

세계 디지털콘텐츠 '거물' 한자리에

8개국 140여개 업체 참가 ... 디지털콘텐츠 총망라

취재 권경희 기자 / 사진 이혜성 기자

게임과 애니메이션, 모바일 콘텐츠와 캐릭터 등을 망라한 디지털콘텐츠국제전시회 '디콘(DICON)2003'이 지난달 13일 서울 삼성동 코엑스 대서양홀에서 3일간의 일정으로 개막됐다.

한국문화콘텐츠진흥원이 주관한 '디콘 2003'은 애니메이션·캐릭터·게임·음악·인터넷과 모바일 콘텐츠 등 디지털 콘텐츠를 총망라하는 행사로, 프랑스·일본·중국·홍콩 등 총 8개국 140여개 업체가 참여했다.

국내에서는 △애니메이션 분야의 캐릭터플랜·드림픽처스·서울무비 △캐릭터분야의 바른손·김스라이센싱 △에듀테인먼트 분야의 아리수미디어 등 100여개 업체들이 참여했고, 올해 스타프로젝트로 선정된 아치와 시팍·스피어즈·아이언카드 등 5개의 프로젝트도 포함돼 볼거리를 풍성하게 했다.

무엇보다 이번 전시회는 세계적인 콘텐츠 리더들이 대거 방한해 이목을 집중시켰다. 세계적인 인터넷기업인 야후의 비시마키자니 부사장이 기조연설을 하는 것을 비롯해 PWC 마셀 페레즈 아시아태평양지역 대표, MTV네트워크 토니 엘리슨 부사장, O2의 리차드 세드워 이사, T모바일, 오렌지 와일리스 등 세계적인 비즈니스 리더들과 글로벌 경영자들이 연사로 나섰다.

또한 일본의 대표적인 애니메이션 제작사인 가이낙스의 창업자인 야스히로 타케다와 애니메이션 '러그렛'의 제작사인 미국 클라스키 수포사의 테리 쏰렌 사장, 유럽의 대표적인 애니메이션 제작사인 테리클리프 프로덕션 경영진 등 세계적인 애니메이션 전문가들이 애니메이션 투자에 대한 전략을 소개했다.

국내에서는 SK텔레콤의 가중현 상무이사, KTF의 박인수 상무이사, LG 텔레콤의 현준용 부장이 국내 모바일 산업의 미래를 예측하고 시장에 대한 방향을 제시했다.

이창동 문화관광부 장관은 환영사를 통해 "문화콘텐츠산업은 세계 공동번영을 위한 새로운 국제협력 시험대"라며 "이번 전시회가 세계 각국의 다양한 문화콘텐츠가 활발하게 교류하고 협력하는 네트워크 공간이 되기를 희망한다"고 말했다.

기조연설을 맡은 야후의 비시마키자니 부사장은 "2008년 말까지 미국 인터넷 사용자의 70% 이상이 브로드밴드 서비스를 이용하게 될 전망"이라며 "야후를 포함한 인터넷 업체들은



▲ '디콘 2003'이 지난달 13일부터 3일간의 일정으로 코엑스에서 개최됐다

게임, 영화와 같은 양질의 콘텐츠 서비스를 통해 사용자들에게 가까이 다가서야 할 것"이라고 강조했다.

디콘2003에 참석하기 위해 방한한 세계적인 컨설팅 기관 PWC의 마셀 페레즈 아시아태평양지역 대표는 "세계 경제가 점점 콘텐츠 중심으로 바뀌고 있다"며 "따라서 엔터테인먼트 콘텐츠의 중요성이 더욱 부각되고 있고, 향후 5년간 문화콘텐츠산업이 급성장할 것으로 전망된다"고 밝혔다. 그는 또 "2007년까지 문화산업 전망"이라는 PWC의 보고서를 인용, "향후 5년간 제조업을 비롯한 일반 산업이 연 1%안팎의 성장을 기록하는 반면 문화콘텐츠산업의 경우 연 4% 정도 성장할 것으로 예상된다"며 "특히 아시아 지역은 일본을 제외할 경우 성장률이 연 8%에 이를 것"이라고 내다봤다.

그는 국내 콘텐츠산업과 관련해 "한국은 아시아 어떤 나라보다도 수출 잠재력이 많은 나라"라고 평가하며 "한국의 콘텐츠 제작자들은 해외시장을 겨냥해 작품을 기획·제작해야 할 것"이라고 조언했다.

그러나 그는 "일반 상품과 달리 문화상품을 수출하는 것은 쉽지 않다"며 "해외시장에서 환영받는 콘텐츠를 만들기 위해서는 무엇보다도 수출지역의 파트너 선정이 가장 중요하다"고 덧붙였다.

홍콩 PWC 설립 책임자로 PWC 아시아태평양 지역을 책임지고 있는 페레즈씨는 이번 전시회에서 한국문화콘텐츠진흥



▲ 애니메이션·캐릭터·게임·음악·인터넷·모바일 등 디지털 콘텐츠가 총망라됐다.

원과 함께 국제컨퍼런스를 공동 주관했으며, 전시회 첫날인 13일에는 직접 ‘문화산업의 대표주자인 애니메이션’이라는 제목으로 주제발표도 했다.

그는 이 강의를 통해 “그동안 경기침체로 애니메이션도 침체를 겪었지만 지금은 애니메이션이 더욱 커나갈 수 있는 엄청난 기회가 올 것”이라고 강조했다.

하지만 성공적인 애니메이션을 위해서는 “소비자의 요구를 파악하고, 글로벌하면서도 창의적인 아이디어 발굴 및 기술 활용도 향상과 아울러 생산비용을 줄일 수 있어야 한다”고 말했다.

또 배급과 수출을 위해 좋은 파트너십을 구축할 필요가 있으며 저작물 보호와 통제는 아주 중요한 사항이라고 밝혔다. 이중 특히 시설 측면에 있어서 아시아 각국 정부의 적극적인 인프라 지원은 아주 좋은 요소라고 말했다.

이와 함께 ‘세계 애니메이션 흐름’에 대한 강의를 펼친 ‘애니메이션 매거진’의 리타 스트리트 편집국장은 “미국 TV 애니메이션 시장은 주로 10세 이하 아이들과 어른과 함께 할 수 있는 가족 영화가 주를 차지한다”고 조언하면서 이 시장에 대한 철저한 분석이 선행돼야 한다고 강조했다.

또 “애니메이션은 게임, 영상효과, 캐릭터 상품 등의 라이선싱 산업 등 대부분의 문화콘텐츠에서 중요하다”고 말했다.

스트리트 국장은 최근 ‘애니메이션 매거진’에서 다양한 국적을 가지고 있는 아이들을 대상으로 한 실험을 예로 들면서 “아이들은 주로 ‘딜로 앤 스티치’나 ‘러그래츠’ 등과 같은 강

한 캐릭터의 애니메이션을 선호하는 경향을 나타냈다”고 밝히고, 캐릭터가 강한 애니메이션이 호응을 얻을 수 있을 것이라고 귀띔했다.

올해가 3회째인 이번 디콘전시회는 모바일 콘텐츠를 중심으로 기업전시회, 국제컨퍼런스, 비즈니스 상담회 등이 행사 기간 내내 진행됐다. 특히 전시회에서는 고려시대나 조선 등 우리의 전통복식을 디지털로 재현한 콘텐츠들이 참관인들의 눈길을 끌었다.

이화여대 섬유패션디자인센터의 ‘문화원형 관련 복식디지털콘텐츠, 여금이 선보인 160여 사이버 전통한옥마을 세트 등은 전통을 디지털화한 것으로 호평을 받았다.

모바일 기술 중 쿼터뷰가 선보인 3D 아바타 기술은 중국 등 지로부터도 호평을 받아 수출 협상이 진행됐고, 서울대 산업공학과 휴먼인터페이스시스템 연구실이 NHN과 공동으로 내놓은 생체신호를 기반으로 한 온라인 게임도 참관인들의 발길을 사로잡았다.

개막식 이후에 열린 VIP 리셉션에는 문화관광부 오지철 차관을 비롯해 참가업체들 대표와 초청 바이어, 컨퍼런스 인사 등 약 200여명이 참석, 자유로운 분위기 속에서 문화콘텐츠 산업 발전을 위한 대화를 나눴다. 한편 국내외 참가업체들은 첫날부터 관람객들을 대상으로 자사의 대표 상품을 소개하는데 열을 올렸으며, 전시장 한편에 특별관을 마련한 한국문화콘텐츠진흥원도 해외 관람객들에게 한국의 문화콘텐츠 산업 현황을 알리느라 분주했다. 