

문화콘텐츠산업은 엄청난 부가가치 때문에

종종 '황금알을 낳는 거위'에 비유되는 데

제품을 내놓고 일단 시장에서 성공을 거두면

추가비용을 크게 들이지 않고 대량생산이 가능

하고 파급력과 연계성 또한 뛰어나다.

보이지 않는 자원, 문화콘텐츠에 미래가 있다

중국과 동남아에 불어 닥친 한류(韓流) 열풍, 급속히 팽창하고 있는 게임과 캐릭터 시장... 불과 20~30년 전만해도 문화라 하면 고상하고 품위를 위한 것으로 여기며 이런 판따라(?) 문화는 문화의 한 축으로 인식되지 못하고 천대받았었다. 하지만 경제규모가 커지고 생활수준이 향상된 지금 문화는 다양한 코드로 인식되며 각 분야에서 다양한 문화콘텐츠가 생산되고 있다.

문화는 돈이다. 바야흐로 문화는 돈의 흐름을 조정하고 이익을 창출하며 고용을 증대시키고 있으며 21세기 산업의 새로운 패러다임을 제시하고 있다. 정부는 문화산업을 21세기의 성장산업으로 분류하고 지속적인 투자방침을 세워 놓고 있다. 뿐만 아니라 노무현 대통령도 취임사를 통해 "지식정보화 기반을 지속적으로 확충하고, 신산업을 육성하겠다"고 밝힌 뒤 "문화를 함양하고 문화산업의 발전도 적극 지원하겠다"고 천명했다.

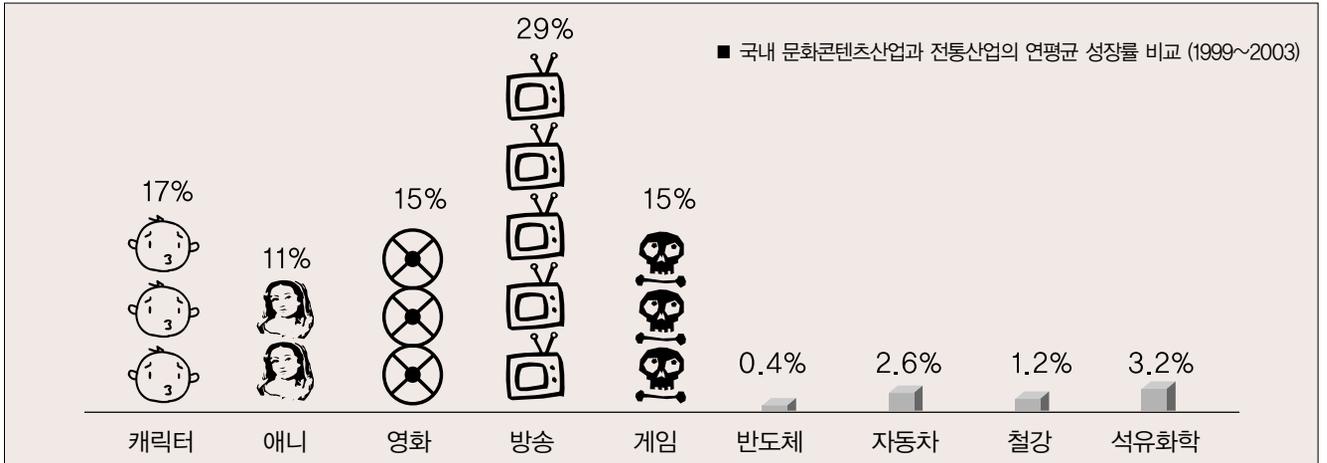
특히 문화콘텐츠분야에서 우수한 제작력과 사업성을 갖추면 벤처기업으로 인정받을 수 있는 길이 열려 문화산업의 획기적인 발전이 기대되고 있으며, 이를 위해 중소기업청은 한국문화콘텐츠진흥원을 벤처기업 평가기관으로 지정, 지난 2월 24일부터 본격적인 업무에 들어

갔다. 진흥원은 애니메이션, 캐릭터, 만화, 음악, 공연, 방송영상, 인터넷 콘텐츠, 가상현실(VR), 삼차원(3D) 그래픽 등 문화콘텐츠 제작과 기술, 유통, 서비스 분야 업체들에 대해 벤처기업 확인평가를 실시하고 있다. 이에 국내의 문화콘텐츠산업의 동향을 살펴보고 우리가 나아가야 할 비전과 방향을 살펴보고자 한다.

문화콘텐츠산업은 '황금알을 낳는 거위'

콘텐츠를 한마디로 표현하자면 사람의 창의력과 감수성 등 '지식을 이용해 만든 상품'이라고 말할 수 있다. 따라서 지적 재산권과 노하우를 비롯해 인터넷 공간에서 만들어지는 각종 서비스와 정보 그리고 음악, 애니메이션, 게임, 출판만화, 캐릭터, 방송영상 등 인간의 창의력과 지식으로 만든 정보오락 상품은 모두 콘텐츠라 할 수 있다.

잘 만든 문화콘텐츠 상품은 '유행'과 '이슈'를 만들고 산업적이 측면에서도 그 가치를 확대, 재생산하는 위력을 발휘하게 된다. 좋은 예로 '스타크래프트'는 게임방의 문화와 프로그래머라는 신종 직업을 탄생시켰으며, 그 경제적 파급효과 또한 적지 않다.



문화콘텐츠산업은 70~80년대의 중공업, 90년대의 반도체 산업을 능가하는 21세기를 선도할 차세대 전략산업이다. 문화콘텐츠산업의 핵심인 게임시장을 보더라도 시장규모가 2005년도에는 전세계적으로 4900억 달러에 이르러 3100억 달러의 반도체 시장을 추월할 것으로 예상된다.

문화콘텐츠산업은 엄청난 부가가치 때문에 종종 '황금알을 낳는 거위'에 비유되는 데 제품을 내놓고 일단 시장에서 성공을 거두면 추가 비용을 크게 들이지 않고 대량생산이 가능하고 파급력과 연계성 또한 뛰어나다. 예를 들어 애니메이션 한 편이 성공하면 곧 비디오, 음반, 게임, 캐릭터 등 연계상품이 쏟아져 나온다. 이런 파급성이 바로 엄청난 부가가치 창출의 원천이다.

국가적인 차원에서 문화콘텐츠산업 육성

세계 문화콘텐츠산업의 주요 트렌드를 살펴보면 미디어-콘텐츠의 연계를 통한 기업의 합병 등 대형화, 국제화, 수직구조화가 급속적으로 진행되고 있어 기존 업체의 콘텐츠 사업부문의 확장 및 신규 진입이 가속화 되고 있고 있다. 특히 2002년부터 발효된 WCT&WPPT(국제저작권보호조약 관련)법으로 콘텐츠에 대한 저작권의 보호가 강화돼 법적인 안전장치까지 마련되었다.

디지털 융합기술의 발전으로 통신·방송, 유무선 융합, 콘텐츠 유통플랫폼이 다양해졌고 모바일 기술의 진보를 통해 유비쿼터스콘텐츠 환경도 조성되었다. 또한 세계 각국은 21세기 경쟁력의 최대 승부처인 문화콘텐츠산업의 주도권을 잡기위해 국가적인 차원에서 대응 전략과 각종 지원책을 내놓고 있다.

미국, 영국 등 전통적인 문화콘텐츠 강국은 물론, 게임과 애니메이션을 내세워 문화강국으로 급부상하고 있는 일본도 문화콘텐츠산업을 키우기 위해 국가적인 역량을 집중하고 있다.

문화콘텐츠가 높은 부가가치를 창출하는 차세대 핵심산업으로 부상하면서 우리도 지속적인 관심과 투자를 아끼지 않고 있으나 우리 문화콘텐츠산업의 세계시장 점유율은 1.5% 내외로, 해외시장을 대상으로 한 유통과 마케팅 능력 등 성장환경이 부족한 것이 사실이다. 하지

만 초고속 인터넷 가입가구는 1000만 가구를 넘어서 초고속 인터넷 보급률은 세계 1위에 올라 서 있다.

또 유무선 인터넷을 비롯한 디지털 위성방송 등 다매체, 다채널 시대에 접어들어 선 우리나라는 콘텐츠 수요의 폭증으로 문화콘텐츠가 발전할 수 있는 토양인 네트워크, 디지털화 부문에서 이미 선진국 수준에 올라 선 상태이다. 여기에 1970년대 이후 애니메이션 OEM의 경험이 풍부한 5000여 개에 중소기업사들이 버티고 있는 만큼 성장 잠재력은 무한하다. 실제로 1999년에서 2003년까지 국내 주요 문화산업의 연평균 성장률은 21.1%로 지난 2년간 국내 경제성장률 6.1%를 크게 상회하고 있다.

문화콘텐츠는 'IT 코리아' 완성을 위한 키워드

정부는 문화콘텐츠산업을 지식기반경제의 중심산업으로 육성할 것으로 정하고 CT(Culture Technology)를 국가 6대 핵심 기술의 하나로 선정했을 뿐 아니라 문화산업진흥 5개년 계획(1999년)과 문화콘텐츠산업 중장기발전전략(2003년 1월)을 수립하는 등 정책적인 지원을 아끼지 않고 있다.

정부는 '문화콘텐츠의 수출산업화, 세계 5대 문화콘텐츠 생산국 진입, 창의적 문화콘텐츠산업 강국 실현'을 목표로하고, 문화콘텐츠산업의 해외진출을 2003년 최우선 과제로 삼고 해외진출 거점 확대를 통한 홍보 및 교류·협력 강화, '한국 콘텐츠' 브랜드 및 이미지 전략 강화, 아시아 콘텐츠 허브 구축을 동북아 비즈니스 협력 강화에 역량을 집중하고 있다.

문화콘텐츠 창작 역량 강화를 위해 국제감독을 지닌 창의적인 전문 인력을 양성은 물론 문화콘텐츠산업 인프라 구축 및 산업활용도 제고, 지역문화산업 활성화 및 콘텐츠 유통체계 정립, 지원역량 강화를 통한 효과적인 지원체계 정립에 힘쓰고 있다.

우리의 풍부한 문화 창의력과 인프라 그리고 정책적인 뒷받침만 이루어진다면 세계 정상 자리도 충분하다. 문화콘텐츠는 'IT 코리아'의 완성을 위한 절대적인 요소이다.