

공연예술콘텐츠의 가치와 융합적 구조
-공연예술실황영상을 중심으로-
The Value of Performing Arts Content and Convergence Structure
-Focused on Performing Arts Live Video-

허난영
(재)세종문화회관

Hur-Lan Young(lancho1031@hanmal.net)

요약

본 연구는 공연예술의 제작·유통 과정을 콘텐츠진흥법상 기술·산업과의 융합형태를 살펴보고자 한다. 2000년대 이후 영역 간 콘텐츠 생산과 공유방식은 공연예술의 제작·유통구조를 전환시키고 있다. 최근 나타나고 있는 공연예술실황영상은 공연예술의 시공간적 경계를 뛰어넘어 예술 창작과 소통의 영역을 확장하여 기존 체계를 변화시키고 있다. 현재성과 공간적 제한성을 전제로 출발되었던 공연예술은 실황영상화를 통하여 시공간의 경계를 뛰어넘는 새로운 플랫폼을 창출하고 있다. 공연예술은 기술·산업 영역과 융합하여 보편적 접근성을 확대하는 계기를 마련하고 있으며, 문화적 형평성이라는 공공 공연장의 공공적 가치를 확장할 수 있는 가능성을 보여주고 있다. 이러한 맥락에서 본 연구는 고급예술로 불리어지는 오페라, 클래식, 발레 등의 공연예술이 영상산업과 어떤 방식으로 결합되고 있는지를 살펴봄으로서 공연예술콘텐츠의 가능성을 모색하고자 한다.

■ **중심어** : | 공연예술콘텐츠 | 융합구조 | 문화적 형평성 | 고급예술 | 공공 공연장 |

Abstract

This study aims at examining the making and distribution course of performing arts and its converged form with technology and industry in terms of the Contents Promotion Act. Since the 2000s, the inter-area contents making and sharing methods have been changing the making and distribution structure of performing arts. The recent production of performing arts contents live videos extends the areas of arts creation and communication beyond the time and spatial boundaries of performing arts and changes the existing systems. The performing arts which started with oneness and spatio-temporal restriction on the premise is now creating a new platform over the spatio-temporal boundary through the live video. Performing arts, in convergence with the areas of technology and industries, expands universal approaches and shows the public value of cultural fairness at public performing arts centers. In this context, this study aims at seeking the possible extension of performing arts contents by examining how the so-called high-class performing arts such as opera, theatre and classical music combines with the visual industry.

■ **keyword** : | Performing Arts Contents | Convergence Structure | Cultural Fairness | High Art | Public Performing Arts Center |

I. 서론

2000년대 들어서면서 국내 공연제작과 유통방식은 공공 공연장을 중심으로 기술·산업 영역과 결합하여 새로운 영역을 창출하기 시작하였다. 공연예술이 콘텐츠 산업과 밀접한 관계를 맺으며 가치 창출의 중심으로 부상하고 있다. 공연예술과 콘텐츠산업의 협력구조에 대한 지속적인 연구의 필요성이 제기된다. 2006년 문화관광연구원은 「예술의 산업적 발전을 위한 정책방안 연구」에서 정부 등 공공부문이 ‘예술작품을 바탕으로 한 우수 문화상품 및 콘텐츠 개발 프로젝트 선정·지원’과 ‘문화산업부문에서 활용되고 있는 투자조합 운영방안의 예술콘텐츠 부문으로의 확대’ 방안을 제시하였다. 2007년 예술경영지원센터는 「예술의 산업적 발전 방안 연구」에서 ‘예술과 기술(Art & Technology)의 소통 기반 콘텐츠 프로젝트 지원’과 ‘공연예술과 기술을 연계한 퍼포먼스 개발 지원 사업’을 논의하였다. 2008년 한국문화예술위원회는 「기초예술과 문화산업의 연계방안 연구」에서 ‘매개항으로서 창조인력의 발굴과 지원’과 ‘융합적 창조역량 기획단(가)’ 구성을 제안하였다. 2012년 문화관광연구원은 「문화예술과 콘텐츠산업의 효율적 연계 방안」을 통하여 ‘창의적인 문화예술은 멀티미디어에 의존적인 문화콘텐츠의 질을 결정짓는 원천콘텐츠로서 역할을 수행한다’고 말한다. 또한 콘텐츠 소재로서 문화예술의 중요성을 강조한다. 문화예술과 콘텐츠산업의 협력을 통하여 영역의 확장성을 의미한다. 그러나 ‘문화예술’의 범위가 모호하여 콘텐츠산업과의 협력구조를 도출하는데 구체적 접근이 어렵다. 또한 경제적 부가 가치를 높이는 도구적 측면에서 문화예술을 바라봄으로서 콘텐츠적 가치가 소외되는 경향이 있다. 따라서 시간적 현재성과 공간적 제한성을 지니고 있는 공연예술을 콘텐츠산업으로의 확장가능성에 대하여 논의하는 것은 의미가 있다. 공연예술은 음악, 미술, 문학, 영화와는 다르게 복제 불가능한 현재성을 속성으로 하고 있다. 그러나 최근 공연예술은 디지털기술과의 융합으로 시간적 현재성과 공간적 제한성에서 벗어나 시공간적 확장성을 보여주고 있다. 공공 공연장은 기존의 시공간적 제한성을 벗어나서, 공연예술실험영상을

제작함으로써 보편적 접근성을 시도하고 있다. 이는 사회적 특권계층에 의해 제한적이었던 고급예술이 다수의 일반 시민들에게로 확대 가능성을 보이고 있다. 오페라, 발레, 클래식 등의 공연예술은 영상산업과 융합하여 반복적 속성을 확보한다. 공연장에서만 가능했던 오페라, 발레, 클래식 등의 고급예술이 저렴한 가격으로 일반시민과 접할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 공연예술콘텐츠는 기술·산업과의 융합으로 시공간의 제약을 뛰어넘어 공유의 기회를 넓히고 있다. 일반시민들이 자유롭게 접근할 수 있는 개방형 플랫폼을 형성하고 있다. 공연장에서 영화관, 디지털 웹으로까지 확대하면서 기술의 융합에서 산업의 융합으로, 더 나아가 가치의 융합 가능성을 보이고 있다.

본 연구에서는 공공 공연장에서 제작·유통되는 공연예술콘텐츠로 확장되는 것과 그 공공적 가치에 대하여 공연예술실험영상을 중심으로 살펴보고자 한다. 연구목적으로 첫째, 공연예술과 콘텐츠산업의 협력구조를 통하여 공연예술의 콘텐츠적 가치가 어떻게 확장되고 있는지를 단계별로 고찰한다. 둘째, 공연예술콘텐츠로서 공연예술실험영상이 오페라, 클래식, 발레 등 고급예술의 보편적 접근성이 어떻게 확대되고 있는지를 살펴본다. 셋째, 공연예술콘텐츠와 공공 공연장과의 관계성을 중심으로 문화적 형평성이라는 가치 융합 가능성을 도출하고자 한다.

II. 공연예술콘텐츠와 콘텐츠산업

1. 국내 콘텐츠산업 정책흐름과 공연예술

콘텐츠의 가능성

2000년대 콘텐츠산업은 시대발전의 동력으로 ‘콘텐츠’와 ‘문화산업’을 강조한다. 디지털 기술은 영역의 경계를 허물고, 다른 영역과의 융합을 가속화하였다. ‘기술과 예술’의 융합은 예술의 지평을 확장하여 고전적인 예술에서 예측하기 어려웠던 새로운 환경을 조성하였다. 디지털 환경에서 다양성, 창의, 문화 등의 개념을 강조하는 콘텐츠산업은[1] [표 1]에서 알 수 있듯이 2000년대 문화산업정책과 더불어 성장하였다.

표 1. 국내 콘텐츠산업정책흐름

년도	제 도
1999	문화산업진흥법 제정
2001	한국문화콘텐츠진흥원 설립
2003	문화산업 5대 강국 육성 의지 표명
2005	문화강국 선언 C-Korea, 문화기술대학원 설립
2009	한국콘텐츠진흥원 개소
2010	콘텐츠산업 진흥법 마련(콘텐츠 개념 재정립)
2011	콘텐츠산업 진흥을 위한 중장기 기본계획 수립

문화부는 2010년 CT정책비전 및 개발 로드맵을 발표하여 콘텐츠산업을 신성장 동력산업으로 육성하였다. 콘텐츠산업의 성장기반 확충, CT R&D 투자 확대, 금융 및 수출지원등과 함께 영화, 게임, 방송, 애니메이션, 디지털콘텐츠 등 개별 산업의 육성을 위한 별도의 전략을 수립하여 추진하고 있다[2]. 콘텐츠산업의 성장을 위한 여러 제도들이 만들어지고 법이 개정되었다. 그러나 공연예술의 콘텐츠적 가치에 대한 연구가 미비하여 2010년 ‘콘텐츠산업진흥법’에 공연예술은 포함되지 않고 있다. 그럼에도 불구하고 현장에서 공연예술은 콘텐츠산업과의 효율적 연계 방안에 대한 연구가 자연스럽게 진행되고 있다[3]. ‘기술과 예술’의 융합과정에서 공연예술의 경계를 무너뜨리는 새로운 형식이 창출되고 있다. 산업에서 원천기술이 상품의 가치를 결정하듯이 콘텐츠산업에서 원천콘텐츠는 콘텐츠의 가치를 창출하는 중요한 요소다. 특히 창의적 원천콘텐츠는 삶의 질을 향상시키는 미래형 대안으로 중요한 의미를 담고 있다. 공연예술은 삶의 질을 높이는데 본질적 가치를 담고 있기 때문에 창의적 원천콘텐츠로서의 가능성을 내재화하고 있다. [그림 1]에서 보여주듯이 향후 콘텐츠산업과 융합이 가장 활발하게 진행될 것으로 기대되는 분야로 문화예술을 우선적으로 제시하고 있다. 그러나 콘텐츠산업 초기에 기술발전과 산업 환경이 부각되면서 콘텐츠산업의 원천콘텐츠로서 공연예술의 가치를 간과되는 경향이 있었다. 또는 콘텐츠산업의 경제적 부가 가치를 창출하는 부분적인 소재로 이해되어지기도 하였다.

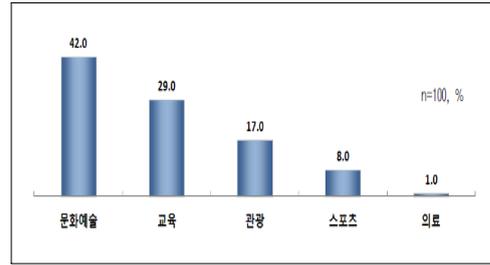


그림 1. 콘텐츠산업과 융합이 가장 활발하게 진행될 산업 분야[4]

공연예술의 영상산업과 융합으로 만들어진 공연예술 콘텐츠는 보편적 접근성을 확대하는 방향으로 진행되고 있다. 실제로 공연예술실태영상은 시공간적 제한성을 특성으로 하는 공연예술의 기존 제작·유통방식과는 전혀 다른 형태를 보여주고 있다. 영상산업과의 융합으로 복제가능한 콘텐츠로 전환되면서 언제 어디서나 접근이 가능하게 되었다. 높은 제작비와 시공간적 현재성에 의해 높이 형성될 수밖에 없었던 티켓가격이 저렴하게 책정되었다. 공연예술콘텐츠는 문화예술과 콘텐츠산업을 아우르는 성장가능성을 내재화하고 있다. 공연예술콘텐츠는 콘텐츠산업에서 가치를 창출해주는 원천 콘텐츠의 질을 결정하는 중요한 요소를 담고 있다. 영상산업과 결합한 공연예술콘텐츠는 오페라, 발레, 클래식 등의 고급예술을 향유 기회가 적은 일반시민에게 보편적으로 접근할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 이는 ‘문화적 형평성’이라는 공공적 가치를 창출하는 가능성을 보여주고 있다.

공연예술은 예술가들의 협업적 구조에서 이루어지는 창작활동으로 무대를 통하여 실현되어진다. 그리고 실현되어지는 공간에는 관객이 함께 호흡함으로써 완결성을 가지게 된다. 예술적 감동은 공연예술이 실현되는 시간과 공간에서만 공유가 가능하다. 따라서 공연예술은 관객과 창작자의 감성을 그대로 재연할 수 없으며, 무대에서 실현되는 동안에만 존재하다가 공연이 끝나면 사라진다. 즉 무대라는 공간적 제약과 공연시간이라는 시간적 제약, 그리고 제작조건들로 인하여 그대로의 재현은 불가능하다. 그래서 공공 공연장을 ‘영원한 현재의 공간’이라고 불리기도 한다[5]. 공연예술이 다른 영역과는 구별되는 ‘현재성’은 예술적 감성을 풍요롭게 하

고, 예술적 가치를 창출하는 주요한 요소로 작용한다. 따라서 카메라렌즈를 통한 공연예술은 현재성을 상실함으로서 현장감에서 부여하는 그 가치가 매우 떨어지게 된다는 의견도 존재한다. 공연예술실황영상은 예술적 가치를 떨어뜨리는 요인으로 작용하여 공연예술의 생명력을 소멸시키는 것으로 볼 수 있다. 공연예술의 예술적 감동은 현장에서 실연자와 관객과의 교감을 통해서 전달된다. 따라서 공연예술영상콘텐츠에서는 공연예술의 현장감을 그대로 전달될 수는 없다. 그러나 오페라, 발레, 클래식 등의 고급예술을 접하기 어려운 일반시민이나 문화적 접근이 어려운 지역에서는 또 다른 경험을 제공할 수 있다. 공연예술실황영상이 공연예술의 현장성에서 전달하는 예술적 감동만큼은 아니라도 문화적 접근이 가능하다는 측면에서 의미를 찾을 수 있다. 오페라, 발레, 클래식 등의 고급예술은 경제적, 지역적, 문화적 교양 등의 여러 이유로 일반시민들이 접근하기가 어려운 영역으로 인식되어 왔다. 따라서 공연예술실황영상은 오페라, 발레, 클래식 등의 고급예술을 일반시민들이 쉽게 다가갈 수 있는 콘텐츠로서 바라볼 수 있다. 또한 일반시민이 접근하기 어려운 고급예술의 접근경로를 확장하여 삶의 질을 향상할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 공연예술실황영상의 질은 예술적 완성도에 의하여 결정되며, 예술적 완성도는 일반시민들의 예술적 감동의 수위를 결정한다. 따라서 공연예술콘텐츠의 예술적 완성도를 위해서는 인력, 자본, 시스템의 종합적인 결합이 필요하다. 또한 공연예술콘텐츠는 예술적 가치와 공공적 가치를 실행하기 위해서는 정책적 지원이 절대적으로 요구된다. 최근 공연예술콘텐츠는 창작자의 예술적 가치와 더불어 향유자의 보편적 접근이 중요하게 강조한다.

국내 콘텐츠산업 정책은 [표 2]와 같이 콘텐츠 개념 및 범주화, 상업적 위주의 정책, 생산자 위주의 정책, 이용자를 배제한 정책 측면에서 문제제기 되고 있다. 콘텐츠산업의 정책흐름이 생산자 중심에서 소비(향유)자 중심으로, 경제성 중심에서 가치 중심으로, 소수 전문가에서 다수 일반시민으로 전환의 필요성을 말한다.

표 2. 국내 콘텐츠산업 정책의 비판적 요소[6]

항목	주요내용
콘텐츠 개념 및 범주화	콘텐츠 개념이 지나치게 광범위하고 범주화가 어려워 정책 지원 대상 및 범위 설정이 힘들
상업성 위주의 정책	영화 및 방송, 게임 등 상업적인 것에만 정책이 집중되면서 이러한 응용 및 종합 문화콘텐츠 발전의 토대가 될 수 있는 기초 문화콘텐츠에 대해서는 정부도 시장도 무관심
생산자 위주의 정책	콘텐츠산업에서 소비자들은 단순히 상품을 소비하는 주체에서 생산에 영향을 주고 또는 직접 생산하는 주체로서 변화하고 있으나, 콘텐츠산업정책은 여전히 생산자 중심으로 진행
이용자 배제한 정책	콘텐츠산업정책이 기존의 산업정책의 연장선상에서 있음에도 생산과 공급, 유통의 차원에만 머물러 있음. 이로 인해 콘텐츠산업정책의 주요 목적 중 하나인 국민의 삶의 질을 향상시키는 것에 대한 요소는 결여되어 있음

최근 제기되고 있는 국내 콘텐츠산업 정책의 비판적 요소들은 기존의 한계를 극복하고 지속 가능한 발전 경로를 모색을 제안하고 있다. 즉 성과 중심의 콘텐츠산업에서 가치창출 중심의 콘텐츠산업으로 이동을 말한다. 이용자가 배제되고 생산자 위주의 정책방향은 일반 시민이 대상화되고 삶의 질을 부차적 요소로 접근하는 경향이 있다. 그러나 공연예술콘텐츠는 고급예술의 보편적 접근성을 확대하여, 일반시민의 삶의 질을 향상시키는 주요한 요소로 이해가 필요하다. 가치적 측면에서 공연예술콘텐츠는 콘텐츠산업의 원천콘텐츠로서 가능성을 담고 있다. 콘텐츠산업은 기술도입에 의한 양적 성장에 이어 지속가능한 질적 성장으로 전환을 시도하고 있다. 콘텐츠산업에서 콘텐츠의 질은 문화산업 생태계의 성공을 좌우하는 결정요인이 된다. 콘텐츠의 질은 공연예술의 창의성과가치지향성에 의하여 확보될 수 있다. 따라서 기술과 예술의 창의적 융합의 핵심 매개체로서 공연예술은 콘텐츠산업의 핵심요소로 성장가능성을 담고 있다. 공연예술이 콘텐츠의 지속가능성을 결정하고, 콘텐츠의 질을 결정하는 요소로 작용함을 의미한다. 문화예술의 한 부분이었던 공연예술은 콘텐츠산업과의 유기적 결합의 통하여 인력, 시스템, 자본으로 확장되어지면서 콘텐츠산업의 가치창출의 중요한 핵심적 역할을 담당할 것으로 예측된다.

2. 공연예술콘텐츠 융합과 확장

공연예술은 21세기 디지털기술의 발전과 더불어 영

역의 경계를 허물어지기 시작하였으며, 장르사이의 융합현상이 두드러지게 나타났다. 특히 현장성을 토대로 협업적 구조를 가지고 있는 공연예술은 장르적 속성을 허물고 예술가들의 결합을 통하여 삶의 질을 향상시키는 고품격 콘텐츠로 진화하고 있다. 공연예술은 협업에 의한 제작과 유통체계를 가지고 있다. 또한 공연예술은 다양한 유형의 예술형식과 콘텐츠를 창출할 수 있는 요소들을 내재하고 있다. 기술·산업과의 창의적 융합을 통한 인력·시스템에 이어 자본으로 확산되는 모습을 보이고 있다. 이전 문화예술 분야에 분류되어 부분적 역할을 수행하던 공연예술은 콘텐츠산업으로 확장하여 문화예술과 콘텐츠산업의 가교역할을 하게 되었다. 공연예술이 가지고 있는 협업구조의 특성은 현장에서 여러 영역과 융합할 수 있는 가능성을 지니고 있다.

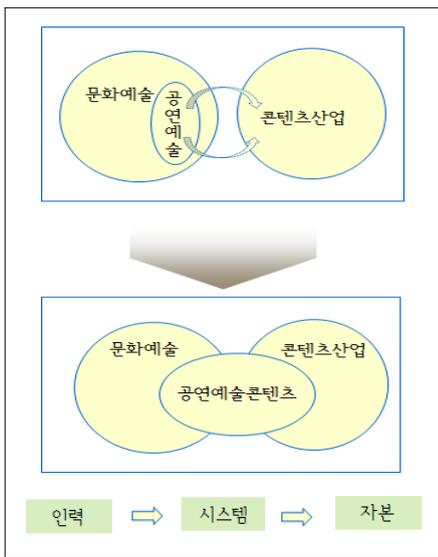


그림 2. 공연예술의 콘텐츠적 확장경로

2000년대에 공연예술은 타 산업과 빠른 속도로 결합하면서 산업구조 변화 속에서 핵심적 요소로 작동하였다. 시기별 결합 형태와 특성을 살펴보면 [표 3]과 같이 구분할 수 있다.

표 3. 시기별 공연예술의 결합형태

공연 예술	2000~2006 문화산업	수익구조 창출 소재로서 문화 상품으로 접근. 산업적 요소로서 기술 중심
	2006~2010 문화콘텐츠 산업	문화적 요소에 대한 중요성 강조. 디지털 기술을 활용한 단기성과 중심으로 콘텐츠 접근
	2010 이후 콘텐츠산업	콘텐츠산업의 창조 영역의 토대로 접근. 문화예술의 창의적 원천 콘텐츠로서 가치 창출

2000년에서 2006년 문화산업에는 기술 중심의 정책 지원과 더불어 산업적 요소가 강조되었다. 문화적 요소가 우선순위에서 밀려나면서 공연예술은 도구적으로 활용되는 현상이 나타났다. 2006년에서 2010년 문화콘텐츠산업에는 문화적 요소에 대한 중요성이 강조되었다. 단기성과 중심으로 콘텐츠산업과 결합되었으나, 가치적 접근 부재 등의 문제가 나타났다. 2010 이후 콘텐츠산업은 3D화, 스마트화, N-스크린화 등으로 콘텐츠 제작·유통 환경에 큰 영향을 주었다. 창조적 영역에서 공연예술과의 결합 범위가 확장될 수 있는 계기를 만들었다. 서로 다른 기술, 산업의 융합구조를 공연예술콘텐츠 측면에서 재구성할 때, [표 4]와 같이 유형별 특성을 보이고 있다.

표 4. 공연예술의 융합 유형[7]

구분	특성	사례	방향
콘텐츠간 융합	장르간 경계 파괴	무용극/음악극/소리극/ 무비컬 등	↓
新기술과 융합	무대시스템 경계 파괴	영상무대/ 3D 무대 / CT 기술 도입	
他산업과 융합	공연장의 경계 탈피	공연예술 실태 영화관 상영	
新플랫폼과 융합	공연장의 경계 탈피	공연예술 실태 모바일 웹 구축	

2.1 콘텐츠간 융합

장르 간 경계를 파괴하고 새로운 장르를 구성하는 형태다. 현대무용과 연극이 융합하여 무용극이라는 장르가 나타났으며, 최근 작품으로 마기 마랭의 누벨당스(Nouvell Danse-새로운 무용) ‘충성’이 있다. 음악과 연극이 융합한 음악극으로 국립창극단의 ‘미디어’, 판소리

와 연극이 융합한 소리극으로 이자람의 '억척가' 등이 있다. 주로 예술가들의 협업을 통한 새로운 장르가 형성되었다.

2.2 新기술과 융합

전통적인 공연제작의 요소들이 새로운 기술과 융합하여 실제와 가상을 공연예술에서 표현하였다. 기존 무대제작의 개념을 탈피하여 새로운 형식의 무대를 보여주고 있다. 무대세트에 영상기법을 도입하여 입체화한 아지드무용단의 '자유부인', 4D무대를 구성한 김덕수 사물놀이는 신개념의 무대로 평가된다. 디지털 기술과 예술의 융합으로 공연무대화한 '레프리카' 등을 분류할 수 있다. 시스템적 결합이 중심되어 부분적 자본이 투입되는 융합유형이다.

2.3 他산업과 융합

공연예술이 영상산업과 융합하여 공연예술실황영상을 제작하는 형식으로 국내 공공 공연장에서 부분적으로 실현되고 있다. 유럽과 미국에서는 공연예술, 특히 오페라·발레, 클래식 of 고급예술을 실황영상으로 제작하고 있다. 공연예술실황영상은 제3의 영역에 시공간의 제한성을 벗어나 새로운 유통구조를 형성하고 있다. 국내에서는 뉴욕 메트로폴리탄 오페라의 최신작을 '메트 온 스크린'이라는 제목으로 메가박스에서 2009년부터 상영하고 있다. 2013년 필하모닉어름음악회를 라이브 실황중계를 상영한 바 있다. 공연예술이 영상산업과 융합하여 공연예술콘텐츠로서 가능성을 보여주는 사례다. 국내 공연장에서 빈 필하모닉 공연이나 뉴욕 메트로폴리탄 오페라를 관람할 경우 관람료는 40~45만 수준에서 책정되어지는데, 반면 영화관 관람료는 3만원 수준에서 관람이 가능하다. 뉴욕 메트로폴리탄 오페라나 빈 필하모닉 실황영상은 일반시민들의 보편적 접근성을 넓히고 있다. 다만 공연장이라는 시공간적 제한성을 탈피한 공연예술실황영상이 현장에서 전달되는 감동을 어떻게 살릴 수 있는지에 대한 문제가 존재한다. 또한 국내에서 제작할 경우 편당 150억 규모를 어떻게 마련할 것인가에 대한 현실적 문제도 있다. 최근에는 해외 공연예술실황영상 중심으로 국내 공공 공연장에

서 유통되고 있다.

2.4 新플랫폼과 융합

공연예술의 영상산업과 융합은 IT와 미디어 중심의 디지털 플랫폼으로 확장성이 보이고 있다. 이미 대중공연은 네이버 뮤직 라이브 온에어를 통하여 웹과 모바일에서 '디지털 실시간 콘서트'가 이루어지고 있다. 국내는 아르떼 라이브(iveweb.arte.tv), 해외는 베를린 필 디지털콘서트홀과 메디치TV, 시카고심포니라디오가 운영되고 있다. 현재 공연예술콘텐츠는 미디어를 통하여 신플랫폼과의 융합으로 전개되고 있다.

이와 같이 공연예술은 콘텐츠간의 융합, 새로운 기술과의 융합, 다른 산업과의 융합 그리고 새로운 디지털 플랫폼과의 융합을 통하여 콘텐츠산업으로의 확장 가능성을 보여주고 있다. 콘텐츠산업의 인력·시스템·자본의 유기적 결합으로 공연예술콘텐츠는 진화되고 있다. 오페라, 클래식, 발레 등의 고급예술에 대한 보편적 접근성을 확장하여 '문화적 형평성'이라는 공공적 가치를 담아내고 있다. 복제 불가능한 공연예술을 영상산업과 융합하여 복제 가능한 공연예술콘텐츠로 전환하여 시공간적 제한성을 탈피하고 있다. '문화적 형평성'이라는 공공적 가치와 더불어 예술적 가치를 균형감 있게 결합하기 위해서는 공연예술콘텐츠에 대한 정책적 접근이 필요하다.

III. 공연예술콘텐츠와 타산업과의 융합 ; 공연 예술 실황영상

1. 공연예술콘텐츠와 가치

『공연예술:경제적 딜레마(Performing Arts: the Economic Dilemma, 1966)』 [8]에서는 '공연예술의 한계와 특수성에 대한 문제'를 이론적으로 제시하고 있다. 공연예술에 대한 정부지원의 당위성과 예술의 공공성에 대한 논리적 근거가 되고 있다. 김원명은 우리나라에서 공공부문 즉 국가나 지방정부에 의해서 외부 재정 지원을 받는 비영리조직이 어떠한 근거에 의해 지원을 받는가와 더불어 그 경제성에 대하여도 연구하였다[9].

이혜경은 영국의 1979년 이전과 이후 예술지원형태 분석을 통하여 공공성 개념에서 국가가 예술을 지원해야 하는 당위성을 제시하고 있다[10]. 공연예술은 공공 공연장에서 제작·유통됨으로서 비시장성과 비배재성[11]이라는 특성을 가지고 있다. 가치가 투영된 복합적인 요소들의 결합체로서 공연예술은 공공재적 성격을 지니고 있다. 따라서 공연예술의 가치를 시장의 원리에서 전면적으로 적용되기에는 한계가 있다. 경제적 효율을 지향하는 시장 메카니즘으로 공공 공연장에서 제작·유통하는 공연예술콘텐츠를 이해하기에는 한계가 있다. 왜냐하면 공공 공연장에서는 공공재적 가치배분의 차원에서 사회적 형평성 개념과 결합[12]되어 있기 때문이다. 공공재적 요소는 다양한 관심, 욕구, 이해, 가치관을 가지고 있는 복수의 사회구성원들 간의 조화를 추구하는 가치적 영역을 포함하고 있다. 또한 기술영역의 발전에 의한 생산성 향상과 수익구조 측면에서만 해석하기에도 제한적이다. 공공재적 속성을 지니고 있는 공연예술은 우리의 일상을 변화시키는 사회적 가치를 창출하고 삶의 질을 향상하도록 유도한다.

2000년대 사회환경은 디지털 기술의 발전과 이 과정에서 만들어지는 생산과 소비, 제도를 새로운 패러다임으로 이동시키고 있다. 콘텐츠의 제작·유통 환경의 변화와 더불어 공연예술은 공유의 가치로 접근하기 시작하였다. 일반시민들이 오페라, 발레 클래식 등의 고급예술을 쉽게 향유할 수 있는 정책이 강조되었다. 이러한 환경은 공연예술이 콘텐츠로서 가능성을 창출하기 위하여 어떻게 진화해야 할 것인지를 논의하는 배경이 되었다. 또한 공연예술콘텐츠로서 지속가능한 발전경로를 모색하였다. 왜냐하면 콘텐츠의 융합은 사회의 융합으로까지 구조화 되고 있기 때문이다. 공연예술콘텐츠는 기존 공공 공연장의 고정적이고 정형화된 제작·유통 환경을 탈피하고 있다. 소비자가 창작환경에 참여할 수 있고, 창작자가 유통환경을 새롭게 창출하기도 한다. 더 이상 공연예술의 창작·향유·유통구조는 고정되어 있지 않다. 공연예술콘텐츠는 문화적 가치(경험재, 감성재)와 사회적 가치(공공재)를 통합하는 기본적 요소를 지니고 있다. 가치적 측면에서 공연예술콘텐츠는 창조성, 지속성, 공공성이라는 가치를 추구하며 원천콘텐츠

로서 핵심적 가치를 내재화하고 있다. 공연예술콘텐츠의 시기별 변화를 살펴보면 [표 5]와 같다.

표 5. 공연예술콘텐츠의 단계별 변화

구분	핵심가치	주요 변화
1단계 (2000~2006)	수익모델 창출	문화상품화. 문화원형 디지털콘텐츠화 사업 추진
2단계 (2006~2010)	산업적 가치 발굴	문화콘텐츠의 산업화. 융합형 예술콘텐츠 개발
3단계 (2010 이후)	일상적 삶의 질 향상	디지털미디어 서비스망 구축. 새로운 매체와의 결합 및 접근성 확대

첫째, 2000~2006년 공공 공연장은 경쟁관계에서 공간 중심의 대립적 구조로 전개되었다. 공연예술콘텐츠는 공공 공연장의 수익을 창출하는 문화상품으로 도구적 접근이 주로 이루어졌다. 디지털 시대에 따른 문화콘텐츠의 생산, 유통, 소비 양상의 변화는 2002년 문화원형 디지털콘텐츠화 사업과 그 맥을 같이 하고 있다. 둘째, 2006~2010년 공연예술콘텐츠의 산업적 가치를 재평가하면서 융합형 예술콘텐츠 개발의 필요성이 거론되었다. 2007년 스토리텔링 개발과 OSMU 킬러콘텐츠 개발이 추진되었다. 또한 공연예술콘텐츠의 가치적 측면에서 보편적 접근성을 확대하기 위한 정책이 논의되었다. 셋째, 2010년 이후 공공 공연장의 공공적 가치와 공연예술콘텐츠에 대한 논의가 본격화 되었다. 공연예술콘텐츠는 공연예술의 탈장르화와 문화기술과 융합이 활발히 진행되었다. 또한 문화상품적 가치를 넘어서 삶의 질을 높이는 가치체계를 형성하며 정책적 영역으로 확장되었다. 2010년 콘텐츠산업진흥법이 개정되고, 콘텐츠의 개념 정립과 콘텐츠산업 발전을 위한 기반이 조성되었다. 그러나 콘텐츠산업진흥법상 공연예술은 제외되어 있다. 2011년 산업융합촉진법에서는 공연예술콘텐츠의 창조성이 일상적 삶의 질을 향상시키는 핵심요소로 강조되었다. 예술장르 간 융합, 예술과 문화산업의 융합, 예술과 과학기술의 융합, 예술과 타 영역과의 융합 등은 예술을 둘러싼 융복합 네트워크 환경을 조성하였다[13]. 디지털 기술과 미디어 등 과학기술과 예술의 융합적 환경은 문화정책에서도 큰 영향을 주었다. 이와 더불어 공연예술콘텐츠는 시공간적 제한성을 벗어나서 보편적 접근성을 확대하고, 일상적 삶의 질을

높이는 콘텐츠로 인식되어졌다. 2000년대 후반 융복합적 환경은 수준 높은 콘텐츠 서비스망 다각화와 이용자의 접근성 확대가 핵심과제로 부각되어진 시기다. 또한 공연예술콘텐츠의 공공재적 가치를 실현하는 정책체계가 공공 공연장을 매개로 하여 구성되기 시작하였다. 공연예술과 콘텐츠산업 간의 선순환 협력구조가 중요한 시기가 되었으며, 공연예술콘텐츠의 융합과정은 빠르게 진행되었다. 그리고 공연예술콘텐츠의 제작·유통의 중심이었던 공공 공연장은 기존의 수직적 구조에서 수평적 구조로, 그리고 순화구조로 전환되고 있다. 공연예술콘텐츠는 융합과정을 통하여 콘텐츠산업의 원천콘텐츠로서 핵심적 가치를 창출하고 있다. 이용자의 접근성과 참여·진입 통로의 확대를 통하여 일상적 삶의 질을 향상하는 방향으로 전개하고 있다. 공연예술콘텐츠는 공공 공연장 중심의 예술영역의 단절적인 제작환경으로는 변화된 환경에 적용하기가 어렵다. 또한 일상적 삶의 질을 원하는 일반시민들의 문화적 요구를 수용하기는 더욱 어려워지면서, 오히려 문화적 불균형 문제가 표면화되었다[14]. 공공 공연장이라는 제한된 시공간적 개념에서 제작·유통되는 오페라, 발레, 클래식 등의 고급예술을 향유할 수 있는 대상은 사회적 특권계층으로 편중되어 있었다. 이들이 최고가격이 40만원이 넘는 해외 유명 오페라, 발레, 클래식을 관람하는 주요 고객층이 되고 있다. 사회적 특권계층이 공공 공연장에서 제작·유통되는 고급예술을 향유하는 주요 수혜자가 되고 있다. 따라서 융합구조로서 공연예술실황영상은 고급예술의 보편적 접근성을 확대하는 방향에서 의의를 찾을 수 있다. 공연예술콘텐츠를 수익적 창출을 위한 비즈니스모델로서가 아닌 공공적 가치를 창출하는 문화적 형평성 측면에서 접근이 필요하다.

2. 공연예술콘텐츠의 실황영상

공연예술콘텐츠는 단일한 형식으로 만들어진 콘텐츠에 비해 음향과 텍스트, 영상 등 멀티미디어적 요소들의 결합이 가능하다. 또한 상대적으로 풍부한 표현력을 구현할 수 있는 가능성을 확보하고 있다. 장르간의 결합, 타산업과의 결합, 신기술과의 결합 등 여러 형태의 융합과정을 통하여 풍부한 콘텐츠를 개발하고 있다. 특

히 영상산업과의 융합은 공연예술의 공급·유통형태에 변화를 주고 있다. 국내 국립극장은 영국 국립극장의 연극 실황을 스크린으로 중계하는 'NT(National Theatre) Live'를 진행하고 있다. 해외로 나가기 어려운 일반시민들에서 수준 높은 공연예술콘텐츠를 접할 수 있는 기회를 마련하고 있다. 또한 예술의 전당은 '콘텐츠 영상화'를 통하여 지역적으로 접근하기 어려운 지방주민들에 보편적 접근성을 시도하고 있다. 이와 더불어 공연실황을 영화관에서 상영하는 사례가 나타나고 있다. 메가박스에서 뉴욕메트로폴리탄 오페라단 'The Met : Live in HD'를 2009년부터 상영하고 있다. 또한 2013년 바그너탄생 200주년 기념페스티벌을 독점개봉과 2013년 빈 필하모닉어름음악회 라이브실황중계를 진행하였다. 롯데시네마에서는 2015년부터 'MOOV The Masterpieces'로 영국국립오페라와 파리국립오페라를 상영하고 있다. 이러한 사례들은 일반시민들이 오페라·발레·클래식 등의 고급예술을 보다 저렴한 가격으로, 보다 쉽게 접근 가능한 환경을 만들어가는 시도로 볼 수 있다. 현지에 가야 접할 수 있는 해외 오리지널 팀의 최상급 공연예술콘텐츠를 저렴한 가격으로 손쉽게 접할 수 있다. 또한 친절한 자막 덕에 현지 팀이 구사하는 '언어의 장벽'을 뛰어넘어 쉽게 근접할 수 있다는 특성을 가지고 있다. 공연예술콘텐츠는 시공간적 제한성을 뛰어넘어 일반시민들의 고급예술에 대한 진입장벽을 낮추고 있다. 특히 사회적 특권계층들에 의해 주로 접근되어지던 공공 공연장을 일반시민들이 보다 쉽게 접근할 수 있는 환경을 마련하고 있다. 경제적 여건이나 지역적 환경으로 인하여 접근성이 제한적인 공공 공연장에서는 '문화적 형평성'이라는 가치를 찾을 수 있다. 고급예술의 보편적 접근성에 대한 확장 가능성을 보여주는 공연예술콘텐츠로서 실황영상 사례를 살펴보고자 한다.

2.1 공연장

2.1.1 국립극장 'NT(National Theatre) Live' 실황 스크린 상영

국립극장은 2014년 처음으로 영국 국립극장[15]의

1 영국 국립극장은 2010년부터 공연을 영국과 세계의 국장에 위성으로

대표작품을 전 세계에 실황 중계하는 ‘NT(National Theatre) Live’를 진행하였다. 국립극장은 영국 국립극장의 대표작품인 <위 호스>, <코리올라누스>, <리어 왕>, <프랑켄슈타인>을 상영하여 긍정적 평가를 받았다. 2015-2016국립극장 레퍼토리시즌에는 신작 한편과 2014년 작품 중 큰 호응도를 얻은 화제작을 선정하여 상영하고 있다. 영국 국립극장의 ‘NT Live’는 영국의 대표 연극을 촬영하여 공연장과 영화관에 생중계 또는 앙코르 상영하는 프로그램이다. 영국 국립극장은 2009년 시작된 이래 지금까지 ‘NT Live’를 통하여 전 세계 500여개 극장에서 150만명의 관객과 만나고 있다. 영국 국립극장의 ‘NT Live’는 시공간의 제약이라는 공연예술의 한계를 극복하기 위해 영화관에서도 실시간 생중계가 가능하도록 시도한 프로젝트였다. 당초 예상과는 달리 공연의 실시간 상영은 실제 공연장 공연과 전혀 다른 차원의 경험으로 받아들여지며 큰 호응을 얻고 있다[16]. 공연장에서만 느낄 수 있었던 현장감과는 또 다른 의미의 전달감이 만들어지고 있다. 기술의 발달은 영국 국립극장의 공연예술콘텐츠를 영국까지 실제로 가지 않아도 라이브로 관람 가능해졌다. 또한 근접 촬영을 통해 공연장에서는 볼 수 없었던 배우들의 표정과 움직임을 디지털 고화질 스크린으로 섬세하게 표현하였다. 영국 국립극장은 자체 제작한 공연예술콘텐츠가 관객들과 만날 수 있는 다양한 방법을 모색하였다. 이러한 과정에서 ‘NT Live’는 공연예술의 시간성과 공간성의 물리적 한계를 뛰어넘어 그 이상의 가치를 창출하고 있다. 2014년 2월 27일 전 세계 극장에서 생중계가 되었으며, 국내에서는 3월 15일과 16일 국립극장에서 ‘NT Live’ <위 호스>공연실황을 HD Live 영상으로 상영되었다. 이는 국내 공공 공연장에서 해외 공연예술콘텐츠를 수입·유통하는 첫 사례로서 공공 공연장을 매개로 콘텐츠 산업으로 확장 가능성을 보여주고 있다. 다만 해외 공연장에서 제작·유통하는 콘텐츠를 수입·배급한다는 한계가 있다. 이로 인하여 국내 공공 공연장에서 제작한 공연예술콘텐츠가 필요하다는 문제의식이 형성되었다. 영국 국립극장은 공연예술콘텐츠

를 실황중계 및 HD 라이브 영상을 통하여 전 세계 극장으로 유통망을 넓히면서 새로운 시장을 창출하고 있다. 또 다른 측면에서 일반시민들에게 공연예술의 진입장벽을 낮아지고, 보편적 접근성이 확장하고 있음을 의미한다. 국내 국립극단이 2014년 제작한 <맥버드>와 <안티고네>의 관람료는 R석 5만원에서 S석 2만원이며, 영국연출가 로베르 르빠주 연출의 <바늘과 아편> 초청공연은 엘지아트센터에서 관람료가 R석 8만원에서 A석 4만원이다. 국립극장은 ‘NT Live’ 실황 관람료를 상대적으로 저렴하게 1만5천원으로 책정하고 있다. 영국 국립극장에서 <위 호스>는 £15에서 £47 수준에서 관람료가 책정되고 있다. 영국 국립극장이 제작한 ‘NT Live’는 공연예술콘텐츠로서 영향력과 생명력이 있음을 입증하고 있다.

2.1.2 예술의 전당 ‘콘텐츠 영상화 사업’

(SAC on screen)

예술의 전당 ‘콘텐츠 영상화 사업’(SAC on screen)은 뉴욕 메트로폴리탄 오페라단의 ‘The Met : Live in HD’을 모델로 하여 2013년부터 시작되었다[17]. 2013년 11월 예술의 전당 기획한 <토요콘서트>를 영상화하여 전국의 문예회관과 CGV압구정·대구 등 영화관 9곳에 동시 생중계를 시도하였다. 예술의 전당이 제작하고, 케이블 채널 예술TV 아르떼가 촬영을 하였으며, CJ과워캐스트가 실황 송출을 맡았다. 2013년 11월 16일 CGV 전국 5개 상영관(서울 압구정점, 경기 오리점, 대구점, 부산 서면점, 광주 터미널점)과 4개 도시 문예회관(경기 연천, 경북 안동, 전북 전주, 전남 여수)에서 생중계되었다. 국내 공공 공연장에서 제작한 공연예술의 실황중계라는 측면에서 긍정적으로 평가되어진다. 또한 예술의 전당이 지역 간·계층 간 문화격차를 줄이기 위하여 시도한 사업으로 일반시민의 보편적 접근성을 높이고 있다고 평가할 수 있다. 그러나 영화관 스피커의 한계와 영상화질의 문제가 나타났다[18]. 제작인력과 비용, 그리고 음악적 감동에서 한계를 보였다. 고화질(HD)로 제작해 대형 스크린에서는 선명도가 떨어지고, 화면 구성에서 산만하다는 반응이었다. 또한 음향에서 볼륨처리가 마이크마다 다르게 배치되어지면서 클

실시간 중계하는 NT Live(National Theatre Live)프로그램을 운영하고 있다. 운영비는 34%의 관람료, 20%의 자체 수익사업, 35% 영국예술위원회, 11% 기부금으로 확보하고 있다.

래식의 영향을 느끼기 어려웠다는 의견이 지배적이다. 이러한 문제점의 이유는 제작규모와 제작인력, 그리고 기술의 열악한 환경에서 찾을 수 있다. 뉴욕메트로폴리탄 오페라극장의 실황중계 제작비는 편당 150억 수준으로 알려져 있다. 이에 비하여 예술의 전당의 실황중계 제작비 7,000만원 수준으로 알려져 있다. 따라서 현재 진행되고 있는 공연예술콘텐츠의 질적 측면에 대해서는 보다 엄밀한 접근이 요구된다. 기술적인 문제에서는 제작비용과 전문 인력이 지원되어야한다는 근본적인 문제를 가지고 있다[19]. 근본적으로 제작규모와 공연예술콘텐츠의 무료화, 그리고 상영되는 공간들에서 뉴욕 메트로폴리탄 오페라단의 'The Met : Live in HD'와 비교하기에는 한계가 있다. 그럼에도 불구하고 예술의 전당은 2013년도에 제기된 문제점들을 일부 개선하면서 2014년도에는 보다 많은 작품을 실황영상화 하였다. 2013년에 비하여 공연예술콘텐츠는 발레 <지젤>과 <호두까기 인형>, 연극<메피스토>, 무용<증발>, 클래식<11시 콘서트>와 <베토벤의 정신>등으로 늘어났다. 공연예술콘텐츠의 배급은 전국 공공 공연장과 문예회관 중심으로 진행되었다. 2014년에는 2013년에 드러난 문제점을 해결하기 위한 영화관에서 동시 생중계는 진행하지 않았다[19]. 또한 제작의 완성도를 위한 전제조건으로 제작비는 여전히 문제가 되었다. 2015년은 9월 말 현재 168건이 전국 문예회관 뿐 아니라 해외 한국문화원 및 수련관, 문화센터 등으로 공간이 확대되었다[20]. 예술의 전당은 8월에 기획한 가족오페라<마술피리>도 실황영상화하여 공연예술콘텐츠를 다양화 하였다. 일례로 인천평생학습관에서 「2015년 대형 스크린에 펼쳐지는 서울 예술의 전당 오페라 극장 무대 SAC ON SCREEN」으로 8월12일 발레<지젤>, 8월 19일 발레<호두까기인형>, 8월 26일 연극<메피스토>, 10월 21일 오페라<마술피리>를 상영하였다[21]. 지역 간 문화격차를 줄이고, 문화적 형평성을 이루고 있다. 그러나 향후 공공 공연장에서 제작하는 공연예술콘텐츠의 질적 측면에서 제작인력과 제작비용, 그리고 기술적 환경들을 어떻게 구축할 것인가에 관한 논의가 필요하다.

2.1.3 지역공연장

용인문화재단은 2013년 11월부터 메가박스 영화관에서 상영되고 있는 뉴욕 메트로폴리탄 오페라단의 'The Met : Live in HD' 프로그램을 포은아트홀에서 재상영하고 있다. 용인문화재단의 '씨네오페라'는 경기지역에서 접근하기 힘든 고급예술을 지역주민에게 저렴한 가격으로 제공한다는 취지에서 기획되었다. 초대형 스크린과 오페라에 적합한 음향을 보유한 공연장은 영화관의 실황중계에 비하여 음향적으로 보다 효과적이다. 2013년 11월 도니제티<사랑의 묘약>을 시작으로 12월 베르디<아이다>를 상영하여 70% 이상의 예매율을 보였다. 메가박스에서 예매율 20~40%에 머무르는 것에 비하면 높은 편이다. 용인문화재단은 2014년 2월 베르디<리골레토>를 시작으로 8편을 상영하였으며, 2015년은 1월 비제<카르멘>, 2월 베르디<라트라비아타>등으로 매월 '씨네오페라'를 지속적으로 추진하고 있다. 고양문화재단은 '씨네클래식'을 기획하여 디지털 기술을 이용한 HD 초고화질 영상으로 제작된 세계 유명 클래식 콘텐츠를 2014년 이후 매월 스크린으로 선보이고 있다. 2015년부터는 최적의 음향시설을 갖추고 있는 고양아람누리극장 오페라하우스에서 이탈리아 파르마 레조 극장의 공연예술콘텐츠를 제공하였다. 경기도문화의 전당은 2011년 7월 '시네 클래식 페스티벌 마에스트로 6'을 기획하였다. 세계 최고 지휘자 클라우디오 아바도, 리타르도 무티, 로린 마젤 등 6명이 베를린 필하모닉, 뉴욕 필하모닉과 연주하는 공연실황을 상영하였다. 지역공연장에서 상영되는 해외 공연예술콘텐츠는 대부분 1만원에 제공되고 있다. 디지털 영상과 고화질 음향으로 제작된 공연예술콘텐츠를 공연장에서 상영함으로써 지역주민들로부터 긍정적인 평가를 받았다. 공공 공연장에서 해외 공연예술실황영상을 상영하는 경우 비용을 상당히 낮추는 효과가 있다. 또한 해외 공연예술콘텐츠를 일반시민들에게 저렴한 관람료로 제공할 수 있다. 이로 인하여 고급예술에 대한 접근성을 넓히는 긍정적 효과가 있다. 영화관에서 상영될 경우의 음향의 문제는 공공 공연장에서는 어느 정도 해결되어지는 장점이 있다. 그러나 지역 공연장에서는 해외 공연예술콘텐츠를 유통하는 사례가 대부분이다. 반면 국내에서 시

도되는 공연예술실황영상은 아직 해결해야 할 지점들이 많이 존재한다. 이로 인하여 해외 공연예술콘텐츠에 의해 국내 유통구조가 주로 형성되고 있다는 문제가 있다. 따라서 국내 공연예술콘텐츠의 경쟁력을 확보하기 위해서는 질적 향상을 위한 제반 환경들을 개선하는 것이 필요하다. 예술의 전당에서 제작한 공연예술콘텐츠는 아직 해외에서 제작한 공연예술콘텐츠와 비교할 때 극목되어야 한 요소가 많다. 현실적으로 제작비용, 제작인력 그리고 제작환경이 초보적 단계에 머무르고 있다. 아직까지는 공연예술콘텐츠를 제작할 수 있는 안정적인 시스템을 갖추고 있지 못하다. 그럼에도 불구하고 현재 국내 공연장에서 영상산업과 융합하여 공연예술실황중계 및 HD라이브 영상을 시도하고 있다. 향후 공연예술콘텐츠의 확장경로에 따라 영상산업의 전문 인력이 공연예술실황영상에 투입되고, 투자자본의 규모의 확대됨으로서 콘텐츠산업으로 확장 가능성이 클 것으로 예측된다. 이를 통하여 일상적 삶의 질을 향상시키는 콘텐츠산업의 가치를 확대 가능하다. 국내 공공 공연장에서 디지털 영상과 고화질 음향으로 제작되어진 공연예술콘텐츠를 상영하는 사례들은 [표 6]에서 정리한 바와 같이 2010년 이후 빠르게 전개되고 있다.

표 6. 공공 공연장의 공연예술콘텐츠의 실황중계 및 HD 라이브 영상 사례

공연장	시기	대표 프로그램 및 특징	관람료
국립극장	2014년 2월	연극 「워 호스」, 「다리에서 바라본 풍경」 등 -영국 국립극장 'NT Live' 실황영상-	1만 5천원
예술의전당	2013년 11월	클래식 「토요콘서트」, 발레 「지젤」 연극 「메피스토」, 오페라 「마술피리」 -예술의전당 자체제작 'SAC on screen'-	무료
용인문화재단	2013년 11월	오페라 「사랑의 묘약」, 「아이디」 등 뉴욕 메트로폴리탄 오페라단 - 'The Met : Live in HD' 실황영상-	1만원
고양문화재단	2014년 1월	오페라 「라보엠」 대중음악 「폴 매카트니&윙스」 -시드니 한다 오페라 의 야외축제 파라마 레조극장 제작-	1만원
경기문화의전당	2011년 7월	베를린 필하모닉, 뉴욕필하모닉 클래식 -세계오케스트라단의 자체제작-	1만원

2.2 영화관

2.2.1 메가박스 영화관

메가박스는 세계 3대 오페라로 손꼽히는 뉴욕 메트로폴리탄 오페라 실황을 2009년 이후 지속적으로 스크린에 상영하고 있다. 대표적인 고급예술로서 뉴욕 메트로폴리탄 오페라단 작품은 전 세계의 주목을 받고 있다. 뛰어난 작품성으로 인하여 고가의 티켓가격에도 불구하고 높은 예매율을 보이고 있다. 'The Met : Live in HD'는 뉴욕 맨하탄 링컨 센터의 오페라 하우스에서 공연하는 Met오페라 중 흥행성과 작품성이 인정된 작품을 공연실황으로 제작한 영상이다. 2009년에 시작하여 2013년에는 전 세계 64개국 1900여 개의 영화관에서 생중계하였다. 뉴욕 메트로폴리탄 오페라의 피커 젤프 단장은 오페라가 영화관의 새 콘텐츠로서 대안이 될 수 있을 것이라 확신하며, 오페라의 새로운 틈새시장으로 접근하고 있다[22]. 시즌 오프닝 공연을 타임스퀘어 광장 전광판에 길거리 관광객 수천 명을 대상으로 무료 생중계를 시작했다. 전 세계 영화관과 인터넷을 통해 오페라를 저렴한 가격으로 배급하기 시작하였다. 뉴욕 메트로폴리탄 오페라의 실황중계는 공연예술을 순수 작품에서 글로벌한 고급콘텐츠로서 확장과정을 보여주고 있다. 영화와 뮤지컬 등 다른 분야에서 일하던 인재들을 끌어들이어서 공연예술의 경계를 벗어나서 새로운 부가 가치를 창출하는 시도로 이해된다. 메가박스는 코엑스, 센트럴 점 등 5개 지점에서 평균 주2회를 상영하고 있으며, (주)인스티피씨엠이 공연예술콘텐츠를 수입하여 배급하고 있다. 오페라 공연티켓 가격 대비 상당히 저렴한 가격으로 제공되고 있으나, 영화가격 대비 상대적으로 높은 가격으로 제공되고 있다. 메가박스에서 'The Met : Live in HD'상영은 유료관객이 30% 수준에서 수익이 발생하는 구조로 알려져 있다. 수익금은 뉴욕 메트로폴리탄이 50%, 메가박스와 (주)인스티피씨엠이 50%를 배분하고 있다. 메가박스는 2013년 4월에는 뮌헨 오페라 페스티벌, 5월에는 베를린 오페라 페스티벌, 7월에는 베로나 오페라 페스티벌 및 잘츠부르크 페스티벌 실황을 상영하였다. 유럽음악회와 페스티벌 공연은 KEVIN & CoOMPANY에서 수입과 배급을 담당하고, 실황 제작은 전문 제작사인 Unitel Classica가

말고 있다. 공연예술콘텐츠에 따라 예매율의 차이는 있으나, 대부분 긍정적인 호응을 보이고 있다. 잘츠부르크 페스티벌 실황중계는 전석 매진을 기록한 바 있다. 메가박스 는 장기적 관점에서 수익성 보다는 서비스 차원에서 접근하고 있다고 말한다. 2013년 메가박스 영화관에서 상영한 공연예술콘텐츠를 살펴보면 [표 7]과 같이 세계 최고의 예술작품이 디지털 기술과 결합하여 스크린에 표출되고 있음을 확인할 수 있다. 오페라와 클래식 의 접근성을 높이는 동시에 관람계층의 수평적 확장을 보이고 있다.

표 7. 메가박스 영화관의 공연예술콘텐츠 실황중계 및 HD 라이브 영상 사례 (2013년)

프로그램명	수입·배급사	관람료	비고
The Me t: Live in HD (메트 온 스크린)	(주)인스타피씨엠	3만원	실황 영상
2013빈필하모닉 여름 음악회	KEVIN & CoOMPANY	3만원	실황 중계
2013 잘츠부르크 페스티벌	KEVIN & CoOMPANY	3만원	실황 중계
2013브레겐츠 페스티벌	KEVIN & CoOMPANY	3만원	실황 중계

2.2.2 롯데시네마

롯데카드는 2015년 2월 문화마케팅 브랜드로 롯데카드 'MOOV Masterpieces' 시리즈를 기획하였다. 롯데시네마는 파리국립오페라, 파리오페라발레단, 영국국립 오페라단의 2014/2015 시즌 공연실황영상을 매월 상영하고 있다. 롯데카드는 막대한 후원금을 들여 문화공연을 유치하기 위해 경쟁하기 보다는 접하기 어려운 오페라나 발레 등의 고급예술을 스크린에 상영하는 것이 경제적이고 판단하고 있다. 또한 보다 많은 고객들의 문화적 갈증을 해소시킬 수 있는 차별화된 메세나 활동을 펼치는 것이라고 말한다[23]. 롯데카드 'MOOV Masterpieces' 시리즈는 전국 롯데시네마 10곳에서 매주 수요일, 토요일 두 차례 정기적으로 상영하고 있다. 롯데카드는 현대카드의 유명 아티스트를 초청하는 '슈퍼시리즈'와는 차별화하여 해외 공연예술콘텐츠를 스크린에 담고 있다. 롯데시네마 HD 라이브 영상은 스포츠 조션 계열의 VPF사업자인 콘텐츠(주)SDC코리아가 수입·배급하여 오페라, 발레 등의 공연예술콘텐츠를

제공하고 있다.

표 8. 롯데시네마 HD 라이브 영상사례(2015년)

제작단체	수입·배급사	관람료	비고
파리국립오페라단 영국국립오페라단 파리오페라발레단	콘텐츠(주) SDC코리아	2만원- 2만5천원	실황영상

2.3 디지털 웹

공연예술콘텐츠는 디지털 플랫폼으로 확장을 시도하고 있다. 해외에서는 이미 온라인 공연실황중계시스템을 마련하고 있다. 대표적으로 베를린 필하모닉은 디지털 콘서트홀[24]를 2008년부터 운영하고 있다. 베를린 필하모닉은 “지금까지 전 세계 100여국의 150만명의 관객들이 디지털 콘서트홀을 방문했으며, 28만명의 음악 애호가들이 유료회원으로 가입했다”고 밝혔다[25]. 이곳에서 매년 40편이 넘는 주요 공연을 실황중계 뿐만 아니라 디지털아카이브에 저장되어 있는 공연실황영상도 제공하고 있다. 또한 2008년 이후 발레, 클래식, 오페라 등을 콘텐츠로 한 유럽의 인터넷 방송 메디치TV[26]와 시카고심포니라디오[27]가 웹과 모바일로 공연실황을 제공하고 있다. 베를린 필하모닉의 디지털콘서트트는 1년 149유로, 30일 29유로, 건당 48시간 티켓 9.9유로로 제공하고 있다. 메디치TV는 일정기간 무료로 내보낸 후 유료 서비스로 전환하여 건당 2.99유로에서 3.99유로 제공한다. 클래식음악 웹사이트 클래시컬 플래닛[28]은 유럽의 신진 연주자들의 콘서트 실황과 세계적인 연주자들의 마스터클래스를 제공하고 있다. 마스터클래스는 1일 4유로, 월16유로, 1년 96유로로 운영한다[29]. 공연예술콘텐츠가 미디어를 통하여 어떻게 변화하고 있는지를 보여주고 있다. 국내에서도 아직 초보적이지만 공연예술콘텐츠를 웹과 모바일로 플랫폼을 확장하려는 시도를 하고 있다. 아르떼 라이브 (iveweb.arte.tv)에서 클래식 콘서트로 용재오닐과 임동혁의 공연을 2012년 12월 생중계한 바 있다.

이와 같이 공연예술은 콘텐츠간의 융합, 새로운 기술과의 융합, 다른 산업과의 융합 그리고 새로운 디지털 플랫폼과의 융합을 통하여 콘텐츠산업으로의 확장 가능성을 보여주고 있다. 또한 공연예술콘텐츠로서 빠르

게 진화하고 있으며, 오페라, 발레, 클래식 등의 고급예술을 쉽게 접근할 수 있는 환경이 만들어지고 있다. 공연예술콘텐츠는 공공 공연장과 영화관에서 그리고 모바일과 웹을 통하여 보편적 접근성을 확대하고 있다.

IV. 결론

본 연구에서는 공연예술실태영상 사례를 통하여 공연예술콘텐츠의 가치와 융합적 구조에 대하여 살펴보았다. 연구과정에서 알 수 있듯이 공연예술콘텐츠는 콘텐츠산업의 가치를 확장시키는 미래형 콘텐츠로서 성장가능성을 담고 있으며, 공공적 가치를 창출하고 있다. 첫째, 공연예술은 콘텐츠산업의 창의적 원천콘텐츠로서 가치를 확장하고 있다. 공연예술콘텐츠의 시기별 콘텐츠 유형을 살펴본 결과 공연예술이 콘텐츠산업의 질을 결정하는 원천콘텐츠로 진화하고 있음을 확인할 수 있었다. 수익창출을 위한 문화상품으로 접근되어지던 공연예술콘텐츠는 문화콘텐츠 개념과 더불어 진화하고 있다. 2010년대 이후부터는 삶의 질을 향상시키는 핵심 요소로서 가치체계를 형성하며, 정책적 영역으로 접근되고 있다. 문화예술의 한 부분이었던 공연예술은 콘텐츠산업과의 지속적인 협력관계를 통하여 공연예술콘텐츠로 진화하고 있으며, 제도적 측면에서도 영역을 넓히고 있다. 두 번째, 공연예술과 영상산업의 융합한 공연예술콘텐츠는 시공간적 제약을 탈피하고, 복제가능성을 확보하였다. 공연예술실태영상 사례를 살펴본 결과 오페라, 클래식, 발레 등의 고급예술에 대한 일반시민의 보편적 접근성을 확대하고 있음을 알 수 있다. 오페라, 발레, 클래식 등의 고급예술은 경제적, 지역적, 문화적 교양 등의 이유로 일반시민이 쉽게 다가가기 어려운 분야로 분류되고 있다. 공연예술실태영상을 통하여 최고가 40만원이 넘는 오페라, 발레, 클래식 등 고급예술이 1만원에서 3만원 수준으로 티켓가격이 낮아졌다. 경제적으로 접근하기 어려웠던 고급예술을 저렴한 가격으로 쉽게 접근할 수 있도록 하였다. 국립극장의 'NT(National Theatre) Live' 상영은 해외로 나가기 어려운 일반시민들에서 수준 높은 공연예술콘텐츠를 접

할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 또한 예술의 전당은 '콘텐츠 영상화'를 통하여 지역적으로 접근하기 어려운 지방주민들에 국내 공연예술콘텐츠를 제공하고 있다. 공연예술콘텐츠는 고급예술의 보편적 접근성을 높이는 동시에 관람계층을 수평적으로 확장하고 있다. 셋째, 공연예술콘텐츠는 공공재적 가치를 실현하는 공공 공연장을 매개로하여 문화적 형평성 관점에서 접근 가능하다. 국립극장, 예술의 전당, 그리고 지역 공연장의 사례를 살펴본 결과 공연예술콘텐츠의 제작·유통을 통하여 공공재적 가치를 공유할 수 있는 공간임을 알 수 있다. 국내 공공 공연장은 경쟁적 관계에서 협력적 관계로 전환되고 있으며, 공공적 가치에 대한 논의가 본격화되고 있다. 공연예술콘텐츠는 수익창출을 위한 비즈니스모델로서가 아닌 가치창출을 위한 공공적 모델로 접근을 시도하고 있다. 따라서 성과 중심의 콘텐츠산업에서 가치 중심의 콘텐츠산업으로 전환과정에서 공공 공연장은 공공적 가치를 실현하는 매개적 공간이 되고 있다. 공공 공연장은 문화적 형평성을 실현하는 공간으로 확대되고 있다. 따라서 공연예술콘텐츠는 일반시민의 보편적 접근성을 확대하기 위한 정책적 영역으로서 의미성을 찾을 수 있다. 특히 사회적 특권계층에 편중되어오던 고급예술을 일반시민의 접근성을 확대함으로써 문화적 형평성이라는 가치를 담고 있다. 그러나 본 연구는 공연예술콘텐츠에 대하여 공연예술실태영상 사례를 중심으로 연구되어지면서 이론적 접근이 미흡하다. 또한 선행연구 자료가 부족하여 공연예술콘텐츠의 융합구조에 대한 연구에 한계가 있다. 따라서 콘텐츠 개념 및 범주화 과정에서 공연예술콘텐츠를 콘텐츠산업으로 확장하여 실증적·이론적 연구가 이루어져야 한다. 또한 공연예술콘텐츠의 융합과정을 공공재적 가치 배분 측면에서 지속적인 정책적 연구가 필요하다.

본 연구는 공연예술실태영상 사례 분석을 통하여 공연예술콘텐츠의 공공재적 가치에 대하여 처음으로 시도하였다. 그리고 공연예술콘텐츠가 콘텐츠산업의 질을 결정하는 원천콘텐츠로서 작용할 것으로 예측하고 있다. 그럼에도 불구하고 아직까지 국내 콘텐츠산업에서는 공연예술콘텐츠의 가치에 대한 접근이 제한적이며, 콘텐츠진흥정책 측면에서도 부분적으로 이해하고

있다. 무엇보다도, 뉴욕 메트로폴리탄 오페라, 파리국립 오페라, 영국국립오페라, 영국국립극단, 베를린 필하모닉, 빈 필하모닉 등의 공연예술콘텐츠에서 가치를 확인할 수 있듯이 무엇보다도 국내에서도 공연예술에 대한 콘텐츠진흥정책이 요구된다. 공연예술의 현장성을 담아내지는 못하는 한계에도 불구하고 또 다른 경험을 창출하기 위해서는 제작비용, 제작인력, 제작시스템의 완결된 구조가 필요하다. 공연예술콘텐츠의 질을 확보하는데 전제조건이 되며, 이를 위하여 정책적 결합은 필수조건이다. 다음으로 해외 공연예술콘텐츠 중심으로 유통되고 있는 공연예술실황영상을 국내 공연예술콘텐츠로 전환되어야 한다. 이를 위해서 국내 공공 공연장의 제작·유통체계의 선순환구조가 마련되어야 한다. 제작과 유통, 그리고 소비(향유)의 과정이 공공 공연장을 매개로 하여 유기적으로 결합이 이루어져야 한다. 마지막으로 공공 공연장이 일반시민의 보편적 접근성을 확대하여 '문화적 형평성'을 실현하는 공간이라는 사회적 논의가 필요하다.

참 고 문 헌

- [1] 이용관, *ICT 환경 변화에 따른 콘텐츠 생태계 조성 방안 연구*, 한국문화관광연구원 연구보고서, 제36호, 2012.
- [2] 이기현, *디지털 융합시대 콘텐츠 산업 미래정책 연구*, 한국콘텐츠진흥원 연구보고서, 2010.
- [3] 이윤경, *문화예술과 콘텐츠산업의 효율적 연계 방안*, 한국문화관광연구원 연구보고서, 제22호, 2009.
- [4] 이용관, *문화산업에서 콘텐츠산업으로의 정책변동과 미래전망*, 한국문화관광연구원 연구보고서, 제23호, 2012.
- [5] 신일수, *극장상식 및 용어*, 교보문고, 2006.
- [6] 김유향, 최준영, *콘텐츠 정책의 평가와 주요국의 사례 비교*, 국회입법조사처, 2010.
- [7] 문화체육관광부, "차세대 융합형콘텐츠 육성 전략," 2008.10.8.
- [8] William J. Baumol and William G. Bowen, *Performing Arts : the Economic Dilemma*, New York, Twentieth Century Fund, 1966.
- [9] 김원명, *비영리 공연예술조직의 운영 및 경제성에 관한 연구*, 서울대학교 박사학위논문, 1999.
- [10] 이해경, "공공 예술지원과 예술의 공공성," 문화정책논총, 제13집, pp.225-278, 2001.
- [11] Mancur Olson, *The Logic of Collective Action*, Harvard University Press, 1965.
- [12] 임의영, "사회적 형평성의 정의론적 논거: R.Dworkin의 '자원평등론'을 중심으로," 행정논총, 제45권, 제3호, pp.45-60, 2007.
- [13] 임학순, "디지털 미디어 발전에 따른 문화예술 환경 분석 및 정책적 대응 방안 연구", 한국문화관광연구원 연구보고서, 제45호, 2010.
- [14] 허난영, *공공 공연장 법적지위 전환에 대한 연구*, 성균관대학교 석사학위논문, 2010.
- [15] <http://www.nationaltheatre.org.uk>
- [16] 국립극장 월간지 '미르', 2014년 2월호.
- [17] 매일경제, "벽 낮추고 평안한 공연장 만들 것," 2013.5.15.
- [18] 매일경제, "의욕만 넘치는 예술의 전당," 2013.11.18.
- [19] 동아일보, "새로운 시도... 그러나 짙은 아쉬움," 2013.11.18.
- [20] 예술의 전당(<http://www.sac.or.kr>)
- [21] 연합뉴스, "예술의전당, 생생한 영상으로 감상하세요," 2015.8.6.
- [22] 조선일보, "세계를 뒤흔든 피터 겔브 단장의 개혁의 아리아," 2013.6.15.
- [23] 파이낸셜뉴스, "롯데카드 Moov The Masterpieces 시리즈 중 첫 상영작인 세비아의 이발사," 2015.2.22.
- [24] www.digitalconcerthall.com
- [25] 경향신문, "베를린 필하모닉은 왜 세계 최고라 불리는가," 2013.10.16.
- [26] www.medici.tv
- [27] www.soundcloud.com/chicagosymphony
- [28] www.classicalplan.et.com
- [29] 한국일보, "내 손안의 오페라 극장 감동 그대로," 2013.2.22.

저 자 소 개

허 난 영(Hur-LanYoung)

정회원



- 1994년 2월 : 성균관대학교 한국철학과 학사
- 2011년 2월 : 성균관대학교일반대학원 공연예술협동과정 석사
- 2013년 6월 : 성균관대학교 일반대학원 공연예술협동과정 박사

수료

- 1999년 7월 : (재)세종문화회관 입사
- 2002년 ~ 2008년 : 오페라·클래식 기획 및 제작
- 2009년 ~ 2013년 : 세종문화회관 예술단운영팀장 및 공연기획팀장 등
- 2014년 ~ 현재 : 세종문화회관 서양음악단운영팀장
- 2015년 ~ 현재 : 부평문화재단 이사

<관심분야> : 공공 공연장, 공연예술콘텐츠, 공연예술 정책