

영화관 대안 콘텐츠로서의 무용

이지선* · 이지원**

I. 서론

II. 대안 콘텐츠의 부상과 배경

III. 대안 콘텐츠로서 무용 제작 사례와 동향

IV. 논의 및 결론

참고문헌

Abstract

I. 서론

최근 오페라, 발레, 전통무용, 대중가요의 공연물에서부터 스포츠 경기 등 라이브 콘텐츠들이 영화관에서 상연되는 사례가 빈번하다. 이를 일컬어 대안 콘텐츠(alternative content), 이벤트 시네마(event cinema) 또는 ODS(other digital stuff)라는 새로운 개념이 제안되고 있다. 아직 명확히 정의된 개념은 아니나 주로 ‘라이브 또는 녹화된 방식’으로 “영화적 문법, 즉 클로즈 업(close-up), 페이드 효과(fades), 파노라마 샷(panning shots), HD 기술들에 의해 매개된 극장예술들의 실황촬영 혹은 편집촬영물”을 지칭한다.¹⁾ 영국 시장조사업체 스크린 다이제스트(HIS Screen Digest)에 따르면 대안 콘텐츠는 2012년 세계 시장 규모 4억 달러에서 급격한 성장을 거듭하여 2015년에는 6억 5천만 달러를 넘어설 것으로 예측되고 있다.²⁾ 2012년 대안 콘텐츠 시장에서 발레는 오페라와 함께 가장 인기 있고 비중 있는 상영비율을 차지하고 있으며,³⁾ 영국 로열발레단, 러시아의 볼쇼이발레단, 마린스키발레단 등 세계 메이저 발레단들이 3D제작사들과의 협력을 통해 공연시장 변화에 빠르게 대응하여 발레레퍼토리의 영화관 상영에 앞 다투어 진출하고 있다.

* 주저자, 이화여자대학교 무용학연구소 연구교수

** 교신저자, 중앙대, 한성대, 숙명여대, 한예중, 성균관대 강사, wjoinlee@empal.com

1) Rachael Castell(2014년 1월 31일), Filmed theatre: a new artform in itself?, *The Guardian*, <<http://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2014/jan/31/filmed-theatre-genre-arts-stage>>.

2) R. Cookson(2013년 6월 14일), Alternative content at cinemas draws in the masses, *Financial Times*, <<http://www.ft.com/cms/s/0/f83bef68-d410-11e2-a464-00144feab7de.html#axzz310dNWflv>>.

3) 영국 스크린다이제스트 보고서에 따르면, 영국, 러시아, 프랑스, 덴마크, 오스트리아, 아일랜드, 독일 등 유럽 대안 콘텐츠 시장의 장르별 상영비율을 보면 오페라 36.7%, 기타 18.9%, 발레 13%, 대중음악 11.3%, 다큐멘터리 8.2%, 연극 7%, 클래식 음악 5% 순으로 조사되어 대안 콘텐츠 시장이 오페라와 발레 중심으로 구성되었음을 살펴 볼 수 있다. David Hancock(2013), Event Cinema in European cinemas, *HIS Screen Digest Report 2013*, p. 4, <<http://www.eventcinemaassociation.org/assets/eca-screendigestreport2013.pdf>>.

이에 본 연구는 영화시장에 새롭게 대두되고 있는 대안 콘텐츠에 대한 개념을 모색하고 무용예술 영역에서의 그 제작 동향과 미학적 변화, 앞으로의 전망을 모색하는데 그 목적이 있다. 대안 콘텐츠에 대한 연구는 그 용어 자체가 통용되기 시작한지 얼마 되지 않은 까닭에 연구나 분석 자체를 찾아보기 매우 어렵다. 특히 무용 분야는 대안 콘텐츠 산업에 중요한 부분을 차지하고 선도해 나아가 있음에도 선행 연구사례가 전무하다 하겠다. 따라서 본 연구는 무용 영역에서 나타나고 있는 대안 콘텐츠 제작사례와 그 동향 분석을 통해 대안콘텐츠의 개념을 모색하고 그 미학적 특성과 의미를 탐색해 보고자 한다.

연구방법으로는 사례를 통한 동향분석과 그에 내재된 미학적 논점을 제시하기 위해 선행 연구물들⁴⁾의 개념적 접근과 선행 작품사례 분석 및 비평문, 통계자료의 내용들을 검토하였다. 따라서 본 연구는 아직 학문적 정립이 완성된 개념을 적용 분석하지 않으므로 체계적인 연구방법의 토대가 부족하다는 제한점에도 불구하고, 영화시장에 새로이 대두되는 대안 콘텐츠 개념의 제시를 통한 무용예술계의 관심의 도모와 후속연구의 토대를 위한 동향보고서로서의 역할을 수행한다는 데 의의가 있다.

II. 대안 콘텐츠의 부상과 배경

먼저 대안 콘텐츠의 의미와 콘텐츠 및 예술시장에 급부상하게 된 배경에 대해 살펴보자. 대안 콘텐츠란 영화관에서 상영되는 영화 이외의 콘텐츠를 통칭하는 용어이다. 따라서 극장에서 상연물로 인식되지 않았던 다른 장르의 콘텐츠가 영상으로 상영되는 것을 지칭한다. 대안 콘텐츠라 불리고 있는 것들에는 무용과 같은 공연 콘텐츠에서부터 스포츠 중계, 유명 강연자의 강연 영상에 이르기까지 다양한 영역을 아우른다.

대안 콘텐츠의 가능성을 가장 먼저 입증한 작품으로는 2008년 개봉된 월트디즈니사(Walt Disney Pictures)의 ‘한나 몬태나와 마일리 사이러스 월드 콘서트 하이라이트(Hannah Montana and Miley Cyrus: Best of Both Worlds Concert)’로 북미에서만 6,500만 달러의 흥행 성적을 거두었다. 이 작품은 미국 코미디 뮤지컬 드라마 시리즈의 주인공인 몬태나와 사이러스의 콘서트 하이라이트 장면을 디지털 3D방식으로 촬영함으로써 박스 오피스 시장에서 성공을 거둔 최초의 3D 대안 콘텐츠로 평가 받고 있다.⁵⁾ 집에서 보는 드라마 콘텐츠가 영상으로 제작되어 극장에 상영되고 영화관 관람객들에게 큰 호응을 얻은 첫 번째 사례이다.

그러나 사실 이러한 대중적 시도가 있어 이전 오페라 분야에서는 일찍이 실황 공연의 라이브 상영이 시도되어왔다. 단순한 실황중계에 의미를 부여한다면 오페라단의 영화관 상영은 <그림 1>⁶⁾에서와 같이

4) Strabase(2011), 라이브 공연과 3D의 만남-3D를 활용한 대안 콘텐츠 제작 사례 분석, 『디지털 미래와 전략』 70, pp.3-12.

(2010), 박스 오피스 시장의 틈새를 노리는 ‘대안 콘텐츠’의 부상, 그 배경과 의의는?, 『디지털 미래와 전략』 50, pp.21-25.

한국콘텐츠진흥원(2013), 영화관 속으로 들어온 공연 콘텐츠, 『CT 이슈분석 II』 33, pp.24-39.

(2012), 3D 대안콘텐츠(Alternative Content)의 제작 사례 분석 및 시장 전망, 『3D/CG Issue Report』, <<http://www.kocca.kr/knowledge/publication/3dgc/icsFiles/afildfile/2012/08/31/JVo6roMOYNdm.pdf>>.

5) Strabase(2011), pp.3-4.

6) The EDCF Guide to Alternative Content in Cinema, <http://www.edcf.net/edcf_docs/edcf_alt_content_for_dcinema.pdf>.

‘1952년 텔레비전과 영화관의 동시상영’의 시도로 거슬러 올라 갈 수 있다. 당시 미국 27개 도시 31개의 상영관에서 영화관객들이 오페라단의 공연을 감상할 수 있었다고 한다.⁷⁾ 하지만 아날로그 기술 제작환경에서 열악한 영상과 음향으로 이러한 시도는 공연 혹은 영화 이외의 새로운 콘텐츠의 등장으로 해석되지는 못하였다.

본격적인 대안콘텐츠로서의 언급할만한 사건은 뉴욕 메트로폴리탄오페라단(Metropolitan Opera)의 2006년 작업에서 시작할 수 있다. 오페라단은 ‘Live in HD’라는 기획 하에 2006년 뉴욕 월터 리드 극장에서 위성송출을 통해 모차르트의 「마술피리 The Magic Flute」를 실황 중계함으로써 오페라 공연의 영화관 상영을 개시하였다.⁸⁾ <그림 2>⁹⁾에서와 같이 중장년층의 관객들이 영화관 객석을 가득 매우고 있는 것을 볼 수 있다. 이후로부터 현재까지 실황 오페라 공연에 대한 영화관 상영 수요가 꾸준히 늘어나면서 오페라단은 연간 46개 국가의 1500개관에서 실황 공연을 상영하고 있으며, 이를 통해 연간 6,000만 달러의 수익을 거두고 있다. 이와 같은 미국 내 대안콘텐츠의 성공은 영국 및 유럽 전역으로 전파되었으며, 현재 영국 오페라 하우스는 가장 적극적인 3D 영화 제작에 앞장서고 있는 극장이라 하겠다. 영국에서의 오페라 영화 관람료는 일반 영화의 3배에 달하지만 오페라 관객과 영화 관객 사이의 틈새시장 공략에 성공을 거두고 있다.



〈그림 1〉 1952년 미국 영화관에서 메트로폴리탄 오페라 「카르멘 Carmen」 상영 광고판



〈그림 2〉 2006년 메트로폴리탄 오페라단의 「마술피리」 실황중계 장면

전거하였다시피 대안 콘텐츠의 급속한 확산과 인기는 무엇보다도 영상제작 및 배포에 있어서의 기술적 발전에 큰 요인이 있다. 특히 고도화된 3D 기술과의 접목을 통해 현장감을 한층 극대화시킴으로써 관객들에게 차별화된 경험을 제공한다. 아울러 극장주들에게 새로운 수익모델로서의 가능성을 제시하며 새로운 콘텐츠로서의 가능성을 모색하고 있다. 한국콘텐츠진흥원 동향보고서에 따르면¹⁰⁾ 3D 대안

7) Mark Schubin(2008), The Metropolitan Opera Live in HD, *The EDCF Guide to Alternative Content in Cinema*, p.8, <http://www.edcf.net/edcf_docs/edcf_alt_content_for_dcinema.pdf>.

8) Verena Dobnik(2010년 12월 2일), Metropolitan Opera Expands Broadcast to 1500 Venues in 46 Countries, *Heros in the News*, <http://www.myhero.ws/hero.asp?hero=met_opera_expands_2010_AP>.

9) AP Photo/Metropolitan Opera, Ken Howard, <http://mobile.nytimes.com/images/100000001520824/2012/05/06/arts/music/met-operas-live-in-hd-series-outside-of-new-york.html?_r=0>.

10) 한국콘텐츠진흥원(2012), pp.1-2.

콘텐츠가 부상하고 있는 배경에는 다음과 같은 세 가지 요인이 작용한다.

첫째, 3D입체 영상기술의 발전, 3D스크린 확산, 디지털 영상설비 보급 등 기술적 환경의 조성이 가장 근본적인 원인이다. 이제까지 공연 콘텐츠가 영화관에서 얼마든지 상영될 수 있었음에도 불구하고 그것이 적극 실현되지 않은 까닭은 현장감을 강조하는 공연예술의 속성을 영화기술이 뒷받침하지 못한다는 기술적 한계에서 비롯된 것이었다. 그러나 3D 영상기술의 발전은 이제 그 한계를 뛰어 넘어 색다른 공연 콘텐츠의 장을 여는 중요한 바탕이 되고 있다. 3D 입체영화 「아바타 Avatar」(2009)의 성공으로 촉발된 3D 영화열풍¹¹⁾은 전 세계적으로 3D 스크린 수를 크게 증가시키는 결정적인 요인이 되었다. 미국 내 3D 스크린 확충을 위해 투자는 JP 모르간(JP Morgan)은 지역 멀티플렉스 영화관을 운영하는 메이저 극장주에게 7억 달러를 투자하였다. 이에 디지털 스크린의 수는 2009년 7천 5백여 개에서 2013년 3만 7천여 개로 크게 증가하였으며, 총 4만여 개의 극장스크린의 93%를 차지하고 있다. 그리고 디지털 스크린 수 중 40%가 3D 디지털 스크린이 차지하고 있다.¹²⁾ 국내에서도 CGV와 롯데시네마의 합작기업 디시네마코리아(DCK)가 디지털 영사 설비비용을 지원하는 등 투자를 확대해오고 있다. 한편 늘어나는 디지털 극장 시설에 비해 이를 채울 수 있는 3D 영화 콘텐츠의 수는 매우 부족한 실정이다. 늘어나는 디지털 상영관을 채워줄 수 있는 영화 외적 영상물에 그 수요가 확장됨으로써 대안 콘텐츠에 대한 수요로 이어지고 있는 것이다. 박스오피스 시장에서 대안 콘텐츠가 성공을 거두면서 Sky나 ESPN 같은 방송 사업자들도 3D TV 채널을 위한 콘텐츠 제작에 뛰어 들고 있다.

둘째, 사용자들의 인식 변화도 그 원인이다. 고급 콘텐츠에 대한 사용자들의 니즈가 높아지면서 공연물의 생생한 현장성을 전달할 수 있는 3D 대안 콘텐츠에 대한 관심이 고조되고 있다. 공연 관람료가 비싼 무용이나 오페라, 연극 등을 접근성이 높고 보다 대중친화적인 영화관에서 3D로 저렴하게 감상할 수 있다는 점이 큰 인기의 요인이 된다.

셋째로 새로운 수익원 창출을 위한 극장주와 예술단체들의 공격적인 마케팅 전략이 본격적으로 추진된 결과이다. 극장 업체들은 대안 콘텐츠 상영을 피크 타임대가 아닌 한적한 시간대에 배치해 극장을 보다 효율적으로 이용하고 동시에 관객점유율을 증가시키는 효과를 도모하고 있다. 한편 예술단체에서는 대안 콘텐츠를 통해 공연예술의 시간적 공간적 한계에서 벗어나 폭넓은 관객들에게 다가갈 수 있는 새로운 수익모델의 일환으로 시도하고 있다.

III. 대안 콘텐츠로서 무용 제작 사례와 동향

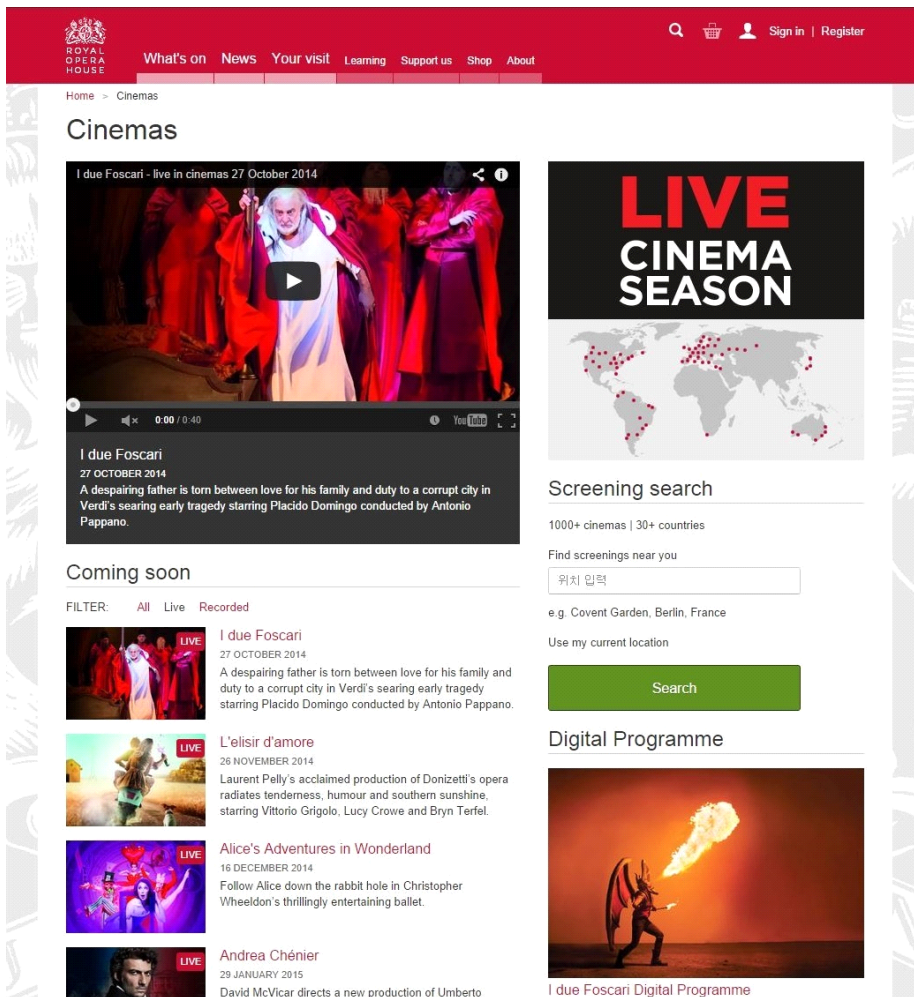
이러한 대안 콘텐츠에 대한 수요는 무용 분야에서 적극적인 콘텐츠 제작과 배포로 이어지고 있다. 무용예술계에서 제작되고 있는 사례들을 디지털 기술 표현 형태에 따라 분류하면 크게 세 가지의 대안 콘텐츠 제작 방식이 구별된다.

11) 이지홍(2010), 3D이기에 더 가치 있는 콘텐츠 3D시대 그것이 필요하다, 『LG Business Insight』 2010, 4, p.38.

12) Motion Picture Association of America, INC.(2013), 2013 Theatrical Statistics Summary, p.26, <http://www.mpa.org/wp-content/uploads/2014/03/MPAA-Theatrical-Market-Statistics-2013_032514-v2.pdf>.

1. 라이브 상영

첫째가 라이브 상영(live screening)이다. 이는 무용작품의 실황공연을 촬영하여 영화관에서 HD디지털 영상으로 상영하는 경우로 대안 콘텐츠 시장에서 가장 일반적인 형태이다. 특히 영국 로열오페라 하우스(ROH; Royal Opera House)는 2011년부터 ‘ROH Live Cinema’라는 별도의 브랜드를 기획하고 극장에서 공연되고 있는 오페라, 무용을 실시간으로 영화관에서도 감상할 수 있는 유통구조를 마련하였다. 로열 오페라 하우스는 “2011년 미국 메릴린치 은행(Bank of America Merrill Lynch)의 기금(Art in Our Communities® programme)지원을 받아 2012/13시즌 동안 6개의 오페라와 3개의 발레작품을 32개국 900개가 넘는 극장에서 라이브 영화 상영을 선구적으로 실행할 수 있었다.”¹³⁾



〈그림 3〉 로열오페라하우스 ‘Live Cinema’ 홈페이지

13) Graham Watts(2013년 1월 14일), FEATRE: ‘LIVE’-AT THE CINEMA, *Londondance*, <http://londondance.com/articles/features/live-cinema-replays/>.

〈그림 3〉¹⁴⁾에서 보는 바와 같이 오페라하우스 공식 홈페이지에 별도의 시네마 페이지를 할애하고, 극장 정기공연과 연계하거나 별도로 시네마 시즌을 기획하고 있다. 해당 페이지에서는 프리뷰 영상을 제공할 뿐만 아니라 영국 외에 거주하는 세계 네티즌들이 자신이 있는 지역의 관람 가능한 영화관을 검색할 수 있도록 하는 매우 공격적인 마케팅을 펼치고 있다. 또한 예고편 영상과 더불어 해당 작품의 제작과정, 움직임 특징, 발레 배경 소개와 관련된 연관 콘텐츠를 제작하여 함께 판매(2.99유로)함으로써 작품에 대한 깊이 있는 이해와 부수적인 수익창구도 모색하고 있다.

로열오페라하우스는 2011년부터 2014년 현재까지 「지젤 *Giselle*», 「마농 *Manon*», 「잠자는 숲 속의 미녀 *Sleeping Beauty*», 「고집쟁이 딸 *La Fille mal Gardée*», 「백조의 호수 *Swan Lake*», 「호두까기 인형 *Nutcracker*», 「돈키호테 *Don Quixote*», 「이상한 나라의 앨리스 *Alice's Adventures in Wonderland*」와 같은 발레작품의 실황공연과 라이브 상영을 성공적으로 추진해오고 있다. 로열오페라단의 대안 콘텐츠들은 무대실황의 생생함을 극장 밖의 다양한 관객들에게 전달하기 위해 적극 제작되고 있으며, 현재 30개 국가 1000개 이상의 영화관에서 오페라단의 공연물을 동시에 관람할 수 있다. 이러한 유통망은 영화 배급과 같은 형식으로 종래에 공연예술로서 무용이 갖고 있는 무용 작품의 원본성, 즉 해당 발레단의 무대 공연만을 원본이라고 인정하는 예술관을 새롭게 정립하도록 하는 계기를 마련하고 있는 것이다.

2. 3D 상영

두 번째의 대안 콘텐츠 제작 형태는 3D 상영(3D screening)이다. 대안 콘텐츠의 의미는 3D 기술이 적용되었을 때 비로소 완성된다고 볼 수 있다. 라이브 상영이 공연 실황을 상영한 것에 의의가 있다면 3D 상영은 입체영상을 통한 무용콘텐츠의 생생함이 더욱 강조된다 하겠다. 발레 역사상 최초로 3D 기술을 통해 영화로 제작된 사례는 「지젤 in 3D *Giselle in 3D*」(2011)이다. 이 영상은 마린스키발레단의 러시아 마린스키극장 실황공연을 촬영하여 3D 영화로 제작한 것이다. 제작은 이미 메트로폴리탄오페라 및 브로드웨이뮤지컬 등을 고화질 영화로 제작한 경험이 있는 미국 NCM 페이텀(Fathom NCM)사와 영국 대안 콘텐츠 전문 배급사인 모어투스크린(More2Screen)이 발표하였고, 영국 3D 콘텐츠 제작을 이끌고 있는 캔 커뮤니케이션(Can Communicate)가 촬영을 맡았다.

〈그림 4〉¹⁵⁾에서와 같이 영화 관람객들은 3D기술을 통해 환영을 체감할 수 있었다. 극장에서 직접 본 관객들이 좌석의 제약이나 인간 눈의 구조상으로 놓칠 수밖에 없었던 무용 환상과 이미지들을 기술적 도움을 통해 생생하게 체험할 수 있었다고 한다. 무용비평가 주디스 맥크렐(Judith Mackrell)은 “눈을 아프게 하는 현란한 기술들과 집중을 흐리는 편집과 장면연결에도 불구하고, 2장에서 무대를 가로지르는 월리들의 환형적인 움직임과 지젤의 섬세한 표정연기의 클로즈업 등을 영화에서 최고”¹⁶⁾로 평가하였다. 저널리스트 캐리 세이드만(Carrie Seidman)은 다음과 같은 비평문을 통해 무용작품이 대안 콘텐츠로서 갖는 이점을 지적한다.

14) 〈<http://www.roh.org.uk/cinemas>〉.

15) 〈<http://www.ncm.com/photos-giselle>〉.

16) Judith Mackrell(2011년 4월 1일), 3D *Giselle*-review, *The Guardian*, 〈<http://www.theguardian.com/stage/2011/apr/01/3d-giselle-review>〉.

영화관 관객 모두가 마린스키 극장의 최고의 좌석에서 바로 코앞에 월리의 환영을 체험하였고 (중략) 지젤을 보면서 팝콘을 씹는 소리가 귀에 거슬리긴 하였으나 객석 대부분의 관람객들은 이러한 문화를 접할 능력이 없거나 접할 기회를 갖지 못한 이들이었고, 그들에겐 이러한 형태의 영화관 상영이 매우 합리적이고 감당할만한 수준(티켓 값 15불)의 선택이었다.¹⁷⁾



〈그림 4〉 마린스키 발레단의 「지젤 in 3D」(2011) 〈그림 5〉 매튜 본의 「백조의 호수」 3D 버전(2011)

본 영화의 촬영을 맡았던 캔 커뮤니케이션트 개발팀장 조 다이버스(Joe Dives)는 “대중들에게 고급예술을 접할 수 있는 기회를 제공하고 싶었다”고 기획의도를 밝혔다. 마린스키발레단 예술감독 발레리 게르기에프(Valery Gergiev)는 “3D 기술의 수용이 향후 발레와 같은 고급 예술의 생명력 유지에 큰 도움이 될 것”으로 전망하였다. 이 영화는 세계 각지의 160개가 넘는 극장에서 상연되어 대안 콘텐츠로서의 무용의 가능성을 제시하였다.

대안 콘텐츠로서의 무용의 인기와 가치는 2012년 5월에는 영국 안무가 매튜 본(Matthew Bourne)의 「백조의 호수 *Swan Lake*」(1995)가 무용단 10주년을 기념하여 3D 영화로 제작된 예에서 드러난다. 이는 TV 방송국인 Sky TV가 디지털 콘텐츠 제작에 직접 나선 경우다. 3D 버전의 매튜본의 백조는 2011년 런던 새들러스웰스극장(Sadler's Wells) 공연 실황을 3D영화로 제작한 것으로 〈그림 5〉¹⁸⁾에서 보는 바와 같이 공연장보다 더 생생한 3D 영상과 음향으로 관객들의 대단한 호평을 이끌어내었다. 또한 영화 「스트리트 댄서 *Street Dancer 3D*」의 주인공 리처드 윈저(Richard Winsor)가 백조 역할을 맡아 더욱 화제를 불러일으켰다.¹⁹⁾ 저널리스트 레이첼 워드(Rachel Ward)는 매튜본의 3D버전을 다음과 같이 평가한다.

무용수 주위로 환영의 공간이 만들어지고 관객들로 하여금 좀 더 깊은 연기 속으로 빠져들게 했다. 무용수의 동작이나 그것의 속도가 아주 높은 곳에서 불편하리만치 낮은 곳으로 떨어져 강한 긴장감이나 신속함을 야기시켰다. 극도의 클로즈업 장면들을 활용해 관객들이 안무가의 내러티브 가까이 가도록 하였고, 드라마틱한 스토리텔링을 통해 춤 속 캐릭터의 사실성을 강화시켜주었다. (중략) 가장 충격적이고 인상적인 장면은 백조들이 왕자를 공격하는 장면이었다. 머리 위에서 촬

17) Carrie Seidman(2011년 7월 13일), Review: “Giselle in 3D”: Modern technology reaches the ballet stage, *Herald-Tribune*, <<http://arts.heraldtribune.com/2011-07-13/section/review-giselle-in-3d-modern-technology-reaches-the-ballet-stage/#>>.

18) <<http://www.ncm.com/photos-swanlake>>.

19) 한국콘텐츠진흥원(2012), p.4.

영되었기 때문에 공연무대 관객들이 객석에서 볼 수 없었던 아주 공격적인 백조무리들이 왕자를 둘러싼 포악한 공격 장면을 여실히 드러내어 주었다. ²⁰⁾

이 영화의 성공은 제작 감독인 로스 맥기본(Ross Macgibbon)의 역할이 지대했다. 그의 작업에는 13년간 로열발레단 무용수로서의 경험과 무용영화감독으로 전직한 후 BBC의 무용부장으로서의 무용영상 제작경험이 성공적인 3D 대안 콘텐츠 제작의 기반이 되었다. 현재는 'ROH Live Cinema'의 스크린 감독(screen director)을 맡고 있으며 많은 무용 대안 콘텐츠 제작에 힘을 기울이고 있다. 본 영화는 국내에서도 2012년 8월 전국 15개 지점 멀티플렉스 영화관에서 상영되었으며 가격은 2만원으로 일반 영화에 비해 높게 책정되었으나 새로운 콘텐츠의 국내 영화관 진입을 알리는 계기가 되었다.

3. 3D 라이브 상영

세 번째 대안 콘텐츠 제작 형태는 3D 라이브 상영(3D Live Screening)이다. 이것은 앞서 제시한 '라이브 상영'과 '3D 입체영상기술'의 결합 형태로 볼 수 있겠다. 즉 극장에서 실황을 직접 3D영화로 촬영하고 이를 실시간으로 여러 영화관에서 상영하는 것이다. 2013년 최근 제작된 마린스키 발레단의 「백조의 호수 Swan Lake」 3D 버전이 이에 해당된다. 이와 동시에 마린스키발레단은 마린스키 시네마 홈페이지²¹⁾를 새롭게 오픈하고 영국 로열발레단의 기획과 유사한 'Mariinsky Live'를 통해 대안 콘텐츠 제작과 배포에 적극 앞장서고 있다.

이 버전은 영화 「아바타」의 제작을 맡았던 카메론 페이스 그룹(Cameron Pace Group)이 3D기술진으로 참여하고 맥기본이 필름 스테이지 감독(film stage director)을 맡아 완성하였다. 소위 마린스키극장에서의 발레단 공연을 같은 시각 55개국 극장에서 동시 중계한 것이다. 3D 버전의 「백조의 호수」는 극장에서 직접 실황공연을 촬영한 것으로 유료극장관객들 앞에서 찍었기 때문에 많은 제약이 있었다. 그럼에도 3D의 작업의 성패는 카메라의 개수 보다는 편집과 촬영방식, 그리고 3D영상을 라이브로 전송하는 기술력에 있기 때문에 이들의 기술적 협력작업은 3D 라이브 상영에 있어서 최대의 결과물을 만들어 낼 수 있었다.



〈그림 6〉 마린스키 발레단의 「백조의 호수」 3D 버전



〈그림 7〉 3D 영상을 모니터링하고 있는 마린스키 주역 무용수들

20) Rachel Ward(2011년 6월 28일), Matthew Bourne's Swan Lake, Sky 3D, review, *The Telegraph*, <<http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/8604499/Matthew-Bournes-Swan-Lake-Sky-3D-review.html>>.

21) <<http://www.mariinskycinema.com/index.html>>.

백기본의 인터뷰 내용에 따르면²²⁾ 영상의 촬영은 모두 객석 위치에서 진행되었으며, 공연과는 전혀 다른 영화 촬영을 위한 조명 작업에 많은 시간이 소요되었다고 한다. 그는 자신의 작업에서 가장 중요한 것은 춤의 형태(shapes)가 가장 훌륭하게 담겨질 수 있는, 특히 3D로, 지점을 찾아내는 것을 꼽았다. 이 영화는 극장 공연과 동시에 전 세계 약 900여개, 그리고 영국 내 150개의 극장에서 동시 상영되어 물리적, 경제적으로 러시아 마린스키 극장을 직접 찾아 올 수 없는 전세계 많은 발레 팬들에게 러시아 클래식 발레의 진수를 선보였다. 저널리스트 제니 길버트(Jenny Gilbert)는 발레의 대안콘텐츠 작업에 대해 다음과 같은 득실을 평가했다.

예측한대로 3막의 호수가 장면에서 32마리 백조들이 등장하여 환각적인 패턴들이 만들어졌을 때, 비록 진짜가 아니라는 것을 알지언정 아주 강렬한 원근법적 시점을 느꼈다. (중략) 영상 속의 발레는 드라마 전달에는 그다지 성공하지 못했고, 디테일한 부분들을 담아내기에는 편집이 매끄럽지 못했다.²³⁾

한편 뉴욕타임즈 기자 앨리스테어 매컬리(Alastair Macaulay)는 다음과 같이 대안 콘텐츠로 제작된 백조의 호수를 강렬히 비판하기도 하였다.

도대체 왜 그 많은 맨해튼과 브루클린 극장주들이 고작 2D로 보여지는 이 ‘백조의 호수’를 3D라고 자신 있게 소개하며 앞 다투어 상영하려고 드는 것일까? 아마도 할 일 없는 외곽의 영화팬이라면 즐겼을지도 모르겠다. 공연당시 마린스키 극장에 있었던 관객들은 적어도 더 즐겼어야만 했다. (중략) 하지만 당일 관객들은 왕자역 무용수가 솔로를 추고 무대 밖으로 다 나가기도 전 박수를 멈췄다. 영민한 오딜의 메인 솔로춤을 보고도 마린스키의 박수소리는 점잖고 간절하기만 했다. (중략) 백기본의 디렉팅은 지나친 클로즈업으로 호수가의 백조가 얼마나 가짜 같은지 또 발레리나가 어떤 망사 언더웨어를 입었는지 같은 불필요한 정보를 보여주곤 하였다.²⁴⁾

이러한 평가들에서와 같이 대안 콘텐츠는 단순한 라이브 상영에서 3D 상영, 3D 라이브 상영으로의 기술적 집적이 높아질수록 그 표현과 섬세함에 있어서 새로운 평가와 미학적 한계들이 심화되는 것을 볼 수 있으며, 새로운 창작 방식과 편집 자체에 대한 기술적인 보완이 요구되며 제작 자체에 대한 찬반과 다양한 논의들을 불러일으키고 있는 실정이다.

앞서 살펴본 해외 사례와 상응하여 최근 국내에도 대안 콘텐츠에 대한 관심이 일어나고 있다. 주로 대중 아이돌 가수의 콘서트 라이브 영상을 동시 상영하는 사례가 주류를 이룬다. 순수예술 장르에서는 앞서 논의된 사례들과 같은 외국의 콘텐츠들을 수입하여 상영하고 있다. 이러한 실정에서 예술의 전당은 지난 2013년 10월 CJ E&M과 CJ CGV와 ‘썩 온 스크린(SAC on Screen)’사업을 위한 제휴(MOU)를 맺고

22) Carmel Smith(2013년 5월 31일), Interview: Ross Macgibbon-On the First Ballet 3D Live Screening, *Londondance.com*, <<http://londondance.com/articles/interviews/ross-macgibbon-ballet-3d-live-screen/>>.

23) Jenny Gilbert(2013년 6월 8일), Dance review: Swan Lake in 3D - From Russia, with love... and an extra dimension, *the Independent*, <<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/theatre-dance/reviews/dance-review-swan-lake-in-3d--from-russia-with-love-and-an-extra-dimension-8650729.html#>>.

24) Alastair Macaulay(2013년 6월 10일), Live From St. Petersburg (With Popcorn): ‘Swan Lake’ From Mariinsky Ballet, Broadcast Live, *The New York Times*, <<http://www.nytimes.com/2013/06/11/arts/dance/swan-lake-from-mariinsky-ballet-broadcast-live.html>>.

국내의 순수예술 분야 대안 콘텐츠 제작에 적극적으로 나선 것은 상당히 고무적이다. ‘썩 온 스크린’사업은 우수 공연 전시 콘텐츠를 발굴하고 생중계, 혹은 녹화로 영상화하여 전국 영화관을 비롯한 지방문화회관, 공공도서관, 학교 등에서 상영하는 것을 목적으로 한다. 이를 통해 수도권으로 집중된 문화예술자원을 전국으로 확산하여 국민의 문화향수권 확대와 순수예술 대중화를 도모하는 것이 그 취지이다. 본 기획의 의의는 해외 및 국내 여타 대안콘텐츠들이 수익창출의 방안으로 모색된 것에 반해 “공익성을 바탕으로 예술소외지역에서의 무료상영을 원칙”²⁵⁾을 강조하고 있다는 점이라 하겠다. 본 사업을 통해 국내 기술로 국립발레단의 「호두까기 인형」과 국립현대무용단의 「증발 Into Thin Air」이 2013년 HD 영화로 촬영되었고, 2014년에는 「백조의 호수」, 「지젤」 등을 포함한 클래식 연주회 공연영상이 제작되어 전국 각지에서 상영될 예정이다.

IV. 논의 및 결론

3D 메트로폴리탄 오페라 시리즈로 2010/11 시즌에만 약 90만 장의 티켓 판매량을 기록한 바 있는 페이텀사의 댄 다이아몬드 부사장은 “3D 대안 콘텐츠를 단순 반복 상영하는 것이 아니라 관객들이 비용을 지불하기에 충분히 가치 있는 콘텐츠를 창조해야 하며, 이에 따른 수익 창출을 위해서는 마케팅 전략 및 제작비 관련 포트폴리오 수립 등이 필요하다”고 강조하였다. 즉 3D 대안 콘텐츠는 단지 2D영상에 입체감을 주어 3D로 제작하는 것이 아니라는 것이다. 이 같은 주장은 현재 대안 콘텐츠라는 새로운 개념에 대한 혼란과 그에 따른 공연예술계의 부정적인 시각을 불식시킨다.

대안 콘텐츠는 단순한 무용기록영화를 극장에서 상영하는 것이 아니다. 반대로 기존의 댄스필름(dance film)과도 차별화된다. ‘영상’이라는 매체로 완성된다는 점에서는 “다큐멘터리 성격의 무용영상이나 무대작품에 대한 편집 영상, 또는 무대버전이 없는 댄스필름 또는 비디오댄스 등으로 포괄될 수 있는 무용영상들”²⁶⁾과 대안콘텐츠의 형태는 같다. 그러나 전자들이 새로운 무용예술양식으로서 독자적인 예술표현양식으로 규정된다면 대안콘텐츠는 영화산업에서 특히 영화관 유통 측면에서 고려된 기존의 영화 콘텐츠 이외의 것으로서 ‘대안’ 콘텐츠로 변별된다 하겠다.

이러한 관점에서 제작자나 안무가 같은 생산자 입장에서나 수용자인 관객의 입장에서 모두 확고한 개념정립과 이에 따른 새로운 미학적 접근이 선행되어야 한다.

대안 콘텐츠는 무용예술이 3D영화라는 형식으로 포장된 것이므로 카메라 기술(camera work)과 편집(editing)의 기술미학이 얼마나 공연예술로서의 무용 안에 내재된 예술미학과 조화를 이루며 그 기술의 첨단성과 함께 새로운 영상미학을 드러낼 수 있는가에 그 화두가 있다. 무용 라이브 공연이 춤의 역동성과 에너지를 강조하였다면, 3D 대안 콘텐츠로서 무용은 관객의 눈을 사로잡는 환상적인 입체영상으로 무용 환상을 실현시키고 고화질 클로즈업 영상을 통한 무용수의 섬세한 표정과 몸짓을 표현하는 것에 집중하고자 한다.

25) 썩 온 스크린 공식 홈페이지, <http://www.sac.or.kr/saconscreen/saconscreen_1.jsp#1>.

26) Ji Won Lee(2013), The Prospects of Dance Film seen through Mats Ek's 「Smoke」(1995), *The Korean Journal of Dance Studies* 42(3), p.102.

대안 콘텐츠는 무용의 원소스 멀티유즈(one source multi use)²⁷⁾의 한 유형으로 볼 수 있다. 귀족이나 비영리 지원이 있어야만 비로소 존속이 가능했던 순수예술계의 새로운 수익창출의 활로가 될 것이라 기대된다. 1회성 공연으로 길어야 1주일 정도 공연에 그치는 반면 제작비는 엄청나게 투자되었던 것이 취약점이었던 공연예술분야에서 대안콘텐츠가 새로운 부가수익원으로 환영받고 있다. 극장과 영화관의 라이브 상영은 무용극장에 오기 힘든 관람객 층에게 어필할 뿐만 아니라 무용공연만 본 관객 또는 영화만 본 관객을 각기 다른 매체로의 관람을 유도할 수 있다. 즉 단발성 공연에 그칠 수밖에 없었고 때문에 공연 티켓 값이 고가로 책정될 수밖에 없었던 무용공연시장에서, 하나의 공연 콘텐츠로 다양한 형태와 가격의 소비상품이 만들어 질 수 있게 된 것이다. 이제 클래식 발레는 정장을 한 남녀가 레드카펫을 지나 예술의 권위와 위엄이 느껴지는 오페라 하우스에서 즐기는 고급예술일 뿐만 아니라 남녀노소 누구나 팝콘과 콜라를 먹으며 편안한 복장으로 볼 수 있는 대중적인 여흥거리가 되었다.

즉 대안 콘텐츠에서 무용에 요구되는 감각은 서사적 전개나 예술적 설득력 보다는 시각적 스펙터클의 강화에 중점을 두고 있다. 이는 대안 콘텐츠라는 개념이 대두된 것이 3D 기술력을 바탕으로 하였다는 점에서 볼 때 기술미학의 의존도가 높은 형태라는 것을 알 수 있다. 또한 대안 콘텐츠가 대중문화적 매체인 영화로 매개되어 전달된다는 점에서 “극장문화가 지닌 스펙터클 전통”²⁸⁾의 맥을 계승하고 있음을 환기할 수 있다. 더불어 대안 콘텐츠는 극장이라는 배포자의 요구 또는 배급 형식에 따라 파생된 형태이므로 기존의 예술미학의 논리를 그대로 적용할 수 없을 것이다. 현재 대안 콘텐츠로서 무용작품을 접한 관객들의 비판적 태도가 주로 카메라 촬영술과 편집에 의한 원작의 훼손 혹은 오역에 대한 불만족이 주류를 이룬데 대해 새로운 관점과 해석의 기준이 필요함을 주지하여야 한다.

이러한 시점에서 무용 작품 창작 단계에서부터 대안 콘텐츠를 염두 한 기획을 시도해볼 필요가 있다. 기존의 무용작품을 단순한 디지털 기술로 치환했을 때 발생하는 원작의 아우라 혹은 변형의 문제에서 벗어나 극장에서의 작품의 가치와 극장에서 담아낼 수 없는 또 다른 가치로서의 대안 콘텐츠라는 파생적이면서도 상호보완적인 관계의 관점정립이 필요할 것이다. 과거의 무용기록물의 상영 등이 일방향적 작품전달에 그쳤다면 대안 콘텐츠는 무대작과 영상물의 쌍방향적 피드백의 관계에 놓여 있는 것이다. 기존의 무용 일반에서의 콘텐츠는 무대에서의 공연물의 단발적 생산에 그치며 프로그램 노트에 소개된 공연정보 만이 그 의미의 생산을 뒷받침하고 있다. 반면 대안 콘텐츠의 경우 무용이 극장에서의 공연작 뿐만 아니라 3D 영화로 제작되며 이는 단순한 파생 콘텐츠를 넘어 극장의 한계를 보완할 수 있는 ‘대안’적인 콘텐츠로 불리고 있다. 여기에는 영화로의 재탄생 뿐 아니라 이와 관련된 뒷무대 이야기, 작품에 대한 미적 논의, 주인공의 개인적인 경험과 해석 등의 연관 콘텐츠들이 만들어지며, 이들은 단순한 작품 이해를 돕는 일방향적 보조 역할에서 독자적인 영상콘텐츠로서의 가치와 최종적으로 원작의 의미와 해석에 영향을 미치는 상호보완적이고 쌍방향적인 콘텐츠로서의 미학적 기능을 수행하고 있는 것이다.

현재에는 대안 콘텐츠의 생산이 주로 클래식 발레에 제한되어 있으나 이를 현대 춤 영역으로 확장시킨다면 새로운 관객층 개발도 가능할 것으로 본다. 원소스 멀티유즈로서 드라마, 영화, 뮤지컬 등으로 제작된 성공사례들 대부분이 기획 단계에서부터 이러한 제작 형태들을 염두하고 타깃 관객층을 고려한

27) 하나의 소재를 다양한 모습으로 재포장해 상품화하는 문화산업에서 중요하게 활용되는 마케팅기법으로, 시나 소설, 만화 등의 이야기가 인기를 끌면 드라마, 영화, 캐릭터상품 등으로 옮겨져 판매되는 예와 같음.

28) 이지선(2014), 백스테이지 뮤지컬에 나타난 영화매체적 무용표현 특성-버스비 버클리(Busby Berkeley)와 프레드 아스테어(Fred Astaire)를 중심으로, 『무용예술학연구』 46(1), pp.84-85.

기획이 수반되었다. 특히 3D 대안 콘텐츠가 입체영상효과와의 적절한 사용에 의한 스펙터클과 환영의 창조에 그 미적 차별성을 가지고 있기 때문에 그러한 특성을 부각 시킬 수 있는 무용 주제와 안무스타일, 움직임 테크닉의 선택이 중요한 성공의 요인이 될 것이다. 이러한 기획과 주제선택은 단순한 기술적 과시가 아닌 3D이기에 더욱 가치를 발휘 할 수 있는 콘텐츠를 발굴하여 진정한 3D 콘텐츠를 구현해 낸다는 데 그 의의가 있다. 이는 대안 콘텐츠가 예술을 기술에 종속시킨다거나 그 가치를 반감되게 한다는 무용평단의 비판을 불식시킬 수 있는 하나의 좋은 해결책이 될 것이다.

대안 콘텐츠에 대한 정의와 예술적 필요성에 대한 논란은 앞선 비평가들의 논의에서처럼 쉽게 정리되지 않겠지만 분명한 것은 공연예술의 단편적인 수익구조와 판로의 다변화를 대안 콘텐츠를 통해 모색할 수 있으며 다양한 관객개발과 그들을 대상으로 하는 다양한 하위 콘텐츠들의 생산이 가능해진다는 점이다. 이를 위하여서 무용에서는 다소 강조되지 않아왔던 공격적 마케팅과 예술상품으로서의 인식이 더욱 공고해지고 있는 것이다. 마리오스 프티파와 같은 천재 안무가의 작품이기에 보아야하는 비싼 고급예술로서의 발레가 아닌 쉽게 접할 수 있고 재미있고 사 보고 싶은 상품인 대안 콘텐츠로서의 무용 작품들이 적극 생산되고 있는 것이다.

이제 막 국내 대안 콘텐츠 시장이 확립되고 있는 시점에서 그 수요 대비 공연예술계에서의 다양한 콘텐츠 기획과 관심이 촉구된다. 일본에서는 전통극인 가부키와 전통 코미디극인 만담부터 강연에 이르기까지 다양한 장르의 대안 콘텐츠를 선보이고 있다. 이와 비교하자면 국내에서도 전통춤, 국악, 사물놀이 등 세계시장을 선점할 수 있는 전통 공연 콘텐츠가 풍부하고 생각한다. 따라서 전통 공연물의 해외 투어 지원에 투자되는 국가적 지원을 새로운 시장개척, 대안콘텐츠 기획과 제작에 투자하는 방안도 검토해 볼 필요가 있다.

- 한국콘텐츠진흥원(2012). 3D 대안콘텐츠(Alternative Content)의 제작 사례 분석 및 시장 전망. 『3D/CG Issue Report』. <<http://www.kocca.kr/knowledge/publication/3dgc/icsFiles/afieldfile/2012/08/31/JVo6roMOYNdm.pdf>, 2014. 8. 2>.
- Hancock, David(2013). Event Cinema in European cinemas. *HIS Screen Digest Report 2013*. <<http://www.eventcinemaassociation.org/assets/eca-screendigestreport2013.pdf>, 2014. 10. 1>.
- Motion Picture Association of America, INC.(2013). *2013 Theatrical Statistics Summary*. <http://www.mpa.org/wp-content/uploads/2014/03/MPAA-Theatrical-Market-Statistics-2013_032514-v2.pdf>.
- Schubin, Mark(2008). The Metropolitan Opera Live in HD. *The EDCF Guide to Alternative Content in Cinema*. <http://www.edcf.net/edcf_docs/edcf_alt_content_for_dcinema.pdf, 2014. 8. 2>.
- Strabase(2011). 라이브 공연과 3D의 만남-3D를 활용한 대안 콘텐츠 제작 사례 분석. 『디지털 미래와 전략』, 70: 3-12.
- _____(2010). 박스 오피스 시장의 틈새를 노리는 ‘대안 콘텐츠’의 부상, 그 배경과 의의는?. 『디지털 미래와 전략』, 50: 21-25.
- 이지선(2014). 백스테이지 뮤지컬에 나타난 영화매체적 무용표현 특성-버스비 버클리(Busby Berkeley)와 프레드 아스테어(Fred Astaire)를 중심으로. 『무용예술학연구』, 46(1): 69-89.
- 이지홍(2010). 3D이기에 더 가치 있는 콘텐츠 3D시대 그것이 필요하다. 『LG Business Insight』, 2010(4): 38-44.
- 한국콘텐츠진흥원(2013). 영화관 속으로 들어온 공연 콘텐츠. 『CT 이슈분석 II』, 33: 24-39.
- Lee, Ji Won(2013). The Prospects of Dance Film seen through Mats Ek's 「Smoke」(1995). *The Korean Journal of Dance Studies*, 42(3): 99-115.
- Castell, Rachael(2014년 1월 31일). Filmed theatre: a new artform in itself?. *The Guardian*. <<http://www.theguardian.com/culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2014/jan/31/filmed-theatre-genre-arts-stage>, 2014. 9. 15>.
- Cookson, R.(2013년 6월 14일). Alternative content at cinemas draws in the masses. *Financial Times*. <<http://www.ft.com/cms/s/0/f83bef68-d410-11e2-a464-00144feab7de.html#axzz310dNWflv>, 2014. 9. 15>.
- Dobnik, Verena(2010년 12월 2일). Metropolitan Opera Expands Broadcast to 1500 Venues in 46 Countries. *Heros in the News*. http://www.myhero.ws/hero.asp?hero=met_opera_expands_2010_AP, 2014. 10.1>.
- Gilbert, Jenny(2013년 6월 8일), Dance review: Swan Lake in 3D - From Russia, with love... and an extra dimension, *the Independent*, <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/theatre-dance/reviews/dance-review-swan-lake-in-3d—from-russia-with-love-and-an—extra-dimension-8650729.html#>., 2014. 6. 30>.

- Macaulay, Alastair(2013년 6월 10일). Live From St. Petersburg (With Popcorn): ‘Swan Lake’ From Mariinsky Ballet, Broadcast Live. *The New York Times*. <<http://www.nytimes.com/2013/06/11/arts/dance/swan-lake-from-mariinsky-ballet-broadcast-live.html>, 2014. 10. 5>.
- Mackrell, Judith(2011년 4월 1일). 3D Giselle-review. *The Guardian*. <<http://www.theguardian.com/stage/2011/apr/01/3d-giselle-review>, 2014. 10. 1>.
- Seidman, Carrie(2011년 7월 13일). Review: “Giselle in 3D”: Modern technology reaches the ballet stage. *Herald-Tribune*. <<http://arts.heraldtribune.com/2011-07-13/section/review-giselle-in-3d-modern-technology-reaches-the-ballet-stage/#>, 2014. 8. 4>.
- Smith, Carmel(2013년 5월 31일). Interview: Ross Macgibbon-On the First Ballet 3D Live Screening, *Londondance.com*. <<http://londondance.com/articles/interviews/ross-macgibbon-ballet-3d-live-screen/>, 2014. 8. 1>.
- Watts, Graham(2013년 1월 14일). FEAUTRE: ‘LIVE’-AT THE CINEMA. *Londondance*. <<http://londondance.com/articles/features/live-cinema-replays/>, 2014. 8.4>.
- SAC on Screen Homepage <http://www.sac.or.kr/saconscreen/saconscreen_1.jsp#1, 2014. 11. 10>.

[그림출처]

- <http://www.edcf.net/edcf_docs/edcf_alt_content_for_dcinema.pdf, 2014. 8.4>.
- <http://mobile.nytimes.com/images/100000001520824/2012/05/06/arts/music/met-operas-live-in-hd-series-outside-of-new-york.html?_r=0, 2014. 8.4>.
- <<http://www.roh.org.uk/cinemas>, 2014. 8.4>.
- <<http://www.ncm.com/photos-giselle>, 2014. 8.4>.
- <<http://www.ncm.com/photos-swanlake>, 2014. 8.1>.
- <<http://www.mariinskycinema.com/index.html>, 2014. 8.4>.

논문투고일 2014. 10. 15
심사일 2014. 10. 24
심사완료일 2014. 11. 02

Case Analysis and Aesthetical Discussion on Dance as an Alternative Content in Cinema

Lee, Jeesun* · Lee, Ji-won**

Research Professor, Dance Research Institute of Ewha Womans University*

Lecturer of Sungkyunkwan, Chung-Ang, Sookmyung Womens's Uni. & Korean Natl. University of Arts**

Recently, a variety of live contents, ranging from the performances of operas, plays, dances, and pop songs to sport games have been screened in theaters. The new concept of “alternative content”, “event cinema” or “ODS(other digital stuff)” has come to the fore. These contents integrate live and the recorded contents through a filmic language and 3D technology. Alternative content provides differentiated experience to audience by maximizing the sense of realism by using the upgraded 3D technology. In addition, it explores its possibilities as a new content by presenting them as new profit model to theater owner. This study aims to discuss the aesthetic changes or prospects and the trends of producing the art of dance as alternative content in the new film market.

Keywords: Alternative content(대안콘텐츠), Dance film(무용영화), Dance Marketing(무용마케팅), 3D technology(3D기술), Digital dance(디지털댄스)