

문화콘텐츠와 스토리텔링 구성요소

조 광 식¹⁾

■ 목 차

-
1. 콘텐츠의 정의 및 유형
 2. 문화원형의 의미
 3. 문화콘텐츠의 개념
 4. 문화콘텐츠의 종류
 5. 스토리텔링과 OSMU의 정의
 6. 지역 문화자원을 활용한 문화콘텐츠 사례
-

1) 행정학박사/ CHO지역문화콘텐츠연구소

제2절 문화콘텐츠와 스토리텔링 구성요소

1. 콘텐츠의 정의 및 유형

1) 콘텐츠(contents)의 정의

콘텐츠(contents)²⁾란 각종 유무선 통신망을 통해 제공되는 디지털 정보를 통칭하는 말이다. 원래는 책·논문 등의 내용이나 목차를 가리키는 것이었으나 지금은 영화나 음악, 게임 등의 오락으로부터 교육, 비즈니스, 백과사전, 서적에 이르는 디지털 정보를 말한다.³⁾

2) 콘텐츠의 유형

(1) 특성에 따라: 멀티형, 축적형, 쌍방향형, 실시간 정보형, 수집·갱신형콘텐츠

(2) 형식에 따라: 비디오 콘텐츠와 데이터 콘텐츠

① 비디오 콘텐츠: 영상콘텐츠로서 영화, 텔레비전프로그램, 오디오 클립 등

② 데이터 콘텐츠: 문자 콘텐츠로서 신문과 잡지, 각종 출판물, 인터넷의 텍스트 정보 등

<표 5> 콘텐츠의 유형과 특성

콘텐츠 유형	특 성
멀티형 콘텐츠	영화나 애니메이션처럼 한번 제작된 콘텐츠가 다양한 유통경로를 통해 반복적으로 소비되는 콘텐츠
축적형 콘텐츠	정보가 데이터베이스로 축적되어 이용되는 콘텐츠
쌍방향 콘텐츠	서로 정보를 주고받는 데 가치가 있는 콘텐츠로서 커뮤니케이션형 콘텐츠라고도 함
실시간 정보형 콘텐츠	신문과 텔레비전 뉴스 등 통신회사가 제공하는 속보성 가치가 있는 정보 콘텐츠
수집·갱신형 콘텐츠	정기적으로 정보를 수집, 갱신하여 데이터베이스로 활용할 수 있는 콘텐츠

콘텐츠란 말이 애초에 산업이나 상품을 전제로 하고 나온 말이라는 것을 염두에 둔다면, 한국적 상황에서의 콘텐츠는 산업이나 상품가치와 연결되어 있음은 분명하다. 이런 점에서 “콘텐츠란 어떤 소재나 내용에 여러 가지의 문화적 공정을 통해 가치를

2) 콘텐츠는 가치부여를 통해 산업적, 상업적, 문화적인 가치를 가진 상품이 될 수 있으며 부가가치의 원천이 될 수 있다.

3) 콘텐츠가 미디어나 기술을 전제로 하는 내용물이기는 하지만 그것을 디지털기술에만 국한시킬 필요는 없다. 아날로그 콘텐츠도 가능하고 문화적인 소재를 기획하고 포장하고 상품화시킨 것도 좋은 콘텐츠가 될 수 있다.

부여하거나 가치를 드높인 것”이라고 정의할 수도 있다.

2. 문화원형의 의미

문화산업기본진흥법에 의하면 문화원형⁴⁾이란 ‘한국적인 정체성과 고유성을 가진 문화에 대한 원천 자료⁵⁾’를 지칭하고 있다. 즉 문화원형은 디지털 콘텐츠 제작의 순수 재료이자 순수자료를 가지고 있다는 사실을 의미한다.

문화원형은 ‘문화’와 ‘원형’을 결합한 개념이다. 원형의 사전적 의미는 두 가지가 있는데, 하나는 원형(元型, pattern)으로서 주물이나 조각물을 만들 때, 가장 기초가 되는 형이다. 이는 언제 어디서나 똑같은 모양의 산출물을 찍어낼 수 있는 기본 ‘틀’을 뜻한다. 그리고 다른 하나는 원형(原形, originality 또는 archetype)으로서 고유성과 정체성에 초점을 맞추어 ‘본디모양’이라는 뜻으로 쓰인다.⁶⁾

김태영(2008)⁷⁾은 문화원형의 개념에 대하여

첫째, 문화산업⁸⁾적 변형과 활용을 의식한 문화개념으로서 변형되지 않고 활용의 잠재력을 간직한 문화자료.

둘째, 무엇을 만들기 위한 소재로 인식한 문화로서 문화콘텐츠의 소재.

셋째, 문화상품을 의식한 개념으로서 상품의 재료가 될 만한 한국 전통문화.

넷째, 한국적 전형성을 갖는 전통문화 현상으로써 가공 상품으로 변형되기 이전의 상태.

다섯째, 국적이 모호하거나 문화적 뿌리가 심하게 뒤섞인 현대한국문화보다는 한국의 정체성을 갖는 전통문화.

여섯째, 한국적 고유성을 간직한 문화현상으로 세계적 차원에서 볼 때, 다른 나라와 구별될만한 특성을 갖는 한국문화.

문화원형은 문화유산 중 다른 지역과 구별되는 고유성을 띠고 있으며, 각 요소들을 잘 간직한 전통문화를 의미한다. 또한 역사적 과정을 거쳐 나타나기 이전의 본래 모습으로 다양한 형태로 나타날 수 있다.

문화원형은 전통문화로서 민족의 정체성이 담겨져 있어 풍부한 이야기를 함유하고 있다. 따라서 문화원형은 문화유산을 보존하는 것만 아니라 스토리텔링을 통한 문화콘텐츠로서의 가능성이 높다. 그리고 문화산업 발전의 차원에서 다양한 창의력과 상상력을 동원하면 문화콘텐츠 개발의 원동력이 된다.

4) 문화원형(Cultural Prototype)은 1999년 제정된 ‘문화산업기본진흥법’에 처음으로 법적 개념이 등장한다.

5) 이때 원천 자료라는 것은 상품으로 가공, 변형되기 이전상태의 자료를 말한다.

6) ‘틀’이라는 똑같은 모양을 만들어내는 것과 달리 ‘본디 모양’은 여러 가지 모습이 나올 수 있는 다양성의 근거이며, 동시에 다양성 안에서 하나의 공통점을 찾을 수 있는 근거가 된다. 따라서 문화원형 논의에 해당하는 원형 개념은 당연히 후자가 된다(김교빈, 2005).

7) 김태영 (2008). 경남지역 관광스토리텔링 활성화 방안. 경남발전연구원.

8) 문화콘텐츠 산업계에서 사용하는 문화원형의 개념은 주로 정체성과 고유성에 관한 개념을 담고 있으며, 문화원형의 특수성을 강조하여 문화콘텐츠의 소재로 한국의 전형적인 전통문화를 정의하고 있다.

3. 문화콘텐츠의 개념

1) 문화콘텐츠 개념

문화콘텐츠⁹⁾란 곧 문화의 원형(original form+archetype) 또는 문화적 요소를 발굴하고 그 속에 담긴 의미와 가치(원형성, 잠재성, 활용성)를 찾아내어 매체(on-off line)에 결합하는 새로운 문화의 창조과정이다.

문화콘텐츠는 하나의 소재로 다양한 상품을 개발하고 보급하는 것이다. 즉, OSMU(One Source Multi Use)로서 영화, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 음악, 인터넷, 모바일 등 다양한 분야에서 엄청난 부가가치 창출을 만들 수 있다.¹⁰⁾

문화¹¹⁾의 역동성과 가변성이 문화콘텐츠 영역을 통해 포착되고 끊임없이 시험된다. 실제로 문화콘텐츠는 다양한 사회구성원들 사이에 문화가 어떻게 서로 다르게 이해되고 그러한 이해가 실천을 통해 복원(restoration)과 재현(represent)되는지가 중요한 과정이 된다.

2) 문화콘텐츠 산업의 정의

문화예술진흥법(제2조2)에 의하면 ‘문화산업’이라 함은 문화예술의 창작물 또는 문화예술용품을 산업의 수단에 의하여 제작·공연·전시·판매를 업으로 영위하는 것으로 예술산업을 중심으로 규정되어 있다.

반면에 문화산업진흥기본법(제2조1)에 의하면 ‘문화산업’이라 함은 문화상품의 기획·개발·제작생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업이다. 여기서 ‘문화상품’이라 함은 문화적 요소가 체화(體化)되어 경제적 부가가치를 창출하는 유무형의 재화와 서비스 및 복합체(문화관련 콘텐츠 및 디지털 문화콘텐츠 포함)를 말한다. 아울러 ‘문화적 요소’라 함은 예술성·창의성·오락성·대중성을 말한다. 이러한 문화산업에 대한 개념 규정은 문화예술진흥법의 개념 규정에 비해 포괄적이라고 할 수 있다.

9) 현재 문화콘텐츠 분야가 새로운 응용학문 분야로 주목받을 수 있는 배경이자 특성은 ‘다학문의 통합성과 다양한 문화가치의 창출, 그리고 시공을 초월한 활용성’이라고 정의할 수 있다(심승구, 2005).

10) 예컨대, 영화의 출발은 소설이고, 영화는 다시 게임으로 그리고 캐릭터 상품으로 거듭나면서 부가가치를 증폭시킨다. 예를 들어 소설 ‘헤리포터’시리즈나 ‘반지의 제왕’의 성공사례는 문화콘텐츠 산업의 폭발적 잠재력을 보여주며 동시에 문화적 원천소스의 중요성을 대변해 주고 있다. 또한 황순원의 ‘소나기’는 영화, 드라마, 만화 등으로 재생되었고, 테마파크로 조성되면서 방문객들은 자기만의 스토리를 기다리게 되었다(최혜실, 2006).

11) 문화는 공유되는 상징과 규범의 체계라는 고전적 의미만으로 더 이상 정의되지 않고, 사람들의 실천(practice)을 통해 끊임없이 생성되며 또는 재확인되거나 변형되거나 때로는 부인되는 것이다.

4. 문화콘텐츠의 종류

문화콘텐츠의 종류는 현재와 과거에 존재했던 인류의 풍습, 유물, 생활관습, 화석 등 모든 것이 콘텐츠화 될 수 있기 때문에 그 영역을 나눈다는 것은 어려운 일이다. 문화콘텐츠의 개념은 사람이 이해하는 편차에 따라 크게 두 가지 측면으로 구분할 수 있다.

1) 디지털 문화콘텐츠

- 디지털 기술을 기반으로 하는 내용물이다.
- 문화콘텐츠를 디지털에 한정된 것으로서 문화콘텐츠의 유형을 영상, 게임, 애니메이션, 모바일, 가상현실 등으로 범주화할 수 있다.

2) 비디지털 문화콘텐츠

- 다양한 대중매체 및 문화양식¹²⁾에 담긴 내용물이다.
- 디지털을 비롯하여 그 밖의 적용 가능한 매체와 양식을 포괄하는 개념이라 할 수 있다.
- 디지털 콘텐츠의 모든 유형을 비롯해서 축제, 공연, 전시, 교육, 출판, 테마파크, 캐릭터 등 비디지털적인 매체까지 범주화할 수 있다.

3) 대면(실연)문화콘텐츠

대면(실연)문화콘텐츠는 서비스를 제공하는 주체와 서비스를 제공받는 객체가 동일 장소, 동일 시간대에 만나 제한된 공간과 시간 안에서 직접적인 교감을 이루어내는 형태의 문화콘텐츠이다.

(1) 공연예술콘텐츠: 연극, 뮤지컬, 오페라, 전통가면극, 창극, 인형극, 무용, 음악회, 콘서트 등.

(2) 행사 이벤트: 게임쇼, 영상축제, 연극제, 영화제, 패션쇼 등.

4) 비대면(매체)문화콘텐츠

비대면(매체)문화콘텐츠는 도구나 미디어 등 중간매체의 활용을 통해 주체와 객체의 간접적인 만남과 간접적인 커뮤니케이션의 형태를 취하는 것으로 대면문화콘텐츠에 비해 공간과 시간의 제약으로부터 자유로울 수 있다.

12) '문화양식'은 문화의 여러 요소나 특질이 통합 형성되어 체계를 이룬 형태

(1) 영상 콘텐츠: 영화, 다큐멘터리, 애니메이션, TV드라마, 시트콤, 스포츠 경기, 광고 등.

(2) 디지털 멀티미디어 콘텐츠: 게임, 2D, 3D애니메이션, 모바일 콘텐츠 등.

(3) 음반/출판 콘텐츠: 음반, 시, 소설, 수필, 동화 등.

- 이 밖에 TV, 라디오, 극장, 컴퓨터, 인터넷, 게임 콘솔, CD플레이어, DVD플레이어, MP3, 서적 등의 중간 매체를 커뮤니케이션의 도구로 활용해서 간접적으로 주체와 객체 간의 교감을 이루어 가는 것을 통칭한다¹³⁾.

5. 스토리텔링과 OSMU의 정의

1) 스토리텔링의 개념 및 구성요소

(1) 스토리텔링 개념

스토리텔링은 스토리(story)와 텔링(telling)의 합성어로서 ‘이야기하기’를 의미한다. 스토리는 이야기이며, 이야기는 인간이 세계를 인식하고 근본적인 틀로서 사고와 감정을 필터링 해서 보여준다. 이 이야기를 자신의 사고를 다른 이들과 공유하고자 하는 인간의 기본 욕구가 다양한 형식으로 “발화”한 것이 스토리텔링이다.¹⁴⁾

스토리텔링은 인간이 말을 하면서부터 현재까지 존재해 온 구술적 의미의 담화양식이다. 담화의 내용을 담고 있는 스토리는 일반적으로 인물(누가), 배경(언제, 어디서), 사건(무엇을, 왜, 어떻게) 등 기본적인 구성요소를 갖추고 있다. 이러한 기본적 구성요소에 따라 진행되는 스토리는 시간의 흐름에 따라 변화하는 내용이다.¹⁵⁾

전명숙(2007)에 의하면 스토리텔링은 글을 쓰는 사람이 문화원형을 활용하여 유형에 알맞은 소재를 선택한 후 관련된 내용을 역사적, 사회 문화적 배경을 바탕으로 상상력을 가미하고 이야기를 창조한다. 그리고 각 장르의 특성에 알맞은 형태로 만든 이야기를 전달하는 사람이 그 내용에 알맞게 상대방에게 전달하는 것을 의미한다.

(2) 스토리텔링의 의미

첫째, 스토리텔링은 인간과의 커뮤니케이션 도구이다. 이러한 소통의 과정 속에서 문화

13) 네이버, <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=bbiyagi5&logNo=30104327054>, 검색일자: 2014년 4월23일

14) 김은혜 (2005). 스토리텔링 광고에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.

15) 스토리텔링은 서사적 구조를 지니는데 서사는 스토리의 기본적 구조이다. 서사적 구조는 두 가지 이상의 사건이 시간적 선후관계에 따라 나열된 것을 말한다. 그리고 사건들의 필연적 인간관계에 따라 플롯이 이루어진다. 플롯은 작가가 전달하려고 하는 작품의 주제를 선명하게 나타내기 위해 사건들을 필연적인 인간 관계에 따라 재구성하는 것을 말한다(조태남, 2009)

콘텐츠는 문화상품으로 가치가 있다.

둘째, 스토리텔링은 완성된 문화콘텐츠를 만들어 내고, 완성된 문화콘텐츠로부터 다양한 콘텐츠를 형성할 수 있도록 그 토대를 마련해주는 문화콘텐츠의 기본 요소이다.

셋째, 스토리텔링은 공급자의 다양하고 기발한 아이디어를 콘텐츠로 구성할 수 있도록 도와주고, 수요자의 욕구를 만족시킬 수 있도록 한다.

문화콘텐츠에서 스토리는 소스를 제공하는 이야기이고, 스토리텔링은 스토리를 중심으로 만들어 조합할 수 있는 과정을 의미하며, 이러한 과정을 통해 만들어진 것이 영화콘텐츠, 애니메이션, 캐릭터, 테마파크 등은 스토리텔링 텍스트라고 할 수 있다.

스토리텔링은 문화원형에 대한 새로운 해석과 활용의 가능성을 열어주어 전통과 역사 속에서 형성되어 온 문화원형을 고유의 문화콘텐츠 창작을 위한 자원이 되고 있다.

(3) 스토리텔링의 특징

문화콘텐츠에서 스토리텔링은 콘텐츠와 직결되어 체험과 연결된다. 이는 인간의 무의식 속의 ‘스토리’ 즉, 무형적인 원형을 도출해서 하나의 콘텐츠를 형성하는 중요한 연결고리 역할을 한다. 스토리텔링은 스토리 자체가 생산, 유통, 소비되는 상품적 성격을 지닐 수 있도록 하는 모든 형태의 문화콘텐츠에서 활용될 수 있다.

① 감성과 지식의 발현이다. 이야기는 인간의 의식과 무의식을 연결해주는 고리이며, 이야기를 통해 세계를 인식하게 된다.

② 스토리텔링은 명확하고 설득력 있게 말하는 기술이다. 자신이 전하고자 하는 메시지를 다른 사람에게 정확하게 표현하고, 그 사람을 설득시킬 수 있는 도구이다.

③ 이야기가 다양한 매체를 통해 표현된다. 문자가 없던 시대에는 서로의 발언된 언어를 통해 의사를 전달하였고, 그 이후 문자를 통한 도서 등이 매체가 되었다. 그리고 정보화 시대에는 멀티미디어적 성향을 지닌 컴퓨터, 영화, TV, 게임, 애니메이션 등과 같은 매체를 통해 표현된다.

④ 스토리텔링은 인터랙션(interaction)¹⁶⁾을 주도한다. 스토리텔링은 이야기를 만들어 낼 수 있는 계기를 마련해 줄 뿐만 아니라, 매체들 간의 인터랙션을 통해 다양하고 수많은 콘텐츠를 재생산할 수 있는 기회를 제공한다.

(4) 스토리텔링 전략 수립

① 스토리텔링 원천 소스를 개발해야 한다. 원천 소스 개발은 이야기가 될 만한 것을 찾는 과정으로써 이야기의 대중성 여부가 매우 중요하다.

② 콘텐츠 스토리텔링 전환(adaptation) 전략이 필요하다. 콘텐츠 스토리텔링 전환 전략은 콘텐츠로의 효과적인 전환전략으로 전환 전후에 향유자가 동일한 정체성을 유지하고

16) 인터랙션(interaction): 상호작용, 상호의 영향

두 콘텐츠 간에 독립적인 스토리텔링을 구현해야 한다.

③ 콘텐츠 스토리텔링 전략이다. 콘텐츠의 목적과 특성에 맞는 전략으로 구체적인 콘텐츠 스토리텔링으로 특화 시키는 전략이 필요하다. 특히 이 전략은 앞선 두 단계를 바탕으로 거시적, 미시적 콘텐츠를 구체화 시키고 완성도를 높이는 단계라고 할 수 있다.

④ 문화콘텐츠 스토리텔링 리터러시(literacy)¹⁷⁾이다. 문화콘텐츠의 근간을 이루는 스토리텔링을 다양한 관점에서 분석하고 평가하는 커뮤니케이션 능력으로 주체적인 향유를 가능하게 한다.

2) 스토리텔링의 구성요소

스토리텔링의 구성 요소에 대한 견해는 연구자들에 따라 다양하게 제시되고 있다. 스토리텔링 구성요소에 대한 다양한 견해 중 공통된 주요 요소는 메시지(Message), 갈등 (Conflict), 등장인물(Character), 플롯(Plot), 감각적 경험(Experience), 스토리의 진실성(Trust) 등 여섯 가지 요소로 정리할 수 있다.

(1) 메시지(Message)

스토리텔링은 명확한 메시지(Message)로부터 출발해야 한다. 스토리텔링은 참여하는 사람들이 특정한 경험을 할 수 있도록 유도하고 그들에게 어떤 설득적 영향을 미치고자 하는 목적성을 띤 전략적 커뮤니케이션인 것이다. 따라서 명확하게 정의된 메시지를 만들 필요가 있다.

(2) 갈등(Conflict)

스토리에 조화로움만 가득하고 갈등이 없다면 그 스토리는 생명력을 잃어버린다. 인간은 본능적으로 삶에서 조화와 균형을 추구한다. 인간은 갈등에 직면하면 본능적으로 해결책을 찾으려 한다. 갈등이 행동을 만들어 내는 것이다.

(3) 등장인물(Character)

스토리 속에는 갈등을 이끌어 나갈 수 있는 등장인물(Character)들이 존재한다. 이야기의 메시지가 지루하지 않게 잘 전달되기 위해서는 등장 캐릭터의 특징이 잘 묘사되어야 한다. 독자들은 그 주인공과 각각의 캐릭터에 의해서 직면한 문제들에 대해서 식별할 수 있어야 한다.

17) 리터러시(literacy): 글을 읽고 쓸 줄 아는 능력

(4) 플롯(Plot)

플롯은 메시지와 갈등, 등장인물이 만들어진 이후에 주어진 시간 안에 일련의 사건이 배열되는 것이다. 배경과 갈등, 그리고 해결의 순서로 플롯은 만들어지며 스토리의 주제와 문맥을 재배치하여 맛을 살리게 된다.

(5) 감각적 경험(Experience)

스토리의 세계를 구축하고 그 속에 여러 가지 감각적 실마리들을 제공해 줌으로써 분위기를 조성해 나가는 것이다. 사람들은 오감을 통해 스토리를 경험함으로써 무의식중에 스토리 속으로 보다 깊게 빠져들 수 있다.

(6) 스토리의 진실성(Trust)

스토리텔링은 무턱대고 아무 이야기나 늘어놓는 것이 아니다. 스토리텔링은 진실된 대상에 새로운 관점과 가치를 부여하는 과정이다. 사람들에게 진정한 공감과 감동을 불러일으키고 새로운 눈을 뜰 수 있도록 이끌어 주는 것이야말로 스토리텔링의 진정한 역할이라고 할 수 있다.

3) OSMU(One Source Multi Use) 정의

OSMU¹⁸⁾(One Source Multi Use)는 하나의 소재를 바탕으로 다양한 문화상품을 만들어 부가가치를 극대화하는 방식이다. 즉, 한 장르의 성공이 다른 장르의 문화상품의 이익 창출에도 영향을 미치는 것이다.

한국콘텐츠진흥원에서는 OSMU를 ‘하나의 원작(source)이 다양한 분야와 장르에서 활용되면서 고부가가치를 만들어 내는 비즈니스 구조를 일컬음’이라고 정의를 내리고 있다.¹⁹⁾

스토리텔링은 OSMU 통해 또 하나의 파생된 문화콘텐츠를 만들어내고 있으며 이는 문화콘텐츠 산업에서 중요한 역할을 담당하게 된다. 이때 OSMU에서 스토리텔링의 역할은 파생된 제품인 Multi Use를 만들어 내는 중추적인 역할을 한다.²⁰⁾

18) OSMU 예를 들면 KBS드라마 ‘겨울연가’의 경우 드라마 원천 소스를 시작으로 음반, 캐릭터, 테마파크 형태의 지역문화 콘텐츠, 출판, 뮤지컬까지 One Source Multi Use의 전형적인 예를 보여주고 있다.

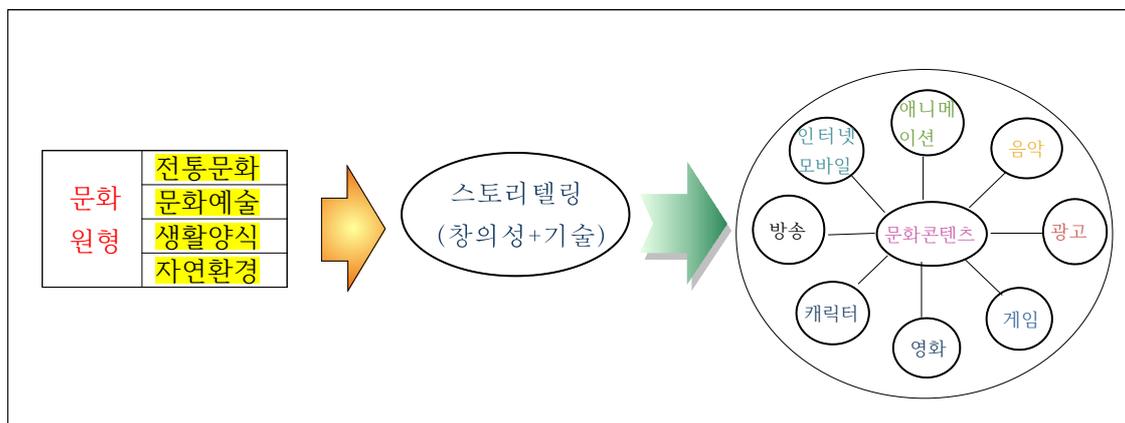
19) 하나의 기본적인 원천 소스를 매력적이고 경쟁력이 있는 상품으로 만들게 되면, 그 후부터는 광범위하게 활용될 수 있는 문화콘텐츠를 다양한 매체와 비즈니스 방식별로 나누어 경제학적 특성을 보인다고 할 수 있다(권윤미, 2013).

20) 즉 스토리텔링의 과정을 거쳐 만들어진 하나의 완성된 문화콘텐츠에서 파생된 콘텐츠를 만들어 낼 때 가공을 도우고 알맞은 매체 방식을 연결해 주는 고리가 스토리텔링인 것이다(이희원, 2008).

OSMU는 각각의 문화콘텐츠산업 분류간의 유기적 연관을 가능하게 해주는 것이 가장 큰 특징이며, 원소스멀티유즈(One Source Multi Use)는 고부가가치를 창출한다는 점에서 저비용 고효율의 미래형 산업 대안이다.

현재 미디어 콘텐츠 상품들이 각각의 특성이나 변별력을 가지는 방법은 그 콘텐츠 상품을 기획하고 개발하는 단계에서 상당 부분을 결정한다. 특히 하나의 콘텐츠만으로는 충분한 수익을 얻기 어렵기 때문에 기획 단계에서 이를 충분히 고려해야만 한다. 대다수의 생산자들은 동일한 콘텐츠를 다양한 미디어 속에 채워 넣는 전략을 통해 수익을 극대화 하고자 한다.

(그림 1) 문화콘텐츠 OSMU(One Source Multi Use)방식



6. 지역 문화자원을 활용한 문화콘텐츠 사례

1) 홍길동 문화콘텐츠(장성군)

장성군은 일찍이 홍길동 설화의 역사성과 문화적 가치에 주목하여 다양한 브랜드 사업을 추진하였다. 그중 대표적인 사업영역으로는 홍길동 TV애니메이션, 출판만화, OST 등이 있다. 이미 대중으로부터 많은 관심과 호응을 얻어 지속사업을 추진하고 있으며, 캐릭터 개발, 모바일 게임, 아케이드 게임, 웹공모전 등 다양한 영역으로 확대하여 사업을 추진 중이다. 이 사례는 보기 드물게 지방자치단체가 직접 추진하고 있는 사업으로 지역관광 및 지역개발, 홍보 차원에서 큰 성과를 거두고 있다.



2) 영상콘텐츠 제작 및 캐릭터 개발(목포대 도서관문화연구원)

목포시가 주관하고 목포대학교 도서관문화연구원이 주관연구기관으로 참여한 ‘세계해양영웅 영상콘텐츠 제작 및 캐릭터 개발’ 사업은 서남해안을 중심으로 활동한 해양영웅 스토리에 기반하여 영상 콘텐츠를 개발하고, 이를 활용한 캐릭터 중심의 문화상품을 만드는 사업내용이다.

제작된 영상콘텐츠 ‘꼬치의 해양영웅탐험’은 지하세계에 사는 종족의 소년이 주인공으로서 영웅이 되기 위해 섬을 찾아 떠나는 캐릭터로 등장하고, 해양모험을 통해 지역의 문화관광 자원 및 해양영웅을 소개하는 컨셉이다.



3) 남도소리를 활용한 생활체육 콘텐츠(전남문화산업진흥원)

전남문화산업진흥원이 주관하고 목포대학교가 주관연구기관으로 참여한 본 사업은 남도의 우수한 문화자원을 현대적으로 재해석하여 생활문화콘텐츠로 활용하기 위해 추진되었다. 기존의 남도소리와 군무가 전통적인 문화유산으로만 인식되어 보존과 계승에 한정되어 있던 것에 반해, 문화콘텐츠를 통한 현대화 작업은 활용도를 높이고 경제적 부가가치를 높이는 과정이라 할 수 있다. 지역의 예술자원에 기반한 콘텐츠를 통해 지역 정체성 회복과 고유의 가치를 높이는 사회적 목적을 실현하고, 동시에 문화상품으로서 시장가치를 확보한 개발사례이다.

<표 6> '남도소리를 활용한 생활체육 콘텐츠' 사업개요

구 분	내 용
사업목적	남도예술의 소리와 동작을 현대적으로 재창조하여 생활문화의 일부분으로 활용한 OSMU 기반 환경 구축
사업내용	- 남도예술을 통한 음원 및 생활체육으로서 군무활용 기술개발 - 남도음악 디지털 음원 개발 및 동작 콘텐츠 기획 - 강강술래 활용 군무 콘텐츠개발 및 서비스 확대(강강술래 군무 동작 학습 프로그램 개발)
추진주체	전남문화산업진흥원 목포대학교(주관연구기관), (주)와이쥬크리에이티브
추진방식	문화체육관광부 공모사업(지역문화산업연구센터<CRC>지원사업)
사업결과	남도소리 활용 응용음원 개발(50종) 강강술래 활용 국민생활댄스 프로그램개발(SW 및 교재)

4) 영산강 스토리텔링 콘텐츠(광주정보문화산업진흥원)

영산강 스토리텔링 콘텐츠는 호남의 젓줄 영산강을 강 문화의 인터내셔널 존(International Zone)으로 랜드마크로 활용하여 스토리텔링 콘텐츠 발굴 및 강문화 축제 로드맵 등을 제작하는 사업이다. 이를 통해 국제스토리텔링마켓과 강문화에 기반한 세계 Back To Nature 축제를 추진하는 목적이다.

<표 7> '영산강 스토리텔링 콘텐츠' 사업개요

구 분	내 용
사업목적	영산강 콘텐츠에 대한 광역권 장소 브랜드화 사업을 통해 문화가 중심이 되는 영산강 되살리기를 실현하고 글로벌 문화 브랜드를 창출해 세계시장에 진출
사업내용	- 영산강 지오그래피 웹사이트를 개발하여 영산강 홍보마케팅의 대표 채널로 구축하고 생태, 역사, 문화, 인문 등의 멀티미디어 DB 축적 및 온라인 자료보존소로서 활용 - 에코투어로드를 개발하여 문화, 교육, 관광 등의 다목적 콘텐츠로 활용
추진주체	광주정보문화산업진흥원(주관)
추진방식	문화체육관광부 공모사업(지역문화산업연구센터<CRC>지원사업)
사업결과	영산강 지오그래피 홈페이지 구축 영산강 생태, 역사, 문화, 관광자원 디지털 DB구축