

문화원형을 활용한 콘텐츠비즈니스로 미래준비하자

전통적인 신화와 환타지를 첨단영상에 녹여낸 <해리 포터> 시리즈는 '마법사의 돌' (2001)이 총수입 9억 6천만 달러를 거둬들이면서 역대 총수입 3위를 기록했고, '비밀의 방' (2002)은 8억 6천만 달러로 역대 6위, '아즈카반의 죄수'는 5억 4천만 달러로 9위, '불의 잔' (2005)은 6억 달러로 5위를 차지했다. 북유럽의 전통신화에 기반한 톨킨의 동명소설을 영화화한 <반지의 제왕> 역시 시리즈가 출시될 때마다 흥행기록을 갱신해왔는데, '반지원정대' (2001)가 총수입 8억 7천만 달러로 역대 총수입 8위를 기록하더니 '두개의 탑' (2002)이 9억 3천만 달러로 역대 4위를 넘어섰고, '왕의 귀환' (2003)은 18억 5천만 달러로 역대 2위를 차지하는 성과를 썼다.

이 두 영화의 공통점은 시리즈로 나오면서 엄청난 수익을 거둬들이며 역대 흥행기록을 갈아치워버렸다는 점이다. 마치 영화에 등장하는 마법과도 같다. 또 다른 공통점은 이들 영화가 유럽의 신화, 소설 등 전통에서 모티브를 따와 재해석한 것이라는 것이다.

문화콘텐츠산업의 자원(資源), 문화원형

이처럼 전통적인 소재를 차용한 영화, 애니메이션, 드라마가 뚜렷한 성과를 내면서 전통문화가 문화콘텐츠의 자원으로 부상하고 있다. 이러한 소재를 우리는 문화원형(文化原型)이라 부른다. 오늘날 새롭게 해석된 전통문화는 단순히 계승 차원이 아니라, 문화콘텐츠산업의 경쟁력을 강화시키는 무궁무진한 보물창고로 작동하고 있다.

우리의 경우에도 '예쁜 남자 이준기 신드롬'을 몰고

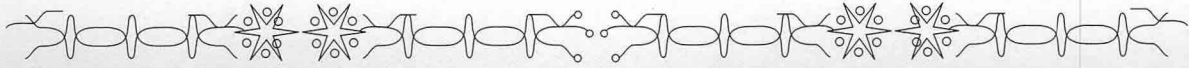
온 <왕의 남자>가 1230만여명을 극장으로 불러 모으며 720억원의 수익을 창출해냈다. 이 영화 덕분에 남사당 줄타기나 탈춤이나 한복 등 전통문화에 대한 관심이 급속히 높아지기도 했다.

드라마에서도 문화원형을 소재화해 높은 시청율을 기록한 사례가 꾸준히 증가하고 있다. 1998년 <용의 눈물>을 시작으로, <허준>(2000), <태조왕건>과 <여인천하>(2001), <상도>(2002), <다모>(2003), <대장금>과 <장길산>(2004), <해신>과 <불멸의 이순신>(2005)에 이르기까지 매해 전통소재를 다룬 드라마가 인기를 누렸다. 올해에는 <서동요>가 인기리에 막을 내렸고 최근 <주몽>이 압도적인 시청률로 명성을 이어가고 있다. 여기에 <연개소문>이 방영되고 있으며, <대조영>도 방송을 준비 중이다. 특히 고구려 시조 주몽의 일대기를 다룬 MBC 드라마 <주몽>이 큰 인기를 끌면서 우리 역사의 회복, 잊혀진 고구려사에 대한 재인식의 계기를 마련하고 있다는 평가다.

민족의 보편적 정서가 담긴 문화원형

문화원형은 민족 정체성을 구성하고 있는 집단적 무의식의 내용물이 구체화된 보편적 표상이나 결과물로서의 민족 문화를 의미한다. 국가 혹은 민족의 구성원으로서 무의식적으로 공유하거나 공감하는 물질적, 정신적 원형이 바로 문화원형인 것이다. 역사, 전통, 풍물, 생활, 전승, 예술, 지리지 등이 그 예이다.

문화원형이라는 표현 속에는 문화가 다양하게 변한다는 인식과 함께 그 본 모습을 찾을 수 있다는 생각이 담



문화콘텐츠산업은 기본적으로 대중문화의 속성을 가진다. 때문에 문화콘텐츠의 상업적 성공은 대중의 보편적인 정서구조를 얼마나 잘 읽어내느냐에 따라 결정된다고 해도 과언이 아니다. 따라서 소재의 고갈로 인해 많은 어려움을 겪는 문화콘텐츠산업에서 보편적 정서구조에 녹아들어 있는 문화원형의 활용은 해결책이 될 수 있다. 문화원형에는 보편적 정서를 사로잡는 요소가 담겨 있기 때문이다.

겨 있다. 또한 문화원형 속에는 다음의 개념들이 내포되어 있다. 첫째, 역사적 과정을 거쳐 변형된 모습으로 나타나기 이전의 본래 모습을 의미한다. 둘째, 여러 가지 다양한 모습으로 나타난 문화현상들의 공통분모로서의 전형성이다. 셋째, 지역 또는 민족 범주의 특징을 잘 드러내는 정체성이다. 넷째, 다른 민족이나 지역의 문화와 구별되는 고유성이다. 다섯째, 이러한 요소들을 잘 간직한 전통문화이다.

문화원형은 크게 민족문화의 고유성과 정체성을 담고 있는 '우리 문화원형'과 글로벌 차원의 선형적이고 역사적인 보편성과 전형성을 담보하고 있는 '글로벌 문화원형'으로 나눌 수 있다.

우리 문화원형을 구체적으로 살펴보면, 역사, 구비문학, 민속, 예술, 건축, 음악, 복식 등 실로 다양하다.

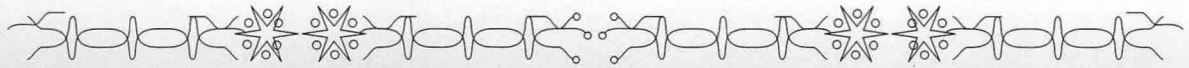
문화콘텐츠산업은 기본적으로 대중문화의 속성을 가진다. 때문에 문화콘텐츠의 상업적 성공은 대중의 보편적인 정서구조를 얼마나 잘 읽어내느냐에 따라 결정된다고 해도 과언이 아니다. 따라서 소재의 고갈로 인해 많은 어려움을 겪는 문화콘텐츠산업에서 보편적 정서구조에 녹아들어 있는 문화원형의 활용은 해결책이 될 수 있다. 문화원형에는 보편적 정서를 사로잡는 요소가 담겨 있기 때문이다.

문화 원천 확보를 둘러싼 글로벌 경쟁에 대비해야

한편 콘텐츠 소재가 고갈된 미국과 유럽의 제작자들은 풍부한 문화 원천을 지닌 동양의 전통 연구와 소재

우리의 문화원형(주요예시)

분야	원형 사례
역사	인물 장보고, 이순신, 허준, 허난설헌 사건 백제멸망, 임진왜란, 병자호란 군사물 무기, 성곽, 군복, 배, 무예, 거북선, 대포 기록물 삼국사기, 삼국유사, 무예도보통지, 조선왕조실록 행사 종묘제례, 화성행차, 궁궐수문장교대의식, 왕위즉위식 전통과학 해시계, 거북선, 금속활자, 제지술 지형(지도) 대동여지도, 해도, 산경표
구비문학	신화 단군신화, 마고할미 전설 귀신, 아기장수, 바리공주, 연오랑과 세오녀 민담 도깨비 소설 홍길동전, 전우치전, 허생전
민속	신앙 각종 수호신, 장승, 서낭당 의식주 한복, 김치, 비빔밥, 한옥 세시풍속 추석, 설, 토정비결, 단오 관혼상제 혼례, 상례, 제사, 성묘 전통놀이 사물놀이, 윷놀이, 강강수월래, 널뛰기 춤 양반춤, 탈춤, 굿 축제 정월대보름, 가례
예술	문양 민화, 자수, 옷 글씨 서예, 추사체, 궁서체, 흘림체 공예 고려청자, 옹기, 나전칠기 그림 탕화, 산수화, 문인화, 민화, 풍속화 무용 제례무
건축	민간건축 초가, 한옥, 너와집 공공건축 궁궐, 관아 종교시설 사찰, 교회, 성당
음악	(각종)음향 자연음, 생활음 제례음악 종묘의례, 석전(문묘)의례 일상노래 김매기노래
복식	신분별 복장 임금, 당상관, 당하관, 기녀, 유생 시대별 복장 선사시대, 고구려, 백제, 신라, 통일신라, 고려, 조선시대, 일제시대, 현대의 관료 및 민간 복식 지역별 · 기능별 복장 해당 시기의 지역별 · 기능별 복식



우리가 인식하지 못하는 사이에 우리 문화원형은 이미 산업적으로 활용되면서 많은 성과를 내고 있다. 다양한 분야에서 문화원형 활용이 활발하게 이루어지고 있는데, 2006년 상반기 국내 개봉영화(국산영화와 외국영화 포함) 톱 10 중 문화원형 소재를 다룬 작품이 1위(〈왕의 남자〉)와 8위(〈음란서생〉)를 차지한 것은 그 대표적인 예이다.

발굴에 관심을 돌리고 있다. 톱 크루즈가 주연한 영화 〈라스트 사무라이〉는 일본 무사도를 다루었으며, 아서 골든 원작의 베스트셀러를 영화화 한 〈게이샤의 추억〉은 일본의 유명한 게이샤 사유리를 모델로 삼은 작품이며, 대만출신의 이안감독의 미국 진출작인 〈와호장룡〉은 오리엔탈리즘을 재해석하여 호평을 받은바 있다.

또한, 이러한 문화원형에 대한 관심은 동양뿐만 아니라, 전 세계적인 문화원천으로 전방위적으로 확대되고 있다. 디즈니 작품의 95% 이상이 유럽, 아시아 등의 다양한 문화원형을 차용해 창작했다는 것은 그 반증이다.

실제로 문화원형을 주제로 한 1990년대 이후의 주요 디즈니 애니메이션을 보면, 〈인어공주(1989)〉는 덴마크 안데르센의 〈안데르센 동화〉에서 차용하였으며, 〈포카혼타스(1995)〉는 16세기의 실존인물로 추정되는 인디언 소녀의 일대기를 다룬 것이다. 또한 〈미녀와 야수(1997)〉는 프랑스 동화작가 드 보몽 부인의 동화에서 모티브를 따 왔으며, 〈물란(1998)〉은 중국 6세기의 서사시 〈목란사(木蘭辭)〉에 전해지는 상징적인 인물을 다룬 것이다.

이미 선진 콘텐츠국가 및 기업은 문화콘텐츠 소재 고갈에 따라 독창적 전통소재를 발굴하고 선점하기 위한 치열한 작업들을 진행 중이다. 이러한 물밑 작업들은 이미 콘텐츠 소재의 무한보고라고 일컬어지는 인터넷상에 서도 활발하게 이루어지고 있다. 예를 들어 내셔널 지오그래픽, 게티 이미지(Getty Images) 등은 글로벌 이미지(사진 및 동영상)를 선점하는데 주력하고 있는데, 추후 이들 이미지의 사용을 둘러싼 저작권 행사가 예상된다. Getty Images는 온라인상으로 450만개 이상의 이미지

(editorial: 420만개, creative: 65만개)를 제공하고 있으며, 1860년대 시작된 아카이브 컬렉션(archive collection)에서는 4천만 개의 추가적인 이미지를 제공하고 있다.

문화원형으로 새로운 한류시대 개척

우리가 인식하지 못하는 사이에 우리 문화원형은 이미 산업적으로 활용되면서 많은 성과를 내고 있다. 다양한 분야에서 문화원형 활용이 활발하게 이루어지고 있는데, 2006년 상반기 국내 개봉영화(국산영화와 외국영화 포함) 톱 10 중 문화원형 소재를 다룬 작품이 1위(〈왕의 남자〉)와 8위(〈음란서생〉)를 차지한 것은 그 대표적인 예이다.

현재 전통문화를 소재로 한 다수의 영화들도 준비 중인데, 명성황후의 사랑을 그린 〈불꽃처럼 나비처럼〉, 조선시대 기생 황진이를 다룬 〈황진이〉, 신라시대 여성을 다룬 〈미실〉, 정조시대의 연쇄살인사건을 추적하는 〈방각본 살인사건〉 등이 영화화 진행 중이다.

여기에 최근 고구려 역사를 기반으로 한 드라마들이 방영되거나 제작되는 추세이다. 인기리에 방영중인 MBC 〈주몽〉, SBS 〈연개소문〉 등, 한류 열풍을 이끌고 있는 배용준 주연의 〈태왕사신기〉(MBC 방영예정), KBS 〈대조영〉 등이 그 예이다.

최근에는 한류스타를 대체할 새로운 원천콘텐츠로 문화원형에 대한 기대가 증가하는 상황이다. 그간 한류는 방송, 음악, 게임 등을 중심으로 논의되는 과정에서 다양한 콘텐츠 공급 부족문제가 꾸준히 지적되어 온 게 사

실이다. 이러한 상황에서 우리의 전통문화, 설화, 민속, 의례, 국악 등의 원형발굴과 디지털화를 통한 한류 콘텐츠 창작은 새로운 한류시대를 열어갈 원천이 될 것이다. 실제로 외국인들의 우리나라에 대한 관심이 높아지면서 한류의 내용이 스타중심에서 점차 전통문화로 전환되고 있다. 최근 중화권 인터넷 방송국인 [신당인TV]는 “한류의 중심이 ‘스타’에서 ‘전통문화원형’으로 이동하고 있다”고 진단한바 있다. 이제 관건은 우리의 정서를 글로벌 형식에 담아내는 재가공 과정을 통해 산업적 성과를 획득하는 것이다. <대장금>의 경우, ‘요리’라는 공통적인 문화 분모를 부각시켜 해외시장에서 호평을 받아 아시아를 시발로 전세계적인 한국 음식의 인기상승에 기여한 바 있다.

문화원형의 디지털 축적, 장기적 국가계획 필요

이렇게 문화원형의 콘텐츠적 가치가 상승되었다고 해도 축적된 문화원형 인프라 없이는 지속적인 문화발전을 이뤄내기 힘들다. 미국과 일본 등을 보면 결국 축적된 문화원형 인프라가 문화산업 경쟁력의 원천으로 작동함을 알 수 있다. 미국은 ‘마니아’, 일본은 ‘오타쿠’ 등 전통문화나 특정 소재에 대해 파고드는 사람들이 많을 뿐만 아니라, 이미 그 성과도 100년 이상 축적되어 왔다. 실제 일본의 경우, 전통에 기반한 게임이 출시될 때, 게임에 사용된 문화원형 라이브러리가 책으로 동시에 출간된다. 이는 명치유신 이후의 문화원형을 꾸준히 정리해 온 결과이다.

미래 문화콘텐츠 전쟁에서 이기기 위해서는 전통소재, 문화원형의 발굴을 통해 우리만의 ‘무기’를 만들어내야 한다. 그러나 우리에게 그동안 축적된 성과가 별로 없다. 그렇다고 이런 상황에 좌절할 필요는 없다. 우리에게 디지털이라는 든든한 원군이 있기 때문이다. 이제라도 우리 문화원형을 발굴 복원해 디지털화하는 작업을 서둘러야 한다. 소재나 스토리 영역의 확대를 위해서는 이러한 문화원천의 확보가 필수적이기 때문이다. 단기적인 성과에 매몰될 것이 아니라, 장기적인 안목에서 미래를 준비하는 거시적인 관점이 요구되는 시점이다. 여기에는 북한, 중국 등 동북아 지역이 포함되어야 하며, 아직 개발되지 않은 글로벌 문화원형을 선점하는 전략도 고려되어야 할 것이다. 그동안 문화원형에 대한 개발은 투입예산에 비해 활용도가 떨어진다는 것이 주된 지적이었다. 그러나 이는 업계의 현실을 무시한 몰이해적 비판이다. 실제 캐릭터 산업만 해도 연구에 1년, 상품 적용에 1년, 유통과 마케팅에 1년 등 최소 3년 이상의 준비기간이 필요하다. 하물며 문화원형은 묻혀져 있는 문화유산을 발굴해 내는 데에도 몇 년의 시간이 필요한 사업이다.

앞으로 문화원형의 디지털화는 우리 문화에 새로운 가치를 부여함과 동시에 새로운 사업기회를 제공해 줄 기폭제의 역할이 될 것이다. 뿐만 아니라, 문화원형을 개발하는 것은 인문·예술분야의 자원들을 적극적으로 활용할 수 있는 가교의 역할을 수행할 것이다. 문화원형 개발에 대한 폭넓은 이해, 미래가치에 대한 공감대를 확산해야 하는 이유가 여기에 있다.

김원제 · 유프러스연구소장, 언론학박사