

유동환(호서대학교 문화기획학과 교수)

1. 머리말

2002년 <반지의 제왕1 - 반지원정대>가 상영된 이후로 전세계적으로 불기 시작한 역사환타지물의 붐은 한국에서도 예외가 아니었다. 영화와 방송드라마로 <대장금>, <허준>, <혈의 누>, <별순검> 등 다양한 킬러콘텐츠가 등장하다가, 2006년에 들어서 영화 <왕의 남자>을 비롯해서, 방송드라마 <주몽>, <황진이> 등 수많은 역사환타지물의 붐이 일고 있다. 2000년대에 들어서 디지털콘텐츠산업에 불고 있는 역사환타지의 붐을 어떻게 이해해야 할 수 있을까? 그 배경에 최근의 역사문화원형에 대한 연구의 국가가 지원하고 있는 <문화원형 창작소재 개발 사업>과 다양한 인문예술의 가로지르기 현상이 있을 수 있다.

최근 디지털문화콘텐츠는 근원적으로 새로운 소재를 끊임없이 원하고 있으며, 지속적이고 대량으로 제기될 것을 요구하고 있다. 이러한 요구를 수용하기 위해서는 실현되지 않은 미래보다 이미 실현되어 무진장으로 묻혀 있는 전통문화라는 광맥에서 캐내야만 한다. 그렇다면 모든 과거 소재가 콘텐츠가 되는 것은 아니다. 변방의, 민족의 소재가 글로벌 콘텐츠가 되어 세계인들의 심금을 울리는 데에는 보편적인 스토리텔링의 법칙, 디지털기술과의 접목 등 수많은 창작의 과정을 거쳐야만 한다. 이제 화두는 ‘무엇이 다른가?(문화원형)’ 와 함께 ‘어떻게 소통시킬 것인가?(스토리텔링)’ 로

나아가게 된다.

본고에서는 최근의 전통문화 소재 콘텐츠 개발 붐을 보면서, 문화유산의 특징, 문화유산의 단계별 개발전략, 문화유산 콘텐츠화의 이론 모델이 디지털복원학의 가능성에 대해서 살펴보고자 한다. 그리고 우리나라에서 진행된 문화유산 디지털콘텐츠화 사업의 사례를 분석 평가해 보고 앞으로의 발전 방향도 살펴보고자 한다.

2. 문화유산의 활용 전략

문화재 개념의 확장을 최근의 문화산업 발전의 양상과 맞물려 더욱 확장한 개념으로 발전시켜보면 문화유산은 다음 3가지 측면에서 조명해 볼 수 있다.

첫째, 우리 민족의 정서와 가치관의 산물인 민족문화유산(民族文化遺産).

둘째, 인류 역사문화의 산물인 세계문화유산(世界文化遺産).

셋째, 21세기 첨단 문화산업 디지털콘텐츠 문화산업자원(文化産業資源).

문화유산은 문화의 원형을 담고 있으며, 민족의 역사와 함께 다양한 모습을 보여주면서 발전해왔다. 또한 국경과 민족을 넘어서 세계인이 함께 공유해야할 세계문화유산이다. 그런데 문화콘텐츠가 상품코드가 본격 자리 잡게된 최근에 문화유산은 그저 잘 보존해야 할 문화재로만 남아 있는 것이 아니라 꿈과 감동의 원천으로 문화콘텐츠를 만들어내는 문화산업자원으로 재조명되고 있는 것이다.

그런데 문화유산은 다른 문화자원들이 다른 조건을 갖고 있다. 무엇보다 문화유산은 전승과정에서 훼손, 소멸, 변질, 왜곡, 도난, 정보부족 등의 상황에

농인 과정적 원형자료이다. 이러한 문화유산의 성격은 자료 수집 등의 채취단계, 고증과 복원을 위한 가공단계, 문화유산 속 시공간을 오감으로 체험할 수 있도록 전시 표현하는 재현단계, 문화유산이 존재했던 시공간에 캐릭터를 움직여 콘텐츠화 하는 서비스단계에 각각 지대한 영향을 미치게 된다.

문화유산의 이러한 공통 조건은 ‘보존가치’와 ‘활용가치’ 2가지 방향의 접근을 필요하게 한다. 그동안의 문화유산 정책은 ‘보존’에 치우치고, ‘활용’을 등한시해 것도 사실이다. 사실 문화유산을 교육, 관광, 콘텐츠 등의 분야를 통해서 알리고 향유하게 하는 ‘활용’ 과정이 거꾸로 문화유산을 애호하고 지키려는 ‘보존’을 촉진하는 것이라는 인식이 확대되고 있다.

문화유산을 문화콘텐츠의 소재(object)라는 측면에서 보면, 크게 유형문화유산 - 민속문화유산 - 무형문화유산 - 기록문화 4대 영역으로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 유형문화유산은 형상, 색감, 질감을 모두 갖추고 있으며 콘텐츠 배경(set)과 소품(item)을 이루는 대상이다. 문화유산 가운데 건조문화재인 한옥을 비롯해서 탑, 비석, 부도와 장엄구, 사물류, 회화, 불상 등 미술작품 등이 여기에 해당된다. 문화콘텐츠 분야에서는 특히 상하 비례가 강조되는 거대한 목탑류나 좌우로 크게 펼쳐지는 거대 성곽군은 매우 주목 받는 소재이다. 또한 미륵변상도나 감로탱과 같은 탱화나 다양한 모습의 의례들은 그 자체로 훌륭한 캐릭터 디자인과 스토리보드로서의 역할을 한다고 볼 수 있다.

둘째, 민속문화유산은 캐릭터의 움직임과 삶의 모습을 설정하는 데 중요한 대상이다. 각종 의식주, 생업, 신앙, 연중행사 등에 관한 풍습과 관습으로 일상생활을 이해하는 열쇠이다. 문화유산 가운데 민간생활, 산업과 전쟁활동, 음식과 복식 등이 해당된다.

셋째, 무형문화유산은 콘텐츠의 분위기와 장식미를 살려주는 대상이다.

연극·음악·무용·공예기술 등 무형의 문화적 소산으로서 예술적 가치가 큰 것을 포함한다. 문화유산 가운데 범패, 승무, 무술, 공예기술 등 몸짓과 소리로 표현되는 수많은 의례가 그 대상이다.

넷째, 기록문화유산은 특별히 콘텐츠의 영혼이라고 할 수 있는 스토리의 원천이다. 중앙의 국가기록문화, 지방 문집 관련 전적류, 문서 등 공사문서 등이다. 사상과 설화가 담겨진 곳으로 수많은 구비문학자료는 환타지 시나리오의 원형을 간직하고 있는데 관심의 환기가 필요한 부분이다.

문화콘텐츠 개발과정에서 위의 문화유산 가운데 어떤 대상이 따로 분리되어 소비되는 것이 아니다. 서로 상호관계를 유지하면서 배경, 캐릭터, 사건, 소품이라는 콘텐츠의 네 가지 큰 기둥을 이루게 된다.

3. 문화유산 복원 이론, 디지털 복원학

문화유산 디지털콘텐츠화 단계는 다른 한편 디지털복원학(Digital Restorology)으로 집대성 발전하여 역사학과 문화콘텐츠 개발에 활용되고 있다. 디지털복원학의 정의를 살펴보면 다음과 같다.



성
투
초
다

성에
빛이
빛(高)
가며,

디지털복원학은 디지털 채취와 발굴(Find It)과 디지털 원형복원(Feel It)을 거쳐서 문화유산이 실제 의미 있게 활용되던 시대로 타임머신 여행(Visit It)을 하는 효과가 담겨져 있어서 매우 큰 몰입감을 느끼게 해주는 방법론이라고 할 수 있다. 이 단계는 인문-예술-공학전문가들과 디지털영상 개발자들이 함께 참여하여 시나리오제작과 영상개발을 완성하는 학제간 연계의 단계이다.

이러한 디지털복원 특수영상 작업은 문화유산처럼 훼손-멸실되거나, 뜯어볼 수 없는 문화유산의 내부 구조나 조립 분해 과정을 보여주거나, 고정되어 전시되거나 수장된 문화유산의 원래 기능과 동작 등의 변화 과정을 묘사하여 대단히 큰 충격을 준다.

4. 문화원형 창작소재 개발사업 사례

이제 한국의 전통문화유산을 단순히 보존하는 차원에서 ‘산업화’ 라는 코드에서 접근한 국가적인 프로젝트는 문화체육관광부 산하 기관인 한국문화콘텐츠진흥원의 ‘문화원형 창작소재 개발사업’ 을 들 수 있다.

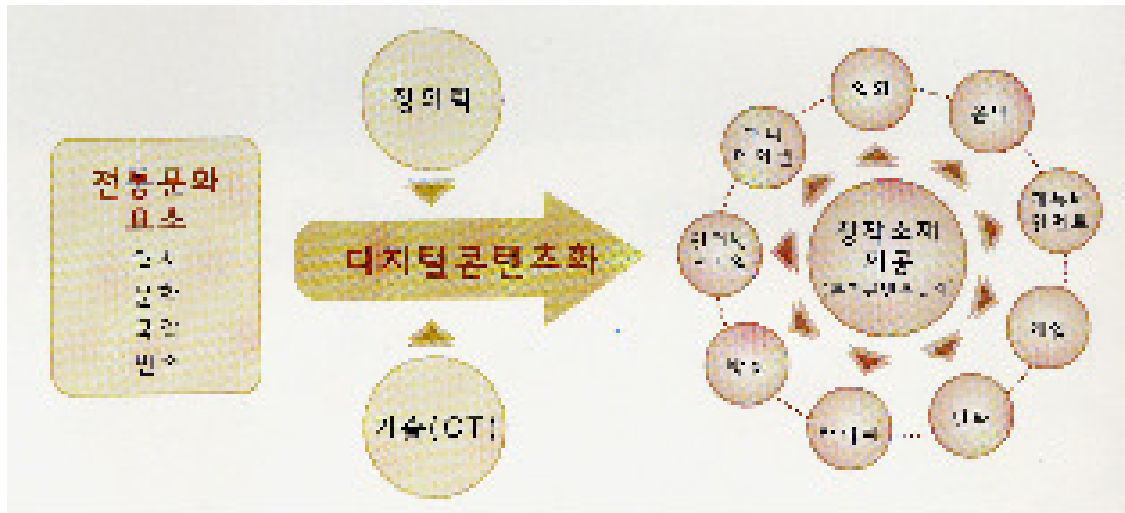
현재 문화원형사업은 2002년부터 2006년까지 5년 동안 1단계 사업을 추진하고, 2007년부터 5년 동안 2단계 사업을 진행하고 있다. 이 사업은 1999년 제정된 ‘문화산업진흥기본법’ 에 처음 문화원형이라는 용어가 등장하면서 기획되기 시작하였다. 이 사업은 한마디로 풍부한 전통문화유산을 문화콘텐츠 창작의 핵심소재이자 21세기 지식산업의 자원으로 활용하기 위하여 예술 및 인문학에 바탕을 둔 복합학제 형식의 ‘디지털 콘텐츠화’ 사업이다.

이 문화원형사업의 사업 목적은 다음과 같다.

문화원형을 테마별로 디지털콘텐츠화하여 문화콘텐츠산업에 필요한 창작소재로 제공함으로써, 문화콘텐츠산업 경쟁력 향상 도모

여기서 부딪치는 매우 큰 문제는 ‘문화원형’ 과 ‘창작소재’ 이 무엇이며 이를 어떻게 발굴하고 개발할 것인가 하는 정의와 방법의 문제이다.

결론적으로 이 사업은 전통문화유산을 창의력과 문화기술을 가지고 디지털콘텐츠화하여 문화콘텐츠닷컴이라는 서비스 플랫폼을 통해서 문화콘텐츠산업 영역에 창작소재로 제공하는 사업이라고 할 수 있다.



개발된 창작소재는 문화콘텐츠닷컴(www.culturecontent.com)의 문화원형전시관에서 ‘의식주 / 건축 / 의례 신앙 / 교통 통신 / 군사 외교 /



역사 민속 / 예술 / 과학기술 / 문학 문헌’ 7개 주제 영역별로 제공하고 있다.

그리고 홍보전략에 따라 각 선정 과제를 상상(想像), 감동(感動), 역동(力動), 지혜(智慧) 4가지 테마로 구분하고 있다.

■ 상상(想像) - 역사, 신화 전설 등 이야기형 소재

창작소재 가운데 시나리오 구성에 가장 중요한 리소스이다. 대부분의 리소스가 이야기를 발견하고 디지털화 하는 수준에 그치고 있다. 디지털 스토리텔링(DST,

Digital Story-telling) 개념을 산업화하는 전략이 필요하다. 원천 이야기, 시놉시스, 스토리, 산업별 콘티 등 다중서사 기반 멀티 시나리오를 산출하기 위해서 시나리오 에디팅 툴(Scenario Editing Tool), 스토리보드 제작 툴 등을 참조하여 데이터베이스를 구성할 필요가 있다.

■ 감동(感動) - 복식, 문양, 민화, 폰트, 음악 등 예술형 소재

회화, 서예, 문양, 복식, 음악, 춤 등 멋의 정수를 모아 놓은 창작소재이다. 이미지와 음원에 대한 포맷 표준을 제정하여 기업 이용자가 곧바로 사용할 수 있도록 재가공, 패키징할 필요가 있다. 특히 문양형/동작형/음원형 리소스는 영상과 모바일에서 수요가 높은 창작소재이다.

■ 역동(力動) - 전투, 놀이, 외교 등 경영 및 전략형 소재

전투, 놀이, 외교, 교역 등 삶의 역동적인 모습을 보여주는 창작소재이다. 특히 거대 온라인게임 등을 개발할 수 있는 매력적인 소재영역이다. 이야기 소재를 다루는 상상 테마의 스토리뱅크와 연계하여 서비스할 수 있는 산업활용 소재이다.

■ 지혜(智慧) - 과학, 기술, 건축, 지도 등 기술형 소재

건축, 지도, 농사, 어로, 음식, 의학 등에 녹아있는 선조의 과학정신을 잘 보여주는 창작소재이다. 리소스를 그대로 서비스하기 보다는 대상의 원리이해 시뮬레이션 자료와 조화하여 소재에 대한 이해를 높여야 활용도도 높아질 수 있다. 대부분 대형이며 다량인 전문소재이므로 명확한 오프라인 마케팅 전략도 함께 고려하여야 한다.

현재 이 사업은 민속, 설화, 문양 등 총 160개의 사업에 약 27만개의 아이템이 서비스되고 있으며, 저작권심의조정위원회에 7000여 건이 등록되어 있다.

이제 문화원형사업은 문화유산을 디지털화하여 정리하고 보존하는 데에 멈추지 않고 산업적 가치창출이라는 최초의 목적을 달성하기 위해 2007년부터 시작되는 2단계 사업은 340개 창작소재(누적)개발과 3,000건 이상의 활용실적(누적)을 달성할 계획이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 문화원형사업은 세계적으로 그 유례를 찾아 볼 수 있는 직접적인 ‘창작소재’ 지원사업이다. 전통 문화유산에서 직접 세계와 호흡할 수 있는 창의적인 소재 발굴을 하겠다는 시도는 매우 의미 있다. 이 사업은 인문 - 예술 - 공학 등 학제간의 협력을 촉발시켰고, 학계와 산업계가 사업을 통해서 만나는 중요한 계기를 제공하였다. 하지만 여전히 직접적인 환금화(換金化)를 기준으로 장기적인 전망을 가지고 진행되어야 할 문화콘텐츠 인프라사업을 시장의 개별 프로젝트처럼 평가하는 시각도 발견되고 있는 상황이다. 문화유산을 ‘디지털화’ 하고, 이를 온라인에서 접근하고 이용할 수 있도록 ‘아카이빙’ 하는 단계에 머문다면 이에 대한 비판은 여전히 유효할 것이다. 이제는 우리의 것이면서 세계인들이 공감할 수 있는 콘텐츠로 개발되어 세계 시장에 ‘서비스’ 되는 단계로 발전해야 할 것이다.

5. 맺는 말

문화유산에 대한 보존과 활용의 긴장 관계는 끊임없이 이어져온 논쟁사항이다. 한 번 훼손되면 되돌릴 수 없는 불가역성(不可逆性)을 본질로 하는 문화유산의

중요성은 아무리 강조해도 모자람이 없는 것은 주지의 사실이다. 우리나라 경제개발기의 경제상황이나 관련기술의 수준이 문화유산의 현상 보존에도 급급한 상황이었다. 1990년대의 정보화 단계를 넘어서, 2000년대의 콘텐츠화 단계로 본격 진입하면서 문화유산을 일반인들이 향유하고자 하는 욕구가 점점 증대하고 있고, 이에 따라 문화유산의 ‘활용’이 중심과제가 되었다. 또한 문화유산의 ‘활용’이 곧 ‘보존’이라는 인식의 전환 또한 큰 기여를 하였다.

문화원형 창작소재 개발사업은 처음부터 문화유산의 고부가가치 산업자원화를 지향하며 다양한 문화유산 소재의 발굴과 콘텐츠화사업을 수행하였다. 이제 공공기관이 이끄는 각종 문화유산 콘텐츠화사업의 한국적인 개발모델을 수립하고, 이를 모든 관련자들이 공동 활용할 수 있도록 표준화를 이루고, 일반인들이 문화유산을 언제 어디서나 쉽게 즐겁게 향유할 수 있는 체험서비스를 구축하기 위한 학연산관의 공동노력이 필요한 단계이다. 무엇보다 문화유산의 외형 특성의 디지털화에서 머물지 말고, 문화유산 내부의 진정한 메시지를 발굴해내고 스토리텔링의 가능성을 열어주는 번역과 시나리오 개발 등의 기록문화의 현대화 작업이 무엇보다 필요하다고 할 수 있다.