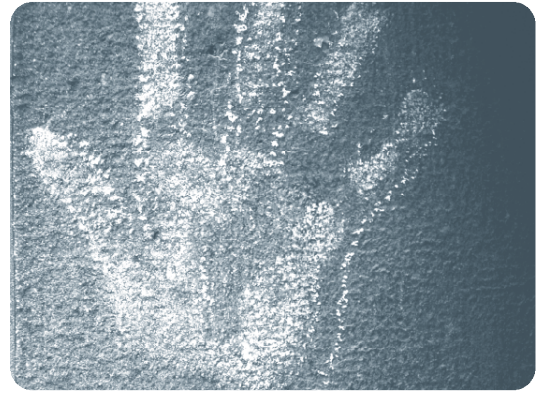


창의력을 존중하는 장기적인 정책 필요



유 진 상 · 계원조형예술대학교 교수

기초예술과 문화콘텐츠

‘문화콘텐츠’라는 주제를 내용 삼아 ‘기초예술’ 분야의 미술교육 및 인력양성을 논의한다는 것은 다음의 두 가지 내용을 의미한다.

첫 번째는 문화콘텐츠진흥원의 주요 지원영역인 애니메이션·만화·게임의 세 가지 시각 문화산업 분야에서 나타나고 있는 콘텐츠 부족 내지는 스토리 빈곤 현상이 순수예술과의 공조를 통해 타개될 수 있지 않을까 하는 기대이고, 두 번째는 순수예술 분야의 발전과 창작적 심화가 궁극적으로는 그것의 주변 분야인 ‘문화산업’에 풍부한 자원을 제공하는 환경을 만들어낼 것이라는 원론적인 사실이다. 이 두 가지 내용은 결론적으로 같은 것처럼 보이지만 사실은 매우 다른 조건들을 전제로 한다.

첫 번째 내용과 관련해서 2002년에 세미나로 발표된 130여 쪽에 이르는 『순수문화예술과 문화콘텐츠산업, 그 조우와 성장을 위하여』에 기고된 글들을 보면 대다

창의적인 창작기획의 부족, 이를 위한 전문적인 작가군의 부족 그리고 그것에 원인을 제공하는 교육의 부실 등이 그것이다. 인력이 부족한 것이 아니라는 것도 공통적인 인식이고 문제의 본질도 인력의 질, 즉 정착 필요한 사람이 없다는 오래된 내용에서 기인하는 것이다. 이에 대한 대응방식의 제안도 다양해서, ‘문화콘텐츠대학원대학교’의 설립에서부터 국내 대학들에 있는 예술학과들에 문화산업 (또는 CT) 관련 교과들을 다루도록 하는 것까지 다양한 방안들이 제기되고 있다.

수의 입각점이 주로 경제적 결과를 도출해 낼 수 있는 문화산업 생산물로서의 '문화콘텐츠'가 제기하는 문제들에 대한 것임을 알 수 있다. 즉 창의적인 창작기획의 부족, 이를 위한 전문적인 작가군의 부족 그리고 그것에 원인을 제공하는 교육의 부실 등이 그것이다. 인력이 부족한 것이 아니라는 것도 공통적인 인식이고 문제의 본질도 인력의 질, 즉 정작 필요한 사람이 없다는 오래된 내용에서 기인하는 것이다.

이에 대한 대응방식의 제안도 다양해서, '문화콘텐츠대학원대학교'의 설립에서부터 국내 대학들에 있는 예술학과들에 문화산업 (또는 CT) 관련 교과들을 다루도록 하는 것까지 다양한 방안들이 제기되고 있다. 아마도 현재는 '문화콘텐츠대학원대학교'의 설립을 통해 제작, 기획, 마케팅으로부터 컴퓨팅, 디지털라이징, 나아가 애니메이션, 만화, 게임 제작실기에 이르는 복합적인 내용들을 다루려고 하는 것처럼 보인다. 간단히 말해 창작·제작·비즈니스·기술의 네 가지 영역이 기본 교육영역이 된다. (『문화콘텐츠 전문인력양성을 위한 대학 커리큘럼 모델 개발』, 한국 문화콘텐츠 학회) 사실상 이 내용만 놓고 본다면 문화콘텐츠산업의 발전을 위해 '기초예술' 분야가 어떻게 소용이 된다는 것인지 잘 알 수가 없다.

『문화예술』 2월호에 기고한 박신의씨의 글에서 지적하고 있는 것처럼 결여된 부분을 제도로 만들어 채울 수 있다고 본다면 그것은 '문화콘텐츠'의 보다 복잡한 위상을 단순화하여 다루는 오류를 범하는 것이다. 두 번째 지점을 다루기 전에 다음과 같은 문제들을 지적하지 않을 수 없다.

우리는 지금 시장에서 10대와 20대를 주고객으로 하는 엔터테인먼트 시장에 대해서 말하고 있다. 나아가 30대와 40대 역시 동일한 시장에 참여할 것이라는 기대를 하고 있기도 하다. 물론 애니메이션, 만화, 게임, 음반 등이 그보다 더 진지하고 심층적인 콘텐츠들을 다룰 수 있다는 점을 모르는 것은 아니다. 단 '문화콘텐츠'라는 말을 가지고 현재 우리가 논의하고 있는 것은 매우 단기적인 시장, 즉 청소년과 거기에서 확장된 청

● 장년 층이 접근하여 빨리 소비하고 잊어버릴 수 있는 대중적 시장의 일부를 말하는 것이다.

● 여기에는 고려해야 할 점들이 몇 가지 있다. 누가 지갑을 열 것인지 이미 결론을 알고 있다면 모를까, 주로 일본을 통해 우리에게 열린 위의 세 가지 시장 외에 가령 유럽이나 미국을 통해 개척해야 하는 보다 본격적인 문화산업 시장을 염두에 둔다면 우리는 좀 더 장기적으로 흥미를 지속시킬 수 있는 무엇을 만들 포부도 고려해야 한다. 게다가 문화콘텐츠 생산물들은 재미있어야 한다.

그런데 문제는 이러한 '재미'의 수준이 시장에서 매우 높은 수준의 것으로 요구되고 있다는 점이다. 심지어 최근에 서구나 일본에서 제작되어 수입되고 있는 문화산업 부문의 생산물들은 '명작'이라고 부르기에 손색이 없을 만큼 '예술적'이고 '창의적'이다. 심지어 청소년층을 대상으로 하는 애니메이션, 게임, 만화들조차 우리가 상상하기 어려운 정도의 예술적 구성을 바탕으로 출판되고 있다. 우리에게 있어서도 이미 영화는 본격적인 성인용 문화콘텐츠 시장을 열어가고 있으며 영화가 이러한 영역을 열어나간 것은 교육적 제도의 확장에 의한 것이기보다는 영화가 좋아서 그것에 몰두한 영화인들의 노력에 의한 것이라는 점을 알고 있다.

그리고 이러한 열정적인 개인들을 청취해준 관료들과 현장에서 생산된 요구들이 창작환경과 산업적인 조건들을 성숙시킨 것이다. 요는 영화 발전의 특징은 시장의 자발적 속성으로부터 파생된 것으로서 제도적 해결과는 다른 경로로 발전되어 온 것이라는 점이다. 흥미로운 것은 『문화콘텐츠산업현장의 인력수요와 대학 교과과정에 대한 CEO들의 인식조사』(2002, 한국문화콘텐츠진흥원 정책연구팀)에서 조사한 내용이다. 여기서는 1990년대 후반부터 우후죽순 식으로 생긴 문화콘텐츠 관련학과 커리큘럼의 현장 인력수요 반영 비율이 턱없이 낮은 반면 순수예술 관련학과의 인력활용도가 상대적으로 높게 나타나고 있다. 이들 문화콘텐츠 학과들이 주로 신설된 학과들이기 때문에 교육내용이 안

오늘날의 미술은 시각적 형태를 띤 다양하고도 포괄적인, 흥미로운 질문들을 만들어내고 있다. 매튜 바니, 다미안 허스트, 김범, 이불 등이 구축하고 있는 내러티브들은 대중들이 금방 소화해내기 어렵다 하더라도 잠재적으로 커다란 파급효과를 생산해 낼 수 있는 이야기들을 담고 있다. 미술교육은 예측하기 어렵고 비범한 방향으로 나아가는 개인들을 양성한다. 이들이 모두 미술가가 되는 것은 아니며 상당수는 앞의 자료(『CEO들의 인식조사』)에서 보듯이 현재 소위 ‘기초예술’ 출신으로서 ‘문화산업’의 영역에 ‘다른 피’를 수혈하고 있다.

정적이지 않다는 점도 있을 테지만, 앞에 거론한 것처럼 예술적 수준의 생산물을 요구하는 시장의 생각을 이해하지 못하는 인력을 배출해왔기 때문은 아닐까?

그렇다면 이러한 조건이 보완되지 않은 상태에서 새로운 ‘대학원 대학교’를 세운들 해결책이 될 것인지에 대해서는 회의적이지 않을 수가 없다. 최소한 문제가 창의적인 인력의 부족에 있다면 말이다. 게다가 이미 설립된 수많은 ‘문화콘텐츠학과’들은 어찌할 것인가?

애니메이션의 얀 슈반크마이어, 브라더스 퀘이, 만화의 엔키 빌랄, 피비우스, 위고 프라트와 같은 예술가들까지는 아니더라도 <라이언 킹>이나 <20세기 소년>과 같은 대중적 콘텐츠들은 그것들이 지닌 작품으로서의 완결성을 통해 스테디셀러로 자리잡고 있다. 이것들은 대체로 예술학교를 다닌 작가들에 의해 만들어진 것들이며 이들이 속한 사회의 문화적 진정성(authenticity)과 복합성, 즉 문학·역사·미술·음악·공연 등의 풍요로운 기억에 많은 부분 기인하고 있다. 이런 종류의 문화적 컨텍스트가 배경이 될 때 ‘One Source Multi Use’ 마케팅 또한 문화적으로 공유된 맥락과 수준을 통해 그 효과를 극대화시킬 수 있는 것이다.

앞의 두 번째 논의로 다시 돌아가자면, 결국 정진수의 인용처럼 “예술교육과 우수 예술에 대한 지원, 그리고 국민대중의 예술에의 접근성에 우선적인 중점을 둘 때 콘텐츠 산업은 자동적으로 도움을 받을 것”이라는 결론에 동의하게 된다.

다만 미술의 상황을 돌아볼 때, 상당 부분 우리의 미술교육이 주어진 문화적 현실을 턱없이 반영하고 있지 못하다는 점은 심각한 문제로 다루어져야 한다. 미술은 유화나 조각에 한정되지 않는다. 그것은 어떤 창

적 내용 안에서 제 예술들을 다양하게 이용할 수 있는 가능성을 항상 열어두고 있다.

오늘날의 미술은 시각적 형태를 띤 다양하고도 포괄적인, 흥미로운 질문들을 만들어내고 있다. 매튜 바니, 다미안 허스트, 김범, 이불 등이 구축하고 있는 내러티브들은 대중들이 금방 소화해내기 어렵다 하더라도 잠재적으로 커다란 파급효과를 생산해 낼 수 있는 이야기들을 담고 있다. 미술교육은 예측하기 어렵고 비범한 방향으로 나아가는 개인들을 양성한다. 이들이 모두 미술가가 되는 것은 아니며 상당수는 앞의 자료(『CEO들의 인식조사』)에서 보듯이 현재 소위 ‘기초예술’ 출신으로서 ‘문화산업’의 영역에 ‘다른 피’를 수혈하고 있다.

개인의 창의성이 존중되어야

문화산업의 ‘브랜드’는 개인이다. 기업처럼 기업일 경우도 있지만 결국 대중들은 누가 저자인지를 알고 싶어한다. 『해리 포터』나 『반지의 제왕』은 개인의 창의성이 얼마나 엄청난 산업적 요인인가를 증명한다. 이러한 개인은 확실적인 조건에서 양성되지 않는다.

예술적이고 창의적인 성장환경이 필요한 것이다. 그러므로 ‘문화콘텐츠대학원대학교’의 제작, 비즈니스, 기술을 제외한(이러한 분야에 있어서의 인력양성이 더 없이 필요하다는 점에 대해서는 동의한다) 창작 부문은 학교를 새로 짓는다고 해결될 내용이 아니라는 점을 주지할 필요가 있다. 그것은 오히려 훨씬 느리지만 스테디한 문화적 레이어를 지닌 교육환경에서 해결될 수 있는 문제다. 유럽의 문화정책이 매우 느리게 전개되는 듯 하지만 전 세계의 거의 모든 문화적 콘텐츠들에 원형을 공급하고 있다는 점에 유의할 필요가 있다. 프랑스는 한 명의 화가를 배출할 수 있다면 수 천 명의

문화관광부가 '기초예술'을 핵심사업으로 간주해야 할 뿐 아니라 '문화콘텐츠산업'을 단기적 사이클을 지닌 산업 부문으로 간주하는 만큼 '기초예술' 부문을 장기적 사이클을 지닌 사업부문으로 고려해야 한다. 그리고 마찬가지로 이 분야에서 기획, 제작, 마케팅, 기술 인력을 양성해야 한다. 이렇게 양성된 인력은 특정한 분야를 위해 키워진 이들에 비해 오히려 더욱 효과적이고 뛰어난 '문화콘텐츠' 산업인력으로 활약할 것이 분명하다.

화가들에게 무상으로 급여를 제공할 용의가 있음을 정책을 통해 보여주고 있다. 문화자산(cultural asset)으로서의 창작물은 이 국가의 주 수입원이 되고 있기 때문이다. 30명의 화가들만으로도 앞으로 수 백년 간 회고전을 열며 관광수입을 보장할 수 있다는 것을 이들은 너무나 잘 알고 있다.

우리 정부가 '문화콘텐츠진흥원'과 '문예진흥원'을 통해 문화자산을 다루는 것을 보고 있자면 단 10년 후에 우리가 어떤 '문화콘텐츠'로 서구나 일본, 심지어 중국의 그것들과 경쟁할 것인지 궁금해진다. 이것은 IT나 One Source Multi Use의 문제가 아니라 우리 자신의 사고력의 문제이기 때문이다. 단기적인 정책이 전부인 것처럼 정책을 입안할 수는 없다. 그렇지 않아도 '문화콘텐츠진흥원'이라는 이름으로 진행하고 있는 사업들의 범위가 이상할 정도로 편협하다고 여겨지는 판에 이를 위해 교육을 기능적으로 재편하고자 하는 것은 (모든 예술교육이 그렇게 되지는 않는다 하더라도) 장기적 정책이 무엇인가를 궁금하게 하는 부

- 분이다.
- 대안을 제시하자면 다음과 같다 : '기초예술' 분야의 파급효과를 통해 '문화콘텐츠'의 개발에 도움을 얻고자 한다면 파트너로서 '문예진흥원'의 위상과 기능, 역량을 보다 혁신적으로 쇄신해야한다. 현재로서는 얼마 안되는 지원금을 분배하는 일 외에 무엇을 하고 있는지 알 수가 없다. 문화관광부가 '기초예술'을 핵심사업으로 간주해야 할 뿐 아니라 '문화콘텐츠산업'을 단기적 사이클을 지닌 산업 부문으로 간주하는 만큼 '기초예술' 부문을 장기적 사이클을 지닌 사업부문으로 고려해야 한다. 그리고 마찬가지로 이 분야에서 기획, 제작, 마케팅, 기술 인력을 양성해야 한다. 이렇게 양성된 인력은 특정한 분야를 위해 키워진 이들에 비해 오히려 더욱 효과적이고 뛰어난 '문화콘텐츠' 산업인력으로 활약할 것이 분명하다. 영업사원이 아니라 문화인일 것이기 때문이다. 정책은 이런 것을 해야 한다. 🙋