광주역사문화자원 스토리텔링 구축을 위한 포럼

지역역사문화자원 활용 및 스토리텔링 콘텐츠화 방안

☐ 일시 : 2018년 11월 6일 (화) 오후 3시
☐ 장소 : 5·18민주화운동기록관 7층
☐ 주최 : 지역문화교류호남재단
☐ 주관 : 지역문화교류호남재단 부설 지역문화콘텐츠연구소
☐ 후원 : 광주광역시

■ 프로그램

사 회 : 이 동 순(조선대학교 교수)

들어가는 말	「광주역사문화자원 스토리텔링 구축의 현재」 김덕진 광주교육대 교수
주제발표	「역사문화자원의 활용과 스토리텔링을 통한 콘텐츠화」 노시훈 전남대 문화전문대학원 교수
	「문화콘텐츠 산업의 동향과 역사문화자원을 활용한 콘텐츠화 사례」 고미아 (주)위치스 대표
지정토론	이병욱 전남정보문화산업진흥원 전문위원 양균화 광주정보문화산업진흥원 콘텐츠산업본부 본부장
패널 토론	김용철 광주문화관광해설사 류영국 한국도시설계학회 지식나눔센터장 박경동 광주문화재단 정책연구교류팀장 엄수경 광주전남문화유산연대 공동대표 전용호 소설가, 광주스토리텔링작가협회장(이상 가나다 순)

■ 목 차

「역사문화자원의 활용과 스토리텔링을 통한 콘텐츠화」 ····· 7
노시훈 전남대 문화전문대학원 교수
「문화콘텐츠 산업의 동향과 역사문화자원을 활용한 콘텐츠화 사례」 ···· 25
고미아 (주)위치스 대표
지정토론문 ····· 45
이병욱 전남정보문화산업진흥원 전문위원
지정토론문 ····· 59
양균화 광주정보문화산업진흥원 콘텐츠산업본부 본부장
광주역사문화자원 스토리텔링 구축 사업 개요 ····· 63

주제발표문 :

지역문화자원의 활용과 스토리텔링을 통한 문화콘텐츠화

노 시 훈

(전남대학교 문화전문대학원 교수)

지역문화자원의 활용과 스토리텔링을 통한 문화콘텐츠화

노시훈 (전남대학교 문화전문대학원)

01. 광주의 지역문화자원과 활용

02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임

03. 스토리텔링 정책 방향

01. 광주의 지역문화자원과 활용 : 전통문화자원 (1)

- 선사농경문화자원 : BC 1세기경 동양 최대 복합 농경유적지로 역사적 고도를 입증(신창동 유적지)
- 불교문화자원 : 통일신라부터 조선시대까지 이어지는 문화유산으로 현존사찰과 다수의 폐사지(증심사 철조비로자나불좌상, 석조여래좌상, 광주서5층석탑, 광주동5층석탑)
- 유교문화자원 : 조선시대 호남사림의 선비문화중심지(광주향교, 포충사 등)

01. 광주의 지역문화자원과 활용 : 전통문화자원 (2)

- 생활문화자원 : 고려말 청자, 조선전기 최고의 분청사기, 백자 도요지 분포(충효동 도요지)
- 시가문화자원 : 지역사림들의 학문과 문학의 산실이었던 광주호와 인접한 정자와 누정 분포(소쇄원, 석계정 등)
- 민족운동유산자원 : 임란의병, 동학혁명, 구한말의병, 광주학생운동 등 항쟁 역사(김덕령장군의복, 너릿재, 안중근의사유묵, 광주일고, 전남여고 등)

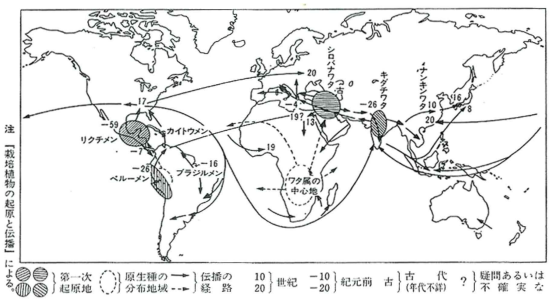
(광주광역시, 『광주문화수도 육성을 위한 문화환경 연구』, 광주광역시, 2004, p. 34.)

01. 광주의 지역문화자원과 활용 : 전통문화자원 (3)

- 선사농경문화자원을 제외하고 불교·유교·생활·시가문화자원과 민족운동 유산자원은 주로 무등산을 중심으로 분포되어 있어서 광주의 문화자원에 있어 무등산이 차지하는 비중이 매우 큼을 확인할 수 있음
- 전통문화자원에 양림동을 중심으로 한 종교문화자원, 전방·일신방직을 중심으로 한 산업문화자원, 5·18광주민주화운동 관련 문화자원(구 전남도청 등) 등 현대문화자원이 더하여져 광주의 다채로운 문화자원이 형성됨

01. 광주의 지역문화자원과 활용 : 새로운 자원 활용 필요성 (1)

- 지금까지 광주 문화자원의 활용은 무등산을 중심으로 한 전통문화자원과, 양림동, 5·18광주민주화운동 관련 문화자원에 집중되고 신창동을 중심으로 한 선사농경문화자원이나 전방·일신방직을 중심으로 한 산업문화자원 등은 활용의 대상이 되지 못하였음
- 또한 광주는 '의향'(義鄕), '예향'(藝鄕) 뿐만 아니라 '미향'(味鄕)으로 일컬어지는 곳인데 그 음식문화자원이 활용되지 못한 점도 문제라고 할 수 있음



武部善人,『綿と木綿の歴史』, 東京 : 御茶の水書房, 1989, p. 67.

01. 광주의 지역문화자원과 활용 : 새로운 자원 활용 필요성 (2)

- 현재 동일한 소재의 반복 활용으로 인해 광주의 이미지를 제고할 수 있는 콘텐츠가 생산되지 못하고 있으므로 새로운 소재를 발굴하여 이를 적극 활용할 필요가 있음
- 지금까지 잘 활용되지 않았던 광주의 선사농경문화자원, 산업문화자원, 음식문화자원은 전남과 공동으로 보유하고 있는 지역문화자원이기도 함
- 많이 활용된 자원 가운데서도 숨어 있는 자원을 발굴하여 활용하려는 노력을 기울여야 함

01. 광주의 지역문화자원과 활용 : 새로운 자원 활용 필요성 (3)

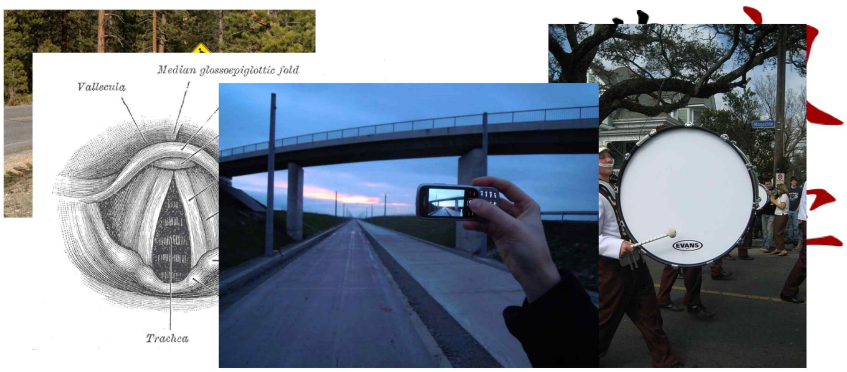
02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 문화콘텐츠 (1)

문화산업진흥기본법

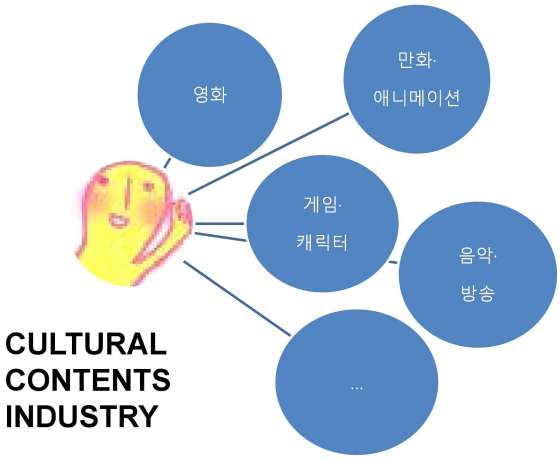
용어	정의
문화상품	예술성·창의성·오락성·여가성·대중성(이하 "문화적 요소"라 한다)이 체화(體化)되어 경제적 부가가치를 창출하는 유형·무형의 재화(문화콘텐츠, 디지털문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠를 포함한다)와 그 서비스 및 이들의 복합체
콘텐츠	부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보
문화콘텐츠	문화적 요소가 체화된 콘텐츠
디지털콘텐츠	부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용의 효용을 높일 수 있도록 디지털 형태로 제작하거나 처리한 것

02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 문화콘텐츠 (2)

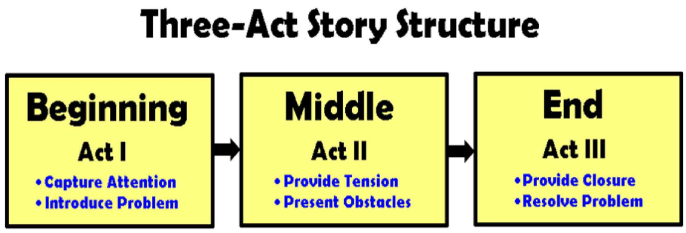
Contents



02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 문화콘텐츠 (3)



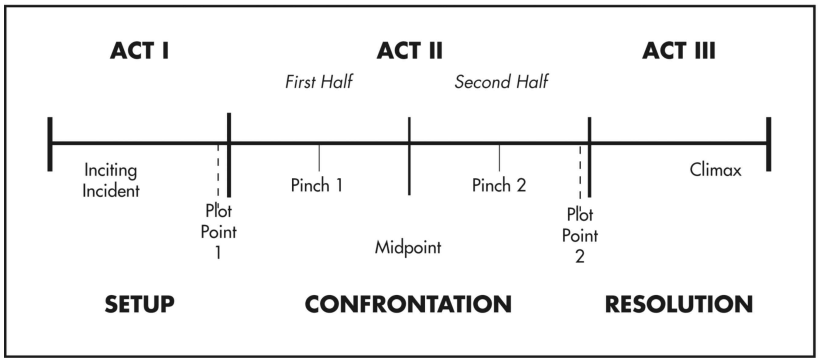
02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (1)



아리스토텔레스(Aristotle: BC 384~322)의 3단 구조
(『시학(*Poetics*)』)

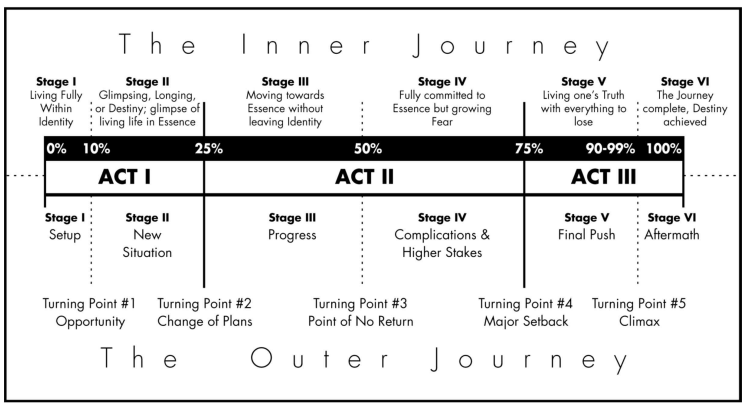
02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (2)

The Syd Field "Paradigm"

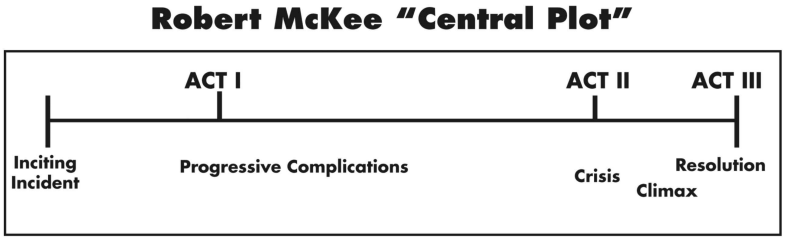


02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (3)

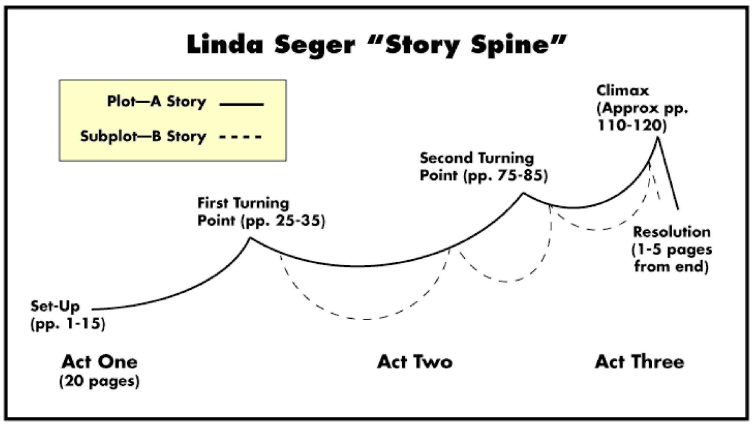
Michael Hauge's "Six Stage Plot Structure"



02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (4)

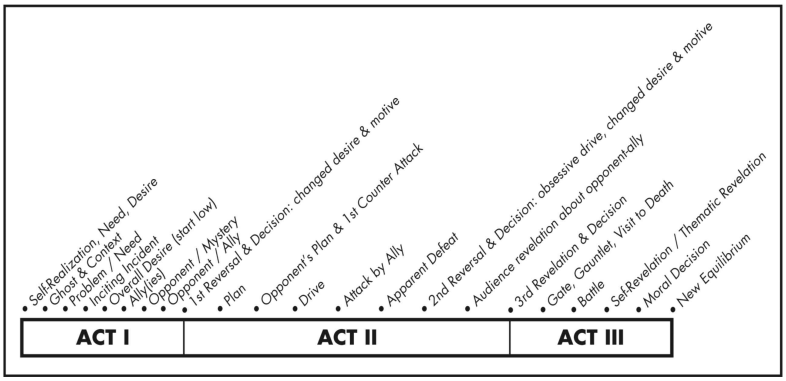


02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (5)



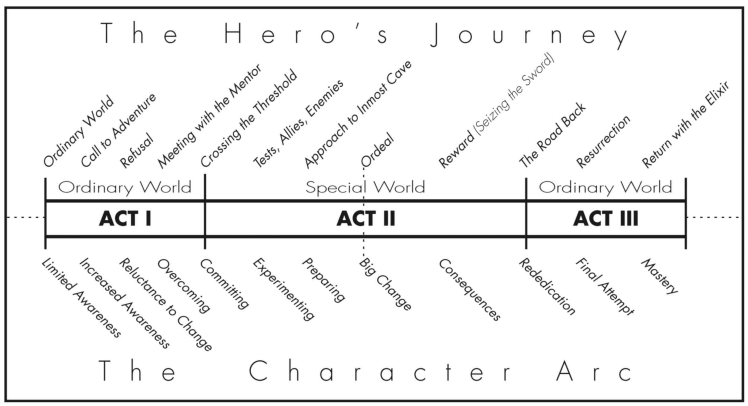
02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (6)

John Truby's "Twenty-two Building Blocks"

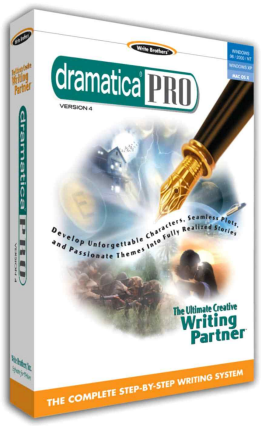


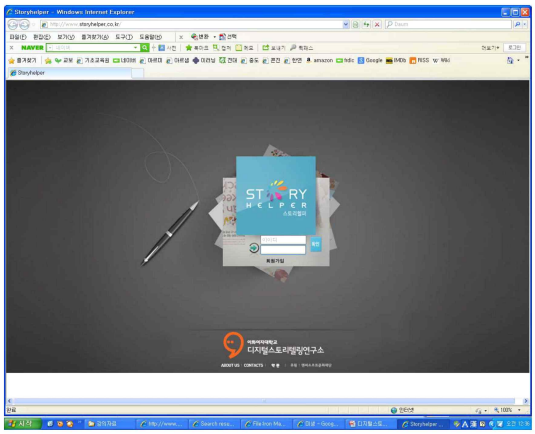
02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (7)

Christopher Vogler "The Hero's Journey"



02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (8)





02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (9)

Georges Polti
The Thirty-Six Dramatic Situations (1)

번호	플롯	번호	플롯
1	간청(Supplication)	10	납치(Abduction)
2	구출(Deliverance)	11	수수께끼(The enigma)
3	복수를 부르는 범죄 (Crime pursued by vengeance)	12	획득(Obtaining)
4	혈연을 위한, 다른 혈연에 대한 복수 (Vengeance taken for kindred upon kindred)	13	혈연간의 증오(Enmity of kinsmen)
5	도망(Pursuit)	14	혈연간의 경쟁(Rivalry of kinsmen)
6	재앙(Disaster)	15	살인을 부르는 간통(Murderous adultery)
7	희생자(Falling prey to cruelty/misfortune)	16	광기(Madness)
8	반란(Revolt)	17	치명적인 경솔함(Fatal imprudence)
9	대담한 시도(Daring enterprise)	18	본의 아닌 사랑의 죄악 (Involuntary crimes of love)

02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (10)

Georges Polti
The Thirty-Six Dramatic Situations (2)

번호	플롯	번호	플롯
19	알지 못하는 혈연의 살해 (Slaying of a kinsman unrecognized)	28	사랑의 장애(Obstacles to love)
20	이상을 위한 자기희생 (Self-sacrifice for an ideal)	29	적에 대한 사랑(An enemy loved)
21	혈연을 위한 자기희생 (Self-sacrifice for kindred)	30	야망(Ambition)
22	사랑을 위한 모든 것의 희생 (All sacrificed for a passion)	31	신과의 싸움(Conflict with a god)
23	사랑하는 사람의 희생 (Necessity of sacrificing loved ones)	32	빗나간 질투(Mistaken jealousy)
24	우월자와 열등자의 경쟁 (Rivalry of superior and inferior)	33	오판(Erroneous judgment)
25	간통(Adultery)	34	후회(Remorse)
26	사랑의 죄악(Crimes of love)	35	잃어버린 것을 되찾기 (Recovery of a lost one)
27	사랑하는 사람의 수치의 발견 (Discovery of the dishonour of a loved one)	36	사랑하는 사람의 죽음 (Loss of loved ones)

02. 문화콘텐츠와 할리우드 패러다임 : 할리우드 패러다임 (11)

Ronald B. Tobias
20 Master Plots

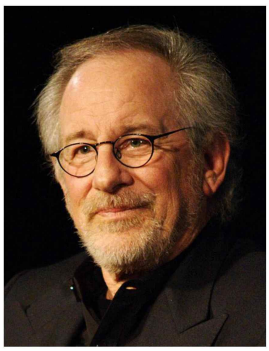
번호	플롯	번호	플롯
1	추구(Quest)	11	변신(Metamorphosis)
2	모험(Adventure)	12	변모(Transformation)
3	추적(Pursuit)	13	성숙(Maturation)
4	구출(Rescue)	14	사랑(Love)
5	탈출(Escape)	15	금지된 사랑(Forbidden Love)
6	복수(Revenge)	16	희생(Sacrifice)
7	수수께끼(The Riddle)	17	발견(Discovery)
8	라이벌(Rivalry)	18	지독한 행위(Wretched Excess)
9	희생자(Underdog)	19-20	상승과 몰락 (Ascension and Descension)
10	유혹(Temptation)		

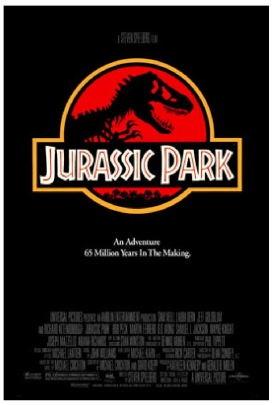
03. 스토리텔링 정책 방향 : 국가적 차원 (1)

문화콘텐츠산업의 발전

03. 스토리텔링 정책 방향 : 국가적 차원 (2)

고부가가치산업





03. 스토리텔링 정책 방향 : 국가적 차원 (3)

한류(韓流)

03. 스토리텔링 정책 방향 : 국가적 차원 (4)

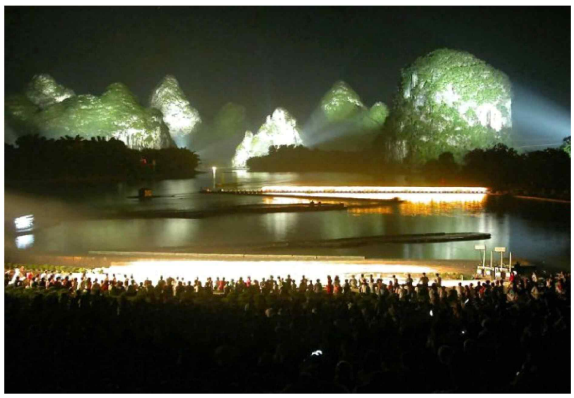
정책적 노력

03. 스토리텔링 정책 방향 : 지자체적 차원 (1)

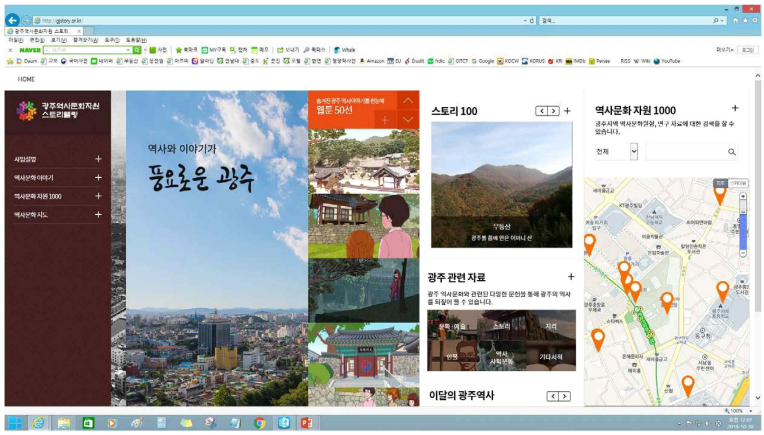
GITCT 광주정보문화산업진흥원
Gwangju Information & Culture Industry Promotion Agency

JCIA (재)전남정보문화산업진흥원
Jeonnam Information & Culture Industry Promotion Agency

03. 스토리텔링 정책 방향 : 지자체적 차원 (2)



03. 스토리텔링 정책 방향 : 지자체적 차원 (3)



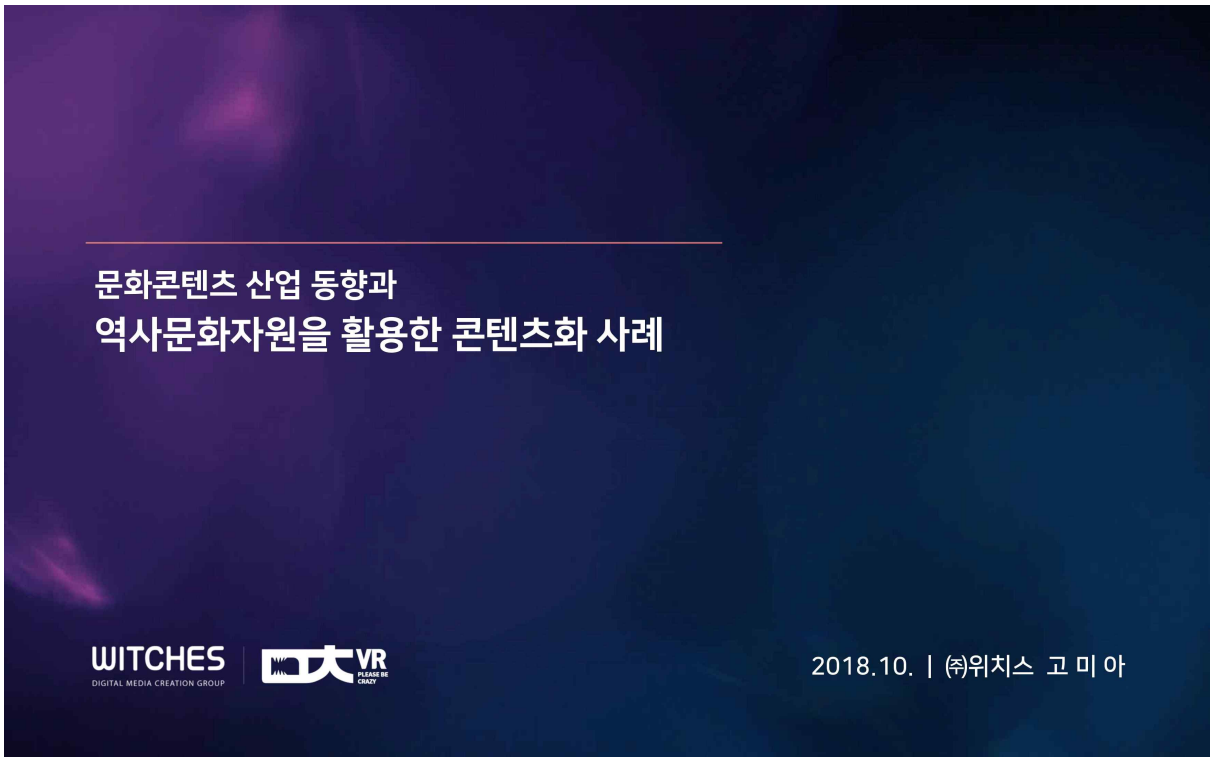
감사합니다

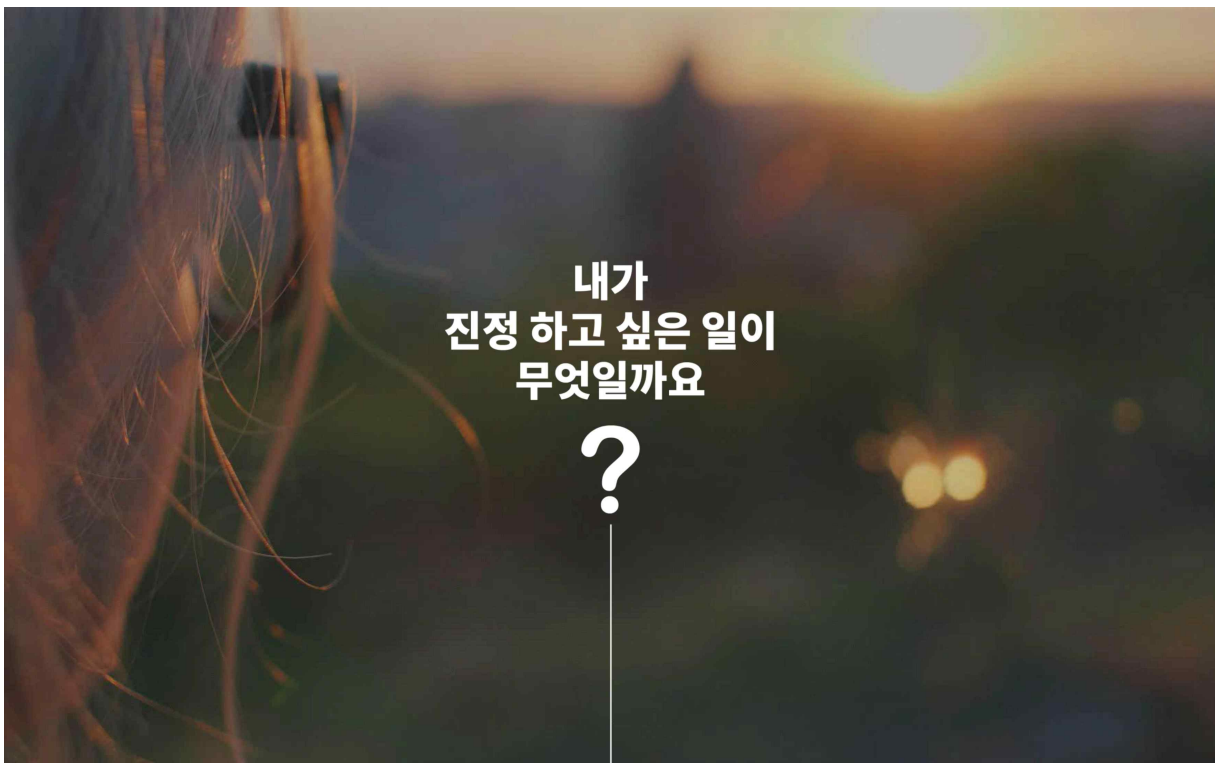
주제발표문 :

문화콘텐츠 산업동향과 역사문화자원을 활용한 콘텐츠화 사례

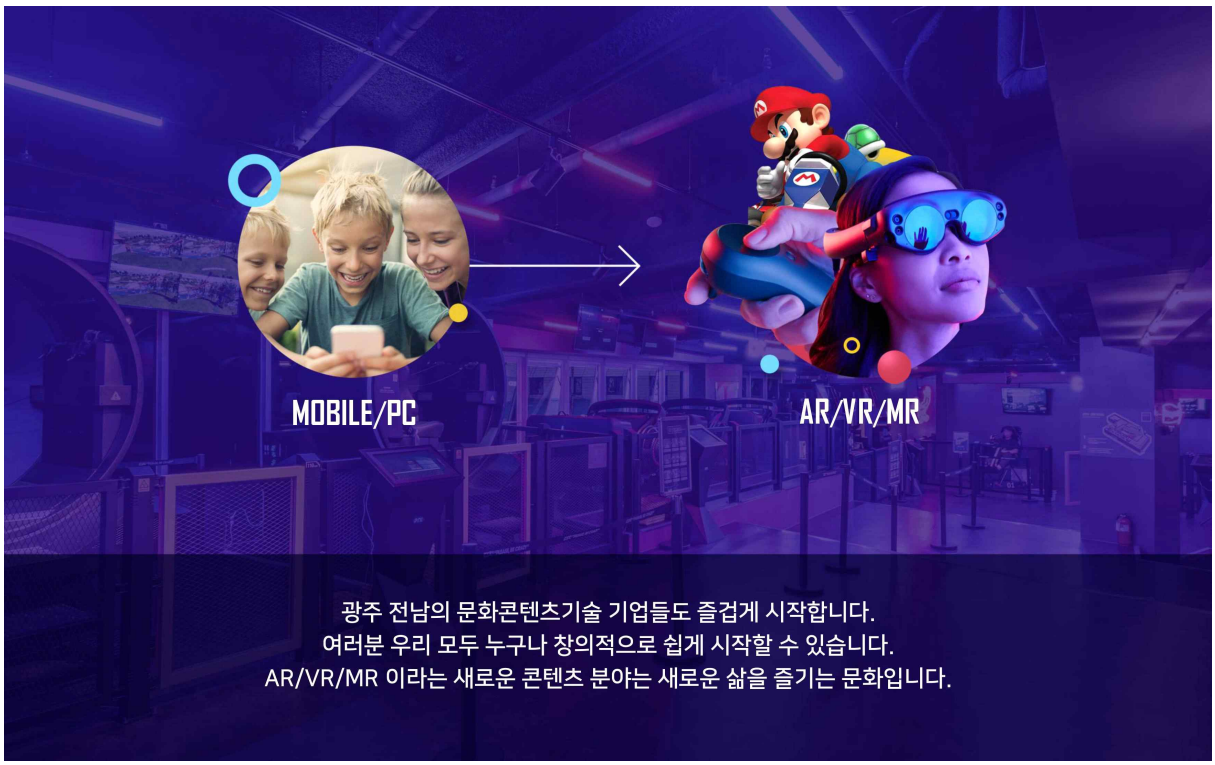
고 미 아

(㈜위치스 대표)

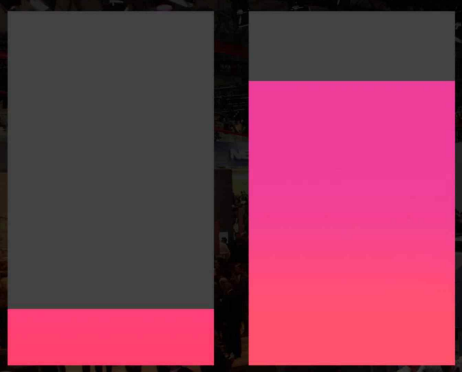

문화콘텐츠 산업 동향과
역사문화자원을 활용한 콘텐츠화 사례
WITCHES
DIGITAL MEDIA CREATION GROUP
VR
2018.10. | ㈜위치스 고 미 아


내가
진정 하고 싶은 일이
무엇일까요
?

문화콘텐츠 산업 동향


MOBILE/PC
AR/VR/MR
광주 전남의 문화콘텐츠기술 기업들도 즐겁게 시작합니다.
여러분 우리 모두 누구나 창의적으로 쉽게 시작할 수 있습니다.
AR/VR/MR 이라는 새로운 콘텐츠 분야는 새로운 삶을 즐기는 문화입니다.

VR·AR 산업생태계



2016년도 **22억**
가상 · 증강현실 및 관련 서비스 시장

2022년도 **1,500억**
가상 · 증강현실 및 관련 서비스 시장

AR/VR 시장 현황

가상 · 증강현실 및 관련 서비스 시장은 2020년에 2016년의 20배 이상으로 확대될 것으로 전망. (2022년 1,513억 달러)
가상 · 증강현실의 하드웨어, 소프트웨어 및 관련 서비스를 합한 지출액은 2016년 61억 달러에서 2017년 139억 달러, 2020년에는 1,443억 달러에 달할 것.

Source) IDC Prediction, Japan

VR · AR산업생태계

증강현실

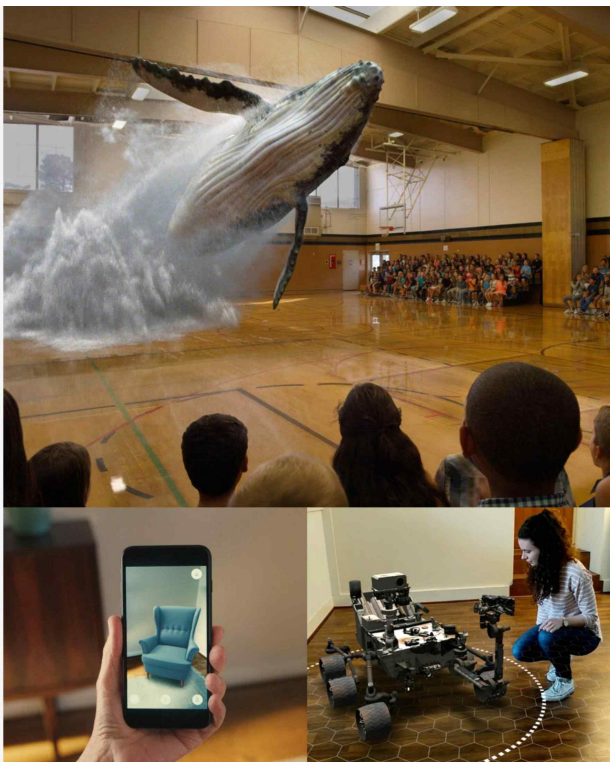
Augmented Reality, AR

현실의 사물이나 공간에 대해 가상의 관련 정보를 덧붙여 보여주는 것

현실세계와 가상의 세계를 실시간으로 자연스럽게 혼합하여 사용자에게 높은 몰입감과 현실감을 동시에 제공하는 기술

완전한 가상세계를 전제로하는 VR과는 달리, 현실세계의 환경위에 가상의 대상을결합시켜 현실효과를 더욱 증가시킴

활용분야:
게임, 의료, 방송, 건축설계, 제조 및 공정관리 등



증강현실

AR Hardware
하드웨어 기술분야

인공지능 기술과 하드웨어 및 통신기술의 발달로 AR 분야는
우리의 삶의 질을 바꾸고 편리한 삶을 제공할 수 있는 발전요소가 풍부하다.

마이크로 디스플레이
모바일카메라
홀로그램 광학소자
광투사기법

증강현실

AR Software
소프트웨어 기술분야

인공지능 기술과 하드웨어 및 통신기술의 발달로 AR 분야는
우리의 삶의 질을 바꾸고 편리한 삶을 제공할 수 있는 발전요소가 풍부하다.

상호작용
객체/공간 인식 및 추적
증각 저작도구

증강현실 AR적용사례

AR산업은 교육, 관광/쇼핑, 의료지원서비스 등 증강현실 기술이 적용되는 분야는 매우 다양합니다.
3D 입체 영상 기술 및 하드웨어 등이 더욱 발전하면서 증강현실기술이 적용될 수 있는 사례는 대단히 넓어지게 될 것입니다.

AR 교육
출처 : Magic Leap

AR 관광/쇼핑
출처 : CREDIT

AR 의료/정비/디자인
출처 : MS Hololens

AR 게임
출처 : ETRI WebZine

AR 스포츠
출처 : Leap Motion

가상현실

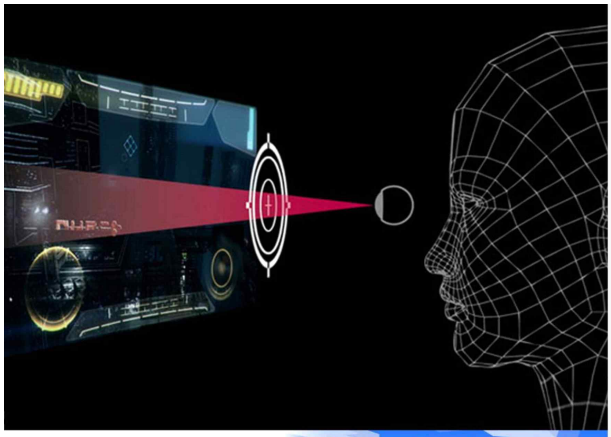
Virtual Reality, VR

가상의 세계에서 사람이 실제와 같은 체험을
할 수 있도록 하는 최첨단 기술을 말한다.

렌즈나 전자기기를 사용하여 컴퓨터 그래픽 기술로 만들어낸 실제와 유사한 상황을 구현하는 기술

사용자의 오감을 자극하기 때문에 실제와 유사한 공간적, 시간적 체험을 제공하는 기술

활용분야:
비디오게임,
엔터테이먼트, 의료,
교육, 트레이닝 등



가상현실

VR Hardware
하드웨어 기술분야

디스플레이의 진화는 VR의 영역을 확산시켰으며. 상호작용의
소프트웨어 기술의 발달로, VR은 현존하는 가상 콘텐츠기술에 견주어
보아도 압도적 몰입감의 가상체험을 제공한다.

시선추적기술

HMD 인터렉션 I/O

그래픽 고속연산 H/W

가상현실

VR Software
소프트웨어 기술분야

디스플레이의 진화는 VR의 영역을 확산시켰으며. 상호작용의
소프트웨어 기술의 발달로, VR은 현존하는 가상 콘텐츠기술에 견주어
보아도 압도적 몰입감의 가상체험을 제공한다.

가상의 대상과 상호작용

입출력 및 제어기술

고품질 VR 저작도구

VR · AR산업생태계

가상현실 VR적용사례

게임산업에서 시작하여 의학분야의 수술 및 해부 연습, 항공 · 군사 분야에서는 비행 조종 훈련 등 각 분야에 도입, 활발히 응용되고 있습니다.

VR 교육
출처 : 에버랜드

VR 관광/쇼핑
출처 : IKEA

VR 의료/정비/디자인
출처 : Surgical Theater

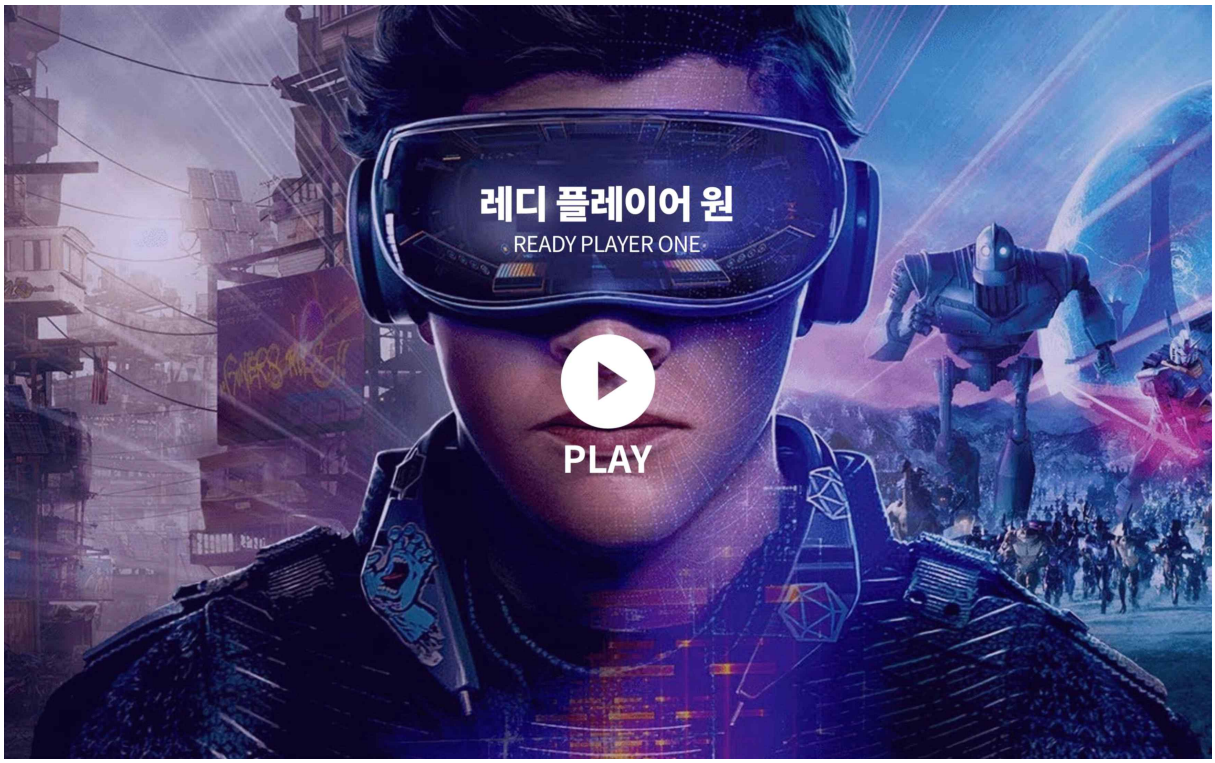
VR 게임
출처 : ZERO LATENCY

VR 제조산업
출처 : ETRI

기술적 가치

문화기술을 통해
우리는
앞으로 다가올 미래를 경험하고
이 경험을 직접 느끼는 것이 중요합니다.
새로운 4차산업혁명은 지금 세상을 만들어갈 준비를 하는
우리가 함께 만들어가는 세계입니다.

기술적 가치
Mixed Reality, MR
현실과 가상을 융합하여 진화된 가상 세계를 만드는 기술
Brain Computer Interface), BCI
뇌파를 통한 인터렉티브 인터페이스 기술
PLAY


레디 플레이어 원
READY PLAYER ONE
PLAY

위치스가 만들어 나가는
지역역사문화자원을 활용한 콘텐츠화 사례를 소개합니다.

역사문화자원 활용 콘텐츠화 사례

2013 호남기록문화유산 발굴. 집대성. 콘텐츠화 스토리뱅크 구축사업

지역문화교류호남재단 / 2013.09.

⦿ 호남기록문화유산 스토리 분류체계 개발 및 스토리뱅크 구축
- 스토리 분류체계 도출 및 분류체계 수립에 기반한 원천 소스 분류
- 호남기록문화유산 DB를 토대로 조사연구 및 분류체계 수립

⦿ 창작스토리텔링 작품집(이야기가 흐르는 호남기록문화유산) 출간
- 호남문집, 지방지, 일기자료, 고문헌 등에서 30종의 원천소스를 추출해 15편의 스토리 제작

2013년 호남기록문화유산 스토리텔링 작품집 - 이야기가 흐르는 호남기록문화유산

역사문화자원 활용 콘텐츠화 사례

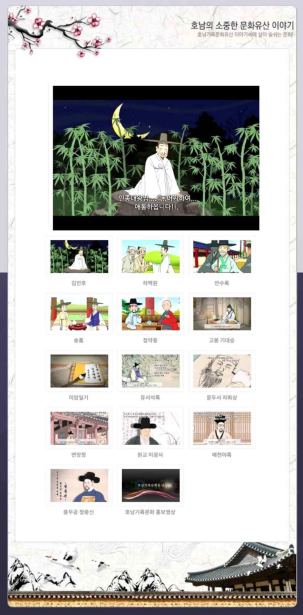
호남기록문화유산 발굴. 집대성. 콘텐츠화 플래시애니메이션 제작사업

지역문화교류호남재단 / 2013.09.

⦿ 호남기록문화유산 스토리텔링 애니메이션 15편 제작
- 호남기록문화유산 DB를 기반으로 원천소스를 활용한 애니메이션 개발
- 방송매체, 학교, 공공기관을 통한 일반인 대상으로 DVD 배포/홈페이지 서비스

⦿ 호남기록문화유산 모바일앱 (iOS/안드로이드) 제작
- 누정 현판 인식 자동안내 서비스
- 호남기록문화유산 DB에 손 쉽고, 간단하게 접근할 수 있는 모바일앱 서비스 제공

호남기록문화유산 모바일앱



호남기록문화유산 스토리텔링 애니메이션

역사문화자원 활용 콘텐츠화 사례

광주읍성 가이드북 제작 및 어플리케이션 개발

지역문화교류호남재단 / 2015.08. ~ 2015.12.

⦿ 광주읍성 스토리텔링 가이드북 제작
- 광주읍성 가이드북 제작 및 배포
- 광주읍성 가이드북 지도 및 캐릭터 제작
- 광주읍성 홈페이지 콘텐츠 탑재

⦿ 광주읍성 모바일앱 (iOS/안드로이드) 제작
- 광주읍성길 지도안내 서비스
- 광주읍성길 스토리텔링 투어안내 서비스

광주읍성이야기 모바일앱

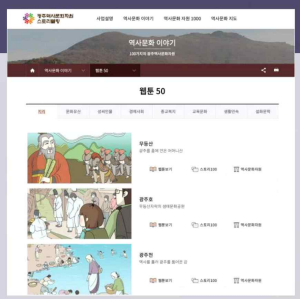
광주읍성 스토리텔링 가이드북

역사문화자원 활용 콘텐츠화 사례

광주역사문화자원 스토리텔링 홈페이지 구축 및 콘텐츠 제작

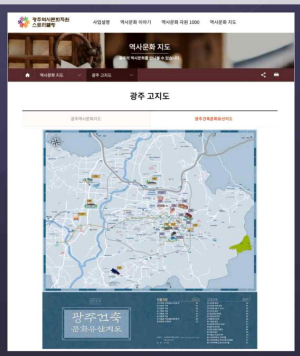
지역문화교류호남재단 / 2017.07 ~ 2017.12

- ⦿ 광주역사문화자원 스토리텔링 반응형 홈페이지 구축
  - 스토리텔링 웹툰(50편) 및 역사문화지도(2종) 탑재
- ⦿ 홈페이지 콘텐츠 관리시스템 구축
- ⦿ 역사문화이야기 스토리텔링 웹툰 콘텐츠(50편) 제작
- ⦿ 광주역사문화지도 2종(광주역사문화지도, 광주건축문화유산지도) 제작



역사문화이야기 웹툰(50편)

광주역사문화자원 스토리텔링 홈페이지



광주역사문화지도(2종)

역사문화자원 활용 콘텐츠화 사례

광주역사문화자원 스토리텔링 홈페이지 개편 및 콘텐츠 제작(진행 중)

지역문화교류호남재단 / 2018.07 ~ 2018.12

- ⦿ 광주역사문화자원 스토리텔링 반응형 홈페이지 개편
  - 스토리텔링 웹툰(50편) 및 역사문화지도(6종) 탑재
- ⦿ 역사문화이야기 스토리텔링 웹툰 콘텐츠(50편) 제작
- ⦿ 광주역사문화지도 6종 제작
  - 인물도로명 지도, 음식문화 지도, 문화재 지도, 누정 지도, 시비 지도, 전설 지도

광주역사문화지도(6종)

역사문화이야기 웹툰(50편)

역사문화자원 활용 콘텐츠화 사례

스마트폰을 활용한 문화유산 관광안내 서비스 구축

문화재청 / 2012.06 ~ 2017.12

⊙ 문화유산(경복궁·덕수궁·창덕궁·창경궁·종묘·불국사) 스마트안내 시스템

⊙ 사물인터넷·증강현실을 이용한 문화유산 안내 모바일앱 서비스
- 스토리텔링 다국어(한·영·중·일) 음성안내 서비스 제공
- BLE 비콘 및 위치기반 스마트안내 서비스 제공
- 증강현실(AR) 기술을 활용한 소실 문화재 3D 복원

⊙ 모바일앱 콘텐츠 관리시스템 구축

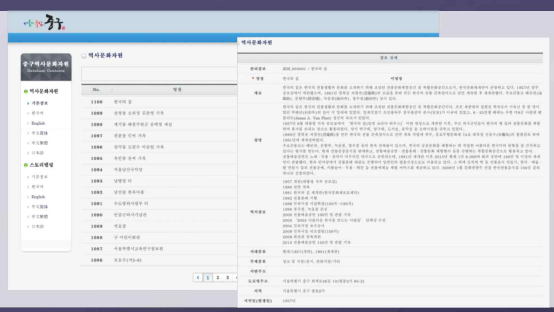
역사문화자원 활용 콘텐츠화 사례

Beacon을 활용한 다국어 스마트관광(시스템) DB 구축

서울시 중구청 / 2015.07 ~ 2018. 현재 운영 중

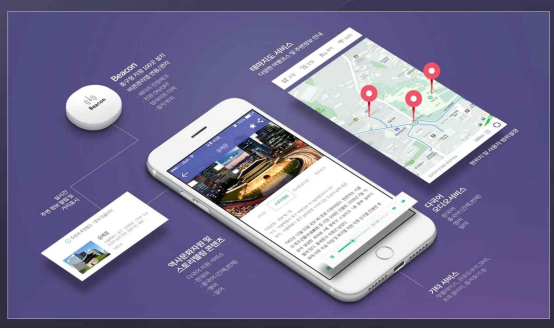
⊙ 서울시 중구 역사문화자원 DB 구축
- 역사문화자원 1,100건 다국어(한·영·중·일) DB 구축
- 역사문화자원 100건 스토리텔링 다국어(한·영·중·일) 콘텐츠 구축
- 서울시 열린데이터 광장 연계 LOD 데이터 API 제공

⊙ 서울시 중구 역사문화자원 스토리텔링 모바일앱 구축
- BLE 비콘 및 위치기반 스마트안내 서비스 제공
- 역사문화자원 스토리텔링 다국어(한·영·중·일) 음성안내 서비스 제공



서울시 중구 역사문화자원 DB 및 스토리텔링 콘텐츠 구축

중구스토리여행 모바일앱(iOS/안드로이드)



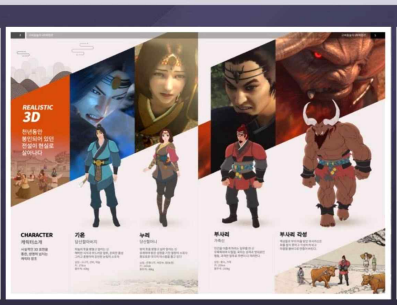
역사문화자원 활용 콘텐츠화 사례

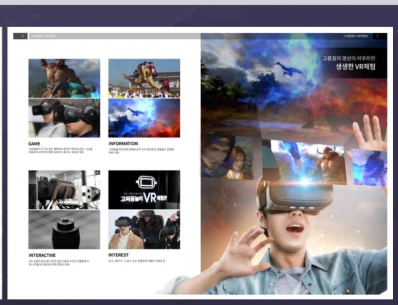
2017 지역활용형 VR·AR콘텐츠 제작지원 사업 - 고싸움놀이 체험 VR 콘텐츠

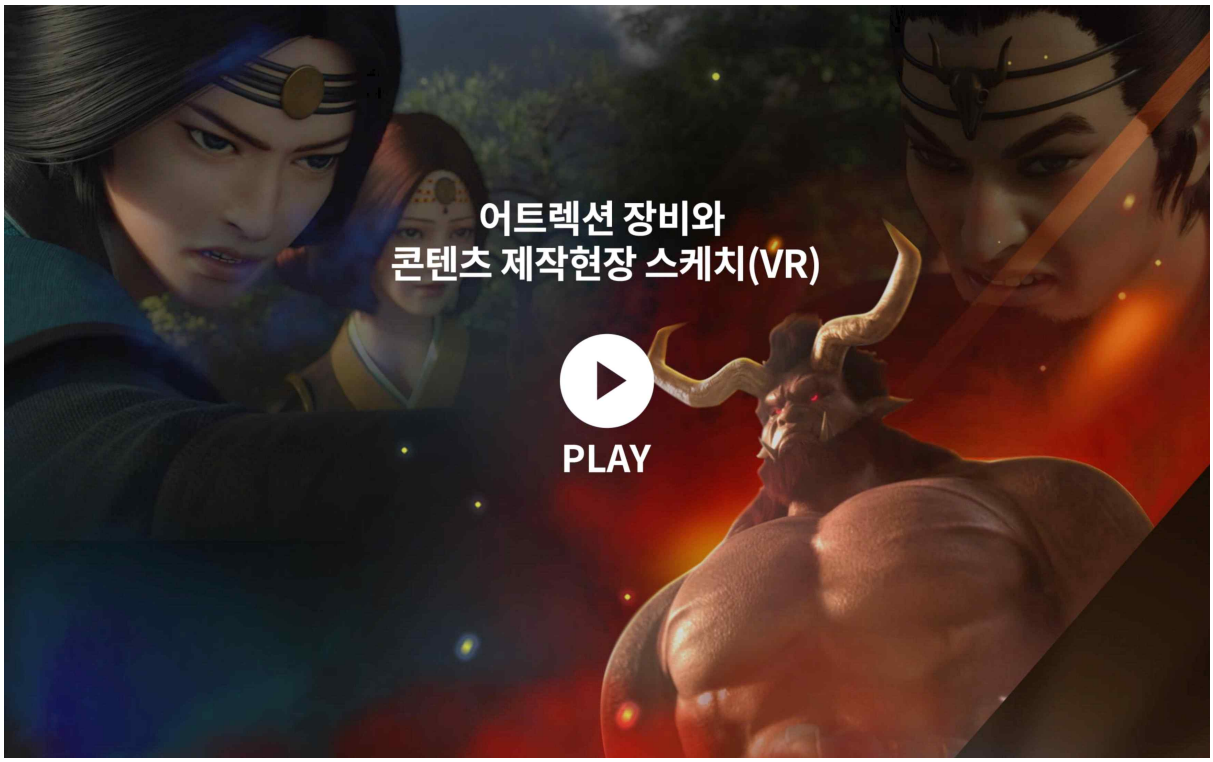
한국콘텐츠진흥원 | 광주광역시 남구 / 2017.06 ~ 2017.12

⦿ **고싸움놀이 체험 VR 콘텐츠 제작**
- 고싸움놀이 설화 및 역사적 근거를 바탕으로 세계관 및 콘텐츠 구성
- 3D 게임엔진(Unity) 활용 중요문화재 제33호 고싸움놀이 VR 콘텐츠 표현
- 고싸움놀이 원형(움직임 추적 및 운동학 특징 추출)을 통한 VR 인터렉티브 시뮬레이션 적용

⦿ **고싸움놀이 VR 체험을 위한 모션 시뮬레이터 설치 및 운영**
- 고싸움놀이 체험 극대화를 위한 6축 모션 시뮬레이터(4인승 2세트) 및 VR 체험장비 설치/운영
- 고싸움놀이 VR 6자유도 시뮬레이터 운영 통합 솔루션 구현







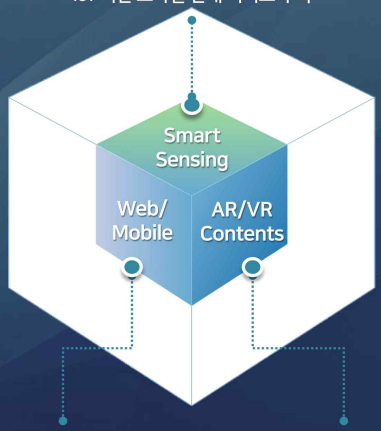
업체 개요

WITCH[마법사]처럼 새로운 것을 만들어 내는 사람 -

(2018년 10월 기준)

업체명	㈜위치스 (WITCHES, Inc.)
설립일	2006년 9월 (법인 2008년 6월)
대표이사	고미아
직원수	32명
소재지	광주광역시 남구 송암로 60 광주CGI센터 7층
사업분야	스마트 어플리케이션 개발, 스마트 가전 제조, 웹 & 모바일 서비스 구축 / AR/VR 콘텐츠 제작 등
홈페이지	http://witches.kr
연락처	TEL : 062)365-0224 / FAX : 062)365-0225

스마트센싱/사물인터넷 분야 연구 개발
IoT 기반 모바일 안내 서비스 구축

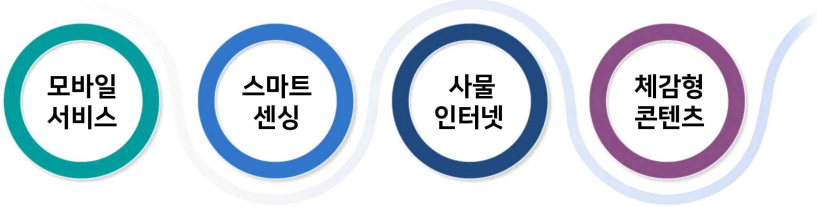


공공기관 홈페이지 및 모바일 구축
웹 기반 통합 시스템 구축/운영

스마트폰 기반 객체 인식형 AR 구현
HMD/시뮬레이터 연계 VR 콘텐츠 구현

주요 사업 영역

스마트 서비스를 위한 연구투자에서
실감형 콘텐츠 구축까지 미래가치 기술 기반 확보



2009~2014
스마트폰 센서 활용 기술 구현
- 지능형 관광정보 미들웨어 기반 스마트폰용 가상체험 서비스
- A-GPS를 이용한 스마트폰용 체험형 관광투어게임 개발
- GPS와 위치기반서비스약식지도 POI 맵핑 모듈 개발
- 모바일 마커리스 영상 인식 모듈 적용 개발
- 3D 입체 오브젝트 트래킹 활용 문화재 인식 기술 개발

2013~2016
스마트 센싱 / IoT 서비스 융합
- 사물인터넷(BLE 비콘) 기반 문화유산 관광안내 서비스 구축
- BLE 비콘 디바이스 설계 및 손목 밴드형 제품 제작
- Beacon 관제 시스템 및 디바이스 관리 서버 프로그램 개발
- 사물인터넷(웨어러블/센서) 기반 여객선 안전지원 시스템

2015 ~
체험형 콘텐츠 및 VR 체험 공간 사업
- 박물관/전시관 AR/VR 전시 안내 멀티미디어 콘텐츠 제작
- Motion Sensor 반응 Interactive 영상 솔루션 개발
- Unity / Unreal Engine VR 콘텐츠 기술 구현
- '고싸움놀이 테마파크' VR 시뮬레이션 시스템 구축
- 2017년 체험형융합콘텐츠 제작지원사업(GITCT, 진행 중)

지속적인 ICT 서비스 수행 및 구현 기술 연구를 통한 **사업화 가능성 Up, 리스크 Down**

업체 인증 및 수상

'WITCHES'는 다수의 인증 및 수상을 통해 대외적인 신뢰를 얻고 있습니다.

VR 공간안내

위치스는 광주 충장로에 VR 도심형 실내 테마파크를 2018년 9월 오픈 했습니다.

무등산 짚라인(Zipline) 설치 예정
- 2인승 1Set

- 사업장 소재지 : 광주광역시 동구 중앙로160번길 8
- 임대 계약 호수 : 109, 110, 205~221 호 (총19호)
- 사업장 계약 면적 : 1009.2 ㎡
- 사업장 전용 면적 : 620.99 ㎡

멀티 룸스케일
- 1인용 4Set
- 콘텐츠 : 애리조나선샤인 외 40여가지 게임

멀티 룸스케일
- 1인용 10Set
- 콘텐츠 : 애리조나선샤인 외 40여가지 게임

호러
- 1인승 2Set
- 콘텐츠 : room206, 인형의 섬

레이싱
- 1인승 2Set
- 콘텐츠 : 프로젝트 카스

로봇
- 1인승 2Set
- 콘텐츠 : 아담

6축 모션시뮬레이터
- 2인승 3Set
- 콘텐츠 : Nolimits2, 산방산, 만리장성

통돌이
- 2인승 2Set
- 콘텐츠 : Nolimits2, 산방산, 만리장성

오바케 헌터
- 1인용 4Set
- 콘텐츠 : 오바케헌터

하도카트
- 1인승 4Set
- 콘텐츠 : 골드러시

VR HOT 콘텐츠(MR)
슈퍼마리오 게임을(MR) 현실세계에서 AR KART로 재현하다.
일본 HADO KART 제작사와 대한민국 독점총판 계약 (협력사 피엔아이컴퍼니)을 맺고
광주 ロボVR은 국내 1호로 런칭 되었습니다.
HADO KART
★★★ハドーカート
3rd PLAYER1 2200pt
2nd PLAYER2 5900pt
1st PLAYER3 7500pt
국내 독점 총판

START

감사합니다.

광주광역시 남구 송암로 60 광주CGI센터 7층

Office | 062) 365-0224 Web | http://witches.kr
Fax | 062) 365-0225 E-mail | mia75@nate.com

지정토론문 :

‘지역문화자원의 활용과 스토리텔링을 통한 문화콘텐츠화’ 토론문

이 병 욱

(전남정보문화산업진흥원 4차산업혁명대응TF 전문위원)

「지역문화자원의 활용과 스토리텔링을 통한 문화콘텐츠화」에 대한 토론문

이 병 욱(전남정보문화산업진흥원 전문위원)

1. 들어가며

제4차 산업혁명 시대, 여가문화가 활성화되고 행복한 사회를 추구하면서 삶의 질에 대한 관심이 높아지고 있다. 이제 문화는 삶의 질 제고를 위한 필수적인 분야로 나아가고 있으며, 국민행복뿐만 아니라 문화관광, 문화콘텐츠, 문화도시 등 국가와 지역의 새로운 경제성장 전략의 하나로 주목받고 있다.

우리들의 삶에서 '문화'가 주는 효용은 자명하다. '문화'는 우리를 행복하게 하고 삶을 반추하게 하며, 아픔을 위로하기도 한다. 이것이 '문화의 힘'이다. 4차 산업혁명 시대에 문화의 역할이 반복적으로 부각되는 이유는 '문화'가 가진 가치가 단순한 인문학적 중요성을 넘어 산업적 편익으로 확대될 수 있는 가능성을 보여줬기 때문이다.

이제 '지역문화자원에 대한 활용'은 더 이상 사회.경제성장과 동떨어진 것이 아니다. 전문가 중심의 '아는 만큼 보인다'에서 사람 중심의 '즐기면서 알고 싶게 만든다'로 패러다임의 전환이 필요하다.

그동안 지역문화의 숨은 가치를 발견하고 지역문화콘텐츠 창작에 활용할 원천소재를 제공할 목적으로 광주의 자연.문화유산.문화예술.인문.건축.민속.전설 등 역사문화자원을 데이터베이스화하여 역사교육과 문화콘텐츠 창작의 활용도를 높이기 위해 지속적인 궁리와 활동해 온 지역문화교류호남재단의 이번 포럼은 시의적절하다고 생각한다. 노시훈 교수의「지역문화자원의 활용과 스토리텔링을 통한 문화콘텐츠화」발표문은 지금까지 콘텐츠로 잘 활용되지 않았던 선사농경문화, 산업문화, 음식문화 자원의 새로운 소재발굴과 활용하는 논의로서 헐리우드 스토리텔링 구조 분석과 디지털 저작도구 제시는 지역문화자원의 문화콘텐츠 개발 방법에 대한 확장된 기술적 연구로서 의미가 있다고 이해된다. 발표문은 그동안 데이터베이스화 된 원천소재를 콘텐츠화 과정에서 헐리우드 스토리텔링 제작체계와 방식을 접목하여 콘텐츠 생산자에게 스토리텔링의 틀을 제시하는 것을 목적으로 한 글이다. 이러한 고찰은 복잡하고 다단할 수밖에 없는 각 지역문화자원을 통일적인 분류체계를 통하여 가장 바람직한 콘텐츠을 기획.개발하여 사전제작(파일럿, 데모, 프로

초타입 등)하는 기초적인 작업으로서 매우 큰 의미를 갖는다.

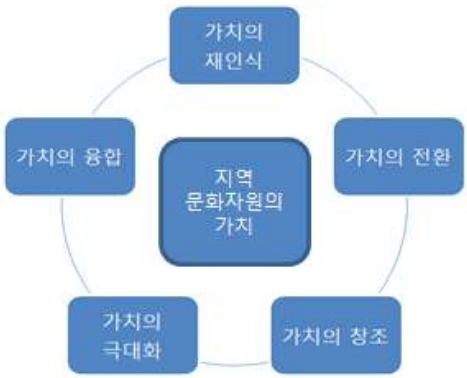
따라서 스토리텔링 저작도구에 대한 기본 개념에 대한 정확한 이해가 우선되어야 하며, 이를 통하여 스토리텔링에 필요한 시나리오적 요소, 촬영, 편집, 기획 등 다양한 스토리텔러들에게 필요한 요소들과 형식들에 대한 윤곽은 그릴 수 있으나 이에 상응하는 국내 환경에 적합한 스토리텔링 저작도구는 <시나리오 에디터> 프로그램을 개발하여 배포하고 있으나 단순한 문서작성기 수준에 불과하다. 시나리오 작가는 물론이고 관련 산업의 모든 스토리텔러들에게 기능적으로 편리함을 제공하는 것은 물론이고 영상콘텐츠의 질적 도약을 지원할 수 있는 이론의 개발을 지원할 수 있는 인적자원과 지원 정책이 요구된다고 할 수 있다.

스토리텔링 지원시스템이 형식화되고, 획일화되어 오히려 창작 작업에 저해가 될 수 있다는 우려가 있는 것도 사실이다. 그러나 필기도구로 문서를 작성하던 시절과 비교해 본다면 현재 문서작성에서 문서작성기의 위상과 위력에 비추어 볼 때 그 우려는 기우에 불과할 수 있다.

2. 지역문화자원의 가치

지역문화를 기반으로 하는 콘텐츠는 사람들에게는 즐거움을, 기업들에게는 수익을, 그리고 지역에는 경제 성장과 이미지 향상에 도움을 준다. 지역문화 콘텐츠들은 쉽게 접할 수 있고 수요에 큰 제한이 없기 때문에 일상의 일부분으로 자리잡고 있다. 이러한 문화콘텐츠들은 인간의 감성적인 측면에 호소하는 것들이 많은 것이 특징이다. 따라서, 사람들의 뇌리 속에 이러한 콘텐츠들이 담고 있는 내용들이 무의식적으로 남아 소비 행위를 함에 있어 큰 영향을 미치게 된다.

[지역문화자원 활용을 위한 단계별 작업과정]



[지역문화자원 가치의 확대과정]

<자료: 컬처앤로드(2017) 문화재활용 활성화를 위한 기반조성 방안 연구>

지역의 스토리는 별개인 듯 보이는 개별적인 스토리들이 하나의 감성으로 엮인 모자이크와도 같다. 광주전남 어느 지역이나 역사와 사람, 그리고 문화유산에 얽힌 이야기들을 갖고 있다. 이제 과주전남의 문화자원은 지역에도 잘 맞고 세계인

들의 가슴 속 깊이 빠져드는 풍경을 만들어내야만 한다.

지역발전에 있어서 문화콘텐츠는 지역의 정체성과 이미지를 제고시키고 지역활성화의 원동력으로 작용할 수 있으며 지역 주민들의 삶의 질을 향상시키고 공동체 의식을 제고시킬 수 있다. 또한 여타 산업에 비하여 창업 등 고용창출효과가 높고 지역 활성화에 기여할 수 있기 때문으로 설명 될 수 있다.

<다산초당>

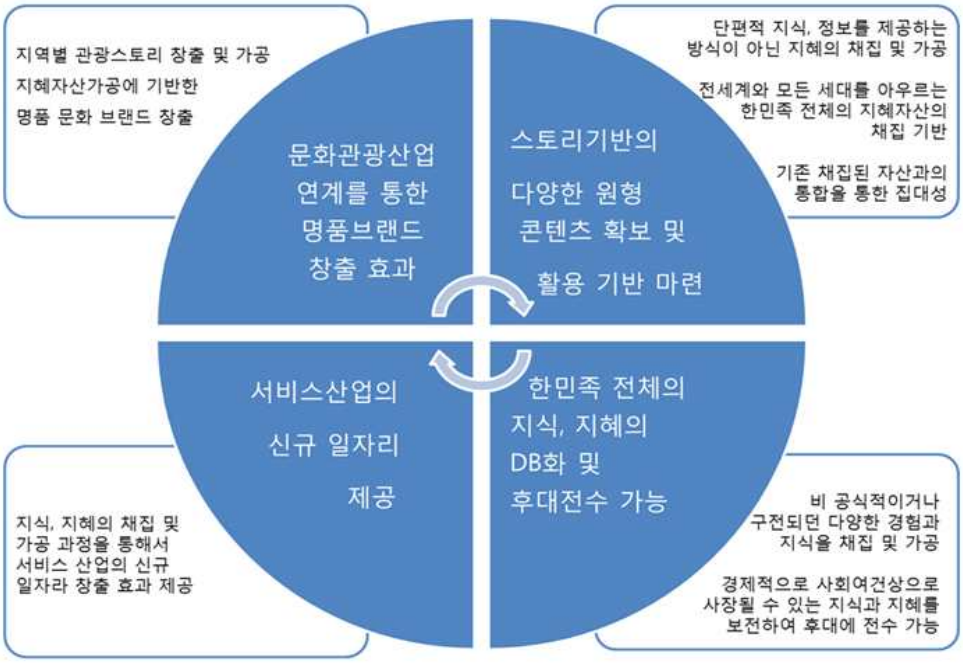
<소쇄원>

<세연정>

문화콘텐츠는 문화적 토양을 기반으로 성공할 수 있고 이는 문화산업으로서 콘텐츠 산업이 인간의 정서와 이해의 문제를 다루기 때문에 반드시 필요한 사항이라고 할 수 있으며 문화콘텐츠산업을 발전 시키기 위해서는 광주전남의 문화적 역량을 강화시키는 노력을 병행해야 한다.

이러한 문화적 역량은 생산과 소비의 관점에서 개념화될 수 있는데 생산이란 창작을 중심으로 한 콘텐츠를 공급하는 측면이고 소비란 콘텐츠를 통해 지역민에게 향유의 기회를 제공하는 것으로서 생산과 소비는 떼어질 수 있는 것은 아니며 서로가 서로의 발전을 위한 선순환의 관계에 있을 때 해당 광주전남의 문화콘텐츠산업적 발전이 보장될 수 있다.

광주전남은 유구한 역사 속에서 선조의 삶과 역사는 우리의 소중한 문화자원이다. 시(詩), 서(書), 화(畵), 가(歌), 무(舞), 악(樂) 등 전통문화예술뿐만 아니라 유·무형의 문화유산과 생태.자연문화가 보물처럼 지니고 있다. 과거의 시간, 과거를 살았던 선조의 삶 자체가 문화콘텐츠의 다양한 이야기로 개발될 수 있는 이야기 자산의 핵심가치이기 때문이다.



<광주전남 이야기자산의 핵심 가치>(출처 : 기획재정부)

세계적 인기를 누리는 K-Culture 등의 한류도 모두 전통문화의 온고(溫古), 법고(法古)에 바탕을 둔 창신(創新)의 결과물이기도 하다. 반만년의 고고한 역사를 대변하는 전통문화의 재해석으로 콘텐츠를 꽃피운다면 지역과 다음세대의 미래를 책임질 수 있는 중요한 원동력이 될 수 있기 때문에 우리는 끊임없이 역사를 이야기한다. 우리가 역사를 이야기하는 것은 거기에 이야기할 만한 가치가 있기 때문이다. 최근 드라마, 영화에서 역사 소재가 많이 다루어지는 것은 역사이야기에 대한 문화소비자들의 수요와 필요를 반증한다. 역사적 '사실'이 다양한 형식과 내용으로 이야기되면서 사람들의 정신적, 문화적 욕구를 충족시켜주고 있는 것이다.

이처럼 문화콘텐츠의 장점은 문화적인 방식으로 지식과 지혜를 소통하고 향유한다는데 있다. 역사의 지식과 지혜를 문화콘텐츠로 소통하는 것은 역사의 의미와 가치를 재미있게 향유할 수 있는 하나의 방법이다.

3. 창작 기술로서 스토리텔링 저작도구

바야흐로 4차 산업혁명 시대다. 인공지능 알파고가 이세돌 9단과 바둑대결에서 승리하고, 블록체인으로 만들어진 가상화폐가 시장에서 통용되는 일이 미래가 아닌 우리 눈앞에서 벌어지고 있다. 이미 판교에서는 사람 없이도 운행되는 자율주행차가 도로를 누비고 있다. 현실과 미래가 혼돈될 정도로, 기술은 우리의 예측보다 빠르게 진화되는 모습이다.

이러한 4차 산업혁명이 몰고오는 기술발전에서 인문학의 창작영역은 디지털 스토리텔링 시대를 넘어 인공지능 스토리텔링 시대로 진화하고 있으며, 인공지능 스

토리텔링 시대에는 상상력 기반의 창작도구인 저작 툴을 개발하고 활용하는 방향으로 전개되어 소프웨어, 로봇, IoT(Internet of Things;사물인터넷)가 스토리를 만들고 창작하는 시대로 접어들고 있다. 미래학자들은 그 파급력에 대해 이미 우리의 삶과 모든 산업·문화를 바꿔놓은 인터넷 혁명 이상이라고 평가한다.

스토리텔링이라는 용어가 요즘처럼 많은 사람에게 회자된 적은 없다. 벽화를 통한 전달과 입과 귀에 의존한 구비전승, 제의나 축제 때 부르던 송가에서 출발한 서정시, 극장에서 공연된 연극, 활자의 발명을 통해 널리 보급되기 시작한 책과 대중 예술의 꽃이라 불린 소설, 20세기 전후에 등장한 영사기와 영화, 라디오나 TV 등의 전파매체. 컴퓨터와 인터넷의 발달이 불러온 게임 산업의 시대 등 스토리텔링은 다양한 모습으로 우리의 삶에 영향을 끼쳐왔다.

디지털 기술은 시나리오 영역을 새로운 패러다임으로 전환시키는 데에도 많은 영향을 끼치고 있다. 저술활동영역에서 손으로 작품을 쓰던 과거의 기능적 수단은 타자기를 거쳐 최근에는 문서작성기의 도움을 받아 손쉽게 작가의 창작을 지원하는 단계에 이르렀다. 심지어 스토리텔링이 수많은 자료의 데이터베이스를 기반으로 창작저술을 지원하는 작가지원 시스템으로까지 발전하고 있다. 현재 해외에서는 작가를 지원하는 디지털 저술저작도구들이 개발되어 활용되고 있다. 국내에서도 영화진흥위원회와 주식회사 '한글과 컴퓨터'가 한국영화 발전을 위하여 <한글2007> 버전을 기반으로 <시나리오 에디터> 프로그램을 개발하여 무료 배포했으나 이것은 스타일 포맷을 이용한 단순한 문서작성기 수준에 불과하다.

해외에서 현재 사용되고 있는 스토리텔링을 위한 대표적인 디지털 저작도구들로는 <쭈라 Zhura>, <몽타즈 Montage>, <켈틱스 Celtx>, <파이널 드래프트 Final Draft>, <무비 매직 스크린라이터 Movie Magic Screenwriter>, <스토리 뷰 Story View>, <드라마티카 프로 Dramatica Pro> 등을 들 수 있으며, 해외에서 가장 인기가 있는 <파이널 드래프트>, <드라마티카 프로>가 있다.

<파이널 드래프트>는 시나리오 분야에서 많이 사용되는 프로그램이다. <파이널 드래프트>는 글을 쓸 때 필요한 요소인 캐릭터나 지문 그리고 대사 등의 위치가 정해져 있어 원하는 대로 글을 써내려 가면 한편의 대본이 완성된다. <파이널 드래프트>는 스토리전개를 위한 캐릭터의 이름이나 시나리오 용어들과 같은 다양한 요소들을 필요에 따라 입력하고 삭제함으로써 작가 자신에게 익숙한 형태로 포맷시켜 글을 쓰는데 기능적으로 편리한 프로그램이라고 할 수 있다. 또한 작성된 대본을 읽어주는 편리한 기능도 제공하고 있다.

<드라마티카 프로>는 자동으로 스토리를 생성해주는 기능은 없지만 작가가 캐릭터를 명확하게 하고 플롯을 체계화할 수 있도록 도움을 주는 스토리텔링 저작도구라고 할 수 있다. <Dramatica Pro>는 1990년에 상용화 된 이래로 '라이트 브라더스' 사에서 헐리우드 극작 시스템 특유의 집단작가 창작 시스템을 지원하기 위해서 개발된<Story View>나 <Movie Magic Screenwriter>와 더불어 가장 많이

사용되고 있는 툴이다.

<드라마티카 프로>는 "아카데미상에 노미네이트된 영화의 80% 이상, 에미상 수상 드라마의 90% 이상의 작품들에 활용"되었다. 1998년 이후로는 사용자들이 꾸준히 증가하고 있다. <드라마티카 프로>는 이야기를 구성할 때 여러 가지 주어진 조건 중에서 적합한 것을 선택하여 이야기를 구성해가는 '드라마티카 질문시스템(DQS:Dramatica Query System)' 방식을 취하고 있다. <드라마티카 프로>는 데이터베이스가 방대하고 메뉴 구조가 복잡하여 어느 정도 저작도구에 익숙하지 않은 초보자는 사용할 수 없다는 단점과, 전문작가의 경우에는 자율성이 제한되어 오히려 불편을 초래하거나 창의적 저술에 방해될 수 있다는 단점도 가지고 있다.

<드라마티카 프로>의 구성요소는 크게 '캐릭터(Character)', '주제(Theme)', '플롯(Plot)' 그리고 '장르(Genre)'이고, 스토리 생성 알고리즘은 우선 캐릭터, 플롯, 스토리 포인트를 구조화시키는 '스토리 형성(Storyforming)' 과정을 거쳐서, 전체 스토리의 캐릭터, 대립 감정을 갖고 있는 캐릭터, 전체 주제와 네 가지 스토리 진행방향과 관계가 있는 주제들, 플롯과 플롯 포인트, 그리고 장르를 코딩하는 과정을 거친다. 그리고 나서 스토리 구조, 스토리 포인트, 캐릭터와 관련된 '스토리 엮기(Storyweaving)' 과정을 거쳐 스토리가 완성된다.

[드라마티카 초기화면]

<드라마티카 프로>는 기존의 스토리텔링 저작도구와는 달리 시나리오 작가가 글을 쓸 때 주어진 시간에 맞게 스토리를 적절하고 균형 있게 구조화하면서 작가의 창의력을 끌어낼 수 있는 방식으로 작가지원시스템을 갖추고 있다.

따라서 우리나라 역시 부가가치가 높은 영상콘텐츠 산업에서 역량 있는 스토리텔러들을 지원할 수 있는 스토리텔링 저작도구를 만들기 위해서는 <파이널 드래프트>의 시나리오 글쓰기 진행 상황에 맞는 플로우 시스템과 캐릭터, 주제, 플롯, 장르에 맞게 해당 관련된 한국적 영상콘텐츠 DB를 기반으로 스토리텔러의 창의력을 지원하는 <드라마티카>와 같은 저작도구들이 필요하다.

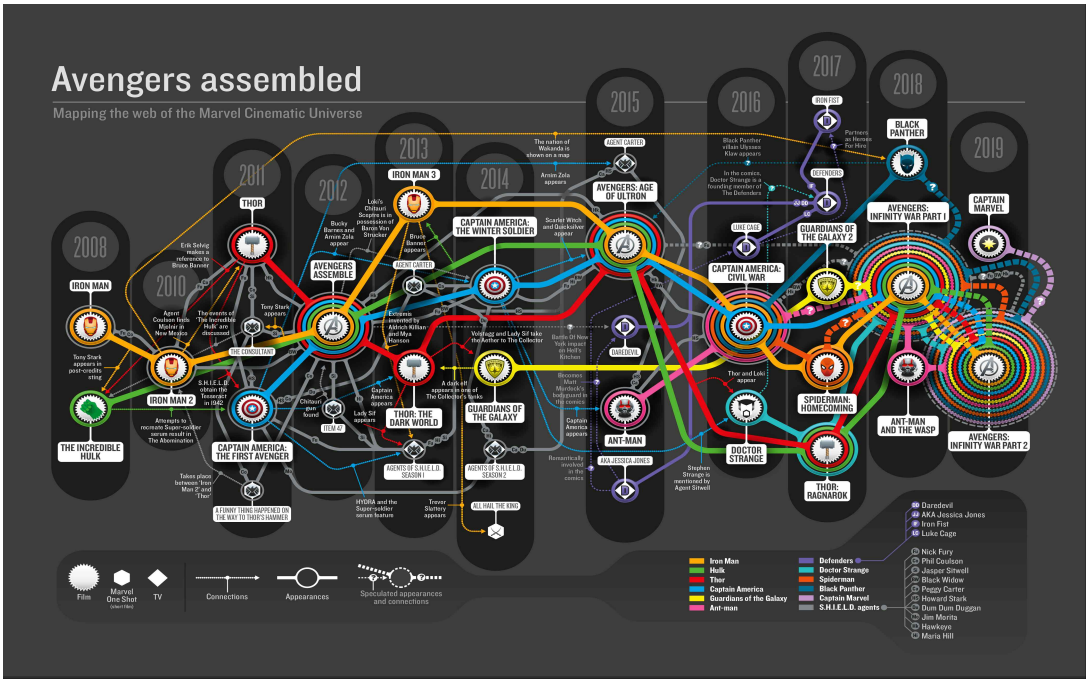
4. 컨버전스시대의 트렌스미디어 스토리텔링

트랜스미디어 스토리텔링이란 여러 개의 미디어 플랫폼을 통해 각기 다른 이야기가 전개되지만 이들이 동시에 하나로 이해될 수 있는 네러티브 구조를 전달하고 수용자로 하여금 이를 경험하도록 유도하는 것을 의미한다. "트랜스미디어 스토리는 디지털테크놀로지의 등장과 발전에 의한 컨버젼스 시대의 한 현상으로, 다양한 미디어 플랫폼을 통해 공개되며 각각의 새로운 텍스트가 전체 스토리에 분명하고도 가치있는 기여를 한다".(헨리 젠킨스, 2006)

트랜스미디어 스토리텔링은 하나의 이야기가 다양한 미디어 플랫폼을 넘나드는 과정을 통해 소비되기 때문에 각각의 이야기는 서로 연관되면서 내용의 폭과 깊이를 확장시키며 개별 캐릭터와 구체적인 플롯에 기반을 두기 보다는 상호 연관된 다수의 캐릭터와 개별 이야기가 작동하는 보다 복잡하고 다양한 허구의 세계관을 바탕으로 구성되는 경우가 많다. 또한 트랜스미디어는 이야기의 생성이 제작자에게만 있지 않고 수용자들에 의한 의미부여 및 직접 콘텐츠 제작의 가능성을 열어주기 때문에 참여문화로서의 특징을 가진다.

세계적으로 막대한 인기와 수익을 끌어들이는 미디어 부분 최강 콘텐츠 중 하나인 <마블 스튜디오>에서 제작하는 프랜차이즈 히어로 시리즈가 있다. 영화에서 나오는 전개는 대개 만화의 줄거리에서 모티브를 얻어 조금씩 재구성된 것들이며, 큰 흐름은 2000년대 스토리라인을 따라가는 듯하나 각각의 인물 역사는 고전에서 현대까지 폭넓게 차용하여 재배열된다.

특히 MCU(Marvel Cinematic Universe)의 수장인 '캐빈 파이기'는 처음 MCU가 출범했을때 엄청난 양의 코믹스를 탐독하고는 스토리 진행이나 세계관 전개가 막힐 때마다 코믹스라는 원점으로 돌아가서 영감을 받았다고 한다. 다른 이들이 코믹스의 스토리를 낡은 것, 대중들에게 받아들여지기 힘든 것이라고 평가할 때마다 '여기에 모든 이야기와 해결책이 다 들어있습니다'라고 항변했다고 한다. 결국 MCU 초창기에 마블의 수많은 코믹스를 분석하여 수천명의 캐릭터와 수백가지의 에피소드를 간추려낸 데이터베이스를 구성했다고 한다. 특정 시나리오 작가나 감독이 아닌, 마블 스튜디오 회장 '케빈 파이기'를 필두로 하는 제작위원회가 전체적 스토리 진행 플롯을 짜두고 각 단계의 영화를 감독에게 맡겨 제작하는 형식을 취하고 있다. 이 때문에 제작되는 모든 영화, 드라마, 단편 영화들이 연결점을 가지고 있으며, 동일한 시간선상에서 진행되어 간다.



[2015년 기준 마블 시네마틱 유니버스 관계도]

마블 시네마틱 유니버스(이하 MCU)는 마블 코믹스에서 출판된 만화책을 기반으로 마블에서 제작하는 영화, 드라마, 만화 등의 작품들이 공유하는 가상의 세계관을 의미하며 이러한 다양한 이야기들을 포함하기 위해 유니버스, 멀티버스, 메가버스, 옴니버스 등 다양한 차원 외에도 대략 300여개에 달하는 여러 평행우주 등의 스토리 공간을 포함하고 있다.

영화를 바탕으로 만화, 비디오 게임, 출판, 방송에 이르기까지 트랜스미디어 스토리텔링 전략은 현재의 미디어 산업 전반에서 활용될 전망이며 트랜스미디어 스토리텔링 제작의 경우 새로운 비인기 캐릭터를 등장시킬 때 같은 세계관에 속해있는 유명 캐릭터들을 활용할 수 있어 이야기 확장 가능성 측면에서 유리한 면이 있다. 또한 조연이나 악역 등 상대적으로 비중이 적었던 캐릭터들을 중심으로 한 별도의 이야기를 통해 보다 분명한 성격과 백스토리를 제공함으로써 관객의 몰입도를 높일 수 있다. 이외에도 만화 혹은 먼저 개봉된 영화로 형성된 기존의 팬덤을 이용해 보다 안정적인 관객동원이 가능하며, 단순한 시청자가 아닌 적극적인 소비 경험과 콘텐츠 생산에 참여하는 모습을 보일 것으로 전망하고 있다.

<아바타>와 코카콜라 광고 등을 통해 트랜스미디어 스토리텔링 전략의 산업적 용을 초기부터 시도해 업계 선구자로 불리우는 '스타라이트 러너 프로덕션'의 '제프 고메즈' 대표는 "트랜스미디어가 헐리우드의 미래를 변화시킬 것"이라며, "개별 매체에 대한 이해와 그에 적합한 이야기 개발 보다 각 플랫폼에서 해당 이야기 자체의 힘을 강화하는 방식으로 개발이 진행돼야 한다"고 강조한다.

5. 콘텐츠산업의 '뿌리', 이야기산업

인간의 역사는 말, 이미지, 글로 된 신화나 동화, 전설과 함께 진행되어 왔으며, 모든 인간에게는 자신만의 이야기가 있다. 이야기가 주는 감동은 사람을 사람답게 하는 가장 중요한 문화적인 원동력이며, 인간은 다른 존재와 달리 '이야기하는 존재'(Homo Narran)이다.(임재해, 2001).

이야기의 본질은 기본적으로 재미에 있으며, 사실에 기초한 이야기와 상상의 이야기로 구성되는 것이 일반적이다. 이야기가 환상이나 동질감, 재미를 준다면 사람들은 그것에 몰입하게 되기 때문에 게임, 만화.애니메이션, 영화, 방송, 광고, 홍보, 교육 등에서 문화상품화되어 광범위한 영역에 활용되고 있다(김민주, 2003; 김홍탁, 2003 재정리).

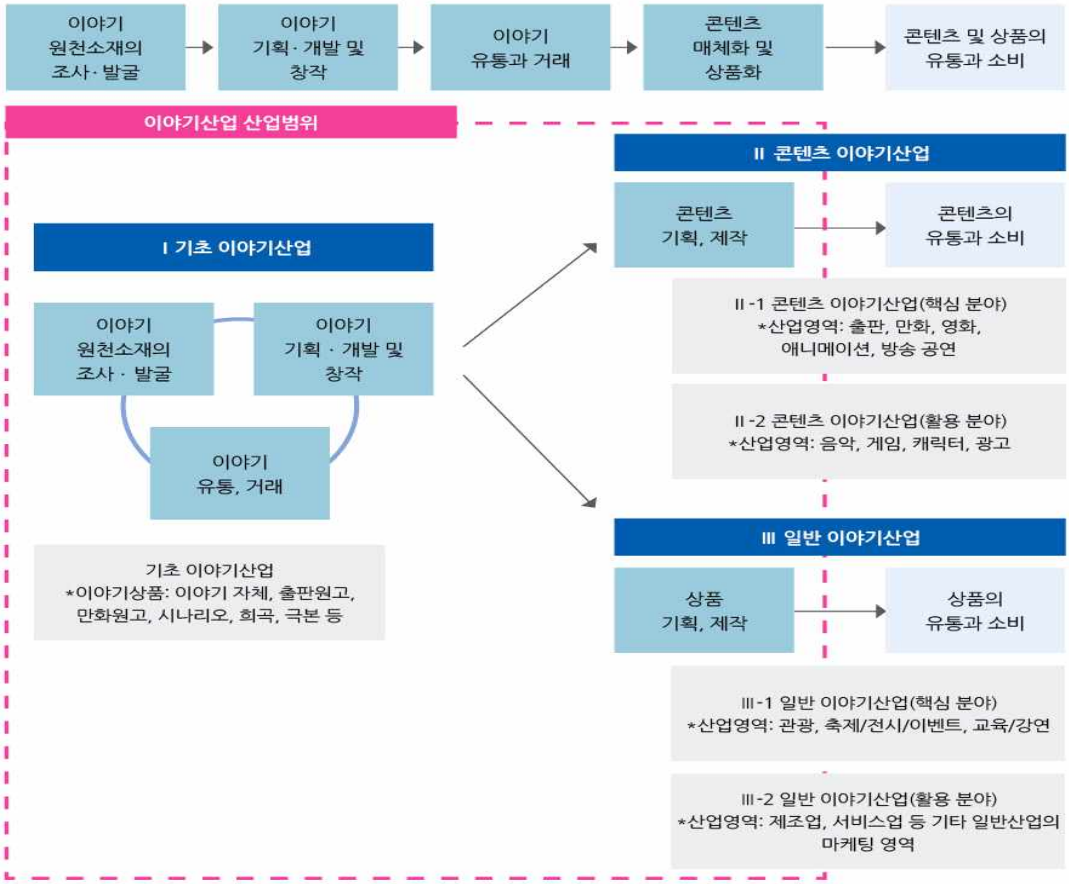
인간은 누구나 보편적으로 인생과 세계에 대한 의문을 품고 있으며, 이에 대한 해답을 얻고자 여러 가지 방식으로 탐구한다. 이야기는 바로 인간의 존재에 대한 관심에서 비롯되어 인생에 대한 해석을 담아낸다(김정희, 2014).

이야기는 단순히 하나의 소재로서가 아니라 다양한 미디어에 맞게 재해석 및 재생되는 등 광주전남 콘텐츠산업 경쟁력 강화의 핵심 요소로서 '이야기산업'을 적극 육성해야 한다. 이야기산업은 "이야기 원천소재의 조사·발굴, 이야기의 창작·기획·개발·제작·유통·소비 및 이에 관련된 서비스를 행하는 산업"으로, 이야기산업은 콘텐츠산업의 뿌리산업이며, 관광업·통신업·부동산 등 일반산업의 경쟁력을 높이는 데 기여한다.

<지역문화자원의 영화콘텐츠화>

특히, 이야기산업을 기획·제작의 영역만으로 범주화하는 것은 한계가 있다. 이야기 활용이 최근 기술의 발전으로 상품과 서비스의 품질의 차이가 거의 없어 생산자들은 상품과 서비스의 차별화를 위해 다양한 전략을 시도하고 있으며, 상품 및 서비스 기획과 유통·마케팅 영역에서 동시적으로 이루어지고 있다. 특히 상품과 서비스에 감성·경험 가치를 투영하기 위하여 이야기를 핵심 매개수단으로 이용하고

있다. 이야기는 생산자가 자신의 상품 및 서비스 등을 통해 의도하고자 하는 것을 보다 효과적으로 소비자에게 전달하고 그들의 감성을 자극하여 친밀한 교감을 이끌어낼 수 있다는 점에서 폭넓게 활용되고 있다.



<이야기산업의 범위>(출처 : 한국콘텐츠진흥원)

6. 나가며 : 정책제언

4차 산업혁명을 통해 진화한 정보의 홍수와 기술의 진화는 인간 두뇌의 처리능력을 넘어서고 있다. 때문에 가치중립적이고 인지주의적인 정보 전달보다 감성적이면서도 구성주의적인 전달 방식을 선호하게 된다. 이에 따라서 사회 각 분야에서 디지털 패러다임에 맞는 스토리텔링의 수요가 급증하고 있다.

이에 광주전남의 문화 원천소재를 새롭게 발굴하고, 기존에 활용된 원천소재를 창조적인 문화콘텐츠로 재활용하기 위한 정책을 마련하고자 하는 포럼에서 4차 산업혁명시대의 광주전남 문화콘텐츠산업 진흥 정책을 제시하는 것으로 토론의 소임을 다하려 한다.

지역문화자원 활용은 문화콘텐츠를 "누구나, 언제나, 어디서든, 함께 즐기고 새로운 '먹거리'.'일거리'로 활용하기 위한 정책전략"이여야 한다. 일상에서 누리는 향유자 중심의 문화콘텐츠, 지역을 발전시키고 활성화하는 문화콘텐츠, 유기적이고 주

제가 있는 문화콘텐츠, 규제보다는 진흥 중심의 품격 있는 문화콘텐츠 정책을 만들어가야 한다.

첫째, 이야기산업을 체계적으로 지원하기 위한 거버넌스 체계의 구축 및 환경인프라 조성을 적극 추진해야 한다.
- 창작에서 소비까지의 전 생애주기에 대한 체계적인 구조화를 실현하는 동시에 다양한 분야와의 융합을 촉진할 필요
- 중앙정부가 중심이 되어 추진하는 문화자원(예술, 문화재, 관광, 콘텐츠)정책에서 중앙과 지방이 협력하는 문화자원 활용정책으로 지역 경제를 활성화
- 지역문화자원을 자연스럽게 향유하여 관심을 제고하고, 지역문화자원 활용 기반이 강화되는 선순환 구조를 확립

둘째, 지역의 유·무형 자원, 콘텐츠·관광·예술 등의 유관 산업과 연계한 융합생태계를 조성하여 4차 산업혁명 등 사회변화에 대응해야 한다.
- 융합 환경으로 콘텐츠산업과 전통문화의 연계 가능성 확장
- 전통문화 요소를 축으로 한 융복합콘텐츠 지원 사업 개발
- 지역문화자원 활용 사회적 일자리 활성화
- 지역문화자원 활용 콘텐츠 비즈니스 활성화

셋째, 지역문화자원을 활용하여 새로운 '먹거리', '일거리'를 창출할 수 있는 글로컬 콘텐츠 제작지원 시스템을 만들어 한다.
- 지역문화자원 활용 문화기술 개발 및 콘텐츠 제작 지원
- 지역의 전통문화와 관광자원을 활용한 융복합콘텐츠 개발
- 세계인이 공감할 수 있는 스토리텔링지원시스템 구축
- 지역콘텐츠 기업과 수도권(또는 해외) 콘텐츠 기업간의 제휴와 협업을 통해 글로컬 콘텐츠 제작

문화체육관광부는 '우리 역사와 전통, 지역 문화에 기반한 콘텐츠를 만들 수 있도록 자생적인 창작생태계 조성을 위한 '이야기산업 육성 추진계획(2015.8.7.)'을 발표하고 한국콘텐츠진흥원을 통해 '지역스토리랩', '스토리 공모대전', '지역특화 스토리 지원', '스토리 유통 플랫폼' 등을 지원해 왔으며 법제화를 추진 중에 있다.

이제 이야기산업은 중앙 차원의 과제이거나, 이미 타 지자체에서 선점한 사업아이템이 대부분으로, 광주전남은 정부가 추진하는 지원사업 외에 자체적인 독창적인 이야기산업을 육성하는 것이 필요하다. 이를 위해서 콘텐츠산업의 뿌리에 해당하는 이야기산업에 대한 구체적이고 종합적인 정책을 마련하고, 지역의 이야기를 기반으로 4차 산업혁명 기술과 연계한 새로운 콘텐츠를 개발해 관광·문화산업으로 연계 추진되어야 한다. 유휴시설을 활용하여 창작레지던스 공간을 제공하고 지역문화자원과 관련한 스토리를 발굴하며, 이를 통해 콘텐츠산업의 거점을 확보하는 생태계

조성 전략이 필요하다.

이제는 지역문화자원도 더 이상 사회.경제성장과 동떨어진 것이 아니다. 지역문화자원과 새로운 이야기 자원으로 문화콘텐츠 활용에 있어서 광주전남은 사회.경제 진흥의 일환으로 채택하고 이를 지역성장의 동력으로 만들어야 하며, 어떻게 하면 지역문화자원을 '감성R&D 산업' 으로서 대중들에게 쉽고 친숙하게 다가갈 수 있는 생태계 조성 마련을 궁리해야 한다. 콘텐츠산업계에서는 새로운 IP(Intellectual Property:지식재산권)를 확보하고 향유할 수 있는 창의적 상상력을 가장 명징하게 표현할 수 있는 고민 할 시점이다.

[참고문헌]

◦ 권호영·송진(2016), 융복합 콘텐츠 대두 배경과 진흥 전략, KOCCA포커스 16-01호, 한국콘텐츠진흥원

◦ 김숙·장민지(2016), 모두 IP의 시대:콘텐츠 IP활용 방법과 전략, KOCCA포커스 17-02호, 한국콘텐츠진흥원

◦ 강익희.권호영.김숙·송진.장민지(2016), 인간, 콘텐츠 그리고 4차 산업혁명:변화와 대응, KOCCA포커스 17-03호, 한국콘텐츠진흥원

◦ 장민지.최혁규(2016), 콘텐츠 극화시대, 문화콘텐츠 창작과 향유, KOCCA포커스 17-05호, 한국콘텐츠진흥원

◦ 박치완(2011), "왜 글로컬문화콘텐츠인가?," 『인문콘텐츠』제20호, 9~33.

◦ 이병민(2011), "글로컬라이제이션과 지역발전에 대한 연구방법론 고찰," 『문화콘텐츠연구』제1호.

◦ 이상열(2012), 전통문화산업 융복합 활성화 방안, 기본연구 2012-51, 한국문화관광연구원

◦ 왕치현외(2009), 스토리텔링 저작도구 연구, 한국콘텐츠진흥원

◦ 문화체육관광부(2012.1), 전통문화의 창조적 발전전략: 전통문화의 대중화·현대화·세계화

◦ 한국관광공사(2006.12), 관광스토리텔링 그 빛을 발한다

◦ 한국관광공사(2005), 왜 관광스토리텔링인가?

◦ 한국콘텐츠진흥원(2015), 이야기 유통 플랫폼 체계 구성을 위한 마스터플랜 수립 연구

◦ 한국콘텐츠진흥원(2017), "컨버전스 시대의 트랜스미디어 스토리텔링", 미국 콘텐츠 산업동향(2017년 18호)

◦ 한국콘텐츠진흥원(2017), 이야기산업 활성화를 위한 법제도 연구

◦ 한국문화관광연구원(2015), 지역자원을 활용한 예술관광 활성화 방안

지정토론문 :

‘문화콘텐츠 산업동향과 역사문화자원을 활용한 콘텐츠화 사례’ 토론문

양 균 화

(광주정보문화산업진흥원 콘텐츠사업본부 본부장)

역사문화자원을 활용한 콘텐츠화 협업 방향

양 균 화(광주정보문화산업진흥원)

1. 새로운 플랫폼

■ 문화데이터광장

www.culture.go.kr/data

■ 자멘도

www.jamendo.com

■ 플리커

www.flickr.com

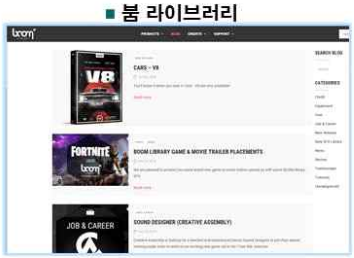
■ 에니그마

www.enigma.com

■ 사운드아이디어

www.sound-ideas.com

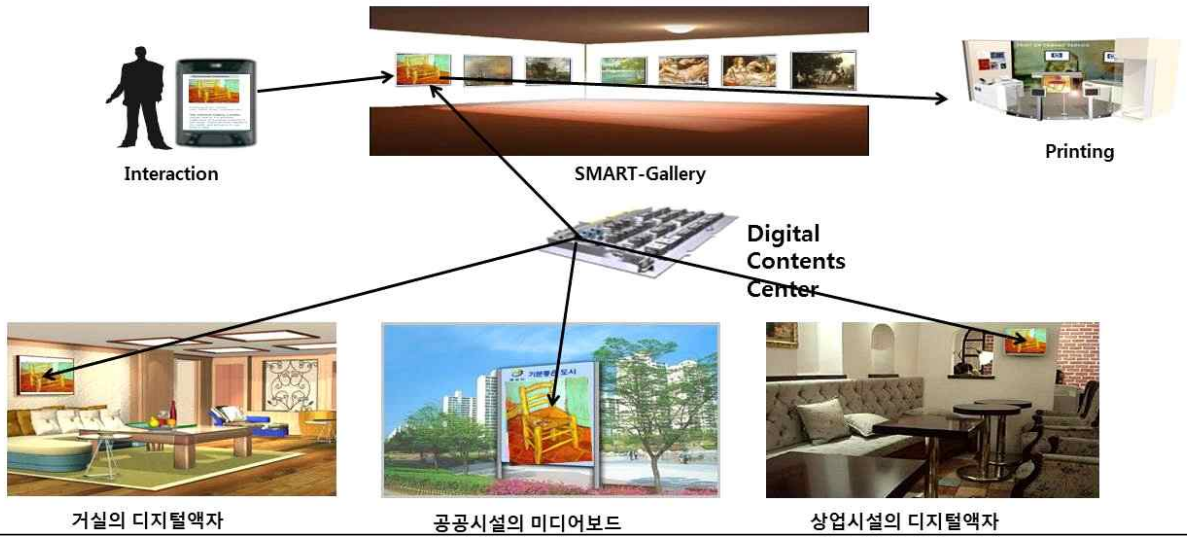
■ 붐 라이브러리



www.boomlibrary.com

2. 새로운 서비스

* 데이터 및 혁신적 아이디어가 집적되는 도시공간에서 신산업 수요 발굴



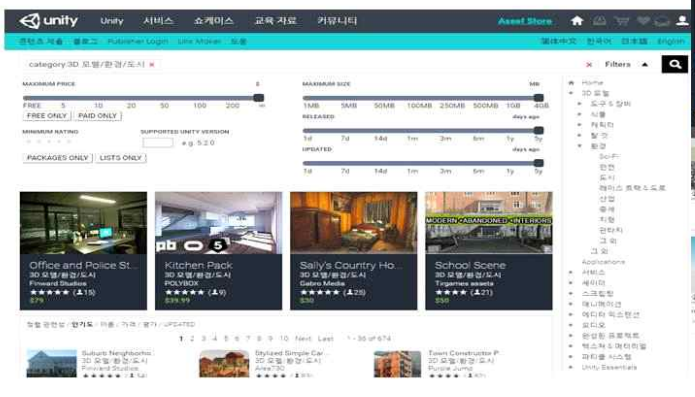
2. 새로운 서비스

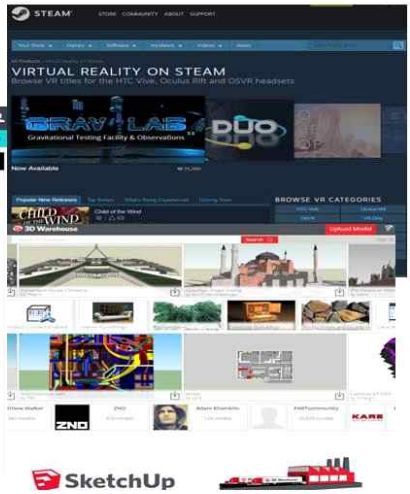
* 가상공간과 물리공간의 동시활용으로 신산업 수요 발굴

3. 협업방향 : 공익형 민간일자리 창출

* 문화데이터를 일반 저작툴에 사용 가능한 형태로 재가공(리사이클/튜닝/업사이클) 후 활용 확대

- 유니티 에셋스토어 : www.assetstore.unity3d.com
- VIVE STEAM 스토어 : http://store.steampowered.com/vr/
- SketchUp 3D Warehouse : 3dwarehouse.sketchup.com





3. 협업방향 : 공익형 민간일자리 창출

* 문화데이터와 민간데이터(기업들에 축적된 리소스)의 실감콘텐츠 전환 및 공유경제 확대

스마트 갤러리 서비스
실감형 뮤지엄/전시 서비스
스마트시티 공공문화서비스
실감형 X콘텐츠 공유활용 서비스
가상도시 플랫폼 활용서비스
사운드 도서관 운영 서비스
디지털 생태박물관 운영서비스

새로운 서비스

새로운 직업군

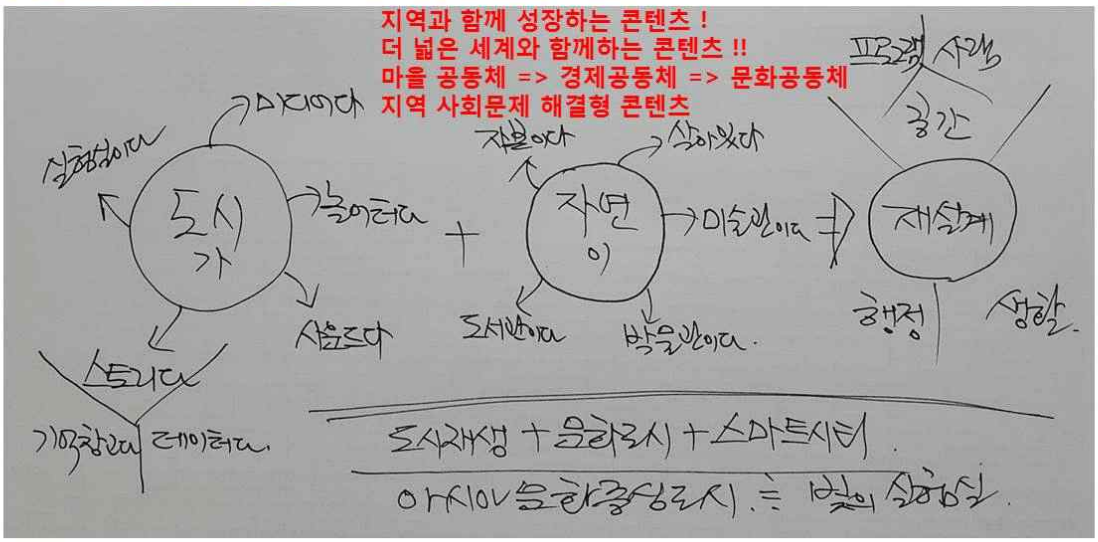
데이터모델러
시각화디자이너
3D비주얼상상가
콘텐츠체험디자이너
콘텐츠IP거래전문가
콘텐츠자동화엔지니어
유니버설인테리어디자이너
가상모델제작시험전문가

3. 협업방향 : 공익형 민간일자리 창출

* 문화데이터를 활용한 신한류 콘텐츠 발굴 및 확산

3. 협업방향 : 공익형 민간일자리 창출

* 문화데이터를 활용한 도시재생 + 스마트시티 킬러콘텐츠 발굴



광주역사문화자원 스토리텔링 구축 사업 개요

광주의 역사와 문화, 자연에서 뽑은 100개의 이야기들을 모아『광주이야기 100선』책자를 발간하여 내어 놓습니다.

우리 지역문화교류호남재단에서는 광주지역의 유·무형의 역사문화자원에 대한 조사연구를 통해 새로운 의미와 가치를 부여하고 시민들의 삶터에 대한 자긍심을 갖기를 바라는 뜻에서 광주광역시의 지원을 받아 '광주역사문화자원 스토리텔링 구축' 사업을 진행하고 있습니다.

이 사업의 최종 목표는 광주에 '역사문화적 상상력'을 입히는 것입니다. 물리적 공간과 역사적 기억 그리고 당대 사회적 풍경이 공존하는 도시를 상상하는 것, 그것은 역사문화적 차원으로 공간을 이해해야 가능하다고 생각했습니다. 도시에 상상력을 불러일으키게 하는 실마리는 결국 먼 곳에 있는 어떤 것이 아니라 우리 주위의 이야기에 있다고 믿고 있습니다.

인간은 구체적인 이야기를 통해 세상을 이해하듯 광주라는 도시도 이야기를 통해 더욱 쉽게 알아갈 수 있습니다. 도시의 이야기가 풍요로워야 시민이 행복합니다. 광주는 많은 이야기를 품고 있습니다. 광주지역의 역사와 문화, 자연과 인물 속에서 뽑은 1,000개의 이야기를 데이터베이스 뽑아 정리하고, 이 가운데 100개의 이야기들을 모아『광주이야기 100선』책자를 지난 2016년에 발간했습니다. 이를 기점으로 광주에 대한 100가지 이야기에서 출발해 더 많은 이야기로 만들어지고 흘러갈 수 있는 출발점이 되었으면 하는 바람이었습니다. 2017년에는 1,000개의 DB와 100개의 스토리텔링 그리고 50편의 웹툰을 담은 홈페이지를 개설했습니다. 올해는 여기에 50편의 웹툰을 더해 웹툰북을 만들 예정입니다. 또한 광주역사문화를 쉽게 이해할 수 있도록 6종의 이야기지도도 함께 만들어집니다.

살아있는 광주의 생생한 역사와 자연 속으로 떠나는 시간 여행에 '광주역사문화자원 스토리텔링 홈페이지(gjstory.or.kr)와 책자가 소중한 길잡이가 되길 바랍니다.

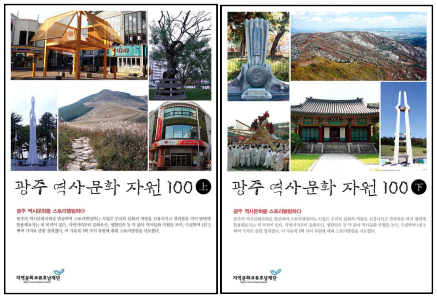
지역문화교류호남재단은 앞으로 기차역의 플랫폼처럼 광주의 다양한 이야기들이 과거와 현재를 넘나들며 모이고 흐를 수 있는 '광주 이야기 플랫폼'을 만들기 위해 다각적인 노력을 기울일 것입니다. 광주지역 역사문화자원 조사 및 발굴을 통한 지역의 숨은 가치를 발견하고, 시민의 역사인식과 문화적 안목을 높이는 한편 창작의 원천소스를 제공하는 역할을 담당해나갈 것입니다.

시민들의 많은 관심과 격려를 부탁드립니다.

광주 역사문화자원 스토리텔링 구축 사업 결과

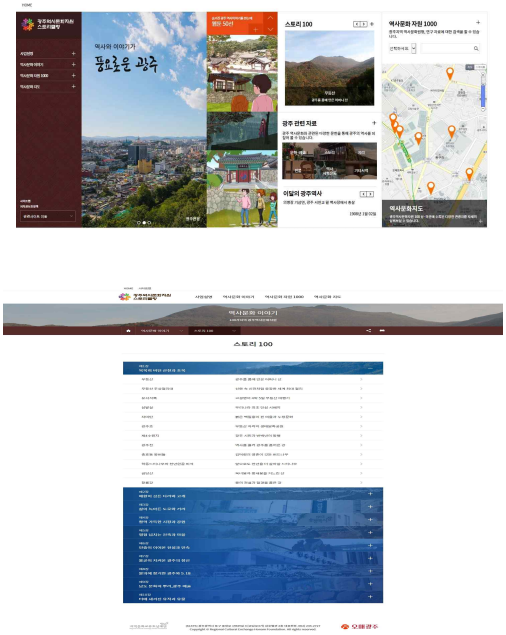
Ⅰ 2016년도 사업

- ❍ 광주역사문화자원 1,000개 목록화
- ❍ 100개의 광주역사문화자원 스토리텔링 책자 1,000부 발간
  - 도서관・자치센터・초중고・각급 기관 및 단체・시민 배포
- ❍ 광주역사문화지도 2종 제작

『광주역사문화자원 100』 상・하권	「광주역사문화지도」,「광주건축문화유산지도」 2종 제작
	

Ⅱ 2017년도 사업

- ❍ 이야기가 있는 광주역사문화 홈페이지(모바일 포함) 구축
- ❍ 대표 이야기 웹툰 50편 제작
- ❍ 광주역사문화자원 백과사전(1,000개의 역사문화자원) DB 구축, 홈페이지 탑재

광주역사문화 홈페이지(모바일 포함)	웹툰 50편 제작(예시)
	

Ⅲ 2018년도 사업

❍ 광주역사문화 스토리텔링 플랫폼 구축(기존 홈페이지 확대 개편)
- 지자체(시청·각 구청), 대학, 교육청, 콘텐츠 업체에 산재되어 있는 역사문화자원 데이터를 협약을 통해 집대성
- 역사문화자원 관련 통합서비스 체계 구축을 통한 자료 공유 및 서비스 제공
- 초중고 역사교육 교재 개발 및 연구자, 문화관광해설사, 시민역사교육 등 맞춤형 서비스 개발
- 홈페이지 서버 용량 확대 및 DB자료의 안정화 구축

❍ 대표 이야기 웹툰 50편 제작 및 웹툰 책자(총 100편) 발간
- 2017년도에 이어 웹툰 50편 제작, 홈페이지와 모바일에서 서비스하고 웹툰 책자 발간, 배포

❍ 광주역사문화지도 시리즈 6종 제작

6종 지도의 주제(예시)	통영 문학지도, 장인지도 예시
<광주 음식문화지도>, <광주 인물도로명지도>, <광주 문화유산지도>, <광주 누정지도>, <광주 전설지도>, <광주 시비 지도> 등 ※ 광주역사문화지도/광주건축문화유산지도 2종 2016년도 개발	

※ 지역문화콘텐츠연구소와 사랑방뉴스룸과 협약을 맺고 광주역사문화자원 스토리텔링 콘텐츠를 공유하고 있으며, 향후 관련 기관과의 네트워크 구축을 진행할 예정이다.

지역문화교류호남재단 **<비매품>**

2018 광주역사문화자원 스토리텔링 구축 포럼 자료집

지은이 . 지역문화교류호남재단
펴낸이 . 지역문화교류호남재단 이사장 백수인
펴낸일 . 2018년 11월 6일
인 쇄 . 밝은인쇄복사(062-524-7671)

※ 이 자료집은 2018 광주역사문화자원 스토리텔링 구축 사업의 일환으로 광주광역시의 지원을 받았습니다.