

경 제 · 인 문 사 회 연 구 회
인문정책연구총서 2005-06

•

문화산업 분야에서의 인문학 활용현황과 활성화 방안

연구책임자 : 옥성수(한국문화관광정책연구원)

공동연구자 : 심광현(한국예술종합학교)

이상빈(한국외대)

경제·인문사회연구회

이 보고서는 「경제·인문사회연구회 2005년 인문정책연구사업」의 일환으로 수행된 연구과제 중 하나입니다.

이 보고서에 수록된 내용은 집필자의 개인적인 견해이며 경제·인문사회연구회의 공식적인 입장이 아님을 밝힙니다.

요 약

2천 년대 들어 한국의 문화산업은 세계의 이목을 집중시키는 비약적인 발전을 이룩하였으며, “새로운 성장 동력”으로 주목받기에 이르렀다. 그러나 최근에 들어 문화산업 내부에서는 한 단계 더 높은 도약을 위해 생산과정의 전문적 분업화가 필요하다는 목소리가 높아지고 있으며 단순인력은 충분하지만 시나리오, 마케팅, 기획인력 등 전문 인력의 공급이 부족하다는 진단이 나오고 있다.

현재 문화산업은 과거와 같이 기술적 측면이나 경영적 측면을 혁신한다고 해서 쉽게 발전할 수 있는 단계를 넘어서고 있다. 무엇보다 수용자 대중의 문화적 욕구와 취향이 과거에 비해 더욱 폭이 넓어지고 변화의 속도가 빠르며 취향의 수준도 매우 까다로워지고 다원화되고 있기 때문이다. 문화콘텐츠산업에서 인문학을 적극 활용하는 새로운 형태의 콘텐츠 R&D 투자가 관건으로 부상되는 것도 이런 이유에서다.

인문학은 문화산업에 대하여 대체로 다음의 세 가지 경로를 통하여 기여를 할 수가 있는 것으로 추정된다.

첫째, 인문학은 보다 나은 인문학 콘텐츠를 공급함으로써 문화산업의 생산성 제고에 외부효과를 일으킬 수 있다. 둘째, 인문학은 교육내용의 개선을 통하여 문화산업에 종사하는 콘텐츠 중심 인력 및 기술 인력들의 수준을 높임으로써 문화산업 혁신에 기여할 수가 있다. 셋째, 인문학은 연구인력 및 교과과정의 학생들이 콘텐츠 산학협력시스템을 통하여 문화산업 제작-유통-소비과정의 연구개발에 참여함으로써 문화산업의 생산성을 높일 수가 있다. 이는 요약하면 인문학의 근본적인 연구방식의 변화, 교육 커리큘럼의 변화, 문화콘텐츠 연구개발시스템의 개선을 요구하는 것

이다.(〈표〉 참조)

〈 표 〉 문화산업에 대한 인문학의 기여도 향상 방안

| 구분 | 개 선 안 | 공 통 사 항 |
|-------------------|---|--|
| 컨텐츠생산 | <ul style="list-style-type: none">- 인문학 콘텐츠 및 연구자 DB 구축<ul style="list-style-type: none">· 인문학 영상 디지털아카이브 구축· 인문학 연구자 DB 구축- 번역환경의 개선<ul style="list-style-type: none">· 번역전문기관의 설립 | <ul style="list-style-type: none">- 인문학 연구체계의 개선<ul style="list-style-type: none">· 매체 중심의 통합인문학의 지향· 인문학과 통합되는 다양한 연계전공/복수전공/통합전공/협동과정 확대· 지역학 연구의 강화 |
| 인력의 공급 | <ul style="list-style-type: none">- 교육기관 커리큘럼의 개선<ul style="list-style-type: none">· 다양한 직업영역 과목 개설- 인문학 수요기반의 강화<ul style="list-style-type: none">· 인문학 인증제 | |
| 컨텐츠 연구개발시스템(산학협력) | | |

문화산업에 대한 인문학의 기여를 확대하기 위해서는 첫째, 미디어 문화연구, 지역문화연구, ‘통합적 인문학’으로 인문학 커리큘럼의 개선, 둘째, 연구자 DB의 구축, 인문학 영상 DB의 구축 등 인문학 연구효율의 제고, 셋째, 번역청 및 인문학 인증제 등 인문학 공급 및 수요기반의 강화가 필요하다.

21세기 ‘문화의 시대’는 다양하고 풍부한 인문학콘텐츠의 생산을 요구하고 있다. 그러나, 인문학콘텐츠란 인문학적 지식정보 자체를 의미하는 것은 아니다. 그것이 영화나 게임, 그리고 애니메이션 등에 적용되기 위해서는 새로운 매체적 특성에 맞는 이야기가 구성되어야 한다. 따라서 지식을 경영하여 문화에 적용될 수 있게 하는 과정 자체가 인문학 교육의 주요 분야가 될 때 인문학 연구와 교육의 영역을 확장시키는 동시에 인문학도의 고용창출도 기대될 수 있는 것이다.

문화 분야를 접목한 인문학 교육을 크게 확대해야 하며 지역학부제 등

으로 시도되고 있는 세계 문화연구에 교육시스템을 크게 개방해야 한다. 인문학적 지역학 연구를 통해 한국학의 세계화를 추진하고, 나아가 한국 학문 일반의 공통적 특성을 일구어내는 데까지 나아가야 한다. 지역학의 연구는 세계로 확산되는 문화산업의 세계마케팅을 지원할 것이며, 이러한 기여는 인문학의 활성화로 다시 보상될 것이다.

인문학에 대한 관심을 유발하고 인문학의 실용성을 높이기 위해서는 새로운 전공영역을 적극적으로 개발할 필요가 있다. 이를 위해 연계전공과 협동과정의 확대가 필요하다. 인문학과 통합되는 다양한 연계전공/복수전공/통합전공/협동과정 설치의 확대로 창의적인 고급 인문연구자를 배출, 능력 있는 학생들의 자기설계를 전공과정의 인정범위로 확대해야 한다. 연계전공의 모형으로는 인문학과 컴퓨터공학, 인문학과 경영학, 인문학과 생명공학, 인문학과 환경공학 등 다양한 가능성이 있다.

새로운 인문학 연구의 기여도를 양적-질적으로 높이기 위해서는 인문학 관련 자료를 종합적으로 구축하는 방안을 연구하여 효율적인 관리와 정보공유를 확산시켜야 한다. 인문학 분야 연구업적의 체계적, 효율적 관리를 위해서 데이터베이스의 분산 구축과 통합 서비스가 전제되어야 한다. 인문학 연구업적 정보의 통합 데이터베이스를 구축하기 위해서는 무엇보다도 정보분류 체계, 메타데이터 형식, 원문의 디지털화 형식의 표준화가 매우 시급한 것으로 보인다.

다문화주의 시대에 있어서 외국 저작의 한국어 번역뿐만 아니라 한국어 저작의 외국어 번역이라는 양방향적인 작업이 요구된다는 점에서 국가의 재정지원에 의한 전문 번역 기관(가칭 '번역청')의 신설도 고려될 필요가 있을 것이다. 전문 번역 기관은 우선적으로 다음의 업무를 수행해야 할 것으로 기대된다.

- ① 한국의 지적 자산인 고전과 현대 전문학술 서적을 외국어로 번역한

다.

② 외국 고전과 전문학술서적을 한국어로 번역한다.

③ 선정에서 번역의 실제 과정, 학문적/문화적 성과의 심사까지를 통괄한다.

전문번역기관은 다양한 공적인 기관과 민간 차원에서 시도되는 번역지원사업을 네트워크화하고 효율적인 관리를 할 수 있는 지원기관의 역할까지 떠맡을 수도 있다.

인문학 인증제의 도입은 인문학 교육을 둘러싸고 인문학의 직접적인 수요자가 될 문화산업 취업인력들과 이들을 평가하고 고용하는 문화산업 기업 경영자들에게 객관적인 기준을 제시할 필요가 있다는 것이다. 인문학 인증제의 도입은 인문학 전공자보다는 다양한 문화산업 특화 학과의 인력들에게 인문학적인 학습을 제고하게 하는 기준으로서 작용할 것이다. 더불어 점차적으로 인문학 인증인력의 채용을 문화산업에 대한 지원과 연계하면 인증시험 및 인문학 학습에 대한 수요는 더욱 증가할 것이다.

콘텐츠 연구개발 시스템(CRDS)은 크게 세 차원으로 구성될 수 있다. (1) 교육인적자원부와 문화관광부의 연계 하에서 대학-문화산업 간의 협력시스템을 전국 차원에서 안정적으로 설립하고 재정을 지원하고 평가하는 종합센터, (2) 각 지역 대학에 설립될 대학콘텐츠연구개발센터, (3) 지역 단위의 문화산업클러스터 내에 설립될 지역 콘텐츠연구개발 지원센터가 그것이다.

이런 형태와 조직을 갖춘 CRDS에서 하게 될 주요 사업내용을 살펴보면 다음과 같다.

○ 내용의 재료와 내용의 실체를 인문사회과학의 다양한 분야에서 이루어진 연구 성과 중에서 수집·조사하여 전문 연구자별 데이터베이스를 체계화하는 일

○ 내용의 형식을 가다듬고 평가하는 전문가들을 결합해 시나리오에 대한 컨설팅을 수행하여 프리프로덕션 차원에서 시행착오를 보정하는 일

○ 표현의 재료와 형식면에서 음악·미술·건축·무용·연극 등 다양한 예술 영역의 성과를 방송영상산업 현장과 연결하는 일

산학협동 형태의 연구개발 네트워크가 이루어질 경우 우선 인문학은 문화산업 현장과의 연결을 통해 대학과 교육현장 너머의 산업현장에서 자신의 시장을 창출할 기회를 갖게 될 것이다. 또 이에 따라 학생들이 인문학을 기피하는 현상이 줄어들고, 교수와 연구자들의 경우에도 자신의 전공 분야 연구를 통해 문화콘텐츠의 질을 높이는 데 기여함으로써 인문학의 동시대적인 사회적 기여도를 높이는데 참여하게 되어 인문학 연구의 지속 가능성이 확보될 것이다.

문화산업의 경우에는 해당 분야의 전문인력 부족에서 오는 문제를 해소함과 아울러 산학협동의 형태로 연구개발의 비용 절감 효과를 얻게 될 것이다. 장기적으로는 네트워크의 안정적 유지를 통해 다양한 문화콘텐츠를 발굴해 새로운 장르와 소재 개척의 계기가 마련될 것이고, 예술과 인문학 분야의 창조적 실험을 문화산업으로 끌어들여 문화산업 내부의 혁신을 촉진하게 될 것이다.

어떤 면에서는 인문학은 문화산업의 생산요소를 넘어서는 생산함수 그 자체이다. 정부는 우리문화원형 콘텐츠 개발에 치중하는 소극적인 자세를 넘어서 번역전문기관의 설립, 인문학 수요 및 공급기반 강화, CRDC지원을 통한 산학협력 지원 등을 통하여 다른 문화산업 선진국들에 비하여 부족한 인문학적 기반의 약점을 보완하고 보강하기에 노력을 아끼지 말아야 할 것이다.

차 례

| | |
|------------------------------------|-----|
| 제 1 장 서론 | 1 |
| 제 1절 연구의 목적 | 1 |
| 제 2절 연구의 범위와 방법 | 4 |
| 제 2장 문화산업과 인문학 | 7 |
| 제 1절 인문학과 영상문화 | 7 |
| 제 2절 기술발전과 문화산업 | 8 |
| 제 3절 문화산업과 인문학의 결합 | 22 |
| 제 3장. 문화산업에서의 인문학 활용 현황 | 28 |
| 제 1절 우리문화원형의 디지털 콘텐츠화 | 50 |
| 제 2절 지역문화산업연구센터(CRC) | 16 |
| 제 3절 2차 저작권과 인문학의 활용 | 4 |
| 제 4절 문화산업의 직무 및 인력구조 분석 | 8 |
| 제 5절 문화산업 분야 인문학 활용의 문제점 | 18 |
| 제 4장 해외사례 연구 | 120 |
| 제 1절 프랑스 국영방송들의 인문학 활용 문화콘텐츠 | 120 |

| | |
|---------------------------------------|---------|
| 제 2절 미국의 문화콘텐츠 기획개발 관련 소프트웨어 개발 | 137 |
| 제 3절 일본의 학제적 인문학 연구 시스템 | 154 |
| 제 4절 해외 사례연구의 시사점 | 164 |
| 제 5장 문화산업에서의 인문학 활용 개선 방안 | 168 |
| 제 1절 인문학 연구 및 교육체계의 개선과 지원 | 169 |
| 제 2절 문화콘텐츠연구개발센터 구축 및 운영 | 185 |
| 제 6장 요약 및 결론 | 222 |
| 참고문헌 | 205 |
| ABSTRACT | 227 |

표 차 례

| | |
|--|----------|
| 〈표 1〉 IT 산업과 시대구분 | 15 |
| 〈표 2〉 디지털 기술발달과 문화산업의 가치사슬 단계별 변화 | 19 |
| 〈표 3〉 영화의 내용 층위와 표현 층위 | 42 |
| 〈표 4〉 시나리오의 층위에 따른 문제점 및 대안 제시 | 42 |
| 〈표 5〉 세부 문화산업별 문화원형 소재 집중적 관심분야 | 51 |
| 〈표 6〉 문화원형 콘텐츠화 선정 개발 과제 | 53 |
| 〈표 7〉 선정 과제 중 인문학 및 순수 예술 분야 전문기관 현황 | 56 |
| 〈표 8〉 차수별 공모 사업 선정 과제 | 57 |
| 〈표 9〉 차수별 공모 사업 선정 과제 (표 계속) | 59 |
| 〈표 10〉 원작에 기초한 2003년 개봉영화 | 6 |
| 〈표 11〉 애니메이션 주요 직무와 직무수행자 | 92 |
| 〈표 12〉 영화산업의 주요 직종 | 103 |
| 〈표 13〉 영화산업 제작 분야 직종별 종사자수 | 104 |
| 〈표 14〉 애니메이션 산업의 직업 분류 | 105 |
| 〈표 15〉 애니메이션산업 직종별 종사자수 | 106 |
| 〈표 16〉 게임산업의 직업 분류 | 107 |
| 〈표 17〉 게임산업 직종별 종사자수 | 107 |
| 〈표 18〉 설문 답변자들의 구성 | 109 |
| 〈표 19〉 직원들의 전공별 비율 | 110 |
| 〈표 20〉 신입 직원들의 재교육 필요성 | 111 |
| 〈표 21〉 재교육이 필요한 분야 | 111 |
| 〈표 22〉 현장을 위해 대학교육에 필요한 과목 | 112 |
| 〈표 23〉 대학과 기업체의 협력수준 | 113 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 24〉 정부가 역점을 두어야 할 사업 | 114 |
| 〈표 25〉 문화 원형 콘텐츠의 필요성 | 115 |
| 〈표 26〉 창작 소재 발굴시 어려운 점 | 115 |
| 〈표 27〉 문화원형콘텐츠 사업시 우선 고려사항(1순위) | 116 |
| 〈표 28〉 미국 영상산업 기획개발 및 사전제작 소프트웨어 현황 | 142 |
| 〈표 29〉 스토리보드, 애니메틱스 대행업체 | 144 |
| 〈표 30〉 디지털콘텐츠 저작 소프트웨어와 인문학의 결합 | 153 |
| 〈표 31〉 콘텐츠 창조 교육연구 코스의 커리큘럼 구조 | 160 |
| 〈표 32〉 콘텐츠 창조 교육연구 코스의 세부 커리큘럼 | 161 |
| 〈표 33〉 문화산업에 대한 인문학의 기여도 향상 방안 | 169 |
| 〈표 34〉 20세기의 지식환경과 새로운 지식환경 비교 | 172 |
| 〈표 35〉 CRDC 유형별 주요 사업내용 | 195 |
| 〈표 36〉 문화산업기술(CT)의 차원과 범위 | 197 |
| 〈표 37〉 CT의 차원과 범위에 의거한 콘텐츠 생산과정(영화) | 199 |

그림 차례

| | |
|-------------------------------------|----|
| [그림 1] 문화산업의 부가가치사슬 | 2 |
| [그림 2] 디지털 문화콘텐츠산업의 가치사슬 | 6 |
| [그림 3] 문화콘텐츠 산업 구조 변화 | 2 |
| [그림 4] 문화산업의 가치사슬과 인문학 | 4 |
| [그림 5] 문화원형의 디지털 콘텐츠화 사업 | 6 |
| [그림 6] 문화원형 콘텐츠화 대상 로드맵 | 8 |
| [그림 7] 영화산업 산업구조도(단순화) | 97 |
| [그림 8] 영화산업 기획단계의 진행과정 | 8 |
| [그림 9] 영화산업 촬영단계의 진행과정 | 8 |
| [그림 10] 영화산업 기획-촬영단계의 분업구조 | 48 |
| [그림 11] 영화산업 후공정단계 분업구조 | 58 |
| [그림 12] 영화산업 유통단계 분업구조와 소비구조 | 78 |
| [그림 13] 애니메이션 산업구조도 | 88 |
| [그림 14] 애니메이션 전공정 분업구조도 | 99 |
| [그림 15] 게임산업 단순 구조도 | 49 |
| [그림 16] 게임산업 분업구조 - 전공정단계 | 79 |
| [그림 17] 게임산업 분업구조 - 주공정 1단계 | 89 |
| [그림 18] 게임산업 분업구조 - 주공정 2단계 | 99 |
| [그림 19] 게임산업 분업구조 - 후공정 단계 | 11 |
| [그림 20] 정보학환의 개념과 범위 | 6 |
| [그림 21] CRDC 운영 Process 개념도 | 12 |

제1장 서론

제 1절 연구의 목적

20세기의 후반과 21세기의 시작을 연결하는 디지털기술 및 정보통신기술의 획기적인 발전은 문화산업의 급속한 팽창과 더불어 인문학의 위상변화를 초래하고 있다. 정보처리의 디지털화와 전송기술의 발달, HDTV, 휴대폰, DMB 등 단말기의 다양화는 문화예술의 복제품생산·공급의 획기적인 발전과 문화상품 소비의 급격한 증가를 통하여 일반인들의 생활양식을 근본적으로 변화시키고 있으며, 이에 따른 의식의 변화까지 포함하여 소위 “영상문화의 시대”가 도래하고 있다. 흔히 운위되는 “문화의 시대” 21세기는 일면 “문화산업의 시대”의 자장 안에 있다.

2천 년대 들어 한국의 문화산업은 세계가 주목할 만한 비약적인 발전을 이룩하였다. 미국 다음의 세계 최고의 자국 영화 점유율과 세계영화제에서 각종 수상 및 특별전 등으로 세계의 이목을 집중시키며 수년 내에 수출액이 수십 배 증가한 영화산업, 일본과 아시아지역에서 “한류”의 열풍만으로는 모자라 세계로 시장을 넓혀가는 영화와 TV드라마, 온라인 게임에 한정되기는 하지만 중국 등 해외시장에서 독보적인 입지를 구축한 게임산업, 자급자족의 공급체계를 갖춘 대중음악산업, 외주하청 위주의 종속적인 위치를 벗어나 독자적인 영역을 점차 구축하고 있으며 점차 세계로부터의 관심을 넓혀가고 있는 애니메이션과 만화 등 문화산업은 한국의 “새로운 성장 동력”으로 주목받기에 이르렀다. 그러나 최근에 들어 문화산업 내부에서는 한 단계 더 높은 도약을 위해서는 생산과정의 전문적 분업화

가 필요하다는 목소리가 높아지고 있으며 단순인력은 충분하지만 시나리오, 마케팅, 기획인력 등 전문 인력의 공급은 부족하다는 진단이 나오고 있다.

오늘날 우리나라 문화산업의 비약적인 발전은 외형적으로는 해당분야의 기술적인 발전과 급변하는 시장 환경의 변화에 대한 성공적인 대응의 결과이기도 하지만, 한편으로는 오천년 유구한 문화적 전통을 바탕으로 풍부한 인문학 콘텐츠의 유산이 그 저력의 기반이 되고 있음을 잊어서는 안 될 것이다. 문화산업은 전적으로 지금까지 우리사회가 이룩한 인문학적, 순수 예술적 성취의 깊이와 높이를 바탕으로 하는 것이다. 문화산업은 우리사회에 축적된 인문학적 이미지와 스토리를 원천으로 새로운 가공을 통하여 부가가치를 창출하는 것이다. 가공의 과정을 주도하는 것은 인문학적 소양을 지닌 전문 인력이며, 그러한 가공의 과정은 또한 인문학적 지식을 축적한 많은 연관분야의 전문적인 도움을 필요로 한다.

이렇게 현재의 문화산업의 성장이 지난날의 인문학 연구의 축적과 인문학적 역량의 문화콘텐츠 생산과정에 대한 협력시스템의 효율성에 크게 의존하는 것이라면 효율적인 인문학적 콘텐츠 생산시스템과 문화콘텐츠 생산과정에 대한 인문학적 역량의 지원시스템을 개선하지 않고서는 미래의 한국 문화산업의 지속적인 성장과 발전을 보장할 수 없을 것이다.

문화산업의 상품이 경제적 가치를 산출하는 부가가치 사슬은 일반적으로 기획-제작-유통의 세 단계로 요약된다. 기획은 아이디어 및 인문학 콘텐츠를 문화산업 콘텐츠로 가공하는 단계를 말하며, 제작은 IT기술의 도움을 받아 영상을 제작하고 사운드를 믹싱하는 등 문화산업콘텐츠를 완성하는 것을 말한다. 유통은 배급사, 방송사 네트워크 등의 배급활동으로 극장, TV, 인터넷, 모바일 등 소비자들이 문화산업콘텐츠를 소비하는 단계를 말한다.

인문학의 문화산업에 대한 기여는 크게 세 가지 방향에서 이루어진다.

첫째, 인문학 콘텐츠는 문화산업의 가치사슬의 각 단계에 걸쳐 부가가치 실현에 기여한다. 그것은 문화산업콘텐츠의 원천을 제공하고, 소비자 정보를 공급함으로써 문화산업의 마케팅 및 금융조달의 기본여건을 형성하며, 외국문화에 대한 정보를 제공하여 문화산업의 세계마케팅을 가능하게 한다.

둘째, 인문학은 문화산업에 종사하는 인력들에게 인문학적 교육을 공급함으로써 문화산업의 기본 동력을 제공한다. 문화산업의 기획자, 시나리오작가, 연출가, 연기자, 마케팅 인력들에게 인문학적 소양과 교육의 중요성은 말할 것도 없거니와, 프로그래머, 스태프, 관리직 등 일반기술 인력들도 인문학적 교양을 어느 정도 이상 구비할 때 커뮤니케이션의 원활화 등을 통하여 문화산업의 생산력은 더욱 높아질 것이다.

셋째, 고도의 지식집약산업으로서 문화산업은 기획-제작-마케팅의 단계별로 스토리 발굴, 고증, 마케팅정보 등 그 프로젝트에 특유한 인문학적 지식의 직접적인 참여가 필요하다. 인문학의 문화산업에 대한 직접적인 참여를 활성화하기 위하여 인문학과 문화산업간의 안정적인 산학협력시스템의 확립이 필요하다. 이러한 문화산업과 인문학의 협력은 문화산업의 입장에서 한 단계 더 질적인 도약을 일구어내어 지속적인 성장의 바탕을 마련하기 위하여 반드시 요구되는 것일 뿐만 아니라, 인문학의 입장에서도 ‘인기 없는’ 인문학의 이미지를 벗어나고 보다 친근한 인문학으로 거듭나는 계기가 될 것이다.

이러한 관점에서 본 연구는 인문학콘텐츠가 문화산업에 어떻게 활용되고 있으며, 인문학 교육을 받은 인력들은 문화산업에서 어떠한 역할을 수행하는지, 그리고 인문학 콘텐츠 및 연구역량을 문화산업의 생산성으로 연계하는데 문제점은 무엇인지를 우선 파악한 이후, 이러한 문화산업에

대한 인문학의 기여를 극대화하기 위하여 인문학의 콘텐츠 생산시스템과 교육훈련 시스템 및 문화산업의 생산과정에 인문학이 적극적으로 참여하는 산학협력의 시스템을 연구하는 것을 목적으로 한다.

정책적인 대안에 이르러서는 보다 전략적인 접근이 필요하다. 전반적으로 높은 수준의 인문학의 성과는 장단기간에 문화산업의 융성의 밑거름이 되는 것이므로 인문학 자체의 생산력을 향상시키는 포괄적인 지원정책이 전제가 되어야 하며, 인문학의 연구역량을 문화산업 생산의 과정에 충분히 활용할 수 있는 시스템을 구축하는 것이 필요하다.

제 2절 연구의 범위와 방법

본 연구를 위하여서는 연구진들은 광범위한 문헌조사를 수행하였으며, 인문학 연구자, 문화산업 업계 종사자들 및 문화관광부, 문화콘텐츠진흥원, 영화진흥위원회, 방송영상진흥원, 게임개발원 등 주요기관의 담당자들과 많은 논의를 거쳤으며, 해외의 문화산업 인력양성 시스템, 문화산업과 인문학의 공동작업에 의한 소프트웨어 프로그램의 개발, 인문학콘텐츠의 유통을 위한 국가적 시스템 등을 참조하였다. 본 연구의 주제가 현재 진행형이므로, 본 연구와 같은 관점에서 진행된 본격적인 연구가 많지 않으며 현황자료 등은 정리된 자료를 발견하기가 쉽지는 않았다. 필요한 경우에는, 인터넷의 장점을 활용하여 언론 지상을 통한 자료의 수집 및 논점의 발견에도 적극적인 자세를 취하였다.

본 연구의 대상이 되는 인문학은 일반적으로 문학·사학·철학 등 전통적인 인문학과 인류학·심리학·사회학 등 사회과학 가운데 인문학에 근접하는 분야, 즉 인문학과 사회과학의 기초분야를 가리키는 것으로 사용되고 있다.¹⁾ 한편, 본 연구는 전반적인 관점에서 문화산업의 생산성 제고를 위한 인문학의 개선 혹은 문화산업과 인문학간 산학협력 시스템

의 연구를 목적으로 하는 것이므로 최근에 영상문화를 주도하고 있는 영화, 애니메이션, 게임, 방송, 음악 등 멀티미디어콘텐츠산업 뿐만이 아니라 보다 넓게는 인문학 콘텐츠가 중시되는 연극, 출판 등 집단적인 창작을 위주로 하는 대부분의 문화산업에도 무리 없이 적용될 수 있을 것이다. 그러나 직무분석 등, 구체적인 산업구조를 분석대상으로 하는 경우는 영화, 애니메이션, 게임 등 일부 멀티미디어콘텐츠산업에 관심을 집중하기도 한다.

본 연구의 제 2장에서는 문화산업과 인문학의 관계를 중심으로 살펴본다. 우리 시대에 특징으로 대두되고 있는 영상문화의 일상화는 인문학의 혁신에 대한 거센 요구로 다가오고 있다. 이는 기술발진이 가져온 문화산업의 발전과 확대의 결과이자 생산-소비의 확대재생산과정을 포함하고 있다. 그러나 이러한 문화산업의 급격한 확산과 세계적 경쟁의 도전은 반대로 문화산업에 대한 인문학의 적극적인 기여를 요구하고 있다.

제 3장에서는 문화산업에서의 인문학 활용현황과 문제점을 살펴보기로 한다. 문화산업콘텐츠의 생산을 위해서는 풍부한 인문학 콘텐츠의 공급이 필요하다. 시각예술, 출판, 공연예술 등 디지털 문화산업의 소재가 되는 아날로그시대 문화산업의 역사가 짧은 한국은 문화산업에 활용할 수 있는 문화원형 콘텐츠의 발굴을 위하여 정책적인 지원을 확대해 가고 있다. 문화산업에서의 인문학 활용현황은 이러한 지원활동과 소설, 연극, 만화 등 2차 저작권을 활용한 문화산업 상호간의 인문학 콘텐츠 활용, 그리고 문화산업의 생산구조 속에서의 인문학의 활용을 고찰한다. 생산구조를 통

- 1) 최혜실(2002), p.78. “인문학은 일차적으로 인문대학에 속하는 학제적 학문이라 볼 수 있다.내용적 차원에서 규정한다면 인문학은 인간의, 문자나 비문자적 표현을 통해서 자연적·사회적 질서의 제약으로부터 자유인의 가능경험을 모색하는 노력이다. 지나치게 구체적이고 추상적인 두 범주를 절충한다면 인문학은 문학·사학·철학 등 전통적인 인문학과 인류학 심리학 사회학 등 사회과학 가운데 인문학에 근접하는 분야 즉, 인문학과 사회과학의 기초분야를 가리키는 것이다.”

한 인문학의 활용을 고찰함에 있어서 영화, 애니메이션, 게임산업에 한정
 한 것은 이러한 산업들은 제작과정이 길고 많은 인력 및 자금이 동원되
 는 집단창작 및 ‘영상문화산업’으로서 좁은 의미의 문화산업을 대표하며,
 - 종종 협의의 문화산업은 이들 세 산업만을 한정하기도 한다 - 나머지
 음악, 출판, 방송, 캐릭터 등은 보는 관점에 따라서는 이러한 영상문화산
 업의 영향을 받는 파생적인 위치에 있을 뿐만 아니라, 이들의 생산구조는
 ‘영상문화산업’의 구조에 비추어 충분히 이해가 가능하다고 판단되기 때문
 이다. 이어서 문화산업 분야 인문학 활용의 문제점 등을 살펴본다.

제 4장에서는 해외사례로서 프랑스와 미국, 일본의 사례를 고찰한다.
 프랑스는 국영방송들을 중심으로 인문학콘텐츠들을 적극적으로 상품화하
 고 있으며, 미국의 사례에서는 문화산업과 인문학의 공동 참여를 통한 문
 화산업 콘텐츠 생산 소프트웨어 개발 현황을 살펴본다. 일본의 사례에서
 는 정보학환(環)의 개념 아래 사회정보학, 문화인간정보학, 학제이수(理
 數)정보학의 세 가지 코스를 운영하고 있는 정보학 중심의 동경대학 대
 학원의 개요와 ‘콘텐츠창조 연구코스’의 커리큘럼과 세이카대학의 ‘행동하
 는 인문학’의 개념을 살펴보기로 한다. 이러한 해외의 사례들이 우리에게
 주는 시사점을 장의 말미에 별도로 정리하였다.

제 5장에서는 문화산업에서의 인문학활용의 개선방안을 두 가지 방
 향에서 정리하였다. 인문학의 연구기능이 자체적으로 보다 활성화되어 문
 화산업콘텐츠로 활용되는 인문학 콘텐츠를 원활하게 공급하고 문화산업에
 보다 잘 적응할 수 있는 전문 인력을 공급하기 위해서는 인문학의 연구
 개념의 개선과 연구시스템의 효율화, 인문학 생산 및 수요기반의 강화 등
 을 논의하고 있으며, 또한, 인문학 연구의 중심으로서 대학과 문화산업의
 생산과정을 결합하는 산학협력시스템의 구축 방안을 집중적으로 논의하
 고 있다.

제 6장에서는 이상의 연구결과를 요약하며 결론을 맺는다.

제2장 문화산업과 인문학

제 1절 인문학과 영상문화

1. 인문학 환경의 변화

오늘날 인문학은 근본적인 변화의 거센 요구에 직면하고 있다. 그 주요한 요인은 주로 외부적인 변화로부터 오고 있다. 그 내용을 살펴보면, 컴퓨터와 인터넷의 발달에 힘입은 정보고속도로의 개통과 인간복제에까지 이른 생명공학의 발전, 그리고 국경과 인종의 경계를 허물어뜨리는 세계화의 현상으로 요약된다.²⁾ 이들은 어떤 것은 인문학에 대해 어려운 질문이나 과제를, 어떤 것은 인문학자체의 근본적인 변화를 요구하고 있다.

컴퓨터와 인터넷의 발달에 힘입은 정보고속도로의 개통은 인문학에 대하여 다각적인 측면에서 문제를 제기하고 있다. 멀티미디어 문화산업 상품의 소비의 급격한 증대는 인문학의 전통적인 문자 콘텐츠에 대한 수요의 격감으로 나타나며, 문화산업의 팽창은 인문학 전공 인력의 감소를 초래하고 있다. 더욱이, 영상문화시대의 도래에 따른 영상언어에 대한 수요의 증가와 영상언어로 표현되는 콘텐츠의 증가, 그리고 인문학의 연구 대상이자 목적인 사람들의 영상언어를 중심으로 한 소통방식의 변화는 인문학에게 과연 이러한 변화는 그 자체로 생산적인 결과를 낳을 것인가, 혹은 예상되는 문제점은 무엇이며 그 극복의 방안은 무엇인가 하는 근본적인 가치 성찰적 문제와 더불어 인문학적 연구방법론, 교육방법론에 과

2) 김여수 외(2002), p.1

제를 제기하는 동시에 인문학콘텐츠의 정의 및 인문학 자체의 의미에 대한 근본적인 질문을 제기하고 있다. 그 질문들은 여전히 진행형의 논쟁 속에 남겨져 있다.

물론 인문학의 근본적인 사명이 근본적으로 인간의 내면에 대한 연구를 바탕으로 인간의 고유한 가치와 품성을 유지하는 사회교육의 기초를 제공하는 것이라는 점에서 어떻게 하면 이러한 정보화의 전개, 생명공학의 발전, 세계화의 진전을 잘 이끌어 부작용을 최소화하고 바람직한 문화적 공감대의 기반을 형성할 것이냐 하는 근본 가치 측면의 성찰은 무엇보다 선행되어야 할 것이다. 문화산업이라는 용어의 유래부터가 기술발전과 정보화의 급속한 진전에 따른 저속한 문화의 확산 및 부작용을 경계하는 프랑크푸르트학과 소속학자 아도르노(Adorno T.)와 호르크하이머(Horkheimer M)의 목소리로부터 유래한 것임을 상기할 때 이러한 측면에서의 연구 또한 인문학의 중요한 과제로서 남겨져 있음은 충분히 강조되어야 할 것이다.

그러나 본 연구에서의 관점은 보다 기술적이고 기능적인 측면에 한정된다. 즉, 본 연구는 이러한 영상문화가 주도적인 위치를 점하는 시대적인 흐름 속에서 영상문화를 기반으로 하는 문화산업에 대하여 인문학 콘텐츠를 어떻게 원활하게 공급하고, 영상문화에 익숙한 세대들에게 인문학적 교양을 공급하기 위하여 어떠한 수단을 강구할 것이며, 문화산업의 생산과정을 원활하게 지원하기 위하여 인문학은 문화산업과 어떠한 협력 관계를 구축할 것인가에 주안점을 두고 있다.

인문학의 방향성에 관해서 본격적인 모색을 하는 것은 본 연구의 수준을 넘어서는 것이다. 본 연구는 - 그 부작용에 대한 질문 자체가 인문학적 과제인 - 세계화의 문제에 대한 가치판단을 전혀 염두에 두지 않으며 오히려 세계화의 경쟁 속에서 우리 문화산업의 적극적인 진출방안을 암묵적으로 염두에 둔다는 점에서 일변 반(反)인문학적인 관점을 취하고

있다. 그러나 인문학이 문화산업의 요구를 무조건 일방적으로 수용해야 한다고 보지는 않으며, 세계적 교류의 목적이 무조건적인 흑자의 극대화라고 보는 것은 아니라는 점에서 인문학적 관점을 견지하고 있다.

2. 영상문화와 인문학

오늘날의 인문학이 직면한 중대한 도전에 대한 극복의 일차적 책임이 인문학과 인문학자의 책임은 누구도 부인하지 않을 것이며, 인문학을 담당하는 집단은 이런 사회적 요구를 충족시켜 줄 수 있는 현실성 있는 인문학 관련 프로그램 모색에 적극적으로 나서야 할 것이다. 앞에서 언급한 바처럼 본 연구에서 ‘정보혁명’으로 인한 영상시대의 도래가 인문학의 연구방법론, 교육방법론에 대하여 부과하는 변화의 요구는 중요한 관심사의 하나가 될 것이다. 영상문화의 거대한 흐름을 맞이하여 인문학 내에서도 인문학적 연구방법론에 대한 논의가 무성한 가운데 상대적으로 수용적인 입장에서 인문학의 현안과제를 정리해 보기로 한다.

우선 인문학의 연구대상 및 방법론을 지나치게 문자적인 것으로 한정시켜서는 안 되며, 매체중심으로 연구와 전달의 방법을 확대시켜야 한다는 문제의식의 제기가 설득력을 얻고 있다. 최근 들어 문화산업의 확산과 영상문화의 일상화를 둘러싸고 일반화되어 가고 있는 ‘신인류’, ‘프로슈머’ 등의 요구는 단지 사람들의 소비 형태나 놀이문화의 양상을 넘어서는 파급력을 지닌다. 사람들은 이제 더 이상 문자로만 인식하기 않는다. 사람들이 적극적으로 퍼포먼스 자체를 즐기며 커뮤니케이션의 중요한 부분이 영상으로 이루어지는 시대에 영상물에 대한, 영상물을 통한 연구가 인문학의 중요한 부분으로 들어와야 하는 것은 너무나 당연한 것이다. 최근의 신문보도는 이제는 검색엔진조차 ‘영상검색’이 대세가 될 것이라고 전한다. ‘영상’으로 인식하여 ‘영상’으로 전달하는 세대에 문자 이미지로만 인

문학적 지식의 전수를 고집하는 것은 가능한 일인가? 그것은 과연 절대적으로 정당한 것인가? 결국은 인문학의 일부일 수밖에 없는 ‘영상’에서 ‘영상’으로 전달하는 그 ‘콘텐츠’를 규정하는 ‘문자적 기록체계’의 개발은 인문학연구자들 간의 소통과 전달의 명확성을 위한 또 다른 숙제일 터이지만, 이와 더불어 일반대중의 교육을 위하여 다양한 매체를 통한 인문학의 전달체계의 개발은 눈앞에 시급한 과제로 대두되고 있다.

둘째, 영상문화의 시대에는 문화적 소양과 학제 간 통합적 연구가 더욱 요구된다는 것이다. 근자에 들어서 인문학자들이 크게 반성하는 것 중의 하나가 인문학의 폐쇄성이다. 그동안 인문학은 과거에 구분된 좁은 영역에 지나치게 안주하면서 사회적 변화를 외면하여 문제의 확대를 방치하여 온 점이 있다. 광범위한 영상문화의 시대는 문화소비에 대한 수요 및 전달의 폭발적 증대를 수반하며, 미학적·심리적·사회학적 가치는 빛의 속도로 혼합된다.

요약하자면 전통적인 인문학이 문자 문화와 거의 동일시될 정도로 문헌 중심으로 진행되어 왔던 측면은 지양되어야 하며, 연구와 교육의 양 측면에서 매체 중심적인 측면이 충분히 반영되어야 한다. 이와 더불어 자신의 전통문화만이 아니라 다양한 문화의 연구, 정리 및 전달이 중요하다. 그에 따라 인문과학 내부만이 아니라 사회과학/자연과학/응용과학을 포괄하는 통합적인 연구가 진행되어야 하며 이와 관련한 통합적인 학제도 적극적으로 개발되어야 할 것이다.

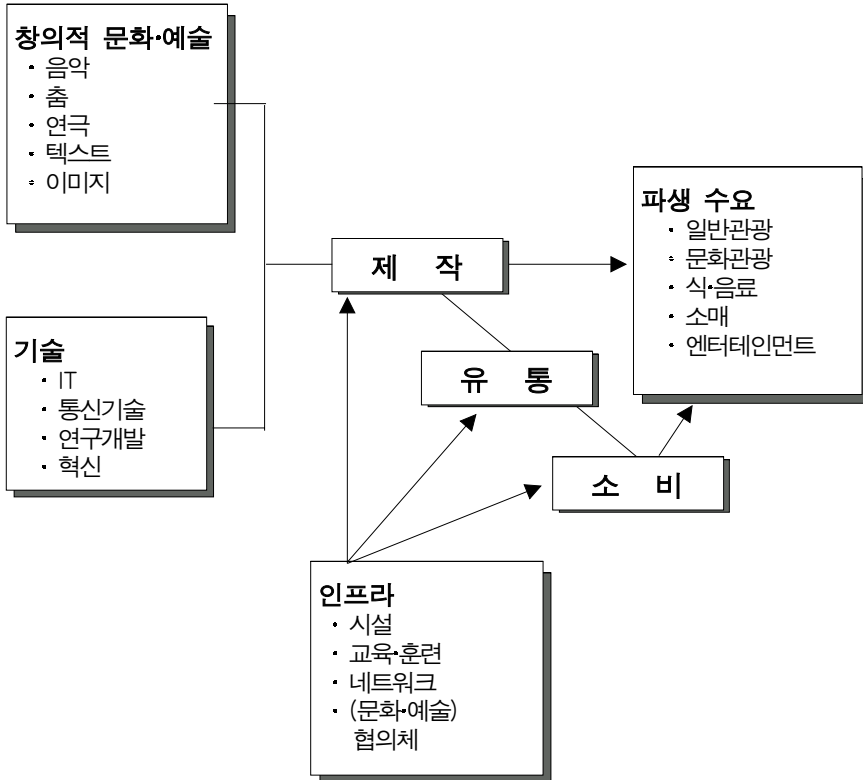
본 연구에서 시각 문화의 우세가 문자문화의 종말을 가져온다는 관점을 택하고 있는 것은 아니라는 점을 분명히 해 둔다. 역사적으로 문자로 된 텍스트와 영상텍스트는 배타적인 관계가 아니라 상호보완적인 관계를 유지하여 왔다. 오늘날 비록 시각 문화가 생활의 많은 영역을 지배하고 그 위상이 높아졌지만 그렇다고 해서 시각 문화가 문자 문화를 부정한 것도 압도한 것도 아니다. 문자로 된 텍스트는 영상 텍스트의 바탕이 되

어왔고 앞으로도 그러할 것이다. 시각적 사고를 해명하는 것은 언어적 사고이기 때문이다. 인문학은 이러한 시대적 상황 속에서 문자 문화와 영상 문화의 위상을 올바르게 정립하고 양자의 상관관계를 규명하는 것을 임무로 삼아야 할 것이다. 인문학의 새로운 활로는 이러한 방향에서 나올 것이며, 이러한 시대적 변화에 대한 도전적 응전이 완료된 인문학의 모습은 양적으로나 질적으로나 지금에 비할 수 없이 풍요로운 모습일 것이다.

3. 인문학과 문화산업

[그림1]은 문화산업의 제작-유통-소비의 전 과정을 간략하게 나타낸 것이다. 문화산업은 인문학콘텐츠와 IT기술을 결합하여 문화산업콘텐츠를 만들어 내며, 이러한 문화산업콘텐츠는 다양한 윈도우를 통하여 국내외에서 소비된다. 문화산업의 제작과정은 크게는 자체적인 시나리오가 완성되기까지의 단계와 그 이후 이 시나리오를 기반으로 IT기술을 결합하여 문화산업콘텐츠로 제작되는 과정을 거친다. 시나리오를 완성하기까지의 생산의 전반부 과정에서는 인문학콘텐츠와 창작인력이 중요한 요소가 되며, 시나리오에 IT기술을 결합하는 과정에는 (배우를 제외한다면) 제작을 감독하는 인력과 제작 작업을 수행하는 기술인력이 중요한 요소가 된다.

〔그림 1〕 문화산업의 부가가치사슬



이상의 과정을 염두에 두고 볼 때 문화산업콘텐츠 생산 및 소비의 과정에서 인문학의 역할은 간략하게 세 가지로 나뉜다. 우선은 문화산업의 소재가 되는 인문학적 콘텐츠의 공급이다. 둘째로는, 인문학적 소양을 핵심으로 하는 기획 및 창작인력의 공급이다. 이들은 인문학적 소양과 교육을 바탕으로 인문학적 콘텐츠를 문화산업으로 전달하는 통역자이며 문화산업콘텐츠의 생산과정에 새로운 인문학적 성과를 추가하는 인문학콘텐츠 생산자이기도 하다. 인문학적 소양은 후반부에 시나리오를 바탕으로 IT기술을 첨가하여 문화산업콘텐츠를 구현하는 과정을 감독하는 인력에

제도 크게 요구된다. 셋째, 문화산업의 마케팅을 위하여 국내외를 포함하는 소비자정보에 대한 지식의 생산 및 접근성의 제고도 인문학의 영역이다.

다시 말하면 문화산업에서의 인문학의 활용을 활성화하기 위해서는 인문학적 지식 및 콘텐츠 생산능력이 제고되어야 하고, 이러한 인문학적 지식 및 콘텐츠에 대한 접근의 효율성을 높여 주어야 하며, 인문학의 교육 커리큘럼의 개선을 통하여 문화산업에 공급되는 기획·창작 및 제작감독 인력의 인문학적 소양을 제고시키며 이러한 인문학적 콘텐츠를 기술적으로 구현하는 인력들의 인문학적 교양을 적은 비용으로 높여줄 수 있는 시스템을 갖추는 것이 필요하다. 그리고 마지막으로 문화산업의 생산과정에 인문학의 전문적인 지식이 적극적으로 활용되는 산학협력 시스템이 구축되고 가동되어야 할 것이다.

경험재로서 문화산업은 생산부터 소비의 전 과정에 이르기까지 인문학적 지식과 그것의 목적인 바에 따른 구현에 다름 아니다. 어떤 의미에서는 문화산업 그 자체가 전체로서 인문학의 산업화라고 하여 틀린 말은 아닐 것이다. 문화산업콘텐츠는 그 자체가 인문학적인 가치와 지식을 일정한 체계에 따라 수용하고 있으므로 인문학의 발전과 생산성의 향상은 문화산업 발전의 전제조건인 것이다.

제 2절 기술발전과 문화산업

1. 문화산업의 가치사슬 단계별 변화

미국의 IT 애널리스트인 데이비드 모슈라의 시대 구분에 따르면 1970년대까지는 기업용 시스템 구축에 주력한 '시스템의 시대'이며, 1990년대 초까지만 해도 'PC 시대'로서 개인용 컴퓨터 사용자가 확대되어 왔다. 그

러나 현재 우리가 살고 있는 시대는 인터넷을 통한 통신 인프라가 전 세계를 연결하는 ‘네트워크의 시대’를 거쳐 구축된 네트워크를 타고 흐르는 내용물(contents)이 중심이 되는 ‘콘텐츠의 시대’로 급격하게 이행하고 있다 .

이런 정보통신 기술의 발전에 따라 미디어, 통신, IT 부문의 융합이 일어나고 있으며 그에 따라 문화콘텐츠산업은 기존의 미디어 산업을 대체하면서 급격히 확대되고 있다. 문화콘텐츠 세계시장 규모는 2004년 1조3천억 달러에서 2008년에는 1조7천억 달러 규모로 급성장할 전망이고, 인터넷광고 및 접속료시장은 2004년 1,224억 달러에서 2008년에는 2,238억 달러로 연평균 20%가량의 고도성장을 지속할 전망이다. 이런 급격한 성장은 무엇보다 디지털, 정보통신 기술의 발전에 힘입은 것이다. 기술 발전은 시장규모의 확대와 더불어 문화산업의 생산에서 소비에 이르는 가치사슬 각 단계에 영향을 미치고 문화산업의 구조 변화를 야기하고 있다.

한 산업이나 기업이 부가가치를 창출하는 경제활동들을 단계별로 구분하여 분석하는 마이클 포터의 가치사슬(value chain)의 개념을 적용하면, 문화산업은 창작, 개발 및 제작, 전송 및 유통, 소비자 단계로 나눌 수 있다.

디지털기술과 인터넷을 비롯한 정보통신 기술의 급격한 발전은 미디어, 문화 및 엔터테인먼트산업 전반에 커다란 변혁을 초래하고 있다. 디지털 기술은 영상물의 기초 재료인 이미지와 음향의 질을 고도로 향상시켜 가고 있으며, 각종 콘텐츠를 송수신할 수 있는 네트워크와 채널들의 수를 증가시키고 있다. 앞으로도 디지털기술은 인터넷 사용의 편의성 제고와 보다 질 높은 양방향 서비스 지원, 온라인 서비스의 보급 등에 핵심적인 역할을 수행할 전망이다. 디지털 문화콘텐츠산업의 발달을 촉진하는 주요 기술과 시장 요인들은 이러한 가치사슬 단계의 각 부분을 변화시키고 있

으며, 각 가치사슬 단계의 참여자들에게 기회와 위협 요인을 동시에 안겨 주고 있다. 이러한 활발한 경쟁은 문화상품의 품질 향상을 가져오고 다양한 문화콘텐츠를 접한 소비자들의 기호를 형성하면서 새로운 수요를 창출하며, 이는 다시 공급확대를 촉진하는 문화산업 확대재생산의 과정을 낳는다.

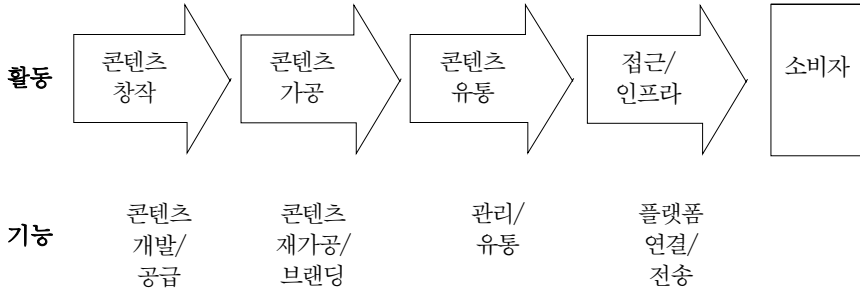
이하에서는 콘텐츠의 창작, 가공 및 유통, 접근/인프라 등 문화산업의 가치사슬 단계의 각 산업활동에 영향을 주는 기술적 변화와 그로 인하여 초래되는 시장 변화들을 중심으로 살펴보고자 한다.

〈표 1〉 IT 산업과 시대구분

| | 시스템 중심 1964-1981 | PC 중심 1981-1994 | 네트워크 중심 1994-2005 | 콘텐츠 중심 2005-2015 |
|--------|---------------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| 대상 | 기업 | 전문가 | 소비자 | 개인 |
| 주요 기술 | 트랜지스터 | 마이크로 프로세서 | 통신속도 | 소프트웨어 |
| 유통 | 직접 | 간접 | 온라인 | 고객주도 |
| 공급자 구조 | 수직 통합 | 수평통합 | 컴퓨터 통신 통합 | 편성(짜넣기) |
| 리더 | 미국 시스템 기업 | 미국 컴퍼넌트 기업 | 각국 캐리어 | 콘텐츠 제공자 |
| 소비자 수 | 1,000만명 | 1억 명 | 10억 명 | 전 세계 |
| 시장규모 | 200억 달러 | 4,600억 달러 | 3조 달러 | 산정불가능 |

* 자료 : 오자와 마코토 외, 「콘텐츠 비즈니스」, 조선일보사, 2001.

[그림 2] 디지털 문화콘텐츠산업의 가치사슬



가. 콘텐츠 창작

영화, 음악, 방송 등 모든 미디어 또는 문화콘텐츠의 창작 부문에 영향을 주고 있는 주요 동인을 열거하면 다음과 같다. 컴퓨터, 미디어 및 통신부문의 융합으로 인해 다양한 플랫폼에 걸쳐 유통될 수 있는 제작이 가능해지고, 제작비용이 절감되는 효과를 가져 올 수 있다. 제작과 후반 제작의 디지털화는 잠재적인 사업자의 산업 내 진입장벽을 낮추는 결과를 가져와, 소규모 시장과 틈새영역을 주 사업 목표로 하는 창작자들에게 경제적으로 자생할 수 있는 여력을 증가시킨다. 컴퓨터 애니메이션 기술의 발달로 인해 광대역 인터넷을 포함한 디지털 매체에서부터 광고와 시뮬레이션, 엔지니어링 등 비 미디어 응용분야에서 활용될 수 있는 콘텐츠 창작기회의 확대를 가져오고, 디지털 압축 및 광대역과 관련한 기술발달은 온라인 사업부문의 성장을 가져오고 있으며, 이는 다시 질 높은 콘텐츠 제작에 대한 수요를 증가시키게 된다.

디지털 방송사업의 전개는 고품질 그래픽, 온라인 정보, 인터넷 접속 등 다양한 양방향 온라인 서비스 공급을 촉진하고 있으며, 이로 인해 유통 채널 수가 증가하고 콘텐츠 수요 역시 증대되고 있는 상황이다. 또한,

콘텐츠의 다양성에 대한 중요성이 더욱 부각됨에 따라 컴퓨터 애니메이션, 특수/가상효과 등 새로운 응용 소프트웨어 및 제작도구의 활용 기회가 증가하고 있다. 프로슈머의 등장에 따른 소비와 제작의 연결이 이루어져 저작권관계가 계속 복잡해지는 추세이다.

나. 콘텐츠 가공

디지털 유통 채널의 폭발적 증가에 따른 콘텐츠 수요의 증가로 음악, 영화 등 문화콘텐츠, 엔터테인먼트산업의 기업들이 기존 콘텐츠 자산을 가공하여 재활용할 수 있는 기회가 확대되고 있다.

기술적으로 이러한 디지털화는 콘텐츠의 수집, 저장, 포장 등 가공 기능을 대폭 향상시킴으로써 기존 콘텐츠를 자산 포트폴리오로 활용하는 것과 같이 다양한 사업기회를 제공하기도 한다. 모든 콘텐츠의 디지털화와 윈도우의 다양화를 수반하는 문화산업의 규모증대는 소규모 콘텐츠 가공업의 틈새시장, 소규모 시장의 형성을 촉진한다. 문화산업뿐만 아니라 사회전반적인 홈페이지, 대고객서비스, 프로슈머 경향의 증대 등은 문화콘텐츠 가공의 시장규모를 더욱 확대한다. 콘텐츠의 재활용 기회가 확대됨에 따라서 콘텐츠 보호와 저작권 관리는 더욱 어려워지고 있으며, 이는 콘텐츠 기업들에게 새로운 위협 요인이 되고 정부차원에서는 향후 시급히 보완해야 할 중요한 정책과제이기도 하다.

다. 콘텐츠 유통

세계 방송산업의 주류는 이미 아날로그에서 디지털 포맷으로 전환되고 있다. 이로 인해 미디어산업과 양방향 콘텐츠 제공업은 새로운 시장을 획득하는 계기가 될 것이며, DVD MP3, DMB 등 새로운 기기를 통한 소

비는 크게 늘어나고 있다.

시청각과 관련된 인터넷 기반 스트리밍 소프트웨어와 관련 기술의 발달로 온라인 영상물을 제작자가 중계업자의 손을 거치지 않고 직접 최종 사용자에게 전달할 수 있게 되었다. 그러나 지나치게 많은 정보는 선별의 문제를 야기하여 대규모 가입자를 확보한 사이트들이 소비자들에 대한 추천의 기능을 인정받으면서 여러 가지 부대적인 사업기회를 확보할 것이다. 미국의 ‘아이팟’은 그 좋은 예이다. 인터넷기반의 소비가 대세를 점하자 하드웨어와 콘텐츠가 결합하는 사업모델이 등장하고 콘텐츠 가치가 크게 증대되고 있는 중이다. 콘텐츠 확보경쟁도 치열해지고 있다. 인터넷 비즈니스에서 우위를 점한 기업들과 콘텐츠기업간의 활발한 M&A도 예상된다.

영상물 상영과 유통 분야의 디지털 기술 발달은 소규모 제작사들이 유통에 직접 진출하게 함으로써 경제적인 생존력을 보완하는 데 도움을 줄 수 있을 것이다.

라. 접근/인프라

통신산업의 급속한 성장은 보다 우수한 콘텐츠의 유통을 가능하게 하는 대역폭 기술의 발달을 가져오고, 셋톱박스 등 여타 디지털 수신기기와 관련된 기술발달로 보다 우수한 양방향 미디어 환경의 조성을 촉진시키고 있다. 산업적으로는 최종 윈도우의 종류와 채널수를 크게 증대시켜 다양한 채널을 통하여 다양한 문화콘텐츠를 공급함으로써 새로운 수요가 나타나는 등 1인당 문화콘텐츠의 소비의 절대적 증가가 나타난다. 이에 따라 공급자의 입장에서는 원소스-멀티유즈(one source- multi use)에 따른 수익실현의 기회가 증대된다. 또 문화산업의 시장 규모가 급격히 확대되

고, 콘텐츠가 문화산업의 가치창출의 원천이 되어 그 중요성이 커지고 있다. 디지털의 특성인 양방향성과 P2P간의 교류의 증대는 문화산업 시장의 가치실현을 위한 저작권보호의 중요성을 크게 부각시키고 있다.

〈표 2〉 디지털 기술발달과 문화산업의 가치사슬 단계별 변화

| | 창 작 | 가 공 | 유통 | 소 비 |
|-----------|--|--|--|---|
| 기술적 변화 | <ul style="list-style-type: none"> - 인터넷정보 집적, 검색 엔진 발달 - 초고속통신망 보급 - 제작 디지털화 | <ul style="list-style-type: none"> - 영상, 전송 등 기술의 발달 - 가공 소프트웨어 | <ul style="list-style-type: none"> - 인터넷 스트리밍, 관련 기술 발달 - 모바일, DMB 등 윈도우 증가 | <ul style="list-style-type: none"> - 컴퓨터, 미디어, 통신 기기의 융합 - 디지털 매체 확대 - 통신 대역폭 기술 |
| 산업적 변화 | <ul style="list-style-type: none"> - 제작비용의 절감 - 디지털콘텐츠 공급증대 - 진입장벽 낮아짐. | <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 활용기회 확대 - 틈새시장, 소규모 시장 형성 | <ul style="list-style-type: none"> - 생산자와 소비자 간의 직접 연결 가능 - 콘텐츠 확보경쟁 - 콘텐츠 가치증대 | <ul style="list-style-type: none"> - 문화콘텐츠 소비 절대적 증가 - 채널수 증가, - 저작권보호 중요성 |

2. 문화콘텐츠산업의 통합구조

디지털·정보통신 기술발전으로 인해 시장규모가 급격히 확대되고 문화산업의 가치사슬 구조가 변화가 생기면서 문화산업 가치 창출의 원천인 콘텐츠의 중요성이 높아지고 있다. 디지털 정보통신 기술의 발전에 따라 문화산업 내 각 분야의 통합이 급속히 진행되고 산업구조도 과거 자기완결형 수직통합 구조에서 수평분업형 구조로 변화될 것이 예상된다.

TV, 음악, 영화, 게임, 문자 등의 다양한 콘텐츠를 전파, CD, 종이, 전화 등의 하드웨어를 통해 네트워크로 공유하던 과거의 수직적 통합구조에서 현재는 사용자 플랫폼을 통한 미디어 융합이 이루어지고 있는 상황이다. 또한, 인터넷의 폭발적인 확산과 보편화는 음악, 영화, 게임, 방송 등의 분야에 수요 확대와 더불어 기존의 무역제도가 국경을 뛰어넘어

세계시장(global market)과 지역시장(local market)의 구분을 사라지게 하였다.

앞서 논의한 바와 같이, 기업은 기술발전에 따라 문화산업 가치사슬 각 단계의 극대화 전략을 취하며 사업 다각화를 추구하고 있지만 아직까지는 네트워크 의존도가 높아서 네트워크의 한계가 콘텐츠의 제공능력을 제한하는 상황이다. 그러나 향후에는 문화산업의 중심이 콘텐츠로 이동하여 가치창출의 핵심요소가 되고 문화산업의 구조도 콘텐츠, 사용자 플랫폼, 네트워크 등 3개 층의 수평적 분업화를 이루며 각각 독립적인 기술 혁신을 추구하게 될 것이다. 다양한 콘텐츠는 종합화되고 플랫폼은 하드웨어와 소프트웨어가 결합한 최적의 시스템 환경을 구축하며 무선이나 초고속 통신망을 통한 네트워크를 형성하는 수평적 분업구조를 갖게 될 것이다.

이와 같은 시장구조 변화에 대해 미국의 AOL-Time Warner, 디즈니, 뉴스코프, Viacom-CBS, 시그렘, 소니 등 대기업(global major)들은 수직적 계열화와 전략적 제휴를 통해 세계시장을 하나의 통합된 네트워크 안에 편성하려는 계획을 진행하고 있으며, 콘텐츠산업 중심으로 기업구조를 개편하며 기민하게 대처하고 있다. 경쟁이 치열한 이들 대기업간에도 리스트를 분산시키고 시장지배력을 확대하기 위한 전략적 제휴가 활발하다. 특히 대규모 투자가 수반되는 위성방송이나 블록버스터 영화 제작 등의 사업이나 지역시장 개척에 있어서 합작, 프로그램 상호 공급 등의 방법으로 제휴하고 있다.

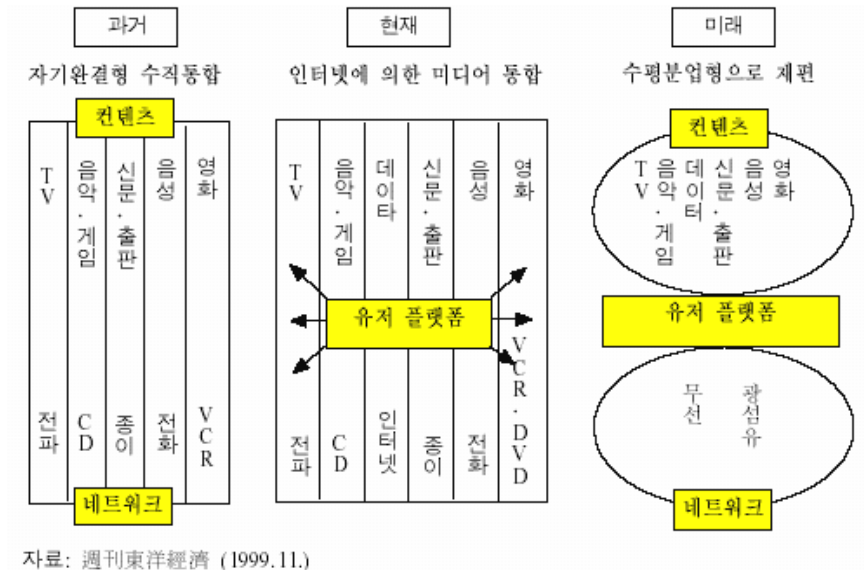
기술과 네트워크의 형성에 있어서 우월한 지위를 차지하는 기업이 상당기간 그 영역에서 독점적 지위를 확보할 것임은 자명하다. 이런 관점에서 미국은 독점화 전략의 완성을 위해 국·내외로 적극적인 노력을 기울이고 있다. 'Forest Research'에 따르면 2002년 현재 미국의 인터넷 콘

텐츠 시장은 1억 명 이상의 인터넷 이용자를 갖고 있으며 84억 달러의 대규모 시장으로 추산된다. 이중 광고수익이 81억 달러, 가입료 수익이 1억5천8백만 달러, 판매수익이 2억2천7백만 달러로 추정하고 있다. 이에 미국 정부는 차세대 인터넷 구축을 위해 매년 1억 달러 이상을 지원하고 있다. 또한 대외적으로는 영화를 비롯한 문화상품의 국가간 자유무역을 강력하게 추진하며 문화산업의 후발 주자들을 위협하고 있다.

한편, 세계수준의 초고속통신망을 구축하고 초고속인터넷 가입 인구대비 세계 1위 수준의 정보인프라를 갖추고 있는 우리나라도 기존의 네트워크를 보유하고 있는 한국통신이 인터넷 사업에 활발하게 참여하고 있으며 인터넷 사업자간 또는 캐릭터 분야 등과의 제휴를 형성하고 있다.

모바일콘텐츠시장의 팽창과 디지털 위성방송의 출범 등 콘텐츠의 수요가 급증할 것으로 예상되는 가운데 정부도 문화콘텐츠산업의 중요성을 충분히 인식하고 국가 전략 산업으로서 적극적인 지원을 하고 있다. 정책 방향은 네트워크 기반 구축에서 콘텐츠 중심으로 이동해 가고 있으며, 제도, 금융, 인력 등에 대한 지원과 더불어 콘텐츠의 창작, 공급을 담당하는 관련부처와 연계된 산업(네트워크, 소프트웨어) 분야를 지원하는 부처간의 역할 분담과 유기적인 협조체제를 구축해 가고 있다.

[그림 3] 문화콘텐츠 산업 구조 변화



제 3절 문화산업과 인문학의 결합

1. 문화콘텐츠산업의 구조변화

가. 디지털화가 야기하는 콘텐츠 제작-유통배급-상영 기술의 변화

앞서 말했듯이 디지털 영상기술과 정보통신 기술의 급속한 발전에 따라 문화산업의 제작-유통배급-소비의 전체 공정에 급격한 변화가 일고 있으며(DMB, Digital Cinema 등), 문화와 경제의 지구화 과정이 확산됨에 따라 문화산업의 시장규모도 지속적으로 확대되고 있다(한류). 그런데 문화산업의 구조변화를 살펴보면서 이로부터 인문학과 문화산업 간의 궁

정적 상호작용을 이끌어내기 위해 여기서 특별히 주목해야 할 점은 크게 3가지이다.

(1) 우선 동영상 콘텐츠의 제작과정 전체가 디지털화되면서 나타나는 제작공정의 변화를 주목해야 한다. 이미 10여 년 전부터 시작된 후반제작(post-production)에서의 디지털화(편집과 녹음의 디지털화)와 최근의 제작단계(production)에서의 디지털화(디지털 촬영장비의 등장과 HD 급 촬영장비의 발전과 확산)의 차원을 넘어서서 배급-상영에서의 디지털화(디지털 스크린과 위성송출)가 확산되면서 과거에는 전체 제작과정에서 가장 큰 비중을 차지하던 이 과정의 비중이 줄어들기 시작하고 있다는 점이다(장비의 고가화와 더불어 제작기간 단축 및 이 분야 기술 스태프의 숫자 감소). 나아가 최근에는 시나리오 개발과 조사연구, 캐스팅, 헌팅, 세팅, 실행예산 편성 및 제작준비, 스토리보드 작성 등 사전제작(pre-production)분야에서도 디지털화가 시작되고 있어 비용과 인력의 감축 및 과학적 합리화가 증대되는 추세에 있다.

(2) 기술발전이 문화콘텐츠산업에 미치는 또 다른 영향은 과거에는 아날로그 매체별로 분화되었던 배급유통의 네트워크들이 디지털 유비쿼터스 환경으로 통합되어 신문, 방송, 정보통신, 영화, 게임, 애니메이션, 출판 등으로 분리되어 있던 문화산업의 제작 라인들이 합종연횡 형식으로 융합되거나 수평적 네트워크화 되는 변화가 나타나게 되었다는 점이다.

(3) 제작과정만이 아니라 소비과정에도 큰 변화가 나타나고 있는 바, 이미 PC 차원에서 모든 정보영상이 소통되는 단계를 넘어서서 사용자 플랫폼의 멀티미디어화가 확산되면서 비디오+인터넷+TV기능을 겸한 휴대폰의 등장으로 PC의 모바일화/소형화가 급속히 진행되고 있다는 점이다.

제작과정, 제작-유통배급-소비의 전체 과정, 사용자 플랫폼의 다중기능화라는 3가지 측면에서 나타나는 이런 변화는 다음과 같은 방식으로 제

해석할 수 있다.

(1) 급속한 자동기술화의 성격을 지닌 디지털화 과정은 더 이상 물리적이고 기계적인 가시적 프로세스의 자동기술화 차원에 머물지 않고 감성적이고 지적인 콘텐츠 차원을 파고든다는 점이다.

(2) 또한 매체의 디지털화가 과거에는 매체별로 분화되어 있던 텍스트(신문출판), 이미지(비디오테이프, 동영상 필름, 사진, CD), 사운드(레코드판, 테이프, CD, 사운드 트랙 등)를 하나의 디지털 매체(모바일, DMB)로 통합하고 있어 매체별로 분화되어 있던 과거의 산업적 분류(방송, 영화, 인터넷통신, 신문 출판산업 등)의 경계를 모호하게 만들고 있다는 점이다.

(3) 나아가 다기능적 디지털화로 인해 공급자-사용자의 거리와 시간이 줄어들고 실시간 인터페이스의 가능성이 높아지고 있다는 점 역시 주목할 만한 지점이다. 다시 말해서 아날로그적 매체기술의 장벽에 의해 분리되어 있던 공급자(창작자) - 사용자(소비자)의 거리가 줄면서 실시간 커뮤니케이션이 확대되고 있다는 점이다.

문화산업에서 콘텐츠를 제작하고 배급, 소비하는 과정에서 비용을 절감하고 질을 높이기 위해 디지털 자동기술화의 과정이 적극 도입되면서 제작-배급-상영의 기술을 위해 과거에 필요했던 전문 인력의 역할이 점점 감소하고 있다. 이런 과정은 마치 출판산업의 제작과정이 디지털화되면서 60여개 이상으로 세분화되었던 제작공정이 1인 ONE-STOP 디지털출판으로 압축되었던 과정과도 유사하다고 할 수 있다. 물론 아직까지는 제작 기술 중에서 편집과 녹음기술의 자동화가 가장 많이 진행되었을 뿐 촬영-조명기술과 상영기술에서의 디지털화는 아직 초기 단계라고 할 수 있다. 그러나 2007년부터 미국의 극장에서 필름영사기가 사라질 예정이라 촬영-상영기술의 디지털화는 이제 시간문제라고 할 수 있다. 이렇게 제작-배급-상영기술의 자동화가 가속화되면 과거에는 아이디어 상으로는 가능

했으나 기술적으로 불가능했기 때문에 실현되지 못했던 내용들이 이제는 기술적으로 얼마든지 구현 가능하므로, 문제는 기술이 아니라 아이디어의 창의성, 참신성, 타당성이 점점 더 승패의 관건이 된다고 할 수 있다. 문화산업에서 콘텐츠의 기획 및 연구개발이 중요해지는 이유가 바로 여기에 있다.

물론 아직까지 제작 기술의 자동기술화는 초보 단계라고 하지만(HD자동카메라는 너무 고가임), 6개월 단위로 기하급수적으로 발전하는 기술 발전의 속도를 생각할 때 H/W를 다루는 기술의 중요성은 상대적으로 감소하고 S/W, C/W를 다루는 기술이 점점 더 비중을 갖게 될 것임은 자명하다고 하겠다. 이렇게 문화콘텐츠산업에서 C/W 및 C/W 관련 S/W의 비중이 늘어나게 된다는 것은 이제까지와는 달리 앞으로는 문화콘텐츠산업과 인문학의 상호의존성이 크게 증가하게 될 것이라는 점을 시사해준다.

나. 디지털기술 발전에 따른 새로운 수요와 문화콘텐츠산업 혁신 과제

문화콘텐츠산업과 인문학의 상호의존성 증대라는 문제를 규명하기 위해서는 앞서 언급했던 여러 변화의 요인들 중에서 특히 두 가지 새로운 수요의 측면을 살펴볼 필요가 있다.

(1) 그 하나는 창의성, 참신성, 타당성 있는 콘텐츠를 다양하고 신속하게 개발하기 위해 기존의 방식을 혁신하여 합리적이고 효율적인 조사연구개발 프로세스를 구축해야 하며,

(2) 다른 하나는 그 과정에서 새로운 C/W를 좀 더 빨리 효과적으로 개발하고 낭비를 줄이기 위해 디지털 S/W가 개발될 것이라는 점이다(시나리오 저작 소프트웨어, 시나리오 분석 소프트웨어, 3차원 통합 스토리보드 저작 소프트웨어 등).

이 두 가지 수요 및 개발 과제는 현재 우리 문화산업 현장에서는 아직 본격적으로 요구되고 있다고 보기는 어렵다. 과거의 비합리적인 관행에서 비롯된 제작사-극장간의 부율 갈등, 스타권력의 급격한 증대에 따른 제작자-배우/매니지먼트사 사이의 갈등, 과거의 도제제도 붕괴에 따른 제작자-스텝의 갈등, 블록버스터의 실패에 따른 투자-제작사의 갈등 등 문제가 산적해 있어 디지털화가 가져올 변화에 대응할 여력조차 없기 때문이다. 하지만 과거의 관행에 사로잡혀 미래를 위한 혁신의 기회를 놓친다면 현재 한국 영상산업이 맞고 있는 호황도 지속되기는 어려울 것이다. 이런 점에서 보면 한국 영화산업은 현재 디지털화 이전에 이미 이루어져야 할 산업합리화(극장 부율의 합리화, 제작자-배우-스태프의 기능과 소득의 합리적 배분, 투자-제작자의 기능과 소득의 합리적 배분 등)와 디지털화로 인한 새로운 변화에 대응한다는 이중의 과제를 한꺼번에 직면하는 어려움에 처해 있다고 할 수 있다. 물론 이런 이중의 과제에 직면했다는 것을 두고 한국영화산업이 총체적 위기에 처했다고 판단하기는 어렵다. 오히려 2000년대에 들어 한국영화산업이 갑작스럽게 성장했기 때문에 안게 된 과제라는 점, 고속성장에 따른 진통이라는 점을 고려해야 할 것이다.

그에 반해 헐리우드 영화산업은 이미 80년대부터 디지털화 이전의 산업합리화 과제(텔레비전의 대중화에 따른 위기 극복)를 완수했고, 이제는 디지털화에 따른 새로운 과제를 이행하기 위해 부지런히 움직이고 있다. 헐리우드의 경우 전자(1) 부분은 이미 오래전부터 전문화되어 왔고(시나리오 컨설팅 및 산학협력 시스템, 영상위원회를 통한 제작준비 지원 등), 후자(2)의 경우 역시 2000년대에 들어 활발하게 추진되고 있는 중이다(시나리오 및 스토리보드 저작 소프트웨어 개발과 사용). 이런 맥락에서 볼 때 디지털화가 가져온 새로운 위기에 능동적으로 대처하지 않는다면, 한국영화산업이 텔레비전의 대중화에 따른 새로운 과제에 능동적으로 대처하지 못함으로써 80-90년대에 헐리우드에 굴복했던 것과 유사한 길을

밝게 될 우려도 있는 것이다.

물론 우리의 경우에도 최근 들어서는 제작기술보다 콘텐츠의 개발과 사전제작(pre-production)의 중요성에 대한 인식이 증가하면서 프리프로덕션에서 지역의 경관과 촬영현장 및 제작사와의 효과적인 결합을 지원하기 위한 지역영상위원회의 확산(전국에 8개의 지역영상위원회 활동), CT 기술개발에 대한 정책적 지원 확대, 투자 단계에서 시나리오의 질에 대한 가치판단의 중요성 인식 등 일정한 환경적 변화가 일고 있어, 조만간 현장과 정책 양측에서 콘텐츠 개발과 콘텐츠 저작 소프트웨어 개발을 위한 노력에 박차를 가하지 않을 수 없게 될 것이라고 전망할 수 있다.

현재 문화산업 분야는 다른 제조업, 서비스 산업 분야가 침체되고 있는 것과는 대조적으로 연평균 20%의 지속적인 성장을 통해 많은 일자리 수요를 창출하고 있다. 하지만 정작 급변하는 문화환경의 디지털화와 세계화라는 변화가 필요로 하는 새로운 전문 인력의 공급은 원활히 이루어지지 않고 있다. 영상산업의 경우를 예로 들어본다면 연출, 촬영, 편집, 사운드 등 제작기술 관련 전문인력의 공급은 과잉상태에 접어들었으나, 시나리오 기획개발, 조사연구, 마케팅, 투자배급 분야의 전문인력 공급은 과소상태이며 관련 대학에서도 이를 위한 체계적인 교육과정의 운영은 요원한 상태이다. 물론 이와 같이 수요-공급 사이에 간극이 발생하는 이유는 현재의 교육과정이 현장에서 아직까지 지배적인 아날로그적인 영상 제작기술 패러다임에 맞추어 운영되어 왔기 때문이라고 할 수 있다. 하지만 이제는 현장에서도 새로운 패러다임이 요구되기 시작하고 있고, 앞으로 이 분야의 수요는 계속 확대될 전망이므로 문화콘텐츠산업 현장에서의 수요-공급의 간극을 극복하기 위해서는 획기적인 노력이 필요한 상황이다.

이러한 점들은 현재 한국문화콘텐츠산업이 새로운 국면에 접어들었다는

사실을 단적으로 입증한다. 다시 한번 요약하자면 (1) 자동기술화의 진전에 따라 제작과정에서는 이전의 아날로그적인 공정별 기술 스태프의 수요는 줄고 있고 콘텐츠의 기획개발-프리프로덕션의 혁신과 이 혁신과정을 주도할 새로운 전문인력의 수요가 늘고 있다는 점, (2) 제작-상영의 전 과정의 디지털화와 더불어 콘텐츠 개발 과정에서도 디지털화가 시작되어 콘텐츠 저작 소프트웨어의 수요가 늘어나리라는 점, (3) 디지털 유비쿼터스 환경에서 DMB, Digital Cinema가 확산되고 사용자 플랫폼의 다기능 모바일화가 가속화됨에 따라 매체 통합, 장르 통합이 가속화되면서 앞으로는 24시간 사용자 인터페이스가 가능한 무한대의 다양한 포맷의 콘텐츠 수요가 늘어나게 될 것이라는 점이다.

2. 문화콘텐츠산업의 혁신 조건과 인문학

위에서 말한 바와 같이 현재 우리 문화콘텐츠산업은 (1) 콘텐츠 기획 개발 - 프리프로덕션 과정의 혁신, (2) 콘텐츠 저작 소프트웨어의 개발, (3) 콘텐츠 포맷의 다양화라는 새로운 혁신과제에 직면하고 있다. 그러나 이와 같은 혁신과제는 앞서 말한 디지털화 이전의 산업합리화라는 과제와는 성격이 전혀 다른 것이다. 후자의 경우 제작자-투자자-극장-배우-스태프 등 콘텐츠산업의 내부에서 분야별 전문집단들 사이의 이해관계의 충돌에서 나타나는 문제이므로 현장 내부의 노력과 관련 당국의 정책적 조정이라는 노력을 통해서 해결될 수 있고 또 조만간 해결되지 않으면 안 되는 성격의 과제이다. 그러나 전자의 경우는 내부 이해관계의 충돌로 인해 발생하는 것이 아니므로 관련당국의 조정을 통해서 해결될 수 없다는 특징을 지닌다. 왜 그런지를 살펴보자.

(1)의 과제는 시나리오 작가-감독-제작자 및 PD 3~4인의 라인업이라

는 이제까지의 방식으로 해결하기에는 너무나 방대한 영역을 포함하기 때문이다. 물론 이제까지는 이런 라인업으로 시나리오를 개발하고 마케팅 전문가와 함께 투자계획서를 짜고 제작부와 함께 프리프로덕션 과정을 성공적으로 진행해 왔다고도 할 수 있다. 그러나 국내외 제작사들의 콘텐츠 경쟁압력이 가속화되고, 영상시대 관객의 점점 더 높아지는 눈높이를 맞추어야 하고, 한류로 인하여 해외시장이 확대되는 상황에서 이렇게 느슨한 라인업으로 새롭고 질 높은 콘텐츠를 효율적으로 개발하기가 점점 어려워지고 있다. 게다가 변화하는 환경을 염두에 두어야 한다. 관객의 세밀하고 역동적인 취향변동을 세대별/성별/지역별/계층별로 예측하여 콘텐츠의 소재와 주제를 개발한다. 또 포맷과 장르를 혁신해야 하고, 까다로워지는 투자사를 설득해야 한다. 게다가 배우들과 매니지먼트사를 설득해야 하는 등 기획개발과정에서 점점 더 많은 자료와 배경을 조사연구하고 캐릭터와 서사의 형식 등을 치밀하고 세련되게 개발하고 설득논리를 제고하는데 점점 더 많은 외부 전문가 네트워크가 필요해지고 있다. 이때 외부 전문가란 영화학과 교수나 연구자만이 아니라, 국문학, 심리학, 인류학, 철학, 역사학 등 분야의 인문학자만이 아니라 사회학-정치학-지역학 등 사회과학 분야의 전문가와 연극-음악-미술 등 순수예술 분야의 전문가들이라고 할 수 있다. 문화콘텐츠 산업이 당면한 혁신과제를 해결하기 위해 이제까지와는 달리 인문학 등에 손을 내밀어야 하는 이유가 여기에 있다.

(2)의 과제는 한국문화산업이 처음으로 대면하게 되는 전적으로 새로운 과제라고 할 수 있다. (1)의 과제만 해도 콘텐츠의 질을 높이고 포맷을 다양화한다는 점에서 어렵기는 하지만 내부 전문가와 외부 전문가 사이에 내용적인 연속성이 유지될 수 있다. 문서로 된 시나리오를 개발하는 단계에서는 프로덕션과 프리프로덕션의 과정에서처럼 전문적인 기술적 용어와 체험이 공유되어야만 하는 것이 아니기 때문에 시나리오 작가와

감독 및 제작자와 인문-사회과학자 사이에 의사소통이 불가능한 것은 아니라고 할 수 있다. 그러나 (2)의 경우에는 시나리오 작가와 컴퓨터 공학자 사이의 의사소통이 문제가 되기 때문이다. 여기서 1:1 소통은 사실상 불가능하다고 할 수 있다. 시나리오 저작 소프트웨어를 개발하려면 우선 다음과 같은 과정이 필요하기 때문이다. 즉, 시나리오 저작과정을 세부적으로 분해한 후 그 과정을 다시 종합하는 분석과 종합 작업, 분석과 종합작업을 기호학적 언어로 번역하는 작업, 기호학적으로 번역된 내용을 공학적인 알고리즘으로 재구성하는 작업, 알고리즘을 시청각적 기호로 번역하는 작업, 시청각적 기호를 소프트웨어로 구성하는 작업 등이 그것이다. 다시 말해서 시나리오와 시나리오 저작 소프트웨어 사이에는 수많은 번역 과정이 놓여 있기 때문에 시나리오 작가나 감독과 컴퓨터공학자가 1:1로 의사소통을 할 수 없다는 말이다. 바로 이 과정에서 인문학자의 번역 역할이 중요해지는 것이다. 주어진 시나리오를 장-시퀀스-쇼트-프레임 층위로 분할하여 플롯-캐릭터-사건-시공간배경 등을 분석하고, 이를 감정의 흐름 및 주제의 심화라는 측면에서 서사이론적으로 분석-종합할 수 있는 텍스트 분석 역량, 이를 기호학적으로 번역할 수 있는 역량은 시나리오 작가나 감독이 제공할 수 없다. 이를 위해서는 서사이론, 드라마 투르기, 기호학, 성격과 심리 연구, 소재와 인물, 주제에 대한 역사적, 철학적 분석이 필요하다.

(3)의 과제의 경우에도 기존의 시나리오 작가와 감독의 역량만으로는 해결하기가 쉽지 않다. 방송드라마 작가가 영화 시나리오를 만들기가 쉽지 않고, 영화감독이 방송용 미니시리즈를 개발하기가 쉽지 않은 것은 장르와 현장의 관행 때문이다. DMB 용의 중단편 포맷을 새롭게 개발하는 일은 기존의 작가적 분류와 팀 편성 방식으로는 더욱 용이하지 않다. 이를 위해서는 장르 간 비교 연구, 다양한 교양 포맷과 드라마 형식의 비교, 청소년들의 감수성과 소통욕구에 맞는 새로운 이야기 등을 조사연구

하고 형식을 실험하며 모니터링할 수 있는 다양한 연구개발이 필요하기 때문이다. 콘텐츠 포맷 다양화에 인문학의 결합이 적극적으로 요구되는 이유가 여기에 있다.

이렇게 볼 때 현재 한국의 문화콘텐츠 산업은 인문학과의 네트워크 구축을 위해 노력을 하고 있는가의 여부와 무관하게 새로운 단계로의 도약을 위해 인문학의 도움을 절실히 필요로 하고 있다고 할 수 있다. 그렇다면 구원투수의 역할을 해야 할 인문학의 속사정은 어떠할까?

3. 인문학의 위기와 가능성

유감스럽게도 현재 우리의 인문학은 이와 같은 구원투수의 역할을 하기에는 절대적으로 그 역량이 부족하다고 할 수 있다. 전통적으로 근대 인문학은 대학을 자신의 주요 현장으로 삼아왔다. 대학 교양과정에서 전공과 무관하게 인문학적 교양과 가치를 전달하거나 전공과정을 통해 인문학자를 육성하는 것을 주요 과제로 삼아 왔기 때문이다. 그러나 21세기에 들어서면서 우리 대학에서 인문학 전공학과는 영문학과 문화 관련학과 몇몇을 빼고는 대부분 사멸해 가고 있다. 법학과 경영학과 등 몇몇 학과를 빼고는 사회과학의 사정도 마찬가지다. 또 예술대학도 디자인과 영상관련 학과 등 일부를 제외한 본격예술 장르들은 비인기학과로 내몰리고 있다. 한편 몇몇 인기학과의 경우에도 실제로 취업이 잘되거나 연구가 활성화하고 있는 것도 아니다. 물론 인문학에는 대학 이외에도 출판산업이라는 현장이 있다. 그러나 디지털 정보시대와 영상시대를 맞아 출판수요는 급격히 줄고 있어 인문학은 대학에서만 아니라 사회 현장에서도 급격히 그 수요가 위축되고 있는 형편이다.

그동안 한국에서 인문학의 위기는 주로 대학에서 학생들의 전공회피와 출판산업의 위축의 형태로 외부로부터 기인한 것이라는 방식으로 담론화

되어 왔다. 외환위기 이후 신자유주의적 구조조정 과정에서 고용불안과 청년실업이 구조화되면서 대학이 취업준비현장으로 급변하게 된 것은 사실이다. 미래가 불안하니 인문학과 같이 취업과 직접 연결이 안 되는 분야부터 인기가 떨어질 수밖에 없으며 출판산업에서도 일부 소설 등을 제외하고는 취업관련 서적들에게 순위가 밀려나게 되는 것도 어찌 보면 당연하다고 할 수 있다. 그러나 이런 위기는 사회변화의 일부 측면과 연계된 것이며, 비단 인문학에게만 해당하는 것은 아니다. 사회과학과 자연과학 역시 일부 전공을 제외하고는 대개 학생들이 기피하고 있고, 사회적 수요 역시 제한적이라고 할 수 있다.

거론되는 인문학의 위기는 앞에서 밝힌 이유들도 있겠지만 학문들 사이 혹은 빈틈, 제도지식이 수용하지 못하는 언설적 실천들을 제도화된 분과학문들 영역 바깥으로 배제해서 생긴 것은 아닐까? 혹은 푸코와 달리 인간에 대한 관습적인 규정, 즉 류와 종차에 의한 개념 규정, 즉 “인간은 합리적이고 이성적인 동물이다”라는, 인간에 대한 제한적인 규정 탓에 생긴 것은 아닐까? 가타리가 주체성을 집합적인 것이라고 보고 주체성의 이질발생을 이야기하면서 푸코를 옹호하는 것은 가타리가 결국 인간이라는 주체성을 복수성(multiplicity)으로 보기 때문이다(가타리, 2003 : 19 - 20). 가타리가 말하는 복수성은 사실 다양체를 뜻한다. 개인 이전의, 사람 안쪽에서 강렬도의 방향으로 전개되는 복수성이란 인간이란 개념에 대한 재구성을 요구하는 것이다. 월러스틴이 말하는 바의 제도화된 지식들 혹은 분과학문들은 푸코적인 의미에서 근대적인 에피스테메의 영역 안에서 인간의 등장과 더불어 나타난 것이고 월러스틴이나 세르 혹은 월슨은 인간이란 개념을 자명한 것으로 이해할 뿐 그것을 문제 삼거나 거론하지 않는다. 자이츠 오사무(財津 理)가 「들뢰즈에 의한 개념으로서의 데카르트적 코기토」에서 들뢰즈가 『철학이란 무엇인가』에서 밝힌 ‘개념’을 계기적이고 위상학적인 기하학의 형식으로 전환시켜 이해하고 나

서 데카르트가 말한 ‘나’라는 개념을 다양체로 이해한 것(자이츠 오사무 1996: 203 - 204)은 푸코를 옹호하며 가타리가 제시한 복수성으로서의 주체성이라는 사고와 일치하는 것이다.

들뢰즈는 개념을 이질연속이고 인접역을 매개하는 복수의 구성요소의 배열이라고 규정한다. 자이츠 오사무에 따르면, 개념concept은 그리스어로 ‘함께 포착하다’이지만, 여기서 ‘함께’con -를 동시성이 아니라 계기성, 데카르트가 말한 관계nexus로 이해해야 한다고 주장한다. 즉 데카르트에게 있어서 나 혹은 인간이라는 개념은 ‘이성적 동물’이라는 구성요소뿐만이 아니라, 인간을 규정하는 여러 다른 구성요소들 - 비이성, 광기, 기계 등 - 이 이질적이고 계기적으로 연속된 것이라는 것이다. 그리하여 ‘나는 사고한다’, ‘나는 의심한다’, (그러므로) ‘나는 존재한다’는 것은 서로 계기적이고 순환적인 관계를 가지며 그 구성요소들 ‘사이’에는 식별 불가능한 인접역들이 존재한다. 푸코가 고고학적인 탐색을 했던 영역도 바로 인간이라는 개념의 구성요소들 사이였고, 따라서, 모든 분과학문들 사이, 빈틈에 존재하는 식별 불가능한 인접역이 아니었을까? 그 인접역에는 하나의 독립적인 언설적 실천으로 다시 분류될 이질적이고 분산된 모든 요소들이 존재하기 때문이다. 물론 인접역의 일반문법/자연사/부의 분석은 제도지식으로 성장해나가는 것이 아니라 언제나 그것을 배제한다는 것이 푸코의 주장이다. 푸코가 실증성과 과학을 구분해서 말하는 것은 이 때문이다. 그렇다면 우리는 거꾸로, 제도화된 지식, 혹은 분과학문이 통제하고 배제한 인접역 안의 실증적인 언설적 실천들을 연구해야 하지 않을까? 가령 “확실한 의학으로 스며들기도 했지만, 그러나 또한 행정적 규제들, 문학적 내지 철학적 텍스트들, 결의론, 의무적인 작업이나 빈민들에 대한 복지의 이론들 및 기획들 속으로도 스며든”(푸코, 1992 : 248) 언설적 실천들처럼.

4. 문화콘텐츠산업과 인문학의 결합

문화콘텐츠산업에서는 인문학과와의 결합이라는 새로운 과제가 제기되고 있으나 콘텐츠산업 내부의 문제들로 인해 그와 같은 결합을 위한 적극적 노력이 시작되지 못하고 있으며, 인문학의 경우는 대학과 출판산업의 현장에서 크게 위축되어 위기에 처해 붕괴되어 가고 있는 이런 상황은 지극히 모순적이다. 이런 모순은 저절로 타개될 수 있는 것이 아니다. 문화산업 현장은 현장대로, 인문학의 현장은 현장대로 자기 발등의 불을 끄느라 바빠 미래를 위한 혁신에 투자할 시간과 재원이 절대적으로 부족하기 때문이다. 대학에 관련학과 수는 많지만 현장과 밀착하면서도 다양한 지식과 경험을 체화할 수 있는 교육이 제대로 이루어지지 않기 때문이다. 그러나 교육인적자원부나 문화관광부 및 대학 당국은 이런 상황에 대해 뚜렷한 대책을 마련하지 못하고 있다.

문화산업과 인문학은 이런 맥락에서 볼 때 서로가 서로를 필요로 하고 있으면서도 만나지 못하고 있는 상황이라고 할 수 있다. 때문에 양자가 지속적으로 만나서 서로의 필요 부분을 채워주고 상호 소통하여 협력할 수 있는 일정한 제도적 장치가 필요하다고 본다. 예술을 포함한 인문학과 문화산업 분야의 산학협동 형태의 연구개발 네트워크가 바로 그것이다. 이와 같은 산학협동 형태의 연구개발 네트워크가 이루어질 경우 인문학과 문화산업은 다음과 같은 이점을 얻게 될 것이다.

우선 인문학은 문화산업 현장과의 연결을 통해 대학과 교육현장 너머의 산업현장에서 자신의 시장을 창출할 기회를 갖게 될 것이다. 또 이에 따라 학생들이 인문학을 기피하는 현상이 줄어들고, 교수와 연구자들의 경우에도 자신의 전공 분야 연구를 통해 문화콘텐츠의 질을 높이는 데 기여함으로써 인문학의 동시대적인 사회적 기여도를 높이는데 참여하게 되어 인문학 연구의 지속가능성이 확보될 것이다.

문화산업의 경우에는 해당 분야의 전문인력 부족에서 오는 문제를 해소함과 아울러 산학협동의 형태로 연구개발의 비용 절감 효과를 얻게 될 것이다. 장기적으로는 네트워크의 안정적 유지를 통해 다양한 문화콘텐츠를 발굴해 새로운 장르와 소재 개척의 계기가 마련될 것이고, 예술과 인문학 분야의 창조적 실험을 문화산업으로 끌어들여 문화산업 내부의 혁신을 촉진하게 될 것이다.

물론 이런 다층적 결합은 대학과 기업 둘 만의 결합으로는 이루어지기 어렵다. 기업은 당장 필요한 수요만을 해소하려 하고 연구투자를 꺼릴 것이다. 실제로 현재 '잘 나가는' 한국영화의 경우도 순제작비의 1-2% 정도가 기획개발비로 쓰일 뿐이며, 사전연구개발에 대한 투자는 전무한 지경이다. 대학 역시 기업의 단기적 요구에 끌려 다니기만 할 수는 없을 것이다. 때문에 이 분야에서 새로운 산학협동이 이루어지려면 정부의 제도적, 재정적 지원이 절대적으로 필요하다. 마치 정보통신산업이나 과학기술분야에서 정부가 대학-기업의 연구개발협동에 대대적인 지원을 했기 때문에 오늘날 여타의 공업 분야와 IT 및 BT 분야의 성장이 가능했던 것과도 유사한 방식이 문화콘텐츠산업에서도 시급히 요구된다는 것이다.

이런 제안은 인문사회과학이나 예술 분야에서는 물론 문화산업 분야의 종사자들의 입장에서조차 낯설고 정부 입장에서조차 생소한 것일 수밖에 없다. 정부 문화예산에서는 2004년까지도 '연구개발(R&D: research and development)' 항목이 공식적으로 인정되지 않았다. 그러나 다행히도 2004년 6월 처음 발족된 국가과학위원회의 R&D 사업심의에서 문화관광부가 제시한 CRC(Contents Research Center) 설립계획안이 1등급을 받으면서 정부 문화예산에서 R&D 분야가 공식인정 받을 수 있는 길이 처음으로 열리게 되었고, 2005년부터 전국의 지역대학과 지역문화산업클러스터에 CRC 설립운영에 대한 정부 지원사업이 시작하게 되었다.

5. 인문학과 문화콘텐츠산업의 연구개발네트워크

가. 문화콘텐츠산업에서 콘텐츠 연구개발의 중요성

현재 문화콘텐츠산업은 과거와 같이 기술적 측면이나 경영적 측면을 혁신한다고 해서 쉽게 발전할 수 있는 단계를 넘어서고 있다. 무엇보다 수용자 대중의 문화적 욕구와 취향이 과거에 비해 더욱 폭이 넓어지고 있고 변화의 속도도 빠르며 취향의 수준도 매우 까다로워지고 다원화되고 있기 때문이다. 문화콘텐츠산업에서 새로운 형태의 콘텐츠 R&D 투자가 관건으로 부상되는 것도 이런 이유에서다.

여기서는 정부 차원에서 CRDS(contents research and development system)의 운영에 박차를 가하리라는 전제하에서 새로운 상황이 요구하는 문화콘텐츠의 개념을 새롭게 세워보고자 한다. 이 문제를 두 축으로 나누어 검토하겠다.

첫째, 현존하는 문화콘텐츠들은 과거의 기술적·문화적 관행에 따라 대중문화와 고급문화, 응용예술과 순수예술, 예술과 일상문화, 과거의 문화유산, 이론과 실기, 장르별 구분 등 수많은 경계선을 따라 나뉘어 있다. 이런 경계선들은 과거에 장르적 전문성의 이름으로 정당화되어 왔던 것들이다. 또한 포드주의적인 소품종 대량생산 시대에 공정별로 라인화한 산업조직 체계에 적응해 온 분과학문적 체계와 상응하는 문화적 분과체계라고 할 수 있다.

그러나 이렇게 협소하게 구획된 경계선들은 오늘날 가속화되는 디지털 정보혁명의 흐름에 의해 효용성과 기능을 상실하고 있다. 이는 단순 분과적인 라인조직에서 비선형적인 복잡한 네트워크 형태로 변화하는 기술체계 및 경영체계와도 상응하기 어렵다. 문화산업의 기술적·경영적 측면은 비선형적 복합형태를 취하는 데 반해, 정작 그 내용을 채울 문화콘텐츠는

과거의 분과주의적·장르주의적 낡은 형태를 취하고 있다는 얘기다. 이런 모순과 괴리가 극복되지 않으면 콘텐츠의 질이 점점 떨어질 수밖에 없다.

따라서 디지털 멀티미디어 기술, 원소스 멀티유즈, 윈도이펙트 같은 새로운 기술적·경영적 측면에 상응할 수 있는 새로운 노력이 시급한 형편이다. 그동안 잘게 분과화하고 소통 불가능하게 분리되어 있었던 단순한 문화콘텐츠들을 비선형적으로 가로질러 복합적 문화콘텐츠로 전환하려는 작업이 그것이다. 이런 점에서 새로운 복합적 성격의 문화콘텐츠는 비선형적이고 복합학문적인 성격을 지닌 문화연구라는 관점에서 연구 개발되고 평가되어야 한다.

둘째, 문화콘텐츠란 문자 그대로 매체의 외관이나 기능이 아니라 전달되는 내용물의 창의성과 신선함, 의미의 깊이 등에 의해 승부를 가릴 수밖에 없다. 하나의 문화콘텐츠는 언제나 그 내용(이야기·멜로디·형상 등)과 표현(담론적·화성적 차원)의 실재적 구별과 질료-형식-실체라는 양태적 구별을 지니고 있다. 문화콘텐츠 중에서 기왕의 모든 매체와 장르의 성과를 종합한다고 할 수 있는, 따라서 가장 복잡한 콘텐츠라고 할 영화의 예를 들어 여러 차원을 설명해 보자.

영화의 이야기 차원을 ‘내용면’이라고 한다면, 영화의 영상과 사운드의 측면을 ‘표현면’이라고 할 수 있다. 가령, 이야기 차원 중에서 1990년대 어느 고등학교에서 벌어진 우정과 사랑 이야기, 즉 소재를 ‘내용의 재료’라고 한다면, 이 소재를 두 남녀 고교생이 학교 안에서 겪는 사랑과 갈등을 구조화한 사건의 전개로 형식화하는 것(플롯 구성)을 ‘내용의 형식’이라 할 수 있다. 그리고 이를 통해 1990년대 한국사회가 직면한 공교육 붕괴, 가족과 청소년의 위기를 사회적으로 의제화하려는 기획 의도를 ‘내용의 실체’(주제, 이데올로기, 문화적 코드화 등)라고 부를 수 있다.

이렇게 만들어진 시나리오를 제작자와 감독이 검토하여 배우를 선정(캐스팅)하고, 촬영장소를 선택(헌팅)하고, 세트와 소도구와 의상 등을

준비하고(프로덕션 디자인, 미술, 음악), 실행예산을 짜는 일 등, 시나리오상의 내용적 재료를 표현적 재료로 전환시키는 과정을 ‘프리프로덕션(pre-production)’ 과정이라고 할 수 있다. 이렇게 선정된 재료를 가지고 실제 촬영을 거쳐 편집을 하고 거기에 녹음과 현상을 거쳐 만들어낸 프린트를 ‘표현 형식’, 즉 ‘프로덕션’ 과정이라고 할 수 있다(미장센의 구성, 촬영과 편집, 사운드의 형식 등을 만드는 프로덕션과 포스트프로덕션(post-production)). 그다음은 여러 시사회를 거쳐 최종 극장 상영본으로 만들어진 네거티브프린트(negative print)와 DVD 등을 ‘표현의 실체’라고 할 수 있다.

이렇게 볼 때 영화 한 편의 콘텐츠가 뛰어난 것인가 아닌가의 문제는 콘텐츠를 구성하는 여섯 과정 모두가 충실하고도 창의적으로 이루어졌는가에 달려 있다. 이 같은 견지에서 볼 때 최근 한국영화의 콘텐츠 수준에 대해 다음과 같은 평가가 가능하다.

한국영화는 표현 면에서는 할리우드에 버금갈 정도로 크게 발전했다고 할 수 있으나, 내용면에서는 아직도 많은 점에서 문제가 있다. 소재의 다양성이 크게 부족하고, 내러티브의 플롯구조가 빈곤하며, 주제 측면에서는 단순 흥행성 오락 차원을 크게 넘어서지 못하고 있다. 물론 2003~2004년 사이에 세계 3대영화제(베니스영화제, 베를린영화제, 칸영화제)의 감독상을 모두 휩쓸고, 칸영화제에서는 심사위원대상까지 받게 된 만큼 한국영화의 일정한 부분이 세계적으로 가장 높은 단계에까지 이르렀다고 말할 수 있다.

그러나 일부 작품의 예술적 성취수준이 높아졌다는 것과 다수 작품들의 문화수준이 향상된다는 것은 별개의 문제다. 아직도 많은 관객들은 한국영화의 다양성 부족과 지나치게 오락적인 편향을 아쉬워하고 있다. 물론 자국 시장점유율이 높아지고, 동아시아에서 한류열풍이 확산되고 있는 만큼 한국의 영화방송 콘텐츠의 수준을 지나치게 평가절하해서는 안 될

것이다. 한류열풍의 미학적 원인을 잘 성찰해 한국 영화방송 콘텐츠의 새로운 도약의 계기를 찾아내려는 노력이 시급하다.

이런 노력은 먼저 콘텐츠의 내용면과 표현면의 관계를 세밀히 검토하는 데서 시작해야 한다. 1970~80년대 한국영화가 쇠락했던 것은 텔레비전의 시대 탓도 있었지만, 내적으로는 군사정권의 극심한 검열제도와 좋은 인력 부재로 내용면과 표현면에서 많은 제약을 받았다는 점에서 기인한다. 그러나 1998년 이후 검열이 크게 완화되면서 내용 면에서 우리 현실을 박진감 있게 다룰 수 있는 적극적 계기가 마련되었고, 국내외 영화학교에서 본격적인 영화교육을 받은 기술 인력들이 현장에 참여함에 따라 표현면에서 할리우드 영화와 상응할 만한 성과를 보여줄 수 있게 되었다.

한국 관객들의 입장에서 보자면 할리우드 영화 수준에 이른 표현력을 가진 한 한국영화가 내용면에서도 동일시를 통한 카타르시스 효과 면에서 더욱 강력한 힘을 발휘한다는 점에 선호될 수밖에 없다. 또 아시아 관객들의 입장에서든 사정은 비슷하다고 할 수 있다. 앞서 언급했듯이 일본 영화는 한국영화 같은 프랙탈한 연기력과 연출력이 부족하다. 중국영화는 내용면에서의 제약과 표현면의 낙후로 할리우드 수준의 기술과 아시아적 콘텐츠를 겸비한 한국영화가 가진 매력을 따라잡기 어렵다. 이런 점에서 영화를 비롯한 영상산업에서 한류열풍은 일시적이라기보다는 오히려 한 동안 지속 가능하다고 예측된다.

그러나 만일 한국영화가 내용 면에서 더욱 다양화하고 심화되지 못하고, 표현면에서도 그 프랙탈한 잠재력을 계속 혁신해 내지 못한다면, 우리 영상콘텐츠의 매력은 일본영화나 홍콩영화가 그랬듯이 한계효용체감의 법칙을 따르게 될 것이다. 이런 점은 대중음악과 게임의 경우에도 적용될 수 있다.

나. 문화콘텐츠의 미학적 혁신을 위한 인문학의 기여

따라서 현재 우리 문화콘텐츠산업은 내용면에서 획기적인 변화와 표현면에서 지속적인 혁신을 필요로 하고 있다. 그렇다면 콘텐츠의 여섯 측면을 발전시키기 위해 어떤 노력이 필요한가? 이를 위해서는 인문사회과학에서의 ‘복잡성의 과학’에 해당한다고 할 수 있는 문화연구 관점에서 포괄적이고도 심화된 접근이 필요하다.

a) 우선, 내용의 재료(소재)와 실체(주제) 면의 혁신을 위해서는 영화 기획자와 제작자는 영화 전문가들의 좁은 경계를 넘어서야 한다. 상상력을 극대화하는 전략에 병행해 이야기의 소재와 주제를 과거의 역사와 현재의 현실에서 이끌어내려는 노력이 병행되어야 하기 때문이다. 다양하고 흥미로운 소재와 주제들은 인문학 및 사회과학의 영역을 가로지를 때 나타난다. 특히 한국사와 한국문학은 복잡다단했던 우리 역사의 현실에 잠겨 있는 풍부한 이야기의 보고다. 또 심리학·민속학·여성학 등은 개인들의 정신적·육체적 삶과 생활양식의 다양한 스펙트럼을 심층적으로 보여줄 수 있는 자원이다. 정치학과 사회학은 다양한 사건과 이야기들의 자원을 제공해 주는 정글이다.

물론 외국문학과 세계사 역시 우리 방식으로 리메이크할 수 있는 다양한 이야기 자원들의 보고이다. 18세기 프랑스의 소설 《위험한 관계》를 리메이크하여 흥행과 작품의 질적 평가에도 일정하게 성공한 한국영화 〈스캔들: 조선남녀상열지사〉가 그 예일 것이다.

문학이론(서사이론과 기호학)과 연극의 드라마투르기(dramaturgie) 역시 내용의 형식화를 위한 풍부한 분석도구를 제공할 수 있다. 철학과 정치학은 내용의 실체(주제와 이데올로기 등)를 분석할 수 있는 성찰적 관점을 제공해준다. 이런 점에서 인문학과 사회과학은 문화콘텐츠산업의 풍부한 자원이자 발견적 방법을 제공하는 대륙이라고 할 수 있다. 바로

이런 자원의 대륙들을 가로지르며 의미를 발굴하고 구성해 내는 방법을 ‘문화연구’가 제공해줄 수 있다.

b) 표현면에서도 이와 비슷한 이야기를 할 수 있다. 음악·미술·연극·건축·무용·공예·패션 디자인 등의 다양한 예술장르와 응용예술이 표현의 재료와 형식을 발전시키는 데 다양하고 풍부한 자원과 방법을 제공할 수 있다. 특히 영화미술과 영화음악의 수준이 표현 측면의 질적 향상을 위해 결정적 구실을 할 수 있다. 또 드라마투르기는 영화연출의 혁신에 도움을 줄 수 있다. 인문지리학과 경관생태학, 도시경관 연구 등을 통해 한반도의 자연공간과 도시지형의 다양한 모습을 영상제작과 연결시킬 수 있는 산학협동의 방법, 최적 장소의 헌팅을 지원하는 지역 영상위원회와 지역 대학의 인류학·지역학 연구소들과의 적극적인 결합도 필요하다.

이런 관점에서 영화 콘텐츠를 구성하는 데 있어서 인문학의 적극적 역할이 어떻게 가능할 것인가를 좀더 자세히 살펴보기로 하자. 시나리오의 영상화를 위한 서사물로서 이를 일종의 미디어 언어라고 할 수 있다. 때문에 영상물의 시나리오를 구성하고 이를 비판적으로 검토하여 개선해나가는 작업을 위해 인문학적 지식에 토대를 둔 체계적인 분석틀이 필요하다. 기호학과 서사이론, 드라마투르기 등을 바탕으로 한 서사 구조 분석틀이 그것이다.

시모어 채트먼은 서사물을 기호학적 구조의 하나로 보면서, 서사물을 흔히 하는 내용과 형식으로 구분하는 아니라, 내용과 표현 층위로 좀더 세분화하였다. 이에 따르면 서사물은 내용의 형식과 실체, 표현의 형식과 실체를 포함³⁾하는 것으로 볼 수 있다. 여기서 내용은 곧 이야기이며, 표현은 이야기를 담아낸 매체라고 할 수 있다. 즉 영화에서 내용은 시나리오가 될 것이며, 표현은 곧 촬영과 사운드 및 편집을 거친 상영물로서의

3) 시모어 채트먼, 김경수 옮김 (1999), 『영화와 소설의 서사구조』, 민음사, p.26.

영화가 될 것이다. 이러한 내용 층위와 표현 층위를 영화의 각 진행 단계 별로 나눠 보자면 기본적으로 다음과 같다.⁴⁾

아래의 <표 3>에서 보듯, 시나리오 컨설팅은 프로덕션 이전 단계인 시나리오 단계에서의 컨설팅이기에 내용 층위에서 접근하여 그 완성도를 꾀하는 것이다. 즉 시나리오 컨설팅 팀이 시나리오 개발 단계에서 시나리오를 분석한다는 것은 내용의 재료인 인물/사건/배경과 내용의 형식인 플롯 그리고 내용의 실체인 주제와 문화 코드 등으로 이를 분석하여 문제점과 그 대안을 찾는 것이라고 할 수 있다. 즉 이는 <표 4>와 같다.

〈표 3〉 영화의 내용 층위와 표현 층위

| | | | |
|----|----|--------------------|---|
| 영화 | 내용 | 내용의 재료(소재)/ 내용의 실체 | · 기획개발 : 소재(인물/사건/배경) 주제, 시놉시스와 트리트먼트 구성 |
| | | 내용의 형식 | · 시나리오 - 플롯 구성 |
| | 표현 | 표현의 재료/ 표현의 형식 | · 프리프로덕션 (캐스팅/헌팅/예산/콘티 등) · 프로덕션 (촬영) · 포스트프로덕션 (편집/사운드/현상) |
| | | 표현의 실체 | · 상영 |

〈표 4〉 시나리오의 층위에 따른 문제점 및 대안 제시

| 시나리오의 층위 | 문제점 및 대안 제시 사항 |
|-----------|--|
| 내용의 재료/실체 | 주제, 기획의도, 이데올로기, 문화적 생산/소비의 장단점, 마케팅 포인트, 역사적 위치/의미 분석 |
| 내용의 형식 | 캐릭터, 사건, 시공간, 스토리 구성, 해결 쉼의 적합성 여부와 대안 플롯 구성, 시점의 적합성, 전체 리듬과 톤의 문제 및 대안 |

4) 문화관광부(2004), 『CRC 구축기획보고서』.

이를 바탕으로 시나리오 내용 층위의 각 항목을 좀더 자세히 보자면 첫째, 내용의 재료(인물, 사건, 배경)에 있어서의 인물을 분석하기 위해서는 우선 각 캐릭터의 욕망과 행동 그리고 기능 등에 따라 이를 분석 및 배치하여 캐릭터들의 관계망과 구조를 알 수 있을 것이다. 다음으로, 서사에 따라 진행되는 사건은 그 위계와 캐릭터에 따라 중핵 사건과 위성 사건⁵⁾으로 나눌 수 있다. 이러한 중핵 사건과 위성 사건은 시퀀스 및 씬 안에서 다양하게 펼쳐지며, 이를 영화의 전체 흐름 안에서 조율할 수 있다. 또한 배경은 내용을 담아내는 세계라 할 수 있는데, 시나리오에서 드러나는 여러 스케이프들(사회 구조나 미디어 풍경 등)이 그 시나리오에 적절하게 표현되어 있는지 등을 분석하는 것이 그 예라 할 수 있을 것이다.

둘째, 내용의 형식은 내용의 재료들이 어떻게 구성되어 있는가를 보여주는 것이라고 할 수 있다. 이는 플롯 분석을 통해 알 수 있는데, 일단 씬들을 시퀀싱하여 발단, 전개, 위기, 절정, 결말(혹은 기, 승, 전, 결 구조, 발단, 전개, 결말 구조)로 나누어 전체 서사의 흐름을 일별할 수 있어 씬들의 기능과 배치 그리고 리듬이 적절한지 분석한다. 또한 서사의 메인 플롯뿐만 아니라 서브 플롯이 서사 내에서 제대로 기능하고 있는지, 그리고 서사 내에서 펼쳐지는 캐릭터들 간의 갈등의 개연성이나 행동의 동기화가 잘 표현되었는지 분석하여 서사 진행의 개연성이나 문제점 등을 파악할 수 있을 것이다.

셋째, 내용의 실체는 작품이 담고 있는 주제나 문화적 코드, 이데올로기, 혹은 정서 등을 일별하여, 이를 각 시나리오의 성격에 따라 분석한다면, 그 시나리오가 이를 잘 형상화하고 있는 지를 파악할 수 있을 것이다. 또한 이것이 부족하다고 판단되면 컨설팅 팀은 대안을 제시함과 함께

5) 이는 곧 주된 사건과 부차적 사건을 가리킨다. 시모어 채트먼(1999), 앞의 글, p.61 참조.

이를 보다 자세히 추가 리서치하여 시나리오를 보다 풍부하게 할 수 있을 것이다. 이처럼 시나리오 컨설팅 팀은 시나리오의 내용 충위에 대한 분석과 함께 시나리오의 개발 상황과 성격을 고려하여 각 시나리오에 필요한 요소에 대한 추가 리서치를 하여 보다 나은 시나리오의 완성을 위한 수정 방향을 제안할 수 있을 것이다.

다. CRDS의 체계화와 안정적 운영

CRDS는 영상산업 현장에 대해서는 콘텐츠의 기초자료를 제공하고, 인문사회과학 연구와 예술창작 영역에 대해서는 자신의 전문연구와 창작을 지속적으로 심화해 가도록 하며, 인문사회과학과 예술의 사회문화적 활용도를 넓히게 하는 매개 구실을 할 수 있다. 이런 과정을 통해 문화산업 전반의 실태 조사와 운영개선 방안이 과학적으로 마련될 수 있고, 대학에서도 현장성이 높은 전문교육이 가능해 현장이 요구하는 양질의 전문인력 공급도 원활해질 수 있다. 이 계획은 아직 구상단계이므로 그 잠재력을 다 가늠할 수는 없으나 1990년대 중반 정보통신산업을 새롭게 추진하던 당시 정부의 과감한 연구개발 지원정책이 오늘날 한국 정보통신산업의 높은 국제경쟁력 달성의 산파 구실을 했던 것과 유사하게 향후 문화콘텐츠산업의 국제경쟁력 향상에 크게 기여할 것으로 예측된다.

또 한 가지 예측할 수 있는 성과는 인문학, 사회과학, 예술 측면에서의 연구와 창작의 질적 향상이다. 그동안 우리의 인문학, 사회과학, 예술은 서양의 학문적·예술적 성과를 수용하는 데 급급해 왔기에 우리의 역사와 문화, 사회 현실을 조사하고 탐구하는 일에는 거의 관심을 기울이지 않았다. 때문에 영상산업-인문사회과학-예술의 산학연계가 당장 진행된다고 해도 학계에서 우리의 역사와 현실에서 콘텐츠를 만들어내야 하는 영상산업이 실제로 요구할 구체적인 자료와 조사결과를 풍부히 제공할 가능

성은 별로 없다.

하지만 일부 분야에서 먼저 이런 결합이 이루어진다면 곧이어 인문학, 사회과학, 예술 전반에서 우리 역사와 현실을 심층적으로 재해석하고 연구하려는 자극과 도전의 계기가 활성화할 가능성이 매우 높다. 이럴 경우 그동안 단지 ‘화두’로만 제기되었던 한국의 문화정체성, 민족미학의 특수성 문제가 각 분야에서 실질적인 연구 쟁점으로 부상할 것이다.

문화콘텐츠 개발을 위한 정책적 투자와 지원의 길이 본격적으로 열리게 되면 콘텐츠 연구의 질적 발전이 기대된다. 현재 문화관광부에서 진행하고 있는 창작콘텐츠의 제작과 개발, 문화원형을 디지털콘텐츠로 개발하는 일, 응용콘텐츠의 개발에 대한 지원사업들은 다른 나라의 문화콘텐츠와 차별성을 가지면서도 보편성(현대사회의 일반적 특성과 감성구조에 상응하며 폭넓은 공감을 불러일으킬 수 있는 제재와 미학적 형식, 정서적 효과 등)을 가질 수 있도록 내실을 기해야 하는데, 이를 위해서는 콘텐츠의 정체성을 따지는 일부터 새로 시작해야 한다.

안타깝게도 현재 한국학 분야의 연구역량 부족과 사회적 투자의 미비로 인해 한국문화의 과거와 현재가 지닌 다양한 측면에 대한 조사연구가 극히 일천한 상황이다. 국제시장에서 경쟁력 있는 문화콘텐츠를 만들려면 보편성과 특수성을 아울러야 하는데, 우리 문화의 특수성을 규명할 기초연구가 미비해서는 문화콘텐츠의 내용 역시 허술해질 수밖에 없다. 따라서 부족하기 짝이 없는 기존 연구 성과에 의존하는 초보 단계를 넘어서 한국학(일반 역사나 정치경제적 측면만이 아니라 문화사적 측면을 아우르는 한국학) 연구의 활성화를 위한 본격적인 정책지원이 필요하다.

가령 문학영역에서는 전통설화에서 근대문학에 이르기까지 수 세기에 이르는 문학 자산들을 작가별·시대별·장르별·소재별·주제별로 데이터베이스화해 누구나 손쉽게 접근할 수 있도록 하는 일이 필요하다(《조선왕조실록》의 경우처럼). 또 전통문학의 서사구조와 캐릭터 등에 대한 현대적

재해석이 필요하다. 근대문학에 나타나는 도시공간의 특성과 시대적 배경 등에 대한 실증적인 자료조사 및 문화 연구적 재해석 같은 심층연구도 다양하게 이루어져야 한다. 《서울에 땀스홀을 허하라》(각주 5)처럼 일제강점기의 근대성 형성 과정에 대한 문헌조사와 이미지 조사 등을 병행한 문화연구 작업도 보다 풍부하게 이루어져야 한다.

이런 유형의 복합적인 연구는 음악, 미술, 건축과 주거, 복식, 음식, 오락과 여가 등 다양한 분야에서도 필요하다. 서양문화 수용의 역사라든가, 회화와 문학과 풍경의 비교연구 등 다양한 형태의 비교연구나 주제 중심의 연구도 앞으로 발전되어야 할 것이다. 또 전통문화에 대한 폭 넓고 심층적인 재해석만이 아니라 분단 이후의 현대 한국사회의 변화와 연계된 문화지형의 변화에 대한 새로운 연구 역시 절실하다.

우리가 잘 알고 있다고 생각하는 1960년대 이후 근대화 과정을 거쳐 현재까지 우리 사회와 문화가 얼마나 역동적으로 변화해 왔는지를 분석하는 본격 연구도 아직은 제대로 이루어진 바 없다. 또 우리 현대문화를 국외에 소개할 수 있는 영역본 ‘한국현대문화사’ 한 권조차 변변히 마련되어 있지 않은 것이 우리의 실정이다.

최근 젊은 세대는 물론 사회 전체의 관심을 모으고 있는 한국영화의 경우도 국내 흥행이나 해외수출의 규모 등이 관심거리지, 일제시대에서 현재까지 한국영화사의 전체적인 흐름을 입체적으로 소개하는 본격적인 ‘한국영화통사’ 한 권조차 제대로 발간되지 못하고 있는 상황에 대해서는 문제제기조차 이루어지지 않고 있다. 이렇게 지나간 역사는 물론이거니와 현재 진행 중인 우리 문화의 특성과 실태에 대한 연구가 없는 상황에서 우리 문화의 정체성을 논한다는 것 자체가 어불성설이기도 하다.

문제는 이와 같은 연구가 민간 차원에서 자생적으로 이루어지기 어렵다는 데 있다. 연구대상의 폭이 넓고 연구과정이 복잡하며 시간이 오래 걸리는 데 반해, 상품 가치나 효과는 불확실하기 때문이다. 특히 우리나라

라 대학처럼 인문학이나 기초학문에 대한 투자가 부족하고, 기업 수준에서도 이 분야에 대한 지원이 거의 부재한 형편이라 민간 차원에서 자생적 연구를 기대하기 어렵다.

그러므로 콘텐츠 문제에 대해 범정부 차원에서 정책적 관심을 제고할 필요가 있다. 이런 관심 하에서 국가번역원과 한국학 연구소 및 CRDS 등을 포함한 다양한 지원정책을 체계화하고 인문사회과학자들이 기초 자료조사 및 심층연구를 할 수 있도록 지원해야 한다.

그동안 문화정책을 새로 짤 때마다 문화정체성을 확립해야 한다는 주장이 매번 정책기조에 명시되었지만 그 내용을 심층적으로 연구하도록 실행방안을 마련하지 않았기에 항상 단순 구호로 머물고 말았다. 앞으로는 문화정체성의 향방이 문화경제 시대의 키가 될 것이므로 우리 문화에 내장된 다양한 콘텐츠를 발굴하고 재해석하기 위한 연구에 박차를 가하도록 정부예산을 배정하고 제도적으로 지원하게끔 관민이 힘을 합해 노력해야 한다.

국가 수준에서 CRDS의 개념과 체계를 구축하여 전국의 주요 대학과 문화산업체들이 문화콘텐츠 R&D를 위해 산학협동을 시행하도록 하는 일, 문화관광부-정보통신부-교육인적자원부-과학기술부 간에 협약을 체결하여 콘텐츠정책의 지평을 넓히는 일, 한국학중앙연구원(이전의 한국정신문화연구원)과 한국학술진흥재단 및 문화예술진흥원과 한국문화콘텐츠진흥원 등을 포함한 문화관광부 산하 소속기관들이 유기적으로 연계 협력하여 한국학의 심화 발전을 추진하고, 중국의 국립사회과학연구원과 같이 국가 수준의 학문정책을 총괄하고 국가장기발전전략을 수립할 새로운 전략연구기관(세종 때의 집현전과 같은 기관)을 설립하는 일 등이 시급히 요구된다.

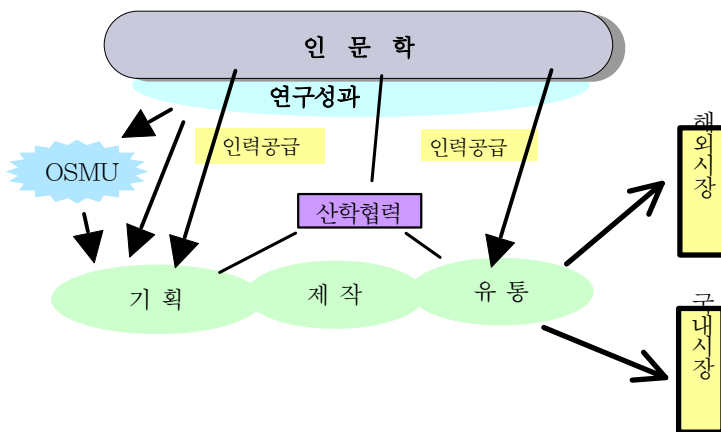
제3장 문화산업에서의 인문학 활용 현황

인문학은 그 자체의 연구 성과의 축적과 확산을 통하여, 인문학의 교육 훈련을 받은 인력의 보급을 통하여, 생산과정에 대한 유기적인 참여를 통하여 문화산업의 기획-제작-유통의 전 단계에 걸쳐 기여한다([그림 4]참조). 그림이 의미하는 바를 간단히 요약하면 다음과 같다.

첫째, 인문학의 연구 성과는 문화콘텐츠 창작의 소재가 된다. 연구결과와 축적된 DB, 보고서의 발간, 출판 등을 통한 인문학콘텐츠가 만화, 영화 등으로 활용되는 것이 일반적이었으나 최근에 들어서는 만화나 영상물 등으로 먼저 소개되고 영화화, 출판 등 문화상품화 되기도 한다. 이러한 현상이 빈번해 지면서 인문학 내에서도 '미디어 문화연구'로 인문학 연구의 중심이 옮겨져야 한다는 논의가 일고 있다.

둘째, 문화산업은 문화산업의 기획-제작-유통의 각 단계에 종사하는 인력들에게 인문학 소양을 교육함으로써 문화산업의 생산과정에 인문학적 가치가 반영되고 원활한 커뮤니케이션이 되도록 기여한다. 특히, 기획단계의 시나리오 작가, 기획, 연출의 인력들은 새로운 인문학콘텐츠를 문화산업에 맞도록 가공하고 때로는 그 자체 인문학적인 콘텐츠를 창작하여 문화산업의 부가가치 창출 및 인문학의 성과 축적에 직접적으로 기여한다.

셋째, 인문학의 모든 지식이 형식지의 형태로 획득이 가능하도록 공급되는 것은 아니다. 형식지의 형태로 자료화된 것보다도 훨씬 많은 양이 암묵지의 형태로 인문학의 연구 인력들의 머릿속에 저장되어 있다. 문화상품의 질적인 수준이 높아질수록 기획-제작-유통의 각 단계에 세부적인



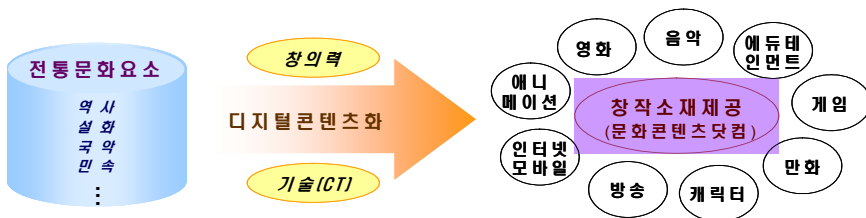
제 1절 우리문화원형의 디지털 콘텐츠화

1. 사업 개요

문화관광부와 한국문화콘텐츠진흥원은 2002년부터 2006년까지 5개년 동안 총 550억 원 이상의 예산을 투입하여 우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업을 진행하고 있다.⁶⁾

우리나라 반만년의 역사가 품고 있는 다양한 문화적 유산들은 창의력과 경쟁력의 보고이며 차별화된 창작소재로 활용할 수 있는 잠재적 자산이다. 따라서 우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업은, 우리 전통 문화에 숨어 있는 이야깃거리나 우리 고유의 색채, 우리 고유의 소리 등을 디지털화하여 문화 콘텐츠 산업의 기획, 시나리오, 디자인, 상품화의 산업 단계에서 필요한 독창적인 창작 및 기획 소재로 제공하여 세계 문화콘텐츠 산업에서 경쟁력을 강화할 수 있도록 하는 것을 목적으로 하는 국가적 차원의 창작 기반 구축 사업이다.

[그림 5] 문화원형의 디지털 콘텐츠화 사업



6) 이하의 내용은 『2004 문화산업백서』를 주로 참조하였음.

2. 로드맵 작성

각 산업별로 관심이 집중되는 문화원형 소재는 차이가 있으나, 대체로 수요가 높게 나타나는 부문들은 신화/전설/민담이나 역사적 사건 등의 시나리오 소재, 도깨비 등의 캐릭터 소재, 전통 문양이나 회화 등의 미술 관련 소재, 음원이나 악기·국악 연주 등의 음악 관련 소재, 전통 무예, 복식 등으로 나타났다. 각 산업별로 수요의 특징은 <표 5>와 같다.

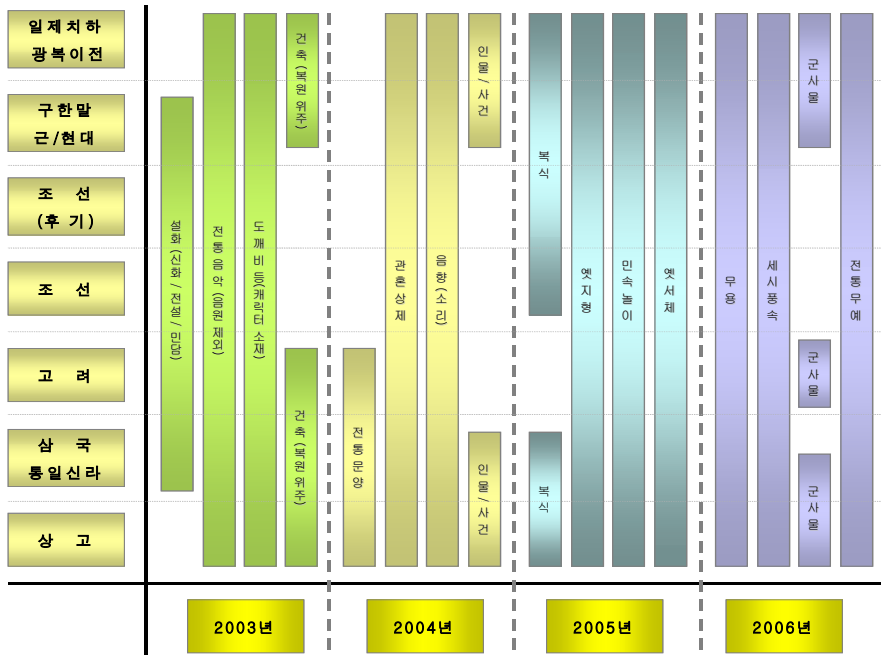
<표 5> 세부 문화산업별 문화원형 소재 집중적 관심분야

| 문화산업분야 | 주요 수요 | 특기사항 |
|---------|-------------------|--------------------|
| 애니메이션 | 도깨비, 신화/전설, 전통문양 | 과장된 상상력과 치밀한 내용 구성 |
| 음악 | 음원, 이야기성 콘텐츠 | 문화 원형 콘텐츠의 활용 미흡 |
| 캐릭터/디자인 | 거의 모든 콘텐츠 | 상대적으로 높은 수요도 |
| 게임 | 귀신, 도깨비, 군사물, 건축물 | 판타지 류의 시나리오 |
| 영화/방송 | 스토리 중심(시나리오 소재) | 기승전결이 완결된 형태의 콘텐츠 |
| 출판 | 거의 모든 콘텐츠 | 고증된 정확한 자료에 대한 요구 |

한국문화콘텐츠진흥원은 산업계의 수요를 반영하는 체계적인 개발과 전략적인 사업 추진을 위하여 2002년부터 2006년까지 ‘우리 문화 원형의 디지털 콘텐츠화 로드맵’을 수립하여 시행 중에 있다. 우리 문화 원형의 디지털 콘텐츠화 로드맵’은 애니메이션, 음악, 출판, 전자책, 만화, 캐릭터, 게임, 방송 영상, 영화, 모바일, 인터넷 등 문화 산업의 창작 소재화가 가능한 문화원형을 대상으로, 단순 기록 및 순수 학술 연구 목적과 인위가 가해지지 않은 자연물 자체를 비롯한 창작 소재화를 목적으로 하

고 있지 않은 경우는 제외하였다.

[그림 6] 문화원형 콘텐츠화 대상 로드맵



3. 사업 추진 현황 및 성과

우리 문화원형의 디지털 콘텐츠화 사업은 2002년도부터 2004년까지 총 10회에 걸친 공모를 통하여 총 838개의 과제 신청을 접수하였으며, 이 중 108개의 과제 선정 및 61개의 과제 개발이 완료가 되었다.

〈표 6〉 문화원형 콘텐츠화 선정 개발 과제

| 구분 | 신청 | 선정 | 개발 완료 |
|-------|-----|-----|-------|
| 2002년 | 456 | 40 | 39 |
| 2003년 | 203 | 23 | 22 |
| 2004년 | 179 | 45 | 개발중 |
| 계 | 838 | 108 | 61 |

* 2002년 과제 중 1개, 2003년 과제 중 1개 총 2개 과제 협약 해지

우리 문화원형의 디지털 콘텐츠화 사업은 국내 문화산업에 차별화된 창작소재를 발굴 지원하여 국내 문화산업의 창작 기반을 조성하는 사업으로서, 단기적인 사업 성과보다는 중·장기적인 안목의 국가적인 인프라 조성 사업이다.

2002년부터 꾸준히 지원한 결과, 부분적으로는 가시적인 활용 성과가 나타나고 있다. 특히, 인문학 및 순수 예술 등 기초 학문 분야와 문화 콘텐츠 산업과의 연계, 지방 문화콘텐츠산업의 균형적 발전 등 문화산업의 다양한 정책적 성과를 보이고 있다.

지난해 7월 문화콘텐츠닷컴(www.culturecontent.com)을 통해 서비스된 뒤 1년이 지난 지금 이를 활용한 문화상품의 수는 115개. 교육 분야가 27개로 가장 많고 에듀테인먼트 14개, 디자인 13개, 방송영상 12개 등이다.

교육 분야의 경우 국사편찬위원회가 60권 분량의 한국문화사 발간에 이미지를 쓰고 있고, 전자국사교과서에도 이를 활용하는 방안을 고려하고 있다. 또 (주)누리미디어에서는 교육용 디브이디를 만들면서 ‘사이버 전통 한옥 마을 세트’를 활용했고, (주)아리수미디어에서는 정조의 수원성 행차를 담은 ‘화성의쾌 이야기’를 이용해 에듀테인먼트 용 시디롬 타이틀

을 만들었다.

이들 콘텐츠는 영화와 방송 제작에도 쓰이고 있다. MBC는 문화원형 디지털화 사업의 결과물인 ‘조선시대 검안기록’을 바탕으로 제작해 지난 추석 방영한 특집물 ‘조선과학수사대 별순검’이 7.8%의 시청률을 기록하며 인기를 끌자 아예 이달 말부터 매주 토요일 정규편성하기로 했다. 조선시대 살인사건을 기록한 ‘조선시대 검안기록(엠에이컴 개발)’은 이미 영화 ‘혈의 누’의 소재로 활용됐고 작가그룹인 에이스토리(대표 이상백)가 24부작 시대극을 목표로 시나리오 작업에 들어가는 등 최근 가장 인기를 끌고 있는 소재로 각광받고 있다.

코리아루트가 개발한 ‘한국의 소리은행’도 활용도 높은 소재. 700만 관객을 돌파한 영화 ‘웰컴투동막골’에 전래동요 ‘돼지부랄’이 사용돼 신선함을 더했고 강원민방이 제작한 20부작 다큐멘터리 ‘강원의 소리를 찾아서’에서도 중심 역할을 했다.

이외에도 목포대학교가 개발한 ‘전통어로 및 어로도구’ 문화원형이 KBS 2부작 다큐멘터리 ‘해촌-그 희망의 조건’에 활용돼 11월 방영되고 12월 개봉하는 영화 ‘왕의 남자’에 ‘조선후기 한양도성의 복원(엔포디 개발)’ 과제물이 활용되는 등 큰 인기를 누리고 있다.

‘문화원형 디지털화 사업’ 결과물이 각광받는 이유는 그동안 드러나지 않은 우리 전통 소재를 활용해 시청자에게 신선함을 줄 수 있을 뿐 아니라 철저한 역사적 고증으로 시나리오의 완성도를 크게 높여주기 때문이다. 특히, 시청자들에게 직접 보여줘야 하는 영상콘텐츠에는 소재의 구체성이 강조된 ‘문화원형’이 제격이라는 것이다.

‘문화원형’의 또 다른 강점은 각 주제별로 수많은 세부 콘텐츠들을 담고 있기 때문에 문화콘텐츠 업체의 창작시간을 크게 단축해준다는 것이다. 실제로 한 문화원형 주제에는 임진왜란 때 이순신 장군이 쓴 진법 등 전술과 전법의 종류만 1,348건이 개발돼 있기도 하다.

영상콘텐츠 분야에서 본격 활용되기 시작한 문화원형 소재는 이제 그 범위를 게임·출판·디자인·교육 등으로 확장하고 있다. 조이온이 온라인게임 거상2와 신암행어사의 스토리구성, 배경, 음악 등에 문화원형 콘텐츠를 활용하기로 했으며 대원디지털엔터테인먼트는 ‘한국신화 원형(동아시아 테크 개발)’을 활용해 치우천왕전기 만화책과 모바일게임을 선보였다. 지난해 문화원형을 활용한 연하장을 제작해 30만장 이상의 판매량을 기록한 바른손카드는 올해에도 연하장을 제작해 판매하기로 결정했다.

향후 문화원형콘텐츠의 활용가능성이 특히 높아질 것으로 예상되는 분야는 게임이다. 고대 복식, 전통 건축 양식 등에서 군왕천세기, 청룡기, 황룡기 등 깃발과 석물, 악기, 제기, 가마, 부적 등에 이르기까지 이들 콘텐츠는 캐릭터와 소품 제작에 활용될 여지가 매우 크다.

이 밖에도 추가적인 사업의 성과를 살펴보면:

1. 문화콘텐츠 지원 사업의 대표적인 모범 사례로 지정되어 다양한 국가사업의 성공적 모델로서 제시를 하고 있다. 국가 문화콘텐츠 산업의 창작 경쟁력 확보와 더불어 고용 창출 효과, 지방 문화산업의 균형적 발전 등을 창출할 수 있는 지원 사업의 대표적 모범 사례로 지정됨으로서, 2004년 정부 혁신 국제 박람회 참가, 2004년 제1차 추가 경정 예산 사업으로 50억원의 예산이 추가 배정되어 사업의 추진 범위와 성과가 배가되고 있다.

2. 개발이 완료된 결과물은 디지털화된 문화콘텐츠 영역뿐만이 아닌 건축, 화장품, 이벤트 등 다양한 문화산업 분야의 부가가치로 연결이 되고 있다. 실제로, “사이버 전통 한옥마을 세트”의 결과물을 활용하여 건축 설계 등에 응용한 건축 도감을 출판할 예정이며, “전통 민화의 디지털화 및 원형 소재 콘텐츠 개발”의 결과물은 문화상품 전문업체를 통하여 인쇄/출판, 문화상품, 생활용품 등으로 출시할 예정이다

3. 우리문화원형의 디지털 콘텐츠화 사업은 지방 문화산업 및 인문학,

순수예술 등 문화산업 분야가 상대적으로 열악한 분야의 균형적 발전에 지원을 하고 있어, 국가 문화산업의 정책적 효과를 나타나고 있다. 2002년부터 2004년 현재까지 선정 기관 중 지방 소재 기관의 비중은 21.5%로서 타 사업 대비 상대적으로 지방 기관의 비율이 높은 것으로 나타나고 있으며, 인문학, 순수 예술 등 기초학문 분야의 적극적인 사업 참여(인문학 및 순수 예술 분야 전문 기관 참여 비율 평균 57.1%)로 기초학문 분야와 문화 산업과의 소통의 장으로서 역할을 수행하고 있다.

〈표 7〉 선정 과제 중 인문학 및 순수예술 분야 전문기관 현황

| 구 분 | 2002년 | 2003년 | 2004년 |
|------------------|-------|-------|-------|
| 전체 과제 수 | 39개 | 22개 | 16개 |
| 해당 전문 기관 참여 과제 수 | 17개 | 13개 | 14개 |
| 참여 비율 | 43.6% | 59.1% | 87.5% |

* 2004년은 자유(과제) 공모 기준

〈표 8〉 차수별 공모 사업 선정 과제

| 연도 | 구분 | 과 제 명 |
|-------|----------|---|
| 2002년 | 1차 자유 | 우리 음악의 원형 산조 이야기 |
| | | 한국 신화 원형의 개발 |
| | | 한국 전통 건축, 그 안에 있는 장소들의 특징에 관한 콘텐츠 개발 |
| | | 온라인 RPG 게임을 위한 한국 전통 무기 및 몬스터 원천 소스 개발 |
| | | 조선시대 검안 기록을 재구성한 수사 기록물 문화 콘텐츠 개발 |
| | | 신화의 섬, 디지털 제주 21: 제주도 신화 전설을 소재로 한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 애니메이션 요소별 배경을 위한 전통 건축물 구성 요소 라이브러리 개발 |
| | | 화성의 궤 이야기 |
| | | 고려시대 전통 복식 문화 원형 디자인 개발 및 3D 제작을 통한 디지털 복원 |
| | | 문화 원형 관련 복식 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 전통 놀이 원형의 디지털 콘텐츠 제작 |
| | | 한민족 전투 원형 콘텐츠 개발 |
| | | 한국의 소리 은행 개발 - 전통 문화 소재, 한국의 소리 |
| | 2차 자유 | 조선시대 대화소설을 통한 시나리오 창작 소재 및 시각자료 개발 |
| | | 고려 '팔관회'의 국제박람회 요소를 소재로 한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 게임/만화/애니메이션 및 아동 출판물 창작 소재로서의 암행어사 기록 복원 및 콘텐츠 제작 |
| | | 만봉스님 단청 문양의 디지털화를 통한 산업적 활용 방안 연구 개발 |
| | | 오방대제와 한국 신들의 원형 및 인물 유형 콘텐츠 개발 |
| | | 사이버 전통 한옥 마을 세트 개발 |
| | | 진법 자료의 해석 및 재구성을 통한 조선시대 전투 전술 교본의 시각적 재현 |
| | | 국악기 음원과 표준 인터페이스를 기초로 한 한국형 시퀀싱 프로그램 개발 |
| | | 선사에서 조선까지 해상 선박과 항로, 해전의 원형 디지털 복원 |

| | | |
|--|----------|---|
| | | 조선 후기 한양 도성의 복원을 통한 디지털 생활사 콘텐츠 개발 |
| | | 조선 왕실 축제의 상징 이미지 디자인 및 전통 색채 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 조선시대 국왕 경호 체제 및 도성 방위 체제에 관한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 고구려, 백제의 실크로드 개척사 및 실크로드 관련 전투 양식, 무기류, 건축, 복식 디지털 복원 |
| | | 〈토정비결〉에 나타난 한국인의 전통 서민 생활 규범 문화 원형을 시각 콘텐츠로 구현 |
| | | 한국 불화(탱화)에 등장하는 인물 캐릭터 소재 개발 |
| | | 전통 민화의 디지털화 및 원형 소재 콘텐츠 개발 |
| | | 전통 한선(韓船) 라이브러리 개발 및 3D 제작을 통한 디지털 복원 |
| | | 대동여지도와 대동지지의 3D 디지털 아카이브 개발 |
| | | 고문서 및 전통 문양의 디지털 폰트 개발 |
| | | 한국 풍속화의 문화 원형 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 3차 정책 | 전통 자수 문양의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 종묘제례악의 디지털 콘텐츠화 |
| | | 전통 자수 문양의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 서사무가 “바리공주”의 하이퍼텍스트 만들기 및 그 샘플링 개발 |
| | | 〈삼국유사〉 민간 설화의 창작 공연 및 디지털 콘텐츠화 사업(연오랑과 세오녀) |
| | | 탈의 다차원적 접근을 통한 인물 유형 캐릭터 개발 |
| | | 우리 문화 흔적들의 연구를 통한 조선 통신사의 완벽 복원 |

〈표 9〉 차수별 공모 사업 선정 과제 (표 계속)

| 연도 | 구분 | 과 제 명 |
|-------|-------|---|
| 2003년 | 1차 자유 | 근대적 유통 경제의 원형을 찾아서-조선후기(17C~19C) 상인과 그들의 상업 활동을 통한 경영, 경제 시나리오 소재 DB 개발 |
| | | 한국 천문, 우리 하늘 우리 별자리 디지털 문화 콘텐츠 개발 |
| | | 한국 무예의 원형 및 무과시험 복원을 통한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 게임 제작을 위한 문화 원형 <감로탕>의 디지털 가공 |
| | | 국악 선율의 원형을 이용한 멀티 서라운드 주제곡 및 배경 음악 개발 |
| | | 한국의 고인돌 문화 콘텐츠 개발 |
| | | 조선시대 상인 활동에 나타난 “한국 상업사 문화 원형”의 시각 콘텐츠 구현 |
| | | 조선시대 조리서에 나타난 식문화 원형 콘텐츠 개발 |
| | | 악학궤범을 중심으로 한 조선시대 공연 문화 콘텐츠 개발 |
| | | 한국 미술에 나타난 길상 이미지 콘텐츠 개발 |
| | 2차 자유 | 조선시대 기녀 문화의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 한국 도깨비 캐릭터 이미지 콘텐츠 개발과 시나리오 체재 유형 개발 |
| | | 문화 원형 관련 동물 아이콘 체계 구축 및 고유 복식 착장 의인화(擬人化) 소스 개발-조선시대 동물화(動物畵)에 근거하여 |
| | | 사찰 건축 디지털 세트 개발 |
| | | 조선 왕실 궁중 통과 의례 문화 원형의 디지털 복원 - 국상 의례, 가례 원형을 중심으로 한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 죽음의 전통 의례와 상징 세계의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 문화 산업 창작 소재로서의 신라 화랑 콘텐츠 개발 |
| | | |
| 2004년 | 자유 | 유랑 예인 집단 남사당 문화의 디지털 콘텐츠화 사업 |
| | | 한국 전통 목조 건축 부재별 조합에 따른 3차원 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 한국 석탑의 문화 원형을 이용한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 조선시대 흙흙전칙(欽恤典則)에 의한 형구(形具) 복원과 형(形) 집행(執行) 사례(事例)의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 조선시대 수영의 디지털 복원 및 수군의 군영사 콘텐츠 개발 |

| | | |
|-------|----|--|
| | | 맨손 무예 택견의 디지털 콘텐츠화 - 시나리오와 동작의 리소스 개발 |
| | | 근대 토론 문화의 원형인 독립신문과 만민공동회의 복원 |
| | | 중요무형문화재 제13호 강릉단오제 문화 원형 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 암각화 이미지의 재해석에 의한 캐릭터 데이터베이스 작업 |
| | | 한국 전통 가구의 디지털 콘텐츠 개발 및 산업적 활용 방안 연구 |
| | | 옛길 문화의 원형복원 콘텐츠개발(조선시대 유곡역참의 원형 복원을 중심으로) |
| | | 전통 음악 음성 원형 DB구축 및 디지털 콘텐츠웨어 기획 개발 |
| | | 한국 전통 머리 모양새와 치레거리의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 조선 후기 궁궐 의례와 공간 콘텐츠 개발 |
| | | 한국 인귀(人鬼)설화 원형 콘텐츠 개발 |
| | | 구전신화의 공간 체계를 재구성한 판타지 콘텐츠의 원소스 개발“새롭게 펼쳐지는 신화의 나라” |
| 2004년 | 지정 | 고대 국가의 건국 설화 이야기 |
| | | 백두대간의 전통 음악 원형 지도 개발 |
| | | 전통 수렵(사냥) 방법과 도구의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 전통 어로 방법과 어로 도구의 디지털 콘텐츠화 |
| | | 조선시대 궁중 기술자가 만든 세계적인 과학 문화유산의 디지털 원형 복원 및 원리 이해 콘텐츠 개발 |
| | | 풍수지리 콘텐츠 개발 |
| | | 한국 근대 여성 교육과 신여성 문화의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 한국 산성 원형의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 한국인 얼굴 유형의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 추경 | 고구려 고분벽화의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 고려인의 러시아 140년 이주 개척사를 소재로 한 문화 원형(농업, 생활상, 의식주 등) 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 근대 기생의 문화와 예술에 대한 디지털 콘텐츠화 |
| | | 근대 초기 한국 문화의 변화 양상에 대한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | | 무형 문화재로 지정된 한국의 춤 디지털 콘텐츠 개발 |

| | |
|--|--|
| | 민족의 영산 백두산 문화 상징 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 발해의 영역 확장과 말갈 지배 관련 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 불교 설화를 통한 시나리오 창작 소재 및 시각 자료 개발 |
| | 서울의 근대 공간 복원 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 아리랑 민요의 가사와 악보채집 및 교육자료 활용을 위한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 옛 의서(醫書)를 기반으로 한 한의학 및 한국 고유의 한약재 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 전통 놀이와 춤에서 가장(假裝)하여 등장하는 인물의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 조선왕조 아동 교육 문화 원형의 디지털 콘텐츠화 |
| | 조선의 궁중 여성에 대한 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 조선 후기 여향문화(閭巷文化)의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 천하명산 금강산 관련 문화 원형 디지털 콘텐츠화 |
| | 한국 고서(古書)의 능화문(菱花文) 및 장정(裝幀)의 디지털 콘텐츠화 |
| | 한국 근대의 음악 원형 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 한국 무속 굿의 디지털 콘텐츠 개발 |
| | 한국의 전통 장신구 - 산업적 활용을 위한 라이브러리 개발 |

제 2절 지역문화산업연구센터(CRC)

1. 개요

지역문화산업연구센터(CRC, culture research center) 지원사업은 2005년부터 문화관광부의 운영지원을 위하여 한국문화콘텐츠진흥원이

위탁사업을 위임받아 수행하는 사업이다. CRC 지원사업은 창의적이고 미래지향적인 연구수행 여건을 지역에서 조성하고, 지역문화산업의 국제 경쟁력을 제고할 수 있는 핵심인력 양성 및 문화산업 R&D 역량강화에 도움을 주고 문화산업 산·학·연·정 연계를 통해 지역혁신 네트워크를 구축하고 지역문화산업클러스터의 역량제고 및 성공사례 창출을 목적으로 하는 사업이다.

CRC 지원사업이 앞 절의 우리 문화원형 디지털 콘텐츠화 사업과 구별되는 점은 후자가 ‘우리 문화원형’이라는 측면에서 전통적인 문화콘텐츠의 자료를 수집하고, DB를 구축하여 문화산업 기업들에게 창작소재에 대한 접근성을 높여주는 데에 주안점이 있는 반면, 후자는 보다 기관 중심적이며 지역안배적인 측면과 유관기관간의 협력을 통한 시너지의 창출을 유도하는 데에 보다 주안점을 두고 있다. 경우에 따라서는 양자 간에 부분적인 중복이 일어나는 것을 예상할 수 있지만, 중복회피에 지나치게 구애되다 보면 비는 부분이 생길 수도 있다는 점에서 운영의 묘를 살리는 것이 보다 현명한 방안이 될 것이다.

2. 지원분야 및 지원자격

가. 지원분야

지원분야는 문화산업진흥기본법에 명시된 문화산업 관련 전 분야를 대상으로 하되 문화산업 프로젝트 기반 연구개발 및 창작소재 관련 분야 중심으로 하며, 주제 특성에 상관없이 산학협력, 마케팅 등 프로젝트 기반 추진에 초점을 둔다. 지원분야는 기술개발 중심형과 리소스개발 중심형의 크게 2분야로 나누어서 지원하며 지역 문화자원의 산업적 활용이 아닌 단순기록 및 순수 학술연구목적의 기획 등은 본 사업의 지원대상에

서 제외한다.

1) 기술개발 중심형(CTC, Culture Technology Center)

CTC는 문화산업 기술개발을 주목적으로 하는 활동으로서 문화산업 기반 공학 및 자연계열 기술개발 및 연구 등을 촉진하기 위한 것이다.

〈예시〉 : VR, 솔루션, 차세대기술 감성 및 재현기술, 게임제작기술, 콘텐츠 저장·유통·관리기술, 방송영상 제작 및 음향 기술, 애니메이션·그래픽·디자인 및 영화제작기술, 기획 및 시나리오 기술, 문화원형 기술, 문화복지 기술 등

2) 리소스개발 중심형(CRC, Content Resource Center)

CRC는 인문·예술을 기반으로 지역의 풍부한 문화원형이나 인문학 소재를 적극적으로 개발하여 지역문화산업 발전으로 연결하고자 하는 활동이다.

〈예시〉: 콘텐츠 분석 및 디지털문화연구, 창작소재 기획, 기획, 시나리오, 사운드, 영상 제작, 문화상품 활성화 등 정책 개발, 연구 개발, 분석, 프로젝트 개발, 해외협력사업 등

나. 지원자격

주관 연구기관은 지방 문화산업지원센터, 지역소재 대학 및 연구소, 지자체 및 공공기관 등 설립형태 따라 유형별 주관연구기관 및 사업을 선정한다. 주관연구기관은 클러스터 구성요소의 최소요건 충족을 위하여 주관연구기관을 포함하여 지역소재 대학 및 연구소, 지역 내외 업체를 반드시 컨소시엄에 포함시켜야 한다. 단 국가균형발전특별회계 출연금 지원사업으로 수도권 지역 기관, 대학 및 연구소는 지원대상에서 제외하되, 문

화관광부가 지정한 문화산업클러스터 소재 지역(부천시)은 예외로 한다. 지역 소재 대학은 광역지자체 범위 내 대학을 기준으로 한다.

- 1) 지역문화산업클러스터 중심형 : 지역문화산업지원센터 주관 지역 소재 대학 및 연구소 참여, 지역내외 업체 등 관련기관 컨소시엄
- 2) 지역대학 및 연구소 중심형 : 지역 소재 대학 및 연구소 주관, 지역내외 업체 및 지역 유관기관 등 관련기관 컨소시엄
- 3) 공공기관 중심형 : 지자체 공공기관 주관, 지역 소재 대학 및 연구소 참여, 지역 내외 업체 등 관련기관 컨소시엄

3. 2005년 지원실적

2005년 CRC 사업은 두 차례 공고를 통하여 기술개발 중심형(CTC) 4개 과제, 리소스개발 중심형(CRC) 8개 과제에 각각 2~3억 원씩 총 25억원의 지원을 결정하였다.

제 3절 2차 저작권과 인문학의 활용

2차 저작권을 통한 인문학콘텐츠의 활용은 아주 오래된 역사를 지니며 그 활용의 범위도 아주 넓다. 문학작품은 그 자체로 인문학적 콘텐츠이자 문화산업 콘텐츠이다. 책으로 출간된 문학작품의 영화화는 산업의 초창기로부터 지금까지 언제나 영화산업 관계자들의 관심사이다. 최근의 예만 하더라도 세계적으로 유명한 “해리포터”, “반지의 제왕”뿐만 아니라, 국내적으로는 “불멸의 이순신”등 그 예를 이루 헤아릴 수가 없다.

그러나 최근에 들어서 특기할 만한 사항은 이러한 인문학 콘텐츠의 활용이 보다 다양한 형태로 나타나고 있다는 것이다. 그것은 우선 영상문화의 급격한 확산에 따른 사람들의 인식과정과 커뮤니케이션 방식이 변화

하여 인문학콘텐츠가 일차적으로 표현되는 양식이 문자언어에 한정되지 않게 되었으며, 추가적으로 문화산업의 발달과 교육의 향상으로 만화가, 게임시나리오작가 등 인문학적 콘텐츠를 생산할 수 있는 계층이 사회 전반에 널리 퍼진 것이 그 중요한 배경으로 생각된다.

최근에는 다양한 분야의 문화산업의 영향력이 증대되면서 문화산업을 통하여 표출된 인문학 콘텐츠의 2차적 이용이 보다 다양한 형태로 나타나고 있다. 예를 들자면, “외출”의 경우에 보듯이 영화로 먼저 표현되고 소설로 잡필되는가 하면, 인기만화의 영화화가 붐을 이루고, 나아가서는 게임이 뮤지컬로 제작되기도 한다.

이러한 일차적인 인문학 혹은 문화산업콘텐츠의 다양한 2차적 저작 활용은 문화산업계에서는 OSMU(One-Source Multi-Use)라는 용어로서 이미 정착된 개념이다. 이러한 현상들이 최근에 더욱 널리 퍼지는 것은 상업적 측면으로는 문화상품의 기존의 인지도를 활용하는 마케팅 전략을 반영하는 것이기도 하지만, 다른 측면으로는 탄탄한 시나리오에 대한 독자들의 선호가 증대한 것을 반영한 것이기도 하다. 본 연구의 주제인 인문학의 문화산업에서의 활용과 관련시켜 해석하자면, 인문학적 깊이를 갖춘 시나리오일수록 다양한 문화산업 채널을 통한 수익의 실현을 보장하는 측면을 반영하는 것이라고 볼 수 있을 것이다.

자체조사 및 신문기사들을 중심으로 최근에 이슈화되고 있는 인문학 콘텐츠의 다양한 활용을 유형별로 살펴보기로 하자.

1. 연극 및 소설의 영화화

아래의 <표 10>은 2003년 개봉영화들 중 원작소설 및 연극을 영화화한 작품들을 정리한 것이다. 전체편수 80편중 10편으로서 12.5%를 기록하고 있다.

최근의 인문학콘텐츠의 영화화는 역사물 혹은 베스트셀러를 영화화하던 추세에서 진일보하여 보다 다양한 양상을 보여주고 있다. “살인의 추억”이 연극 “날보러 와요”를 영화화하여 작품성과 흥행성을 함께 획득하였으며, “올드보이”는 일본의 만화에서 소재를 가져오고, “스캔들”은 프랑스의 소설을 한국의 이조시대를 배경으로 각색하여 새로운 시도의 도입과 더불어 흥행의 성공으로 실리도 획득하고 있다.

〈표 10〉 원작에 기초한 2003년 개봉영화

| 작 품 | 원 작 | 제 작 사 | 비고 |
|------------|--------------------|--------------|----------|
| 오 구 | 이운택(극작가) | (주)무비캠 | 연극->영화 |
| 아 리 랑 | 나운규 | (주)시오리엔터테인먼트 | 리메이크 |
| 오 세 압 | 정채봉(동화작가) | (주) 마고 이십일 | 동화->애니 |
| 동 승 | 함세덕(극작가) | 스펙트럼 필름 코리아 | 연극->영화 |
| 살인의 추억 | 김광림(극작가) | (주) 싸이더스 | 연극->영화 |
| 초승달과 밤배 | 정채봉(동화작가) | (주)시네마 시스템 | 소설->영화 |
| 올드보이 | 츠시야가룽 미네기시 노부아키 | 쇼 이스트(주) | 해외만화->영화 |
| 스캔들 | 쇼데를로드 라클로 | (주)영화사 봄 | 해외소설->번안 |
| 국화꽃 향기 | 김하인(소설가) | (주)태원엔터테인먼트 | 소설->영화 |
| 비디오를 보는 남자 | 임영태(소설가) | (주)BK시네마 | 소설->영화 |

최근에 특히 주목을 끄는 것은 성공한 연극의 영화화이다. 2005년 극장가에 흥행돌풍을 몰고 온 “웰컴투 동막골”과 “왕의 남자”는 같은 장르의 영화도 아니고, 시대적 배경도 각각 다르지만 공통분모는 연극을 영상에 옮겼다는 점이다. 이전에도 연극계의 흥행 성공작을 원전으로 삼아 영상에 옮겨진 경우가 더러 있지만 흥행 희비는 엇갈렸다. 하지만 연극과 영

화의 서로 다른 표현 방식 때문에 연극이 원작이란 대목은 영화에서 가능성이자 한계로 작용했다. 현대 올 들어 연극을 바탕으로 만들어진 영화들은 '양날의 칼'을 적확히 파악하고 잘 극복한 듯 보인다.

“박수칠 때 떠나라”는 2000년 LG아트센터 개관 기념 공연작으로 관심을 모았고, 2002년 말 초연된 “웰컴투동막골”은 신하균, 정재영, 임원희의 연기로 많은 인기를 끌었다. “왕의 남자”의 원작인 연극 “이”(爾·왕이 신하를 높여 부르는 호칭)는 2000년 초연돼 한국연극협회 선정 올해의 희곡상 등 연극계의 굵직한 상을 휩쓸었다.

스크린으로 옮겨진 이들 작품의 인기는 여전하다. “웰컴투동막골”은 관객 800만 명을 넘어서면서 역대 흥행 4위 자리를 넘보고 있으며, 장진 감독이 연출한 “박수칠 때 떠나라”도 개봉 일주일 만에 100만 관객을 훌쩍 넘어섰다. “황산벌”로 300만 관객을 동원한 이준익 감독의 “왕의 남자” 역시 궁중 광대들의 삶과 그들을 둘러싼 음모, 왕과의 미묘한 관계를 다룰 예정이어서 하반기에 개봉될 문제작 가운데 한편으로 꼽힌다.

이들 영화는 다양한 방식으로 연극의 극적인 요소들을 잘 활용했다는 평가다. 이처럼 연극 흥행작을 영화로 옮기는 시도는 과거에도 있었다. 전도연, 박신양 주연의 “약속”은 희곡작가 이만희의 원작 “돌아서서 떠나라”를 각색해 영화로 완성시킨 경우. 1998년 350만 명의 관객을 동원하며 흥행에 성공했다. 500만 명이 넘는 관객동원과 함께 대중상 작품상, 감독상, 남우주연상 등 4개 부문의 상을 휩쓸며 평단으로부터 작품성도 인정받은 영화 “살인의 추억”도 김광림의 연극 “날 보러 와요”가 원작이다. “날보러 와요”는 96년 초연된 뒤 300여회 공연이 매번 매진된 대학로의 인기 연극이다. “살인의 추억”이 흥행가도를 달리자 다시 연극무대에 올려져 전회 전석 매진을 기록하며 연장공연에 들어가기도 했다.

그러나 연극의 흥행작이 늘 영화 흥행의 보증수표가 되는 것은 아니다. 2003년 개봉한 영화 “오구”는 89년 초연된 뒤 270만 명의 관객이 관람

하고 작품성까지 얻은 동명 연극 “오구”를 원작으로 삼았다. 희곡을 쓰고 연출자로 나섰던 이윤택이 직접 메가폰을 잡았지만 관객에게 철저히 외면당했다. 지금도 대학로에서 상연 극장 앞에 장사진을 이룬 연극 “라이어”도 비슷한 경우. 7년 동안 2000회 이상 공연에 40만 명 이상의 관객이 관람했고, 지금까지 대학로에서 인기리에 공연 중이지만 2004년 주진모, 공형진이 주연으로 나선 동명 영화는 흥행에 실패했다.

소화되지 않은 연극적 요소들이 고스란히 영화에 스며들어 관객을 어색하고 불편하게 만든 점이 흥행 실패 요인으로 꼽힌다. 연극은 한 무대 위에서 장면들을 이어가지만 영화에서는 장소 이동이 필요하기에 그 흐름은 끊기게 마련이다. 연극을 바탕으로 제작된 영화들 중간에 종종 맥이 끊기는 듯 느껴지는 이유가 여기에 있다. 영화적 재미에 익숙한 관객의 눈에는 연극적인 대사와 연기도 부담스러울 수밖에 없다는 게 전문가들 지적이다.

연극이 가진 재미를 영화적 표현의 새로움으로 재현해낼 수 있어야 `흥행 연극의 성공적 영화화`는 가능하다. 이런 영화의 성공은 연극계도 환영하는 바다. 연극협회 채승훈 회장은 “연극을 바탕으로 만들어 지는 영화들이 이어지는 것은 그 연극의 가치를 인정받는 것으로, 연극계에도 리바이벌 공연으로 활기를 얻을 수 있는 반가운 계기가 될 수 있다”며 “좋은 희곡이 영화화하는 것은 국내 뿐 아니라 세계적인 현상”이라고 말한다.

매체 차이에서 오는 표현 방식의 차이만 극복한다면 연극과 영화의 교류는 한계가 아니라 새로운 가능성으로 작용할 공산이 크다. 무대의 한계를 뛰어 넘으려는 연극의 영상화 시도는 이런 측면에서 나름대로 실험성을 지녔다고 전문가들은 진단한다. 그 실험성의 성공 여부는 별개 문제다.

문단을 대표하는 소설가들의 작품들도 속속 영화로 기획되고 있다. “억도산”의 송해성 감독은 젊은 사형수와 냉소적인 여교수의 만남을 다룬 공

지영의 신작 “우리들의 행복한 시간”을 원작으로 “착한 남자”를 준비 중이다. “그때 그 사람들”의 임상수 감독은 황석영의 소설 “오래된 정원”을 바탕으로 새로운 시나리오를 집필하고 있다. 황석영의 또 다른 소설인 베트남 전 소재의 “무기의 그늘”은 싸이더스픽처스에서 100억원 규모의 프로젝트로 기획 중이다. “칼의 노래”를 드라마 “불멸의 이순신” 원작으로 제공했던 김훈의 두 번째 장편소설 “현의 노래”는 “동승”의 주경중 감독에 의해 영화화된다. 젊은 소설가 중 가장 대중적인 인기를 누리고 있는 김영하의 소설은 단편 두 작품 중 “주홍글씨”가 먼저 스크린에 옮겨진 데 이어 장편 “검은 꽃”도 저작권이 영화사로 넘어갔다. 최근 영화로 기획되는 만화·소설들은 10대 위주의 가벼운 학원 연애담 일색이었던 인터넷 소설과는 달리 탄탄한 ‘이야기의 힘’을 갖추고 있는 것은 물론이고, 다양한 장르에서 진지한 주제의식을 보여 주고 있다. 이 같은 유행은 인터넷 소설 원작의 로맨틱 코미디에 싫증이 난 관객층의 ‘웰메이드 영화’에 대한 요구가 반영된 것으로 풀이 된다

2. 만화의 영화화 및 뮤지컬 창작

근래 들어 만화를 원작으로 한 드라마의 제작 붐이 일고 있다. 물론 일본과 미국 등 만화 강국들에 비해 만화의 원작 산업화에 못 미치는 상황이지만 최근 만화를 영상화하는 작업이 활발하게 전개되고 있다.

이현세의 〈공포의 외인구단〉(1986년)이 만화로서 처음 실사 영화화한 이래 만화는 그동안 허영만의 “퇴역전선”, “아스팔트 사나이”, “미스터 Q”, 김수정의 “일곱 개의 손가락” 원수연의 “폴하우스”, 강희우의 “불량주부”, 방학기 원작 “다모”등 수많은 만화가 드라마화 돼 시청자와 만나 좋은 반응을 이끌어냈다.

또한 김혜란 원작 “비천무”는 외주제작사 에이트픽스에 의해 드라마화되

었다. 박지윤, 주진모를 내세워 제작을 마친 상태인 “비천무”는 방송사가 결정 되는대로 방송될 예정이다. 내년 3월 MBC를 통해 방송될 “궁”은 캐스팅 논란 속에서 촬영이 일정대로 진행되고 있다. 박소희 원작의 만화 “궁”에는 주인공 채경 역에 윤은혜를 비롯해 주지훈, 김정훈 등이 출연한다.

최근에는 인터넷 만화가 강도영의 작품이 줄줄이 영화화가 진행되고 있다. 2005년 하반기에 그의 작품이 원작이 되는 3편의 영화가 크랭크인 될 예정인데, 모두 6천만 페이지뷰를 기록했던 가슴 따뜻한 사랑 이야기의 “순정만화”(류장하 감독)는 현재 배우 섭외 단계에 있다. ‘미스터리 심리썰렁물’을 내세운 “아파트”는 “가위”, “폰” 등 공포영화를 주 전공 삼던 안병기 감독이, 바보의 슬픈 연정을 연기설에 기반해 그린 “바보”는 “동감”의 김정권 감독이 만들어 다음해 5월께 개봉할 참이다. 지금 인터넷 연재 중인 스릴러물 “타이밍”도 일찌감치 청어람(투자사)과 판권계약을 했다. 박기형 감독(<여고괴담>)은 2007년 초 개봉할 예정이다. 다들 원작과 감독의 특징이 절묘하게 어울린다. 이뿐만 아니다. 작가 ‘B급달궁’(필명)의 인터넷 연재만화 “다세포 소녀”도 “스캔들”, “정사”의 이재용 감독에 의해 8월 말 영화촬영에 들어가고, 허영만의 “타짜”와 “식객”도 마찬가지이다. 특히 “범죄의 재구성”의 최동훈 감독, 영화 “비트”나 “48+1”의 원작을 영화로 탄생시킨 ‘허영만+싸이더스FNH(제작배급사)’의 조합은 그 자체가 이슈다.

그동안 방송된 만화를 원작으로 한 드라마 중 가장 높은 인기를 얻은 작품은 40%대의 시청률을 기록한 “미스터Q”이고 “풀하우스” 역시 최고의 스타 송혜교, 비를 전면에 내세워 30%대의 시청률을 이끌어냈다.

만화는 이제 브라운관과 스크린의 창작 영역을 확대시키는 확실한 원천으로 자리를 잡았다. 특히 만화는 문자와 그림이 조합돼 전달해주는 상상력의 폭이 큰 데다 신세대들의 감각이 녹아 있고 독창적인 소재들이

많아 대중문화계의 가장 애용하는 원전으로 활용되고 있다.

또한 기발하고 엽기 발랄한 소재를 다루며 그림과 문자적 전개가 영상화 작업에 용이한 만화는 영상 문화의 스펙트럼을 넓혀줄 가치를 인정받으면서 만화의 영상화의 원작 붐을 일으키고 있다.

이젠 영화사가 애초 영화를 전제로 한 만화 제작에 투자하려고 나선다는 이야기까지 들린다. 만화가 영화적 상상력의 원천이 되고 있는 것이다. 과거 박경리, 최인호, 이문열, 한수산 등의 소설이 ‘영화적 상상력의 제왕’이었다면 이제 그 왕관은 만화쪽으로 넘어가고 있다.

특히 소설로 대변되는 문자적 상상력보다는 영상에 익숙한 신세대들의 절대적 지지를 받는 만화는 원작의 유명세를 드라마나 영화로 이어보려는 제작자들의 노력이 만화 원작 드라마 붐을 형성하는 가장 큰 원인으로 작용하고 있다. 만화의 원작 드라마 붐은 인터넷 만화가 인기를 끌면서 더욱 가속화될 전망이다.

강풀의 온라인 만화 “아파트”를 영화로 만드는 영화사 ‘토일렛 픽처스’의 김정수 이사는 “영화의 주 관객층이 10대 후반~20대 초중반의 젊은이들이라서 이들이 좋아하는 것을 영화의 소재로 삼을 수밖에 없다”며 “현재 트렌드는 만화, 특히 온라인 만화”라고 말했다. 온라인에서 대중이 즐기는 것이 무엇인지, 그 감성의 코드를 맞추기 위해 끊임없는 노력을 한 만화가들의 작품이 결국 대중을 끌어온다는 것이다.

이에 반해 1990년대 이후 한국 소설은 대부분 자신의 개인적인 일상과 생각을 다룬 ‘사소설’ 위주여서 대중의 공감을 불러일으키는 교차점이 줄어들었다는 지적이다. KBS의 한 드라마 PD는 “소설 원작의 ‘TV문학관’을 부활시키고 싶어도 최근의 소설이 너무 한 개인의 일상 위주로 쓰여 무대를 만들기도 힘들다”고 토로했다.

소설이 문자 상상력보다 영상 상상력에 더 익숙한 젊은 세대의 감각을 품지 못하고 시대흐름에 뒤떨어진 것도 한 원인이다. 소설가 출신의 영화

평론가인 하재봉은 “소설이 ‘원 소스 멀티 유즈’의 한 소스로서 다양한 부가가치를 생성할 수 있는 중요한 장점들을 스스로 축소시켰다”고 지적했다.

미국의 “DC코믹스”, “마블코믹스”가 “배트맨”, “슈퍼맨”, “스파이더맨” 등을 낳았고, 술한 일본 만화들이 영화와 드라마, 뮤지컬로 이어졌던 것처럼 당분간 한국에서도 만화는 영화, 드라마, 뮤지컬을 만드는 데 상상력의 원천이 될 것으로 보인다.

9월 19일 서울 국립극장 해오름극장에서는 만화콘텐츠를 이용한 뮤지컬 창작의 새로운 시도가 선을 보였다. 12년 동안 연재된 만화 “불의 검” (제작비 12억원)이 바로 그것이다. 무대의 배경은 청동기시대에서 철기시대로 이어지던 당시의 중북부 아시아다. 아직 강철 제조 기술을 몰랐던 아무르 족과 강력한 철검으로 무장해 세력을 확장하던 카르마키족의 대립이 주요한 소재다. 여기에 아무르족의 평민 여인 아라와 귀족 가라한 아사(산마로), 그리고 아라를 사랑하는 카르마키족의 장수 수하이바토르의 삼각관계가 주요 갈등구조로 풀어진다. 역사물인 까닭에 무대 배경 스케일도 크고 역동적인 스토리 전개가 볼 만 하다. 각색 작업에 원작자가 김 작가가 직접 참여하여 원작을 보지 못한 사람도 쉽게 이야기에 빠질 수 있도록 내용을 수정했다.

3. 영화원작의 소설 및 만화창작

전국 1백만 관객을 돌파한 영화 “안녕, 형아”(감독 임태형 제작 MK 픽처스)의 동명 만화와 소설이 영화의 꾸준한 흥행과 함께 서점가에서도 판매량 1, 2위를 기록하기도 하였다. 출판사 예림당 관계자는 “영화를 보고 자녀들에게 선물해주는 부모들이 많다”며 “영화가 꾸준하게 좋은 반응을 얻고 있는 만큼 지속적으로 판매되고 있다”고 밝혔다.

“세월”, “사랑을 선택하는 특별한 기준” 등의 소설가 김형경 씨가 진호

감독의 영화 “외출”을 소설로 써서 주목을 받았다. 영화가 소설로 각색된 예가 드물지는 않지만, 문학성을 인정받은 본격문학 작가가 영화를 소설화한 것은 극히 이례적이다. 작가는 소설에서 그 줄거리를 따르되 영화의 시간적 플롯을 소설의 인과적 플롯으로 재편하고 영화에 없는 장면과 에피소드, 세밀한 심리묘사 등을 첨가했다. 출판을 맡은 문학과지성사는 소설 “외출”이 일본 와니북스를 통해 내달 초 영화 개봉과 동시에 일어판(제목 April Snow·4월의 눈)으로 출간되며, 영어판과 중국어판도 곧 번역 출간될 예정이라고 밝혔다.

이서진, 윤소이, 신현준 주연의 팬타지 무협멜로영화 “무영검”(감독 김영준, 제작 태원엔터테인먼트)의 만화 외전이 출간됐다. 만화 외전은 “무영검”의 시나리오를 집필한 김태관 작가가 제작 초기부터 작업에 참여해 작업을 진행했다.

4. TV 방송물의 서적출판

드라마와 시트콤은 물론 교양·정보 프로와 라디오 프로까지 장르를 불문하고 많은 방송물이 책으로 만들어지고 있다. 텔런트나 방송 출연으로 명사가 된 종교인의 에세이가 잘 팔리던 1990년대 초반과는 확연하게 구분된다. 관심이 TV 프로그램 그 자체로 옮겨가고 있어서이다. 그 중심에는 최근 지상파 3사가 쏟아내고 있는 생활 밀착형 정보·오락 프로그램이 있다. 시청자의 입맛에 맞게 잘 가공된 정보성 방송 콘텐츠의 계속된 공급이 기획성 출판물을 만들 수 있는 인력과 역량이 부족한 출판계의 사정과 만나면서 일어나는 현상이다.

“그 남자 그 여자”, “스펀지”, “위대한 밥상” 등이 잇따라 베스트셀러가 되면서 출판계는 방송 콘텐츠에 더욱 매료되고 있다. 불과 몇 년 전만 해도 영세 출판사의 영역으로만 여겨져 온 방송물 출판에 중앙M&B, 황금

가지, 현암사, 지식산업사 등 이름난 출판사가 뛰어난 사실이 이를 입증한다. 실제 KBS 1TV “생로병사의 비밀”이나 “신화창조의 비밀”, 2TV “스핀지”, “비타민”, MBC “신비한 TV 서프라이즈” 등이 모두 책으로 만들어졌고 방송사에 출판사의 제의가 쏟아지고 있다. 여기에는 ‘대장금’ 학습 효과도 일조하고 있다. 만화부터 어린이 책, 소설과 시나리오까지 나온 “대장금” 관련 출판물의 국내 판매량은 100만부에 달하는 것으로 추정된다.

나아가 일본 홍콩 중국 등에서도 한국 영상물의 출판 수요가 폭증하고 있다. 특히 영상 소설의 경우 한류 열풍을 타고 아시아 각국으로 시장이 급속도로 확장되고 있다. 실제로 SBS 드라마를 소설화한 “러브스토리 in 하버드”는 1억원 가까운 액수에 일본으로 판권이 팔렸다.

한번 보고 흘러버릴 수 있는 정보 프로그램을 활자 매체인 책으로 옮길 경우 시너지 효과를 낼 수 있다는 점도 출판사 입장에서는 큰 매력이다. “위대한 밥상”을 편집한 현암사의 엄경임은 “저자가 TV에서 미처 소개하지 못한 정보를 전달하기 위해 책을 만들었다”며 “영상과 출판이 상생하는 방법을 찾기 위한 노력이 필요하다”고 말했다.

TV 방송물을 서적출판의 성공적인 예들을 열거해 보자.

MBC FM “이소라의 음악도시”의 상담 코너를 소재로 한 중앙M&B의 “그 남자 그 여자”는 2003년 출간 이후 지금까지 베스트셀러 자리를 지키고 있다.

KBS 2TV “비타민”의 한 코너를 책으로 엮은 현암사의 “위대한 밥상”도 1권이 10쇄 가량, 10월 초에 나온 2권이 3쇄를 찍을 정도로 인기를 누리고 있다. 효형출판사는 7권까지 낸 “역사 스페셜”(KBS 1TV)이 스테디셀러 반열에 오르자 “HD 역사 스페셜” 시리즈를 준비하고 있다.

동아일보 출판부가 선보인 “스핀지” 1~3권도 같은 제목의 KBS 2TV 프로그램을 책으로 낸 것으로 초등학교 독자를 사로잡으며 모두 20만부

가량이 팔려나갔다.

“칭기즈칸”이나 “신돈”이나. 그것도 아니면 “서동요”인가? 지상파 3사의 시청률 경쟁 이야기가 아니다. KBS 1TV “칭기즈칸” 방송을 앞두고 자음과모음, 디앤씨미디어, 반디 출판사는 일제히 “소설 칭기즈칸”을 출간했다. 사정은 영언문화사와 큰방에서 한달 차이로 출간한 소설 “신돈”도 마찬가지. “서동요”는 지식산업사, 가나플러스, 예문이 각각 소설로 냈다. 이밖에 황금가지는 “파리의 연인”(SBS) 1·2권을, 자음과모음은 “다이어몬드의 눈물”(SBS)을 소설로 내 영상 소설 시장을 뜨겁게 했다.

드라마뿐 아니라 시트콤도 책으로 만들어지고 있다. KBS 2TV 일일시트콤 “올드미스 다이어리”도 책으로 출간됐다.

밀리언하우스의 이신영 주간은 “20, 30대 싱글 여성의 삶을 그려내 이제까지 4쇄를 찍는 등 좋은 반응을 얻고 있다”고 말했다. 한 프로그램의 내용이 여러 책으로 출간되기도 한다.

KBS 2TV “비타민”의 경우 “위대한 밥상”과 “비타민”으로, MBC FM “여성시대”는 “장용의 단결! 필승! 충성!~”과 “맘에 새겨진 공룡 발자국” 등으로 나눠 출판됐다.

5. 게임과 영화의 결합

세계 영화계의 거장들이 첨단 게임산업에 속속 뛰어들고 있다. 2005년 5월 17일부터 20일까지 미국 로스앤젤레스 컨벤션센터에서 열린 ‘2005 전자오락박람회(E3·Electronic Entertainment Expo)’에는 공포영화의 거장 조지 로메로 감독이 기획 연출한 게임 “시체들의 도시”가 출품돼 관람객들의 시선을 끌었다. 로메로 감독은 시체들이 살아나 사람을 공격한다는 내용의 공포영화 “살아있는 시체들의 밤” 등 시체 3부작으로 공포영화의 거장으로 떠오른 감독이다. 그는 이 게임에서 기획과 스토

리 구상, 좀비(살아서 돌아다니는 시체)의 디자인까지 도맡았다. 이번 E3에 직접 연출한 게임을 내놓은 영화감독은 로메로 감독뿐이다. 그러나 E3에 참가한 상당수 게임업체는 할리우드의 유명 영화감독에게 게임의 시나리오 작성과 연출을 부탁하고 일부는 제작에 들어간 상태라고 밝혔다.

“스플린터 셀” 등의 게임으로 한국에도 많은 팬을 확보한 “유비소프트”는 영화 “다이 하드”의 존 맥티어넌 감독과 손잡고 러시아 모스크바를 배경으로 한 액션 게임을 제작하고 있다. 또 다른 게임업체 ‘미드웨이게임스’는 ‘보이즈애프터’의 존 싱글턴 감독에게 “두려움과 존경”이라는 게임의 연출을 맡겼다. 이 게임은 주인공이 모험을 겪으며 스토리를 진행하는 ‘어드벤처 게임’의 일종. “침혈쌍웅”과 “미션임파서블2”로 유명한 홍콩 출신의 우위쎌(吳宇森) 감독도 ‘타이거힐엔터테인먼트’를 세워 “새도 클랜”이라는 게임을 개발하고 있다. 이 게임에는 우 감독의 전매특허인 화려한 권총 쏘이 등장한다. “엑스맨”의 브라이언 싱어 감독은 ‘타이콘스튜디오’의 새 게임 “시크릿 서비스”의 연출을 맡았다.

유명 영화감독이 잇달아 게임을 연출하는 이유는 게임 업계가 최근 창의력 부족에 허덕이기 때문이다. 세계 최대 게임업체 EA는 이번 E3에 26개 게임을 선보였는데 이 중 19개가 기존 게임의 후속편이었다. 신작 7편 중에서도 “배트맨 비긴즈”와 “대부”는 같은 이름의 영화를 원작으로 삼았다.

영화와 마찬가지로 게임산업 역시 후속편은 전작의 인기를 발판으로 하기 때문에 흥행에 성공할 가능성이 높다. 하지만 전편과 구성이나 등장 인물이 같아 독창성은 떨어진다. EA 로스앤젤레스 스튜디오의 최고운영자(COO) 아카디아 김 씨는 “창조적인 게임을 만들기 위해 할리우드의 감독과 각본가 서너 명에게 게임 연출 및 기획을 맡기는 계획을 추진하고 있다”고 설명했다. 미국 정보기술(IT) 관련 시장조사기관 NPD는 지난달 미국에서 발매된 게임 가운데 80%가 후속편이라는 조사 결과를 내

놓았다.

영화 제작의 노하우가 게임으로 접목되는 것은 세계적인 추세이다. 한국에선 아직 영화감독이 직접 게임 시나리오를 쓰고 연출을 맡는 일은 없다. 하지만 영화음악을 했던 작곡가가 게임의 음악을 맡고 소설가에게 게임 스토리를 맡긴 사례는 있다. E3에서 웹젠이 선보인 온라인게임 “썬”은 영화 “반지의 제왕”의 영화음악 작곡가 하워드 쇼어가 음악을 맡았다. 엔씨소프트 역시 E3 직전에 공개시험 서비스를 시작한 온라인게임 “길드워”에서 소설가 이인화 씨를 게임 시나리오 작업에 참여시켰다. 짜임새 있고 그럴듯한 스토리를 위해선 게임 전문가보다 소설가가 낫다고 생각해서다.

김택진 엔씨소프트 사장은 “게임을 잘 이해하는 소설가가 게임 시나리오 작업에 참여하자 작품의 질이 높아졌다”며 “게임을 단순한 오락이 아닌 문화로 봐야 게임 산업이 한 단계 더 성장할 수 있을 것”이라고 말했다.

지앤씨 인터랙티브(www.gncint.com)는 국내에 개봉된 “배트맨 비긴즈”의 모바일 게임을 최근 출시했다. 이 회사는 지난 5월 “스타워즈 에피소드3-시스의 복수”를 모바일에 담은 “스타워즈” 게임을 출시한 바 있고 지난 2월에는 역시 세계적인 흥행 대작이자 원작이 게임이었던 “툼레이더”를 모바일 게임으로 만들어 관심을 끈 바 있다. 이뿐 아니라 지앤씨는 “해리포터”와 “반지의 제왕” 시리즈까지 모바일 게임으로 제작해 각 이동통신사에 서비스하며 대작 영화의 모바일 게임화에 관한 한 국내시장에서 독보적인 자리를 차지하고 있다.

제 4절 문화산업의 직무 및 인력구성 분석

1. 문화산업의 직무분석⁷⁾

문화산업의 생산-소비의 과정은 원작(original copy)의 제작과 복제품(reproduction) 및 유통-소비의 단계로 나뉘어진다. 문화산업 원작의 생산은 대규모 자본(우리나라의 경우 100억 원 이상, 할리우드의 경우 1,000억 원 이상)이 투입되고 많은 인력이 동원되는 집단생산의 과정이다. 복제품의 생산에는 상대적으로 거의 비용이 들지 않는 대신에, 소비의 네트워크 외부효과 등으로 마케팅에 많은 자금이 소요된다. 인문학의 문화산업에 대한 기여는 원작의 생산과정과 마케팅 과정에 주로 일어나므로 원작생산 및 마케팅의 분업구조를 자세히 살펴볼 필요가 있다.

가. 영화산업

1) 영화산업의 산업구조

영화산업의 생산과정을 가치사슬 기준으로 살펴보면 콘텐츠 제작, 촬영/제작완성, 패키징(상품화), 전송(배급) 및 소비자 서비스단계의 다섯 단계로 구성된다고 할 수 있다. 콘텐츠 제작단계는 저작권자, 시나리오작가, 영화사 등이 각종 물적 인적 요소들이 참여하여 인문학 콘텐츠를 이용하여 시나리오를 완성하기까지를 말하며, 촬영 및 완성단계는 프로듀서, 감독, 영화사, 독립제작사, 방송사 등이 사업에 참여하여 문화콘텐츠를 가시적인 상품으로 완성하는 단계이다. 패키징은 배급사, 방송사, 위성사업자들이 참여하여 영화상품을 각 유통채널로 공급하기 위해 가공하

7) 이하 영화산업, 애니메이션 산업, 게임산업의 분업구조에 관한 그림은 황준옥 외(2004)에 수록된 내용을 주로 참조하였다.

는 단계를 말한다. 전송은 지역방송사, 케이블망 운영자, 위성사업자 배급사 등이 문화상품을 각 유통채널을 통하여 전달하는 단계를 말하며, 소비자 서비스란 극장, 멀티플렉스, TV, 케이블, 비디오 판매 및 대여 등 영화콘텐츠를 소비하는 수단을 말한다.

[그림 7] 영화산업 산업구조도(단순화)

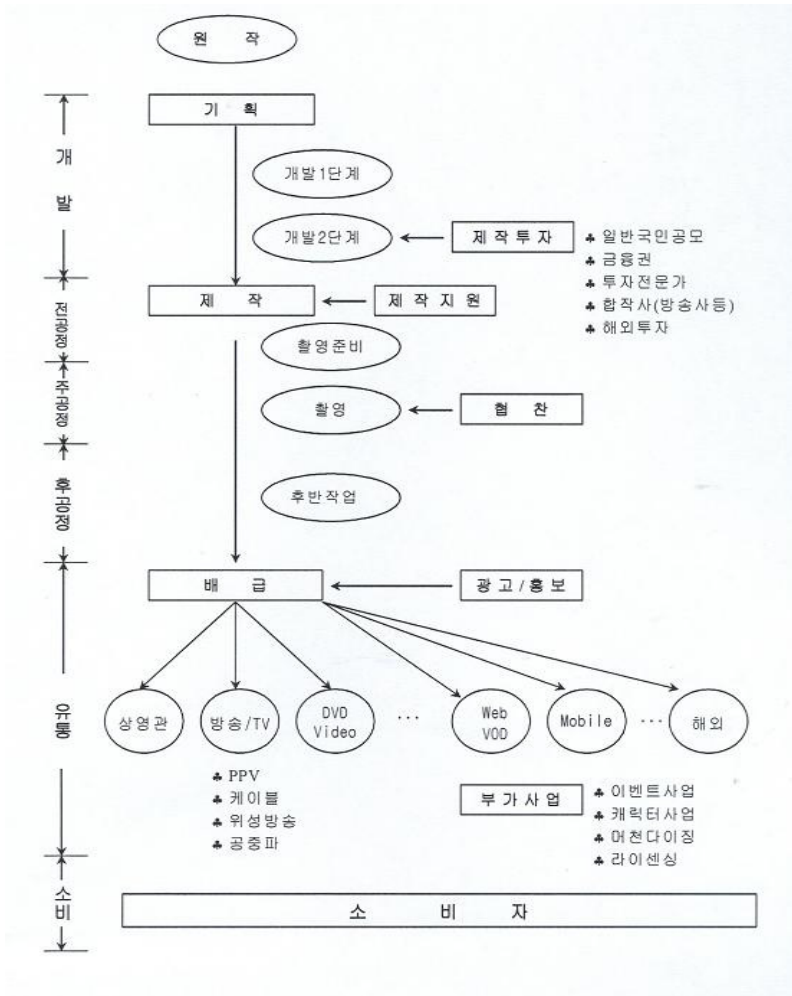


그림 : 황준옥 외(2004)

2) 기획단계의 진행과정

영화의 제작은 통상 콘텐츠제작 및 촬영/제작완성의 초기 두 단계를 말하는 것으로서 단순화한 [그림 8]에서 보듯이 (1)제작준비(전공정: pre-production), (2)촬영(주공정, production) (3)완성단계(후공정: post-production)로 구분하는 것이 일반적이다.

전공정은 개발결정-원작구매-작가선정-감독선정-시나리오작업(이야기의 시나리오화)까지의 1단계와 제작기획서 작성-시나리오 작업(촬영용콘티와 사업용 대본)-주연캐스팅-파이낸싱까지의 2단계로 나뉜다([그림 8] 참조). 그림에서 보는 바처럼 이 단계에서는 작가-감독-제작자의 긴밀한 협력이 요구된다.

[그림 8] 영화산업 기획단계의 진행과정

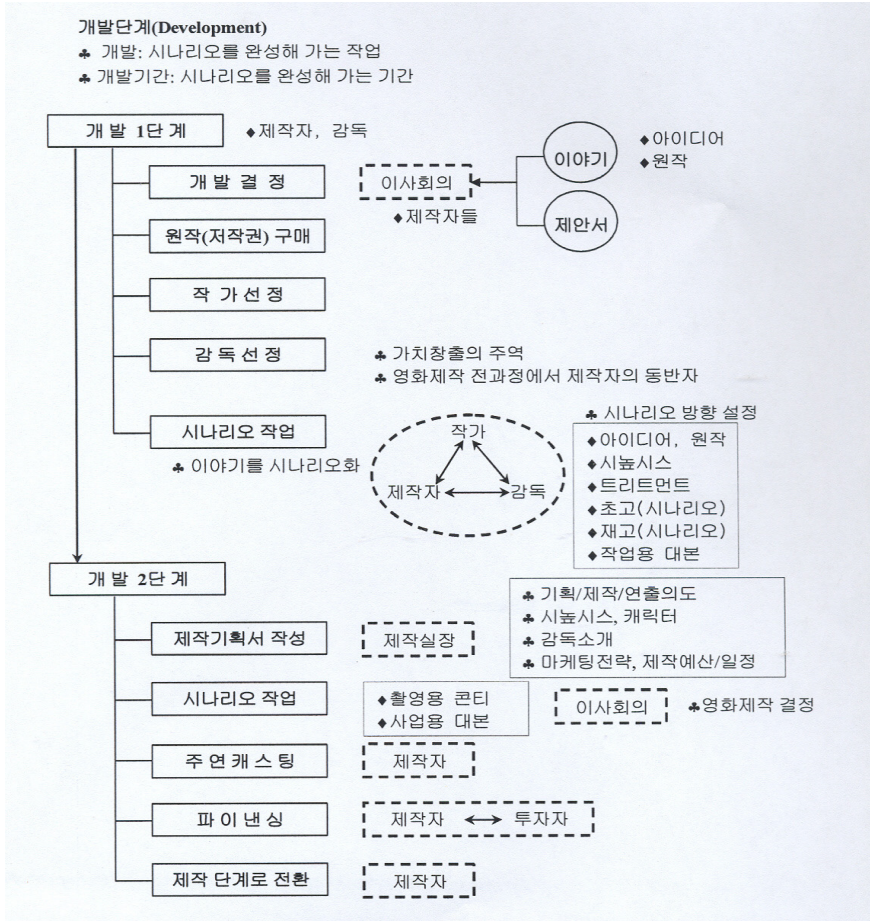


그림 : 황준욱 외(2004).

3) 촬영제작단계의 진행과정

촬영제작단계는 일반적으로 촬영준비와 촬영 및 후반작업으로 구성된다. 촬영단계는 촬영준비단계와 촬영단계로 다시 구분되는데 [그림 9]에서 보는 바처럼 촬영준비단계가 훨씬 복잡하며 많은 전문 인력들의 참여

를 필요로 한다. 촬영준비단계는 제작진 구성, 촬영지 확정, 캐스팅, 리허설 등으로 구분된다.

[그림 9] 영화산업 촬영단계의 진행과정

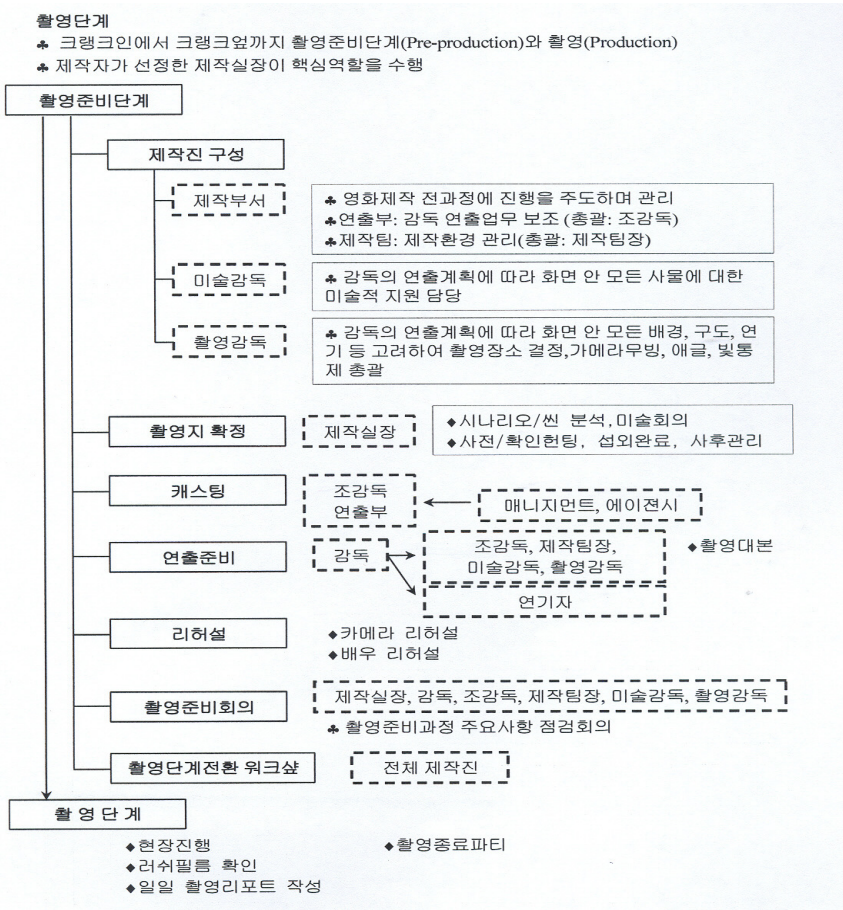


그림 : 황준욱 외(2004).

4) 기획-촬영단계의 분업구조

[그림 10]은 영화산업의 기획제작단계의 분업구조를 나타낸 것이다. 기획단계에는 영화제작자, 시나리오작가, 금융회사 등 다양한 주체들의 참여가 필요하며 이들 간의 저작권 및 권리배분이 중요한 문제이다. 제작으로 넘어가면 디자인, 의상, 색채, 녹음 등 다양한 분야의 전문적인 작업들이 동시에 이루어진다. 이러한 작업들은 다양한 영화제작 관련 기업들과의 분업 및 협력작업의 형태로 이루어진다. 시나리오와 디자인, 색채, 녹음 및 고증 등 여러 과정에 인문학적인 콘텐츠가 형식지 및 암묵지의 형태로 지속적으로 투입된다.

영화제작은 프로젝트베이스로 진행되는 것이 일반적이므로 기획회사, 영상프로덕션, 미술회사, 촬영스튜디오, 현상소 등 다양한 외주기업이 존재한다.

[그림 10] 영화산업 기획-촬영단계의 분업구조

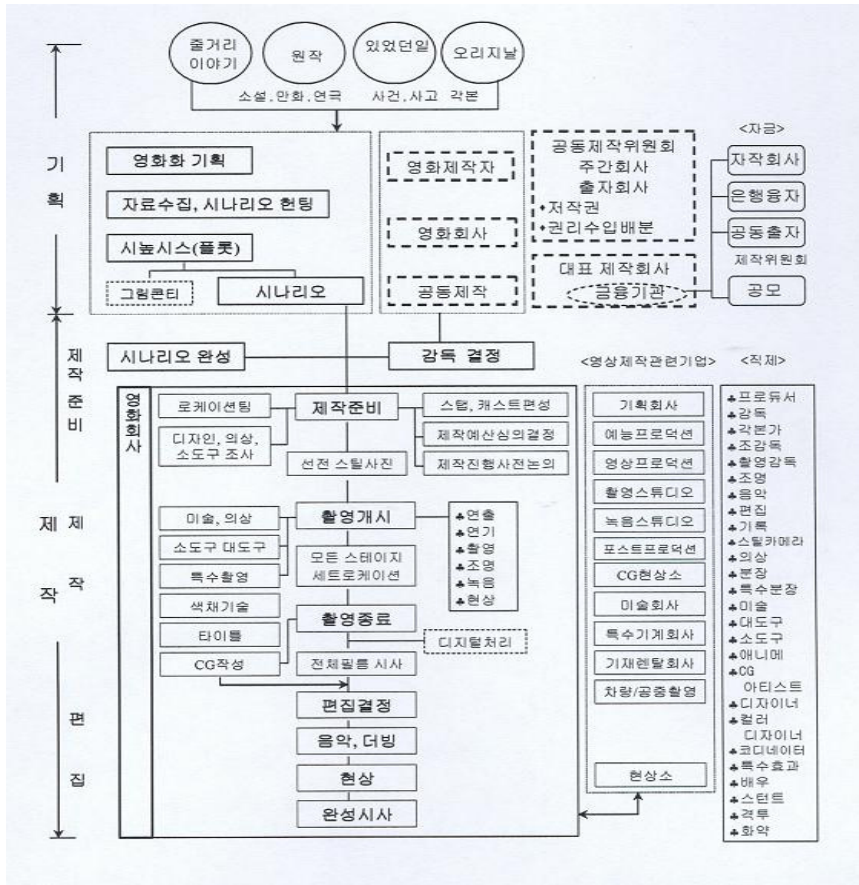


그림 : 황준욱 외(2004).

5) 후공정(Post-production) 과정과 분업구조

후공정은 촬영이 끝난 후 개봉일정에 맞추어 극장용 프린트를 만드는 과정을 말한다. 후공정은 편집-특수효과-음악-사운드-프린팅 등의 과정으로 진행된다. 후공정 단계는 일반적으로 제작실장이 총괄하며 단계별로 편집기사, 스크립터, 애니메이션 촬영, 음악 연주, 사운드 믹싱, 색보정

및 프린팅 등의 전문적인 공정을 포함한다.

[그림 11] 영화산업 후공정단계 분업구조

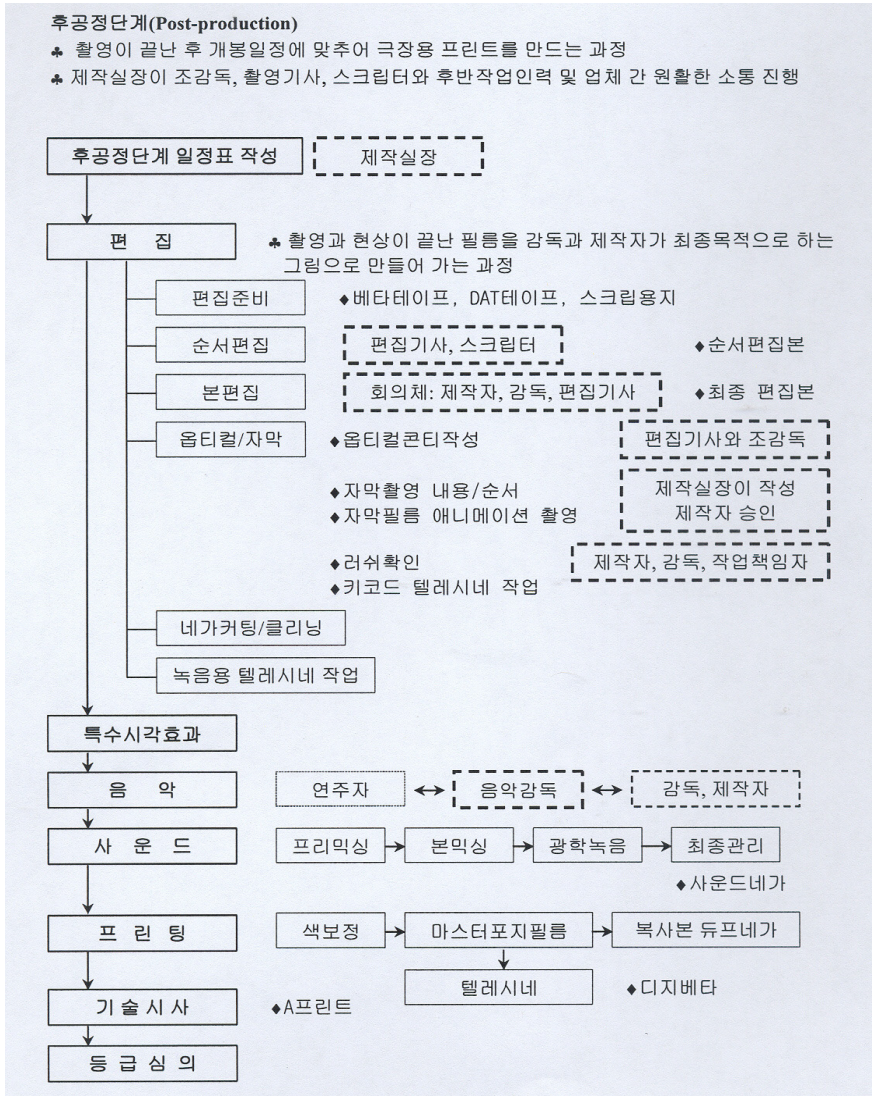


그림 : 황준욱 외(2004).

6) 영화산업 유통단계 분업구조와 소비구조

[그림 12]는 영화산업의 유통단계의 분업구조와 소비구조를 보여주고 있다. 후공정을 거쳐 프린팅, 등급심사가 완료되면 영화는 배급의 단계가 시작된다. 외국에서 제작을 완료하여 수입하는 외화작품은 이 단계부터 시작한다. 이 단계부터 본격적인 마케팅이 이루어지며, 번역회사, 자막제작회사, 예고편프로덕션, 디자인회사, 포스터제작회사, 이벤트회사 등이 영화제작사, 배급사 등과 협력하여 부가가치를 창출한다. 영화가 해외로 수출되는 경우는 해외시장의 마케팅 정보 관련된 현지인들의 문화적 취향, 음악적 취향, 칼라에 대한 선호도 등을 감안한 새로운 편집 및 후반작업 등의 과정에 인문학은 지역문화연구를 통한 기여가 기대된다.

[그림 12] 영화산업 유통단계 분업구조와 소비구조

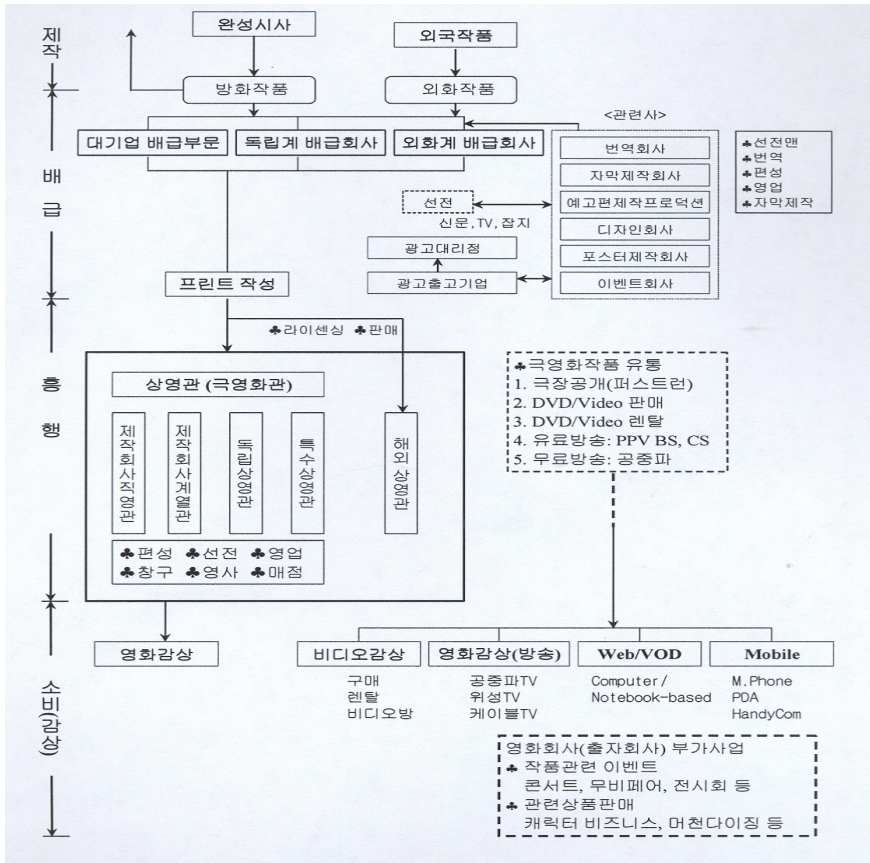


그림 : 황준욱 외(2004).

나. 애니메이션산업

1) 애니메이션산업의 산업구조

애니메이션 산업의 구조는 아래 [그림 13]에 단순화되어 제시되고 있다. 애니메이션의 제작공정은 크게 전공정(pre-production), 주공정(main-production), 후공정(post-production)으로 구분된다. 전공정

은 기획-시나리오-스토리보드-레이아웃까지이며, 주공정은 원화-동화-채색-촬영-편집-믹싱 등의 과정을 거치며 후공정에서 음악, 효과, 대사를 덧붙인다.

[그림 13] 애니메이션 산업구조도

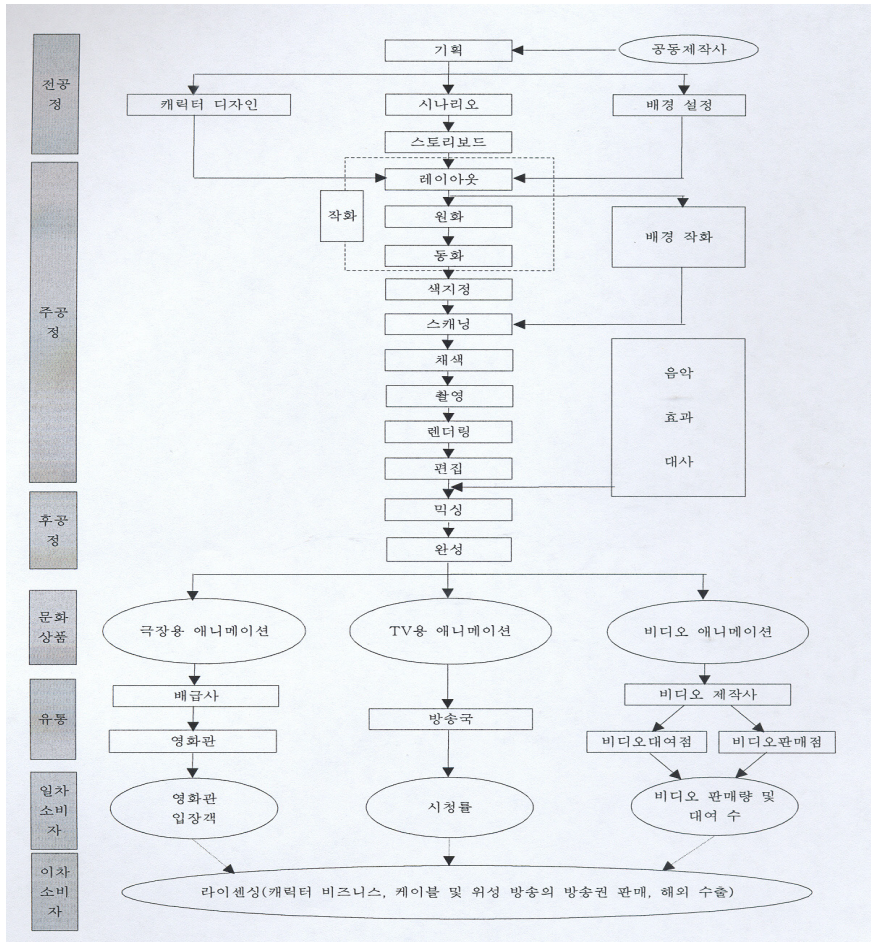


그림 : 황준욱 외(2004).

2) 전공정의 분업구조

애니메이션의 전공정은 아래 그림과 같이 컨셉 개발, 컨셉 확정, 시나리오 작성과 캐릭터 디자인 및 배경 설정, 스토리보드 작성 등 네 단계로 구분된다. 컨셉 개발의 단계에서는 총감독/시나리오작가/프로듀서가 상호 협의하며 컨셉 확정을 위해서는 원작자/공동제작자/설정디자이너/색채설정자 등의 공동작업이 요구된다. 시나리오작가 및 구성작가/캐릭터디자이너/배경디자이너가 각각 상호협의 및 분업을 통하여 제 3단계의 작업을 마치고 나면 이를 바탕으로 스토리보드작가와 총감독이 공동작업을 통하여 스토리보드를 완성한다.

[그림 14] 애니메이션 전공정 분업구조도

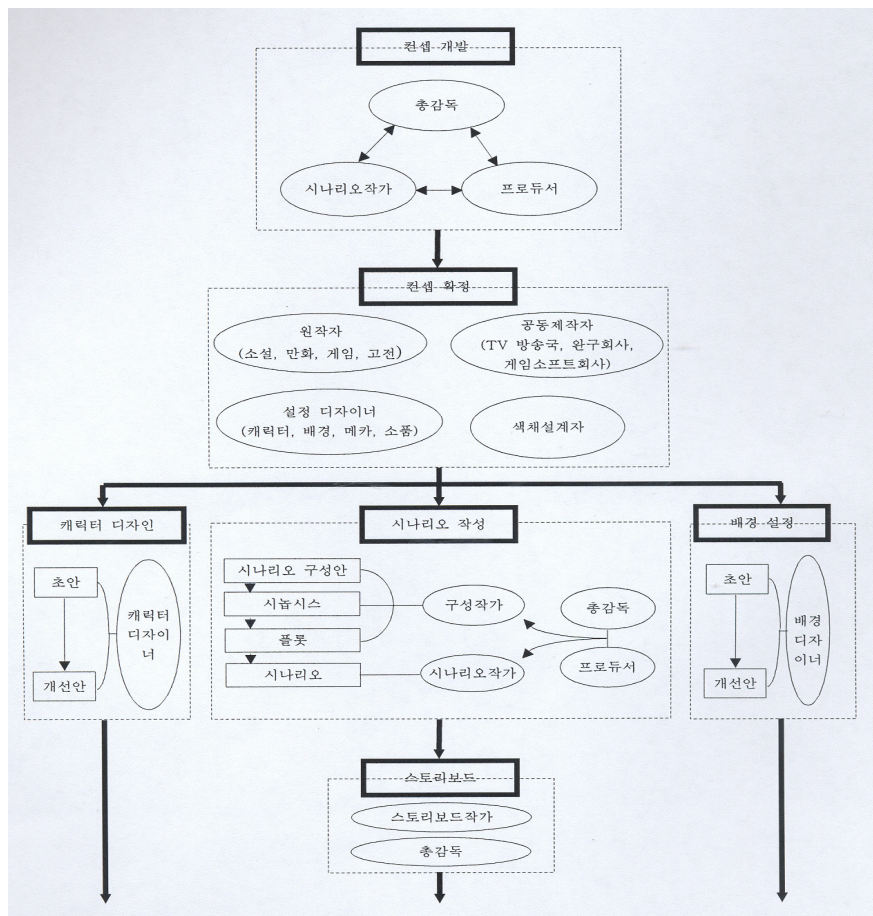


그림 : 황준욱 외(2004).

3) 주공정

아래 그림과 같이 애니메이션 제작의 주공정은 우선 레이아웃-원화-동화-색 지정-채색-촬영-편집의 과정을 말한다. 레이아웃이란 실제 화면에 나타날 구도를 잡는 것이다.

스토리보드는 레이아웃의 지침서 역할을 하게 되고, 여기에 캐릭터 디자인과 배경 설정의 내용이 합쳐져서 적절하게 구성된다. 레이아웃이 완성되면 이를 기반으로 하여 원화 및 동화 작화와 배경 작화가 이루어진다. 원화란 움직이는 대상의 주요 동작을 그림으로 묘사한 그림을 말하고, 동화란 원화와 원화 사이의 주요 동작들이 연결되도록 묘사한 그림을 말한다. 총감독은 촬영단계에서 주도적인 역할을 수행하지만 작화 단계에 크게 관여하지 않으므로 원화 작가나 배경 작가에게 상대적으로 큰 자율성이 주어진다. ([그림 14참조])

4) 후공정

후공정은 크게 편집과 믹싱으로 구성된다. 편집은 편집기사에 의해 이루어지며, 창작애니메이션의 경우 총감독이 중요한 영향을 미치게 되지만, OEM의 경우에는 총감독이 별다른 관여를 하지 않는다. 믹싱은 최종 마무리 단계로 대사, 녹음, 배경음악, 음향 효과를 영상에 삽입하는 단계이다. 믹싱은 믹싱기사에 의하여 이루어진다. 믹싱 단계에 사용되는 대사, 녹음, 배경음악, 음향 효과 등에 인문학 및 순수예술의 협력의 소지가 있다.

5) 주요 직무와 직무수행자

아래 표는 애니메이션 제작공정의 주요 직무와 직무수행자를 정리한 것이다.

〈표 11〉 애니메이션 주요 직무와 직무수행자

| 직무 | 내용 | 주요 수행자 |
|-----------|--|---------------------------|
| 컨셉 개발 | 소재를 기초로 하여 작품의 기본 컨셉을 개발 | 총감독, 시나리오 작가, 프로듀서 |
| 컨셉 확인 | 개발된 컨셉이 유행이나 시장의 요구에 적합한가를 검토하고 기본 컨셉의 내용을 좀더 구체화 | 원작자, 공동제작자, 설정디자이너, 색채설계사 |
| 시나리오 작성 | 인물의 심리, 대사, 분위기 등을 상세히 기술하고 줄거리를 구체화하는 과정 | 구성작가, 시나리오 작가, 총감독 |
| 캐릭터 디자인 | 시나리오에 등장 캐릭터를 디자인함. 성격, 나이, 의상, 기타 나타내고자 하는 이미지를 최대한 살려서 디자인 | 캐릭터 디자이너 |
| 배경 설정 | 시나리오에 설정되는 배경을 디자인 | 배경 디자이너 |
| 스토리보드 | 애니메이션 제작을 위해 이야기를 그림화함. 시퀀스사이의 관련성이나 효과, 대사, 음악, 카메라 워크, 조명, 액션 등이 설정되고 그림으로 그려지는 과정 | 스토리보드작가, 총감독 |
| 레이아웃 | 작화의 초기 단계로서 전체 화면의 구도, 캐릭터, 배경, 색채, 카메라 움직임 등을 설정 | 레이아웃 담당자(고급 원화작가), 총감독 |
| 원화 | 움직이는 대상의 큰 동작을 그리는 과정 | 원화작가 |
| 원화작감 | 여러 명의 원화작가에 의해 그려진 원화들의 풍과 스타일을 통일시키는 단계 | 원화작가(중급 또는 초급) |
| 동화 | 세밀한 동작을 그리는 과정 | 동화작가 |
| 배경 작화 | 기획단계에서 설정된 것을 기본으로 매 SC마다 정지된 사물(back ground)을 세부적인 묘사하고 채색 | 배경감독, 배경작가 |
| 체크 혹은 파이널 | 동화까지 그려진 그림들을 '검사'해서 채색부에 전달 | 파이널 체크 |

| | | |
|------------|--|---------------------|
| 색 지정 | 원화 및 동화 작업이 끝난 후에 채색된 색 종류를 구체적으로 지정 | 색 지정 담당자 |
| 스캐닝 | 스캐너를 통하여 작화된 그림을 디지털 데이터화함. | 스캐닝 담당자 |
| 채색 | 디지털화된 자료에 그래픽 프로그램을 이용 | 채색 담당자 |
| 촬영 | 채색 완료된 셀을 컴퓨터 내의 촬영 프로그램을 이용하여 구도를 맞춰 프레임으로 만드는 작업 | 촬영담당자, 촬영감독, 총감독 |
| 렌더링 | 3D 애니메이션에서 조명 효과와 입체감을 부여하는 기법 | 렌더링 담당자 |
| 편집 | 쇼트로 구성된 애니메이션 데이터를 스토리에 맞게 구성하는 단계 | 편집기사, 총감독 |
| 음악, 효과, 대사 | 작품에 필요한 음악, 효과, 대사를 제작하는 과정 | 하청 스튜디오 |
| 믹싱 | 최종 마무리 단계로 대사, 녹음, 배경음악, 음향 효과를 영상에 삽입하는 단계 | 믹싱기사 |

다. 게임산업

1) 게임산업의 산업구조

게임산업의 가치사슬은 게임업무영역 분석단계, 요구사항 수집단계, 게임요소 분석 및 설계단계, 게임요소 구현단계, 테스트단계, 배포단계 및 소비자 접촉단계의 일곱 단계로 구성된다([그림 15]참조).

완성된 게임은 게임 플랫폼에 따라 다양한 매체를 통하여 소비자(게임 플레이어)와 접촉하는데, 게임플랫폼은 온라인게임, 아케이드게임, 비디오게임, 모바일게임, PC게임으로 구분된다. 최근 들어서는 비디오게임이 온라인 게임포탈에 탑재되는 등 플랫폼과 매체와의 긴밀한 관계가 전차

느슨해지고 있는 추세이며, 종종 캐릭터를 통하여 애니메이션산업과 연계를 갖는 경우가 발생한다. 최근에는 방송에서 게임을 소개하는 프로그램 신설하고 있으며, 영화의 줄거리를 중심으로 게임스토리 전개가 이루어지는 등 영화산업과 연계도 일어나고 있다.

[그림 15] 게임산업 단순 구조도

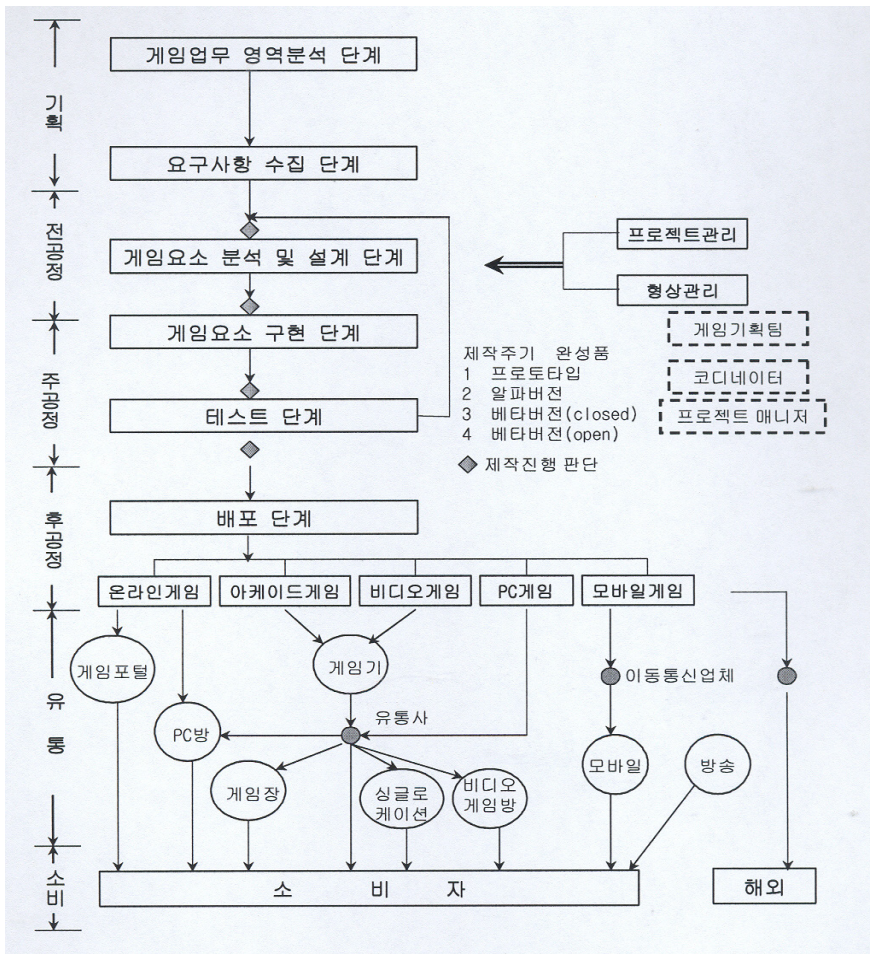


그림 : 황준욱 외(2004)

2) 제작공정의 분업구조

게임의 일곱 단계 가치사슬을 게임의 4단계 제작과정과 연계시켜 보면 다음과 같다. 그러나 기획단계와 전공정의 구분이 모호한 편이며, 전공정 게임요소 분석은 기획단계에도 속할 수도 있는 양상이다.

기획/개발단계(development): 게임업무영역 분석단계와 요구사항 수집단계

전공정(pre-production): 게임요소 분석/설계단계

주공정(production): 게임요소 구현단계, 테스트 단계

후공정(post-production): 배포단계

게임의 제작과정이 일반적인 문화콘텐츠 상품의 제작과정과는 구분되는 특징은 본 작업을 수행함에 있어 위험성과 가치가 높은 영역을 먼저 제작하고 주기를 반복하면서 다른 요구사항을 점진적으로 통합시키는 과정을 취하는 것이다. 게임제작 프로세스가 네 차례 반복되는 제작주기에 따라 프로토타입, 알파버전, 베타내부(closed)버전, 베타이용(open)버전을 완성하는 것이 일반적이다.

3) 기획단계의 분업구조

기획단계는 게임 업무영역분석단계와 요구사항 수집단계를 포함한다. 프로토타입 제작을 위한 제작주기에서 요구사항 수집단계는 그 이후 공개용 베타버전이 만들어지기까지 반복되는 제작주기 속에서 요구사항 수정단계가 된다. 이러한 점에서 기획과 전 공정의 구분은 모호하다.

게임업무 영역분석 단계에서는 게임제작 유형과 제작 업무를 위한 조직구성 및 각 제작부서(프로그램, 그래픽, 사운드 부서)의 역할을 정의한다.

요구사항 수집단계는 아이디어 검토와 함께 사회유행과 문화흐름 파악 등 시장분석을 통해 구매력 높이는 게임요구사항의 파악 및 게임 컨셉

디자인 제안과 함께 게임제작 소요경비 및 시간을 산출한다. 이 단계는 동시에 진행되는 아이디어 검토과정과 시장조사 분석과정, 기초 컨셉 수립, 제안서 작성, 제작검토 과정의 5가지 과정을 포함한다. 게임기획팀이 주로 대부분 업무를 맡되 과정진행에 따라 시장조사분석을 담당한 마케팅팀의 분석결과를 활용하는 한편 제작검토과정에서는 검토위원들과 의사결정의 분업 및 협업을 이룬다.

4) 전공정단계 분업구조

전공정단계에 해당하는 게임요소분석 및 설계단계는 게임제작 작업지시에 사용되는 세부디자인을 계획하고 이에 따라 프로그램부서, 그래픽부서와 사운드부서의 구체적인 제작계획 및 게임요소를 설계하는 단계이다.

게임요소분석 및 설계단계는 버전계획 수립과정, 이전 단계에서 제시된 컨셉 디자인을 바탕으로 게임요소구현에 토대를 만드는 공통디자인 작성과정, 게임시스템 전체구조 설계과정, 그리고 해당부서의 게임요소를 동시에 설계하는 프로그램설계과정, 그래픽설계과정 및 사운드 설계과정 등 6개 과정으로 구성된다([그림 16]참조).

〔그림 16〕 게임산업 분업구조 - 전공정단계

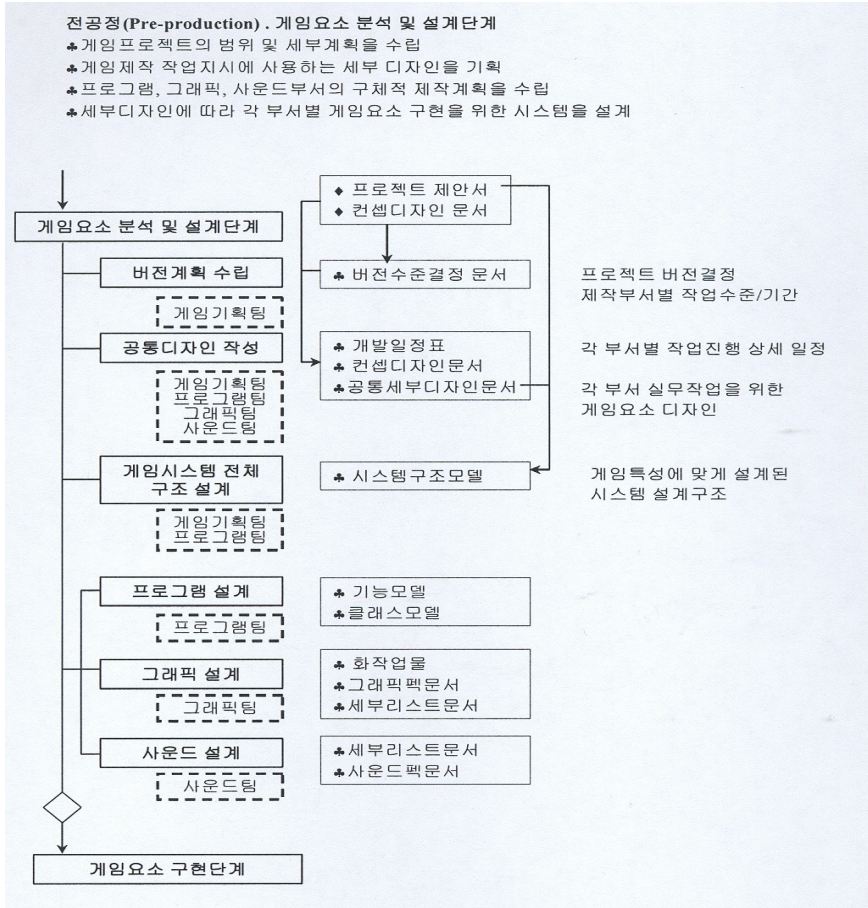


그림 : 황준욱 외(2004).

5) 주공정 단계 분업구조

주공정단계는 게임요소에 대한 실행버전을 제작하는 게임요소 구현단계와 통합된 게임요소들의 조화 및 QA 테스트를 실행하는 테스트단계로 구성된다. 공개베타버전이 테스트를 통과할 경우에 후공정인 배포단계로 이행한다.

게임요소 구현단계는 작업일정에 따라 이전단계에서 설계된 프로그램, 그래픽, 사운드 등 게임요소에 대한 실행버전을 제작하는 단계이다. 게임요소 구현단계는 프로그램 구현과정, 그래픽 제작과정, 중간 플레이테스트과정, 사운드 제작과정, 결과물 통합과정 등 5개 과정으로 구성된다.

〔그림 17〕 게임산업 분업구조 - 주공정 1단계

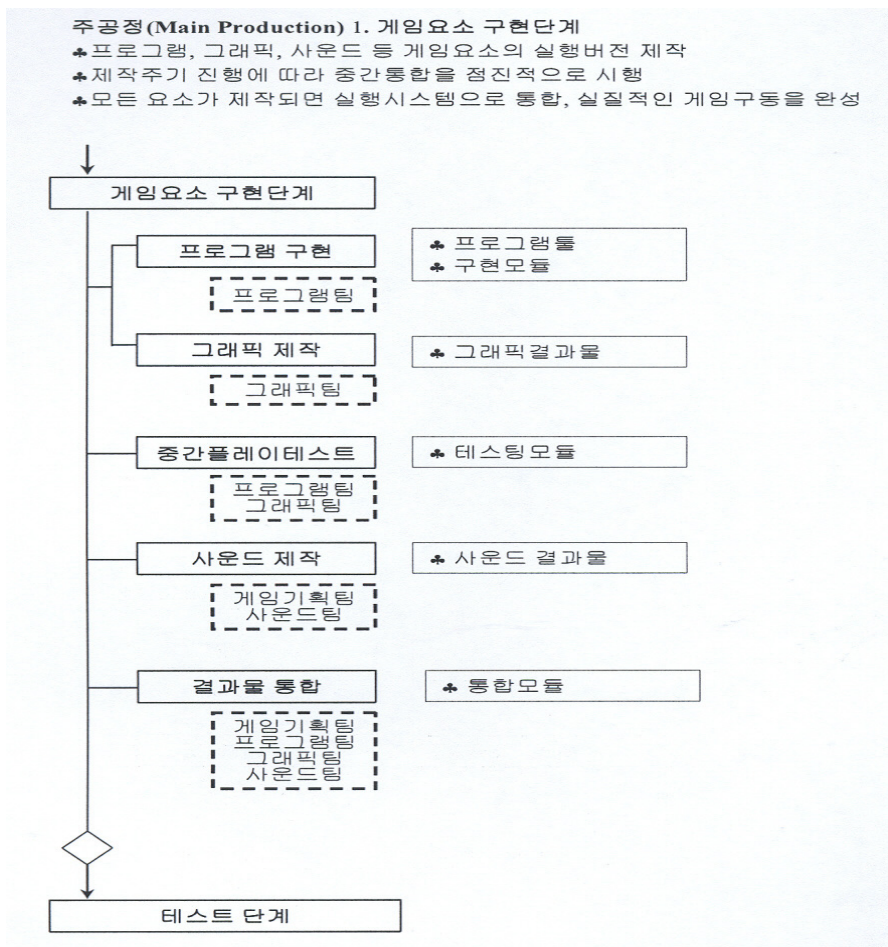


그림 : 황준욱 외(2004).

[그림 18] 게임산업 분업구조 - 주공정 2단계

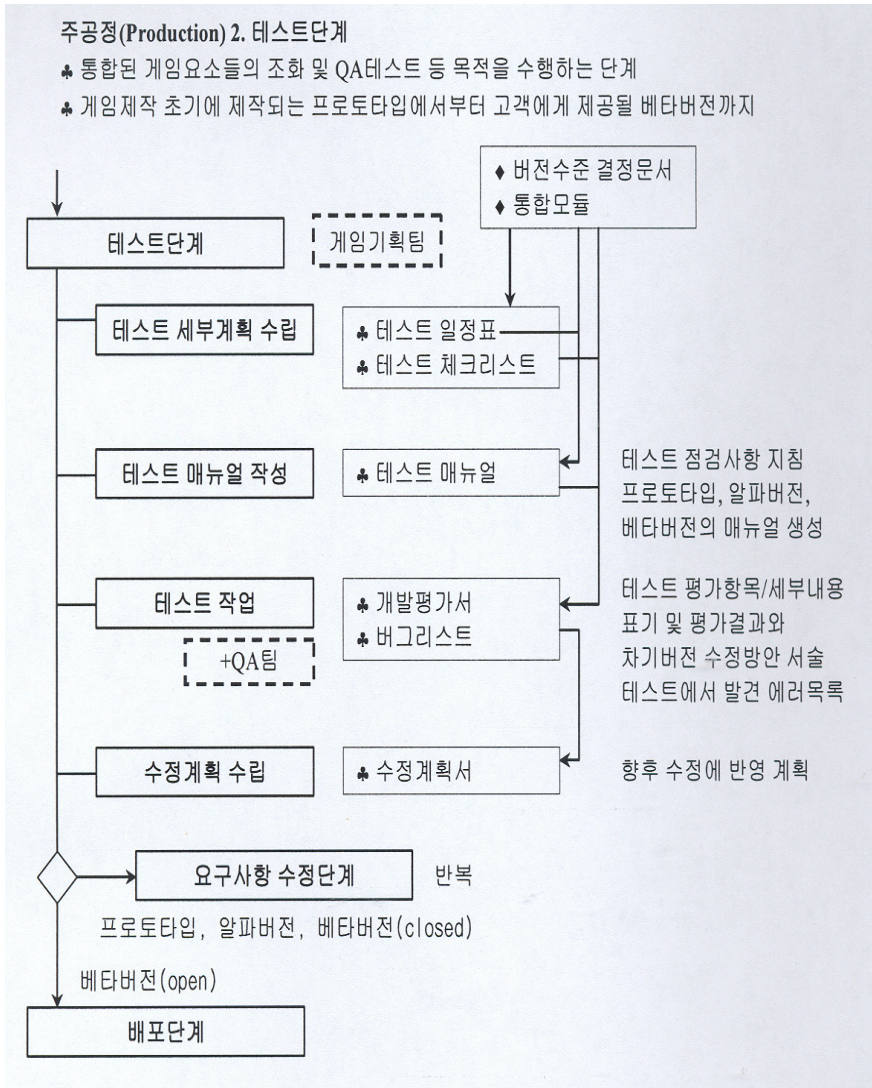


그림 : 황준욱 외(2004).

6) 후공정단계 분업구조

후공정단계인 배포단계는 성공적인 게임제작의 완성을 위하여 추가제작 필요 산출물을 검토함과 동시에 게임의 도움말 제작이나 업데이트 계획 또는 패치계획의 수립 등 게임사용자가 원하는 모든 것이 완비된 게임소프트웨어를 준비하는 단계이다. 게임유형 및 플랫폼 등에 따라 수행 방식은 다양하게 진행될 수 있으나 기본적으로 배포 세부계획 수립과정, 도움말 제작, 출시포장작업, 업데이트 계획 수립, 패치작업계획 수립 등 5개 과정으로 구성된다.

[그림 19] 게임산업 분업구조 - 후공정 단계

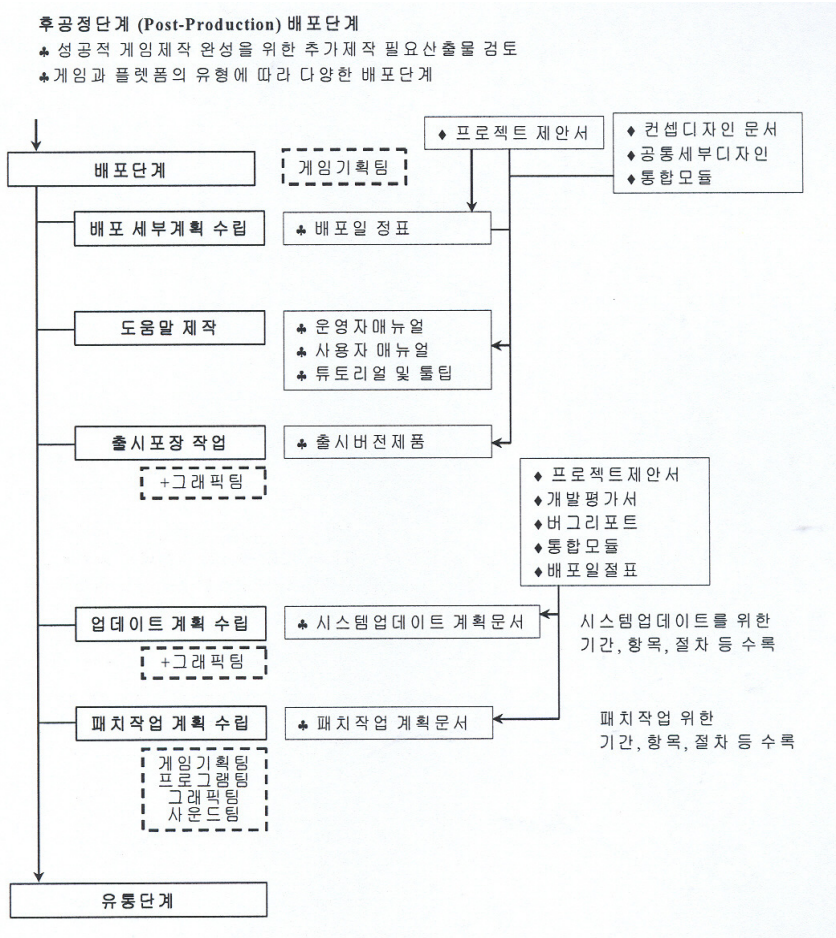


그림 : 황준욱 외(2004).

2. 문화산업의 직종 및 인문학 인력의 구성

가. 영화산업

〈표 13〉은 영화산업의 주요 직종을 보여주고 있다. 영화산업은 총괄, 창작, 기술, 디자인 마케팅 등의 여러 분야에 여러 직종의 협력이 필요하다. 굵은 글씨로 나타난 직종들이 인문학에 주로 특화된 직종들이다. 그러한 직종들은 영화감독/영화기획자/영화제작자/연출/PD/시나리오작가/영화번역가/영화배우/영화기획·홍보전문가/카피라이터/광고제작자 등이 대표적인 것들이다.

이외에도 영화제작을 위해서는 조명기사/촬영감독/촬영기사/특수효과 전문가/녹화기사/녹음기사/편집기사/음향효과원/영상편집가/시스템 엔지니어/사운드에디터/믹싱기사/CG 및 3D 그래픽기사/동시녹음기사 등의 기술 인력과 특수분장사/무대분장사/분장사/헤어디자이너/소품제작/Make-up/네일 아트/바디페인팅/아트디렉터 등의 기타 스태프들과 캐릭터 디자이너 홍보/마케팅 담당 인력들이 필요하다. 영화산업은 수많은 종류의 인력이 동원되는 종합예술인 것이다.

〈표 12〉 영화산업의 주요 직종

| 구 분 | 직 종 |
|--------|--|
| 총괄 | 영화감독/ 영화기획자/ 영화제작자 / 연출/PD |
| 창작 | 시나리오작가 |
| 기술 | 조명기사/촬영감독/촬영기사/특수효과 전문가/녹화기사/녹음기사/ 편집기사/음향효과원/영상편집가/시스템 엔지니어/사운드에디터/ 믹싱기사/CG 및 3D 그래픽기사/동시녹음기사 |
| 기타 스태프 | 영화번역가/특수분장사/무대분장사/분장사/헤어디자이너/소품제작 /Make-up/네일 아트/바디페인팅/아트디렉터 |
| 디자인 | 캐릭터디자인 |
| 연기(진행) | 영화배우 |
| 마케팅 | 영화기획·홍보전문가/카피라이터/광고제작/홍보-마케팅/배급 |

자료: 한상근 외(2003), 『문화산업의 직업변동』.

아래의 〈표 13〉은 2002년도 영화산업 제작 분야 직종별 종사자수를 나타낸 것이다.

인문학분야의 인력으로 분류되는 프로듀서·기획인력이 6.6% 시나리오인력이 4.2%로서, 양 분야를 합하여 10.8%를 차지하고 있다. 다른 부문의 인력으로서의 달리 분류되지 않은 기타인력이 36.8%를 차지한 것을 제외하고는 미술 11%, 조명 10.7%, 촬영 10.4%의 높은 구성비를 보이고 있다.

〈표 13〉 영화산업 제작분야 직종별 종사자수

| 구분 | 종사자수 (단위: 명) | 비중(%) |
|---------|--------------|--------|
| 프로듀서·기획 | 139 | 6.6% |
| 시나리오 | 88 | 4.2% |
| 촬영 | 220 | 10.4% |
| 조명 | 227 | 10.7% |
| 미술 | 232 | 11.0% |
| 음악 | 74 | 3.5% |
| 시각효과 | 74 | 3.5% |
| 현상 | 77 | 3.6% |
| 녹음 | 103 | 4.9% |
| 편집 | 103 | 4.9% |
| 기타 | 780 | 36.8% |
| 계 | 2,117 | 100.0% |

* 자료: 『2003 문화산업통계』, 문화관광부

나. 애니메이션산업

〈표 14〉는 애니메이션산업의 주요 직종을 보여주고 있다. 애니메이션 산업에서도 총괄, 창작, 기술, 제작, 디자인 마케팅 등의 여러 분야에 여러 직종의 협력이 필요하다. 굵은 글씨로 나타낸 직종들이 인문학에 주로 특화된 직종들이다. 기획자/연출감독/프로듀서(PD)/애니메이션작가/스토리보드 작화가 등이 그러한 직종들을 대표한다.

애니메이션 산업도 촬영감독/촬영기사/카메라맨/녹음기사/편집감독/편집기사/현상기사/등의 촬영 중심의 기술 인력과 애니메이터(셀, 디지털)/선화원/채화원/배경화가/플래너/검수인(checker)/컴포지터/아트디렉터/

컬러 코디네이터 등 미술 중심의 제작인력과 캐릭터 디자이너/배경 디자이너/메카닉 디자이너/프로덕트 디자이너 등의 디자인 인력, 성우, 상품화 디자이너/마케팅담당자/판권영업담당자 등 마케팅 인력이 필요하다. 인문학 전문 인력은 5가지 정도의 직종을 구성하고 있는데 반해 기술, 제작, 디자인, 연기, 마케팅 등에는 24개 직종으로 구성된 기술 인력을 훨씬 많이 필요로 하는 산업이다.

아래의 <표 15>는 2002년도 애니메이션산업 제작 분야 직종별 종사자 수를 나타낸 것이다. 인문학분야의 인력으로 분류되는 기획·진행, 총감독, 시나리오/스토리보드인력이 10.8%를 구성하고 있다. 그러나 가장 많은 인력을 구성하고 있는 것은 원화/동화의 37.6%, 컬러링의 9.6%, 배경의 6.1%이다. 세 부문을 합하여 53.3%이다.

〈표 14〉 애니메이션 산업의 직업 분류

| 구분 | 직업 |
|--------|--|
| 총괄 | 기획자/연출감독/프로듀서(PD) |
| 창작 | 애니메이션작가/스토리보드 작화가/작곡가/편곡가 |
| 기술 | 촬영감독/촬영기사/카메라맨/녹음기사/편집감독/편집기사/현상기사/ |
| 제작 | 애니메이터(셀, 디지털)/선화원/채화원//배경화가/플래너/검수인(checker)/컴포지터/아트디렉터/컬러 코디네이터 |
| 디자인 | 캐릭터 디자이너/배경 디자이너/메카닉 디자이너 프로덕트 디자이너 |
| 연기(진행) | 성우 |
| 마케팅 | 상품화 디자이너/마케팅담당자/판권영업담당자 |
| | |

*자료: 한상근 외(2003), 『문화산업의 직업변동』.

〈표 15〉 애니메이션산업 직종별 종사자수

| 구분 | 종사자수 (단위: 명) | 비중(%) |
|---------------|--------------|-------|
| 기획·진행 | 445 | 5.1 |
| 총감독 | 238 | 2.7 |
| 시나리오/스토리 보드 | 260 | 3.0 |
| Lay-Out | 581 | 6.6 |
| 원화/ 동화 | 3297 | 37.6 |
| 칼라링 | 839 | 9.6 |
| 배경 | 532 | 6.1 |
| 촬영 | 356 | 4.1 |
| 편집 | 245 | 2.8 |
| 모델링 | 505 | 5.8 |
| 애니메이션 및 효과 합성 | 463 | 5.3 |
| 렌더링 | 192 | 2.2 |
| 관리·영업 | 471 | 5.4 |
| 기타 | 339 | 3.9 |
| 소계 | 8,763 | 100.0 |

* 자료: 『2003 문화산업통계』, 문화관광부

다. 게임산업

〈표 16〉은 게임산업의 주요 직종을 보여주고 있다. 굵은 글씨로 나타난 직종들이 게임기획자/게임시나리오작가 등이 인문학에 주로 특화된 직종들이다. 이밖에 게임산업에는 게임음향효과기술자/게임프로그래머/베타테스터/매체제작자/시스템관리자/사운드디자이너/게임마스터 등 게임 기술 중심의 인력들이 많이 필요하며 디자인을 위한 그래픽디자이너, 마케팅을 위한 홍보판매전문가 등의 전문 인력이 필요하다.

아래의 <표 17>은 2002년도 게임산업 제작 분야 직종별 종사자수를 나타낸 것이다. 인문학분야의 인력으로 분류되는 게임 PD와 시나리오인력이 12.9%를 구성하고 있다. 컴퓨터 프로그래머가 25.1%, 그래픽 디자이너가 22.8%, 일반관리직이 19.1%를 차지하고 있다.

〈표 16〉 게임산업의 직업 분류

| 구분 | 직 종 |
|-----|--|
| 총괄 | 게임기획자 |
| 창작 | 게임시나리오작가 |
| 기술 | 게임음향효과기술자/게임프로그래머/베타테스터/매체제작자/시스템관리자/사운드디자이너/게임마스터 |
| 디자인 | 게임그래픽디자이너 |
| 마케팅 | 홍보판매전문가 |

자료: 한상근 외(2003), 『문화산업의 직업변동』.

〈표 17〉 게임산업 직종별 종사자수

| 구분 | 종사자수 (단위: 명) | 비중(%) |
|-----------|--------------|-------|
| 게임 PD | 3,931 | 10.0 |
| 그래픽 디자이너 | 8,897 | 22.8 |
| 컴퓨터 프로그래머 | 9,724 | 25.1 |
| 시나리오 | 1,241 | 2.9 |
| 사운드 크리에이터 | 621 | 1.6 |
| H/W 개발 | 1,035 | 2.7 |
| 시스템 엔지니어 | 1,862 | 4.9 |
| 홍보/마케팅 | 4,345 | 11.0 |
| 일반 관리직 | 7,448 | 19.1 |
| 계 | 39,104 | 100.0 |

* 출처 : 『2004 대한민국 게임백서』, 한국게임산업개발원.

제 5절 문화산업 분야 인문학 활용의 문제점

본 절에서는 문화산업 분야에서의 기업의 실제적인 전공의 인력구성, 재교육에 대한 요구, 창작소재 발굴의 문제점, 문화산업과 인문학간 산학협력의 문제점 등을 살펴보기로 한다.

1. 인문학 인력 현황과 커리큘럼의 문제점

가. 문화산업 종사인력의 전공별 구성

2002년에 문화산업체 CEO들을 대상으로 실시한 설문조사에 대하여 답변한 CEO 101명의 전공별 구성을 살펴보면 예술 및 인문학이 46.5%로서 제일 높고 자연대·이공계가 25.7%이며, 사회과학대학이 17.8%이다.⁸⁾ 전공별 전체직원 중 해당 분야 전공자의 비율은 인문계열 학과가 15.2%로서 디자인 혹은 미술 관련학과와의 25.7%, 자연·이공계열학과와의 20.7%에는 못 미치나 문화산업관련학과 14.5% 보다는 높게 나타나고 있다. 인문학 전공은 경영진이 많으며 종업원 중에는 인문학 전공의 비중이 낮아지고 있다. 그리고 이러한 인문학 전공 비율은 앞 절에서 분석한 집중분석에서 인문학 전공 직종의 비율 10% 내외 보다는 다소 높게 나타난다는 점을 주목할 필요가 있다.

조사에 응한 업체들의 업종은 애니메이션과 게임이 약 60%를 차지하며, 상근직원 규모 20인 이하가 83.2%로 문화산업의 소규모 중심의 특성을 반영하고 있다. 소규모 기업에서 인문학 전공자가 비율이 상대적으로 높게 나타난다는 것은 문화산업에서 인문학 콘텐츠가 기반이 되는 반

8) 한국문화예술진흥원, 한국문화콘텐츠진흥원(2002)

면 기업의 규모 중대에 따라서 인문학 인력의 수요가 비례적으로 늘어나는 것은 아니라는 점을 반영하고 있다. 문화산업 기업은 그 규모가 작더라도 인문학 콘텐츠 창작, 번역, 수집, 가공의 인력이 우선적으로 필요한 반면 블록버스터나 대작드라마도 하나의 시나리오가 필요하기는 마찬가지이므로 기업의 규모가 매출의 중대와 인문학 인력의 증대는 비례하지 않는 경향이 있는 것이다.

〈표 18〉 설문 답변자들의 구성

| 항목 | 분류 | 응답 | 비율 |
|----------|---------------|------|--------|
| 종사 분야 | ① 애니메이션 | 30 명 | 29.7 % |
| | ② 게임 | 29 명 | 28.7 % |
| | ③ 음악 | 16 명 | 15.8 % |
| | ④ 캐릭터 | 19 명 | 18.8 % |
| | ⑤ 출판만화 | 7 명 | 6.9 % |
| 전공 | ① 예술 및 인문학 | 47 명 | 46.5 % |
| | ② 사회과학 | 18 명 | 17.8 % |
| | ③ 자연대, 이공계 | 26 명 | 25.7 % |
| | ④ 해당 없음 | 10 명 | 19.9 % |
| 상근 직원 규모 | ① 5명 이하 | 21 명 | 20.8 % |
| | ② 6 명 - 10 명 | 34 명 | 33.7 % |
| | ③ 11 명 - 20 명 | 28 명 | 27.7 % |
| | ④ 21 명 - 50 명 | 10 명 | 9.9 % |
| | ⑤ 51 명 이상 | 7 명 | 6.9 % |

〈표 19〉직원들의 전공별 비율

| 분류 | 비율 |
|--------------------------------------|---------|
| ① 문화 산업 관련 학과(게임학과, 애니메이션학과, 만화학과 등) | 14.5 % |
| ② 디자인, 혹은 미술 관련 학과 | 25.7 % |
| ③ 음악, 공연예술 관련 학과 | 6.6 % |
| ④ 인문계열 학과(문학, 미학, 외국문학 등) | 15.2 % |
| ⑤ 자연, 이공계열 학과 | 20.7 % |
| ⑥ 기타 | 14.4 % |
| ⑦ 해당 없음 | 2.9 % |
| 계 | 100.0 % |

나. 커리큘럼과 교육의 문제점

신입직원들의 재교육에 관해서는 ‘매우 필요하다’가 42.6%, ‘필요하다’가 51.5%로서 94%를 초과하는 반면 ‘필요 없다’는 응답은 단 1%로 현행 대학 및 전문대학 커리큘럼에 대한 강한 불만을 나타내고 있다.

한편, 재교육이 필요한 분야는 기획이 55.4%, 마케팅이 17.8%로서 압도적인 비중을 차지하여 높은 수요를 반영하고 있으며 실무인력이 많은 그래픽, 디자인·미술은 8.9%의 답변이 나와 종업원의 높은 인력에 비하여서는 낮게 나타나고 있으며, 반면에, 창작, 연출, 시나리오 크리에이트 등의 응답비율은 각각 4.0%, 2.0%, 2.0%로 상대적으로 낮게 나타났다. 유추하면 대부분의 인력이 인문, 순수예술, 이공, 문화산업으로 이루어져 기획, 마케팅 등 지식이 부족하므로 문화산업의 특성에 맞게 인문학과 이러한 지식을 겸비한 이력의 수요를 느끼고 있는 것이다. 법률,

자금관리 등도 각각 1.0%, 1.0%에 불과하게 매우 낮게 나타난 것은 이들 분야가 요구인력 자체가 크게 많이 소요되는 분야가 아니며 응답기업의 규모가 소규모 인 것과는도 연관이 있는 것으로 보인다.

〈표 20〉 신입 직원들의 재교육 필요성

| 분류 | 응답 | 비율 |
|------------|-------|---------|
| ① 매우 필요하다 | 43 명 | 42.6 % |
| ② 필요하다 | 52 명 | 51.5 % |
| ③ 보통이다 | 5 명 | 5.0 % |
| ④ 필요 없다 | 1 명 | 1.0 % |
| ⑤ 전혀 필요 없다 | 0 명 | 0.0 % |
| 계 | 101 명 | 100.0 % |

〈표 21〉 재교육이 필요한 분야

| 분류 | 응답 | 비율 |
|----------------|-------|---------|
| ① 기획 | 55 명 | 55.4 % |
| ② 시나리오 창작 | 4 명 | 4.0 % |
| ③ 그래픽 디자인 · 미술 | 9 명 | 8.9 % |
| ④ 프로그램 | 5 명 | 5.0 % |
| ⑤ 사운드 크리에이트 | 2 명 | 2.0 % |
| ⑥ 법률 | 1 명 | 1.0 % |
| ⑦ 자금 관리 | 1 명 | 1.0 % |
| ⑧ 마케팅 | 18 명 | 17.8 % |
| ⑨ 연출 | 2 명 | 2.0 % |
| ⑩ 기타 | 3 명 | 3.0 % |
| 계 | 101 명 | 100.0 % |

문화콘텐츠 산업 현장을 위하여 대학에서 좀더 역점을 두어서 교육하여야 할 교과목 역시 기획(4.37점), 마케팅(4.29점)이 높게 나타났으며, 콘텐츠 산업이해(4.09) 비교문화이론(3.59)등 이론적인 내용은 상대적으로 낮게 나타났다. 한편, 저작권관계, 법률, 국제협정 계약(3.86점), 회계 및 세제 관련 과목(3.28점), 창업관련 과목(3.34점), 자금조달 및 운용(3.50점) 등으로 낮게 나타나고 있다.

〈표 22〉 현장을 위해 대학교육에 필요한 과목

| 분류 | 척도 |
|----------------------|--------|
| ① 문화콘텐츠 산업 이해 | 4.09 점 |
| ② 멀티미디어 관련 과목 | 3.95 점 |
| ③ 제작관련 기술 | 4.10 점 |
| ④ 마케팅 | 4.29 점 |
| ⑤ 스토리 / 시나리오 | 4.10 점 |
| ⑥ 비교문화이론 | 3.59 점 |
| ⑦ 기획 | 4.37 점 |
| ⑧ 저작권관계, 법률, 국제협정 계약 | 3.86 점 |
| ⑨ 창업관련 과목 | 3.34 점 |
| ⑩ 회계 및 세제 관련 과목 | 3.28 점 |
| ⑪ 자금조달 및 운용 | 3.50 점 |

* 만점척도 : 5점

2. 산학협력의 부족

대학과 기업체의 협력수준은 “충분하다”는 응답이상이 단 1%에 불과하였으며, “부족하다”, “매우 부족하다”는 응답이 79.2%에 달하여 대학과

기업체를 연계하는 협력에 대한 요구가 아주 강하다는 것을 확인할 수 있었다(〈표 24〉참조).

문화산업 기업들의 요구는 〈표 25〉에 보다 구체적인 모습을 드러내고 있다. 문화산업 CEO들은 정부가 역점을 두어야 할 사업의 1순위를 산학협동지원(31.7%)으로 꼽았다. 기술개발 및 연구지원(22.8%)도 이러한 산학협력 지원과 연계된 것으로 해석할 수 있으며, 항생창작 활동지원도 일종의 산학협력 지원 및 창작소재에 대한 갈구를 여실히 반영하고 있는 것이다. 특히 눈에 띄는 점은 시설과 기자재지원(7.9%), 표준교과서 작성지원(5.9%) 등이 상대적으로 매우 낮게 나타났다는 것이다. 한마디로 문화산업 CEO들은 시설기자재 등 직접적인 지원보다는 산학간의 연계지원을 통하여 보다 창작소재가 원활하게 공급되기를 무엇보다 갈망하고 있는 것으로 해석된다.

〈표 23〉 대학과 기업체의 협력수준

| 분류 | 응답 | 비율 |
|-----------|-------|---------|
| ① 매우 충분하다 | 1 명 | 1.0 % |
| ② 충분하다 | 0 명 | 0.0 % |
| ③ 보통이다 | 20 명 | 19.8 % |
| ④ 부족하다 | 61 명 | 60.4 % |
| ⑤ 매우 부족하다 | 19 명 | 18.8 % |
| 계 | 101 명 | 100.0 % |

〈표 24〉 정부가 역점을 두어야 할 사업

| 분류 | 응답 | 비율 |
|----------------|-------|---------|
| ① 시설과 기자재 지원 | 8 명 | 7.9 % |
| ② 표준 교과서 작성 지원 | 6 명 | 5.9 % |
| ③ 학생 창작 활동 지원 | 19 명 | 18.8 % |
| ④ 기술개발 및 연구 지원 | 23 명 | 22.8 % |
| ⑤ 산학협동 지원 | 32 명 | 31.7 % |
| ⑥ 졸업 후 재교육 지원 | 10 명 | 9.9 % |
| ⑦ 기타 | 3 명 | 3.0 % |
| 계 | 101 명 | 100.0 % |

3. 창의력과 창작소재의 부족

한국문화콘텐츠진흥원에서 ‘우리 문화 원형의 디지털 콘텐츠화 사업’ 진행의 기초 자료로 활용하기 위해 게임·애니메이션·영화·방송·캐릭터·출판·디자인 등 문화 콘텐츠를 수집/가공/제작/유통하는 관련 산업계의 책임자 및 실무자 93명을 대상으로 심층 면담과 설문 조사를 수행한 결과 전체 응답자 중 85.5%가 문화 상품의 기획 및 제작에 있어서 창작 소재 발굴의 필요성 때때로 혹은 항상 느끼고 있다고 대답하여⁹⁾, 창의력과 창작소재의 부족을 호소하고 있다(〈표 26〉참조).

문화 상품을 제작하는데 있어 창작의 소재를 발굴하는 방법에 관한 질문에는 응답자 대부분이 관련 분야 전문가나 전문 서적, 인터넷 검색 등을 통한 방법을 활용하고 있다고 답하였는데, “모르겠음”으로 응답하지 않은 5.3%를 제외한 기업들을 살펴보면, 자료수집 자체의 어려움을 토

9) 『2004 문화산업백서』 참조.

로한 기업이 39.5%, 상대적으로 높은 단계인 소재확인의 어려움을 겪는 기업은 28.9%, 품질확보가 필요한 기업은 17.1%로 나타났다. 이는 약 90.3%의 기업이 창작소재의 발굴을 위하여 인문학적인 소양을 어느 정도 이상 갖춘 인력의 채용이 필요하다는 것을 말한다. 기본적인 창작소재의 발굴에는 문제가 없으나 저작권확보 등 계약 단계의 어려움을 말한 기업은 9.2%로 나타났다.

〈표 25〉 문화 원형 콘텐츠의 필요성

| | |
|--------|--------|
| 항상 필요 | 43.4 % |
| 때때로 필요 | 42.1 % |
| 지장 없음 | 9.2 % |
| 잘 모르겠음 | 5.3 % |

〈표 26〉 창작 소재 발굴시 어려운 점

| | |
|--------|--------|
| 자료 수집 | 39.5 % |
| 소재 확인 | 28.9 % |
| 품질 확보 | 17.1 % |
| 저작권 확보 | 9.2 % |

이러한 원천적인 창작 소재 정보의 부족과 창의력의 부족은 〈표 28〉의 문화원형콘텐츠 사업 시 우선적으로 고려하여야 할 사항의 질문에 대한 답변에 다시 한 번 반영되고 있다. 24%가 “정보 풍부성”을 꼽았으며, 21%가 체계적인 “정보 구축”을 요구한 반면, 콘텐츠의 “신뢰성”과 “특이성(독창성)”을 우선적으로 꼽은 답변이 각각 13%로 나타났다. 일단 소재의 DB를 구축하여 아이디어 차원이라도 공급해주는 것을 바라고 있는 것은 위의 항목에서 “자료수집”, “소재확인” 단계에조차 어려움을 겪는 현실을 잘 반영하고 있으며, 보다 손쉬운 형태로 풍부한 콘텐츠를 공급하는

것이 문화산업의 인문학에 대한 바람이라는 것을 드러내 준다.

〈표 27〉 문화원형콘텐츠 사업 시 우선 고려사항(1순위)

| | |
|--------|------|
| 정보 풍부성 | 24 % |
| 정보 구축 | 21 % |
| 신뢰성 | 13 % |
| 특이성 | 13 % |
| 재가공성 | 13 % |
| 편리한 이용 | 11 % |
| 가격 | 5 % |

4. 문화산업의 전문인력 부족과 산학협력의 문제점

가. 문화산업의 전문인력 요구

이상의 설문조사에서 살펴본 결과를 해석하면 대체적으로 현 단계에서 인문학 학제가 공급하는 커리큘럼에 대한 애니메이션, 게임 등 소규모 문화산업 기업의 만족도는 매우 낮다는 것이다. 거의 100%의 신입인력에 대하여 재교육이 필요하다고 느끼며, 문화산업체가 대학에 대하여 보강해 주기를 바라는 교육의 항목에서도 ‘기획’ 및 ‘마케팅’은 높은 반면, ‘비교문화이론’ 등의 과목에 대해서는 상대적으로 매우 낮은 선호도를 표시하였다.

물론 이러한 결과는 설문에 응한 기업이 상대적으로 소규모 기업이 중심이며, 애니메이션 및 게임이라는 업종도 편차를 초래하는 원인으로 작

용할 것이다. 그러나 지금과 같은 ‘영화의 전성시대’에도 한 해에 제작되는 총 편수 80편에 불과한 영화산업은 기존의 작가들을 감안하면, 문학 수업 중심의 인문학 인력은커녕, 전국의 영화학과, 시나리오 학과의 졸업생을 수용할 여력도 부족한 것이 사실이다.

그러나 문화산업은 세계적인 경쟁력을 높이기 위하여 생산의 우회도를 더욱 높여야 하며, 보다 지식집약화 되어야 한다는 현장의 목소리는 지금도 ‘풍요 속의 빈곤’을 드러낸다. 영화계의 한 전문연구자는 한국영화의 선진화를 가로막는 장애물로 ‘프로듀서’의 부재, ‘지역별 문화시장 전문가’나 ‘로케이션 매니저’¹⁰⁾의 부재를 들고 있다. ‘프로듀서’의 양성을 위해서는 인문학적인 훈련을 통한 상상력과 창의력이 기본전제가 된 가운데 경영·재무과목을 교육하는 커리큘럼의 유연화가 보장되어야 하며, 인문학 인력을 대상으로 필요한 만큼 알아들을 수 있게 경제학, 재무관리를 강의하는 교수인력을 확보하여야 하는 것이며, ‘지역별 문화시장 전문가’나 ‘로케이션 매니저’의 양성을 위해서는 영화, 지역연구, 행정, 사진 등의 전공이 학제적으로 편성된 교육양성프로그램이 필요한 것이다. 애니메이션 관련 전문가는 작품의 소재발굴과 시장지향성조사, 기획과정의 산물에 대한 모니터링시스템을 위하여 애니메이션학과, 디자인학과, 경영학과 등과 국문학과 또는 시나리오 창작학과 등의 공동참여에 의한 산학협력을 요구하는 것이다.¹¹⁾

나. 인문학과 문화산업 산학협력의 부재

교육인적자원부가 주관하는 ‘지방대학혁신역량 강화사업’[일명 누리(NURI)사업]은 지방대학의 핵심인력 양성과 활용을 목표로 5년간 총 1

10) 이연정(2004), p.74, p.80.

11) 같은 책, p.95.

조 3,700억원 투자할 예정이며, 2004년 현재 2,200억원이 투입된 상황이다. 이 사업은 지방대학의 역량 강화를 통해 기업이 요구하는 우수인력을 배출하여 지방대 졸업생의 취업률을 높이는 것이 일차적인 목표이다. 지역인재육성과 지역기업체가 성장을 통한 지역경제발전을 통해 다시 지방대학에 우수학생을 유입하는 선순환을 유도하고자 하는 것이 정책의 의도이다.

누리사업이 진행되는 과정에서 여러 가지 비판이 일고 있지만 그 중에서 인문학과 관련된 사항은, 선정분야가 이공계열 쪽으로 지나치게 집중되어 총 1백 11개 사업단 중 인문사회계열 사업단은 28개에 불과하며, 2004년 총 지원액 2천1백35억 원 중 19%인 4백3억원,만이 인문사회계열 사업단에 지원되는 실정이다. 누리사업에 선정되기 위해 인문사회계열에 투자하는 대학이 거의 없기 때문에 인문사회계는 의욕이 떨어지고 결국 역량도 떨어지는 악순환이 반복되고 있다.

이연정(2004)은 문화산업분야에서의 산학협력 현황을 조사·정리한 내용을 수록하고 있다. 그러나 문화산업과 인문학의 산학협력 사례는 정리된 바가 거의 없다. 기존의 문화산업의 발전단계가 인문학의 도움을 필요로 하지 않는 정도로 낮은 수준의 상품위주, 하청위주의 생산 공정에 주로 의존하였던 것에 원인의 가장 큰 몫을 돌려야 할 것이다.

그러나 앞서의 설문조사에서 대학과의 협력이 '부족하다'는 응답이 79.2%에 달하고, 정부가 역점을 두어야 할 사업도 산학협동 지원(31.7%), 기술개발 및 연구지원(22.8%)을 합쳐 거의 55%에 달한다는 사실은 문화산업 기업들의 대학의 산학협력에 대한 절박한 기대를 역설적으로 대변하고 있다.

그러나 우리나라의 문화산업의 엄청난 양적 팽창은 “한류”현상을 보며 누구나 주지하는 바와 같이 그간의 기술적인 발전과 배우 및 감독 등 인

적인 자산의 발전에 힘입은 바가 크다. 추자적인 발전을 위해서는 인문학의 도움이 절실히 요구되는 시점이다. 현재까지의 인문학과 문화산업의 산학협력의 부재에 대하여 인문학의 측면에서도 문화산업과 산학협력을 위한 적극적인 노력이 부족하였던 점은 일정부분은 반성하여야 할 것이다. 인문학을 중심으로 대학과 문화산업간의 산학협력체계의 강구가 시급한 문제로 대두된다.

제4장 해외사례 연구

제 5장에서는 인문학과 결합을 통해 문화산업의 생산성을 높이는 해외사례를 소개하기로 한다. 사실 문화산업과 인문학의 결합에 대하여 벤치마킹할 수 있는 해외사례를 찾는 것은 그렇게 쉽지 않다. 우선 본 연구에서 특히 초점이 두어지는 영상문화산업 생산에서 세계적으로 경쟁력을 갖춘 나라는 손으로 꼽을 정도의 소수이며, 그나마 인문학의 수준이 높고 인문학의 수요기반이 넓은 이들 나라는 문화산업 분야가 불균형적으로 발달한 우리나라와 사정이 다르다.

여기에서는 프랑스의 인문학 콘텐츠의 상품화, 미국의 문화콘텐츠 기획 개발소프트웨어 개발 및 일본의 정보화 중심으로 인문학의 개편을 살펴보고 선진국들의 사례에서 시사점을 도출하기로 한다.

제 1절 프랑스 국영방송들의 인문학 활용 문화콘텐츠

1. 인문학 콘텐츠 문화상품

프랑스의 문화 콘텐츠는 다양한 방식으로 개발되고 있다. 우리가 주로 문화 콘텐츠의 이름으로 게임, 애니메이션, 만화 등을 지칭하면서 그러한 분야를 산업과 연관시키는데 주력하고 있다면, 프랑스 쪽의 문화상품들은 문학, 역사, 철학 등 인문학적 요소들이 대단히 강한 것이 특징이다. 예를 들어 최근 발매된 프랑스 철학자 질 들뢰즈의 대담 비디오나 루브르 박물관을 CR-Rom에 만든 제품들은 그 어떤 문화상품보다 더 호응을 얻

고 있다.

이러한 모습은 우리에게 시사하는 바가 적지 않다. 한국의 공영TV인 KBS가 개발한 제품들이 ‘건강/스포츠’, ‘유아교육’를 위시한 실용적인 주제에 상당히 경도되어 있는데 반하여, 프랑스의 경우 상당수의 제품들은 미술을 비롯한 예술, 이차대전을 비롯한 역사, 작가들과의 대담을 위시한 문학 등에 주력하고 있기 때문이다. 예술의 나라 프랑스라는 특성을 충분히 감안하더라도 우리 쪽의 문화 콘텐츠가 지나치게 상업 일변도라는 생각을 배제할 수 없다.

프랑스 방송의 국제적 성격 또한 제품의 성격에 영향을 미치고 있기는 하다. 예를 들어 프랑스와 독일이 공동으로 설립한 방송인 ‘아르테(Arte)’는 주제별 편성을 원칙으로 하는 비상업적 성격의 방송으로 양국의 다양한 관심사를 충실히 취급하고 있다. 그런 만큼 이 방송사가 출시하는 제품들은 상업적인 성격의 제품들과 거리가 먼 대신 작품성을 인정받은 작품들이 많다. 그런 점에서 볼 때 아르테는 영화 및 영화관 쪽의 마랭 카르미츠(MK2의 대표), 음악 쪽의 아르모니아 문디, 라디오 쪽의 프랑스 뮈지크, 프랑스 킬튀르와 더불어 프랑스의 고급문화를 주도하는 기능을 충실하게 수행하고 있다. 아르테를 비롯한 프랑스의 국영TV, 프랑스 앙테르를 위시한 국영라디오 방송들은 구체적으로 어떤 방식으로 인문학을 활용하면서 다양한 제품을 개발하고 있으며, 그 특징은 다음의 몇 가지로 정리된다.

첫째, 우리보다 훨씬 다양한 제품을 개발하고 있다. 작가, 지식인, 예술가의 육성 대담을 담은 ‘라디오스코피’ 시리즈는 그 어떤 문화 제품보다 수요가 더 많으며, 호응을 받고 있다.

둘째, 우리가 일반적으로 경시하거나 소홀히 취급하는 영상 및 음향자료들을 중시하고 있다. 작가 대담, 인터뷰, 육성 녹음, 성우들의 녹음 등을 중시하는 프랑스 쪽의 풍토는 자료를 존중하는 문화에서 비롯되었겠

지만, 그러한 자료들이 하나의 시대상을 충실히 드러내고 있다는 인식을 대변한다. 환언하자면 그러한 문화콘텐츠들은 프랑스 역사의 일부를 구성하는 주요한 요소들이다.

셋째, INA(국립시청각연구소)에의 의무납본은 자료의 중요성을 부각시키는데 결정적으로 기여하고 있다. 음향과 영상자료의 개발과 보존에 눈을 돌리기 시작한 우리에게도 절대적으로 필요한 시스템으로 사료되며, 따라서 문화콘텐츠를 제작하는 측에 윤리와 사명을 동시에 안겨주고 있다.

2. 국영 TV방송 ARTE

가. 방송사 소개

5번 공중파 TV채널을 통해 19시부터 새벽 3시까지 방영되는, 프랑스와 독일이 서로 협력하여 만든 문화전문 채널이다. "가장 넓은 의미의 문화적, 국제적 성격을 띠며, 유럽 각 국민들의 상호이해와 접근을 용이하게 하는 TV 프로그램을 구상·제작·방영하는 것"을 임무로 삼고 있다. 하지만 유럽 TV, 특히 독일과 프랑스 TV의 접근은 갑자기 구체화된 것은 아니다. 드골은 이미 1963년에 이러한 생각을 품은 바 있었다. 하지만 구체화할 수단과 주파수가 없었기 때문에, 그 계획은 빛을 보지 못하게 된다. '아르테'의 공식적 탄생은 프랑수아 미테랑 프랑스 대통령과 헬무트 콜 독일 수상이 '라 세트la Sept'가 차후 유럽 채널의 모태가 될 것이라고 1988년 발표한 시기로 거슬러 올라간다. 하지만 1990년 10월 2일 불독 조약을 체결한 후 1991년이 되어서야 한 프랑스-독일 경제이익단체(GIE : groupe d'intérêt économique)가 '아르테'로 명명된 채널을 관장하기 위하여 프랑스 스트라스부르에 생겨난다. 그리고 1992년 5

월부터 '아르테'는 오후 5시부터 프랑스와 독일 양국에 동시에 프로그램을 방영하기 시작했다. 그 이후 스위스, 스페인, 벨기에(RTBF), 폴란드(TVP), 핀란드, 네덜란드, 캐나다와 협력 조약들을 체결했다. 아르테는 이미 협력국들과 다큐멘터리들을 공동 제작해 왔는데, 공동제작 작품수를 늘리고 일부 프로그램을 교환하는 방식을 통하여 협력의 폭을 확대해나가고 있다. 현재 영국의 BBC와 이탈리아의 RAI만이 '아르테'의 문화적 매혹에 저항하고 있는 중이다. 그러나 이 채널의 역할이 유럽 통합과 맞물려 있기에, 향후 참가국의 폭이 상당히 확대될 예정이다. 한 주제를 매일 선택해, 그 주제와 관련된 필름, 토론, 르포르타주 등을 다양하게 방영한다. 독일에서는 동일한 채널이 케이블로 방영되고 있는 중이다. 프랑스의 경우 1995년 현재 시청자수는 50만에 달한다. 위성을 통해 100개국 이상이 이 채널을 시청 중이다.

아르테프랑스 회장인 제롬 클레망은 '아르테 세대génération Arte'의 출현을 주목하고 있다. 왜냐하면 '아르테'는 프랑스의 시릴 콜라르와 마티외 카소비츠, 이스라엘의 아모스 지타이, 모리타니아의 압데라흐만 시사코 등 각국의 무수한 신진예술가들을 대중들에게 알리는데 성공했기 때문이다. 새로운 재능의 발견, 유럽 및 세계 나머지 국가에서의 영화 발전에의 기여, 프랑스 영화제작의 활성화 등이 '아르테'의 영화 부문 자회사인 '아르테 프랑스 시네마Arte France cinéma'의 주요목표이다. 이 채널은 공동제작 정책과 과감하고도 보충적인 구매 방식을 동시에 수행하고 있다. '아르테 시네마'는 매년 약 60편의 장편영화와 70편의 중·단편 영화들을 사들이고 있으며, '아르테'가 공동 제작하는 영화들은 종종 국제영화제에서 수상하고 있다. 제인 캠피온의 [피아노La Pianiste], 라스 폰 트리에의 [어둠 속의 댄서]가 대표적인 예들이다. 오늘날 '아르테'는 새로운 목표에 도전하고 있다. 2003년 프랑스에서 디지털 공중파방송을 통해 종일방송을 실시할 예정이며, 도서와 DVD 출판, 인터넷 방송, 디

지텔 라디오, 멀티미디어 부문을 강화할 예정이다.

나. 제품 소개

제품들의 종류는 크게 ‘예술’, ‘아시아 영화’, ‘현대 영화’, ‘무성영화’, ‘명작 영화’, ‘외국영화’, ‘발견’, ‘TV용 영화’, ‘지정학’, ‘종교’, ‘사회와 역사’, ‘연극’, ‘스포츠’ 등으로 나뉘어있다. 외국영화 중에서도 아시아 영화가 별도 항목으로 분류되어 있는 점도 흥미롭다. 프랑스가 최근 전 세계 영화시장에서 각광을 받고 있는 한국 영화를 비롯한 아시아 영화를 주목하고 있는 것을 알 수 있다.

제품들의 구입은 아르테의 홈페이지(<http://www.arte-tv.com/fr>)를 통해 구입 가능하도록 만들고 있다. 홈페이지에 접속해 ‘arte boutique’로 들어가면 각 제품이 소개되어 있다. 아르테에서 출시한 문화콘텐츠 제품의 규모는 약 100여 종에 달하고 있다.

1) DVD

DVD 제품의 경우 역사와 종교가 주종을 이룬다. 그러나 상업성도 동시에 겨냥하고 있다. 예를 들어 제라르 모르디야와 제롬 프리외르가 공동 제작한 [코르푸스 크리스티]는 기독교의 기원과 복음서의 위상 문제를 놓고 프랑스에서 큰 논쟁을 불러일으킨 바 있다. 장-프랑수아 들라쉬가 제작한 [로마제국, 샤를마뉴, 십자군 원정의 시대]는 3개 영화로 구성된다. 하지만 역사 쪽 접근에 있어 고대사만 중시되는 것은 아니다. 파트릭 로트만과 파트릭 바르베리스가 공동으로 제작한 [세기의 신앙]은 내부에서 바라본, 1세기에 걸친 공산주의 문제를 다루면서 20세기를 새롭게 조망하고 있다.

종교 쪽에서는 [리지외의 성녀 테레사](알랭 카발리에감독)가 눈에 띈

다.

영화 쪽에서 출시된 작품들은 여러 장르가 뒤섞여 있다. 1968년을 배경으로 유산 문제로 다투는 한 가족의 비극을 그린 [5월의 밀루](루이 말 감독), [연인](루이 말 감독), [로베르 브레송 컬렉션], [고급 미용](마르크 리비에르 감독) 등은 허구적 성격의 작품이며, 그 외에도 5개 다큐멘터리로 구성된 [루이 말의 다큐멘터리]가 있다. 루이 말 감독이 특히 선호되는 감독이다. 또 [세일즈맨](메이슬즈 형제 감독)이라는 다큐멘터리도 있다.

그러나 전반적으로는 다양한 성격의 제품이 골고루 출시되고 있다. [낮과 밤](왕 차오 작품)은 중국을 배경으로 삼은 이야기를, [사넬 상표](로익 프리장 감독)은 오토 쿠튀르의 이면을, [높은 박물관, 낮은 박물관](장-미셸 리브 감독)은 연극물을, [한국 여성]은 임상수가 그린 한국 여성을 취급하고 있다. 또 [E=MC², 방정식에 대한 전기](게리 존스톤 감독)는 세계에서 가장 유명한 방정식에 대한 내용을, [비너스와 아폴론]은 남녀 사랑의 문제를, [레이몽 드파르동의 심리학]과 [레이몽 드파르동의 정의]는 각각 광기와 일상생활 속에서의 정의 문제를 다룬다.

2) 비디오

시장에서 사라지는 중인 매체인 비디오테이프로는 [세계화]라는 단 하나의 제품만 출시되어 있다. 이 테이프는 재편중인 세계에 대해 지정학적 접근을 시도하는 내용을 담고 있다.

다. 테마별

1) 미술가와 미술작품

절대 다수를 차지하는 것이 미술가와 미술에 대한 허구적, 혹은 다큐멘

터리적 접근이다. 미술사 관련 제품들은 대부분이 알랭 조베르의 주도 하에 만들어졌으며, 작가의 생애, 작품 분석에서 다양한 인문학적 분석이 시도되고 있는데, [건축 시리즈] Vol. 1, 2, 3, 4. 등 자료집의 성격도 있으며, 경우에 따라서는 이차세계대전 이전의 외국 작가 및 예술가들을 다룬 [천국에서의 유배](만프레드 플뤼게 작품)과 일본에서부터 페르시아에 이르는 지역의 걸작 미술품들을 역사와 연계지어 고찰하는 [동방의 이미지] 등 외국작가의 소개나 미술과 역사 등 다른 분야와의 만남도 소개하는 등 다양한 주제를 포함한다. 수십 여종의 대표적인 출시 작품들을 일부 열거하여 보자.

(1) 사조 및 기획

- [파블로 피카소 생애의 13일간](피에르-앙드레 부탕, 피에르 데, 피에르 필립 공동 제작)
- [알베르토 자코메티](미셸 반 켈레 감독) : 20세기 가장 위대한 창조자 중 한 사람의 놀라운 개성과 독창성에 대한 분석.
- [앙토냉 아르토](제라르 모르디야, 제롬 프리외르 공동 제작) : [기독교의 기원]을 만든 팀이 아르토에 대해 새로운 해석 시도.
- [인상주의 이후](알랭 조베르 감독) : 인상주의를 계승하고 있는 벨라르, 쇠라, 툴루즈-로트렉 등에 대한 접근.
- [건축 시리즈] Vol. 1, 2, 3, 4.
- [아르튀르 랭보의 전기] (리샤르 땡도 감독): 그의 진정한 모습 찾기
- [1800년을 전후한 회화](알랭 조베르 감독)
- [네덜란드의 황금시대]
- [외뿔 짐승을 대동한 부인]
- [뒤샹에서 팝아트까지]
- [낭만주의에서 사실주의까지]

- [동방의 이미지]: 역사와 미술이 만나는 경우. 일본에서부터 페르시아에 이르는 지역의 걸작 미술품들을 역사와 연계지어 고찰.
- [페르시아의 미니어처]: 세계에 대한 관심
- [프랑스의 위대한 세기]
- [위대한 현대인들]
- [라스코 동굴]
- [파움의 초상] : 고고학과 미술의 결합

(2) 미술가들

[베이컨]/ [보나르]/ [카라바주]/ [세잔]/ [샤르댕]/ [쿠르베]/ [다비드]/ [드 라 투르] / [다 빈치]/ [틀라크루아] / [뒤상]/ [외프로니오]/[프라고나르]/ [고야]/ [제리코]/ [그뤼네발트]/ [호쿠사이]/ [앵그르]/ [칸딘스키]] / [클라인]/ [로렌]/ [마네]/ [마티스]/ [모네]/ [인상주의의 탄생]/ [피카소]/ [피에로 델라 프란체스카]/ [폼페이] / [푸생]/ [라파엘]/ [렘브란트]/ [르누아르]/ [루벤스]/ [사세타]/ [쇠라]/ [쉬타오]/ [티티앵]/ [와토]/ [위홀]/ [툴루즈 로트렉]/ [우첼로]/ [반 아이크]/ [반 고흐]/ [베르메르]/ [베로네즈]/ [벨라르]

2) 문학작품들

또 문학을 상품화한 제품들이 많다. [마를렌의 초상]은 프란츠 헤셀의 작품, [발자크의 죽음]은 옥타브 미르보의 작품이다. [발자크의 죽음]은 발자크의 생애를 고찰하는 작품이다. [페리아스 - 미간행 시들은 페데리코 가르시아 로르카가 스페인 축제 페리아에 대해 언급하는 내용을 담고 있다. [쥘 베른의 오디세이]는 장 드메를리악의 쥘 베른에 대한 고찰이다. [본질]은 제1회 유럽 만화상 수상작이며, [즐거운 박물관]은 어린 이들에게 예술을 효과적으로 가르치기 위한 교육용 DVD이다.

3) 학제적 연구

크로스오버 성격의 제품들도 들어있다. 예를 들어 [피카소의 신비](앙리-조르주 클루조 감독)는 화가와 영화인 사이의 만남을 취급하고 있으며, [종이의 전설]은 종이의 미학을 역사적인 관점에서 취급한다. 반면 [샤넬 상표]는 오트 쿠튀르 세계의 이면을 들여다보게 해준다. [포사이트와 프랑크푸르트 발레]는 윌리엄 포사이트와 그의 무용단에 대한 최초의 분석적 접근이다. 그 외에도 [아모스 지타이](6부작)는 이스라엘과 가자 문제를 다루고 있으며, [에티오피아 케냐], [루이스/포웰] 등 육상 관련, [페라리/메르세데스] 등 자동차 관련, [앙케티/폴리도르], [메르크스/오카나] 등 사이클 관련, [플라멩고/플루미넨세], [레알 마드리드/FC 바르셀로나] 등 축구 관련, [프랑스/일본], [위대한 유도의 전설] 등 유도 관련 제품들이 출시되어 있으며, 모터사이클, 럭비, 서핑, 요트 등 다양한 스포츠 종목에 대한 역사적 고찰이 시도되고 있다.

3. 라디오 프랑스

1974년에 설립된 국영 방송사. TF1, Antenne2(현 France2), FR3(현 France3)와 더불어 라디오 프랑스는 1974년 8월 7일 법에 따라 프랑스 국영 라디오 텔레비전 방송국(ORTF)이 해체되면서 생겨난 4개 방송사 중 하나이다. 국가가 지분 전체를 소유하고 있는 공영 방송사인 라디오 프랑스는 프랑스 전역에 대한 방송 송출을 허가 받은 유일한 방송사이다. 1982년 7월 29일 법이 제정될 때까지, 그리고 민영 라디오 방송국이 개국할 때까지 라디오 프랑스는 라디오 프로그램 편성과 방송의 독점권을 가지고 있었다. 2백만 프랑 이상에 달하는 회계 예산 중 90% 이상이 텔레비전 수신료로 충당되고 있으며, 나머지는 공동 광고 수입으로 해결하고 있다. 상품 광고는 현재 라디오 프랑스 소속 여러 방송에서

금지되어 있다. 어떤 의미에서 인문학 콘텐츠의 다양한 개발은 이러한 현실을 타개하기 위한 것이었다. 또 제품화된 여러 프로그램들은 재방송 시간대(새벽1시부터 새벽6시까지)를 통해 프랑스 앵테르, 프랑스 쿨튀르를 통해 다시 제공되고 있다.

파리 제16구 케네디 대통령 가(avenue)에 소재한 라디오 프랑스는 6개의 국영 라디오 방송, 1980년 프레캉스-노르, 라디오 마이엔, 물랭 에프엠과 함께 시작한 이행 절차에 따라 창설된 39개 지역 라디오 방송국들, 8개의 지방 FIP로 이루어져 있다. 라디오 프랑스는 1천만 명에 달하는 청취자들에게 매일 다양한 공익 프로그램을 제공하고 있다. 1947년 개국한 일반 오락 채널 프랑스 앵테르가 대표적인 방송으로, 경쟁관계에 있는 국경 소재 라디오 방송사들의 프로그램에 맞서 뉴스와 고품격 프로그램을 편성하고 있으며, 부테이에, 샹셀, 조제 아르튀르, 에브 뤼지에리의 구 프로들을 지속적으로 재방송하고 있다. 1963년에 개국한 프랑스 쿨튀르는 의도적으로 엘리트층을 위한 라디오 방송을 제작하는 유일한 방송국이다. 역시 1963년 개국한 프랑스 뤼지크는 고전 및 현대 음악, 재즈를 집중 편성하며, 합창과 성가, 국립 오케스트라와 라디오 프랑스 필하모닉 오케스트라의 연주 등을 자주 틀어준다. 1971년 개국한 프랑스 앵테르 파리(FIP : France Inter Paris)는 무드음악과 교통 정보를 지속적으로 제공한다. 1980년 개국한 라디오 블뢰는 주로 노령 세대를 대상으로 하며, 가장 늦게 1987년 개국한 프랑스 앵포는 24시간 뉴스를 제공하는 세계에서 유일한 라디오 방송이다. 해외 프랑스인들과 불어 사용권 국가의 사람들을 대상으로 뉴스를 제공하는 라디오 프랑스 앵테르나 시오날은 1982년에 독립된 공영 기관의 위상을 획득했다.

국영 라디오방송 라디오 프랑스는 일찍부터 인문학의 활용에 가장 적극적이었던 매체이다. ‘소리’의 중요성을 누구보다도 더 절실히 깨달았던 라디오 프랑스는 음향 쪽에서 이미지 쪽으로 영역을 지속적으로 확대시

켜나가고 있는 중이다. 따라서 라디오가 즐겨 제품화하던 매체인 카세트 테이프보다 CD-Rom, CD 등 새로운 매체들을 현재 더 선호하는 추세이다.

라디오 프랑스가 개발한 대표적인 상품은 라디오 프랑스에 배속된 국영 방송 중 하나인 프랑스 앵테르가 대담 프로그램을 상품으로 만든 ‘라디오스코피’ 시리즈이다. 자크 상셀이 대담 사회자를 맡아 전 세계의 유명 지식인, 예술인, 학자 등을 인터뷰한 이 프로그램은 큰 반향을 낳았다. 대단히 풍부한 컬렉션 중 현재 시판되고 있는 상품들은 극소수에 불과하지만, ‘라디오스코피’를 거쳐 간 전 세계의 유명인사만도 수백 명에 이른다.

제품 구입은 라디오 프랑스 홈페이지(<http://www.radiofrance.fr>)로 접속한 후 ‘services’-‘La boutique’로 들어가면 된다. 하지만 제품이 프랑스 전역에서 호응을 얻고 있기에, 파리의 에펠 탑 건너편에 위치한 라디오 프랑스 본사의 매장이거나, 파리 및 지방의 FNAC, 음반매장에서도 구입이 가능하다. 그 동안 출시된 제품 숫자만도 1천여 점 이상에 달하지만, 본 글의 분석대상으로는 라디오 프랑스 홈페이지에 현재 수록되어 있는 제품만을 택했다. 이쉽게도 옛날 카세트테이프로 출시되었던 수많은 제품들이 CD 형태로 만들어지지 않은 것으로 보이는데, 홈페이지에는 카세트테이프 형태로 출시되었던 제품들 리스트를 올려놓지 않고 있다.

가. CD Rom

다른 상업적 성격의 매체들이 개발한 상품들에 비해 CD-Rom은 아직 시작에 불과한 것처럼 보인다. [증시 이해하기], 정원 가꾸기에 대한 2개 상품([손쉬운 정원 가꾸기], [정원 가꾸기, 정원사의 필수도구]), [전자음

악] 등이 있으며, [프랑스 문학의 대작들]이란 문학 관련 상품도 눈에 띈다. 아직은 특화된 장르가 없는 입장이며, 따라서 개발의 여지가 많을 것으로 생각된다.

나. DVD/Video

이쪽 역시 아직 시작에 불과하며, 그러기에 상업적인 제품과 비상업적인 제품, 다큐멘터리와 픽션, 해외 영화와 프랑스 영화, 고전과 현대물이 뒤섞여 있다. 특별한 전략에 따라 상업화되는 느낌은 없으며, 상대적으로 음향자료에 비해 컬렉션 규모가 빈약한 편이다. 장르별로 나누어보면,

1) 다큐멘터리

[1974년, 발레리 지스카르 데스탱과 함께한 선거 캠페인], [볼링 포 콜럼바인](마이클 무어 작품, 2003년 최우수 다큐멘터리 오스카상 수상), [일상적 폭력의 연대기], [뉴렌베르크에서 뉴렌베르크까지](1985년 프랑스 최우수 다큐멘터리 대상 수상), [현행범](사법제도의 일상을 그린 작품), [사회면 잡보기사](경찰지서의 일상을 그린 작품), [이슬람의 여성들]

2) 음악

[악마의 불], [말리에서 미시시피까지], [대부와 그 아이들(3개 모두 마틴 스코세지감독이 소개하는 블루스의 역사)]

3) 픽션, 스포츠 등

[아기 카우리스마키의 3개 영화, [사형대의 엘리베이터], [아타나르주아, 인간 탄환의 전설](스포츠)]

다. CD

라디오 프랑스가 개발한 CD의 종류는 ‘클래식’, ‘재즈’, ‘상송’, ‘청소년’, ‘현대음악’, ‘전통음악’, ‘대담과 자료’, ‘독서와 픽션’ 등으로 나뉜다. 그중에서도 인문학을 활용한 자료들은 ‘대담과 자료’, ‘독서와 픽션’ 분야에 집중되어 있다.

눈에 띄는 현상은 다양한 주제를 골고루 담고 있다는 점이다.

대담자료의 경우 학자(〈롤랑 바르트〉, 〈프랑수아즈 돌토〉, 〈클로드 레비스트로스〉), 작가(〈루이 아라공〉, 〈앙토냉 아르토〉, 〈앙드레 브르통〉, 〈앙드레 지드〉, 〈장 지오노〉, 〈콜레트〉, 〈마르그리트 뒤라스〉, 〈르 클레 지오〉, 〈앙드레 말로〉, 〈레이몽 크노〉, 〈테오도르 모노〉), 화가(〈살바도르 달리〉, 〈헨리 밀러〉), 코미디언(〈레이몽 드보〉, 〈티에리 르 뤼롱〉), 영화인(〈장-뤽 고다르〉, 〈모리스 피알라〉, 〈장 르누아르〉), 작곡가(〈올리비에 메시앙〉), 가수들(〈이브 몽탕〉, 〈자크 브렐〉, 〈조르주 브라상스〉), 종교인(〈피에르 사제〉,), 만화가(〈에르제〉), 무용인(〈모리스 베자르〉)가 모두 포함되어 있다. 작가의 경우 프랑스 작가들뿐만 아니라 외국 작가들도 들어있다. 우리의 경우 한국문학의 외연을 확대시키는 의미에서도 외국 작가와의 대담 등을 영상 혹은 음향자료로 남기는 작업을 시도해볼 수 있다. 대산문화재단이 5년에 한번씩 마련하는 세계 문호들 초청행사는 이러한 작업을 시도해볼 수 있는 좋은 기회가 된다.

철학(〈철학의 반역사〉,), 전쟁(〈제1차 세계대전〉, 〈강제이송〉, 〈장 물랭〉, 〈수정주의의 역사〉, 〈노르망디 상륙작전〉)과 과학(콩코드), 등의 주제들이 상품화되어 있다. 특히 양차대전에 대한 무수한 서적과 영상 및 음향자료들은 교육적 역할도 겸비하고 있는데, 역사가 일상과 유리된 학문의 한 장(場)이 아니라 프랑스인들 개개인 속에 편입되어있는 사실을 보여주고 있다. 〈수정주의의 역사〉는 이차세계대전 당시 자행된 유대인

대학살을 부정하는 유럽 내의 흐름이 어떤 역사적 배경을 안고 있는가를 보여주고 있는데, 이런 식으로 현재 쟁점이 되고 있는 주제를 택하기도 한다.

인물 탐구는 종교인(요한-바오로2세, 피에르 사제), 체육인(<마르셀 세르당>)

문학작품의 경우 시선집(<장 콕토>) 혹은 소설(<인간의 대지>,)을 성우의 육성으로 녹음한 것이 많으며, 한 작가의 작품세계를 조명하는 방식(<가스통 바슐라르>, <자크 프레베르>)도 택하고 있다. 영화 역시 마찬가지다. <누벨바그>는 1950년대에 등장한 새로운 영화운동을 역사적인 관점에서 파악하게 해준다.

다른 나라에 대한 연구의 일환 (<아프가니스탄>, <르완다>)이 있는가 하면, 전시회 소개자료(<돌에서 인간으로>)도 있으며 기타 일반인들이 관심을 가질만한 주제들(<월드컵과 프랑스 축구 국가대표팀>, <콩코드 기>)까지 취급하는 주제가 다양한 것은 프랑스인들의 인문학과 일상의 융합을 반영하는 것이라 여겨진다.

1) 대담과 자료

[철학의 반(反)역사] : 기독교 시대 이전 고찰

[피에르 사제. 라디오스코피]

[라디오로 본 20세기의 앤솔로지]

[앙투안 드 생텍쥐페리. 인간의 대지]

[루이 아라공. 행복한 사랑은 없다?(1963)]

[앙토냉 아르토. 하느님의 심판과 결별하기]

[가스통 바슐라르. 1884-1962] : 대담

[롤랑 바르트. 1915-1980]: 대담

[월드컵과 프랑스 축구 국가대표팀. 1930-1998]

- [조르주 브라상스, 라디오스코피]: 가수와의 인터뷰
- [자크 브렐, 라디오스코피]: 가수와의 인터뷰
- [앙드레 브르통, 1896-1966, 초현실주의의 모험]: 작가와의 인터뷰
- [1978년 이전의 아프가니스탄 - 잃어버린 나라의 초상]: 다른 나라에 대한 연구
- [장 콕토의 오르페우스]
- [콜레트, 1873-1954: 반항적 여성]: 작가와의 인터뷰
- [콩코드 기, 초음속의 신화] : 과학적 성과
- [성인들을 위한 크리스마스 동화]: 문학
- [반(反)인륜 범죄, 저항과 강제 이; 반유대주의적 프로퍼갠더와 홀로코스트]: 이차대전 역사
- [살바도르 달리-라디오스코피]: 화가와의 인터뷰
- [돌에서 인간으로]: 미술 전시회
- [레이몽 드보, 라디오스코피]: 코미디언과의 인터뷰
- [프랑수아즈 돌토; vol.1,2]: 학자 연구
- [마르그리트 뒤라스, 1914-1996]: 작가와의 대담
- [강제 이송, 강제 이송 당한 자들의 증언과 여정(1942-1945)]: 이차대전 역사
- [장-뤽 고다르의 소리 나는 화면]: 영화인과의 인터뷰
- [복수(複數)의 여성]: 시인의 작품
- [앙드레 지드] : 작가와의 인터뷰
- [장 지오노]: 작가와의 인터뷰
- [제1차 세계대전]: 역사
- [에르제]: 만화가 연구
- [자크 프레베르 100주년]: 작가 탐구
- [세상의 중심에 선 요한-바오로 2세]: 인물 탐구

- [장-마리 귀스타브 르 클레지오]: 작가와의 인터뷰
- [티에리 르 뤼몽, 라디오스코피]: 코미디언과의 인터뷰
- [클로드 레비스트로스]: 인류학자와의 대담
- [내 할머니는 별이였네(1940-1944)]: 이차대전 역사
- [앙드레 말로]: 작가 탐구
- [마르셀 세르당]: 권투 선수
- [올리비에 메시앙]: 음악가와의 인터뷰
- [헨리 밀러]: 외국 작가와의 대담
- [테오도르 모노]: 작가 탐구
- [이브 몽탕, 라디오스코피]: 가수 탐구
- [장 물랭]: 역사적 인물
- [책의 노예가 된 자의 기억]: 프레데릭 다르
- [누벨바그]
- [수정주의의 역사 : 1948-2000]: 역사적인 주제
- [모리스 피알라]: 영화인과의 대담
- [레이몽 크노]: 작가와의 대담
- [마르크 샤갈, 라디오스코피]: 화가와의 대담
- [장 르누아르]: 영화인과의 대담
- [장 르누아르, 뉴욕에서 헐리우드까지]
- [르완다. 잊어버린 대학살?]
- [모리스 베자르]: 무용인
- [사르트르, 70세의 자화상]: 작가와의 대담
- [과학과 신앙]
- [조르주 시므농, 1903-1989]: 추리소설 작가 탄생 100주년.
- [조르주 스타이너. 무지의 야만]
- [타이타닉호 생존자들의 증언. 1915-1999]

[시므논의 모든 것(Tout Simenon)] : 작가와의 대담

[프랑수아 트뤼포]: 영화인과의 대담

[블라디미르 안켈레비치; 자유로운 인간]

[프랑스 노벨상 수상자들의 목소리]

[마르그리트 유르스나르, 1903-1987] : 작가와의 대담

2) 독서와 픽션

[메그레 부인의 친구], [아르튀르 랭보의 시선집], [아르튀르 랭보, 지옥에서의 한철], [룽 푸앵의 발라드](미셸 뷔토르 저), [우리 궤적이 남긴 길](프랑수아 드 코르니에르 저), [어린시절의 소중한 나라. 뿌리 뽑힌 자들의 글], [귀스타브 플로베르의 단순한 마음], [이상한 여행가들(vol1,2)], [근친상간] 등.

3) 오디오 북

오디오 북은 현재 크게 세 가지 그룹으로 나뉜다.

(1) 'M.X.와의 랑데부' 시리즈

프랑스 앵테르가 기획한 정치적인 이슈를 다룬 시리즈물이다.

- [M.X.와의 랑데부 - 존 에프 케네디, 암살의 해부],
- [M.X.와의 랑데부 - 클라우스 바르비, 너무 잘 보호받는 나치],
- [M.X.와의 랑데부 - 가다피에 맞선 레이전],
- [M.X.와의 랑데부 - 체첸공화국, 러시아인들의 식민지 전쟁] 등이 현재까지 출시된 제품들이다.

정치적인 소재가 주종을 이루지만, 나치 체제 당시 유대인 학살에 관여한 '클라우스 바르비'처럼 역사 이해에 도움이 되는 자료들도 포함되어 있다.

(2) 오디오 북 ‘레 포에티크(Les Poétiques)’ 컬렉션 (녹음)

- [전투의 의미] : 미셸 우엘르백의 작품.
- [거대한 카오스] 에두아르 글리상의 작품
- [하늘에 대한 사랑을 위해] 알랭 보레르(Alain Borer)의 작품
- [소리 나는 세상에서] 미셸 빌토의 작품
- [에스코의 하강] 프랑크 브나이유의 작품
- [‘챗’과 선(禪) 사이] 장-피에르 베르헤겐의 작품

(3) 기타

- [소포클레스 삼부작]도 독특한 형태의 자료이다.
- [야간비행]: 생텍쥐페리의 작품을 녹음한 오디오 북.
- [뭐가 새롭지? 빅토르 위고!]; 빅토르 위고가 현대 시인 드에 미친 영향
- [시인들의 목소리] Vol.1, Vol. 2 et Vol. 3(1912-1980), 시인들이 직접 자기 시를 낭송하고 있다.

제 2절 미국의 문화콘텐츠 기획개발 관련 소프트웨어 개발

노엄 촘스키의 언어에 대한 연구가 과학(공학)계의 인공지능 개발에 결정적인 영향을 미치고 있다는 것은 잘 알려져 있다. 사실, 구미의 분과 학문적 체계를 이어받은 한국에서는 여전히 인문학과 과학 사이에 흐르는 건널 수 없는 ‘레테의 강’이 흐르고 있음이 당연히 되지만, 최근 선진국에서는 이는 이미 오래전의 이야기가 되었다. 미국의 인텔사는 제품 개발의 프로젝트마다 인류학자들을 고용한다. 이는 각 나라 대중의 오랜 전통과 소비 행태 등을 단순히 마케팅의 양적인 통계로는 이해하거나 적용할 수 없음을 깨달았기 때문이다. 예컨대, 인류학자 제네비브 벨은 아시

아 7개국 100가정을 방문하였고, 그 결과를 동료 인류학자가 아닌 인텔의 반도체사의 직원들 앞에서 발표하였다. 나아가 벨을 비롯한 인텔의 인류학자 팀은 마케팅적 조언을 넘어서 개발팀의 제품개발의 방향을 바꾸는 역할을 하기도 한다. 그에 따라 인텔은 중국의 가정교육용 PC에 터치스크린을 장착하여 '만다린어'를 학습할 수 있도록 하였으며, 권위를 중시하는 중국의 부모를 염두에 두고 안방에서도 아이 방의 컴퓨터 사용 여부를 알 수 있도록 시스템을 개발하였다. 마이크로소프트사의 빌 게이츠 역시 인문학적 소양이 없는 사원은 뽑지 않으며, 핵심 기획·연구 인력에 반드시 인문학자를 배치한다는 사실은 잘 알려져 있다. 최근 새로운 경찰차에 탑재할 컴퓨터의 운영체제 개발을 위해 심리학자들이 직접 경찰차에 동승해 오랜 기간 경찰관들의 행태를 연구했다고 한다.

순수 연구진에서도 이러한 인문학과 과학의 결합 경향은 큰 호응을 받고 있다. 미국 카네기 멜론대학에서 98년에 박사학위를 받은 젊은 학자 피비 센저즈는 인문학적 지식과 정보기술을 잘 결합시킨 장본인이다. 그녀는 인공지능을 가진 기계나 프로그램을 사회적·문화적 배경 속에 위치시켜서 그 행동을 설명하는 학위논문으로 미국의 영향력 있는 학술 잡지 〈링구아 프랑카〉가 뽑은 첨단기술 시대의 부상하는 학자 20명에 꼽혔다. 이 연구를 위해 그녀는 인공지능, 60년대 반정신병리학 운동, 들뢰즈와 가타리의 정신분열론과 같은 문화이론을 접목했다.

이렇듯 인류학, 심리학, 언어학을 비롯한 인문학이 과학의 발전에 따른 커다란 논쟁뿐만 아니라, 구체적인 기술 개발과 소프트웨어개발에도 참여해야 한다는 주장은, 서구에서는 이미 1970년대부터 제기되었다. 제록스는 1979년 인류학자 루시 서치맨을 고용하여 고객들의 소비와 사용 행태를 분석하도록 하였다. 당시 기술팀의 피터 롤은 "표준 마케팅 연구와 통계 데이터들은 종종 절망적으로 피상적이다"라고 말하면서 인문학의 질적인 연구 성과가 기술 개발 및 판매에 필요함을 역설하였다.

물론, 한국에서도 한류의 붐이 일면서 문화콘텐츠의 발전을 위한 CT 기술의 진보를 위해서는 인문학과와의 연계가 필수적이라는 의견이 지속적으로 제기되어 왔다. 또한 생명공학, 유전공학, IT 및 버추얼 기술의 획기적인 발전성과가 나오자, 인문학의 성찰이 함께 가야한다는 문제제기가 꾸준히 나오고 있다. 하지만 그 구체적인 대안과 방법은 여전히 인문학자가 텍스트를 생산하면, 이 텍스트를 읽고 소화해 낸 과학자들이 보다 심층적인 기술을 개발할 수 있다는 논리 정도에 그쳐 있다. 그러나 선진국은 오래전부터 인문학자들이 직접 과학의 개발 과정에 참여하여 역사적, 윤리적 문제를 검토하는 한편, 실질적인 기술 개발의 핵심 인재로서 활동하고 있다. 그 대표적인 한 예가 미국 영상산업에서 기획·개발·프리로덕션 단계의 효율화를 위한 소프트웨어 개발이다. 특히 최근 한국에서 문화산업이 각광받고 있는 이면에는 부실한 시나리오, 어이없는 드라마투르기, 끊임없이 자기복제 하는 거기서거기의 식상한 이야기 등이 문제점으로 지적받고 있다. 또한 소수의 시대에 부응한 작가나 제작자만이 노후를 가지고 있어, 뒤따르는 업계나 작가, 제작자들은 대중추수적으로 그 패턴을 복제하기에 급급하고 있다. 이러한 현상은 곧 한류의 분위기를 꺾는 주요한 원인이 될 것이라고 지적되고 있다.

하지만 그 대안이 특별히 있는 것도 아니다. 오히려 이야기 구성과 문학사, 한국과 동아시아의 신화, 대중 취향 연구 등에 있어 전문가라 할 수 있는 인문학자와 학생들이 풍부히 많음에도 여전히 그들에게 생존을 위한 ‘영어’나 ‘엑셀’로 방향을 틀 것을 사회는 요구하고 있다. 따라서 그 활용정도가 무궁무진하며, 인문학자와 인문학도들이 그 참여 여하에 따라 얼마든지 자신의 연구를 지속하면서 산업적으로도 성과를 낼 수 있는 방안이 한국형 ‘이야기 저작 소프트웨어’와 ‘스토리보드 저작 소프트웨어’, ‘애니메틱스 소프트웨어’라 할 수 있다.

1. 미국 문화콘텐츠 기획개발 소프트웨어 현황

할리우드는 오래전부터 보다 효율적이고 생산적이며 안정적으로 이야기를 만들거나 점검할 수 있는 시스템에 대해 고민해 왔다. 그 결과 각 스튜디오나 회사는 스토리부서를 갖추고 일 년이면 수만 건에 이르는 시나리오와 시놉시스(줄거리)를 만들고 점검하고 검토하였다. 그 예로 우리 영화계에는 없는 '스토리 에디터'나 '스토리크리에이터', '스토리프로듀서' 등의 직책이다.

하지만 이 역시 한계를 가질 수밖에 없었는데, 그만큼 할리우드에 밀려오는 시나리오는 많으나(연간 4만여 권) 문학적, 언어적, 인류학적 기본을 갖춘 것은 드물었고, 그에 대응할 인력은 부족했기 때문이었다. 따라서 '스토리 에디터' 등 스토리부서에서 일하던 유능한 인재들은 이러한 틈새에 주목하여 '스토리 저작 소프트웨어'를 개발하기 시작했다. 그 기본적인 원리는 조셉 캠벨의 영웅의 분류와 단계, 아리스토텔레스의 전통적인 3막 구조와 비극, 희극의 구조, 그 밖에 유명한 서사학의 성과들과 기호학의 아이디어들을 구조화하여 마치 게임처럼 이야기를 구성한 후 체크할 수 있도록 꾸미는 것이었다. 또한 문학사와 영화사, 미학사 등의 성과를 빌려, 수많은 이야기들을 분석하고 원형화하여 대중이 향유할 수 있는 기본 틀을 마련하여 적용하도록 유도하고 있다.

이렇듯 저작 소프트웨어에만 '언어학', '서사학', '기호학', '인류학', '문학사', '신화학' 등 다양한 인문학적 성과가 결정적으로 작동하고 있으며, 그 개발을 위해 전통적인 인문학자들과 문학자, 스토리 개발자(작가)가 주도적인 역할을 했음은 말할 것도 없다. 이러한 저작 소프트웨어는 단순히 할리우드의 개발 부서에서 모니터용으로만 쓰이는 것이 아니다. 방송, 연극, 뮤지컬, 특히 독립영화 및 학생 교육용으로 폭넓게 쓰이고 있다.

또한 할리우드에는 저작 소프트웨어뿐만 아니라, '스토리보드 소프트웨어'를 개발하여 본 제작에 들어가기에 앞서 모든 돌출 요소를 점검하는데 사용하고 있다. 이때 스토리보드 소프트웨어를 위해서는 카메라의 위치, 각도, 대상의 크기, 조명의 정도, 화면 속의 배치 등 영화 문법과 미술적인 요소뿐만 아니라, 인간의 행동 유형, 표정, 가족형태, 청소년문화 등 다양한 (하위)문화에 대한 연구 등이 결합해야 한다. 스토리보드는 영상이 실제로 찍히기 전에 가능한 모든 시각화를 해야 하는 것인데, 예전에는 상대적으로 덜 중요하게 여겨, 손으로 대충 방향만 제시했다면, 최근에는 스토리보드 안에 영화 제작의 모든 불확실한 요소를 적용해보고 제작 시 야기될 문제를 최소화하기 위해 스토리보드 제작에 보다 노력을 기울이고 있다. 나아가 단지 시나리오에 기입된 내용을 초보적인 영상으로 재연한다기보다는 실제 배우와 세팅, 장소에서 찍지 않았다 뿐이지, 모든 요소를 고려해야 하기 때문에 영화와 미술의 요소뿐만 아니라 다양한 인문학적 연구 성과가 결합하고 있는 것이다.

이러한 저작, 스토리보드의 소프트웨어는 나아가 최근 '애니메틱스 소프트웨어'로 통합되고 있는 상황이다. 애니메틱스는 앞서 언급한 본 촬영 전에 가능한 시각화를 최대한 구현하여 문제요소를 최소화하고 시행착오를 줄여 최대의 효율을 내기 위해 사용되는 소프트웨어이다. 미국의 애니메이션 산업에서는 이미 적용되어 많은 효과를 내고 있으며, 한국에서도 최근 여러 정부 주도의 공모나 지원 사업 시 애니메틱스를 제출하도록 하여 사용의 확산을 유도하고 있다. 그럼에도 한국의 영상 산업 전반에 있어 애니메틱스는 물론이고 기획 개발 단계에서 개발하여 활용할 수 있는 소프트웨어는 거의 전무한 형편이다.

미국의 영상산업에서 기획개발 및 사전제작 소프트웨어 현황을 간략히 정리하면 다음과 같다. 각 소프트웨어의 한계를 기술하여, 이후 한국의 소프트웨어 개발에 참조로 삼아도 될 것이다.

〈표 28〉 미국 영상산업 기획개발 및 사전제작 소프트웨어 현황

| | 소프트웨어 | 내용 및 기능 | 문제점 | 가격 |
|----------|-----------------------------|---|--|--|
| 저작 관련 | Movie Magic / Screen Writer | 영화, TV드라마, 뮤지컬, 오페라 등 장르에 따라서 포맷이 구분되어 있음. 스크립트 지면과 유사하게 구성되어 직접 종이에 쓰는 것처럼 구성되어 있음. 장르별 데이터베이스가 구축되어 포맷을 결정하는데 활용할 수 있음. | 시나리오의 전체구조(플롯구조)를 쉽게 파악하기 어려움. 갈등·긴장 관계의 진행과 발전을 파악하기 어려움. | Movie Magic : 75\$ Screen Writer : 90\$ |
| | Final Draft | 영화, TV드라마, 뮤지컬, 오페라 등 장르에 따라서 포맷이 구분되어 있음. 스크립트 지면과 유사하게 구성되어 직접 종이에 쓰는 것처럼 구성되어 있음. 장르별 데이터베이스가 구축되어 항목을 입력하면 유사한 포맷을 찾을 수 있음. | 데이터베이스가 '장르'에 한정되어 있음. 시나리오를 장르별로만 구분하여 캐릭터, 플롯, 공간 등을 구분하여 기술하기 어려움. | 120\$ |
| | Dramatica | 캐릭터, 플롯, 공간 등이 구분되어 개별적인 항목으로 존재하고 이를 전체적으로 결합할 수 있음. 플롯이 유형별로 분리되어 있어 스토리의 전체구조를 파악하는데 용이함. | 데이터베이스가 부족하고, 검색 기능을 지원하지 않음. | 269\$ |
| | Power Structure | 시나리오 저작의 과정이 단계별로 구분되어 있고 항목별로 매트릭스화 되어 있음. 인물들 간의 갈등과 긴장 수치를 입력하면 이를 그래프로 시각화시켜 보여줌. 인덱스카드 기능을 지원함. | 데이터베이스가 부족하고, 검색 기능을 지원하지 않음. | 135\$ |
| | Writer's Block | 강력한 인덱스카드 기능. (네트워크 방식) | 데이터베이스가 구축되어 있지 | 119\$ |

| | | | | |
|-----------------|-------------------|---|--|---|
| | | DFD(Data Flow Diagram) 기능을 지원함. 유연한 블록 설정이 가능하고 이를 서로 연결시킬 수 있음. | 없음. 서사의 구성요소인 인물, 사건, 배경 별로 항목이 구분되어 있지 않음. | |
| 스토리 보드 관련 | StoryBoard Artist | 컴퓨터를 통해서 직접 그릴 수도 있고, 이미지 불러오기도 가능함. 이미지 데이터베이스에서 드래&드롭 방식으로 장면을 구성할 수 있음. 애니메이션 기능을 지원함. | 다중 카메라 기능과 다중 앵글 기능이 부족함. 텍스트 스크립트와의 호환성이 부족함. 이미지 검색 기능이 부족함. | Storyboard Quick 4.0 (279.99\$) Storyboard Artist 4.0 (799.99\$) Storyboard Artist Studio (1599.99\$) |
| | Board master | 컴퓨터를 통해서 직접 그릴 수도 있고, 이미지 불러오기도 가능함. 이미지 데이터베이스에서 드래&드롭 방식으로 장면을 구성할 수 있음. 타임라인 방식으로 애니메이션 기능을 지원함. | 다중 카메라 기능과 다중 앵글 기능이 부족함. 텍스트 스크립트와의 호환성이 부족함. 이미지 검색 기능이 부족함. | 55\$ |
| | Frame forge | 스토리보드 전문 프로그램으로 가장 널리 활용되고 있음. 3D 기반으로 다중 카메라와 다중 앵글 기능을 지원함. 이미지 드래&드롭 방식으로 주변 환경에 맞게 이미지의 크기나 동작이 자동적으로 변형됨. 동선을 지정하면 동영상으로 보여주는 애니메이션 기능을 지원함. | 이미지 검색 기능이 부족함. | 349\$ (추가스펙 : 79\$) |
| | Animatics Pro | 애니메이션 전문 프로그램으로 동작이나 | 텍스트 스크립트와의 | 220\$ |

| | | | | |
|--|-----------------|--|---|-------|
| | | 동선 조작성이 용이함. 3D 기반. | 호환성이 부족함. | |
| | Storyboard Lite | 컴퓨터를 통해서 직접 그릴 수도 있고, 이미지 불러오기도 가능함. 이미지 데이터베이스에서 드래그&드롭 방식으로 장면을 구성할 수 있음. 타임라인 방식으로 애니메이션 기능을 지원함. 3D 기반. | 텍스트 스크립트와의 호환성이 부족함. 이미지 검색 기능이 부족함. | 250\$ |

이러한 소프트웨어 이외에도 소프트웨어를 활용하여 작업을 대행하거나 컨설팅, 모니터링을 하는 업체도 상당하다. 다음은 스토리보드, 애니메이션 대행업체의 일부 예이다.

〈표 29〉 스토리보드, 애니메이션 대행업체

| | |
|---|---|
| http://www.storyboardsonline.com | 회사마다 자체 개발 툴을 개발하여 활용하고 있음. (예 : 〈Whiteboard〉와 〈Presentation Maker〉) 온라인과 오프라인을 통해서 서비스를 제공한다. 전문작가 군이 회사에 고용되어 있는 경우가 많으며, 회사에 속한 작가들의 포트폴리오를 직접 확인한 후 선택할 수 있다. |
| http://www.famousframes.com | |
| http://www.newkat.com | |

이렇듯 할리우드에는 매우 다양한 시나리오 저작 소프트웨어가 나와 있으며, 이는 다양한 포맷으로 계속적인 업그레이드를 통해 지속적인 산업 관리를 하고 있고, 인문학의 지속적인 참여를 유지하고 있다. 또한 영화만이 아닌 방송과 연극, 뮤지컬, 소설 등 다양한 포맷에서도 적용, 활

용하도록 지원하고 구성되어 있는 것도 특징이다. 또한 시나리오 프리 세일즈 마켓이 정기적으로 열릴 때에는 유명 컨설턴트가 작법 책과 소프트웨어를 함께 판매함으로 시장과 교육적 효과를 넓히고 있다.

2. 그 밖의 인문학과 소프트웨어의 결합 성과의 예들

이 밖에도 할리우드뿐만 아니라, 인간의 삶이 질과 직결되는 여러 가지 소프트웨어를 각 회사들은 앞 다투어 개발하고 있다. 그 특징은 단지 소프트웨어의 개발 전문가, 곧 공학자만이 개발의 주체가 되는 것이 아니라, 다양한 분야의 특히 인문학과 예술 분야의 전문가가 가장 중요하게 개발의 중심이 되고 있다는 점이다. 몇 가지 예를 들면 다음과 같다.

(1) MS는 최근 '스피치 서버(Speech Server)' 제품의 첫 번째 베타 버전을 공개했다. 이 프로그램은 사용자가 음성으로 전해주는 명령어를 알아듣는다. MS는 음성 응용 프로그램 개발자를 위한 키트의 세 번째 베타 버전도 공개했다. 스피치 서버의 정식 버전은 2004년 전반기에 이미 출시되었고, 이와 연계된 '컴퓨터+비디오+전화기'인 애신스(Athens) 프로젝트도 함께 진행되고 있다.

스피치 서버의 공식 이름은 '닷넷(.Net) 스피치 플랫폼'으로, 기업체에서 많이 사용되고 있는 자동 전화 응답 시스템을 개발하는데 드는 비용을 크게 줄일 수 있는 제품이다. 항공 회사에서 예매 시스템에 활용되고 있는 자동 응답 시스템의 경우, 한번 개발하는데 1백만 달러가량이드는 것으로 알려져 있다. 이로 인해 규모가 작은 기업은 컴퓨터 응답 시스템의 구축을 엄두도 못 내왔다.

반면 IBM은 저가형 기본 플랫폼으로 소규모 업체를 겨냥한 MS와는 달리 대형 기업을 위한 응용 프로그램 개발을 연구해 왔다. IBM의 연구

소와 퍼베이시브 컴퓨팅(pervasive computing) 부서가 이 분야를 연구 중이다. 특히 IBM 연구소는 다언어 관광 키오스크를 개발 중인데, 이는 미국인이 중국에, 또는 중국인이 영국에 관광을 갔을 때 자국 언어로 관광 가이드를 받을 수 있는 무인 안내 시스템이다. 이 시스템은 지난 3~4년간의 집중 연구 끝에 곧 실용화가 될 것으로 보인다. 2010년까지는 인간만큼 정확한 발음으로 원고를 읽을 수 있는 대화 기계를 개발한다는 것이 IBM의 목표이다. 현재 기술로 개발된 기계는 인간보다 다섯 배에서 열 배 가까이 정확도가 떨어진다.

음성 응용 프로그램은 손 근육 환자나 기타 장애인을 위한 인터페이스로는 물론 최근 관심이 급증하고 있는 보안 시장에서도 유용할 것으로 보인다. 눈동자를 찍어 홍채 인식을 하듯 음성 분석으로 본인 여부를 입증하는 것이 가능할 것이기 때문이다. 최근의 경향은 인간과 완벽한 대화를 나눌수 있는 로봇을 만들기 보다는 대화에 필요한 각 요소를 필요에 따라 갖추고 수학적인 확률 이론에 따라 소프트웨어를 개발하는 것이다. 음성 데이터 처리 표준인 VoiceXML: $X + V(xHTML + VoiceXML)$ 나 SALT(Speech Application Language Tags)와의 연동도 중요한 이슈 중 하나이다. 결국 인문학의 언어학적 연구 성과와 공학의 소프트웨어 개발 기술의 결합에 따라 획기적인 미래 음성 디지털 제품을 기대할 수 있는 것이다.

(2) MS의 음성에서 텍스트 변환 엔진인 '요다'

Yoda (<http://research.microsoft.com/srg/yoda.aspx>)는 최근 인문학과 소프트웨어의 결합 개발 경향을 반영하는 예로, 사용자의 개인적 습성에 맞추어 불러주는 대로 이메일을 작성하는 기능을 포함한다. 요다는 "meet"라는 단어가 나오면 그 다음에는 "in the room"이나 "tomorrow" 같은 때나 장소를 표시하는 부사구가 나올 것이라는 점을

미리 알고, 이를 음성 인식에 활용한다. IBM의 소프트웨어는 음성과 동시에 입술의 움직임이 동영상으로 주어지면 두 가지 정보를 종합해 인식의 정확도를 높이고 있다.

(3) 음악을 듣고 분류하는 소프트웨어

좋은 음악은 슬픈 감정을 위로하거나 들뜨는 기분을 더욱 북돋아 준다. 반면 분위기에 맞지 않는 음악은 아무리 훌륭한 작품이라 할지라도 귀에 거슬리는 소음일 수 있다. 로체스터 대학교 컴퓨터공학과와 미츠노리 오기하라(Mitsunori Ogihara) 교수는 최근 음악을 이해하는 소프트웨어 기술을 개발하고 특허권을 신청해, 진정으로 음악을 듣고 느낄 수 있는 컴퓨터 개발에 한발 더 다가섰다.

이 소프트웨어의 기본 기능은 들려오는 음악을 “듣고” 그 감정적 내용이나 장르에 따라 음악을 분류하는 것이다. 이러한 소프트웨어가 좀 더 발전하면, 즉흥 음악이 듣고 싶을 때는 흥겨운 재즈 선율이 흘러나오고 분위기에 젖고 싶을 때는 애절한 노래를 들려주는 인공지능 디지털 음악 스테이션을 개발할 수도 있을 것이다. 이를 위해서는 어떤 음악이 어떤 감정이나 장르에 연결되는지를 파악하는 것이 우선이기 때문이다.

일본 태생인 오기하라 교수인 10년 전까지 일본에서 베이스 기타를 연주하는 재즈 음악을 했던 경험을 살려 이러한 소프트웨어를 개발한 것으로 알려졌다. 이 소프트웨어는 음악의 신호와 패턴을 분석해 그 내용을 파악하는데, 사용자의 취향을 경험으로 읽어 들여 이를 추후 음악 선곡에 적용하는 것이 궁극적인 목표이다. 실제 그 음악이 재즈 장르에 속하는지 블루스인지가 중요하다기보다는 사용자마다 각자 다른 음악 장르 분류법을 받아들이고 그때마다 선호하는 음악의 장르를 인식한다는 개념이다.

오기하라 교수에 따르면 디지털 신호 분석으로 음악의 장르를 분류한다는 아이디어는 매우 새로운 것이다. 본래 데이터 마이닝과 패턴 분석

분야가 전공인 그는 두 대학원생과 함께 수학적인 웨이블렛(wavelet) 함수를 이용한 음악 분류 알고리즘을 개발했으며, 지난 5월에 이 기술의 특허권을 신청하기도 했다. 오기하라 교수는 애플사의 아이튠즈(iTunes)와 같은 제품에 이 소프트웨어를 적용할 수 있는 방안을 계속 연구 중이다. 인문학은 물론 소프트웨어 개발이 예술의 여러 영역과 직접적 결합을 하고 있는 것이다.

(4) Sony의 인공지능 기술을 이용한 작곡 보조 기술

IBM의 Deep Blue가 컴퓨터가 체스를 인간만큼 잘 할 수 있다는 것을 보여주었던 것처럼 소니 컴퓨터 사이언스 연구소의 연구원인 Eduardo Reck Miranda는 원곡을 작곡할 수 있는 프로그램을 개발하고 있다. 지금까지는 신경 회로망을 이용해 음악을 흉내 내는 정도였을 뿐, 원곡을 만든다는 것은 여전히 어려운 일로 남아 있었다.

Miranda는 오케스트라를 가진 가상의 음악가(agent)와 작곡 과정에서의 음악과의 상호관계에 관한 문제에 대해 연구하고 있다. 비잔틴에서 태어난 Miranda는 실내악과 전자 음악을 작곡했으며, 그의 작품은 미국, 아시아 및 유럽 등에서 입상도 했었으며, 현재는 소니에서 음악에 인공지능 기술을 응용하는 분야에서 일하고 있다. 그러나 인공지능은 신경 회로망으로 작곡가의 스타일을 배움으로써 기존의 작곡가의 스타일을 흉내 내는 수준에 머물러 있는 것이 현실이다.

Miranda는 그의 연구 과정을 보조하는 두 개의 프로그램을 개발했는데, 소프트웨어 합성기(synthesizer)인 ChaoSynth와 음악 구절을 생성해주는 Camus라는 프로그램이다. ChaoSynth는 2차원 패턴으로 된 셀들을 스피커를 구동시킬 수 있는 신호로 바꾸는데 과립형태의(granular) 합성기를 이용한다. ChaoSynth는 'grain'이라는 짧은 연속된 신호를 10~100밀리초 동안 축적함으로써, 많은 다른 셀들이 최종

신호 샘플을 만드는 것을 도와줄 수 있다.

Miranda는 그의 agent에 음성 합성기, 청음 장치, 메모리 디바이스 및 다른 agent와 통신할 때 시스템을 관장하는 스크립트 등을 장착하기 시작했다. 그 agent는 합성기의 파라미터(주로 음의 높이와 길이)를 계산해 그들을 연주하게 된다. 이 agent의 메모리는 음악의 레퍼토리를 저장하고 있으며 agent가 듣고 있는 음의 높이를 추출하는 처리능력을 갖고 있다. 많은 통계 데이터, 임계치 및 여러 보조 파라미터는 agent가 음을 모방할 수 있게 적응해 나가도록 해주는 역할을 한다.

Agent는 얼마나 많은 다른 agent가 노래를 성공적으로 모방하는지를 추적함으로써 각각의 노래에 대한 “popularity”를 관리한다. 한 agent는 거부했지만, 다른 많은 agent의 승인을 받은 노래는 남겨지게 된다. 그러나 agent들에 의해 반복적으로 거부된 노래들은 지워지게 되고 새로운 노래로 대체된다.

소니의 Miranda의 기술에서 새로운 점은 기존의 음악을 수동적으로 재생하는 것이 아닌, 그의 적응게임(adaptive game)을 통해서 작곡하는 방법을 배울 수 있다는 사실이다. 적절한 인지 능력과 물리적인 능력을 가진 가상적인 음악가와 음에 대한 상호 동적 관계 및 환경 조건들이 결합하게 된다면 인공지능 기술을 이용한 실제적인 음악의 작곡이 현실화 될 수 있을 것으로 보인다.

3. 한국형 기획개발 소프트웨어 제안

앞서 설명한 할리우드 및 미국 문화산업(방송, 게임, 뮤지컬, 소설, 교육, 음악, 말하기 등)에서 활발히 개발 및 사용되고 있는 소프트웨어들은 최근 주요한 흐름인 산업 전반의 디지털 기술화에 가장 큰 영향을 받고

있다고 할 수 있다. 우선 '이야기 산업'에 국한해 보자. 3D 배우가 등장하고, 본 촬영과 동시에 편집이 가능해지고, 최종적으로 편집된 영상 역시 여타의 복잡한 과정을 거치지 않고도 극장에서 텔레비전, 휴대폰까지 쉽게 상영되는 디지털 공정의 확산은 기획개발 영역에서도 마찬가지로 크게 진행되고 있다.

영화와 방송, 애니메이션, 게임 등의 영상물의 제작은 이야기의 "기획개발-프리프로덕션-프로덕션-포스트프로덕션" 등의 복잡한 공정을 거쳐 이루어지는데, 첨단기술의 발전과 함께 과거에 수많은 수작업으로 이루어지던 이 공정이 점점 자동기능화에 의해 단축되며 디지털화되고 있다. 그러나 현재까지 디지털 자동기능화가 가장 많이 진척된 공정은 앞서 언급했듯이, "포스트프로덕션(편집/녹음 등)과 프로덕션(촬영)" 분야이며, "기획개발-프리프로덕션" 분야의 디지털화는 컴퓨터 타자를 통한 문서 작성과 예산 및 공정관리를 위한 간단한 소프트웨어를 사용하는 정도에 불과한 단계이다. 특히 한국의 경우에는 이 정도의 디지털 공정화도 거의 안 되어 있는 상황이다. 요컨대, 기획단계에서 디지털은 '엑셀'과 '한글'만이 사용된다고 해도 과언이 아닌 것이다.

이렇듯 영상물 제작에 필요한 하드웨어 기술은 상당 부분 디지털화되어 있으나, 콘텐츠의 기획개발 분야는 아날로그적인 수작업 상태에 머물고 있어 촬영 이전 단계에서 시간과 비용과 효과 면에서 상당한 비효율이 발생하고 있다고 할 수 있다.

그렇기 때문에 할리우드에서는 90년대 후반부터 이런 문제점을 개선하기 위해 기획개발-프리프로덕션 단계의 중요한 축인 이야기 저작과 스토리보드 제작을 디지털 자동기능화하기 위해 다양한 소프트웨어를 개발하고 있는 것이다. 그러나 할리우드의 경우에도 아직은 저작의 편의를 높이고 시간을 줄이기 위한 포맷 개발 수준에 머물고 있다.

따라서 이야기 기획개발-프리프로덕션의 전 과정을 기술적 편의와 시

간단축의 차원에서만이 아니라 공동 작업에서 요구되는 상호작용과 콘텐츠의 논리적 구조와 예술적 창의성을 함께 증진시킬 수 있는 계기는, '이야기의 기획 및 저작(스크립트 S/W)'뿐만 아니라, 그 결과물인 '시나리오를 동영상 스토리보드로 전환'(스토리보드 S/W)하여, 이야기의 논리적 연관과 창의성을 분석하고 기획목표를 극대화할 수 있도록 '수정 보완하는 작업'(컨설팅 S/W)을 각기 소프트웨어로 만듦으로 극대화할 수 있을 것이다. 나아가 최종적으로는 이 3개의 소프트웨어를 하나의 소프트웨어(가령, '3D 스토리 시뮬레이션 소프트웨어')로 통합하여 "One-Stop 디지털 프리프로덕션 시스템"을 구축할 수 있을 것이다.

이러한 인문학과 공학이 결합하여 영상을 비롯한 문화산업 콘텐츠 기획개발의 공정을 성공적으로 디지털화할 경우, 유비쿼터스 환경에서 쌍방향으로 소통될 디지털 영상콘텐츠 시대를 맞아 엄청난 물량이 요구되는 디지털콘텐츠의 수요에 대해 창의적이고 다양한 콘텐츠를 공급할 수 있는 효과적인 체계가 마련될 수 있을 것이다. 결국 인문사회과학과 예술 분야는 물론 일상생활에서 생산되고 소통되는 다양한 지식·감성 콘텐츠를 영상제작과정에 용이하게 결합할 수 있게 될 터이다. 할리우드와 실리콘 벨리는 바로 이런 시대를 대비하여 다양한 소프트웨어 개발을 본격화하고 있으나, 우리나라에서는 아직 이 분야의 연구가 전무한 상태이다.

그러나 할리우드의 소프트웨어 개발 역시 아직은 부족한 상황이므로 한글 체제에 맞으면서, 한국과 동아시아의 풍부한 신화와 이야기를 담은 '한국형 디지털콘텐츠 저작 소프트웨어'를 개발한다면, MS워드의 '카트리나'와 같은 파고 속에서도 '아래하 한글'의 경쟁구도가 성립되었던 것처럼 경쟁력을 확보하고, 이를 통해 한국적 콘텐츠문화의 보호와 진흥에 적극 기여함은 물론, 인문학의 직접적이고 적극적인 문화산업 기여 활로를 활짝 여는 계기가 될 수 있을 것이다. 아래는 이러한 소프트웨어를 개발하기 위해 인문학의 각 요소가 어떻게 결합할 수 있는지 간략히 예시

한 표이다. ('저작 소프트웨어'에 국한하였다. 각 소프트웨어 개발을 위한 인문학의 결합 방안과 실질적인 소프트웨어 개발 방향은 보다 심층적인 연구를 요한다. 빠른 시일 안에 이루어지길 기대한다.)

〈표 30〉 디지털콘텐츠 저작 소프트웨어와 인문학의 결합

| 분류 | 항목 | 인문학의 결합 분야 |
|------------|-------------|--|
| 자료검색 | 소재 | 고전문학, (한국)문학사, 시의 이미지, 희곡, 신화, 설화, 전설, 구술사 연구 등 |
| | 주제 | 인류학, 하위문화연구, 대중문화연구, 철학의 주제들 등 |
| | 포맷 | 드라마연구, 희곡의 역사, 다양한 문학 장르 등 |
| | 장르 - 스타일 | 애니메이션, 극영화, 공포, 스릴러, 서부극, 트랜디드라마 등에 따른 서사 분석, 서사 분할, 캐릭터 연구, 유형 연구 등 |
| | 주인공의 미션, 변화 | 영웅의 역사, 신화연구, 설화연구 등 |
| | 기타 (B/W) | 흑백, 컬러에 따른 감정의 변화(심리학) 등 |
| 분석을 위한 시각화 | 갈등 곡선 | 플롯 연구 |
| | 서술자 유형 | 서술자, 피서술자, 화자, 피화자 등 화자연구, 시점 연구 등 |
| | 캐릭터 구도 | 그레마스 행동자 모델, 기호 사각형 등 언어학과 기호학연구 등 |
| | 시간 분포 | 문학, 희곡 등 각 장르에 따른 유형 연구 등 |
| | 공간 분포 | 문학과 희곡 분석, 공간 유형화 연구 등 |
| | 리듬 템포 비트 | 장, 시퀀스, 씬의 운율과 속도 연구 등 (문학연구) |
| 비교 분석 시각화 | 소재-주제 매칭 | 소재와 주제의 매칭 모순 장단점 분석 연구 등 |
| | 캐릭터 | 성격 비교 분석, 유형화, 문학연구, 설화/신화 연구 등 |
| 평가를 위한 시각화 | 재미 | 의미의 논리적 유형과 놀이 유형, 반전, 부조리, 역설, 연역, 귀납, 가추 등 논리학과 철학 연구. |
| | 감동 | 정동의 논리적 유형과 놀이 유형, 감정 이입과 거리두기 등 심리학과 인류학, 철학, 윤리학 연구. |
| | 불거리 | 시청각적 자극의 강도, 서술적 일치 불일치 연구, 철학, 역사학 등 |
| | 이슈 | 철학, 윤리학, 역사학, 윤리학 등의 연구과 성찰 등. |

제 3절 일본의 학제적 인문학 연구 시스템

일본은 개별기업과 교육기관들은 상호의 협력수급과 공급이라는 측면을 연계하여 산학협력 모델을 문화콘텐츠 산업의 저변분야부터 핵심 분야로 폭넓게 구축한 가장 모범적인 사례 국가이다. 특히, 대학의 문화콘텐츠 관련 대학원, 연구소 등의 기능 중 리서치, 소프트웨어 개발, 공동 프로젝트 등을 활용하여 기업과 대학이 상호 이익을 취하는 구조를 확립하고 있다.

대학의 인문학 계열의 교육시스템도 여기에 호응하여 정통적인 문자위주의 인문학의 연구 틀을 과감히 벗어 던지고 학제적인 연구과 교수시스템을 확장하는 추세로 가고 있다. 본 연구에서는 동경대학 대학원의 정보학환(情報學環), 학제정보부(學際情報府)의 개념 및 정보창조콘텐츠 학과의 커리큘럼과 세이카대학(精華大學)의 「행동하는 인문학」 커리큘럼을 소개하기로 한다.

1. 동경대학의 대학원 학제정보학부¹²⁾

가. 개요

동경대학 대학원은 정보학 중심의 대학원이다. 대학원에서는 사회정보학, 문화인간정보학, 학제이수정보학의 세 가지 코스를 운영하고 있다. 특히 사회정보학과 문화인간정보학 분야에서 가장 뛰어난 연구실적 및 인재를 배출해 온 동경대학은 2004년 일본의 영화, 애니메이션, TV, 게임 등의 디지털 콘텐츠 분야의 인재양성을 위해 2005년 4월부터 대학원

12) 한국문화콘텐츠진흥원(2005)의 내용과 2006년 동경대학 안내책자를 주로 참조하였음.

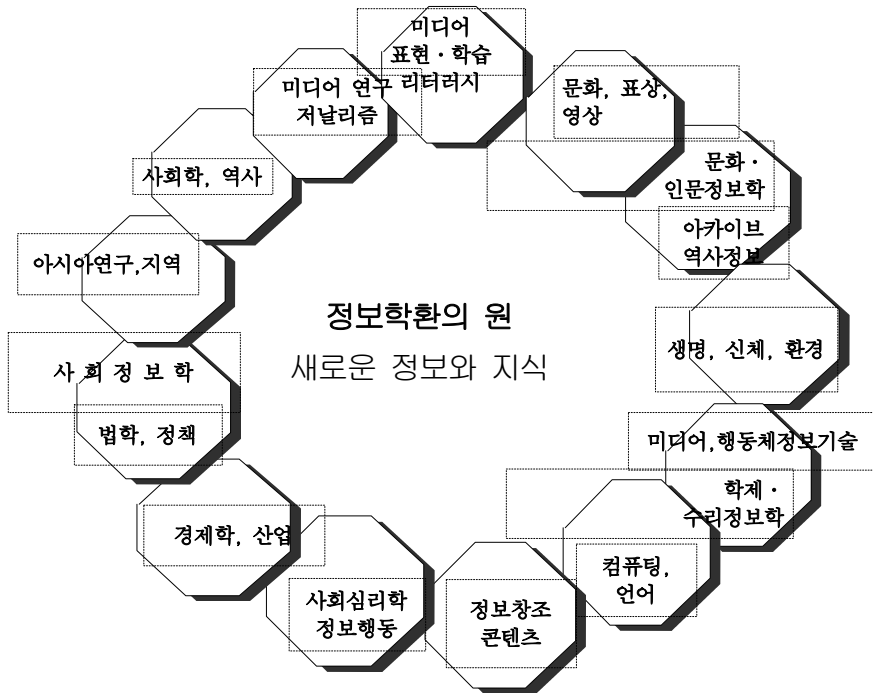
내에 ‘콘텐츠 창조 교육연구 코스’를 개설하고 제1기 교육을 시작하였다.

이러한 배경에는 일본의 게임 산업과 텔레비전 등의 미디어 산업에 대한 해외의 높은 평가와 더불어 후발 주자들인 한국, 중국의 맹렬한 추격을 방지할 수 없다는 학계의 평가가 있다. 일본의 경우 국내 콘텐츠 시장이 12조엔 이상이고, 이 중 2조엔 이상이 디지털 콘텐츠 시장으로 추정되며, 향후 디지털 시장의 비율은 엄청난 속도로 증가할 것으로 예상된다. 또한 일본이 전 세계 문화콘텐츠 시장의 10%(미디어 포함)나 차지하고 있음에도 불구하고 미국에 비하면 상당한 격차가 있는 것이 사실이다. 동경대학은 이러한 현실에서 문화콘텐츠 강국을 실현하기 위한 연구 중심의 코스를 개설하였다.

나. 정보학환(情報學環), 학제정보부(學際情報府)라는 새로운 이름

정보기술의 급속한 발전과 이용의 확대에 의해 [정보]가 현대사회에서의 의미는 중요한 것이 되었다. 인간의 행동이나 의식, 사회의 시스템, 문화와 예술, 산업과 정치 국제관계 등 인간사회의 모든 측면이 [정보]의 양식변화의 임팩트에 의해 근본적인 변혁을 필요로 한다. 21세기에는 이러한 정보양식이 지구상의 생명, 인간 사회의 동향을 규정하는 기반이 될 것이다. 정보학환(環), 학제정보부(府)로 구성되는 대학원조직은 전문심화와 향상성을 기본적인 특질로 하는 종래의 연구과의 한계를 넘어 정보관련의 영역을 네트워크로 연계하는 조직으로 설치되어 정보학 분야의 종합적인 교육연구를 첨단적 다이내믹하게 추진하는 형태를 가지고 있다. 기본적인 특징은 조직구성원의 유동성과 전학적 연계 연구조직인 정보학환과 교육조직인 학제정보학부의 양립이다.

[그림 20] 정보학환의 개념과 범위



환이란 둥근 모양을 하고 있다는 형태적인 요소와 돌아간다고 하는 운동적 요소의 함의가 있다. 학환이라는 용어는 대학조직의 개념으로 존재하지 않았던 것인데 본질적으로 학제적인 특성을 가지고 있는 정보학의 비약적인 발전을 기도하고 지금까지의 대학조직의 형태에 국한하지 않고 목적 합리성과 조직합리성을 고려하여 구축한 네트워크형의 새로운 조직 형식이며 이러한 종래에 없는 조직의 내실에 적합한 조직 명칭을 부친 것이다.

정보학환은 자기 완결적인 조직이 아니라 세로형으로 심화되어왔던 정

보학을 횡형으로 등글게 엮는 구조를 만들어 정보학의 문리융합적인 발전을 꾀하려는 것으로 조직 내에 다수의 유동교원을 포함하여 정보학연구의 최첨단의 성과를 학내에 순환시켜 상호 자극과 학문융합을 시도하려는 개방성이 높은 조직이다. 이러한 형태상의 의미나 운동적인 특성을 생각하여 자기완결성이 높은 교육연구조직에 사용되어왔던 연구과, 학부·학군, 학계라는 용어가 아니라 학환이라는 용어가 이 조직의 형태 구조 기능을 표상하고 있다고 생각하는데서 만들어진 것이다.

[정보학환]의 기간교원과 다수의 유동교원에 의해 구성된다. 다수의 분야횡단적인 프로젝트연구를 기둥으로 하고 문제이계의 구별을 넘는 정보분야의 융합을 목표로 한다.

인터넷사회에서는 통신과 방송이 융합하여 기간 인프라가 되고 버추얼 리얼리티로 대표되는 사이버 환경이 인간의 신체, 생활, 지식에서 경제·법제도, 국제질서까지의 레벨에서 지적과제를 제기하고 있다. 이러한 과제에 직면하여 정보관련 연구가 IT베이스의 정보학으로 발전 통합된다.

문리를 횡단하여 [정보]의 전문연구자와 직업인을 육성하는 21세기 정보사회에 대응한 첨단적인 대학원이다. [새로운 정보지의 창조]를 컨셉으로 하여 철학에서 공학, 예술에서 경제, 컴퓨터 사이언스에서 저널리즘까지 다분야를 횡단하여 성장하는 대학원이다.

다. 세부코스

정보학환은 세 개의 학제적인 코스로 이루어져 있다.

1) 사회 정보학 코스

미디어나 커뮤니케이션에 관한 정보사회의 문제를 학제적으로 공부한다. 1)미디어와 저널리즘, 2)사회학과 역사, 3)아시아연구 및 지역연구,

4)법이론 및 정책연구, 5)경제학적 접근 및 산업연구, 6)사회심리학적 접근화 정보행동연구 등의 연구 분야를 포함한다.

2) 문화, 인간 정보학 코스

생명현상이나 진화, 신체지각, 현대문화, 미디어, 영상, 텍스트, 아카이브, 리터러시 등 21세기적 과제에 이론적으로 실천적으로 다가가는 분야이다. 1)생명, 신체 및 환경적 접근 방법 2)문화, 표상, 영상 등의 매체에 대한 연구, 3)미디어 표현, 학습, 리터러시에 대한 연구, 3) 역사정보 중심의 연구과정들을 포함하고 있다.

3) 학제수리정보학 코스

학제성을 의식하여 수리적인 방법론을 중심으로 정보학을 학제적으로 연구하는 코스이다. 세부적으로는 1) 정보조형, 콘텐츠를 축으로 하고 미디어 아트표현, 콘텐츠제작 등을 배우는 과정과 2) 컴퓨팅, 언어 중심의 연구과정, 3)정보처리기술, 로봇 등 행동체에 관한 정보기술미디어기술을 수리적으로 접근하는 연구 등을 포함하고 있다.

라. 콘텐츠 창조 교육연구 코스

동경대학 대학원의 최종적인 인재양성 목표를 한마디로 표현하면 ‘첨단 과학 지식과 국제 비즈니스 개발능력을 갖추 산업현장의 기술적, 비즈니스적 판단을 지원하는 지도자의 양성’이다. 그렇기 때문에 실무나 기술능력 습득 중심의 대학과는 달리 기술의 변화방향과 사회적 반응, 문화콘텐츠 분야의 비즈니스의 방향성 등을 연구하는 것을 주 커리큘럼으로 한다. 즉, 내용적 측면에서 다분히 기술적인 것이라 하더라도 직접 이를 제작하거나 개발하는 내용이 아닌 기술을 어떻게 문화콘텐츠에 적용할 것인가,

이를 어떻게 상업화할 것인가 등을 연구한다.

먼저 크게 4가지로 나누어 볼 수 있는 커리큘럼의 구조에 대해 살펴보면 다음과 같다.

콘텐츠 창조 교육연구 코스는 크게 4가지 분야로 나뉘어진다. 그 중 3 분야는 2년에 걸쳐 점차 수준을 높여가도록 설계되어 있고, 1분야는 2학년 1년 동안 이루어지도록 설계되어 있다. 디지털 콘텐츠 창조과학 강의 분야에서는 주로 교수진의 강의를 수강하는 내용으로 기초지식과 이론을 습득하는 과정이다. 엔터테인먼트 테크놀로지 연구 분야에서는 디지털 콘텐츠와 관련된 기본 지식과 첨단지식의 방향에 대해 학습함으로써 향후 시장대응방안, 콘텐츠의 새로운 분야 개척 등을 위한 지식을 습득하게 된다. 이에 반해 디지털 콘텐츠 창조과학 특론에서는 현장과 관련된 학습을 중심으로 비즈니스의 창조와 시장연구에 기여할 수 있는 학문을 중점적으로 그동안의 학습을 검증하고, 적용을 모색하며, 연구논문을 완성한다. 분야별 세부 커리큘럼을 살펴보면 다음과 같다.

<표 31> 콘텐츠 창조 교육연구 코스의 커리큘럼 구조

| 분 야 | 주요 학습내용 | 년 차 |
|----------------------|--|-----|
| 디지털 콘텐츠 창조과학 강의 | - 디지털 콘텐츠 창조 기초이론 - 디지털 콘텐츠 창조의 개별 지식 | 1~2 |
| 엔터테인먼트 테크놀로지 연구 | - 디지털 콘텐츠 관련 기술지식 - 디지털 콘텐츠 창조를 위한 첨단지식 | 1~2 |
| 디지털 콘텐츠 창조과학 특론 | - 디지털 콘텐츠 타입 연구 - 작품 비평 - 산업현장 연구 | 1~2 |
| 디지털 콘텐츠 창조과학 연구논문 | - 전공분야 집중연구 - 인턴십 - 연구논문 | 2 |

본 코스를 위해 30여명의 교수진이 구성되어져 있다. 코스 자체가 대학원 석사과정과 같은 레벨이지만 1인당 학생 수를 보면 2.6명 수준을 유지하고 있다. 특히 디지털 콘텐츠 창조과학 특론 분야에는 영화감독, 세가 등의 최고경영자, 극작가 등이 총 망라되어 현장을 바로 이해할 수 있는 교수요원을 배치하였다.

코스가 2005년 4월에 첫 학생을 모집한 단계라 취업과 진로에 대한 부분은 자료화할 수 없는 아쉬움이 있다. 하지만 향후 이들은 세계의 문화콘텐츠 관련 비즈니스의 흐름을 파악하고, 일본의 대응방안을 수립하며, 첨단 테크놀로지와 문화콘텐츠를 결합하는 방향성을 제시하는 일을 수행하게 될 것이다. 우리나라의 현실과는 아직 거리가 먼, 우리가 하루 빨리 벤치마킹해야 할 분야로 판단된다.

<표 32> 콘텐츠 창조 교육연구 코스의 세부 커리큘럼

| 분 야 | 주요 커리큘럼 | 비 고 |
|----------------------|---|-----|
| 디지털 콘텐츠 창조과학 강의 | <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 제작이론 - 첨단 과학기술과 예술 표현론 - 콘텐츠 산업론 - 글로벌 전략론 - 콘텐츠 제작 기술론 - 콘텐츠 법무, 재무 | |
| 엔터테인먼트 테크놀로지 연구 | <ul style="list-style-type: none"> - 가상현실 - 컴퓨터 그래픽스 - VR과 오감 정보통신 - 디지털 영상처리 - 어카이브 기술 - 콘텐츠 유통 기술 - 콘텐츠 지각 심리 - 제작 전시 프로듀스 - 인터페이스 디자인 | |
| 디지털 콘텐츠 창조과학 특론 | <ul style="list-style-type: none"> - 고전연구 - 작품해석 - 애니메이션 제작의 이론과 실천 - 게임 프로듀서론 - 영화산업론 - 디지털미디어 | |
| 디지털 콘텐츠 창조과학 연구논문 | <ul style="list-style-type: none"> - 국내 인턴십 - 해외 인턴십 - 제작, 마케팅 시뮬레이션 - 논문 | |

마. 연구 프로젝트 사례

1) 도쿄대학 게임연구 프로젝트

텔레비전 게임을 지적 복합체로 간주하고 고찰하는 산학공동형 연구, 텔레비전 게임과 사회, 텔레비전게임과 기술과의 관계를 중시하여 연구하

였다.

2) 20세기에서의 전쟁과 미디어와 관한 메타 아카이브 구축 프로젝트

20세기의 전쟁에서의 미디어 표상의 생산과 유통, 소비에 대하여 사회학, 역사학, 미디어 연구, 영화사, 디자인사, 사진사 등의 연구자가 협력하여 조사하고 분석한다. 예를 들어 전시의 프로퍼간다 자료를 공개 가능한 화상 데이터베이스로 완성시키고 있다. 미국 등의 전시 포스터 660매, 만주 필리핀에서의 선전자료 검증을 한 고도의 것을 데이터베이스로 구축하고 전쟁의 미디어 표상에 대한 공동연구를 진행하고 있다. 전쟁과 미디어와 관한 데이터베이스를 구축한다.

3) 20세기의 아시아의 대중문화와 일상생활에서의 미국의 수용과 반발에 관한 국제 공동연구

냉전기를 중심으로 아시아 지역에서의 미국(미국적 가치)의 수용과 반발에 대하여 문화적 차원으로 횡단적인 비교역사 연구를 한다. 미국의 군사적 경제적 문화적 영향에 초점을 맞추고 영화, 텔레비전, 만화, 음악 등의 도시공간이나 기지문화까지의 대중문화의 레벨의 변화를 분석한다.

1. 대중문화나 미디어 이미지차원에서의 [미국적인 것]의 소비, 군사와 정치적 구조, 경제 및 산업구조의 차원을 연결하고 아시아 여러 나라에서의 미국의 그림자를 분석한다.

4) 새로운 대화 성장형 디지털 백과전서를 기반으로 한 디지털화된 지적 집적의 메타 아카이브적 통합

데이터 처리의 공학적 방법론과 콘텐츠와 관련한 문헌적인 방법론을 동시에 사용하는 연구이다. 1)정보학을 기본으로 인문학적인 융합을 시도하며, 2)일영한중의 4개국어 번역시스템을 개발하며, 3) 아시아의 주

요대학과 연계하여 연구하는 새로운 백과전서적 개념이다.

2. 교토 세이카대학(精華大學)의 「행동하는 인문학」

가. 개요

교토의 세이카대학은 “학제주의”, “국제주의”, “체험주의”를 교육의 기본 방침으로 하여 종래의 인문학이 주제로 삼아왔던 인간과 문화 분야 뿐 아니라 자연이나 사회를 시야에 넣은 「행동하는 인문학」을 실천하고 있다.

구체적인 학과는 사회미디어학과, 문화표현학과 그리고 환경사회학과의 3학과로 구성한다. 문화표현학과의 경우 문화표현의 이론군과 역사군, 제 영역군의 3군을 상호 관련적으로 배울 수 있도록 구성하여 일본이나 아시아등의 각국의 예술, 예능을 종합적으로 이해하도록 도와고 있으며 학습방향은 전통문화를 살펴 현대적 의미를 부여한다.

나. 문화표현학과의 커리큘럼

1) 문화표현의 이론군

문화표현의 이론군은 예능문화론, 미학개론, 종교민속학개론, 비교 문학개론, 현대 예술론 등 무화이론적인 전공들을 중심으로 하고 있다.

2) 문화표현의 역사군

문화표현의 역사군은 일본 예능사, 문예표현사, 일본미술사, 동양미술사, 서양미술사, 구전문화의 역사, 음악문화사 주로 음악 및 미술 등 예능 관련 문화의 역사적인 측면에 대한 공부를 중심으로 하고 있다.

3) 문화표현의 제영역군

문화표현의 제영역군은 여성문학론, 아동문학론, 문학저널리즘, 스토리텔링, 설화, 전승사, 일본문화사개론, 일본영화론, 영화예술론, 만화문학론, 회화와 예능, 무대예술론, 무용론, 포퓰러뮤직사, 일본가요사, 남도문학론, 이야기예능, 거리에능연구, 텔레비전과 문화, 패션, 메이크업사, 비교전축문화론 등 다양한 과정들을 포함하고 있다.

제 4절 해외 사례연구의 시사점

1. 프랑스 인문학콘텐츠 상품화의 시사점

프랑스는 국영방송을 중심으로 다양한 인문학콘텐츠를 상품화하여 공급하고 있다. 미술, 영화, 문학, 다큐멘터리, 대담, 낭송 등 다방면의 영역에 걸쳐 그 종류도 수백 종에 달하며, 매체의 형태도 CD, CD-Rom, DVD, 테이프 등 콘텐츠의 특성과 소비자의 생활환경을 반영하여 다양하게 공급되고 있다. 이러한 점은 인문학의 사회적 저변을 확인하여 주는 것이자 방송프로그램의 균형 잡힌 편성을 반영하는 것으로서 국민대중을 위한 인문학의 보급과 문화산업 장기적인 발전과 인문학을 연계하는 시스템을 모색하는 과정에 시사하는 바가 크다고 할 것이다.

프랑스의 인문학 콘텐츠 상품화를 우리 현실에 적용하는 문제와 관련하여 몇 가지 점을 지적하여 보자. 우선, 그러한 문화콘텐츠가 생산되게 되는 근원에는 그러한 프로그램을 편성하는 방송 및 방송시스템을 주목하게 된다. 방송의 공공성과 인문학의 대중화와의 관계를 생각하게 된다. 그 다음은 과연 우리나라에는 그만한 프로그램을 요구하는 시청자 층 혹은 그러한 인문학 콘텐츠를 소화할 수 있는 최소한의 인문학 수요가 일반 국민들 사이에 형성되어 있는가 하는 문제와 더불어 인문학의 수요가

없다면 과연 그것으로 그만인가 하는 두 가지 질문을 동시에 떠올려 본다. 아마도 아닐 것이다. 우리나라에는 인문학 수요가 없으므로 그러한 방송의 편성 혹은 인문학 콘텐츠의 보급이 쉽지 않을 것이다.

그러나 인문학 수요가 적다고 하여 인문학 교양의 공급이 필요 없는 것은 아니다. 인문학이 외부효과를 광범위하게 발생시키는 공공재임은 선진국들이 더 잘 인식하고 있다. 그리고 인문학 또한 현재의 소비가 과거의 소비에 의존하는 문화적 재화로서 미래의 안정적인 수요기반을 위해서는 현재의 인위적인 소비정책이 어느 정도 필요한 부문이라는 점을 잊어서는 안 될 것이다.

2. 미국 기획소프트웨어 개발의 시사점

할리우드 및 미국 문화산업(방송, 게임, 뮤지컬, 소설, 교육, 음악, 말하기 등)에서 활발히 개발 및 사용되고 있는 소프트웨어들은 최근 주요한 흐름인 산업 전반의 디지털 기술화에 가장 큰 영향을 받고 있다.

영화와 방송, 애니메이션, 게임 등의 영상물의 제작은 이야기의 “기획개발-프리프로덕션-프로덕션-포스트프로덕션” 등의 복잡한 공정을 거쳐 이루어진다. 첨단기술의 발전과 함께 과거에 수많은 수작업으로 이루어지던 이 공정이 점점 자동기능화에 의해 단축된다. 현재까지, “포스트프로덕션(편집/녹음 등)과 프로덕션(촬영)” 분야의 디지털 자동기능화가 많이 진척된 반면, “기획개발-프리프로덕션” 분야의 디지털화는 컴퓨터 타자를 통한 문서 작성과 예산 및 공정관리를 위한 간단한 소프트웨어를 사용하는 정도에 불과한 단계이다.

할리우드에서는 90년대 후반부터 이야기 저작과 스토리보드 제작을 디지털 자동기능화하기 위해 다양한 소프트웨어를 개발하고 있으나 아직은 저작의 편의를 높이고 시간을 줄이기 위한 포맷 개발 수준에 머물고 있다.

따라서 한글 체제에 따라 한국과 동아시아의 풍부한 신화와 이야기를 담은 '한국형 디지털콘텐츠 저작 소프트웨어'를 개발한다면 MS워드의 높은 파고 속에서도 '아래아 한글'의 경쟁구도가 성립되었던 것처럼, 경쟁력을 통해 한국적 콘텐츠문화의 보호와 진흥에 적극 기여하고, 인문학이 문화산업에 직접적이고 결정적으로 기여하는 계기가 될 수 있을 것이다.

우리는 이야기 구성과 문학사, 한국과 동아시아의 신화, 대중 취향 연구 등에 있어 전문가라 할 수 있는 인문학자와 학생들이 풍부히 많다. 따라서 그 활용정도는 무궁무진하다. 인문학자와 인문학도들의 참여 여하에 따라 얼마든지 자신의 연구를 지속하면서 산업적으로도 성과를 낼 수 있는 방안이 한국형 '이야기 저작 소프트웨어'와 '스토리보드 저작 소프트웨어', '애니메틱스 소프트웨어' 등이라 할 수 있다.

3. 일본 학제적 연구시스템의 시사점

일본은 산학협력 모델을 문화콘텐츠 산업의 저변분야부터 핵심 분야로 폭넓게 구축한 가장 모범적인 사례 국가이며, 특히 대학의 문화콘텐츠 관련 대학원, 연구소 등의 기능 중 리서치, 소프트웨어 개발, 공동 프로젝트 등을 활용하여 기업과 대학이 상호 이익을 취하는 구조를 확립하고 있다.

그 대표적인 사례로서 일본의 동경대학 대원은 정보학 중심의 대학원으로 개편하여 사회정보학, 문화인간정보학, 학제이수정보학의 세 가지 코스를 운영하고 있다. 인간의 행동이나 의식, 사회의 시스템, 문화와 예술, 산업과 정치 국제관계 등 인간사회의 모든 측면이 [정보]의 양식변화의 임팩트에 의해 근본적인 변혁을 필요로 하는 21세기에는 이러한 정보양식이 지구상의 생명, 인간 사회의 동향을 규정하는 기반이 될 것이라고

보는 문제의식을 바탕으로 동경대학 대학원의 기본적인 특징은 조직구성원의 유동성과 전학적 연계 연구조직인 정보학환과 교육조직인 학제정보학부의 양립이다.

한편, 교토의 세이카대학은 “학제주의”, “국제주의”, “체험주의”를 교육의 기본방침으로 하여 종래의 인문학이 주제로 삼아왔던 인간과 문화 분야뿐 아니라 자연이나 사회를 시야에 넣은 「행동하는 인문학」을 실천하고 있으며, 구체적인 학과는 사회미디어학과, 문화표현학과 그리고 환경사회학과의 3학과로 구성한다. 문화표현학과의 경우 문화표현의 이론군과 역사군, 제영역군의 3군을 상호 관련적으로 배울 수 있도록 구성하여 일본이나 아시아 등의 각국의 예술, 예능을 종합적으로 이해하도록 다루고 있으며 학습방향은 전통문화를 살피 현대적 의미를 부여한다.

이상의 일본의 사례는 미디어, 문화연구, 지역문화 연구, 학제적 시스템 도입을 통하여 혁신을 꾀하고 있는 우리나라 인문학에 좋은 참고가 될 것으로 사료된다.

제5장 문화산업에서의 인문학 활용 개선 방안

인문학은 문화산업에 대하여 대체로 다음의 세 가지 경로를 통하여 기여를 할 수가 있으며, 이러한 기여에 있어서 문제점을 개선하고 효율을 높이는 것이 문화산업에서의 인문학 활용개선방안이 될 것이다.

첫째, 인문학은 자신의 연구수준을 높여 다양하고 우수한 인문학 콘텐츠를 공급함으로써 문화산업의 생산성 제고에 외부효과를 일으킬 수 있다. 둘째, 인문학은 교육내용의 개선을 통하여 문화산업에 종사하는 콘텐츠중심 인력 및 기술 인력들에게 문화산업의 생산에 도움이 되도록 상상력과 창의력을 제고할 수 있는 인문학적 소양을 공급함으로써 기여할 수가 있다. 셋째, 인문학은 연구인력 및 교과과정의 학생들이 콘텐츠 산학협력시스템을 통하여 문화산업 제작-유통-소비과정의 연구개발에 참여함으로써 문화산업의 생산성을 높일 수가 있다. 이는 요약하면 인문학의 근본적인 연구방식의 변화, 교육 커리큘럼의 변화, 문화콘텐츠 연구개발시스템의 개선을 요구하는 것인 바, 이는 이왕에 인문학의 변화를 모색하는 많은 연구와 문화콘텐츠 연구개발 시스템의 향상을 위한 많은 연구들이 있어왔다. 이하에서는 이러한 연구들을 바탕으로 <표 33>에 요약된 틀에 입각하여 인문학 연구 및 교육체계의 개선과 문화콘텐츠 연구개발센터를 중심으로 정리하기로 한다.

〈표 33〉 문화산업에 대한 인문학의 기여도 향상 방안

| 구분 | 개 선 안 | 공 통 사 항 |
|-------------------|--|---|
| 컨텐츠생산 | <ul style="list-style-type: none"> - 인문학 콘텐츠 및 연구자 DB구축 · 인문학 영상 디지털아카이브 구축 · 인문학 연구자 DB 구축 - 번역환경의 개선 · 번역전문기관의 설립 | <ul style="list-style-type: none"> - 인문학 연구체계의 개선 · 매체 중심의 통합인문학의 지향 · 인문학과 통합되는 다양한 연계전공/복수전공/통합전공/협동과정 설치 확대 · 지역학 연구의 강화 |
| 인력의공급 | <ul style="list-style-type: none"> - 교육기관 커리큘럼의 개선 · 다양한 직업영역 과목개설 - 인문학 수요기반의 강화 · 인문학 인증제 | |
| 콘텐츠 연구개발시스템(산학협력) | | |

제 1절 인문학 연구 및 교육체계의 개선과 지원

문화산업에 대한 인문학의 기여를 확대하기 위해서는 첫째, 미디어 문화연구, 지역문화연구, ‘통합적 인문학’으로서 인문학 커리큘럼의 개선, 둘째, 연구자 DB의 구축, 인문학 영상 DB의 구축 등 인문학 연구효율의 제고, 셋째 번역청 및 인문학 인증제 등 인문학 공급 및 수요기반의 강화가 필요하다.

부연설명을 하자면, 첫째는 메뉴판을 바꿔야 한다는 것이고, 둘째는 기존의 연구자산이나마 정리정돈을 하여 사용의 효율을 높여야 한다는 것이며, 세 번째는 인문학의 외부효과를 감안하여 특히 ‘문화후발국’으로서 인문학의 품질관리와 소비 진작을 위한 최소한의 지원 중 문화산업에 밀접한 정책을 언급한 것이다.

1. 인문학 연구 및 커리큘럼의 개선

오늘날 인문학은 과거와는 전혀 다른 패러다임과 새로운 사고방식을 가진 사람들을 상대해야만 하게 되었다. 문자보다는 영상을 편하게 느끼고 영상으로 표현하는 영상세대가 도래한 것이다. 그래서 일부 인문학자는 이러한 시대의 변화에 맞추어 인문학이 기꺼이 변해야 한다고 주장한다. 문자중심의 인문학은 영화, 텔레비전, 팝뮤직 또는 광고 등 다양한 매체를 포괄하는 '미디어 문화연구'로 확대되어야 한다고 주장한다.

보다 일반적으로는 인문학의 도전은 정보화와 세계화로부터 오는 것이다. 그러므로 인문학은 정보화의 도전에 대하여 '문화연구'로 세계화의 도전에 대하여 인문학은 '지역연구'로 대응하여야 한다고 하는 주장이 공감대를 넓혀가고 있다. 인문학의 현실에 대한 기여를 높이기 위해서는 문학 중심의 인문학을 지양하고 고립된 학제를 지양하고 삶의 현실을 담아내는 학제 간 연구와 '통합 인문학'을 지향해야 한다는 요구도 점차 확대되고 있다. 인문학적 차원에서도 여전히 논란이 진행 중인 인문학의 새로운 정의를 담고 있는 문제이긴 하지만, 본 연구의 주제와 관련하여서 시사하는 바는 너무나 간명하다. 옳고 그름의 문제가 아니라 문화산업의 입장에서는 '문화산업에 의한 인문학 활용이 활성화'되기 위해서는 당연히 미디어 문화연구, 지역학, 통합적 인문학으로 변화해야만 하는 것이다. 인문학이 직면하고 있는 '정보화', '세계화' 그 자체가 문화산업이기 때문이다.

최근 문화산업에서 해외 여러 방면으로 수출이 급격하게 확대되고, 지역의 균형발전과 관련하여 영화제 및 각종 축제의 기획 및 진행의 요구가 늘어나면서 자막번역자 행사 기획 및 진행자의 부족현상이 나타나고 있는 것은 인문학의 문화연구, 지역연구, 통합적 연구에 대한 문화산업의 수요를 나타내 준다.

가. 미디어 문화연구의 지향

전통적인 인문학은 문자 문화와 거의 동일시될 정도로 문헌 중심으로 진행되어 왔다. 그러나 문자보다 이미지 중심의 사유를 특징으로 하는 영상시대는 문자 위주의 인문학에 근본적인 변화를 요구한다. 서구에서는 이미 1960년대부터 이에 대한 논의가 본격적으로 시작되었음을 주목할 필요가 있다. 포스트모더니즘의 이름으로 표출된 다양한 문화의 새 모습은 인문학이 주종을 이루던 문자 텍스트를 영상 텍스트로 대체했으며, 그에 따라 문자를 중심으로 한 문학과 연극의 모습은 빛과 소리, 곧 연출의 총체로 변한지 오래다. 문제가 되는 것은 인문학의 ‘사유’가 영상 쪽의 ‘기술’과 공존할 수 있느냐 하는 것이지, 문자 텍스트로의 귀환은 상상하기 힘든 현실이 되어버린 것이다. 이러한 현실을 인정한다면 우리는 인문학의 외연 확장에 더 많은 관심을 기울일 수밖에 없다.

“사진술, 영화의 발명으로부터 시작된 새로운 이미지 기술은 21세기 디지털 시대에 접어들면서 대중의 이미지 생산기술에 대한 접근 장벽을 해체했고 텍스트 리터러시의 중심성은 디지털 기술에 의한 제2차 시각화에 의해 위협받고 있다.

이미지를 통한 지식의 전달 및 표현은 디지털 기술 이전에는 화가와 같은 전문적 숙련을 요구했으나, 디지털 기술은 이미지 생산과 전달의 대중화 가능성을 실현시켰고, 이에 따라 텍스트 이외의 다른 형태로 지식을 생산하고 전달하는 사회적 관습 또한 급격히 확산되고 있다. 20세기의 문자 텍스트 리터러시에 기반을 둔 인문학은, 21세기에 나타나고 있는 리터러시의 재편과정에 적극적으로 부응해야 할 필요성이 제기된다. 또한 인문학적 지식의 표현 방식, 전달 방식은 21세기의 멀티 리터러시 시대에 부응할 필요가 있다.” (박성수 외(2004) p.20)

〈표 34〉 20세기의 지식환경과 새로운 지식환경 비교

| | 20세기의 지식환경 | 21세기의 새로운 지식환경 |
|------------------|---------------------|------------------------|
| 지식 표현형태, 지식 전달방식 | 텍스트 | 다매체로 표현되는 지식의 증가 |
| 지식의 생산자/발신자 | 전문적 지식인, 대학 | 대중 지식인, 지적 대중 |
| 지식유통(분배)채널 | 출판, 강의, 강연 | network |
| 지식저장방법 | 인쇄 매체 | 다매체화 |
| 지식저장소와 공유채널 | 도서관 | 대중오픈백과사전, 웹사이트 |
| 지식 표현 언어 | 지배적인 민족어 | 내부의 다언어화(여성, 소수자의 발언) |
| 지식의 체계 | 초지역적, 초역사적 보편타당한 지식 | 이질적 지식의 연결(connection) |
| 지식의 화용조건 | 소수의 발신자, 다수의 수신자 | 다수의 발신자와 다수의 수신자 |

매체의 측면에서 인문학 연구는 문자 중심에서 벗어나 사이버공간 및 미디어와 통합하는 방향으로 나아가야 하며, 문화콘텐츠의 개발까지를 자신의 임무영역으로 끌어 들여 매체 중심의 미디어 문화연구를 지향해야 한다.

아울러 다양한 매체가 개발되면서 새로운 교수법이 날로 증가하고 있다. 그간 인문학이 지나치게 문자 위주의 방법론에 머물러 온 것을 반성하고 연구의 영역을 확산하며 인문학 교육의 방법론에도 멀티미디어 방식의 교수방법을 다양하게 개발-보급하는 것이 시급하다.

인문학의 연구영역을 매체 분야로 확장하여 문헌이란 문자매체에만 국한되어 있던 연구대상을 현대사회에서 인간생활의 거의 모든 면에 관계

를 맺고 있는 매체(media)로 확장하면 ‘현재 시대의 인간 삶과 문화’에 대한 시각이 열린다. 여기서 ‘매체’란 사진, 영화와 같은 영상매체와 연극 같은 공연예술과 최근에 나온 디지털 매체들을 포함한다. 이런 분야를 인문학 연구대상에 포함시킴으로써 인문학은 매체 연구(Media Studies)와 인접 예술분야의 연구까지 폭을 넓히게 된다.

인문학은 새로운 개념의 번역학으로 거듭나야 한다. “번역학은 이제 비단 언어와 언어사이 뿐만 아니라, 문학과 영화, 영화와 시, 시와 음악, 또는 음악과 무용 사이에서 이루어지는 장르 간의 이동까지도 기호학적으로 다루고 있다.”¹³⁾

인문학은 이제 미디어가 산출해내고 있는 현실의 문제에 개입할 때이다. 지식·정보 시대의 인문학의 새로운 과제는 단지 지식을 축적하는 것에 머무르지 않고 문화현장에 직접 응용될 수 있도록 가공하는 것이다. 특히 21세기 문화의 시대는 인문학으로부터 많은 콘텐츠를 제공받기를 기대하고 있다. 문화콘텐츠란 그러나 인문학적 지식정보 자체를 의미하는 것은 아니다. 그것이 영화나 게임, 그리고 애니메이션 등에 적용되기 위해서는 새로운 매체적 특성에 맞는 이야기가 구성되어야 한다. 따라서 지식을 경영하여 문화에 적용될 수 있게 하는 과정 자체가 인문학 교육의 주요 분야가 될 때, 인문학 연구와 교육의 영역을 확장시키는 동시에 인문학도의 고용창출도 기대될 수 있는 것이다.

나. 지역 문화연구의 강화

문화 분야를 접목한 인문교육을 크게 확대해야 하며 지역학부제 등으로 시도되고 있는 세계 문화연구에 교육시스템을 크게 개방해야 한다. 인문학적 지역학 연구를 통해 한국학의 세계화를 추진하고, 나아가 한국

13) 김성곤(2003), p.6.

학문 일반의 공통적 특성을 일구어내는 데까지 나아가야 한다. 지역학의 연구는 세계로 확산되는 문화산업의 세계마케팅을 지원할 것이며, 이러한 기여는 저작권들을 통하여 인문학에 다시 보상될 것이다.

문학 연구는 해당 국가의 역사와 사회, 문화를 포괄적으로 연구하는 ‘지역문화연구’(regional cultural studies)로 확장되어야 한다. 특정한 작가의 몇몇 작품만을 다루는 종래의 연구방식은 교육적으로 더 이상 수용되기 어렵다. 새로운 세대의 교육 수용 층은 몇몇 문학작품만 가르치는 교육에 싫증을 느끼고 있으며, 세계와의 교류가 늘어나는 현 시대에서 외국 문화와 사회에 대한 포괄적인 지식이 문학작품에 대한 이해 보다 훨씬 더 유용하기 때문이다. 이와 더불어 기존의 문학 및 철학, 사회학 연구와 관련되는 예술학, 미학, 공연예술학, 영상예술학, 문화행정학 등을 개발하고 시행해야 한다.

최근에 우리나라 문화산업의 해외진출 활성화 및 세계영화제 및 각종 축제의 확대 등과 관련하여 마케팅 확대 및 문화소비의 다양화의 차원에서 지역문화 전문가가 많이 요구되고 있다.

“지역학이 뜬다=인천대 국문과 학생들은 올 겨울방학 때 대부도에서 ‘서해 도서 방언’과 ‘서해 도서 구비전승자료’를 조사할 예정이다. 이는 2007년 연계전공으로 신설될 ‘인천학’의 첫 사업이다. 인천대는 물류기지인 ‘인천’과 ‘중국’ ‘화교’의 연구에 ‘인천학’의 초점을 맞추고 ‘중국·화교 연구센터’도 설립할 예정이다. 각 대학 어문학부는 지역학으로 탈바꿈을 시도하고 있다. 경희대는 ‘한국어문화’ ‘한국어와 경영’ ‘한국어와 태권도’ ‘한국어와 지역학’ 프로그램을 외국인 학생을 위해 제공하는 ‘한국학’ 개설을 준비하고 있다. 서강대는 ‘미국학’을 신설할 예정이며 연세대도 ‘동아시아학’을 마련하고 있다. (동아일보 2005-11-07)”

그러나 인문학을 전공으로 하는 많은 대학의 실상을 살펴볼 경우 현실의 개선이 결코 만만치 않아 보인다. 첫째, 적어도 50대 이상의 교수들

은 문화 강의에 대한 경쟁력이 상대적으로 빈약하다. 이것은 급변하는 한국 현실 속에서 그들이 상대적으로 문화적 혜택을 누리지 못했음을 반증하고 있다. 그들 중에는 문화 강의를 문학 강의와 혼동하거나, 지역학을 해당지역에 대한 정치 및 경제에 국한시키는 오류를 범하는 사람들이 많다. 또 이 세대는 DVD, CD, CD-Rom 등 다양한 문화 관련 매체들을 활용하는데 있어 두려움을 느끼는 경우가 많다. 둘째, 이러한 현상은 다양한 지역 전문가의 양성에 걸림돌이 되기도 한다. 유럽 문화, 프랑스 문화 등으로 주제를 세분하여 전문가를 찾아볼 경우 의외로 문화 전문 인력이 희박함을 알 수 있다. 문제의 대부분은 텍스트 위주의 강의를 해왔던 일정 세대 이상의 교수들이 문화 강의 개설에 인색하며, 자신의 전공 영역 확보에 몰두하면서 변하는 현실을 수용하기 싫어하는 데서 이런 현상이 상당수 기인하고 있다. 셋째, 문학 및 인문학 전공자들이 가장 효과적으로 문화 담당 강의를 맡을 수 있음에도 불구하고, 전공 간의 영역 다툼은 진정한 지역 전문가들을 양성하는데 걸림돌이 되고 있다. 예를 들어 서울에 소재한 모 대학의 경우 ‘시베리아 사회와 문화’, ‘필리핀의 사회와 문화’ 등의 강의를 개설되어 있는데 반해 정작 유럽의 대국들은 ‘서유럽의 사회와 문화’, ‘남유럽의 사회와 문화’ 등으로 뭉뚱그려져 있다. 각 나라별로 강의를 모두 개설할 수 없다는 현실에서 이런 문제가 비롯된다고 해석할 수도 있지만, 각 교수의 개인적 판단, 강의 담당교수의 학내 영향력 등에 의해 강의 개설이 자의적으로 결정되고 있는 것이다. 이 문제에 대해서는 한국 대학의 인문학 커리큘럼 전체 개편의 틀 안에서 보다 광범위한 논의가 이루어져야 할 것 같다. 마지막으로 각 대학 교양과목의 문제점을 지적하지 않을 수 없다. 일정 규모 이상에 달하는 대학들의 경우 수십 년 동안 이미 개설한 교양과목들이 대단히 많다. 점점 더 영상을 요구하는 사회 변화에 걸맞게 텍스트 위주의 교양과목들을 대거 개편해야 하지만, 교양과목 배정을 담당하는 각 과, 각 연구소, 혹은 기존 교양과

목을 담당하고 있는 교수진의 이해관계와 맞물려 강의 개편이 극히 어려운 실정이다. 이 경우 시대에 뒤떨어지고 학생들의 수요가 적은 기존의 강의들을 현대 사회의 흐름을 맞게 적극적으로 개편할 필요가 절실하다. 대학의 자율에 맡기기에는 너무나 방만해진 교양과목 개편을 국가가 함께 진지하게 고민할 필요가 있다.

다. 통합인문학의 지향

인문학 교육이 침체된 주요 원인은 바로 학부제이다. 학문 상호간의 유사성이나 관련성이 없는 전공들을 하나의 학부로 묶고 실용적 학문과 기초 학문을 통합한 결과 많은 부작용을 낳고 있다

문화산업분야에서도 웹 콘텐츠 기획자, 문화콘텐츠 개발자등 인문학적 지식의 활용이 요구되는 직종이 많이 있다. 그러나 현장에서는 요구되는 기술적 수준과 인문학적 소양을 고루 갖춘 인재의 부족을 호소하고 있다. 인문학과와 문화산업학과간의 교류의 확대를 통하여 이러한 문제를 극복해야만 할 것이다.

인문학과 통합되는 다양한 연계전공/복수전공/통합전공/협동과정 설치의 확대로 창의적인 고급 인문연구자를 배출, 능력 있는 학생들의 자기설계를 전공과정의 인정범위로 확대해야 한다. 인문학에 대한 관심을 유발하고 인문학의 실용성을 높이기 위해서는 새로운 전공영역을 적극적으로 개발할 필요가 있다. 이를 위해 연계전공과 협동과정의 확대가 필요하다. 연계전공의 모형으로는 인문학과 컴퓨터공학, 인문학과 경영학, 인문학과 생명공학, 인문학과 환경공학 등 다양한 가능성이 있다.

문화산업이라고 하여 IT기술과 인문학적 소양만으로 충분한 것은 아니다. 변화하는 직업 환경에 부합하는 다양한 협동과정을 개설해야 하는 한편 인문학과 통합되는 다양한 연계전공을 개발해 나가야 할 것이다. 복수

전공/통합전공/협동과정설치의 확대가 시급하다. 내용의 측면에서 인문학은 분야별 경계를 허물고 학제 간 연구와 ‘통합 인문학’을 지향해야 하며, 나아가 순수이론의 세계에 머물지 않고 삶의 현실을 담아내는 방향으로 나아가야 한다. 그러나 이 경우에도 향후 어떤 필요한 강의수요의 능동적인 반영과 효과적 운용에 대한 공정성과 투명성이 보장되는 제도적 장치를 구비하여야 할 것이다.

“모든 학문은 인문학으로 통한다=모든 전공의 기초가 되는 인문학을 다른 전공과 연계하는 시도도 활발하다. 동국대는 ‘문화공학’ ‘문화경영학’ ‘문화학’을 연계전공으로 신설한 뒤 2008년 사업이 끝날 때 ‘문화학부’를 만들 예정이다. 인력 수요가 많아질 문화행사 기획이나 상품 관련 인재를 배출할 계획이다.

한양대는 자연과학과 법, 경제, 정보통신을 연계해 ‘과학기술인문학’ ‘공공수행인문학’ ‘문화경제인문학’ ‘커뮤니케이션인문학’ 등을 신설할 예정이다. 한양대는 취직을 원하는 학생에게는 인턴 기회를 제공하는 현장수행형 등 진로에 따른 맞춤형 프로그램을 마련한다.(동아일보 2005-11 -07)”

2. 인문학 연구효율의 제고

인문학의 효용가치를 높이기 위해서는 인문학에 대한 인식의 부족과 수요의 결핍을 한탄할 게 아니라, 적극적으로 수요를 창출하며 대중의 필요를 자극하는 새로운 인문학을 육성되어야 한다.

인문학 콘텐츠를 가장 많이 활용하고 소비하는 집단은 바로 다름 아닌 인문학 연구 집단이다. 그러나 대다수의 인문학 연구자들마저도 사이버 공간상에 구축된 인문학 콘텐츠를 십분 활용하고 있지 못하다. 그 이유는 무엇인가? 절대적인 양이 부족하며 전문성을 전달하는 콘텐츠가 부족한 것이 현실이다. 인문학 콘텐츠 및 연구자 DB를 구축하고 인문학 영상아카이브를 구축하며, 관리 및 이용시스템을 개발하여 인문학자들 간의 소

통을 원활히 교육적인 효과를 강화하도록 하여야 인문학의 저변이 확대되고 연구효율이 향상될 것이다. 또 해당 지역 언어에 대한 보다 효과적인 교육 역시 절실히 보인다. 예를 들어 문학과 언어학 전공자들이 대학에서 제공하는 언어 교육은 문화 이해와 정보 확보에 쓸모없는 경우가 비일비재하다. 인터넷을 통한 살아있는 정보 연구와 교육, 그를 뒷받침하기 위한 주제별 사전의 편찬, 다양한 시청각 매체들을 활용한 현장 실습 등은 인문학과 영상교육 사이의 괴리를 좁히는데 결정적으로 기여할 것이다. 또 NIE 같이 신문이나 잡지를 통한 언어교육 역시 적극 권장할 만하다.

가. 인문학 콘텐츠 및 연구자 DB구축

새로운 인문학 연구의 기여도를 양적·질적으로 높이기 위해서는 무엇보다 먼저 기존 연구의 주제와 연구자에 대한 관련 자료를 통합적으로 구축, 관리하여야 하며, 다양한 인덱스별 조회와 편리한 이용이 가능하도록 해야 한다.

인문학 분야의 지식정보 DB구축, 사전 편찬사업 등을 확대추진하고, 사이버공간 인문학 콘텐츠의 개발프로젝트에 대한 지원을 대폭 강화해야 한다. 국가지원의 대규모 인문학연구 프로젝트는 홈페이지 개설을 의무화하도록 한다. 인문학 진흥과 콘텐츠 이용을 촉진할 수 있는 인문전문 포털사이트를 구축을 지원하고, 인문학 전문 웹 검색엔진의 개발을 위한 지원을 강화한다. 정부의 정보화관련 프로젝트에 인문학자들의 많은 참여를 확대하고 적극 유도한다. 초·중등 및 대학의 인문관련 교육과정의 멀티미디어 교육자료 제작 및 제작된 교육자료의 연계 및 공유를 위한 자원을 강화한다. 인문콘텐츠 관련 홈페이지 제작과 운영을 극대화할 수 있는 각종 정책적 지원을 강화해야 한다.

인문학 관련 자료를 종합적으로 구축하는 방안을 연구하여 효율적인 관리와 정보 공유를 확산시켜야 한다. 인문학 분야 연구업적의 체계적, 효율적 관리를 위해서 데이터베이스의 분산 구축과 통합 서비스가 전제되어야 한다. 여기에는 여러 종류의 정보자원을 체계적으로 선별하여 속성들을 기술할 수 있는 메타데이터 표준 모형을 개발하고 연구업적 원문의 데이터베이스 구축 방안을 제시하여야 한다. 인문학 연구업적 정보의 통합 데이터베이스를 구축하기 위해서는 무엇보다도 정보 분류체계, 메타데이터 형식, 원문의 디지털화 형식의 표준화가 매우 시급한 것으로 보인다.

나. 인문학 콘텐츠 영상 DB의 구축

인문학 영상자료는 그 시대의 문화·예술·생활·사회·세태 등을 표현한 국민공통의 문화유산이다. 따라서 국가의 문화유산으로서 인문학 영상자료를 보존하고 활용하기 위해서는, 관련 연구자는 물론이고 국민 모두가 인문학 영상자료에 대한 중요성을 공유할 필요가 있다.

인문학 분야의 자료들은 넓은 의미에서 한 국가의 역사적인 중요성을 지니고 있는 유무형의 문화자산들이며 이들은 지식과 정보를 중심으로 하는 고부가가치 지식산업의 육성에 근간이 되는 국가적 자산이라 할 수 있다. 그러므로 인문학관련 영상자료의 현황을 체계적으로 조사하고 그것들을 효율적으로 수집·운영·활용할 수 있는 <인문학 영상자료 디지털라이브>를 시급히 구축할 필요가 있다.

이러한 인문학 영상자료의 구축은 일차적으로 점차 인문학에서 멀어져 가는 영상문화 세대에게 인문학적 교육을 제공하기 위해서 활용될 수 있을 것이다. 이와 더불어 인문학을 멀리하고 문자 인문학에 관심이 멀어지는 영상세대들에게 인문학에 대한 접근의 기회를 늘릴 수 있도록 하기 위해서는 쉽게 풀어쓰는 인문학 입문서 성격의 영상교재를 풍부하게 개

말하여 손쉽게 공급할 필요가 있을 것이다.

3. 인문학 생산 및 소비기반의 강화

외형적으로 아무리 변형된 생산과정 및 복잡한 서비스의 형태를 띠더라도 문화사업은 인문학적 콘텐츠를 기반으로 하는 것이며 질이 높고 풍부한 인문학 콘텐츠의 생산은 문화산업의 발전을 규정하는 전제조건이자 제약조건이다. 그러나 이러한 인문학의 연구역량 향상 및 인문학콘텐츠의 활용의 일반적인 효율성 제고는 인문학 자체의 본연적 사명이며, 보다 높은 차원의 국가적 관심사이다.

신자유주의와 시장논리의 침병이라 할만한 서구는 오히려 인문학이 지니는 공공재로서의 성격에 주목해 일찍부터 정부 또는 공적 차원의 인문학 지원체계를 구축했다. 이는 멀리 내다보는 국가 차원의 투자로 인문학의 ‘체질’을 강화시키는 것이다.

미국은 ‘국민인문예술지원법’에 따라 1965년 ‘국립인문재단’을 설립했다. 또 미국에는 전공이 다른 인문학 교수들의 학제(學際) 간의 연구를 지원하는 민간 재단이 적지 않다. 영국도 ‘인문·예술연구지원회의’를 만들어 장기 연구를 지원하고 우수한 대학원생에게 장학금을 지급한다. 프랑스는 ‘국립학술연구원(CNRS)’을 통해 다양한 학문분야간의 교류 활성화를 이뤄낸 경우다.

현재 한국 인문학자들의 숙원은 인문학을 체계적으로 연구·지원할 수 있는 재단을 만드는 것이다. 국무총리 산하 ‘경제·사회인문연구회’는 인문학 육성 정책에 대한 자문기관이며 인문학 연구비를 지원하는 ‘학술진흥재단’은 단발성 연구 지원에도 벅찰 정도다. 교육인적자원부가 추진 중인 ‘인문연구진흥법’(가칭)에는 ‘한국인문연구진흥원’을 사단법인체로 만들어 전문인력을 양성하고 정부 및 연구기관과 협력 체계를 구축하는 내용을

담고 있다.

필자들은 문화산업의 장기적인 발전을 위해서는 근본적으로 이러한 방향의 논의가 좀더 심화되어야 하고 구체적인 지원방안으로 추진되어야 한다고 믿고 있다. 그러나 본 연구에서는 초점의 현재의 주어진 조건하에서 단기간 내에 최소한 노력으로 가능한 문화산업 분야의 인문학 활성화 방안을 제안 한다는 취지 하에서 문화산업의 경쟁력 제고를 위하여 상대적으로 단기간에 실현 가능한 인문학의 공급기반 강화를 위한 번역전문기관설립 및 인문학 인증제의 도입에 논의를 한정하기로 한다.

가. 번역전문기관의 설립

인문학은 한국의 문화를 외국에 소개할 뿐만 아니라 외국의 다양한 콘텐츠를 적시에 수입하여 문화산업의 콘텐츠창작의 소재로 제공하여야 할 소임이 있다. 그러나 현재 우리나라의 번역작업은 외국문화의 수입 측면에서나 한국문화의 소개 측면에서 모두 바람직한 수준에서 크게 유리된 상태이다. 그러한 현상은 전문적인 번역자가 절대적으로 부족하고, 번역에 대한 사회적 인식이 크게 낮으며, 상업적 번역은 만화 등 영리적인 부문에 치우친 반면 공공적인 지원은 미약하기 짝이 없다는 사실에서 기인한다.

그러나 번역은 단순히 문자를 옮겨 적는 작업은 아니며, 안으로는 문화의 숨구멍이며 밖으로는 우리문화의 전시장으로 소홀히 할 수 없는 부분이다. 번역의 문제는 넓은 시각에서 보면 우리의 주체적인 학문 발전과 관련된다는 점을 염두에 두어야 한다. 번역은 우리의 생활로 보자면 가스나 수도와 같은 것이다. 문화전체의 입장에서 보면 공공적으로 값싸게 공급되어야 하는 인프라라고 할 수 있다. 국민 경제적 수준이 아직은 기초적인 생활의 해결에 급급하여, 인문학의 수요기반이 두텁지 못하고 당장

환금성이 있는 실용학문에 대한 편식이 지나친 우리나라, 그러나 문화산업의 급속한 약진이 증언하는 바 오천년 역사를 바탕으로 문화국가로서 도약을 도모하는 우리나라의 현 단계에 최소의 비용으로 문화소비-문화소개-문화교류의 기본채널을 제공하는 번역은 공공적으로 공급되어야 할 부분이 있다.

다문화주의 시대에 있어서 외국 저작의 한국어 번역뿐만 아니라 한국어 저작의 외국어 번역이라는 양방향적인 작업이 요구된다는 점에서 국가의 재정지원에 의한 전문 번역 기관(가칭 '번역청')의 신설도 고려될 필요가 있을 것이다. 전문 번역 기관(가칭 '번역청')은 우선적으로 다음의 업무를 수행해야 할 것으로 기대된다.¹⁴⁾

- ① 한국의 지적 자산인 고전과 현대 전문학술서적을 외국어로 번역한다.
- ② 외국 고전과 전문학술서적을 한국어로 번역한다.
- ③ 선정에서 번역의 실제 과정, 학문적/문화적 성과의 심사까지를 통괄하는 기관 설치

번역전문기관은 다양한 공적인 기관과 민간 차원에서 시도되는 번역지원사업을 네트워크화하고 효율적인 관리를 할 수 있는 지원기관의 역할까지 떠맡을 수도 있다. 이 경우 현재 중복지원으로 일어나는 지원의 비효율성 문제를 일소하고 각 기관 단체에서 제시되는 번역물 대상 목록을 종합하는 리스트를 만들면서 번역지원사업의 전체적인 체계화를 달성할 수 있을 것이다. 또 이를 기초로 국가나 학계가 공인하는 일정한 번역 로드맵을 작성하고 이를 점진적으로 수정, 확충해가는 작업을 할 수도 있을 것이다. 그리고 번역전문기관은 한국의 지역학을 진흥시키기 위해 주요 외국의 문물에 대한 소개서를 번역할 수도 있다.

14) 강정인 외(2002) 참조.

하지만 이 경우 번역전문기관의 역할은 민간 지원사업의 자율성을 해치지 않도록 세심한 주의가 필요하다. 각각의 번역지원사업을 연결시켜주고 지침이 될 수 있는 대강을 제시하는 학술적 보조 및 세심한 주의기초 인프라 제공을 중심으로 하는 것이 바람직할 것으로 보인다. 그러나 인접 국가 일본에 비해서도 현저히 뒤떨어진 번역 문화를 활성화시키기 위해서라도 국가가 적극적으로 개입할 필요가 있다. 메이지유신 이후 일본의 부강이 번역의 힘에 상당 부분 빚지고 있다는 것이 사실이라면 우리는 번역에 대해 보다 세심한 주의를 기울일 필요가 있다. 전적으로 시장 논리에 맡겨진 한국의 번역 실태를 살펴보면 거의 대다수의 출판사가 상업성을 주요목표로 삼고 있음을 알 수 있다. 그에 따라 최근에 서구에서 발간된 주요 저서들은 소설과 에세이 류에 밀려 거의 대부분이 번역되지 못하고 있는 실정이고, 언어권별로 각 분야를 커버하는 전문가들도 거의 전무한 실정이다. 한국의 낙후된 현실을 단기간에 개선시키기 위해서는 전문가들이 선정한 양서들을 중심으로 국가가 번역료를 지원하고, 일정 부수 이상을 구입하며, 손익 분기점을 넘어서도록 국가가 해당 양서를 전국에 산재한 도서관에 보급하는 등의 방식을 채택할 수 있다.

나. 인문학 인증제의 도입

문화산업에는 많은 기술인력이 생산과정에 참여한다. 문화산업에 이용되는 인문학콘텐츠 및 기획단계의 아이디어를 충실히 구현하여 문화산업 콘텐츠의 질을 높이기 위해서는 이들이 인문학에 대한 소양을 스스로 갖추도록 노력할 인센티브를 부여하는 것이 필요하다.

인문학 인증제의 도입은 인문학 교육을 둘러싸고 인문학의 직접적인 수요자가 될 문화산업 취업인력들과 이들을 평가하고 고용하는 문화산업 기업 경영자들에게 객관적인 기준을 제시할 필요가 있다는 것이다. 인문

학 인증제의 도입은 인문학 전공자보다는 다양한 문화산업 특화된 학과의 인력들에게 인문학적 학습을 제고하게 하는 기준으로 작용할 것이다. 특히, 애니메이션, 게임 등 소규모 중심의 업체는 단순히 그래픽 혹은 프로그래밍 인력들을 중심으로 채용하고 있으며 학교의 교육도 이러한 기능적인 부분을 중심으로 이루어지고 있다. 일단 취업이 되고 나면 반복적인 업무에 매몰되어 인문학적 교양의 괴리로 인한 생산성의 제약이나 개인의 발전의 한계를 극복할 방법이 없다. 외국어의 자질을 강화하기 위하여 토익이나 토플 등의 점수를 요구하는 것은 최선의 방법은 아니라고 할지라도 고용주의 입장에서는 간접적인 평가의 기준이 되며, 취업인력의 입장에서서는 공부를 위한 가이드라인이 되는 것이다. 인문학의 경우도 마찬가지이다. 막연히 인문학을 공부하기란 어렵다. 고용주의 입장에서는 같은 그래픽, 프로그램의 기능을 갖춘 사람이라면 국가에서 혹은 협회에서 제공하는 공신력 있는 시험을 기준으로 인문학적 교양을 스스로 축적한 채용하는 것이 유리할 것이다. 문화산업 기업 내에 기획 및 시나리오 작업의 치지가 기술인력들에게 제대로 전달되는 것은 생산성 향상을 위하여 중요하다. 이러한 방식은 시험을 위한 기준의 수립 및 실행 등 공적인 자금을 사적인 교육비의 투자를 유발하는 것이다. 인문학인증제와 더불어 점차적으로 인문학 인증인력의 채용을 문화산업에 대한 지원과 연계하면 인증시험 및 인문학 학습에 대한 수요는 더욱 증가할 것이다.

이러한 인증제와 더불어 역사, 문학, 철학, 예술 등의 인문학 관련 대중 프로그램의 개발이 시급히 요구된다. 이를 위해서 선결되어야 할 과제는 물론 예산의 배정이다. 그러나 예산의 배정에 앞서 결정되어야 할 문제는 방송 채널과 시간의 확보일 것이다. 텔레비전 방송국이 교양강좌, 특히 인문학 부문의 교양강좌를 적극 편성하여 시청자(국민)의 인문학적 교육 수요에 부응할 수 있도록, 인문학적 교양 프로그램 편성에 대한 지

원을 강화하는 한편, 프랑스의 사례에서 보는 바처럼, 이러한 결과를 다양한 형태의 매체를 통하여 전시하고 보급하는 것도 국가적인 인문학에 대한 태도의 변화와 수요의 증가를 이끄는 길이 될 것이다.

제 2절 문화콘텐츠연구개발센터 구축 및 운영

문화산업에서 세계적 경쟁이 격화되면서 점차적으로 지식집약화의 정도를 높여가고 있다. 인문학콘텐츠를 활용하여 문화산업콘텐츠 혹은 문화상품으로 완성하여 가는 추가적인 변형 및 가공의 디테일한 과정에 인문학적 지식 및 인력의 참여를 동원하는 것은 문화산업의 지식집약화를 이룩하는 일반적인 방법이다. 이러한 과정에 시스템의 분화가 일어나는 것을 우리는 허리우드에 우리 영화계에는 없는 ‘스토리 에디터’나 ‘스토리 크리에이터’, ‘스토리프로듀서’ 등의 직책이 있는 것을 통하여 볼 수가 있으며, 우리도 최근에는 프로듀서의 전문화, 지역별 문화시장 전문가, 로케이션 매니저 등에 대한 요구가 일고 있는 것을 볼 수가 있다.

그러나 이러한 사업자 서비스의 발달을 통한 문화산업시스템의 고도화는 보다 긴 시간을 필요로 하는 것이며, 일정이상의 시장규모를 전제로 하는 것이므로 선불리 육성책을 논하는 것부터가 조심스러운 일이다. 따라서, 우리는 개학을 비롯한 풍부한 인문학 연구기관과 인력을 문화산업의 생산프로세스와 연계하는 방안을 강구해야 한다는 논의가 활발해지고 있다. 이하에서는 그러한 논의의 대표 격인 문화콘텐츠 연구개발센터(CRDC)의 설립을 통한 연구개발시스템 구축의 방안을 중심으로 논의를 전개하기로 한다.

1. 문화콘텐츠 연구개발시스템 구축의 필요성

문화산업의 중심은 콘텐츠라는 논의는 오래전부터 무성하여 왔음에도 불구하고 문화콘텐츠의 질적인 진전을 크게 이루지 못한 것은 논의가 개별적 차원에 머무르며, 문화산업에 대한 근본적인 콘텐츠를 제공하는 인문학 및 문화예술을 아우르는 공통기반의 콘텐츠개념으로 확장되지 못한다 그 원인의 일단이 있다 할 것이다. 문화콘텐츠의 기반 자원은 문화예술 및 인문학 전반에서 비롯된 것으로, 문화생태계 내에서 문화예술 및 인문학 분야는 기반 생태계라고 볼 수 있다.

문화산업계의 현실을 살펴보면, 콘텐츠의 질은 프리프로덕션(연구·기획·개발) 단계에서 90%이상 결정되고 있으나 콘텐츠의 기획 개발에서의 전문 인력과 전문적 지식 부족은 오래전부터 문화산업의 2차적인 성장의 제약요인으로 작용해 왔다. 기획개발 인력은 문화콘텐츠 모든 분야에 걸쳐 70%이상이 인력확보가 어려우며¹⁵⁾, 문화산업계에서는 콘텐츠 R&D 투자풍토가 미약하여 문화콘텐츠의 기획·개발은 수공업적 차원으로 수행되어 콘텐츠의 다양성 및 질 확보에 어려움이 초래되고 있다. 문화산업의 전반적인 영세성은 개별 사업체 차원에서 체계적인 기획개발 투자 및 인력양성에 대한 노력을 기대하기 어려운 것이 현실이며, 문화산업에서 중요한 인력 네트워크 부재현상 또한 해결의 실마리를 찾기가 어려운 것이 사실이다. 콘텐츠의 창작기반인 인문사회과학 및 문화예술과의 상호소통을 통한 네트워킹의 구축만이 이러한 문제를 해결할 수 있는 유일한 해결책이라는 인식은 공감대를 확대해 가고 있다.

15) 한상근외(2003),

가. 기존지원제도의 문제점과 콘텐츠 연구개발센터의 필요성

본 보고서의 본문에서 이미 살펴본 바처럼, 정부 및 산하기관의 문화콘텐츠 개발 지원 정책은 콘텐츠 개발사업 및 경영지원 중심으로 편중 지원되어 콘텐츠 다양성과 질 확보를 위하여 기반이 되는 콘텐츠 기획개발을 위한 시스템 구축은 기대하기가 어렵다. 우선, 콘텐츠 연구 기반 자체가 미약한데다, 콘텐츠 자료 축적이 미흡하며, 콘텐츠 평가 프로세스의 빈곤 및 폐쇄적인 심의 평가로 인하여 콘텐츠 모니터링 시스템의 체계화가 부족한 현실이다.

한편, 기존의 문화콘텐츠 개발 지원 정책은 콘텐츠 기획개발 R&D에 대한 정책적 지원노력이 미흡한 것으로 평가된다. 콘텐츠 제작 중심으로 지원정책을 추진하여 콘텐츠의 질이 결정되는 프리프로덕션 단계에 대한 연구 및 지원책 마련이 미흡하다. 일반적으로 기획단계의 수준향상을 유도하는 정책적 노력이 상대적으로 낮았으며, 그 성과도 미흡한 상태이다.

장르별로 편차가 있는 콘텐츠 기획개발 R&D에 대한 다원적인 지원책도 미흡하여 문화콘텐츠산업 장르별 콘텐츠 기획개발 현황에 대한 SWOT 분석을 토대로 다차원적인 지원책 개발이 요구되고 있다. 전통설화의 창작 소재화, 한국 역사 및 근대화관련 콘텐츠화 등 전통문화, 인문학 분야의 창작소재 발굴은 어느 정도의 성과가 있으나 순수예술 및 인문학 분야의 전체역량을 활용한 창의적인 콘텐츠 기획개발 및 상호작용을 촉진할 수 있는 지원은 부재한 것이 사실이다. 문화콘텐츠 교육도 개별 문화콘텐츠관련 이론 위주 교육 혹은 지극히 기능위주의 제작교육으로 이루어져 한계를 드러내고 있다. 요약하여, 순수예술, 인문학 전문인력 및 정보와 문화콘텐츠산업과의 소통을 위한 핵심조직의 구축 및 가동을 위한 전략이 필요한 시점이다.

여기에서 제안하는 CRDC(contents R&D Center)은 기본적으로 문

화산업의 현장과 인문학의 연구기관 및 교육제도를 유기적으로 연결하는 연구개발시스템 네트워크를 구성하는 단위 조직을 의미하며, 제 3장 2절에서 보는 바처럼 개별적인 연구단위의 혹은 일시적인 제휴를 통한 콘텐츠개발사업 중심으로 운영되는 기존의 CRC사업과는 구분된다. CRDC는 기본적으로 인문학을 중심으로 인문학과 사회과학 혹은 인문학과 순수예술의 연계를 통한 문화산업 콘텐츠생산기술의 개발을 위한 학제적/통합적 조직의 성격을 지니며, 산학협력과 교과과정의 연계를 통하여 인문학적 연구 성과 및 연구 인력의 문화산업콘텐츠 생산과정에 대한 직접적인 참여를 통한 인문학의 현실적 응용을 제고하고 문화산업의 기획창작능력 및 전문인력의 부족을 해소할 수 있는 방안이다.

근년의 문화산업의 급격한 발전에 불구하고 누누이 대두되는 문화산업의 스토리 부족과 기획, 마케팅, 금융부분에서의 한계로 인한 성장의 한계를 극복하고 우리나라 문화산업의 세계적인 성장을 위하여 문화산업의 저력의 기반이 되는 인문학의 전방위적인 지원네트워크를 구축할 필요가 있다는 논의가 여러 자리에서 대두되고 있다. 이는 급변하는 영상문화의 시대에 문화산업 부문에서의 인문학의 역할변화의 요구에 부응하는 한편, 별도로 추구되는 인문학의 가치재정립을 위한 노력의 성과를 사회적으로 확산하고 인문학의 위상을 제고하는 데에도 기여할 것이다.

문화산업 현장과 인문학의 제도적 장치를 연결하는 연구개발네트워크는 무엇보다 문화산업체의 문화콘텐츠 기획·개발 능력의 부족과 내부적인 인적자원의 자질부족 및 마케팅, 금융 등의 인프라의 취약을 보완하는 측면에서 중점이 두어져야 할 것이다. 새로이 구성되는 CRDC는 전문인력에 대한 현장 수요와 괴리되며 현재의 제작 중심의 문화콘텐츠산업 인력 양성 체계를 연구, 기획, 창작, 개발 중심의 인력 양성체제로 전환하기 위한 중점 연구 및 지원 체계를 구축하는 방향이어야 할 것이다. 현장의 필요에 능동적으로 대처할 새로운 교육과정으로 재편토록 지원할 수

있는 문화산업교육평가시스템 구축 및 프로젝트 중심의 새로운 산학협동 시스템 구축과 지원체계 마련이 필요하다.

나. 새로운 형태의 산학에 협동체제 구축

인문사회과학과 순수문화예술은 문화콘텐츠의 창작소재를 제공하는 인접학문 분야이다 그러나 현재까지 문화콘텐츠 산업과의 밀접한 상호작용이 미흡하다. 따라서, 두 분야간 연계체계 구축은 장기적으로 문화콘텐츠의 다양성과 창의성을 확보할 수 있는 토대가 될 것이며, 문화콘텐츠관련 교육기관 역량강화 및 특성화에도 기여할 뿐만 아니라 중앙 및 지방문화 산업클러스터와 협력추진의 거점으로서도 기능할 것이다.

CRDC는 인문학 및 순수예술의 제도부분을 문화산업의 생산현장과 연결함으로써 인문사회과학 지식과 문화콘텐츠의 특성, 시장상황 및 기술에 대한 이해를 겸비한 기획 인력양성을 위한 교육과정으로서 기능을 갖추어야만 한다. 경제, 사회, 문화, 심리, 경영학 등 인문사회과학에 대한 기본지식 및 제작기술, 콘텐츠 상황의 특성과 추세 등을 반영한 교육과정을 운영하여 인문사회과학 지식과 콘텐츠기획이 상호 교류할 수 있는 파이프라인을 구축해야 할 것이며, 또한 정규교과과정에 현장훈련을 접목시킨 현장실습을 확대하여 현장밀착형 교육이 진행될 수 있는 기반마련이 필요하다. 인문사회과학 및 문화예술의 지식과 전문인력 활용의 필요성에 부응하여야 하며 지식 및 전문인력 데이터베이스 구축을 통한 산학에 협력에 활용될 수 있도록 하여야 한다.

현장과 교육기관의 환류 시스템을 갖춘 새로운 산학에 협동을 통해 창의력, 상상력을 갖춘 차세대 문화콘텐츠 전문인력을 양성하는 것은 CRDC구축의 중요한 목표의 하나이다. 이제까지 관련 대학의 교육과정은 명목적이었기에 졸업 후 현장에서 새롭게 교육 받아야 하는 실정으로

이를 타개하기 위해서는 교육과정의 상당 부분을 현장과 연결된 프로젝트 방식으로 개편하고 다양한 인턴십 과정을 운영토록 문화산업의 정책지원도 개선될 필요가 있다. 콘텐츠산업의 트렌드는 젊은 세대 감각의 흐름에 좌우되는 바 대학-현장의 공동 프로젝트 개발은 대학생들의 젊은 감각을 직접 반영할 수 있고 상대적으로 비용이 적게 든다는 이점이 있다.

다. CRDC의 기대효과

문화산업과 인문학-사회과학-예술-기술공학 사이의 다학제적(Multi-disciplinary) 연구에 기초한 대학-현장의 새로운 산학협동 지원체계가 구축될 경우 다음과 같은 기대효과를 예상할 수 있다.

첫째로, 급변하는 문화콘텐츠 소비자의 취향과 욕구를 반영한 다양한 콘텐츠 개발이 가능할 것이다. 문화산업 주소비자층이 20대의 대학생으로 감수성과 취향이 다양하고 급변하는 모바일 세대로 이들의 취향과 트렌드에 맞는 문화콘텐츠 기획·개발을 위해서는 동시대의 감수성을 공유하고 있는 젊은 대학생의 상상력과 창의성이 필요하다. 정규 교과과정 내에서 교수와 학생이 참여하는 문화콘텐츠 기획개발 및 컨설팅 교과과정의 운영을 통해 20대의 감수성에 부합하는 다양한 콘텐츠 기획개발 효과를 거둘 수 있을 것이다.

둘째로 프리프로덕션 단계의 세분화를 통한 저비용 고효율 효과를 거둘 수 있을 것이다. 산업체는 콘텐츠 기획개발을 아웃소싱하여 학교에 개발비를 투자하고 학교는 인적자원과 정보를 활용하여 다양성과 창의성이 담긴 콘텐츠를 기획·개발하여 산업체의 콘텐츠 기획개발 부담을 경감시키고, 기획개발 분야를 특화·전문화하는 역할을 담당하는 효과를 거둘 수 있을 것이다. 따라서 산업체는 적은 비용(장학금 지급)으로 당대의 감수성이 담긴 콘텐츠 기획개발 효과를 거둘 수 있어 저비용으로 고효율

효과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다.

셋째로, 새로운 콘텐츠 포맷의 탐색을 위한 실험적 학제적 접근을 촉진할 것이다. 대학 내의 다양한 학문분야의 정보와 인적자원을 효과적으로 결합하여 학제적 협력을 통한 새로운 포맷의 콘텐츠 기획개발이 용이하게 될 것이다. 대학생들의 다양한 시각과 접근방법에 의해 도출된 아이디어와 새로운 소재 및 주제를 교육과정에서 탐색하고 실험하는 과정을 거쳐 기존 콘텐츠와 차별화된 콘텐츠 개발이 촉진될 것이다.

넷째, 인문학-예술 창작 연구 활성화를 촉진할 것이다. 대학 내 다양한 학문분야의 인적자원과 정보를 투여하는 교육과정 운영을 통한 콘텐츠 기획개발로 문화콘텐츠와 인문학의 접목이 이루어져 콘텐츠의 소재와 주제의 내연과 외연이 확대되는 효과를 거둘 수 있다. 인문사회과학과와 연계를 통해 인문사회과학분야가 문화콘텐츠 창작소재 및 베이스역할을 수행하도록 함으로써 문화콘텐츠와 연계하여 심리학, 문학, 현대사연구, 복식학, 인류학 등 학문분야 연구 활성화 효과를 거둘 수 있을 것이다.

다섯째, 산학에 협동을 통한 교육 과정의 내실화 관련 학과 전공인력 활용 증대를 기대할 수 있을 것이다. 기존 문화콘텐츠 인력양성 방향은 현장과의 밀접한 연계를 통한 현장수요에 적합한 인력양성이 부족하여 시장상황 및 기술추세 파악을 통한 콘텐츠 작 및 조직화 역량을 갖춘 기획인력 양성이 미비하다는 지적을 받아왔다. 따라서 시장트렌트와 기술동향, 인문사회과학적 지식을 겸비한 기획인력 양성소로서 산학에 협력 시스템을 활용, 현장맞춤형 교과과정 운영으로 교육과정의 내실화 창출 효과를 거둘 수 있을 것이다.

여섯째, 지역문화활성화를 위한 지방 문화콘텐츠 인력양성 및 지역문화산업 활성화에 기여할 것을 기대할 수 있다. 지방 문화콘텐츠 인력이 다수 배출되고 있으나 지방문화산업 기반이 제대로 형성되어 있지 않아 고급인력이 서울 등 대도시로 유출되어 지방 문화산업의 공동화 현상을 초

래하였다. 지방문화예술클러스터와 문화산업 업체와의 협력체제 구축 및 중앙정부의 지원을 통한 지방 우수 문화콘텐츠 인력의 활용을 통한 지역 문화산업 인력기반을 공고히 하고, 취약 인력인 기획개발인력 양성과 산학협력 활성화를 위한 조직을 문화산업클러스터에 설립하여 지역문화산업 활성화를 촉진하는 효과를 거둘 수 있을 것이다.

2. 설립방향 및 구성

가. 설립방향

1) 문화콘텐츠관련 정책의 통합관리 시스템 도입

문화콘텐츠에 대한 연구와 개발을 종합적으로 수행하고, 문화콘텐츠 인력양성과 산학협력 활성화 및 콘텐츠 기획개발 역량 강화를 총괄하여 관리하는 조직을 설립하여 체계적인 문화콘텐츠 연구·개발이 이루어져야 한다. 정부 산하기관별, 대학간, 학문분야별로 개별적으로 진행되는 산학협력을 통합관리하고, 산학협력이 현장전문인력 양성에 기여하지 못하는 현 지원체제를 모순점을 개선하여 문화콘텐츠관련 지원시스템을 일원화, 통합화하여 문화산업 성장기반 조성과 문화콘텐츠 인력양성, 산학협력 활성화가 상호 시너지효과를 창출할 수 있도록 모든 정책지원을 통합 관리할 필요성(Resource-Pooling)이 대두되고 있다.

기획개발과 조사는 서로 밀접한 상응관계를 가지고 있고, 실제로 과학기술과 일반 산업 분야에서는 조사연구-기획개발의 묶음을 R&D라는 용어로 일반화하고 있다. 특히 콘텐츠가 생명인 문화산업 분야에서의 R&D의 중요성을 강조하기 위해서는 소극적으로 단순히 콘텐츠의 리소스를 강조하는 CRC보다는 콘텐츠의 리소스뿐만 아니라 기술개발까지도 포함하는 광범위한 조사연구/기획개발의 중요성을 강조하는 의미로

CRDC라는 용어가 적합하다. 풍부한 기획개발의 필요조건이라 할 조사 연구는 문화콘텐츠의 다양성을 심층적으로 조사하고 학제 간 상호협력과 교류를 증진하기 위한 인프라에 해당한다. 과학기술 분야에서와 유사하게 문화콘텐츠산업에서의 조사연구와 기획개발에 대한 국가적 투자가 시급하며, 이를 통해 과학기술-문화산업의 연구교류를 활성화하여 첨단과학/문화의 세기인 21세기의 국가경쟁력 강화의 기반 인프라 구축이 가능하다. 문화적 다양성에 접근하기 위해 인력의 교류와 네트워크의 창출에 집중하고 현지조사를 통한 질적 접근을 강조하며, 장르별 모델 사례의 개발과 질적 접근을 중심으로 필드워크 형의 연구자들의 역할이 강조되어야 한다.

2) 목적과 기능

중장기적이고 체계적인 문화산업 종합인력양성 시스템 부재를 극복하기 위한 인력양성 시스템 개선전략으로 추진하고 있는 문화콘텐츠 종합인력양성시스템 구축계획과 연계하여 양질의 문화콘텐츠 인력양성에 기여하여야 한다. 현장과 유리된 관련 교육체제를 일원화된 새로운 산학협동시스템으로 구축하는 과정을 통해 현장과 밀착된 교육체제로 재편하여 21세기가 요구하는 창의적인 문화산업 전문인력 양성시스템 구축하여야 한다. 21세기 국가 성장 동력으로서 문화콘텐츠산업의 핵심과제인 문화콘텐츠의 체계적인 R&D 기반 구축을 산하기관-대학-지역클러스터 단위로 추진, 문화콘텐츠 기획개발시스템의 저변을 확대하고 단위조직(CRDC)의 기획개발 역량 강화해야 한다. 증가하고 있는 국가간 문화콘텐츠의 합작과 공동 개발 등은 국가간 문화적 다양성과 차이를 이해하지 못하고는 접근할 수 없는바, CRDC는 문화 번역 센터로서 연구, 기획, 개발 역량을 강화하여 문화 다양성과 소통의 증진을 목표로 한다.

또한 CRDC는 종합적인 문화산업 인력양성시스템 구축사업과 유기적

인 연계체제를 확립하여 교과과정과 연계된 사업추진의 현장밀착형 창의적인 인력양성을 추진하되 산학기관, 교육기관, 지방문화클러스터의 특성화에 부합토록 하여야 한다. 예를 들자면 중앙의 문화산업인력개발센터를 중심으로 사업을 추진, 종합적이고 체계적인 문화산업 인력양성과 연계하는 방향으로 설립 운영하는 것 등을 생각할 수 있을 것이다. 중앙(문화산업인력개발센터)의 CRDC가 산학기관, 대학, 지역문화산업클러스터 내의 CRDC를 설립·운영·평가하는 등 종합지역센터의 집중지원 역할을 수행토록 하는 것이 좋을 것이다. 선택과 집중원칙에 의거하여 역량있는 단위기관 중심으로 CRDC 설립·운영을 추진하되, 단위 CRDC는 설립 기반 및 조건, 역량에 맞게 특성화된 분야 및 사업과제를 발굴하여 자생적인 사업추진 능력개발에 주력하며, 초기 설립단계 2-3년 동안은 정부가 일정비용을 지원하고 이후에는 자립토록 하는 것이 합리적인 방안이 될 것이다.

나. CRDC의 주요 사업내용

인문학과 관련한 CRDC의 유형은 대체로 두 가지로 구분할 수가 있다. 그 하나는 인문학과 사회과학의 결합을 중심으로 하는 것이고, 그 나머지는 인문학과 순수예술의 결합을 중심으로 하는 것이다. 통칭, 전자를 CRC(contents resoyrce center), 후자를 CAC(contents arts center)라고 부르기로 한다.

두 가지 유형의 CRDC가 추구하는 주요 기반기술과 주요사업은 <표 36>과 같다. 두 가지 유형의 센터에 공통된 사항은 산학에 협동 기반 콘텐츠, 디자인, 하드웨어 모델 개발/문화 번역 : 문화적 차이와 다양성에 기반을 둔 문화 번역 전략 연구 및 모델 개발/문화 생산 시스템 매칭 : 휴먼 웨어, 콘텐츠, 소프트웨어, 하드웨어, 법제, 정책, 조직, 및 기구 간

결합 모델 연구 및 파일럿 제작 등이며, 전자는 스토리 개발/스토리 엔지니어링/시나리오 구조 데이터베이스화/시나리오 작가 시스템 모델 연구(영화, 방송, 애니)등의 기반기술에 특화하여 연구하며 후자는 신화, 전설, 민담, 소설, 연극, 음악, 무용 전통연희 등 예술 분야의 표현 양식(문화 콘텐츠화 방안 연구)을 집중적으로 연구한다.

한편 CRC의 주요사업을 예시하면 국내 콘텐츠 기획 개발 시스템 연구 및 모델 개발/국가간 콘텐츠 기획 개발 시스템 연구 및 모델 개발/상업 영화 시나리오 컨설팅, 공동 기획 개발 파일럿 제작 및 프로세스 연구/동아시아 영화, 애니메이션 방송 학교 간 콘텐츠 연구 기획 개발 모델 연구 및 파일럿 제작 등이 될 것이며, CAC의 주요사업 영역은 국가 간 학교 간 인력 교류, 동아시아의 문화적 유사성과 차이에 대한 학제적 문화 연구와 교류 증진 모델 연구 개발 문화 콘텐츠 연구 기획 개발/문화 원형의 번역/실험적인 예술-문화산업의 연계를 통해 새로운 포맷의 콘텐츠 개발(실험 애니메이션, 실험영화, 국악을 이용한 새로운 영상음악, 연기 워크숍 운영, 타이틀 개발 등등) 등을 들 수가 있을 것이다.

〈표 35〉 CRDC 유형별 주요 사업내용

| | 유형I CRC (인문학+사회과학) | 유형II CAC (인문학+순수예술) |
|------|---|--|
| 공동 | <ul style="list-style-type: none"> · 산학예 협동 기반 콘텐츠, 디자인, 하드웨어 모델 개발 · 문화 번역 : 문화적 차이와 다양성에 기반을 둔 문화 번역 전략 연구 및 모델 개발 · 문화 생산 시스템 매칭 : 휴먼 웨어, 콘텐츠, 소프트웨어, 하드웨어, 법 제, 정책, 조직, 및 기구 간 결합 모델 연구 및 파일럿 제작 | |
| 기반기술 | <ul style="list-style-type: none"> · 스토리 개발 · 스토리 엔지니어링 · 시나리오 구조 데이터베이스화 · 시나리오 작가 시스템 모델 연구 (영화 방송 애니) | <ul style="list-style-type: none"> · 신화, 전설, 민담, 소설, 연극, 음악, 무용 전통연희 등 예술 분야의 표현 양식 (문화 콘텐츠화 방안 연구) |
| 사업유형 | · 국내 콘텐츠 기획 개발 시스템 | · 국가 간 학교 간 인력 교류, |

| | | |
|--|--|--|
| | 연구 및 모델 개발 · 국가간 콘텐츠 기획 개발 시스템 연구 및 모델 개발 · 상업영화 시나리오 컨설팅, 공동 기획 개발 파일럿 제작 및 프로세스 연구 · 동아시아 영화, 애니메이션 방송 학교간 콘텐츠 연구 기획 개발 모델 연구 및 파일럿 제작 | 동아시아의 문화적 유사성과 차이에 대한 학제적 문화 연구와 교류 증진 모델 연구 개발 · 문화 콘텐츠 연구 기획 개발 · 문화 원형의 번역 · 실험적인 예술-문화산업의 연계를 통해 새로운 포맷의 콘텐츠 개발(실험 애니메이션, 실험영화, 국악을 이용한 새로운 영상음악, 연기워크숍 운영, 타이틀 개발 등등) |
|--|--|--|

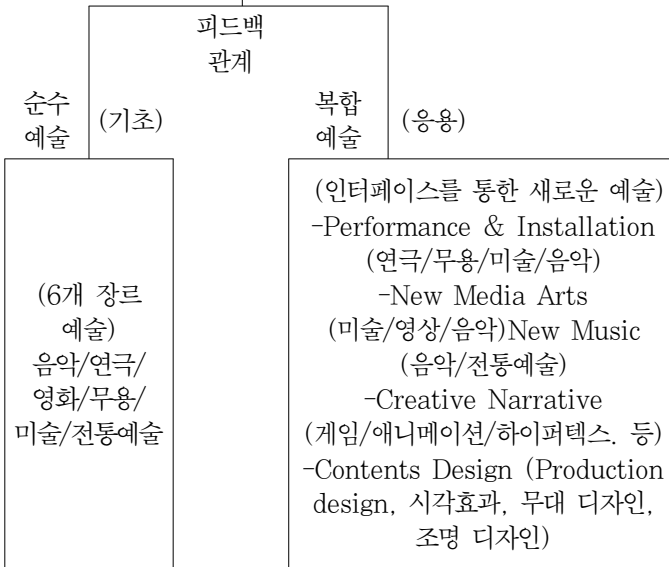
3. 연구개발 프로세스와 운영 방안

가. 콘텐츠 생산 Process에 대한 이해

아래의 도표는 문화산업기술(Culture Technology; CT)를 표현의 층위에서 분할한 것이다. 현재의 CT와 R&D투자자 주로 하드웨어와 소프트웨어의 기술적 차원에 집중되어 있음을 보여준다. 이러한 도표의 이점은 문화 또는 문화산업을 개별 요소가 아닌 생태주의적인 관점에서 연동되어 있음을 보여주는 효과가 있다. 이는 왜 CRDC가 인문학을 중심으로 통합적인 접근을 통한 종합적이고 구성주의적인 접근을 취하는가에 대한 근본적인 이론적 토대를 제공한다.

<표 36> 문화산업기술(CT)의 차원과 범위

| 구분 | 항 | 목 | | 세목 | CT의 범위 | |
|-------------------------|-----------|--------------------|-----------|---|------------------|-----------------|
| 문화산업에서 문화컨텐츠 산업으로 | 기술적 차원 | 하드웨어 차원 | | 컴퓨터/ 촬영기/ 악기 도구 등 | 좁은 의미의 CT | 넓은 의미의 CT |
| | | 소프트웨어 차원 | | 프로그래밍 | | |
| | 경영적 차원 | 기획/프로듀싱/ 큐레이팅 등 | | 경영기법, 마케팅 기법 패키징, | | |
| | 컨텐츠 차원 | 내용 | 내용의 실체 | 주제와 쟁점구성 Brain-Storming Story Telling | 이론 문화연구 실기 | |
| | | | 내용의 형식 | 시나리오 구성 | | |
| | | 표현 | 표현의 형식 | 촬영콘티 구성 (연출) | | |
| | | | 표현의 실체 | 프로덕션 및 후반작업 | 실기 | |



나. 문화산업콘텐츠 생산과정; 영화를 중심으로

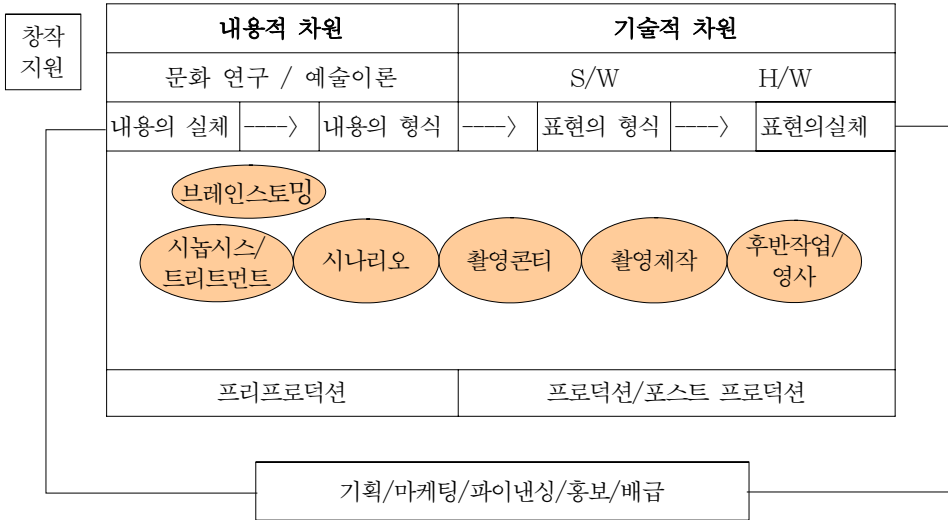
위의 도표를 영상산업을 모델로 하여 과정적 차원에서 재구성하면 아래의 <표 38>과 같다. 이런 특수한 절차와 도식은 일견 영상산업에만 적용되는 특수한 모델로 보일 수 있다. 그러나 이 모델은 그레마스 기호학의 의미작용에 관한 일반모델을 영상산업에 응용한 것으로 모든 장르의 예술창작은 물론 의미작용을 가진 기호적 과정/커뮤니케이션 과정은 내용의 실체 —> 내용의 형식 —> 표현의 형식 —> 표현의 실체로 볼 수 있다는 것으로, 모든 장르의 예술 창작은 물론 의미작용을 가진 기호적 과정/커뮤니케이션 과정 전반에 적용 가능한, 문화산업적 생산-유통과정의 일반모델이 될 수 있다.

다. CRDC 운영프로세스

콘텐츠 연구개발 시스템(CRDS)은 크게 세 차원으로 구성될 수 있다. (1) 교육인적자원부와 문화관광부의 연계 하에서 대학-문화산업 간의 협력시스템을 전국 차원에서 안정적으로 설립하고 재정을 지원하고 평가하는 종합센터, (2) 각 지역 대학에 설립될 대학콘텐츠연구개발센터, (3) 지역 단위의 문화산업클러스터 내에 설립될 지역 콘텐츠연구개발 지원센터가 그것이다.

이런 형태와 조직을 갖춘 CRDS에서 하게 될 주요 사업내용을 살펴보면 다음과 같다.

〈표 37〉 CT의 차원과 범위에 의거한 콘텐츠
생산과정(영화)



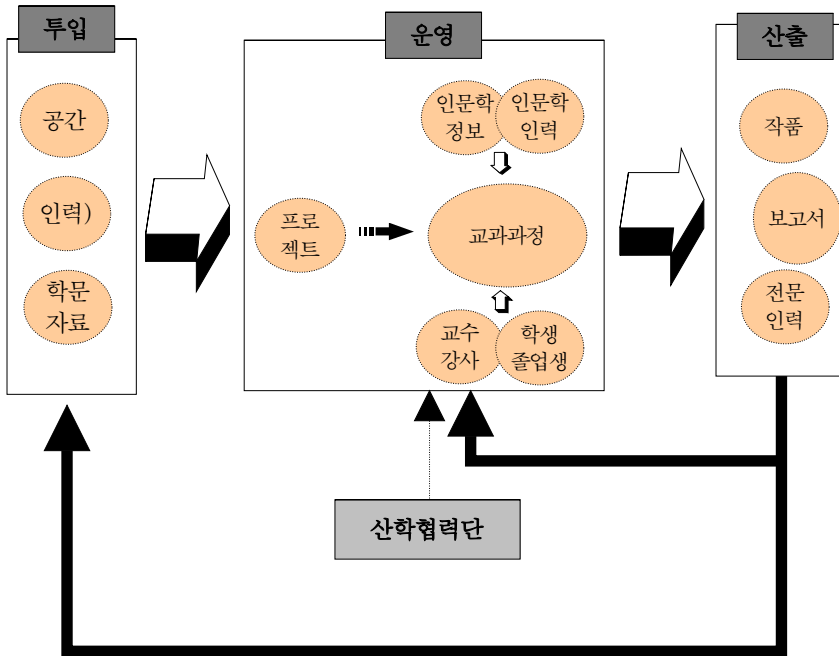
- 내용의 재료와 내용의 실체를 인문사회과학의 다양한 분야에서 이루어진 연구 성과 중에서 수집 조사하여 전문 연구자별 데이터베이스를 체계화하는 일
- 내용의 형식을 가다듬고 평가하는 전문가들을 결합해 시나리오에 대한 컨설팅을 수행하여 프리프로덕션 차원에서 시행착오를 보정하는 일
- 표현의 재료와 형식면에서 음악·미술·건축·무용·연극 등 다양한 예술영역의 성과를 방송영상산업 현장과 연결하는 일

CRDC의 운영은 최적의 핵심인력으로 구성하여 CRDC 사업 및 운영 관련 모든 자원을 통합관리할 수 있도록 하는 것이 좋다.(resource-pooling), 단위 CRDC를 중심으로 중앙 CRDC, 다른 CRDC, 업계 및

대학과의 협력관계 구축으로 CRDC 운영의 시너지 효과 극대화를 기하여야 하며 단위 CRDC 소속기관의 관련 조직(산학협력단, 학교기업 등)과의 협력을 활성화하여 운영의 체계화를 도모하여야 할 것이다.

[그림 21]은 표준적인 CRDC 운영 프로세스의 개념도를 보여주고 있다. 학교 공간 및 인력 등을 투입하여 교과과정 상에서 프로젝트를 수행하여 보고서, 작품 및 훈련된 인력이 산출되는 있는 운영 프로세스 형태로 운영하는 것을 기본적인 모델로 한다. 프로젝트의 수행과 동시에 진행되는 교과과정에 기존의 인문학 정보와 인력이 투입되며 경우에 따라서는 프로젝트 스페시픽한 인문학적 정보의 생산이 일어나기도 한다. 한편, 운영과정에서 행정적, 회계 등의 사무처리는 산학협력단에서 수행하여 운영자원의 비효율적 요소를 제거하고 프로젝트 수행에 핵심역량을 집중할 수 있도록 하여야 할 것이다.

[그림 21] CRDC 운영 Process 개념도



제6장 요약 및 결론

20세기 후반에 시작된 디지털기술과 정보통신기술의 발달은 문화상품의 공급과 수요기반을 확대시키고 문화산업의 획기적인 팽창을 가져와 세계적 차원에서 본격적인 영상문화 시대를 열고 있으며, 문화상품의 국경을 넘는 이동성의 증대는 문화산업에서 전 지구적인 차원의 경쟁을 격화시키고 있다. 특히 짧은 시간에 세계적 수준의 통신인프라 구축과 높은 인적자산을 바탕으로 문화산업에서 획기적인 성장을 이룩한 우리나라는 문화산업 선진국들과 어깨를 나란히 하는 차원에까지 이르렀다.

그러나 십여 년 전만 하더라도 문화콘텐츠와 문화상품의 일방적인 수입국이었던 우리나라는 세계적 하청생산과 국내적인 수입대체의 단계를 거쳐 자립적 기반을 구축하기에 이르렀다. 우리는 우리의 문화적 자산의 생산물들을 소위 ‘한류’를 통하여 해외에 선보이면서 세계적인 비평가들의 찬사를 이끌어내고 있다. 세계적인 문화상품 소비의 다양성에 일조하면서 일반적인 산업발전 과정을 뛰어넘어버린 우리문화산업의 발전은 무엇보다 오천년 유구한 역사의 문화적 자산에 힘입은 것임을 부인할 수가 없을 것이다. 우리의 문화적 자산을 문화산업으로 연결하기 위하여 국가는 문화원형 콘텐츠의 발굴을 통하여 지원하였으며, 정규·비정규의 교육과정을 통하여 우리문화의 자산을 체화한 우수한 문화콘텐츠 창작 및 기획 인력들의 적극적인 기여가 현재까지의 문화산업 성장의 바탕이 된 것이다.

그러나 문화산업의 급격한 발전은 새로운 도약을 위하여 새로운 역량을 발휘해야 하는 단계에 도달한 것을 의미한다. 문화산업의 근본적인 기반이 인문학임을 부인할 수 없을진대, 문화산업의 새로운 도약의 기반이 인

문학의 상상력과 창의력의 적극적인 유입과 협력으로부터 마련되어야 한다는 것은 너무나 당연한 결론이다. 우선 문화산업이 한 단계 더 질적인 도약을 이룩하여 성장세를 지속하여 물질적, 정신적으로 국민복지에 기여하기 위해서는 인문학의 자체 혁신과 더불어 문화산업과 인문학을 연결하는 유기적인 산학협력 시스템의 구축이 전제조건이 되는 것이다.

그러나 한편으로 ‘정보화’의 다른 이름인 ‘영상문화’의 대두는 인문학에게 변화를 요구하고 있다. 이러한 변화요구에 대한 인문학의 대응방식은 인문학 내부에서 나름대로의 과제로 논의되는 바이지만, 세계적 쟁패를 강요하는 환경 속에서 한국의 문화산업은 ‘미디어 문화연구’, ‘지역문화연구’의 틀을 중심으로 인문학이 혁신되어야 하며, 나아가서는 유기적인 산학협력시스템을 구축하여 인문학이 문화산업의 혁신을 일으켜주기를 요구하고 있다.

다양한 형태의 문화산업에 의한 문화산업콘텐츠의 생산과 다른 문화산업부문에서의 콘텐츠를 활용한 새로운 문화산업생산의 활성화는 전문인력의 공급을 통한 ‘인문학’의 문화산업에 대한 기존의 공헌을 확인시켜주는 동시에 문화연구로서 ‘인문학’의 드넓은 신천지를 보여주는 것이다. 인문학은 ‘미디어 문화연구’, ‘지역문화연구’ ‘통합적 연구’의 방향으로 혁신되어야 하며, 인문학콘텐츠 및 연구자의 DB 구축, 영상 인문학콘텐츠 아카이브의 구축 등을 통하여 효율성을 높여야만 한다.

어느 면에서는 인문학은 문화산업의 생산요소를 넘어서는 생산함수 그 자체이다. 정부는 우리문화원형 콘텐츠 개발 중심의 소극적인 자세에서 벗어나 번역전문기관의 설립, 인문학 수요 및 공급기반 강화, CRDC 지원을 통한 산학협력 활성화 등을 통하여 다른 문화산업 선진국들에 비하여 부족한 인문학적 기반의 약점을 보완하고 보강하기에 노력을 아끼지 말아야 할 것이다.

정부는 앞으로는 문화정체성의 향방이 문화경제 시대의 키가 될 것이라는 점을 인식하고 우리문화에 내장된 다양한 콘텐츠를 발굴하고 재해석하기 위한 연구를 적극 지원할 뿐만 아니라, 인문학이 지니는 공공재로서의 기능을 수행하기 위하여 일원화된 국가차원의 인문학지원기구를 설립하여야 한다는 인문학계의 주장을 진지하게 검토해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 강정인 외(2002), 『인문학 활성화를 위한 번역정책 연구』, 인문사회
연구회.
- 김기덕 외(2002), 『우리 인문학과 영상』, 푸른 역사.
- 김성곤(2003), 『문화연구와 인문학의 미래』, 서울대학교 출판부.
- 김여수 외(2002), 『인문학 연구를 위한 분야별 정책제안』, 인문사회
연구회.
- 박성수 외(2004), 『21세기 인문지식환경의 변화에 따른 지식공유체계의
재정립 및 활성화 방안 -인문과학의 개방-』, 인문정책연구총서
2004-01, 인문사회연구회.
- 문화관광부(2001), 『2001 문화산업백서』.
- 문화관광부(2003), 『2003 문화산업통계』.
- 문화관광부(2004), 『2004 문화산업백서』.
- 문화관광부(2004), 『CRC 구축기획보고서』.
- 문화관광부, 한국문화콘텐츠진흥원 『2005 애니메이션 산업백서』.
- 손대현 편(2004), 『문화를 비즈니스로 승화시킨 엔터테인먼트산업』,
김영사.
- 시모어 채트먼, 김경수 옮김 (1999), 『영화와 소설의 서사구조』, 민음
사.
- 영화진흥위원회 (2003), 『미주 및 유럽의 영화정책에 관한 연구』.
- 영화진흥위원회 (2003), 『2003 한국영화연감』.
- 영화진흥위원회 (2004), 『2004 한국영화연감』.

- 이연정 외(2004), 『문화산업분야 산학협력 활성화 방안』, 한국문화관광정책연구원.
- 이영석 외(2004), 『대학원 체제변화에 따른 인문학 연구 및 교육체계의 개편방안』, 인문정책연구총서 2004-03, 인문사회연구회.
- 한국문화예술진흥원, 한국문화콘텐츠진흥원(2002), 『순수예술과 문화콘텐츠 산업 그 조우와 성장을 위하여』, 세미나 자료집.
- 한국문화콘텐츠진흥원(2003), 『유럽 문화콘텐츠산업 지원정책』.
- 한국문화콘텐츠진흥원(2005), 『문화콘텐츠 국내외 교육기관 현황조사』.
- 구문모, 임상오, 김재준(2000), 『문화산업의 발전방안』, 산업연구원.
- 한상근, 김나라, 전용석(2003), 『문화산업의 직업변동』, 한국직업능력개발원.
- 박태준 외(2002), 『문화콘텐츠산업 발전을 위한 전문인력 양성 방안』, 한국직업능력개발원.
- 최혜실(2003), 『디지털시대의 영상문화』, 소명출판.
- 황준욱 외(2004), 『문화콘텐츠산업 인력구조 및 직무분석-애니메이션 산업을 중심으로』, 한국문화콘텐츠진흥원..

〈웹사이트〉

- <http://www.arte-tv.com/fr>
- <http://www.radiofrance.fr>
- <http://www.storyboardsonline.com>
- <http://www.famousframes.com>
- <http://www.newkat.com>
- <http://research.microsoft.com/srg/yoda.aspx>

Abstract

In the 2000s, the rapid growth of the Korean cultural industries attracts global attention, being one of the “new driving force” of Korea. However, recent analyses recommend that, to get a further leap, it have to achieve a more professionally specialized working process, pointing its shortage of professionals in scenario writers, pre-production and marketing staffs.

In this stage, a technical or management innovation alone cannot guarantee the further development of the Korean cultural industries. For this reason, recently new type of content R&D investment involving the humanities studies is being taken notice of public attention in this field.

Since, in general, the humanities studies can contribute to the cultural industries through three courses, correcting weak points and enhancing efficiencies in past contribution ways can be good strategies to get a advanced way of utilizing the humanities studies to the Korean cultural industries.

First, by supplying better contents of the humanities contents, it can influence the positive external effects to the Korean cultural industries. Second, by providing more suitable man powers to the cultural industries with improved curriculums, the humanities studies can make a better contribution to the cultural industries. Third, the humanities studies can improve the efficiency of the cultural industries, as a university-industry cooperative production system , by taking part in the development, production, marketing process of it. (refer to <Table>)

〈Table〉 Ways to increase the contribution of the humanities

| Item | Development Points | Common |
|--------------------------|--|--|
| Contents Production | <ul style="list-style-type: none">- Humanities contents and human DB<ul style="list-style-type: none">• Digital audio-visual archive• researcher DB- To improve translation environment<ul style="list-style-type: none">• to establish translation bureau | <ul style="list-style-type: none">- To improve research paradigm<ul style="list-style-type: none">• media cultural studies• Connected-/multi-/combined-/cooperative majors• Regional studies |
| Man-power Supply | <ul style="list-style-type: none">- To improve university curriculum<ul style="list-style-type: none">• more job related courses- Humanities demand infra-structure<ul style="list-style-type: none">• Certification test | |
| CRDS(Cooperative system) | | |

To increase the contribution of the humanities studies to the cultural industries, necessary policies could be; to extend the humanities to the media cultural studies, the regional studies, to develop 'combined humanities majors'; to develop researchers DB and audio-visual DB to increase the research efficiency in the humanities studies; to strengthen the supply and demand infrastructure of the humanities studies including setting up the translation bureau and the certification test for the humanities studies.

In 21th century, the more humanities contents are to supposed to produced and supplied to the cultural industries to be developed to cultural goods and consumed by people. However, to apply them to movie, game and animation, their plot must be fit to the special

character of each media. To expand the area of the humanities research and education, and to create the more jobs for the student of the humanities, the humanities education must include, as a main course, the management and application of the knowledge of the culture production .

The inclusion of the cultural sector in the humanities education course must be increased and the educational system of the humanities must be open to the global culture study like the regional studies. The regional studies of the humanities also pursue the internationalization and accomplishment of the general character of the Korean study. Moreover, the regional studies can support the marketing of the Korean cultural industries, which may feedback benefits to the humanities studies.

To attract the more interests to the humanities studies and to increase the practical use of the humanities studies, new majors have to be developed. For this, the connected and the cooperated courses need to be introduced. By opening Various connected/multi-/combined/cooperated majors and/or courses of the humanities, the more creative and the high quality professionals should be supplied and the possibility that students themselves could design of their own major should be largely extended.

To escalate the contribution of the humanities studies by quality and quantity, total data base system of the humanities studies should be developed and served with efficient management system so as to be shared by more people and sector who need them.

In multi-culture age, the translation of Korean materials by foreign language as well as the translation of foreign materials by Korean is very important. It could be positively considered to establish a professional translation office supported by the

government fund. The main jobs expected to be done by that professional office are:

- ① To translate Korean classics and professional academic works which are Korean intellectual property by foreign language .
- ② To translate foreign classics and professional academic works by Korean language.
- ③ To administer and control the process from the selection to the actual translations of the works, including the evaluation of the results.

The professional translation office could set up a network to organize and support the whole translation works in the governmental and the public sectors.

The introduction of a certification test for to grade quality of the humanities studies can work as a incentive to the volunteers to the cultural industries to demand more study for the humanities and as a standard to the owners of the cultural industries who hire them. The certification test is needed more for the 'humdrum' man powers than for the specialized professionals in the humanities such as scenario writers or producers. In addition to that, linked supports, if ever, could activate the intended effect the test.

Roughly speaking, contents R&D system can consist of three parts. (1) The central head quarter which manages the cooperation system between the universities and cultural industries in connection with MOE and MCT, and controls funding and evaluation process. (2) The university CRDCs(content R&D centers) in each universities, (3) The regional CRDCs in regional cultural industries clusters. Main jobs of CRDCs are could be follows:

To collect and investigate research outputs of the various humanities studies, and to develop DB of resources and bodies of

contents by researchers.

To consult suggested scenarios with the organized professional specialists in the forming and the evaluation knowledge of the cultural contents to minimize trial errors in pre-production stage of cultural industries.

To supply artistic outputs which are expressed various genres such as music, visual arts, architecture, performing arts.

With the R&D network between universities and cultural industries, the humanities studies will find their market in the production place of cultural industries. Moreover, it will reduce the evasion of the students from the humanities and give the professors and researchers the pride to contribute to improve the quality of the contents of the Korean cultural industries.

As for the Korean cultural industries, it will resolve their problem of the shortage of the professional specialists and reduce their R&D cost. In the long run, the effort to maintain the stability of the network will result in the development of the various cultural contents , introducing new resources and genres of cultural industries. It will also induce the creative experiment of the arts and the humanities to the cultural industries and stimulate the innovation of the Korean cultural industries.

인문정책연구총서 2005-06

문화산업 분야에서의 인문학 활용현황과 활성화 방안

발 행 2005년 12월 일

발 행 인 최 송 화

발 행 처 경 제 · 인 문 사 회 연 구 회

서울특별시 서초구 서초 2동 1376-1

외교센터 301호, 302호

전화: (02)571-8313~5

인 쇄 처 양동문화사(02-2272-1767)

보고서 내용은 무단 복제를 금함.