



무용에 나타나는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징

-DV8 Physical Theatre의 OSMU를 중심으로

심정민*(한국예술종합학교)

국문초록

20세기 말 멀티미디어란 개념이 등장한 후 통신의 발달과 인터넷의 대중화가 이어지면서 콘텐츠의 중요성이 증대하였으며 최고의 부가가치 산업으로 떠오르고 있다. 콘텐츠는 단순한 정보나 지식이 아닌 그 이상의 의미를 지니고 있으며 계속해서 그 의미를 확장해가고 있다. 이러한 콘텐츠는 문화산업에서 가장 중요한 내용을 이루고 있으므로 문화산업을 콘텐츠산업이라도 할 수 있다. 현재, 콘텐츠를 활용하는 문화산업은 문화예술적 상상력에 산업을 결합하는 미래지향적인 고부가가치 산업으로 각광 받고 있다. 세계 각 국가들은 민족문화의 정체성을 보존하고 독창성을 강조하는 한편 이를 적극적으로 현대화함으로써 개성있는 문화콘텐츠 이미지를 개발하려는 노력을 기울이고 있다.

공연예술은 디지털식의 대량 생산과 복제가 불가능하여 관객과 함께 일회적 생산방식을 극장무대에서 끊임없이 반복해야 하는 분야 특성상 문화관광 상품으로 개발하는 문제가 어느 분야보다 절실한 당면과제로 부각되어 있다. 한국의 무용 예술은 제작 여건(특히 재정적인 여건)이 열악하다보니, 작품을 창작하여 극장 무대에 올리는데 급급한 실정이다. 국공립 무용단체 같은 일부 무용단을 제외하고는 무용 콘텐츠 개발에까지 미처 신경을 쓰지 못하는 경우가 빈번할 수밖에 없다. 그럼에도 불구하고 문화콘텐츠는 상당한 잠재력과 경쟁력을 가지고 있으므로 우리 무용의 활성화와 해외진출을 위해 관련 콘텐츠 개발은 반드시 필요하다. 그 실현 가능성에 대해 모색하기 위해 영국 컨템포러리 무용단인 DV8 Physical Theatre를 통해 무용에 나타나는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징(김영욱, 2010)에 대해 OSMU를 중심으로 살펴보았다.

문화콘텐츠 산업이 가지는 부가가치적 특징은 고성장 산업, 고용 창출 효과, OSMU, 소비자 생산형 산업, 국가 이미지 증대 효과로 정리할 수 있다. 문화콘텐츠 산업에서 가장 주목할 만한 특징은, 하나의 원작이 성공한 후 이를 다양한 장르와 형태로 재창조하는 OSMU(One Source Multi Use)에 있다. 무용에서 성공적인 예는 DV8 Physical Theatre의 <The Cost of Living>에서 찾아 볼 수 있다. 원형이 되는 공연작품을 재제작하여 장소특정형 작품과 업그레이드된 완성작을 냈으며, 무용영화로 제작하여 DVD나 미디어포탈 다운로드로 유·무상 제공하였으며, 인터넷매체 즉 홈페이지나 유튜브를 활용하여 홍보·마케팅을 효율적으로 전개하였다. 뿐만 아니라, 팸플릿과 서적 등의 출판물과도 직·간접적으로 연계하는 한편 단기교육프로그램으로 워크샵을 전 세계적으로 진행하였다. 이와 같은 실제 확인된 OSMU 뿐 아니라 연계된 상품의 제작 및 유통, 즉 머천다이징 또한 가능하다.

이와 같이 무용에 나타나는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징을 통해 그 실현 가능성을 살펴보았으며 동시에 무용예술에서 문화콘텐츠를 얼마만큼 다양하게 활용할 수 있는지를 파악할 수 있다.

주요어 : 무용, 콘텐츠, 문화콘텐츠, 무용 콘텐츠, DV8 Physical Theatre, OSMU

I. 서 론

20세기가 기술과 물질 중심의 산업사회였다면 21세기는 지식과 정보 그리고 문화가 중요시되는 사회다. 세계 경제의 중심축도 자본과 노동 집약적인 산업에서 소프트웨어, 콘텐츠 중심의 지식기반 산업으로 급격히 이동하고 있다. 이에 따라 문화 산업은 대단히 중요한 의미를 지니게 되었으며 문화콘텐츠 역시 주요한 화두에 올라왔다. 현재 세계 각국은 문화 전쟁으로 일컬어질 정도로 자국의 정체성을 부각시킬 수 있는 문화 이미지를 구축하기 위해 심혈을 기울이고 있다.

콘텐츠는 문화산업에서 가장 중요한 내용을 이루고 있으므로 문화산업을 콘텐츠산업이라도 할 수 있다. 인터넷을 비롯한 디지털미디어의 발전은 국가 간 문화 및 산업 경계를 더욱 약화시켜 결국 세계를 하나의 시장으로 통합시켜가고 있는데, 문화예술적 상상력과 산업이 결합되어 고부가가치를 창출해내는 문화예술 산업이 바로 지식과 정보 그리고 문화의 시대를 이끌어갈 미래지향적인 산업인 것이다. 이러한 문화콘텐츠 산업이 가지는 부가가치적 특징은 고성장 산업, 고용 창출 효과, OSMU, 소비자 생산형 산업, 국가 이미지 증대 효과로 정리할 수 있다.

무엇보다도 문화콘텐츠는 성공한 원작을 기반으로 2차 상품을 개발하는 OSM(One Source Multi Use)가 가능하기 때문에 문화 그 자체뿐 아니라 전체 산업으로까지 영향을 미치는 고부가가치 상품으로 자리 잡았다. 한국 역시 이미 지난 수년 간 안정적인 콘텐츠의 OSMU를 통해 문화산업의 가능성을 타진하고 있다. 문화콘텐츠를 활용하는 산업의 성공으로 인해 얻게 되는 긍정적인 요소는 차세대 성장 동력으로까지 인식되고 있다. 하지만 한국의 문화콘텐츠 산업은 엔터테인먼트 쪽에만 치우쳐서(장희진, 2003) 예술분야에서의 콘텐츠 활용은 상대적으로 미진한 상태다.

한국의 무용예술은 제작 여건(특히 재정적인 여건)이 열악하다보니, 작품을 창작하여 극장 무대에 올리는데 급급한 실정이다. 국공립무용단체 같은 일부 무용단을 제외하고는 무용 콘텐츠 개발에까지 미처 신경을 쓰지 못하는 경우가 빈번할 수밖에 없다. 그럼에도 불구하고 문화콘텐츠는 상당한 잠재력과 경쟁력을 가지고 있으므로 우리 무용의 활성화와 해외진출을 위해 관련 콘텐츠 개발은 반드시 필요하다. 본 연구에서는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징을 무용에 적용하여 무용 콘텐츠 개발의

중요성에 대해 논의하고자 한다. 이러한 논의는 국내외적으로 잘 알려져 있는 컨템포러리 무용단 중에서 성공적으로 무용 콘텐츠를 개발하고 활용해온 DV8 Physical Theatre의 OSMU를 중심으로 구체화시킬 것이다.

2000년대와 특히 2010년대 들어 무용의 콘텐츠 개발에 관한 논문들이 다수 발표되어왔다. 하지만 대부분 창작 콘텐츠, 교육 콘텐츠, 공연기획 콘텐츠, 대중화 콘텐츠 등에 초점을 맞추고 있다. 무용의 문화콘텐츠의 부가가치적 특징을 OSMU를 중심으로 논의한 논문은 찾아보기 힘든 관계로 본 논문의 연구 필요성 및 차별성을 확인할 수 있다. 본 논문의 선행연구로는 2014년 6월 21일 PADF포럼에서 발제한 '문화콘텐츠에 대한 이해'가 있음을 밝힌다. 본 연구의 제한점은 무용에 나타나는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징을 소개하는데 있어 수치화된 데이터 구축보다는 포괄적인 이론적 이해에 초점을 맞추고 있다는 점이다. 이를 바탕으로 한 후속 연구에서는 관련 주제에 대한 수치화된 데이터 구축이 필요하리라 본다.

II. 문화콘텐츠의 개념과 특성

1990년대 멀티미디어란 개념이 등장한 후 통신의 발달과 인터넷의 대중화가 이어지면서 콘텐츠의 중요성이 증대하였으며 최고의 부가가치 산업으로 떠오르고 있다. 콘텐츠(Contents)란 용어는 1990년대 중엽 유럽에서 '멀티미디어 콘텐츠'란 용어를 쓰기 시작한 것이 효시가 되었다. 한국에서는 1999년 인터넷 비즈니스 열기가 고조되면서 커머스(Commerce), 커뮤니티(Community)와 함께 3C로 불리면서 보편적으로 사용되었다(장희진, 2003). 인터넷이 활성화되어있는 현재 '콘텐츠'라고 하면 인터넷 상에 제공되는 디지털데이터로 이루어진 정보나 지식으로 이해하는 경우가 많으나, 사실 콘텐츠는 단순한 정보나 지식이 아닌 그 이상의 의미를 지니고 있으며 계속해서 그 의미를 확장해가고 있다.

현재 세계 각 국가들은 민족문화의 정체성을 보존하고 독창성을 강조하는 한편 이를 적극적으로 현대화함으로써 개성있는 문화이미지를 개발하려는 노력을 기울이고 있다. 문화콘텐츠란 인간이 사회 구성원으로서 얻게 되는 관습, 도덕, 예술, 지식, 종교, 법률 등을 비롯하여 인간과 인간관계를 직접적이고 간접적으로 구성하는 모든 심리적, 물리적 사실들의 복합적인 총체라고 할 수 있다. 즉 역사를 통해 우리가 지금까지 그것에 의지하여 살아온 생활양식, 행동양식, 사고방식인 것이다. 이러한 문화콘텐츠는 오늘날과 같이 급격한 사회변화 속에서 우리의 자존적 고유성을 지키게 하는데 중요한 역할을 한다.

문화콘텐츠에서 차별화는 아이덴티티(identity)라고 할 수 있는데 이 차별성에서 차이격차에 의해 이익이 발생할 수 있다. 콘텐츠의 생명은 특별한 차이 가치를 창안하는 것이며 주관성이 충실한 차이의 객관성에서 얻어지는 수익을 높이는 것이 중요하다. 이러한 차이는 근원적으로 역사와 문화에 기인한다. 문화콘텐츠는 국가와 민족 등에 따라 달라지기 마련이다. 경제, 사회, 종교, 가치관 등이 문화의 차이를 발생시키고 자연환경이나 역사에 의해서도 다양성이 발생할 수 있다.

실제로, 세계화된 국가, 선진국의 콘텐츠를 보면 문화의 전통을 하나의 고유 단위로 표현하고 있으며 스스로 지켜온 역사성(과거와 현재뿐 아니라 미래)에 바탕하고 있다. 근래 들어 한국에서도 외국 콘텐츠의 모방에서 벗어나 우리의 기질과 성향을 내재한 문화콘텐츠를 개발하려는 노력을 가시화하고 있다. 우리 민족의 오랜 경험과 생활 속에서 다듬어지고 전해온 고유한 가치를 찾아내는 등 우리 문화의 재해석을 통한 문화콘텐츠를 개발하려는 노력은 더욱 활발해져야 한다(김시나, 2003).

문화콘텐츠는 어떤 소재나 내용에 여러 가지 문화적 공정을 통해 가치를 부여하거나 드높인 것으로 창의력과 상상력을 원천으로 하는 '문화적 요소'가 체계화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품(Culture Commodity)을 의미한다. 또 인간의 감

1) 콘텐츠의 사전적인 의미는 두 가지로 정리할 수 있다. 우선 내용, 알맹이, 목록 등을 의미하며 다음엔 만족시키다, 기쁘게 하다 등의 의미로 사용된다. 결국 콘텐츠의 본래적 의미는 구체적인 알맹이이자 내용인 동시에 이를 통해 만족을 줄 수 있는 것으로 유추할 수 있다.

성, 창의력, 상상력을 원천으로 문화적 요소가 구체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품이라고 할 수 있다.

이러한 문화콘텐츠는 생활양식이나 전통문화, 예술, 스토리, 대중문화, 개인의 경험, 역사기록 등 다양한 문화적 요소를 원천으로 생성된다. 문화콘텐츠는 속성에 따라 디지털 콘텐츠와 아날로그 콘텐츠로 구분되고, 형태적으로 문자, 이미지, 영상, 사운드 등 다양하게 구분된다. 이는 개인 혹은 집단의 문화적 다양성에 따라 문화콘텐츠의 차별성이 생기며 어떤 경우 비슷한 자연환경이나 문화를 지닌 별개의 그룹 사이에서 문화콘텐츠의 유사성이 발견되기도 한다. 문화콘텐츠는 다양한 사회 구성들 사이에 문화가 어떻게 다르게 이해되고 그러한 이해가 실천을 통해 복원과 재현되는지가 중요한 과정이 된다. 이 점은 문화콘텐츠가 다양한 문화가치의 창출기반인 동시에 현실적 적용과 구현이라는 활용성을 본질로 하고 있음을 보여준다.

문화콘텐츠의 창작원천인 '문화적 요소'에는 생활양식이나 전통문화, 예술, 역사기록, 대중문화, 신화, 개인의 경험 등 다양한 요소들이 포함되어 있다. 이러한 문화적 요소는 창의성과 기술을 바탕으로 고부가가치를 창출하는 원동력이다. 문화콘텐츠는 이러한 소재를 바탕으로 한 문화산업의 핵심이다(조한익, 2011).

III. 문화콘텐츠의 범위와 부가가치적 특징

현재 한국에서 사용하는 문화산업의 정의를 관련 법 조항을 중심으로 살펴보면 다음과 같다. 1992년 2월 제정되고 2011년 5월에 개정된 '문화산업진흥기본법'에서는 문화산업을 '문화상품의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업'으로 정의하고 있다. 문화상품은 '예술성, 창의성, 오락성, 여가성, 대중성이 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화와 서비스 및 이들의 복합체'라고 규정하고 있다. 이와 같은 관련법을 근거로 문화콘텐츠를 구체적인 산업이나 장르로 분류할 수 있는데, 문화체육관광부에서는 문화콘텐츠는 '애니메이션, 캐릭터, 게임, 음악, 영화, 영상, 방송, 디지털, 콘텐츠, 광고' 등으로 규정하고 있다.

문화산업진흥기본법이 지정한 문화산업의 범위(한국콘텐츠진흥원)는 다음과 같다. 1)영화와 관련된 산업, 2)음반, 비디오품, 게임물과 관련된 산업, 3)출판, 인쇄물, 정기간행물과 관련된 산업, 4)방송영상물과 관련된 산업, 5)문화재와 관련된 산업, 6)만화, 캐릭터, 애니메이션, 에듀테인먼트, 모바일문화콘텐츠, 디자인, 광고, 공연, 미술품, 공예품과 관련된 산업, 7)디지털 문화콘텐츠 및 멀티미디어 문화콘텐츠의 수집, 가공, 개발, 제작, 생산, 저장, 검색, 유통 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업, 8)그 밖에 전통 의상, 식품 등 전통문화 자원을 활용하는 산업으로서 대통령령으로 정하는 산업 등. 여기서 6)의 세부 항목 중에서 '공연'예술은 "클래식 음악회 및 오페라, 연극 및 뮤지컬, 무용, 국악공연, 대중가요 콘서트, 예술 퍼포먼스, 예술화를 지향하는 패션쇼"(신은주, 2011; 조학익, 2011)로 세분화될 수 있다. 본 논고에서는 무용에 초점을 맞추어 논의를 전개할 것이다.

문화콘텐츠 산업이 가지는 부가가치적 특징(김영욱, 2010)을 살펴보면 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 고성장 산업이다. 경제성장으로 인한 소득의 증가로 개인의 삶의 수준은 높아지고 문화적 가치에 대한 관심이 증대되어 콘텐츠산업의 중요성은 더욱 강조되고 있다. 한국의 경우 2010년부터 2015년까지 6년간 콘텐츠산업 매출액은 각각 72.5조원, 83조원, 87.3조원, 91.2조원, 94.9조원, 99.5조원(김지만, 2016.8.29.; 문화체육관광부, 2011)으로 꾸준히 증가세를 보임은 알 수 있다. 콘텐츠산업의 수출액 역시 31억불, 43조원, 46.1조원, 49.2조원, 52.7조원, 58.3조원으로 같은 상승곡선을 보이고 있다. 대내외 경기 둔화에도 불구하고 콘텐츠산업 매출액은 지난 6년간(2010-2015년) 연평균 6.7%씩 꾸준히 성장하였는데, 이는 국내 경제성장률이 6년간(2010-2015년) 연평균 3%정도 성장한 것과 비교할 때 주목할 만한 수치이다.

둘째, 문화산업은 전체 산업 중에서 고용 창출 효과가 큰 산업에 속한다. 영화 <스타워즈>, <해리포터>, <반지의 제왕>이

나 뮤지컬 <오페라의 유령>(김시나, 2003), <라이온 킹>, <레미제라블> 등은 출판, 영상, 제조, 관광 등의 산업에서 고용 창출 효과를 거두었다. <반지의 제왕>을 예로 들자면, 배경이 된 뉴질랜드에 연평균 관광객 5.6% 증가, 영상 산업 146% 증가와 함께 2만 명이 넘는 고용 창출 효과를 거두었다.

셋째, 문화콘텐츠는 하나의 소재(one source)를 소비자의 요구와 필요에 의해 다양한 상품(multi use)으로 개발하고 보급하는 'OSMU(One Source Multi Use)' 산업을 가능케 하고 있다. 여기서 OSMU란 이미 특정 시장에서 성공한 원천을 활용하여 같은 시장 혹은 다른 시장에서 상품을 개발하여 판매 및 서비스함으로써 본래의 원천 상품과 같은 성공을 거두고자 하는 시도로 정의할 수 있다. 또는 하나의 콘텐츠를 개발하여 다른 콘텐츠로 확대 발전시키는 것으로도 정의할 수 있다. 구체적으로는 하나의 콘텐츠를 영화, 드라마, 뮤지컬, 광고, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 모바일, 출판 등 다양한 방식으로 활용하여 부가가치를 극대화시키는 것이다. 국내에서도 이러한 시너지 효과를 기대하여 기획 단계서부터 다양한 분야와 연계하여 수익성을 높여려는 노력이 이루어지고 있다. 이와 같이 하나의 원천을 이용하여 다양한 상품을 개발하고 높은 수익을 바라는 원리가 적용되는 것은 기술적으로 매체간 융합과 이동이 용이해짐에 따라 콘텐츠 간 순환이 이루어져 가능한 것이다(김소나, 2007; 조한익, 2011).

넷째, 소비자 생산형 산업이다. 최근 많은 산업들이 소비자 중심으로 변하고 있으나 특히 문화콘텐츠 산업은 소비자 참여형 산업의 중심에서 더 발전하여 이제는 소비자 생산형 산업이 되었다. 2000년대 중엽 불어 일어난 UCC(User Created Contents)²⁾ 열풍은 소비자를 콘텐츠 소비의 주체에서 재생산의 주체로 변화시켰다. 이러한 소비자는 보다 능동적인 자세로 소비와 재생산을 통한 문화콘텐츠의 확산을 이끈다. 특히 미디어 융합현상이 심화되고 IT 기술이 발달하면서 소비자 참여와 생산 현상은 더욱 활발해졌으며 이는 문화콘텐츠 산업 전반에 큰 영향을 끼치고 있다.

다섯째, 국가 이미지 증대 효과가 있다. 문화상품에는 다른 산업과는 달리 사회 구성원의 정치, 사회, 문화적인 이데올로기가 담겨 있기 때문에 타국의 소비자는 문화상품을 통해 자연스럽게 다양한 이데올로기를 받아들일게 된다. 따라서 성공적인 문화콘텐츠는 해당 국가에 대한 호감도를 높이고 이는 다시 국가 이미지를 상승시키게 된다. 그 대표적인 예가 한류다. 시작은 대중문화 상품을 판매했다가 차츰 드라마, 관광, 성형, 화장품 등 한국 대중문화 및 한국 스타와 직 간접적으로 연계된 파생 상품을 거쳐 한국 상품 전반에 대한 우호적인 반응을 낳았다. 더 나아가 상품을 넘어 한국 문화와 생활양식, 한국 사람과 언어에 이르기까지 한국이라는 나라 전반에 대한 선호도를 높이는 결과를 낳았다.

IV. 무용에 나타나는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징

-DV8 Physical Theatre의 OSMU를 중심으로

공연예술은 디지털식의 대량 생산과 복제가 불가능하여 관객과 함께 일회적 생산방식을 극장무대에서 끊임없이 반복해야 하는 분야 특성상 문화관광 상품으로 개발하는 문제가 어느 분야보다 절실한 당면과제로 부각되어 있다. 세계 공연시장을 대표하는 브로드웨이의 경우 대규모 자본의 투입, 장기공연의 활성화, 관광 상품으로의 개발, 그리고 다양한 실험의 지원을 하고 있다. 그 안에서 주류와 비주류, 성공과 실패를 모두 수용하는 문화가 자리 잡고 있다는 점은 주목할 만하다. 극장과 예술가와 언론매체가 주요한 역할을 하지만 관객이야말로 문화예술의 생산성에 근원적인 요소라는 전제를 깔고 있다는 점 역시 간과할 수 없다(지상범, 2012). 물론 뮤지컬에 비해 대중성과 상업성이 약한 무용예술의 경우는 보다 포괄적인 방향으로 접근

2) UCC는 사용자가 직접 제작한 콘텐츠를 말한다. 사용자가 상업적인 의도없이 제작한 콘텐츠를 온라인상으로 나타낸 것이다. 우리가 유튜브를 통해 흔히 볼 수 있는 동영상들이 여기에 속한다.

해가야 할 것이다.

한국의 무용예술은 제작 여건(특히 재정적인 여건)이 열악하다보니, 작품을 창작하여 극장 무대에 올리는데 급급한 실정이다. 국공립무용단체 같은 일부 무용단을 제외하고는 무용 콘텐츠 개발에까지 미처 신경을 쓰지 못하는 경우가 빈번할 수밖에 없다. 그럼에도 불구하고 문화콘텐츠는 상당한 잠재력과 경쟁력을 가지고 있으므로 우리 무용의 활성화와 해외진출을 위해 관련 콘텐츠 개발은 반드시 필요하다. 그 실현 가능성에 대해 모색하기 위해 영국 컨템포러리 무용단인 DV8 Physical Theatre를 통해 무용에 나타나는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징(김영옥, 2010)에 대해 OSMU를 중심으로 살펴본다.

영국의 혁신적인 무용단체인 DV8 Physical Theatre³⁾는 1986년 로이드 뉴슨(Lloyd Newson)에 의해 창단되었다. DV8 Physical Theatre는 무용, 텍스트, 연극, 영화 등을 융합한 창작 스타일로 현대사회, 인간관계, 고정관념과 편견에 대한 담론을 개념적으로 표현해왔다. 여기서 DV8 Physical Theatre를 대상으로 하는 이유는 국·시립이 아닌 독립 무용단으로 세계적인 명성과 인지도를 확보하고 있으면서 콘텐츠 개발에 충실하여 여러 부가가치적 특징, 특히 OSMU를 선명하게 실현하고 있기 때문이다.

1. DV8 Physical Theatre 콘텐츠의 부가가치적 특징

문화콘텐츠 산업의 부가가치적 특징으로 첫째, 고성장을 꼽을 수 있다. 경제성장으로 인한 소득의 증가로 개인의 삶의 수준은 높아지고 문화적 가치에 대한 관심이 증대되어 콘텐츠산업의 중요성은 더욱 강조되고 있다. 대내외 경기 둔화에도 불구하고 콘텐츠산업 매출액은 지난 6년간(2010-2015년) 연평균 6-7%씩 꾸준히 성장하였는데, 이는 국내 경제성장률이 6년간(2010-2015년) 연평균 3%정도 성장한 것과 비교할 때 주목할 만한 수치이다. 하지만 이러한 수치는 문화체육관광부가 9개 산업(출판, 만화, 음악, 게임, 애니메이션, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)의 사업체를 대상으로 조사한 결과와 2개 기관(영화진흥위원회, 방송통신위원회)에서 실시한 영화, 방송 산업의 조사결과를 인용해 집계한 것(문화체육관광부, 2016)이므로 공연예술 분야를 포괄하고 있지 못하다는 제한점을 가지고 있다.

공연예술에서도 무용은 특히 일반 관객 동원력이 떨어지며 이에 따라 대중성과 상업성이 상대적으로 약한 분야로 여겨지고 있다. 그러므로 무용 콘텐츠의 경우 고성장 산업이라는 부가가치적 특징에 부합하기는 힘든 점이 있다. 다만 최근에 순수 예술로서의 무용의 영역을 확장하여 대중적 수용력을 높인 실례가 등장하면서 가능성을 높이고 있다.

이러하면 2013년부터 2015년까지 Mnet에서 기획한 '댄싱9 시즌1~3'이라는 프로그램 콘텐츠를 통해 무용에 대한 대중적인 관심을 상당히 끌어올렸으며 대중적인 인기를 누리는 무용가들도 다수 등장하게 되었다. 이에 힘입어 '댄싱9 시즌1' 출연자인 김명규, 이루다, 하휘동, 한선천은 2014년 1월 10-12일 아르코예술극장 대극장과 3월 28-30일 홍익대 대학로 아트센터에 <D4U(Dance For You)>라는 기획공연을 펼쳤다. 티켓값이 VIP석 77000원, R석 55000원, S석 33000원으로 젊은 무용 공연으로서의 고가임에도 불구하고 1월 10-12일 5회 공연은 전석 매진을 기록하였으며 2달 후 3월 28-30일 5회 공연은 절반 정도 판매되었다.⁴⁾ 이것이 가능한 이유는 방송 프로그램 콘텐츠를 통해 무용가들에 대한 팬클럽이 형성되었기 때문이다.

3) DV8의 약자 자체가 이중적 의미를 가지는데 '일탈시키다', '벗어나게 만들다'의 Deviate를 의미하기도 하며 '무용과 영상의 결합'이라는 Dance & Video(Film)를 의미하기도 한다. 그 뒤에 '신체(활동)에 의한 극'이란 의미의 Physical Theatre를 붙이면 된다. DV8 Physical Theatre의 대표작 중 <Dead Dreams of Monochrome Men>(1998)은 영국에서 실제 있었던 현대의 연체살인범을 소재로 현대인의 관계성에 대한 재고를 이끈다. <Strange Fish>(1992)는 아파트와 같은 한정된 공간에 일어나는 인간관계에 대한 심리적인 접근을 시도한다. <Enter Achilles>(1995)는 영국의 전형적 술집(pub)에서 일어나는 마초문화의 허와 실을 예리하게 고발한다. <The Cost of Living>(2000)은 영국의 일상적인 생활 속에서 장애인 무용수의 움직임을 추적인 동작으로 발전시키고 있다. <Just for Show>(2005)는 여성 육체의 상품화를 필두로 현대사회의 인간성 상실에 대한 문제의식을 부각시키고 있다.

4) 이루다와의 비공식 인터뷰(2017년 2월 27일) 및 <D4U> 공연 포스터에서 확인한 내용으로, <D4U>를 이끈 무용가들은 이후에도 문화예술계의 여러 행사, 축하공연, 기획공연 등에 초청받아 활동을 이어갔다.

특히 한선천은 상업적인 기획사인 씨제스엔터테인먼트와 씨제스컬처에 소속되어 현대무용가이자 뮤지컬배우로 활동하고 있는데, 2015년 2월 9일자 『KBS 뉴스광장』에서 “고정 팬만 천 명이 넘고 아이돌스타 부럽지 않은 팬클럽 행사가 열릴 정도... 최근 공연에선 5분 만에 티켓이 매진”(이영섭, 2015.2.9.)이라는 보도를 방송된바 있다. ‘댄싱9 시즌2’의 우승자 김설진 또한 2017년 1월 6일자 『TV리포트』를 통해 “케이문예프렌디와 전속계약을 체결”(김가영, 2017.1.6.)하였다는 보도를 확인할 수 있다.

둘째, 문화산업은 전체 산업 중에서 고용 창출 효과가 큰 산업에 속한다(김영욱, 2010). 영화 <스타워즈>, <해리포터>, <반지의 제왕>이나 뮤지컬 <오페라의 유령>(김시나, 2003), <라이온 킹>, <레미제라블> 등은 출판, 영상, 제조, 관광 등의 산업에서 고용 창출 효과를 거두었다. 문화산업이 고용 창출에 어느 정도의 광범위한 영향을 미칠 수 있는지 보여준다.

무용의 경우는 위의 영화나 뮤지컬에 비해 사업 규모나 그에 따른 수익성이 현저히 낮을 수밖에 없으므로 두드러지는 고용 창출 효과를 기대하기는 힘들다. 이러한 비교를 뒤로 한다면 유명 무용단의 레퍼토리의 경우 무용과 그 관련 분야에서 직·간접적으로 고용 창출이나 수입 창출을 거둘 수 있다. DV8 Physical Theatre 홈페이지를 보면 “로이드 뉴슨의 작업은 콘텐츠 기반이기 때문에 새로운 프로젝트마다 주제와 출연자의 적합성에 따라 캐스팅된다. 따라서 DV8 Physical Theatre에 영구적인 공연자는 없다. 하지만 30년에 걸쳐 많은 전문가들, 이를테면 뛰어난 공연자, 행정 및 기술팀, 무용단 이사회 등이 DV8 Physical Theatre의 성공에 기여하였다.”(DV8 Physical Theatre)고 한다. 이렇듯 무용과 그 관련 분야의 출연진과 스태프에게 일정기간 고용 창출을 가능케 한다. 더 나아가 DV8 Physical Theatre의 공연에 직·간접적으로 관여하거나 이를 대상으로 하는 전 세계의 페스티벌이나 극장 혹은 언론매체에 종사하는 기획자, 행정가, 홍보·마케팅 담당자, 기자, 평론가, 학자 등에게 (단기) 수입을 창출하게끔 한다.

셋째, 주도적인 특징으로서 OSMU는 뒤 2번에서 심층적인 논의를 전개한다.

넷째, 소비자 생산형 산업이다. 최근 많은 산업들이 소비자 중심으로 변하고 있으나 특히 문화콘텐츠 산업은 소비자 참여형 산업의 중심에서 더 발전하여 이제는 소비자 생산형 산업이 되었다. 2000년대 중엽 불어 일어난 UCC(User Created Contents) 열풍은 소비자를 콘텐츠 소비의 주체에서 재생산의 주체로 변화시켰다. 여기서 UCC는 사용자가 직접 제작한 콘텐츠를 말한다. 사용자가 상업적인 의도없이 제작한 콘텐츠를 온라인상으로 나타낸 것이다. 우리가 유튜브를 통해 흔히 볼 수 있는 동영상들이 여기에 속한다. ‘사용자 가공 콘텐츠(User Modified Contents)’와 ‘사용자 재창조 콘텐츠(User Recreated Contents)’가 일반적으로 UCC로 통용되고 있다(두산백과). 이러한 소비자는 보다 능동적인 자세로 소비와 재생산을 통한 문화콘텐츠의 확산을 이끈다. 특히 미디어 융합현상이 심화되고 IT 기술이 발달하면서 소비자 참여와 생산 현상은 더욱 활발해졌으며 이는 문화콘텐츠 산업 전반에 큰 영향을 끼치고 있다.

무용 분야에서는 위에서 언급한 ‘사용자 가공 콘텐츠’와 ‘사용자 재창조 콘텐츠’ 중에서 전자에 해당하는 경우가 많다. 적극적이고 직접적인 소비자 생산형 UCC보다는 기존의 영상에 대한 재편집을 통한 재배포의 형태로 이루어지곤 한다. 때론 공연 현장에 대한 영상스케치를 올리기도 한다. 실제로 DV8 Physical Theatre는 레퍼토리의 일부를 소개하는 비디오클립을 유튜브와 같은 동영상포털사이트에 공개하고 있는데, 전 세계적으로 대중이 쉽게 접근할 수 있으며 이를 재편집하여 재배포하는 것도 어느 정도 허용되어 있다. 이는 엄격한 저작권 관리보다는 어느 정도 유연한 허용을 통해서 가능하다. 이를 통해 DV8 Physical Theatre가 전 세계 무용관계자와 관객에게 널리 알려줄 수 있는 바탕이 되었다. 실제로 한국에서 공식적으로 초청공연을 펼친 것은 2005년 <Just For Show>와 2014년 <Can We Talk About This> 단 두 차례였으나 한국 내에 널리 알려진 컨템포러리 무용단의 하나로 자리매김하고 있다.

다섯째, 국가 이미지 증대 효과가 있다. 문화상품에는 다른 산업과는 달리 사회 구성원의 정치, 사회, 문화적인 이데올로기가 담겨 있기 때문에 타국의 소비자는 문화상품을 통해 자연스럽게 다양한 이데올로기를 받아들이게 된다. 따라서 성공적인

문화콘텐츠는 해당 국가에 대한 호감도를 높이고 이는 다시 국가 이미지를 상승시키게 된다.

그 대표적인 예가 한류다. 시작은 대중문화 상품을 판매했다가 차츰 드라마, 관광, 성형, 화장품 등 한국 대중문화 및 한국 스타와 직 간접적으로 연계된 파생 상품을 거쳐 한국 상품 전반에 대한 우호적인 반응을 낳았다. 더 나아가 상품을 넘어 한국 문화와 생활양식, 한국 사람과 언어에 이르기까지 한국이라는 나라 전반에 대한 선호도를 높이는 결과를 낳았다. 무용계에서는 무용 한류를 이끄는 한국 무용수들을 그 예로 들 수 있다. 아메리칸발레시어터의 주역 서희, 파리오페라발레단의 주역 박세은, 마린스키발레단의 주역 김기민 등이 우리 발레계의 위상을 전 세계 무용 관계자와 관객들에게 알리는 역할을 하고 있다.

전 세계적으로 주도적인 무용경향인 컨템포러리댄스는 1970-80년대 벨기에와 프랑스를 중심으로 형성되고 정착되고 확산 되어갔다. 영국 역시 이러한 커다란 흐름에 동참해가는 가운데 DV8 Physical Theatre 같은 무용단의 독창적인 형태로서 하나의 새로운 영역을 확보하면서 주도적인 영향력을 행사할 수 있게 되었다.

한 예로, 2005년 <Just For Show>의 세계 초청공연 현황을 보더라도 DV8 Physical Theatre가 영국 문화예술을 널리 알리는 역할을 함을 알 수 있다. 2005년 3월 21일 한국 서울 LG아트센터에서 초연된 후 타이완 타이페이, 아일랜드 더블린, 영국 브라이튼, 스위스 제네바, 영국 코벤트리, 영국 슬퍼드, 세르비아-몬테네그로 베오그라드, 벨기에 브뤼셀, 스페인 마드리드, 프랑스 파리, 프랑스 리옹, 영국 런던, 이탈리아 로마, 독일 베를린, 헝가리 부다페스트, 영국 브라이튼 등에서 공연(DV8 Physical Theatre)하였다.

2005년 <Just For Show>가 내한공연을 하였는데 그 직전 8일 동안 주한영국문화원에서는 DV8 Physical Theatre의 무용영화 <The Cost of Living>을 상연하였다. 이는 해당 무용단의 세계적인 명성을 증명할 뿐 아니라 그 무용단이 소속되어 있는 영국의 문화예술의 위상을 널리 알리는 효과를 내는 동시에 더 나아가 해당 국가 이미지 증대의 효과를 내기도 하였다. 이후 2014년에 DV8 Physical Theatre은 <Can We Talk About This>로 다시 한 번 내한하였다.

2. DV8 Physical Theatre 콘텐츠의 부가가치적 특징 중 OSMU

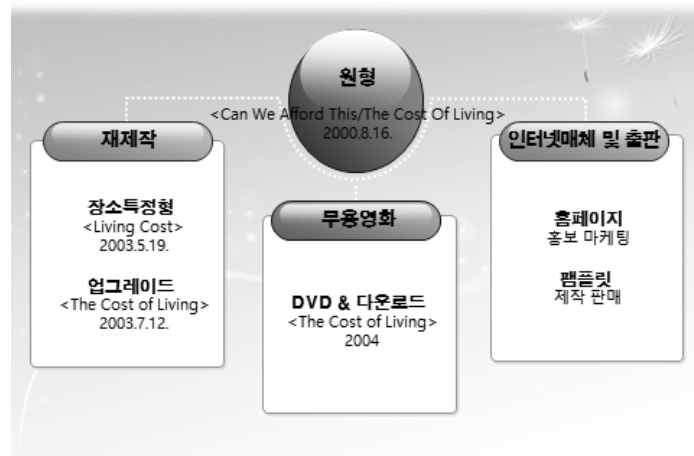
문화콘텐츠 산업에서 가장 주목할 만한 부가가치적 특징은, 하나의 원작이 성공한 후 이를 다양한 장르와 형태로 재창조하는 OSMU(One Source Multi Use)에 있다. OSMU는 하나의 원천 콘텐츠를 영화, 게임, 음반, 애니메이션, 캐릭터, 장난감, 출판, 테마파크 등 다양한 콘텐츠로 확장 판매하여 수익을 올리는 마케팅 방식을 말한다. 일단 원천 콘텐츠가 성공하면 2차 콘텐츠 개발 비용은 상대적으로 적게 들뿐 아니라 투자가 유리하게 적용하는 등 원천 콘텐츠의 흥행이 2차 상품의 수익으로 이어지는 효과를 거둘 수 있다. 더 나아가 2차 상품을 기반으로 또 다른 상품들로 확대되어 갈 수 있다. 이와 같이 문화콘텐츠 산업의 OSMU는 통합적으로 거대한 수익을 창출할 수 있다. 뿐만 아니라 출판, 영상, 제조, 관광 등 타 산업까지 동반 성장시키는 고부가가치 산업으로 빠르게 자리잡아가고 있다(김소나, 2007; 차민경, 2007). 영화 <스타워즈>, <해리포터>, <반지의 제왕> 같은 경우가 매우 성공적인 OSMU의 사례를 꼽히고 있다. 뮤지컬에서는 <오페라의 유령>, <라이언 킹>, <레미제라블> 등의 성공 사례가 있다.

<The Cost of Living>은 DV8 Physical Theatre의 OSMU의 대표적인 예가 될 수 있다. 우선 원형이 되는 <Can We Afford This/The Cost Of Living>은 시드니올림픽아트페스티벌의 위촉을 받아 제작된 작품으로, 2000년 8월 16일 호주 시드니 세이모어센터 에버레스트극장에서 초연되었으며 이후 영국과 중국에서도 연달아 공연하였다. 2003년 5월 19일 초연된 <Living Cost>는 앞의 작품으로부터 몇 가지 요소들을 추려서 런던 테이트모던(Tate Modern)⁵⁾ 갤러리를 위해 만든 '장소특

5) 원래 화려발전소였던 곳을 2000년 세계 최대 규모의 현대미술 갤러리로 탈바꿈시켜 런던의 떠오르는 명소로 자리 잡고 있다.

정형' 작품이다.-장소특정형 작품이라고 하면 특정 장소와 결합된 형태로 창조된 작품을 말한다. 그리고 업그레이드된 완성작 <The Cost of Living>이 2003년 7월 12일 영국 셸퍼드 키스의 로우리(The Lowry) 센터에 올려 졌으며 이후 영국을 필두로 네덜란드, 독일, 오스트리아, 폴란드, 이태리, 프랑스, 스페인 등에 12차례 정도 초청 공연을 다녔다. 2004년에는 영국 채널4 TV의 의뢰를 받아 동명의 무용영화를 제작하여 발표하였다. 한 가지 원천으로 장소특정형 작품, 업그레이드된 완성작, 무용 영화 등이 만들어진 것이다.

(예시) 콘텐츠 <The Cost of Living>의 OSMU 활용



그밖에 1988년 10월 5일 초연된 <Dead Dreams of Monochrome Men>은 1990년 LWT 제작에 데이비드 힌튼(David Hinton) 감독으로 50분짜리 동명의 무용영화로 재창조되었다. 1992년 4월 25일 초연된 <Strange Fish>는 1992년 BBC 제작에 데이비드 힌튼 감독으로 50분짜리 동명의 무용영화로 재창조되었다. 1995년 5월 30일 초연된 <Enter Achilles>는 1996년 BBC 제작에 클라라 반 곤(Clara van Gool) 감독으로 45분짜리 동명의 무용영화로 재창조되었다. 이러한 무용영화들은 원천이 되는 공연작품과는 독립된 가치를 인정받으면서 에미상과 같은 다수의 예술영화상을 받은바 있다. 또한 비디오와 DVD로 시판되어 왔으며 인터넷상에 비디오클립으로 (유·무상) 제공되고 있다.

이러한 무용영화들은 동명의 공연작품에서 파생되었지만 독립된 가치를 지닌 무용영화로 제작된 것들이다. 영화감독이 투입되는 등의 재가공 과정을 거쳐 공연과는 독립적인 가치를 지닌 무용영화로 거듭나 있다. 위에서 언급한 네 개의 무용영화는 상업적으로 유통되어 전 세계로 판매되고 있다. 실제로 세계 최대의 인터넷서점인 아마존닷컴에서 DV8 Physical Theatre: Dead Dreams of Monochrome Men, Enter Achilles and Strange Fish(1995)와 DV8: The Cost of Living(2005)이란 제목의 DVD를 구매할 수 있다.

또한 무용단 홈페이지에 연결된 미디어포탈에서는 리허설과 공연의 디지털화된 장면을 제공하며 소정의 지불을 통해 열람 가능하다. 실제로 "가장 최근 세 작품은 £5에 미디어포탈에 등록하여 풀버전을 볼 수 있다. 또한 설명 메모로 주석이 달린 장면을 선택하면 로이드 뉴슨의 기술과 프로세스에 대한 진지한 통찰력을 살펴 볼 수 있다. 최근 작품 발췌는 유튜브 채널에서도 볼 수 있다."고 적혀 있다.

홈페이지를 이용한 홍보·마케팅 역시 효과적일 수 있다. 순수예술로서의 무용은 상업성이 높지 않으므로 막대한 자금력을 바탕으로 하는 광고를 대대적으로 하기는 어렵다. 가장 효과적인 홍보·마케팅 형태는 자체 홈페이지를 개설하여 운영하는 것이다. DV8 Physical Theatre의 홈페이지에는 무용단, 안무가, 레퍼토리, 수상뿐 아니라 일정, 교육, 후원 등을 자세하게 소개

하고 있다. 이와 더불어 각 레퍼토리에 관한 리뷰를 링크하는 한편 출시된 무용영상에 대한 소개까지 망라하고 있다. 이는 직접적인 수익성보다 효과적인 홍보·마케팅을 통해 확장된 수입 창출로 연결될 수 있다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.



그림 1. DV8 Physical Theatre의 홈페이지 활용 사항

DV8 Physical Theatre와 로이든 뉴슨을 언급한 서적도 시판되고 있다. Physical Theatre(2011, Hephaestus Books)와 Physical Theatre: A Critical Introduction(2007, Simon Murray&John Keefe)가 그것이다. 전 세계적으로 초청공연 때마다 그 나라 언어로 팸플릿을 제작하여 판매하기도 한다.

DV8 Physical Theatre는 전 세계적으로 초청공연을 다닐 때마다 빈번하게 워크샵과 같은 단기 교육프로그램을 개최한다. 실제로 2005년 <Just For Show>로 내한했을 당시 오디션공고 “4월 2일 오전 9시 LG아트센터 리허설룸, 공연관람자에 한하여 18명 선착순, 참가비 5만원”을 보면 이를 확인할 수 있다. 홈페이지에서도 “2016년 8월 8-20일 베를린에서 2주간 워크샵 진행”한다고 명시되어 있다.

표 1. DV8 Physical Theatre의 OSMU 전개방식

공연작품	⇒ 재제작	⇒ 장소특정형 작품 ⇒ 업그레이드된 완성작
	⇒ 무용영화제작	⇒ DVD ⇒ 미디어포탈 다운로드
	⇒ 인터넷매체(홍보·마케팅)	⇒ 홈페이지 ⇒ 유튜브
	⇒ 출판	⇒ 팸플릿 ⇒ 서적
	⇒ 단기교육프로그램	⇒ 워크샵
One Source		Multi Use

위와 같은 실제 확인된 OSMU 뿐 아니라 화보집, DVD, 에코백, 티셔츠, 수건, 파일, 필기도구, 달력, 엽서 등과 같은 연계된 상품의 제작 및 유통, 즉 머천다이징(merchandising)⁶⁾ 또한 가능하다.

V. 결 론

문화콘텐츠는 어떤 소재나 내용에 여러 가지 문화적 공정을 통해 가치를 부여하거나 드높인 것으로 창의력과 상상력을 원천으로 하는 '문화적 요소'가 체계화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품(Culture Commodity)을 의미한다. 또 인간의 감성, 창의력, 상상력을 원천으로 문화적 요소가 구체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품이라고 할 수 있다.

문화산업은 유·무형의 고부가가치를 창출하는 성장 산업으로 미래의 국가 경쟁력 제고에 기여하는 바가 클 것으로 기대되는 산업으로 세계화 시대에 자국의 인지도를 높이는데 효과적인 산업이다. 이러한 흐름에 따라 한국에서도 문화산업의 발전을 위해 다양한 노력을 기울이고 있다. 최근에는 문화정책의 전향적인 변화의 추진을 위해 문화산업을 고부가가치 산업으로 인식하고 국가 경쟁력 강화를 위한 수단으로 받아들여지고 있다.

본 연구는 이러한 문화콘텐츠의 부가가치적 특징을 무용에 적용하여 무용 콘텐츠 개발의 중요성에 대해 논의하였다. 이러한 논의는 국내외적으로 잘 알려져 있는 컨템포러리 무용단 중에서 성공적으로 무용 콘텐츠를 개발하고 활용해온 DV8 Physical Theatre의 OSMU를 중심으로 구체화시킬 수 있었다.

문화콘텐츠 산업의 부가가치적 특징으로 우선 고성장을 꼽을 수 있다. 공연예술에서도 무용은 특히 일반 관객 동원력이 떨어지며 이에 따라 대중성과 상업성이 상대적으로 약한 분야로 여겨지고 있다. 그러므로 무용 콘텐츠의 경우 고성장 산업이라는 부가가치적 특징에 부합하기는 힘든 점이 있다. 다만 최근에 순수예술로서의 무용의 영역을 확장하여 대중적 수용력을 높인 실례가 등장하면서 가능성을 높이고 있다.

둘째 문화산업은 전체 산업 중에서 고용 창출 효과가 큰 산업에 속한다. 무용의 경우는 타 분야에 비해 사업 규모나 그에 따른 수익성이 현저히 낮을 수밖에 없으므로 두드러지는 고용 창출 효과를 기대하기는 힘들다. 이러한 비교를 뒤로 한다면 유명 무용단의 레퍼토리의 경우 무용과 그 관련 분야에서 직·간접적으로 고용 창출이나 수입 창출을 거둘 수 있다.

셋째 문화콘텐츠 산업에서 가장 주목할 만한 특징은 하나의 원작이 성공한 후 이를 다양한 장르에서 재창조하는 OSMU(One Source Multi Use)에 있다. 무용에서 성공적인 예는 DV8 Physical Theatre의 <The Cost of Living>에서 찾아 볼 수 있다. 원형이 되는 공연작품을 재제작하여 장소특정형 작품과 업그레이드된 완성작을 냈으며, 무용영화로 제작하여 DVD나 미디어포탈 다운로드로 유·무상 제공하였으며, 인터넷매체 즉 홈페이지나 유튜브를 활용하여 홍보·마케팅을 효율적으로 전개하였다. 뿐만 아니라, 팸플릿과 서적 등의 출판물과도 직·간접적으로 연계하는 한편 단기교육프로그램으로 워크샵을 전 세계적으로 진행하였다. 이와 같은 실제 확인된 OSMU 뿐 아니라 연계된 상품의 제작 및 유통, 즉 머천다이징 또한 가능하다.

넷째 문화콘텐츠 산업은 소비자 참여형 산업의 중심에서 더 발전하여 이제는 소비자 생산형 산업이 되었다. 그 중심에 UCC(User Created Contents) 열풍이 있는데 무용에서는 적극적이고 직접적인 소비자 생산형 UCC보다는 기존의 영상에 대한 재편집을 통한 재배포의 형태로 이루어지곤 한다.

마지막으로 성공적인 문화콘텐츠는 해당 국가에 대한 호감도를 높이고 이는 다시 국가 이미지를 상승시키게 된다. 실제로 DV8 Physical Theatre가 무용 콘텐츠의 성공적인 개발을 통해, 해당 무용단의 세계적인 명성 확립을 넘어서 소속되어 있는 영국

6) 마케팅 활동의 하나로 상품화 계획이라고 번역될 수 있다.

의 문화예술의 위상을 널리 알리는 효과와 함께 더 나아가 해당 국가의 긍정적인 이미지를 증대시키는 효과를 내기도 하였다.

문화콘텐츠는 상당한 잠재력과 경쟁력을 가지고 있으므로 우리 무용의 활성화와 해외진출을 위해 관련 콘텐츠 개발은 반드시 필요하다. 무용에 나타나는 문화콘텐츠의 부가가치적 특징을 통해 그 실현 가능성을 살펴보았으며 동시에 무용예술에서 문화콘텐츠를 얼마만큼 다양하게 활용할 수 있는지를 파악할 수 있었다. 앞에서 언급하였듯 무용은 엔터테인먼트, 게임, 영화 등 타 분야 뿐 아니라 뮤지컬이나 연극 같은 공연예술 분야와 비교하더라도 대중성과 상업성 그리고 수익성이 상대적으로 약한 관계로 두드러지는 고부가가치적 성과를 내기 힘든 한계를 가지고 있다. 차후 그 극복 방안에 대해 다각적이고 실제적인 연구가 이루어져야 하겠다.

참고문헌

- 김소나(2007). **매체 간의 상호작용에 의한 콘텐츠 OSMU 사례 연구**. 미간행 석사학위논문. 단국대학교 대학원.
- 김시나(2003). **우리 문화콘텐츠를 활용한 캐릭터 디자인 개발에 관한 연구**. 미간행 석사학위논문. 이화여자대학교 대학원.
- 김영옥(2010). **문화원형을 통한 문화콘텐츠 개발 사례와 공연예술산업 발전가능성에 관한 연구**. 미간행 석사학위논문. 추계예술대학교 대학원.
- 신은주(2011). **문화예술상품 소비자의 가치인식과 추구혜택의 개념구조 및 속성과의 관계**. 미간행 박사학위논문. 충남대학교 대학원.
- 장희진(2003). **문화예술분야에서의 디지털 콘텐츠 활용 방안에 관한 연구**. 미간행 석사학위논문. 단국대학교 대학원.
- 조한익(2011). **문화콘텐츠 연구동향 분석**. 미간행 석사학위논문. 중앙대학교 대학원.
- 지상범(2012). **문화예술을 통한 문화산업 콘텐츠 융합을 통한 발전방안 연구**. 미간행 석사학위논문. 중앙대학교 대학원.
- 차민경(2007). **OSMU의 전개방식과 사례를 통한 활성화 방안 제안**. 미간행 석사학위논문. 한국외국어대학교 대학원.
- 문화체육관광부(2011). **2010년 콘텐츠 산업 동향 분석**. 문화체육관광부.
- 문화체육관광부(2016). **2015년 콘텐츠 산업 통계 조사**. 문화체육관광부.
- 김가영(2017.1.6). **댄싱9 우승자 김설진, 이문세와 한술밥**. TV리포트.
- 김지만(2016.8.29). **문체부 문화포털, 2016 문화예술 트렌드를 말하다**. 이뉴스투데이.
- 이영섭(2015.2.9). **아이돌 안 부러워, 스타 무용수 떴다...팬클럽까지**. KBS 뉴스광장.
- 두산백과. UCC. <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1255390&cid=40942&categoryId=32854>
- 한국콘텐츠진흥원(kocca). www.kocca.kr
- DV8 Physical Theatre. <http://dv8.co.uk>
- YouTube. DV8 Physical Theatre. http://www.youtube.com/results?search_query=dv8+physical+theatre

ABSTRACT

A Study on the Possibilities of Creating Added Value in the Culture Contents of Dance: With Focus on DV8 Physical Theatre's Strategy of OSMU

Shin, Jeong Min (Korean National University of Arts)

The culture industry can be safely referred to as the contents industry because contents are the most important elements of the culture industry. The development of digital media including the Internet is increasingly blurring the boundaries of cultures and industries among the nations and is integrating the whole world in a giant market. Therefore, the culture and arts industry has emerged as the core future-oriented industry that can lead the age of knowledge, information and culture in the future because it could produce high added-value by combining cultural imagination and related industries.

The domestic dance community is still busy performing newly choreographed works on stage under the poor surroundings in terms of production. Therefore, in many cases, it falls short of developing quality dance contents. Nevertheless, the development of dance contents is prerequisite for the reinvigoration and advancement overseas of Korean dance because the culture contents of Korean dance have a great potential and a competitive edge. In order to search for the possibilities, this paper has examined the added value of culture contents manifested in the dance works produced by DV8 Physical Theatre - a London-based physically integrated dance company - with much focus on OSMU (one source multi use).

The added value of culture contents can be created in the form of: a high growth industry, the effect of job creation, OSMU, reproduction by consumers and the promotion of national image. One of the most noteworthy characteristics of the culture contents industry is OSMU, whose basic strategy is a marketing that applies one successful source to other genres for leverage based on the fact that cross-referencing in different genres enables one material to produce a synergy effect. A successful case can be found in *The Cost of Living* staged by the DV8 Physical Theatre. The British dance company reproduced the dance work to create a site-specific and upgraded performance, made a movie version so that dance fans could see it in the form of a DVD or download the contents from Media Portal, and effectively promoted advertisement and marketing by using such Internet media as Home Page or You Tube. Besides, the theater directly or indirectly connected the performance with such publications as pamphlets or books and held workshops overseas as a short-term education program. The company, therefore, made it possible to promote not only OSMU but also the activities of merchandizing which refers to the production and the distribution of the connected products in such a way that they stimulate interests and entice customers to make a purchase.

This paper has examined the development potential of Korean dance by introducing the added value of cultural contents and the possibility of utilizing the cultural contents of dance art.

Key words : Culture contents, dance, added value, OSMU, DV8 Physical Theatre

논문투고일: 2017. 3. 10

논문심사일: 2017. 3. 21

심사완료일: 2017. 4. 25