

## 애니메이션으로 다시 태어난

# 장금이의 꿈



지난 2003년 9월부터 이듬해 3월까지 MBC-TV에서 방영되며 국민드라마로 자리 잡았던 <대장금>이 애니메이션으로 새롭게 태어났다. 지난해 10월 29일 첫 방송을 시작으로 현재 매주 토요일에 방영되고 있는 대장금의 애니메이션 버전 <장금이의 꿈>은 장금이가 궁녀가 되기 전부터 정식 궁녀가 되기까지의 과정을 그린 작품으로 꿈을 이루기 위한 장금이의 동분서주한 수라간 이야기를 다루고 있다. 특히 조연급 캐릭터들의 액션씬을 가미해 영상에 활력을 주고, 의상과 배경 등은 가능한 현대적 조화를 꾀해 볼거리가 풍성하다. 동양의 신비함과 보편적 사상을 최대한 부각시킨 이 작품은 해외 판매와 부대사업에 주력하고 있다. 최근 들어 NHK 자회사인 MICO(Media International Corporation)와 수출계약을 체결하고, 오는 4월 NHK 지상파를 통해 방송키로 합의하는 등 이미 그 결실을 맺고 있다. 캐릭터 완구사업, 출판 및 DVD사업, 캐릭터 상품화 사업, 모바일 게임사업, 케이블 및 위성 DMB사업 등 부가사업도 활발하게 전개하고 있어 진정한 '원소스 멀티 유즈'를 실현하고 있다.

글 신선자 자유기고가



장금이의 꿈은 아시아 전역에서 인기몰이에 성공한 드라마 대장금을 애니메이션화한 작품으로 완구전문업체 손오공과 회원엔터테인먼트, MBC가 2년간의 제작기간에 총 30여억원의 제작비를 투입한 30분물 26화 2D 애니메이션이다. 소설을 영화로, 영화가 소설로 탈바꿈하는 등 경계를 넘나드는 창작물의 출현은 어제 오늘의 일이 아니지만 드라마 대장금의 애니메이션화는 시사하는 바가 크다.

사극 대장금이 국내는 물론 일본, 대만 등지에서도 큰 인기를 얻고 있어, 애니메이션 장금이의 꿈 역시 드라마 원작의 인기로 국내 애니메이션 활성화의 견인차가 돼 줄 것으로 기대되기 때문이다. 이처럼 한류열풍을 이어가기 위한 상업적 이해관계에서 출발한 장금이의 꿈은 한국 애니메이션의 시장에 파장을 불러일으키고 있다.



### 한국 애니메이션의 질적 향상 과시

한국 애니메이션 사상 최고의 가격으로 일본에 수출되어 오는 4월 NHK 지상파 방송이 결정된 장금이의 꿈은 한국문화콘텐츠진흥원의 스타 프로젝트 지원 대상 작품으로도 선정된 바 있다. 이 작품은 현재 MBC TV 방송을 시작으로 관련 캐릭터·모바일게임·출판 등 부가사업을 시작하고 있고, 아바타 코드북, 인형옷 놀이, 캐릭터 퍼즐, 캐릭터 색칠북 등 애니 코믹북이 출시된 상태다.

더욱이 TV방송이 거듭될수록 장금이의 꿈에 대한 시청자들의 관심은 높아지고 있다. MBC 홈페이지를 통한 장금이의 꿈 방송 이벤트 사은품을 위해, 비매품으로 제작된 휴대전화 줄과 액정 크리너 등에 대한 반응이 커지고 있을 뿐만 아니라 DVD 발매나 OST에 대한 문의도 줄을 잇고 있다.

장금이의 꿈에 대한 시청자들의 관심은 드라마 대장금에서 비롯됐으나, 방송횟수를 거듭할수록 시청자들은 애니메이션 장금이의 꿈만의 재미에 푹 빠지고 있다. 현재 이 작품은 토요일 오전에 방송되고 있는 방영시간에 대한 시청자들의 불만이 거세지면서 급기야 방영시간 재편성을 위한 네티즌 1만





명 서명운동까지 벌어지고 있다. 그렇다면 주말 이른 시간에 시청자들을 TV앞으로 모여들게 하는 장금이의 매력은 무엇일까.

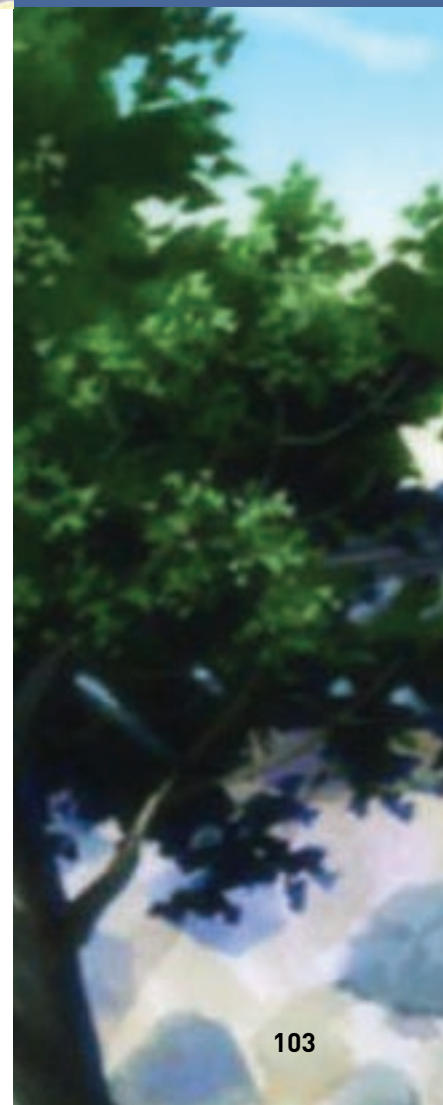
### 박진감 넘치는 액션 씬 완성도 높아

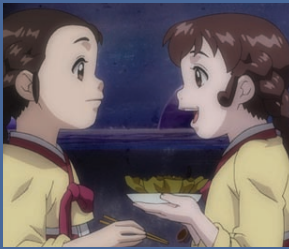
장금이의 꿈은 드라마 대장금의 어린시절을 다루고 있다. 장금이와 한상궁 등 드라마 속 캐릭터는 그대로 살리되 시청층을 고려해 이해하기 쉬운 스토리 전개와 애니메이션의 매력이라 할 수 있는 과장된 표현이 주는 재미와 감동적인 요소들을 추가했다. 또한 단조로운 색감이 아닌 수채화풍의 부드러운 배경은 원색을 사용한 캐릭터와 자연스럽게 조화된다. 특히 한국의 산수를 지금까지의 어떠한 애니메이션보다 아름답게 표현하고 있는 것이 돋보인다. 시대극의 특성을 살린 한국 고유의 색감과 등장인물들의 의상 등과 어울려 애니메이션의 재미를 더하고 있다.

장금이의 꿈은 드라마와 애니메이션이라는 경계를 확실하게 긋고 원작의 그늘에서 벗어나 애니메이션의 특성을 살리는데 성공했다는 평가를 받고 있다.

우선 주 시청층인 어린이를 고려한 캐릭터들의 단순한 성격이 눈길을 끈다. 장금이는 명랑·쾌활·귀여움 그 자체이고, 한상궁은 인자하고, 지적 이미지의 극치를 보여준다. 그 대신 드라마 속 주변 인물이었던 '연생이'와 '민정호'의 캐릭터를 강화하고 민정호의 연적으로 드라마에 없는 '장수로'라는 코믹한 캐릭터를 첨가했다. 또한 장금이의 목숨을 노리는 어리바리한 자객들의 행로도 회를 거듭할수록 기대되는 부분이다.

그런데 장금이의 라이벌 '금영' 이는 알미운 캐릭터인 '영로'나 연생이와 한방을 쓰는, 먹는 걸 너무너무 좋아하는 창이 등에 비해 성격이 드러나지 않는 캐릭터이다. 드라마에서 민정호를 놓고 장금이와 삼각관계에 빠졌던 이야기는 속 빠지고, 민정호와 장수로, 장금이와 함께 자란 동이까지 남자 출





연자들 모두가 장금이를 흠모한다.

때문에 이 작품에선 장금이가 고집을 부리면 '인내심'이 강한 것이고, 금영이가 고집을 부리면 '한대 쥐어박고 싶은 것'이 돼 버린다. 가끔 이런 납득이 안가는 감정선이 거슬리기는 하지만 회를 거듭할수록 장금이의 꿈의 연출은 탄탄해지고 있고, 정체를 알 수 없는 의녀이자 수사관인 여인과 얼굴을 가린 최고 악당의 사연과 활약도 기대되고 있다.

시청자들이 감탄해마지 않는 부분 중 하나는 박진감 넘치는 액션 씬이다. 민정호와 장수로는 뛰어난 무예를 갖춘 무사로 나온다. 장금이의 꿈 1회에서는 중종과 호위무사인 민정호가 멧돼지를 쫓는 장면으로 시작된다. 말을 타고 멧돼지를 쫓다 멧돼지 위에 올라타는 민정호를 보면 <반지의 제왕>의 레골라스와 <원령공주>가 떠오르긴 하지만, 캐릭터를 중앙에 배치하고 배경을 빠른 속도로 전환시키는 액션 씬을 보는 순간, 감탄이 절로 나온다. 장금이의 꿈에서 제작사인 손오공은 그 동안 카레이도 스타 등을 통한 일본과의 협작을 통해 축적한 기술력을 유감없이 보여주고 있다.

생각사에서 난초각사가 되기 위한 승급시험을 시작하면서 이야기는 점점 흥미로워진다. 두 번에 걸친 경합을 비긴 두 생각이 할매의 요리법을 전수받기 위해 제주도로 떠나면서 스토리는 더욱 풍성해진다. 얼굴이 시시각각 변하는 단지 할매와 사나운 벌을 다스리는 산신령(?)의 출연 등이 그것이다. 궁궐 안에서 일어나는 정치적 사건을 위주로 진행되던 드라마에서 장금이의 '꿈'만 뽑아낸 이 작품은 한국 애니메이션 사상 최고의 연출과 완성도에 도전하고 있다.

### 드라마 한류열풍을 이어

장금이의 꿈이 받는 찬사는 드라마의 인기에 기인한 것이라는 의견들이 있다. 이 전에도 완성도 높은 한국 애니메이션이 많이 있었음에도 불구하고 정작 장금이의 꿈만을 주목하는 것은 한류열풍에 편승하기 때문이라는 것.

이처럼 장금이의 꿈은 한국 애니메이션 산업을 바라보는 시각에 문제를 제기하는 계기가 되고 있다. 그간 한국에서 애니메이션을 바라보는 시각은 철저하게 성인물(어른용) 또는 어린이 대상이라는 점이다. 실제로 MBC의 방송시간 편성과 캐릭터 디자인에서도 이러한 공식에서 벗어나지 못한 한계를 보이고 있다.

어린이용 애니메이션으로 제작된 장금이의 꿈은 어린이들의 주 시청 시간대인 오후 4시~6시 사이에 편성되지 못하고 매주 토요일 오전에 방송된다. 시청하기 어려운 시간대에 편성해놓고 시청률이 저조한 것을 시청자들의 무관심으로 돌리려 한다는 비판에서 자유롭지 못하다. 애니메이션 방송 총량제 실시 이후 국산 신작 애니메이션이 TV에 등장했지만 세련된 외국 애니메이션에 길들여진 아이들의 관심을 끌기는 쉽지 않다. 따라서 장금이의 꿈처럼 잘 만든 애니메이션을 아이들에게 보여주고 관심을 모으는 것이 바람직하다. 특히 시간대 변경을 요구하는 시청자들은 장금이의 꿈을 단순한 '어린이용'이라고 여기지 않는다.

하지만 국내 애니메이션의 한계는 이 작품에서도 묻어나온다. 실제로 장금이의 꿈을 더빙하는 성우들은 한명이 여러 명의 목소리를 담당하고 있고 악인으로 등장하는 인물들은 다 똑같이 생겼다.

특징 없는 캐릭터 디자인도 문제다. 처음 보는 사람들은 같은 키에, 같은 옷을 입은 생각시들로서 구별하기 힘들다. 특히 장금이와 연생이는 옆머리만 살짝 다르다. 캐릭터는 귀엽지만 캐릭터 산업으로까지 내다보지 못한 제작사의 한계를 보여준다.

별써 어린이 시청자들은 "장금이가 시대에 맞지 않게 앞머리를 내린 스타일을 했으며 어설피게 일본 캐릭터를 흉내냈다"고 문제를 제기하고 나섰다. 일본 애니메이션의 정교한 캐릭터 디자인을 보자. 철저하게 상업주의 전략으로 계획된 것이긴 하지만 소비자들의 지갑을 열게 하려면 캐릭터의 중요성을 인식할 필요가 있다.

## 침체된 애니시장 활력소 될까

드라마의 애니메이션화는 대장금에 그치고 있지 않다. <안녕, 프란체스카>, <미안하다 사랑한다> 등도 애니메이션으로 모습을 달리해 새로운 문화콘텐츠로의 변신을 꾀하고 있다.

<안녕, 프란체스카>는 대장금처럼 한류를 타는 작품은 아니지만 확실한 마니아층을 갖고 있다는 장점을 이용해 해외진출을 노리고 있다. 독특한 캐릭터에 승부를 두는 프란체스카는 패션과 보드게임, 피규어 인형, 출판, 침구 및 소품 등 다각화된 캐릭터 사업도 병행할 예정이다.

<미안하다 사랑한다>는 30분물 1편 짜리 애니메이션으로 제작된다. 이 작품은 드라마 속에서 풀리지 않았던 이야기를 애니메이션으로 보여줌으로써 '미사페인'을 흡수하겠다는 전략이다. 내용은 드라마에 나오지 않은 1년을 다루며 등장인물 역시 최대한 드라마 속 연기자에 가깝게 설정하고 분위기도 영상미가 뛰어났던 드라마를 고려해 제작되고 있다.

애니메이션은 제작비용과 제작기간 등 다른 문화콘텐츠에 비해 품이 많이 든다. 반면 국내 성공 사례는 드물어 시장이 침체를 거듭하고 있는 실정이다. 따라서 드라마를 바탕으로 한 애니메이션 제작 열기는 우리 드라마 등 대중문화에 대한 관심이 높은 해외시장을 타깃으로 애니메이션산업의 활로를 모색하겠다는 시도로 분석되고 있다.

이에 첫 선을 보인 장금이의 꿈의 국내의 선전은 한국 애니메이션 시장에 적지 않은 자극이 될 것은 분명하다.

자극적인 외국 만화의 선정성과 폭력성 때문에 아이의 TV만화 시청을 걱정하는 학부모들에게도 한국적이고 교육적인, 잘 만들어진 애니메이션의 등장은 무척이나 반가운 일이다. 외국 애니메이션에 뒤지지 않는 국산 TV 애니메이션의 극장판이 나오는 날을 기대해본다. ●

