

제5회 강릉단오제 발전을 위한 축제포럼

강릉단오제 문화콘텐츠 어떻게 꽃피우나

2016년 11월 25일(金) 15:00 | 강릉단오문화관 2층 세미나실



제5회 강릉단오제 발전을 위한 축제포럼

강릉단오제 문화콘텐츠 어떻게 꽃피우나

제 1 부

사회 : 김동찬 (사)강릉단오제위원회 상임이사

15:00 ~ 15:10

개 회 식

- 인사말 : 조규돈 (사)강릉단오제위원회 위원장

제 2 부

사회 : 김동찬 (사)강릉단오제위원회 상임이사

15:10 ~ 16:10

주제 발표

제1주제

- 강릉단오제 문화콘텐츠 기획

조해진 가톨릭관동대학교 미디어창작학과 교수

제2주제

- 강릉단오제 문화콘텐츠 제작 - 타축제 콘텐츠 제작 사례를 중심으로 -

남한길 EBS 글로벌사업부 부장

16:10 ~ 16:30

휴 식

제3주제

- 강릉단오제 문화콘텐츠 마케팅 - 타축제 콘텐츠 마케팅 사례를 중심으로 -

강선영 (주)에스와이코마드 대표이사

17:00 ~ 18:00

종합토론

- 유경숙 세계축제연구소 소장

- 김기혜 웹툰 작가

- 함 식 강릉과학산업진흥원 정보문화사업단 팀장

- 고은채 글찬마루 대표

제1주제

강릉단오제 문화콘텐츠 기획

조해진 가톨릭관동대학교 미디어창작학과 교수

강릉단오제 발전을 위한 축제포럼

강릉단오제 문화콘텐츠 어떻게 꽃 피우나?

-CT를 활용한 강릉단오제 문화콘텐츠 기획-



- 가톨릭관동대학교 미디어창작학과장
- 교수 조해진

CT(Culture Technology) 현황



- **Culture Techonolgy**: 문화산업기술이라고도 하고, 영문의 머리 글자를 따서 CT라고도 함.
- 이 용어는 국내에서 만들어진 것으로서 세계적으로 통용되지는 않음.
- 그 의미는 좁게는 문화콘텐츠를 디지털화 하는 기술을 뜻하며, 넓게는 문화예술·인문사회·과학기술이 융합하여 인간의 삶의 질을 향상시키고 더 나은 방향으로 변화하게 하는 기술을 뜻함.
- 국가 산업기술표준과 과학기술개발계획에 IT, BT 등과 함께 등록됨



콘텐츠 상품 아이디어

T 소셜	1. SNS Relationship 플랫폼 / 2. 한류 컴퍼티션 플랫폼
	3. 한류 트레이닝 플랫폼 / 4. Personal-casting(1인방송+SNS의 결합)
	5. 참여형 정치 플랫폼
	6. 시물렉스 아레나 (재난피해상황대피시스템, 가상 AI 시스템)
	7. User-See-Experience
	8. SN CyberExperience(소셜 네트워크와 결합한 사이버 체험형 콘텐츠)
	9. SN(Social Networking) Cyber 러닝머신
	10. SN Cyber 실내자전거
	11. SN Cyber Cosmos(SN 사이버 우주여행)
	12. Social-music-Collaboration(가상공간의 합주, 연주)
	13. One Story Multi Story - OSMS / 14. SNS 공연시스템 / 15. SNG 소셜 네트워크 게임
	16. 클라우드 크리에이티브 플랫폼(Cloud Creative Platform)
	17. 3D 멀티 복합형 공연시스템(3D 홀로그램 등 첨단 기술이 접목된 공연 시스템)
i 사피엔스	18. Next SNS (멘토와 멘티의 사이트)
	19. CSS(contents service system, 소셜 네트워킹 시스템을 통해 콘텐츠를 제공하는 새로운 커뮤니케이션 서비스)
	20. SNS 드라마 로드 / 21. Dream Mento's
	22. Die Alone(고독사) 콘텐츠 플랫폼 / 23. 케어 코치 시스템(건강 관리 및 지도 시스템)
	24. 라이프 매니지먼트(건강 생활 관리 및 지원 시스템) / 25. 환자 맞춤형 감성 시스템과 힐링 스페이스(Healing Space)
	26. 한국 음식에 대한 콘텐츠 / 27. 질병예방 게임 플랫폼
	28. Third Life(지구촌의 가상 재국) / 29. 개인화 제조 혁명(누구나 창의적인 제품을 만들어 쓰거나, 자신이 만든 것을 직접 판매하게 되는 제조 2.0 시대)
	30. 소셜 웹 유통혁명 / 31. 프로슈머 플랫폼(제품 개발 단계에서부터 소비자가 참여해 소비자의 아이디어를 반영하여 제조하는 플랫폼) / 32. 다중 에이전트(AI) 서비스 시뮬레이터 시스템
	33. 게이미피케이션 상품(Gamification, 치료, 학습 등에 재미를 접목한 상품)
	34. 인공지능(AI) 챗 / 35. 뇌 과학 관련 '뉴로틀' 게임 및 힐링 기기
	36. 반기술적 경향의 문화관광 콘텐츠 상품(템플스테이)
	37. 문화 콘텐츠(스토리텔링 등) 인스티튜트(교육사업)
	38. D- STRICT 3D 공연 커뮤니케이션 / 39. 글로벌 스타탄생 플랫폼
N 르네상스	39. tree-plant(나무심기게임) / 40. 에너지 절감 하이브리드 시스템
	41. PSS(Product service system, 제품 서비스 융합 시스템)
	42. 웰빙 플랫폼 / 43. 유니버설 시스템(장애, 국적, 성별, 연령 등과 상관없이 누구나 쉽게 접근하고 편리하게 이용할 수 있는 시스템)
	44. 무기술 시스템 / 45. 자연회귀 플랫폼
	46. 가상 체험형 노래방 / 47. 디드젯(did jet)류 CSS(contents service system)
	48. 스포테인먼트(Spo-tainment) / 49. 가상 대추릴 익스피리언스(가상현실 자연 체험)
	50. 오픈형 게임 생태계 플랫폼 / 캐주얼 게임

이슈가 되고 있는 주요 CT

VR



3D프린터



드론



AR



홀로그램
무대



스포테인
먼트



AI



VR(Virtual Reality)

VR의 개념



가상현실(Virtual Reality, VR)

컴퓨터로 만들어진(실제는 존재하지 않는) 가상의 환경에서 마치 실제 상황인 것처럼 사용자에게 경험을 제공

• 디스플레이 변화로 VR 기술 발전



평면 Display



360도 Display

• VR(가상현실)의 주요 특징

가상체험



마치 자신이 가상공간에 있는 듯한 경험 가능

몰입감



실세계와 같은 360도 공간 안에 가상의 세계가 펼쳐져 몰입감 배가

상호작용



나 자신 ↔ 가상 캐릭터
감정, 교감 등 인터랙션



VR(Virtual Reality)-산업현황

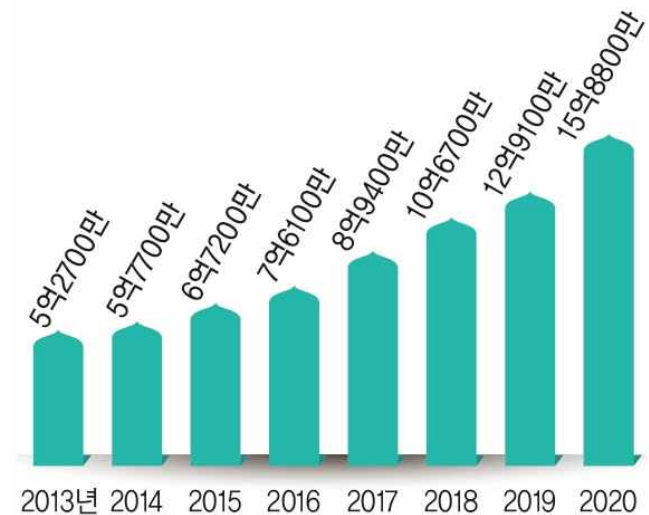
3D VR기술 유망 산업분야

활용분야	세부내용
엔터테인먼트 분야	■ 신기술 접목형 체험 프로그램으로서, 과학관, 전시관, 테마파크, 박물관 등에서 활용 ■ 장시간 운영이 필요하며 대부분 본체 연결용 제품이 주로 활용되고 있음 ■ 기존의 고정된 동·식물 전시물을 살아 움직이는 전시물로서 알바꿈 ■ 멸종된 동·식물 또는 고생대 동·식물 관찰 ■ 전국 시·도 과학관 및 테마파크 등을 대상으로 신규 시장 창출 가능
교육 분야	■ 교실 내에서 학생 스마트폰을 활용한 스마트러닝 형태로 활용 ■ 기존 동영상 위주 시청각 자료가 점차 3D VR 형태로 발전해 나갈 것으로 예상 ■ 지구과학 및 생물 교과 수업에 적용 ■ 역사 및 지리 교과 수업에 적용 가능 ■ 종이나 공판지를 이용해 저렴한 3D VR 제품을 직접 만들어 보는 체험 활용 가능

자료:전자정보통신산업진흥원

커지는 가상현실 콘텐츠 시장

단위: 달러



*2014년부터는 전망치.

자료:Markets and Markets



VR(Virtual Reality)-산업현황

세계 IT흐름을 선도하는 기업들이 대거 가상현실기술 개발업체 인수/ 협업

페이스북 "오쿨러스" 인수
(약 2조5천억원)

facebook



Microsoft
"Room Alive" 발표

애플 "프라임센스" 인수
(약 3,450억원)



SAMSUNG

Oculus VR

Oculus VR社와
기술 협업 및 Gear VR 공동 개발

Google

구글 "매직리프" 인수
(약 5,720억원)

SONY

"모피어스" 발표

글로벌기업들의 가상현실(VR)주요 사업동향

회사	VR사업 관련 동향
삼성전자	지속적으로 기어VR 발표, 가격절반으로 내리며 대중화 이끌어 뉴욕에 가상현실 전용 스튜디오 열 계획
구글	VR 관련부서 신설 카드보드 외 새로운 기기 개발 예정, 관련인재 영입
애플	가상현실(VR)과 증강현실(AR) 연구 분야 1인자인 더그 보우만 영입



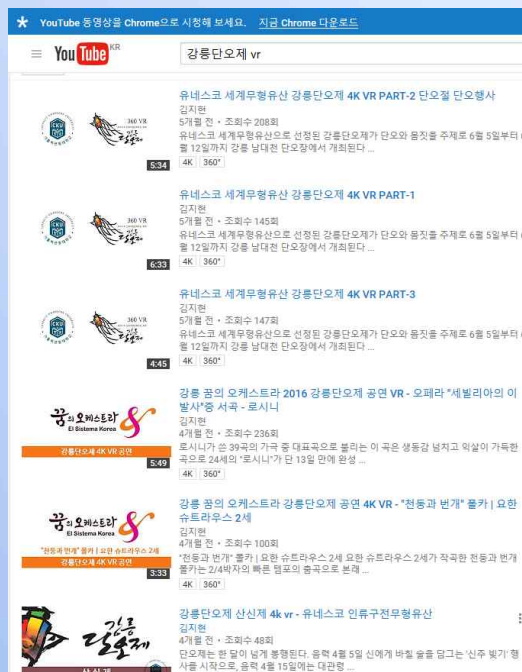
CT를 활용한 강릉단오제 문화콘텐츠-VR

VR

- 기록영상 : 매년 개최되는 강릉단오제 행사를 기록, 공유
- 체험영상 : 강릉단오제 현장에 직접 오지 않아도 실감형 체험

기록영상

- 무형문화유산인 강릉단오제의 기록
- 강릉단오행사 온라인 공유



체험영상

- VR은 대표적 실감형 미디어
- VR기기 및 관람환경은 이미 상용화 단계
- 온라인을 통한 시공간 초월적 체험
- 오프라인 VR체험존을 통한 관광유입효과
- VR은 차세대 교육환경으로 널리 인식됨

강릉단오제 VR콘텐츠 사례

기록영상



관노가면극



꿈의 오케스트라



강릉단오제 VR콘텐츠 사례

체험영상

- 오프라인 현장체험 : 테마파크형(중/소/대)
- 온라인 가상체험 : 유튜브 등 VR플랫폼

“Jurassic World: Apatosaurus” VR 영상(좌)과 영화 “Wild”의 VR 체험 영상(우)



출처: Felix & Paul Studios

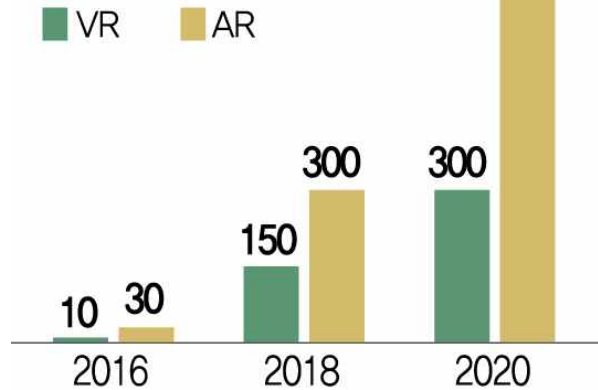


AR(Augmented Reality)

AR: 실세계에 3차원의 가상물체를 겹쳐서 보여주는 기술을 활용해 현실과 가상환경을 융합하는 복합형 가상 현실

AR·VR 시장 규모 전망

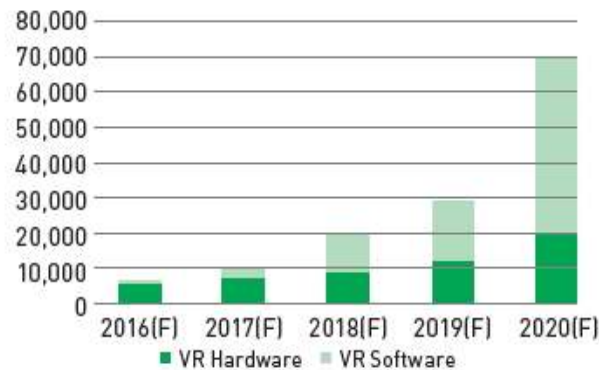
(단위: 억달러)



자료 : 디지캐피탈(digi-capital)

〈그림 1〉 Global VR Market Value⁽¹⁾

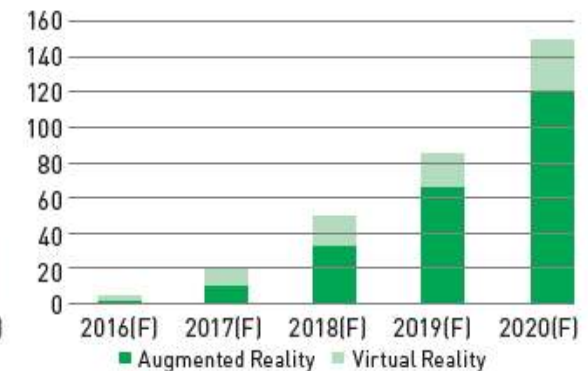
Figure : Global VR Market Value, 2016~2020
Unit : US\$ Million



Source : TrendForce, Dec., 2015

〈그림 2〉 AR/VR Revenue Forecast⁽²⁾

Augmented / Virtual Reality Revenue Forecast (\$B)



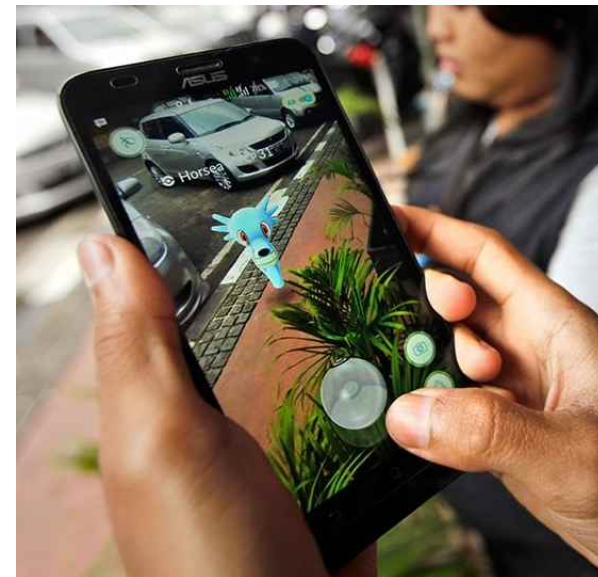
AR 활용사례



CT를 활용한 강릉단오제 문화콘텐츠-AR

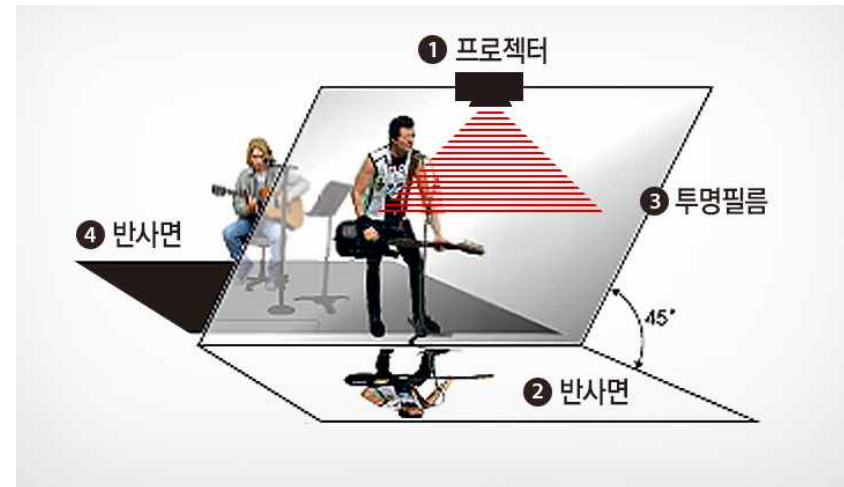
AR

- 게임 : ‘포켓몬 고’ 와 같은 증강현실형 게임 개발
- 이벤트 : ‘잉그레스 서울’ 행사처럼 집단형 오프라인 게임 구축(단오행사)



홀로그램 무대(Hologram Stage)

- 홀로그램 무대 (hologram concert 혹은 virtual concert)는 가수들이 직접 출연하지 않고 3차원 홀로그램 기술을 이용해 실제로 무대 위에서 공연하는 것처럼 연출한 것



홀로그램 무대 사례



- **집단 콘텐츠 개발, 소비 플랫폼 (Collective Contents Developing Platform)** | CNS, 라이프 3.0은 기본적으로 가상세계에 현재 인맥추천기술 기반의 SNS가 갖고 있는 관계맺기 기능을 계승하고 또 발전시켜 가상세계의 네트워킹에서 새로운 콘텐츠와 상품을 개발해 내는 꿈의 공장을 만들고 이를 통합적 클라우드 아이디어를 집단적으로 생산하고 소비하는 시장을 만들어 냄.
- **집단 콘텐츠 플레이 그라운드 (Collective Contents Playground)** | '플레이 그라운드'를 열어주는 것 또한 라이프 3.0이 갖는 기능 중 기존 SNS와 차별화되는 가상세계 기반 기술임. 현실 세계의 여러 가지 엔터테인먼트 공간을 제공해 문자를 통한 교류를 넘어서게 됨. 함께 노래하고 간단한 공연을 하기도 하며 스포츠를 즐기기도 하는데 이것은 1인 세대의 폭발적 증가로 인한 '고독사회'의 도래 가상세계의 엔터테인먼트적 기능을 확대하게 함.
- **가상 OOH 광고 스페이스 (Cyber Out of Home Advertising Space)** | 라이프 3.0은 또한 오프라인에서 해결하던 일을 SNS에서 해결할 수 있도록 돕게 됨. 가령, 쇼핑, 교육, 커뮤니티, 관광, 정보 습득 등의 해결이 가능해짐. 입점된 자동차 회사, 금융사, 학교, 쇼핑몰 등을 돌며 사이버 친구와 함께 습득하고 쇼핑하고 배울 수 있게 됨. 이 공간에 기업들의 광고를 수수함으로써 새로운 수익원을 창출 -문화기술전망수립연구, 2011

CT를 활용한 강릉단오제 문화콘텐츠-홀로그램 무대

홀로그램
무대

- 공연 : 단오관련 공연콘텐츠(상설공연 및 무대활용 용이)
- 곳 : ‘굿당’ 이외의 장소에서 실감형 굿판 재현



2015 무형문화재 전수교육관 활성화사업

"신명나는 단오 세상 만들기"

다노네 다노세

천년의 강릉단오제
매월 **넷째주 토요일**
상설공연으로 펼쳐집니다.



일시 | 2015
4.25 | 5.23 | 6.27 | 7.25
9.19 | 10.24 | 11.28
(토요일) <16:00>

장소 | 강릉단오문화관 (공연장)

주최 | 문화재청 강원도 강릉시

주관 | 시강릉단오제보존회

문의 | 사)강릉단오제보존회
033-643-1301 / www.danoje.or.kr



첫째 CT의 발달로 변화하는 문화콘텐츠 수용환경을 고려한 기획

CT의 발달로 변화하는 문화콘텐츠 수용환경을 고려한 기획



mobidays × **MOBI INSIDE**

Copyright © MOBIINSIDE Co., Ltd. All Right Reserved.

Korean Virtual Reality Landscape

PLATFORM

- YouTube, NAVER tvcast, Vercas
- Amazon, oksusu, MILK VR
- GOMTV, TV MEGABYTE, olleh tv
- BORD, App Store, Google play, PC
- oculus, Gear VR, f

CONTENT

- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver
- Vercas, Naver, Vercas, Naver

CAMERA & MOUNT

- SAMSUNG, moovr
- Google Cardboard camera
- LG, BORD

SOFTWARE

- FXGear, GAUDI, BORD
- clicked, visualcamp
- BinaryVR, POCKET MIRROR

HMD

- SAMSUNG
- visualcamp
- NOON
- LG, BORD

CONTROLLER

- SAMSUNG
- POLARIANT

If you have any questions, please reach out to sy.shim@mobidays.com / sy.shim@mobinside.com

CT를 활용한 강릉단오제 문화콘텐츠 기획방안

둘째

방문 및 관광 활성화를 위한 체험형 환경 조성



CT활용
참여/체류형
콘텐츠

랜드마크 구축

강릉단오제
방문객 증가
체류시간 증가

문화활성화
소비활성화
(도시브랜드)

- 지역주민 참여
- 방문객 소통
- 축제행사 정체성

- 지속가능한
스토리텔링

- 문화인프라 확대
- 주변 연계 문화
시설 확대

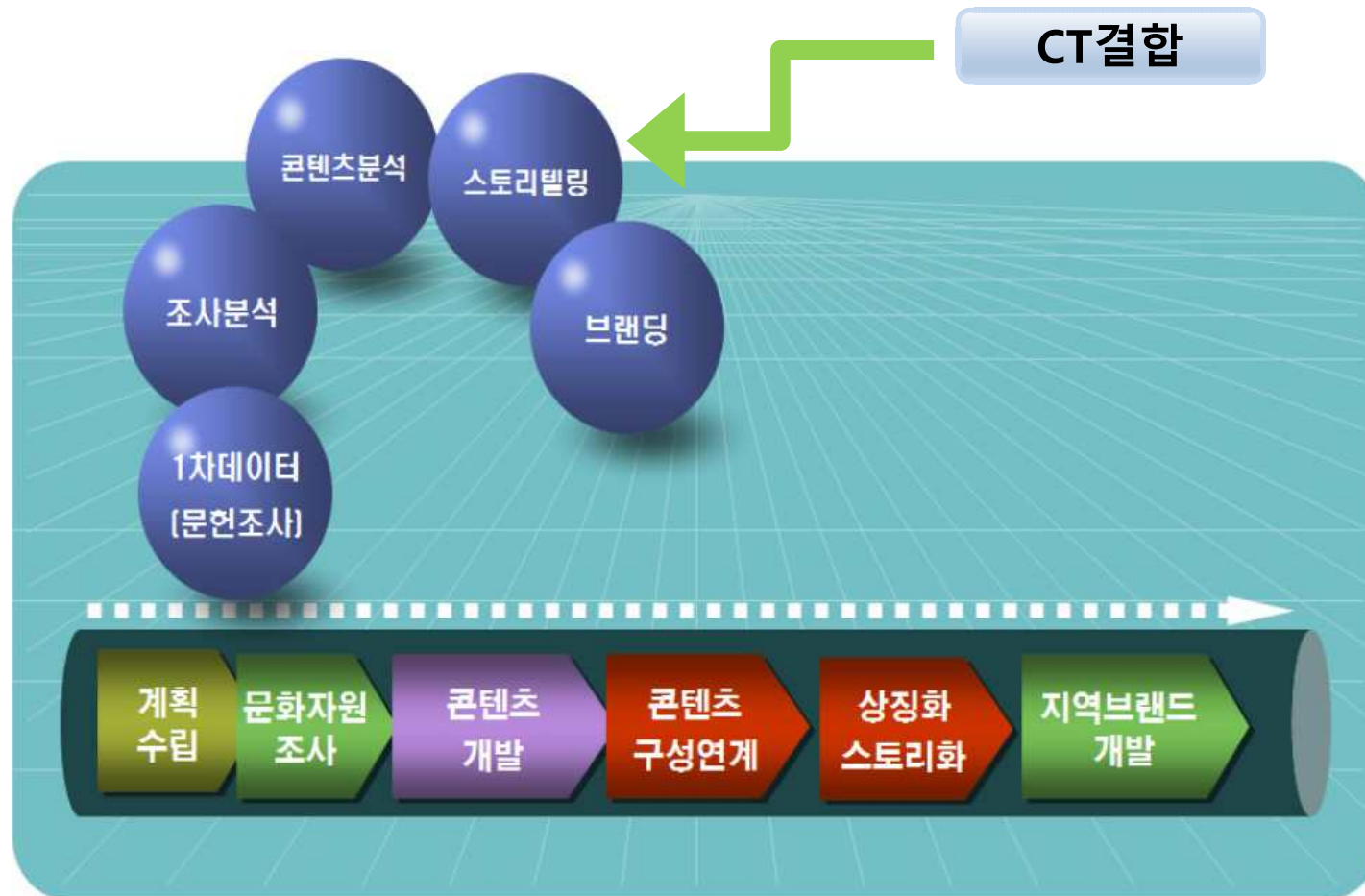
- 지역경제 활성화
- 고용창출



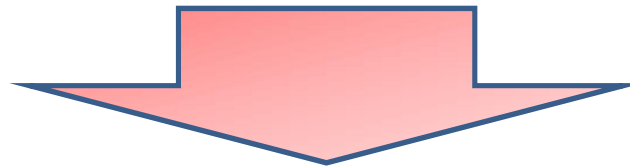
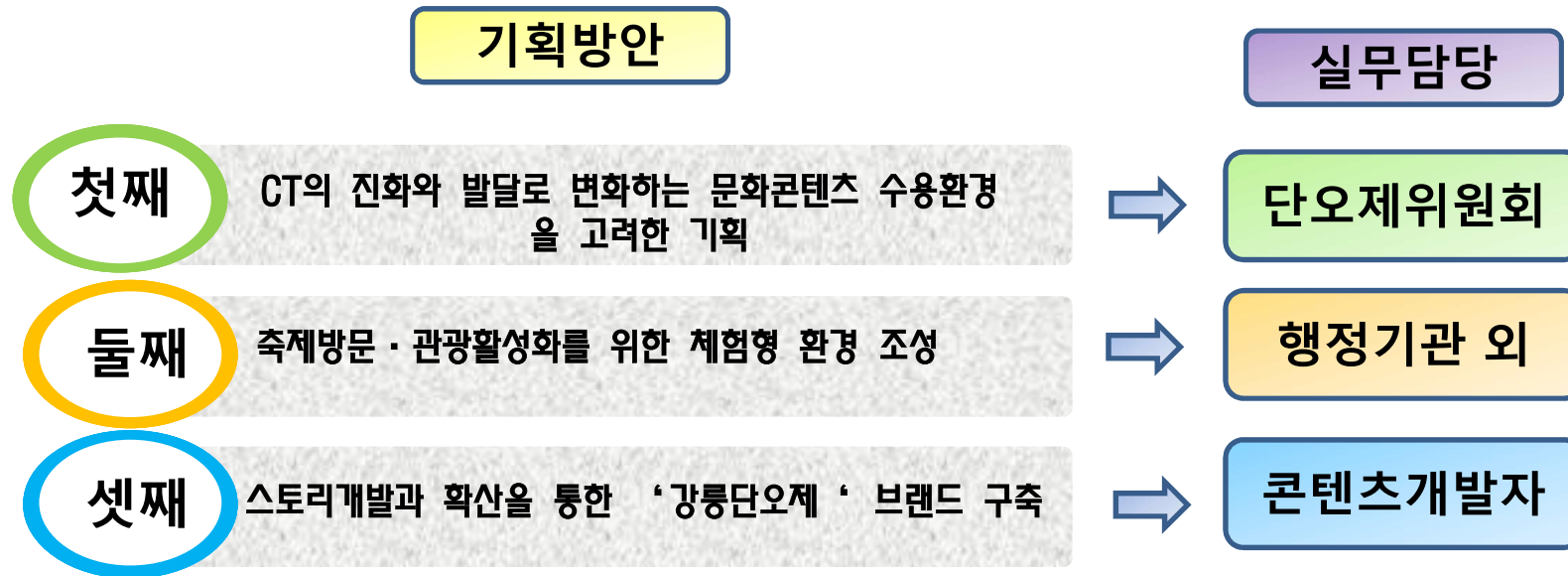
CT를 활용한 강릉단오제 문화콘텐츠 기획방안

셋째

스토리개발과 CT적용을 통한 ‘강릉단오제’ 브랜드 구축



결론



- 강릉단오제 브랜드화
- 강릉시 도시브랜드화



Q & A

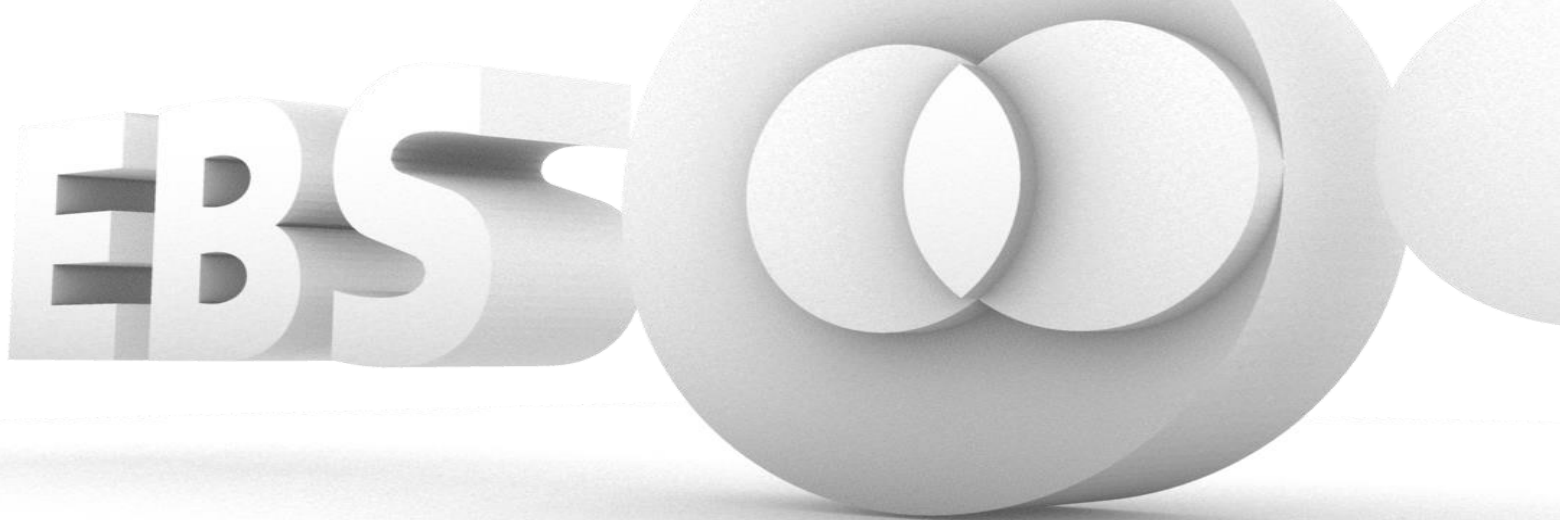


제2주제

강릉단오제 문화콘텐츠 제작

- 타축제 콘텐츠 제작 사례를 중심으로 -

남한길 EBS 글로벌사업부 부장



25 NOVEMBER 2016

강릉단오제 문화콘텐츠 제작

- <꼬마버스 타요> 공동제작 사례를 중심으로



TAYO

Five year old boy
Cheerful and
optimistic New bus
with a strong sense
of curiosity



LANI

Five year old girl
A sweet and
adorable young girl
bus who's easily got
scared



ROGI

Five year old boy
A lively young bus
full of enthusiasm
who likes showing
off



GANI

Five year old boy
An introverted,
thoughtful young bus
who is mature for his
age



CITU

Mentor of little buses
A trusty double-decker
tour bus who looks out
for the young buses



ANIMATION



Title	Tayo the Little Bus
Genre	Edutainment TV Animation Series
Format	S1 : 15min X 26eps S2 : 15min X 26eps S3 : 15min X 26eps S4 : 15min X 26eps Sing along with Tayo : 5min X 13eps
Target	Main : 3~7 Preschoolers / Sub : Parents of Preschoolers
Producer	ICONIX / EBS / SEOUL
Initial broadcasting	Season 1 - EBS(Free TV) from 2010 August Season 2 – EBS(Free TV) from 2011 November Sing along with Tayo – EBS(Free TV) from 2013 August Season 3 – EBS(Free TV) from 2014 February Sing along with Tayo S2 – EBS(Free TV) from 2015 September Season 4 – EBS(Free TV) from 2016 August
2016 New	2016 January - Tayo Movie launched

ACCOMPLISHMENT



ACCOMPLISHMENT

TAYO has been exported to 22 countries



ACCOMPLISHMENT



You Tube

2015 상반기 국내 키즈 채널별 대표 인기 영상 Top 10

- 1 장난감 리뷰: 꼬마버스 타요 미니친구들 자동차
- Nao Disney Toys
- 2 장난감 리뷰: 꼬마버스 타요 중앙차고지 주유소
- 토이푸딩 TV
- 3 최강전사 미니특공대 1화, 새로운 영웅들
- 삼지애니메이션 콘텐츠
- 4 꼬마버스 타요 Full Episodes E17-19 (6/8)
- 타요 (Tayo)
- 5 [뽀로로와 노래해요 2기 전편] 40분 연속보기
- 뽀로로 (Pororo)

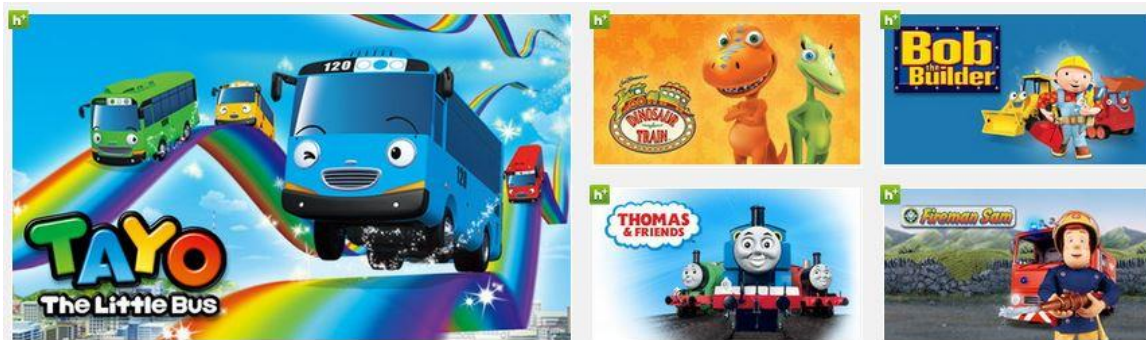
1.5B Views

1.3M
Subscribers



106,140,545

ACCOMPLISHMENT



#1 Among Vehicle Animation!

The preschool series that they're now carrying, **Pororo and Tayo the Little Bus**, both from ICONIX in Korea, are **currently outperforming most of the preschool shows** on the big U.S. cable channels.

"We expected Pororo to do well because it's a well-known property, but we were surprised by the success of Tayo the Little Bus since no one in North America had ever heard of it," **Hulu director said**. "Tayo showed us that we can now successfully launch a kid's brand on HULU in the U.S. all by ourselves."

-October 15, 2013 by Josh Selig from KidScreen-

Period : 2013. 5. 19~2016. 7. 22				
Property	2016 Q1 (1/1 ~ 3/31)	2016 Q2 (4/1 ~ 6/30)	2016 Q3 (7/1 ~ 7/22)	accumulated Views
	Views	Views	Views	Views
Tayo Season 3	6,391,945	5,569,605	1,226,625	63,674,611

MERCHANDISING



Launched about **1,000** Different products since January 2010



★
TAYO BED LATEX
TYPE



EVENT & MARKETING ACTIVITIES



BIRTH BACKGROUND of TAYO



2008

TAYO

5min X 5eps



2010

TAYO

15min X 26eps



ACHA



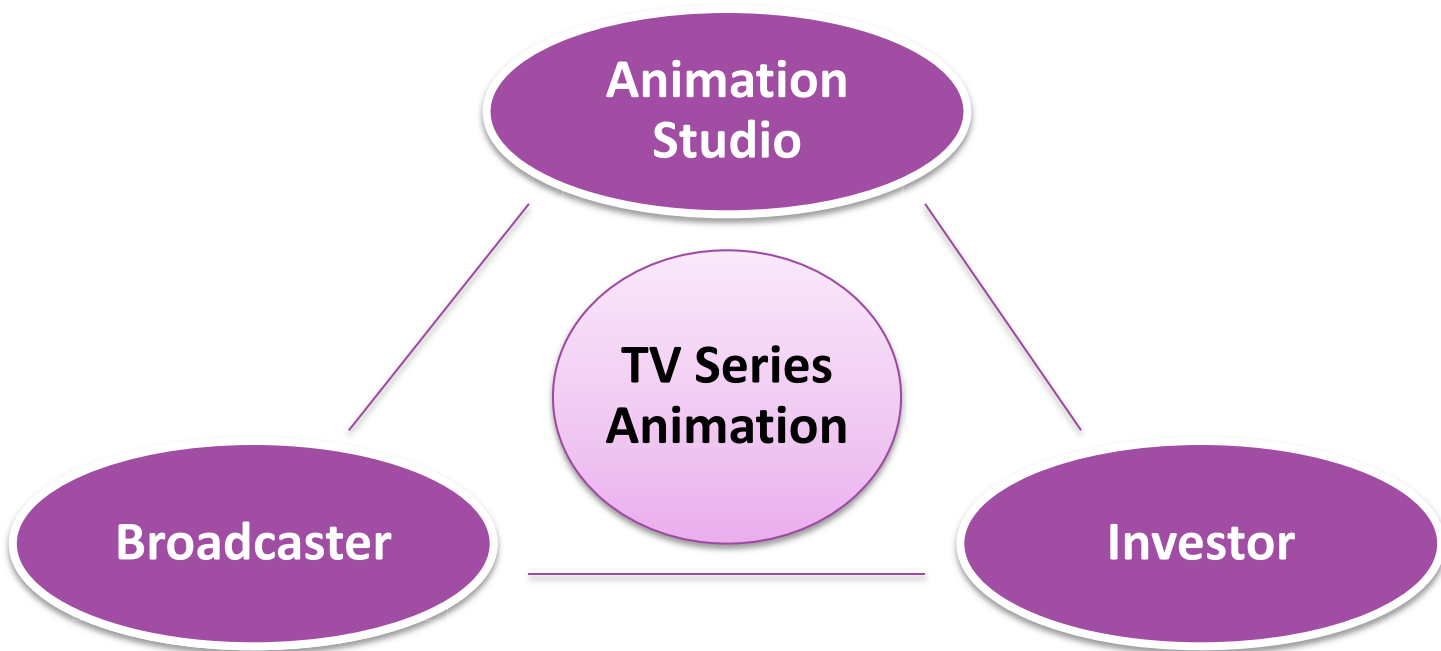
NARAE



LANI



ROGI



PRODUCTION



Contest ①

• 주관 : 서울시



Contest ②

• 주관 : 서울시, EBS



스튜디오 홀호리(주)
Studio Holhory co.,ltd.

Co-production



서울특별시



PRODUCTION



© ICONIX / EBS / SEOUL

Animation
Studio

Broadcaster

Investor

ICONIX



서울특별시

PRODUCTION



BUDGET



© ICONIX / EBS / SEOUL

Animation
Studio

ICONIX (63%)

Broadcaster

EBS  (20%)

Investor

 (17%)
서울특별시

PRODUCTION



WORKFLOW



© ICONIX / EBS / SEOUL

Development

Pre Production

Main Production

Post Production

Licensing

ICONIX

EBS



서울특별시

ICONIX

EBS



STUDIO GALE
Delightful Animation

EBS



STUDIO GALE
Delightful Animation

ICONIX

SUCCESS FACTOR



ICONIX

Development / Production
Licensing / Marketing



Development / Production
Broadcasting / Marketing



**Development
Marketing**

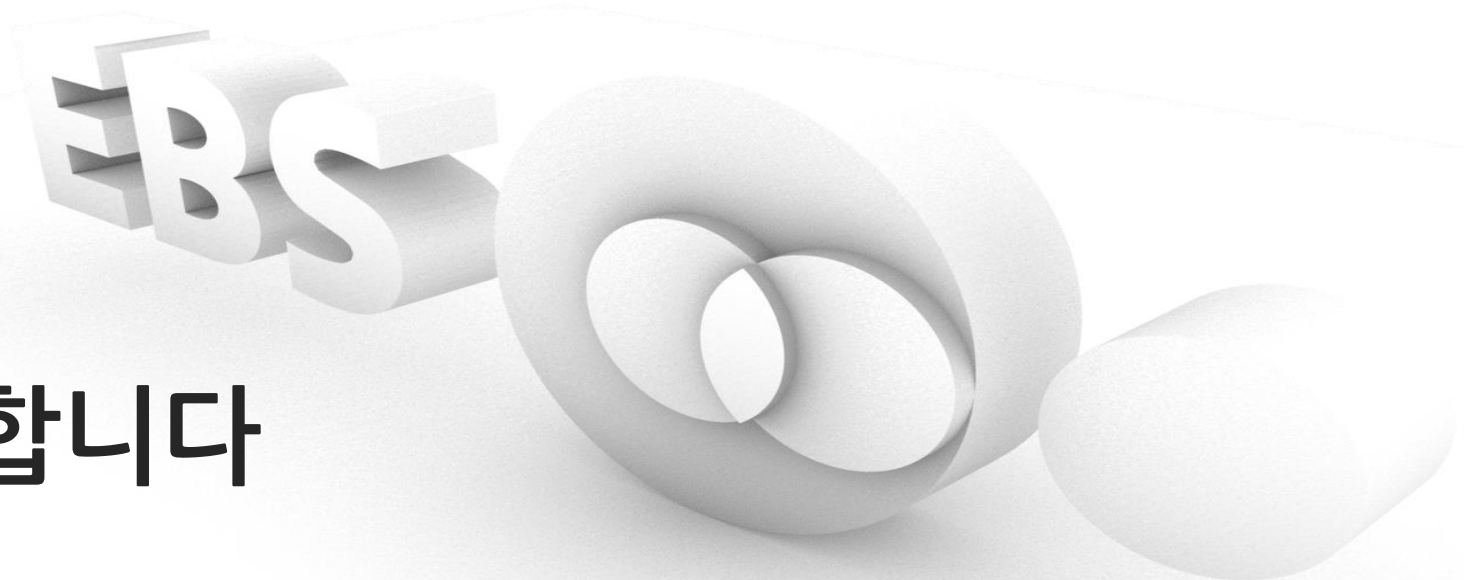
남한길 PD

글로벌사업부장

Tel) +82 2 526 3973 Mob) +82 10 5473 1970

e-mail) hknam@ebs.co.kr

감사합니다



제3주제

강릉단오제 문화콘텐츠 마케팅

- 타축제 콘텐츠 마케팅 사례를 중심으로 -

강선영 (주)에스와이코마드 대표이사

문화 콘텐츠의 해외시장진출

- 사례중심으로 -

(주)에스와이코마드

1. 공연사례 - 난타

- 1997년에 제작(프로듀서 송승환) : 동송아트홀에서 초연
- 기획단계부터 해외시장을 겨냥해서 만든 공연
- 공연의 모티브 : 사물놀이와 어릴 적 엄마의 밥하는 소리(부엌의 도마소리)에서 연상하여 만들어진 전통과 현대의 최초 융합 콘텐츠
- 1999년 에딘버러프린지페스타발에서 첫 선을 보인 이후 해외시장으로 널리 퍼져나감
- 2000년 7월 1일 - 난타 전용관(한국 뮤지컬 전용극장 시대개막)- 외국인관광객 표적
- 2015년 한국 1000만관객돌파 해외 300만관객
- 전세계 54개국 305개도시
- 최근 2016년 11월 미얀마공연하고 세계 오픈런 중이다.



난타 소개

* 언버벌 공연

NANTA는 언버벌 공연으로 리듬과 비트, 상황만으로 구성된 작품입니다. 따라서 언어의 장벽으로부터 자유로울 수 있기 때문에 전 세계 남녀노소 누구나 함께 즐기고 공감할 수 있다. 이는 난타가 국제적으로 뻗어나간 힘의 원동력이기도 하며, 나라 간 민족 간의 문화적 이질감을 탈피하여 세계시장으로 진출할 수 있는 좋은 기회가 되기도 한다.

* 전통 리듬

NANTA는 한국 전통 음악에 현대 음악을 더해 관객들에게 특별함과 친숙함을 모두 경험할 수 있도록 하였다.

* 드라마

기존의 Non-Verbal 작품들은 리듬과 비트의 끊임없는 반복으로 단조로움을 주어, 쉽게 그 매력을 잃어버리는 단점이 있다. 반면 NANTA는 주방이라는 보편적인 공간을 무대로 설정하고, 드라마틱 요소를 대입시켜 누구라도 신명 나고 즐겁게 관람할 수 있도록 한 훌륭한 작품이다.

* 관객 참여

NANTA의 관객은 직접 무대에 오르고 쇼에 참여할 수 있다. 관객들은 깜짝 전통혼례의 신랑신부가 되기도 하고, 만두 싸기 게임에서 열심히 경쟁을 하기도 하며, 배우와 함께 하나의 리듬을 만들어내기도 한다.

* 시놉시스

요리사가 주방에서 야채를 나르고 주방기구를 정리하며 하루 일과를 시작한다. 이때 등장한 심술기 가득한 지배인은 예정에 없던 결혼 피로연 음식을 저녁 6시까지 모두 만들어 놓도록 명령한다. 게다가, 자신의 철부지 조카까지 데려와, 요리기술을 가르치며 함께 준비할 것을 요구하고 사라진다. 음식이 만들어지고 웃는 얼굴과 재미있는 요리로 무대와 관객이 하나가 된다. 주어진 시간은 제한시간 저녁 6시! 요리사들은 음식 준비를 제시간에 마칠 수 있을까?

* 캐릭터

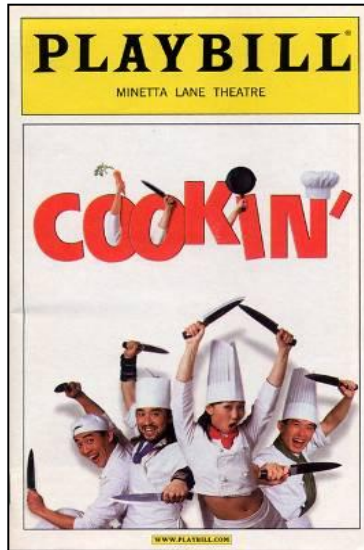
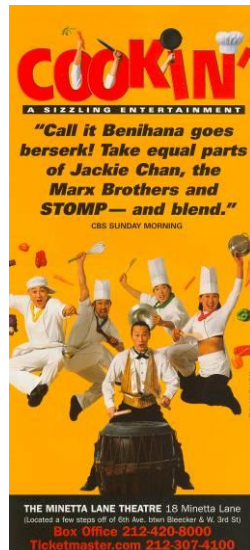
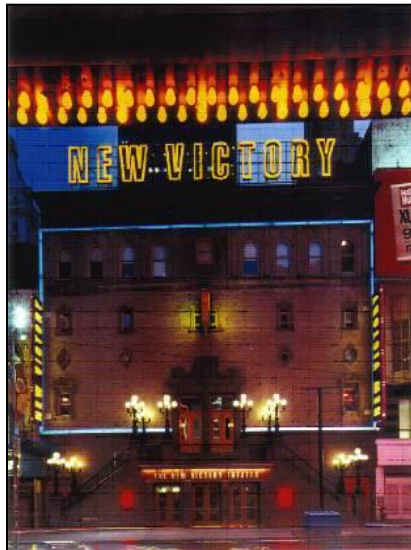
매니저, 주방장, 부주방장 (핫소스), 섹시가이, 네퓨



브로드웨이 속의 난타

2003년 9월 브로드웨이 42번가의 저명한 가족극장 “NEW VICTORY THEATER”에서 난타는 꿈의 브로드웨이 첫 무대를 올렸다. 관객들의 반응은 기대 이상이었다. 97년 난타 초연 때부터 줄곧 목표로 삼았던 브로드웨이 진출의 꿈에 한걸음 다가가던 순간이었다. 그로부터 약 반 년 후인 2004년 3월 7일, 난타는 오프 브로드웨이 미네타 레인 극장(Minetta Lane Theater)에 아시아 최초로 전용관을 개관, 브로드웨이의 세계적인 유명 작품들과 어깨를 나란히 했다. (브로드웨이 아시아와 협력)

난타는 2005년 8월 7일을 기점으로, 뉴욕 브로드웨이 전용관 공연을 마쳤다. 이로써 1년 6개월간의 브로드웨이 공연을 통해 세계로 나아갈 발판을 마련하였다.



- * 2003년 9월 22일 ~ 10월 19일
(4주간, Season 오픈작)
- * 뉴 빅토리 극장 (New Victory Theater)

- * 2004년 2월 20일 ~ 2005년 8월 7일
- * 미네타 레인 (Minetta Lane Theater) (400석규모)

해외 속의 난타

“엄청난 재미! 최고의 공연!” -헤럴드(The Herald)

“중독성있는 리듬에서 느껴지는 엄청난 에너지” -가디언(The Guardian)

“폭발적인 리듬과 톡톡튀는 역동적인 에너지!” -이브닝뉴스(Evening News)

“최 고의 엔터테 인먼트!” -더스테이지(The Stage)

“1999년 에딘버러 페스티벌의 매진을 위하여!” -CNN-

“웃음에도 법이 있다면 법도 난타를 막을 수 없다.” -코리아헤럴드(Korea Herald)

“스펙타클한 히트작품이다!” -인터내셔널 뉴스위크(Newsweek International)

“관객과 함께 하는 ‘웃음 한 바탕’ ..이 훌륭한 아이디어에 더 큰 점수를 줘야 했다.” -조선일보(Chosun Daily)

“Cookin”은 폭발적인 리듬으로 금세기 마지막을 자유롭게 날려보냈다.” -동아일보 (Donga Daily)



해외 속의 난타



COOKIN' - das ist Kung Fu in der Küche, das ist Tuschelndes, das ist Leidenschaft. Heute gibt's die Kuchentöne.

난타 전용극장 - 국내

* 명동 난타 전용극장(개관 2009년 10월10일)



* 홍대 난타 전용극장(2015년 8월 16일)



* 충정로 난타 전용극장(개관 2013년 2월1일)



* 제주 난타 전용극장(2008년4월18일)



난타 전용극장 - 해외

1997년- 제작

1999년 - 영국 에딘버러 페스티벌 진출(해외시장으로의 발판마련)

2003년 - 뉴욕의 브로드웨이 오픈(2004년 전용관)

2013년 - 방콕 전용관 오픈

2016년 - 중국 광저우 전용관 오픈

전세계 54개국 305개 도시 300만 관객

(미국,영국,아르헨티나,스페인,벨기에,독일,프랑스,이탈리아,오스트리아,멕시코,포르투갈,덴마크,네덜란드,스위스,체코,러시아,터키,아일랜드,벨라루스,라트비아,스웨덴,헝가리,핀란드,불가리아,마케도니아,폴란드,일본,대만,중국,홍콩,베트남,태국,싱가포르,모로코,필리핀,몽골,파키스탄,이란,이스라엘,아랍,카타르등등)

* 방콕 난타 전용극장(2013년 1월 16일)



* 광저우 난타 전용극장(개관 2016년 1월1일)



난타의 성공요인

내적요인

- 정기적인 작품 향상을 위한 워크숍
- 전용관을 바탕으로한 배우풀제 및 상주 연출부 도입
- 신입배우 교육 프로그램 개발- 공연이 갖는 한계성 극복(확장성)
- 작품의 지속적인 업그레이드 - 소비자중심의 콘텐츠로 변화 ,Localization(현지화), 비언어극(언어별), 세계적 보편성을 지향

외적요인

- 전용관 마련
- 해외 시장 개발 및 개척
- 외국 관광객을 겨냥한 관객 개발- 여행사,한국관광공사,대한항공등 긴밀한 업무협조
- 브랜드 마케팅을 이용한 장르 확장: MD상품,게임기,CF모델, 브랜드라이센싱(어린이 난타),난타교실,국악난타교실등
- 난타 배우들의 성장- 대표적인 배우 류성룡,김원해

세계 콘텐츠 마켓- 3대 마켓

- 칸느영화제(2016년 69회)
- 베를린영화제(2016년 66회)-독일을 대표하는 <하이엔드 워치메이커 글라슈테 오리지날>은 2016년부터 3년 동안 베를린 국제영화제를 후원.
 - 박찬욱/박찬경 감독이 제작한 스마트폰 영화 '파란만장'이 단편부문 금공상을 수상하면서 국내에서도 큰 화제거리가 되기도 한 3대 국제 영화제 중 하나이다
- *AFM: American Film Market*
칸 필름마켓과 더불어 가장 규모가 큰 마켓으로, IFTA(Independent Film and Television Alliance)라는 미국의 독립영화산업 협의체에서 주관.
- 부산영화제-2015~2016년 공식후원사 – 캐나다구스
- 토론토영화제(2016년 41회)

2. 영화사례 - 신은죽지않았다 1,2

<수익률 톱10 영화 따져보니 무려 200배 대박작품도>

- 6위 신은 죽지 않았다(God's Not Dead·2014)

예산: 115만달러

매출: 6260만달러

수익: 3470만달러

수익률: 2918%

<출처 : 매경프리미엄 2016.9.30일자기사발췌>

1) 종교영화 _ <신은죽지않았다 1편> 이전 주요종교영화

KOFIC 공식통계 전국기준

<패션 오브 크라이스트>

- 2004.04.02 개봉/ 스코어: 2,523,700명
- 예수가 십자가에 못박히기 전 12시간을 그린 영화

<소명>

- 2009.04.02 개봉/ 스코어: 97,408명
- 카피: 부족수 불과 100여명... 아마존 바나와 원시부족을 섬기는 선교사 부부의 사랑이야기
- 아마존 바나와 원시 부족을 섬기는 선교사 부부의 모습을 그린 다큐멘터리

<회복>

- 2010.01.14 개봉/ 스코어: 155,281명
- 카피: 예수가 태어났던 이스라엘 지금, 그곳에 예수는 없었습니다/ 이스라엘의 회복을 위하여
- 이스라엘에서 벌어지는 종교간 분쟁을 넘어서 화해와 평화를 회복하기 위한 발걸음을 담은 다큐멘터리

<루르드>

- 2011.02.17 개봉/ 스코어: 9,996명
- 카피: 휠체어에 갇힌 작은 여인... 그녀에게 일어나는 희망의 기적/ 신의 축복과 만물이 시작되는 곳
- 전신마비로 휠체어와 다른 사람에게 의존할 수밖에 없었던 한 여인이 기적의 성지 루르드로 순례 여행을 떠난다는 이야기를 그린 드라마

<신이 보낸 사람>

- 2014.02.14 개봉/ 스코어: 424,258명
- 카피: 2014년, 대한민국 국민이라면 꼭 봐야 하는 영화/ 실화를 바탕으로 한 눈물, 감동의 이야기! 가장 어두운 곳에서 피어난 희망
- 북한에 실존하는 지하 교인들의 이야기를 통해 북한 인권 탄압의 실태를 그린 드라마

<선 오브 갓>

- 2014.04.10 개봉/ 스코어: 329,253명
- 카피: 인류 역사상 가장 위대한 사랑!/ 전미 박스오피스 1위
- 성서 중 신약 성경을 바탕으로 예수의 탄생과 삶, 죽음을 그린 영화

<엑소더스: 신들과 왕들>

- 2014.12.04 개봉/ 스코어: 1,511,806명
- 카피: 세상을 바꿀 위대한 대결이 시작된다 / <글래디에이터> 감독 작품
- 출애굽기를 바탕으로 영화화

<마더 데레사>

- 2005.04.15 개봉/ 스코어: 60,460명
- 카피: 당신이 만날 수 있는 가장 아름다운 사랑
- 세상을 감싸 안은 어머니의 이름...
- 성자로 존경 받는 마더 데레사의 내면의 고통과 고뇌를 그린 드라마

<울지마 톤즈>

- 2010.09.09 개봉/ 스코어: 443,362명
- 카피: 수단의 슈바이처, 쫓리 신부님... 당신은 사랑입니다 /
- 故 이태석 신부의 감동 휴먼 다큐멘터리

<세이브 어 라이프>

- 2010.11.11 개봉/ 스코어: 1,985명
- 카피: 나의 변화에서 시작된 우리의 기적 이제 당신의 차례입니다 /
- 당신은 절대 혼자가 아니라는 희망의 외침

<호세마리아 신부의 길>

- 2013.11.28 개봉/ 스코어: 2,274명
- 카피: 제 2의 <미션>을 만난다! 어떤 성인에게도 과거가 있고, 어떤 죄인에게도 미래가 있다
- 성인 호세마리아 에스κρι바 신부의 헌신과 희생의 감동적인 일대기

<노아>

- 2014.11.28 개봉/ 스코어: 2,026,574명
- 카피: 세상을 뒤엎는 거대한 홍수가 온다
- 노아의 홍수를 바탕으로 영화화

<시선>

- 2014.04.16 개봉/ 12,950명
- 카피: 생사의 기로에 선 9인의 한국인! 지킬 것인가, 버릴 것인가
- 2014년 뜨거운 문제작
- 이스마르로 기독교 선교 봉사 활동을 떠난 기독교 신자 9인이 납치된 후, 절체절명의 위기에서 선택을 강요당하며 벌어지는 드라마

1) 종교영화

	친 기독교 영화					
	순교	프리덤	레터스 투 갓	신은죽지않았다	신은죽지않았다2	순종
						
개봉일	15/08/13	15/11/19	16/02/25	15/4/16	16/4/1	16/11/17
감독/배우	김상철 감독 /김영학, 안원정	피터 코센스 감독 / 쿠바 구딩 주니어	데이빗 닉슨, 패트릭 더그 티 감독 / 태너 맥과이 어, 제프리 존슨	해롤드크론크/웨인하 퍼, 케빈소보	해롤드크론크/멜리사 조안하트	김동민, 이주훈 감독/김영 학, 김은혜
장르	다큐멘터리	드라마, 가족	드라마, 가족	드라마	드라마	다큐멘터리
스토리 라인	김영학의 아내인 안원정 사모가 남긴 자술서를 인 용, 순교라는 것이 무엇인 지를 돌아보고 그 의미를 한국 교회에 전달한다.	자유를 찾아 도망친 노예 「Amazing Grace」의 작사 가 '존 뉴턴'의 감동 실화!	투병 중인 8살 소년 타일러가 쓴 하늘로 보낸 편지와 구제불능이었던 우체부 브래디의 변화	주님의 존재를 증명하라! 독실한 기독교인 대학 신 입생 VS. 무신론자 철학 과 교수 그들의 불꽃 튀 는 논쟁이 강의실에서 펴 쳐진다!	고등학교 역사 교사 '그 레이스'는 오빠를 잃은 슬픔에 빠져있는 여고생 '브룩'에게 성경 말씀으 로 고난을 극복할 수 있 음을 알려준다. 오빠의 유품에서 성경을 발견한 '브룩'은 오빠도 같은 길 을 걸었음을 깨닫는다.	우간다 내전으로 상 처받은 사람들이 모 여 사는 덩기디 마 을. 반군에게 부모 가 잔인하게 살해당 하는 모습을 목격했 던 아이들은 트라우 마로 심한 발작을 일으키는데... 이들을 사랑으로 보살피는 김은혜 선교사. 꽃한

1) 종교영화 _ 2016년 개봉예정 종교영화

개봉	제목	감독	배우	내용
3/17	부활	케빈 레이놀즈	조셉 파인즈	성경에는 기록되지 않았던 십자가 기적의 새로운 이야기! 로마군의 눈으로 본 십자가 이야기 (12세이상 / 유니버설 직배)
	일사각오	권혁만		일제 강점기에 신사참배에 반대해 갖은 고문을 당하면서도, 자신의 신앙을 지키며 나라와 민족을 위해 끝까지 저항한 주기철 목사 이야기 (팩션 드라마 / KBS 제작 / 파이오나이21 배급)
3/31	영 메시아	사이러스 노라스테	손빈	<뱀파이어와의 인터뷰>(1994)의 원작 소설과 각본을 쓴 앤 라이스의 소설 <크라이스트 더 로드: 아웃 오브 이집트>를 바탕으로 둔 영화다. <더 스토닝>(2008)의 감독 사이러스 노라스테가 연출과 각본을 겸했다. (12세이상 / CJ 배급) * 기독교인의 비추천 코멘트: 불경하다, 원작자가 반 기독교인이다.
4/21	신을 믿습니까?	조나단M.건	테드 맥긴리, 미라 소르비노	신앙심 깊은 목사가 만나는 사람들에게 영향 미치는 이야기 (미 2015/3/20 개봉) 2/23 심의, 신청사: ㈜토러스엔터테인먼트
5/25	미라클 프롬 헤븐	패트리시아 리건	제니퍼 가너	크리스틴 빔의 소설 '천국으로부터의 3가지 기적' 원작, 실화 바탕의 소설 희귀한 병을 앓고 있던 소녀가 큰 사고를 통해 기적으로 치유된 이야기 (국내개봉 미정, 미국 개봉 3/26 예정)
미정	라스트 데이즈 인 더 데저트 (광야에서의 40일)	로드리고 가르시아	수잔 그레이	사막에서 단식과 기도로 예수의 40일을 상상하여 만든 작품. 황무지에서 악마의 유혹과 투쟁하는 이야기 (국내미정, 미 2015/1/25 개봉)
5/19	드롭 박스	브라이언 아이비	이종락 목사	"내 부모는 나를 버렸으나 여호와께는 나를 영접하시리이다" 주사랑 교회에 설치한 베이비 박스와 이 일에 헌신한 이종락 목사에게 대한 다큐멘터리 (국내 미정, 미 2015/3/3 개봉)
9/14	벤허2016	티무르 베크맘베토브	잭 휴스턴	<원티드> 감독의 벤허 리메이크 작. (국내개봉 미정, 미국 개봉 8/12 예정)
미정	사일런스	마틴 스콜세지	아담 드라이버, 리암 니슨, 앤드류 가필드	일본의 문학가 엔도 슈사쿠의 '침묵'이 원작. 17세기 일본을 배경으로 두명의 예수교 수사가 당하는 폭력과 박해를 다룬 이야기.(국내, 미국 미정)
11/10	제자, 옥한음2 (가제)	김상철		옥한음 목사의 이야기를 담은 <제자, 옥한음> 2탄. (10월 예정)
미정	더 프로미스	테리 조지	크리스찬 베일, 장 르 노	오토만 제국의 마지막 날을 배경으로 한 이 영화는 파리에 기초한 미국 저널리스트 크리스(베일)와 아름답고 닳고 닳은 아나(르 봉)와 똑똑한 의학생 마이클(아이삭) 사이 삼각관계 (국내, 미국 미정)

감사합니다.

[강선영 ceo@sycomad.com](mailto:ceo@sycomad.com)

핸드폰 : 010-5336-2531



사|강릉단오제위원회
Gangneung Danoje Festival Committee

25586, 강원도 강릉시 단오장길 1, 강릉단오문화관 2층(노암동)
T 033.641.1593 / F 033.646.1595 / H www.danojefestival.or.kr