



문화콘텐츠 강국의 해답 '여성인력 활용'

'문화의 시대'라 말하는 21세기를 맞아 다양한 문화콘텐츠가 경제적 가치를 창출하고 있다. 150만대의 자동차를 수출해서 얻는 이익보다 스티븐 스필버그의 '쥬라기공원'이 벌어들인 액수가 많다는 것은 이미 널리 알려진 이야기이다. 최근 여성의 사회진출이 확대되면서 감성을 필요로 하는 이 문화콘텐츠분야가 새로운 전기를 맞고 있다. 한국여성벤처협회 이영남 회장에게서 여성인력의 활용방안과 문화콘텐츠 강국으로 가는 해답을 들어보자.



글 / 이 영 남 (한국여성벤처협회장)

경제가 발전하고 사회가 발달함에 따라 여성 직업의 종류와 직책에도 많은 변화가 있었다. 산업화가 시작되던 60~70년대까지만 하더라도 여성은 주로 공장 생산직에 종사했었고, 80년대에도 문서 수발이나 단순 경리업무 등 여성들은 남성의 보조역할을 담당했을 뿐이었다.

그러나 90년대 들어 고등교육을 받은 고학력 여성들이 공채를 통해 대기업 등에 입사하면서 여성인력은 우리사회에서 자기 자리를 찾기 시작하였다. 2000년대에 와서는 기업내 '여성임원'이 늘어나면서 여성인력을 얼마나 잘 개발하고 활용하느냐에 따라 회사의 경쟁력이 좌우될 만큼 여성의 위치는 새로운 국면으로 들어서기 시작하였다.

특히 산업구조가 지식정보화사회로 개편됨에 따라 육체적 노동이 아닌 창의적인 아이디어와 감성을 요구하는 여성 친화적 사업아이템들이 쏟아져 나와 고급 전문 여성인력들의 사회 진출이 확대되고 있다.

문화콘텐츠산업의 육성 이유

흔히 21세기를 '문화의 시대'라고 말한다. 전세계는 지금 문화에 관심을 가지며 투자를 아끼지 않고 있다. 우리나라를 비롯해 일본, 영국, 캐나다, 중국 등 세계 여러 나라들이 문화콘텐츠산업을 국가적인 핵심전략산업으로 집중 육성하고 있는 현실이다.

여러 나라들이 문화콘텐츠산업에 집중하는 이유는 다음과 같다.

첫째, 문화콘텐츠산업은 다양한 장르로 재창조되면서 끊임없이 많은 부가가치를 창출할 수 있는 산업이다. 대표적인 사례로는 우리에게 잘 알려진 '해리포터', '포켓몬', '아기공룡 둘리', '마시마로' 등이 있다. 이들은 소설이나 만화에서 출발해 애니메이션과 영화, 게임, 캐릭터 등으로 재창조되며 엄청난 수익을 내고 있다.

둘째, 전세계적으로 문화콘텐츠시장의 규모가 크며 또한 빠르게 성장하는 산업이다. 시장규모만 비교해봐도 현재 애니메이션시장이 조선(造船)시장보다 훨씬 크고, 게임시장은 최근 반도체시장을 앞질렀다. 세계경제가



“ 여성벤처인은 ‘여성다움’이라는 경쟁력을 가지고 있다. 문화컨텐츠산업이 발전함에 따라 여성의 섬세함과 감성을 필요로 하는 분야와 영역이 늘어나고 있다. 따라서 고부가가치산업인 문화컨텐츠산업에서 여성의 참여를 확대하는 방안을 찾아야 한다. ”

3%대의 성장속도를 보일 때 문화컨텐츠산업은 5%대의 속도로 성장하고 있다. 국내의 경우에도 전체 경제가 4%대의 성장률을 기록할 때 문화컨텐츠산업은 4배에 가까운 빠른 속도로 성장하고 있다.

셋째, 우리 문화컨텐츠가 성공하면 우리나라 문화에도 관심을 기울이게 되듯이 문화적인 파급효과가 커지는 산업이다. 요컨대 문화컨텐츠산업은 다른 산업과 달리 외교와 통상의 첨병 역할을 한다고 볼 수 있다. 이러한 이유로 문화컨텐츠산업은 국제적 경쟁력을 가진 산업이라고 할 수 있다.

문화컨텐츠산업에서 여성의 역할

문화컨텐츠산업 중 최근 르네상스를 맞이하고 있는 게임·애니메이션분야에서 다수의 여성 벤처기업인들이 활발한 활동을 하고 있다. 현재 여성벤처기업협회에 등록된 회원사 현황만 보더라도 정보통신, IT분야의 S/W, 콘텐츠 등 섬세함을 필요로 하는 고부가가치 업종에 관여하는 기업이 70%이상을 차지한다.

게임의 경우 전세계 온라인게임시장에서 리더의 자리를 지키고 있다. 또 애니메이션의 경우 오랜 기간 OEM생산에서 쌓은 노하우와 인프라가 이미 세계적인 수준으로 인정받고 있으며, 3D 등 관련 첨단기술력 역시 선진국 수준에 이르고 있어 향후 창작능력이 가미된 게임·애니메이션산업의 고부가가치 창출이 기대되고 있다.

문화컨텐츠산업에서 우리나라의 경쟁력은 세계시장에서 1.5%수준으로 아직은 부족한 게 사실이다. 그러나 우리 민족의 창의성과 열정만큼은 세계 어느 나라에도 뒤지지 않는다고 자부한다. 세계화시대에 가장 경쟁력 있는 수출품은 범용품이 아니라 독특한 로컬제품이듯이 여성벤처인은 ‘여성다움’이라는 경쟁력을 가지고 있다. 문화컨텐츠산업이 발전함에 따라 여성의 섬세함과 감성을 필요로 하는 분야와 영역이 늘어나고 있다. 따라서 고부가가치산업인 문화컨텐츠산업에서 여성의 참여를 확대하는 방안을 찾아야 한다.

‘여성다움’이 곧 경쟁력

세계경제의 흐름 속에서 국가경쟁력을 확보하기 위해서는 여성들의 참여가 반드시 필요하다. 그동안 공급자 중심의 경제활동분야와 영역에서 도외시되어 왔던 것들, 이를테면 ‘감성마케팅’이나 ‘가정친화경영’ 등은 남성들로서는 제대로 구현하기 어렵기 때문이다.

우리나라 문화컨텐츠산업의 폭넓은 인프라와 관련 첨단기술력 그리고 잠재력은 머지않은 장래에 우리나라를 문화산업강국으로 발전시키는 강력한 힘이 될 것을 확신한다.

여기에 여성벤처기업인들 특유의 힘과 정부의 폭넓은 관심과 협력이 가미된다면 5년 내에 우리나라는 세계 5대 문화컨텐츠 강국으로 우뚝 설 수 있을 것이다.