

# ‘전시시스템’을 적용한 애니메이션 전시회의 대안적 방안 연구

최은경

- I. 서론
  - II. 애니메이션 전시회의 예비적 고찰
    - 1. 전시회의 개념정의
    - 2. 전시 구성요소 및 전시회의 유형
  - III. 애니메이션 관련 전시 사례 분석
    - 1. 유형별 애니메이션 페스티벌
    - 2. 국내 애니메이션 페스티벌과 전시행사
  - IV. ‘전시시스템’을 적용한 전시 모델
    - 1. ‘전시시스템’의 체계
    - 2. 애니메이션 전시의 대안적 모델링
  - V. 결론
- 참고문헌

## I. 서론

오늘날 20세기 후기 문화양상의 격변을 초래한 포스트모더니즘의 탈분화<sup>1)</sup> 현상은 새로운 패러다임<sup>2)</sup>으로 전환 되어 복잡계<sup>3)</sup> 등으로 대변되는 사고체계의 변화를 가져왔고 다양성, 복

1) Scott Lash가 목격한 포스트모더니스트 탈-분화(de-differentiation)는 미적영역이 세 개의 주요 문화적 영역(이론적, 도덕적, 정치적 영역)에서 자율성을 잃게 되고, 문화영역이 고급과 대중문화 사이의 경계가 붕괴, 문화 경계가 생산과 소비 측면에서 탈분화되고 재현과 실재의 위상과 관계를 문제시 한다 Scott Lash, <포스트모더니즘과 사회학>, 김재필 역, 한신문화사, 1994, pp.14-19.

2) 패러다임(paradigm)이란 어떤 시대의 전문적 공동체나 그들이 속한 사회에 공통된 사고의 구조, 즉 대상을 보는 방식, 문제의 설정 및 해결 방식을 의미한다.

3) 복잡계(complex system)는 다양한 요소와 에이전트에 의한 상호 작용으로 이루어지는 세계관에 기초하고 있다. 복잡계에는 ‘정’과 ‘부’ 양방의 피드백이 다양하게 작용하기 때문에 산출물은 동일한 조건에서 서조차 전혀 다르게 된다고 생각하고 있다. 또, 그 결과는 반드시 최적의 것만은 아니며 예측도 어렵다. 이러한 세계관이 가지는 의미는 복잡한 현실을 그대로 이해하고 통찰해 가는 지(知) 본연의 모습을

합성, 불확실성으로 얽혀 있는 시대적 상황에 처해있다.

애니메이션은 영상산업 발전과 더불어 21세기의 각광받고 있는 문화산업(culture industry)으로서의 자리매김을 굳건히 하고 있고, 애니메이션산업(animation industry)의 개념은 글로벌 네트워크 경제 시장환경에서 탄력적으로 확대·진화되고 있다. 90년대 후반부터 전시회가 문화산업 분야에서 전시산업으로 확대됨으로써 그 비중과 효과성 및 부가가치에 대한 인식이 높아지면서 국내 문화산업을 육성하기 위해 정부부처를 비롯하여 지자체 중심으로 정책적 지원이 이루어지고 있다. 이와 관련하여 최근 국제적인 문화행사가 애니메이션 페스티벌이라는 이름 하에 우리 사회에서 자주 이루어지고 있고 단위 프로젝트의 영화제와 전시회도 많아지면서 전시회의 국제화, 대형화, 전문화의 노력이 급속히 진행되고 있다. 또한 이러한 행사는 일시적, 단기적으로 이루어지는 것이 아니라 정기적인 행사로서 지속적으로 진행되고 그 규모도 날로 커지면서 애니메이션 문화에 대한 확산과 저변확대의 몫을 담당하고 있다. 그러나 해를 거듭 함에도 불구하고 많은 문제점과 시행착오가 드러나고 있는 점 또한 주시할 일이다.

이러한 관점에서 본 연구는 ‘전시시스템’의 체계를 정의하고 이를 적용한 전시 모델에 관한 연구를 통해 애니메이션 전시회의 발전적 대안방안을 제시하려는데 목적이 있다.

시스템을 학(學)의 수준에서 다루려는 시도는 베르탈란피(Ludwig von Bertalanffy)의 시스템론에서 유추해 볼 수 있지만 ‘전시시스템’을 체계적으로 연구할 필요는 어느 때보다 절실한 것으로 사료된다.

전시회의 효과성을 제고하기 위한 발전방안을 제시함으로써 장기적으로 애니메이션이 문화와 산업의 상호보완적 문화산업으로 거듭 발전할 수 있는 가능성을 모색한다. 애니메이션은 문화와 산업에서 탈분화되고, 다양한 계층과 다변화되는 파생산업의 양상을 아울러야 하는 복합적인 혼성체임을 인식 할수록 전시회는 문화활동이자 경제활동인 그 정체성을 찾고 위상을 갖춰야 하는 것이다.

본문 2장에서는 애니메이션 전시회의 예비적 연구로 문화 예술적 측면과 산업적 측면에서의 전시의 개념을 정리하고, 전시회의 구성요소 (주최자, 참가자, 관람객, 전시장)의 제반

---

의미한다.

여건을 살펴보면 이와 함께 전시를 주최하는 입장과 참가자의 입장 양자간의 상충되는 목표에 기인하는 중요한 전략적 요인을 도출한다. 또한 국제화, 대형화, 복합적이고 혼성화 되어가는 애니메이션 페스티벌을 3가지 유형, 즉 애니메이션 산업 위주의 Trade Show, 상업성을 배제한 페스티벌, 종합 축제 성격의 Combined/Mixed Show로 구분할 것이다.

그리고 3장에서 국내외 애니메이션 관련 전시 사례 분석을 토대로 전시회의 기능 및 특성을 살펴보고 문제점을 시사한다. 사례 분석을 통해 도출된 문제점을 해결하기 위해 본문 4장에서 ‘전시시스템’ 적용을 주장하면서 전시의 대안적 모델링을 제시할 것이다.

‘전시시스템’이란 전시를 위한 전시 기획, 추진 조직 구성, 전시 연출 및 운영에 관한 제 요소를 체계화시켜 일련의 작업을 수행해내는 시스템<sup>4)</sup>을 의미한다.

기획의 발상과 기획이 의미하는 과정(process)과 방법(methodology)은 물론, 기획의 결과로서 산출물(products)까지를 포함한 일련의 활동으로 보는 전시기획의 주요 핵심에 초점을 두고 있다.

조직구조의 특징<sup>5)</sup>을 살피고 특히 ‘전시시스템’에서의 전시기획과 추진조직의 큐레이터 역할에 주목하였는데 이는 상업애니메이션의 매너리즘을 극복시키고 예술성과 상품화 비전 있는 작품의 발굴, 새로운 실험적 시도의 신진 감독 및 애니메이터의 등용 촉발, 애니메이션 산업의 문화적 위상과 미학적 가치 정립에 대한 역할이기 때문이다.

끝으로 애니메이션 전시회의 대안적 모델링을 제안하기 위하여 연구자가 기획한 사례를 중심으로 단위 전시 프로젝트를 가상적으로 확대 발전시켜 제시할 것이다. 첫째, 전시기획에 있어 검토되는 이슈의 문제 해결 과정과 컨셉 및 주제 설정, 둘째, 추진조직 구성과 큐레이팅을 위해 참가 작품을 선별하고 참여업체 섭외 및 전시 내용 제작에 따른 협의 사항, 셋째, 전시연출을 위한 세부계획 수립과 전시기법 개발 내용, 넷째, 합리적 운영방안을 수립하기 위해 고려한 사항 등을 모델링 한다.

결과적으로 기획력의 보완뿐만 아니라 문화예술과 경영마인드, 그 생산적 만남을 위한 문화예술경영의 전문화가 병행되어야 한다는 것을 주장하면서 결론을 도출한다.

---

4) 시스템이란 “공통의 목표나 기능을 달성하기 위하여 상호작용하는 요소 또는 실체들로 구성된 집합체”로 정의할 수 있다. 시스템화는 특정한 질서에 따라 전체의 구성과 구조, 내부적 조직, 자신의 구조, 기술의 방법들을 인식하게 되는 것이다.

5) Lex Donaldson, <조직의 상황적합 이론>(김남현 역, 경문사, 2003)을 참조할 것.

## II. 애니메이션 전시회의 예비적 고찰

### 1. 전시회의 개념정의

전시회(展示會)는 특정한 물건을 벌여 차려 놓고 일반에게 참고가 되게 하는 행사로 지역과 내용에 따라 다양한 형태를 띠고 있으며 유사한 성격의 전시회라도 미주지역과 유럽에서 사용하는 용어에는 다소 차이가 있다.

전시회는 Festival, Exposition, Exhibition, Trade Show, Messe 등 여러 명칭으로 불리는 데 Trade Show는 주로 미국에서 통용되는 용어이고, 일본에서는 견본시(見本示), 유럽에서는 Messe, 한국에서는 박람회, 전시회 등으로 불린다.

전시회는 주최자, 참가자(참가업체), 관람객, 전시장의 4가지 요소로 구성 되는데 주최자(Organizers)는 전시회를 기획하여 참가자(Exhibitor)의 작품, 제품, 기술, 서비스 등을 관람객(Visitor)을 대상으로 전시, 판매, 홍보, 마케팅 활동 등을 하는 포괄적인 문화활동 이자 경제 활동이다. 또한 최근 문화산업의 복합적이고 탈분화 현상을 고려해 볼 때 애니메이션 관련 전시 고찰에 앞서 문화 예술적 측면과 산업적 측면에서의 전시회의 기능과 역할을 살펴보면 다음과 같다.

#### 1) 문화 예술적 측면에서의 전시회

전시는 인류가 이룩한 문화적이고 과학적인 진보라는 유형의 자산을 근간으로 이루어지는<sup>6)</sup> 것이다. 전시회를 통해 관람객과 예술작품 사이를 직접적으로 소통시켜 줌으로써, 관람객에게 미적인 체험뿐만 아니라 교육적인 것과 함께 감동의 즐거움을 제공한다. 또한 이러한 공간을 적극적으로 활용하는 미술관의 경우에는 미술관의 목적과 기능을 담고 있는 구체적인 공간으로서 작품의 전시를 통해 관람객과 작품의 관계를 설정해 주기도 한다.<sup>7)</sup> 전시장은 자유로운 표현의 광장 역할을 하며 전시회는 그것을 이상화 시키는 것이다.

미술작품을 일정한 기간, 정해진 장소에서 전시·공개하여 관람하게 하는 미술전람회(美術展覽會, Art Exhibition)는 넓은 의미에서는 미술관·박물관에서의 소장품 전시 또는 미술품의 매매까지도 포함시켜서 생각할 수 있다. 좁은 의미로는, ① 관전(官展)이나 미술단체의 정기

6) 데이비드 딘, <미술관 전시, 이론에서 실천까지>, 전승보 옮김, 학고재, 1998, p.20.

7) 남호현, “전시디자인 방법론”, <현대미술연구>, 국립현대미술관, 1990, p.61.

전처럼 일정한 조직·단체를 주최자로 하는 것, ② 부정기(不定期)의 개인전 또는 그룹전, ③ 상설 전시 이외에 미술관이나 박물관에 의해서 개최되는 특정한 주제를 가지고 열리는 주제 전람회(theme exhibition), ④ 특정한 교육·문화기관에 의하여 교육효과나 계몽을 목적으로 국내외를 순회하는 순회전 등을 말한다. 또한 미술교류가 국제적으로 활발해짐에 따라 각지에서 대규모 국제 미술전시회가 기획되어 지는데 새로운 동향을 파악할 수 있는 주기로서 2년마다 열리는 비엔날레(biennale), 3년마다 열리는 트리엔날레(triennale)등으로 구별한다. 미술 분야뿐만 아니라 영화, 연극, 뉴미디어 장르 등 문화예술의 종합예술 성격으로 페스티벌(Festival) 경향이 두드러지고 있기도 하다.

현대화 이후 창작에 대한 제도적 기능과 역할이 다양해지면서 그 전체가 ‘예술제도’라는 시스템으로 통합되어 왔다. 이제 현대예술은 박물관과 미술관은 물론 공연예술 극장, 미술 및 예술단체, 공공지원체계 등 복합적인 매개활동 속에서 존립하게 되었다.<sup>8)</sup> 창작물의 분배와 유통경로가 이처럼 다양해졌다는 사실은 그만큼 문화의 향유와 수용의 기회 역시 확대되었다는 이야기이다. 게다가 오늘날 문화산업의 현실을 생각하면 더욱 더 거대해지고 비대해지는 상황이다.

흔히 ‘생산의 20세기’와 ‘경영 혹은 수용의 21세기’로 구분한다면, 예술 창작 및 문화 생산과 이에 대한 수용의 문제는 자의적으로 분리될 수 없음이 자명한 사실이다.

## 2) 산업적 측면에서의 전시회

비즈니스 마케팅(Business Marketing)과 관련하여 경영학 분야에서는 70년대 소비재 마케팅에 대한 관심이 팽배했다면 80년대는 투자재 마케팅, 90년대에는 서비스 마케팅에 대한 관심이 고조되고 있다. 서비스산업 중의 하나인 전시회는 행사의 기획과 조직, 실행이라는 수행능력 제공과정의 결과로서 전시회 주최자(기획업체)와 참가업체, 그리고 관람객은 전시회 개최라는 최종 결과물을 스스로 결정한다.<sup>9)</sup> 즉 참가업체와 관람객은 동시에 전시회 주최자의 고객이자 생산요소, 공동 생산자, 공동 파트너가 되고 있는 것이다.

전시회의 기능은 밀접한 목표고객의 유인효과를 크게 하여 만남의 장을 제공한다. 여기서 구매와 판매, 신상품 소개, 대대적인 홍보 역할 수행, 최신 정보 습득과 산업 추세 파악, 그리고 동종유사업계와의 상호 교류의 기능으로, 적은 비용으로 단시간에 광범위한 효과를 얻게

8) 박신의, “문화예술경영의 새로운 문화실천을 위하여”, <문화예술경영>, 생각의 나무, 2002, p.4.

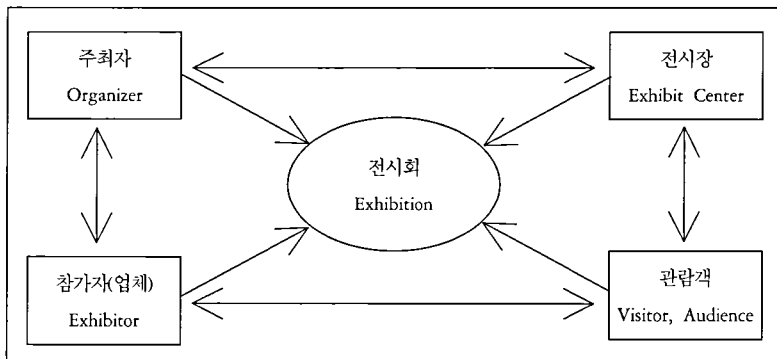
9) 신재기, “전시산업의 발전과 전략적 활용 방안에 관한 연구”, <창업정보학회지>, 2003, pp.128-135.

하는 것이다.<sup>10)</sup>

특히 산업전시회에서는 동종기업들이 비슷한 품목을 가지고 한 장소에서 전시하기 때문에 참관객의 입장에서는 다양한 업체의 기술과 상품 등을 비교하고 구매할 수 있는 기회가 주어지고, 참가업체 입장에서는 행사현장에서 수용자에게 제품에 대한 상세 정보를 제공, 실제적인 시연, 신제품·기술에 관한 반응 조사, 고객과의 커뮤니케이션을 이루고 전시회 이후의 마케팅 활동을 펼칠 수가 있기 때문에 전시기획과 마케팅 시스템이 필요한 것이다.

## 2. 전시 구성요소 및 전시회의 유형

전시회의 구성요소를 보면, 주최자, 참가자, 참관객, 전시장의 4가지 요소로 구성된다.



<그림 1> 전시회의 구성요소

주최자는 전시회를 기획하여 참가업체를 모으고, 전시진행을 맡아 전반적인 업무를 관리하는 등 전체적인 책임을 진다. 참가자는 작품이나 제품, 기술, 서비스를 가지고 전시회에 출품하는 기업이나 단체, 개인을 통칭한다. 관람객은 참관객이라고도 말하는데, 구매자와 무역업자, 관련 종사자, 연구자 그리고 일반인이나 학생 등 전시회에 찾아오는 모든 분류의 사람을 총칭적으로 일컫는다. 그리고 전시장은 위의 3가지 요소들 보다 비중은 적지만, 성격이 뚜렷한 박물관, 미술관, 전문전시장을 들 수 있고 호텔 또는 야외무대, 기타 행사장에서 이루어

10) 전언후, “전시회특성에 따른 국내기업의 전시회 선택에 관한 연구”, 한림대학교, p.14.

어지는데 전시 성격과 규모, 전시기간에 따라 상호 유동적이다. 전시회의 특징과 주제를 살려 전시회의 성격과 가장 잘 어울릴 수 있는 적합한 여건을 갖춘 전시장을 선택해야 하고 전시 수용 능력을 갖추고 있는지 여부와 밀접히 연관되어 있다.

전시 구성요소 간의 관계는 매우 복잡하고 민감하기 때문에 모든 당사자가 항상 새로운 가치를 만들어 내고 재구성하여 전시산업에 대한 발전적 방안을 모색하여야 한다.

특히 전시 주최자와 참가자는 공동 마케팅 파트너로서 주요 구성요소이며 이들의 목적과 성격에 의하여 전시회의 유형을 구분할 수 있다.

### 1) 전시 주최자와 참가자

전시 주최자는 전시기획 및 세부 계획을 수립하고 고객(참가업체, 관람객)의 욕구를 충족시키고 소기의 목표를 달성할 수 있도록 서비스를 제공한다. 여러 목표 집단에게 동시에 서비스를 제공하는데 참가업체 및 전문 참관객에게는 투자서비스로, 일반 관람객에는 소비서비스를 제공한다. 기획자는 다양한 고객의 요구에 따라 행사 공간, 전시 장비 확보, 설치 및 제반 여건, 그밖에 기타시설을 지속적으로 마련하고 개별화 시키는 것이 중요하다.

전시 참가자는 각 개인이나 기업마다 서로 다른 목표를 가지고 전시회에 참가한다. 작품 발표, 현장판매, 자사제품에 대한 관심 유발 및 인지도 제고, 기업이미지 제고, 현 고객이나 잠재고객과의 관계 유지 및 개선 등 다양한 참가 목표를 가진다. 참가자는 기획자와 상호 협력하여 당초 전시 참가의 목적을 정확히 설정하고, 전시 참가로 인한 만족도와 수출, 매출 증가에의 기여도를 추정해 보아야 할 것이다. 이들은 전시 이용권 수요자로서 전시작품을 설치하거나 전시부스를 꾸며야 한다.

### 2) 전시회의 유형

국내의 전시산업은 90년대 후반 들어 급속한 성장 추세에 있다. 미국의 전시 전문연구기관인 CEIR은 마케팅 지출 비용 중 점유율 증가, 참가자의 인식도 제고, 비용절감, 전시공간 확대 추세, 신기술의 도입 가능성을 들어 전시산업의 전망을 밝히고 있다.<sup>11)</sup>

세계화, 대형화를 통해 세계시장 점유율을 제고하려는 움직임이 활발하고 기업의 마케팅 성과 및 효율성 제고에 박차를 가하고 있다.

전시유형은 산업범주와 취급하는 품목의 특성, 전시 참가기업 및 참관객의 범위와 내용에

---

11) CEIR(Center for Exhibition Industry Research).

따라 크게 Trade Show, Consumer/Public Show, Combined/Mixed Show로 구분할 수 있다.<sup>12)</sup> Trade Show는 산업계 산업에서 많고, 참가자도 제조업체나 유통업체가 많다. 전문적인 주제를 다루므로 참관객의 양보다 질이 우선시 되고 세미나가 동시에 개최되는 경우가 많다. 이에 비해 Consumer/Public Show는 소비자 산업인 경우가 많으며, 소매업자나 최종 이용자를 접촉하려는 제조업자가 참가하는 경우가 대부분이며 일반인을 상대로 많은 수의 방문객을 유인 하려한다.

Combined/Mixed Show는 복합산업형 전시행사로 전국 또는 국제적 규모로 모든 관련 산업이 동참한다.

<표 1> 전시회의 유형

구분	Trade Show	Consumer/ Public Show	Combined/ Mixed Show
산업범주	산업계 단일산업형	소비재 산업	산업계, 소비자 복합산업형
참가업체	제조업체, 유통업체	소매업자, 직접 최종 이용자를 접촉하려는 업체	제조업체, 유통업체 부가산업계
참관객	최종이용자, 바이어	일반대중, 바이어, 관계자	전문가 및 일반인
입장제한	바이어나 초청 대상 입장	입장 제한 거의 없음	방문객 유형에 따라 차등
특성화	전문분야 세미나 개최	부가적 유인물 대체	성격과 규모에 따라 차별화

### III. 애니메이션 관련 전시 사례 분석

세계 각국에서 열리고 있는 애니메이션 페스티벌은 약 180여 개에 달하고 있고, 글로벌 경향에 맞추어 국제화, 대형화하려는 시도와 고유의 성격을 특화하려는 시도가 지속적으로 이루어지고 있다.

페스티벌은 예술성과 상업성이 조화된 영화제, 전시회 및 필름 견본시, 부대행사 등으로 개최되며 각국의 최신 애니메이션 제작경향과 신기술을 소개하고 세계시장 현황을 점검하는 정보교류의 기회를 제공한다. 또한 산업 활성화를 위한 국제교역, 프로모션 마케팅, 홍보활동이 활발히 이루어지고 있다. 최근 유럽권 페스티벌에서 중국, 한국 등 아시아권 작품 수용과

12) 전언후, Ibid., pp.14-17 참조하여 재구성, <표 2>.



수상 성과<sup>13)</sup>가 많아지고 있으며 한국에서 개최되는 국제 페스티벌에서도 해외 참가국의 수와 참가작품이 매년 증가하고 있는 추세이다.

## 1. 유형별 애니메이션 페스티벌

애니메이션 페스티벌은 전시회의 유형을 참조할 때 3가지 유형으로 설명할 수 있다. 즉 산업 위주의 Trade Show, 상업성을 배제한 페스티벌, 종합 축제 성격의 Combined/Mixed Show로 구분된다.

애니메이션 산업 위주의 Trade Show 유형은 작품과 기술발표 등을 통해서 전문적 상업 프로모션, 제품의 유통경로 개척, 투자, 합작, 기술, 고용 등을 협의하는데 역점을 두는 특징이 있다. 대표적인 사례로는 MIP-COM 등의 견본 시장을 들 수 있다. <표2> 참조

상업성을 배제한 페스티벌은 애니메이션 예술의 발전과 진흥, 작가들의 창작의욕을 고취시키는 목적으로 독립 애니메이션 공모전이나 예술적이고 실험적인 작품 위주로 영화제, 전시회, 워크숍 등으로 구성된다. Hiroshima International Animation Festival과 자그레브 World Festival of Animated Films 등이 대표적이다. <표 3> 참조

종합 축제 성격의 Combined/Mixed Show 유형은 예술성과 상업성의 조화를 꾀하며 애니메이션뿐만 아니라 관련 부가산업까지 다양하고 복합적인 행사로 구성된다. 행사내용이 다양할수록 영화제, 전시회, 필름마켓, 부대행사들과 특화 프로그램들이 개발되고 있다. Annecy International Animated Film Festival 과 Seoul International Cartoon and Animation Festival 등을 주요 사례로 들 수 있다. <표 4> 참조

### 1) 애니메이션 산업 위주의 Trade Show 유형

<표 2> 애니메이션 산업 위주의 주요 페스티벌

행사명	개최국	개최시기	특징
MIP-COM	프랑스		전문가를 위한 애니메이션 견본시
THE WORLD ANIMATION CELEBRATION	미국	매년 3월	애니메이션 전문가들을 위한 애니메이션 종합 이벤트 경쟁부문과 비경쟁 부문을 겸함
CARTOONS ON THE BAY	이탈리아	매년 4월	TV애니메이션을 위한 국제 페스티벌
THE BRADFORD	영국	매년 6월	아마추어, 전문, 상업/프로모션, 실험디지털, 어린이영화,

13) 2002년 한국 <마리 이야기> 장편 그랑프리, 2003년 일본 <아타마 야마> 단편 그랑프리, 2004년 한국 <오세암> 장편 그랑프리 수상.

ANIMATION FESTIVAL			어린이 TV시리즈 등 8개 부문 경쟁
TEHRAN INTERNATIONAL ANIMATION FESTIVAL	이란	격년 2월	전 세계 애니메이션 작가들의 아이디어 교환 및 기술적인 견해의 공유

## 2) 상업성을 배제한 페스티벌 유형

<표 3> 상업성을 배제한 주요 애니메이션 페스티벌

행사명	개최국	개최시기	특징
Hiroshima International Animation Festival	일본	격년 8월	장편·방송용 상업적 애니메이션은 철저히 배제한 채 독립 애니메이션만을 위한 국제 공모전
World Festival of Animated Films	자그레브	작수해 격년	상업적인 마켓은 배제되며, 국제공모전, 회고전, 강연회 및 컨퍼런스, 각종 전시회 등으로 구성
FANTOCHE INTERNATIONAL ANIMATION FILM FESTIVAL	스위스	격년	독특한 상상력과 실험적인 작품에 주목해온 혁신적인 페스티벌
CLERMONT-FERRAND SHORTS FESTIVAL	프랑스	매년 2월	애니메이션을 포함한 국내외 단편영화 공모전
KROK FESTIVAL	우크라이나	매년 8월	선상 개최의 애니메이션 페스티벌로 독특하고 실험적인 작품 선정
ODENSE INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	덴마크	매년 8월	45분 이내의 일반작품 및 실험작품 또는 공상적인 내용의 작품들이 경쟁
CARTOOMBRIA INTERNATIONAL ANIMATION EXHIBITION	이탈리아	매년 11-12월	국제 애니메이션 페스티벌에 경쟁부문 없음. 각종 회고전, 전람회, 워크샵, 시사회 등 종합적
INTERNATIONAL SHORTS FILM FESTIVAL OF VILA DO CONDO	포르투갈	매년 7월	뛰어난 소규모 단편영화 장려 및 보급
INTERNATIONALES TRICKFILM FESTIVAL STUTTGART	독일	3월	예술애니메이션을 위한 포럼형식의 페스티벌

## 3) 종합 축제 성격의 Combined/Mixed Show 유형

<표 4> 종합 축제 성격의 주요 애니메이션 페스티벌

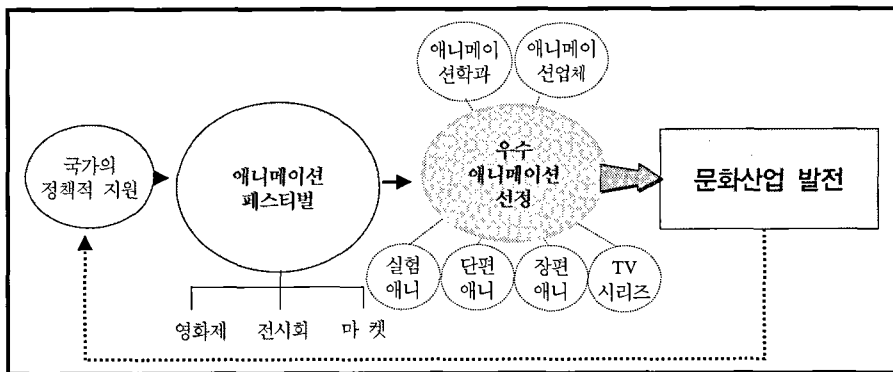
행사명	개최국	개최시기	특징
Anney International Animated Film Festival	프랑스	매년 6월	세계최대의 규모와 명성을 지니며, 영화제와 필름 건본시(MIFA)로 구성
Ottawa International Animation Festival	캐나다	작수해 격년	국제 공모전과 워크샵, 애니마켓, 무역박람회 독립 애니메이션 감독들의 작품 상영회로 구성
Seoul International Cartoon and Animation Festival	한국	매년 8월	영화제, 전시회, 특별행사, 심포지엄, 각종이벤트 프리마켓인 SICAF Project Promotion
BRUSSELS CARTOONS & ANIMATED FILM FESTIVAL	벨기에	매년 2월	국제경쟁대회. 애니사사회, 회고전, 전시회, 토론회 등

EDINBURGH INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	영국	매년 8월	장단편 및 애니메이션, 다큐멘터리 상영, 경쟁
SIGGRAPH	미국	매년 8월	컴퓨터 관련 국제적인 행사. 컴퓨터애니메이션, 디지털 영상 및 컴퓨터 기술 발표의 장
HOLLAND ANIMATION FILM FESTIVAL	네덜란드	격년 11월	CF, 뮤직비디오, 교육용, 캠페인 애니를 위한 경쟁부문, 독립 애니 상영 및 회고전

## 2. 국내 애니메이션 페스티벌과 전시행사

국내에서는 정부 정책적·경제적 지원을 받아 90년대 중반부터 애니메이션 페스티벌이 본격적으로 개최되기 시작했으며 해를 거듭할수록 그 규모가 커지는 경향이다.

페스티벌은 영화제와 전시회, 애니메이션 마켓, 부대행사, 특별이벤트 등의 행사를 통해 새로운 동향을 파악하고, 양질의 애니메이션 콘텐츠를 선정하며, 애니메이션 콘텐츠의 수·출입을 야기 시킨다. 또한 애니메이션 관련 학과는 신진 인력 배출 및 취업 정보를 교류하고, 참여기업은 판로를 개척한다. 이를 통한 애니메이션 문화정착과 산업진흥은 문화산업의 발전의 원동력이라 할 수 있다. <그림 3>



<그림 2> 애니메이션 페스티벌 개념도

주요 페스티벌로는 서울 국제만화애니메이션 페스티벌(SICAF), 부천 국제대학애니메이션 페스티벌(PISAF), 동아·LG 만화 게임 페스티벌, 춘천 국제 애니타운 페스티벌 등이 있다.

SICAF 전시행사는 크게 기획전시와 기업전시로 구성되는데 매회 주제에 부합되는 다양

한 전시가 열리고, 해외 전시 강화와 관람객 참여를 유도한다.<sup>14)</sup>

PISAF 2003 전시행사의 경우, 학생중심의 페스티벌답게 관련학과에서 설치한 대학관, 입시정보관, 국제교수작품관, 취업정보관이 대다수를 차지하고 업체전시관이 마련된다.<sup>15)</sup>

그리고 전시행사 경우 광주비엔날레, 미디어시티 등 국제전 규모의 미술행사에서도 색선 별로 애니메이션 전시가 개최된다. 또한 서울시, 부천시, 춘천시 등 지방자치단체 지원시설<sup>16)</sup> 이 건립되면서 연중 상설전시 및 기획전시, 특별전시, 대관전시가 진행되고 기타 전시시설에서 개최되는 애니메이션 전시회 개최도 많아지면서 애니메이션 문화에 대한 확산과 저변확대를 넓히는 효과를 가져왔다.

### 1) 국내 주요 애니메이션 페스티벌 전시행사 특징

행사명	개최장소	개최시기	전시행사 특징
서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌 (SICAF)	COEX	매년 8월경	관람객의 상상력을 자극하고 새로운 만화·애니메이션의 즐거움 체험을 유도하며, 특별전을 통해 회귀 콘텐츠를 선보인다.
부천 국제대학 애니메이션 페스티벌 (PISAF)	복사골문화센터	매년 11~12월경	아방가르드를 지향하는 스터디 개념을 중심으로 하는 전시. 창의적인 학생작품을 중심으로 작품교류 및 학술 교류를 시도한다.
동아-LG 국제만화 페스티벌(DIFECA)	일민미술관 등	매년 7~8월경	인재를 발굴하여 창작활동을 지원할 목적으로 하는 공모전 출판만화, 캐릭터, 카툰, 애니메이션 해외의 만화를 소개
춘천 국제 애니타운 페스티벌(CAF)	춘천애니타운	매년 9~11월경	CAF에서 초청하는 작가·제작사 작품 전시 제작과정 및 기법전시(스토리보드, 레이아웃 등) CAF 공모전 작품 아마추어 애니메이터들의 순수창작 작품 전시.

### 2) 애니메이션 박물관 및 전시실을 중심으로 한 전시

기관명	전시명	전시 성격	전시 특징
서울 애니메이션 센터	·2003 우수기획전시공모 당선작 전시 외 ·캐나다애니 특별전 / 브라질애니 특별전 외 ·한국시사만화작가 초대전 외 ·장우룡 <알라모> 출판기념 전시회 외	기획전 특별전 초대전 대관전	다양하고 폭넓은 만화·애니메이션 콘텐츠 전시
한국만화박물관	길창덕 만화세계 50년 <꺼병이>展 웹툰예찬 체험관	자료관 전시관 체험관	만화 위주의 다양한 장르 및 종류를 전시
애니메이션 박물관	·애니메이션의 별을 보다	기획전	애니메이션 소장 사료 전시

14) SICAF2004 기획전시(Toon Park 2004): 5개(어린이·가족 / 만화·애니 / 인터내셔널 / 디지털·게임 / 스페셜)의 Zone으로 구성된 테마파트 전시관 구현, 기획부스 22개, 대학부스 25개, 기업부스 38개.

서울 국제만화애니메이션 페스티벌 2004 도록, <http://www.sicaf.or.kr>, 참조할 것.

15) 부천 국제대학애니메이션 페스티벌 2003, 도록, <http://www.pisaf.or.kr> 참조할 것.

16) 서울시(서울애니메이션센터), 부천시(한국만화박물관), 춘천시(애니메이션 박물관).

	·홍길동, 그리운 얼굴		
--	--------------	--	--

### 3) 기타 전시시설을 활용한 전시

행사명	개최장소	전시행사 특징
서울 국제 애니메이션 페스티벌 (SIAF)	새종문화회관	애니메이션에 대한 이해와 확산 이해-체험-감동을 구현 / 인터랙티브 애니메이션
광주 비엔날레	광주비엔날레 전시장	설정된 전시주제에 따라 각 영역별 큐레이터 영상예술 비중이 많음
미디어시티	시립미술관 등	미디어 아트 및 디지털 애니메이션 전시

이상과 같이 국제 규모의 페스티벌이 회를 거듭하고 있음에도 불구하고 개성 없는 페스티벌, 영화제 운영에 대한 인식 부족, 타깃의 불명확성, 전시행사의 지나친 상업성, 애니메이션에 대한 관객들의 편중된 시각으로 지적<sup>17)</sup>되기도 한다.

국내 애니메이션 전시회를 분석한 결과 드러나는 문제점은 첫째, 국내외 애니메이션 작가 혹은 프로덕션 관계자들이 서로 아이디어를 나누고 최근의 경향과 정보를 교류하는 실질적인 만남의 장으로서의 역할이 부족하다는 것이다. 이는 전문성이 부족하고 국제적 행사로서 국외 참가자나 관객 유치에 위한 문화, 관광 인프라가 부족한 점이기도 하다.

둘째, 참가업체의 지나친 이윤 추구와 상업행위는 상당한 역기능을 초래하고 심각한 문제로 인식된다는 점이다. 신작 및 신기술, 새로운 소프트웨어 등의 홍보를 위한 필름 마켓의 기능을 수행하는 것이 아니라 일반인을 대상으로 참가사의 개발 제품이나 상품을 직접 사고파는 현장판매의 시장으로 활용되고 있다.

셋째, 각 행사별 차별화가 없고 축적된 노하우를 찾아볼 수 없다는 점이다. 전시 수용자(관람객)들은 더 많은 ‘볼 거리’를 요구하고 스펙터클한 체험을 원하지만 기대에 부응하지 못하고 있는 실정이다.

넷째, 대부분의 행사가 공공부문의 의사결정과 자원 제약 속에서 이루어지고, 전시기획자가 참가자를 제대로 컨트롤하지 못해 방만한 양태로 드러나는 점이다.

따라서 이러한 문제점을 극복하기 위해서 체제개선과 진보계획이 필요하고, ‘전시시스템’을 체계화 시키는 연구가 필요하다. 변화의 가능성을 적극적으로 촉진하고 점진적 접근방법

17) 김세훈, “국내의 애니메이션 페스티벌의 현황 및 발전방안에 대한 연구”, <만화애니메이션 연구>, 2001, pp.292-295 참조

을 추구해야 하는 것이기 때문이다.

## IV. ‘전시시스템’을 적용한 전시 모델

### 1. ‘전시시스템’의 체계

애니메이션 분야에서 애니메이션 페스티벌에 대한 연구 동향을 살펴보면 영화제에 대한 인식이 높아지고 있지만 애니메이션 전시회에 대한 연구는 미진한 실정이다.

앞서 살핀 애니메이션 국내 페스티벌의 전시행사가 지극히 상업주의적 경향으로 몰아쳐 지는 것은 문화예술 측면과 전시산업적 측면이 혼용되어, 산만하고 전시시스템의 부재현상에 기인하는 것으로 볼 수 있다.

따라서 복잡계 상황의 애니메이션의 혼성적 성질을 감안한다면 애니메이션 전시회를 위한 ‘전시시스템’에 대한 체계화가 선행되어야 할 것이다.

개개의 요소가 어떤 역할과 관계하고 있고, 요소들 사이에 서로를 제약하는 관계성이 있기 때문에 요소의 집합이 하나의 통일적인 전체를 구성할 때, 이 집합을 시스템이라고 부른다. 시스템은 개개 요소의 움직임이나 요소간의 관계에 의해서 개별적인 요소에는 존재하지 않았던 새로운 성질을 갖게 되는데 이것이 ‘창발(創發)’현상이다.<sup>18)</sup>

베르탈란피<sup>19)</sup>에 의하면 시스템을 구성하는 요소들이 ‘유기적 구상(organization)’이라는 독특한 네트워크 관계를 형성하게 되고, 요소의 총합으로 환원될 수 없는 다중적인 새로운 질서라는 것이다. 이 같이 애니메이션 전시를 위해 다중적으로 설정된 관계를 해명하는 방향으로 ‘새로운 질서’의 모색으로 ‘전시시스템’의 체계를 논의하고자 하는 것이다.

연구자가 제안하는 ‘전시시스템’이란 전시기획, 추진조직, 전시연출, 합리적 운영방안 등으로 요약될 수 있고 애니메이션 문화의 질적 향상과 산업 활성화를 위해 특히 전시 주최자의 기획력과 추진조직 중 큐레이터의 역할에 주목하여 살펴보기로 한다.

18) 빌리스 듀스, “베르탈란피 시스템론”, <현대사상>, 남도현 역, 개마고원, 2003, p.291.

19) Ludwig von Bertalanffy(독일의 생물학자, 1902-1072)가 여러 학문분야를 통합할 수 있는 공통적인 사고와 연구의 틀을 찾으려는 노력 끝에 발표한 시스템론은 <시스템학>(박창근 저, 범양사, 1997)을 참조할 것.

## 1) 전시 기획 및 수립 요구 사항

문화산업을 바탕으로 각 예술 장르와 산업 영역별로 문화기획은 통합적이고 공통적인 양상을 드러낸다. 문화기획의 개념과 지식 체계는 TCC(theme-concept-contents)의 원리, 즉 테마, 컨셉, 콘텐츠라는 세 가지의 사고요소에 따라 의사소통한다.<sup>20)</sup>

일반적으로 기획은 그 자체로 체계적이면서도 적극적인, 새로운 생각의 틀이다. 기획은 전략적인 사업목표와 취지, 목적을 분명히 구분하고 실질적인 기대효과를 파악하여 창의적인 프로젝트를 지향하는 특징을 가지고 있다

기획은 “무엇을 하려고 하는가?”를 근간으로 하는 발상을 중시하는 데 비해, 계획은 “어떠한 방법으로 하는가?”라는 절차에 중점을 둘 수 있지만 기획이 의미하는 과정(process)과 방법(methodology)은 물론, 기획의 결과로서 산출물(products)까지를 포함한 일련의 활동으로 보아야 할 것이다.<sup>21)</sup>

전시기획의 주요 핵심은 첫째 컨셉이다. 창의적인 아이디어에서 출발한 발상을 바탕으로 한 조사와 연구, 과학적 분석의 산물로서 분산적인 아이디어 보다 하나의 핵심으로 환원하고 축소하는 과정에서 컨셉을 도출한다. 도출된 컨셉을 바탕으로 구체적 목표를 설정하고 기본 방향을 수립한다. 둘째, 전시 공정관리에 대한 관심이다. 이는 작가 또는 작품, 참가업체 섭외를 비롯한 예산 관리, 의사소통과 네트워킹, 추진조직 구성 및 업무분장, 전시설치 및 철수, 홍보 등 재화, 인력, 정보가 움직이는 흐름도를 관장한다. 셋째, 기획은 합리성이 핵심이다. 융통성 있고 적절한 코디네이팅으로 효율적 운영방안을 촉진하고 운영계획을 수립하여 양질의 결과, 즉 산출물의 성과를 목표로 한다.

## 2) 추진조직 구성

‘전시시스템’을 이루는 가장 중요한 관건 중 하나는 추진조직 구성이다. 조직이란 공통의 목적을 달성하기 위하여 여러 구성원이 모여 있으며, 공동의 목적을 달성하기 위하여 의도적으로 체계화된 구조화에서 구성원들은 서로 협력하고 상호작용을 하고 있는 사회집단이다. 조직은 서로 상충되는 다양한 목적을 가질 수도 있으며, 조직 전체의 목적은 구성원 개개인의 목적과 다를 수도 있다. 그리고 각 구성원이 수행하는 업무와 이에 따른 권한과 책임이 주어

---

20) 안이영노, “문화기획, 새로운 사고의 출현”, <문화예술경영 이론과 실제>, 생각의 나무, 2002, pp.332-337.

21) 정환용, <계획이론>, 박영사, 2001, p.5.

져 있고, 환경과 지속적으로 상호작용하고, 환경의 변화에 적응함으로써 생존하고 있다.

조직구조의 특징을 살펴보면 조직 구성원은 계층적으로 체계화되어 있고 각 업무는 전문화·분업화되어 있는 복잡성(complexity)을 띄게 된다. 또한 여러 가지 상황을 다루기 위한 의사결정이 프로그램화되어 있는 정도와 조직의 활동의 공식과 절차가 존재하는 것이 공식화(formalization)이다.

특히 민간주도이기는 하나 예산과 행정지원을 지자체에 대부분 의존하고 있는 국내 대규모 페스티벌 경우에는 민관협력체제를 효과적으로 안착시키고 해를 거듭할수록 상시 추진조직의 역할을 강화함으로써 재정 자립도 강구와 행사 경험의 노하우 축적으로 전문 기획 인력 및 전시인력 구축하려는 노력이 필요하다. 단위 프로젝트 전시일 경우에도 핵심 추진조직의 업무와 프로세스를 명확히 분석하여 조직을 운영하는 것은 효율성을 높이는데 매우 큰 역할을 하기 때문이다.

<표 5>, <표 6>에서 보듯이 지자체의 의존도가 높은 국내 주요 페스티벌인 경우 각 위원회의 역할이 모호하고, 사업국과 사무국의 분리, 기획연출과 사무행정의 분리의 형태가 나타난다. SICAF의 경우 총감독은 커미셔너로서의 전권을 가지고 사업국의 전시팀과 큐레이터를 섭입을 보장한 외부 영입 인력으로 전시가 진행된다. PISAF의 경우도 상시 전문 인력이 미비한 상태로 전시준비가 이루어지고 있는 실정이다.

전시회에 필요한 핵심 구성원의 역할은 다음과 같다.

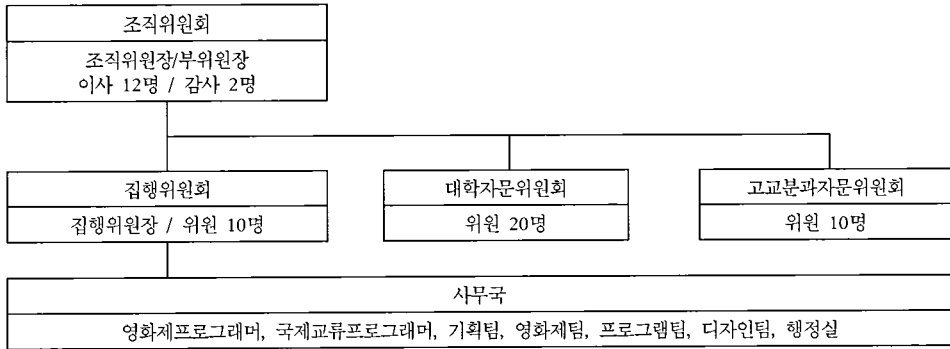
- 기획 총책임자: 주최기관의 장이 역할을 담당한다.
- 총감독: 국제·지역축제, 대규모 문화행사에서 연출과 동일시되는 아트디렉터의 역할, 전시총감독, 예술감독이라고도 한다. 커미셔너<sup>22)</sup>로서의 전권을 집중시키고 실행과정의 결정권을 갖는다.

---

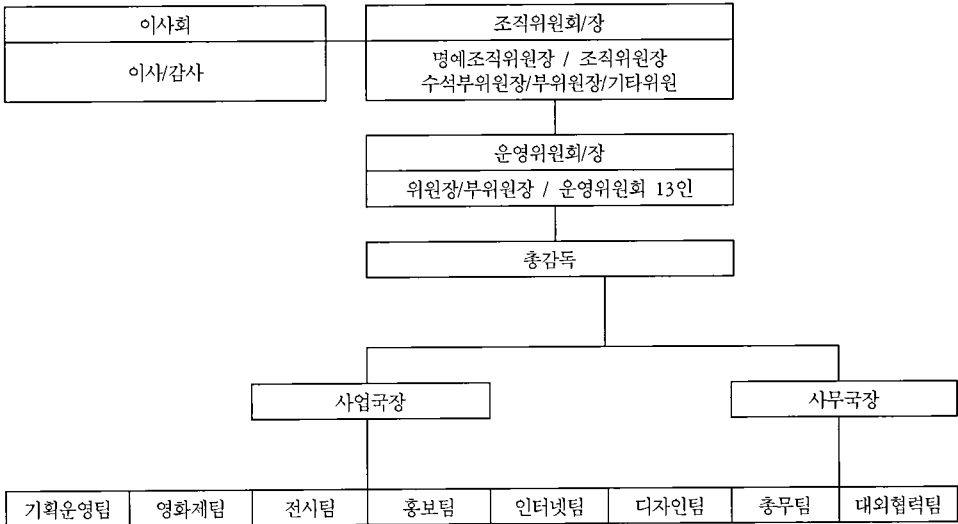
22) 커미셔너란 총감독과 더불어 권역별 주제별 전시 분담을 책임지고 수행하는 역할이며 일반적으로 대규모 국제행사시 구성된다. 이것은 전시 영역별 위계를 없애고 자율성 및 독립성 확보의 장점이 있다. 3회까지의 광주비엔날레가 권역별 커미셔너제로 구성되었다.



<표 5> SICAF 조직도 2004



<표 6> PISAF 조직도 2003



- 큐레이터: 미술전문인으로서 박물관이나 미술관 등의 관리, 전시 작품을 수집하고 보존하는 역할에서 예술의 장르가 세분화되고 문화산업의 복합적인 구조로 인해 그 범위가 상당히 넓어지고 있다. 특히 전문 애니메이션 기관에서는 꼭 필요한 인력이고, 애니메이션에 관한 전문성이 확보된 독립큐레이터도 요구된다.
- 프로그래머: 영화제나 행사프로그램을 설계하고, 영화제일 경우 초청상영, 경쟁부문, 비경쟁부문에 따른 작품을 수급하고 상영작의 선택과 여러 측면을 전문화하여 섹션별 프로그래밍 한다.
- 코디네이터: 대내외 업무 역할 간 네트워킹을 담당한다. 커뮤니케이션 기술로 융화구축,

협상, 메시지 전달 능력을 포함한다.

- 작품설명인(도슨트): 관람객에게 작품설명 등 안내자 역할, 특히 도우미 형식이 아닌 안내자의 전문성이 필요하고 산업전시 경우 바이어 역할까지도 담당한다.
- 전시담당 매니저: 전시관리를 총괄한다.
- 운영인력: 관람객에게 최선의 서비스를 제공하고 질서유지, 작품관리, 시설관리, 청소관리, 설치·철거 등 담당 업무를 수행한다.

이상과 같은 구성 요소를 중심으로 필요에 따라 전시회의 성격(특이성, 시장성 및 기술성), 규모, 예산 등 외부 환경의 요구에 맞도록 추진조직 구성이 설계되어야 한다.

상황에 따라 조직구조를 달리할 뿐 아니라 리더십 행위, 관리제도, 커뮤니케이션 방식을 달리해야 하겠지만 애니메이션 전시회를 개방된 관점에서 외부와의 관계를 강조한다면 특히 큐레이터 역할에 주목할 수 있고, 구체적인 언급이 필요하다.

큐레이터란 직종이 국내에 도입된 지 10여 년이 지났지만 아직까지도 그 개념이 불분명한 상태이다. 90년대 들어 국제미술계에서 미술관 기획전시와 대규모 국제전들이 급증했고, 미술계의 관심은 전시를 기획하는 큐레이터에게 집중되기 시작했다. 하지만 큐레이터는 미술관 역사만큼 오래 전부터 존재했던 직업이며, 이들의 역할은 오늘날 못지않게 과거에도 중요했었다.

큐레이터의 임무와 역할은 박물관과 미술관이 탄생되면서부터 구체적으로 규정되었는데 고대 그리스 로마 시대에는 ‘신들의 이미지를 조심스럽게 다루고 보존’하던 큐레이터가 18세기 말 뮤지엄의 건립과 함께 ‘국가의 사명을 띠고 문화유산을 수집하고 보존하며 선조들이 남겨놓은 최고의 걸작품들을 전시를 통하여 대중에게 전달하며 자국의 문화적 위상을 빛내는’ 구체적 임무를 수행하게 되었다.<sup>23)</sup> 오늘날 미술관의 임무와 기능이 확장되고 큐레이터는 전통적 개념의 역할뿐만 아니라 동시대 미술의 흐름을 반영하고 그 가치를 생산하며 인정하는 막중한 임무까지 맞게 되었다. 큐레이터는 동시대 작가들 작업의 변화를 주시하고 그 작업들 가운데 의미 있다고 판단되는 작품들을 전시하고, 관람객들은 이러한 전시를 통해 작품을 이해하고 미학적 가치를 확인하는 기회가 되었다.

---

23) 김성원, “현대미술과 큐레이터”, <문화예술경영>, 생각의 나무, 2002, pp.65-80.

또한 큐레이터는 작품을 어떠한 방식으로 전시할 것인가, 기존의 상설전시 방식에서 벗어나 조금 더 새로운 방향을 제시할 수는 없을까 등 끊임없는 질문과 연구를 통해 새로운 방법을 모색하며 미술관 전시 프로그램을 만들어 가는 주체로서 단순한 전시 기획자로서가 아니라 오케스트라의 지휘자 또는 영화감독과 같은 조직력과 기획력 그리고 창조성을 갖고 거대한 집단을 지휘하는 위상을 갖게 되었다.<sup>24)</sup>

큐레이터의 역할은 90년대 글로벌리즘의 영향과 그에 따른 경계의 개념에 대한 변화, 타문화 수용, 네트워크 개념의 등장, 그리고 기하급수적으로 증가한 국제 비엔날레들을 통해 국제 미술교류에 기여하고 있다. 특히 20세기 독립 큐레이터의 등장은 매우 다양하고 복잡적이며 유동적 역할과 성격을 지니며 큐레이터와 현장 비평가의 역할을 구분하지 않으며, 동시대 작가들이 제안하는 프로젝트의 가치를 평가하고 알리며 이들의 작업 경향에 이론적 백그라운드를 제시하기도 한다. 아이디어의 구상에서 작가선정, 섭외, 홍보, 디스플레이, 오프닝 행사까지를 총체적으로 책임을 진다. 더불어 관람객들에게 작품을 설명하거나 전시강좌를 개최하는 등의 교육프로그램도 큐레이터들의 몫이다. 나아가 신인작가를 발굴, 작품을 판매하는 역할도 담당한다.

큐레이터는 전시장과 작품을 조화시켜 제대로 돌아가게 만드는 총괄적인 운영자라고 할 수 있다. 하나의 ‘전시’가 탄생하기 위해서는 큐레이터의 손길이 미치지 않는 부분이 없을 정도이다.

애니메이션 전시는 복잡계의 예술제도와 문화산업 양자 사이에서 영향을 주고받고 있다. 따라서 미술계의 큐레이터 역할을 차용하더라도 큐레이터의 역할이 반드시 필요하다. 그것은 전통적인 미술계 제도를 따른다거나 경로의 변형 차원이 아니라 종합화(integration)된 사회의 다양한 층위들(예술, 과학, 엔터테인먼트, 테크놀로지 등)을 계속해서 껴안아 오면서 개방화된 문화산업의 큐레이팅을 추진해야 할 때라는 의미이기 때문이다. 이는 21세기 화두에 오른 문화예술경영의 전문화가 병행되어야 한다는 것이기도 하다.

### 3) 전시연출

‘전시시스템’의 체계에서 전시연출이란 전시 공간 활용 방향을 정립하고, 전시 방향에 부

---

24) Nathalie Heinich & M. Pollak, *Invention d' une position singuliere*, in *Etude sociologique*, 앞의 책, p.72 재인용.

합되도록 활용 방안을 도출하여 이를 구체화하고 공간적 구성을 검토하는 것이다. 전체의 일관된 컨셉은 전시 영역별, 그리고 핵심 아이টে에 적합하도록 하고, 전체의 조화 및 시설 간 동선 편의성을 제고하여 공간적 구성을 유기적이고 입체적으로 설계·시뮬레이션 하는 것이 전시연출이다. 기획자의 의도에 따라 전시를 수동적으로 감상하는 일반적 전시형태와는 달리 생동감과 활력 있는 전시로 만들기 위해서는 작품을 설치하는 구성방식과 전시부스의 건축적 입체공간에 대한 다각도의 공간연출이 필요하다. 이는 관람객을 배려한 쾌적하고 자유로운 관람 효과를 줄 수 있다.

전시의 특성화·차별화 이미지를 강화하고 공간 연계 방안을 적극적으로 강구하며 이에 부합하는 적절한 디스플레이, 디자인 계획을 세운다. 또한, 전시연출의 세부계획을 수립하고 연출 시나리오를 구성, 전시기법을 개발, 전시 매체와 구현 기술에 대한 구체적인 실행 계획을 수립하여야 한다.

아울러 전야제, 개·폐막식 등 의식행사와 이벤트, 학술행사와 같은 부대행사 계획을 수립하여야 한다.

#### 4) 합리적 운영 방안

전시 운영에 관한 사항은 조직 구성원 대내외적 방안, 관람객 서비스 방안, 전시시설 관리 방안으로 구분할 수 있다. 첫째, 행사 진행부와 유기적 협조체제를 유지하여 효율적인 운영을 도모한다.

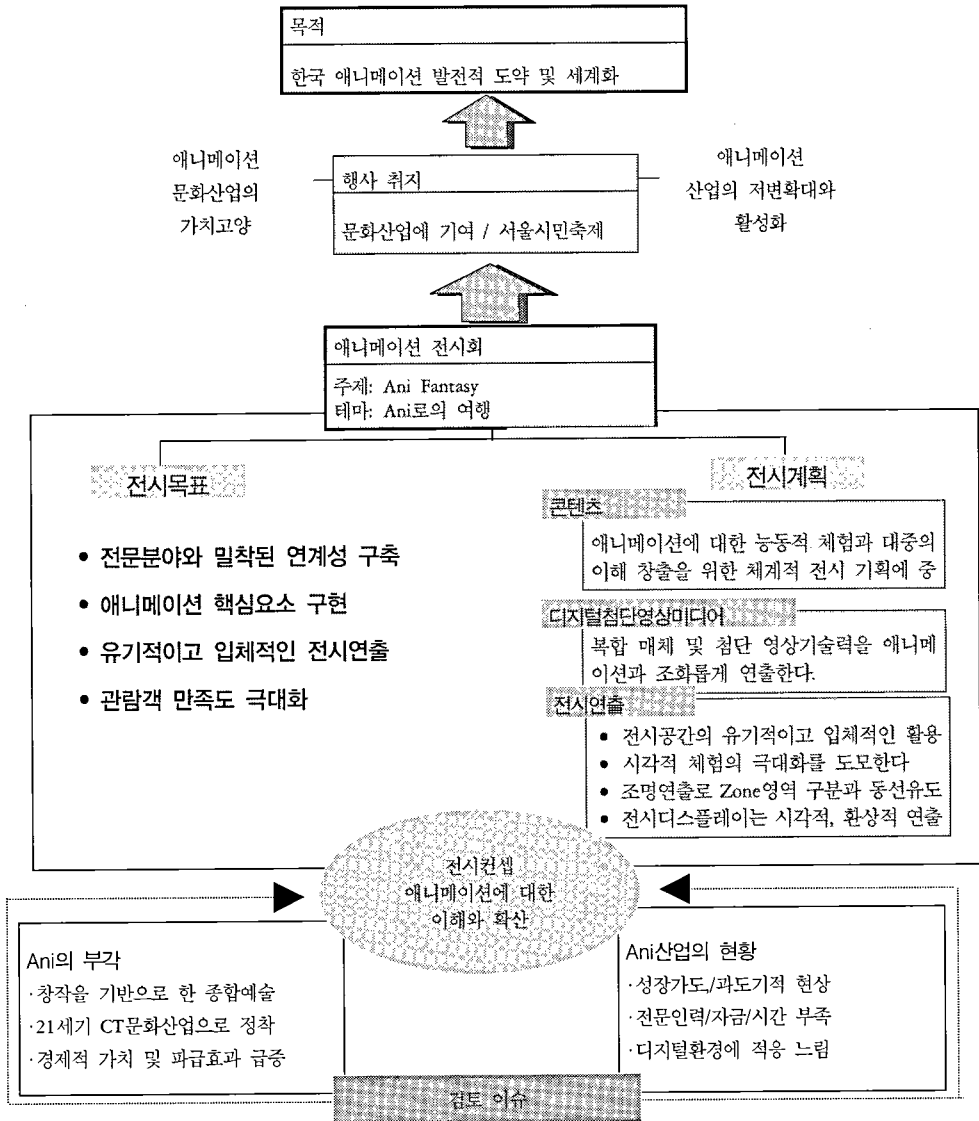
둘째, 관람객에게 최선의 서비스를 One-Stop으로 제공하며 작품 설명과 안내 서비스, 관람객의 입·퇴장을 관리한다. 전시작품과 관람객의 효율적 소통을 위한 노력과 관람객 서비스 극대화에 주목한다.

셋째, 전시물의 설치와 철거, 전시장 운영 시스템 전반과 전시기간 중 시설의 유지보수 방안을 수립하고 쾌적한 전시장 분위기를 조성하기 위하여 청결 대책을 마련 한다. 전시물과 작품 상태 점검을 위한 관리 기록을 유지한다. 그리고 주·야간 경비 및 보안대책을 마련하여 안전사고를 예방한다.

기타 사이버 전시 개최를 통해 한시적 기간 동안 개최되는 전시회를 On-line 상에서 연중 수시로 관람할 수 있도록 하여 홍보 및 사후 마케팅 효과를 극대화한다.

## 2. 애니메이션 전시의 대안적 모델링

애니메이션 전시의 대안적 모델링을 제안하기 위하여 연구자가 기획한 전시 모델 사례<sup>25)</sup>를 중심으로 단위 전시 프로젝트를 제시하고자 한다.



25) 미디어시티 서울국제애니메이션페스티벌2002(SIAF) 도록을 참조할 것.

## 1) 제안 방식의 검토

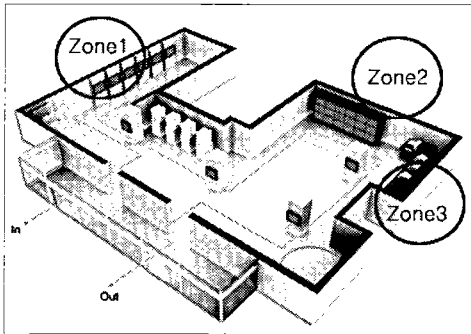
전시기획에 앞서 전시 성격 규정과 기본 방향 설정에 필요한 현황분석과 내·외부 환경요인에서 검토되는 이슈를 도출한다.

<표 7> 전시기획 검토 이슈

현황분석	내·외부 환경요인	검토 이슈
성장추이 분석	산업 전망	• 전시는 어떤 영향을 미칠 것 인가?
중점이슈 분석	전시 경향	• 환경변화를 고려할 때 전시방향은 어떻게 되어야 하는가?
공간실태 분석	유희시설의 공간활용도	• 전시 방향에 맞는 공간적 대응방안은 무엇인가?
SWOT 분석	추진 조직구성	• 주최측 및 추진 구성원의 특징점은 무엇인가?
특장점 분석	Concept 부합	• 전시의 차별화 방안은 무엇인가?
제공가치 분석	세계시장 추이	• 주최자 및 참가자 각각의 목표에 부합하는가?
타깃과 집객력 분석	주5일 근무에 따른 여가 수요의 증가	• 관람객의 타깃이 구체적이고 관람객 유치에 유리한 점은?
운영지침 분석	운영인력 자질	• 서비스 방안은 타당한가?

## 2) ‘전시시스템’을 적용한 애니메이션전시 모델링 사례

### (1) 전시기획



<그림 3> 테마별 설치계획도



<그림 4> 전시 참여 캐릭터

서울시민축제로서 애니메이션 문화산업의 가치 고양과 애니메이션 산업의 저변확대와 활성화라는 전체 행사의 취지를 전제로, 다각적인 검토 이슈 문제 해결 과정에서 <이해와 확산-우리 함께 Ani together>이라는 컨셉을 설정하여 만남의 호기심(이해), 참여하는 즐거움(체험), 느끼는 감동(감동)의 차별화를 위해 주제 및 세부테마를 설정한다. 그리고 테마별 전시

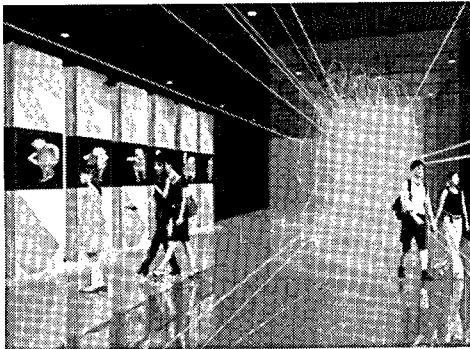
영역을 구획 지어 영역간의 상관성과 특화 전략을 수립한다. <그림 3>

## (2) 추진조직 구성

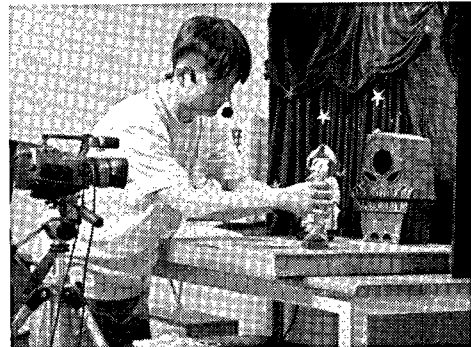
단위 프로젝트의 추진조직은 구성원 간의 공통된 지향 점을 구체화하여 유대감을 형성하고 면밀한 업무분장이 필요하다. 전시 스텝과 참가자들의 축적된 노하우와 보유기술을 적극 활용할 수 있어야 한다. 추진 과정에 있어 영역별 디렉터를 구성하여 진행하고 큐레이팅 과정에서는 기존의 작품을 선정하는 것이 아니라 참가자의 작품을 기획 내용에 따라 새롭게 제작하는 방식이어서 참여업체 섭외 및 전시 내용 제작에 따른 협의, 조율 과정이 필요했다. <그림 4>

## (3) 전시연출

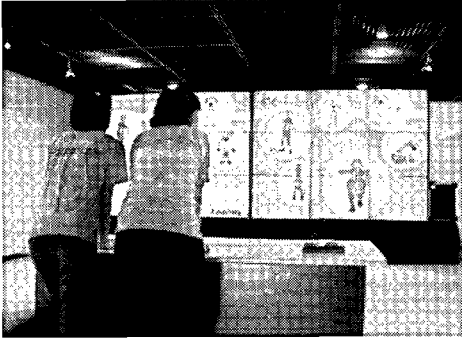
전시연출을 위한 세부계획 수립은 테마별 전시연출 시나리오를 작성하고 전시 방식, 전시 매체, 구현 기술 등을 참가자들과 사전 조율하여 공간 규모에 맞춰 구체적인 도면 설계, 시스템 구성도, 설치 예상도를 시뮬레이션 한다. 연출의 기본 방향은 주제 부각에 중점을 두고 전시공간의 유기적이고 입체적 활용, 전시디스플레이, 조명연출, 매체연출 등을 고려하여 조화를 유지해야 한다. 또한 창의적이고 신선한 전시기법 개발에 주력해야 한다.



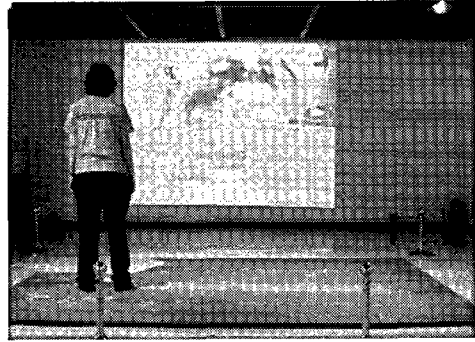
<그림 5> 이해의 Zone 설치 시뮬레이션



<그림 6> 체험 Zone 시연장면



<그림 7> 감동 Zone <캐릭터 퍼포먼스>



<그림 8> 인터랙티브 애니메이션

제시한 사례인 경우 레이저 디스플레이 작품의 중첩된 이미지를 위하여 망사스크란을 여러 겹 설치하거나 멀티윈도우프로세서 송출 및 제어 기술을 이용하여 참가작품의 캐릭터들이 함께 여행을 떠나는 장면을 연출하였다. <그림 6>

제작과정을 시연하고 관람객의 참여를 유도하는 인터랙티브 기능을 강화하기 위해 움직임 감지 센서 데이터처리 기술과 화상카메라 입력 실시간 트래킹 기술을 사용하여 감동을 배가시킬 수 있는 몰입형 전시기법을 활용하였다. <그림 7, 8, 9>

#### (4) 운영방안 수립

합리적 운영을 위해 고려할 사항은 프로젝트 관리방안, 관리체계를 위한 업무 협의체, 업무 공정에 따른 일정계획, 예산 계획, 전시장 운영 계획 등을 수립하여야 한다.

관람객 서비스를 위해 현장 체험 공간 관리 인력과 제작 스태프로 작품 설명인을 배치하기도 하였다.

## V. 결론

애니메이션은 문화 예술적 가치뿐만 아니라 산업의 확장과 기술의 변화와 맞물려 끊임없이 상호 발전하고 생성해가는 분야이다. 물론 이것은 기존의 것과 단절이 아니라 그것들을 끌어들이고 확장해가면서 완숙을 향한 단계로 나아가고 있다고 해야 할 것이다. 복합예술이자 문화산업의 통합적 마케팅 수단으로서의 전시회의 역할을 제고시켜 나가기 위해서는 애니메



이선 전시회의 전문화를 조속히 촉진시켜야 한다.

본 연구는 애니메이션 전문 전시회로 거듭나기 위해서는 기본적인 인프라를 제대로 갖춰야 함은 물론이고 전시기획과 방향을 설정하기 위해서 추진조직의 체제가 개편되어야 한다는 점을 인식하고 논의를 시작하였다. 애니메이션이 기존의 고급예술과 대중예술의 구분을 초월해 새로운 입지를 확보하고 문화적 깊이를 추구하기도 하며 산업적 성공을 거두기 위해서는 기존의 문제점을 극복할 수 있는 대안방안을 강구하는 노력이 필요하다. 전시 주최자는 물론 참가자와 관람객의 서로 상충되는 다양한 목적을 고려하여 보다 발전적 성과를 지향하는 아이디어와 집중력이 필요하다는 것이다.

여기서 전시시스템에 대한 체계화가 선행되어야 한다는 가정 하에 시스템론을 들어 다중적인 새로운 질서를 언급하고 전시기획, 추진조직, 전시연출, 합리적 운영 방안으로 요약되는 ‘전시시스템’을 연구하였다. 결과적으로 애니메이션 문화의 질적 향상과 산업 활성화를 위해서 계획이론에 입각한 창조적 견해와 기획력의 보완뿐만 아니라 문화 예술과 경영마인드, 그 생산적 만남을 위한 문화예술경영의 전문화가 병행되어야 한다는 것을 주장하였다. 또한 애니메이션 전문 큐레이터 체제가 필요함을 주목한 이유는 문화적 위상과 미학적 가치 정립, 애니메이션 산업의 가치 판단에 대한 역할이기 때문이다.

현대사회와 조직체계의 복잡화, 그리고 애니메이션산업의 복잡성으로 말미암아 전시회에 거는 기대와 욕구 그리고 그 경향도 더욱 복잡해질 것이 확실하다. 따라서 애니메이션의 문화 예술적 측면과 산업적 측면을 이해하고 전시회의 성과를 올리기 위한 ‘전시시스템’ 연구의 중요성은 더욱 커질 것으로 기대된다. 애니메이션 전시회는 작품을 홍보하고 마케팅 활동을 하는 최전선인 동시에 작품을 이해하고 미학적 가치를 확인하는 기회의 장이기 때문이다.

애니메이션이 문화와 산업, 예술과 테크놀로지의 산물이라는 점을 감안한다면 애니메이션 전문 전시회로 거듭남으로써 발전 가능성이나 중요성은 결코 간과되지 않을 것이다.

## 참고문헌

- 데이비드 던, 전승보 역, <미술관 전시, 이론에서 실천까지>(학고재, 1998).
- Lex Donaldson, 김남현 역, <조직의 상황적합 이론>(경문사, 2003).
- 박신의 외, <문화예술경영 이론과 실제>(생각의 나무, 2002).
- 박창근, <시스템학>(범양사, 1997).
- 발리스 듀스, 남도현 역, <현대사상>(개마고원, 2003).
- Scott Lash, 김재필 역, <포스트모더니즘과 사회학>(한신문화사, 1994).
- 정환용, <계획이론>(박영사, 2001).
- 한창완, <애니메이션 경제학 2004>(커뮤니케이션북스, 2004).
- 김세훈, “국내외 애니메이션 페스티벌의 현황 및 발전방안에 대한 연구,” <만화애니메이션 연구> 통권 제5호, 2001.
- 신재기, “전시산업의 발전과 전략적 활용방안에 관한 연구,” <창업정보학회지> 제6권 제2호, 2003.
- 전언후, “전시회특성에 따른 국내기업의 전시회 선택에 관한 연구,” 한림대학교
- 조광석, “비엔날레와 글로벌리즘의 환상,” <현대미술학 논문집>, 문예마당, 2001.
- 황희곤, “한국 전시산업의 경제적 성과에 관한 연구,” <국제무역연구> 제7권 2호, 2001.
- 미디어시티 서울국제애니메이션페스티벌2002 전시행사 기획서, 신영상정보통신, 2002.
- 미디어시티 서울국제애니메이션페스티벌2002 도록, 서울시·SICAF조직위원회, 2002.
- 광주비엔날레 결과보고서, (재)광주비엔날레, 2002.
- 서울 국제만화애니메이션 페스티벌, <http://www.sicaf.or.kr>
- 부천 국제대학애니메이션 페스티벌, <http://www.pisaf.or.kr>
- 동아LG 국제만화게임 페스티벌, <http://difeca.donga.com>
- 춘천 국제애니타운 페스티벌, <http://www.anitownfestival.com>
- 서울애니메이션센터, <http://ani.seoul.kr>
- 한국만화박물관, <http://www.comicsmuseum.org>
- 애니메이션박물관, <http://www.animationmuseum.com>