



## 향가의 문화콘텐츠화 방안 연구

Cultural contentization plan of HyangGa

---

저자 (Authors)	함복희 Ham Bok-hee
출처 (Source)	<a href="#">우리문학연구 24</a> , 2008.6, 133-168(36 pages) <a href="#">The Studies of Korean Literature 24</a> , 2008.6, 133-168(36 pages)
발행처 (Publisher)	<a href="#">우리문학회</a> The Studies Of Korean Literature
URL	<a href="http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE01089542">http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE01089542</a>
APA Style	함복희 (2008). 향가의 문화콘텐츠화 방안 연구. 우리문학연구, 24, 133-168
이용정보 (Accessed)	삼성현역사문화관 125.137.52.*** 2021/09/24 14:00 (KST)

---

### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

### Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

# 향가의 문화콘텐츠화 방안 연구

함 목 회\*

## 목 차

- |                   |          |
|-------------------|----------|
| I. 서 론            | 2. 캐릭터   |
| II. 향가의 문화콘텐츠화 방안 | 3. 스토리텔링 |
| 1. 스토리뱅크          | IV. 결 론  |

### 【국문초록】

본고는 향가 및 향가의 배경설화를 문화콘텐츠화 하는 방안에 관한 연구이다. 향가는 우리민족의 빼어난 정신세계를 보여주므로 문화콘텐츠화 할 경우 현대적 전송방안으로써 의미를 지니게 될 것이다. 본고는 향가와 배경설화를 하나의 맥락으로 읽어야 한다는 전제 하에 향가 텍스트와 배경설화를 문화콘텐츠화 하는 방안을 고찰한 것이다.

우리 민족의 풍부한 정서와 정신세계를 보여주는 문화유산인 향가와 배경설화는 문화콘텐츠 창작 소재 개발의 원형자료로서 활용 가치가 매우 높다. 향가와 배경설화는 문화콘텐츠 시나리오 소재를 개발하는데 적합한 다양한 문화 원형을 지니고 있어 가장 한국적 문화콘텐츠 창작 소재로 활용될 수 있다는 장점이 있다.

본고에서는 첫째, 향가 자료의 대중적 활용도를 높이기 위한 선행작업으로 스토리뱅크를 구축을 제시하였다. 스토리뱅크는 문화원형에 대한 대중적 접근성을 높일 뿐만 아니라 문화콘텐츠 산업화에 매우 유용

\* 강원대 강사

하다.

둘째, 향가 배경설화에 등장하는 다양한 인물들에 대한 캐릭터 개발을 제시하였다. 향가와 배경설화 속의 인물들은 만화나 애니메이션, 영화, 드라마, 소설, 게임의 캐릭터로 활용될 수 있는 다양성과 개성을 갖추고 있다. 향가 원천서사로부터 부여받은 캐릭터의 정체성을 현대적으로 재창조하여 현대인의 정서와 공감할 수 있는 캐릭터를 창조하는 방안을 살폈다.

셋째, 원천자료인 향가를 재가공하여 매체에 특성에 맞도록 스토리텔링 하는 방법을 제시하였다. 현대사회에서 스토리텔링은 모든 소통과 전달에 있어 핵심어라고 할 수 있다. 특히 문화콘텐츠를 만들어내는 데 있어 스토리텔링은 매우 중요하다. 보편적이면서 특수한 서사를 지니고 있는 향가의 스토리텔링 전략을 살펴보았다.

향가에 내재된 가장 한국적인 문화나 전통, 역사, 생활 등을 소재로 활용함으로써 한국적이면서 차별화된 문화콘텐츠를 만들어내는 것이 가능하다.

주제어: 문화콘텐츠화, 문화콘텐츠, 향가, 배경설화, 대중소통, 스토리뱅크, 캐릭터, 스토리텔링

## I. 서론

고전문학 작품의 문화콘텐츠 개발에서 중심은 스토리<sup>1)</sup>이고 향가 역시 예외는 아니다. 향가 텍스트와 향가 창작 동기인 배경설화는 하나의 문맥으로써 일정한 서사구조를 지니고 있다. 본고의 목적은 향가와 향가 배경설화의 문화콘텐츠화 방안에 대한 연구이다.

향가는 우리민족의 빼어난 정신세계와 정서의 정수를 보여주는 작품들이다. 향가가 지닌 미학적 가치나 문학적 위상 등에 대해서는 많은 연구가 이루어져 왔고, 그 중 향가와 배경설화의 관련 양상에 대한 연구도 어느 정도 축적되어 왔다. 향가와 배경설화는 독립적으로 보아야 한다는 견해<sup>2)</sup>도 있어 왔으나 향가는 배경설화의 맥락 속에서 읽혀야 그 의미가 온전하다는 견해가 지배적이다. 본고의 목적은 향가와 배경설화를 하나의 문맥으로 읽어야 한다는 전제 하에 향가의 문화콘텐츠화 방안을 고찰하는 것이다.

한국문학 특히 고전문학은 디지털 정보통신기술의 발달로 대중과의 친숙한 소통을 시도해가고 있다. 도서관이나 개인 서고에 묻혀 있던 문학작품들은 디지털 DB화되어 접하기 용이해져가고 있을 뿐만 아니라 문화콘텐츠의 원천자료로 재가공 되어 영화나 드라마, 애니메이션의 캐릭터, 스토리텔링의 소스로 제공되고 있다.

대개 고전문학 작품은 정규 교육과정에서 단편적으로 다루거나 전공 학과에서 다루는 게 전부였는데 재가공하여 문화콘텐츠의 소스로 삼는 방안들이 나오고 있다. 고전문학의 문화콘텐츠화로 문학과 대중은 거리를 좁히고 친숙하게 소통하기 시작하였고 문학의 외연을 확대와 고전의

- 
- 1) 스토리(Story)란 ‘등장인물의 갈등에 따른 사건의 전개양상’이고 그러한 전개양상을 ‘서사’라고 한다. 서사는 모든 스토리의 기본 형식을 이룬다.
  - 2) 李崇源, 『鄉歌 內面構造 試攷』, 『한국시가문학연구』, 신구문화사, 1983, 11면 ; 정병욱, 『한국고전시가론』 증보판, 신구문화사, 1985, 89면.

대중적인 전승이 이루어질 길을 열었다. 향가의 경우 아직 본격적인 문화콘텐츠화 대상으로 연구되거나 문화콘텐츠 산업으로 연결되지 않고 있다.<sup>3)</sup>

문화콘텐츠는 다양한 문화를 대중이 편하고 친근하게 소통하고 전승할 수 있도록 해준다는 장점이 있지만 문화콘텐츠 산업화 과정에서 문학작품이 지니고 있는 정체성을 어느 정도 유지하면서 재창조할 것인지에 대한 고민이 필요하다. 문학작품을 문화콘텐츠화 할 때 상업적 이익을 고려한 산업화에만 치우쳐서는 곤란하다. 문화적 소양이나 지식을 계승하고, 자아와 시대에 대한 성찰을 통한 인문적 사고의 확산이 가능하도록 고려해야 한다. 향가를 문화콘텐츠화 할 경우 대중과의 소통을 통한 향가의 가치 재조명이 가능할 뿐더러 문화콘텐츠산업과 연계하여 가장 한국적인 문화와 정서, 문학의 정체성을 바탕으로 고부가가치 창출이 가능해진다.

CT나 IT를 바탕으로 하는 문화콘텐츠 분야는 기술과 지식의 재창조가 핵심이다. 현대사회에서 지식이나 문화의 새로운 유통방식을 가져온 디지털 기술은 발전했는데 문제는 콘텐츠의 부족이다. 이러한 상황을 해결하기 위한 한 방안으로 정부에서는 우리문화에서 소재를 찾는 정책 방안을 수립하게 되었고, 그 방향점이 문화원형 콘텐츠화 사업이다. 문화원형 콘텐츠 사업은 우리 문화의 전반에 대한 원형 자료를 집대성하여 문화콘텐츠 산업의 리소스로 삼겠다는 것이다. 실제 이 사업은 우리 문화의 원형을 DB화 하는데 기여하고 있다.<sup>4)</sup>

향가는 한국적 문화원형을 지니고 있어 가장 한국적 문화콘텐츠 창

- 3) 향가 중 가장 활발하게 문화콘텐츠화 된 작품이 <서동요>이다. <서동요>는 드라마로도 제작되었고, 뮤지컬, 연극, 마당극, 지역축제 등으로 개발되고 있다.
- 4) 정부에서는 문화원형 자료를 집대성하여 디지털 콘텐츠화 하고, 이를 토대로 다양한 콘텐츠를 개발하여 하여, 우리 고유문화에 기초한 문화콘텐츠산업을 육성하고 토대를 구축하고 있다. 실제 한국문화콘텐츠진흥원은 애니메이션, 음악, 출판, 전자책, 만화, 캐릭터, 게임, 방송영상, 영화, 모바일 인터넷 문화콘텐츠 등의 창작 소재화가 가능한 문화원형 관련 디지털콘텐츠제작을 지원하고 있다

작 소재로 활용될 수 있는 장점이 있다. 즉 우리 민족의 풍부한 정서와 정신세계를 보여주는 문화유산인 향가와 배경설화는 문화콘텐츠 창작 소재 개발의 원형자료로서 활용 가치가 매우 높다. 본고에서는 향가의 문화콘텐츠화 방안으로 먼저 자료의 활용도를 높이기 위한 선행 작업으로써 향가의 스토리뱅크를 제시한다. 스토리뱅크는 삼국유사 소재 향가 및 배경설화를 스토리라인, 등장인물, 캐릭터리제이션 등 다양한 분석 기준에 의해 분절화 하고 이들이 사용자의 편의에 의해 검색 또는 열람될 수 있도록 체계적으로 디지털화 하는 것이다.

다음으로 향가의 인물 분석을 통해 문화콘텐츠 산업 매체에 활용할 수 있는 캐릭터를 제시해 본다. 문화콘텐츠 산업에서 OSMU는 주로 캐릭터를 중심으로 이루어지므로 인물 분석을 통한 캐릭터 정체성 창조는 매우 중요하다. 캐릭터의 정체성은 원천서사로부터 부여되므로 향가 배경설화의 서사로부터 개성 있고 매력적인 캐릭터 창조가 가능할 것으로 보인다.

마지막으로 원천자료인 향가를 재가공하여 매체에 특성에 맞는 스토리텔링 방법을 제시해 본다. 현대사회에서 스토리텔링은 모든 소통과 전달에 있어 핵심어라고 할 수 있다. 특히 문화콘텐츠를 만들어내는 데 있어 스토리텔링은 매우 중요하다. 스토리텔링은 내용 전달을 통한 소통의 한 방법이지만 이야깃거리가 되어야 하고 소비자의 감성을 자극하는 요소를 갖추어야 한다. 같은 원천자료일지라도 어떤 매체를 염두에 두고 만드는지 여부에 따라 스토리텔링의 전략은 달라진다. 본고에서는 향가를 원천자료로 한 스토리텔링 활용 방안을 살펴본다. 스토리를 전략적으로 생산해낼 줄 아는 능력은 문화콘텐츠와 문화콘텐츠 산업의 성패를 좌우한다고 할 수 있다. 향가를 원천자료로 현대적 소통 가능한 스토리텔링의 방안을 광고, 게임, 드라마의 경우를 통해 살펴본다.

본고에서 대상으로 삼는 향가는 비교적 문학성이 높고 배경설화의 서사 구조가 뚜렷한 삼국유사 소재 향가만으로 한정한다.

## II. 향가의 문화콘텐츠화 방안

### 1. 스토리뱅크

향가와 배경설화는 일정한 서사구조를 지니고 있어 문화콘텐츠화를 위해서는 스토리의 분절화가 먼저 필요하다. 서사구조를 지닌 원천자료의 디지털 DB 구축은 문화콘텐츠 개발의 기반이다. 스토리뱅크는 디지털 이야기 공장이라고 할 수 있다. 원천자료인 향가와 배경설화는 폴 텍스트<sup>5)</sup>부터 작품 해설, 인물, 시대 배경과 공간 배경, 주제, 사건별로 디지털 상에서 하이퍼텍스트 기능을 갖도록 분절한다. 향가 텍스트와 배경설화를 입력하고, 배경설화의 스토리라인을 구축하여 주제별, 인물 성격별, 소재별, 배경별로 세분화 한다. 향가 원문의 학자별 해독본과 이에 따른 현대어 해석도 입력한다. 개별 향가의 해설과 스키마도 입력한다. 부가 콘텐츠 시스템으로 향가 시어나 용어 사전, 등장인물 검색 기능을 부가한다. 향가에 등장하는 소지품들도 종류별로 분류하여 검색 가능하도록 한다.

스토리뱅크로 구축된 향가는 도서관이나 개인 서가를 떠나 디지털화 됨으로써 대중들이 쉽게 접할 수 있고, 향가를 원천자료로 문화콘텐츠를 만들고자 하는 사용자는 문헌탐색이나 고증·정리·분석의 과정을 거치지 않고도 필요한 정보를 웹상에서 탐색하여 활용할 수 있다. 이는 소재 발굴에 어려움을 겪는 콘텐츠 분야에 문화원형 자료를 제공한다는 점에서 의미 있는 일이다.

스토리뱅크에는 향가작품 전체부터 배경설화의 인물, 주제, 소재, 사건, 공간, 시대, 소지품 등이 분절화 되어 구축되고, 이 때 분절화 된 모

---

5) 여기서 폴텍스트는 향가의 원문과 번역문을 말한다. 대중들이 향가에 쉽게 접근하도록 하기 위한 한 방법이 스토리뱅크이다.

든 자료들은 웹상에서 연동되어 하이퍼텍스트적인 기능을 통해 다양하게 사용자들에게 제공 된다. 이러한 과정을 통하여 향가는 대중적 접근이 용이해지고, 시나리오 작가나 스토리텔러, 문화콘텐츠 관련 제작자들에게 유용한 아이템과 자료로 제공된다. 이런 점에서 스토리뱅크 자체도 하나의 문화콘텐츠이다.

향가 배경설화 텍스트를 분절화 하는 것은 스토리뱅크를 구축할 때 개별적인 모든 자료들이 디지털 웹상에서 분절성·비나선형(非螺旋形)의 형태로 자료에서 자료로 이동될 수 있어야 한다는 점을 염두에 둔 것이다. 즉 웹상에서 하이퍼텍스트의 기능을 통해 자료와 자료의 새로운 결합과 조합이 가능해지도록 해야 하기 때문이다. 스토리뱅크는 자료에서 자료로의 무한한 이동을 통한 연계, 조합을 가능케 하는 디지털 데이터베이스화이므로 기존의 자료 처리 방식과는 다르다고 할 수 있다. 사용자들은 필요에 따라 다양한 자료 접속 경로를 가지게 되고, 원하는 자료로의 이동을 통해 무한한 자료의 취합, 선택, 조합이 가능해진다. 이 과정에서 아이템을 취합하거나 다양한 이야기의 생성이 가능해진다.

문학작품을 원천자료로 문화콘텐츠 기획을 하는 경우 스토리를 집대성하는 일은 자료의 집합이면서 아이템의 구축이어서 매우 중요하다. 스토리뱅크는 모든 자료들이 다양하고 무한하게 연결 되어 있어 문화상품 기획자, 생산자들에게 원하는 스토리와 아이디어를 공급할 수 있게 된다.

향가는 십 수세기 전 이야기지만 우리 민족 정서의 원형과 빼어난 감수성, 삶에 대한 통찰 등이 있어 우리문화의 정수를 보여줄 수 있을뿐더러 현대인의 트렌드에 맞추어 재가공하는 데 있어서도 상상력의 원천으로써 좋은 소재이다. 지극히 인간적인 이야기로부터 여러 정치적 상황을 그려낸 이야기, 신비하게 처리된 이야기 등 내용이 실로 다양하기 때문에, 향가의 스토리뱅크는 시나리오의 부재와 아이디어 빈곤에 허덕이는 영화나 드라마, 만화, 게임 등의 소재 창고 역할을 할 수 있을 것으로

기대된다.

스토리뱅크는 사용자들에게 무엇을 제공할 것인지를 염두에 두고 분석된 향가 자료들이 서로 기능적으로 연결되도록 한다. 연결고리를 통해 향가 자료들을 검색하고 새롭게 결합해 가는 과정을 통해 필요한 아 이템을 얻고 창조적 가치를 생산할 수 있도록 구축되어야 한다. 스토리뱅크는 웹상에서 하이퍼링크를 통해 관련된 자료와 스토리를 사용자들 에게 종합적으로 제공할 수 있어야 하므로 자료나 정보를 디지털 DB화 하는 것만으로는 의미가 없다. 향후 사용자층의 성향과 시장성을 고려 하면서 자료와 정보 제공자의 역할을 할 수 있도록 구축하여야 한다. 사용자들이 향가에 대해 일반적으로 알고 있는 키워드로 정보를 검색할 수 있는 검색 시스템을 제공하는 것은 물론 스토리, 사건, 인물, 캐릭터, 소품 등 다양한 관련 정보가 단위별로 또는 종합적으로, 단위와 단위의 연결고리로서 제공될 수 있도록 설계해야 한다. 향가 원천자료는 시소 러스(thesaurus)처럼 특정 분위기를 나타내는 검색어를 통해 자료에 접 근할 수 있도록 고려하는 것도 의미 있다. 향가의 스토리뱅크는 향후 문 화콘텐츠산업과 연계한 개발 기반이기도 하고, 나름대로 하나의 독자적 인 문화콘텐츠로써 의미를 가진다.

스토리뱅크는 웹상에서 하이퍼텍스트를 통해 사용자들의 다양한 자 료 탐색을 가능하게 하며, 메타데이터 포맷을 통해 구성된다. 메타데이 터 포맷은 분절화 한 자료를 연동시키는 시스템이라고 할 수 있다.<sup>6)</sup> 메 타데이터는 원천자료에 대한 종합적인 정보를 제공하는 데이터인데 향 가를 원천자료로 한 스토리뱅크에서도 세 형태의 메타 데이터 포맷이 필요하다.<sup>7)</sup>

6) “문화콘텐츠는 텍스트, 이미지, 사운드, 그래픽, 애니메이션, 동영상 등 다양 한 형태의 콘텐츠로 구성되어 있다. 이러한 다양한 데이터의 요소, 명칭, 길 이, 표현, 의미가 상이하게 구축되어 문화콘텐츠 정보 시스템들 간 연동이나 정보공유가 어렵다.” 조윤희, 「문화콘텐츠 통합을 위한 메타데이터 포맷 연 구」, 정보관리학회지 제20권, 2003, 114면.

7) 여기에서 제시하는 세 가지의 메타데이터는 필자가 콘텐츠 진흥원 과제(과

첫째, 모든 자료를 포괄할 수 있는 메타데이터 기준표가 있어야 한다. 메타데이터 기준표는 전체 원천 자료를 단위화 한 틀이다. 대상 향가 텍스트와 배경설화 서사를 먼저 분석한 후 범주의 크기에 따라 유형과 항목을 설정하고 이를 세분화해 나간다. 향가 텍스트와 배경설화를 주제, 사건, 인물, 배경, 소지품 등으로 분석한 후 이들을 대항목, 중항목, 소항목 등으로 다시 세분화해 나간다. 디지털 상 웹사이트에서 하이퍼텍스트는 메타데이터 기준표에 제시된 항목별 이동을 말한다. 둘째, 메타데이터 라인이다. 이는 개별 데이터 요소를 최대한 수용한 시스템 간 연동 연결고리다. 개별 메타데이터 필드 중 필수적인 데이터 들을 한 눈에 볼 수 있도록 연결한 것으로 항목 간 상호 운용성을 확보하는 데 필수적이다. 셋째, 메타데이터 필드이다. 이는 단위별 자료에 대한 데이터 목록이다. 즉 향가 텍스트와 배경설화에 대한 상세 정보 항목이다. 이 세 메타데이터가 상호 연동되어 항목별로 분절된 자료 간의 이동과 조합이 가능해진다.

메타데이터 기준표에는 향가 작품의 세분화 틀이 제시되어야 한다. 메타데이터 기준표는 자료를 분석한 후 기획 방향에 따라 구성된다. 메타데이터 기준표가 완성되면 이에 따라 메타데이터 필드를 작성한 후 이를 수합하여 메타데이터라인을 작성한다. 이러한 데이터의 포맷은 웹상에서 각 항목들이 연동될 수 있는 고리 역할을 하게 된다.

향가의 스토리뱅크 예를 살펴보도록 한다.

---

제명: 전통주의 문화콘텐츠화, 기간: 2005년 12월~2006년 8월)를 수행하면서 사용했던 것을 토대로 한 것이다.

〈스토리뱅크-메타데이터 기준표〉

		배 경		인 물			사건(주제)		소 품	
공간배경	자연	바닷가	개운포	존재양식	역할	주인공	갈등	개인:개인	도술류	향가
		절벽				적대자		개인:집단		책
		산	금강산			조력자	사랑	가족		지전
		고개	죽지령		가상존재	용		남녀	치료약	꽃
		연못	대현			용왕		형제		암소
		시냇가				역신		종교		차
		서울	도성			부처	성공	출세		
		마을	한기리		성별	남		성취		
	인공	궁궐	문루			녀		경쟁		
		사찰	영묘사		신분	왕		용서		
			법림사			왕비	죽음			
			분황사			공주				
	시간배경	왕조	성덕왕				태수			
			진평왕				화랑			
무왕						승려				
경덕왕						농민				
헌강왕						아이				
선덕왕						아낙				
문무왕					성격	개성				
효성왕						의협				
키워드	향가`왕`배경`이물`공간`사건`주제`신분`소품									
시소러스	신비한`향토적인`인간적인`감동적인`허무한`이상적인									

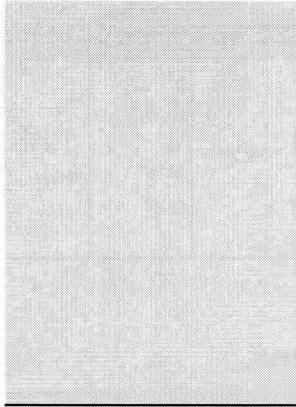
〈스토리뱅크-메타데이터 라인〉

주제명키워드	자료기술(초록)	사용자대상
원문`해설`주제`소재`사건`배경`ebook`text`pdf`신라`헌강왕`개운포`일관`동해`용왕`경주`아내`역신`용서`포용	대상에 관한 정보를 text로 서술하고 향가 원문과 번역문, 해설을 결합시켜 제작한 e-book, 분절화한 텍스트 기술	교육프로그램`출판관련`시나리오작가`전시관련

배 경		인물1			인물2		
공간	시간	인물명	존재양식	특징	인물명	존재양식	특징
궁궐 <sup>~</sup> 동해 <sup>~</sup> 개운포 <sup>~</sup> 경주	현강왕대 <sup>~</sup> 호린 낮 <sup>~</sup> 밤	처용	주인공 <sup>~</sup> 남 <sup>~</sup> 용왕의 일곱 번째 아들 <sup>~</sup> 급간	건장 한 <sup>~</sup> 품위 <sup>~</sup> 느긋 <sup>~</sup> 사려 깊음	역신	경쟁자 <sup>~</sup> 남 <sup>~</sup> 부정 <sup>~</sup> 역신	건장함 <sup>~</sup> 욕심

〈스토리뱅크-메타데이터〉

구 분		내 용
제어번호		
자료명		처용가
배경	공간특성	공간1 : 경주 밤거리, 공간 2 : 처용의 처소
	시간특성	신라 현강왕대
	사회배경	변영과 퇴폐가 공존
인물1	이름	처용
	성별	남
	나이	이십대
	신분	급간
	신체	건장한 체구에 호남형
	복식	관복, 귀족 일상복
	성격	건강한 사고방식을 가졌으나 경주에 온 후 우울 증 증세, 관용적 태도
	능력	다른 사람을 용서할 줄 아는 능력
주제	용서로 아내의 간통 현상이라는 극적 상황 해결	
줄거리	제49대 현강왕 때에 서울서 바다 어구까지 집들이 흥흥 들어선 가운데 초가가 한 채도 없으며 길에는 피리 소리, 노랫소리가 끊이지 않고 비바람도 철을 따라 순조로웠다. 어느 때 대왕은 개운포에 놀이를 베풀었다가 돌아가는 길에 바닷가에서 잠시 쉬고 있었는데, 홀연히 구름과 안개가 일고, 천지가 캄캄하여 앞길조차 볼 수가 없게 되었다. 이것이 괴이하여 좌우에게 물어보니 일관이 여짜웁기를 "이것은 동해 용의 조화이오니, 무슨 좋은 일을 행하여 이를 풀어야겠습니다."라고 한다. 그래서 소관 관리에게 칙령을 내려서 용을 위하여	



그 근처에 한 절을 세우게 하였는데, 이 칙령이 내리자 구름과 안개가 다 개었다. 그래서 거기를 개운포(開雲浦)라 불렀다. 동해의 용은 기뻐서 일곱 아들을 거느리고 어전에 나타나서 왕의 덕을 찬송하여 노래하고, 음악을 울리며 춤을 추고 그 한 아들을 왕께 주었다. 함께 서울에 와서 정치를 보좌하게 하였다. 이 용의 아들이 처용이다. 왕은 처용을 오래 멈추어 두기 위해서 아릿다운 아내를 주고, 또 급한 직을 주었다. 처용의 아내는 절세의 미인임으로 역신이 그를 흠모해서 사람의 모양으로 변신을 하고, 어떤 날 밤 그의 집에 이르러서 몰래 한 (이하 생략)

## 2. 캐릭터

문화콘텐츠에서 캐릭터는 산업적 요소가 강한 용어로 사용되는 경향이 있다. 캐릭터는 일정한 서사구조를 가진 장르에 일반적으로 두루 사용되고 있지만 문화콘텐츠에서의 캐릭터의 의미는 매우 복잡적이다. 문화콘텐츠에서는 만화나 애니메이션, 게임, 영화, 드라마, 뮤지컬, 소설<sup>8)</sup> 등에 등장하는 주인공을 형상화한 이미지를 캐릭터라고 한다. 이때 캐릭터는 정체성을 지닌 상징적인 의미로 고정화 된다. 문화콘텐츠 산업에서의 OSMU는 주로 캐릭터를 매개로 해서 이루어지고, 캐릭터의 정체성은 원천서사로부터 부여된다. 문화콘텐츠는 그 자체로도 의미 있지만 향후 문화산업과의 연계성 또는 문화 산업화를 염두에 두어야 하므로 캐릭터의 중요성이 크다.

향가 텍스트와 배경설화는 당대의 사회적, 정치적 맥락과 의미를 포괄적으로 담고 있어 당대 문화를 이해하는 지표로 활용될 수 있다. 향가와 배경설화에 등장하는 다양한 인물들은 당대 사회를 살아가던 인물

8) 이때 소설은 현대소설과는 구별하여 원천자료를 재가공하여 창작한 것을 말한다.

군상이기도 하고, 현대사회에서 우리 주위에 존재하는 인물들이기도 하다. 이는 향가 속의 인물들이 현대인들과 소통할 공통분모가 많다는 의미이다. 출생과 혼인, 등극에 이르는 과정은 담은 서동과 선화공주 이야기는 이미 드라마로 제작되어 방영된 바 있다. 드라마 〈서동요〉에서 선화공주는 일면 약해 보이지만 내면이 강하고 리더십이 있다. 현대사회에서 대중과 소통하기 위해서는 전략적으로 현대사회의 트렌드를 고려해야 하는데 이 때 전통적인 공주다움보다는 대범함과 지혜로움, 리더십을 지닌 공주라야 현대 여성의 공감을 얻을 수 있다. 드라마에서 선화공주는 사랑에 있어 적극적이다. 이 역시 현대적으로 재조명된 캐릭터이다. 진취적이지 못하고 소극적인 공주 캐릭터는 전통적인 사극에서 많이 보아왔다. 드라마 〈서동요〉에서 선화공주는 다양한 면을 지닌 살아있는 캐릭터로 창조되었기 때문에 특히 10대~30대 여성 시청자들의 호응을 이끌어낼 수 있었다.

〈서동요〉가 대중적으로 많이 알려진 작품이지만 캐릭터를 어떻게 개발하느냐에 따라 새롭게 관심의 대상이 될 수 있다. 국경과 신분을 초월하여 사랑을 성취하고 왕으로 등극하는 성공적인 일대기를 보여주는 서동의 캐릭터는 연극으로 공연된 바 있고, 뮤지컬로도 공연되고 있다. 익산에서는 초등학교 어린이들이 서동요 연극경연대회를 열어 서동요를 마당극 형태로 공연하기도 하였다. 뿐만 아니라 서동의 캐릭터는 지역 문화축제콘텐츠에도 기여한다. 배경설화 기록에 의하면 서동은 훗날 백제 30대 무왕에 오른다고 되어 있다. 무왕이 된 서동의 출생지를 둘러싸고 익산과 부여가 서로 논쟁을 벌인 바 있는데 이는 〈서동요〉 배경설화가 실린 『삼국유사』 무왕조 '京師南池邊'(서울 남쪽 못 근처)의 해석을 두고 두 지역이 서로 남쪽이 자신의 지역이라고 하여 생긴 일이다. 익산시는 이 문구 해석에 근거하여 익산시의 민속예술제 이름을 '서동축제'로 바꾸어 진행해 오고 있다. 부여군에서도 삼국유사 무왕조의 문구를 근거로 매년 7월 '서동연꽃축제'를 개최하고 있다.<sup>9)</sup> 지역 문화축제콘텐츠에서 서동을 두고 벌이는 이러한 경쟁은 서동이라는 캐릭터가

지자체 홍보나 지역 이미지 제고 등에 지대한 영향을 미치는 문화 텍스트이기 때문이다.

서동 캐릭터가 대중에게 익숙하고 사랑을 받는 이유는 국경과 신분을 초월하여 공주와의 사랑을 완성한 인물이라는 점, 백제 무왕으로 등극하여 인간으로 오를 수 있는 최고의 지위에 올라 성공 스토리를 좋아하는 현대인들의 성향과 맞아떨어진다는 점 등을 들 수 있다. 사랑을 성취하고 사회적 성공을 이루는 서동은 애니메이션이나 게임 캐릭터로도 활용될 수 있는 보편성과 특수성을 지닌 매력적인 인물이다. 서동 캐릭터의 정체성은 '사랑의 완성'과 '사회적 성공'이다. 이를 바탕으로 다양한 매체로의 OSMU가 진행되어 오고 있고, 앞으로도 다양한 매체를 통한 캐릭터의 개발과 진화 가능성이 있는 인물이다.

〈도천수관음가(禱千手觀音歌)〉는 〈천수대비가(千手大悲歌)〉, 〈도천수대비가(禱千手大悲歌)〉, 〈맹아득안가(盲兒得眼歌)〉 등으로 불리며, 『삼국유사』 권3 '芬皇寺千手大悲盲兒得眼條'에 경덕왕 때 희명(希明)이 지은 향가라고 되어 있다. 경주 한기리의 여인 희명의 아들이 생후 다섯 해 만에 갑자기 눈이 멀게 되자 희명이 분황사 좌전(左殿)에 있는 천수대비의 벽화 앞에서 아이로 하여금 이 노래를 부르게 하고 마침내 눈을 뜨게 하여 밝음을 찾았다는 내용이 핵심 서사이다.

신라는 골품제를 근간으로 한 신분제 하에 색공제, 근친혼제, 모계제, 부권제 등에 의해 운용된 사회였다. 이러한 제도들 속에서 모성보다는 성(섹슈얼리티)이 우선함으로써 어머니의 역할에서 모성과 성 간의 갈등도 나타나는데<sup>10)</sup> 사회적 특수성도 보이지만 희생과 절대적인 간절함을 통해 모성을 실현하는 희명은 고금을 떠나 보편성을 지닌 인물이다. 종교에 기원하여 모성의 신성한 가치를 드러내는 캐릭터는 현대사회에서

9) 2006년 9월 7일 연합뉴스 참조.

10) 신재홍, 「모성 담론의 문화적 형성과 재현: 고대에서 근대전환기까지 모성 담론의 문화적 조명 : 신라 사회의 모성과 향가」, 한국고전여성문학연구14, 한국고전여성문학학회, 2007, 54면.

도 그 예를 얼마든지 찾을 수 있다. 캐릭터의 특수성은 보편성에 기초해야 한다. 희명 캐릭터는 부모 자식 간에도 정이 계산되는 현대사회에서 모성의 보편성을 일깨우는 캐릭터로 재창조할 수 있다.

헌화가는 신라 성덕왕대(702~737)에 이름을 알 수 없는 노인이 수로부인에게 꽃을 꺾어 바치며 부른 향가로 『삼국유사』 권2 ‘수로부인조’에 가사 전문과 배경설화가 실려 있다. 수로부인의 남편 순정공이 강릉태수가 되어 부임해가던 길이었다. 경주에서 강릉까지 바닷가로 난 길을 가던 중 바닷가에서 점심을 먹게 되었는데, 수로부인이 벼랑 위의 철쭉꽃을 원했다. 종자(從者) 모두 선뜻 나서지 못하고 있는데 한 노옹이 부인이 부끄러워하지 않는다면 꽃을 꺾어 바치겠다는 말을 하고 꽃을 꺾어 바친다.

삼국유사 기이 제2권은 모두 23편의 이야기로 구성되어 있으며, 이들 각편은 신이하고 비범한 인물들의 행적담이 대부분이다. 각편 주인공들을 구체적으로 살펴보면 신분상 왕이 주류를 이루고 있으며 성별상 남성이 단연 우세하다. 그런데 드물게도 여성을 주인공으로 다룬 작품이 주목되는데 바로 수로부인조다. 왕의 신분도 아니며 미모가 뛰어나다는 것 외에 별다른 조건을 갖추지 않은 수로부인이 남성 주인공들과 어깨를 나란히 하여 독자적인 위치를 확보하고 있다는 것은 매우 이례적인 일이다.<sup>11)</sup> 이 이례적인 현상이 수로부인의 힘이다.

수로부인은 천길 절벽의 꽃을 염원하는 미에 집착하는 욕망의 화신이며, 동해의 용왕이 욕심을 내어 납치를 할 만큼 절대적인 미의 소유자이다. 또 용궁을 들어갔다 나올 수 있는 범상치 않은 인물이기도 하다. 그러면서 일행을 따라 남편 부임지인 강릉까지 가는 일상과 비밀상의 경계에 있는 인물이 바로 수로부인이다. 사람이 오르기 어려운 절벽의 꽃을 소유하고 싶어 한 것은 자신의 미모와 자연의 미의를 합일의 경지로 승화하여 절대미를 완성하고자 한 욕망이며 자아도취이다. 현대 여

11) 권복순, 「수로부인 이야기의 공간과 인물의 서사구조」, 『배달말』34, 배달말학회, 2004, 220면.

성들에게서 발견되는 '팜프파탈'의 성향을 생래적으로 지닌 것으로 보인다. 수로부인 자신의 의지와 상관없이 자신에게 생래적으로 주어진 미에 의해 남성을 위협에 빠뜨리기도 하고, 남성을 압도하기도 하는 것이다. 설화 문맥에서 남편인 순정공은 수로부인에 대해 어떠한 태도도 보이지 않는다. 심지어 용궁에서 돌아온 수로부인에게 용궁이 어떠했냐고 묻기까지 한다. 타고난 수로부인의 절대미와 운명적 속성에 의해 남성들은 거부할 수 있는 의지를 갖지 못한다. 노인의 정체에 대해서는 학문적 논란이 있어 왔지만 문맥상 의미를 그대로 수용할 때, 노인은 수로부인의 미모를 거부할 수 없어 죽음의 절벽을 오른다. 수로부인은 절세미인이다 자의식이 강하며, 고집도 세며 능동적인 인물이다. 게다가 카리스마까지 지닌 인물이다. 수로부인은 매혹적인 미모로 남성을 거부할 수 없게 만드는 팜프파탈의 캐릭터로 재창조되어 성인을 대상으로 한 영화나 드라마, 뮤지컬, 연극을 통해 대중과 조우할 수 있다.<sup>12)</sup>

충담사는 경덕왕의 요청으로 <안민가>를 지어 경덕왕 당시 사회적 어려움과 정치적 혼란을 어떻게 헤쳐 나갈 것인지에 대한 해안을 제시했다. 신라 사회의 총체적 혼란과 부실을 충담사는 멘토(mentor)로서 경덕왕은 멘티(mentee)로서 고민했고, 그 결과 <안민가>가 창작되었다. <안민가>에는 비안민적(非安民的)인 신라사회를 진단하고 처방하는 충담사의 경륜과 포부인 '임금은 임금답게, 신하는 신하답게, 백성은 백성답게'가 제시되어 있다. 충담사는 경덕왕의 지혜로운 조언자인 멘토이며, 경덕왕은 난국을 타개하기 위해 충담사의 조언이 필요한 멘티였다. 드라마나 영화의 감동적인 부분은 매우 다양하다. 주인공에 의해

12) 실제 2006년에 개봉되었던 영화 <타짜>에서 김혜수는 정마담 역의 팜프파탈 캐릭터를 잘 소화해 내 화제가 된 바 있다. 원작에서 그리 큰 비중을 차지하지 않았던 정마담이 영화로 스토리텔링 되는 과정에서 팜프파탈이라는 캐릭터를 강화하여 영화의 흥행을 견인했었다. 2007년 방영되었던 드라마 <내 남자의 여자>에서 카리스마 넘치는 미모의 소유자 화영(김희애 분)은 욕망 때문에 친구를 배신하고 친구의 남자를 빼앗아 불행의 나락으로 떨어지게 하는 팜프파탈 캐릭터로서 대중의 관심을 끌었다.

감동적인 요소들이 결정되지만 주인공에게 언제 어떤 상황에서나 지혜로운 조언을 해주는 멘토가 등장하는 영화나 드라마가 의외의 감동을 주는 경우가 있다. 대개 멘토와 멘티의 관계는 목표에 대한 공감대가 전제되어야 하고, 어떤 상황에도 변하지 않는 헌신적인 유대관계가 지속될 수 있어야 한다. 충담사와 경덕왕의 관계는 시대를 뛰어넘는 멘토와 멘티의 캐릭터로 창조될 수 있다.

게임은 시간의 제한성이 없기 때문에 게이머가 게임의 스토리텔링을 만드는데 필요한 다양한 캐릭터들이 요구된다. 따라서 게이머들의 흥미를 이끌어 낼 수 있는 선한 이미지의 캐릭터와 악한 이미지 캐릭터의 조화로운 배치가 무엇보다 중요하다. 게임에서 캐릭터의 창조는 능력, 역할, 외양 등을 통하여 인물의 성격을 결정하게 된다.<sup>13)</sup> 용천사나 월명사, 영재 등은 게임 캐릭터로 만들 수 있다. 이 때 이 인물들에 대한 포트폴리오를 먼저 작성하도록 한다. 캐릭터의 외적 이미지는 매우 중요하다. 캐릭터의 기본적인 정보(나이, 성별, 키, 체형 등)에서부터 외적 형태(얼굴 모양, 머리 모양, 몸무게, 외적 모습 특징, 복장 등), 성격(성격, 취미, 특기, 습관, 좋아하는 것과 싫어하는 것 등), 이력, 소지품, 캐릭터가 처한 환경 등을 세밀하게 기록한다. 용천사는 혜성을 없애고 천체의 질서를 바로잡는 신비한 능력을, 월명사는 초현실적인 능력과 인간적인 눈물을, 영재는 기이함과 찌든 세상과 타협하지 않는 기개를 정체성으로 하여 캐릭터를 만들 수 있다. 게임 캐릭터는 게임의 진행에 매우 중요한 영향을 미치므로 게임의 종류, 장르, 주제를 설정하고 타깃을 고려한 후 캐릭터를 개발할 필요가 있다. 특히 게임 캐릭터는 개성이나 호감도, 매력 등이 중요하므로 향가 배경설화에 등장하는 인물들의 신이한 행적과 신비한 분위기를 반영하여 개발해야 한다.

향가 텍스트나 배경설화의 특징적인 인물을 분석하여 만화나 애니메이션, 영화, 드라마, 소설, 게임의 캐릭터로 창조할 수 있다. 캐릭터를 개

13) 안기수, 「영웅소설의 게임 콘텐츠화 방안 연구」, 『우리문화연구』23, 우리문화회, 2007, 106면.

발하면 캐릭터 중심의 스토리텔링이 가능해진다. 캐릭터는 원천서사로 부터 정체성을 부여받고, 이를 토대로 매체에 맞게 무궁무진한 스토리텔링을 할 수 있다. 2D나 3D, 3D 애니메이션으로 만들어 인터넷이나 모바일 게임에도 활용할 수 있다.

캐릭터는 문화콘텐츠 산업과 밀접하다. 시대를 뛰어넘어 공감대를 형성할 수 있는 캐릭터를 만들어내는 일이 중요한데 이때 필요한 것이 판타지적 요소이다. 대부분 고전을 원천자료로 하여 성공한 문화콘텐츠 산업을 보면 고전에서 원천서사나 소재를 빌려오고 당대의 트렌드를 반영하여 전략적으로 스토리텔링을 만든다. 향가에 등장하는 처용, 역신, 용천사, 월명사, 영재 등은 판타지적 요소가 강한 현대적인 캐릭터로 개발할 수 있다.

한 매체에서 성공한 캐릭터는 여러 매체에 OSMU가 가능하며, 일단 여러 매체를 통한 문화산업화에 성공하면 캐릭터는 지속적인 생명력을 가지게 된다. 이러한 과정을 통해 캐릭터는 문화콘텐츠 산업에서 수익을 창출해내는 핵심이 될 수 있다. OSMU에서 가장 중요한 것이 원천서사로부터 부여받은 서사의 정체성이 기본적으로 유지되어야 한다는 점이다.

캐릭터를 개발할 때는 이 캐릭터가 장차 다양한 매체 즉 만화, 영화, 애니메이션, 게임 등에 활용될 수 있도록 고려해야 한다. 캐릭터를 개발하기 위해서는 인물의 주된 이미지가 형상화되어야 하는데 이를 위해서 향가 텍스트나 배경설화에 나타난 인물의 심리, 사회적 위치, 성격 그리고 배경 설화 속에서 차지하는 비중이나 역할 등을 분석하여야 한다. 이러한 분석을 토대로 현재의 트렌드나 예상되는 트렌드를 반영하여 뚜렷한 정체성을 가진 캐릭터를 완성한다.

〈서동요〉의 서동이나 선화공주가 대중과의 소통이 용이하면서 차별화된 캐릭터일 수 있는 힘은 사랑과 성공이라는 보편성에서 출발했기 때문이다. 지나치게 평범한 캐릭터도 주목받기 어렵지만 대중의 정서와 동떨어져 차별화 된 캐릭터는 콘텐츠 소비자를 확보하기 어렵다. 성공

적인 캐릭터가 문화콘텐츠와 문화산업의 성공을 담보하게 된다.

캐릭터에서 중요한 것이 정체성이다. 어떤 캐릭터를 떠올렸을 때 그 캐릭터만이 가지는 이미지나 상징성이 떠올릴 수 있어야 한다. 캐릭터의 정체성은 서사구조 속에서 만들어지는 것이다. 이야기와 관련되지 않은 독립적인 캐릭터는 문화콘텐츠에서 성공할 수 없을뿐더러 성립하기 어렵다. 캐릭터와 서사의 관계는 상보적이다. 서사를 통해 캐릭터는 정체성과 생명력을 얻고 전달하고자 하는 메시지를 담는다. 오랜 생명력을 가진 캐릭터는 대부분 이야기 구조의 기억을 통해서이다. 서동의 정체성은 미친한 출신으로 사랑을 성취하고 사회적 지위 확보에 성공했다는 것이다. '서동' 하면 떠오르는 이 상징적인 이미지는 배경서사로부터 부여받은 것이고, 드라마로 만들어지든 영화로 만들어지든 서동에 대한 이러한 정체성은 유지되어야 캐릭터의 영속성을 확보할 수 있다는 것이다. OSMU는 캐릭터를 중심으로 다양한 매체에 적합하도록 스토리텔링 하는 것이므로 각 매체의 캐릭터는 공통분모의 정체성을 유지해야 한다.

캐릭터에서 가장 필요한 부분이 다른 캐릭터들과 차별화 되는 차별성과 창의성이다. 차별화 되는 캐릭터를 위한 트렌드 읽기와 시장 분석은 매우 중요하다. 이미 시장을 선점하고 있는 캐릭터와 유사한 캐릭터를 개발하는 것은 대중의 수요를 이끌어내기 어렵다. 따라서 개발하려는 캐릭터와 유사한 캐릭터가 있는지에 대한 조사가 필요하다. 또 캐릭터는 단순히 시각적인 이미지를 넘어 스토리나 역사, 문화, 지식 등 많은 콘텐츠가 내면화 되어 있어야 한다. 이러한 요소들이 캐릭터의 정체성과 브랜드, 생명력 등을 결정하게 된다. '서동'의 캐릭터가 시장성이 있는 것은 많은 콘텐츠가 '서동'속에 내재하기 때문이다.

문화 콘텐츠에서 캐릭터는 시장성의 동력이다. 시장성은 지속성을 가질 때 경제적으로 의미 있다. 지속적으로 성장하고 진화하는 캐릭터를 위해서는 캐릭터의 이미지를 지나치게 고정화 하거나 닫아두지 않도록 한다. 캐릭터는 궁극적으로 여러 형태의 미디어 매체를 통해 대중과 만

나고 소통하게 된다. 이때 매체의 선택도 매우 중요하다. 캐릭터의 특성에 알맞은 매체를 선택하는 것도 중요하고, 집중적인 매체를 고려한 전략적인 캐릭터도 필요하다. 전달과 소통의 성공이 캐릭터의 성공을 담보하기 때문이다.

### 3. 스토리텔링

항가가 오늘날 우리에게 가지는 의미에 대한 질문은 인문학을 연구하고 공부하는 인문학자 또는 인문학도들이 인문학의 위기를 맞아 스스로에게 던지는 질문과 같다. 항가를 연구 대상으로만 삼는다면 이는 연구의 본령에는 충실한 것이지만 전공자들만의 한정된 지식으로만 남는다. 이러한 측면이 인문학의 위기를 자초한 것이기도 하다.

항가에는 우리민족이 무의식적으로 공감할 수 있는 정신적 원형이 자리하고 있어 현대인들과의 소통에 용이하다. 항가를 원천자료로 활용함으로써 항가 향유 당시의 문화나 전통, 역사, 생활 등 문화 원형을 창작 소재로 활용하여 가장 한국적이면서 차별화된 창의적인 문화콘텐츠를 만들어낼 수 있다. 어려운 문학 영역이라고 여겼던 항가를 문화콘텐츠화 하는 데 있어 가장 중요한 것이 현대 대중과의 정서적 소통이다. 재미있으면서 의미 있는 스토리로 재창조할 때 항가의 새로운 가능성이 열린다. 따라서 항가의 문화콘텐츠화에서 가장 핵심이 재미있고 의미 있는 스토리텔링이다.

항가의 학문적 연구의 당위성을 전제로 항가를 현대적 가치로 되살려 오늘날의 대중과 소통하도록 하자는 것이 본고의 기본 취지이다. 오늘날 인문학이 대중들로부터 외면 받고 위기에 처한 것은 인문학을 인문학자의 전유물이거나 문화유물로만 인식했기 때문이다. 항가는 현대인들과 소통할 수 있는 여러 잠재적인 여건을 지니고 있어 누구나 향유할 수 있는 문화콘텐츠 대상이다. 계급적 불만을 역으로 투영하여 신분

과 국경을 뛰어넘는 사랑의 성취를 완성한 <서동요>에서 사랑에 대한 신라인들의 열망이 얼마나 컸었는지를 확인할 수 있으며, 이는 오늘날 현대인들이 추구하는 사랑의 공식과 전혀 동떨어진 것이 아니다.

향가의 문화콘텐츠화는 향가를 도서관이나 연구자 서가로부터 대중이 향유할 수 있는 살아있는 유기체로 전환한다. 향가는 이미 드라마 <서동요>로 만들어져 문화콘텐츠 방송 산업으로 성공한 바 있고,<sup>14)</sup> 드라마를 원작으로 한 소설로도 출판된 바 있다. 드라마 <서동요>의 성공은 앞으로 향가 문학이 문화콘텐츠 시장에서 원천서사로서 중요한 비중을 차지할 것임을 기대하게 한다. 향가가 드라마와 소설을 넘어 영화, 애니메이션, 만화, 광고, 연극, 뮤지컬, 마당놀이, 오페라, 동화, 만화, 창극 등으로 재창조되는 것이 충분히 가능한, 매력적인 소재임을 보여주었기 때문이다. 향가의 문화콘텐츠화는 향가 작품을 단순히 전공자의 학술 연구 텍스트나 교육과정 수업용 텍스트가 아니라 문화산업의 자원으로 활용함으로써 현대에 맞는 가치 부여와 재미를 통해 대중적 소통과 지속적 전승이 가능케 한다. 현재 문화콘텐츠 산업이 소재의 빈곤이나 시나리오의 부재가 가장 큰 문제임을 감안할 때 향가 작품처럼 고전 작품을 콘텐츠화 하는 일은 의미 있는 일이다.

문화콘텐츠산업은 다양한 콘텐츠와 기술을 필요로 하여 완성되는 블루오션이다. 어느 한 부분만 강조되거나 돋보이는 역량을 보여서는 성공적으로 완성할 수 없다. 기획부터 원천자료 발굴, 정리, 분석, 디지털 기술, 마케팅 전략 어느 하나 소홀히 할 수 없다. 본고에서 중요시 하는 소재 발굴과 재창조부터 기술력, 시장 판매 능력까지 모든 과정이 조화를 이룰 때 성공 가능성이 높아진다. 아무리 마케팅 기법으로 문화 소비

14) 드라마 <서동요>는 2005년 9월 5일부터 2006년 3월 27일까지 SBS를 통해 인기리에 방영되었다. 소설 <서동요>는 드라마를 원작으로 발간되었다. 이는 향가 <서동요>를 원천서사로 한 OSMU의 예이다. 드라마 홈페이지에는 '시영박사의 고증'이라는 코너를 두어 향가 <서동요>와 배경설화, 드라마 <서동요>에 나오는 춤사위, 광산, 지명, 언어 등에 대한 문헌적 고증을 서비스 하였다.

자의 취향을 공략하고 만들어낸다 하더라도 사람을 감동하게 하는 부분은 그 사회의 문화 속에 녹아 있다<sup>15)</sup>는 점을 감안할 때 문화콘텐츠화에서 핵심은 현대인들과 정서적으로 호응할 수 있는 원천자료의 스토리텔링이라고 할 수 있다. 동일한 원천서사라도 어떤 매체를 통하여 구현되는지, 대중과의 소통지점을 어떻게 설정하고 이야기를 전략적으로 구사해내는지가 매우 중요하다. 향가 원천자료 서사를 매체에 맞게 스토리텔링 하는 방안을 살펴보도록 한다.

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.<sup>16)</sup> 즉 문화콘텐츠에서 스토리텔링은 ‘매체의 성격에 맞게 이야기하기’라고 할 수 있다. 원천서사인 향가의 배경설화를 영화로 만들 때는 영화 러닝 타임 안에 완결할 수 있는 이야기로 만들어내야 하고, 드라마로 만들 경우는 몇 부작인지의 여부에 따라 그에 맞는 분량의 디테일한 상상력을 가미하여 이야기를 만들어 가야 한다. 게임으로 만들 때는 디테일한 상상보다는 성취의 과정을 중시하는 스토리텔링을 해야 한다.

본고에서는 향가를 매체 특성에 맞는 스토리텔링 하는 방안에 대해 가상의 사례를 중심으로 살펴보도록 한다. 먼저 광고 스토리텔링에 대해 살펴보도록 한다. 현대인은 광고 전쟁 속에서 물품을 구매하고 문화상품을 향유한다. 광고 스토리텔링의 기본 목적은 물품에 대한 정보를 빨리 효과적으로 소비자에게 각인시키는 것으로, 소비자가 구매 욕구를 가지거나 실제 구매를 실행하도록 하는 것이 최종 목표이다. 하지만 현대사회에서 광고 스토리텔링은 소비자의 마음을 움직여야 한다는 명제를 가지고 있다. 제품에 대한 정보 제공과 정서적 동의를 얻어내기 위해

15) 최혜실, 『디지털 시대의 문화 읽기』, 소명출판, 2001, 29면.

16) 허만옥, 「문화콘텐츠에서의 디지털스토리텔링 양상과 방향 연구」, 『우리문학연구』 23, 우리문화회, 2007, 310면.

타깃 소비자층을 겨냥한 치밀하고 전략적인 스토리텔링이 요구된다. 주요 타깃, 광고 매체, 콘셉트뿐만 아니라 소비자에게 부가적으로 무엇을 줄 것인지에 대한 내용 등을 하나로 묶어 스토리로 구성해내야 한다. 대개 TV 광고는 30초 안에 모든 이야기를 다 해야 한다. 영상 광고는 라디오보다 고려할 사항이 많으므로 스토리텔링 할 때 이 점도 유념해야 한다. 계절적인 요인이나 사회적 상황 등도 철저히 고려해야 한다. 신문이나 잡지 광고는 가독성 높은 텍스트로 이야기를 풀어가야 한다. 향가를 원천자료로 한 광고 스토리텔링 시놉시스를 보도록 한다.

원천자료: 〈헌화가〉

〈예 1〉

제품: 검색업체 광고

타깃: 노트북과 검색에 익숙한 2~30대

스토리텔링 포맷: 상품 이미지와 관련한 감성적 접근. 장점 언급 없이 1인칭 시점으로 진행한다.

시놉시스

: 해안가에서 잠시 쉬던 수로부인. 머리 위로 떨어지는 꽃송이를 보고 꽃 이름을 묻는다. 아무도 꽃 이름을 알지 못한다. 수로부인이 꽃 이름을 아는 자에게 큰 상을 내리겠다고 한다. 그때 소를 탄 노인이 나타나는데 손에는 노트북이 들려 있다. 노트북 화면에 검색 사이트가 뜨고 꽃의 사진과 설명이 나온다. 수로부인은 노인을 향해 웃음 짓고 노인 역시 흐뭇한 웃음을 짓는다. 검색 사이트 로고송과 함께 사이트 이름이 크게 확대된다.

〈예 2〉

제품: 향수 광고

타깃: 향수 사용을 일상화 하는 20대~50대 여성

스토리텔링 포맷: 비현실적인 상황으로 상품에 대한 집중을 유도한다.

시놉시스

: 수로부인이 가마에 비스듬히 누워 있고, 분홍빛 향기가 수로부인의 코를 스친다. 수로부인이 향기의 진원지를 향해 고개를 드니, 분홍 꽃이 절벽 위에 피어있다. 수로부인이 눈을 감자 용(龍)이 수로부인을 태워 절벽 위로 날아오른다. 무지개와 분홍꽃, 나비와 푸른 물이 어우러져 있다. 눈을 뜨자 여전히 가마안이다. 멀리서 소를 몰고 오는 노인이 보인다. 노인의 손에 향수병이 들려 있다.

<예 3>

제품: 보험 광고

타겟: 직장인, 주부

스토리텔링 포맷: 판타스틱한 분위기와 사실적인 상황전개로 효과를 높인다.

시놉시스

: 수로부인이 해안가에서 꽃을 발견하고 꽃을 꺾어오라는 명령을 한다. 모두 위험하다고 고개를 젓는다. 수로부인이 화를 내자 사람들이 소를 몰던 노인을 절벽 쪽으로 등을 떠민다. 노인이 겁에 질려 절벽을 오른다. 그 때 보험 설계사가 노인을 향해 날아와 위험수당에 대해 알려준다. 노인의 얼굴에서 걱정이 지워지고, 노인은 마음 놓고 꽃을 따다.

<예 4>

제품: 술 광고

타겟: 20대~50대 남성

스토리텔링 포맷: 드라마 같은 상황 전개를 하다가 의외성을 통해 제품을 인지시킨다.

시놉시스

: 바닷가에서 점심을 먹는 순정공과 수로부인, 그리고 그들을 따르는 무리들, 수로부인이 갑자기 절벽의 꽃을 보더니 꺾어다 주기를 원한다. 아무도 나서지 않는데 암소 몰고 지나가던 노인이 수로부인을 위해 꽃을 꺾어 바치겠다고 한다. 노인은 순식간에 깎아지른 듯한 절벽을 올라 꽃을 꺾어 수로부인에게 바친다. 모두 놀란다. 노인이 소의 등에 달린 바구니에서 술 한

병을 꺼내어 들고 온다. 헌화주다. 노인의 비상한 힘의 비결이 헌화주였다.

<예 5>

제품: 등산화 광고

타겟: 등산을 좋아하는 20~40대

스토리텔링 포맷: 부정적인 장면 연출로 나머지 한 사람에게 기대하도록 하는 심리를 활용한다.

시놉시스

: 날씨 좋은 날, 바닷가에 앉아 있던 일행 중 눈에 띄는 미인인 수로부인이 절벽의 꽃을 가지고 싶어 한다. 좌우의 남성들이 수로부인에게 꽃을 꺾어다주기 위해 절벽을 오른다. 모두 미끄러지는데 마지막 한 남성만이 미끄러지지 않고 절벽을 오른다. 미끄러지지 않는 등산화 덕분에 절벽을 무사히 올라가 꽃을 꺾어온 남성이 수로부인에게 꽃을 바친다. 클로즈업된 신발을 보러 남성들이 몰려든다.

이외에도 헌화가 배경설화를 원천자료로 하여 만들 수 있는 이야기는 무궁무진하다. 광고는 욕망을 자극하여 결핍을 느끼게 하고, 그 결핍감은 상품의 소비로 해소될 수 있다고 유혹한다. 결핍감의 생성과 해소의 과정은 우리의 무의식이 의식에 의해 억압되었다가 꿈을 통해 소원을 성취하는 과정과 같은 맥락이라고 할 수 있다. 우리는 무엇을 욕망하는가. 광고는 삭막한 현대인의 삶을 풍부하게 해 줄 저마다의 고결한 가치를 전면에 내세우는 전략을 취한다.<sup>17)</sup> 전략적인 측면에서 볼 때 <헌화가>는 현대인의 욕망과 정신적 가치의 상생을 도모할 수 있는 중요한 원천자료가 될 수 있다. <처용가>로 술 광고 스토리텔링을 해보도록 한다. 신라 역신이 처용의 아내가 절세미인이라는 소문을 듣고 범하기 위해 기회를 노린다. 처용이 밤늦게까지 방황하는 사이 역신이 처용의 아내를 찾아온다. 처용의 아내가 피를 내어 평소에 처용이 즐겨 마시는 술

17) 박사문, 「애니콜 애니스타일 TV 광고와 웹 광고의 스토리텔링」, 『문화산업과 스토리텔링』, 최혜실 외, 다홀미디어, 2007, 188면.

을 내온다. 향긋한 술에 매료된 처용은 한 잔 두 잔 마신 후 바닥에 쓰러져 잠이 든다. 집에 돌아온 처용이 전후사정을 듣고 술병을 치켜들고 아내를 지켜주는 술이라고 한다.

〈처용가〉를 원천서사로 침대 광고 스토리텔링을 해보도록 한다. 처용가 배경설화에 나오는 주된 배경은 달 밝은 밤과 처용의 집이다. 처용의 집 방안 잠자리에서 일어난 사건을 아내의 간통과는 다른 시각에서 바라보아 친숙하면서 재미있는 침대광고 스토리텔링을 만들어 보도록 한다. 달밤에 밤늦도록 노닐다가 집으로 돌아온 처용. 안방 문을 열고 들어가니 침대 밖으로 여러 개의 발이 나와 있다. 발은 점점 늘어난다. 발들이 서로 엉키면서 소리를 낸다. 코고는 소리도 요란하게 들린다. 이불을 걷어 보니 처용의 아내, 머슴, 하녀들이 누워 곤하게 잠 속에 빠져 있다. 눕기만 하면 숙면을 취하게 하는 침대 때문이다. 처용도 침대에 누워 곤하게 잠 속으로 빠진다는 내용이다. 현대사회에서 광고는 단지 상품의 정보만을 전달하지 않는다. 광고에는 소비자의 감성과 소통할 수 있는 스토리가 전략적으로 내재한다. 이를 광고 스토리텔링이라고 한다.

다음으로 〈제망매가〉와 〈찬기파랑가〉에 등장하는 인물과 서사를 게임 스토리로 활용하는 방안을 살펴본다. 장르는 공포 추리게임이며 아케이드 형식이다. 갑작스럽게 죽음을 맞이한 누이의 죽음과 저택의 비밀을 밝혀내는 것을 기본 서사로 한 우리나라 특유의 공포, 추리게임이다. 숲 속의 허름한 저택에서 추리 동호회 소속 학생들이 낡은 저택에 얽힌 수수께끼를 풀기 위해 가는 과정이다. 게임 시나리오인 만큼 게임의 오프닝과 챕터별로 나눈 시나리오, 엔딩이 필요하다. 소지품은 기본 아이템과 지전, 향가가 적힌 마법의 종이 등이다. 각 챕터의 수수께끼를 풀어야만 다음 챕터로 넘어갈 수 있는 게임으로 챕터의 수수께끼는 각 캐릭터의 대화 즉 누이의 죽음을 애석해 하는 대화, 기파랑을 기리는 대화로 만든다. 게이머 스스로 향가와 관련한 정보를 수집하고, 사건이 일어나는 주변의 단서와 증거물을 확보하여 일정한 조건에 맞는 수준이

되면 챗터를 클리어하는 것으로 한다.

〈혜성가〉 역시 게임 원천서사로 적합하다. 우리나라의 역사를 소재로 한 게임은 많이 출시되었으나 주로 삼국시대의 전쟁이나 위인들의 무용담을 토대로 한 것들이다. 〈혜성가〉는 기존 위인들의 활약담과는 달리 나라에 드리운 망국의 기운을 걷어내기 위한 용천 스님과 세 화랑의 필사적인 활약을 중심으로 한 호국정신이 주제이다. 흥성을 해결하기 위해서는 전설의 주문을 찾아 금강산에서 제를 올려야 한다. 이에 왕이 주문을 찾고 제를 주관할 인물로 주술에 뛰어난 용천 스님과 스님을 호위할 거열랑, 실처랑, 보동랑 세 화랑을 파견한다. 용천사 일행은 중요한 임무를 띠었기 때문에 단순 풍류로 위장을 하지만 신라 진골제도에 불만을 느낀 관료 첩자의 밀고로 인해 이 일이 일본에 알려지고, 일본에서는 용천사 일행을 없애기 위해 자객을 파견함과 동시에 신라를 침입한다. 용천사의 주술과 화랑들의 무용으로 긴 여정 끝에 주문을 찾고, 금강산에 당도한다. 금강산 제단에서 용천사는 강력한 주술이 담긴 전설의 주문인 〈혜성가〉를 부르고, 〈혜성가〉로 인해 흥성도 사라지고 신라를 침입한 일본군도 쫓겨간다.

이러한 스토리가 진행되면서 주인공 일행은 결사적인 호국의 자세를 플레이어로 하여금 가지게 하고, 선조들의 호국정신을 느끼게 해준다. 이러한 내용으로 SRPG 장르로 만들 경우 우리 역사 특히 향가를 불러 왜구를 물리치고 천체 질서를 평정했다는 측면에서 유저들에게도 참신하고 매력적인 캐릭터와 서사를 제공할 수 있다.

우리 역사를 배경으로 한 게임의 단점으로 진부한 시대배경과 인물, 오로지 전략 시뮬레이션만 발매하는 장르의 한계를 들 수 있다. 진부한 시대배경과 인물이란 늘 비슷한 시대의 인물들만으로 게임을 구성한 점을 말한다. 지명도가 높은 인물들로 게임을 구성하면 홍보는 쉽지만 지속적인 파급효과를 기대하기 힘들고 유저들은 게임에 쉽게 식상한다. 이러한 문제점을 보완하는 방안으로 신라시대와 향가, 용천사와 세 명을 화랑을 내세워 인물의 식상함을 개선함과 동시에 플레이어들이 호국

정신을 가져보게 함으로써 향가 작품의 정신세계에 몰입해볼 수 있는 신선한 경험을 제공한다.

전략 시물레이션의 한계란 장르의 특성상 어쩔 수 없이 삼국시대나 임진왜란 등의 큰 전쟁만 다루어왔다는 것을 말한다. 전략 시물레이션 장르는 큰 스케일과 전쟁을 지휘한다는 느낌을 줄 수는 있지만 내가 그 전쟁이나 전투의 한 인물이 되어 겪어볼 수 없다는 단점이 있다. 전쟁을 지휘할 수는 있지만 겪어볼 수 없으니 몰입성이 심하게 저하된다. 이런 단점을 RPG라는 장르의 특성과 향가 배경설화 서사를 활용하여 보완하고, 호국이라는 당위적인 상황과 왜구 침입이라는 절박한 심리적 공감대를 형성하여 플레이어의 몰입도를 끌어올릴 수 있다.

게임 진행은 '마을→전투→이벤트'의 큰 틀 안에서 진행되도록 한다. 길 찾기는 없고, 대신 마을에서 종종 미니게임을 하도록 유도한다. 특정 마을 같은 경우 조건을 채우지 못하면 더 이상 진행이 되지 않도록 한다. 플레이어가 조종하는 용천 스님, 거열랑, 실처랑, 보통랑 네 명의 캐릭터는 각각 다른 능력치를 갖고 있으며 플레이할수록 고유의 장기를 익힐 수 있도록 한다. 능력치는 힘, 근골, 지혜, 정신으로 나누며 각 캐릭터마다 5~10 사이로 정해지며 등급이 올라도 변하지 않는다. 기본적으로 힘은 공격력, 근골은 방어력, 지혜는 주술력, 정신은 주술 방어력에 영향을 미치며 공, 방, 주술, 주술방어력은 아이템의 강화로 직접적으로 올릴 수 있다. 등급이 오를 때는 체력(힘과 근골에 영향)과 기력(지혜와 정신에 영향)만 증가할 뿐이고 특정 등급마다 장기가 생긴다. 장기(skill)는 용천 스님의 경우 화염술이나 번개술, 회복술, 거열랑의 경우 총검술이나 어검술 등 각자의 능력에 맞는 공격이나 회복, 방어 기술이다. 아이템은 소모류와 장비류 두 가지로 나뉘며 무기나 방어구는 강화 시스템으로 장비가 바뀌지 않고 강화되는 형식이다. 소모류는 각종 약 종류로 체력회복이나 기력회복, 중독 상태를 풀어주거나 마비상태를 풀어주는 것들이다. 장비류는 무기와 이복을 제외한 보조장비로 염주, 화랑모, 머리끈 등으로 한다.

〈도술가〉 역시 게임 스토리텔링의 원천서사로 활용할 수 있다. 게임 형식은 PC 콘솔용 RPG 게임, 동영상, 일러스트, 2D 그래픽으로 구성한다. 오프닝과 엔딩 및 스토리 전개 도중 중요한 장면, 전투 시작과 끝부분에 배치한다. 일러스트 대화창은 등장 캐릭터 및 NPC와 대화, 이동 및 전투는 2D 그래픽으로 처리한다. 〈도술가〉의 배경설화 스토리 베이스는 경덕왕이 월명에게 두 개의 해라는 괴변을 없애라는 퀘스트를 주고 월명이 그것을 해결해나가는 과정이다. 등장하는 캐릭터의 이름과 지명, 직책, 아이템 등은 우리나라 역사 및 인물, 설화에서 따온다. 신라 35대 경덕왕 시대를 모티프로 잡고 있긴 하지만 실제적인 연대의 특징과는 관련이 없다. 공간적 배경은 한반도 동남쪽 지방, 신라를 포함한 여러 부족들이다.

세계관은 건축, 의복, 무기, 생활용품 등 동양적인 요소를 갖추도록 한다. 갖가지 종교, 점술, 마법, 정령, 요괴들이 난무하는 판타지적인 세계이며 한반도의 사계 기후와 지형을 반영한다. 여러 크고 작은 세력들이 먹고 먹히면서 그 중 가장 힘이 센 고구려 백제 신라의 세 부족국가가 주변의 제후국이나 부족국가들을 흡수하면서 통일을 꾀한다. 그 중 주무대가 되는 곳이 신라 동남쪽이다.

게임의 연령층을 고려할 때 향가의 개관이나 일반적인 지식보다 향가에 대한 정보는 개략적인 것만 언급하고 향가를 원천자료로 풍부한 게임 스토리 소재와 캐릭터를 이끌어내는 전략을 택한다. 이때 향가의 왜곡된 지식과 정보가 만들어지지 않도록 최대한 배려하면서 치밀한 스토리를 구성해가야 한다.

우리나라 게임 산업에서 여전히 문제로 지적되는 부분이 캐릭터와 스토리의 빈곤이다. 우리나라 게임은 게임성 자체는 뛰어나지만 캐릭터의 개성이나 비주얼, 전략적 스토리의 부실로 지속적인 성장세를 이어가지 못하는 경우가 많다. 향가 배경설화를 바탕으로 한 개성 있는 캐릭터와 몰입도 높은 스토리는 이러한 점을 보완하여 신선하고 재미있는 스토리를 제공하는 한 방안이라고 본다.

다음 드라마 스토리텔링에 대해 살펴보자. 현대인들에게 드라마는 일상이다. 인터넷의 발달로 드라마는 기존의 일방적인 전달이 아니라 쌍방향의 소통을 통한 스토리텔링이 일반화되어가고 있다. 예전에는 시청자들의 입소문이나 일간 신문에 게재되는 주간 시청률 순위표가 시청자들이 행할 수 있는 영향력이었지만, 인터넷의 발달로 시청자들은 이야기의 방향 전환이나 수정에도 역할을 하고 있다. 드라마 작가나 연출가에 따라 다르기는 하지만 시청자의 반응을 의식하며 내용을 조율해 가는 경우도 적지 않다. 따라서 드라마 스토리텔링은 네티즌 시청자들의 반응에 주목할 필요가 있다. 드라마 <서동요>는 백제의 마를 깨던 소년 서동과 신라 선화공주가 결혼을 하고 서동이 백제 무왕에 오른다는 사실(史實)<sup>18)</sup>을 토대로 하여 허구적 내용을 가미하여 외연을 확대시켜 나간 드라마이다. 대부분의 사극이 이러하여 시청률에 있어서나 작품성에서 성공적인 드라마도 사실(史實)에의 부합 여부를 두고 논란을 벌이기도 한다.<sup>19)</sup> 서동요와 관련한 역사적 사실을 전하는 기록이 상세하지 않고 배경설화의 기록을 그대로 받아들이는데도 문제가 있다. 배경설화의 내용이 역사적 사실과 부합되지 않는 면이 있기 때문이다. 드라마 <서동요>도 이러한 고민을 안고 스토리라인을 구성했을 것으로 보이며, 복식이나 장신구, 각종 문양 등을 통해 당시의 문화를 다양하게 보여주는 스토리텔링 방법을 취하고 있다.

드라마가 일반적으로 시청자들의 관심을 집중시키는 이유는 드라마가 갖고 있는 탐색 기능 때문이다. 시청자들은 드라마를 보면서 등장인

18) 이 부분에 대해서도 충분히 논란의 여지가 많으나 여기서는 설화적 문맥에만 충실하기로 한다.

19) 이 부분에 있어서는 차후 정밀한 논의가 지속적으로 진행되어야 한다. 드라마는 허구를 전제한다. 하지만 역사적 사실을 토대로 한 경우 극적인 요소를 위한 장치로써 허구는 반드시 필요한데 이 과정에서 역사 왜곡의 문제가 여전히 남게 되는 것이다. 사극에서 역사적 사실에 충실할 것을 주문하는 것은 드라마가 아닌 다큐멘터리를 요구하는 것이고, 극적인 흥미를 추구하다 보면 역사적 사실을 모르는 일반인이나 어린이들에게 역사에 대한 잘못된 정보를 전달할 가능성도 있기 때문이다.

물들의 인간관계를 탐색하거나 주인공의 성공 여부를 점친다. 홈드라마의 경우, 행복한 생활이 잔잔하게 펼쳐지는 드라마도 나름대로 시청자들에게 볼거리를 제공하지만 그 속에서 진행되는 가족 구성원 간의 갈등이 어떤 식으로 극복되는지를 살펴보면서 드라마를 시청하는 의미를 찾는다. 드라마 스토리텔링에서 가장 중요한 것은 시청자와의 눈 맞춤이다. 시청자들은 드라마를 통해 대리 만족을 하는 경향이 있기 때문에 타깃으로 삼은 시청자들의 욕구나 욕망에 충실한 스토리 전략을 짜는 것도 필요하다.

〈처용가〉와 〈도천수관음가〉를 원천자료로 한 드라마 스토리텔링도 고려해볼 직하다. 이 경우 드라마의 방향은 가족주의를 주제로 하되 고전과 현대를 배경으로 한 퓨전식 드라마로 가야 한다. 〈처용가〉는 신라 하대 헌강왕이 개운포를 갔을 때 갑자기 주위가 깜깜해지자 함께 갔던 일관이 동해 용 때문이라고 한다. 그 자리에 절을 지어 주기로 하니 다시 밝아졌다. 동해 용왕이 감사한 마음에 자신의 아들 처용을 헌강왕에게 바쳐 서라벌에서 살도록 했는데, 통일신라시대의 경주는 퇴폐와 번성이 동전의 양면처럼 공존하던 시기였다. 당연히 지방의 건강한 문화에 익숙해 있던 처용은 방황할 수밖에 없었을 것이고, 이에 밤늦게까지 방황하다가 돌아와 역신이 아내를 범한 현장을 목격하게 된다. 사건의 과정을 소상하게 알려주는 〈처용가〉는 향가로써 작품적 평가보다는 사건의 상황이 지니는 극적 긴장감 때문에 많은 사람들의 입에 오르내리는 작품이다. 〈처용가〉는 현대적 관점에서 드라마로 뿐만 아니라 영화나 뮤지컬로 만들기에도 적합한 원천자료이다. 현대사회에서 가정은 잘 유지될 때는 최우선의 순위에 놓이지만 깨지는 상황에 놓이면 순위권 밖이다. 특히 가정의 위기 시 자녀 양육을 서로 하지 않으려는 태도를 보이는 부모들이 많다. 〈처용가〉를 통하여 가정의 질서 또는 가정의 진정한 의미를 새길 수 있는 드라마나 영화로 스토리텔링 하는 방안을 찾아볼 수 있다. 이때 〈도천수관음가〉에서 희명이 보여주는 자식에 대한 맹목적이고 헌신적인 태도 역시 퓨전식 드라마로 재창조할 때 원천자료

로써 의미 있다고 본다.

### Ⅲ. 결 론

본고는 향가 텍스트와 배경설화를 문화콘텐츠화하는 방안에 대한 연구이다. 향가에는 다양한 우리 문화원형이 녹아 있어 가장 한국적인 문화콘텐츠 소재로 활용될 수 있다. 논의된 사항을 요약하면 다음과 같다.

향가의 문화콘텐츠화 방안으로 먼저 스토리뱅크를 제시하였다. 서사 구조를 지닌 원천자료의 디지털 DB 구축은 문화콘텐츠 개발의 기반이다. 원천자료인 향가와 배경설화는 풀 텍스트부터 작품 해설, 인물, 시대 배경과 공간 배경, 주제, 사건별로 디지털 상에서 하이퍼텍스트 기능을 갖도록 분절한다. 향가 텍스트와 배경설화를 입력하고, 배경설화의 스토리라인을 구축하여 주제별, 인물 성격별, 소재별, 배경별로 세분화한다. 스토리뱅크는 웹상에서 하이퍼텍스트를 통해 사용자들의 다양한 자료 탐색을 가능케 하며, 메타데이터 포맷을 통해 구성된다. 메타데이터 포맷은 분절화 한 자료를 연동시키는 시스템이라고 할 수 있다. 메타데이터는 원천자료에 대한 종합적인 정보를 제공하는 데이터인데 향가를 원천자료로 한 스토리뱅크에서도 세 형태의 메타 데이터 포맷이 필요하다.

둘째, 캐릭터 개발이다. 향가와 배경설화에는 당대를 살아가던 다양한 인물 군상이 등장한다. 향가 속의 인물들은 현대인들과 소통할 공통분모가 많다. 지나치게 평범한 캐릭터도 주목받기 어렵지만 대중의 정서와 동떨어져 차별화 된 캐릭터는 콘텐츠 소비자를 확보하기 어렵다. 성공적인 캐릭터가 문화콘텐츠와 문화산업의 성공을 담보하게 된다.

셋째, 향가에는 우리민족이 무의식적으로 공감할 수 있는 정신적 원형이 자리하고 있어 현대인들과의 소통에 용이하다. 향가를 원천자료로 활용함으로써 향가 향유 당시의 문화나 전통, 역사, 생활 등 문화 원형

을 창작 소재로 활용하여 가장 한국적이면서 차별화된 창의적인 문화콘텐츠를 만들어내는 것이 가능하다.

● 참고문헌 ●

- 권복순, 「수로부인 이야기의 공간과 인물의 서사구조」, 『배달말』34, 배달말 학회, 2004.
- 박사문, 「애니콜 애니스타일 TV 광고와 웹 광고의 스토리텔링」, 『문화산업과 스토리텔링』, 최혜실 외, 다홀미디어, 2007.
- 신재홍, 「모성 담론의 문화적 형성과 재현: 고대에서 근대전환기까지 모성 담론의 문화적 조명 : 신라 사회의 모성과 향가」, 『한국고전여성문학연구』14, 한국고전여성문학회, 2007.
- 안기수, 「영웅소설의 게임 콘텐츠화 방안 연구」, 『우리문학연구』23, 우리문학회, 2007.
- 李崇源, 「鄉歌 內面構造 試攷」, 『한국시가문학연구』, 신구문화사, 1983.
- 정병욱, 『한국고전시가론』 증보판, 신구문화사, 1985.
- 조윤희, 「문화콘텐츠 통합을 위한 메타데이터 포맷 연구」, 『정보관리학회지』 제20권, 2003.
- 최혜실, 『디지털 시대의 문화 읽기』, 소명출판, 2001.
- 허만욱, 「문화콘텐츠에서의 디지털스토리텔링 양상과 방향 연구」, 『우리문학연구』23, 우리문학회, 2007.
- 2006년 9월 7일 연합뉴스

이 논문은 2008년 5월 10일 투고 완료되어  
2008년 5월 14일부터 5월 22일까지 심사위원이 심사를 하고  
2008년 5월 29일까지 심사위원 및 편집위원 회의에서 게재 결정된 논문임.

## Cultural contentization plan of HyangGa

Ham, Bok-hee

This study is to find a cultural contentization plan by researching the background-narration of HyangGa. HyangGa is the works to show our nation's excellent spiritual world. On the assumption that HyangGa and background narrations should be read in the one stream, the plan of cultural contentization about the text of HyangGa and background narrations have been studied. They are the cultural inheritance to have shown our nation's full emotion and spiritual world, so it is quite worth to make them cultural contentization. We can also use as the materials of cultural contentization.

They, HyangGa and background narrations, have merits to develop suitable and various cultural origin.

In the study, first to encourage practical use, story back has been built as a preceding work. It is not only improve the public approaching to cultural origin but also to be useful to make cultural contents industrialize.

Second, the development of characters who came up in the background narrations of HyangGa are presented. The characters have various personalities to fit on cartoons, animations, movies, dramas, novels and games. Their original characters on original narrations have been contemperized to help people or readers understand them more easily.

Third, original data became refreated and then turned into story-tellings. The materials of storytelling are presented to refreat original data and then to make them fit on the mass.

In the modern society, storytelling can be said as the care for communication. Especially, it is important to make cultural narrations are fittable.

To practice the potential materials in HyangGa to culture, tradition, history, and life, it is highly possible to make distinguishable and creative cultural contents.

Key words : cultural contentization, cultural contents, HyangGa, background narrations, public approaching, cultural narrations, storytelling, storybank