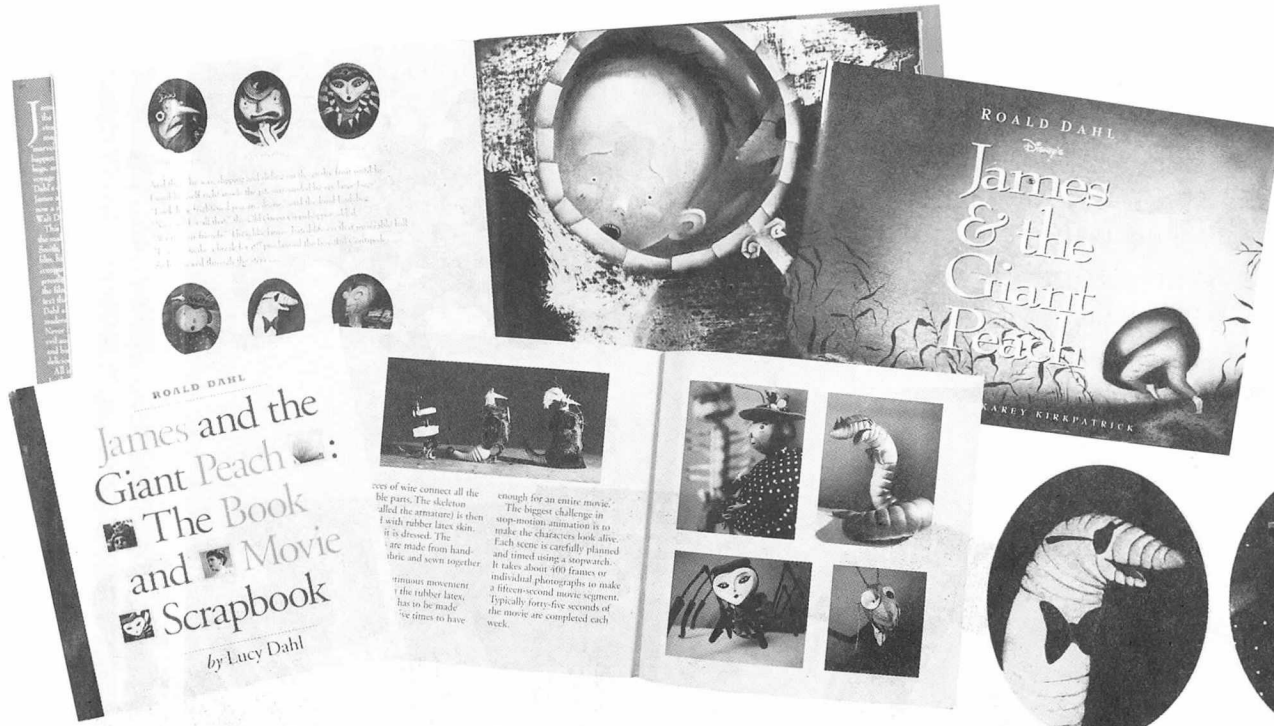


한권의 책이 빚어내는 '윈도우 효과'

그림책, 영화, 만화, 음반, 컴퓨터 게임 등 다양하게 매체 확대

장익순
출판기획가

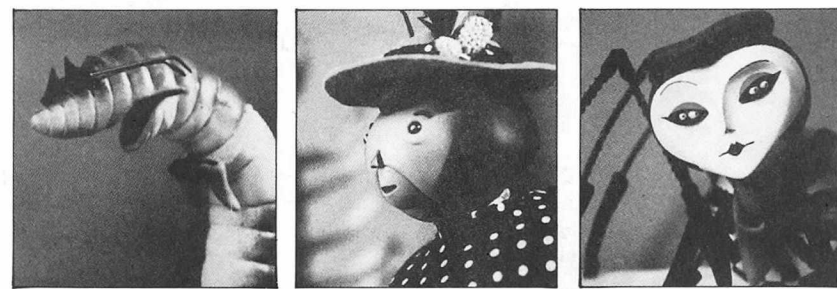


요즘 세상은 복잡하다. 단일한 구역이나 업종이 잘게 세분화, 전문화되고 있을 뿐만 아니라, 그 영역조차도 허물어지고 모호하게 통합해가고 있다. 그 결과 하나의 사건이 벌어지면 과거처럼 단순히 처리되는 게 아니라 꼬리를 물고 다양한 파문을 그리며 영향을 미치게 된다. 속도감 넘치는 세분화, 전문화, 통합화, 그 이면에는 갈수록 격심해져가는 경쟁과 도태 그리고 스트레스 인생이라는 그늘이 짙어만 간다.

출판업만 해도 그렇다. 불과 십년 전만 해도 책이라는 형식으로 고유하게 영위되는 구역이 있어서, 도식화된 일의 방식이 있었다. 그러나 지금은, 다 알고 있다시피 모든 일의 단계에서 자유롭다. 이야기는 더이상 책의 형식에 머물러 서점에 누워 있지 않다. 영화로 튀어나가고 만화로도 그려지고, 비디오나 CD 형식으로 되어 전자 화면으로도 떠오르며, 게임으로도 변형된다. 거꾸로 게임으로 시작된 이야기가 책으로 영화로 팬 시로 만들어져 우리 앞에 놓이기도 한다. 그에 따라 출판업의 카테고리는 인접한 문화 산업과의 상호침투에 따라 날로 희미해져 가고 있다.

이러한 출판업의 변동을 한눈에 보여주는 최근의 예가 있다.

1961년—영국의 유명한 아동문학가 로알드 달(ROALD DAHL)은 환상적이고도 계



이 과정을 한 줄로 줄여보자.

한 이야기의 창작—책으로 출간—고전화됨—그림동화책으로 출간—만화영화 제작 상영—책과 영화 이야기인 스크랩 북 출간—비디오로 출시—사운드트랙으로 음반 출시—컴퓨터 게임으로 제작 판매—만화로 출간—...

줄여지기는 하되 그 확대 재생산은 계속되며, 표현 매체 형식은 갈수록 자유롭다.

이쯤 되면 출판업은 전체 문화산업의 한

몽적인 어린이 이야기 《제임스와 거대한 복숭아》를 착상하여 출간했다. 가장 슬프고 의로운 어린이가 꿈을 잃지 않고 마술의 도움을 받아 자신의 세계를 찾았다는 이 이야기는, 책의 형식으로 태어나 이제 고전으로서 삼십년 가까이 어린이의 서가 한자리를 차지해 왔다. 그동안 세계의 수많은 어린 독자들은 로알드 달에게 독후감을 써 보냈는데, 80년대 중반부터는 언제 '영화'로 볼 수 있겠는지 묻는 내용들이 많아지기 시작했다.

1994년—〈인어공주〉, 〈라이언 킹〉 등으로 대성공을 거둔 월트 디즈니사는 성공작의 계보를 잇는 작품을 찾던 중 이 《제임스와 거대한 복숭아》에 눈길이 멈추었다. 교훈적이고 환상적이며, 모험과 자연의 세계를 풍부하게 담고 있는 이 작품을 선택하자마자, 디즈니사는 캐리 커크패트릭에게 맞겨 영화에 맞게 극본화하고 레인 스미스의

손을 빌어 그에 알맞은 캐릭터와 그림을 그려냈다.

1995년—디즈니사는 완성된 극본과 캐릭터를 들고 곧장 어린이 배역을 공개 선발하고는, 정교한 컴퓨터 인형까지 만들어 만화적인 그림을 배경으로 실제 촬영에 돌입한다.

1996년—디즈니사는 실제 액션과 최신의 스톱 모션 애니메이션 기술을 구사해서 영화를 완성해 놓고 4월에 개봉하기로 한다. 그 계획의 일환으로, 영화의 기본이 된 커크패트릭 극본과 스미스의 일러스트 그림책을 2월에 출간했다. 또한 로알드 달의 딸 루시 달(LUCY DAHL)을 끌어들여, 《제임스와 거대한 복숭아》가 실제로 어떤 아이디어에서 출발하여 책으로 나오게 되었는지, 저자 로알드 달은 어떤 인물인지, 캐릭터의 창작과 영화작업은 어떻게 진행되었는지 소개하는 〈스크랩 북〉을 동시에 출간했다.

《제임스와 거대한 복숭아》에 나오는 캐릭터들의 일러스트(위)와, 그것을 정교한 컴퓨터 인형(아래)으로 만들어낸 매체확대는 우리의 경우에 많은 것을 생각해 한다.

측면일 뿐이며, 다양하게 구사할 수 있는 많은 매체 형식 중의 하나일 뿐인 것이다. 그 다양성의 중심은 자본력이다. 창의적이며 대중들에게 매력적인 이야기를, 많은 매체로 다양하게 소화해내는 흥행성이 그 특성이 거대자본인 것이다. 최근 정보 경제학은 이런 과정을 '윈도우 효과'라 부르는 모양이다. 창문이 하나인 방에 여러 모양과 크기의 창문을 내는 것과 같다는 것이다. '윈도우 효과'는 곧 '시너지 효과'이므로 이러한 흐름은 갈수록 더할 전망이다.

우리는 자본력에서, 창의적인 이야기거리 곧 소프트웨어 개발에서, 흥행사적 능력에서 뒤져 있다. 문화산업 각 분야에서 더욱 분발해야 할 것이다. 문제는, 문화 개방에 대한 열린 시각이다. 방을 확대하고 다양한 색깔과 크기의 창문을 건설하게 내어야 한다. 환기가 잘 되지 않는 방은 퀴퀴하다. 기획자의 목표는 '환기'가 아닌가. ❖