

만화 창작 진흥을 위한 부천시 한국만화박물관의 역할 모델 연구

박신의

초 록

이 논문은 부천시 소재 한국만화영상산업진흥원의 구도 속으로 확장 이전하게 되는 한국만화박물관의 새로운 역할 모델에 관한 연구이다. 이를 위해 이제까지의 한국만화박물관 활동을 점검하고, 추후 만화박물관이 창작 진흥을 위한 시스템을 갖추면서 어떻게 만화산업 발전에 실질적인 기여를 할 수 있는지를 제안하였다. 무엇보다도 도시 브랜드적 가치나 산업 우위의 관점을 벗어나 박물관 본연의 활동에 충실하기 위한 여건 마련이 요구된다. 또한 한국만화의 우수성을 국제적 차원에서 알리기 위한 소장품 정책의 수립과, 해외 만화박물관 및 만화산업 관련 기구와의 네트워킹을 이루어낼 구조를 살려내는 일도 중요하다. 결과적으로 만화박물관은 새로운 활동 구조를 정비하되, 만화 창작 진흥을 중심으로 전시 기획과 작가 양성 프로그램을 실행하며, 이를 위해 독립 조직을 갖추어야 할 것이다.

주제어 : 만화박물관, 창작 진흥, 작가 양성, 국제교류

I. 서론 - 문제제기 및 연구의 목적

2001년 10월, 부천시에 한국만화박물관이 개관한 것은 만화계에 중요한 사건이었다. 무엇보다도 만화가 박물관 인프라에 자리잡게 되면서 만화의 유산적 가치를 획득하고, 보존과 연구 기능을 안정적으로 수행함으로써 만화의 문화예술적 가치를 제도적으로 보장받을 수 있다는 점에서 큰 기대를

모았다. 비록 부천시 종합운동장의 여유 공간을 활용한 것이어서 주변 환경의 번잡함이나 독립건

물이 아닌 부속 시설물처럼 보여 다소 아쉽기는 했지만, 그나마 한국 최초의 만화박물관으로서 그 시작은 의미심장한 것이었다. 박물관이라는 지위가 만화에 대한 사회적 인식을 높여준 것도 그렇고, 동시에 만화 장르가 갖는 대중적 매력과 더불어 관람객 확보가 가능했던 점, 그리하여 나름대로 박물관 활동에서도 선전(善戰)을 보여주었던 점에서 그 효과가 충분했던 것이다.

만화박물관은 실제로 부천시가 표방해 온 '박물관 문화도시' 전략과 실천의 맥락에서 가장 성공한 사례 가운데 하나라 할 수 있다.¹⁾ 만화박물관은

1) 부천시는 지난 민선 3기 시절, 핵심적 정책목표를 '세가지가 많은 도시'로 설정하고, '공원이 많은 도시', '주차장이 많은

처음부터 만화정보센터라는 큰 구도에서 존립하였으며, 부천국제만화페스티벌과 PISAF(부천국제대학애니메이션페스티벌)와 같은 연계 페스티벌의 후광을 업고 있어 여타 다른 박물관에 비해 부각될 소지를 훨씬 많이 갖고 있었던 것이다. 게다가 부천시는 만화를 도시 브랜드로 키우며, 동시에 지역 문화산업 클러스터 정책의 대표적 아이টে으로 상정하면서 지속적인 관심과 지원을 보여왔기에, 만화박물관의 확장 가능성은 내재되어 있었다고 하겠다.

그 결과 이제 만화박물관은 종합운동장 시대를 접고, 곧 상동에 소재한 영상문화단지내 한국만화영상산업진흥원의 구도 속에서 확장 이전할 계획에 있다. 2008년 7월까지 지상 5층 건물로 들어서게 될 이 공간에 자리하는 만화박물관은 약 2,306.7m²(약700평)의 면적을 확보한 가운데, 현재의 공간에 비해 200여 평이 키워질 예정이다. 또한 인근 상동 529번지 일대의 상가건물을 활용하여 만화 관련 시설 및 단체를 집적시켜, 일련의 만화 창작촌 및 문화콘텐츠 업체들이 지구 내로 유치되는 등 실질적으로 박물관 활동이 이와 연관하여 배가될 것으로 보인다.²⁾ 이제 만화박물관은 보존과 연구, 전시 기능만이 아니라 창작 및 산업 환경과 병행되어 그 활동이 전개될 수 있다는 점에서 일련의 변화를 예견하게 된다.

도시, '박물관이 많은 도시'로 제시한 바 있다. 특히 박물관이 많은 도시라는 정책은 부천시가 문화도시의 이미지를 구축하는 데 큰 역할을 한 것으로 평가된다.

2) 부천시는 "영상문화단지를 국내 만화가들이 연구하고 창작할 수 있는 만화산업의 요충으로 만들 계획"이라며 "문화콘텐츠 전문투자 조합 결성을 통한 기업 육성 및 해외교류 협력을 통한 기업의 마케팅 지원 등 부천을 중심으로 수도권권을 연계한 '생산-소비'의 만화콘텐츠산업 클러스터를 형성토록 할 것"이라고 밝힌바 있다. 김명근, 연합뉴스(2008. 3. 3).

하지만 부천시가 과연 만화박물관을 어떠한 이해관계와 관점에서 접근하느냐의 문제를 놓고 보면, 사실 답이 명확하지는 않다. 어떻게 보면 그동안 만화박물관에 대한 시선은 만화의 유산적 맥락에 충실한 박물관 본연의 미션과 역할에 있기 보다는, 만화라는 아이템이 갖는 문화산업적 효과와 기대치에 기댄 것이라는 추측이 가능하다. 그런 점에서 만화박물관은 매우 어정쩡한 성격과 역할을 보여 왔다고 볼 수 있다. 무엇보다도 박물관 활동의 전문화를 위한 조직이나 예산 배정은 매우 취약했고, 또 만화박물관의 컬렉션을 활용한 국제교류나 산업적 연계에서도 지극히 소극적이었다는 사실이 그렇다. 실제로 만화박물관의 조직은 부천 만화정보센터 내에서 박물관 업무를 담당하는 수준으로 되어 있어 별도의 독립 조직을 갖고 있지 않다. 따라서 전문인력의 배치는 가장 기초적인 전시 및 교육 담당에 그치고 있으며, 그나마도 전문성을 발휘할 수 있는 여건이 전혀 주어지지 못한 것이다.

이런 저런 취약점을 생각하면, 만화박물관이 확장 일로에 있다는 사실을 그저 반길 수만은 없는 노릇이라는 생각이 든다. 물론 만화박물관은 그동안 관람객 유치에서 일정하게 성과가 있었고, 또 확장하게 되면서 관람객 수치는 증가할 것이라는 전망이 가능하다. 그러나 이러한 전망 정도로는 산업적 목표치를 말하기 힘들다. 오히려 문제는 산업적 효과를 적극적으로 높이기 위한 박물관 활동에 대한 전면적인 검토와 대안 마련에 있다. 현재의 수준에서 약간의 공간 확보와 더불어 박물관을 이전한다고 할 경우, 전체 진흥원 차원에서 진정한 시너지를 얻을 수 있을지는 지극히 의문이라는 것

이다.

이러한 배경 속에서 본 논문은, 한국만화박물관이 박물관의 주요 활동을 토대로 한편으로 만화 창작 진흥의 생산적 계기를 제공하고, 다른 한편으로 문화산업의 주요 콘텐츠로서 기능할 수 있도록 새롭게 역할 모델을 만들어가야 한다는 전제 아래, 그 구체적인 활동 내용을 어떻게 구성해 갈 수 있을지를 제시하는데 목표를 두고 있다. 이를 위해 기존의 한국만화박물관의 성격과 방향을 살펴보고, 그것이 갖는 창작과 유통의 선순환적 연관관계 속에서 만화박물관의 새로운 역할을 상정하려고 한다. 필자는 한국만화박물관 건립 시 운영계획에 관한 연구에 참여한 바 있으며³⁾, 4년 가까이 전시자문위원으로 활동하면서 비교적 박물관 활동에 근접해 있다는 점에서 가능한 부분을 제안하려는 것이다. 실제로 이제까지 만화 창작 진흥을 위한 다양한 연구는 있어왔지만, 박물관 활동을 통해 이룰 수 있는 지점에 대한 연구는 거의 없었다고 할 수 있다. 그런 점에서 이번 연구는 기본적으로 만화가 갖는 예술적, 산업적 성격을 박물관 활동과 결합하되, 한편으로는 새로운 박물관 활동을 목표로, 다른 한편으로는 이를 매개로 한 새로운 만화 창작의 가능성을 목표로 진행될 것이다.

II. 한국만화박물관의 성격과 방향 분석

3) 경희대학교 문화예술경영연구소, 『부천 만화박물관 관리운영계획에 관한 연구』, 2001.

1. 브랜드 개념에 치중한 박물관 건립

일반적으로 박물관이란 컬렉션을 바탕으로 전시와 보존, 연구와 교육 기능을 갖는다고 할 때, 만화박물관 역시 인류의 소중한 문화유산으로서의 만화를 대상으로 박물관 활동을 하는 것으로 규정된다. 그러나 만화라는 장르 혹은 대상의 특수성에 따라 박물관의 역할은 여타의 경우와 다르게 설정될 수 있다. 다시 말하면 만화를 어떻게 이해하고 규정할 것인가에 따라 전시를 어떻게 구성하고, 소장품 정책을 어떻게 수립하며, 이러한 콘텐츠들을 어떻게 사회화할 것인가가 결정된다는 것이다. 또 만화가 갖는 산업적 성격으로 인해 만화박물관은 출판 및 영상문화 산업으로 그 영향관계가 확장되는 속성을 감안하면서 박물관의 성격과 방향이 결정될 수 있다.

그렇다면 만화를 어떻게 볼 것인가? 물론 가장 가깝게는 만화의 역사적 맥락을 보는 관점이 가능하겠지만, 오히려 만화를 문화적 맥락에서 볼 때 그것은 중요한 지식체계이자 커뮤니케이션의 매개체로서 존립한다고 볼 수 있다. 만화의 기원을 어디서 보며, 그것이 근대적 맥락에서 어떻게 펼쳐졌는지를 가늠하면서, 만화의 언어 자체가 갖는 파급력과 그 위대함 등을 논할 수 있어야 한다는 것이다. 바로 그 점이 만화를 바탕으로 한 박물관의 존립을 가능케 하는 가장 핵심적인 근거라 할 것이다. 우리는 결코 박물관을 단순한 유물이나 골동품, 자료를 보관하는 것이 아니라, 그 보관 행위를 통해 인류의 지식체계와 거대한 정보의 움직임을

정비하고 해석하여 미래의 지식과 정보체계로 만들어가는 또 다른 지식 생산의 장이라 보기 때문이다. 즉 만화를 얼마나 새롭게, 그리고 혁신적으로 바라보느냐에 따라 만화박물관에 부여하는 미션과 역할이 달라질 수 있음을 강조하고자 한다.

하지만 유감스럽게도 한국만화박물관은 최소한 박물관에 대한 그만한 이해와 인식을 토대로 건립된 것이 아니었다. 이러한 배경에는 부천시의 정책적 마인드도 한 몫 했다고 보는데, '박물관이 많은 도시'를 지향하고 이를 실행하는 과정에서 비롯되는 박물관에 대한 접근이 편향 내지는 왜곡될 소지를 안고 있었던 점이 그것이다⁴⁾. 특히 다양한 소규모 테마박물관을 지향한다는 점에서 타도시의 박물관 정책과는 차별성을 보이고는 있지만, 박물관 개념과 활동에 대한 접근에서는 테마파크적 요소가 강조되면서 박물관의 문화관광적 효과를 얻어내려는 목적이 우선되었던 것이다⁵⁾. 그러나 이러한 성격이 실제로 박물관 활동을 전문적이고 특화된 내용으로 만들어낼 수는 없었다. 전시 기획에서의 연구와 인력의 배치, 예산 배정의 문제는 물론이고, 소장품을 구입하고 관리하기 위한 정책조차 수립되어 있지 못하며, 교육 프로그램에서도 전문화된 다양한 내용을 담아내지 못했던 것이다.

단적으로 말하면 부천시는 만화박물관을 '만화도시 부천'이라는 브랜드 가치 증대의 목표 속에

포함시켜 받아들인 것으로 보인다. 동시에 '특화된 만화콘텐츠 산업의 경쟁력 강화'의 계기로, '21세기 한국만화콘텐츠 허브도시 부천 실현'의 목표 속에 녹아 있다는 것이다⁶⁾. 그런 관계로 체험 중심의 만화박물관 개념에 그 역할 비중이 더 실리는 것과, 관람객 숫자에 대한 통계치에 의미를 두는 식의 접근을 보이고 있다. 결과적으로는 부천시는 만화박물관을 통해 만화도시 부천의 핵심적인 지표로 제시할 수 있었으며, 또 이로 인해 대사회적 인식도 충분히 얻어낼 수 있었음은 분명한 사실이다. 하지만 만화박물관이 자신의 활동 목표를 한국 만화 자료의 수집과 보존, 연구를 통한 만화의 문화예술가치 증대라는 일반적인 내용을 제시하고 있음에도 불구하고, 그 활동 자체가 지극히 수동적인 차원에서 행해질 수밖에 없었던 것은 곧 부천시의 박물관에 대한 소극적인 인식에서 기인한다는 것이다.

그렇다면 문제는 '만화도시 부천'이라는 브랜드를 완성하기 위한 박물관의 역할이 어떠한지 하느냐에 있다. 분명한 사실은 진정한 브랜드적 가치를 보장하는 것은 만화박물관이라는 시설이 아니라, 그것의 활동에 따른 내용적 완성도라는 것이다. 박물관 본연의 활동과 전문성, 이를 바탕으로 한 주민의 박물관 문화에 대한 수용과 향유, 나아가 한국 만화의 경쟁력 확보와 이를 통한 문화산업 육성과 긴밀한 협조 내지는 연관관계를 형성하는 것

4) 『2003 부천시 문화환경진단보고서』에서는 부천시 박물관 도시전략에서의 '양적 접근'의 소지를 지적하고 있다. 그러나 중요한 것은 박물관도시가 의미하는 바, 시민과 박물관의 관계 맺는 방식 등에 관한 질적 성찰이며, 박제된 수많은 박물관이 아니라 연구·교육·문화·커뮤니티 공간으로서 박물관의 기능과 역할을 다하는 소수정예의 박물관이 만들어져야 한다고 지적하고 있다.

5) 박신의, 「부천시 박물관 건립 중장기계획을 위한 리매핑 작업」, 『지역문화정책과 도시마케팅』, (디프넷, 2005), 232 쪽 참조.

6) 부천만화정보센터는 센터의 비전을 '한국만화문화의 가치 증대와 만화콘텐츠산업 활성화'로, 미션을 '21세기 한국만화콘텐츠 허브도시 부천 실현'으로 두고 있으며, 이에 따른 정책 방향은 '만화의 가치 증대와 인프라 구축', '특화된 만화콘텐츠 산업의 경쟁력 강화', '만화창작 및 연계 비즈니스 활성화', '글로벌 만화네트워크 구축', '만화도시 부천의 브랜드 가치 증대' 등으로 제시하고 있다. www.bcic.or.kr

이다. 그런 점에서 박물관 활동 자체가 만화콘텐츠 산업의 경쟁력의 근거가 된다는 기준을 놓고, 한국 만화박물관의 위상과 역할을 재설정하는 작업이 필요하다고 본다.

2. 산업적 관점의 우위에 따른 창작 진흥 시스템

기본적으로 한국만화박물관에 대한 산업적 기대치가 그 자체로 잘못된 것은 아니다. 그러나 박물관 본연의 활동이 갖는 경쟁력을 전제하지 않는 산업적 기대치란 어불성설이다. 그것은 곧 만화의 존재론적 근거를 부정하는 것이나 다름없기 때문이다. 실제로 한국만화박물관은 부천만화정보센터를 중심으로 부천국제만화페스티벌, 그리고 PISAF 등의 행사와 맞물려 있으며, 또 이러한 행사들을 통해 긍정적 의미의 시너지 효과를 얻어낼 수 있는 복합적인 구도와 관계에 있다. 하지만 그 어떤 행사도 만화 창작의 질과 예술적 성취를 토대로 하지 않는 것은 없다. 그리고 문제는 그러한 토대가 박물관을 통해 나온다는 사실이다.

그런 점에서 여기서 논의는 과연 부천시가 만화 산업을 어떻게 이해하느냐로 이어질 수 있다. 이에 대해 그간에 주어진 해묵은 논쟁은 만화가 '예술이냐 산업이냐'와 관련한 것이다. 물론 정답은 예술이면서 산업이라는 식의 다소간 양비론적 관점이 통용되는데, 그러나 현실은 여전히 산업 우위에 놓여있음을 간파할 일이다. 어쩌면 예술과 산업의 구도를 분리해서 정책이 집행되는 데 문제가 있을지도 모르겠다. 한국문화콘텐츠진흥원 등을 위시한

지자체의 관련 문화산업 진흥원의 정책 기조가 그런 구도에 있기 때문이다. 그 결과 작가 중심의 창작 지원 시스템이기 보다는 업체 중심의 지원 방식에 집중될 수밖에 없다. 또한 창작에서 유통, 배급 등의 전 과정에 대한 인식을 토대로 한다기보다는, 유통과 배급의 차원에 집중하는 불균형을 드러낸다는 것이다.

그렇다면 작가 중심의 창작 지원 시스템은 어디에서 기대할 것인가. 앞서 만화를 예술과 산업 사이의 양자택일의 문제로 보게 되는 상황을 이야기 했지만, 필자는 만화는 그 자체로 예술과 산업을 결합하는 '새로운 예술'의 속성을 갖는다고 말하고 싶다. 새로운 예술이기 때문에 그 새로움에 근거하여 창작 진흥을 위한 여건이 마련되는 것이 필수라는 주장이다. 그런 점에서 보면 사실 산업적 연결은 만화의 궁극적인 목표가 아니라 '사회화'(socialization)의 수단이라 할 수 있다. 사회화를 이루는 출판이나 영화산업, 인터넷 등과 같은 여러 기술매체를 통해 유통과 배급의 채널을 갖는 것이라는 논리다. 따라서 만화박물관은 이처럼 산업적 채널에 가까이 갈 수 있는 만화의 예술적 측면을 가장 잘 살려주는 박물관 고유의 활동을 통해, 어떻게 산업적으로 연결될 것인지를 실행할 수 있는

7) 여기서 '새로운 예술'에 대한 설명을 덧붙여야 할 것 같다. 필자는 새로운 예술을 통합적인 관계를 성찰하고 이를 실천하는 것으로 보고 있다. 다시 말하면 장르간 분리와 경계에 대한 비판적 성찰, 예술 소통방식에서 미술관이나 박물관 밖 세상을 대상으로 확장해 가는 방식의 성찰 등을 포함한다. 이를 만화에 적용하면 만화는 이미 문학과 미술, 영화와 건축, 연극 및 음악, 그리고 기호학과 사회학, 정치경제학, 과학 등 여러 예술 장르 및 분과학문과의 연계성을 갖는다. 또 만화의 소통방식은 원화로, 만화책으로, 교육용 프로그램으로, 애니메이션으로, TV로, 인터넷으로 무한한 가치를 뽐어간다는 점에 주목하자는 것이고, 바로 이러한 면모들이 무엇보다도 기존의 예술 개념에 대비해 '새로움'의 근거를 제시한다는 것이다.

인프라여야 한다고 본다.

하지만 유감스럽게도 한국만화박물관은, 그러한 의지는 갖고 있었다고 보이나, 여러 여건으로 인해 작가 발굴과 연구라는 활동을 핵심 역할로 만들어 내지 못했다. 그나마 아주 작은 예산으로 어렵사리 만들어낸 기획 전시회에서 나름대로 작가를 중심으로 한 전시회의 틀을 갖추고자 애쓴 흔적이 보이고는 있다⁸⁾. 하지만 그 기획전 숫자 자체가 너무도 적고, 더 큰 문제는 만화계의 반향이 거의 없다는 데 있었다. 이처럼 전시회가 활동의 핵심인 박물관에서 그 자체로 작가들을 끌어내지 못하고, 그것이 창작의 새로운 모색과 실험에의 의지를 추동하는 것으로 이어내지 못한 것은 박물관의 역할에서 매우 심각한 장애현상이라 할 수 있다. 게다가 국제전의 성과가 너무도 미미해서 작가간의 국제 교류와 정보 및 자료 교환의 활동도 거의 기대할 수 없는 상황이다. 결과적으로 한국만화박물관의 기획전시는 국내외적으로 고립되어 있다고 해도 과언이 아니다.

다시 말하지만 만화박물관에 실제 창작 주체인 작가와 작품이 중심에 서야 하는 것이고, 그럴 경우야 비로소 산업적 효과를 얻을 수 있다는 것이다. 그리고 이를 위해서는 기획전시에서의 전문성과 경쟁력을 확보해야 하고, 이를 중심으로 다시 작가 연구와 작품에 대한 미학적 접근, 만화 비평의 이론 활동들을 추동해내는 시스템을 갖추어

야 한다는 것이다. 또한 문화 환경 변화에 따른 만화의 개념적 확장과, 만화를 대상으로 한 다양한 인문학적 접근 및 학제간 연구 등의 가능성을 선취해야 하는 것도 중요한 전략목표가 될 것이다.

3. 선언적 차원의 국제교류 및 네트워킹

박물관의 경쟁력이 곧 소장품이라는 명제를 놓고 보자. 기본적으로 박물관의 소장품은 실질적인 박물관 존립의 근거이고, 또 그것으로 인해 유산적 가치가 뒷받침되는 것이다. 그렇다면 한국만화박물관의 경쟁력 역시 한국 만화 역사의 실물(원화)과 자료, 각종 기록물을 포괄하는 소장품에 있다고 할 수 있다. 만일 한국만화박물관이 국제적으로 주목을 받는다면, 그것의 주요 근거는 곧 한국만화의 국제적 경쟁력을 확보해 줄 만한 우수한 소장품에 있다는 것이다.

그러나 불행히도 한국만화박물관의 소장품은 고립되고 소외되어 있다. 물론 한국만화박물관 말고도 많은 박물관이 소장품을 박물관 활동의 경쟁력으로 활용하지 못하고 있으며, 단지 수장고에 착실하게(?) 보관해 놓는 정도의 소외 상태를 겪고 있다. 그래서 각국에서는 박물관 경영의 입장에서 이를 극복하기 위한 방안을 모색 중이다. 일테면 네덜란드는 소장품을 다른 나라의 박물관에 대여하거나 판매 등을 허가하지 않는 정책을 고수하다가 이를 수정하여 소장품 순회전시를 적극 권장하는 변화를 이루어내기도 했다. 또 프랑스 같은 경우 꾸준히 국립박물관의 소장품을 개선하고 질적인 수준을 높이기 위해 미술시장과 적극적인 거래활

8) 순정만화를 통한 여성에 대한 탐구(<Fall in Fantasy>, 2005. 12. 08 - 2006. 02. 26), 신진작가들의 새로운 언어를 소개하는 <만화, 나의 언어>전(2006. 10. 20 - 2007. 01. 07), 그리고 이도영을 비롯한 김용환, 고우영 등의 작고작가에 대한 회고전, 길창덕과 강풀 등의 개인전 등이 눈여겨볼 전시회였다. 또한 매체와 관련한 창작 방식과 잡지를 재조명한 <웹툰 예찬>(2004. 04. 08 - 2004. 07. 11), <잡지로 본 한국만화 50년>전(2003)도 중요한 성과라 하겠다.

등을 하기도 한다⁹⁾. 그만큼 소장품을 통한 국제 경쟁력을 확보하려는 노력이 절실한 것이다.

이에 비하면 부천시는 국제 교류나 네트워킹의 실천을 소장품이 아니라 '정치적인' 방식으로 해왔다고 할 수 있다. 실제로 부천시는 만화박물관을 위시한 여러 인프라와 행사 등을 매개로 국제적인 지위와 위상을 확보하기 위한 다각적인 노력을 경주하고 있다. 프랑스 앙굴렘 국제만화페스티벌을 비롯한 안시 애니메이션 페스티벌 조직위원회는 물론이고, 시 차원에서의 MOU 체결 등의 발빠른 움직임을 보여주었던 것이다. 하지만 정작 앙굴렘의 국립만화영상센터(CNBDI) 내 만화박물관에서 한국만화박물관 소장품과 관련한 프로그램 협조와 구입 의사를 밝혀왔을 때는 어떠한 대응도 하지 못한 것이 현실이다. 글로벌 스탠다드에 준하는 소장품 관리와 국제 교류를 위한 제반 준비가 전혀 되어있지 못했던 것이다.

다른 한편 고립되고 소외되어 있는 것은 소장품만이 아니다. 실제로 국내 최초의 만화박물관을 자임하지만, 실제로 세계 만화박물관과의 네트워킹을 실행한 적이 없다. 물론 그럴 기회는 충분히 있었다. 1998년부터 앙굴렘의 국립만화영상센터는 '세계 만화 및 캐리캐처 박물관·도서관 총회'¹⁰⁾를 개최하고 있다. 여기에는 브뤼셀과 캔터베리, 콜롬

부스, 하노버, 리스본, 런던, 튜링 등의 만화박물관 및 도서관 대표와 전문가들이 모여 사흘간 활동 프로그램간의 협업과 네트워킹의 다양한 모색과 실천을 강구하게 된다. 한국만화박물관은 2003년 앙굴렘 국제만화페스티벌에서 한국이 주빈국으로 선정되던 해에 한국 대표로서 초대된 바 있다. 당시 일본도 포함되어 있어 아시아의 만화박물관으로 한국과 중요한 짝을 이루었다. 필자는 조관제선생과 함께 회의에 참석하여 순회전과 소장품 교환 등의 많은 쟁점을 공유한 바 있다. 그러나 그 이후, 한국만화박물관은 이렇게 해서 주어진 소중한 네트워킹의 기회를 더 이상 이어가지 못했다.

이런 상황에서 실제로 부천시가 목표하는 '글로벌 만화네트워크 구축'은 어떻게 가능할까. 결국 남은 것은 박물관에서 행할 수 있는 소장품과 박물관간의 네트워킹이 아니라, 부천시 차원에서의 MOU 체결과 CEO 간의 기념촬영 정도가 아닐까. 그렇다면 만화산업의 국제적 성취도 선언적 수준을 벗어나지 못하는 것은 아닐지, 우려를 금하기 어렵다.

4. 전문 인력의 구조적 한계

결국 이 모든 문제에 대한 적극적인 인식과 해결의 실마리는, 만화박물관의 경쟁력을 만들어 줄 전문 인력에 의해 주어진다고 하겠다. 현재 만화박물관은 부천만화정보센터 산하기관으로 있어, 독립된 조직을 갖추지 못하고 업무 분장의 형태로 주어져 있다. 그러니 박물관 본연의 조직은 처음부터 주어지지 않았으며, 그런 상황에서 극소수의 인

9) Jean-Michel Tobelem, *Le nouvel âge des Musées : Les institutions culturelles au défi de la gestion*, Paris, Armand Colin, 2005, p.234.

10) 이 회의에서는 보존, 전시회, 출판물, 정보사업과 멀티미디어, 문화행동과 교육 등의 의제를 놓고 각국의 전문가들이 의견을 교환하고 실행할 사업들을 결정한다. 또한 전세계적으로 새롭게 건립하는 만화박물관 소개와 실제 회원국의 확장 등을 통해 매우 실용적인 네트워킹이 이루어질 수 있는 기회라 할 수 있다.

이에 대한 정보는, 경희대학교 문화예술경영연구소, 91 93 쪽 참조

력들이 전시 및 소장품 프로그램, 교육과 국제교류, 홍보 및 마케팅 업무를 최소한의 활동으로 커버하고 있는 형편이다. 물론 이 모두의 문제는 예산의 문제이기도 하다.

그러나 필자는 여기서 예산 등의 여건의 문제보다는 인식의 문제를 더 큰 것으로 말하고 싶다. 전문 인력의 구조적 한계는 무엇보다도 부천시의 만화박물관에 대한 인식에서 기인하는 것이다. 다시 말하면 만화박물관을 박물관 본연의 활동과 만화라는 장르적 특성을 고려하여 궁극적으로 만화박물관이 창작 진흥의 선진기지로서의 의미를 갖지 않은 채로, 만화산업의 효과만을 고려하는 수준이라는 것이다. 그나마도 '체험과 즐거움을 선사하는' 관람객 중심의 전시회와 만화도시를 브랜드화하기 위한 대외용 존재 가치가 산업적 효과의 전부가 아닌가 싶다. 그런 연유로 부천시는 박물관 전문 인력에 대한 전략적 고민을 애초부터 하지 않은 것으로 보인다.

물론 여건을 전혀 무시할 수는 없다. 그러나 최소한 만화박물관이 어떻게 만화산업의 기반이 될 수 있는지에 대한 인식만 정확히 해도, 추후 인력 구조에 대한 적극적인 문제 해결의 의지를 갖게 될 것이라 보며, 이에 따라 여건은 서서히 긍정적인 방향으로 선회하리라 확신한다.

III. 만화 창작 진흥을 위한 새로운 역할 모델

1. 박물관 활동의 새로운 패러다임과 만화박물관

앞서 필자는 만화박물관의 박물관 본연의 활동을 강조한 바 있다. 그러나 이미 필자가 전제하는 박물관 활동은 새로운 패러다임을 전제로 한 것이었다. 다시 말하면 박물관 활동이 소극적 차원에서 유물의 보존과 관리에 그치는 것이 아니라, 문화예술경영의 개념을 도입함으로써 소장품에 근거한 활발한 사회적 활동을 통해 문화적 깊이를 담은 담론 생산과 더불어 건강한 수용자 문화를 형성하는 것을 의미한다는 것이다. 실제로 박물관 활동의 패러다임 변화는 한국사회에서 비교적 공감대를 형성하고 있어, 전문 인력의 구조에도 일정한 변화를 만들어내고 있기도 하다¹¹⁾.

박물관 활동의 패러다임 변화를 요약하자면, 표준화에서 특성화로의 변화, 보존 중심에서 교육 중심으로, 국가 중심에서 지역사회 중심으로, 공급자 중심에서 이용자 중심으로, 오프라인 중심에서 온라인+오프라인 결합으로, 관료주의에서 경영합리화로, 학예원 중심에서 전문인력 네트워크 중심으로의 변화로 제시된다¹²⁾. 실제로 이러한 변화는 박물관 활성화를 목표로 하는 것임과 동시에, 활성화에 중요한 동력이 되는 박물관 소장품을 중심으로 한 연구 및 전시기능에 대한 질적 상승을 의미하는 것이기도 하다. 그런 점에서 이를 다시 만화박

11) 학예직이 갖는 연구기능 외에도 소장품 관리, 교육(에듀케이터) 및 마케팅의 영역에서의 다양한 전문인력에 대한 인식과 수요가 생기기 시작한 것이다.

12) 양현미 외, 『박물관·미술관 중장기발전방안 연구』, 한국문화관광정책연구원, 2003.

물관으로 적용한다면 다음의 표13)와 같이 가능한 모델이 나올 수 있다.

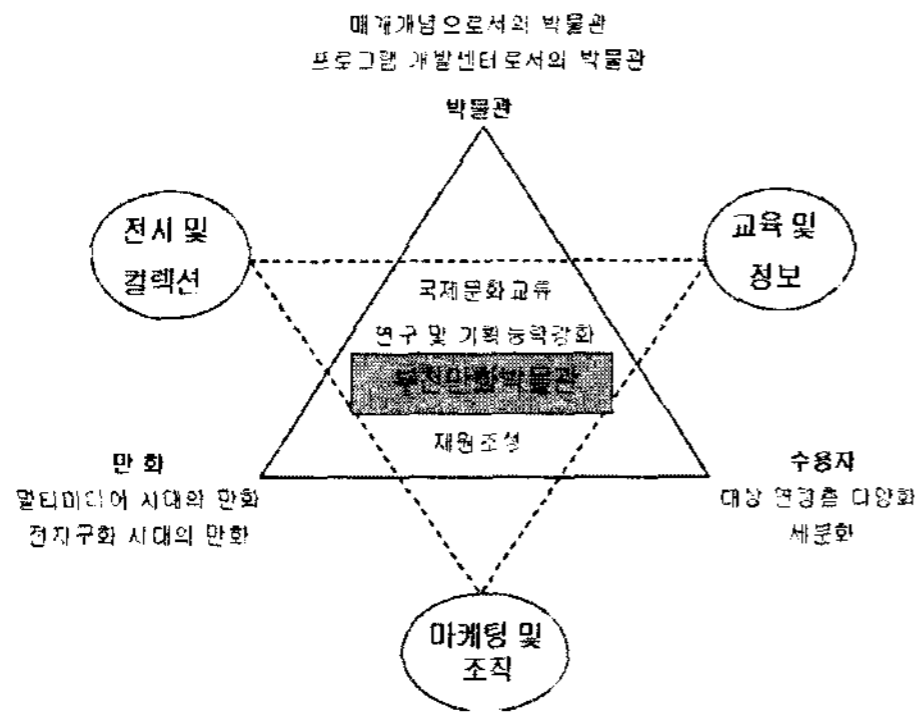


표 1. 한국만화박물관의 성격과 방향

<표 1>을 기준으로 보면 실제로 만화에 대한 관점이 새로워져야 하는 조건과 함께 수용자 문화에 대해서도 과학적인 접근을 주도하는 가운데, 박물관의 역할이 '매개활동'(mediation) 개념과 '프로그램 개발센터'로서의 활동 유형으로 모아지게 된다. 기본적으로 만화를 단순히 고급문화에 종속적이거나 부차적인 대중문화의 형태로 보거나, 산업적 요소를 무조건적으로 강조하는 형태라면 만화 박물관의 새로운 성격과 방향 제시는 어렵다. 오히려 만화가 갖는 당대의 문화적, 예술적, 유산적 가치와 요소들을 훨씬 진보적인 입장에서 자리매김할 때 박물관의 개념 역시도 새로운 차원으로 드러날 수 있다는 것이다¹⁴⁾.

이러한 만화 개념을 바탕으로 한 박물관의 '매개적' 역할은 수용자를 대상으로 한 전시와 교육을 비롯한 각종 문화 서비스 차원의 내용으로, 창작자

를 대상으로 해서는 만화의 예술적, 비평적 활동과 창작 진흥을 위한 다양한 작가 양성 및 개발 프로그램의 내용으로 연결될 것이고, 이를 기반으로 국제교류와 네트워킹을 통한 한국만화박물관의 국제 경쟁력을 만들어가는 활동으로 집중될 것이다. 이러한 모든 활동이 기반이 될 때 비로소 한국박물관은 산업적 연결고리를 매개하게 될 것이다. 그리고 그러한 활동을 전제로 한국만화박물관이 한국만화영상산업진흥원의 큰 구도 속에서 새롭게 자리매김 되는 것의 의미도 성취될 것이다.

2. 예술과 산업의 구조를 역동적으로

파고드는 전시

전시는 박물관 활동의 중심이다. 전시는 소장품을 매개로 한 연구와 교육, 작가 및 학계 등과의 다양한 문화적 접촉을 통해 드러나는 지식과 정보의 가시적인 성과물이라 할 수 있기 때문이다. 따라서 전시는 관람객에 대해 시각적으로 보여지고 그 의미를 생각하는 일련의 과정을 통해 인식론적이고 문화적인 방식으로 소통하는 것이다. 적어도 유물에 내재되어 있는 역사적, 문화적 컨텍스트 내에서 전시는, 뒤르켐의 용어를 빌자면, 일종의 '집단 자아의 사회적 재현'(social representation of collective 'self')의 의미를 만들어낸다¹⁵⁾. 그런 점에서 박물관 전시는 문화적 유사성을 기반으로 하는 지식 및 사회적 관계와 의미를 드러내는 재현 체계라 할 수 있다.

13) 박신의, 「박물관·미술관 건립에서 전시전문인의 역할」 『문화예술경영, 이론과 실제』, (생각의 나무, 2002) 37쪽 재인용.

14) 같은책, 36쪽

15) Flora E. S. Kaplan, "Exhibitions as communicative media", *Museum. Media. Message : Museums - new visions, new approach*, Routledge, 1995. p.37.

만화 전시의 매력 역시 바로 이러한 개념 속에서 찾아질 수 있을텐데, 무엇보다도 만화가 끄집어 낼 수 있는 인간 및 사회에 대한 해석과 의미들, 그리고 그 내용적 폭에서의 무한한 상상력과 창의성에 있다고 할 것이다. 그것이 드러내는 집단 자아의 사회적 재현체계는 그만큼 설득력이 넘치는 것이다. 그런데 더욱 흥미로운 것은 만화 전시가 실제로 박물관 전시로 그치는 것이 아니라, 대사회적인 소통 채널을 풍부하게 갖고 있다는 점이다. 다시 말하면 박물관이라는 보존 공간에 고립되어 있지 않고 문화 소통의 역량과 사회화의 과정에서 탁월한 조건을 갖고 있다는 말이다. 필자는 앞서 만화를 '새로운 예술'이라 말하고자 한다고 밝힌 바 있는데, 바로 그 '새로움'의 근거가 이러한 대사회적 소통 채널의 풍부함에 있다고 하겠다.

이런 지점에서 차후 만화박물관은 기획전시에서 다음과 같은 범주를 확보할 수 있겠다. 첫째로는 영역의 확장내지는 융합이라는 차원이다. 그것은 곧 만화와 미술, 만화와 영화, 만화와 뉴미디어, 만화와 디자인 및 일러스트레이션, 만화와 교육, 만화와 과학 등의 가능한 영역과의 결합을 시도하는 경우이다. 이러한 영역의 확장이 가져다 주는 효과 중 하나는, 그 자체로 만화의 다양한 언어와 표현의 지평을 풍부하게 개척해 갈 수 있다는 점이다. 또한 만화가 창출하는 주제적 접근과 담론의 형성을 주도하여 이를 다시 만화 창작의 중요한 기반이 되도록 할 수 있다는 점이다.

두 번째 범주로는 작가를 중심으로 하는 개인전과 회고전 등이 있겠다. 여기서 작가는 생존 작가와 작고 작가로 나누어 한편으로는 새로운 미학과 비평 활동을 만들어가고, 다른 한편으로는 작가 연

구 및 발굴 활동으로 진행시킬 수 있다. 이러한 개인전은 만화박물관이 창작 진흥을 위한 직접적인 효과를 갖는 것이어서 단순히 개인전을 행사로서 개최하는 것 외에도 비평가 작가적 관심, 작품의 활용 및 산업적 연결 등의 다양한 매개활동을 수반하는 것이다.

세 번째 범주로는 만화사적 접근에 따른 전시 기획이 해당될 것이다. 기본적으로 박물관은 모든 자료에 대한 발굴과 개발을 수행한다는 점에서 이미 역사적인 개념과 활동을 전제하지만, 이러한 작업의 결과로 주어지는 모든 것을 전시회로 엮어갈 수 있는 것이다. 그 가운데 만화예술의 사회사적 측면과 산업적 발달 단계를 보여주는 역사적 고찰은 만화사의 토대를 만드는 중요한 작업이 될 것이다. 또한 비교문화사적 관점을 적용하면서 아시아 만화의 동질성과 차이를 연구하거나, 유럽 및 여타 대륙과의 비교 연구도 충분히 가능할 것이다.

마지막으로는 전시 자체를 다양한 매체와 결합하는 기획방식이 있겠다. 이는 만화가 존재하는 방식의 매체적 현실에 대한 이해를 기반으로 전시의 의미와 담론을 확산하기 위한 장치로서, 처음부터 목적의식적으로 기획될 수 있는 범주라 하겠다. 일테면 출판물 전제로 한 전시회라거나, 아트북의 형태의 만화, 캐릭터 산업이나 영상산업으로의 응용을 고려한 만화, 광고나 홍보 등의 만화, 기업과의 관련성을 갖는 만화 등이 가능하다. 이는 만화박물관에서의 콘텐츠 개발이라는 역할과 추후 산업과의 연결을 잠재한다는 점에서 실질적인 산업적 결합을 취하는 형태가 될 것이다. 이로써 한국만화박물관은 박물관 활동의 산업적 연결을 의미하는 '시장의 문화적 조직'(organisation culturelle de marché)¹⁶⁾

을 실천하는 새로운 유형의 박물관이 될 수 있다.

물론 이외에도 가능한 범주는 충분히 제시될 수 있다. 그러나 중요한 것은 이러한 기획전시가 새로운 소장품 구입을 낳고, 또 상설전의 방향에도 많은 영향을 줄 수 있다는 역학관계를 이해하는 데 있다.

3. 레지던스 프로그램을 통한 작가 지원

현재 한국만화영상산업진흥원이 포괄하는 여러 기구와 활동 가운데 창작 스튜디오 유치를 통한 작가 지원 프로그램이 계획되어 있다. 이는 한국 만화산업에서 궁극적인 경쟁력은 작가들의 창작에 있음을 반증하는 것이라 할 수 있다. 그 가운데 한국만화박물관이 이와 결합하여 만들어갈 수 있는 프로그램이 있다. 그것은 박물관 전시를 비롯한 교육, 연구 등의 다양한 프로그램과 연계하여 제공되는 일종의 레지던스 프로그램이다.

일반적으로 레지던스 프로그램은 한국에 거주하면서 작업을 희망하는 해외 작가들을 대상으로 주어지는 국제교류 사업 가운데 하나이다. 이를 만화 박물관이 수용한다면, 일차적으로는 한국을 방문 혹은 박물관에 의해 초대되는 해외 작가 및 만화 이론, 박물관이나 대학 등의 관련 전문가들을 대상으로 실행할 수 있다. 이들이 여러 다양한 방문 동기를 가지고 단기간 거주하면서 박물관과 관련한 활동을 하게 되고, 박물관은 이를 전시나 연구, 위

크숍 등의 다양한 형태로 풀어가게 된다. 물론 여기에는 국내 작가도 참여하여 다양한 형태로 교류하면서 역량을 쌓아갈 수 있다.

특히 흥미로운 것은 해외 작가가 한국에 거주하면서 만화 창작을 하되, 한국 작가와 공동작업을 할 수 있거나, 그들의 작업 결과를 해외에서 출판하거나 다양한 문화콘텐츠로 활용하고 확산시킬 경우이다. 또 해외 작가가 현장작업을 통해 만화박물관에서의 전시회로 연결될 경우도 가능하며, 국내 작가라도 다양한 프로젝트 수행을 위해 비평이론이나 업체나 기업과의 연계 프로그램의 후원을 업고 박물관 레지던스 프로그램에 참가할 수도 있다.

이러한 레지던스 프로그램은 만화박물관과 관련한 것으로 한정할 수 있다. 그러나 한편으로는 부천시가 주도하여 만화 창작을 위한 작업실 임대 및 지원 정책을 별도로 실행해야 한다는 조건이 있다. 기왕에 진흥원이라는 구도에서 창작과 생산, 유통이 집결되는 환경이라면, 작가들의 창작 공간 역시도 가능하면 한 데 모아지는 것이 효과적일 것이기 때문이다.

4. 조직 개선 및 대외 협력 기능 강화

앞서 제안한 모든 프로그램들이 그나마 실행되고 성과를 내기 위해서는 그만큼의 조직이 필요함은 자명한 사실이다. 또한 조직은 해당 박물관의 비전과 미션을 반영하고 있어, 박물관 활동 목표를 실현하기 위한 필수 여건이 된다. 그런 점에서 만화박물관 조직은 이전과 같은 부천만화정보센터

16) Jean-Michel Tobelem, p.28.

시장을 문화적으로 조직한다는 의미는, 단순히 이익 창출의 결과만을 말하는 것이 아니다. 산업적 연결을 주도하는 콘텐츠 개발과 기획 단위에서의 활동을 포함하는 것이다.

내의 조직에 포괄되어 있는 형태가 아니라, 산하 기관의 형태를 유지하더라도 독립된 조직을 갖추는 것이 바람직하다. 다시 말하면 관장과 실장, 학예연구원 및 교육 전문인력 등의 구조를 갖추어야 한다는 것이다. 실제로 이같은 박물관의 독립 조직의 필요성은 이미 한국만화영상산업진흥원 중장기 운영계획을 통해 제안된 것이기도 하다¹⁷⁾. 단지 여기서는 그 구체적인 인력의 방향을 제시하고자 한다.

일반적으로 박물관 구조에서 가장 기본적인 인력은 학예직으로 통용화되어 있다. 그러나 최근 박물관 활동의 새로운 패러다임을 만들어가기 위한 목표 속에서 박물관 마다 특화된 프로그램을 운영하는 등의 현실을 감안하면, 조직에서도 특화된 인력 배치가 가능한 법이다. 그렇다면 다시 한번 한국만화박물관이 진흥원의 구도 속에서 어떤 성격과 방향을 갖느냐를 전제로 인력의 배치를 고려할 수 있을 것이다.

앞서 제안하였지만, 만화박물관의 성격을 박물관의 '매개' 활동 및 기능을 축으로 창작 진흥의 시스템을 갖추도록 하며, 그 자체로 만화산업에의 실질적인 결합을 추동하는 것으로 규정할 때 이에 걸맞는 조직이 가능하리라 본다. 즉 학예직을 통한 기획전 강화와 작가 연구를 위한 다양한 이론 활동의 보장, 그리고 이것의 다양한 소통 채널 및 산업적 연결을 기획할 수 있는 활동 내역을 가질 수 있다. 이런 지점은 일반적인 의미의 학예직의 업

무나 전문성과 다른 지점을 갖는 것이어서, 이와 관련한 업무 내용의 특수성을 잘 고려해야 할 것이다.

교육 프로그램이나 국제교류와 관련한 업무의 경우도 관람객 개발과 대상별 교육 프로그램 개발을 위한 과학적 접근을 토대로 하며, 국제적 구도에서 가능한 모든 협력방안을 모색할 수 있도록 해야 할 것이다. 또한 진흥원 내 소재한 다른 기구 및 기관들, 즉 만화도서관이나 콘텐츠 사업 본부, 부천국제만화축제를 비롯한 PISAF 등의 축제기구, 국제만화가대회 사무국 등과의 협력 체계를 이루어내고 그 구체적 사업방안을 실행할 수 있는 업무 체제와 인력을 갖도록 해야 할 것이다. 이러한 인력은 동시에 한국만화산업과 관련한 정책을 수행하는 모든 기구들, 즉 한국문화콘텐츠진흥원을 비롯한 한국문화예술교육진흥원, 한국문화예술위원회, 서울애니메이션센터, 만화가협회, 춘천문화산업진흥원 등과의 대외 협력 기능을 유지하고 강화할 수 있도록 해야 한다.

단기적으로 보면, 최소한 국제교류를 위한 전문 인력과 큐레이터로서 전시기획에서의 경쟁력있는 인물의 배치가 우선 순위에 들 수 있다. 그리고 이들 인력들은 대외 협력 기능을 전제로 활동하도록 하며, 전체 만화산업진흥원의 회의체계를 비롯하여 부천국제만화축제 등의 논의 테이블과 긴밀하게 결합되도록 통합적 기능을 갖게 하는 것도 고려해 볼만하다.

17) 임학순 외, 『한국만화영상산업진흥원 중장기 운영계획 수립 연구』, 가톨릭대학교 산학협력단, 2006, 89쪽 참조. 이 연구용역에서는 학예연구팀과 전시교육팀을 기본 골격으로 하되, 경영지원기능은 진흥원에서 담당하는 것으로 제안하고 있다.

IV. 결론 - 시장을 ‘문화적으로’ 조직하는 박물관

이제까지 한국만화박물관에 대한 성격과 방향을 점검하면서 새로이 진흥원 구도에 놓이게 될 한국만화박물관의 활동 목표를 창작 진흥이라는 관점에서 정리해 보았다. 결과적으로 한국만화박물관은 2008년 7월 이전 계획을 계기로 본래의 활동과 확장된 개념의 활동을 동시에 이루어내야 한다는 요구에 직면해 있다. 즉, 박물관 활동 자체가 한국만화의 미래를 전망하게 하고, 또 만화 창작 진흥의 계기가 되어 만화의 예술적, 인문학적 가치를 극대화하며, 그 결과 문화산업의 경쟁력을 이루는 토대가 될 수 있도록 준비를 해야 한다는 것이다.

이번 논문을 통해 실제로 만화 창작 진흥을 박물관 활동을 통해 고찰해 본 점, 그리고 만화박물관의 새로운 박물관 활동의 구조를 제시한 점은 우리 만화 연구의 또 다른 접근으로서 나름대로 의미를 가질 수 있으리라 본다. 단지 전체적인 구도에 집중하느라, 좀 더 구체적인 방안을 제안하지 못한 점은 아쉬운 부분으로 남는다. 그럼에도 이번 연구가 한국만화박물관의 새로운 역할 모델에 접근했다는 점에서, 전체적인 성격과 방향 제시에 국한될 수밖에 없었던 점은 불가피한 부분이었다고 본다. 오히려 앞으로 세부 방안 별로, 일테면 전시회와 국제교류, 각종 대외협력기능 방안 등을 중심으로 한 집중된 연구가 가능하다고 본다.

이러한 연구가 필요한 것은, 이미 앞서 주장했

지만 만화에 대한 산업적 요구가 커지면 커질수록 만화박물관 자체의 활동이 절실하기 때문이어서 그렇다. 실제로 우리 만화 창작의 우수성을 확보하고, 우리 만화유산의 세계적 경쟁력을 입증하는 일이 박물관을 통해 실행된다는 사실을 다시 한번 강조하고자 한다. 그럴 경우 만화박물관은 산업적 효과에 진정 기여할 수 있으며, 장-미셸 토블렘(Jean-Michel Toblem)이 새로운 박물관 개념으로 제안한 바와 같이 ‘시장을 문화적으로 조직’하는 유형으로서 만화박물관의 역할 모델 상정이 가능하리라 본다.

앞으로도 만화 창작 진흥의 문제를 박물관 활동과 관련하여 다양한 각도에서 풀어갈 수 있다고 보며, 많은 연구자들의 풍부한 연구가 이어지길 바라는 마음이다. 특히 만화 자체의 다양한 연구와 박물관 활동에 대한 연구가 서로 결합할 수 있는 학제간 연구에 더욱 많은 기대를 하고 있다.

참고문헌

- 김규원 외, 『2003 부천시 문화환경진단보고서』, 한국문화관광정책연구원, 2003.
- 박신의 외, 『부천만화박물관 관리운영계획에 관한 연구』, 경희대학교 문화예술경영연구소, 2001.
- 박신의, 「부천시 박물관 건립 중장기 계획을 위한 리매핑(Remapping) 작업」, 『지역문화정책과 도시마케팅-박물관 문화도시, 부천의 새로운 도전』, 부천문화재단 기

획, 디프넷, 2005.

박신의, 『데스카 오사무 기념관-체험 중심 혹은 참여형의 행복한(?) 혹은 전형적인(?) 박물관』, 『만화문화연구』, (사)부천만화정보센터, 창간호(2003).

박신의 외, 『문화예술경영, 이론과 실제』, 생각의 나무, 2002.

양현미 외, 『박물관·미술관 중장기발전방안 연구』, 한국문화관광정책연구원, 2003.

임학순 외, 『한국만화영상산업진흥원 중장기 운영계획 수립 연구』, 가톨릭대학교 산학협력단, 2006.

Hooper-Greenhill, Eilean ed., *Museum, Media, Message : Museum - new visions, new approaches*, Routledge, 1995.

Krebs, Anne et Maresca, Bruno, *Le Renouveau des Musées*, Paris, La documentation Française, 2005.

Tobelem, Jean-Michel ed., *Musées-Gérer autrement*, 하태환 역, 『박물관과 미술관의 새로운 경영』, 궁리, 2000.

_____, *Le nouvel âge des Musées : Les institutions culturelles au défi de la gestion*, Paris, Armand Colin, 2005.

ABSTRACT

Studies on Role Model of 'Korea Comics Museum' of Bucheon for Promoting Comics Creation

Park, Shin-Eui

This paper is studies about a new role model of 'Korea Comics Museum' which will be extended into 'Korea Institute for the MANWHA & Moving Image Content's planning. Scanning all activities of 'Korea Comics Musium' until now, I'd like to suggest how to promote the comic industry by a Comic Museum's practical contribution. It needs conditions for doing its intrinsic activities, faithfully, most, than a value of Bucheon's city brand or superiority in industrial aspects. And also it is important that establishing collection policy for spreading excellence of Korean comics, internationally and setting structure for making network among the museums in abroad and institutions related comic industry. Finally comic museum has to equip a new working structure, furthermore, perform exhibition planning and cultivating system of artists and for this, it needs its own independent organization.

Key Word : Comics Museum, promoting creation, cultivating artists, international exchange

박신의

경희대학교 경영대학원 문화예술경영학과 교수

(130-701) 서울특별시 동대문구 회기동1 경희대학교 청운관 702호

Tel : 02-961-9211

lunapark@khu.ac.kr