

서울국제만화애니메이션페스티벌, 그 현황과 과제

조정래

목 차

- I. 들어가며
- II. 서울국제만화애니메이션페스티벌 현황과 성과
- III. 서울국제만화애니메이션페스티벌 성장과 정체성
- IV. 서울국제만화애니메이션페스티벌 과제와 발전방안
- V. 나오며
- 참고문헌
- ABSTRACT

초 록

한국 만화·애니메이션산업은 대중문화를 확산시키고, 고부가가치를 창출할 수 있는 문화콘텐츠산업으로 인식되고 있지만 그러한 외형적 성장세와 지원정책에도 불구하고 아직 부진한 경향을 보이고 있다. 이러한 제 양상은 만화·애니메이션시장의 현황과 정부의 문화산업정책을 가장 잘 드러내주는 서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌(SICAF)의 개최현황도 무관하지 않다. SICAF는 1995년 1회 행사를 시작으로 규모를 확대지향하면서 빠른 성장을 보였으나, 2003년 이후 차츰 경제적, 문화적 가치 추구보다는 정치적 비중을 드러내며, 차츰 행사의 정체성과 조직운영 그리고 행사 프로그램 기획 등 복잡한 여러 문제가 야기되었고 특히, 2006년, 2007년 최대의 위기를 맞으며, SICAF에 대한 비평들이 나타나기 시작했다. 하지만 산업 지향적이며 정량적 수치를 중시하던 경향에서 벗어나 행사의 문화 예술적 가치를 재인식하고 관객과의 소통 중심의 대중문화지향의 행사를 추구하면서 다시금 회복세를 보이고 있다. 본 논문은 1995년 시작한 SICAF가 규모를 확대시키며 문화산업과 대중문화의 중심으로 성장한 과정을 분석하고 정체성확립과 발전을 위한 방안을 모색해 보고자하였다.

주제어 : 만화·애니메이션, SICAF, 페스티벌, 정체성, 대중문화

I. 들어가며

21세기 첨단과학기술과 정보화 사회에서 영화, 만화·애니메이션, 게임, 캐릭터를 비롯한 각종 디지털 콘텐츠산업은 경제적 성과는 물론 한국의 대중문화를 세계에 확산시킴으로써 한국의 이미지 제고에도 큰 영향을 미치며, 미래사회에서 가장 각광받는 산업으로 인식되고 있다.

특히 만화 100년, 애니메이션 40여 년의 역사를 가진 우리나라는 최근 세계적인 흥행작을 쏟아내면서 핵심적인 문화산업으로 자리 잡았으며, 정부는 다양한 만화·애니메이션 산업을 진흥시키기 위해 제작지원 정책이나 페스티벌, 비즈니스 마켓을 마련, 경쟁력을 가질 수 있도록 돕고 있다. 하지만 그러한 외형적 성장세와 토대 강화 그리고 지원정책에도 불구하고 고부가가치를 창출할 수 있는 문화산업으로서 만화·애니메이션은 아직 부진한 경향을 보이고 있다.

이러한 제 양상은 만화·애니메이션 페스티벌의 개최현황과 성과와도 무관하지 않다. 왜냐하면 페스티벌이 만화·애니메이션시장의 현황과 정부의 문화산업정책을 가장 잘 드러내주기 때문이다. 특히 만화·애니메이션에 대한 전 국민적 인식전환과 한국 만화·애니메이션산업의 비약적 성장계기를 마련하기 위한 행사로 시작한 서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌(SICAF)은 1995년 제 1회를 시작으로 올해 이미 14회를 맞았으며, 세계 5대 규모의 만화·애니메이션 행사로 성장하면서, 최근 침체기라는 우려의 목소리도 함께 나오고 있다. 이러한 현 시점에서 서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌을 되돌아보며 전문적인 페스티벌로서 정체성 확립과 그 발전을 위한 방안을 모색해 보고자하였다. 본 논문은 연구대상을 서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌에 중심으로 진행하였으며, 페스티벌의 현황분석을 위해 관련 행사와 지원기관과의 관계 및 발전과정의 심층적 이해를 위해 페스티벌 결과보고서 분석과 관련 연구정책 및 논문자료¹⁾로 범위를 한정하였다.

II. 서울국제만화애니메이션페스티벌 현황과 성과

서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌(Seoul International Cartoon & Animation Festival, 이하 SICAF)은 문화체육관광부와 서울특별시가 후원하고 SICAF 조직위원회가 주최하는 국내 최대의 만화·애니메이션 행사²⁾로 1995년 제1회 행사를 시작으로 이미 14회를 개최하였다. 국내외 만화·애니메이

- 1) 만화·애니메이션 페스티벌 관련 연구는 일반 페스티벌 혹은 영화제에 비해 논의가 부족하며, 페스티벌의 소개나 초보적인 발전방안에 관한 연구에 국한하고 있어, 앞으로 연구가 확장되어야 할 분야이다. 선행연구사례로는 지역문화관광페스티벌의 경우 '한국지역축제조사평가 및 개선방안연구'(류정아, 한국문화관광정책연구원, 2006년), '문화관광축제 변화와 성과'(정강환, 문화부, 2007년), 영화제의 경우 '국제영화제평가 및 향후 발전방안'(박조원, 한국문화관광정책연구원, 2004년), '국제영화제 전략적 육성방안연구'(옥성수, 한국관광문화연구원, 2007년), '부산영화제 10년, 과제와 전망'(김진해, 제8회 부산학 학술심포지움 논문집, 2008년) 등 다수의 논문이 있으나, 만화·애니메이션 페스티벌의 경우는 '국내외 애니메이션 페스티벌의 현황 및 발전방안에 대한 연구'(김세훈, 만화애니메이션연구, 2001년), '부천국제만화축제의 진단과 발전방향에 관한 연구'(강정연, 이화여대석사논문, 2008년), '애니메이션 페스티벌 공모전과 지역문화산업 육성전략의 연계 모델 연구'(임학순, 만화애니메이션연구, 2001년)외 거의 찾아보기 드문 현실이다.
- 2) 현재 만화와 애니메이션 혹은 페스티벌에 대한 명확한 용어적 개념과 범위에 대한 학술적 정의 없이 보편적으로 사용되고 있다. 만화·애니메이션 행사는 경제가치 중심의 박람회 성격을 포함하고 있는 문화와 산업의 이중적 성격을 내포하고 있어, 페스티벌의 정체성에 확립에 문제를 드러내기도 한다.

선 시장의 대표적 업체들이 참여해 인기 작품들은 물론 다양한 주제의 만화 전시회, 애니메이션 상영, 관람객을 위한 이벤트 등으로 인기를 얻어온 국내의 대표적 만화·애니메이션 관련 행사이며, 다양한 소재와 내용으로 고유한 이미지를 탄탄히 구축, 아시아 최대 페스티벌로 인정받는 특화된 국제행사이다.

1995년과 1996년 SICAF행사는 문화체육부 주도로 진행되었으며, 1997년부터 1998년 까지 행사는 민간주도의 조직위 구성 등 모색단계, 1999년부터 서울국제만화페스티벌 조직위원회가 구성되고 국제공모전 개최, SPP(SICAF Promotion Plan)신설, 대학관 운영, SICAF Award 선정, 온라인 이벤트 운영 등 비약적인 발전을 이루었으며 2004년 이후 잠시 침체기를 거쳤으나 2008년부터 새로운 전환기를 맞으며 2012년 서울시와의 재계약문제를 앞두고 미래를 향한 새로운 발전방안을 모색하고 있다.

초기 행사 경험부족에서 나온 진행 미숙, 프로그램기획 미흡 등 여러 문제점이 해마다 적극적으로 보완하며, 만화·애니메이션이 가진 예술적, 산업적 가치를 현대인들의 취향에 맞도록 꾸준히 프로그램화하려 노력하고 있다. 주요프로그램으로는 전시회, 영화제, SPP, 이벤트가 있으며 최근에는 디지털만화공모전도 기획되었다.

구분	개최기간, 장소	관람객 (영화제 제외)	상영작품/ 좌석점유율	참여기업/ 부스	소요예산 (백만)	운영체제
7회	2003년 8.12-17(6일) COEX	214,649명	30개국286편, 미집계	40개/250개	1,895	비상근총감독제
8회	2004년 8.4-10(7일) COEX	97,952명	35개국367편, 53.1%	78개/300개	1,920	비상근총감독제
9회	2005년 8.11-16(6일) COEX	75,574명	35개국366편, 48.4%	60개/209개	1,890	비상근집행위원장제
10회	2006년 5.24-28(5일) SETEC	59,708명	45개국364편, 52.9%	42개/123개	1,760	상근집행위원장제
11회	2007년 5.23-27(5일) SETEC	34,190명	39개국369편, 58.8%	43개/89개	1,870	상근집행위원장제
12회	2008년 5.21-25(5일) SETEC	43,049명	36개국387편, 63.2%	46개/89개	1,731	비상근집행위원장제
13회	2009년 7.22-26(5일) COEX	194,000명(캐릭터페 어공동집계)	35개국423편, 71.5%	대학관21개	1,531	비상근집행위원장제
14회	2010년 7.21-25(5일) COEX	210,551명(캐릭터페 어공동집계)	36개국364편, 75%	25개/111개	1,480	비상근집행위원장제

표 1. 최근 SICAF 개최현황.

출처 : 서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌 결과보고서 참조 정리.

SICAF의 성과는 산업화와 디지털시대의 변화에 맞추어 만화·애니메이션을 핵심 콘텐츠로 게임, 캐릭터, 디지털 콘텐츠 등이 한자리에 어우러지는 대규모의 종합 페스티벌로 성장하였으며, SICAF가 세계 만화·애니메이션시장의 흐름들을 한자리에서 보여준다는 의미도 있지만, 무엇보다 수많은 작가와 관람객 혹은 기업과 바이어 사이의 소중한 만남의 공간으로서 만화·애니메이션에 대한 사회적 인식을

변화시켜왔다는 점이다. 이는 페스티벌이 계속 존재되어야하는 가장 큰 이유 중 하나이다.

매년 다양한 프로그램과 이벤트를 통해 세계적 인지도를 높이고 있으며, 경제적으로 약100억에 가까운 산업적 효과를 나타내고 있다.³⁾ SICAF는 매년 한국 만화의 전통과 위상을 확립하기 위해 1995년, 한국만화의 역사, 1996년 작가의 방, 1997년 순정만화, 1999년 SF만화, 2001년 명랑만화, 2003년 디지털만화 전시를 이어 2010년 허영만 만화 등 주제전을 기획하였다. 특히 2010년은 애니메이션영화제의 경우 57개국 총 1,332편의 작품 참가, 국제디지털만화공모전은 32개국 약 3천여편 작품 참가, 아시아의 특화된 만화·애니메이션 및 관련 콘텐츠 전문 마켓인 SPP는 비즈니스 상담 556건, 상담액 4,500만 불에 이르는 등 국제애니메이션필름협회(ASIFA)가 공인한 명실상부한 국제규모의 행사로 성장하였다.

국제행사로서 SICAF의 14년은 양시 국제애니메이션페스티벌(Annecy festival international du film d'animation)의 50여년 혹은 앙굴렘 국제만화페스티벌(Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême, FIBD)의 30여년 역사에 비해 짧지만 도약단계를 지나서 새로운 발전을 위한 모색을 준비하고 있다. 그 동안 SICAF의 성공요인은 아마도 만화·애니메이션 관련분야 전문가 단체⁴⁾가 연대하여, 그 힘을 함께 모아 행사를 주관하고 있다는 점이다. 무엇보다 행사의 핵심인 순수한 예술적 지향점을 초기부터 뚜렷하게 견지해 왔으며, 세계 디지털미디어영상산업의 흐름에 따라 국내 문화콘텐츠사업 시장과 대중의 성향이 급변하는 현실 속에서도 이에 따른 현대적 감각변화의 요구와 조직혁신의 문제에도 적극 대처하여, 만화·애니메이션을 통해 공공의 문화서비스를 제공하며, 만화·애니메이션 업계가 참여할 수 있는 문화콘텐츠 마케팅의 장을 마련하는 등 국제적인 문화콘텐츠 페스티벌을 지향하며, 한국 만화·애니메이션의 발전이라는 본질적 목적을 추구하고 있기 때문이다.

하지만, 만화·애니메이션 진흥을 위한 예술적 순수성과 대중화, 문화적 사명 등 초기의 지향점이 퇴색되고 행사본연의 문화 예술적 가치 보다 상업적 흥행, 언론홍보에 지나치게 의존하거나 관람객자수, 참여 경쟁 작품수 등 정량적인 수치에 현혹되어 행사의 본질이 왜곡되지 않았는지 페스티벌이 넘쳐나는 지금, SICAF의 정체성을 다시금 생각해 볼 필요가 있다.

Ⅲ. 서울국제만화애니메이션페스티벌 성장과 정체성

1. 규모확대지향의 페스티벌

지난 1990년대 중반 만화·애니메이션 관계자를 중심으로 국내 만화·애니메이션의 진흥과 발전을 도모하고 세계의 다양한 만화·애니메이션과의 교류를 위한 국제페스티벌의 필요성이 대두되었다. 이를 계기로, 문화체육부 주도하에 1995년 2월 서울 국제 만화 페스티벌 추진위원회 구성(관련인사 18명,

3) SICAF조직위, 2008, pp10-11 참조.

『주간한국』, “커버,축제공화국”(2008.6.11)에서 SICAF 페스티벌을 성공모델로 손꼽히는 국제행사로 평가.

4) (사)한국애니메이션제작자협회, (사)한국만화가협회, (사)우리만화연대, (사)한국만화애니메이션학회, (사)한국애니메이션예술인협회, (사)한국만화출판협회, (재)서울산업통상진흥원 서울애니메이션센터 등

다음해 46명으로 증가)되었고 그 해 8월11일부터 16일까지(6일간) 서울코엑스 컨벤션센터(COEX) 태평양관에서 처음 SICAF가 개최되었다. 그 후 1997년 민간에 이양되었으며, 금강기획이 SICAF97(8.14~21, 8일간)의 기획대행사로 선정되어 조직위 및 기획 자문위 구성하여 운영하였다. 1998년 (사)서울국제만화페스티벌 조직위원회와 상설 사무국이 설립되면서 주관단체별 추진위원장 선임되었다. SICAF 99 (8.13~20, 8일간)는 '미래를 향한 도전'이라는 주제를 선정하였으며 국제애니메이션공모전 개최하면서 영화제 상영규모가 총 195작품으로 확대되었다. 2001년 '(사)서울국제만화애니메이션페스티벌조직위원회'로 국문명칭을 변경하면서 SICAF2001(8.11~19, 9일간)은 '만남, 재미, 꿈'이라는 주제로 만화전시인 '툰파크'(TOONPARK)와 아시아 최대 전문영화제를 지향하면서 280여 편의 작품을 상영, 그 중 북한 애니메이션도 20편이 포함되었다. 특히 만화·애니메이션 산업 Pre-Market인 SPP(Seoul Promotion Plan)와 대학관 운영, SICAF Award, 온라인 이벤트 등 새로운 도약을 모색하였다. 무엇보다 어린이와 대학생 중심의 행사가 다양한 연령대로 확대되었다. SICAF2002(10.26~30, 5일간)는 서울시와의 협약으로 SICAF2003계획에 착수하면서, '만화의 날'을 기념하는 특별행사로 진행되었다. 이벤트의 즐거움과 관객의 효과적 참여유도를 위해 전통적인 SICAF 행사의 전시형태에서 벗어나 서울코엑스 컨벤션센터 야외광장에서 SICAF 역대테마전시, 코스튬 플레이, 코믹마켓 등을 개최하였다. SICAF2003 (8.12~17, 6일간)이후 행사는 서울시로부터 10년간 100억 원의 예산지원을 약속받게 되면서 비상근 총감독 운영체제의 연례행사로 전환되었다. "참여하고 즐기는 시민 문화축제"를 행사목표로 하였으며, '툰파크'(TOONPARK) 전시는, 만화와 애니메이션의 기계적 구분이 아닌 '원 소스 멀티 유즈'(One Source Multi-Use, OSMU)라는 관점에서 융합 콘텐츠를 기획하였다. 특히, '애니마시아'(ANIMASIA- ANIMATION + ASIA)'로 불리는 애니메이션 영화제는 아시아의 창구 그리고 비상업적 혹은 비주류의 애니메이션이 참여(전시:214649명, 영화제:14740명)하였으며, 다양한 흐름과 교류의 지향점을 보여주었다. 하이서울페스티벌 참가와 한강시민공원 상영회를 통해 시민문화행사로 발전하였다. 다양한 관련 문화 행사의 연계 개최로 서울시의 문화적 위상 확대하고, 당해년도 문화콘텐츠 관련 행사 중 최대 관람객을 동원하였다. 특히, '동북아 애니메이션산업 진흥을 위한 한중일 협력방안'등 문화산업 컨퍼런스를 통하여 문화산업적 교육의 장을 마련한 점은 큰 성과이다.

1995년 1회를 시작으로 2003년 7회에 이르기까지 전시는 물론 애니메이션 영화제의 규모가 커졌으며 조직위원회 13명의 위원과 총감독을 중심으로 사무국과 9팀의 운영조직으로 확대되었고, 소요 예산도 정부지원을 포함 20억 원의 안정적으로 재정을 확보되기에 이르렀다. 이는 한국 만화·애니메이션의 새로운 부흥기에 접어들고 있음을 말한다. 국제 애니메이션 필름협회(ASIFA)가 공인한 페스티벌 중 가장 큰 행사인 앙시 페스티벌에서 1999년 이성강 감독의 단편 '덤불 속의 재'의 본선 진출하면서 2001년 단편 7편(경쟁부문 2, 비경쟁부문 5), 2002년 5편(경쟁부문2, 비경쟁부문 3), 2003년 9편(경쟁 6, 비경쟁 3)이 본선 진출, 특히 이성강 감독의 '마리아야기'가 장편부문 대상을 받았다. 그 외 제작비 120억 원이 넘는 김문생 감독의 '윈더폴 데이즈'(틴하우스)와 권재웅 감독의 극장용 3D 컴퓨터 애니메이션 '엘리시움'(빅필름)제작 등 이는 SICAF가 한국 만화·애니메이션의 발전과 함께 성장했음을 보여준다.

행사내용면에서 초기에는 해외초청작이나 공모전 수상작 중심의 프로그램이 기획되었으며, 어린

이와 청소년중심의 이벤트 행사가 주를 이루었으나, 해외초청전, 특별전 등 매니아 중심의 전시와 야외 행사를 통해 다양한 관객과 소통하였다. 1999년 이후 국제애니메이션 공모전이 개최되면서 영화제의 중요성이 부각, 전시행사와 별도의 상영관을 확보하였으며, SPP가 설립되면서 만화·애니메이션 산업을 위한 해외 최신 정보와 전문 비즈니스 매칭, 컨퍼런스 등 다양한 네트워킹이 가능하게 되었다. 산업체의 부스참여와 마케팅이 활성화 되고 또한 만화·애니메이션 창작과 교육을 위한 공모전, 창작학교, 체험관, 학술행사 등이 마련되었다. 초기의 단순히 만화·애니메이션의 예술성과 가치를 홍보하는 단계를 넘어 점차 시민·사회·문화단체가 함께 만들어가는 열린 공간으로서 누구나 참여할 수 있는 시민문화행사로 탈바꿈하였다.

2. 문화권력과 산업지향의 페스티벌

만화·애니메이션은 과거와는 달리 창의력과 기획력을 요구하는 대중문화예술로 변화 되었으며, 이러한 문화콘텐츠는 국가경제를 이끌어갈 전략산업으로 변모하였다. 이와 함께 SICAF도 행사의 외형적 규모 확대나 가시적인 정량적 성과를 이루었다. 이는 행사조직위는 물론 정부와 기업, 학계와 관객들의 역량이 함께 모아졌기 가능했다. SICAF는 여기에서 나아가 새로운 문화적 가치와 경제적 성과를 창출해야한다. 하지만 SICAF는 2003년 행사이후 서울시의 안정된 예산지원과 행사규모의 확대를 통한 만화·애니메이션의 경제적, 문화적 가치 추구보다는 정치적 비중을 드러내며, 차츰 행사의 정체성과 조직운영 그리고 행사 프로그램 기획 등 복잡한 여러 문제를 야기했다. 무엇보다 조직의 규모와 예산이 커지면서 보이지 않는 문화 권력이 생겨났고, 그로인해 이익단체 간에 갈등을 야기했다. 2003년 당시 조직기구는 조직위원회(명예조직위원장 1명, 조직위원장 1명, 부조직위원장 3명, 명예조직위원 50명), 이사회(이사 16명, 감사 3명)와 운영위원회(운영위원 13명, 간사1명) 그리고 총감독과 사업국(35명), 사무국(6명)으로 구성되었다.⁵⁾ 특히 명예조직위원은 국회위원, 문화관광부차관을 비롯하여 사회 각계 주요인사가 참여하였으며, 이사회나 운영위원회는 만화·애니메이션 관련업체나 관련기관단체의 장으로 구성되었다. 차츰 행사규모가 커지면서 운영상 문제점을 노출하고, 그 문화권력에서 소외된 자는 항상 불만을 가지며 한편, 그 권력을 향유하기위해 초청되어지거나, 가진 자와 함께 프로그램에 참여하기를 원한다. SICAF행사는 초기의 순수함을 잃고 권위적이며 외형적 화려함을 지향하며 변해갔다.

이는 2004년 이후 몇 년 동안의 SICAF행사의 개최 결과에서 잘 드러나고 있다. 정량적 수치가 행사의 성공여부를 말하는 것은 아니지만, 전체예산은 공공기관 지원금 13억을 포함 매년 약 19억 정도이나 행사수입금은 2003년 3.05억, 2004년 2.27억, 2005년 2.17억 원으로 차츰 감소하다가 2006년과 2007년에 와서 비로소 7.2억, 6.9억으로 조금씩 늘었다. 아이러니하게 공공기관 지원금이 없었던 2001년의 행사수입금은 5.05억이다. 총 관람객 수도 행사기간(5일-7일)의 차이가 있지만 2003년 214649명, 2004년 97952명, 2005년 75574명, 2006년 59708명, 특히 2004년은 행사기간이 전년도보다 하루가 더 늘었지만 관람객 수는 54.4%나 크게 감소했으며, 2007년은 총 관람객 수가 34190명으로 급격하게 줄었다. 영화제 관람객은 2003년, 2004년 약 1.4만 명이었으나, 2005년 8천명, 2006

5) SICAF조직위, 2003, 참조 정리.

년, 2007년 약 1만 명 정도로 감소했으나 정식상영관(코엑스 메가박스, CGV용산 등)에서 상영이후 좌석점유율은 큰 변화 없이 50%를 약간 웃돌았다. 참여업체의 부스 수도 2003년 250개, 2004년 300개, 2005년 209개, 2006년 123개, 2007년 89개로 감소했다.⁶⁾ 이러한 변화는 2003년 까지 전반적으로 안정적 성장을 계속하던 SICAF가 2004년 이후 관객 수와 행사수입금, 부스참여 등 여러 측면에서 다소 차이는 있지만 전반적으로 하락하였다.

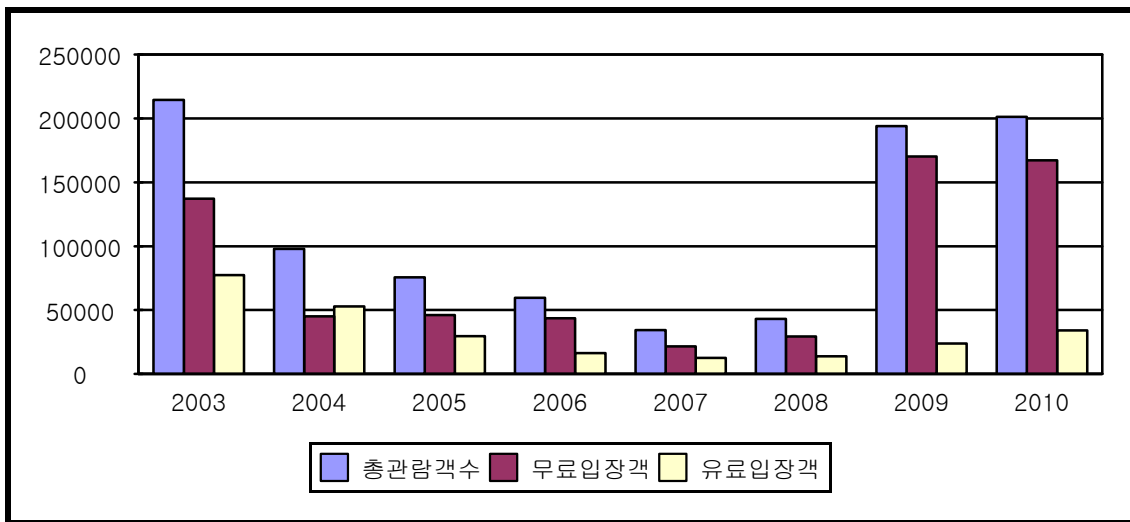


표 2. 최근 SICAF 관람객 현황

출처: 서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌 결과보고서 참조 정리

* 2009년과 2010년의 관람객 증가는 서울 캐릭터 라이선싱 페어와의 공동개최로 인한 요인이 작용함.

SPP의 경우 SICAF조직위에서 초창기 컨퍼런스 중심의 정보제공에 한정되어 전시행사와 같이 운영하던 것을 2004년부터 서울산업통상진흥원(SBA)이 전담운영하며 비즈니스미팅 중심의 산업마켓으로 전환하였다. 이는 외부의 사회적 환경 변화와 조직운영, 행사운영, 프로그램, 예산 등의 문제도 함께 살펴볼 필요가 있다. 여러 원인이 있을 수 있겠지만, 행사운영 관계자들이 이러한 문제점을 인식하고 2006년 행사 개최시기와 장소를 바꾸면서 새로운 변화를 시도하였다. 특히 SICAF는 또 장기적이고 전략적인 행사와 조직운영을 위해 운영체제를 총감독제, 비상근 집행위원장제에서 상근 위원장제로 전환하였으며 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 해외 무역관장을 역임한 사람을 영입하였다. 이를 계기로 행사의 방향을 ‘만화·애니메이션 산업시장의 성격과 역할 강화’로 정하고, SICAF 행사가 매년 휴가철인 8월에 열려 산업유치가 힘들었던 점을 보완하기 위해 5월로 변경하고, 행사장 비용부담도 경감하기위해 행사장소도 서울코엑스 컨벤션센터(COEX)에서 실내외 공간을 모두 사용할 수 있는 서울 무역 전시 컨벤션 센터(SETEC)로 전환하였다. 하지만 결과는 조직체제, 행사시기와 장소가 바뀌면서 행사의 규모와 성과가 급격하게 하락하였다.

6) SICAF조직위, 2003 - 2007, 참조 정리.

SICAF 행사가 성공모델로 발전하는데 있어 가장 중요한 요소는 외부가 아닌 행사조직위 내부에
서 있었다고 보여 진다. 행사의 조직운영, 프로그램 기획 등 전문성과 관객 참여도에 대한 고민이 아
닌 일부 산업적 혹은 정치적 목적이 행사내용의 중심으로 자리 잡는 경우이다. 2005년에는 행사운영
측면에서 큰 변화는 없었으나 집행위원장, 사업국장, 기획팀장, 전시팀장, 영화제팀장 등이 모두 바뀌
는 조직상의 큰 변화를 겪었으며, 2006년에도 다시금 집행위원장, 사업국장, 영화제팀장, 홍보팀장,
이벤트팀장 등 조직개편이 이루어지며 불안정한 행사집행의 원인을 제공하기도 했다.

2004년 특히 2005년 이후 SICAF의 큰 변화는 행사장소와 시기의 변동이 큰 영향을 주었으리라
생각되며 또한 그러한 변화에 따른 SICAF의 조직체계 변화(2006년-2007년 상근 집행위원장 체제
시 성과 저조)에서 우선적인 요인을 찾아볼 수 있을 것이다. 이는 이사회에서 산업 활성화 방향에 초
점을 맞춘 결정이라고 하나 이에 대해 이사회 참여자들의 논란이 있었으며 결과적으로는 행사에 부정
적인 결과로 나타났다. 이는 조직위나 관련단체의 내분과 갈등은 물론 행사의 변질 또는 정체성 상실
의 결과를 가져오고 관람객들의 외면을 초래하였다. 만화·애니메이션에 대한 그동안의 열풍과 긍정적
이미지가 자성없는 조직위의 권위적이며 방만한 운영으로 몰락하는 것은 한순간이다. 권위에서 벗어
나기 위해서는 조직운영의 사업운영에 있어 외부의 자문과 평가를 받아들이는 진정성과 개방성이 필
요하다. 단적인 사례로 음악의 경우이지만, 1990년대 니르바나(Nirvana), 펄 잼(Pearl Jam) 열풍과
함께 얼터너티브 씬(Alternative Scene)의 상징적 행사인 미국의 롤라팔루자(Lollapalooza) 페스티벌
은 '얼터너티브 문화 축제'로 명성이 높아지면서, 관객들의 관심속에 급성장하여 국제적 페스티벌로
자리 잡았다. 하지만 점차 규모가 커지고 권위적이며 상업화되면서 초기의 순수함을 잃고 대중들의
관심은 멀어졌다. 1996년 전후해서 '롤라팔루자'의 정체성에 대한 비판이 일면서 이듬해 롤라팔루자
페스티벌⁷⁾은 사라졌다.

3. 대중문화지향의 페스티벌

현대사회는 페스티벌의 전성기다. 페스티벌은 현대사회에 있어 정치적으로, 경제적으로, 그리고
문화적으로 중요한 위치에 있다. 이처럼 페스티벌이 중요하다는 것은 분명해 보이지만, 페스티벌이 어
떻게 이루어져야하는지를 논하기는 쉽지 않다.

SICAF는 2006년, 2007년 최대의 위기를 맞으며, SICAF의 정체성과 행사의 여러 문제점에 대한
비평들이 나타나기 시작했다. 첫째, 장소의 문제. 서울코엑스컨벤션센터에서 서울 무역 전시 컨벤션
센터로로의 행사 장소 변화는 여러 면에서 큰 영향은 끼친 것으로 보인다. 먼저 접근성, 부대시설, 편
의시설 등 주변여건과 전시 공간 자체의 한계성 등에서 서울코엑스컨벤션센터와는 비교하기 어려운
열악한 조건이다. 둘째, 시기의 문제. 개최시기도 어느 정도 영향을 끼친 것으로 보이나 전시공간에
비해 그다지 결정적인 요인이라고 보이지 않는다. 2005년의 경우 8월 연휴 기간 중에 대규모의 관람
객이 몰려들 것으로 예상했으나 실제로는 연휴가 끝난 뒤 오히려 관객이 증가하였으며, 앙시국제애니
메이션페스티벌, 자그레브 국제 애니메이션 페스티벌 등의 국제적 대규모 행사가 5~6월에 이뤄지고

7) 2003년 롤라팔루자 페스티벌을 다시 부활시켰으나 이듬해 취소되었으며, 이는 문화와 경제적인 수용측면에서 모두 문제를 안
고 있었다.

있고 계절적 여건도 그다지 나쁘지 않았다고 사려 된다. 셋째, 조직운영체제의 문제. 상근 집행위원장은 보다 안정적이고 심도 있는 발전을 위해 도입되었으나 구체적인 결과로 나타나지 않았으며 기관 단체나 산업체에서는 이 체제로의 변화 후 주인의식이 희박해지는 문제점이 있다고 지적하고 있다. 넷째, 정체성의 문제. 독립적인 행사로서의 방향설정, 즉 문화와 산업, 만화와 애니메이션의 통합축제로서 어떻게 효과적인 결합 모델을 설정할 것인가에 대한 고민이 부족하다. 그리고 프로그래머의 전문성과 열의에 대한 부분도 문제제기가 되었다. 그 외 외부적인 요인으로 만화·애니메이션 산업시장의 위축⁸⁾, 인터넷의 활성화와 게임시장 급성장, 관련 행사인 서울 캐릭터 페어의 약진 그리고 산업중심 전환에 따른 대중문화에 대한 욕구불만도 있었다.

2008년 집행위원장이 바뀌었지만 실질적인 운영팀의 변화는 없었으며, 시기와 장소의 문제 또한 단기간에 조정하기란 어려웠으리라 본다. 이는 행사예산과 기획단계에서 이미 예견되었던 것이고 전 시장과 영화제의 이원화에 따른 통합적 운영과 관객접근성의 문제를 야기했다. 하지만 문제점을 인식하고 개선하려는 의지가 있었기에 변화가 나타났다. 전년도 대비 총 관람객수가 약 26% 증가, 영화제 좌석점유율 63.2%, 행사수입금 89% 증가, 반면 참여기업 부스는 변동이 없었다.⁹⁾ 주요한 원인은 산업중심의 행사진행이 문화적인 페스티벌로 옮겨오면서 관객들과의 감성적 소통을 위한 ‘100년을 기다리는 99년’, ‘디지털 체험전’, ‘만화도서관’ 등 다양한 프로그램이 기획되고 ‘야의 난장무대’를 통해 관련단체의 참여를 유도하여 행사의 대중화를 추구한 점이다. 페스티벌의 성공은 공공문화서비스 창출이라는 인식과, 보편적인 소재를 특별하고 차별적인 특성화된 콘텐츠로 만들어 내는 기획능력이 중요하다.

2009년과 2010년은 조직위원장이 바뀌면서 운영진이 대대적 개편이 되었고, ‘타임캡슐, 100년의 여행’과 ‘세상을 지배하는 상상력’이란 주제로 과소평가 되어있는 행사의 문화적인 가치를 실현하기 위해 행사시기를 7월로, 전시장소를 서울코엑스 컨벤션센터로 다시 옮겨 관람객의 접근성을 높인 한편, 한국 콘텐츠 진흥원(KOCCA)이 진행하는 서울 캐릭터 라이선싱 페어(Seoul Character & Licensing Fair)와 동시 개최를 통해 행사규모와 프로그램, 체험 행사 등 예년에 비해 발전적 모습을 보였다. 전체예산이 2008년 17.31억 원에서 2009년 15.81억(공공기관 지원 비율, 82.4%)원으로 줄었지만, 2009년 총 관람객 수가 194000명(유료관람객, 23730명), 2010년 총 관람객수가 201,180명(유료관람객, 34000명)이다. 서울캐릭터·라이선싱페어와 공동개최를 감안하더라도 분명 관람객이 증가한 것으로 보인다. 또한 영화제 상영작품수는 2009년 35개국 423편, 2010년 36개국 364편이며, 좌석점유율은 2009년 71.5%, 2010년 75%로 예년에 비해 상승하였다. 참여부스의 경우는 2009년 공동개최로 대학관 21개만 운영하였으며, 2010년 25개 업체 111부스가 참여하였다. 해외초청인사, 행사참여국, 작품 출품 수는 최근 몇 년간 계속 증가하는 추세이며, 이는 SICAF의 국제적 위상이 변함없음을 보여준다.¹⁰⁾

SICAF는 2004년을 지나면서 차츰 규모가 축소되며 부진을 면치 못하다가 최근 다시금 회복세를 보이고 있다. 여러 요인이 있겠지만 무엇보다 권위를 탈피하고 산업 지향적이며 정량적 수치를 중시

8) 2003년 - 2006년 만화 연평균-24%, 애니메이션 연평균-7% 감소 : 한국문화관광연구원, 2003 - 2006. 참조.

9) SICAF조직위, 2007 - 2008, 참조 정리.

10) SICAF조직위, 2009 - 2010, 참조 정리.

하던 경향에서 벗어나 행사의 문화 예술적 가치를 재인식하고 관람객과의 소통을 지향하는 즐겁고 재미있는 프로그램을 기획했기 때문이라 생각한다. 또한 문화 예술적 가치가 만화·애니메이션이나 문화 콘텐츠산업 발전을 가능하게 하는 토양이라는 것을 잊지 말아야 할 것이다.

IV. 서울국제만화애니메이션페스티벌 과제와 발전방안

우리나라의 페스티벌은 1995년 이후 문화관광부에서 문화관광축제를 지정하고 지원정책을 본격화하면서 빠르게 증가한 것으로 나타나고 있다.(2009년 문화체육관광부자료, 전체축제 921개, 전체예산 3245억 5600만원, 서울시 119개, 전체 예산 369억 8300만원, 경기도 115개, 전체예산 515억 3500만원) 정부의 이러한 지원정책은 페스티벌의 활성화와 특히 페스티벌의 경제적 혹은 상업적 가치를 제고하는데 긍정적인 영향 미친다고 하나, 페스티벌의 상업화 전략은 결국은 페스티벌의 본질을 훼손하게 될 것이라는 우려의 목소리도 있다. 이는 그 동안 페스티벌이 대중문화의 아이콘과 흥행을 만드는 데 일정한 역할을 하면서 대중문화의 페르소나(persona)를 강화했으며, 그렇게 형성된 흥행이 비즈니스와 결합하면서 오늘날 페스티벌은 거대한 스포츠 이벤트처럼 변했기 때문이다. 이러한 과정에서 관람객은 상품화 되었다.

한국에서는 페스티벌이 생겨날 때마다 세계적 페스티벌로 만들겠다고 호언장담을 한다. 하지만 그 약속을 현실화시키는 경우는 드물다. 이러한 경우는 온라인상에서 쉽게 확인 할 수 있으며, 심지어는 성과주의적 강박관념 때문에 억지로 세계 몇 대 페스티벌이라고 자랑하는 사례도 많다.

외국 관람객과 언론매체들이 대거 참여하는 프랑스의 앙시국제애니메이션 페스티벌 정도가 되어야 세계적인 페스티벌이라고 부를 수 있지 않을까. 사실, 한국에는 국제적이기는 커녕 아시아를 대표하는 규모의 페스티벌조차 드물다. SICAF는 2005년 국제애니메이션필름협회(ASIFA)의 공인을 받으면서 일본 히로시마애니메이션페스티벌에 이어 세계 5대 국제애니메이션 영화제로 손꼽히며 아시아 최대의 규모라는 수식어를 붙인다. 아마 SICAF도 여기에서는 자유롭지 못할 것이다.

페스티벌은 건전한 문화예술정신과 우수한 문화콘텐츠를 향유하는 공간이 되어야하며, 관람객이 직접 페스티벌의 주인 의식을 가지고 준비하고 참여하며 함께 하도록 해야 한다. 또한 만화·애니메이션 행사의 정체성을 공고히 하는 매개역할을 수행하며, 한편으로는 지자체장의 정치적 수단이나, 수익성을 전제로 한 상업적 이벤트행사만으로 전략하지 않도록 경계해야하며 관련단체나 업체의 나눠 먹기 식 행사를 지양해야한다. 그러므로 페스티벌을 위한 다양한 가능성과 구체적인 발전방안을 반드시 고민 할 필요하다.

그러면 SICAF가 앞에서 언급한 여러 현안들을 어떻게 개선하고 발전시켜야하는가?

첫째, 중장기 발전방안 수립. SICAF 14년에 대한 객관적인 검토를 바탕으로 SICAF의 비전과 전략을 재조정하고 이를 바탕으로 중장기적인 투자계획 수립 필요하다. 2012년 서울시의 예산지원이 만료되는 시점에서 이후의 자생력 확보방안과 시정부와의 역할관계 정립 그리고 SICAF의 정체성을 제고하여야한다. 단기적인 대중적 인기나 경제적 이윤 추구보다 만화·애니메이션의 저변확대와 부흥을 바탕으로 거시적이며 공공적인 인식이 반영된 실리적인 운영방안이 필요하다. 구체적으로는 만화와

애니메이션의 효율적 통합(SICAF와 中國動漫際만 통합유지)과 행사의 문화적 측면과 산업적 측면 조화(전시영화제와 SPP)가 우선 해결과제이다. 둘째, 효율적이고 전문적인 조직과 홍보 체계 구축. 조직위원회 규모는 크데다 다양한 이해단체들이 관여하기에 SICAF의 방향성 설정에 혼선을 초래하므로, 의사결정기구의 효율화를 위해 규모를 축소하고 재선임이 필요하다. 또한 집행기구의 전문성과 프로그래머의 독자성 확보하여야한다. 2009년의 경우 행사운영 실제인력은 집행위원장을 포함 29명에 불과하며 행사가 끝나면 7명(사무국 직원 3명 포함)으로 축소된다. 실질적 상근인력이 부족하여 행사의 연계성과 조직력 및 행사 DB구축 등의 취약점을 노출하고 있다. 셋째, 자립적 재원 확보. 성공적인 행사를 위한 가장 큰 과제는 행사예산의 확보이다. SICAF의 초기 전체예산이 13억 원이었으며, 그 중 기업 협찬금이 10억 원이었다. 정부주도의 행사여서 협찬금이 많이 모였지만 민간주도로 바뀌면서 기업협찬금이 2억이 되지 않는다. 특히 서울시 주체 문화산업분야 국제행사의 지원예산만 단순히 비교하면 서울 패션 위크(2009년 3월 개최,9일간) 25억 원, 서울충무로국제영화제(2009년8월 개최, 9일간) 30억 원, 서울국제e-스포츠페스티벌(2009년9월 개최, 3일간)8.9억 원 등, 만화와 애니메이션 두 분야의 행사를 진행하는 SICAF의 서울시 지원예산 10년 전의 10억 원은 다시금 행사에 맞게 현실화할 필요가 있다. 또한 정부 지원예산 의존도를 50% 이하로 낮출 필요가 있으며 조직위의 자립을 위한 기업협찬 확대 및 문화콘텐츠 상품개발 등 수익성 사업을 모색하여야한다. 넷째, 특성화된 프로그램. 국제행사로서 페스티벌의 위상과 아시아 만화애니메이션을 주도할 수 있는 프로그램의 특성화와 아시아적인 콘텐츠의 선택과 집중이 필요하다. 또한 제작자와 관람객이 소통할 수 있는 장을 마련하고 체험프로그램을 강화하여야 한다. 그리고 개최 장소와 시기의 일관성. 국제적인 문화페스티벌의 장으로 자리잡기 위해 많은 관람객이 모일 수 있는 장소와 매회 일관된 시기를 선택해야 시너지 효과를 얻을 수 있으며 특히 전용상영관의 확보는 매우중요하다. 마지막으로 합리적인 행사평가. 페스티벌의 재정현황과 프로그램에 대해 분석·평가하고, 집행내역과 평가결과를 온라인을 통해 공개하여 투명성을 높이며, 페스티벌 재정운용의 효율화와 프로그램에 대한 책임성 확보해야한다. 페스티벌 평가의 효율성과 적절성을 확보하기 위해서는 정성적 평가방법과 정량적 평가방법을 조합한 다양한 방법을 개발할 필요가 있다.

페스티벌의 성공은 어느 한 사람의 의도적인 기획에 의해서 만들어지는 것이 아니다. 조직위와 관련단체 및 산업체가 함께 만화애니메이션을 위해 노력하고 사랑해야지만 관람객들이 만화애니메이션의 문화적 가치를 이해하고 행사를 찾아주는 것이다. 따라서 페스티벌이 본연의 목표를 달성하기 위해서는 관람객들의 생활환경과 사회문화 가운데 담겨있는 감수성을 토대로 행사의 문화적 가치와 효과성에 대한 실제적인 분석이 필요하며, 이러한 일련의 과정을 통해 행사의 올바른 가치인식과 프로그램 기획이 비로소 가능하다. SICAF는 바로 이점을 간과해서는 안 되며, 관람객이 무엇을 원하는지, 성공적인 행사가 되기 위해서는 어떻게 해야 하는지에 대한 깊은 성찰이 필요하다.

V. 나오며

1995년 정부의 페스티벌에 대한 정책홍보와 예산지원이후, 각 지자체는 문화예술 특히 페스티벌

을 통한 지역과 시민간의 통합, 문화와 경제적 가치, 정치적 기대효과 창출에 적극적인 관심을 보였다. 이러한 사회문화적 맥락 속에서 시작한 SICAF는 다른 관련 행사와 비교 나름의 성과에도 불구하고 많은 아쉬움과 한계를 드러내고 있다. 지금 중요한 것은 다시 처음부터 새로 시작한다는 각오로 페스티벌에 대한 철학, 즉 구체적 비전과 방향을 재정립해야 할 것이다. 그리고 SICAF에 대한 필요성과 공감대의 확산을 통해 정체성을 명확히 하고, SICAF를 어떻게 발전시킬 것인가라는 구체적인 방법론의 문제로 전환되어야 한다. 하지만 SICAF는 지금까지 그러한 일련의 과정을 빈틈없이 점검하기 보다는 기존의 행사규모를 확대하고, SICAF의 명성에 맞는 권위와 경제적 가치만 논해온 것은 아닌지 모르겠다.

더불어, 페스티벌은 화려하게 포장된 관념적 유희나 상품 이벤트가 아니라, 생활 가운데 살아 숨쉬는 현실사회에 기초한 실체로서의 문화 활동이 이루어져야 한다. 그 자체의 프로그램기획과 운영이 좋지 않고는 홍보활동을 아무리 잘해도 행사가 성공적일 수 없다. 관람객이 선호하는 프로그램을 기획하고 운영하는 것은 페스티벌에서 매우 중요하다. 페스티벌은 해마다 새로운 형식과 문화콘텐츠를 개발하여 관람객의 적극적인 참여로 이루어져야 한다. 페스티벌을 통해 즐거움과 재미를 넘어 문화적 향유의 수혜자는 당연히 관람객이다. 이것은 보이지 않는 일종의 거래이다. 그렇다면 SICAF는 페스티벌로서 과연 어떤 상품적 가치를 갖고 있는가라고 반문해 보고 싶다.

끝으로, 올해 2010년 양궁대 국제 만화 페스티벌의 경우 중앙정부가 지자체에 재정지원을 중단하면서 예산문제로 행사가 자칫 열리지 못했을 수도 있었지만, 페스티벌 조직위는 부족한 예산마련을 위해 문화부, 상공회의소와 여러 기업단체에 지원을 요청했으며, 다행히 예산부족의 어려움에도 불구하고 다행히 전시, 컨퍼런스, 이벤트 등 다양한 행사 프로그램을 기획, 22만 명(4일간)이 넘는 관람객의 참여로 성황리에 마쳤다고 한다.¹¹⁾

이는 결코 먼 남의 나라 이야기가 아니다. SICAF는 서울시와의 10년간 협약이 2012년에 마무리되며, 이후 어떠한 형태로 관계가 재정립될 것인지 아직 특별한 논의가 없다. 앞으로 SICAF가 경제위기 혹은 다른 이유로 재정지원이 중단되고 예산부족으로 페스티벌의 맥이 끊어진다면 서울시뿐만 아니라 한국의 국가이미지와 문화산업전체에 큰 오점으로 남을 것이다.

참고문헌

- 강정연, 『부천국제만화축제의 진단과 발전방향에 관한 연구』, 이화여대석사논문(2008).
김세훈, 「국내외 애니메이션페스티벌의 현황 및 발전방안에 대한 연구」, 『만화애니메이션연구』, 통권 제5호 (2001), pp. 270~304.
김원제, 『2007년 한국문화콘텐츠문화산업 10대전망』, 한국문화콘텐츠진흥원, 2007.
김재웅, 채윤경, 『정부의 애니메이션 진흥정책의 효율성 분석 및 산업활성화 방안 연구』, 국회문화관광위원회, 2004.

11) 한상정, 2010, 참조.

- 김진해, 『부산영화제 10년, 과제와 전망』, 제8회 부산학 학술심포지움 논문집, 2008.
- 류정아, 『한국지역축제조사평가 및 개선방안연구』, 한국문화관광정책연구원, 2006.
- 문광부정책운영위, 『문화산업 경쟁력강화 대책』, 문화관광부, 2007.
- 문체부, 『2008뉴미디어 시대의 애니메이션산업 정책포럼』, 한국애니메이션학회, 2008.
- 박조원, 『국제영화제평가 및 향후 발전방안』, 한국문화관광정책연구원, 2004.
- 박조원, 『문화산업백서』, 한국문화관광연구원, 2003 - 2006.
- 서순탁, 『서울시 출연기관 경영실적 평가보고서』, 서울시 출연기관 경영평가단, 2007.
- 옥성수, 『국제영화제 전략적 육성방안연구』, 한국관광문화연구원, 2007.
- 전시진흥회평가단, 『국내무역전시회 개최지원 대상사업 평가보고서』, 한국전시산업진흥회, 2008.
- 정강환, 『문화관광축제 변화와 성과』, 문화부, 2007.
- 학술포럼운영위, 『지역예술문화발전전략』, 영남대 조형연구소, 2006.
- 한국문화콘텐츠기술학회, 『서울국제만화애니메이션페스티벌평가분석연구』, 서울시, 2008.
- 한상정, "2010년 제 37회 앙굴렘 국제만화페스티벌(FIBD), 가까이 들여다보기", 디지털만화규장각매거진 글로벌리포트편, 2010.3.13, 2010.4.11, <http://2009.kcomics.net>
- SICAF조직위, 제7회 『서울국제만화애니메이션페스티벌 결과보고서』, 서울시, 2003.
- _____, 제8회 『서울국제만화애니메이션페스티벌 결과보고서』, 서울시, 2004.
- _____, 제9회 『서울국제만화애니메이션페스티벌 결과보고서』, 서울시, 2005.
- _____, 제10회 『서울국제만화애니메이션페스티벌 결과보고서』, 서울시, 2006.
- _____, 제11회 『서울국제만화애니메이션페스티벌 결과보고서』, 서울시, 2007.
- _____, 제12회 『서울국제만화애니메이션페스티벌 결과보고서』, 서울시, 2008.
- _____, 제13회 『서울국제만화애니메이션페스티벌 결과보고서』, 서울시, 2009.

ABSTRACT

The Current Status and Problems of Researches about SICAF

JO, Jeong-Rae

Korea cartoon animation industry is recognized as a cultural content that the spread of popular culture, value-added industries. Yet in spite of external growth and support policies tend it sluggish. This aspect of the cartoon animation market status and government policy that best reveals the cultural industry held the status of Seoul International Cartoon & Animation Festival also not irrelevant.

This study retrospect Seoul International Cartoon & Animation Festival that started in 1995 and enhances the scale of the cultural industry and popular culture has grown around, and tried to find a solution for establish the identity and the development plan.

Key Word : Cartoon & Animation, SICAF, Festival, Identity

조정래
한림대학교 중국학과 교수
(200-702) 강원도 춘천시 한림대학길 39
Tel : 033-248-1594
jjr@hallym.ac.kr

논문투고일: 2010.08.15

심사종료일: 2011.03.07

게재확정일: 2010.03.12