

애니메이션 페스티벌 공모전과 지역문화산업 육성전략의 연계 모델 연구*

: WAF 사례 분석을 중심으로

임학순

초 록

이 연구는 도시에서 개최되는 문화산업 페스티벌 공모전과 지역문화산업의 연계성 증진을 위한 모델을 개발하는데 초점을 두었다. 이 연구에서는 특히 애니메이션 페스티벌 공모전을 중심으로 모델을 탐색하였다. 이를 위하여 2004년부터 광주에서 개최되고 있는 웹애니메이션 페스티벌 공모전(WAF)에 대한 사례를 분석하였다. 사업화 사례는 창작집단 중심형, 기업제작 중심형, 지역문화산업정책사업과의 연계성을 중심으로 분석되었다. 분석결과, 공모전을 활용한 우수 프로젝트 발굴사업과 선정 작품에 대한 사업화 지원사업의 연계 가능성을 확인하였으며, 이 과정에서 공모전사업 주관기관과 담당자의 사업화 의지와 산업계의 공모전 참여구조가 중요한 요인으로 작용한 것으로 나타났다. 그러나 이러한 사업모델은 공공부문의 지원만으로는 한계가 있으며, 민간부문의 자발적인 투자와 협업이 이루어질 수 있는 기반이 구축될 필요가 있다. 이와 관련하여 이 논문에서는 WAF를 우수프로젝트 발굴을 위한 Showcase로 특성화하는 방법을 제시하였다.

주제어 : 만화애니메이션, 애니메이션페스티벌, 지역문화산업, 문화산업정책, 문화산업공모전

화산업 관련 페스티벌을 추진하는 사례가 하나 둘씩 증가하고 있다.¹⁾

1995년에 제 1회 서울국제만화애니메이션페스티벌

I. 연구의 배경과 목적

문화산업에 대한 사회적 인식이 개선되고, 정책적 관심이 확대되면서 문화산업과 연관된 페스티벌과 행사 또한 늘어나고 있다. 지방 도시들 또한 1990년대 후반부터 도시 활성화 구축 차원에서 문

* 이 연구는 한국문화콘텐츠진흥원의 2008년도 지역문화산업 연구센터(CRC) 지원사업의 일환으로 수행되었음.

1) 우리나라 지자체 대부분(75.7%)은 문화를 통한 지역개발사업을 전략사업으로 추진하고 있는데, 사업유형을 보면, 문화축제기획, 문화예술기반시설 조성, 공연 및 전시, 문화예술경관사업, 박람회 및 엑스포, 문화산업 관련 문화콘텐츠 사업들이 대부분이다. 이에 대해서는 김효정의, 『문화를 통한 지역개발 사례 연구』, 한국문화관광연구원, 2007, p.149

별(SICAF)이 개최된 이래 1996년에는 부산국제영화제가 개최되었다. 이어서 부천시에서는 1997년에 부천국제판타스틱영화제(PiFan), 1998년에 부천국제만화축제(BICOF), 1999년에 부천국제학생애니메이션페스티벌(PISAF) 등 세 개의 문화산업 페스티벌이 개최되어 현재까지 이르고 있다. 그 외에도 국제방송영상전시회(BCWW, 2001), 디지털문화콘텐츠국제전시회(DICON, 2001), 서울캐릭터페어(2002), 아시아송페스티벌(2004), 지스타(G ★), 국제문화산업창의산업전(2006) 등 문화산업 관련 페스티벌 및 전시회가 지속적으로 늘어나고 있다. 이러한 문화산업페스티벌은 주로 공공부문의 주도 및 지원으로 이루어졌다.

이러한 문화산업페스티벌 외에도 다양한 형태의 공모전이 공공 및 민간부문의 다양한 기관 및 단체를 통해 개최되고 있다. 서울국제만화애니메이션페스티벌(SICAF)의 국제디지털만화공모전이나 부천국제학생애니메이션페스티벌(PISAF)의 투자제안서 공모전 등과 같이 국제페스티벌 프로그램 중의 하나로 공모전 행사가 포함되어 있는 경우도 있다. 그리고 광주에서 개최되는 웹애니메이션페스티벌 공모전과 같이 공모전이 곧 페스티벌인 경우도 있다.

한편 1990년대 후반부터 지역문화산업정책이 확대되면서 문화산업을 육성하기 위한 지방도시의 정책적 관심 또한 커지고 있다.²⁾ 이와 함께 2007년 말까지 10개의 지역문화산업지원센터가 지정되

어 있으며, 2007년부터 문화산업진흥기본법에 따라 지역문화산업진흥지구 지정 사업을 추진하고 있다. 이러한 문화산업 도시들은 지역의 문화산업을 육성하기 위한 정책적 차원에서 페스티벌 또는 공모전 등을 개발하여 추진하는 경향이 있다.

현재 지역문화산업진흥기관에서는 지역문화산업 기반 구축 차원에서 아래 <표 1>에 나타난 바와 같이 다양한 형태의 공모전 사업을 추진하고 있다. 공모전의 유형은 콘텐츠 창작품, 시나리오, 스토리텔링, 기획서 등으로 다양하다.

지원 기관	공모전
청주문화산업지원센터	• 에듀테인먼트콘텐츠 개발기획안 공모전 (콘텐츠 개발 기획서)
	• 전국문화콘텐츠 스토리텔링 공모전 (시나리오)
광주정보문화산업진흥원	• WAF 디지털 애니메이션 카툰 공모전 (웹상에서 구현 가능한 애니메이션, 카툰)
	• WAF Junior 전국 청소년 디지털 만화 애니메이션 공모전
	• 문화콘텐츠 제작 기획서 공모전 (디지털콘텐츠 창작 기획서)
충남디지털문화산업진흥원	• 천안 e-sports 문화축제 슬로건 제안 공모전
	• 천안 e-sports 문화축제 마크 제안 공모전
	• 백제충남 문화 활성화를 위한 백제야 놀자! UCC 동영상 공모전
전주정보영상진흥원	• 대한민국 게임시나리오 공모전
대구디지털산업진흥원	• e-fun OSMU 콘텐츠 공모전
	• 대구 게임그래픽 공모전 작품 모집 공고
5개 기관 11개 공모전	

표 1. 지역문화산업진흥기관의 공모전 사업 현황

그러나 이러한 지역문화산업페스티벌과 공모전이 지역문화산업 발전에 미친 영향에 대해서는 실증적인 사례연구가 매우 취약한 실정이다. 또한 지

2) 문화체육관광부는 1999년에 '철단문화산업단지 조성지원 기본계획,' 2000년에는 '지방문화산업 창업보육센터 조성지원 계획'을 수립하였으며, 2001년에는 7개 지역을 문화산업단지로 지정하여 2002년부터 지역문화산업 조성을 위한 지원사업을 추진하고 있다.

역 문화산업페스티벌 및 공모전의 실천 현장에서는 페스티벌 및 공모전의 정체성을 글로벌 차원, 전국차원, 지역차원에서 어떻게 설정할 것인가의 문제를 둘러싼 논의들이 지속적으로 이루어지고 있다. 왜냐하면, 지역에서 개최되거나 지역에서 주관하는 문화산업페스티벌 및 공모전이라고 하더라도 국제적인 차원, 전국적인 차원, 타 지역과의 연계 차원 등을 모두 종합적으로 고려해야 하기 때문이다. 특히 지방자치단체의 예산이 상당부분 지원되는 문화산업페스티벌 및 공모전인 경우에는 지역 활성화 및 지역문화산업 발전과 연관된 성과를 우선적으로 산출할 것을 요구하는 경우도 많다.

다른 한편으로는 공모전의 경우, 공모접수 및 심사, 우수작 선정 및 시상에 머무를 것인지, 아니면 한걸음 더 나아가 사후관리체계를 갖추어야 하는지를 둘러싸고 논란이 있을 수 있다. 이러한 지역문화산업페스티벌과 지역 활성화의 관계를 정립하는 문제는 앞으로도 지속적으로 제기될 전망이다.

이러한 맥락에서 이 연구에서는 지역문화산업페스티벌 공모전과 지역문화산업 육성 전략과의 연계체계 모델을 시론적으로 개발하는데 목적을 두었다. 이를 위하여 광주의 웹애니메이션페스티벌 공모전(Web Animation Festival : WAF)에 대한 사례분석을 실시하였다. WAF 사례는 공모전과 지역문화산업과의 연계성을 강화하기 위하여 서로 다른 세 가지 사업모델을 추진한 경험이 있기 때문이다.

II. 이론적 배경과 분석의 틀

1. 문화산업페스티벌에 관한 선행연구

1) 문화산업페스티벌의 개념과 특성

문화산업페스티벌은 문화산업 분야와 연관된 페스티벌로서 기본적으로 문화산업의 문화적 가치와 산업적 가치를 창출하고, 인식을 공감하는 데 목적을 두고 있다. 문화산업페스티벌의 문화적 가치와 산업적 가치는 개별 문화산업페스티벌의 특성에 따라서 그 중요도에서는 차이가 있다.

이러한 문화산업페스티벌은 그 영역이 영화, 애니메이션, 출판, 게임, 만화, 캐릭터, 대중음악, 스토리텔링 등 다양하다. 또한 문화산업페스티벌은 그 명칭도 ‘전시회’ ‘페스티벌’, ‘페어’ 등 다양한 용어로 불리고 있으며, 페스티벌에 따라 그 목적, 프로그램, 운영체계, 주관기관 및 참여기관, 그리고 환경적 맥락 등이 매우 다양하다.

또한 문화산업페스티벌은 국제적인 행사에서부터 지역적인 행사에 이르기까지 다양하다. 국제적인 행사는 문화산업이 국제적인 시장과 커뮤니티 맥락에서 창작, 유통, 소비되는 가치사슬 구조를 형성하고 있다는 점에서 그 중요성이 한층 커지고 있다. 특히 우리나라와 같이 국내시장 규모가 협소한 상황에서는 투자유치, 수출, 공동제작, 국제마케팅 차원에서 국제문화산업페스티벌을 전략적으로 활용할 필요가 있다.

다른 한편으로 문화산업페스티벌은 도시를 중심으로 운영되는 경우가 많다. 도시들은 문화산업페스티벌을 도시 활성화 차원에서 기획하고 추진하

는 경향이 많다. 또한 다양한 장르와 이슈를 둘러싸고, 국제적인 규모는 아니더라도 소규모의 문화산업 페스티벌로 지속, 운영되는 경우가 있으며 초기에는 국내행사로 시작하였지만, 점차 발전하여 국제행사로 발전하는 경우도 있다.

문화산업페스티벌의 국제성과 지역성의 문제는 페스티벌이 개최되는 지역적 맥락과 페스티벌의 개최목적, 그리고 성격에 따라 다양하게 설정할 필요가 있다. 사실, 국제성을 측정하거나 구별할 수 있는 지표 또한 명확하게 설정하기 어렵다. 때로는 페스티벌의 수사학(rhetoric)이라고 할 만큼 실질적인 성과보다는 전시적이고 정치적인 성과를 산출하기 위하여 국제적인 규모를 추구하는 측면도 있다.

이와 같이 문화페스티벌의 특성을 일반화하여 규정하는 것은 쉬운 일이 아니다. Stringer(2003)은 문화산업페스티벌의 대표적인 장르 중의 하나인 영화페스티벌인 경우에도 그 성격이 매우 복잡하고 다양하기 때문에 다차원적으로 접근할 필요가 있다고 지적하고 있다.³⁾

2) 문화산업페스티벌에 대한 선행 연구 경향

그 동안 우리나라에서 문화산업페스티벌에 관한 논의는 실천적 맥락에서 정책 및 페스티벌 현장에

서 주로 이루어졌다. 그러나 문화산업페스티벌의 정체성, 기획 및 프로그래밍, 마케팅 및 경영체계, 산업적 파급효과, 지역 활성화 효과 등에 대해서는 학문적인 연구가 활발하게 이루어지지 않고 있다. 장르별로는 영화제에 대한 연구가 만화, 애니메이션, 캐릭터, 게임 분야에 비해 많은 편이다.

그 동안 우리나라에서 문화산업축제와 관련된 연구경향은 크게 다음 세 가지 측면으로 유형화하여 살펴볼 수 있다.

첫째는 축제를 문화콘텐츠 형식 또는 장르 관점에서 접근하는 것이다. 안이영노(2006)는 ‘축제와 이벤트’라는 논문에서 축제와 이벤트는 자체로 문화콘텐츠일 뿐 아니라 다양한 문화콘텐츠를 바탕으로 제작된다고 지적하고, 축제와 이벤트가 문화콘텐츠를 형성하는 미디어, 문화콘텐츠를 전달하는 매체, 문화콘텐츠를 수용하는 채널로 중요하게 다루어져야 한다고 보고 있다.⁴⁾

류정아(2006)는 ‘지역문화콘텐츠 개발의 이론과 실제 : 축제를 중심으로’라는 연구논문에서 강릉단오제 사례를 중심으로 문화원형의 연구단계와 스토리텔링 단계에서 인문학적 연구가 적극적으로 추진되고, 이를 디지털화 단계와 상품화 단계에서 효율적으로 사용할 수 있도록 지역문화콘텐츠의 단계별 연구와 개발 전략을 구축할 필요가 있음을 강조하고 있다.⁵⁾ 이윤선(2004)과 김병인(2006)의 연구 또한 축제를 콘텐츠로 개발하는 방안에 대해 논의하고 있다.⁶⁾

3) Stringer J., Regarding Film Festivals, Phd. Dissertation of Indiana University, 2003. 이와 관련하여 Stringer(2003)은 영화페스티벌의 특성을 다음 다섯 가지로 구분하여 설명하고 있다. 첫째, 영화페스티벌은 기관 또는 제도로서 영화의 중계자 역할을 수행한다. 둘째, 영화페스티벌은 민족영화(national cinemas)에 관한 아이디어가 순환되는 장으로 이해할 수 있는 측면이 있다. 셋째, 영화페스티벌을 도시정체성(city identities) 관점에서 접근하는 시각이 있다. 넷째, 영화페스티벌이 페스티벌영화(festival film)의 창작, 발표, 유통의 통로역할을 수행할 수 있다는 점이다. 다섯째, 영화페스티벌은 영화커뮤니티를 형성하는 차원에서 이해할 수 있다.

4) 안이영노, ‘축제와 이벤트,’ 인문콘텐츠학회, 『문화콘텐츠 입문』, 북코리아, 2006, pp.174-184.

5) 류정아(2006), ‘지역문화콘텐츠 개발의 이론과 실제- 축제를 중심으로-’, 『인문콘텐츠』 제 8호, pp.39-57.

6) 이윤선, ‘강강술래놀이 의 디지털콘텐츠화 연구,’ 『인문콘텐츠』, 제4호, 2004, pp.102-121, 김병인, ‘왕인문화축제와 왕

이러한 연구들은 문화산업축제를 문화콘텐츠 영역으로 포함시킴으로써 축제의 콘텐츠 가치를 제시했다는 점에서 의미가 있다고 할 수 있다.

둘째는 문화산업축제의 기획 및 프로그래밍, 그리고 운영체계에 관한 연구이다. 백승국(2006)은 문화기호학적 분석도구를 활용하여 축제콘텐츠를 개발하는 기획 프로세스 모델을 개발하고, 축제콘텐츠 기획인력 교육프로그램을 구축하는 시도를 하였다.⁷⁾

김세훈(2001)의 ‘국내외 애니메이션 페스티벌의 현황 및 발전방안에 대한 연구’ 또한 애니메이션 페스티벌에 관한 기획, 운영체계, 추진전략 등에 대한 국내외 사례연구를 포괄적으로 논의하고 있다.⁸⁾ 또한 박준흠(2007)은 광명음악밸리축제를 비롯한 대중음악축제를 축제 기획차원에서 분석하고 있다. 그리고 박성식(2007)의 부천국제만화축제에 관한 연구도 기획차원에서 접근하고 있다.⁹⁾

이러한 연구들은 문화산업페스티벌의 기획, 마케팅, 집행, 성과관리 등 경영체계를 합리화하는 것과 밀접하게 연관되어 있다.

셋째는 문화산업페스티벌의 효과 및 발전방안에 관한 연구이다. 문화산업페스티벌의 산업적, 지역경제 차원의 연구는 개별 페스티벌에 관한 결과보고서 형태로 이루어지는 경우가 많으며, 이에 대한 학문적인 연구는 매우 취약한 실정이다. 그리고 대

부분의 문화산업페스티벌과 공모전에 대해서는 결과보고서 작성을 위한 자체 연구 및 논의가 진행되는 수준에 머무르고 있다.

다른 한편으로는 개별 페스티벌에 대한 종합적인 분석을 토대로 발전방안을 제시하는 연구는 늘어나고 있는 추세이지만, 아직은 매우 취약한 실정이다.¹⁰⁾

2. 문화산업페스티벌 공모전의 개념과 특성

문화산업 공모전은 사업목적과 추진방법 및 활용도가 공모전마다 매우 다양하기 때문에, 일률적으로 공모전을 정의하는 것은 쉬운 일이 아니다. 본 논문에서는 문화산업 공모전을 ‘문화산업 분야에서 우수한 인재 및 프로젝트를 발굴하거나 특정 문화산업 연관 사업에 대한 관심과 참여를 활성화하기 위하여 공공 및 민간부문의 전문조직에서 공개경쟁방식으로 추진하는 일련의 행사’로 정의하였다. 이 개념에는 크게 다음 세 가지 차원의 특성이 내포되어 있다.

첫째, 공모전의 가장 중요한 목적 중의 하나는 공모전을 통하여 문화산업 분야의 우수한 인재와

인, 그리고 콘텐츠화 가능성,’ 『인문콘텐츠』, 제8호, 2006, pp. 301-316.

7) 백승국, ‘축제기획을 위한 문화기호학적 방법론,’ 『인문콘텐츠』, 제 6호, 2006, pp. 249-267.

8) 김세훈(2001), ‘국내외 애니메이션 페스티벌의 현황 및 발전방안에 대한 연구,’ 『만화애니메이션 연구』, 제5호, pp. 270-304.

9) 박성식, 「만화콘텐츠 기획의 사례 : 2007 부천국제만화축제를 중심으로」, 『디지털콘텐츠와 문화정책』, 2007, pp. 61-76.

10) 부산국제영화제에 대해 석사, 박사 학위 논문과 전문적인 학술연구가 늘어나고 있다. 대표적인 박사학위 논문으로는 SooJeong AHN, The Pusan International Film Festival 1996-2005 : South Korean Cinema in Local, Regional, and Global Context, University of Nottingham, 2008을 들 수 있다. 또한 강정연, 부천국제만화축제의 진단과 발전방향에 관한 연구, 이화여자대학교 석사학위논문(2008) 등이 있다. 광명음악밸리 축제에 대해서는 류호성, 대중음악축제 발전방향에 관한 연구 : 광명음악밸리 축제를 중심으로, 단국대 석사학위 논문, 2006. 전주국제영화제에 대해서는 한승룡, 김건, 「지역영화산업연구-전북지역의 영화제를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제8호, 2006, pp.317-337, 락영진, 「2005 전주국제영화제평가」, 『영화비평현실』, 한국학술정보, 2006. 등이 있다.

우수한 프로젝트를 발굴하는 것이다.

공모전의 시상제도를 통하여 공모전에서 우수한 평가를 받은 참가자들은 수상실적을 확보하게 되고, 이러한 수상실적은 미래 전문 인력으로 활동할 수 있는 중요한 경력으로 활용될 수 있다. 그리고 수상자의 우수한 작품들은 다른 세계적인 페스티벌에서 발표될 수 있는 기회를 얻을 수도 있다. 만화애니메이션 분야의 대표적인 공모전이라고 할 수 있는 SICAF와 PISAF의 공모전은 우수한 인재와 작품을 발굴하기 위한 목적이 강하다.

또한 쇼케이스 형태의 공모전은 우수한 창작집단과 산업계의 연계를 활성화하는 것을 강조하는 경향이 있다. 예컨대, CJ 문화재단이 주최하는 ‘CJ 뮤지컬 쇼케이스’는 뮤지컬 창작 작업을 원하는 창작진들에게 작품 공모를 통해 쇼케이스의 기회를 제공하고, 상금 등의 수상혜택을 주는 공모전 형식의 행사이다.¹¹⁾ CJ 뮤지컬 쇼케이스는 작품을 공모하는 사람들의 자격요건을 따로 두지 않고 누구나 산업계 종사자들을 만날 수 있게 함으로써 뮤지컬 산업 진입을 원하는 예술가들의 공식적인 채널 역할을 하고 있다. 제작사의 입장에서는 CJ 뮤지컬 쇼케이스를 활용하여 새로운 콘텐츠를 개발하고 인력을 발굴하는 장으로 활용할 수 있다.

한편 광주정보·문화산업진흥원에서 2004년부터 주최하고 있는 웹애니메이션페스티벌 공모전(WAF : Web Animation Festival)의 경우에는 공모전사업과 공모전에서 선정된 작품의 사업화 지원사업을 결합하여 추진함으로써 우수한 창작집단과 산업계의 연계를 촉진하는 장을 제공하고 있다.

11) 임학순 외, 『예술의 산업적 발전방안 연구』, 예술경영지원센터, 2007, pp. 38-43.

둘째, 공모전사업 운영 기관은 공모전사업을 통하여 지역과 기관의 문화산업 진흥정책에 대해 문화산업계 뿐 아니라 전 국민들의 참여를 유도함으로써 공모전을 문화마케팅 수단으로 활용하는 경향도 있다. 지역문화산업진흥기관들의 경우, 지역의 문화산업 기반이 매우 취약한 실정이기 때문에 공모전을 통해 문화산업계의 관계자 및 관련 분야 전공 학생들, 그리고 국민들로부터 지역의 문화산업에 대한 관심을 갖게 만드는 것을 전략적으로 추진할 수 있다. UCC 공모전 형태와 같이 전 국민들을 대상으로 한 공모전은 일반적으로 산업적 성격보다는 문화적 성격이 강하다고 할 수 있다.

셋째, 공모전은 공개경쟁방식으로 진행된다는 점이다. 이것은 기존의 문화산업계에 대한 진입장벽을 없애 누구나가 참여할 수 있는 통로를 확보해주고, 공개경쟁과 일정한 심사를 거쳐 우수한 수상자 및 수상작품을 선정하기 위한 것이다. 그리고 공모전은 시상제도를 운영하고 있다는 점에서 기존의 문화산업 진흥을 위한 공모지원사업과는 다르다고 할 수 있다.

3. 문화산업페스티벌 공모전과 지역문화산업의 연계성

1) 산업적 접근의 의미와 사례

문화산업페스티벌의 산업적 가치는 문화산업 페스티벌이 문화산업의 산업적 발전에 어떤 영향을 미치는가에 관한 것이다. 대부분의 문화산업 페스티벌은 산업시장에 관한 프로그램을 운영하고

있다. 문화산업페스티벌은 문화기업, 콘텐츠, 창작자들의 마케팅 공간이라고 할 수 있다. 프로젝트 기획 제작팀은 문화산업 페스티벌을 통해서 공동 제작자를 탐색할 수도 있으며, 투자유치 활동을 전개할 수 있다. 또한 기업들은 완성된 창작콘텐츠를 출품하여 국제문화시장에 판매하기 위한 홍보마케팅 공간으로 문화산업페스티벌을 활용할 수 있다. 문화상품 구매자 또한 페스티벌이라는 거래시장을 통해서 구매 유통할 상품을 탐색하게 된다. 이와 같이 문화산업페스티벌은 마케팅, 협상, 거래 공간이라고 할 수 있다. 프랑스 칸느에서 열리는 칸느 영화제는 산업적 가치를 추구하는 대표적인 영화마켓플레이스라고 할 수 있다.¹²⁾ 부산국제영화제인 경우에도 아시아 영화마켓으로서의 기능을 중요하게 설정하고 있다. 부산국제영화제의 PPP(Pusan Promotion Plan)는 1998년부터 시작된 프로젝트 마켓으로 제작자와 투자자의 만남의 장을 제공하고 있다.¹³⁾ 그리고 2006년부터는 부산국제영화제에 아시아필름마켓이 적극적으로 운영되기 시작하였다. 부천국제판타스틱영화제 또한 2008년부터 NAFF(Network of Asian Fantastic Films)를 열어 영화제와 영화산업 간의 연계성을 강화하고 있다.¹⁴⁾

12) 칸느는 국제방송프로그램전시회(MIPTV), 국제영화 및 방송프로그램 전시회(MIPCOM), 국제음악전시회(MIDEM), 국제영화제, 국제광고제 등 전시회와 페스티벌을 중심으로 국제문화산업도시로 발전하고 있다. 칸느영화제에 대해서는 Corless K. & Darke C., Cannes : Inside the World's Premier Film Festival, Faber and Faber Limited, 2007.

13) 제 10회 부산국제영화제, 『부산 국제영화제 10년사』, 2005, pp. 48-58.

14) 2008년 NAFF는 인터스트리 프로그램과 환상영화학교 프로그램으로 나뉜다. 인터스트리 프로그램은 다시 It project와 showcase로 구분되는데, it project는 우수 프로젝트와 영화산업을 연결하는 참여자 그룹 간 협업 미팅을 추진하였다.

한국문화콘텐츠진흥원이 매년 추진하고 있는 서울캐릭터페어 또한 비즈니스센터, Licensing Web Program, TOP (To Overseas Program), 한중문화콘텐츠 기업 상담회 등을 통해 산업마켓 기능을 중요한 사업으로 추진하고 있다.¹⁵⁾ 부천국제만화축제인 경우에도 ‘국제만화페어’ 프로그램을 운영하여 만화산업 활성화를 추구하고 있다.¹⁶⁾ 서울국제만화애니메이션페스티벌(SICAF)의 SPP(SICAF Promotion Plan)와 부천국제학생애니메이션페스티벌의 PSPP(PISAF Student Promotion Plan) 또한 문화산업의 산업적 가치와 밀접하게 연관되어 있다.¹⁷⁾ 우리나라 게임페스티벌인 지스타(G ★)의 경우에도 게임이용자를 대상으로 한 B2C 행사 외에도 ‘비즈매칭 미팅’, ‘투자상담회’, ‘글로벌 퍼블리셔 초청 수출상담회’, ‘한국국제게임컨퍼런스’ 등 B2B 행사를 운영하고 있다.

한편 문화산업페스티벌의 산업적 접근이 성공적으로 추진되기 위해서는 문화산업 페스티벌의 문화적 가치에 대해 인식할 필요가 있다. 문화적 가치란 문화산업 페스티벌이 행사 참여자들의 인식, 태도, 가치관에 어떤 영향을 주는가에 초점을 둔 것이다.¹⁸⁾ 문화산업의 창작자 및 창작집단은 페스

15) 서울캐릭터페어, 『서울캐릭터페어 2007 결과보고서』, 2007. 서울캐릭터페어 2007의 경우, 개최목적으로 ① 아시아 최대의 국제 문화콘텐츠 비즈니스 마켓 구축과 국산캐릭터의 해외 수출 활성화, ② 새로운 라이선싱 아이템을 지닌 업체를 국내외 바이어들에게 소개하고 실질적인 투자 유치가 이루어질 수 있도록 지원, ③ 국내 라이선싱 관련 업체들의 기업 가치에 대한 이해를 증진시키고 매력적인 투자대상으로 부각 등을 표명함으로써 산업적인 목적을 명확하게 제시하고 있다.

16) 제단법인 부천만화정보센터, 『제 10회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2007.

17) 2008년의 경우, SPP의 주요 프로그램은 프로젝트 컴퍼티션, 비즈매칭, 비즈니스 포럼 등이다. 2007년의 PSPP 경우에는 학생, 인디작가, 산업현장이 함께 하는 월드 잡페어 마켓이 중요한 프로그램으로 포함되었다.

티벌을 통해 작품을 표현하고 전시, 상영함으로써 또 다른 창작자 및 소비자들과 상호작용할 수 있는 계기를 얻을 수 있다. 이와 같이 페스티벌은 창작자와 소비자를 연계하는 문화매개자 역할을 수행할 수 있다.

또한 문화산업페스티벌은 문화산업 분야 관계자들의 커뮤니티를 형성하고, 상호 교류 협력을 활성화하는 계기를 마련해 줄 수 있다. 문화산업페스티벌은 문화산업 관련 분야의 다양한 컨퍼런스를 통해 전문적인 지식과 정보를 교류할 수 있는 공간이라고 할 수 있다.

그러나 이러한 문화산업페스티벌의 사회문화적 가치는 산업적, 경제적 가치에 비해 도시정책 차원에서 상대적으로 우선순위가 낮게 설정되는 경향이 있다. 이와 관련하여 Quinn(2005)은 페스티벌의 사회문화적 가치가 지역사회 공동체를 활성화하고, 문화적 다양성을 촉진하며, 도시민의 삶의 질을 증진할 수 있다는 점에서 중요하다고 제시하고 있다. 이런 관점에서 Quinn은 페스티벌에 대해서 도시정책담당자들이 종합적인 관점(holistic)을 가질 필요가 있다고 지적하고 있다.¹⁹⁾

2) 지역문화산업과의 연계성

문화산업페스티벌은 도시 활성화를 위한 중요한 자원으로 인식되어 왔다. 문화산업페스티벌은 지역의 문화산업 기반을 구축하고, 도시의 문화마케팅 자원으로 활용될 수 있을 뿐 아니라 도시민의

문화적 삶의 환경을 조성해 준다는 점에서 지역 활성화를 위한 중요한 요소이기 때문이다.

실제로 부산국제영화제, 부천국제만화축제, 부천국제학생애니메이션축제, 전주영화제, 서울국제만화애니메이션페스티벌 등은 도시를 중심축으로 운영되고 있다. 프랑스 문화도시 칸느 또한 칸느영화제, MIPCOM, MIPTV 등 문화산업 페스티벌 도시라고 할 수 있다. 앙골렘국제만화축제 또한 앙골렘이라는 도시를 중심으로 운영되고 있다.

유럽도시들의 경우, 이미 1970년대와 1980년대부터 문화와 도시경제를 연계하는 정책이 강화되기 시작하였다.²⁰⁾ 문화산업 또한 도시 활성화를 위한 중요한 자원으로 인식되었다. 문화도시들은 문화산업클러스터 조성, 페스티벌 및 전시회 개최, 문화산업 관련 문화공간 및 문화프로그램 운영 등을 통해 도시 활성화를 위한 전략적 접근을 시도하고 있다.²¹⁾

문화산업페스티벌이 도시 활성화에 미친 영향에 관한 연구들은 최근에야 하나둘씩 늘어나고 있는 추세이다. 이런 연구들은 주로 방문객 조사, 페스티벌의 도시경제 파급효과 분석, 페스티벌의 특성 분석, 페스티벌 발전방안에 관한 것이다. 우리나라에서 문화산업페스티벌에 관한 학술적 연구는 부산국제영화제에 집중되어 있으며, 다른 문화산업 페스티벌에 관한 연구는 거의 없는 실정이다. 문화

18) Gets는 페스티벌은 지역사회 맥락에서 사회적, 문화적 의미(Meaning)를 가지고 있으며, 공공영역이라고 제시하고 있다. Gets, D. "Festivals, Special Events, And Tourism". Van Nostrand Reinhold, 1991, pp. 40-43.

19) Ouinn, B. "Arts Festival and the city", Urban studies, Vol.42, Nos 5/6, 2005, pp.927-943.

20) 유럽도시들의 경우, 1950년대부터 이미 문화예술을 도시발전의 중요한 요소로 인식하였다. 1970년대까지는 도시문화정책의 초점은 주로 도시공동체를 형성하고, 도시민의 문화적 삶을 고양하는 것이었다. Bianchini F. and Parkinson M., Cultural Policy and Urban Regeneration : The West European Experience, Manchester : Manchester University Press, 1993.

21) 임학순, 「문화산업을 활용한 지역 활성화 정책 모델 개발 : 클러스터를 넘어 문화산업도시모델로」, 『문화정책논총』, 제 19집, 2007, pp.87-108.

체육관광부는 정부에서 지원하는 국제영화제에 대하여 평가지표를 개발하고, 매년 평가사업을 실시하고 있다. 대부분의 문화산업페스티벌에 대해서는 자체 결과보고서를 작성하고, 향후 발전방안에 관한 워크숍을 갖는 정도에서 머무르는 경향이 있으며, 학술적인 연구로 발전하지 못하는 경우가 많다.

문화산업페스티벌과 지역 활성화와의 관계는 문화산업페스티벌의 특성과 지역맥락에 따라 매우 다양하다고 할 수 있다. 문화산업페스티벌이 지역 활성화에 미치는 영향 경로를 살펴보면 다음과 같이 크게 네 가지로 구분할 수 있다.

첫째는 문화산업페스티벌이 지역 이미지를 개선하여 지역에 대한 매력도를 증진할 수 있다는 점이다. 이것은 문화산업페스티벌이 도시의 문화마케팅 자원으로 활용되는 것을 의미한다.

둘째는 지역주민들이 문화산업페스티벌을 통하여 문화산업을 학습하고 체험할 수 있는 문화환경을 조성할 수 있다는 점이다. 이것은 문화산업페스티벌이 B2C 기능을 수행하여 소비자들로 하여금 참여할 수 있는 문화프로그램을 운영하는 경우가 많기 때문이다. 예컨대, 앙굴렘만화페스티벌은 국제만화출판시장의 홍보마케팅 기회를 제공할 뿐 아니라 만화작가 전시회, 만화관련 워크숍, 만화문화를 체험할 수 있는 기획전시 및 이벤트 등을 도시 곳곳에서 개최함으로써 방문객의 만화문화 체험 활동을 활성화하고 있다.

셋째는 문화산업페스티벌이 방문객을 유치함으로써 관광자원으로 활용될 수 있다는 점이다.

넷째는 문화산업페스티벌은 지역의 문화산업 기반을 구축하는 계기로 작용할 수 있다는 점이다.

문화산업 분야의 인력교류, 투자유치, 우수한 인재 및 작품 발굴, 유통 및 배급 거래 등 지역문화산업 관련 활동이 문화산업페스티벌을 통해서 이루어질 수 있기 때문이다.

4. 사례 분석의 틀과 방법

1) 사례 개요

WAF는 웹애니메이션페스티벌 공모전으로 2004년에 창설되었다. 이 페스티벌 공모전은 웹툰, 플래시애니메이션 등 웹애니메이션에 대한 온라인 공모전을 개최하여, 우수작품을 선정하여 시상하는 것을 축제 형태로 운영하고 있다. 공모전 자체가 페스티벌인 것이다.

WAF는 또한 웹애니메이션 분야의 실력 있는 창작자를 조기에 발굴하여 육성하고, 가능성 있는 작품들의 사업화를 지원하여 비즈니스 모델로 커나갈 수 있도록 다양한 기회를 제공하고 있다. 이와 같이 WAF는 공모전사업과 공모전 작품의 사업화 지원 사업을 연계하여 운영한다는 점에서 기존의 다른 지역의 공모전과는 차이가 있다고 할 수 있다.

WAF 행사는 광주정보·문화산업진흥원에 의해서 운영되고 있다. 광주정보·문화산업진흥원은 정보통신 및 문화산업을 지원, 육성하여 산업 성장기반을 확충하기 위하여 설립된 광주시 비영리법인이다. 광주정보·문화산업진흥원은 1997년 9월에 한국소프트웨어진흥원의 광주소프트웨어지원센터가 2002년에 광주시로 이관된 것이다.

웹애니메이션페스티벌 사업의 주요 목표는 ① 웹 기반의 원소스 멀티유즈 콘텐츠산업 기반구축 강화, ② 저비용-고효율의 산학연 공동협력사업 지원으로 고부가가치 창출, ③ 연관산업과의 협력활성화로 지역경제 선순환구조 확립 등을 사업목표로 추구하고 있다.²²⁾

WAF는 2004년과 2005년에 실시되었다가 2006년에는 예산이 확보되지 않아 중단되었으나, 2007년에 다시 실시되었다. WAF 2004 공모전에는 총 223개의 작품이 접수되었으며, WAF 2005에는 총 70편의 작품, WAF 2007에는 총 61편의 작품이 접수되었다.

2) 분석의 틀과 분석방법

WAF 사례는 앞에서 언급한 바와 같이 페스티벌 공모전과 지역문화산업 육성 사업을 연계하여 운영하였다는 점에서 기존의 다른 공모전 사업과는 차별적인 특성을 지니고 있다고 할 수 있다. 이러한 페스티벌 공모전과 지역문화산업 육성사업의 연계성을 파악하기 위해서는 크게 다음 네 가지 요인에 대한 분석이 필요하다.

첫째 요인은 페스티벌공모전과 지역문화산업 육성사업 간의 연계성에 관한 것이다. 페스티벌 공모전에서 선정된 작품 및 프로젝트를 사업화하기 위해서는 선정된 작품 및 프로젝트의 특성을 충분히 반영할 수 있는 사업화 모델이 정립되어야 하기 때문이다.

둘째 요인은 페스티벌 공모전 기획, 운영체계에

관한 것이다. 페스티벌공모전의 사업화 전략을 체계적이고 효과적으로 추진하기 위해서는 페스티벌 공모전 기획 및 집행과정에서 사업화 가능성을 중요한 요소로 고려할 필요가 있기 때문이다.

셋째 요인은 페스티벌공모전 사업성과의 유형에 관한 것이다. 이것은 페스티벌공모전에서 선정된 작품을 사업화하기 위해 지원한 결과, 실제로 어떤 사업성과를 거두었는가를 파악하는데 중요한 요인이라고 할 수 있다.

넷째 요인은 맥락적 요인(contextual factors)으로 페스티벌공모전과 사업화전략을 둘러싼 지역문화산업 환경에 관한 것이다. 지역문화산업 환경 요소에는 기업, 인력, 프로젝트, 지원체계, 시장특성, 교육기관, 지역전통문화자원 등이 포함될 수 있다.

이러한 요인들을 고려하여 본 논문에서는 WAF 사례에 대한 분석을 실시하였다. WAF 사례 분석은 WAF 2004, WAF 2005, WAF 2007 각각에 대해 이루어졌다. 개별 사례에 대해서는 ① 페스티벌 공모전과 지역문화산업 육성사업 간의 연계성, ② 페스티벌 공모전 기획, 운영체계, ③ 페스티벌 공모전 사업성과를 중심으로 분석하였다. 그리고 맥락적 요인에 대해서는 개별 사례 분석 결과를 종합하는 차원에서 논의하였다. 특히 WAF 2007 사례 분석에서는 구체적인 사업성과의 하나로 ‘바나나쉐이크’ 사례를 집중 분석하였다.

이를 위하여 광주정보·문화산업진흥원 WAF 사업 담당자 및 관계자들에 대한 심층인터뷰를 진행하였으며, WAF 사업 결과보고서에 관한 문헌 자료들을 수집, 분석하였다. 또한 WAF 2007 심사위원 및 발전위원회에 참여하고 있는 기업체 및 전문 위원 2명에 대한 심층면접을 진행하였다. 그

22) 광주정보·문화산업진흥원, 『2008년도 아시아 중앙아시아 문화중심도시 조성사업 문화산업분야 국가 보조사업 실적보고서』, 2008.

리고 바나나쉐이크 팀원 3명과 바나나쉐이크 프로젝트에 참여하고 있는 기업인 시은미디어 대표와의 심층인터뷰를 진행하였다. 뿐만 아니라 WAF의 발전방향과 관련하여 아시아문화중심추진단의 광주광역시 문화산업 분야 평가위원 4명(교수 3명, 업계 1명으로 구성)과의 WAF 2007에 대한 논의결과를 참조하였다.

III. 분석결과

1. WAF 2004 사례 분석

1) 페스티벌공모전과 지역문화산업 육성전략과의 연계성 : 창작집단 중심형

WAF 2004 사업은 '캐릭터-디자인 성공 비즈니스 모델 구현을 위한 지역의 수요와 특성에 적합한 성과중심의 사업지원체계와 자립형 산업기반을 구축' 하는 것을 목적으로 하였다. 이것은 WAF 2004 사업이 캐릭터디자인 비즈니스 모델을 개발하여 지역문화산업의 기반을 구축하는데 초점을 두고 있음을 의미한다. 여기에는 웹 만화와 웹애니메이션 작품을 캐릭터비즈니스의 소재로 활용할 수 있다는 인식이 자리잡고 있다.

WAF 2004는 2004년 11월부터 2005년 7월까지의 사업기간에 총 5천만 원의 사업예산으로 추진되었다. 2천만 원은 공모전사업을 위한 것이고, 3천만 원은 공모전 선정작 사업화 지원사업을 위한

것이다. 이는 우수콘텐츠사업화 지원사업 발굴을 위한 공모사업을 페스티벌 형태를 활용하여 추진한 것이다. 최종 선정작 사업화 지원예산은 '광주 소프트웨어 활성화 지원사업비'로 충당되었다.

최종 선정작 사업화 지원사업은 최종 선정작 2편에 대해 지원협약을 체결하고, 각 작품당 천오백 만원을 지원하여 작품을 제작하도록 하였다. 협약 기간은 협약일로부터 3년간으로 설정하였다. 주요 협약내용은 저작권과 소유권은 3년간 진흥원과 공동 소유하되, 3년 후에는 원작자에게 이양한다는 사항과 제작지원금을 지급한다는 사항, 그리고 저작권 등록, 매뉴얼 북 제작, 마케팅 지원 등 사업화를 지원하는 사항이 담겨있다.

이러한 접근 전략은 페스티벌 공모전에서 선정된 작품들에 대해 사후 지원 사업을 실시하여 선정된 작품들이 사업화될 수 있는 기반을 제공했다는 점에서 의미가 있다. 사업화 지원모델이 없는 경우에는 작품이 진화, 발전하지 못하고, 선정 및 시상단계에서 머무를 수 있기 때문이다. 특히 페스티벌 공모전 참여자들은 대부분 대학생 또는 대학 졸업생으로서 기업프로젝트에 참여하지 못하고 있는 사람들이기 때문에, 사업화 지원 사업은 초기 인큐베이팅 차원에서 의미가 있다고 할 수 있다. 또한 이러한 사업화 지원 사업은 WAF를 통해 우수한 작품이 창작될 수 있다는 것을 나타냄으로써 WAF를 홍보하는 데에도 긍정적으로 작용했다.

그러나 이러한 접근방법은 다음 두 가지 측면에서 한계를 나타내고 있다. 첫째는 창작자에 대한 직접지원에 전적으로 의존함으로써 최종 선정작품에 대한 사후제작과정에 사업화를 위한 비즈니스 전문성이 반영되는 데 한계를 지니고 있었다. 둘째

는 WAF에 대한 홍보 효과를 산출하는 데 기여한 측면이 있지만, 실질적으로 지역기업 육성, 지역고용창출 등 지역의 문화산업 기반 구축효과를 창출하지는 못했다는 점이다.

2) 페스티벌공모전의 기획, 운영체계

공모전 사업의 추진 경로를 살펴보면, WAF 홈페이지 오픈 및 공모시작, 공모접수 마감, 1차 심사위원 심사, 2차 네티즌 평가 등의 과정을 통해 최종작품이 선정되었다.

WAF 2004 공모전에서는 총 180명이 참여하여 총 223개 작품이 접수되었으며, 이중 1차 심사에서 10개의 작품이 선정되었다. 선정된 10개 작품은 서울지역이 8개, 부산지역 1개, 광주지역 1개로 WAF 2004가 개최되는 광주지역 작품은 매우 미미하였다. 1차 심사에서 선정된 각 작품에 대해서는 2백만 원의 상금이 지급되었다. 그리고 2차 네티즌 심사는 홈페이지 가입자 총 7,341명과 접속자 76,727명을 대상으로 실시하여 최종 작품 2개(팜프레도, 별꼥달꼥)를 선정하였다.

이러한 접근 전략은 네티즌 심사를 활용하여 문화콘텐츠상품의 최종 소비자들의 반응을 고려했다는 점에서 의미가 있다. 그러나 사업화를 위해서 반드시 필요한 기업을 기획, 운영과정에 적극적으로 활용하지 못한 측면이 문제점으로 나타났다.

3) 페스티벌 공모전 사업화 성과

페스티벌 공모전 사업화의 가장 큰 성과로는 최종 선정된 2개 작품에 대해 미술저작물 총 6건에 대한 저작권 등록을 지원함으로써 지적재산권을 바탕으로 마케팅 활동을 전개할 수 있는 기반을

구축했다는 점과 국내외 홍보마케팅 활동을 추진한 점이라고 할 수 있다.

최종 선정작 제작발표회를 통해 지역방송 및 언론을 대상으로 홍보 활동을 하였으며, 국제문화콘텐츠 전시회라고 할 수 있는 MIPTV와 LIMA Show에 참가하여 해외마케팅 활동을 수행하였다. 미국뉴욕에서 열린 LIMA Show인 Licensing 2005에 참가한 사례는 한국케이블 TV에서 '위풍당당 광주캐릭터 세계 시장에 도전' 이란 제목으로 12분 정도 방영된 바 있다.

그리고 시너지미디어라는 전문 라이선싱회사와 1년간 라이선싱 대행계약을 체결하여 캐릭터매뉴얼을 제작하였다. 그리고 2005년 6월 27일에는 WAF 2004 선정작 간담회를 개최하여 WAF 선정작 활용방안을 모색하였다.

그리고 WAF 2004 최종 선정작 캐릭터 홍보를 위하여 광주광역시청 시민홀 홍보영상제공, 인간성 회복운동 추진 광주전남협의회 '사랑의 일기' 캐릭터 제공, 한국문화콘텐츠진흥원 국산캐릭터 지역로드쇼 홍보영상 제공 등 최종 선정작 캐릭터 홍보활동을 추진하였다.

2. WAF 2005 사례 분석

1) 페스티벌공모전과 지역문화산업 육성전략과의 연계성 : 제작기업 중심형

WAF 2005 사업은 크게 세 가지로 구분되어 추진되었다. 첫째는 창작캐릭터 발굴 및 육성을 위한 공모사업이다. 둘째는 지역문화산업 활성화를 위

한 우수창작콘텐츠 제작지원 사업이다. 셋째는 디지털문화콘텐츠 홍보, 마케팅, 및 국내외 교류와 협력 지원 사업이다. 사업예산은 총 1억 천만 원으로 WAF 2004 예산에 비해 한층 증액된 것이다.

WAF 2005는 WAF 2004와 마찬가지로 공모사업과 우수창작콘텐츠 제작지원 사업을 연계한 점에서는 유사하지만, 사업 추진방식에 있어서는 상당한 차이를 보이고 있다. WAF 2004가 창작집단의 제작활동을 지원하였다면, WAF 2005에서는 창작자와 기업을 구분하여 전문 기업을 중심으로 제작 지원 사업을 추진했다는 점이다. 우수창작콘텐츠 제작지원 규모도 대폭 확대되었다.

이러한 접근전략은 전문 기업을 참여시킴으로써 우수 작품의 사업화 가능성을 높여줄 수 있는 측면이 있다. 이 경우, 창작집단과 전문기업의 저작권 및 수익배분 등에 관한 구체적인 계약을 체결할 필요가 있다. 그리고 이러한 지원전략은 창작집단이나 참여 기업에게는 긍정적으로 작용할 수 있지만, 지역의 문화산업 발전에 어떤 성과와 영향을 나타낼 것인가에 대해서는 불확실하다고 할 수 있다.

2) 페스티벌공모전의 기획, 운영체계

WAF 2005 공모사업에는 총 70편이 접수되어 8편이 선정되었으며, 선정된 작품에는 총 천 오백만 원이 지원되었다. 이러한 공모 작품 접수, 심사, 선정 및 시장은 2005년 10월 1일부터 2005년 12월 23일까지의 기간 동안에 이루어졌다.

WAF 2005 공모사업이 WAF 2004 공모사업과 비교하여 가장 큰 차이점은 사업화를 위한 전문기업체를 선정했다는 점이다. 전문기업 선정은 공모

사업으로 최종 작품 8개에 대한 시상이 이루어진 이후에 이루어졌다. 선정된 기업은 시오커뮤니케이션, 인터세이브, 아이온게임 등 3개 업체로 캐릭터 머천다이징 분야 1개, 모바일 게임 분야 2개로 구성되었다. 이들 기업들은 2006년 2월 16일부터 2006년 7월 10일까지의 기간 동안에 제작 및 사업화 작업을 진행하였다. 8개 작품 중 3개 작품이 3개 업체의 제작 지원 사업으로 연계되어 제작되었는데, 총 6천 3백만 원이 지원되었다.²³⁾

3) 페스티벌 공모전 사업화 성과

WAF 2005의 대표적인 사업성과로는 공모사업에서 선정된 작품 중 3개 작품이 전문기업에 의해 재구성되어, 새로운 문화콘텐츠로 개발되었다는 점을 들 수 있다. 모바일게임 2개가 제작되었으며, 캐릭터 상품 5종이 개발되었다. 인터세이브의 산타훈련소 모바일게임은 일본, 중국, 동남아시아 등에 서비스 되었다.

3. WAF 2007 사례 분석

1) 페스티벌공모전과 지역문화산업 육성전략과의 연계성 : 지역문화산업정책사업과의 연계형

WAF 2007 사업의 목적은 크게 세 가지로 구분되어 설정되었다. 첫째는 웹애니메이션 분야의 실력 있는 창작자 발굴 및 육성으로 창작활동을 활

23) ① 과제명 : '지미토피아' 패밀리캐릭터 복합엔터테인먼트 사업, 제작사 : 시오커뮤니케이션, 지원금 3천만 원, ② 과제명 : '탄과 룡의 모험' 개발 및 3D 캐릭터 제작, 제작사 : 인터세이브, 지원금 : 천오백만 원, ③ 과제명 : '산타훈련소' 제작 및 사업화, 제작사 : 아이온게임, 지원금 : 천팔백만 원.

성화하기 위한 것이다. 둘째는 산학연관 협력네트워크 기반 온-오프라인 행사를 통해 지역캐릭터산업의 저변을 확대하고, 인식을 제고하는 것이다. 셋째는 국내 최대 웹애니메이션 공모전으로서의 위상 강화로 문화수도 광주의 대표 브랜드로 정례화하기 위한 것이다.

WAF 2007사업은 크게 공모전 개최사업, 시상식 및 오프라인 행사개최사업(전국 코스프레 최강자전), 공모전 선정작 사업화 지원사업으로 구분된다.²⁴⁾ 이것은 WAF 2004부터 WAF 2007까지 공모전 사업과 공모전 선정작품에 대한 사업화 지원사업이 연계되어 지속되고 있다는 것을 의미한다.

WAF 2007 경우, 사업화 지원사업의 특징은 우수기업의 멘토링 시스템을 갖춰주었다는 점이다. 이것은 공모전에 선정된 창작집단에 대해 기업의 전문적인 컨설팅을 받을 수 있도록 함으로써 선정작의 사업화 가능성을 높이기 위한 것이다.

또한 WAF 2007에서는 최우수작품의 경우에 광주정보·문화산업진흥원에서 추진하고 있는 ‘문화콘텐츠 기획·창작 스튜디오 사업’ 심사에서 1차 서류심사를 면제시켜주었다. ‘문화콘텐츠 기획·창작 스튜디오 사업’은 문화콘텐츠의 기획, 창작 능력을 갖춘 창작자들을 팀 단위(4인 이상)로 창작 스튜디오에 입주시켜 제작 및 마케팅 활동을 지원하는 사업으로 2007년 사업예산은 16억 원이다. 이와 같이 공모전과 ‘문화콘텐츠 기획·창작 스튜디오 사업’을 연계함으로써 공모전의 창작 팀들이 지역기업으로 인큐베이팅 할 수 있는 여건을 제공

해 주었다고 볼 수 있다.

2) 페스티벌공모전의 기획, 운영체계

WAF 2007 공모전의 공모대상은 웹카툰과 웹애니메이션 분야의 학생 및 개인 창작자이다. 심사결과, 웹애니메이션 9개 작품, 웹 카툰 2개 작품이 선정되어 수상하였다.

WAF 2007 페스티벌 공모전의 특징은 크게 다음 두 가지로 구분하여 살펴볼 수 있다.

첫째는 공모전 선정작의 사업화 가능성을 높이고, 전문기업의 멘토링 서비스를 강화하기 위하여 공모전 심사위원을 대부분 기업종사자들로 선정하였다. 이것은 심사과정 자체를 공모전 참가자들이 각자의 프로젝트를 기업체 담당자들에게 발표함으로써 기업의 관심을 유발하려는 의도가 담겨있다.

둘째는 WAF 2007 발전위원회를 구성하여 공모전 선정작에 대한 사업화 및 WAF 발전방안을 모색하였다. 발전위원회에는 업체 대표 및 전문가들이 참여하였다. 발전위원회 운영과정에서도 선정작과 기업의 연계를 통한 사업화 멘토링 체계를 활성화하고자 하였다. 발전위원회는 2007년 10월 23일, 11월 20일, 12월 7일로 총 세 차례가 열렸는데, 주요 내용은 WAF 선정작의 사업화 방안에 관한 것이었다.

3) 페스티벌 공모전 사업화 성과

WAF 2007 대상을 수상한 바나나쉐이크는 문화콘텐츠기업인 (주)시은미디어와 연계하여 국내외 투자를 유치하고, 웨이커스라는 제작사를 설립하여 현재 TV 애니메이션을 제작하고 있다. 바나나쉐이크 팀은 대학 애니메이션학과 재학 중일 때부

24) WAF 2007에서 새로 추가된 전국 코스프레 최강자전(2007.9.14-15)에는 전국 코스프레 79개팀 150여명이 참가하고, 약 2000여명이 참관하였다.

터 팀을 구성하여 졸업이후에도 기업에 취업하지 않고, 애니메이션 창작활동을 지속하는 과정에서 WAF 공모전에 참여하게 된 것이다.

바나나셰이크 팀은 2007년 12월에 광주 정보·문화산업진흥원의 정책사업인 ‘문화콘텐츠 기획창작스튜디오 운영지원사업’으로 선정되어 창작스튜디오 공간과 시설 뿐 아니라 창작자금을 지원받고 있다.²⁵⁾ 그리고 2008년 4월에는 MIPTV에서 말레이시아 EDEN사와 30억 규모의 공공제작투자 계약을 체결한 바 있다.

(주)시온미디어는 캐릭터 브랜드 개발과 애니메이션 제작, 글로벌 마케팅을 전문으로 하는 문화콘텐츠기업이다. 시온미디어 대표는 공모전 심사과정 및 발전위원회에 참여하면서 최우수작으로 선정된 바나나셰이크 작품의 사업화 가능성을 발견하고, 이 작품의 사업화 전략에 적극 참여하게 되었다. (주)시온미디어는 기획, 디자인, 마케팅 및 비즈니스 차원에서 바나나셰이크팀에 대한 전문 멘토링서비스를 진행하였으며, 2007년 12월에는 5억 원 규모의 투자계약을 체결하였다.

이러한 전문기업의 멘토링서비스와 지원은 바나나셰이크팀의 디자인 역량을 강화했으며, 프로젝트 기반의 창업활동을 가능하게 했다. 그리고 바나나셰이크팀의 창작활동과 (주)시온미디어의 마케팅 및 비즈니스 활동을 유기적으로 연계할 수 있는 계기가 형성되었다.

그 외에도 WAF 2007 웹카툰인 ‘썩이 스토리’와 ‘옛날 옛적에’는 2007년 12월에 하나포스닷컴에 연재되었다. 그리고 WAF 2007 장려상을 받은

25) 바나나셰이크팀과의 심층 인터뷰를 통해 사례를 분석하였다.

‘Infect’는 다음 만화 및 중국 쿠키닷컴에 2007년 12월부터 2008년 3월까지 연재되었다. (주)콘텐츠플러그(다음 자회사)는 WAF 2007 선정작 온라인 만화를 3건 연재하였다. 투니버스는 WAF 선정작을 방영하였으며, 네이버 컬러플러그 또한 WAF 선정작에 대한 VOD 서비스를 실시한 바 있다.

이와 같이 WAF 2007 선정 작품들이 사업화 된 사례가 많은 데에는 WAF 사업 담당자의 선정작, 기업, 미디어의 연계 활동이 활발하게 이루어진 측면이 크다. WAF 행사는 사업화지원프로그램과 연계되어 수상작의 프로모션 및 비즈니스 매칭 등 실질적인 사업화지원 성과를 도출함으로써 타 공모전과의 차별화를 시도하고 있다. 투니버스, 다음, YTN DMB 등 채널보유 기업과의 네트워크를 활용하여 선정작과 미디어의 연계를 강화하고 있다.

IV. WAF와 지역문화산업 육성전략과의 연계 방안

1. 사례 분석결과와 시사점

사례 분석 결과, 그 동안 WAF 공모전의 선정작품들은 수상하는 데 그치지 않고, 다양한 매체에 홍보되거나 콘텐츠사업으로 발전된 사례들이 나타나고 있는 것으로 분석되었다. 이러한 경향에 영향을 미친 가장 큰 요인은 무엇보다도 WAF 공모전 사업과 선정 작품의 사업화 지원사업의 연계성이라고 할 수 있다. 광주 정보·문화산업진흥원은

WAF사업을 통해서 우수한 콘텐츠를 발굴하고, 창작집단과 기업 및 미디어가 연결될 수 있도록 중계자 역할을 수행하였다. WAF는 우수작품이 콘텐츠사업으로 발전할 수 있는 창구역할을 수행하고 있다고 할 수 있다.

선정작품의 사업화 지원사업은 매회 WAF 행사 때마다 차이가 있었다. WAF 2004에서는 선정된 작품의 원작자에게 직접 협약을 체결하여 제작지원을 실시하고, 라이선싱 비즈니스는 전문 업체와 대행계약을 체결하여 지원하였다. 이러한 사업화 지원 유형은 창작집단과 전문 콘텐츠비즈니스 집단을 분리하여 운영함으로써 콘텐츠 창작과정에 기업의 전문성이 반영될 여지가 약했다고 볼 수 있다.

WAF 2005에서는 공모전에서 선정된 작품을 중심으로 전문 제작사를 선정하여 제작 지원사업을 실시하였다. 이러한 사업화 지원 유형은 전문 제작사 참여를 확보하여 작품의 사업화 수준을 높일 수 있는 이점이 있지만, 프로젝트 제작지원금에 대한 의존도가 크다는 점에서 제작지원금을 확보해야 사업효과가 나타나는 한계가 있다.

이러한 WAF 2004와 WAF 2005의 두 가지 사업화 지원 사업은 공모전에서 선정된 작품의 사업화에는 부분적으로 성공하였지만, 지역기업을 육성하는 수준으로는 발전하지 못하였다.

WAF 2007은 공모전사업과 문화콘텐츠 기획 창작 스튜디오 사업을 연계하여 공모전에서 대상을 받은 작품의 창작팀이 광주지역 창작스튜디오에서 전문기업으로 콘텐츠를 개발하고 있다. 여기에는 공모전 선정작품에 대한 전문기업의 멘토링 지원과 사업 참여가 중요한 요인으로 작용하였다. 특히

WAF 2007에서는 작품 선정과정 초기부터 참여기업을 섭외하여 공모전 심사과정에 적극 참여시켜 작품의 사업화에 대한 관심을 갖도록 하였다. 이 과정에서 WAF 사업 담당자의 중계역할이 중요하게 작용하였다.

또한 WAF 2007에서는 발전위원회를 구성, 운영하여 WAF 공모전의 사업화를 위한 발전방안을 체계적으로 수립할 수 있는 기반을 조성한 점도 앞으로 WAF 공모전과 지역문화산업의 연계성을 강화하는 데 중요한 요인으로 작용할 것으로 전망된다. 이와 같이 WAF 2007 사례는 공모전이 우수한 인재의 등용문 역할을 수행할 뿐 아니라 지역문화산업 기업을 인큐베이팅 할 수 있는 가능성을 보여주었다는 점에서 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

2. 지역문화산업 환경과의 연계성 확보

문화관광부의 『2007 문화산업통계』에 따르면, 7대 문화산업(출판, 만화, 음악, 영화, 애니메이션, 캐릭터, 에듀테인먼트산업)의 지역별 분포는 여전히 서울과 경기지역에 집중되어 있다. 지역별 매출액 차원에서는 서울지역이 66.1%인데 비하여 전남 지역은 0.4%, 광주지역은 2.0%에 불과한 실정이다. 그리고 지역별 종사자 차원에서도 서울지역이 53.9%인데 비하여 전남지역은 1.2%, 광주지역은 2.6%에 불과한 실정이다.

광주지역의 문화산업 기반의 취약성에 대해서는 이미 문화관광부와 한국문화콘텐츠진흥원이 2006년에 발간한 『문화산업 클러스터 지형도 작성을

통한 지역문화산업 육성방안 : 지역편』에서 지적된 바 있다.²⁶⁾ 이 자료에 따르면, 광주시는 문화산업을 4대 전략산업의 하나로 선정하였으나, 문화산업이 자생적으로 형성될만한 관련 산업 기반이 취약한 상황이기 때문에 중앙정부의 지원을 받아 기초적인 인프라를 구축하고 그것을 토대로 문화산업을 육성하려는 접근을 취하고 있다고 진단하고 있다.

현재 광주시의 문화산업 육성은 아시아 문화중심도시라는 거대 프로젝트와 문화산업 클러스터 사업이라는 소규모 사업이 병행되다가 문화산업 육성이 아시아문화중심도시 사업의 중요한 부분으로 편입되어 있는 상황이다.

취약한 문화산업 기반을 고려할 때 WAF는 다음 두 가지 측면에서 의미를 갖고 있다고 할 수 있다.

첫째 WAF 행사는 온라인 네트워크를 중심으로 이루어지는 행사로 광주라는 지역적 한계를 극복할 수 있는 가능성을 열어주었다는 점이다. 이러한 특성은 앞으로 WAF 공모전 참여 대상을 글로벌 네트워크로 확대할 수 있는 잠재력을 내포하고 있다고 할 수 있다.

특히 광주시는 앞으로 아시아문화중심도시로서 국제적인 교류 협력기능이 활성화될 전망이기 때문에, WAF의 국제적인 행사로서의 가능성 또한 열려있다고 할 수 있다. 이와 관련하여 WAF를 국제페스티벌 공모전으로 확대하여 참여대상과 참여 기업을 국제적인 수준으로 확대 발전시키는 방안

을 적극 고려해 볼 수 있다. 아시아문화중심도시 사업에서는 ‘문화창조원’을 운영할 계획인데, 문화창조원의 사업은 대부분 지역문화산업과 밀접한 관련을 갖고 있을 뿐 아니라 문화산업 분야의 국제적인 교류 협력을 활성화하는 것을 추구하고 있다. 이런 측면에서 WAF를 국제페스티벌로 확대발전시켜, 아시아 문화중심도시 사업과의 연계성을 강화해 나가는 방안을 적극 고려해 볼 필요가 있다.

둘째는 공모전을 중심으로 창작집단과 전문기업 집단이 소통할 수 있는 만남의 장을 마련했다는 점이다. 이러한 소통체계는 공모전 작품의 마케팅 및 프로모션 활동을 활발하게 하는 데 기여했을 뿐 아니라 바나나셰이크팀 사례에서 보듯 지역기업의 창업을 도와주는 역할을 수행하기도 했다. 아직은 이러한 사례가 하나에 불과하지만, 앞으로 지역기업의 창업을 활성화하는 일은 WAF의 사업화 지원 사업에서도 중요하게 고려할 필요가 있다.

3. 프로젝트 마켓의 사업화 전략

1) 전문 프로젝트 마켓으로 포지셔닝

공모전이 지역문화산업에 미칠 수 있는 영향 경로는 크게 다음 두 가지를 고려해 볼 수 있다.

첫째로 공모전은 우수한 인재와 우수한 콘텐츠 프로젝트를 발굴하는 것을 추구하고 있다. 이런 의미에서 공모전은 성공적으로 개최될 경우 지역의 이미지를 개선하는 데 긍정적으로 작용할 것으로 전망된다.

26) 문화관광부, 한국문화콘텐츠진흥원, 『문화산업 클러스터 지형도 작성을 통한 지역문화산업 육성방안 : 지역편』, 2006, pp. 179-230.

둘째로 공모전을 통해 개발된 우수 프로젝트를 실제 사업으로 지속 개발함으로써 공모전 우수작품에 대한 사업화를 추구하는 것이다. 이것은 공모전을 우수 프로젝트가 성공적으로 사업화될 수 있는 발전소로 이해하는 것이라고 할 수 있다.

그러나 대부분의 공모전은 우수한 인재와 우수한 콘텐츠 프로젝트를 발굴하는 수준에서 멈추는 경우가 많다. 수상자들은 수상실적을 자신들의 포트폴리오를 만드는 데 활용할 수 있을 것이다.

이와는 달리, WAF 공모전은 WAF 2004, WAF 2005, WAF 2007을 거치면서 공모전의 성격을 콘텐츠사업화를 위한 창구로서 접근하는 경향이 강화되어 왔다. 이에 따라 공모전은 투자유치, 공동제작 활성화, 미디어 프로모션, 수익창출 등 사업성을 중요하게 고려하게 되었다. 그러나 매년 사업화 전략이 창작집단중심형, 제작기업 중심형, 지역문화콘텐츠 기획창작스튜디오사업과의 연계형 등으로 변화되어 왔기 때문에, 아직 정체성이 명확하게 설정되어 있지 않다.

이를 바탕으로 앞으로 WAF가 우수 콘텐츠를 발굴하고 사업화를 지속적으로 추진하기 위해서는 전문 프로젝트 마켓으로 특성화하고, 프로젝트 마켓을 통해 발굴된 우수 프로젝트들이 사업화 또는 지역기업화로 연결될 수 있는 지원체계를 구축할 필요가 있다. 이러한 접근은 WAF에 대한 참여자들의 관심을 제고하고, 브랜드 가치를 높일 것이다.

2) 우수창작프로젝트와 기업의 연계체계 구축

WAF의 전문 프로젝트 마켓이 활성화되기 위해서는 무엇보다도 공모전의 형태를 우수 창작 프로

젝트 쇼케이스 행사로 특성화할 필요가 있다. 이 경우 가장 중요한 과제는 우수한 창작프로젝트가 WAF를 통해 발표될 수 있도록 하고, 제작사, 투자사, 미디어업계, 라이선싱 전문회사 등 문화콘텐츠 기업들이 활발하게 참여할 수 있는 여건을 조성할 필요가 있다.

WAF 사무국은 창작집단과 기업집단을 이어주는 연결자 역할을 체계적으로 수행할 필요가 있다. 이와 관련하여 다음 네 가지 측면을 고려해 볼 수 있다.

첫째, 우수 창작프로젝트를 확보하기 위해서는 사전심의를 통해 창작팀을 선정하고, 선정된 팀에게 프로젝트 수행에 필요한 사전 제작비를 지원하여 WAF 행사 때 발표하도록 하는 방법도 고려해 볼 수 있다. 이러한 사전제작 지원체계는 현재의 사후제작 지원체계 보다는 WAF에 발표되는 창작프로젝트의 완성도를 제고할 것으로 예상되며, 이러한 프로젝트의 완성도는 사업화 가능성을 높여 관련 기업의 참여를 활성화 할 수 있을 것이다.

둘째, 전문가 및 기업의 멘토링서비스 체계를 구축하는 일이다. 이것은 창작집단이 사업의 주체로 활동하고, 프로젝트 관련 전문가 및 기업의 전문적인 컨설팅과 지도를 받을 수 있도록 여건을 조성하는 것을 의미한다. 이러한 접근방법은 앞에서 분석한 바나나쉐이크 프로젝트 사례에서 효과적인 것으로 나타났다.

셋째, 창작집단의 프로젝트에 대한 투자를 유치하거나 공동제작을 활성화할 수 있는 여건을 조성할 필요가 있다. 프로젝트 마켓 쇼케이스에는 프로젝트의 사업화와 연관된 국내의 기업들의 참여가 활성화되어야 한다. 그러기 위해서는 문화콘텐츠

산업 분야의 다양한 기업들과의 협력 및 네트워크 체계를 구축할 필요가 있으며, 이러한 네트워크 체계를 전문적으로 관리할 수 있는 체계를 정립할 필요가 있다.

3) 지역문화산업정책사업과의 연계체계 구축

WAF 프로젝트 마켓은 우수 프로젝트를 발굴할 뿐만 아니라 우수 창작집단을 발굴할 수 있는 계기를 마련할 수 있다는 점에서 지역문화산업 육성 전략과 밀접하게 연관되어 있다. 앞에서 살펴본 바나나쉐이크팀 사례의 경우, 바나나쉐이크팀 자체가 지역기업으로 인큐베이팅 할 수 있는 계기를 확보했을 뿐 아니라 타 지역의 문화콘텐츠 기업을 참여시킬 수 있는 계기를 마련했다는 점에서 의미가 있다.

이 과정에서 가장 중요한 요인으로 작용한 것은 공모전사업과 문화콘텐츠 기획 창작 스튜디오 사업을 연계하여 운영하였다는 점이라고 할 수 있다. 이와 관련하여 WAF 프로젝트 마켓의 사업화를 위한 다른 지역문화산업정책과의 연계성을 지속적으로 확보할 필요가 있다.

앞으로 WAF는 광주지역의 문화산업 클러스터 구축 관점과 아시아문화중심도시 사업과의 연계성을 확보하는 관점에서 그 위상을 지속적으로 점검하고 정립해야 할 것이다. 지역문화산업 클러스터 구축 관점에서 WAF는 지역의 기업, 우수 프로젝트 개발, 우수 인재 발굴, 지역문화산업 인지도 제고, 창작집단과 콘텐츠비즈니스 집단과의 연계성 확보 등 성공적인 혁신클러스터를 구축하는 중요한 매개자 역할을 수행해야 할 것이다.

또한 WAF의 기능이 확대되고, 국제경쟁력을 증

진하기 위해서는 이에 걸맞는 추진체계를 갖출 필요가 있다. 이와 관련하여 WAF 조직위원회와 집행위원회를 구성하고, 광주정보·문화산업진흥원의 사무국 체계를 연계하여 운영하는 방안을 적극 검토 할 필요가 있다.

한편 WAF 행사가 2004년부터 2007년까지 세 차례 진행되는 동안, 지역대학 및 대학생들의 참여가 활발하게 이루어지지 않았다. 2007년에 지역대학 자문위원회가 구성되어 운영되고 있는 것도 이러한 문제인식에 바탕을 둔 것이라고 할 수 있다. 지역대학자문위원회에는 지역 15개 대학의 교수 18명이 참여하였다. 지역대학자문위원회는 2007년 12월부터 2008년 2월 14일까지 세 차례에 걸친 간담회를 가졌는데, 이 간담회에서 WAF 2008 발전 방안과 WAF와 지역대학의 연계방안에 대한 논의가 이루어졌다. 이와 관련하여 지역의 문화산업 잠재인력의 WAF 참여를 활성화하는 방안 또한 중요하게 고려될 필요가 있다.

그러나 이러한 공공지원모델은 지역문화산업 기반이 취약한 상황에서는 효과적으로 작용할 수 있지만, 장기적으로는 자생력을 약화시킬 수 있는 한계가 있다.

V. 결론

본 연구는 WAF 사례를 중심으로 문화산업 페스티벌 공모전과 지역문화산업과의 연계 가능성을 시론적으로 탐색해 보았다. 그리고 공모전의 사업화 유형을 창작집단 중심형, 제작기업 중심형, 지역문화산업정책사업과의 연계형으로 구분하여 가

능성과 한계를 살펴보았다.

연구결과, WAF가 전문 프로젝트 마켓으로 경쟁력을 확보하고, 지역문화산업 발전에 기여하기 위해서는 우수한 프로젝트 발굴, 사업화를 위한 기업 참여 활성화, 지역 문화산업 클러스터 조정 정책사업과의 연계성 확보, 지역문화산업진흥기관의 중계 역량 강화 등 다양한 요인이 충족될 필요가 있다는 것을 제시하였다.

이러한 연구는 공모전을 지역문화산업 발전의 맥락에서 적극적으로 인식할 수 있는 사례를 발굴했다는 점에서 의미가 있다고 할 수 있다. 그러나 이번 연구에서는 단일 사례를 중심으로 분석한 것으로 일반화의 한계를 내포하고 있다. 또한 이 연구는 기업의 유형이 다양하고, 기업마다 공모전에 대한 이해관계가 다양할 수 있는 측면을 반영하지 못한 한계가 있다.

참고문헌

- 강정연, 부천국제만화축제의 진단과 발전방향에 관한 연구, 석사학위논문. 이화여자대학교 정책과학대학원, 2008.
- 곽영진, 「2005 전주국제영화제평가」, 『영화비평현실』, 한국학술정보, 2006.
- 광주정보·문화산업진흥원, 『2008년도 아시아 중앙아시아 문화중심도시 조성사업 문화산업분야 국가 보조사업 실적보고서』, 2008.
- 김병인, ‘왕인문화축제와 왕인, 그리고 콘텐츠화 가능성’, 『인문콘텐츠』, 제8호, 2006.
- 김세훈, ‘국내외 애니메이션 페스티벌의 현황 및 발전 방안에 대한 연구’, 『만화애니메이션 연구』, 제5호, 2001.
- 김효정의, 『문화를 통한 지역개발 사례 연구』, 한국문화관광연구원, 2007.
- 류정아, ‘지역문화콘텐츠 개발의 이론과 실제- 축제를 중심으로-’, 『인문콘텐츠』 제 8호, 2006.
- 류호성. 대중음악축제 발전방향에 관한 연구 : 광명음악밸리 축제를 중심으로, 단국대 석사학위 논문, 2006.
- 문화관광부, 한국문화콘텐츠진흥원, 『문화산업 클러스터 지형도 작성을 통한 지역문화산업 육성방안 : 지역편』, 2006.
- 박성식, 「만화콘텐츠 기획의 사례 : 2007 부천국제만화축제를 중심으로」, 『디지털콘텐츠와 문화정책』, 2007.
- 박준흠, 『축제기획의 실제』, 한울, 2007.
- 백승국, ‘축제기획을 위한 문화기호학적 방법론’, 『인문콘텐츠』 제 6호, 2006.
- 서울캐릭터페어, 『서울캐릭터페어 2007 결과보고서』, 2007.
- 안이영노, ‘축제와 이벤트,’ 인문콘텐츠학회, 『문화콘텐츠 입문』, 북코리아, 2006.
- 이운선, ‘강강술래놀이의 디지털콘텐츠화 연구,’ 『인문콘텐츠』 제 4호, 2004.
- 임학순, 「문화산업을 활용한 지역 활성화 정책 모델 개발 : 클러스터를 넘어 문화산업도시 모델로」, 『문화정책논총』, 제 19집, 2007.
- 임학순 외, 『예술의 산업적 발전방안 연구』, 예술경영지원센터, 2007.

- 재단법인 부천만화정보센터, 『제 10회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2007.
- 제 10회 부산국제영화제, 『부산 국제영화제 10년사』, 2005.
- 한승룡, 김건, 「지역영화산업연구-전북지역의 영화제를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제8호, 200.
- Bianchini F. and Parkinson M., Cultural Policy and Urban Regeneration : The West European Experience, Manchester : Manchester University Press, 1993.
- Corless K. & Darke C., Cannes : Inside the World's Premier Film Festival, Faber and Faber Limited, 2007.
- Gets, D. "Festivals, Special Events, And Tourism".Van Nostrand Reinhold, 1991..
- SooJeong AHN, The Pusan International Film Festival 1996-2005 : South Korean Cinema in Local, Regional, and Global Context, University of Nottingham, 2008.
- Stringer J., Regarding Film Festivals, Phd. Dissertation of Indiana University, 2003.
- Ouinn, B. "Arts Festival and the city", Urban studies, Vol.42, Nos 5/6, 2005.

ABSTRACTS

Promoting the regional cultural industries through the animation festival : WAF case study

Yim, Hak-Soon

The article concerns the relationship between the animation festival and the regional cultural industries. In particular, the article studies the WAF(Web Animation Festival) case, in which has hold since 2004 by the Gwangju Information & Culture industry Promotion Agency in the city of Gwangju. The WAF case will be examined in terms of the promotion of the selected web cartoons and animations in the festival competition. As a result, the competition festival has been managed in connection with the support programs for the promotion of the regional cultural industries. In the process, the Gwangju Information & Culture industry Promotion Agency has sought to connect the selected arts works with the CEOs in the field of content business and media business. The article concludes the WAF need to be reestablished in the context of the development of the Gwangu cultural industries cluster and the reinforcement of the international exchange and networking through the grand project of Asian Cultural Capital Gwangu.

Key word : Comics and Animation, Animation Festival, Cultural Industries, Cultural Industry Policy, Comic Festival

임학순
가톨릭대학교 디지털미디어학부 교수
(420-743) 경기도 부천시 원미구 역곡2동 산43-1
Tel : 010-2424-7366
hsyim@catholic.ac.kr