코리아애니메이션, 판타지는 오는가

기술력은 세계적 수준 … 기획 · 연출력 여전히 숙제

과거 어린이들만의 전유물이자, 하층의 대중문화 장르로 인식되어 왔던 만화는 이제 더 이상 문화의 변두리 영역이 아니다. 현재 애니메이션은 문화 콘텐츠 산업의 허브이며, 진정한 고부가가치 산업으로 평가받고 있다.
그러나 한국 창작 애니메이션의 갈 길은 아직도 미지수이다. 자체 매니아층이 생겨 재개봉에 들어가기도 했지만 기대를 불러왔던 '오세암'이 흥행에 실패해 조기 종영했고, 애니메이션의 블록버스트로 불리는 '원더풀데이즈'는 개봉 첫 주 20만명의 관객을 동원하며, 바람을 일으켰지만 성공여부는 아직 더 두고봐야 할 것 같다.
제2의 부흥기를 맞이할 것이라는 기대와 달리 오세암과 원더풀데이즈 이후 다시 한번 과도기를 맞고 있는 한국 애니메이션 업계. 영화계의 '쉬리'와 같은 작품이 되겠다는 원더풀데이즈 제작사의 기대처럼 되살아날 수 있을지 점쳐본다.

신선자 객원기자

올 2003년은 국내 애니메이션 업계가 기대했던 것처럼 극장용 국산 창작 애니메이션의 중흥기가 될 수 있을까. 하반기 순수 한국산 장편 애니메이션이 대거 개봉을 앞두고 있어 이같은 기대를 걸어볼 만도 하지만 선뜻 새로운 부흥기가 도래했다고 말하기는 힘들 것 같다.

얼마 전 화제를 모았던 애니메이션 오세암의 개봉 이후 흥행 실적은 역시 한국 애니메이션의 미래는 불투명하다는게 입증된 것이라는 지적도 일고 있다. 특히 오세암은 투자자들과 제작자들 사이에 열띤 논란의 대상이 되기도 했다. 작품성을 인정받아 여러 사람의 주목을 받았던 오세암이 불과 10만 여명의 관객만을 불러모으는데 그친 데 따른 것이었다.

이에 대해 일부 투자자들은 국산 애니메이션의 수익성에 대해 회의를 나타냈고, 제작자들은 이 정도의 흥행도 과거에 비해 적지않은 발전을 한 것이라고 맞섰다.

제작사와 투자자간 논란 일어

투자자들의 논리는 한마디로 '돈 안되는 애니메이션에 투자할 수 없다'는 것이다.

한 투자자는 "'센과 치히로의 행방불명'이나 '니모를 찾아서' 등의 외산 애니메이션이 국내 관객동원에 성공을 했지만 그것이 한국 애니메이션의 가능성을 보여준 것은 아니다"라며 "이 같은 외산 애니메이션의 성공은 오히려 한국 애니메이션의 완성도와 수준에 대한 비판의 기준이 되고 있다"고 밝혔다.

또 다른 관계자는 "애니메이션의 경우 자금회수율이 영화에 비해 현저히 늦다"며 "돈 달라는 데는 많지만 적어도 1~2년, 심지어 3~4년까지 기다려서 자금을 회수하려는 투자자는 거의 없다"고 지적했다.

한마디로 대부분의 투자자들은 "우리는 상품을 원하지 작품을 원하지 않는다"며 상품성 없는 작품에는 투자할 수 없다는 입장을 분명히 한 셈이다. 몇몇 투자자는 "예술작품을 만들려면 투자자를 찾지 말고 혼자 작업을 하든지 정부에 예술을 할 수 있게 해달라고 매달리라"는 얘기까지도 서슴지 않았다.

어찌 보면 이들의 논리는 당연하다. 세계 애니매이션 시장이 거대한 규모를 보이고 있어 지금 손실을 조금 감안하더라도 충분히 육성할 가치가 있다거나 향후에 큰 수확을 거둘 것이라는 얘기는 이제 이들에게 통하지 않는다.

제작사들도 투자자들의 입장을 충분히 이해하고는 있다. 하지만 한 제작사 관계자는 "일반적으로 애니메이션에 투자한 자금을 회수하는 데는 빨라야 3년 정도의 시간이 걸린다. 하지만 그 이후에는 지속적인 수입이 창출된다. 한국 애니메이션이 이제 겨우 새 싹을 틔우고 있는데 벌써부터 자금회수를 운운하는 것은 너무 성급한 생각"이라며 "투자자들의 입장을 충분히 이해하지만 조금 여유를 갖고 바라봐 주었으면 좋겠다"며 아쉬워했다.

이것이 바로 오세암의 흥행 부진을 통해 드러난 국내 극장용 애니메이션의 현주소다. 사실 극장용 애니메이션을 만들어 상영할 수 있는 능력을 지닌 나라는 전세계를 통틀어도 몇 손가락에 꼽을 정도다. 그렇지만 우리나라는 올해 개봉했거나 개봉예정인 창작 애니메이션이 다수 기다리고 있다. 특히 지난달 17일 개봉한 원더풀데이즈의 개봉 첫주 흥행 호조는 극장용 애니메이션의 새로운 가능성을 보여주고 있다.

창작 애니메이션 '설 땅 없나'

애니메이션의 블록버스터로서 원더풀데이즈는 오세암과는 또 다른 기대를 불러일으켰다. 기술적인 측면에서 외산 애니메이션들에 비해 전혀 부족함이 없다는 것이다.

관련업계 한 관계자는 "다양한 시행착오를 거쳐 제작된 애니메이션들이 관객들로부터 객관적인 평가를 받고 있다. 오세암의 흥행부진은 애니메이션업계에 큰 타격을 주긴 했지만 작품성만큼은 세계 어느 작품에도 뒤지지 않는다는 평가를 받았다. 최근 개봉한 원더풀데이즈도 마찬가지다. 원더풀데이즈의 흥행 결과는 한국 애니메이션의 미래를 가늠하는 중요한 잣대가 될 것"이라고 진단했다.

하지만 앞으로의 결과에 대해서는 여전히 '물음표(?)'를 달고 있다. 오세암의 흥행부진을 볼 때 국산 애니메이션이 극장에서 설 땅이 없어졌다는 얘기다. 원더풀데이즈 역시 당초 전국 동시 개봉을 계획했지만 개봉일이 지나서까지도 개봉을 확정짓지 못한 지방 극장주들 때문에 골몰을 앓기도 했다.

120억의 블록버스터 작품도 그런데 저예산 창작 애니메이션의 경우는 더욱 심할 수밖에 없다. 해외에서도 인정받은 국내

최초 완전 3D 애니메이션인 '엘리시움'의 경우 당초 계획은 지난해말 개봉 예정이었는데 마땅한 배급선을 찾지 못해 개봉을 미뤄 오는 8월 8일 개봉 예정에 있다. 원더풀데이즈의 경우도

제작과정이 늦어진 이유도 있지만 원활한 배급선을 찾지 못해 개봉이 미뤄진 사례라 할 수 있다.

업계 한 관계자는 "개봉이 늦어지는 것뿐 아니라 제작이 중단되거나 제작 자체가 불투명해진 작품도 다수"라며 우리나라 애니메이션 실태를 안타까워했다.

기술면에서는 진일보해

이 같은 실정이지만 '실패는 성공의 어머니'라는 말도 있듯이 '미래가 없다'는 것은 아니다.

최근 개봉되거나 개봉예정인 국산 애니메이션의 작품 수준은 이제껏 우리가 봐왔던 어떤 애니메이션보다 뛰어난 완성도를 갖춰나가고 있다. 특히 오세암이나 원더풀데이즈는 국내 애니메이션의 높은 수준을 반증한 작품으로 평가된다.

기술적인 면에서는 특히 진일보한 모습을 보여준다. 이들 작품은 국내 애니메이션 제작업체들이 단순 하청업체라는 오명을 벗는데 한 몫을 했다. 원더풀데이즈의 경우 2D와 3D, 미니어처, 실사 합성 등 최첨단 제작 기술의 적절한 활용으로 눈길을 끌었고, 오세암은 탄탄한 스토리와 연출, 사운드로 작품성을 인정받았다.

뿐만 아니라 이들 작품들은 내수에만 머무르는 것이 아니라 세계시장을 무대로 뛰고 있다. 엘리시움 등은 국내 개봉이 아닌 러시아 등 세계시장에서 선개봉해 좋은 반응을 얻었고, 원더풀데이즈의 경우도 세계 시장에서 괄목할만한 성과를 거둬들이고 있다.

업계 한 관계자는 "국내 애니메이션 제작기법이 진일보했다. 특히 원더풀데이즈 경우 기법적으로만 평가할 때 몇십년의 제작 노하우를 갖고있는 웬만한 재패니메이션 보다 훨씬 뛰어나다. 이는 국내 애니메이션 시장에 있어서는 고무적인 일이다"라고 높게 평가했다.

전문가들 역시 원더풀데이즈의 경우는 한국 애니메이션의 역사에서 하나의 전환점이 될 만한 작품으로 평가하고 있다.

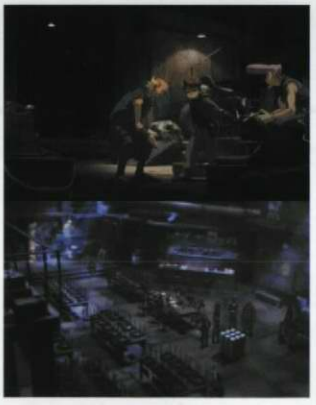
이들 작품이 이처럼 호평을 얻는 데는 오랜 기획과 제작 과정을 거친 작품이라는 점에서 공통점을 찾을 수 있다. 짧게는 2~3년 길게는 7년 동안 공들여 작업한 결과물이다. 그만큼 제작 규모나 방식 면에서도 국내 애니메이션이 예전에 비해 더욱 대형화 · 전문화됐다는 것을 반증한다.

하지만 아쉬움도 남는다. 2D, 3D, 미니어처, 실사 합성 등의 멀티메이션 기법은 우리나라 애니메이션의 뛰어난 기술 역량을 입증한 것으로 찬사를 보낼만 하지만 스토리나 연출면에서는 여전히 부족한 면을 보이고 있다.

원더풀데이즈를 관람한 한 관람객은 "영상미는 최고 수준, 그러나 마지막 스토리 전개가 너무 신파적으로 흘러 흡입력이 약하다"라고 평했다. 또 다른 관람객은 "못 만들기나 했으면 안타깝지나 않지, 역시 한국 영화의 미래는 어두운 것인가"라고 아쉬움을 나타내기도 했다.

이러한 평가는 국내 창작 애니메이션이 기술적으로는 진일보했으나 아직 연출, 시나리오 등이 뒷받침해주지 못하고 있는 실정이라는 것을 드러낸다. 하지만 기술적 진일보라는 것도 국내 애니메이션에 희망을 거는데는 부족함이 없을 것이다.

이러한 과정을 과도기로 삼는다면 한국 애니메이션이 새로운 부흥기의 전환점을 맞이했다는 것은 분명하다.



시장 불투명, 그래도 도전은 계속돼야

한편 애니메이션의 사회적 위상이 높아지고 부가가치가 높은 상품임이 입증되면서 국내 애니메이션을 비즈니스나 마케팅에 활용하려는 움직임도 빨라지고 있어 더욱 희망적으로 보여지고 있다.

단순히 영화 개봉에만 머무르는 것이 아니라, 게임, OST, 출판 등의 관련 상품 출시가 봇물을 이루고 있다.

오세암의 경우 동화작가 정채봉의 원작을 토대로 제작된 작품이라는 점을 살려 출판사업에 힘을 쏟아 '만화로 보는 오세암'(파랑새 출판사)을 선보였고, 인기 가수 윤도현과 이소은이 함께 불러 화제를 모은 오세암의 OST도 발매해 영화 마케팅에 폭넓게 활용했다.

원더풀데이즈도 모바일용 RPG게임 외에 레이싱, 숨은그림찾기 등 다양한 종류의 게임을 선보인 상태다.

애니메이션을 사랑하는 관람객들의 수준도 높아졌다. 오세암이 조기종영되자 한국 애니메이션을 사랑하는 네티즌들이 자생적인 서포터즈 모임을 결성, 오세암 재개봉 운동을 벌였고, 다양한 사이트에서 네티즌들의 애니메이션에 대한 사랑을 엿볼 수 있는 글도 확인할 수 있다. 최근 포탈사이트 네이버(www.naver.com)에서는 원더풀데이즈가 검색 순위 5위안에 들어 애니메이션에 대한 관심이 증폭되고 있다는 것을 보여주기도 했다.

미흡한 점이 없지 않지만 괄목상대를 보이며 또 한번 변화의 기지개를 켜고 있는 토종산 애니메이션 작품들. 과연 코리아니메이션의 판타지는 오는 것인가. 이에 대해 아직은 미지수를 표시할 수밖에 없지만 극장주나 투자자들이 수익을 내는데 조바심을 내지 않고 여유를 가지고 한국 애니메이션의 부흥을 기다려 시장이 활성화되길 기대해본다.