

문화개방과 애니메이션*

최승락, 최영철

초 록

라틴어의 '영혼', '정신', '생명' 혹은 '활력'에서 유래한 용어인 '애니메이션', 그 오리지널의 의미는 인위적 조작을 통해서 가동성을 제공하는 것으로서 무생물, 비기존의 실체에 생명의 생성 혹은 활력의 편입과 다소 관계가 있었다. 애니메이션 생산에 관계하는 자, 영역을 관련지은 전문가는 활력소로 불린다. 애니메이션 생산의 현재의 세계적인 시장은 막대하게 진보하고 있어 확대되고 있다. 국내의 애니메이션 시장은 전면적인 퀄리티로부터 제 3의 세계에서 자리 매김 되고 있지만, 실재는 글로벌 시장에서 외국의 애니메이션 제품과 경쟁할 수 있는 고품질 제품이 거의 없다고 하는 것이다. 이 문제는 국내의 애니메이션 기술 및 생산이 현재의 시스템과 함께 이 논문으로 한층 심의 있게 외국·국내의 애니메이션상의 문학 데이터의 비교 분석의미가 있다. 이것은 국제적으로 경쟁력 높은 애니메이션 제작의 생산적기지가 될 수 있는 근거일 수 있다.

주제어 : 애니메이션, 글로벌, 경쟁.

I. 서 론

애니메이션의 의미는 시대의 흐름에 따라 보다 다양하고 광범한 형태로 변환되어 가고 있으며 현 시대에 있어서 첨단 매체로서의 중요한 위치를 차지하고 있다. 제2의 장르라고도 해석할 수 있는 애니메이션은 대중의 요구에 부응하는 오락예술이자 소통 매체로서의 역할을 담당하고 있으며 궁극적으로 대중과의 커뮤니케이션을 위한 도구로서

혹은 자기표현의 일환으로서 이용되어 지고 있다. 국내애니메이션 업계는 문화, 역사, 혹은 지리적인 특성상 일본 애니메이션의 지대한 영향을 받고 있는 현실이나 애니메이션에 관한 일반인의 잘못된 인식과 무분별한 문화 융합(Cultural Convergence)의 부정적인 현상으로 현재 혼란기에 처해 있으며 이 시점에서 올바른 문화과정의 세계화 (Globalization of cultural process)를 이루어 나가기 위하여서는 우리 것에 대한 연구와 외국문화에 대한 재조명의 시간이 필요하다.

국내 애니메이션 산업이 최근 국가적인 차원에서 많은 관심을 보이면서 그의 발전에 대한 체계

* 본 연구는 2005년도 남서울대학교 교내 연구비 지원과제임.

적인 대안마련과 인프라 구축이 시급한 현실이며 이 시점에서 한국의 특성에 따른 재평가와 문제제기, 원인분석에 기초하는 국가적인 차원에서의 활발한 연구가 이루어져야 하며 점차적으로 이루어지고 있는 문화적 다중화 현상에서 고부가 가치 신종 문화산업으로 부상하기 위한 방안마련과 애니메이션의 성공사례에 따른 연구 혹은 애니메이션의 종주국화 현상에 관한 원인 분석 등으로 국내 애니메이션 업계가 선진국의 수준으로 부상하기 위한 연구와 대안 마련에 중점을 둔다.

II. 연구의 배경과 필요성

애니메이션의 근원은 움직임에 대한 인간의 끊임없는 창조욕망과 도전의식으로 탄생된 의지의 산물이며 그 흔적은 일만오천년 전의 스페인 북부에 위치한 알타미라 동굴벽화에서 확인된 여덟 개의 다리를 가지 멧돼지 그림, 고구려인의 기상을 그린 무영총 수렵도에 등장하는 무사도, 목룡의 자작도에 나오는 새의 동작 등에서도 그 증거를 찾을 수 있으며 이후 구체적인 애니메이션의 첫 시도라고 할 수 있는 1843년 윌리엄 호너의 조트로프(Zotropes: 종이띠에 연속동작을 그려 회전시키는 방법)와 1832년 조셉 플라의 환동기 페나키스토코프(Phenakistiscope), 소마트로프(Thaumatrope) 등을 들 수 있다.

그 이후 애니메이션은 독립된 예술의 한 장르로서 발전, 1908년에 최초의 애니메이션으로 기록되는 프랑스의 에밀 콜이 만든 <판타스마고리>(Fantasmagorie)를 들 수 있으며 1892년 프랑

스의 에밀 레이노 시각극장에서 시작으로 1906년 <유쾌한 얼굴>(Humours Phumours on Funny Face)로부터 오늘날에 이르기까지 눈부신 발전을 거듭하며 인류의 문화에 지대한 영향력을 미치고 있다.

또한 현시대에 이르러 급속도로 확산된 네트워크는 세계를 하나로 통합하는 문화 융합의 매체로서 인류의 생활 방식에 있어 핵심역할을 담당하고 있으며 문화융합의 과정은 균질화(homogenization)와 차별화(differentiation) 혹은 통합(integration)과 분열(fragmentation)의 상호작용을 거치면서 단계적으로 구축되어 가며 이러한 시점에서 정체성(identity)에 관한 중요성은 더욱 큰 비중을 차지한다. 이런 현상은 현대사회 글로벌 문화의 가속화에 따른 대응방안과 그에 따른 문제점들을 끊임없이 제기 시키고 있으며 이러한 통합현상의 주축을 이루는 미디어의 위력은 새삼 언급할 필요조차 없는 것이다. 이에 따른 커뮤니케이션 테크놀로지의 매개체로서 문화융합의 영역을 차지하는 애니메이션은 새로운 세계질서의 구축의 과정에 큰 역할을 담당하며 동시에 그 사회의 생활관이나 지식, 관념, 가치관을 반영하는 척도라 할 수 있다.

애니메이션은 크게 교육적인 측면과 오락적인 측면으로 나누어질 수 있으며 20세기 대중 예술로서의 큰 역할을 담당하고 있다. 또한 그 성격상으로 볼 때에 드로잉(Drawing)과 페인팅(Painting) 등 기존의 순수예술(Fine Art)과 첨단예술의 혼성형식(Multi or Hybrid Art Form)이라고 볼 수 있으며 이와 동시에 관객들의 취향을 만족시켜야 하는 소비 대중문화와 연결된 일종의 소비자

(Communicator 혹은 Messenger)로서 이해되어진다. 애니메이션에 있어서 가장 중요한 전제는 애니메이션의 최종 결과물이 대중과의 커뮤니케이션을 위한 궁극적인 목적에 맞추어져야 하며 그 형태나 또는 방법, 내용(Content)에 있어서는 산업디자인의 범주에 속한 예술로서 정의할 수 있다. 또한 애니메이션은 결과물의 성취도에 따라서 고급예술(High Quality Art)이나 혹은 저급예술(Low level Art)로 발전 할 수 있는 특성이 다분히 잠재되어 있으며 이는 국가별, 지역별, 문화적인 특성에 따라서 대중적인 개념의 차이를 보인다. 애니메이션은 또한 난이도가 높은 범주가 아닌 대중의 이해를 고려하여 흥미도로 인한 관심의 폭을 넓히며 대중성과 문화적 배경을 바탕으로 성립되어지는 다원성을 지니고 있으며 현시대의 흐름에 따른 문화 통합 현상은 이질 문화의 상호 공존 상태가 아닌 강력한 영향력을 행사하는 외부 문화에 의한 종속화 현상으로 발전될 소지가 매우 크다. 그러므로 현재 열풍처럼 확산되고 있는 세계화 내지는 문화융합의 현상은 소수국가의 입장에서 볼 때에는 신중히 고려되어야 하며 지배문화와 종속 문화의 개념이 없는 각 문화의 자율권과 국가의 다양한 특성이 존중되어지는 상호 관계 수립이 전제되어야만 한다. 그러나 이는 현실적으로 다분히 부정적이 요소가 많으며 특히 우리나라의 경우 국내외의 상황을 고려 할 때에 지리적, 역사적인 특성으로 미루어 보면 균형 잡힌 외국 문화와의 통합이라든가 새로운 세계 문화, 질서의 성립은 그의 존재 가능성에 있어서 현실적으로 회의적이라고 할 수 있으며 우리나라의 상황에 있어서는 특히 예민한 부분으로서 신중히 다루어 져야만

한다.

이에 따른 대중문화 소통자로서 애니메이션의 역할을 볼 때에 애니메이션의 주제나 내러티브(narrative), 캐릭터, 소품, 배경 등은 한 나라나 집단의 문화 양상을 보여주는 현상을 애니메이션이라는 복합적인 결과물로서 보여주며 이로 인한 파급 효과는 매우 크다고 할 수 있으며 구성원의 정체성(identity)형성에 지대한 영향을 준다. 즉 애니메이션을 통한 문화의 통합성과 다양성, 현실과 비현실의 결합을 통한 광범위한 기능은 새로운 문화 창출의 원리를 수행한다.

III. 대중 예술, 문화융합 매체로서의 영역

1. 애니메이션의 발전사

국내 애니메이션의 시초는 1956년 HLKZ방송(현 AFKN의 전신)에서 TV 광고(Commercial)용으로 제작되었던 '럭키치약' 광고가 있으며 애니메이션의 완벽한 형태라고 할 수 있는 초당 24 Frame을 이용한 Full Animation으로서는 1967년에 개봉되었던 신동헌 감독의 총천연색 장편 만화영화 <홍길동>을 들 수 있다.

<홍길동>은 당시 열악했던 환경에도 불구하고 고민기 어려울 정도의 수준 높은 작품을 제작해낸 오늘날 세계수준에 견줄만한 역작이었다는 재평가를 받는 대성공작 있으며 동시에 국내 최초의 애니메이션으로서 그 진가를 인정받는 작품이다. 그

이후 1970년대 중반 김청기 감독의 대표작으로서 <로보트 태권V>를 들 수 있는데 그 인기에도 불구하고 한동안 일본 만화영화인 <마징가 Z>의 아류라는 부정적인 평가가 있었고 1977년 <마루치와 아라치>, 1979년 반공 애니메이션으로 분류되는 <간첩 잡는 풀이장군>등과 그 이후 1988년 KBS에서 방영되었고 영화로서도 대성공을 거둔 <아기공룡 둘리>, <달려라 하니> 등이 대 히트를 쳐 많은 관객 동원에 성공하였고 1994년 국내 최초의 성인 애니메이션용이라는 새로운 시도로 제작된 <블루 시걸>이 있었으나 홍보효과 만큼의 기대치에는 훨씬 미치지 못했던 작품으로 평가되었다. 가장 성공적인 만화영화로 꼽는 김수정 감독의 <아기공룡 둘리>의 경우에는 <홍길동> 이후의 가장 독창적이고 성공적인 고유 캐릭터의 개발로 성공을 거둔 좋은 본보기로 평가받고 있다.

일본 애니메이션은 1917년 기타야마 세이타로 시모가오 오텐, 사나우지 준이치 등에 의해 제작된 <문지기 이모가오 게이쇼>로서 시작되었으며 그 당시 애니메이션의 규모는 지극히 미미하여 산업적인 의도로 제작된 작품이라기보다는 개인의 창작물이라고 할 수 있는 정도의 수준으로 제작되었다고 평가되며 이후 1930년에서 1940년 사이에 일본정부의 지원 하에 대대적인 신일본 국민 계몽의 차원으로 제작된 군국주의의 정치색이 짙은 <노라구로>가 연재만화로서 새로운 출발을 하였고 그 이후 다시 만화 영화로 제작되어 큰 인기를 끌었다. 그러나 현재 일본만화가 세계적인 수준의 만화 애니메이션 강국이 된 것은 1956년 '도에이' 영화사의 출범 이후이다. 그 당시 만화 영화 전문 제작 스튜디오였던 '도에이 동화'는 1957년 <백사

전>, <장화 신은 고양이> 시리즈를 내놓아 대중으로부터 큰 인기를 얻고 국가적인 차원의 지원과 큰 관심 하에 오늘날 일본 애니메이션 산업의 기틀을 이루었다. 도에이의 성공은 계속 이어져 이후 유능한 작가들을 많이 배출하였고 1960년대 이후 일본의 자동차, 전자제품 등의 성공으로 인한 경제성장의 가속화와 더불어 세계화의 길로 진출하여 '미야자키 하야오'나 '다카하타 이사오'와 같은 세계적인 일본 만화 작가를 키워내기에 이르렀다. 1960년대의 대표작으로는 국내에도 TV를 통해 방영되었던 <철완 아톰>이 있으며 이로 인한 인기로 힘입어 아톰은 일본 만화의 '로봇물 애니메이션'의 효시가 된다. 그 이후 1964년에 열립 'EYZH 올림픽'의 영향으로 '스포츠 애니메이션'의 전성기가 열리면서 야구만화 <거인의 별>, 배구만화 <Attack No.1>, <내일의 조>가 있으며 그의 명맥은 이후로도 이어져 최근에 국내에서도 많은 인기를 끌었던 <슬램덩크>, <사이버포플러 GPX> 등으로 이어진다. 그 이후 현재 일본 애니메이션의 계보에 큰 비중을 차지하는 한 주류로서 기록되어지는 도미노 요시유키의 <기동전사 건담>에 이어 마츠모토 레이지의 원작을 바탕으로 제작된 <우주전함 야마토>가 극장판에서 대성공을 거두면서 <우주전함 야마토>는 테즈카 오사무 이후에 현대적 애니메이션산업의 틀을 구축한 대작으로서 인정되어 진다. 1960년대 이후 일본애니메이션이 성장을 거듭하여 1988년 일본의 야심작 <아키라>와 1984년 미야자키 하야오의 <미래소년 코난>, <알프스 소녀 하이디> 등 월트 디즈니가 세계적인 배급을 맡을 정도의 수준 높은 작품으로 전 세계인으로부터 추앙 받기에 이르렀다. 이후 1990년

대에 들어서며 급속히 세계시장을 석권한 일본 애니메이션은 1995년 <메모리즈>, <공각 기동대>, <신세기 에반게리온> 등을 제작하였고 1997년에 제작 국내에도 이미 많은 사람들에게 알려져 있는 <원령 공주> 등이 있다. 일명 '아니메'라고 일컬어지는 일본산 애니메이션은 전 세계적으로 '매니아층'을 구축하고 있으며 현재 세계적으로 막대한 영향력을 행사하고 있다.

미국 애니메이션의 역사는 1920년대 팻 설리반(Pat Sullivan)에 의해 당시 TV 애니메이션용으로 제작되어졌던 <헬릭스>(Felix)가 있으며 그 당시에는 미국 애니메이션이 뉴욕을 중심으로 제작되었으며 대표적인 애니메이터로서는 John Bray, Raoul Barre, Max Fleisher 등을 들 수 있다. 그 무렵 Los Angeles에 기반을 둔 새로운 작가로서 Walt Disney의 등장은 1928년 일명 디즈니 시대의 개막을 알리며 최초의 동영상 만화로서 <증기선 윌리>(Steam Boat Willie)를 제작하였고 현재까지도 세계적인 명성을 얻고 있는 미키마우스(Mickey Mouse)를 탄생 시켰다. 그 후 <백설공주와 일곱난장이>, 1937년 <피노키오>, 1941년의 <덤보>(Dumbo), <밤비>(Bambi) 등 너무나 유명한 작품들이 있고 1940년에 처음 제작되었던 <판타지아>(Fantasia)는 최근 <판타지아 2000>(Fantasia 2000)으로 제작되어 그 맥을 잇고 있다. 디즈니 이외에도 맛 프래셔의 <베틀블>(Betty Boop)은 여성적이고 귀여운 Betty라는 유명한 캐릭터를 탄생 시켰으며 1933년 제작된 <뽀빠이>와 1939년 <걸리버의 여행기>, 1942년 폴 텔리의 <Mighty Mouse>, 1946년 <Heckle and Jeckle>, <Tom and Jerry>, 워너 브라더스의 <

Buck's Bunny>, <Plrky Pig>, 유니버설사의 딱따구리(Woody Woodpecker)등 의 만화가 할리우드 제작소로부터 출시되었다. 1990년도부터 1995년 사이에 소개된 디즈니의 작품으로는 <미녀와 야수>, <인어공주>, <알라딘>, <라이언 킹> 등이 있으며 1996년에서 1998년 사이의 작품으로는 <abf란>, <아나스타시아>, <알라딘> 등이 있으며 미국 애니메이션은 그 완벽성과 작품성으로 현재에 이르기까지 선구자로서의 자존심을 지켜나가고 있다.

2. 제작 및 장르에 따른 분류와 과정

애니메이션의 종류는 기법의 차이나 또는 기능의 차이 즉 '오락' '교육' '정보의 전달'에 따라서 분류될 수 있다. 즉

(1) 제작 방식에 따른 분류

① 그림 애니메이션(Drawn Animation)

- 셀(CEL) 애니메이션
- 종이(PAPER) 애니메이션
- 모래 및 유리 애니메이션
- 스크래치(Scratch) 애니메이션
- 미디어 융합(mixed media) 애니메이션

② 모델 애니메이션

- 인형 애니메이션
- 점토 애니메이션(clay animation)
- 퍼핏 애니메이션(puppet animation)
- 종이인형 애니메이션(PAPER-STAND animation)

③ 컴퓨터애니메이션(Computer Animation)

- 2D 애니메이션

- 3D 애니메이션
- 합성 애니메이션(실사영화와의 합성, 셀 애니메이션과의 합성)
- 수학적 함수에 의한 애니메이션

(2) 장르에 따른 분류

- 드라마(Drama, Noncomic)애니메이션
- 서정적 애니메이션
- 교훈적 애니메이션
- 어린이 대상 애니메이션
- 희극적 애니메이션
- 커머셜(commercial) 애니메이션
- 추상 실험 애니메이션

Computer Animation 에서는 전통적인 cell animation방법을 사용할 경우 제작과정에 많은 시간이 소요되던 부분들을 Computer 기법을 개발 스캐닝을 통하여 디지털 이미지화 시켜 단시간 내에 채색 또는 수정, 특수효과 등의 단계를 거쳐 작업속도를 단축시키며 이를 위한 여러 가지 다양한 Computer 프로그램들이 이용되고 있다.

애니메이션 제작 과정

컴퓨터 셀 애니메이션

기획, 시나리오
디자인 설정
미술, 캐릭터 설정
원화
동화
컴퓨터 스캔
컴퓨터 채색
컴퓨터 특수효과
컴퓨터 에디팅
더빙, 사운드

전통 셀 애니메이션

기획, 시나리오
디자인 설정
미술, 캐릭터 설정
원화
동화
검사
선화(inking)
색지정
채화
배경
검사
촬영
더빙, 사운드

2-D Animation을 위한 Computer Software

프로그램	제작사	제작국
Retas - Pro	celsys	Japan
Giga Concept	B.U.G. Statelinght, 삼성영상	Japan,Korea
Soft Image Toonz	Microsoft	U.S.A.
Animo AX-cell	Cambridge Animation System	England
US Animation	US Animation	U.S.A.
Tic Tac Toon	Toonboom Technology	Canada
Pegs(3D 겸용)	Media pegs	French
Axa producer	AXA	U.S.A.

3. 국내 애니메이션 산업의 현황

우리나라의 애니메이션이 40년이라는 짧은 역사가 가지고 있고 양적으로는 세계 3위의 대국으로서 연간 5천억원 이상규모의 초대형 시장임에도 불구하고 일본이나 미국의 애니메이션처럼 국제적인 수준으로 부상되지 못하는 이유로는 첫째, 오랜 기간동안 지속 되어온 하청생산(OEM방식)으로 인한 구조적인병폐와 기획력의 상실, 둘째, 국내 창작업계의 장기적이고 지속적인 투자의 결여와 사업주 개인의 영리 등을 이유로 한 재투자 기피현상, 셋째, 애니메이션이 대중예술로서 제대로 평가받지 못하며 저급 문화로 취급되는 현실 등의 이유를 들 수 있고 이 결과 국내 애니메이션의 70%이상이 일본 애니메이션에 의하여 잠식당하여 일본에 종속화 되어 있는 심각한 문제에 봉착해 있다. 현재 국내 애니메이션산업이 처해있는 취약점 내지는 장래성에 관한 정도치를 지표로 나

누어 보면 아래와 같다.

강점	취약점	장래성
오랜 하청구조로 인한 기술적인 숙련도	하청구조로 인한 기획력 부족	국가산업으로 서의 재인식으로인 한 저변인구 확대와 인지도 상승
정보입수에 유리한 문화적, 지리적 조건	사회인식 결여	교육기관의 보급으로 인한 고급인력 양성
	불투명한 제작비 투자방식	
	작가의식 결여	

일본의 경우를 보면 대부분 인기도가 높은 출판만화의 경우에 그 유명세에 편승하여 수익을 올리려는 영화나 TV드라마 제작자들에 의해 과감한 투자형식을 거쳐 극장용이나 TV용 혹은 Video용으로 제작이 되고 TV의 경우에는 연속드라마로 제작이 되어 시청률을 높이는 등 다른 장르간의 활발한 교류와 다양한 유통전략을 활용하여 시청률과 판매량을 극대화시키고 있으며 결과적으로 다양하고 참신한 소재의 만화나 영화가 연이어 제작되는 환경을 조성하여 작품의 질을 높여 국제적인 수준의 화제작을 창출해 내는 성과를 이룬다. 출판 만화의 경우를 보면 국내 만화잡지 중 주간지의 최대 판매 부수는 현재 2만 부에서 2만5천부의 시장규모를 보이고 있으며 종류별로 보면 15정도에 그치고 있으나, 이에 반해 일본의 경우 만화잡지의 경우 270여종에 이르며 일본의 현재 수출액과 해외의 라이선스를 제외한 자국내 매출규모

는 무려 8조원에 이르고 있다. 한국 내 출판만화 시장을 최대 5천억으로 보더라도 일본의 만화시장은 상대가 안 되는 엄청난 규모이다. 이런 상황에서는 WTO체제하의 자유무역으로 인한 수입개방이나 일본 문화의 완전 개방 등이 국내에 현실화된 시점에서 경쟁력을 갖추기에는 부정적인 측면이 많다고 볼 수 있으며 이에 대한 해결책으로서 한국의 영세한 출판만화 업계의 유통망 개선과 더 나아가 외국 만화 애니메이션의 과학적이고 규모가 방대하며 특유의 노하우로 기업화되어 거대화되어가고 있는 상황을 극복할 수 있는 이에 따른 통제가 시급하다. 아울러 일시적인 인기에 편승하여 자행되고 있는 일본만화의 작화풍이나 시나리오의 모방 등 작가들의 마인드 부족은 한국만화 애니메이션산업의 장래를 위하여 시급히 개선되어야 하며 현재 실행되어지고 있지 않은 체계적인 출판만화 에이전시의 육성이라든지 그를 통한 국내 만화의 적극적인 해외진출로의 유도 또한 불법복제의 철저한 단속으로 인한 시장의 침체현상 예방 등 국내시장의 활성화를 위한 장기적인 대안이 우선적으로 시급히 마련되어야 한다.

다음은 한국 출판 만화산업의 유통구조와 일본 상품의 유통경로이다.

한국 출판만화산업의 유통구조

임대시장	① 만화방 ② 책대여점-일반대여점 만화전문대여점
인터넷 마켓	사이버 만화방
판매시장	①CD-Rom 만화 도서 ②문방서점, 만화서가 ③일반중소형 지역서점 만화서가 ④일반 대형서점, 만화 매장

일본 출판만화상품의 유통구조

출판사 →홍제회 →철도홍제회 →kiosk(JR철도역 구내매점) → 도매회 →민간 철도회사
→스탠드, 자판기 경로 →도매상 →스탠드,자동판매기
→CVS경로 → 도매업자 → CVS

국내 만화 애니메이션 업계의 활성화를 위하여 유통방법의 점차적인 현대화 내지는 다양화가 이루어져야 하며 만화에 대한 대중의 의식개혁이 필요하며 이를 위하여는 단순한 흥미위주의 창작물을 주제로 한 한계에서 벗어나 일반도서와 같은 수준의 다양하고 유익한 내용으로서 교육적인 Content에도 주력하여 일반인의 만화에 대한 이미지 개선이 다양한 매체를 통하여 적극적으로 이루어져야 한다. 더 나아가 일반도서와 같이 ISBN의 도서등록이 이루어져 데이터베이스 마케팅 등의 적극적인 전략의 구축이 성립되어야 하며, 연관산업의 확대 즉 인기만화의 영화제작이나 비디오 제작, 음반사업, 캐릭터 상품, 캐릭터를 이용한 비디오 게임 등, 그 이외에도 영역확대의 가능성은 무궁무진하다고 할 수 있다. 이러한 체계적이고 과학적인 시스템의 구축은 미래의 만화 애니메이션 산업이 발전을 위해 정착화 되어야 한다. 현재 국내 애니메이션산업은 시청자들의 외국만화영화의 무조건적인 선호도와 그 시기를 맞추어 무단복제 일본 애니메이션 유통이 범람하고 있고 제작비용 등의 경제적인 회피 이유로 행해지고 있는 방송국 측의 무분별한 수입 애니메이션 방영은 결과적으로 국내의 일부 역량 있는 작가들의 창작의지를 위축시키며 국내 업계의 활성화 저해 요인이

된다. 올림픽을 전후하여 거품현상이라는 신조어가 생길 정도의 붐(Boom)현상이 애니메이션업계에 일어나면서 만화영화 제작사, 일반 기업체, 방송국 등이 한때 경쟁적으로 만화영화 제작에 몰두 대대적인 투자를 함으로서 그 절정기를 이루었으나 그 이후 IMF로 인한 경기침체와 결과물에 대한 수준미달이라는 국내의 자체 평가로서 좋은 결과를 얻지 못하였다. 그러나 결과적으로 만화 애니메이션에 관한 일반인들의 인식이 많이 바뀌어졌으며 최근 몇 년 사이 확실한 공감대 성립에 일조하였다는 긍정적인 평가가 있다. 그러나 국내의 상황에 대한 신중한 고려나 시장구조에 관한 철저한 사전조사와 대책이 없는 상황에서 이루어진 무분별한 투자는 기획과 흥행 실패라는 당연한 결과를 가져올 수밖에 없다. 그런 반면 꾸준한 일반인의 애니메이션에 관한 관심과 95년, 96년에 걸친 국제 만화 Festival의 성공에 힘입어 국내에 각종 애니메이션 관련 행사 또한 대학의 애니메이션 학과의 보급 등으로 인한 인력 양성 등으로 장래성에 있어서 긍정적인 평가를 받고 있으나 아직까지 국제적인 수준에 견줄만한 수준의 작품부재현상과 시류에 편승한 실속 없는 걸치레 식의 오류가 반복되는 등의 문제점들은 여전히 풀어나가야 할 숙제로 남아 있다. 문화관광부의 집계에 의하면 1998년을 기준으로 한 우리나라 산업전체의 시장 점유율이 1.24%로서 전체 세계시장이 1조 2000억 불인데 반하여 국내 문화산업은 150불 가량으로 추정되며 전체 1.24%중 애니메이션 산업이 차지하는 비중은 0.36%로서 매우 낮은 수준이다. 2000년 들어 일명 거품현상이라고도 일컬어졌던 갑작스러운 붐현상이 진정되어 가면서 현재 우리나라

전반에서 기획되고 있는 애니메이션의 집계는 70여 편 이상이며 현실적인 여건을 감안 한다면 제작까지 진행 가능한 작품은 대략 5편 정도라고 볼 수 있으며 이러한 실정으로 인한 제작사들의 새로운 기획작품 감소 현상이나 진행 중단현상 등 소극적인 자세가 눈에 띄고 있는 실정이다. 이러한 현상은 국내 만화영화산업 자본의 영세한 제작비와 전문교육기관의 부족으로 인하여 창의력 있는 작가의 발굴이나 양성이 어렵고 또한 기존의 도제 시스템(Master System)에 의한 일정작가의 문하생식으로 입문 수년간 같은 작가 밑에서 일하게 되면 일정 인기작가의 성향이나 작품 등의 모방은 창의력결핍으로 이려져 결과적으로 애니메이터로서 발전을 꾀하기 힘든 상황이 속속 발생되며 또 다른 요인으로는 국내 만화 애니메이션 유통 구조의 영세성이나 깊은 구조적 병폐, 만화 작가와 애니메이션 작가간의 원활한 협조 체제와 연계산업을 위한 제도적인 system구축의 부재라고 할 수 있는데 이러한 요인이 또 다른 만화 애니메이션 산업발달의 저해 요인이라고 할 수 있다.

4. 캐릭터애니메이션의 비중과 역할

우리나라의 캐릭터 산업은 외국에 비하여 역사가 매우 짧으며 1980년대 이후 미국의 월트 디즈니나 MGM, 20세기 Fox사 등의 국내 진출과 때를 맞춘 컴퓨터 그래픽기술의 도입, 애니메이션에 관한 일반인들이 관심 확산 등을 계기로 시작되었으며 국내 캐릭터 산업의 규모는 한국 애니메이션 제작협회에서 추산한 기준에 의하면 대략 1조 2,000억 원 정도이며 국내 시장은 월트 디즈니가

75%, 일본 캐릭터가 20%이상을 장악한 상태에서 순수 국산 캐릭터는 5%가 채 되지 않는 실정이다. 이러한 현상은 캐릭터 산업과 직접적인 관계에 있는 만화 영화산업의 규모나 수준이 아직 미국이나 일본에 비하여 많이 뒤떨어져 있는 상황으로 캐릭터 산업의 활성화를 막는 주된 원인이라고 볼 수 있으며 또 다른 원인으로는 국내의 방송사에서 방영하는 애니메이션의 대부분이 일본이나 미국 애니메이션으로서 무의식중에 우리의 정서속에 침투하여 친근한 형태로 그 영역을 차지함으로써 외국문화에 대한 선호사상을 부추 키고 있으며 아울러 국내 애니메이션의 경시 내지는 무조건적인 외국만화 선호사상 등을 유발시키고 결과적으로 국내 애니메이션 산업의 발달을 저해하는 큰 요인이라고 할 수 있다. 국내 애니메이션 캐릭터 산업의 성공적인 사례로는 <아기공룡 둘리>를 들 수 있는데 순수 국산 애니메이션으로서 가장 성공한 Case로 꼽히며 1983년 당시 인기 있었던 어린이 월간 잡지 <보물섬>에 처음 연재된 이후 TV 애니메이션용으로 제작 그 이후 <아기공룡 둘리 얼음별 대모험>이라는 타이틀로 영화화되어 큰 인기를 얻은 후 곧바로 캐릭터 상품화에도 성공을 거두었으며 이로 인하여 무려 300여종에 이르는 캐릭터 생산과 5억원 이상의 저작권료를 확보하는 등 국산 캐릭터의 가능성을 보여주는 모범적인 사례라고 할 수 있다. 만화 캐릭터 산업은 애니메이션의 상호 연계가 유기적인 관계 구축으로 이루어지며 그로 인한 시너지 효과를 극대화시킴을 목적으로 한다. 21세기 고부가가치를 지닌 만화 애니메이션 산업과 캐릭터 산업을 활성화시키기 위하여는 전문적인 경영전략 도입과 영세성에서의 탈

피, 재투자로 인한 질적인 수준향상과 정부차원의 지속적인 금융지원 아울러 적극적인 홍보 등 토털 마케팅 등의 체계적인 전략을 구하여야 한다.

영화에서의 캐릭터는 '작중인물' 혹은 '성격'을 의미하며 캐릭터 설정으로 인하여 결과적으로 애니메이션 성패가 좌우될 수 있다고 하여도 과언이 아닐 정도로 비중이 크다고 할 수 있다. 실제로 많은 사람들의 경험에 의하면 영화의 제목이나 내용이 잊혀진 후에도 오랜 기간 잊혀지지 않고 뇌리에 남아 있는 캐릭터들이 많이 있으며 그 결정적인 원인은 캐릭터의 역할이 단지 외형상의 매력 (Attraction)이나 개성뿐만이 아닌 성격적인 면 (personality)과 행동, 신분, 자격, 목소리 등에 있어서도 상징적인 역할을 담당하며 그 대상과 표현 영역이 광범위하여 시청자와의 공감대를 직접적으로 연결할 수 있는 직접적인 전달자(Messenger)의 위치를 가지고 있기 때문이며 일본의 경우에는 애니메이션 작업에 있어서 캐릭터의 비중을 염두에 두고 애니메이션의 시나리오가 만들어지는 사례가 빈번하며 이러한 경우의 대표적인 예로서 일본의 '포켓몬'을 들 수 있는데 특기할 점은 동식물이 아닌 생물을 주 캐릭터로 등장시켜 일련에서 백오십일번까지의 번호순으로 도감까지 만들어 놓고 캐릭터의 성격이나 특징들의 설명까지 상세히 곁들여 어린이들이 호기심을 자극시키고 있으며 종류도 250가지에서 암수로 나뉘어서 500종으로 되어있으며 이모든 캐릭터를 상품화시켜서 세계의 어린이들로 하여금 포켓몬 수집광이 되게 하다시피 만든 천재적인 일본인 특유의 상업수완을 보여주고 있다. 아무리 작품성이 뛰어난다 하여도 상업적인 가치가 없다고 판단이 되면 투자하지 않는

상업적인 기질이 '포켓몬'과 같은 기상천외한 아이디어를 창출시켜 성공을 거두었다고 볼 수 있다. 그 이외에도 가상공간의 'Cyber Idol'이라는 3D 캐릭터가 있는데 인터넷에 3 - D Computer model을 만들어 외모뿐만 아니라 실제의 인간과 같은 인격을 부여하여 가수로 활동 음반을 내는등 관심을 끌고 실제로 인터넷상에 팬클럽까지 등장하여 인기를 모으거나 캐릭터로 하여금 팬레터나 상담역할까지 하는 상황도 발생시키며 그 대표적인 캐릭터로서 일본의 '호리 프로'에서 1966년 최초로 탄생시킨 '다테 료코'가 있으며 그 이후 1998년 Time지에 의하여 세계 컴퓨터계의 영향력 있는 인물로서 선정이 된 3D모델로 영국의 'Core Design'에서 만든 '라라 크로프트'를 들 수 있고 미국의 '저스틴' 한국의 '아담'등이 있다. 2D나 3D 캐릭터의 설정에 있어서 기본적으로 부합되어야 하는 조건이 있으며 아래와 같다.

① 캐릭터의 형태 설정

정체성을 의미하며 그의 예로 인간, 동물, 사물, 가상 생명체 등의 시각적인 설정

② 캐릭터 디자인

1. 사실성
2. 외형적인 상징성
3. 기능성
4. 형태에 따른 질감이나 색상 또는 인체의 비율에 다른 설정

③ 캐릭터의 성격과 행동방식

애니메이션의 내용이나 대상에 따라서 결정되며 선입견이나 또는 그와 상반된 의도로 설정되기도 한다.

④ 캐릭터의 호환성

상품적인 가치로서의 활용 여부를 결정한다.

위의 모든 요구조건을 충족시킨 가장 대표적인 2-D 캐릭터로서 1928년 미국 월트 디즈니사의 '미키 마우스'를 들 수 있으며 상업의 귀재라 불리는 월트 디즈니사의 걸작이라고 할 수 있다.

캐릭터의 효시라고 할 수 있는 미키 마우스는 초창기의 토끼 모습으로 시작하여 현재에 이르기까지 많은 외형적인 변화를 거쳐 가면서 세계적으로 꾸준한 인기를 구하고 있다.

IV. 애니메이션이 국민 정서에 미치는 파급효과

세계 애니메이션 시장에서 일본 애니메이션이 차지하는 위치는 매우 크다. 일본은 철저한 사전 전략으로 세계 캐릭터 시장의 구축과 참신한 아이디어를 통한 시장의 활성화, 참신하고 독창적인 스토리 제작, 끊임없는 연구를 통한 자체 개발과 아울러 특수효과 기술 등을 이용한 특유의 제작기법을 통하여 독보적인 위치를 고수하고 있으며 해외 시장에서 TV와 Video 시장의 65%를 석권하고 있는 현실이다. 일본 애니메이션은 크게 세 가지로 분류되는데 국내에도 잘 알려진 '순정 애니메이션' 청소년들에게 폭발적인 인기를 얻고 있는 '지향성'을 기반으로 하는 '사이버 펑크계열' '로봇 애니메이션' 등을 들 수 있다. 대부분 이러한 종류의 일본 애니메이션은 다른 나라의 애니메이션

과는 달리 표현에 있어서 사이버적인 측면 예를 들면 컴퓨터나 로봇 메카닉물을 기반으로 한 우주 SF 작품, 인조인간 등 과학을 기초로 한 미래 지향적인 주제와 펑크적인 측면으로 나뉘어 지는 반항적이고 퇴폐적이며 반체제적이고 파괴적인 성향이 어우러져 특유의 자극적이고 지향적인 메시지를 제시하여 청소년층의 압도적인 인기를 구사하고 있으며 컴퓨터나 로봇 전사 등에 대한 감정이입으로 십대 매니아층의 심리를 자극하여 청소년들로 하여금 신비주의에 관한 집착을 증폭시키고 결과적으로는 미래지향적 메시지를 강하게 부각시켜 이로 인한 동호회나 인터넷 사이트 '오타쿠'라 불리는 매니아층의 확산을 부추기는 전술로 시장 점유율을 높여 나가고 있다. 일본 애니메이션의 전력은 시청자의 연령 대에 맞도록 소비자의 취향과 그들의 정신적인 관심사나 요구조건을 철저한 기전 조사를 통하여 꿰뚫어 보고 충족시키는 예리함에 있다. 다시 말하면 일본 애니메이션이 성공을 거듭하는 이유로는 선택의 폭을 넓혀주는 다양한 장르와 그림이나 스토리에 있어서 사실적이며 흥미로운 소재를 다루는 점과 아울러 청소년들에게 대리 만족 역할을 적절히 수행한다는 점을 들 수 있다. 그러나 문제는 그러한 일본 애니메이션이 매우 구체적이고 한정된 일본 문화에 기초한 일본인의 철학을 바탕으로 만들어진 극히 '일본적'인 창작물이며 일본식 이데올로기 비전을 제시하거나 부추기는 식의 내용으로 인하여 전 세계 청소년들에게 악영향을 주고 있다는 사실이며 이 문제는 심각하게 숙고되어 신중히 검토되어야 한다. 이러한 이유로 유럽이나 미국의 TV 방송국 등은 높은 인기에도 불구하고 교육적인 측면에서

일본 만화의 폭력성이나 선정성들을 이유로 제재를 가하며 상당히 비판적인 시각으로 문제화하고 있다.

애니메이션은 그 나라의 사회적인 분위기나 문화적인 특성을 반영하는 대중매체의 중요한 형태로서 만화 애니메이션을 수입하는 행위는 한나라의 문화와 도덕을 반입하는 의미로 해석될 수 있으며 선택 시 신중하게 다루어져야하며 대부분의 시청자들 층이 아직 사고의 형성 단계에 있는 청소년들이고 점차적으로 외국 애니메이션을 많이 접하게 되면서 매니아가 되어 가는 단계에서 우려되는 외국 애니메이션의 종속화와 자기 성찰의 위기(identity crisis) 등 심한 부작용과 관련된 여러 가지 문제점을 발생시킬 소지가 크다고 할 수 있다. 우리나라의 경우에는 저렴한 가격을 이유로 무차별 수입된 저질 일본 애니메이션에 의한 지나친 왜색을 들 수 있는데 청소년들로 하여금 단순한 이질 문화에 대한 막연한 동경심이나 호기심 차원이 아닌 우리나라의 전통적인 도덕관에 맞지 않는 노골적이고 자극적인 성묘사나 일본 특유의 비정미에서 비롯된 잔혹성, 폭력성으로 인한 정서적인 악영향은 심각한 정도에 이르렀으며 청소년층을 대상으로 주입되는 일본식 테크노 오리엔탈리즘(Techno Orientalism)으로 일컬어지는 가상적 권력 추구 지향의 저변에 깔려있는 이데올로기의 대부분으로서 내용 면에서 보면 일본이 미래사회의 중심이며 선두주자라는 식의 일본우위 사상을 추구하고 있으며 미숙한 청소년들로 하여금 은연중에 반복학습을 통한 행동변화로서 간주될 수 있는 저항적인 사이버 펑크식의 성향이 주입되어 청소년들로 하여금 현실 도피적이며 혹은 반사회적

이고 왜곡된 성인의 가치관이 반영되어 순수하고 건전한 인격형성과 정 반대 현상인 극단적이고 부정적인 방향으로 흐를 수 있는 문제점을 야기시킬 수 있다. 이러한 일본적 자본주의의 확산과 외국문화의 종속화 현상으로 인한 무분별한 선호사상은 외국 산업의 부가수익을 부채질하는 현상을 초래하며 결과적으로는 국내 애니메이션 사업 발전의 커다란 저해 요소가 되고 있으며 외국의 저질 문화가 청소년의 인격 형성에 직접적인 악영향을 주는 점을 감안할 때에 흥미 본위나 인기 편승에 치우친 무작정 수입은 시급히 개선되어야 한다.

일본 만화는 서울 YMCA의 통계에 의하면 국내 전체 만화의 30퍼센트 이상을 잠식하고 있으며 국내에 불법 유통되는 각종 출판만화의 경우까지 합한다면 그 수요는 수치를 훨씬 넘어서고 있다. 특히 우리나라의 경우는 현재 국내 만화계의 역량 있는 작가나 참신한 아이디어의 부족 출판업계의 변칙적인 수입 관행들의 이유로 지나치게 일본 만화 애니메이션에 대한 의존도가 높으며 수입 애니메이션의 대부분이 하류 수준으로 특히 오래 전부터 관례처럼 되어버린 사실로 특히 TV 방영 시 방송국 측에서 외국작품의 출처나 소속국을 밝히지 않고 국산 애니메이션으로 둔갑 공공연히 방영함으로써 발생하는 문화의 혼동 내지는 민족적, 문화적인 정체감이나 모호함을 야기할 소지가 크고 이외에도 줄거리에 흐르는 선과 악의 이분법적인 사고 조장이란가 성인의 탐욕이나 이기심, 복수심의 내용으로 인한 왜곡된 성인관이 감수성이 예민한 청소년들에게 엉뚱하게 받아들여져 비인격적인 비뚤어진 영웅관을 심어줄 수도 있다.

또한 일본의 만화 영화 중 국내에도 널리 알려진 마법소녀물이나 순정만화 등은 세계적으로 높은 인기를 얻고 있는데 주로 소녀들을 겨냥하여 제작되어지고 있으며 소년들이 로봇만화나 전투물을 통하여 힘과 권력을 통한 영웅심리를 자극 받고 만족감을 얻어내듯이 소녀들이 마법 소녀물을 통하여 대리만족을 얻어내듯이 소녀들이 마법 소녀물을 통하여 대리만족을 체험하는 식으로의 접근을 유도하고 있다. 보통 이러한 마법물은 평범한 이웃집 소녀를 주인공으로 설정하여 마법으로 인하나 신분 상승 내지는 변신을 통한 환타지로서 스토리가 전개되어지고 이와 더불어 마법물에 소녀 전사 등 전쟁물을 합성하는 식의 교묘한 방법으로 끊임없이 호기심을 자극하고 있다. 문제는 그러한 과정에 등장하는 소녀물에 대한 선정성이나 지나치게 황당무계한 내용들이 청소년들의 호기심을 자극하며 때로는 지나치게 자극적인 그래픽이 문제가 된다. 또 한 가지 일본 애니메이션의 특징이라고 할 수 있는 점은 세계 어느 나라에서도 볼 수 없는 특이하고 유일한 장르별 제작법이다. 예를 들면 소녀물이나 로봇물, 스포츠물 등 체계적으로 나뉘어 있어서 다양한 요소를 도입하여 변화를 주고 발전시키는 방법으로 다른 장르와 서로 영향을 받으며 상호 발전의 관계 성립으로 폭넓은 흥미를 더하여 주고 결과적으로 다양하고 새로운 만화 애니메이션 창작으로 국내는 물론 세계적으로 많은 소비자 층을 확보하고 있다.

V. 결론

최근 일본 애니메이션의 국내 수입이 가시화되면서 애니메이션계의 활성화에 관한 대응 방안의 모색이 시급한 실정이다. 과거 일본 애니메이션에 관한 엄격한 수입 규제에도 불구하고 1967년 일본 만화영화인 <황금박쥐>가 동양 방송(TBC)에서 방영된 이후 일본이 만화 영화는 국산으로 변안되는 방식으로 잠입 현재까지 국내 TV나 Video 시장에서 큰 비중으로 자리 잡고 있다. 또한 극장이나 영화관에서는 볼 수 없었던 일본 유명작가의 애니메이션들을 독자들이 만화방에서 혹은 서점의 만화 잡지를 통하여 접하고 있으며 또한 OVA나 유선방송을 통하여서도 쉽게 접하도록 하여 일본 만화 옹호 인구를 기하급수적으로 확대해 나가고 있는 현실이다. 국내 방송국에서는 특별 프로그램으로서 일본 애니메이션을 소개 연휴기간에 '특선 만화'등으로 편성하여 안방에서 시청률을 확보하고 있으며 여러 가지 매체를 통하여 일본 만화는 국내에 폭 넓게 확산되고 있다.

서울 YMCA 의 조사 결과에 의하면 우리나라의 중고생들 중 절반이상이 이미 일본 만화를 보았거나 이미 상당수는 정기적으로 간행물을 구독하고 있으며 많은 수의 학생들이 은연중 한국 만화에 대한 경시와 이에 반하여 일본 만화에 대한 막연한 동경심을 가지고 있으며 이러한 현상은 학구의 장래를 책임져야 할 청소년층으로부터 오히려 국산 만화가 외면당하는 심각한 위기를 맞고 있다. 국내 만화 애니메이션 산업에서는 최근 이러한 현상을 심각하게 받아들여 해결 방안을 모색하고 있으나 단기간 내에 다루어질 쉬운 문제는 아니라고 할 수 있다.

국내에서는 과거의 오랜 기간 동안 TV 애니메

이션이나 출판 애니메이션이 비교육적이라는 선입견으로 인하여 천대받으며 국가적인 지원이 전무한 상태에서 시민 단체나 공공기관의 심한 제재를 받아오며 간신히 명맥 잇기에 전전하다가 1980년대 이후 일본 애니메이션과 출판물이 국제적으로 급부상 하면서 국내에서도 이에 대한 인식의 변화가 일면서 관심이 고조되어가고 이후 그로 인한 여파로 일본 애니메이션이 국내 시장에 침투하여 업자들을 통하여 국내 수입이 불허된 영상물들의 불법 복제가 공공연히 유통되면서 일면 언더그라운드 시장을 생성 시켰고 이를 통한 매니아 층의 출현으로 시장이 대규모로 확산되었다. 현재에 이르러서는 오히려 양성적인 현상으로 일본 영상물에 관한 자료들을 통한 연구와 관련서적의 발간, 인터넷 동호회들이 속출 기성세대의 거부감을 넘어서 오히려 긍정적으로 받아들이고 있는 현상이다. 과거 식민지 시대를 경험했던 기성세대들은 과거와는 다른 시각으로 거부감 없이 무비판적으로 일본 만화를 접하고 있으며 이러한 현상으로 행하여 파생되는 청소년들에 미치는 영향 등을 고려할 때에 단지 작품의 묘사 방법이나 내용 분석에 치중하기보다는 상법주의의 배후에 가려진 역사적, 문화적 배경에서 파생되는 왜색문화로 인하여 발생하는 청소년들의 정신세계에 미치는 악영향을 충분히 감안하여 그에 대한 대안을 마련해야 한다.

일본 만화의 국내 과다유입으로 인한 문화적인 종속화 현상의 대안책으로서 불법 만화의 유통에 관한 철저한 규제를 위하여 비공개 시장에 대한 대대적인 단속이 이루어져야하며 이에 앞서 궁극적으로 한국 만화 애니메이션의 활성화에 그에 따

른 수준 향상을 위한 역량 있는 작가에 대한 후원과 작가의 노력 등이 뒤따라야 할 것이다. 또한 세계 정보화 시대의 도래로 국가간의 교류가 더욱 활기를 띄고 있는 시점에서 뉴미디어 산업인 애니메이션이 차지하는 중요성은 제삼 강조할 필요가 없으며 이는 한 때의 붐 현상이 아닌 시대에 따른 필연적인 현상이라고 할 수 있다. 그러나 질적인 면보다 그 규모면에서 볼 때 한국의 만화 영화 시장은 영세성을 면치 못하고 있으며 전문인의 부재로 인하여 체계적인 준비 작업이나 분업이 제대로 이루어지지 않고 장기간에 걸친 계획이나 투자 방식보다는 수익 면에서 유리한 수입 애니메이션의 대체를 선호하는 등 안일한 자세가 국내 애니메이션의 또 다른 발전 저해 요소로 지적되고 있다. 따라서 이에 대한 해결 방안으로 국내 애니메이션이 범국가적인 차원에서 보호되고 활성화되어 단지 만화 애니메이션이라는 개념에서 벗어나 광범위한 뉴미디어 산업으로서의 제반에 걸친 인프라 구축으로 제작여건을 활성화 기키고 이에 따른 충분한 자료조사와 단계적인 연구를 통하여 해결책을 강구해야 할 것이다. 이로서 첫째, 애니메이션 산업과 연계된 시장조사와 치밀한 전략으로 인한 시너지 효과를 극대화시키며 제작자들의 단기적인 투자가 아닌 지속적인 이윤을 위한 재투자 방식을 통한 기술의 축적이 이루어져야 하며 둘째, 우리 상표의 질적 향상을 높여 하청이 아닌 자체 상표로 세계시장에 나서기 위한 전문 인력의 발굴에 힘쓰며 셋째 국산 애니메이션의 활성화와 보호의 차원에서 무분별한 외화 방영을 자제하며 만화 산업의 PC통신 네트워크나 CD-Rom 등을 통한 유통 구조의 현대화와 만화의 이미지 개선

출판 만화의 체계적인 유통시스템의 구축을 위한 데이터베이스 마케팅과 새로운 유통전략의 방안 모색, 캐릭터나 전자오락, 음반 등 연관 산업으로의 확장을 위한 시스템 정착화와 텔레 마케팅(Telemarketing) 즉 전자 상거래(Electronic Commerce)나 직접 우편(DM), 팩스(Fax), 직접반응광고(Direct Response Advertising) 등의 매체를 적절히 이용하여 고객과의 우연하고도 지속적인 유통관계를 구축하고 고객들로 하여금 편리하게 정보입수를 가능하도록 하고 필요조건을 충족시킬 수 있는 접근 방법을 강구하며 국내에 유입될 가능성이 높은 일본 특유의 유통 시스템인 CVS를 통한 유입 등을 사전 봉쇄하는 대안 마련, 장기적인 안목으로서 일본잡지의 국내 발행 시 국내 작가 쿼터제 등을 의무화 시키는 등의 제도를 도입하여 균형 있는 발전을 유도 조정하며 무엇보다도 우리 상품으로 인한 적극적인 에이전트 제도를 통

한 수출 시장 확보로 해외진출을 유도함으로써 국내 시장의 활성화를 극대화시킨다.

참고문헌

- 손상익, 『만화로 여는세상』, 고려원미디어, 1999.
 송락현, 『송락현의 애니스쿨』, 서울문화사, 1997.
 John Halas, Rogermanvell, 『애니메이션의 이론과 실제』, 신아사, 2000.
 Randall P. Harrison, 『만화와 커뮤니케이션』, 이론과 실천, 1999.
 한국만화애니메이션학회 편, 『만화애니메이션 연구』, 커뮤니케이션북스, 1998.
 한국애니메이션학회 편, 『일본 애니메이션의 분석과 비판』, 한울 아카데미, 1998.
 황선길, 『발상에서 스토리보드까지』, 범우사, 1999.

ABSTRACT

Cultural Opening & Animation

Choi, Seung-Rak*, Choi, Young-Chul

The term "animation" derived from the Latin "anima" meaning spirit, life, or vitality. Although its original meaning was somewhat related to creation of life or incorporation of vitality into an inanimate or nonexisting entity by providing mobility through artificial manipulation, it is now used in a rather narrow sense to define collectively the cartoon-based films or tape-recordings and specialists who are involved in animation production or related areas are called animators. The current worldwide market for animation production is progressing and expanding enormously. Although the domestic animation market is ranked as third in the world in terms of overall quantity, the reality is that there are few high quality products that can compete with foreign animation products in the global markets. This issue is further discussed in this paper along with the current status of the domestic animation technology and production. This investigation concerns the comparative analysis of literature data on foreign and domestic animation, which can be a basis for the production of internationally competitive animation work.

Key Word : Animation, global , competition,

최승락

남서울대학교 만화애니메이션학과 교수

충남 천안시 성환읍 매주리21

Tel :041-580-2345

srchoi@nsu.ac.kr

최영철

남서울대학교 만화애니메이션학과 교수

충남 천안시 성환읍 매주리21

Tel : 041-580-2346

ani77@nsu.ac.kr