

만화·애니메이션 창작기반 확대를 위한 인프라 구축방안 연구

박세형 (한국예술종합학교 영상원 영상만화과 교수)

- I. 만화·애니메이션의 붐(Boom) 현상
- II. 한국형 자발적 시장 침체
- III. 만화산업의 복잡성
- IV. 신구조 구축의 필요성
- V. 새로운 시대의 창작력 제고와 작업인력 수급의 순환고리 형성
 - 1. 애니메이션 교육기관과 산업현장의 연계적 체계 필요
 - 2. 뉴미디어와 만화, 애니메이션
 - 3. 애니메이션 지원센터 설립 및 산학협동의 재단법인화

I. 만화·애니메이션의 붐(Boom) 현상

거품현상이란 말을 떠올리기까지 하던 만화와 애니메이션의 붐은 일반 기업체, 만화영화제작사, 방송 3사가 경쟁적으로 다량의 작품(28종 449편/97~98년)을 기획 제작함으로써 절정을 이루었다. 결과적으로 주요 대기업 자본이 흥행실패와 IMF 경기침체 상황으로 거의 철수했으며 끊임없이 자조적으로 지적되는 국제기준 미달이란 불안감도 해소되지 못했지만 만화영상물의 '산업성 인식'만은 최근 3~4년 동안에 확실한 공감대를 이루었다.

그러나 대개 이러한 일시적 붐 현상은 해외상품의 성공사례에 부응하여 가상경기의 결과에 대한 과장된 대응이 대부분이었고, 국내 특유의 차별적인 상황인식 및 시장분석이 전제되지 않은 확대된 기획과 짜맞추기로 일관된 사업이었다. 결과적으로 거대자본의 흐름을 왜곡하는 기획실패를 범할 수밖에 없고 자본 흐름과 제도적 양성화도 차단되게 된 것이다.

그러나 실제 이렇게 노출되는 많은 문제점에도 불구하고, 실사 영화의 글로벌 산업적 한계¹⁾ 때문에 영상산업의 대안은 만화 및 애니메이션뿐인 것이 현실이다.

만화와 애니메이션 분야의 선결과제는 항상 그 귀결점을 ‘고정자본의 대규모 투자’로 제시하는데, 이는 곧 현실인식의 일반론으로서 국내 자본의 빈약성과 시장의 현실 문제를 거론하게 된다. 즉 대자본이 유입되기 어려운 상황에서는 국제 경쟁력 있는 국내 대작이 창작될 수 있는 여건이 절대 형성되지 않는다는 것이다. 물론, 대기업 중심의 작품제작이나 중소 메이저 업체의 창작 애니메이션 기획, 독립 단편 애니메이션 제작그룹의 작품활동 등 모두 고정비용이 절대적으로 필요한 제작설비에 최우선적으로 투자되어야 할 것이 분명하다.

그러나 외국의 경우에도 절대적으로 만화영화 자체만을 가지고 기획과 제작의 경제적 손익계산을 결정하는 것은 아니다. 경쟁력과 시장테스트가 완료된 시나리오, 캐릭터 등을 체계적인 기획추진과 출판에서 팬시에 이르는 관련상품의 제작확대로 투자자본을 적극적으로 끌어들여 이미 개봉 전에 제작원가 수준은 이익으로 확보된 상황을 유지하고 제작에 임하는 것이 전형적인 기획과 제작의 모형이다. 그러므로 가용인력 자원의 최대 효율성 제고와 기획진행 시스템의 든든한 기반이 무엇보다 중요하다. 영세한 국내 제작여건으로 미루어 이 분야를 거의 국책 사업화해야 하는 이유는 아래와 같은 것들이 있다.²⁾

또 비용 차원이 아닌 것으로서 경쟁력 약화 요인은 아래와 같은 것들이 있다.

① 국내 애니메이션 제작사들의 근시안적인 제작방식, 수익 발생에 의한 자발적인 기술투자 외면, 작가의식 결여, 권위주의적인 도제 제도, 만화 등 연관 분야와의 발전적 교류 부재.

② 제작비를 낮추기 위해 값싼 외국 애니메이션 수입에만 의존한 방송사. 20년 이상 어린이 시간대에 일본 애니메이션을 무국적으로 방영, 만화 팬시상품의 이미지 파급 효과 간과.

1) 출연자의 탈국적성, 장소현팅의 무한계성, 특수효과와 무한한 응용 등이 애니메이션이라는 상품에서 실사영화와는 달리 차별적으로 확보되는 특징이다.

2) 미국, 일본 등 대중문화 강국의 문화소비의 직접 영향권 아래 있고, 중국, 대만, 필리핀 등의 후발국들은 노동 하청시장에서 위협이 되고 있음(1988년 중국은 상해 애니메이션 페스티벌 이후 국책사업 선언).

③ 만화 및 애니메이션을 문화의 한 장르로 인정하지 않은 사회적 선입견.

이 분야 전체를 단순히 오락 기능으로만 보아 교육 및 교양물로서 강력한 파급력 등에 대한 인식이 부족.

④ 외국 제작사들의 하청 물량은 그나마 소수 대제작사(주로 현지와 연결된 개인)에 의해 독점되고 나머지 제작사들은 이들 대제작사들의 재하청을 받고 있는 형편. 기술이전의 수용과 수익창출에 의한 기술 인력의 재배치가 비민주적. 여러 겹으로 얽힌 하청구조는 이윤의 재투자자를 통한 기술적 확대 재생산을 어렵게 하기 때문에 독자적인 제작능력을 더욱 감소시키는 원인으로 대두.

⑤ 애니메이션 영화 시장 자체의 문제점, 무분별한 외국 애니메이션 영화 수입 및 시장지배, 공중파방송 자체 제작물량의 절대 부족으로 애니메이션 방영물량의 대부분을 외국제작사의 작품에 의존.

⑥ 90분 장편 만화영화 한 편의 수입단가가 평균 260~500만 원인 데 비하여 국내제작시 1억 6,000만 원에서 2억 5,000만 원 정도가 소요. 비디오물 시장에서도 외국 애니메이션의 지배는 절대적. 특히 일본 제작물의 수입물량이 증가, 실제 대여율을 조사해 보면 일본 비디오물의 시장점유율은 80% 이상을 차지. 일본산 애니메이션은 제작단가를 최소화하여 경쟁국보다 저렴한 가격대를 제시하는 체제전략 보유.

⑦ 문화적 역량 빈곤으로 인한 작품성을 인정받을 수 있는 역량의 작가, 작품의 부재

II. 한국형 자발적 시장 침체

새로운 계기 마련의 차원으로 1995년에 처음 개최된 서울국제만화페스티벌(SICAF)의 성공은 만화, 애니메이션 관련 산업에 대한 기존인식을 개선하는데 크게 영향을 미쳤으나, 그나마 협소한 국내 관련시장에서 갑자기 성립된 호경기의 환상으로 인해 분야 이기주의가 생겨나, 또 하나의 심각한 경쟁력 약화

를 가져올 것으로도 평가된다.

95, 96년 두 차례 국제만화페스티벌의 성공적인 관객동원 탓으로 97년에는 거의 똑같은 행사(국제페스티벌)를 한 해 여러 번 반복 개최하게 되었다. 앞다투어 벌어진 대동소이한 5개의 국제 만화페스티벌에서 예상되던 우려는 실제로 증명되었다(관중감소, 소프트웨어 부족, 기획력 한계, 국내작품보다 외국작품 선전효과의 역기능).

또 인력양성의 측면에 있어서도 3년 사이에 세계최다의 정규대학 만화학과(4년제 포함 13개교—더 늘어날 전망) 보유국이 되었다. 세계 두 번째의 케이블 TV 만화전문채널을 덧붙이면, 양적으로 우리는 이미 국제 수준이 됐다.³⁾ 이 3년간은 우리가 현실에 대처하는 방식을 극명하게 보여준다. 인력 순환, 설비 순환, 자금 순환 등의 시스템 플로우(System Flow) 점점은 무시한 채 인기에 영합하여 말초적, 표피적으로 대응한 실질적 사례를 보여준 것이다. 이러한 현상은 거품이라는 표현 외에 다른 말이 필요 없는 모습이다.

이상 예시한 바와 같이 우리의 시장상황은 매우 좁고 험난하다. 좁은 시장에서 애니메이션, 캐릭터, 만화, 게임, 팬시 완구 등은 개념적, 산업적으로 서로 연결되지 않고서는 힘을 발휘할 수 없다. 세계적 만화영화, 캐릭터 스타 하나 없는 우리의 국제적 상황이 생산량에 있어서 세계규모 3위라는 말로만 절대 위안받을 수 없는 것이다.

또한 만화와 애니메이션 산업이 대단한 결과물을 잠재하고 있는 것처럼 논의되지만 실제 문화적인 대우를 받지 못하는 이 분야의 사회적 인식은 실제로 달라진 것이 없다.⁴⁾ 단지 산업적 가능성만이 주로 거론되는데 도덕적, 문화적 정당성을 확인(국민적 지지)받지 못하는 산업은 잘 될 수 없다. 이 때문에 만화, 또는 만화영화라는 말보다, 애니메이션, 일러스트레이션, 캐릭터 디자인이란 영어적 표현이 더 그럴 듯해 보인다. 그리고 그나마 외국작품에 대해 국내 시장을 어느 정도 지킬 수 있는 작가는 문화적으로 단죄되어 창작이 위축되고, 결과적으로 발생하는 외국 만화, 해외 애니메이션의 무분별한 도입은 국내 물

3) 한국적 스테그플레이션 현상. 흥행 또는 경기전망은 좋지 않은데, 기술, 인건비 또는 경비는 계속 상승한다.

4) 만화가들의 투옥/검열 사례 참조

량부족을 가장 큰 이유로 지목한다.

공영방송에 의한 어린이 시간대(5~7시)의 외국 애니메이션 방영은 애니메이션 영화가 주로 아동, 청소년 시청자를 대상으로 한다는 점에서 아동의 문화적 정체성 확립, 올바른 정서 함양에도 위험한 영향을 끼친다.⁵⁾ 또한 일본 애니메이션에 대한 청소년의 선호도가 증가함은 곧 일본상품에 대한 구매력 증가와 일치된다.⁶⁾

<표 1> 국가별 애니메이션 비디오물 수입현황(1995년 SICAF 자료, 단위 : 편)

연도	국내제작	국외제작				계
		미국	일본	기타	소계	
1990	11(6%)	94(47%)	65(35%)	29(14%)	188(94%)	199
1991	10(5%)	93(51%)	61(33%)	19(11%)	173(95%)	183
1992	18(9%)	44(23%)	106(54%)	27(14%)	177(91%)	195
1993	25(14%)	35(19%)	109(59%)	14(8%)	158(86%)	183
1994	4(2%)	59(34%)	100(57%)	13(7%)	172(98%)	176
계	68(7%)	325(35%)	441(47%)	102(11%)	868(93%)	936

* 출처 : 공영물 윤리위원회(1994년은 본심의 현황자료임).

III. 만화산업의 복합성

애니메이션 산업에 대한 갑작스런 관심은 어디서 오는가? 이것은 영상시대

5) 특히 일본 애니메이션이 집중적으로 방영되는 이러한 현상은 이미 30여년 이상 지속적으로 고착되고 있는 상황이다.

6) 컴퓨터통신 상에 나타나는 청소년, 대학생층의 일본만화 편식 실태 참조. 팬시상품점을 덮고 있는 일본과 일본 이류상품의 현실.

와 무관하지 않다. 현대인은 자고 일어나면 좋은 싫든 TV나 기타 표현 매체를 통해서 각종 시각 이미지와 접한다. 그러므로 문자위주의 정보전달 형식이 점차 시각화, 아이코니화하는 추세이고 산업의 발달과 거대해진 조직사회에 비해 한없이 무기력한 개인은 생략, 과장된 비현실적 주인공에게서 현대사회의 숨은 본질, 즉 시대적 리얼리티를 더 잘 느끼게 된다. 만화형식에는 우리가 무신경하게 방치한 잠재적 가능성이 많이 있다.

① 만화는 복합산업적 특성이 있다. 만화는 출판매체와 영상매체, 기호산업인 팬시, 완구산업, 그리고 뉴미디어산업(게임, CD-ROM, CD-i, VCD, OA, FA)에 이르기까지 산업 영향력이 넓고 대부분이 아이디어 지향의 고부가가치 산업이다.

② 문자+그림의 형태로 정보 전달의 신속성과 편리성, 생산의 동시성과 광범위성 등의 매체적 강점이 있다. 특히 영상시대라고 부르는 현 시대에 매우 적합하다.

③ 표현의 특성상 생략과장을 통한 인격 의존적 표현(캐릭터)으로 풍부한 표정을 통한 친근감 유발과 부담없는 대인 접근으로 문화침투력이 강력하다.

④ '팝 아트' 이후 도구와 이념에 구애받지 않는 현대예술의 난폭성과 탈 장르적 역동성은 만화와 '고전적 의미의 예술'과의 경계를 모호하게 만들었다. 대중매체 시대의 조형양식을 논할 때 만화의 조형과 스토리가 현대사회의 시대 정서와 가장 밀착되어 있다는 것을 발견할 수 있다. 또 만화적 형식의 속성상 그렇지 않은 만화는 살아남을 수조차 없다.

그러므로 만화는 영상정보사회의 시대적 특성에 가장 잘 부합하는 변화속도가 매우 빠른 하나의 사업이거나 또는 사적 표현형식(예술 또는 기술)인 것이다.

이런 점을 감안해 볼 때 감추어져 있던 만화의 진가를 이제서야 발견했다기 보다는 시대의 변화로 인하여 영상 시대, 정보화시대라고 불리는 이 시대가 만화의 형식적 특성들을 필요로 하기 시작했다고 보는 편이 옳고, 애니메이션 분야의 부각도 이러한 흐름과 따로 떼어서는 생각할 수 없다. 그것은 디자인 분야의 가벼운 주변부 작업 정도로 여겨졌던 팬시, 완구업도 마찬가지이다. 컴퓨터의 발달과 함께 메모리 분야에만 치우쳐 있는 국내 컴퓨터 산업의 돌파구인 게임, 소프트 산업도 캐릭터 그림과 스토리 및 아이디어 기획 연출이 앞으로의

과제이다.

국내 상황에서 만화와 애니메이션 산업은 연계개발 여부에 따라 높은 부가가치 창출이 잠재된 분야임에 틀림없지만 타 산업 분야와의 연관성이 매우 취약하여 이윤의 재투자(기술 축적)와 산업연계의 활성화가 원활하지 못하다. 뉴미디어의 발달로 쌍방향의 의도적 반응이 가능한 입체적(소리, 움직임, 그림, 글)으로 접근하는 유사이래 유례없는 전방향적 매체이기도 한 이들은 서로 밀접한 관련성 아래 그 힘을 발휘한다.

<표 2> 해외 캐릭터와 국내 캐릭터의 수익금 비교(1995년 SICAF 자료)⁷⁾

구분	캐릭터명	수익금
해외 캐릭터	배트맨	10억 원(91년)
	드래곤 볼	4억 원
	스누피	5억 원
국내 캐릭터	아기공룡 둘리 날아라 슈퍼보드	3억 5천만 원(10년간) 1억 원

* 출처 : 1994~95 교육부 지역연구과제, “정보문화산업에 대한 각국의 국제화 대응방안”, 1995.

출판만화와 스토리, 캐릭터, 디자인, 채색기술의 발전은 결코 애니메이션 기술의 발전과 무관하지 않고 팬시나 기타 이벤트 사업도 마찬가지이다. 뉴미디어, 컴퓨터그래픽 관련 사업은 더욱 이러한 연합적 성격이 필요할 수밖에 없다. 이것은 자생적인 연합체가 되기는 어렵다. 오히려 이해관계로 인해 적대성이 두드러지기 쉽다. 우리처럼 좁고 빈약한 시장 상황에서는 판권 협력기구를 통한 분쟁조정 및 기획추진이 더 효율적이다. 그것은 해외 정보 수집력 및 대외 교섭력의 행사나 산업 이해 공조 절충차원에서의 응집력이 시장의 규모나 성격과 매우 밀접하기 때문이다. 그러나 출판만화와 애니메이션 영화의 상호공조가 이루어지지 않고 있으며, 애니메이션 산업의 불활성화로 인해 캐릭터와

7) 국내 캐릭터 시장 규모는 5,000억~1조 5,000억 원까지 각 연관단체간 통계가 큰 편차를 보이고 있다(1997). 종합적으로 검토해 볼 때, 2000년까지 5조 원의 시장규모가 예상된다(미국 연 50조원).

팬시산업 등 연관산업도 발전이 어렵다. 이는 다시 창구효과를 미약하게 만들어 제작에도 부정적인 영향을 초래하는 악순환이 계속된다.

우리가 기술적 문화적으로 송배해 마지 않는 외국의 경우도 애니메이션 수준이 높다는 것은 머천다이징의 수준이 높다는 의미이다. 토요일 오전 내내 방송되는 애니메이션은 거의 모든 상품에 해당되는 캐릭터, 팬시용품의 간접 광고라고도 할 수 있는 것이다.

IV. 신구조 구축의 필요성

최근의 상황은 IMF 이후 경제침체로 인한 총체적 제작, 배급 시스템의 붕괴의 위험이 있다는 것이다. 그러나 수익의 국가적 창출 차원에서 다음과 같은 상황이 고려되어야 한다.⁸⁾

세계적으로 만화영화가 차지하고 있는 비중은 극영화를 훨씬 넘어서는 추세를 보이고 있다. 이는 극영화에 비해 만화영화, 즉 애니메이션의 산업적 효과가 광범위하기 때문이다.⁹⁾ 또 컴퓨터 게임, CD-ROM 등 뉴미디어의 확산으로 복합 영상시대로 접어든 현대 정보화사회의 시장상황은 개인용 컴퓨터(PC)의 그래픽 성능 향상과 함께 애니메이션이라는 개념은 단순한 만화영화만이 아니라 방송, 뉴미디어 전반에 걸친 총체적인 오락산업 모두를 지칭하는 말로 확장되고 있다. 세계를 장악했던 디즈니류의 장편만화영화말고도 보편적 디지털 기술, 첨단 기술을 이용한 틈새시장들이 많이 생겼다. 우리의 현실 여건에 맞는 사업 추진형태도 선택의 폭이 생긴 것이다.

만화영화는 성장기의 어린이들에게 인기가 있고 교육적으로 끼치는 영향도 매우 크다. 그러므로 우리처럼 교육열이 지나치게 왕성한 사회(과다한 사교육

8) 한국 애니메이션 시장 규모 : 약 5,000억원 추정, SICAF 자료

9) 한국의 1997년 애니메이션 만화 수출액은 9,200만 달러로 전체 영상물 수출액의 99%를 차지하며, 양적 규모로는 세계 3위이다.

비)에서 교육적, 문화적으로 부정적인 이미지(경박성, 폭력, 선정성 등)만 벗어나면 만화와 애니메이션의 기법을 이용한 에듀테인먼트(Eduainment : 교육+오락) 시장은 양과 질에서 타의 추종을 불허할 정도로 확대될 수 있을 것이다.

장편, 대형 에듀테인먼트 시장에서 미국, 일본 같은 대중문화 강국의 막대한 문화 소비자 역할을 하는 우리는 오히려 이런 차원의 국내, 국외시장 전략 전개에 주력하는 것이 보다 유리하다고 판단된다.

교육 관련 산업으로 인해 파생되는 캐릭터, 완구, 팬시, 게임산업 등은 문화적, 도덕적 정당성뿐 아니라 그래픽 관련, 각종 게임 H/W, S/W가 절대 부족한 우리 컴퓨터 산업발전(차세대 중심산업)의 좋은 기폭제가 될 수 있다.¹⁰⁾

일반적인 국내 만화와 애니메이션 및 연관산업 메커니즘은 크게 두 가지로 대별된다.

- ① 단행본 만화상품의 스토리와 캐릭터를 이용하여 애니메이션화하는 방법과
- ② 전혀 새로운 스토리와 캐릭터를 개발, 제작하는 방법이다.

국내 인기 작가들은 외국의 단행본처럼 애니메이션 및 팬시산업까지의 연결을 목표로 장면을 구성하고, 스토리를 구상하고, 디자인하는 방식이 아니라 단행본 위주의 인쇄매체 지향 작품이 대부분이므로 애니메이션화하는 데에는 어려운 단계¹¹⁾를 많이 거쳐야 한다. 이러한 제작 과정상의 한계로 인하여 국내 개봉 유명 외국 애니메이션에 비해 그 인기도가 상대적으로 감소되며, 국내에서 비디오나 전자게임 그리고 팬시 완구 등의 연관부수시장으로의 머천다이징이 효율적으로 이루어지지 않는다.

그러므로 대기업과 중소 메이저 제작사를 중심으로 한 극장용 및 TV시리즈용 제작의 활성화를 위해 TV용 애니메이션 국산 프로그램의 방영 시간대를 확보하고(50% 이상의 쿼터제), '애니메이션 전용 상영권'을 확보해야 한다. 또 애니메이션 하청시장¹²⁾의 보호 및 발전계획을 국가적으로 수립하여 외국기술을

10) 개인용 컴퓨터의 주변 그래픽 장비의 대부분(Scanner, MIDI etc.)이 대만제로 채워지는 현실 참조

11) 자본 축적, 기획, 유통 등의 단계.

적극 이전하고 하청시장을 확대 유지해야 한다. 그렇지 않을 경우 가까운 장래에 애니메이션 하청시장까지도 중국 등 후발국에 자리를 내주게 될 것이다.

한편으로 독립단편 애니메이션을 제작하는 신진그룹과 디지털화, 네트워크화한 신세대 창작인력의 제작여건을 개선시켜 최소한의 비용으로 다양한 작품작업이 가능하도록 여건을 조성¹²⁾하고, 해외 애니메이션 영화제나 필름마켓에 작품을 제출, 섭외 홍보 활동을 전개하여 해외통로를 통한 창작인력의 순환과 저변확대를 도모한다. SICAF, 서울 단편영화제 등 국내 창작애니메이션 공모전에 80%가 넘는 비율을 차지하는 독립단편 애니메이션 제작그룹, 그리고 조직화되지 않은 학생 신세대 디지털 창작 그룹이 가진 산업적, 문화적 역량의 활성화전략이 결국 국내 애니메이션의 사회적 인프라를 구축하고 제작여건을 활성화시킬 수 있는 거의 유일한 방법이라 해도 과언이 아니다.

소결론적으로 이러한 OEM(Original Equipment Manufacturing) 방식의 기존시장의 발전적 유지와 창작 기획력의 신장에 따른 경쟁력 있는 물량제작 및 유통 다변화는 용이한 제작을 위한 자금유통 시스템과 새로운 세대의 양성을 위한 효율적인 제도의 구축으로 귀결된다.

광범위한 산업적, 문화적 파급효과를 감안한다면 이러한 기반조성, 즉 인력 양성, 정보센터 구축, 소프트웨어, 하드웨어 개발 등은 결코 소홀히 다루어져서는 안 된다.

<표 3> SICAF 애니메이션 공모전(2회)과 서울 단편영화제의 애니메이션 부문 분석

독립단편 애니메이션 제작그룹	85%
중소 애니메이션 하청제작전문업체	14%
대기업	1%
총계	100%

12) 외화가득들 90% : 7,000만 달러의 수출은 7억 달러 순익을 창출하는 효과의 사례.

13) 애니메이션과 캐릭터 디자인 상설 연구소 운영, 디지털 정보지원센터의 건립 등.

V. 새로운 시대의 창작력 제고와 작업인력 수급의 순환고리 형성

1. 애니메이션 교육기관과 산업현장의 연계적 체계 필요

이미지의 수용 방식이 역사에 유례가 없을 정도로 다양해진 시대가 바로 지금이다. 기존 예체능 대학도 다양해졌고 만화나 애니메이션의 제작기법과 지식을 습득하고자 하는 교육기관이 난립하고 있으면서도 그 교육기관들의 체계적 연계체제가 마련되지 않고 있다. 또 학문의 개념 정립이나 논리적 준거의 구축도 미비하다. 시기적으로 일본에서는 예술광고대학¹⁴⁾이 만들어졌고, 국내에서도 컴퓨터 예술학부¹⁵⁾가 생기는 그야말로 분야통합과 새 시스템의 구축이 절실한 시점이다.

① 기초과정을 배울 수 있는 학원체제의 1차 교육기관 정립 필요 : 일반 기술 학원, 사회교육원.

② 전문과정 및 고급과정을 공부할 수 있는 2차 교육기관으로의 연계 필요 : 전문대학 및 대학.

③ 일정한 기간 기술과 이론을 습득한 인력을 대상으로 한 제작워크숍 과정과 재교육과정의 3차 교육기관으로의 선택적 배치 필요 : 대학원 및 연구소 등으로 기업 및 해외현장으로 직결된 체계적인 교육시스템의 구축 필요.

이러한 3단계 교육시스템의 구축은 이론의 토대구축과 산업현장과 직결된 전문인력, 나아가 이 분야의 새로운 문화적 가치를 창출할 조형예술가와 강의 인력의 확보를 도모하고 기존 산업현장 전문가들과의 산학연계 구조를 확립하여 활성화된 교육환경, 산업기반 환경, 문화환경을 마련해 가자는 것이다. 그리고 이러한 인력을 활용한 최소 비용의 관련대학간 협동, 산학협동 모델을 적극적으로 마련해야 한다.¹⁶⁾

14) 구주예술공과대학(九州工科大学).

15) 숭실대학교

16) 고급과정 학기개설 목표 자체를 TV, CATV 방송용 단편 제작으로 한다. 기술 및 경비의 상

2. 뉴미디어와 만화, 애니메이션

미국이나 일본 만화영화의 세계시장 석권에 우리의 값싼 노동력이 일조하고 있고 할리우드나 디즈니의 영화를 보고 성장했다고 해서 세계 수준이 되는 것은 아닐 것이다. 현재의 애니메이션 업계의 규모(72개 제작사 연간 1만 3,120 분/ABC급)는 분명 세계적이지만, 우리는 오히려 창의력 있는 문화산업적 예비군이 필요한 시점이다.

매체변화의 속도가 엄청나게 빠르고 기술과 소프트웨어 축적의 격차가 큰 지금, 이 격차를 추월할 만한 시간과 여유조차도 부족하다. 외국에 영상 관련, 애니메이션 뉴미디어 관련 행사가 있을 때마다 수백 명의 순례행렬이 이어지지만 거기서 꼭 볼 만한 것들만 있는 것도 아니고 또 언제까지 외국의 사례를 들먹이며 위세를 부릴 수도 없는 것이다. 첨단 그래픽 기술의 확산은 선진국이든 아니든 극히 최근의 일이다. 첨단 군사공학 차원이 아닌 다음에야 그래픽 운전기술이 어느 정도 보편성을 이룬 이때 결국 우리가 건질 것은 정보와 표현의 전이가 엄청나고 아이디어 집약적인 만화·애니메이션 분야뿐이다.

많은 디자인 프로세스(Design Process) 혹은 아트워크(Art Work)에서 이미 물감을 사용하지 않는다. 이미지의 수용방식뿐 아니라 창출에도 이미 변화가 거세게 일고 있는 것이다. 워크스테이션 등 그래픽전용 컴퓨터는 말할 것도 없고 개인용 컴퓨터 IBM 586-II급, Power Macintosh G3 Series의 그래픽 S/W성능과 입력 수단이 펜마우스, 액정 타블렛 등, 보다 편리해지면서 컴퓨터를 화구로 쓰는 일에 획기적인 전기가 마련되었고 이러한 현상은 급속한 속도로 진보되고 있다.

이제 PC에서 워크스테이션(Work Station)에 이르는 이미지의 막강한 변환력 앞에 화가의 손재주 자랑은 별 의미가 없어질 것 같다. 1회성과 진품성의 가치는 보다 오래 지속되겠지만 그것조차도 매스컴기관의 디지털 관련 기재의 협조아래서만 가능할 것이다.

순수미술의 가치는 컴퓨터의 기법과 장비 발달과는 무관하다. 그것은 자연

발생적인 상호 영향 그 이상도 그 이하도 아닐 것이다. 디지털 이미지의 범람이 미술의 가벼운 도전으로 여겨져서도 안 되고, 또 멀티미디어, 인터넷, 초고속 정보통신망 등이 삶의 질을 향상시키는 그 무엇을 저절로 만들어 내는 것도 아님을 인식해야 한다. 디지털 기법을 사용하여 만들어진 도상들의 미학적 무게가 기존의 회화가 지녔던 역할과의 대체가 가능한가의 이야기는 있을 수 있지만 그것도 별 의미는 없는 것이다. 그 이유는 소리, 시간, 이미지, 상호 대화형의 특성 등 디지털이미지에 거는 기대와 효과가 회화에 대한 그것과 그 성격이 전혀 다르기 때문이다.

디지털 이미지의 가능성은 오히려 적당히 때가 묻고 문화적으로 거친 만화나 애니메이션 분야와의 결합으로 가능성을 극대화할 수 있다고 본다. 그 징후는 현재의 세계적 대중문화 상황에 극명히 드러난다.

만화, 애니메이션은 컴퓨터와의 관계에서 더욱 두드러지는 점이 있다. 우선 만화의 생략 과장된 이미지는 컴퓨터의 메모리를 가장 적게 소화하면서 효율적인 시각적 전달을 할 수 있다. 그러므로 많은 멀티미디어 이미지들은 사진적 이미지를 빼고는 거의 만화 이미지이다. 또 내용 면에 있어서도 딱딱하기 쉬운 정보들을 친근감 있고 쉽게 전달하는 데 기여한다. 이는 특히 학습의 측면에서 유용한데 만화가 비교육적 매체라는 고정관념과 배치되는 측면이기도 하다. 초기에는 이러한 형태의 만화 이미지와, 또 같은 종류의 애니메이션들이 주를 이루었으나 앞서 말한 바와 같이 컴퓨터의 기능이 향상되면서 이러한 이미지들은 보다 정교해지기 시작했다. 3D Mapping Software, Photo Retouch S/W가 보다 발전하여 입체표현과 기존 사진이미지의 변형 등 거의 모든 조형 예술 기법을 디지털화할 수 있게 된 것이다.

그리고 이러한 작업들이 단순 일러스트레이션부터 <인디펜던스 데이>와 같은 본격 영화에 이르기까지 고부가가치 산업이자 보다 효과적인 조형형식으로 인식되면서 현재에는 가히 붐을 이루고 그 기능과 모습이 과대포장되거나 일반인들에게 막연히 정보화의 낙오자에 관한 두려움을 양산하고 있다. 그러나 어떻든 간에 이러한 기술력의 보유유무가 영상산업 경쟁력의 핵심인 것은 분명하다.

산업구조상 수작업 위주의 하청작업이 대부분인 우리의 현실로 볼 때, 케이

블 TV, 위성방송 등 매체 증가로 인한 세계적 애니메이션 기획수요가 늘어난 탓에, 우선은 환차익으로 호경기를 누리고 있지만, 후발국의 저임금 노동력 시장추격과 기술적으로 멀리 달아나는 선진국이 엄존하고 있음을 깨달아야 한다. 우리는 더구나 대중문화 전파기술과 영상 산업대국인 일본과 미국의 이미지 직접 폭격권내에 있다. 거의 세계 최고 수준의 일본이나 미국 애니메이션을 보면서 꿈을 키운 우리의 젊은 역량들은 우리의 애니메이션 현실을 보고 좌절한다.

외국에서 이미 만들어져온 스토리, 캐릭터, 장면 콘티 등을 빨리 베껴서 돈으로 바꾸는 일 외에 그 어디에도 창의적인 작업을 수련할 공간은 없다. 컴퓨터는 이러한 좌절감을 극복하며 그림, 음악, 움직임 등 아트디렉터의 체험을 하고 싶은 예비 애니메이터들의 꿈과 갈증을 메워줄 유일한 출구이다. 그런데 장비를 구입하는 데만 고가의 돈이 들고 장비의 업그레이드 속도가 빨라 따라가기가 쉽지 않다. 더욱이 A/S와 시스템 호환성의 정확한 정보를 판매업자를 통하지 않고 정확히 알 수 있는 창구가 없다. 대부분의 장비(특히 그래픽 관련 장비)들이 외제인데다 기존 개인 장비들과의 단순한 기계적 연관성도 알기 힘들기 때문이다.

개인용 컴퓨터의 경우도 그래픽카드의 호환성, 스캐너, 출력기 등 주변기기와의 호환성, 파일교환이나 프로그램 이동작업시의 문제점이 있고 1억 원에 가까운 가격의 중간급 워크 스테이션 컴퓨터는 그 가치를 회수하기도 전에 정보도 없이 업그레이드되는 것이 일반적인 현상이다. 컴퓨터 통신상에서 Photoshop 등 Adobe 시리즈와 Editing, Authoring 프로그램들은 업그레이드 되기 무섭게 관심이 집중되고 활발히 거론된다. 전체적 색상 구현과 정밀한 해상도, 또한 고용량을 속도감 있게 수용하는 CPU(정보처리장치)의 성능 등 새로 나온 프로그램들이 이러한 특성을 구현하는 데 얼마나 적합한가도 알기가 힘들다.

이러한 상황 속에서 쉽고 편하게 갈 수 있는 곳에 제대로 된 멀티미디어 정보센터 하나 있는 것이 실제 무엇보다 중요하다. 디지털 일러스트레이션, 만화, 애니메이션은 새로운 사고를 가진 사람들만의 것이 아니다. 컴퓨터로 만든 실험애니메이션의 술한 시행착오는 단순한 이미지 전문가만 만들지 않는다. 음악, 음향 이펙트, 입체조형(목업), 디자인, 드로잉, 스토리, 그리고 약간의 공학마저

도 포함한 그야말로 멀티이미지 프로듀서가 지금 학생의 모습이기 때문이다.

미래의 네트워크 환경은 다매체 다채널로 특징되며, S/W의 수요가 급속 증가할 것이 분명하다. 실사 이미지와의 상호 보완 차원에서 애니메이션 수요도 늘어날 것이다. 매체환경의 전체 구조 속에서 애니메이션의 소비방식도 영화만이 아닌 뮤직비디오, CF, 게임과 같이 뉴미디어상에서 인터랙티브(Interactive) 방식으로 다양화될 것이다. 그리고 애니메이션의 제작은 작품을 만드는 데서 끝나는 것이 아니라 사업, 판매, 유통 등이 유기적으로 조직되어 복합 이벤트화할 것이다. 제작부문에 사업성이 있는 모델을 개발하여 제작하면 사업부문에서 매체다변화(팬시, 출판, 광고 등)를 적극 추진하여 제작체제외부의 기업이나 소비자에게 얻은 사전 수익을 역시 사업에 재투자하는 방식으로 진행한다. 또 국내에 조성된 Seed Money를 활용하여 미리 판권을 판매하거나 해외공동제작을 도모, 진행상의 리스크(Risk)를 줄일 수도 있다. 이러한 사업의 진행을 위해서 기존 애니메이션 제작 인력보다는 새로운 기획인력을 산업구조의 아래 부분으로부터 기대하는 것이 바람직하다. 대부분이 인건비 지출의 문제점과 싸우고 있는 업계의 현실로는 앞으로의 디지털화에 대비하여 PC, Macintosh, Workstation 등의 운영과 2D, 3D Graphic, Authoring, Editing 등의 S/W사용에 익숙한 인력을 적극 양성하여야 한다. 그리고 이러한 인력들의 긍정적인 동기부여(Motivation)와 결과물을 양산할 수 있도록 업계와 제도의 지원 및 민관협력기구의 조정, 절충역할이 따라야 한다.

3. 애니메이션 지원센터 설립 및 산학협동의 재단법인화

해외 애니메이션 공모전에 출품하려고 해도 후반작업 비용이 과도하게 지출되며, 자유스러운 작업공정의 공간을 확보받지 못하고 있는 현 상황에서는 총체적인 국내 제작여건의 개선은 어렵다고 본다. 그러므로 그러한 신진 애니메이터 그룹이 독립적인 작업을 할 수 있도록 공간조성이 가능해야 한다.

① Pre-production 작업을 위한 데이터베이스 시스템의 구축(인터넷망 구축

및 홈페이지 개설).¹⁷⁾

② 독립작업을 하는 신진 애니메이터 그룹의 작업공정 실현.

③ Post-production 작업을 위한 기계시설 설비공간.¹⁸⁾

④ 학생들을 위한 디지털 애니메이션 시스템 플로우 정보센터 구축으로 대
학연구소에 상주하는 현장감각을 지닌 전문인력의 상시배출 효과 도모.¹⁹⁾

⑤ 실사영화의 경우 활발하게 이루어지고 있는 단편영화제 성격의 행사처럼
다양한 주제로 상시 운영.

⑥ 해외 유명 애니메이션 스쿨 진학을 위한 장학기금 마련 및 심사제도 구
축 필요 : 매년 일정한 수의 인원을 선발(창작작품을 심사), 해외 애니메이션스
쿨에 유학 파견.²⁰⁾

⑦ 산학협동의 재단법인 설립 및 인턴십 제도의 활성화 : 최소한의 인건비만
을 상정하고 대학교의 Senior들, 즉 3~4학년들과 애니메이션 제작업계와의
프로젝트 연계 유도.²¹⁾

⑧ 우수 독립프로덕션의 선발포상제도의 확립 : 대기업 위주의 시상제도보다
는 지속적인 단편 애니메이션을 제작하는 우수 독립프로덕션을 매년 선발하여
포상하는 제도의 전환 모색.

⑨ 국내 우수 단편 애니메이션의 해외 홍보작업 필요 · 영화제 참가 : 하청공
장이라는 한국의 이미지를 개선하기 위하여 국내에서 제작되고 있는 우수 단

15) 국내 만화 관련 산업은 상호 밀접성에 비해 협조체계가 극히 미약하므로 21C의 첨단 전략
산업화하기 위해서는 통합적 데이터베이스 구축이 특히 시급함.

18) 우리 나라 애니메이션 업계는 하청작업과 이의 창작기준을 벗어나지 않는 기획물이 대부분이
다. Film FX, Special Effect, Sound 등 첨단기술의 축적을 위해서 중소기업이나 개인이 감당하
기 어려운 고가장비를 공립기관이 설치, 운영하는 것이 효과적이다.

19) 그래픽 장비는 대부분 고가의 외제장비인데 이윤에만 관심이 있는 업자를 통하지 않고 효율
적인 System Flow를 조망할 곳이 없다. 기술 정보 및 A/S에 관한 객관적 지식 습득이 어렵다.
애니메이션 및 영상 산업의 디지털화는 점점 가속될 것이기 때문에 기존 대학, 연구소와 네트워크
를 통한 협력 시스템을 구축해야 한다. 정책적인 협력 차원에서, 서울 시청 애니메이션 센터,
영화진흥공사 애니메이션 센터, 지방도시의 애니타운 등이 기획 차원에서부터 전혀 상호협력 시
스템을 갖지 않는 것 참조.

20) 개인적 조기 유학 개념이 아니라 학교 또는 단체의 상호교류 협약에 의한 방식.

21) 기존 대학 연구소가 용역 발주, 기업과의 협력 과정에서 학점 인정, 장학금 수혜는 물론 신기
술에 의한 수익 창출 인정.

편 애니메이션들을 선별, 홍보 CD-Rom이나 비디오테이프 등으로 제작, 해외 우수 프로덕션과 대기업, 그리고 기존 영화제에 홍보 및 소개자료로 발송.

⑩ 국내외 대학 간 가상대학(Ciber University) 구축 : 외국과의 실시간 위성강의 시스템을 구축, 사이버 연합체를 결성. 정보기술 인력교류를 도모하여 기반 인력의 기반형성. 이는 기업 간의 교류보다 문화적 정당성 비용의 저렴으로 정세판단의 선진화에 기여가능.²²⁾

참고 : 애니메이션(Animation)은 만화(Cartoon or Comic strips), 캐릭터(Characterized Cartoon or Image)보다 광범위한 개념임. 만화영화와 애니메이션은 다르다 보는 것이 필자의 견해. 단, 우리나라의 경우 만화분야의 축적된 역량을 도외시한 애니메이션 논의는 무의미하다고 봄. 애니메이션 산업이라 지칭할 때 만화영화(Animated Cartoon) 산업 자체만을 의미하지 않음. 캐릭터, 팬시, 만화, 만화영화뿐만이 아니라 실사영화의 자막효과 시그널, 에필로그, 특수효과(Animated Film or Special Effect) 전반을 포함하는 개념임. 온갖 부정적 견해, 요소에도 불구하고 특히 칸만화의 정보전달 방식과 산업적 효과는 전 애니메이션 산업의 틀을 받치는 기반이라 생각됨.

22) 유사 관련단체, 학교, 업계의 네트워크화를 위해서도 필요한 사안. 형식과 전개 방안에 관한 논의체 필요.