

## 4차 산업혁명시대, 문화콘텐츠산업 개발 인식에 관한 연구

### A study on the Recognition of Cultural contents Industry Development in the Age of the Fourth Industrial Revolution

김태량, 조성희\*

성균관대학교 예술학협동과정 성균관대학교,  
강원대학교\*

Kim, Tae Rang, Sung Hee Cho\*

Sungkyunkwan Univ. Graduate School,  
Kangwon National Univ.\*

#### 요약

본 연구는 4차 산업혁명시대 문화콘텐츠산업의 문화 재생산, 개발, 유통, 소비 흐름에 초점을 맞추어 문화리는 것이 어떠한 형태로 발전되어야 현재의 기술 융합에 하나의 콘텐츠로서 강점을 가지는지에 관하여 논의한 것이다. 이를 위해 전문종사자의 인터뷰를 진행하였다. 연구 결과, 문화콘텐츠산업, 문화 재생산에 따른 4차 산업혁명 기술 융합에 새로운 요건과 다양한 발전 방향, 가치 창출, 반대급부 대응의 설계, 문화콘텐츠산업 개발 인식에 관하여 논의가 되었고, 개발되어진 문화콘텐츠산업의 유통과 마케팅의 상생방안에 관하여 집중적이면서 광범위한 활성화 방안 필요성을 인식하고 있었다.

#### I. 서론

4차 산업 혁명의 기술 집약적 진보적인 발전에 따라 문화콘텐츠산업 성장 전반의 어떠한 영향을 미치게 되며, 문화 콘텐츠 산업 발전 방향에 관하여 어떻게 인식하고 있는가에 대한 재고와 필요성이 부합되어 전문 종사자의 의견과 인식 논의를 하고자 한다. 문화콘텐츠산업이란 콘텐츠 서비스를 중심으로 콘텐츠 생산자와 콘텐츠 소비자 간에 감성적 교감을 유발시켜, 정신적 해방감과 카타르시스를 얻게 하는 일종의 서비스 산업이다. 문화산업 진흥기본법에 따르면 “문화산업”이란 문화 상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말한다. [1] 인터뷰를 통한 전문 종사자의 의견과 인식 논의를 하고 이를 통해 현재 기술과 정보에 맞게 생산과 유통과 소비 패턴과 방법에 관하여 활성화 되는 방안을 논의 하였다.

#### II. 연구 방법

4차 산업혁명시대와 문화콘텐츠산업이 상생 할 수 있는 강점으로 어느 정도 완성도 있는 문화콘텐츠가 어떤 식으로 기술 산업 다방면에 부합하여 개발될 수 있는가, 혹은 그동안 생산되었던 문화콘텐츠가 유통과 소비의 적절하지 못한 설계로 공급과 배급의 수요처를 제대로 마케팅 하지 못한 부분에 대한 인식을 <표 1>의 전문종사자를 대상으로 다음의 질문을 인터뷰하였다.

Q : 4차 산업혁명시대, 문화콘텐츠산업(문화 콘텐츠)이 문화, 예술과 어떤 형태로 개발, 생산, 유통이 되어야 서로 상생 할 수 있는가?

표 1. 인터뷰 대상 전문종사자

A	[영상문화프로덕션이리 대표이사]
B	[넷마블 아웃소싱 해외투자 담당자]
C	[강원일보사 문화부 담당 기자]
D	[강원대학교 무용학과 교수]

#### III. 4차 산업혁명과 문화콘텐츠산업

실기, 순수예술 분야의 문화, 예술계 현장에 직접 종사하고 있는 실무자 A, D는 자신의 전공에 4차 산업과의 기술 융합을 토대로 포괄적인 인식을 하고 있었다. 자신이 전공하거나 직접적으로 관여하고 있는 부분의 결여된 부분에서의 콘텐츠의 개발이나 방안에 관한 논의가 이루어졌다. 4차 산업혁명이과 기술 발전의 문화, 예술 투입은 융합에서 새로운 화두가 될 것이라고 인식하고 있지만, 그것은 기술과의 결합으로 문화 콘텐츠의 발전적인 방향으로의 도움이 되는 혁신적 측면이지 예술이 가지는 고유한 특정 매개를 대신하거나 크게 변화 시킬 수는 없다고 기술하는 측면을 보여주는 인식이었다.

전문 문화, 마케팅 종사자 B, C의 인터뷰 내용을 보면 현재의 4차 산업혁명시대의 기술 발전에 따른 문화, 예술의 위치나 발전 방향, 다양성, 인식 척도의 변화 재인식의 재고에 초점이 맞추어져 있다는 것을 알 수 있다. 가시적인 방안보다는 직접 출현되어지고 지속되어지는 방

향에 관하여 문화, 예술이 문화산업콘텐츠로서의 포괄적인 발전과 개발, 유통, 소비의 가장 혁신적인 인식을 내놓고 있다.

#### IV. 결론

본 연구는 문화, 예술 전문종사자를 대상으로 한 문화와 콘텐츠산업의 상생 방안과 활성화 방안에 관한 것이다. 인터뷰를 통한 연구 결과, 실기, 순수예술 분야의 문화, 예술계 현장에 직접 종사하고 있는 실무자는 자신의 전공에 4차 산업과의 기술 융합을 토대로 포괄적인 인식을 하고 있으며, 예술 경영, 마케팅, 분야의 순수예술 실무 경험이 없는 예술종사자는 4차 산업혁명시대의 기술 발전에 따른 문화, 예술의 위치나 발전 방향, 다양성, 인식 척도의 변화 재인식의 제고에 초점이 맞추어져 있었다. 4차 산업혁명시대 기술개발과 예술이라는 문화콘텐츠로서 새로운 경쟁력 있는 결합을 내놓는다면 창출가와 생산적이고 선도적인 문화 경쟁력과 국가 경쟁력을 가진다. 기술의 진보적인 발전에 예술가를 대처 할 많은 현상이 도래 되어 관객의 관심과 부재로 어려움을 겪을 수 있겠지만 이러한 시대적 발전에 따른 자연 도태에 안주하여 국가로의 지원을 요구하기보다, 새로운 기술발전에 대해 새로운 기회를 발견하여 적절한 문화, 예술로의 이용을 꾀하고 발전적인 형태로 스스로가 강점과 집약적인 전략을 가질 필요가 있다고 사료된다.

#### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 최연구, 문화콘텐츠란 무엇인가, 살림출판사, 2006.
- [2] 신동희, 인간과 컴퓨터의 어울림, 커뮤니케이션북스, 2014.
- [3] 임명환, “문화콘텐츠 산업의 동향과 전망 및 기술혁신 전략”, 한국전자통신연구원, 제24권, 제2호, pp.43-55, 2009.