



문화 · 자연 · 지방 창생: 지브리의 재탄생을 기대하며

‘천방지축의 새로운 여행’을 위하여

관광 여행 산업은 코로나 바이러스로 제일 먼저 타격을 입었다. 아베 전 수상은 설부른 “Go To Travel”로 코로나 제2차 확산을 초래했다. 사회적 거리두기에 지치고 해외로의 출구가 막힌 사람들이 연휴 틈새에 국내 관광지로 몰리는 건 인지상정이다. 하지만 무조건 “여행을 떠나자”는 정책은 무책임하다. 코로나 공포에 주저앉자는 의미가 아니다. 그동안 우리가 천방지축으로 세계를 누비고 다녔다면, 이제 세계화와 관광의 의미를 되새겨보고 새로운 여행의 행동양식을 찾자는 말이다. 세계 어디를 가든 우리는 그곳의 ‘자연과 문화, 그리고 사람’에 대해 공부하고 돌아와야 할 것이다.

2012년부터 메르스, 에볼라, 돼지열병, 조류독감 등 각종 신종 바이러스가 출몰했다. 그러다가 2020년 코로나 바이러스가 인간 활동을 멈춰 세웠다. 누구든 포스트 코로나를 준비한다면, 거의 해마다 반복되었던 자연의 시그널에 귀를 기울여야 한다. 천방지축의 인간 활동에서 놓치고 있었던 문제와 그 해법을 찾아야 한다. 생각해 보니, 천방지축이란 말은 하늘과 땅을 아우르는 넓은 공간을 가리키므로 나쁜 뜻이 아니다. 다만 교통 통신과 활동의 자유가 제한되었던 시절에 사람들은 광활한 세계를 활보하기 어려웠다. 그래서 천방지축은 “못난 사람이 함부로 날뛰고 덤벼드는 모양”을 형용하는 말이었다.

오늘날, 말 뜻 그대로 천방지축(千方地軸)을 연구하는 지식과 기술이 발전하여 우주 개발과 해저 탐사가 모두 진행 중이다. 그렇다면 지구촌을 1일 생활권으로 만드는 기술 혁신을 앞두고, 세계화에 ‘일단 멈춤’의 신호가 걸린 까닭은 무엇인가? 그동안의

자연+문화+정책의 성공적 결합을 기대하며

세계화와 관광이 돈벌이에 날뛰고 돈 쓰기에 덤벼드는 ‘못난 사람’들의 왕래를 의미했기 때문이 아닐까?

이제 지구촌의 ‘초 연결 사회’를 살아갈 우리는 하늘과 땅을 누비고 천방지축으로 탐구하면서 인류사회의 문제를 통째로 해결해야 한다. 적어도 세계 어느 곳을 방문하고 오든 일상의 활력이 지속될 때, 바이러스의 출현에도 끄떡없는 ‘초 연결 안전사회’가 될 것이다. 나 홀로 안전한 공간은 없지만, 나 홀로 고립된 공간도 없다. 물리적인 공간 이동이 차단되었지만, 다행히도 인터넷으로 온라인 여행이 가능하다. 천방지축으로 번지는 생각의 주파수를 일본으로 연결하자, 근사한 여행 아이템이 떠올랐다. 코로나 사태에서 더욱 주목되는 지브리 애니메이션과 지브리 파크로 여행을 떠나 보기로 한다.

2014년 9월부터 일본은 ‘로컬 아베노믹스’로 불리는 지방 창생 프로젝트를 발표하고 추진했다. 그 핵심은 지방의 인구감소를 막고 일본 전체의 활력을 증진하기 위해, 젊은 세대에게 안정된 일자리를 제공하는 지역 거점을 만들어내는 데 있다. 이에 따라 2016년 문화청도 교토로 이전하여 ‘지역문화 창생본부’를 설치했으며, 산하에 광역 문화관광 · 마을 만들기 그룹 등을 두었다. 또한 관광청에서도 광역관광 루트 만들기, 관광 콘텐츠 배양, 지역의 관광자원을 활용한 관광매력 만들기 등 각종 사업에 착수했다. 기존의 테마파크가 쇠퇴하는 사례도 많지만, 중국인 관광객의 증가로 테마파크의 개발은 여전히 유효하다.

일본의 지방 창생 사업 중에서 가장 기대되는 곳의 하나가 지브리 테마파크의 개설이다. 2018년 4월, 아이치현은 나가쿠테시(長久手市) 엑스포 기념공원에 2022년부터 새롭게 지브리 파크가 문을 연다고 발표했다. 아이치현에서 1,2위를 차지하는 인기 거점이 리니어 철도관, 메이지무라(明治村)라는 사실을 떠올리면, 194 ha 규모의 아이 · 지구박(愛 · 地球博) 기념공원이 갖는 생산성은 초라했을 것이다. 2005년 아이치 엑스포 당시부터 각국의 음식 · 문화 · 놀이 체험관을 조성했던 그곳은 현지 여행이 가능한 일본인이나 세계인들에게 그다지 매력적이지 않았다. 하지만 지역 청소년의 농업 체험장과 스포츠 시설, 그리고 수풀림의 환경을 재조성한다면, 이 광역 도시공원을 국내외의 많은 사람들이 찾고 싶어 하는 관광자원으로 만들 가능성은 충분했다.

일본의 테마파크 중 방문객 수에서 독보적 1위는 도쿄 디즈니랜드(2019년 29,008,000명)이다. 2위는 도쿄 디즈니랜드의 1.5배 넓이로 나가사키에 있는 유럽풍의 하우스텐보스(2,547,000명)인데, 1위와의 격차가 무려 10배로 벌어진다. 1년에 3천만여 명이 찾는 그 탁월한 흡인력은 디즈니랜드가 갖는 문화산업의 위력에서 나온다. 월트 디즈니 컴퍼니와 라이선스 계약을 맺고서 운영되는 도쿄 디즈니랜드는 미국에 버금가는 시설, 쇼와 퍼레이드, 디즈니 영화의 캐릭터 상품, 리조트, 호텔 등으로 국내외 관광객들을 불러들인다.

도쿄 디즈니랜드보다 4배 넓은 도시공원에 지브리 파크가 완성된다면, 도쿄 디즈니랜드의 오락적 가치를 넘어서 일본의 자존감을 충전시키게 될 것이다. 아이치현의 자

자연의 지혜, 문화의 힘

연과 지브리의 문화가 조화를 이루면서 일본의 창의적 문화 공간이라는 가치를 배양할 수 있기 때문이다. 물론 그 가치에 국민 세금을 투자한 만큼 일자리를 만들려는 지역 창생 사업의 당면 목적을 충족시켜야 한다. 2020년 2월 아이치현은 ‘지브리 파크의 정비 개요’에서, 총 사업비가 약 340억 엔이며, 2023년에 전면 개방을 실시하면 연간 방문자는 약 180만 명 (전체 공원 약 280만 명)이 될 것이라고 발표했다. 연간 경제 파급 효과는 약 480억 엔으로 예상했다. 아이치현의 한 대학에서 6년 반 동안 근무한 경험이 있고, 지브리 애니메이션을 좋아하는 필자로서는 그 예상 수치를 초월하는 문화적 힘이 퍼져 나가기를 기대한다.

테마파크에 지속 가능한 일자리를 만들려면, 어떤 아이템을 도입하든 사람들에게 힐링과 오락을 제공하면서도, 사람들의 생각을 키우는 문화적 실력이 장착되어야 한다. 그러한 필요충분조건에서 볼 때, 아이치현과 스튜디오 지브리가 손을 잡은 것은 서로에게 신의 한 수처럼 보인다. 둘의 만남이 자연의 힘과 문화의 힘을 융합하는 새로운 지평을 열 수 있기 때문이다.

아이치(愛知)현은 ‘자연의 예지’와 ‘지구촌 사랑’이란 테마를 앞세워 2005년 세계 박람회를 개최했다. 그러나 박람회와 그 후 만든 아이·지구박(愛·地球博) 기념공원이 ‘자연’과 ‘사랑’의 이념에 딱 맞는 콘텐츠를 장착했는지는 의문이다. 그 기념공원의 정체된 모습이 알맹이 없는 현실을 암시한다. 따라서 아이치현의 입장에서는 스튜디오 지브리의 유치가 2005년의 엑스포 유치 이념을 실질적으로 계승하는 의미를 띤다. 지브리 애니메이션이 사람과 자연에 대한 사랑의 메시지를 세계적으로 발신해 온 만큼, 아이치현은 엑스포의 이념을 잇고, 나아가 관광자원의 문화적 보배를 얻은 셈이다.

지브리가 그들의 애니메이션 세계를 재현하는 테마파크를 연다는 사실은 획기적이지만 예정된 수순이기도 하다. 지브리는 상업주의 경영을 꺼리며 기념품 수익 사업에도 소극적이었다. 토토로 굿즈도 제작자가 가져온 작품의 완성도를 보고서 미야자키 감독이 특별히 허락하여 수익의 한도액까지 정한 상태에서 발매했다고 한다. ‘미타카의 숲 지브리 미술관’도 완전예약제와 정원제로 운영하고 있어서 대중에 대한 개방성이 떨어진다.

고고하고 도도했던 지브리가 대중 친화적 수익 창출 경영으로 돌아선 것은 스튜디오 경영의 어려움을 해결하기 위한 방책으로 보인다. 미야자키 하야오 감독의 고령화, 후계자 양성의 실패 및 작가 네트워크의 부재로 그 작품 생산성이 쇠락한 상태이기 때문이다. 지브리가 그동안의 작품 세계를 제2의 문화관광 콘텐츠로 연구 개발하여 일본 국내외 사람들에게 널리 보급하는 것은 분명히 환영할 일이다. 그렇지만 지브리 애니메이션이 포스트 코로나 시대를 열어갈 창작의 인재를 키우지 못해 스스로 문화 소비 콘텐츠로 머무는 일은 없었으면 좋겠다.

스튜디오 지브리의 경영 변화가 지브리의 작품 이념을 연구하고 새로운 창작 문화를 꽃피우는 젊은 문화인의 양성으로 이어지길 기대한다. 지브리의 세계적 명성이 디즈니의 판로를 활용한 결실이듯, 지브리의 명맥을 잇고 정체된 위기에 활력을 주는 일

맑고 투명한 세상을 만드는 실력자

이 일본인에게만 부여된 숙제는 아닐 터이다. 지브리의 자연 친화적 작품이 세계 어린이들의 교육 콘텐츠로 활용될 수 있는 만큼, 지브리의 후계자는 일본을 넘어서는 세계적인 네트워크에서 배출되어도 좋지 않겠는가 상상해 본다. 문제는 지브리의 경영인과 작가들이 디지털 전환을 시도하는 새로운 운영체제를 만들 수 있는가에 달려 있을 것이다.

2020년 2월부터 넷플릭스에 지브리 애니메이션이 풀렸다. 기존의 배급 계약 문제가 남아 있어서 북미와 일본에는 풀리지 않았다고 한다. 한국 넷플릭스에 감사하며 최근 지브리 명작을 폭풍 흡수했다. <센과 치히로의 행방불명>(2002), <원령공주>(1997), <하울의 움직이는 성>(2004), <바람계곡의 나우시카>(1984), 이 4편이다. 코로나 팬데믹으로 문명이 일으킨 자연재해를 실감해서인지 각 영화마다 세밀한 감동이 밀려온다. 그 작품들에 하나같이 선과 악, 자연과 문명의 경계를 뛰어넘어, 인간과 자연의 순수를 회복시키는 메시지가 깃들어 있기 때문이다.

인간이 만든 문명은 결코 자연을 정복할 수 없다. 인간이 자연의 영장이며, 문명도 자연의 산물이기 때문이다. 인간이 욕심을 부려 자연의 질서를 어지럽혔다면, 자연이 스스로 문명 정화에 나선다. 코로나가 지구촌의 맑고 투명한 모습을 보여주었다면, 포스트 코로나 시대를 살아갈 우리 스스로가 이제 맑고 투명한 세상을 만들어야 한다.

미야자키 하야오 감독의 작품 세계에서 '원점'이라고 알려진 <바람계곡의 나우시카>. 세균 문제가 부각된 이 작품은 특히 코로나로 부각된 우리 시대의 화두에 대한 실천적 가능성을 암시한다. 지브리의 전신인 톱크래프트에서 제작된 <바람계곡의 나우시카>는 종이 만화로 먼저 제작된 스토리의 전반부에 해당한다. 필자는 종이 만화에서 제시된 미야자키의 '어두운' 생사관에는 동조하지 않지만, 애니메이션 제작을 위해 재구성된 그 작품의 메시지에 공감하는 바가 크다.

바람계곡의 공주인 나우시카는 패권을 좇아 전쟁을 일삼는 적의 무리도, 식물에 공생하며 인간생명을 위협하는 세균이나 곤충도 배척하지 않고서 모두를 다스리고 감싸 안는 능력자이다. 이 소녀는 세균이 갖는 정화력을 연구하고, 바람 소리를 이용하여 동물의 분노를 잠재우며, 자연을 다스리는 실력으로 인간의 정복욕이나 비뚤어진 복수심을 바로잡아낸다. 자연의 이치를 연구하고 상대의 욕망과 분노까지 다스리는 모습은 진정한 소통과 융합의 힘이 어디에서 나오는지를 시사한다. 지브리 애니메이션에는 이 시대의 문제에 맞서 순수와 공정의 가치를 회복시키고, 상처 입은 자연과 사람들을 구원하는 지혜가 담겨 있다.

자연의 이치에서 볼 때, 좋은 바이러스와 나쁜 바이러스의 구별은 없다. 인간에게 치명적인 바이러스는 인간의 게으른 이기심을 깨우치고 인류사의 진보를 자극하기 위해, 현실 모순의 최대치를 보여주는 중이다. 숲의 파괴를 가져온 지구촌의 빈곤과 인구 증가 등, 인류사의 성장 과정에서 방치되었던 모순들이 드러나고 있다. 우리가 문제의 근본 원인과 해법을 찾아 자신의 역할을 다하고 있다면, 코로나 바이러스로 희생된 사람들에게도 보람을 찾아줄 수 있다. 문제는 바이러스의 퇴치가 아니다. 진정한

한 백신의 개발은 숲의 파괴와 인간성의 파산을 회복할 근본 대책을 찾았는가에 있다. 우리들 자신이 맑고 투명한 세상을 만드는 실력을 키우지 못한다면, 포스트 코로나 시대는 영영 오지 않을 것이기에.



조관자
서울대 일본연구소 부교수

“ <관정일본리뷰>는 일본이슈 및 한일현안에 대한 전문가 칼럼을 발신하고, 미래지향적인 소통의 장을 열고자 합니다. 서울대일본연구소가 기획하고 관정이종환교육재단이 후원하고 있습니다. ”

※ 필진의 글은 일본연구소의 공식 입장과는 무관합니다.