

## 고전시가의 대중문화콘텐츠화를 위한 기획과 실천방향

이호섭\*

<차례>

1. 서론
2. 고전시가의 문화콘텐츠화 양상
3. 고전시가 콘텐츠의 대중화
  - 3-1. 미디어융합 콘텐츠-기획방향
  - 3-2. 확산전략 실천방향
4. 결론

### <국문초록>

본고에서는 고전시가의 대중화를 위한 기존 문화콘텐츠의 성과를 검토하고, 다변화하는 현대인의 코드를 능동적으로 맞추기 위한 새로운 기획과 실천방향을 각 매체별로 궁구해 보고자 하였다.

먼저, 고전시가를 영화나 애니메이션·방송·게임·대중가요 등 여러 형태의 콘텐츠로 연동시키기 위한 기초 작업으로서 스토리텔링을 창작하고, 이것을 바탕으로 콘텐츠 솔루션으로서의 스토리보드(story board) 제작이 필요함을 제안하였다.

이어서 일반인은 물론 학생들이 쉽게 접근할 수 있는 매체인 만화는 기지화(基地化)하여 통합DB로 관리하고, 콘텐츠산업 총 매출액 중 가장 큰 비율을 차지하고 있는 출판 부문에서는, 책이 지식의 창고만이 아니라 장난감이 되고 소장품이 되며 인터넷과 모바일로 들어가는 창구 역할을 하는 등, 개별 콘텐츠를 연결하는 망(網)의 중심에 서도록 하는 새로운 플랫폼(platform)이 되도록 '전자고전시가집(電子古典詩歌集)'을 개발할 필요도 제시하였다.

나아가 이러한 여러 매체들의 특성에 기하여 원천소스 개발에서부터, 전문 작가의 스토리텔링 창작, 전문가집단의 스토리보드 제작, 아웃소싱의 단계를 거치는 멀

\* 서강대학교 박사과정 수료

티소스멀티유스(MSMU) 개념을 실현할 ‘고전시가 대중화 시스템’을 제안함으로써 이 논의를 마무리하였다.

□ 고전시가, 문화콘텐츠, 콘텐츠 기획, 콘텐츠 실천, 융합, 확산, 콘텐츠솔루션, 대중화시스템

## 1. 서론

최근 한국의 대중가요는 K-POP을 중심으로 하는 한류 열풍에 힘입어 세계 도처에서 거대한 역사적 흐름을 형성하며 각광을 받고 있다. 그러므로 노래하는 문학에 해당하는 고전시가 역시도 어떻게 콘텐츠로 가공하여 보급하느냐에 따라서, 국내는 물론 국제화의 길도 충분히 모색할 수 있을 것으로 기대되는 것이다. 이러한 가능성에 기초하여 본고에서는 고전시가의 대중화를 위한 문화콘텐츠 기획과 그 실천방향을 궁구해 보고자 한다.

그동안 고전시가 부문에서도 대중화를 위한 문화콘텐츠 제작에 관심이 늘고 연구도 계속 증가하고 있다.

이찬욱은 ‘시조낭송콘텐츠’의 정보조사와 분석, 시나리오 소재개발 및 응용프로그램 구축, 시나리오 소재를 주제별·내러티브별·대상별로 목록작성, 그리고 소재를 분류하여 시놉시스화 할 것을 제시하였고,<sup>1)</sup> 김진순은 민요가 가진 본래의 놀이기능에서 축제콘텐츠를 추출하고, 문학적이능에서 시나리오 소재로서의 문화콘텐츠, 교육콘텐츠, 생태콘텐츠로서

---

1) 이찬욱, 「시조낭송의 콘텐츠화 연구」, 『시조학논총』 19집, 한국시조학회, 2003; 이찬욱, 「시조문학 텍스트의 문화콘텐츠화 연구」, 『우리문학연구』 21집, 우리문화회, 2007.

의 요소를 추출하고자 했다.<sup>2)</sup>

정인숙은 <정읍사>를 오페라로 만든 <들하 노피곰 도드샤>의 서사구조의 확대와 갈등의 심화, 여성수난과 비극적 결말의 반복 등 내적 구조를 분석하고, <사미인곡>과 <텐동어미화전가>, <노처녀가> 등 고전시가의 공연예술로의 변용 가능성을 함께 논의하였다.<sup>3)</sup>

이창식은 민요 <아리랑>과 관련하여 이벤트, 팩션(faction),<sup>4)</sup> 이미지를 통한 스토리텔링을 실제 작품 창작 과정의 사례로 제시하면서, 아리랑의 전승문법, 창조원리, 다성적 소통 등에 관하여 논의했고,<sup>5)</sup> 백순철은 “<화전가>를 공연형태로 재현하는 각본을 짜서 생활문화로서의 연행성이 잘 드러나도록 재현하는 것이 필요하다”고 말했다.<sup>6)</sup> 함복희는 <서동요>, <도천수 관음가(禱千手觀音歌)>, <헌화가>, <안민가> 등 향가와 배경설화에 등장하는 인물들의 캐릭터 개발과 게임 스토리텔링 개발 가능성 등을 살폈으며,<sup>7)</sup> 강명혜도 고전시가의 스토리텔링 가능성에 주목하며, 이를 2차 3차 스토리텔링으로 확장하여 ‘컨버전스’와 ‘원소스멀티유스

- 2) 김진순, 『한국민요의 정서적 기능과 문화콘텐츠』, 한림대학교 박사학위논문, 2004.
- 3) 정인숙, 『<정읍사>의 공연예술적 변용과 문화콘텐츠로서의 가능성』, 『한국문학이론과 비평』 36집, 한국문학이론과비평학회, 2007; 정인숙, 『<사미인곡>의 공연예술적 변용과 그 의미-고전시가의 현대적 변용과 관련하여』, 『국어교육』 120권, 한국어교육학회, 2006.
- 4) 팩트(fact)와 픽션(fiction)을 합성한 신조어로, 역사적 사실에 상상력을 덧붙인 새로운 장르를 말한다.
- 5) 이창식, 『전통민요의 자료활용과 문화콘텐츠』, 『한국민요학』 11집, 한국민요학회, 2002; 이창식, 『아리랑의 문화콘텐츠와 창작산업방향』, 『한국문학과 예술』 6집, 한국문예연구소, 2010.
- 6) 백순철, 『문화콘텐츠 원천으로서 <화전가>의 가능성』, 『한국고시가문화연구』 제34집, 한국고시가문화학회, 2014.
- 7) 함복희, 『향가의 문화콘텐츠화 방안 연구』, 『우리문학연구』 24, 우리문학연구회, 2008.

(OSMU)' 마케팅 전략을 구상하였다.<sup>8)</sup>

이상에서 살펴본 바와 같이 지금까지의 연구는 고전시가 작품의 DB구축·공연예술변용, 콘텐츠기획·캐릭터 창조·스토리텔링을 통한 시놉시스 제시가 중심을 이루고 있다. 여기서 중요한 것은, 고전시가의 전승·계승이라고 했을 때 원형보전을 중심에 두고 계승할 것인가, 취의를 하여 현대적으로 개량할 것인가라는 문학적 가치관의 대립이다.

온라인 게임 등과 같은 뉴미디어들을 구조주의 서사학으로 분석했던 자넷 머레이(Janet Murray)나 브렌다 로렐(Brenda Laurel) 등이, 곤잘로 프라스카(Gonzalo Frasca)나 에스켈리넨(Markku Eskelinen)같은 게임 학자로부터 신랄한 비판을 받고 있는 것처럼, 이제는 고전문학의 해석에도 새로운 시각이 필요하다는 시대적 요청이 대두되고 있다.

특히 최근의 인지서사학(cognitive narratology)은 볼프강 이저(Wolfgang Iser)와 아우스(Robert Jaus) 등이 제시한 수용미학의 임계점을 넘어, 이른바 '체화된 인지'를 바탕으로 '내러티브'에 독자의 영역을 적극적으로 끌어 들이고 있다. 이러한 새로운 문학해석은 '대중은 더 이상 수동적인 교화의 대상이 아니다'라는 반성에 기반한다. 즉, 창작이 이루어지고 있는 상황에서의 작가적 인지가 전경(foreground)과 배경(background) 및 맥락(context)의 형태로 존재하는 것과 같이, 향수자(享受者)가 수용할 때에 있어서도 독자로서의 인지적 전경과 배경 및 맥락 등이 작동한다는 것이다. 이와 같은 유연성을 바탕으로 인지서사학이 문학콘텐츠의 새로운 통섭의 한 축으로 부상하고 있다.

고전시가를 대중이 향수(享受)할 때는 문면 그대로 화석화된 의미로 받아들이는 것이 아니라, 가치관과 세계관·경험과 예단·현재의 시공간

8) 강명혜, 『고전시가와 스토리텔링』, 『온지논총』 제16집, 온지학회, 2007; 강명혜, 『<만전춘별사>의 스토리텔링화』, 『온지논총』 18집, 온지학회, 2008.

적 환경·심리상태·욕구 등 다양한 변수가 개입된 인지적 상황 하에서 작품을 해석한다. 그러므로 향수자에 따라 저마다 고전시가의 해석이 달라질 수 있는 것이다. 이러한 큰 흐름에 따라 고전시가의 대중화 방법도 유연하게 달라져야 함은 체언을 요하지 않을 것이다. 지금까지의 고전문학의 해석과 활용은 대부분 원형의 가치를 보존하는 것을 대원칙으로 하여 이루어져 왔지만, 최근 들어 학계에서도 고전의 현대화와 문화콘텐츠화에 있어서 원작의 자유로운 변용을 권장하는 목소리가 증가하는 추세이다.<sup>9)</sup> 실제로 최근 고전문학의 문화콘텐츠화 단계에서는, 특히 스토리텔링을 중심으로 하는 서사물로의 재편성에 지향점을 두는 경향이 강하게 나타난다.

이하에서는 지금까지 발표된 고전시가 콘텐츠들의 양상을 살펴보고, 그 연장선에서 고전시가의 현대적 계승과 대중화를 위한 콘텐츠의 기획 및 실천방향을 제시한다.

## 2. 고전시가의 문화콘텐츠화 양상

“문화콘텐츠(culture contents)는 각종 대중매체에 담긴 내용물, 곧 작품들을 말하며, 출판, 만화, 방송, 영화, 애니메이션, 게임, 캐릭터, 공연, 음반, 전시, 축제, 여행, 테마파크, 디지털콘텐츠, 에듀테인먼트, 인터넷콘텐츠, 모바일 등 다양한 장르를 포괄하고 있다.”<sup>10)</sup> 최근에는 주얼리·시계·악세사리·의류·팬시·문구·생활용품은 물론, 가전제품·컴퓨터용품

9) 임재혜, 『디지털시대의 고전문학과 구비문학 재인식』, 『국어국문학』 제143호, 국어국문학회, 2006; 박정희, 『문화산업시대의 불교문화콘텐츠개발 방안연구: 감로탱의 콘텐츠화 과정을 중심으로』, 국민대학교 박사학위논문, 2008.

10) 정창권, 『문화콘텐츠 교육학』, 북코리아, 2009, 25쪽.

등 인간생활 전 영역에까지 확대되고 있다. 지금까지 수행된 고전시가 콘텐츠의 대표적 작업을 정리하면 다음과 같다.

1) 집성자료 콘텐츠

고전시가의 역사적 장르를 중심으로 집성자료를 책으로 출판하는 콘텐츠로 다음과 같은 것이 있다.

- ① 시조 : 『교본 역대시조전서』, 『한국시조대사전』, 『고시조 대전』<sup>11)</sup>
- ② 가사 : 『한국역대가사문학집성』, 『규방가사 I』, 『규방가사-신변탄식류-』, 『17세기 가사전집』, 『18세기 가사전집』<sup>12)</sup>

2) 텍스트 변용콘텐츠

고전시가를 텍스트의 테마로 활용하여 창작된 현대시 또는 현대소설이 여기에 해당하며, 작품에 따라 <표1>과 같이 다양한 양상을 보인다.

<표1> 고전시가의 변용양상

번호	장르	작품명	변용양상	내 용
1	향가	현화가	현대시	서정주의 <老人獻花歌> 등 13편
		서동요	현대시	김규화의 <蓍童이여> 등 15편
		우적가	현대시	박제천의 <遇賊> 등 3편
		처용가	현대시	김춘수의 <처용단장> 등 5편
			현대소설	정한숙의 『처용랑』(경향신문, 1958.4. ~ 1959.4.)
원왕생가	현대시	박제천의 <願往生歌>		

11) 심재완, 『교본 역대시조전서』, 세종문화사, 1972; 박을수, 『한국시조대사전』, 아세아문화사, 1992; 김홍규 외, 『고시조 대전』, 고려대 민족문화연구원, 2012.

12) 임기중, 『한국역대가사문학집성』, 누리미디어, 2005; 권영철, 『규방가사 I』, 한국정신문화연구원, 1979; 권영철, 『규방가사-신변탄식류-』, 효성여대출판부, 1985; 이상보, 『17세기 가사전집』, 교학연구사, 1987; 이상보, 『18세기 가사전집』, 민속원, 1991.

		월명사(작가)	현대시	박제천의 <月明>, 서정주의 <月明 스님>
2	고려속요	청산별곡	현대시	윤근강의 현대시 <살어리>
			현대소설	김제철의 현대소설 『그리운 청산』
		정과정	현대시	신석초의 <백조의 꿈-鄭瓜亭曲을 본따서>
		동동	현대시	신석초의 <十二月 戀歌>
		정석가	현대시	이건청의 <有德호신님, 당신을 향해 부르는 풀들의 노래>
		쌍화점	현대시	이건청의 <쌍화점> 등 2편
		가시리	현대시	홍신선의 <贈答 無名氏 夫人>
		만전춘 별사	현대시	이근배의 <麝香 그리고 黃砂>
		정읍사	현대소설	『정읍사 그 천년의 기다림(이룸, 2001)』

### 3) 디지털 음원 콘텐츠

고전시가를 대중가요의 노랫말로 변용하여 창작된 악곡과, 이것을 바탕으로 노래 또는 연주형태의 음반 또는 음원으로 제작된 디지털콘텐츠이다. 이명우의 <가시리>, 송골매의 <처용가(처용의 슬픔)>, 이상운의 <공무도하가>, 노라조의 <황조가>, 노바소닉의 <청산별곡>, 서문탁의 <사미인곡> 등이 있다.

### 4) 영상 콘텐츠

고전시가를 소재로 한 영화와 드라마 또는 사진 등의 영상물로서, 정용주 감독의 『처용의 다도』(2005), 유하 감독의 『쌍화점』(2008), 진모영 감독의 『님아, 그 강을 건너지 마오』(2014) 등이 있다.

### 5) 공연예술 콘텐츠

고전시가를 소재로 창작하여 무대에서 행해지는 뮤지컬·연극·춤 등을 말하며, 『공무도하가』, 『도술가』, 『처용』, 『서동요』, 『사미인곡』 등이 있다.

## 6) 만화·애니메이션·게임 콘텐츠

고전시가를 만화·애니메이션·게임 형태로 가공한 콘텐츠로 <황조가>, <정읍사>, <처용가>, <헌화가> 등을 소재로 한 콘텐츠들이 나와 있으며,<sup>13)</sup> 이 중에는 <황조가>를 테마로 만화와 게임으로 제작되어 크게 성공한 『바람의 나라』도 포함되어 있다.

## 7) 테마파크·전시·축제 콘텐츠

고전시거나 작가의 이름을 주제로 인물상과 부대시설을 갖춘 테마파크와 전시관을 건립하거나 축제를 개최하는 등의 콘텐츠이다. 고전시가를 소재로 한 테마파크로는 전북 정읍시의 정읍사공원이 있고, 전시관으로는 수로부인공원(강원도 삼척), 고산유물관(전남 해남), 가사문학관(전남 담양) 등이 건립되어 있으며, 축제로는 서동축제(전북 익산), 처용문화제(울산), 송강정철문화제(경기 고양) 등이 있다.

## 8) 우표·주화·엽서 등의 기념물

고전시가를 주제로 제작된 우표·주화·엽서 등의 기념물로, 지금까지 모두 여섯 차례 시리즈로 우표가 발행되었다. 정보통신부에서는 우리 문학을 국내외에 널리 알리고자 1995년도부터 ①<구지가(龜旨歌)>와 <정읍사(井邑詞)> ②<제망매가>와 <찬기과랑가> ③<여수장우중문시> ④

13) 김진, 『바람의 나라』, 이코믹스, 1992~. <황조가>를 배경으로 만화로 엮어 드라마, 뮤지컬, 온라인 게임으로도 제작됨(필자 주).

조명운, 『정읍사』, KOCN, 2013.

유시진, 『마니』, 시공사, 2002. <처용>을 만화로 엮음(필자 주).

이강산, <황조가>.

수로부인 헌화공원, <헌화가> 설화와 <해가사> 설화.

Seri, 『만화로 읽는 고전시가』, 꿈을담는 틀, 2014.

<가시리>, <사모곡> ⑤<관동별곡>과 <어저 내일이야 그릴 줄을 모로 던가> ⑥<어부사시사> 등의 고전시가를 소재로 우표를 발매했다.

지금까지 고전시가를 활용한 문화콘텐츠가 매우 다양한 양상으로 제작되고 있다는 점을 살펴보았다. 그러나 내용적인 면에서 볼 때 이들 대부분이 대중콘텐츠의 창작소재로만 활용되는데 그치고 있어, 고전시가의 전승적 가치와 경제적 효용을 제고할 수 있는 콘텐츠의 기획과 실천방향이 매우 절실하게 요청된다고 할 것이다.

### 3. 고전시가 콘텐츠의 대중화

최근의 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원에서 공동으로 발표한 분야별 문화콘텐츠 총매출 자료<sup>14)</sup>를 보면, 경기침체 속에서도 문화콘텐츠 산업만은 지속적인 성장세를 이어가고 있음을 확인할 수 있다. 콘텐츠 산업별 매출액을 세부적으로 제시하면 <표2>와 같다.

<표2> 콘텐츠산업 전체 요약(2014년 기준)

구분	사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액 (백만 원)	수출액 (천 달러)	수입액 (천 달러)	수출입 차액 (천 달러)
출판	25,705	191,033	20,586,789	247,268	319,219	△ 71,951
만화	8,274	10,066	854,837	25,562	6,825	18,737
음악	36,535	77,637	4,606,882	335,650	12,896	322,754
게임	14,440	87,281	9,970,621	2,973,834	165,558	2,808,276
영화	1,285	29,646	4,565,106	26,380	50,157	△ 23,777
애니메이션	350	4,505	560,248	115,652	6,825	108,827
방송	910	41,397	15,774,635	336,019	64,508	271,511

14) 문화체육관광부, 『2014 콘텐츠산업 통계조사』, 2014.12.30.

광고	5,688	46,918	13,737,020	76,407	501,815	△425,408
캐릭터	2,018	29,039	9,052,700	489,234	165,269	323,965
지식정보	8,651	75,142	11,343,642	479,653	626	479,027
콘텐츠솔루션	1,586	23,795	3,894,748	167,860	536	167,324
콘텐츠산업 합계	105,442	616,459	94,947,228	5,273,519	1,294,234	3,979,285

총매출액 규모로는 출판(20조 5,867억 원), 방송(15조 7,746억 원), 광고(13조 7,370억 원), 지식정보(11조 3,436억 원), 게임(9조 9,706억 원), 캐릭터(9조 527억 원), 음악(4조 6,068억 원), 영화(4조 5,651억 원), 콘텐츠솔루션(3조 8,947억 원), 만화(8,548억 원), 애니메이션(5,602억 원)의 순서이다.

고전시가는 <표2>에 제시된 모든 콘텐츠 분야에 골고루 활용될 수 있다는 점에서, 유연성과 확장성이 뛰어나다는 장점을 가지고 있다. 이하에서는 이들 콘텐츠들을 생산하기 위한 기획방향과 실천방향을 나누어 살펴해보도록 한다.

### 3-1. 미디어융합 콘텐츠-기획방향

그간의 고전시가를 활용한 문화콘텐츠의 종류를 살펴보면 대중가요가 가장 많고, 게임·만화·공연물·드라마·영화·기념물·축제 등 여러 형태가 있는 것으로 나타난다. 그러나 고전시가 작품의 활용빈도수가 많은 것이 아니라는 점에서 현대에 전승을 위한 특단의 대책이 시급한 것이 사실이다. 이하에서는 각 개별 콘텐츠의 대중화를 위한 기획방향을 살펴본다.

#### 1) 대중친화적 개방

우선 대중가요 분야만 보더라도 현대시와 고전시가의 전체적인 숫자에

있어서 현대시가 우위를 보이며,<sup>15)</sup> 특히 대중적인 인기도에서 현대시에 비하여 필적할만한 것이 못 된다는 점에서 고전시가의 대중화를 위한 심도 있는 연구가 필요하다.

고전시가로서 대중화되어 인기곡이 된 사례로는 <가시리>와 <사미인곡> 정도를 꼽을 수 있다. 이명우의 <가시리>는 고려속요 <가시리(귀호곡)>를 대중가요화했지만, 노래가사가 1~2절만 <가시리>이고 후렴과 3절은 <청산별곡>으로 노랫말이 바뀌어 혼란을 주고 있고, 서문탁의 <사미인곡>은 송강가사 <사미인곡>을 대중가요화했지만, 곡명만 동일할 뿐 노랫말 내용으로 보아서는 그 어떤 친연성도 발견할 수 없다. 2절의 “어찌 혼자 살아 가리오 이제 둘이 함께 가자스라”라는 화법은 오히려 <훈민가>와 가깝다. 이 뿐만 아니라 2절의 “이제야 얻는 내 사랑을 지켜가게 하소서”와 같은 노랫말은 종교적 기도문에 가까워서 일관된 작품의 형식미가 갖추어져 있다고 볼 수 없다.

이상은의 <공무도하가>는 한시로 전하는 <공무도하가(公無渡河歌)>를 일부 변경을 했지만 비교적 번역문에 가깝도록 살렸고, 특히 마지막에 한시 원문을 덧붙인 것이 특징이지만 이 노래 역시 대중화되지 못했다.

<황조가>는 이정표·이청·정은정·김명기·노라조·신태범, miS=mR 등 여러 가수들에 의해 노래로 만들어져 불렀다. <처용가>는 송골매·김명기의 노래가 발표되었고, <청산별곡>은 노바소닉이 원문 그대로 살려

15) 현대시가 대중가요로 발표된 작품으로는 송민도의 <산유화>, 유주용의 <부모>, 정미조의 <개여울>, 서유석의 <먼 후일>, 라스트 포인트의 <예전에 미처 몰랐어요>, 활주로의 <나는 세상 모르고 살았노라>, 장은숙의 <못잊어>, 최지매의 <실버들>, 이은하의 <초혼>, 마야의 <진달래꽃> 등 소월의 시가 가장 많고, 김동현 시·박재란 노래의 <산너머 남촌에는>, 박인환 시 나애심 노래의 <세월이 가면>, 박인환 시 박인희 노래의 <목마와 숙녀>, 마중기 시(양인자 작사) 조용필의 노래 <바람의 말(바람이 전하는 말)>, 정지용 시 이동원·박인수 노래 <향수> 등이 있으며, 이들 대부분이 빅 히트를 하여 대중적인 노래로 성공했다.

노래한 가요이지만 모두 큰 주목을 받지 못했다. 이 중에는 원문이나 번역문, 또는 번역문에 새로 창작한 노랫말을 사용하거나 아예 제목만 취한 노래도 있다.

현대시에 악곡을 붙인 대중가요가 대중의 인기를 끄는 경우가 많았던 반면에, 고전시가에 악곡을 붙인 대중가요는 상대적으로 문혀 사장되는 경우가 많았던 이유는 무엇일까? 특히 노바소닉의 <청산별곡>과 이정표의 <황조가>처럼 원문 또는 번역문 그대로 악곡을 붙여 부른 노래임에도 대중으로부터 인기를 얻지 못한 이유는 무엇일까?

그 이유는 아이러니하게도 이들 노래들이 원전을 그대로 가사로 활용하고 있기 때문으로 추정된다. <청산별곡>에 나오는 “잉무든 장글란”과 “띄리도 괴리도” 및 “느므자기”와 “조롱곳 누르기 미와 잡스와니” 등의 고어로 된 시어나 시구는 고전시가를 전공하지 않은 현대인들이 노래를 듣는 즉시 이해하기 어렵다. 그리고 <공무도하가>와 <황조가>는 한시 번역문이 비록 난해한 고어는 없지만 화법이 고색창연한 느낌을 주고 있어서, 현대인들의 정서에 깊이 파고들지 못하기 때문에 친연성이 박약하여 인기를 얻지 못한 것으로 추정된다. 오히려 여러 고전시가 작품에서 도막으로 가져와 모자이크한 이명우의 <가시리>와 제목만 취한 서문탁의 <사미인곡>이 더 많이 알려지는 기현상은 고전시가 연구자들의 기대와는 상치된다. 이렇게 혼중성이 더 사랑받는 현상은 고전시가의 정체성에 막대한 혼란을 초래할 수 있는 우려할만한 일이지만, 그러나 대중의 정서가 어떤 방향으로 흐르고 있는지를 가늠할 수 있게 하는 하나의 지표가 되기도 한다.

즉 대중은 시가작품의 완결성을 요구하는 것이 아니라, 정서적 친근·가치의 공감·화법의 일치·말맛과 재미의 취득 등에 더 관심을 보이는 것이다. 이러한 대중의 기호(嗜好)는 향후 고전시가의 대중화를 위한 콘

텐츠 제작에 있어서 의식의 일대 전환이 필요함을 예고하고 있다. 지나치게 원전에 얽매어 확장성과 융통성을 상실할 때 고전시가는 대중으로부터 멀어져 끝내는 ‘연구자들만의 리그’로 전락할 수 있다는 점에서, 대담한 개방과 융합을 통하여 이 시대와 함께 숨쉬고, 말하고, 움직이는, 실천적 시가로 거듭나도록 하는 것이 대중화를 위한 문화콘텐츠 기획방향의 첫 번째 방법이라고 할 것이다.

## 2) 융합을 위한 스토리텔링

디지털 스토리텔링이란 디지털 기술을 매체 환경 또는 표현 수단으로 해서 이루어지는 것으로, 영화나 애니메이션·방송·게임 등과 같이 허구적인 이야기를 바탕으로 디지털콘텐츠를 제작하는 엔터테인먼트 스토리텔링과, 디지털 광고나 이미지·박물관 등과 같이 특정한 정보나 지식을 이야기로 풀어 재창조하는 인포메이션 스토리텔링이 있다.<sup>16)</sup> 스토리텔링은 매체의 특성, 트렌드, 주요 타겟층의 문화적 성향이나 정서의 흐름 등을 정확하게 분석하여 집중화하는 것이 성패의 관건이 된다.

스토리텔링을 바탕으로 근래에 고전 시가가 공연예술 작품의 모티프로 활용된 사례로는 <공무도하가>가 제의극 『공후인』으로, <정읍사>가 오페라 『달하 노피곰 노다샤』로, <도술가>가 음악극 『일식』, 『도술가-짜라 투스트라는 이렇게 말했다』로, <처용가>가 뮤지컬 『처용』 및 연극 『처용, 오디세이』로, <서동요>가 뮤지컬 『서동요』로, <사미인곡>이 뮤지컬 『사미인곡』으로 각색되어 공연된 것이 대표적이다.

고전시가를 소재로 한 영화와 드라마 등의 영상물로서, 정용주 감독의 『처용의 다도』(2005), 유하 감독의 『쌍화집』(2008), 진모영 감독의 『님아,

16) 김탁환, 「고소설과 이야기문학의 미래」, 『고소설연구』 제17집, 한국고소설학회, 2004, 10쪽.

그 강을 건너지 마오』(2014), 이병훈 연출의 『서동요』(sbs, 2005) 등이 있으나, 모두 원전과는 상당한 거리가 있어 시가사적인 의미를 부여하기 어렵다. 바로 이점이 고전시가 전공자들이 원천소스개발에 주력해야하는 이유이다.

영화나 드라마는 헬 수 없는 규모의 많은 제작비와 인력이 소요되는 콘텐츠로서, 그 위험만큼 스토리텔링에 해당하는 시나리오가 중요하다. 호메로스의 장편 서사시 <일리아드>를 스토리텔링으로 엮은 영화 볼프강 페터젠 감독의 『트로이』(Troy, 2004)와 <오딧세이>를 드라마화 한 안드레이 콘찰로프스키 연출의 『오딧세이』(The Odyssey, 1997)처럼, 고전시가 작품을 스토리텔링을 통해 극적이며 스펙타클한 서사물로 재창작하여 영화와 드라마로 제작하는 일이 긴요하다. 여기에는 크게 보아 두 가지 방법론이 있을 수 있다. 첫째로 <황조가>처럼 유리왕과 화희(禾姬)와 치희(雉姬)의 삼각구도 및 고구려와 중국의 대립 등이 배경설화에 나타나 있어서 전쟁·영웅·순정 등 여러 가지 특색으로 스토리텔링이 가능한 고전시가는 단일한 사건으로 각색해도 좋고, <헌화가>와 <해가(해가사)>처럼 하나의 사건이 연속적으로 발생하여 상호 긴밀한 관련이 있는 작품끼리는 서로 묶어서, 주인공이 나서서 용과 신선을 평정하는 영웅담으로 각색하는 방법도 있다. 이에 대한 자세한 스토리구성은 후술한다. 둘째로 sbs 드라마 『옥탑방 왕세자』, 『신의』, OCN 드라마 『귀신보는 형사 처용』, 『인현왕후의 남자』, 『나인』 등에서 공통으로 선보이고 있는 타임슬립<sup>17)</sup>에 판타지와 순정 또는 영웅서사물을 융합하여 각색하는 방법이 있다. 이러한 타임슬립들은 에릭 브레스, J. 마키에 그라버 감독의 『나비

17) 타임슬립(time slip)은 판타지 및 SF의 클리셰로, 어떤 사람 또는 어떤 집단이 알 수 없는 이유로 시간을 거슬러 과거 또는 미래에 떨어지는 일을 말한다. 사고에 가까운 초상현상(超常現象)이라는 점에서, 의도적으로 시간을 거스르는 타임머신을 이용한 시간여행과는 구분된다. 『위키백과』, Wikimedia Foundation, 2016.

효과』(2004), 리차드 커티스 감독의 『어바웃 타임』(2013) 등 외국 영화에서도 성공을 거둔 바가 있다.

이와 같이 시가작품의 내용과 배경설화 및 역사적 배경에 이상적인 픽션을 융합하여 현대화된 새로운 스토리텔링을 창작하는 것은, 고전시가의 발전적 계승 또는 현대적 정서와의 결합이라는 측면에서 전향적으로 검토될 수 있는 기법이다. J.R.R.톨킨 원작 『반지의 제왕』도 피터 잭슨 감독에 의해 영화화 되면서, 내용의 많은 부분에 걸쳐 삽입과 삭제 및 변경이 가해지기는 마찬가지였음이 이를 대변해 준다. 고전시가 작품이 출판이나 음악 또는 만화처럼 단일한 콘텐츠로서 존재해서는 그 확산력이 제한적일 수밖에 없을 것이다. 따라서 여러 형태의 콘텐츠로 연동시키기 위한 기초 작업으로서 스토리텔링을 창작하는 것이, 대중화를 위한 문화콘텐츠 기획방향의 두 번째 방법이 될 것이다. 이 스토리텔링은 중국적으로 본고에서 제안하게 될 콘텐츠 솔루션으로서의 스토리보드(story board) 제작의 밑그림이 된다.

### 3) 전자북 플랫폼(e-book platform)

신동훈<sup>18)</sup>은 고전의 연구 성과를 가장 효율적으로 집약하고 일반 대중과의 소통이 비교적 쉽게 이루어지는 ‘출판 작업’을 많이 하자고 제안하고 있다. 출판 부문은 <표2>에 본 것처럼 2014년 기준 우리나라 콘텐츠산업 총 매출액 중 21.7%로 가장 큰 비율을 차지하고 있다.

고전시가를 활용한 출판물로는 집성자료 콘텐츠와 <표1>과 같은 텍스트 변용콘텐츠 등이 있음을 이미 살펴보았고, 그 외에도 여러 형태의 출판물이 있을 수 있지만 근년 들어 베스트셀러로 기록된 출판물 중에 고전

18) 신동훈, 「민속과 문화원형, 그리고 콘텐츠-문화산업시대, 민속학자의 자리」, 『한국민속학』 제43집, 한국민속학회, 2006, 255~283쪽.

시가를 다룬 출판물이 없다는 점에서, 디자인에서부터 편집기법 및 마케팅에 이르기까지 일대 혁신이 필요하다.

책이 고품격되고 딱딱하면 손에서 멀어지게 된다. 학생들과 일반 독자들이 친숙하도록 조판 형식에서부터 지면 장식까지 전반적인 제작 마인드의 전환이 필요할 것이다. 예를 들면 고전시가의 이름에서 풍기는 고풍을 탈피하기 위하여 어려운 고어와 사용되지 않는 시어는 최대한 쉽게 현대어로 고치고, 친연성을 배가하기 위하여 인기 있는 예쁜감성폰트(font)로 인쇄하고, 작품을 이해하는데 도움이 되는 삽화나 사진을 과거와 현재와의 조화가 이루어지도록 배치하며, 가독성을 주기 위하여 현대시집과 같은 행간(行間)을 충분히 확보하며, 작품의 배경과 설명을 부기하는 등, 책의 속성과 팬시(fancy)의 속성이 혼재된 시가집을 생각해 볼 수 있다. 나아가 지면으로 읽는 고전시가로부터 벗어나 모바일 기기와 애플리케이션 및 인터넷 신기술이 유기적으로 연동된 ‘전자고전시가집(電子古典詩歌集)’을 개발할 필요도 있을 것이다. 책이 지식과 덕식의 창고만이 아니라, 장난감이 되고 소장품이 되며, 인터넷과 모바일로 들어가는 창구 역할을 하는 등, 개별 콘텐츠를 연결하는 망(網)의 중심에 서도록 하는 새로운 플랫폼(platform)이 고전시가의 대중화를 위한 문화콘텐츠 기획방향의 세 번째 방법이 될 것이다.

#### 4) 웹툰(webtoon)의 기지화

고전시가를 만화로 구성한 작품은 상당히 많지만 실적과 관련하여 논의하기에는 아직 미미하다. 김진의 『바람의 나라』는 <황조가>를 배경으로 했다지만 영향력이 크지 않고, 조명운의 『정음사』는 제목만 취했을 뿐 실제로는 액션만화이고, 유시진의 『마니』는 학원물에 환타지가 첨가된 형식으로 처용설화를 현대적으로 각색한 만화이며, 이강산의 <황조가>는

개인이 발표한 만화로서 역시 영향력이 제한적이긴 마찬가지이다. 만화는 일반인은 물론 학생들이 쉽게 접근할 수 있는 매체라는 점에서 고전시가의 대중화를 위해서는 매우 중요한 콘텐츠의 하나라고 할 것이다.

이러한 점에 비추어 고전시가를 소재로 하는 순정·모험·판타지·액션·SF 등 다양한 내용의 스토리텔링 공모전을 개최하여 DB로 구축하고, 당선작과 만화가를 연결함으로써 만화작품을 펴냄과 동시에 학생용 수업모형에 응용할 축약본을 생산하는 일도 고려할 수 있을 것이다. 특히 요즘은 개인이 그린 만화도 블로그나 홈페이지를 통해 대중적 인기를 얻을 수 있으므로, 이런 네트워크 기반<sup>19)</sup>을 활용하여 고전시가를 소재로 그려진 만화를 기지화(基地化)하여 통합DB로 관리할 필요가 있다. 만화로 성공한 작품은 영화·음악·캐릭터·팬시 산업으로 확장할 수 있으므로, 이것이 고전시가의 대중화를 위한 문화콘텐츠 기획방향의 네 번째 방향이 될 것이다.

##### 5) 솔루션으로서의 스토리 보드(Story Board)

<표2>에서는 콘텐츠 솔루션이 전체 매출액에서 비교적 뒤에 처져 있지만, 앞으로는 해마다 콘텐츠솔루션의 성장률이 가파르게 상승할 것으로 예측된다. 이러한 전망은 최근 콘텐츠의 향수방식이 모바일 중심으로 급격하게 변하고 있고, 따라서 소비자가 정적인 콘텐츠에서 동적이며 입체적인 콘텐츠를 요구할 뿐만 아니라, 현실과 가상현실을 하나의 세계로 묶는 새로운 환경으로 바뀌고 있음에 근거한다. 그러므로 고전시가를 대중화하는 일도 콘텐츠 솔루션의 일환으로 접근해 볼 수 있을 것이다.

고전시가를 테마로하여 가장 크게 성공한 콘텐츠로 『바람의 나라』를

19) 개인이 그린 만화로 웹에서 데뷔해 인기를 끈 대표작가로는 권윤주(스노우 캣), 강풀(아파트, 순정 만화), 심승현(파페포포 메모리즈) 등이 있다.

손꼽는다. <황조가>를 배경으로 하는 김진 원작 만화 『바람의 나라』는, 1992년 연재를 시작하여 인기를 얻으면서 1996년 온라인 게임으로 각광을 받았고, 다시 2008년 9월 10일부터 2009년 1월 15일까지 한국방송공사(KBS)의 특별기획드라마로 인기를 모았다. 이 뿐만 아니라 2001년에 예술의 전당 오페라 극장에서 뮤지컬로도 공연되었다. 그러나 전체적인 스토리의 진행이 유리왕의 셋째 아들인 대무신왕 무휼에 맞춰져 있어서, 게임과 만화 및 드라마의 인기도에 비하여 OST를 비롯한 고전시가 <황조가>의 대중적인 인지도와 영향력이 크게 빛을 내지 못한다는 점이 문제라고 할 것이다. 여기서 고전시가를 변용한 콘텐츠가 스토리의 주인공과 동일성이 확보될 때, 대중적 확산이 커진다는 결과를 알 수 있다.

이러한 점을 참고로 하면 오히려 신라 향가 <헌화가>와 <해가(해가사)>를 연동하여 다음과 같은 콘텐츠 솔루션을 위한 스토리보드(story board)를 만들 수도 있다.

① 절세미녀 수로부인을 소모는 노인으로 변신한 신선과 해적인 용이 서로 탐한다.

② 신선은 영원불로(永遠不老)하는 신묘한 꽃을 꺾어 바쳤으나, 용은 순정공과 백성으로부터 수로부인을 강제로 탈취한다.

③ 수로부인이 용에게 잡혀가자 이에 격노한 신선이 인간계와 천계(天界)의 중간계인 신선계(神仙界)의 군대를 출동하여, 용(해적)의 해상계(海上界) 군대와 대혈전이 펼쳐진다.

④ 양계의 혈전으로 백성들의 생활이 피폐해지고 수로부인이 생환할 방도가 없자, 나라에서는 방을 붙여 용과 해상계를 처치하고 수로부인을 구해올 영웅을 모집한다.

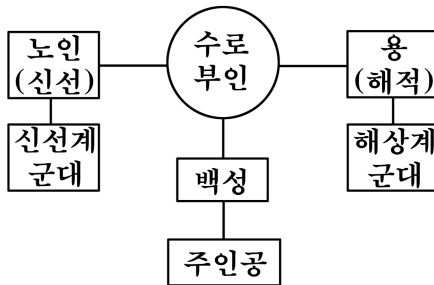
⑤ 주인공인 플레이어 ‘나’는 백성들의 전폭적인 지원을 등에 업고 수많은 모험과 전투를 수행하여, 드디어 용(해적)의 군대를 격파하고 수로

부인을 구해 낸다.

⑥ 주인공인 ‘나’는 신선에 대해서도 다시는 인간 세상을 탐하지 않겠다는 약조를 받아내고, 중간계로 돌아가도록 한 후 영웅으로 귀환한다.

⑦ <현화가>와 <해가(해가사)>를 디지털 음원으로 제작하여, 극적인 장면애 삽입하여 연주하도록 한다.

<그림1> 스토리보드의 예



<그림1>에서 보여주는 스토리보드는 ㉠현화가 ㉡해가+구지가 ㉢반지의 제왕<sup>20)</sup>의 중간계 ㉣캐리비안의 해적<sup>21)</sup>의 리바이어던<sup>22)</sup> ㉤신화에서 영웅의 귀환 등의 다양한 서사를 융합한 새로운 형태의 복합콘텐츠이다. 위와 같은 스토리보드(story board)는 이질적인 여러 개별 콘텐츠를 융합하여 새로운 콘텐츠를 제작하기 위한 중심적 콘텐츠 솔루션으로서의 기

20) R. R. 톨킨 원작, 필리파 보웬스 각본, 피터 잭슨 감독, 『반지의 제왕(The Lord of the Rings)』, 뉴라인 시네마, 2001~2003.

21) 테드 엘리어트·테리 로지오 각본, 고어 버빈스키 감독, 『캐리비안의 해적(Pirates of the Caribbean)』, 월트 디즈니 픽처스·제리 브룩하이머 필름스·퍼스트 메이트 프로덕션, 2003~2017.

22) 리바이어던(Leviathan)은 성서에 나오는 바다의 괴물로, 자세한 성격은 노스롭 프라이, 임철규 옮김, 『비평의 해부』, 한길사, 2011, 369쪽 참조

능을 갖는다. 첫째로 콘텐츠의 생산기반이 되는 스토리텔링을 포함한다. 둘째로 콘텐츠 제작을 위한 장면구성을 구체화한다. 셋째로 이것을 바탕으로 OSMU와 마찬가지로 영화·게임·음악·만화·애니메이션 등의 개별 콘텐츠를 어떻게 구성할 것인가에 대한 목표영역(target domain)을 제시한다. 넷째로 이들을 통합하여 어떻게 융합콘텐츠를 구성할 수 있을 것인가에 대한 키 스테이션(key station)<sup>23</sup>으로서의 중심축을 구축한다. 이 개념은 OSMU를 탈피한 ‘멀티소스멀티유스(MSMU)’ 개념의 도입을 의미한다.

이와 같은 기능을 갖는 스토리보드는 기존의 스토리텔링 영역을 확장한 개념이다. 즉, 스토리텔링이 하나의 개별콘텐츠 영역이라면, 스토리 보드는 장면단위로 구체화한 콘텐츠솔루션으로서의 성격을 가지는 것이다. 마찬가지로 OSMU가 하나의 중심 콘텐츠를 기반으로 하는데 비하여, MSMU는 여러 개의 원천영역(source domain)의 콘텐츠를 기반으로 한다는 점에서 차이가 있다.

『바람의 나라』의 성공요인이 설화와 역사를 절묘하게 융합하였고, 등장인물들의 캐릭터를 특화하여 개성이 두드러진다는 점에 있다고 본다면, 수로부인을 중심으로 하여 소모는 노인과 용의 갈등—수로부인 납치—신선계와 해상계의 전쟁—백성들의 생활피폐—영웅모집—신선계와 주인공의 연합—전쟁승리—신선계의 퇴출—영웅의 귀환으로 구성된 영웅담과 판타지물을 결합한 현대적 MSMU 『현화가+해가(해가사)』도 역시 대중적 인기를 얻을 수도 있을 것이다. 이러한 인기를 기반으로 한다면 영화 『겨울왕국』의 주인공인 엘사(Elsa)가 얼음의 궁전으로 가면서 부르는 노

23) 원래 방송용어를 본고에 원용한 것으로 모국(母局)이라고 하며, 라디오나 텔레비전의 방송 프로를 방송망(네트워크)으로 연결된 타국으로 내보내는 중앙 방송국을 말한다. 『전자용어사전』, 월간전자기술 편집위원회, 성안당, 1995.

래 <Let it go>처럼, 극적인 장면에서 신선이 부르는 노래 <헌화가>와 주인공과 백성이 합창하는 노래 <해가(해사가)>도 많은 음반 판매량을 이끌어 내는 디지털음원콘텐츠로 재창작될 수 있을 것이다. 이와 같이 솔루션으로서의 기능을 하는 ‘스토리보드 제작’을 대중문화콘텐츠 기획의 다섯 번째 방향으로 필자는 제안하고자 한다.

이 외에도 고전시가를 소재로 하는 기념물콘텐츠로는 우표·주화·엽서 등이 있다. 그러나 이러한 기념물은 하나의 상징성은 될 수 있지만, 고전시가를 대중화하기 위해 외연으로 확장하기에는 쉬운 일이 아니라는 단점이 있다.

고전소설 장르에서는 캐릭터 개발을 위한 연구가 이미 시도되고 있지만,<sup>24)</sup> 고전시가 장르에서는 아직 미미하다. 캐릭터 산업도 단일 콘텐츠로는 영향력이 크지 않을 것이므로 트랜스포머, 아이언맨, 뽀로로, 아기공룡 둘리, 피카츄, 텔레토비처럼, 고전시가 중에서 캐릭터로 재창조할 수 있는 소재를 영화나 애니메이션 또는 게임과 연동하는 것이 필요할 것이다. 특히 캐릭터는 특정 지역을 대표할 수 있는 공간성을 가지고 있으므로, 관광객 유치 등의 산업화가 가능하다는 점에서 더 적극적인 연구와 접근이 필요하다.

미래학자 앨빈 토플러는 1990년대 이미 ‘미디어 융합(media-fusion)’에 주목했다.<sup>25)</sup> 여기서 미디어 융합이란 개념에 유의해야 하는 이유는, 미디어환경이 시시각각으로 급변하는 현재 ‘원소스멀티유스(OSMU)’를

24) 조혜란, 『조선의 여협(女俠), 검녀(劍女)』, 『한국고전여성문학연구』 12, 한국고전여성문학학회, 2006; 이정원, 『원혼 캐릭터 디자인을 위한 서사적 접근』, 『한국고전여성문학연구』 12, 한국고전여성문학학회, 2006; 이정원, 『해학적 악인 캐릭터를 위한 서사적 접근』, 『고소설연구』 제23집, 한국고소설학회, 2007.

25) 앨빈 토플러 저, 이규행 감역, 『권력이동(Power Shift)』, 한국경제신문사, 1994, 428쪽.

넘어 이제는 ‘멀티소스멀티유스(MSMU)’ 시대가 한창 꽃을 피우고 있기 때문이다. OSMU에서 성공은 하나의 원본 콘텐츠의 가치가 좌우했다고 한다면, MSMU는 개성과 성격을 달리하는 여러 가지의 ‘이질적인 콘텐츠’가 적절한 방법으로 어떻게 융합하는가라는 ‘방식’이 그 가치를 좌우한다. 따라서 고전시가의 대중화를 위한 문화콘텐츠의 기획방향은 총체적으로 볼 때, 바로 이러한 ‘MSMU’의 실현가능성, 즉 ‘미디어 융합콘텐츠’에 초점을 맞추어야 한다는 결론에 이르게 된다.

### 3-2. 확산전략-실천방향

현대의 커뮤니케이션의 중심적 가치는 쌍방향(interactive) 소통과 융합(convergence)이다. 그리고 이를 실천하는 마케팅 방법론으로서 옴니채널, 항상 접속해 있는 상태, 동영상, 단절 등 4대 키워드가 부상하고 있다.<sup>26)</sup> “미디어의 ‘융합’이 있다면 여기에 ‘확산’이라는 단어를 덧붙여야 한다. 지금은 세계 어느 지역도 완전히 단절된 곳이 없기 때문이다.”<sup>27)</sup> K-POP을 비롯한 음악·드라마·패션·성형기술·모바일디자인·화장품 등의 한류가, 세계적인 유행의 물결을 타고 있는 것은 바로 이 ‘확산’의 영향이다. 따라서 고전시가의 실천방향에서 ‘확산’이라는 개념이 빠질 수 없다.

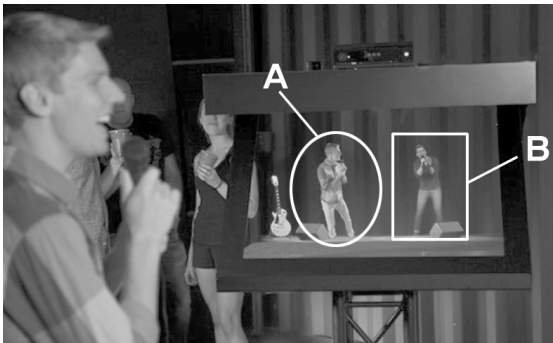
아무라도 “세계적인 인기가수들과 함께 노래를 부를 수만 있다면 얼마

26) ‘2014 글로벌 모바일 서비스’ 보고서에서 채택된 키워드로서, ‘옴니채널’은 모바일과 인터넷 및 오프라인 매장 등 여러 채널을 유기적으로 결합하여 시너지 효과를 내는 것이고, 동시에 ‘항상 접속해 있는’ 사람들을 위한 서비스 전략을 말하며, ‘동영상’은 고품질 동영상 제작의 필요성을 말하고, ‘단절’은 다양한 기기의 동시 이용증가에 따라 소비자의 눈길을 붙잡아 두는 것의 중요성을 나타낸다. DC상생협력지원센터, 『2014.3분기 콘텐츠솔루션 산업동향』, www.dcinwinwin.or.kr, 2014.

27) 엘빈 토플러, 앞의 책, 429쪽.

나 좋을까?”라는 생각을 해보는 것은 인간의 공통된 욕구이다. 이런 상상이 미국의 엔터테인먼트 기업 ‘VNTANA’가 개발한 『홀로그램 가라오케(Hologram Karaoke)』가 발표되면서 현실이 되었다.<sup>28)</sup> 이 홀로그램 프로그램은 무대에 서 있는 사용자를 즉시 3D 홀로그램 영상으로 변환하여, 다른 영상이나 다른 매체의 이미지와 실시간으로 융합하여 제3의 3D 영상을 만들어 낸다.

〈그림2〉 홀로그램을 이용한 공간융합 가상현실



〈그림2〉의 화면은 공간이 각각 다른 두 곳에서 노래 부르는 장면을 하나의 무대를 배경으로 합성하여 두 사람이 한 무대에서 듀엣으로 노래하는 장면으로 바꾸어 놓은 것이다. A는 현장에 있는 인물이지만 B는 전혀 다른 곳에 있는 인물로, 외국뿐만 아니라 심지어는 다른 위성에서 노래하는 모습도 융합이 가능하다.

이러한 홀로그램 기술을 응용하면, 한국의 사이(Psy)와 미국의 비욘세(Beyonce)가 각각 자신의 집에서 춤추며 노래하더라도 관객이 50만 명이

28) mashableAsia, "The first-ever hologram karaoke experience will debut this summer", <http://mashable.com/2016/06/23/hologram-karaoke/#VAG4VPng.aq1>

넘는 대광장의 무대 위에서 듀엣으로 노래하는 모습으로 보이게 할 수 있다. 나아가 홀로그램 영상과 사진을 이메일로 전송할 수도 있고, 페이스북, 트위터와 같은 SNS에도 공유할 수 있는 기능을 지원한다. 앞으로 홀로그램 기술은 엔터테인먼트 산업에서 많은 변화를 불러올 것으로 기대된다.

실제로 필자가 자문을 맡고 있는 전북 정읍시에서 발주한 <정읍사 가요가든 조성계획(안)>에 포함되어 있는 ‘정읍사가요박물관’ 안에도, 제2관에 홀로그램을 이용한 ‘백제(여)인만나기’ 프로그램이 설치된다. 여기에는 인공지능과 결합하여, 관광객이 백제여인을 만나기 위해 먼저 대화를 건네면, 외모와 음성분석을 통해 이용자의 성별·연령·화법을 즉시 산출해 내어, 가장 알맞은 여인이 나타나 대화를 하도록 설계된다.

만약 이용자가 여성이면 홀로그램에서는 대역인 남성이 나타나며, 어린이면 대역도 어린이로 나타나는 인공지능을 갖추게 된다. 이렇게 홀로그램으로 합성되어 마치 백제(여)인과 마주하여 대화를 나누는 것처럼 제작된 화면은, 이메일과 SNS에 저장할 수도 있고 배포할 수도 있는 기이한 체험을 할 수 있다. 이러한 가상공간에서 백제(여)인을 만날 때, <정읍사> 가요가 배경음악으로 흐르게 하는 점이 이 홀로그램 프로젝트의 중점사항이다. 대중가요로 제작되는 버전은 젊은이 취향의 R&B, 힙합댄스, 트로트, 국악 등 네 가지 버전이 있어서, 역시 이용자의 성향분석에 따라 인공지능으로 선택된다.<sup>29)</sup> 이와 같은 신기술을 이용하여 이용자들의 관심과 호기심을 자극하고, 이것을 실제 행동으로 유도하여 참여하고 향수할 수 있도록 다양한 유인책을 개발하는 것이 대중화 실천방향의 중요한 목표가 된다.

29) <정읍사> 트로트 버전은 필자가 작곡한 것으로, 이미 문희옥의 노래로 제작되어 2016년 8월 30일 정읍시 소재 정읍사공원에서 발표회를 가진 바 있다.

이와는 별도로 고전시가를 현대적 정서로 재창작한 대중가요를 제작하는 것도 실천방향의 하나임은 물론이다. 기생 홍량의 시조 <뫼터들~>을 현대적으로 재구하여 필자가 작곡하여 발표한 노래 민수현의 <홍량>은, 한국어 버전 외에 한류를 감안하여 중국어 버전으로 동시에 발매되었는데, 이것도 하나의 사례라고 할 것이다.

게임을 이용한 대중화 실천방향으로는 2017년 1월 24일에 출시한 게임 『포켓몬 GO』<sup>30)</sup>의 사례가 모범이 된다. 이 게임은 다양한 종류의 포켓몬을 잡기 위한 수집욕구로 인해 플레이어끼리 심리적 경쟁을 유발하며, 같은 포켓몬을 잡더라도 랜덤으로 등급이 부여되기 때문에 최상위 등급의 포켓몬을 잡기 위한 도박성도 적당히 가미되어 있다. 또한 상대를 제압하기 위해 필요한 강력한 포켓몬이 망나뇽(<그림3>)이므로, 플레이어는 망나뇽을 얻기 위해 출혈을 감수하고서라도 온갖 힘을 다 쏟게 된다. 그러나 이 포켓몬은 수시로 다른 지역으로 이동하므로 좀처럼 잡기 어렵다.

<그림3> 포켓몬 고



그러므로 ‘망나뇽’이 어느 지역에 떴다는 사실만으로도 인터넷 상의 대단한 빅뉴스가 되고, 급기야는 이 포켓몬을 잡은 사람의 계정이 현금 거래될 정도이다. 사용자는 ‘망나뇽’을 최상위 레벨로 키우기 위하여 다른 포켓몬들을 끊임없이 잡아야 한다. 이러한 게임방식은 ‘키운다’는 자기 성취감을 자극하고, ‘망나뇽’을 최강자로 키웠을 때 타인이 가지지 못한 것을 자신만 소유하고 있다는 우월감을 갖게 된다. 또

30) 애플리케이션 분석기관인 <와이즈앱>에 따르면, 출시 이후 1주일 만인 지난 2017년 1월 30일에 벌써 700만 명이 이용한 것으로 나타났다.

부가적 요소로 제공되는 체육관 점령이라는 PVP(Player VS Player) 대결방식이 게임의 묘미를 더해주며, 플레이어는 이것으로 상대방과의 대결에서 승리했을 때 최고의 성취감을 갖도록 설계되어 있다.

이러한 방식의 게임을 제작한다고 했을 때, 고전시가의 종류와 난이도에 따라 포켓몬의 희소성과 연동하여, 포켓몬을 잡거나 대결에서 이길 때마다 고전시가의 독특한 캐릭터가 뜨면서 노래가 나오도록 설계함으로써, 대중화를 실천하는 방법도 고려할 수 있을 것이다.

영화 또는 드라마 및 공연물을 통한 고전시가의 대중문화콘텐츠 실천 방향으로는 2017년 1월 25일 첫 방송된 SBS 수목드라마 『사임당-빛의 일기』를 참고할 수 있다. 사임당은 비록 한시(漢詩) 작가이지만, 고전시가 작가를 주인공으로 하는 드라마나 영화 및 공연물을 기획·제작함으로써 고전시가를 스크린과 무대의 중심에 놓이게 할 수 있다. 그 기법으로는 타임슬립(time slip), 판타지, 어드벤처, 멜로 등을 다양하게 융합할 수 있을 것이다. 이때에는 고전시가를 활용한 대중문화콘텐츠의 홍보라는 마케팅 시각에서, 드라마 제작진과 긴밀히 협력하는 시스템이 필요하다. 여기에는 방송사나 영화사에서 가장 목말라하는 제작비 지원이 과제가 된다.

이상에서 살펴본 여러 가지 실천방향이 현실화되기 위해서는 반드시 적절한 시스템이 마련되어야 한다. 각 단계에서 그 분야의 최고의 전문가들이 모여, 소스(source)에서부터 결과물까지 현실적으로 가능한 모든 경험치와 창의력을 발휘할 수 있도록 하는 시스템의 한 가지를 제안하면 <그림4>와 같다. <그림4>를 설명하면 다음과 같다.

첫째로, 고전시가 작품과 배경설화에 대한 풍부한 이해와 식견을 가지고 있는 고전시가 담당 교수와 전공자들을 망라하여 ‘원천소스개발연구회’를 구성한다. 연구회의 원활한 연구와 우수한 원천소스를 안정적으로

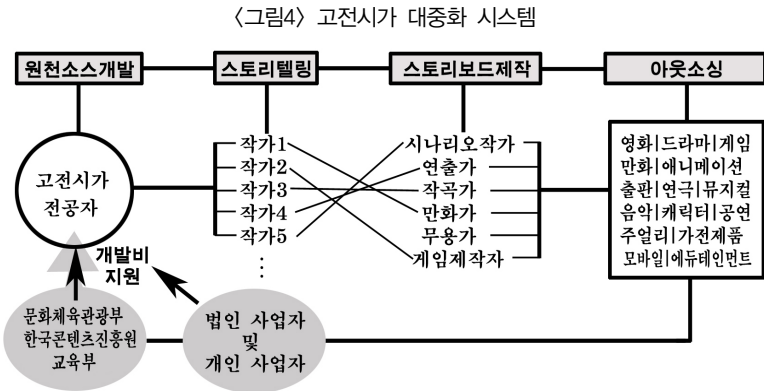
개발하기 위하여, 문화체육관광부와 교육부 및 한국콘텐츠진흥원과 같은 관련부서·산하 단체와 아웃소싱 대상 법인 또는 개인 사업자가 재정지원을 한다. 문화체육관광부의 지원 자급에 관하여는 <표3>에서 따로 기술하기로 한다.

둘째로, 정해진 원천소스를 각각 개성이 다른 여러 작가에게 스토리텔링 창작을 의뢰한다. 결과물을 심의하여 단일 작가의 스토리텔링을 선정하거나, 또는 여러 작가의 특출한 부분을 합성하여 완성된 스토리텔링을 도출한다. 여기서 다양한 개성을 가진 작가가 필요한 까닭은 고전시가 작품을 끝이끝대로만 해석해서는 좋은 스토리텔링이 나올 수 없기 때문이다. 진실을 말하면 고전시가 연구자의 욕구와 대중의 욕구가 반드시 일치하는 것이 아니기 때문이다. 어떤 콘텐츠를 대중이 좋아하는 이유는 예상하기 힘들만큼 다양하다. 드라마 『태양의 후예』에서 송중기의 “~했지 말입니다”, 『서울특별시』에서 주현의 “~걸랑요, ~짜샤”, 김애경의 “실례합니다~!”, 드라마 『소문난 칠공주』에서 나문희의 “돌리고 돌리고~”, 드라마 『사랑의 굴레』에서 고두심의 “잘났어 정말~!” 등과 같은 유행어의 창조가 실질적인 드라마의 성패에 많은 영향을 주었다. 고전시가에 등장하는 “이러쳐 더러쳐”, “동동다리” 등의 조흥구나 관용구 및 감탄사가 어찌면 당대의 유행어였을지도 모른다는 가정을 해보면, 동서고금을 통하여 생활의 재미이자 소통의 한 방식으로 자리한 유행어는 고전시가의 콘텐츠화에 매우 중요한 요소가 된다. 드라마뿐만 아니라 팔도의 사투리 중에서 재미있는 어휘를 모아 대중가요로 만들어 밀리언셀러를 기록한 필자 작품의 『문희옥의 사투리디스크(1987년 5월 5일)』도 이런 예에 속한다. 이와 같이 고전시가 연구자는 원전의 무결성을 원하지만, 대중은 원전과는 상관없이 재미를 원하기 때문에, 다양한 성향의 작가들에게 스토리텔링을 의뢰하는 것은 고전시가의 대중문화콘텐츠 기획의 명운을 가르는

중요한 부분이다.

셋째로, 이 스토리텔링을 바탕으로 하여 각 분야의 실질적인 제작자인 시나리오 작가·감독·PD·연출가·작곡가·만화가·무용가·게임제작자 등이 망라된 ‘제작·구성 위원회’에서 정밀하고 입체적인 콘텐츠솔루션으로서의 스토리보드(story board)를 제작한다.

넷째로, 콘텐츠 제작에 가장 우수한 기술을 갖춘 업체를 선정하고, 이 업체로 하여금 이 스토리보드를 이용하여 개별 콘텐츠를 만들거나 융합 콘텐츠를 제작하도록 아웃소싱(outsourcing)한다.



문제는 아무리 좋은 소스와 인적 자원 및 시스템이 있어도 이를 실현할 제작비가 없으면 무용하다는 것이다. 한국의 현재까지의 현실로 보면 민간 투자로 고전시가의 대중화 작업을 추진하기에는 여건이 매우 어려워 보인다. 따라서 우선 실현가능한 방법을 찾아야 할 것이다. 매년 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원 및 교육부에서는 대상 단체나 민간 또는 개인에게 콘텐츠 분야 개발 및 제작을 지원하고 있다. 충분하지는 않지만 이 지원금을 활용한다면 고전시가를 활용한 불후의 대중문화콘텐츠를 제

작할 수도 있다고 판단된다. 아직 정부의 유관기관 정책에는 고전시가의 계승적 발전방안에 대한 뚜렷한 정책이 입안되거나 시행되는 지원책이 있는 것이 아니다. 그러나 사계에서 먼저 이러한 노력과 원천소스개발에 대한 열의를 보일 때, 행정적인 지원은 반드시 뒤따를 것으로 보인다. 사계의 연구자들이 활용할 수 있는 국고보조사업 예산 내역은 대체로 <표 3>과 같다.

〈표3〉 문화체육관광부 ‘2016 국고보조사업’ 콘텐츠부문 예산책정표<sup>31)</sup>

번호	사업명	예산	구분
1	<b>우수 고전작품 현대화 및 세계화</b>	<b>10억 5000만 원</b>	지정사업
2	번역출판지원	22억 6700만 원	
3	스토리창작 클러스터 조성	52억 5000만 원	
4	만화산업육성	8억 원	
5	미디어 융합 인프라 구축지원	45억 원	
6	대중문화 예술진흥	20억 4000만 원	
7	문화콘텐츠 기획창작 스튜디오 운영	7억 원	
8	문화콘텐츠 창작인 발굴 및 마케팅 지원	1억 5000만 원	
9	<b>대중문화콘텐츠 산업육성</b>	<b>10억 원</b>	공모사업
10	<b>한류융복합 협력프로젝트 발굴지원</b>	<b>20억 원</b>	
11	<b>애니메이션 산업 육성</b>	<b>151억 5500만 원</b>	
12	<b>만화산업육성</b>	<b>74억 9000만 원</b>	
13	<b>캐릭터 산업 육성</b>	<b>97억 8400만 원</b>	
14	<b>이야기산업 활성화</b>	<b>55억 5200만 원</b>	
15	<b>음악산업 육성</b>	<b>10억 원</b>	
16	<b>대중음악 우수 프로젝트 제작 지원</b>	<b>11억 원</b>	
17	<b>차세대 게임 콘텐츠 제작 지원</b>	<b>20억 500만 원</b>	
18	<b>문화창조 융합센터 구축</b>	<b>815억 8500만 원</b>	

(강조체는 고전시가 콘텐츠 제작을 위한 예산과 밀접한 관계가 있는 사업임)

31) 문화체육관광부, 『2016 국고보조사업 GUIDE BOOK』, 2016.

#### 4. 결론

지금까지 고전시가를 문화콘텐츠로 대중화하기 위한 기획방향과 실천 방향을 모색해 보았다. 결론적으로 본고는 학계에서는 ‘원천소스’를 개발하고, 이를 위하여 관계부처와 산하단체 및 사업자가 재정지원을 하며, 이를 바탕으로 스토리텔링을 창작하고, 구체화된 솔루션인 스토리 보드를 제작하며, 이것을 우수한 기술을 갖춘 제작업체에 아웃소싱함으로써 각 전문가 집단의 노하우와 원천기술을 최대한 활용하는 ‘고전시가 대중화 시스템’을 구축할 것을 제안했다. 여기에 홀로그램이나 인공지능, 게임원천기술 등 최고급 기술들이 망라되어야 함은 물론이다.

그러나 아무리 좋은 기획과 마케팅 전략이 수립되어 있다하더라도 시시각각으로 변하는 현대의 대중 감각을 재빨리 읽어내지 못하면, 자본만 투자한 채 흉물스런 빈껍데기만 남는다는 점을 주의해야 한다. 퀵서비스 문화가 ‘빠름’을 상징하며, 패스트푸드문화가 ‘간편함’을 상징하며, 혼밥·혼술·혼놀문화가 ‘개인화’를 상징하고, 인터넷 상의 익명(匿名)문화가 ‘무제한적인 자유’를 상징하듯이, 요즘 소비층들은 극단적인 개인주의 성향이 점점 두드러지고 있다. 고전시가콘텐츠의 기획방향과 그 실천의 성패가 바로 이러한 소비층들의 코드를 맞추는데 있다. 불확실하게 변화하는 대중들의 기호와 코드를 능동적으로 발맞추어, 그들의 욕구를 충족시켜 줄 때 고전시가는 현대에 다시 뿌리를 내려 꽃을 피울 수 있을 것이다. 따라서 독창성이 뛰어나고 오프라인과 온라인 양극에서 이용이 가능하며, 수동적 흐름(flow)이 아닌 함께 만들어 가는 쌍방향 흐름의 콘텐츠가 되도록 하는 것이 기획의 중심적인 축이 되어야 할 것이다.

이 시대는 인류 역사상 아날로그 문화와 디지털 문화가 공존하는 최초의 시대이자 마지막 시대이다. 그러므로 아날로그적인 아름다움도 최대한

살리면서, 동시에 디지털적인 판타지(fantasy)와 대중성도 살리려는 연구와 실천이 매우 중요하다고 할 것이다.

본고에서 논의한 고전시가의 대중화를 위한 콘텐츠 기획과 실천방향은, 현재 취업률로 경쟁력의 명운을 다투는 잘못된 대학 정책 때문에, 쇠퇴위기에 놓인 인문학의 가치를 재인식하게 할 수 있는 기회와 방법이 될 것이다. 고전시가가 현대적으로 변용되어 다양하고 복합적인 문화콘텐츠로 다시 태어나 대중에게 사랑받게 된다면, 이것이야말로 현대와 호흡하는 역동적인 새 생명을 고전시가에 불어 넣는 일이 될 것이기 때문이다.

## 참고문헌

### 1. 자료

- 『17세기 가사전집』, 교학연구사, 1987, 1~299쪽.  
『18세기 가사전집』, 민속원, 1991, 1~601쪽.  
『규방가사 I』, 한국정신문화연구원, 1979, 1~591쪽.  
『규방가사-신변탄식류-』, 효성여대출판부, 1985, 1~591쪽.  
『고시조 대전』, 고려대 민족문화연구원, 2012, 1~1386쪽.  
임기중, 『한국역대가사문학집성(DVD)』, 누리미디어, 2005.  
문화체육관광부, 『2014 콘텐츠산업 통계조사』, 2014.12.30.  
문화체육관광부, 『2016 국고보조사업 GUIDE BOOK』, 2016.  
DC상생협력지원센터, 『2014.3분기 콘텐츠솔루션 산업동향』,  
www.dwinwin.or.kr, 2014.  
문화방송, 『제1회 '77대학가요제』 2집, 히트레코드사, 1977.  
『반지의 제왕(The Lord of the Rings)』, 뉴라인 시네마, 2001~2003.  
『캐리비안의 해적(Pirates of the Caribbean)』, 월트 디즈니 픽처스·제리 브룩하  
이머 필름스·퍼스트 메이트 프로덕션, 2003~2017.

### 2. 논저

- 강명혜, 『고전시가와 스토리텔링』, 『온지논총』 제16집, 온지학회, 2007, 127~151쪽.  
강명혜, 『<만전춘별사>의 스토리텔링화』, 『온지논총』 18집, 온지학회, 2008, 347~  
377쪽.  
김진, 『바람의 나라』, 이코믹스, 1992~, 연재만화.  
김진순, 『한국민요의 정서적 기능과 문화콘텐츠』, 한림대학교 박사학위논문, 2004,  
1~190쪽.  
김탁환, 『고소설과 이야기문학의 미래』, 『고소설연구』 제17집, 한국고소설학회,  
2004, 5~28쪽.  
박을수, 『한국시조대사전』(3책), 아세아문화사, 1992, 1~1911쪽.  
박정희, 『문화산업시대의 불교문화콘텐츠개발 방안연구 : 감로탱의 콘텐츠화 과정  
을 중심으로』, 국민대학교 박사학위논문, 2008, 1~161쪽.  
백순철, 『문화콘텐츠 원천으로서 <화전가>의 가능성』, 『한국고시기문화연구』 제

- 34집, 한국고시기문화학회, 2014, 217~249쪽.
- 신동훈, 『민속과 문화원형, 그리고 콘텐츠-문화산업시대, 민속학자의 자리』, 『한국민속학』 제43집, 한국민속학회, 2006, 255~283쪽.
- 심재완, 『교본 역대시조전서』, 세종문화사, 1972, 1~1341쪽.
- 유시진, 『마니』, 시공사, 2002(만화) 1~4권.
- 이상보, 『17세기 가사전집』, 민속원, 1987, 1~299쪽.
- 이상보, 『18세기 가사전집』, 민속원, 1991, 1~601쪽.
- 이정원, 『원혼 캐릭터 디자인을 위한 서사적 접근』, 『한국고전여성문학연구』 12, 한국고전여성문학회, 2006, 1~8쪽.
- 이정원, 『해학적 악인 캐릭터를 위한 서사적 접근』, 『고소설연구』 제23집, 한국고소설학회, 2007, 153~175쪽.
- 이찬욱, 『시조낭송의 콘텐츠화 연구』, 『시조학논총』 19집, 한국시조학회, 2003, 5~35쪽.
- 이찬욱, 『시조문학 텍스트의 문화콘텐츠화 연구』, 『우리문학연구』 21집, 우리문학회, 2007, 171~191쪽.
- 이창식, 『전통민요의 자료활용과 문화콘텐츠』, 『한국민요학』 11집, 한국민요학회, 2002, 173~202쪽.
- 이창식, 『아리랑의 문화콘텐츠와 창작산업방향』, 『한국문학과 예술』 6집, 한국문예연구소, 2010, 255~288쪽.
- 임재해, 『디지털시대의 고전문학과 구비문학 재인식』, 『국어국문학』 제143호, 국어국문학회, 2006, 33~72쪽.
- 정창권, 『문화콘텐츠 교육학』, 북코리아, 2009, 1~183쪽.
- 정인숙, 『〈정읍사〉의 공연예술적 변용과 문화콘텐츠로서의 가능성』, 『한국문학이론과 비평』 36집, 한국문학이론과비평학회, 2007, 127~149쪽.
- 정인숙, 『〈사미인곡〉의 공연예술적 변용과 그 의미-고전시가의 현대적 변용과 관련하여』, 『국어교육』 120권, 한국어교육학회, 2006, 531~563쪽.
- 조명운, 『정읍사』, KOCN, 2013(만화) 1~13권.
- 조혜란, 『조선의 여협(女俠), 검녀(劍女)』, 『한국고전여성문학연구』 12, 한국고전여성문학회, 2006, 1~9쪽.
- 함복희, 『향가의 문화콘텐츠화 방안 연구』, 『우리문학연구』 24, 우리문학연구회, 2008, 133~168쪽.

현용준, 『제주도무속자료사전』, 신구문화사, 1980, 1~969쪽.

노스립 프라이, 임철규 옮김, 『비평의 해부』, 한길사, 2011, 1~705쪽.

앨빈 토플러 저, 이규행 감역, 『권력이동(Power Shift)』, 한국경제신문사, 1994, 1~617쪽.

ABSTRACT

Directions for Planning and Practice for Korean Classical Poetry  
as Popular Cultural Contents

Lee, Ho-seob

The present study aims to examine the achievements of conventional cultural contents aimed at the popularization of Korean classical poetry, and discuss possible new directions for planning and practice of different types of media to allow for a proactive response to the ever-diversifying preferences of contemporary society.

First, the present study raised the need for storytelling as the foundation on which Korean classical poetry may be turned into various types of contents, such as movies, animations, broadcasts, games, and pop songs, based on which story boards need to be created as contents solutions.

Next, the present study raised the need to manage comic books, which are the medium most easily accessible to students and the public in general, through an integrated DB, and to develop 'electronic classical poetry compilations' to allow for books to serve not only as warehouses for knowledge but also as toys, collectibles, and as windows to the Internet and mobile worlds, becoming a new platform central to the network connecting individual content types.

Lastly, the present study will propose a 'system for popularization of Korean classical poetry' wherein the steps of source development, storytelling creation by professional writers, storyboard production by a panel of experts, and outsourcing are followed for individual media to realize the concept of multi-source multi-use (MSMU).

**Key Words** Korean classical poetry, Cultural contents, Contents planning, Contents practice, Convergence, Diffusion, Contents solutions, System for popularization

논문투고일	: 2017.03.31
심사완료일	: 2017.05.04
게재확정일	: 2017.05.15