국내 장편 애니메이션의 제작활성화 및 발전을 위한 대안연구

최민규

초 록

한국영화가 영화관객이 천만을 넘는 일도 이제는 커다란 이슈가 되지 못하는 시대가 되었다. 매년 제작되는 한국영화만 120여 편이 넘었고 해외에 수출되는 규모나 해외의 영화제에서 거두는 성과들도 많아졌다. 반면 90년대 중반부터 애니메이션 산업이 정책적으로 활성화 되었음에도 불구하고 국내의 장편 애니메이션 제작은 계속 내리막길을 걷고 있다. 90년대 중반, 10여 편이 넘는 장편 애니메이션들이 제작을 발표하고 기획되었지만 국내 장편 애니메이션들의 잇따른 흥행실패와 제작여건의 축소는 결국 애니메이션 산업의 불황으로 연결되었다. 하지만 <마리이야기>나 <오세암>과 같은 몇몇의 장편 애니메이션들이 해외 유명 애니메이션 페스티벌에서 그랑프리를 수상하는 등, 좋은 성과를 거두는 것을 볼 때 국내에서의 실패가 단순히 애니메이션 작품 자체에만 문제가 있다고 결론짓는 것은 무리가 있으며 문화적 기호나 관객에 대한 접근성, 작품의 배급과 같은 또 다른 문제들이 내포되어 있었음을 파악할 수 있다. 이러한 어려움들에도 불구하고 최근 국내에서 제작된 단편 애니메이션들은 작품성은 물론 대중성에서도 큰 성과를 거두고 있으며 해외 유명 애니메이션 페스티벌은 물론 영화제에서도 초청되어 그 성장가능성과 경쟁력은 물론 연출능력까지 인정받고 있어 장편 애니메이션으로의 발전가능성이 기대되는 만큼 단편에서 장편으로의 연계방안을 모색할 필요성이 있다. 따라서 본 연구는 애니메이션 산업의 활성화는 물론 국내 문화산업의 진흥을 위해 꼭 필요한 장편 애니메이션의 제작활성화를 위해 현재 제작된 장편 애니메이션의 문제점들을 분석하고 그에 대처하기 위한 새로운 대안들을 연구 및 제시함으로써 국내 장편 애니메이션의 제작활성화와 발전에 조금이나마 기여하고자 한다.

주제어 : 장편 애니메이션, 단편 애니메이션, 제작지원, 애니메이션 배급

Ⅰ. 서론

1. 연구목적 및 필요성

우리나라에서 장편 애니메이션이 만들어진지도 40년의 시간이 흘렀다. 1967년 신동헌 감독의 <홍길동>을 시작으로 120여 편의 장편 애니메이션들이 제작되었다. 수치로만 환산해 본다면 1년에 약 3편정도 만들어져 온 것이니 일반적인 장편 애니메이션의 제작기간을 감안할 때 결코 적은 양은 아니다. 그러나 국내 애니메이션의 중흥기라고 할 수 있는 1970년대 후반에서 1980년대 초의 경우,

평균적으로 1년에 7~8편의 장편 애니메이션이 제작되었지만, 2000년대 이르러 평균 제작편수가 3편 정도로 축소된 것을 감안한다면 오히려 국내의 장편 애니메이션 규모는 계속 줄어들고 있다고 해야 할 것이다. 애니메이션 강국인 일본의 경우, 2000년대 이르러 애니메이션 산업의 불황으로 규모가 조금 축소되었지만 아직도 1년에 평균 25편 정도의 장편 애니메이션을 제작하고 있으며[16], 미국 역시 디즈니사를 필두로 드림웍스, 워너브라더스 등 메이저 영화사에서 매년 10여 편 이상의 장편 애니메이션을 제작하는 것과 비교하면 우리나라 애니메이션 산업의 규모가 얼마나 축소되고 있는지 실감할 수 있다.

우리나라는 1990년대 중반부터 정부가 직접 나서 애니메이션 산업을 고부가가치의 창출이 가능한 21세기 국가기간산업으로 선정하여 전략적인 육성을 시작하였다. 소위 원 소스 멀티유스(one source multi-use)로 지칭되는 이러한 애니메이션 산업의 마케팅전략은 문화산업재의 온라인화와 디지털 콘텐츠화가 급진전되면서 각 문화상품의 장르 간 장벽이 허물어지고 매체 간 이동이 용이해짐에 따라 하나의 소재(one source)로 다양한 상품(multi-use)을 개발, 배급할 경우에 시장에서의 시너지효과가 크다는 판단에 따른 것이다. 그러나 우리나라의 실정과 경쟁력을 고려하지 않은 일회성의 지원정책들은 단순히 급격한 성과를 얻고자 하는데 그쳤고, 이로 인해 시작된 수많은 장편 애니메이션들의 제작발표는 지속적인 시행착오들로 이어져 기획과정에서 사라져버리는 작품들이 속출하였고 끝까지 제작된 애니메이션조차도 제작기간만 7~8년 이상 걸리면서 결국 관객들에게 조차 외면받기에 이르렀다. 또한 대학은 물론, 고등학교에까지 애니메이션을 전문적으로 교육하는 전공학과와 학교들이 우후죽순 생겨나면서 세계적으로도 유례가 없는 많은 교육기관들이 형성되었지만 정작 애니메이션 산업적인 측면에서는 계속 축소되어 해마다 수많은 애니메이션 인력들을 배출하면서도 애니메이션 산업은 제자리에서 맴도는 아이러니한 현상이 지속되고 있다.

문화산업의 진흥은 단시간에 이루어지는 것이 아닌 집중적이면서도 지속적인 정책의 개발과 지원, 투자에 있지만 현재 국내에서의 지원이나 정책은 미래에 대한 투자라기보다 순간의 성과에 급급한 것들이 대부분이다. 이미 전국의 대학에 애니메이션을 전공하는 학교의 수가 100여개를 넘어서고 매년 수천 명의 애니메이션 인력을 배출하고 있지만 정작 그들이 일해야 할 애니메이션 산업의 종사자 수는 정규직과 비정규직을 합쳐 3500여명밖에 되지 않는다는 현실은 우리나라의 애니메이션 산업 정책이 얼마나 잘못되어있는지를 보여주는 하나의 예이다.[17]

국내 애니메이션 산업에 있어 가장 시급한 부분은 장편 애니메이션의 활성화이다. 국내의 영화들이 관객들에게 주목받고 지금의 부흥을 이룬 것은 10년이 채 되지 않는다. 해외의 블록버스터로 위협받던 국내의 영화들은 이에 맞설 만큼 성장하였고 2007년 한해에만 124편의 영화가 제작될 정도로

16) デジタルコンテンツ白書2001 (디지탈콘텐츠백서2001) 참고

17) 2005년 기준으로 애니메이션 관련학과가 개설된 대학은 원격대학인 서울디지털대학교, 한성디지털대학교, 세종 사이버대학교를 포함하여 총 171개교에 이른다. 2006 애니메이션 산업백서 참고

규모도 성장하였다.[18] 지금은 관객점유율에서도 해외의 영화들에 앞설 만큼 대중문화예술의 근간으로 자리 잡았다. 물론 이것은 좋은 작품성과 흥행성을 가진 영화의 출연이 있었으며, 스크린쿼터제[19]에 의한 정책적인 보호는 물론 지속적인 투자가 있었기에 가능한 일이었다. 장편 애니메이션은 이러한 영화의 문화적 예술성은 물론 커다란 잠재력을 가지고 있는 분야이다. 무엇보다 영화와 달리 각 나라의 문화에 따른 배타적인 특성에 크게 구애받지 않고 문화적인 접근성이 용이하다는 점과 작품의 성공은 캐릭터를 활용한 다양한 산업들을 통해 부가가치를 창출할 수 있다는 점에서 장편 애니메이션의 제작활성화는 국내 문화산업의 진흥을 위해 꼭 필요한 부분이다.

이러한 이유들로, 본 연구는 1990년대 중반 이후 제작된 국내 장편 애니메이션의 현황과 문제점들을 분석하고 문제점에 대처하기 위한 새로운 제안들을 연구 및 제시함으로써 국내 장편 애니메이션의 제작활성화와 발전에 조금이나마 기여하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

국내 장편 애니메이션의 제작활성화 및 발전을 위한 대안마련을 위해 본 연구는 다음과 같이 단계별로 나누어 진행한다.

첫째, 1990년대 중반부터 이루어진 정부의 애니메이션 산업 활성화를 위한 정책들을 제시한 시점부터 제작된 장편 애니메이션들의 제작과 그 결과를 분석하고 현재에 이르기까지 도출된 문제점들은 무엇인지 알아본다.

둘째, 국내 애니메이션에서 가장 큰 성과를 거두고 있는 단편애니메이션들을 분석하고 단편애니메이션에서 장편애니메이션으로의 연계가능성과 그 방안을 모색한다.

셋째, 장편 애니메이션의 배급과 대중에게 접근하기 위한 소통방법들을 연구하고 그 결과를 통해 장편 애니메이션의 제작 이후 산업적인 성공을 거두기 위한 기본 방안들을 모색하여 결론을 제시한다.

본 연구는 국내 장편 애니메이션의 현황과 문제점을 파악하기 위해서 국내의 지원정책 및 관련 산업에 관한 조사, 통계 등의 수단을 통해 실질적인 조사를 진행한다. 그러나 결과 제안에 있어서, 앞서 언급한 조사들의 결과를 토대로 현재의 문화적 현상과 애니메이션 산업의 현실들을 연구자의

---

18) 2007 한국영화산업 결산보고서 참고

19) 국산영화 의무상영제라고도 한다. 기본적으로 외국영화의 지나친 시장잠식을 방지하는 한편 자국영화의 시장확보가 용이하도록 해줌으로써 자국영화의 보호와 육성을 유도하기 위한 제도다. 영국에서 처음 실시되었으며 이후 프랑스·이탈리아 등 유럽 일부 국가와 남아메리카·아시아 국가 일부가 이 제도를 시행했으나 현재까지 계속하고 있는 나라는 한국을 비롯하여 브라질·파키스탄·이탈리아 등이다. 그 중에서 한국의 스크린 쿼터제는 가장 구체적인 모습을 띤다. 한국에서 처음 시행한 것은 1967년부터다. 그 변천과정은 1) 연간 6편 이상의 한국영화 상영과 연간 90일 이상의 상영일수 준수(1966) 2) 연간 3편 이상, 총 상영일수 30일 이상(1970) 3) 연간상영일수 1/3이상(1973) 4) 연간 상영일수 2/5이상과 인구 30만 이상의 시지역은 한국영화와 외국영화와의 교호상영(1985)을 각각 의무화하는 것으로 변화했다. 영화법에 근거하고 있는 스크린쿼터제의 목적은 외국영화의 국내 영화시장 잠식을 방지하고 한국영화의 기업화와 활성화를 법적, 제도적으로 유도하겠다는 것으로, 한국영화진흥을 위한 실천적 방법 중의 하나라고 할 수 있다. 그러나 한국의 스크린쿼터제는 선의적인 취지에도 불구하고 제작편수의 감소, 흥행적 가치의 하락 등으로 극상업계에서는 이의 축소나 폐지를 주장하는 등 제작업계와 흥행업계가 서로 반발하는 요소가 되고 있기도 한다. 이는 정부가 스크린쿼터제의 시행을 극장측에게 강제적 의무규정으로 적용하면서도 그에 따른 적절한 보상책을 마련하지 못했기 때문이다.

입장에서 주관적 관점으로 분석하여 결과와 그에 대한 정책적인 방향과 현실적인 제안을 제시한 것임을 밝혀둔다.

Ⅱ. 국내 장편 애니메이션의 현황

1. 국내 장편 애니메이션의 시작과 현재

우리나라의 장편 애니메이션은 40여년의 역사를 가지고 있다. 초창기 장편 애니메이션들은 대부분 고전을 각색한 형태가 많았으며 점차 로봇을 중심으로 한 공상 과학류의 서사구조들이 주류를 이루었다. 1967년 우리나라 최초로 만들어진 장편 애니메이션 <홍길동>을 시작으로 <로보트 태권V>로 대표되는 다양한 공상과학 애니메이션들이 등장하던 1980년대 초반까지의 기간은 한국 장편 애니메이션의 중흥기라고 할 만 하다.

초창기에 주로 고전문학을 각색하여 제작한 것은 보다 안정적인 이야기구조와 애니메이션에 대한 문화적 지식이 부족했던 당시의 관객들을 좀 더 원활하게 흡수하려는 의도였다. 그러나 무엇보다 고전물의 각색을 통한 애니메이션 제작이 지배적인 이유는 산업적 특면과 더불어 교육적인 측면의 의도가 강하게 포함되었기 때문이다. 고전문학에서 나타나는 선과 악, 권선징악으로 연결되는 결말의 이야기 구조는 당시의 애니메이션이 교육적 측면을 애니메이션이라는 예술적 장르로 결합하는 방식으로 시작하였다는 것을 알 수 있다.

이후 1970년대 후반부터 등장한 SF장르의 애니메이션들은 기본적인 권선징악의 서사구조는 유지한 채, 일본 애니메이션의 영향으로 유입된 캐릭터와 설정들을 모방하면서 수많은 작품들을 만드는데 만 급급해 실질적인 제작편수는 많았지만 오히려 작품의 완성도와 질적인 측면들은 하락하는 결과를 가져왔다. 그럼에도 불구하고 1976년 이후 1993년까지 제작된 애니메이션 제작편수는 총 76편으로, 이 중 1/3이 넘는 26편이 1976년부터 1978년의 3년 사이에 만들어졌을 정도로 많은 작품들이 제작되었다.

이것은 당시 TV의 보급이 많지 않아 상대적으로 극장용 장편 애니메이션들이 주목받았던 원인도 있지만 무엇보다 이 시기의 애니메이션의 산업적 가치가 크게 인정받았음은 물론, 공상과학물의 캐릭터를 완구제품으로 연결하여 완구업체의 제작후원을 통해 제작비를 해결할 수 있는 장점들이 있기 때문이었다. 하지만 1980년대 이후 전국적인 TV의 보급과 함께 상대적으로 질적 수준이 높은 일본의 애니메이션들이 다량 보급되고 열악한 제작수준과 완구업체의 제작비를 얻기 위해 표절에 가까운 애니메이션들이 다수 제작되면서 결국 산업성과 작품성 모두의 성장이 멈춰서는 결과를 초래하였다.

1990년대 이후 우리나라의 애니메이션은 새로운 도약기를 맞게 된다. 정부가 그동안 문화영화로 구분되었던 애니메이션을 상업영화로 분류하고 1995년에는 '영상산업 원년의 해'로 선정하여 10여 년간 1백억 원을 애니메이션에 지원한다는 방침과 함께 1996년부터 10여개가 넘는 대학에 애니메이션 관련학과가 생겨나는 등 애니메이션에 대한 사

회적, 문화적, 경제적인 인식이 크게 변화하기 시작하였다. 여기에 21세기 뉴미디어 산업과 함께 고부가가치 산업으로서의 애니메이션이 크게 주목받으면서 그동안 주춤했던 장편 애니메이션의 제작이 다시 본격적으로 가동되기 시작했다. 1994년에 개봉해 우리나라 최초의 성인용 장편 애니메이션으로 주목받은 <블루시걸>을 비롯해 <붉은 매(1995)>, <돌아온 영웅 홍길동(1995)> 등의 애니메이션들이 개봉하였으나 큰 주목을 받지는 못하였다. 90년대 후반에는 <원더풀 데이즈(2003)>, <마리이야기(2002)>, <엘리시움(2003)>, <ARK(미개봉)>, <아치와 씨팍(2006)> 등의 많은 애니메이션들이 이즈음 제작발표를 가지며 야심차게 출발하였다. 하지만 이러한 시작의 의도와는 달리 대부분의 작품들의 제작기간이 적게는 4년에서 많게는 8년여의 시간을 경과하면서 기획과 시나리오의 부재, 제작 파이프라인의 구축이 미비하다는 평가를 받으며 성과를 거두지 못했다.

90년대 중반에 제작된 장편애니메이션들의 경우 대부분 하청작업에만 익숙해져 있던 애니메이션 산업의 1~2세대들에 의해 이루어졌고, 이것은 곧 앞서 언급한 문제들의 직접적인 요인이 되었다. 즉, 애니메이션으로서 가져야할 대중문화 예술로서의 가치보다 단순히 관객들의 관심과 시선을 끌려는 시각적 유희로서 집중했던 것이다. 또한 몇몇의 애니메이션들은 제작에 있어 가장 중요한 기획과 시나리오, 캐릭터 디자인 등의 핵심과정을 일본이나 미국에 맡기고 이전 하청작업의 형태로 애니메이션을 제작함으로써 약간의 흥행이나마 얻기 위해 근본적인 문제를 회피하는 방법으로 선회하기도 하였다. 물론 많은 문제점들을 드러냈지만 성과가 없었던 것은 아니었다. 인디 애니메이션으로 출발한 이성강 감독의 경우, 다수의 단편 애니메이션을 제작하며 국내는 물론 해외에서도 그 연출력을 인정받았고 이런 제작의 경험들을 토대로 3년여의 시간을 거쳐 장편 애니메이션 <마리이야기>를 제작하였다. 당시 같은 시기에 제작발표를 했던 작품들이 대부분 5년이 넘는 제작기간을 가지거나 중도에 하차 했던 점을 본다면 단편제작을 토대로 다져온 이성강 감독의 기획과 연출, 그리고 감독으로서의 제작과정에 대한 지휘능력이 돋보이는 부분이 아닐 수 없다. <마리이야기>는 비록 국내에서는 좋은 성적을 거두지 못했으나 그해 세계 4대 애니메이션 페스티벌의 하나인 안시 국제애니메이션 페스티벌에서 그랑프리를 수상하며 작품성을 인정받았다. 그 다음해에는 동명 동화를 원작으로 하는 성백엽 감독의 <오세암(2003)>이 연이어 안시 국제애니메이션 페스티벌의 그랑프리를 수상하면서 한국 장편 애니메이션의 가능성을 보여주었다.

이렇듯 국내 장편 애니메이션은 조금씩 성장의 가능성을 보여주고 있지만 해외에서의 찬사와 달리 국내에서는 평균관객이 10만 명을 넘지 못할 정도로 열악한 상황이다. 한국 영화가 천만 관객을 넘나들고 있는 것에 비교하면 엄청난 차이이다. 기본적으로 수익을 올려야 하는 만큼 관객을 동원하는 부분은 장편 애니메이션의 제작 이후에 연결되어지는 배급과 마케팅을 그 원인으로 볼 수 있다.

2007년 개봉한 <로보트 태권브이(디지털 복원판)>와 이성강 감독의 신작인 <천년여우 여우비(2007)>의 경우 적절한 마케팅과 배급망을 확보하여 각각 70만과 40만이 넘는 관객동원에 성공하였

다. 하지만 이것은 극히 이례적인 사례일 뿐, 아직도 국내 장편 애니메이션들은 제작에 대한 어려움은 물론, 완성 후의 마케팅과 배급의 문제들을 그대로 안고 있는 것이 현실이다.

Ⅲ. 국내 단편 애니메이션의 성과와 장편으로의 발전가능성

1. 국내 단편 애니메이션의 성과

국내 장편 애니메이션들이 갈수록 많은 어려움을 겪고 있는 것에 반해 단편 애니메이션들은 해마다 커다란 성과를 올리고 있다.

1999년 이성강 감독의 단편 애니메이션 <덤불속의 재>가 우리나라 최초로 프랑스의 안시 국제애니메이션 페스티벌 본선에 진출하여 주목받기 시작한 국내 단편 애니메이션들은 이후 2000년에 이명하 감독이 단편 애니메이션 <존재>로 일본 히로시마 국제애니메이션 페스티벌의 신인감독상을 수상하면서 점차 뚜렷한 두각을 나타내기 시작하였다. 2000년 이후부터는 거의 매년 수많은 단편 애니메이션들이 해외 애니메이션 페스티벌과 각종 영화제에서 수상하거나 본선에 진출하는 등 꾸준한 성과를 올렸다.

2005년 개최된 국내외 관련 영화제에서 상영 및 수상된 독립애니메이션의 현황을 살펴보면 국내외 99개 영화제에서 총 403편이 687회 수상 및 상영되는 실적을 보여주고 있어 예년의 182개 작품이 446회 수상 및 상영된 것 비해 배로 증가한 작품수와 더불어 상영건수가 괄목할 만하게 증가한 것으로 파악된다. 영화제 경쟁부문 수상작의 수는 그리 많이 늘어나지 않은 반면 더 많은 영화제에서 경쟁부문 진출작 및 초청상영작이 늘어나 한국 독립, 단편애니메이션 대한 영화제들의 관심도가 높아졌다고 할 수 있다. 대표적으로 <축, 생일>(박세종)은 많은 영화제에서 초청되거나 수상하는 저력을 보였으며 특히 오스카 및 아카데미 시상 후보에 올라 세계적인 주목을 받았다. 또한 국내에서도 우리 이야기가 세계의 보편성 획득하여 인정받을 수 있다는 가능성에 대한 기대치를 가져다주는 계기가 되었던 작품이라고 할 수 있다. 국내에서 제작된 단편작품의 사례로는 대학원 학생들의 Full 3D 애니메이션 작품인 <초혼>(김기남 외) 또한 우리의 역사적 이야기를 배경으로 펼쳐지는 현대적 이미지의 연출력은 국내외 많은 영화제에서 상영되며 인정받은 작품으로 꼽을 수 있는데 3D 애니메이션의 강세가 단편 애니메이션에서도 그대로 나타나고 있다.[20]

	영화제	작품	건		영화제	작품	건		영화제	작품	건
전체합계	99	403	687	국내	42	386	568	애니	13	278	376
								일반	29	142	192
				해외	57	65	119	애니	17	45	64
								일반	40	33	58

표 1. 2005년 국내외 페스티벌 진출 현황표

20) 한국문화콘텐츠진흥원, 「애니메이션 산업백서 2006」, 2006, p.372.

<표 1>에서 보는바와 같이 국내에서 제작된 단편 애니메이션이 보여주고 있는 성과는 매우 크다. 무엇보다도 해외 영화제에서의 괄목할만한 성과를 보여주는 것은 우리나라의 단편 애니메이션이 세계적으로도 충분히 그 성장가능성을 인정받고 있다는 것으로 매우 고무적인 일이 아닐 수 없다. 그러나 성과가 있는 만큼 문제점이 없는 것은 아니다.

2005년에 제작지원작 및 국내외 영화제를 통해 발표된 독립, 단편애니메이션은 총 181편으로 그 중 87편의 작품이 영화진흥위원회와 서울애니메이션센터의 제작지원으로 제작되어 예년보다는 전체에서 차지하는 비율이 줄어들었으나 작년에 지원된 작품까지 포함한다면 90여 편으로 국가 및 자치단체의 제작지원 의존도가 높은 것을 알 수 있다. 더구나 이 숫자는 대학 졸업 작품을 포함한 제작지원 및 발표작이 포함된 것을 감안하면 순수한 독립적 작품의 제작편수는 훨씬 줄어든다.[21] 즉 정부의 제작지원 정책이나 학생의 신분에서 학과 수업의 일환으로 진행되는 애니메이션이 아니면 순수하게 하나의 단편 애니메이션을 제작하려는 목적만으로 작품을 만드는 것은 매우 어렵다는 것이다. 하지만 제작비 마련을 위한 투자유치의 확보나 지원 정책들의 문제는 비단 단편 애니메이션에 국한된 것이 아닌 애니메이션 산업 전체의 문제인 만큼 단순하게 이 부분만을 해결하기 위한 방안을 마련하는 것은 궁극적인 해결책이 되지 못한다. 결국 이 문제는 애니메이션 산업자체가 활성화 되고 저변이 확대되어 애니메이션 산업 전체의 마켓이 활성화 될 수 있도록 하는데 초점을 두어야 한다.

2. 단편에서 장편으로의 연계가능성

단편 애니메이션의 질적인 성장은 분명 애니메이션 전체의 발전에 있어 큰 역할을 차지한다. 특히 단편 애니메이션은 개인 또는 소규모의 인원으로 제작되는 만큼 제작과정에 있어 전반적인 부분들을 직접 경험하여 노하우를 터득할 수 있다는 장점이 있다. 이것은 제작과정의 단계는 물론 각 분야가 철저하게 분업화 되어 있는 상업 애니메이션과는 크게 다른 부분이다. 디지털 기술의 발전은 애니메이션 제작에 있어서도 커다란 영향을 주었고 결국 디지털화 되어가는 제작과정의 변화를 통해 소규모의 인원으로도 작업이 가능한 새로운 제작구조의 파이프라인들이 형성되기 시작한 것이다. 단편 애니메이션은 적은 예산과 규모로 진행되는 만큼 이러한 부분에서 새로운 제작구조의 형성에 있어 매우 강한 장점들을 가지고 있다. 또한 순수한 실험형식에서부터 사회 비판적 메시지를 강하게 띄는 등의 새롭고 창의성이 강한 이야기들을 작품으로 제작하여 발표함으로써 기획과 스토리구조의 빈약을 문제로 안고 있는 국내 애니메이션 산업에 새로운 활력을 넣어 주고 있다.

일반적으로 단편 애니메이션은 소위 인디(independence), 즉 독립(獨立)의 개념이 포함된 형태로 인식되어지기 쉽다.[22] 물론 국내에서 단편 애

21) 한국문화콘텐츠진흥원, 「애니메이션 산업백서 2006」, 2006, p.368.

22) 대표적인 독립애니메이션 감독인 전승일 씨는 자신의 칼럼에서 '단편 애니메이션이라고 개념화하는 것과 독립애니메이션이라고 개념화하는 것 사이에는 일정한 차이점이 존재한다. 필자는 어느 한 쪽 개념이 우월하다고 주장하지는 않지만, 그 차이는 매우 미묘할 뿐만 아니라 매우 커다란

니메이션이 시작이 작가주의를 지향하는 대다수의 독립애니메이션 감독들로부터 시작하였고 그러한 영향들이 독립애니메이션은 곧 단편 애니메이션이라는 모호한 관계를 형성하게 된 이유이기도 하다. 그러나 안타깝게도 현재 한국 독립애니메이션의 난점은 바로 그와 같은 사실에 대한 몰이해와 밀접하게 관련되어 있다. 미리 밝히자면 그 난점이란, 독립애니메이션이라는 것이 사적(私的) 애니메이션과 혼동되거나 아예 처음부터 독립이라는 개념조차 없이 사적 애니메이션이 지향되는 현상을 가리킨다.[23] 하지만 90년대 중반부터 활발히 시작되었던 초창기의 독립애니메이션들과 달리 최근의 경향을 본다면 이러한 독립애니메이션의 개념과 사적 애니메이션의 의미보다는 단순히 원초적인 애니메이션 그 자체로서의 개념과 순수함을 지닌 단편의 형태로 등장하고 있다. 그것은 굳이 상업적 노선과 제작형태를 거부하는 것도 아니며 그것을 극복하려는 형태도 아닌, 단순히 애니메이션으로써 영상이미지와 이야기가 상보적으로 결합된 미학적 담론의 형태를 가진다.

실제로 최근 등장하는 대부분의 단편 애니메이션 감독들이 가지게 되는 가장 큰 고민은 지속적인 작품의 제작이 가능하도록 단편에서 장편으로의 연계와 보다 많은 관객들과의 소통을 위한 장을 마련하는 것이다. 물론 이것은 결국 감독들이 배급과 제작지원이 원활하지 못한 국내의 실정에서 산업적인 구조의 배급방식인 극장을 통해 관객에게 다가서려는 시도 때문이기도 하다. 분명 최근 국내의 단편 애니메이션들은 대내외로 커다란 성과와 주목을 받고 있고 그 가능성 역시 인정받고 있다. 단편 애니메이션에서 시작하여 두 편의 장편 애니메이션을 연출한 이성강 감독의 사례도 이러한 가능성을 높여준다. 90년대 이후로 두 편 이상의 장편 애니메이션을 연출한 감독이 없을 만 큼 어려운 국내의 장편 애니메이션 제작 여건을 고려한다면 이성강 감독의 사례는 단편 애니메이션 감독들의 가능성을 보여주는 또 다른 면이라 할 수 있다.

2. 장편 제작을 위한 현실 진단과 시도

최근에는 단편 애니메이션을 제작하면서 장편 애니메이션으로 연결할 수 있는 시도들이 활발하게 이루어지고 있다. 물론 장편으로의 연결을 위한 시도가 없었던 것은 아니다. 성공한 사례를 남긴 이성강 감독 역시 단편 애니메이션인 <덤불속의 재>를 발표한 이후 <마리이야기>를 구상하여 데모를 제작하였고 투자유치에 성공하여 장편으로의 제작이 이루어졌다.

것일 수 있다고 생각한다. 독립애니메이션은 단편, 중편, 장편을 포괄하며 좀 더 근본적으로는 상업주의를 반대하며 동시에 상업주의를 극복하고자 한다.'라고 독립애니메이션을 설명하고 있다. http://www.mimesistv.co.kr/

23) 애니메이션 칼럼니스트인 김준양씨는 자신의 칼럼에서 사적 애니메이션을 일본의 사소설(私小說) 개념을 빌려와 독립애니메이션과의 차이를 설명하고 있다. '한국의 사적 애니메이션이 일본의 사소설과 전적으로 동일할리야 없지만, 적어도 전자가 독립이라는 것을 자아의 외적•내적 현실에 깃들여 있는 지배 이데올로기와의 지속적인 투쟁으로보다는 사회적 현실 및 여타 관계와의 절연으로 이해하는 경향을 보여주는 점에서는 후자와 비교되기에 충분할 것이다 사적 애니메이션의 특성을 가장 쉽고 흔히 접할 수 있는 표본이라면 바로 전공 학생들의 졸업 작품을 들 수 있다. 그리하여 대체로 그 학생들의 기본적인 태도를 살펴볼 때 알 수 있는 것은, 애니메이션이라는 낯선 감성적 표현형식에 대한 미학적•철학적 사유의 부재 속에서 단지 개인적 경험과 감성의 절대시 및 그것들에 대한 집착이 사적 애니메이션의 한 핵심을 형성하고 있다는 사실이다..' 「KINO」, 2001년 7월호. p.206.

단편에서 장편으로의 연결을 긍정적으로 볼 수 있는 점은 무엇보다 제작비의 절감과 안정적인 제작 파이프라인의 구축 가능성이 높아진다는데 있다. 이것은 대부분 단편 감독들이 자신들의 제작 경험들을 통해 단편에서 습득한 다양한 제작방식의 노하우들을 실제 장편의 제작에 적용함으로써 기존의 제작 파이프라인들과는 다른 방식으로의 제작도 가능하다는데 있다. 대표적인 케이스인 <마리이야기> 역시 기존의 셀 애니메이션과는 다른 표현방식을 이용해 새로운 이미지 표현과 한국적인 정서의 느낌을 잘 표현하였다는 평을 받았다. 많은 제작경비로 인해 투자가 위축되고 있는 장편 애니메이션에서 이런 부분들은 매우 중요한 사안이 아닐 수 없다. 실제 120억 이상의 많은 제작비로 만들어진 <원더풀데이즈(2003)>의 경우 실사와 디지털 이미지들이 자연스럽게 조화되는 이미지를 보여주긴 하였으나, 엄청난 제작비에 비해 그다지 차별화되는 영상을 보여주지는 못하였다. 단편으로 출발하여 장편까지 제작되었던 알지스튜디오의 <빼꼼>시리즈는 이런 점에서 볼 때 상당히 체계적인 과정을 거쳐 장편으로의 시도를 진행한 것을 알 수 있다. 알지스튜디오는 5년 동안 총 4종류의 작품을 제작했다. 3편의 단편을 먼저 제작하여 국내외 애니메이션 페스티벌에 작품을 출품한 후 관객의 소통을 통해 평가를 확인하고 함께 제작한 스팟 형식의 단편 9편을 인터넷을 통해 소개하였다. 물론 이 상황에서 장편의 기획은 동시에 진행되고 있었으며 단편과 스팟 애니메이션의 성공을 통해 TV시리즈의 애니메이션들이 제작되었다. 알지스튜디오의 기간에 따른 제작과정을 보면 다음과 같다. <표 2>를 보면 기본적으로는 장편애니메이션의 기획을 가장 먼저 진행하면서

단편과 스팟들을 통해 기획의 안정성을 지속적으로 구축한 것을 알 수 있다.

제작년월	내용	비고
2002. 3.	빼꼼의 머그잔 여행 기획	장편
2002. 9.	I Love Picnic 외 스팟 4편	단편
2003. 9.	I Love Skydhl 스팟 5편	단편
2006. 8.	빼꼼 HD 시리즈(5분/52편)	TV시리즈
2006. 9.	Contact 2	단편
2007. 3.	빼꼼의 머그잔 여행 개봉	장편

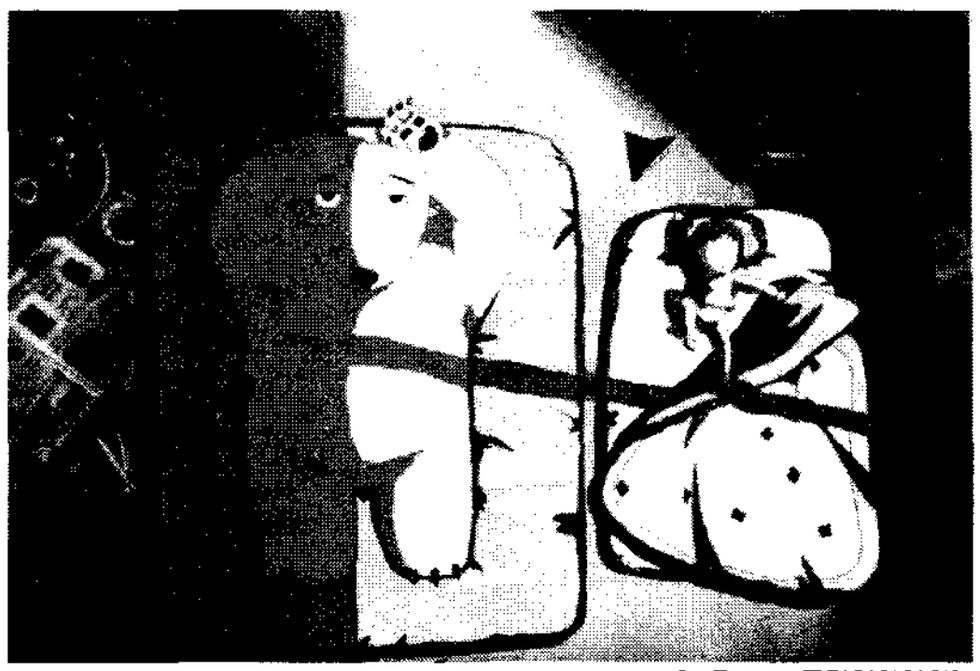
표 2. 알지스튜디오의 제작기획

그림 1 빼꼼의 머그잔 여행

단편과 스팟, 그리고 TV시리즈로 연결되는 구성에는 동일하게 '빼꼼'이라는 캐릭터가 주인공으로 등장한다. 이것은 캐릭터의 활용을 통해 빼꼼이라는 캐릭터의 인지도를 높이면서 사전에 제작된 단

편과 스팟의 결과를 통해 관객의 반응을 점검하는 것이다. 관객의 반응은 곧바로 장편과 TV시리즈의 기획과정에 직접적인 영향을 미친다. 2003년의 단편 제작과 2006년의 TV시리즈 제작에는 3년의 기간차가 있는데 이것은 투자와 제작기간에 소요된 부분도 있지만 단편을 통해 관객의 직접적인 반응을 보고 TV시리즈의 제작에 대한 위험리스크를 최소화하는데 성공한 것으로 볼 수 있다. 또한 단편과 TV시리즈 제작을 통해 장편 제작에 필요한 자금 확보의 전반적인 부분들을 확보해 나갔다. 특히 단편 애니메이션의 경우 50여곳이 넘는 영화제와 애니메이션 페스티벌 출품을 통하여 작품을 홍보함과 동시에 해외로 부터의 투자 유치를 확보하였다. 결국 5년여 간의 기획과 제작을 통해 장편 애니메이션 <배꼽의 머그잔 여행(2007)>은 39개관에서 단독 개봉하여 13만 5천명의 관객을 동원하였다.[24] 수치상으로만 본다면 흥행이랄 수도 없는 적은 수치지만 적극적인 제작지원 없이는 시작조차 어려운 국내의 장편 애니메이션 제작실정에서 스튜디오가 독자적으로 지속적인 기획과 제작을 통해 자금을 해결하고 제작에 성공한 것은 주목할 만한 부분이다. 또한 실제 제작기간이 3년, 총 제작인력이 30여명임을 감안한다면 기존의 장편 애니메이션 제작 파이프라인과 비교해서도 얼마나 효율적인 제작을 진행하였는지 파악할 수 있다.

알지스튜디오의 예와 더불어 단편 애니메이션 감독으로서 지명도 있는 감독의 장편으로 연계가능성 역시 중요하게 생각해야 할 부분이다. 단편 애니메이션 <아빠가 필요해(2005)>로 연출능력을 인정받은 장형윤 감독은 중편 애니메이션 <무림일검의 사생활(2007)>을 제작하면서 이야기의 구성과 기획의 다양한 부분들을 서서히 장편으로 접근해 나가고 있다. 장형윤 감독은 이미 단편 애니메이션에서부터 그만의 독특한 상상력과 기획, 이야기의 구성 등을 통해 많은 관객들을 확보하였다. 특히 대표작품이라고 할 수 있는 <아빠가 필요해>의 경우 국내 감독으로는 최초로 히로시마 국제애니메이션 페스티벌에서 프라이스 상을 수상하였고 30여개가 넘는 국내외 영화제와 애니메이션 페스티벌에서 수상, 상영을 하며 차세대 감독으로 크게 주목 받았다.



[사진=한국독립영화협회]

그림 2 아빠가 필요해

무엇보다도 애니메이션의 강국이라고 할 만한 일본에서 이 작품이 크게 인정받은 것은 장형윤 감독의 연출력이나 기획능력이 장편 애니메이션을 제작하는데 있어서도 커다란 가능성을 가졌다고 볼 만하다. 실제로 <아빠가 필요해>는 2005년 일본의 가장 권위 있는 애니메이션 행사인 도쿄 아니마페어에서 일본작품들을 물리치고 우수상을 수상했으며 국내감독으로는 최초로 일본의 애니메이션 제작사인 코믹스웨이브[25]와 계약하여 장형윤

24) Indie-Anifest 2007 세미나 참고.

단편집을 DVD로 출시하였다. 이와 더불어 2007년 제작된 <무림일검의 사생활>도 출시예정으로 있다. 국내에서는 DVD제작은 물론 배급 자체도 어려워 단편 애니메이션의 DVD제작이 거의 이루어지지 않는 점을 감안하면 일본에 국내 감독 작품이, 그것도 장편도 아닌 단편들이 DVD로 출시되는 것은 이례적인 일이라 할 수 있다.

<아빠가 필요해>는 영화진흥위원회의 단편 애니메이션 제작지원을 통해 제작되었다. 총 제작비가 2천만 원 정도의 규모로 극장용 35mm 필름으로 1년 여 간의 제작기간을 통해 만들어진 작품이다. 단편이었던 만큼 10분 정도의 짧은 러닝타임이지만 감독의 전작과는 다르게 10여명 정도의 스텝을 구성하고 그에 맞는 제작 파이프라인을 구성해 작품을 완성하였다. 이후 만들어진 <무림일검의 사생활>은 문화콘텐츠진흥원의 애니메이션 제작사 지원시스템을 통해 2억 원의 예산으로 제작되었다. 2006년부터 1년 여 간의 제작기간을 가진 이 작품은 30분 길이의 중편 애니메이션으로 제작되었으며 10여명의 기본스텝과 일부 작화에서는 외주작업을 통해 진행되었고 역시 35mm 필름으로 완성되었다. 두 작품 모두 정부의 제작지원 시스템을 통해 제작비를 마련하였지만 여기서 눈여겨 볼 것은 사용된 제작비에 비해 그 이상의 성과를 거두고 있다는 점이다. 실제 <아빠가 필요해>의 경우 국내외 영화제에서 잇따른 수상으로 제작비를 전액 회수하였고, <무림일검의 사생활> 역시 일본에서의 DVD 제작은 물론 올해부터 본격적인 배급을 진행할 예정으로 있어 좋은 성과를 거둘 것으로 보여진다. 이런 성과들은 무엇보다 장형윤 감독의 제작에 대한 치밀한 계획과 전반적인 제작관리, 그에 맞는 제작 파이프라인 구성능력들이 효과적으로 운용되었기 때문이다. 이성강 감독의 장편제작에서도 알 수 있듯이 단편 애니메이션 감독들의 장점중 하나는 제작기간에 대한 정확한 관리와 제작비용에 맞는 독자적인 제작 파이프라인 구성에 있다. 이것은 무엇보다 감독 스스로가 기획 연출은 물론 제작의 전반적인 과정에 대한 경험이 풍부하기 때문이다. 또한 국내 장편 애니메이션들에서 문제점으로 지적되는 기획력과 이야기의 빈곤이라는 부분에서도 단편 애니메이션 감독들의 다양한 시도들은 새로운 해결방안으로 제시될 수 있다.

물론 단편 감독에 대해 이러한 시도가 전혀 없었던 것은 아니다. 단편 애니메이션 <축, 생일>로 아카데미상에 노미네이트 되어 큰 주목을 받았던 박세종 감독도 국내의 애니메이션 지원 단체에서 감독으로 초빙 받아 제작에 착수하였다. 그러나 지원 단체의 잦은 간섭과 감독에 대한 높은 기대치, 그리고 국내 애니메이션 제작 시스템에 익숙치 않은 박세종 감독의 시행착오들은 결국 제작과정 중도에서 무산되어버리는 결과를 가져왔다.

이런 점에서 볼 때, 국내에서 많은 제작경험을 가진 장형윤 감독의 장편 연계는 보다 체계적이고 안정적인 모습을 보인다. 특히 다수의 단편을 제작하고 이후 규모가 확장된 중편 애니메이션을 제작하여 또 다른 제작경험을 늘린 후 장편 애니메이션으로 전환하는 과정은 자칫 짧은 단편의 서사구조에 얽매일 수 있는 감독 스스로의 문제점을 보완해 가는 과정이라고 할 수 있다. 1인 제작 시스

25) 코믹스 웨이브는 일본 내 신인감독들을 발굴하여 애니메이션 작품을 제작, 배급하는 회사이다. 이곳에 소속된 대표 감독으로는 <초속 5cm>로 국내에도 잘 알려진 신카이 마코토가 있다.

템으로 크게 주목을 받았던 <지옥>의 연상호 감독 역시 장형윤 감독과 비슷한 형태로 제작을 해 나가고 있다. 2부작으로 이루어진 중편 애니메이션 <지옥>을 통해 얻은 경험을 토대로 현재 중편 애니메이션인 <사랑은 단백질>을 제작 중에 있으며 이후 제작할 장편 애니메이션의 기획에 박차를 가하고 있다.

젊은 단편 감독들의 이러한 열정은 어렵기만 한 장편 애니메이션에 새로운 돌파구가 될 가능성이 있지만 이것 역시 어려운 문제점들이 기다리고 있다. 무엇보다 감독들이 제작에 박차를 가할 수 있는 기본 제작비의 마련이 시급하다는 점이다. 정상적인 투자가 거의 이루어지지 않는 상황에서 감독들이 마련할 수 있는 방법은 정부지원을 통한 기초 지원금 마련이 고작이다. 알지 스튜디오의 경우처럼 스튜디오의 자체 운영이 가능한 형태로 구조가 아닌, 감독 중심의 운영으로 감독이 재무 전반을 책임져야 하는 만큼 지원금 없이는 스텝의 구성조차 어렵다는 점이다. 결국 이러한 감독들의 열정들도 바늘구멍과도 같은 정부의 제작지원을 통과하지 못하면 자칫 그대로 묻혀버릴 수 있는 것이 지금의 현실이다.

Ⅳ. 국내 장편 애니메이션의 배급과 대중과의 소통

장편 애니메이션은 그 자체가 상영을 통해 관객, 즉 대중들과의 소통을 목적으로 하고 있는 만큼 배급을 통한 상영은 장편 애니메이션에 있어 필수적인 부분이다. 배급과 상영은 결국 장편 애니메이션의 제작에 대한 투자, 그것을 회수하기 위한 이익의 산출이 이루어져야만 하고 성공적인 효과가 나타나야 좀 더 확장된 제작과 투자가 활발하게 이루어질 수 있다.

영화에 있어서 스크린쿼터제 역시 이러한 부분들을 고려하여 정책적으로 이루어지는 것인데 최근에는 이 부분 역시 스크린쿼터의 축소와 함께 점점 어려움을 겪고 있다. 무엇보다도 이러한 부분의 근본적인 문제는 단관 극장에서 멀티플렉스(Multiplex), 즉 복합상영관으로 전환된 것에 있다. 하나의 극장 안에 10~15개 정도의 상영관이 만들어져 있는 멀티플렉스는 2000년대부터 한 공간에서 다양한 장르의 영화를 즐길 수 있도록 한다는 취지로 서서히 확산되었다.

2006년 말 기준 전국 스크린 수는 영화상영관입장권 통합전산망, (사)한국영사예술인협회, 각 멀티플렉스 체인 제공자료 등을 토대로 집계한 결과 1,847개로 추산되었다. 이는 2005년 말 기준 1,648개에 비해 무려 200개가 작년 한 해 동안 늘어난 것으로, 매년 지속되어 온 스크린 수 증가 추세가 멈추지 않고 있는 것이다. 각 사가 밝힌 사업계획에 의하면 이 추세는 2007년에도 이어져 전국 스크린 수가2,000개를 넘어설 전망이다.[26]

멀티플렉스가 각 지역의 상영인프라로 기능하면서 관객의 접근성을 높이고 시장 확대에 기여한 것은 분명하다. 하지만 중요한 문제는 멀티플렉스가 단순히 이익의 창출에만 급급해 다양한 장르의 영화를 관객들이 즐길 수 있도록 한다는 본래의

26) 2006 한국영화산업결산, 영화진흥위원회 통계자료.

취지와는 다르게 상영관의 선정이 전적으로 영화의 흥행성에 의해서만 이루어진다는 점이다. 이것은 결국 흥행성 높은 한 작품에 의해 독과점이 이루어지고 15여개의 상영관에서 4~5개의 작품들만이 상영되는 형태로 나타나고 있다. 한국 영화의 경우 스크린쿼터의 보호와 경쟁력들이 강화되면서 스크린 점유율 역시 외화와 비교해 우위에 있거나 거의 엇비슷한 수준을 보이고 있다. 반면에 스크린쿼터에 별다른 보호를 받지 못하는 애니메이션의 경우 작품의 제작만큼 어려운 것이 상영관을 확보하는 것일 정도로 열악한 상황이다.

2003년 (관객수/상영관수)	2004년 (관객수/상영관수)
엘리시움 (4,400 / 2-서울)	해적 마테오 (125,000 / 5)
원더풀데이즈 (224,000/ 97)	해머보이 망치 (47,502 / 7)
오세암 (145,000 / 15)	신 암행어사 (56,709 / 25)
2005년 (관객수/상영관수)	2006년 (관객수/상영관수)
올림푸스가디언 (27,830 / 5)	아치와 씨팍 (107,154 / 31)
왕후 심청 (75,937 / 12)	천년여우 여우비 (482,988 / 25-서울)
별별 이야기 (7,232 / 7)	

표 3. 연도별 국내 장편 애니메이션 성적

<표 3>을 참고할 때 대부분의 애니메이션들이 전국적으로 20여개의 상영관도 확보를 하지 못한 것을 알 수 있다. 평균 관객 역시 대부분 10만을 넘지 못한다. <원더풀데이즈>의 경우 개봉 당시에는 100여개에 가까운 상영관을 확보하였으나 일주일도 넘기지 못하고 상영관 수가 30여개로 축소되었다. 장편 애니메이션의 제작비가 적게는 10억에서 20억 원 정도의 비용이 소요된다고 보면 30~50만 명 정도의 관객을 확보해야만 제작비를 회수한 것이라 볼 수 있다. 그러나 대부분의 작품들이 10여개의 상영관에서 어렵게 상영하였으며 그나마도 흥행작의 독과점으로 인해 오전 일부 상영 후, 오후에는 흥행작으로 교체되는 등 멀티플렉스의 변칙상영으로 관객과 소통할 수 있는 기회조차 잡지 못하고 있다. 실제 <오세암>의 경우 이러한 변칙상영으로 인해 첫 번째 상영당시에는 <표 3>의 절반에도 들지 못하는 관객만이 감상을 하였고 이후에 안시 애니메이션 페스티벌의 그랑프리를 수상을 통해 대중의 관심을 받으면서 재 개봉 되기도 하였다.

미국의 대표적인 애니메이션인 <슈렉>의 경우 시리즈 모두가 국내에서 80~90여개의 상영관을 확보해 상영되었으며 이것은 흥행을 올릴 수 있는 기본적인 요인으로 작용하였다. 반면 국내의 애니메이션들은 배급에 있어 상영관을 확보하지 못해 지역의 문화회관이나 기타 전용관에서 어렵게 상영하는 등 배급에 있어 근본적인 문제는 지속되고 있다. 결국 장편 애니메이션의 제작과 함께 배급을 지속할 수 있는 상영관의 확보는 장편 애니메이션에 있어 필수적인 요소가 되었다. 국내 작품으로는 드물게 배급에서 어느 정도의 성과를 올린 <천년여우 여우비>의 경우 제작을 담당한 CJ 엔터테인먼트의 역할이 크게 작용하였다. 메가박스를 비롯한 대부분의 멀티플렉스에서는 기존의 국내 애니메이션들과 마찬가지로 상영관을 찾기가 어려웠으나 CJ 엔터테인먼트의 제휴인 멀티플렉스 CGV에서는 상영기간 동안 정상적으로 관을 확보해 상영을 지속할 수 있었고 이것은 40만이 넘는 관객동원으로 이어져 국내 장편 애니메이션 역시 상영관 확보만 가능하다면 충분히 성공할 가능성이 있다

는 것을 보여주었다. 즉 투자와 배급은 물론 상영이 가능한 기업의 지원이 가능하다면 문제는 충분히 해결될 수 있다는 것이다. 그러나 이러한 경우는 극히 드문데다 멀티플렉스의 독과점에 의한 문제는 아직까지도 지속 되고 있어 이 부분에 대한 근본적인 문제가 정책적으로 제시 되지 않는 한 직접적인 해결방안은 없어 보인다.

국내의 애니메이션이 대중과 소통하기 위해서는 다른 방안을 찾는 것이 현재로서는 최선책일 수밖에 없는데 여기에 예술전용관은 조그만 돌파구로서 가능성을 제시하고 있다. 최근 조금씩 늘어나고 있는 예술영화 전용관은 아직 그 수가 많지 않으나 실험적인 영화는 물론 애니메이션 까지 안정적으로 상영관을 확보하여 대중과 소통할 수 있다는 점에서 긍정적으로 평가된다. 다만 멀티플렉스와 달리 단일 상영관으로 운영되고 대부분 인구의 유동성이 높은 지역에 위치하지 못해 많은 관객을 확보하기 어렵다는 문제들을 드러내고 있다.

결국 근본적인 해결책인 멀티플렉스 본래의 취지를 되살려 국내의 장편 애니메이션들이 제작과 동시에 복합상영관을 통한 배급이 원활이 연결되어 제작 후에는 상영이 가능하도록 되어야만 하고, 이것은 대중과의 소통으로 이어져 국내 애니메이션이 대중의 평가를 통해 성장할 수 있는 원동력이 될 것이다.

V. 결론

이번 연구에서는 애니메이션 산업 전체의 활성화와 발전을 위해서는 무엇보다 국내 장편 애니메이션제작의 활성화와 발전을 우선해야 한다고 보고 이를 위해 크게 두 가지를 제안하였다.

첫 번째는 그동안 대내외적으로 성과를 보여준 단편애니메이션 제작의 경험들을 통해 장편 애니메이션으로의 연계방안들을 모색하는 것이다.

한국독립애니메이션 협회에 따르면 현재 국내에서 공식적으로 단편 애니메이션을 제작하며 활동하고 있는 감독들은 60~70명 정도이다. 그러나 부족한 제작지원시스템과 인식부족, 배급에 대한 어려움과 같은 각종 문제들은 감독들이 지속적인 작품제작을 하는데 많은 어려움이 있어 2~3편 이상의 작품을 제작한 감독의 수는 훨씬 줄어든다.

단편 애니메이션 감독들이 겪는 가장 큰 어려움은 무엇보다 작품제작을 위한 비용마련에 있다. 사실 이러한 어려움은 비단 단편에 국한된 것이 아닌 장편 애니메이션에도 동일하게 산재한 문제점이다. 국내에서 애니메이션 제작에 대한 투자가 많이 부족하고 작업환경 역시 열악하지만 이런 현실적인 문제들이 곧바로 개선되기란 거의 불가능한 일이다. 즉, 지금의 현실에서 비추어 본다면 보다 적은 비용에서 효율적인 제작방식들을 도입하여 양질의 애니메이션을 제작해야만 한다는 것이다. 단편 애니메이션 감독들은 이러한 문제들을 충분히 극복할 수 있을만한 최선의 대안으로 제시할 수 있다. 경험이 많은 단편 애니메이션 감독들은 국내 뿐 아니라 해외에서도 작품들을 통해 작품성을 인정받고 있으며 다양한 성과를 올리고 있다. 또한 최소의 비용으로 자신들의 개성이 나타날 수 있는 새로운 영상을 창조할 수 있는 작업 노하우를 지니고 있다. 위에서 제시했듯이 이미 많은 단편 애니메이션제작자들이 자신들의 경험들을 토대

로 국내의 실정과 산업적 특성에 맞는 제작 파이프라인을 구축하여 장편에 도전하고 있다.

비록 많지는 않지만 파일럿 필름제작을 위한 제작지원들, 그리고 보다 근본적이고 지속적인 정부의 정책지원이 뒷받침 된다면 국내 장편 애니메이션에 대한 새로운 가이드라인의 제시도 가능해지리라 본다.

두 번째로 장편 애니메이션의 원활한 배급과 상영을 통해 대중에게 국내에서 제작된 장편 애니메이션을 문화적 코드로 새롭게 인식할 수 있는 여건이 조성되어야 한다는 점이다. 여기에는 무엇보다 애니메이션을 문화산업으로 육성할 수 있는 가장 기본적인 조치의 하나로 애니메이션 상영에 대한 정부의 특별한 지원이 제시되어야만 한다고 본다.

멀티플렉스의 확장 이후 상영관의 수는 확장되었으나 상영 영화 편수까지 확장을 하고 있는 것은 아니다. 오히려 수익을 올리기 쉬운 일부 영화에 대한 독과점과 같은 현상들은 국내의 멀티플렉스가 다양한 장르의 영상을 즐길 수 있는 본래의 목적과는 다른 방향으로 진행되는 새로운 문제점을 도출했다. 이러한 현재의 실정으로 볼 때 일반 배급사를 통해 배급망을 형성하고 상영관을 확보하기란 애니메이션의 경우 영화보다도 매우 열악한 수준이다.

국내의 장편 애니메이션이 활성화되기 위해서는 무엇보다 일정 기간의 상영이 가능한 상영관들을 확보하는 것이 중요하다. 제작된 애니메이션들이 안정적인 상영을 하는 것은 제작자들로 하여금 작품에 대한 냉정한 평가와 새로운 작품 제작을 위한 개선책을 마련할 수 있으며 대중들로 하여금 애니메이션에 대한 새로운 인식은 물론 작품에 대한 현실적인 평가를 통해 국내의 장편 애니메이션들이 경쟁력을 가지고 발전할 수 있는 밑거름이 된다.

수많은 해외 애니메이션들에 맞서 국내 애니메이션이 경쟁력을 가지기 위해서는 적극적인 투자와 제작도 중요하지만 스크린쿼터를 통해 한국영화가 발돋움할 수 있는 발판을 마련했듯이 한국의 애니메이션 역시 스크린쿼터와 같은 형식의 정책적 보호를 통해 우선적으로 보호받고 상영되어 대중들에게 평가받을 수 있는 정책들이 뒷받침되어야만 한국영화와 마찬가지로 대중문화의 중요코드로 자리매김할 수 있을 것이다.

참고문헌

김세훈, 「한국 장편 애니메이션 영화의 활성화 방안 연구」, 중앙대학교 첨단영상대학원 박사논문, 2006.

김정규, 「한국 애니메이션산업의 발전방안에 대한 연구」, 서강대학교 언론대학원 석사논문, 2002.

김윤경, 「국내현황과 비교를 통한 영국 창조산업의 동향에 관한 연구」, 『만화애니메이션연구』, 통권 12호(2007).

염동철, 「한국 독립애니메이션의 국제적 평가와 창작 지원정책에 관한 연구」, 『만화애니메이션연구』, 통권 11호(2007).

이재환, 「한국 독립애니메이션의 영역과 변천과

정연구」, 경희대학교 아트퓨전디자인대학원 석사논문, 2003.

「Indie-Anifest 2007 세미나 '한국 인디애니메이션 관객과 통하였는가?'」, 한국독립애니메이션협회, 2007.

「2007 한국 영화산업 결산보고서」, 영화진흥위원회, 2007.

「2006 애니메이션 산업백서」, 한국문화콘텐츠진흥원, 2007.

「월간 KINO」, 2001.

財團法人デジタルコンテンツ協會編 デジタルコンテンツ白書2001, 世界をめざすコンテンツ産業 2001.

ABSTRACT

A Study of Developing and Reinvigorating to make Korean Animation Films

Choi, Min-Kyw.

It is no longer an issue that there is a big audience for Korean movies. More than 120 Korean movies are made each year. Many win prizes at film festivals around the world. But the number of animation movies made in Korea is decreasing even though the government tried to revitalize the animation industry in the mid-1990s. The problem is that all Korean animation movies were box-office failures, even though "Mary's Story" and "Oseam" were awarded prizes in world-famous animation festivals. Korean animation movies also face hurdles because of different cultural tastes of Korean audiences and problems with distribution. But there is a tremendous amount of potential and possibilities for Korean animation movies to be box-office blockbusters and artistic successes. There are ways to develop and revitalize the Korean animation industry and make it of the most important businesses and cultural influences in Korean society.

Key Word : animation films, short animation films, supporting system, a animation distribution

최민규

애니메이션 창작집단 디지아트 대표

(712-150) 경북 경산시 임당동 571-13

Tel : 053-818-2892

0083ryo@hanmail.net