# 문화콘텐츠에서의 디지털스토리텔링 양상과 방향 연구*

허 만 욱**

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 디지털시대에서의 문화콘텐츠와 스토리텔링
1. 문화콘텐츠에서의 스토리텔링 연구와 중요성
2. 스토리텔링과 디지털스토리텔링의 상관성
Ⅲ. 디지털스토리텔링의 과제와 올바른 방향
1. 문화산업과 스토리텔링의 결합
2. 담화방식의 전환과 매체의 심층적 분석
3. 새로운 스토리와 형식 개발, 그 창작의 시스템화
4. 창작론의 개발과 범위의 확장
Ⅳ. 결 론

【국문초록】

본 연구는 디지털시대에서의 문화콘텐츠와 스토리텔링의 관계, 특히 현재 디지털스토리텔링의 연구 상황에 대한 분석 및 향후 발전 방향에 대하여 고찰하고자 한다. 디지털시대의 새로운 문학 환경과 이러한 환경에서의 새로운 글쓰기 양식으로 출현한 디지털스토리텔링의 양상과 그것의 올바른 방향을 살펴본다면 향후 문화콘텐츠의 확장과 창출의 한 대안이 드러날 것이기 때문이다. 먼저 디지털스토리텔링은 차세대 문화

* 이 논문은 2007학년도 남서울대학교 연구진흥지원비에 의하여 연구되었음
** 남서울대 교수

콘텐츠의 핵심으로 떠올랐으며, 사회와 경제와 문화 등 전 분야에서 디지털스토리텔링 기법을 활용하고 있기 때문에 더욱 활성화하여야 할 것이다. 또한 스토리텔링이 디지털 매체로 이동하면서 발생하는 문화콘텐츠의 지각 변동은 실로 엄청나기 때문에 디지털스토리텔링을 중심으로 문화산업의 미래를 생각해 볼 필요가 있다. 따라서 보다 새로운 이야기의 개발, 기획 능력, 그리고 능력을 가진 많은 이야기꾼을 길러내야 할 것이다. 그리고 신화와 전설 같은 인문학적 콘텐츠들을 확보하고, 온라인상에서 통하는 이야기의 구성 원리를 찾아내어 이 둘을 결합시키는 등의 다양한 방안이 시도되어야 할 것이다. 마지막으로 스토리 창출의 능력에 가장 근접해 있다 할 수 있는 국문학도들이 문화콘텐츠의 창작에 필요한 실효성 있고 새로운 방법론을 모색하여야 할 것이다. 이것은 기존 국문학의 역량에 새로이 더욱 커다란 힘을 보태는 일이 될 것이다.

주제어 : 문화콘텐츠, 스토리텔링, 디지털스토리텔링, 문화산업, 문화기술

# Ⅰ. 서 론

문화의 시대를 넘어 문화콘텐츠 개발의 시대라는 말이 낯설지 않을 만큼 21세기의 지금 우리는 다양한 콘텐츠를 향유하고 소비하는 시대에 살고 있다. 콘텐츠를 벗어나서는 인간의 존재적 가치를 느낄 수 없을 정도로 다양한 매체에 의해 전달되고 있는 콘텐츠가 범람하고 있다. 그리고 그 콘텐츠는 우리의 감각기관을 끊임없이 자극하여, 자신을 향유하고 소비하도록 조종하는 듯하다. 특히 최근의 문화콘텐츠는 다양한 분야에서 학제 간 연구의 화두로 급부상하고 있으며, 콘텐츠의 적용범위도 확장되고 있다.[1] 즉 콘텐츠의 개념이 게임, 애니메이션, 영화, 방송 등의 온라인 영역과 축제, 관광, 테마파크 등의 오프라인 영역을 모두 종횡하는 내용물로 확대된 것이다. 이와 함께 온라인과 오프라인 매체에 담기는 내용물인 콘텐츠를 유통시키기 위해서는 창작 소재를 발굴하여 콘텐츠를 기획하고 마케팅할 수 있는 전략 영역이 중요하게 대두되고 있다.

문화콘텐츠가 산업적으로 각광을 받을 수 있었던 데에는 디지털 기술이 중요한 작용을 하였다. 따라서 문화콘텐츠 전문가라면 무엇보다도 디지털스토리텔링[2] 등의 여러 체계에 대한 전문적인 지식과 실무능력

---

1) 콘텐트(Content)는 본래 '내용' 또는 '의미 있는 내용물' 정도의 개념이었으나 지금은 테크놀로지(Technology)의 상대 개념으로서 멀티미디어 기기 등에 담긴 '중요 의미를 지닌 내용물'이란 뜻으로 콘텐츠(Contents)의 쓰임이 확장되고 있다.

2) 디지털스토리텔링이란 디지털 기술을 매체 환경 또는 표현 수단으로 수용해 이루어지는 스토리텔링이다. 디지털스토리텔링의 영역들은 각 콘텐츠들을 제작하는 주체와 수용자, 매체의 성격, 정보를 다루는 방식에 따라 구분이 가능하다. 이러한 디지털스토리텔링은 크게 엔터테인먼트 스토리텔링과 인포메이션 스토리텔링으로 나눌 수 있다. 먼저 엔터테인먼트 스토리텔링은 디지털스토리텔링 중 가장 큰 부분을 차지하는 디지털 콘텐츠들을 주로 제작하는 스토리텔링으로 디지털 영화, 디지털 애니메이션, 컴퓨터 게임, 디지털 방송, 디지털 음악, 디지털 출판 등이 여기에 해당된다. 디지털 콘텐츠들

을 갖추어야 한다. 이는 문화콘텐츠 기획 전문가라 하더라도 피할 수 없는 과업이기도 하다. 문화콘텐츠 창출은 그 특성상 '창안－기획－제작－유통'의 과정이 긴밀하게 연관된 작업이다. 문화콘텐츠가 문화적 내용을 산업화시킨 것이라는 점을 전제할 때, 한 시대의 형이상학이라는 공통된 시대정신을 어떻게 공유하고, 어떻게 차별화해서 표현할 수 있는가에 대한 인문적 안목을 갖추어야 한다. 문화콘텐츠가 상상과 창조의 산물이라는 점에서 문화콘텐츠 창출에서 인문학적 상상력이 차지하는 비중은 막대하기 때문이다.

이제 디지털 세상은 텍스트, 이미지, 그리고 음악과 음향뿐 아니라 후각, 촉각을 포함하는 명실상부한 통합미디어 세상을 구축할 것이다. 따라서 지금보다 훨씬 더 다층적인 상상력이 발휘되어야 할 것이다. 이제까지 문자 문화의 스토리텔링에서는 상황을 묘사할 언어만을 필요로 해왔고, 애니메이션이나 영화 등 초보적인 차원의 디지털스토리텔링을 기반으로 하던 문화 양식은 기존의 문자적 서사를 위주로 하는 스토리텔링 위에 이미지와 영상, 음향을 덧입혀 왔다면, 이제 그 위에 또다시 새로운 감각을 입혀야 한다. 그리고 2차원적 영상에서 3차원적 영상으로 변화, 창출해야 할 것이다. 이는 단순히 기술의 컨버전스만 이루어진다고 해서 되는 것이 아니다. 인간의 경험을 우리가 실생활에서 경험하는 그대로 재현할 수 있고 인간의 상상을 훨씬 더 풍부하게 표현하고 창출할 수 있는 보다 통합적인 상상력이 요구될 것이다. 디지털 미디어의 멀

---

이 일상적인 필요성보다는 하나의 허구적인 서사 양식으로 일반에 받아들여지면서 일종의 오락 산업으로 기능하고 있다는 점에서 엔터테인먼트적인 성격을 띠고 있다고 할 수 있다. 다음으로 인포메이션 스토리텔링은 주어진 정보를 바탕으로 이를 가공, 배치, 편집, 디자인하는 과정을 거치는 스토리텔링으로 디지털 광고, 브랜드 이미지, e-러닝, 디지털 박물관, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC) 기반의 커뮤니티, 디지털 다큐멘터리, 디지털 자서전 등이 여기에 해당된다. 엔터테인먼트 스토리텔링이 허구적인 이야기를 창조하는 것에 비해 인포메이션 스토리텔링은 현실을 바탕으로 논픽션적인 이야기를 만들어 내는 것이다. 따라서 인포메이션 스토리텔링에서는 주어진 정보를 스토리로 엮어내는 편집적인 성격이 강하게 부각된다.(이인화 외, 『디지털스토리텔링』, 황금가지, 2006, 42～46면 참조)

티미디어성은 끝없이 진보하면서 그에 걸맞는 상상력과 스토리텔링을 요구하는 것이다.

따라서 이러한 디지털 기술의 발달로 스토리텔링은 종전의 관습적 방식으로는 더 이상 온전한 설명이 어렵게 되었다. 디지털 기술을 매체 환경으로 수용한 예로 가장 쉽게 생각할 수 있는 것은 온라인 게임과 모바일 영화, 웹 광고, 웹 엔터테인먼트, 그리고 인터랙티브 드라마나 인터랙티브 논픽션 등이다. 이러한 것들은 서사와 이미지, 동영상과 음향 등이 결합되어 있을 뿐 아니라, 상호작용성, 네트워크성 등 이전에는 도저히 생각할 수 없었던 다양한 기술과 기능 등이 통합되어 있다.

따라서 소위 디지털시대라고 통칭하는 이러한 시대의 디지털 매체의 변화[3]가 문화에 있어서, 특히 스토리텔링에 있어서는 어떠한 변화를 가져왔는가에 대하여 살펴볼 필요가 있다. 온라인 게임, 모바일 영화, 인터랙티브 드라마, 웹 광고, 웹 에듀테인먼트 등이란 과거에는 듣도 보지도 못했던 생소한 용어들이다. 하지만 따지고 보면 이런 것들은 모두 이미 문자를 주축으로 하여 과거로부터 존재해 온 영화, 드라마, 교육 등의 문화 영역을 기반으로 한 것이다. 그런데 디지털이라는 신기술이 등장하면서 이러한 전통적인 문화 영역에 혁신적인 변화가 일어나면서 종전의 패러다임으로는 도저히 생각할 수 없었던 특징들이 생기게 되는 것이다.

그렇다면 이러한 신기술은 스토리텔링을 어떻게 변화시키고 있는가, 첨단 기계문명의 선도 테크놀로지로서의 디지털 미디어를 기반으로 하는 영화, 애니메이션, 게임 등을 논할 때 원용되고 있는 스토리텔링이라는 말의 의미와 디지털스토리텔링과의 관계는 무엇인가, 그리고 무엇보

3) 디지털 매체의 전반적인 특성에 대해서 잘 정리된 글을 보면, 첫째 완전복제 가능성(perfect duplicability), 완벽한 복제를 무한하게 반복할 수 있다. 둘째 즉각적 접근 가능성(random accessibility), 셋째 상호작용성(interactivity), 넷째 네트워크성(networkability), 다섯째 복합성(multimodality), 여섯째 조작 가능성(manipulability), 특별한 물리적 제약 없이 정보를 변형할 수 있다.(김주환, 「디지털시대의 미술」, 『월간미술』, 2001.5, 84~85면 참조)

다 디지털스토리텔링의 문제점과 앞으로의 과제는 무엇인가 하는 등의 논증으로 연결될 수 있다. 이에 본 연구는 디지털시대에서의 문화콘텐츠와 스토리텔링의 관계, 특히 현재 디지털스토리텔링의 연구 상황에 대한 분석 및 발전 방향에 대하여 고찰하고자 한다. 디지털시대의 새로운 문학 환경과 이러한 환경에서의 새로운 글쓰기 양식으로 출현한 디지털스토리텔링의 양상과 그것의 올바른 방향을 살펴본다면 향후 문화콘텐츠의 확장과 창출의 한 대안이 드러날 것이다. 여기에 본고의 연구 의의와 목적이 있다.

## Ⅱ. 디지털시대에서의 문화콘텐츠와 스토리텔링

### 1. 문화콘텐츠에서의 스토리텔링 연구와 중요성

문화산업의 성장과 디지털 기술의 발전이라는 새로운 시대변화를 맞아 문화콘텐츠는 고부가가치 산업으로 떠오르고 있으며,[4] 문화콘텐츠

4) 이제 디지털시대의 서사가 차세대 문화콘텐츠의 핵심이자 고부가가치를 만들 수 있는 산업 동력원으로 다가온다. 18세기는 산업혁명이 20세기는 정보혁명이 새 부가가치를 만들었다면 지금은 이야기 혁명의 시대다. 따라서 세계 각국은 21세기 성장 동력은 굴뚝산업이 아니라 문화콘텐츠와 그 핵심인 관광산업에 있다는 점을 직시하고 그 개발과 응용에 열중하고 있다. 그 예로 스코틀랜드 북서쪽 글렌피난이란 마을은 요즘 세계적 관광지로 변했다. 입구엔 '해리포터 영화 촬영지'란 팻말이 큼지막하게 붙어 있다. 이곳에 위치한 샤이얼 호수는 스산한 분위기 덕분에 호그와트 마법학교의 배경이 됐고, 고가철교는 하늘을 나는 차가 기차를 추적하는 장소로 등장했으며, 상점 주인들은 음식과 기념품 팔기에 바쁘다. 해리포터가 나온 지 10여 년이 지났지만 영국에서도 그 열기는 식을 줄 모른다. 마법학교 복도로 사용된 글로체스터 성당을 비롯, 영국 전역이 진짜 배경이라며 외국인을 상대로 관광산업에 열을 올리고 있다. 해리포터 시리즈는 총 7권이 출간되었는데, 지금까지 64개 언어로 번역돼 3억 2,500만권이 팔렸다. 판매액만 약 3조원이 넘는다. 지금까지 만들어진 4편의 영화, 관련 캐릭터 등을 합치면 경제적 파급

의 생산이나 전문인력 양성은 국가 경쟁력의 핵심으로 급부상하고 있다. 문화콘텐츠의 생산에는 예술적 감각과 공학적 기술, 그리고 인문학적 상상력을 두루 필요로 한다. 이때 인문학적 상상력 중에서도 문화콘텐츠의 창작에 가장 핵심적 역할을 하는 것이 스토리텔링에 대한 연구이다. 즉 문학적 상상력과 그 상상력의 창작물인 스토리텔링에 초점을 맞춰 문화콘텐츠 산출에 직접적으로 기여할 수 있는 스토리텔링 연구의 현황와 올바른 방향을 모색해 보는 것은 향후 연구를 위한 단초가 될 것이다.

문화산업이나 문화콘텐츠에 대한 지금까지의 연구는 연구자의 전공에 따라 성격을 달리하는 두 부류로 크게 나눌 수 있다. 그러나 사회계열 전공자와 어문계열 전공자의 연구가 모두 문화콘텐츠의 가능성에 대한 믿음이나 문화콘텐츠의 기획, 제작, 유통의 동시적 발전 필요성을 강조하고, 문화콘텐츠의 제작에 있어 인문학적 상상력, 예술적 감각, 공학적 기술에 대한 고른 관심의 필요성을 강조하고 있는 점은 공통된다. 그렇지만 구체적인 논의에 있어 연구의 강조점은 다소간 상이하다. 문화콘텐츠가 문화 및 예술과의 관련성이 더 크다는 점 때문인지 공학계열 전공자들의 문화콘텐츠에 대한 연구보다는 사회계열 전공자와 어문계열 전공자의 연구가 비교적 활발한 편이다.[5]

그런데 사회계열 전공자의 연구가 상대적으로 문화산업과 각 장르별 문화콘텐츠의 실태, 산업구조나 시장동향, 문화콘텐츠 비즈니스나 문화정책 등에 치중했다면, 어문계열 전공자의 연구는 디지털 기술의 발전에 의한 새로운 예술과 문화의 변화 및 그 스토리텔링의 성격을 규명하

---

효과는 100배인 300조원 이상으로 추산된다. 그리고 세계는 더 좋은 이야기 자원을 손에 넣기 위해 고요하지만 뜨거운 전쟁을 벌이고 있다. 일본 만화를 원작으로 한 〈라이언 킹〉, 중국 설화에서 가져온 〈뮬란〉은 모두 다른 나라로 팔려간 뒤 세계를 지배하는 히트작이 됐다. 이야기산업이 곧 한 국가 경제의 동력원으로 작용하고 있다. 한국이 더 이상 지체할 수 없는 순간이며, 다른 나라의 예들에서 무언가 배울 때가 되었다.

5) 강현구, 「문화콘텐츠 개발을 위한 문학창작론」, 『한국문예비평연구』 제20집, 2006, 238~239면 참조.

고[6] 각 장르별로 기존 문화콘텐츠의 서사구조 등을 분석하는 데 힘을 기울였다. 이렇듯 두 분야 전공자들의 연구가 다소간 차이를 보이지만, 결국 디지털시대를 맞은 새로운 문화예술의 탄생, 스토리텔링의 새로운 가능성, 그리고 특정 문화콘텐츠 분야나 산출물에 대한 인문학적 분석 등을 펼쳐 보이며 문화콘텐츠 연구에 많은 기여를 한 것이 사실이다.

그러나 이제는 이러한 연구로부터 더 나아가 각 분야의 문화콘텐츠 산출에 직접적으로 기여할 수 있는 보다 새로운 이야기의 개발, 이러한 이야기를 다양한 스토리로 만들어 내는 기획능력, 그리고 스토리텔링 같은 창작방법론을 구체적으로 연구하면서 능력을 가진 많은 이야기꾼을 길러내야 할 것이다. 아울러 그 관심분야도 게임이나 영화, 그리고 방송드라마에만 편중할 것이 아니라 에듀테인먼트나 오디오북, e-book, 모바일 콘텐츠처럼 문화콘텐츠의 신생 영역에까지 확장되어야 한다. 특히 문화콘텐츠의 기획이나 제작에 있어 문학적 상상력과 창작론이 두드러지게 부각될 수 있는 장르 혹은 분야라면 더욱 관심을 기울여야 할 것이다. 왜냐하면 디지털스토리텔링은 차세대 문화콘텐츠의 핵심으로 떠올랐으며, 실제로도 사회와 경제와 문화 등 전 분야에서 디지털스토리텔링 기법을 활용하고 있기 때문이다. 한 분야의 스토리텔링 연구와 실제 응용에서 축적된 방법과 기술 등을 다른 분야에도 적용시킬 수 있

6) 이와 관련된 대표적인 논의들은 다음과 같다. 디지털 미디어 기술의 발전에 따라 새롭게 재구성된 담화형식이라 할 수 있는 디지털스토리텔링을 게임, 애니메이션, 웹뮤지엄 등의 여러 영역에 걸쳐 탐구한 『디지털스토리텔링』(이인화 외, 황금가지, 2005), 『스토리텔링』(조은하 외, 북스힐, 2006), 애니메이션 게임, 에듀테인먼트 등의 장르별로 장르마다의 서사학을 규명하고자 노력한 『디지털 게임 스토리텔링』(한혜원, 살림, 2005), 『디지털 애니메이션 스토리텔링』(배주영, 살림, 2005), 『한국형 디지털스토리텔링』(이인화, 살림, 2005), 이른바 미디어문학에 의한 신국문학 연구의 필요성을 제기하며 영화, 애니메이션, 게임, 광고 등 미디어의 시나리오를 문학적 관점에서 접근한 『미디어 문학의 이해』(설성경 외, 새미, 2005), 한국, 일본, 미국의 애니메이션 서사구조를 분석한 『애니메이션 서사구조와 전략』(박기수, 논형, 2004), 그리고 스토리텔링이 디지털 매체와 상품, 일상생활 등 여러 산업 분야에서 활용하고 있는 점을 연구한 『문화산업과 스토리텔링』(최혜실 외, 다홀미디어, 2007) 등이 있다.

어야 하는 이유다.

## 2. 스토리텔링과 디지털스토리텔링의 상관성

스토리텔링은 사건에 대한 진술이 지배적인 담화 양식이다. 사건 진술의 내용을 스토리라 하고, 사건 진술의 형식을 담화라 할 때[7] 스토리텔링은 스토리, 이야기가 담화로 변화는 과정에서 세 가지 의미를 모두 포괄하는 개념이다. 이런 포괄적인 개념이 대두된 것은 현대 이야기예술에서 행위와 결과물, 즉 이야기하기의 행위(conduct)와 이야기 자체(contents)를 동시에 지칭하는 경우가 많아졌기 때문이다.[8] 이것은 프로그래머와 사용자, 프로그램과 프로그램 참여 행위의 경계가 허물어지는 디지털 환경의 특징과 상통한다고 말할 수 있다. 형식적으로 스토리텔링은 사건과 인물과 배경이라는 구성 요소를 가지고, 시작과 중간과 끝이라는 사건의 시간적 연쇄로 기술된다는 점에서 논증, 설명, 묘사 같은 다른 담화 양식과 구별된다.[9] 또한 내용적으로 스토리텔링은 사건에 대한 순수한 지식이 아니라 화자와 주인공 같은 인물의 형상을 통해 사건을 겪은 사람의 경험을 전달한다는 점에서 단순한 정보와도 변별된다.[10]

이와 같은 형식적·내용적 특징들은 스토리텔링에 고유한 역할을 부여한다. 오늘날 IT 혁명이 만든 정보의 홍수는 인간 두뇌의 정보 처리

---

7) 시모어 채트먼, 김경수 옮김, 『영화와 소설의 서사 구조』, 민음사, 1989, 22~23면.

8) 예를 들어 '게임'이라는 말은 컴퓨터 기기에 장치된 놀이를 위한 프로그램이라는 개념과 게이머가 프로그램을 이용해 놀이를 하는 행위라는 개념을 동시에 지칭한다.(최유찬, 「게임의 서사」, 『내러티브』 제2호, 75면)

9) 전경란, 「디지털 내러티브에 관한 연구」, 이화여대 박사학위논문, 2003, 24면.

10) 발터 벤야민(W. Benjamin)은 이 같은 이야기와 정보의 차이점을 정리하고 있다.(발터 벤야민, 반성완 옮김, 『발터 벤야민의 문예이론』, 민음사, 1983, 170~172면 참조)

능력을 넘어서고 있다. 기존의 많은 지식이 새로운 지식으로 대체되고 있으며 더욱 더 세분화, 전문화되고 있다. 그래서 우리는 자신이 관여하는 매우 좁은 분야의 지식을 소화해 내기도 힘들게 되었고 나머지 방대한 분야의 지식에 대해서는 무지할 수밖에 없게 되었다.

스토리텔링에 대한 사회 각 분야의 광범위한 요구는 삶의 전체적 파악이 불가능해지는 이런 인식론적 위기와 관련되어 있다. 정보의 홍수 앞에 절망한 사람들은 논리적・연역적 사유의 한계를 절감하고 단순한 정보보다 사건을 겪은 사람의 경험을 통해 한 번 걸러진 담화, 즉 스토리를 원하게 된다. 말하자면 서사적・상징적 세계를 통해 삶을 전체적으로 파악할 수 있는 스토리텔링의 감성적・직관적 사유를 요청하고 있는 것이다. 이 같은 상황에 처한 정보화 사회의 요구에 의해 디지털 미디어 기술과 결합한 새로운 스토리텔링, 디지털스토리텔링이 나타난 것이다.

한편 디지털스토리텔링이란 디지털 매체를 기반으로 하며, 디지털 기술을 매체 환경 혹은 표현 수단으로 수용하여 이루어지는 스토리텔링이다.[11] 디지털 기술을 매체 환경으로 수용한 예로는 모바일 영화, 인터랙티브 드라마, 웹 광고, 웹 에듀테인먼트, 웹 BI, 인터랙티브 논픽션 등을 들 수 있다. 이와 같은 서사 콘텐츠들은 상호 작용성, 네트워크성, 복합성이라는 디지털 미디어적 특성에 의해 소설과 같은 전통적 스토리텔링과 확연히 구분된다. 이들은 또 장치 면에서도 컴퓨터, 모바일, 인터랙티브 텔레비전이라는 별도의 매체를 이용한다. 미시적으로 파악할 때 디지털 스토리텔링은 컴퓨터 기반의 정보 기술이 만들어 낸 디지털 콘

11) 영화를 비롯한 미디어 영상물은 대개 여섯 단계의 표준 제작 공정으로 만들어진다. ① 기획 개발(Development) ② 제작 준비(Pre -Production) ③ 제작(Production) ④ 후반 작업(Post-Production) ⑤ 배급(Distribution) ⑥ 상영(Exhibition)이 그것이다.(베니 김, 『영화 매니지먼트』, 문지사, 2002, 159~183면) 여기서 디지털 스토리텔링이란 ①에서 ⑥에 이르는 매체 환경 전체에 디지털 기술이 수용되거나, 최소한 ①에서 ④에 이르는, 이야기에서 담화까지의 창작에 표현 수단으로 디지털 기술이 수용된 경우를 말한다.

텐츠의 일부 영역이다. 이때 적용되는 스토리텔링은 동일한 사건에 대해 서로 다른 진술이 가능한 다중 형식 이야기 정도로 이해되며,[12] 이야기 예술로서의 수준은 떨어진다. 그러나 거시적인 관점에서 볼 때 디지털스토리텔링은 인류가 현존 질서를 유일한 현실로 받아들이기를 거부하고, 이야기 예술을 통해 새로운 자유의 영토를 탐구해 온 오랜 노력의 결과물이다. 인류는 항상 자신에게 주어진 세계에 만족하지 않고 보다 잘 이해할 수 있고, 보다 정의로우며, 보다 멋있고 사리에 맞는 '또 다른 세계'를 추구해 왔다. 이 같은 추구 때문에 무수한 이야기꾼들이 자신의 이야기로 또 다른 세계의 허구적인 구성틀들을 만들어 냈다. 바로 서사와 이미지, 동영상과 상호 작용성이 통합되어 완벽한 몰입의 허구적 구성틀을 창출하는 디지털스토리텔링이야말로 인류가 소망하던 꿈의 이야기 기술이라고 말할 수 있다.

## Ⅲ. 디지털스토리텔링의 과제와 올바른 방향

### 1. 문화산업과 스토리텔링의 결합

컨버전스 시대가 되면서 지금까지 다른 영역으로 치부되던 각 장르를 모두 관통하는 공통 요소를 도출하여 영역의 개별적 발전이 전체에 시너지 효과를 주는 방안 마련이 시급해졌다. 문화콘텐츠는 텍스트 콘텐츠(출판・신문・잡지・출판문화), 디지털 이전의 비텍스트 콘텐츠(공예품・미술품・공연), 시청각 콘텐츠(방송・영상・광고・영화・비디오・음반), 디지털 콘텐츠(애니메이션・게임・디지털・모바일)로 나눌 수 있는데, 이들 장르의 원활한 소통과 교섭은 부가가치 창출의 핵심

12) 자넷 머레이, 한용환, 변지연 옮김, 『인터랙티브 스토리텔링』, 안그라픽스, 2001, 34~77면.

이라 할 수 있다.

그런데 이들 장르의 소통을 가능하게 하는 것이 스토리텔링이라는 사실이다. 스토리텔링이란 문학・만화・애니메이션・영화・게임・광고・디자인・홈쇼핑・테마파크・스포츠 등의 이야기 장르를 아우르는 상위 범주라 할 수 있다. 상위와 하위, 각각의 이야기 장르들은 서로 미학적 영향 관계 속에 있다. 여기서 스토리텔링은 서사 형식의 원형질로 존재한다. 따라서 각각의 장르들은 스토리텔링이란 공통점을 지니면서도 매체의 특성 때문에 형식상의 차이를 갖게 된다. 예를 들어 이야기가 종이 매체에서 표현될 경우 문학이 되고, 영상 매체에서 표현될 경우 영화가 되며, 디지털 매체에서 표현될 경우 게임 등 디지털 서사가 된다.

이와 같이 하나의 스토리텔링은 다른 매체로 옮겨가면서 매체 변주를 하게 되고 새로운 표현 방식을 획득하게 된다. 이러한 현상 자체가 OSMU(One Source Multi Use)를 대변하며 하나의 콘텐츠가 여러 매체의 콘텐츠로 변주되면서 문화상품을 양산하는 문화콘텐츠 산업의 특징을 보여 준다.[13]

문화기술이란 '산업'과 '기술'의 개념에 문화예술을 근간으로 하는 산업이 존재할 수 있다는 새로운 발견으로부터 출발했다. 이것의 출발은 과학기술자에 의존할 수밖에 없었으며, 이것이 주목받기 시작한 것은 고도의 부가가치를 지닌 산업이라는 사실 때문이다. 그리고 바야흐로 문화산업이 한국 경제의 성장을 이끌어 갈 새로운 성장 엔진으로 각광받고 있는데, 그 이유는 문화산업의 경이적인 성장률에서 기인한다.

그런데 그간 문화예술인은 예술의 진정성을 외치며 자본에 함몰되는

13) 한국의 문화콘텐츠 중 OSMU가 가장 고르고 다양하게 된 작품이 〈아기공룡 둘리〉라고 한다. 1983년 어린이잡지 ≪보물섬≫에 연재되면서 시작된 '둘리'는 1985년 롯데삼강 '둘리바'로 개발되었고, 학용품, 장난감, 만화 단행본, TV 애니메이션으로 제작되기도 했다. 또한 극장 애니메이션・에듀테인먼트 장르 등에도 진출했으며, 2003년에는 둘리박물관・둘리거리・둘리미용실까지 등장했다.(최혜실 외, 『문화산업과 스토리텔링』, 다홀미디어, 2007, 17~19면 참조)

세계에 반대해 왔다. 이것이 예술과 상품을 구분해야 한다는 논리이기도 했다. 이 간극을 극복하기 위해서는 상품과 예술의 교환 관계가 디지털 시대의 새로운 패러다임이라는 사실을 인식해야 한다. 또 오늘날은 예술작품과 상품의 관계도 이미 모호해졌다.

이제 문화예술과 과학기술・산업이 어떤 방식으로 융합되어야 할 것인가에 주목해야 한다. 여기에 대해서는 아직 답이 없다. 단 융합은 이제 시작에 불과하며, 삼자는 자신의 영역에 무게 중심을 두며 열린 태도로 융합을 모색해야 한다는 점이다. 그런데 이 융합의 단계에서도 생각해 볼 수 있는 것이 스토리텔링이다. 특히 스토리텔링이 디지털 매체로 이동하면서 발생하는 문화콘텐츠의 지각 변동은 실로 엄청나다. 이 때문에 스토리텔링을 중심으로 문화산업의 미래를 생각해 보는 것은 현시점에서 반드시 필요한 일이다.

한편 문화원형과 스토리텔링의 결합은 경제적인 부가가치 창출뿐 아니라 국가 브랜드 가치 제고에도 기여할 수 있다. 문화원형 분야의 CT가 성과를 거둔 사례로는 충남 역사문화원[14] 등이 행한 전통문화유산 콘텐츠화 사업을 들 수 있다. 전통문화유산 속의 문화원형을 추출해 내어 이를 다른 문화콘텐츠 분야에서 활용 가능토록 함으로써 문화원형 소재가 다양한 문화산업에 적용될 수 있게 된 것이다.

문화원형 스토리텔링의 디지털 콘텐츠화 사업이 소기의 성과를 거두면서 최근에는 드라마를 중심으로 게임・영화・뮤지컬・연극은 물론이고, 패션・음악 등 다양한 분야에서 문화원형에 관한 스토리텔링 개발이 이뤄지고 있다.[15] 이렇게 한 장르가 성공했을 때, 다른 장르로 활용

14) 충남 역사문화원은 백제시대의 대표적인 문화유산인 무령왕릉의 출토 유물을 분석해 디자인의 밑바탕이 되는 원형들을 추출해 냈을 뿐만 아니라 무령왕릉과 무령왕 일대기에서 시나리오적 요소를 추출했다. 그리고 그것은 다양한 매체의 스토리텔링 등에 이용 가능하게 되었다.

15) 드라마 〈대장금〉의 인기와 열풍이 중화권과 인도를 넘어 중동 지역까지 뒤덮고 있다. 이처럼 중화권을 넘어 인도와 이란에서까지 인기를 끄는 이유는 여성의 자아성취라는 보편적인 소재를 다루면서 한국적인 아름다움과 음식문화를 선보이기 때문이다. 실제 〈대장금〉을 시청한 외국인들은 "한국의 다

·개발되는 것은 디지털 컨버전스 시대의 특성이다. 이제 중요한 것은 하나의 스토리텔링을 매체 장르에 알맞게 각색하는 방법이다. 이 때문에 원 장르와 활용될 장르의 매체 특성을 정확히 파악하고 재능 있는 시나리오 작가를 개발하는 노력이 병행되어야 한다.

## 2. 담화방식의 전환과 매체의 심층적 분석

담화란 주어진 이야기를 어떻게 설명할 것인가에 대한 것이다. 기존의 서사 양식에서 담화는 곧 서술이나 서술자의 몫으로 남겨졌다. 이는 기존의 서사 양식들이 주로 시간을 바탕으로 창작되었기 때문에, 플롯의 선후 관계를 뒤바꾸거나 인물의 내면을 현재적으로 재현하는 것이 목표가 되었던 것이다. 그러나 디지털스토리텔링에서는 시간적인 배치도 중요하지만, 시각적 영상의 역할이 강화되면서 공간적인 배치와 대상의 묘사가 더욱 중요해진다.

따라서 주어진 내용을 디자인하고, 인터페이스를 사용자의 환경에 맞도록 개선하는 작업 자체가 새로운 담화 방식의 실천이 된다. 문자 문화의 권위가 영상으로 옮겨지면서 시각적인 측면의 행위와 묘사들이 모두 하나의 서술 행위로 인정받게 된 것이다. 단지 읽고 쓰는 행위만이 의사소통의 방법이 아니라는 것을 이미지는 증명하고 있는 셈이다. 이미지

---

채로운 궁중 의상과 아기자기한 음식 문화에 경이로움을 느꼈으며, 여성을 주인공으로 해서 이야기를 진행하는 방식이 독특하고 많은 호기심과 궁금증을 가지게 한다" 등의 반응이 주를 이룬다. 인도와 이란 등에서 인기를 끈 이유는 여성의 사회진출과 권익신장을 이루는 시점이라는 점에서 출생의 비밀을 지닌 여주인공이 온갖 역경을 딛고 궁중 최초의 여성 어의(御醫) 지위에 오른다는 설정이 공감과 환호를 이끌어 낸 것으로 보인다. 이러한 현상은 문화원형 소재를 잘 녹여낸 스토리텔링이 질 좋고 다양한 유형의 콘텐츠로 성공할 수 있다는 것을 보여 준다. 특히 궁중음식·궁중의복 등은 다양한 문화상품으로 개발되었다. 최근에 드라마 〈황진이〉의 스토리텔링이 여러 콘텐츠로 개발되고 있다. 이같이 역사적 인물을 재조명하는 스토리텔링 개발은 '원 라이프 멀티 스토리'라는 관점에서 지속적으로 이어질 것이다.

는 문자보다 더 확실하면서도 직접적인 피드백을 얻을 수 있으며, 문자보다 더 사실적으로 현실을 재현할 수 있다. 이러한 이미지의 등장은 이미지를 주요한 정보 전달 수단으로 사용하는 영화나 애니메이션의 담화에만 영향을 끼치는 것이 아니다. 문자를 통한 매체들도 이미지와의 결합을 중시하면서 문자와 이미지가 혼합된 담화 방식이 주목받고 있는 것이다.

이는 단순히 만화처럼 이미지가 상황을 제시하고 문자가 대사를 전달하는 서술과 묘사의 이분된 상황을 의미하지 않는다. 오히려 대부분의 서술적 메시지를 영상과 이미지가 전달하는 전도된 콘텐츠로 창작될 가능성이 높다. 찰리 채플린의 무성영화에서 문자와 대사의 의도적인 삭제가 가져오는 긴장감은 영상을 통한 메시지의 전달을 매우 효율적으로 유지하도록 만들어 준다. 이와 같은 긴장감은 영상을 통한 커뮤니케이션이 가지는 내면 심리 전달의 어려움을 발전시키는 계기가 되었다.

또한 디지털스토리텔링은 사용자의 참여가 보장되는 상호 작용적인 환경이 조성되어 있다. 따라서 문자와 이미지, 영상, 상호 작용성이 복합적으로 작용하는 새로운 매체에 대한 다양한 담화 방식이 연구되고 개발되어야 할 것이다. 디지털스토리텔링의 범위는 새로이 개발되는 매체와 플랫폼에 따라 확장되고 재편되고 있다. 예컨대 휴대용 전화기가 초기에는 음성을 전달하는 수단에 불과했으나, 문자・영상・게임・전자 결제의 수단으로 그 영역을 넓혀가고 있다. 최근에 들어서는 모바일 게임이 독립된 시장으로 형성될 만큼 그 가능성을 인정받고 있다. 따라서 급격하게 변화하는 매체와 플랫폼에 대처할 수 있는 연구가 시급하고도 필요한 것이다.

그러나 기존의 연구들은 전통적인 장르론과 장르의 역사를 탐구하는 데 중점을  두어 왔다. 문학 연구는 문자와 언어를 통한 이야기와 담화의 관계 설정에만 관심을 기울여 왔기 때문에, 영상과의 상호 작용성을 통한 새로운 방식의 정보 전달에 적응하지 못하고 있다. 이러한 실정에서 디지털스토리텔링은 문학 연구에서 정점을 이룬 서사 이론과 여러

매체들의 특성들을 조화시켜 각각의 콘텐츠들을 서사 양식으로 기능하도록 만드는 데 일조할 수 있는 방안이 된다. 그러기 위해서는 디지털 영화, 디지털 애니메이션, 컴퓨터 게임 등 엔터테인먼트 스토리텔링과 브랜드 이미지, 웹 광고, e-러닝, 디지털 박물관 등 인포메이션 스토리텔링에 해당되는 각 매체들의 독자적인 특성들을 연구하여 이야기와의 결합 가능성을 타진해야 하는 것이다.

## 3. 새로운 스토리와 형식 개발, 그 창작의 시스템화

스토리텔링은 스토리를 전달하는 인류의 오랜 담화 형식이었다. 그리고 디지털 미디어 기술에 의해 이 같은 담화 양식이 새롭게 재구성된 것이 디지털 스토리텔링이다. 오늘날 디지털 콘텐츠 산업의 가장 큰 시장을 점유하고 있는 컴퓨터 게임을 비롯하여 애니메이션, 디지털 영화, 웹 에듀테인먼트, 웹 뮤지엄, 웹 광고, 컴퓨터 커뮤니티 등의 콘텐츠들은 모두 스토리에 대한 인간적인 욕망 위에 존재하고 있다.

정보화 혁명은 정보의 자유로운 축적과 교환을 가져왔지만 인간 두뇌의 한계를 넘어서는 정보의 급증을 야기했다. 즉 정보화는 무지(無知)의 아이러니를 가져왔다. 지금도 월드 와이드 웹에서는 1분당 하나씩 새로운 사이트가 등장하고, 새로운 논문과 새로운 신문 기사와 새로운 책들이 태풍 속의 폭우처럼 쏟아진다. 인류는 이제 정보의 홍수 속에서 오히려 무지를 느끼며, 정보가 유력한 자원이 되는 정보사회를 살면서 상대적으로 도태되는 박탈감을 느낀다. 발생하는 정보량에 미처 따라가지 못하는 이러한 시대 앞에 위축되고 왜소해진 인류는 그래서 그 어느 때보다 간절하게 스토리를 갈망하고 있다.

인류의 문화는 솔직하고 재미있고 감동적인 스토리와 더불어 진보해 왔다. 스토리는 사건을 겪은 사람의 경험을 중심으로 한 번 걸러진 지식, 알기 쉽고 습득하기 쉬운 지식을 제공함으로써 인류로 하여금 복잡

한 상황에서 질서를 찾고 혼돈의 현실로부터 가치를 통찰하도록 도와주었다. 스토리가 만들어 내는 서사적이고 상징적인 세계는 복잡한 사회 변화 속에서도 삶의 전체적 파악을 가능케 해주는 소중한 수단이었다.

지난 세기까지 우리에게 익숙했던 '소설'은 자본주의적 근대화 시절의 스토리였다. 사회를 움직이는 힘이 토지 자본으로부터 산업 자본으로 이동하자, 토지에 근거한 집단들이 해체되고 인간은 개인으로 파편화되었다. 이때 고향에서 유리되어 익명의 도시에 내던져진 사람들에게 중요했던 것은 '나는 누구냐'라는 개인의 정체성 문제였고 소설은 바로 이 같은 사람들의 의식과 생활을 스토리로 보여줌으로써 근대 시민 문화의 주인공이 될 수 있었다.

마찬가지로 21세기 정보화 혁명은 새로운 상황을 만들었다. 디지털 미디어 기술은 문자, 소리, 영상, 동영상을 하나로 묶어 초고속 광역 통신망 속에서 자유롭게 다운받고 변경하고 다시 네트워크에 올리게 만들었다. 정보의 제공자와 사용자가 양방향 커뮤니케이션 속에서 자유롭게 상호 작용하고 각 개인의 컴퓨터는 파일 교환 소트프웨어에 의해 무한정의 자료를 가진 도서관과 영화관으로, 세계 최대의 복사기로 변해갔다.

이러한 문화의 변화에 따라 사회 운용의 힘이 산업 자본으로부터 정보 통신 자본으로 이동하고, 산업 사회가 만든 개인의 공간이 해체되는 새로운 국면이 나타났다. 디지털시대 인류 사회가 요구하는 새로운 스토리 형식은 컴퓨터 게임과 애니메이션, 디지털 영화, 에듀테인먼트, 웹 박물관, 웹 광고, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC) 등이다. 디지털 미디어 기술은 스토리 창작의 기회를 수평적으로 확장시켰고, 창작자와 수용자의 민주적 상호 작용을 촉진시켰으며, 스토리 형식 사이의 장르적 통합을 도출하였다. 폭증하는 정보 때문에 논리적·개념적 사유의 한계를 절감한 인류는 점점 더 이야기의 감성적·형상적 사유에 의지하게 되고, 이러한 스토리의 요구는 디지털 미디어 기술을 통해 더욱 몰입적이고 더욱 전방위적인 스토리 형식들을 만들어 내고 있는 것이다.

따라서 디지털스토리텔링에서는 새로운 서사의 틀이 필요하다. 디지털 기술의 발달이 서사의 내용과 방법마저 결정하는 시대가 됐다. 아날로그 방식의 소설과 영화가 보여주는 전통적 서사와는 다른 새로운 서사의 틀이 필요하다. 일례로 모바일 전화기 화면에 4~5분짜리 다큐멘트리가 상영되는 시대다. 그러나 긴 장편 구조의 서사는 이런 틀에 적합하지 않다. 디지털시대에 맞는 스토리는 분명히 이전의 서사와 다른 점이 있다. 영국 작가 톨킨의 『반지의 제왕』이 처음 발표되었을 때는 '영문학의 재앙' 취급을 당했지만, 지금은 디지털시대 최고 흥행의 성공 상품이 되었다.[16] 이 작품은 하나의 큰 줄거리 속에 독립적인 이야기들이 병렬로 연결된 서사구조라는 점이 주목된다. 이런 서사 구조는 영화와 게임, 모바일 콘텐츠 등에서 쉽게 활용할 수 있는 것이 장점이다.

그런데 이러한 디지털 영화, 애니메이션, 컴퓨터 게임 등의 개발에 절대적으로 필요한 것은 훌륭한 스토리다. 허구적인 양식에 대한 자발적인 믿음이 저절로 생겨나는 것이 아니라, 잘 짜여진 '스토리 밸류'를 바탕으로 해서 생기(生起)되기 때문이다. 인류 역사에서 민담과 설화에서 수많은 스토리들이 변형되고 발전해 온 것을 떠올려 볼 때, 스토리 원형이 되는 모티프의 연구는 필수적이다.[17] 그렇다면 디지털스토리텔링에

16) 톨킨의 소설, 특히 『반지의 제왕』은 적어도 디지털스토리텔링과 같은 새로운 이야기를 갈망하는 독자들에게는 완벽한 영감의 원천이 되었다. 무엇보다 허구적 공간을 구성할 수 있는 모든 요소들, 즉 캐릭터와 지형과 배경 이야기의 방대한 구상에 성공했다. 그리고 그는 생생한 캐릭터 디자인을 중심으로 이 방대한 이야기를 권력을 둘러싼 스토리 밸류의 주도적 아이디어로 정리했다. 겁 많고 소심했던 프로드 일행은 용감한 반지의 사자로 의미 있는 변화를 보여주며 이 과정에서 캐릭터가 가진 은유적 복합성은 관객들로 하여금 그들의 운명에서 잠시도 눈을 뗄 수 없게 만든다.

17) 블라디미르 프롭이 정리한 민담의 형태들은 과거 구술적인 전통의 민담과 전설들을 정리하기에는 편리한 측면을 지니고 있지만, 복잡다단한 다중 형식의 플롯을 사용하는 디지털 콘텐츠의 이야기들을 분류하는 데는 적합하지 않다. 스토리는 그 자체의 원형만으로도 가치를 지니기는 하지만, 현대소설과 영화의 기법에 익숙한 관객들을 만족시키려면 변형을 거쳐야 하는 것이다. 이는 수사적 변형(한 모티프의 확대, 축소, 복제), 논리적 변형(반대항목들을 그대로 유지하려고 하는 것), 역사적 변형(모티프의 유형이 사회

서 역시 지금까지 만들어진 원형 모티프들을 주제와 인물, 상황에 따라 분류하여 이에 대한 변형의 형태들을 정리할 필요가 있다. 사실상 이러한 모티프의 변형과 주제별 정리는 거대한 시스템을 필요로 한다. 그렇더라도 『길가메시 서사시』에서부터 『햄릿』을 거쳐 「매트릭스 2」와 「파이널 판타지 10」에 이르기까지 서사 양식의 이야기와 담화들과 모티프의 상관관계가 정리될 때 디지털 콘텐츠의 질적인 발전이 기대될 수 있다. 이는 궁극적으로 소설에서부터 영화, 게임까지의 모든 장르를 아우르는 창작의 시스템화를 시도하는 것이기도 하다.

그런데 문제는 우리에게 이야기를 만들어 내는 기획 능력이 떨어진다는 것이다. 우리의 디지털 기술은 매우 발달해 있지만 이야기의 내용과 개발이 그에 미치지 못하고 있다. 신화와 전설 같은 인문학적 콘텐츠들을 확보하고, 온라인상에서 통하는 이야기의 구성 원리를 찾아내어 이 둘을 결합시키는 등의 방안이 시도되어야 할 것이다.

## 4. 창작론의 개발과 범위의 확장

지금은 이야기 전쟁 시대다. 누가 더 많은 이야기 자원을 확보해 이를 재미있게 만들어 내느냐가 한 국가의 미래를 좌우할 수도 있는 시대에 살고 있다. 문제는 우리가 이야기 산업의 21세기적 중요성을 크게 인식하지 못하는 데 있다. 그 결과 이야기 산업 선진국들의 하청 생산기지 위치에서 벗어나지 못하고 있다.[18] 이야기 전쟁에서 질 경우 선진

---

와 역사에 따라 변함) 과 같은 형태로 존재하다. 관객들은 변형된 모티프를 통해 원형 모티프의 이야기적 재미를 그대로 경험하면서도 동시에 시대와 역사, 상황에 맞는 흥미진진함을 그대로 맛볼 수 있게 되는 것이다.(블라디미르 프롭, 최애리 역, 『민담의 역사적 기원』, 문학과지성사, 1990, 18면)

18) 이에 반해 중국은 이야기 산업 성장률에서 우리를 압도하고 있다. 우리나라의 이야기 산업 성장률(2002~2005)은 GDP 4.5% 증가율의 2배인 9.8% 성장률을 보였다. 그러나 같은 시기 중국은 GDP 8.9% 증가율의 3배인 26.5%의 높은 성장률을 기록했다.

국 도약이 어려울 뿐만 아니라 문화적 식민지가 될 가능성이 높다. 그러므로 이제부터라도 이야기 산업의 경쟁력 제고를 위한 유통 및 디지털 기술 등 정부의 적극적이고 총체적인 지원이 이루어져야 할 것이지만, 무엇보다 국내외 이야기를 재미있는 상품으로 창조해 내는 유능한 스토리텔링 작가들을 양성해야 하며, 이를 위한 창의력 중시 교육 시스템의 구축 및 이의 실제 활용이 뒤따라야 할 것이다.

문화콘텐츠 장르 중 에듀테인먼트 출판물은 에듀테인먼트 산업의 급성장과 에듀테인먼트 출판물의 산출에 있어 스토리텔링 같은 문학창작론과 관련된 사실들의 중요성 때문에 최근 빈번한 연구 논의의 대상이 되고 있다. 에듀테인먼트(edutainment)란 교육(education)에 오락(entertainment)을 결합시킨 신조어다. 국가적・개인적 경쟁력을 위해서 필수적으로 지속되어야 할 교육을 보다 더 효과적으로 전수하고자 오락의 즐거움을 한데 묶어보자는 발상이다.

특히 풍요롭고 여유로운 환경과 오락의 즐거움에 익숙한 새로운 세대에게 무겁고 어려운 교육을 관행적이고 일방적으로 전달하는 것은 더 이상 효율적이지 못하다는 판단에 따른 것이며, 아울러 디지털 기술의 눈부신 발전에 힘입어 소리, 음악, 동영상, 문자 등을 자유롭게 전달할 수 있는 멀티미디어적 환경 자체도 기존의 교육방식에 변화를 가져올 필요성과 가능성을 불러 일으켰다.

그리하여 실제 교육의 모든 영역에서 쉽고 재미있게 지식과 정보를 전달하고자 하는 움직임이 일고 있으며, 그것은 과학, 수학, 경제학, 어학 등의 지식이나 정보를 게임, 추리물, 만화, 영상물 등의 오락물 형태로 제작하는 것으로 나타나고 있다. 이런 에듀테인먼트는 교육에 대한 폭넓고 열정적인 필요성 때문에 유수한 기업과 제품을 탄생시키며 급격하게 신장되고 있다.[19] 그런데 이처럼 에듀테인먼트 분야의 급성장과 함께 우리가 주목해야 할 사항이 있다. 특히 역사, 지리, 수학 등과 같은

19) 강현구, 앞의 논문, 239면.

에듀테인먼트 출판물의 경우 전달하고자 하는 교육적 내용을 재미있게 구성하기 위해 동원하는 만화, 게임, 신문, 동화 등의 형태에 있어 추리물이나 가상 역사소설의 활용, 스토리텔링 방식의 다양한 실험, 영웅담 서사구조의 차용 등과 같이 문학 혹은 문학창작론과 관련된 사실이나 기능이 매우 중요하게 역할을 하고 있다는 점이다. 달리 말해 에듀테인먼트 출판물의 산출에 있어 문학창작론의 활용이나 논의가 매우 유용하다는 사실이다.

관건은 다양한 스토리텔링 방식의 도입이다. 김영사의 '앗시리즈'는 역사, 고전, 자연, 문화, 예술, 스포츠 등의 분야에 관한 지식이나 정보를 만화, 일러스트레이션, 퀴즈, 일기 등의 방식을 동원하여 쉽고 재미있게 전달하려 기획된 시리즈로 현재 1백 권이 넘는 방대한 규모로 출간되었다. 그 가운데 스토리텔링 방식의 다양한 실험과 관련하여 '아찔아찔 아서왕 전설'을 보면 바로 영국의 전설적인 왕 아서에 대한 이야기를 담고 있는데, 에듀테인먼트와 관련된 중요한 한 가지 사실을 시사한다. 크게 보면 옴니버스 스타일의 스토리텔링에서, 좁혀 보면 역사상 중요한 인물의 일대기를 다루는 스토리텔링까지 중요한 점이 무엇인지를 말해주고 있다. 그러나 무엇보다도 중요한 점은 필자가 각 절마다 전달하려는 이야기의 내용과 가장 잘 부합하는, 그래서 이야기를 효과적이고 재미있게 전달하려는 의도를 잘 성취하고 있다는 점이다. 즉 '아찔아찔 아서왕 전설'은 아서왕과 관련된 흥미로운 이야기 10가지를 택하여 그 각각의 이야기마다 그 이야기를 가장 효율적으로 전달하기 위한 스토리텔링 방식을 각기 달리하고 있다. 바로 하나의 주제나 화두 아래 묶일 수 있는 다양한 이야기를 모은 옴니버스 형태의 콘텐츠나, 한 인물의 생애를 중심으로 이야기의 외연의 폭을 확대하여 연관성이 있는 간접적인 사건까지도 집중적으로 조명하여 입체적인 역사기술 혹은 전기를 서술하는데 있어 독자들의 흥미를 끌면서도 이야기의 의미나 정서를 세심하고 효율적으로 전달할 수 있는 다양한 스토리텔링 방식의 도입이 얼마나 중요한 것인지를 확인시켜 준다.

아울러 그것은 우리가 스토리텔링 방식의 선택에 있어 전통적인 기술법과 함께, 현재 대중 특히 에듀테인먼트의 주 수용층인 유년이나 청소년들이 선호하는 대중 매체의 스토리텔링 방식에 열린 자세를 보여야 한다는 점도 시사하고 있는 셈이다. 그리고 이에 더하여 이제까지는 일상적이고 사적이어서 깊이있는 사고력이나 정서를 반영하는 데 미흡하다고 간주되었던 일기나 편지 등의 양식도 에듀테인먼트 세계에서는 아주 효율적인 스토리텔링 방식으로 거듭날 수 있음을 보여준다.

이는 이제 국가경쟁력이 된 문화콘텐츠 분야의 지속적 성장을 위해서 문화콘텐츠 산출을 위한 문학창작론의 개발이 중요하다는 사실을 말해주는 것이며, 한편으로는 문학 혹은 문학창작론의 외연확대에도 기여할 수 있다는 사실을 말해준다. 우리가 이런 논의들을 활성화하면 특히 문학적 상상력과 창작능력을 갖춘 많은 국문학도들이 문화산업 분야에서, 문화콘텐츠 산출 작업에서 당당하고도 주도적인 역할을 할 수 있으리라는 바람을 이룰 수 있을 것이다. 에듀테인먼트, 영화, 게임, 모바일 콘텐츠 등의 문화콘텐츠 현장에서 실무자들이 이구동성으로 이야기하는 애로점이 바로 시나리오나 스토리텔링, 인문학적 상상력의 부재다. 이러한 때 스토리 창출의 능력에 가장 근접해 있다 할 수 있는 국문학도들이 문화콘텐츠의 창작에 필요한 실효성 있고 새로운 방법론을 갖출 수 있다면 그것은 기존 국문학의 역량에 새로이 더욱 커다란 힘을 보태는 일이 될 것이다.

## Ⅳ. 결 론

지금까지 본 연구는 디지털시대에서의 문화콘텐츠와 스토리텔링의 관계, 특히 현재 디지털스토리텔링의 연구 상황에 대한 분석 및 향후 발전 방향에 대하여 고찰하였다. 디지털시대의 새로운 문학 환경과 이러한 환경에서의 새로운 글쓰기 양식으로 출현한 디지털스토리텔링의 양

상과 그것의 올바른 방향을 살펴본다면 향후 문화콘텐츠의 확장과 창출의 한 대안이 드러날 것이기 때문이다. 그러나 포괄적인 시론의 성격을 갖는 본 연구는 앞으로 지금까지 논의된 방안을 갖고서 각 장르에 대한 보다 구체적이고 심층적인 디지털스토리텔링의 연구에 의해 보완되어야 할 것이다. 지금까지 논의된 주요 내용을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 디지털스토리텔링은 차세대 문화콘텐츠의 핵심으로 떠올랐으며, 사회와 경제와 문화 등 전 분야에서 디지털스토리텔링 기법을 활용하고 있기 때문에 더욱 활성화하여야 할 것이다.

둘째, 스토리텔링이 디지털 매체로 이동하면서 발생하는 문화콘텐츠의 지각 변동은 실로 엄청나기 때문에 디지털스토리텔링을 중심으로 문화산업의 미래를 생각해 볼 필요가 있다. 따라서 보다 새로운 이야기의 개발, 기획 능력, 그리고 능력을 가진 많은 이야기꾼을 길러내야 할 것이다.

셋째, 신화와 전설 같은 인문학적 콘텐츠들을 확보하고, 온라인상에서 통하는 이야기의 구성 원리를 찾아내어 이 둘을 결합시키는 등의 다양한 방안이 시도되어야 할 것이다.

넷째, 스토리 창출의 능력에 가장 근접해 있다 할 수 있는 국문학도들이 문화콘텐츠의 창작에 필요한 실효성 있고 새로운 방법론을 모색하여야 할 것이다. 이것은 기존 국문학의 역량에 새로이 더욱 커다란 힘을 보태는 일이 될 것이다.

# 참고문헌

## 〈저 서〉

강심호, 『디지털 에듀테인먼트 스토리텔링』, 살림, 2005.
강현구 외, 『문화콘텐츠와 인문학적 상상력』, 글누림, 2005.
고 욱・이인화 외, 『디지털 스토리텔링』, 황금가지, 2003.
김영순 외, 『인문학과 문화콘텐츠』, 다홀미디어, 2006.
김익현, 『인터넷 신문과 온라인 스토리텔링』, 커뮤니케이션 북스, 2003.
김중순, 『문화가 디지털을 만났을 때』, 계명대학교 출판부, 2005.
배주영, 『디지털 애니메이션 스토리텔링』, 살림, 2005.
이인화 외, 『디지털 스토리텔링』, 황금가지, 2006.
인문콘텐츠학회, 『문화콘텐츠입문』, 북코리아, 2006.
최예정 외, 『스토리텔링과 내러티브』, 글누림, 2005.
최혜실, 『디지털 시대의 문화읽기』, 소명출판사, 2001.
최혜실 외, 『문화산업과 스토리텔링』, 다홀미디어, 2007.
한혜원, 『디지털 게임 스토리텔링』, 살림, 2005.
발터 벤야민, 반성완 옮김, 『발터 벤야민의 문예이론』, 민음사, 1983.
블라디미르 프롭, 최애리 역, 『민담의 역사적 기원』, 문학과지성사, 1990.
시모어 채트먼, 김경수 옮김, 『영화와 소설의 서사 구조』, 민음사, 1989.
자넷 머레이, 한용환, 변지연 옮김, 『인터랙티브 스토리텔링』, 안그라픽스, 2001.

## 〈논 문〉

강현구, 「문화콘텐츠 개발을 위한 문학창작론」, 『한국문예비평연구』제20집, 2006.
김도훈 외, 「디지털 시대의 인문학 무엇을 할 것인가」, 『사회평론』, 2001.

김주환, 「디지털시대의 미술」, 『월간미술』, 2001.
류현주, 「탈구텐베르크 시대의 문학」, 『문예연구』, 2003년 여름호.
서동욱, 「인터넷시대의 소통과 책임성」, 『세계의 문학』, 2000년 봄호.
우한용, 「정보화시대 문학의 사회적 기능」, 『국어국문학』121호, 국어국문학회, 1998.
전경란, 「디지털 내러티브에 관한 연구」, 이화여대 박사학위논문, 2003.
최혜실, 「디지털 문화 환경과 서사의 새로운 양상 1」, 『문학수첩』 창간호, 2003.

이 논문은 2008년 1월 10일 투고 완료되어
2008년 1월 11일부터 1월 30일까지 심사위원이 심사를 하고
2008년 2월 5일까지 심사위원 및 편집위원 회의에서 게재 결정된 논문임.

# A study on the aspect and direction of Digital Storytelling from culture contents

Hur, Man-wook

The research which it sees until now investigated the culture contents from digital age and Digital Storytelling relationship, specially currently Digital Storytelling against the analysis against the research situation and a hereafter developmental direction.

It will have the character of include essay but and the research which it sees until the next now from to have the plan which is discussed and to each style and to confront concrete and depths Digital Storytelling by the research must be complemented.

When until now it arranges the main subject which is discussed, with afterwords it is same.

First, Digital Storytelling rose with focus of the next generation culture contents. And Digital Storytelling technique from field before society and economy and culture back. Must activate consequently more.

The second, Digital Storytelling moves with a digital medium and the perception fluctuation of the culture contents which occurs is absurd really. Digital Storytelling there is a necessity which tries to think the future of culture industry in the center because like that. Of a consequently has a development newer talk and planning ability and an ability and the talk professional route the infield will do.

Third, myth and legend is same and it secures the literature contentses which are, the composition principal of the talk which leads

at on-line and it searches inside it does. And it means the plan which the back which combines this two is various must be attempted.

The fourth, a scholar on Korean literature are necessary to the creation of the culture contents must grope a new methodology. This will be day when a newly more it makes up huge force in ability of the existing Korean literature.

Key-words : Storytelling, Digital Storytelling, the culture contents, creative writing, Culture Technology.