

충청남도 문화산업 육성 방안

안성혜 | 상명대학교 만화애니메이션학부 교수

들어가는 말

문화산업은 지식과 아이디어의 집약산업으로서 거대한 자본이나 생산설비 없이도 다양한 창조효과를 통해 고부가가치를 창출할 수 있는 전략적 성장산업이다. 또한 개인의 창조력과 지식을 기반으로 하기 때문에 다수의 전문 인력을 활용할 수 있어, 여타 산업에 비해 창업 등 고용창출의 효과가 높다. 게다가 지역의 정체성과 이미지를 제고시키고, 지역경제 활성화의 원동력으로 작용할 수 있기 때문에 지역 주민들의 삶의 질을 향상시키고 공동체 의식을 함양시킬 수 있다. 이렇게 문화의 경제적 가치가 점점 커지면서 지역개발에 있어서 축제, 역사적 인물과 사건, 특산품 등의 지역 내 문화예술자원을 활용하여 지역경제 발전의 방안을 모색하고자 하는 문화전략의 수립이 필수적인 요소가 되고 있다.

현재 각 지자체에서는 지역의 균형발전과 경제 활성화를 위한 성장 동력원으로 문화콘텐츠를 지목하고 있으며, 문화콘텐츠산업의 육성을 위해 각 지자체별로 지원센터를 설립하거나 다양한 지역축제를 개최하고 있는 것이다. 각 지자체와 문화산업 진흥·지원 단체는 지역의 문화유산 혹은 인프라를 지속적으로 생산·발전시킬 수 있어야 하며, 지역축제와의 유기적 결합을 통해 문화콘텐츠를 창작·개발할 수 있도록 체계적으로 지원, 육성하여 이를 통해 최종적 목표인 지역 경제 활성화에 이르도록 해야 한다. 따라서 이를 가능하게 하는 실천수단과 기법들의 개발이 절실한 상황이라 하겠다. 본고는 이러한 실천수단으로서 충남의 문화산업을 육성하기 위한 전략적 접근방법을 모색해 보고자 한다.

충남 문화산업의 인프라 및 현황

충남 지역의 문화관련 산업체 현황은 상당히 열악한 수준으로 파악되고 있다. 16개 시·도 대비 충남지역의 문화산업 종사자 비율은 0.5%로 648명이며, 지역 매출액 비율은 0.5%로 1,021억 4,900만원으로 매우 낮게 나타난다.¹⁾ 수는 전국대비 최하위권이라 하겠다. 충남의 문화산업은 천안지역에 영화, 게임, 출판물 중심으로, 당진에는 방송, 캐릭터를 중심으로 몰려 있으며, 대전과 가까운 논산에는 방송, 출판, 영화기업이 분포되어 있다. 충남지역 문화관련 사업체는 총 128개로 애니메이션, 방송, 게임, 에듀테인먼트, 영화·영상, 출판, 디자인, 광고, 기반기술 분야로 분류되어 진다.²⁾

〈표 1〉 충남의 CT 사업체 현황

구 분	조사기업 수	비율(%)
애니메이션	5	3.9
방송	12	9.4
음악	0	0.0
게임	4	3.1
에듀테인먼트	5	3.9
영화·영상	12	9.4
출판	23	18.0
광고	0	0.0
기반기술	24	18.8
간접관련분야(디자인)	43	33.6
합 계	128	100

그러나 문화콘텐츠 창작 및 제작에 해당하는 1차 산업의 종사자와 매출 규모는 매우 낮으며, 이에 비해 콘텐츠를 가공하거나 상품화할 수 있는 2차 산업 분야의 시각 및 제품디자인 관련 업체는 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있다. 지역별 문화콘텐츠 관련 사업체 분포현황을 보면 천안시에 74개의 업체가 집적되어 있어 전체의 57.8%를 차지하며, 콘텐츠를 창작·개발하는 중소벤처는 취약한 실정으로 간접적 관련분야인 디자인과 기반기술 분야를 제

1) 즉, 문화산업업지계

2) 충남디지털문화산업진흥원(2007), 충남 CT산업 기반조사

의한 나머지 업체는 61개에 지나지 않는다. 현재 충남지역의 문화관련 산업체는 매우 영세한 수준이며, 명확한 업체현황과 최근의 통계자료 구축이 미비한 실정이다.

충남지역의 문화산업 관련 전문 인력양성 현황을 살펴보면, 전국대비 높은 종합대학 집적률을 보이고 있는 강점으로 인해 18개 종합대학과 7개 전문대학에서 154개의 문화콘텐츠 관련 학과가 개설되어 있으며, 한 해 동안 7,529명의 전문 인력이 배출되고 있다. 문화콘텐츠 창작 및 제작 기반의 대학 인력의 구성은 만화, 애니메이션, 캐릭터, 게임, 방송·영상, 디지털음악, 문화기획, 예술, 패션, 공연문화, 다중매체 미술, 디자인 등으로 다양하게 분포하고 있으나, 대학 졸업생의 지역취업 한계로 인해 문화산업 관련 정주인력의 수는 매우 낮다. 또한 충남지역 내 대학원의 콘텐츠관련학과 및 전공은 32개로, 역시 충남지역 대학의 졸업생이 지역 대학원 진학을 기피함으로써 수준 높은 콘텐츠 창작 및 기술개발의 연구기반이 취약하다는 문제점을 안고 있다.

충남지역의 문화산업 관련 연구기관은 총 70개이며, 대학부설 연구기관이 50개에 해당되나, 문화콘텐츠산업과 직접적인 연관이 있는 대학부설 연구소는 17개소로, 영화·영상 관련 연구소가 4개, 애니메이션, 게임(에듀테인먼트 포함), 콘텐츠기획·경영 분야 연구소가 11개, 그 외 방송과 음악 관련 연구소가 2개로 나타나고 있다.³⁾

충남 자치단체의 문화산업진흥 관련 업무는 문화예술 지원, 문화산업(축제) 총괄, 문화재 관련, 관광산업 지원 등이며, 충남지역 산업을 지원하는 공공 및 민간 기관으로는 상공회의소 및 중소기업진흥공단, 충남테크노파크 등 총 30개 기관이 있다. 충남의 CT 지원기관은 천안시에 12개로 가장 많이 집적되어 있고, 문화시설 역시 천안시가 15개로 가장 높다.⁴⁾ 충남의 문화산업 관련 진흥정책과 지원 사업을 살펴보면, 4대 전략산업 중 하나로 '첨단문화'를 지정하고 충남테크노파크, 충남전략산업기획단, 충남디지털문화산업진흥원, 충남영상미디어센터 등에서 문화콘텐츠 산업 진흥을 위해 활발한 사업을 펼치고 있다. 충남테크노파크의 주요 사업은 지역혁신체제(RIS)운영, 창업보육지원, 연구개발, 지역전략산업 육성, 인력양성, 장비구축 활용, 기술이전, 교류협력, 기업지원 등이고, 충남영상미디어센터는 디지털영상, 3D영상 분야를 중점 육성분야로 선정하고 사업화(창업) 지원, 공동기술개발, 선도 기업유치, 특화분야 교육훈련 등을 통해 지역영상산업을 중점 육성하고자 하며, 충남디지털문화산업진흥원은 중장기 육성계획 수립 및 비전제시, 문화산업클러스터 조성, IT/CT 관련 공용장비구축, 기술

3) 충남디지털문화산업진흥원(2007), 『충남CT산업 기반조사』와 각 대학교의 홈페이지를 기준으로 재구성

4) 충남디지털문화산업진흥원(2007), 『충남문화산업발전전략』

지원, 기업지원, 영상이벤트사업 등을 하고 있다. 또한 2008년 충청남도청에 문화산업과를 신설하고 가치가 살아있는 「고품격 문화 창출」이라는 역점시책과 함께 창조적인 콘텐츠 산업을 육성하겠다는 의지를 보이고 있다.

충남의 문화산업 육성을 위한 전략적 접근

충남지역은 타 지역에 비해 종합대학의 집중도가 높은 편으로써 문화콘텐츠 산업과 관련하여 높은 인적 인프라가 형성되어 있어, 다양한 문화콘텐츠 장르의 인력 양성을 통해 다양하고 융합적인 콘텐츠 기획 및 창작 연구와 기술개발이 가능하다. 그러나 이러한 통합적인 문화콘텐츠 연구개발을 위한 연계시스템이 미비하며, 문화콘텐츠 관련 산업체도 열악하여 문화콘텐츠 산업의 활성화를 위한 환경 및 인프라가 부족한 실정이다. 이렇게 영세한 충남지역의 문화콘텐츠산업을 활성화하기 위해서는 무엇보다 먼저 문화콘텐츠를 직접 개발하는 산업체를 중점 육성해야 할 것이다. 따라서 콘텐츠의 창작 및 개발을 위한 전문 인력을 정주인력으로 확보하기 위한 방안 마련이 시급하며, 대학에서 배출되는 고급 전문 인력들이 충남지역에서 콘텐츠를 개발할 수 있도록 지원하는 여건이 마련되어야 할 것이다. 즉, 콘텐츠 창작 및 개발을 위한 인프라 구축과 이를 상품화하고 유통하는 단계별 추진전략 및 추진체계 수립이 선행되어야 한다.

먼저, 대학의 문화콘텐츠 창작 전문 인력을 충남의 산업인력으로 확보하기 위해서는 문화콘텐츠 관련 대학들과 지역 내 산업체를 하나로 아우를 수 있는 지역 내 문화산업 연계시스템을 마련하는 것이 하나의 방안이 될 것으로 보인다. 이를 위해서 문화콘텐츠 관련 대학 간의 네트워크 구축이 필요한데, 그에 대한 대안으로 지역 산업체와 충남지역의 대학, 지역축제를 연계한 「충남 문화콘텐츠 페스티벌」의 지속적인 개최를 제안하고자 한다. 지난 2007년 11월, 충청남도의 4대 전략산업인 첨단문화산업의 산학연관 협력시스템 구축을 위해 충남첨단문화산업협력단이 구성되었으며, 그 추진사업의 일환으로 대학과 기업 등 지역혁신주체간의 문화교류와 축제의 장을 마련하고자 제1회 「충남문화콘텐츠 페스티벌」을 개최하였다. '디지털로 하나되는 크리에이티브 충남'이라는 주제 아래 16개 대학 30개 학과의 졸업 작품을 중심으로 디지털콘텐츠 공모전 및 전시회를 가짐으로써 첨단문화산업 관련 기술과 콘텐츠 리소스를 발굴하여 중소기업의 기술력 향상과 스타콘텐츠를 창출하고자 산학연관이 함께 충남테크노파크 내에 축제의 장을 마련한 것이다.

충남지역에서는 현재 대학(학과)의 졸업 작품 등을 중심으로 연간 1,000편 이상의 디지털 콘텐츠가 창작, 개발되고 있으며, 또한 관련대학 교수, 연구소, 혁신기관 등을 중심으로 300여명의 전문가그룹에서 기반기술, 콘텐츠저작기술 등에 대한 연구개발 활동이 활발하게 이루어지고 있다. 『충남문화콘텐츠 페스티벌』은 이러한 대학, 기업, 연구소 등에서 보유하고 있는 디지털콘텐츠의 효율적인 발굴을 위해 산학연이 함께 할 수 있는 '축제(페스티벌)의 장'을 마련한 것이며, 우수콘텐츠 '리소스 DB구축' 및 '창업촉진 프로그램', '사업화 컨설팅' 등을 운영하여 사업종료 후에도 지속적인 성과가 창출될 수 있도록 유도하고자 한다. 또한 충남지역의 예비 전문 인력의 디지털콘텐츠 창작 동기 부여와 현장취업의 기회를 제공함으로써 중소기업의 전문 인력 확보 문제를 해소할 수 있을 것으로 기대된다.

또한 충남지역 내 대학 인력의 지속적인 전문성을 확보하기 위해서는 통합적인 문화콘텐츠 관련 연구개발기관의 설립이 필요하며, 전문 인력의 지속적인 연구개발을 장려하는 연구지원 체계가 필요하다. 문화콘텐츠 관련 연구개발을 지원하기 위한 문화콘텐츠 R&D 센터와 연구개발된 결과물을 상품화할 수 있도록 상품화지원센터, 산학협력·창업보육센터 등을 구축할 필요가 있다. 즉, 첨단문화산업을 육성하기 위해서는 고급 문화콘텐츠 창작인력의 연구개발 성과물과 산업체가 연계되어 문화콘텐츠 상품을 개발하고, 이를 브랜드화 하는 원스톱(one-stop) 방식의 문화콘텐츠 개발 장려정책을 통해 스타콘텐츠를 발굴하는 것이 무엇보다 시급하다.

지역기반 문화산업 진흥의 사례

경기디지털진흥원은 만화·애니메이션을 주력사업으로 시작하여 점차 게임 산업의 육성을 추진하고 있다. 2001년 8월 경기도의 문화산업육성 실행계획에 따라 디지털문화콘텐츠 산업 분야 지원을 위해 설립된 경기도 산하 재단법인으로 현재 약 20여 개의 문화콘텐츠 관련 업체가 입주해 있으며, 4곳이 모바일 게임관련 업체이다. '원더플테이즈', '오세암', '요랑아 요랑아', '홍길동', '빼꼼' 등 국산 창작 애니메이션을 다수 발굴했으며, 그중 입주회사인 마고21의 '오세암'은 2004년 앙시국제애니메이션영화제에서 그랑프리를 수상하기도 했다. 또한 『인디펜던스』의 '트리로보'는 일본 아이치엑스포 개막작으로 선정되어 150만 관객 동원하기도 하였다.

매년 경기문화에 관련된 콘텐츠 개발 사업에 3억 원 이상을 지원하고 있으며, 도내 문화콘텐츠 특화 클러스터 육성 사업으로 북부지역 10곳을 우수문화자원 발굴·특화 클러스터로 조성하였다. 경기디지털콘텐츠진흥원내에 제작센터를 운영하면서 극장용 애니메이션을 육성하고, 동시에 '뉴미디어 콘텐츠 제작지원' 사업을 운영하고 있다. 영상, 게임 등 부천의 문화콘텐츠 관련 전문기업 육성을 통해 부천을 문화콘텐츠 도시로 발전시켜 나갈 계획이며, 디지털콘텐츠 관련 대학의 활성화를 위해 경기도 내 디지털콘텐츠 관련학과 지원정책(계원조형예술대, 서울예술대, 부천대, 유한대, 청강문화산업대, 한양대 등)을 펼치고 있다.

경기디지털진흥원은 CT와 IT의 융합을 통한 디지털콘텐츠 글로벌 경쟁력 창출을 목표로 다음과 같이 5개의 정책 방향을 가지고 있다. 첫째, 애니메이션, 게임 등 창의성 있는 디지털문화콘텐츠의 조기 발굴 및 우수 전문 인력 양성, 경기도 문화자원을 바탕으로 한 창작활성화 기반을 조성한다. 둘째, 디지털문화콘텐츠 전문투자조합 결성, 투자활성화를 위한 제도 개선, 국내의 투자자본 조달 능력의 강화 등 투자환경 개선을 통한 선진기업을 육성한다. 셋째, 미래지향적인 디지털문화콘텐츠 산업의 효과적인 수행을 위한 해외 네트워크 구축과 해외시장 개척 사업을 진행하여 동북아 협력을 통한 유통의 글로벌화를 이루어 나간다. 넷째, 영상, 게임 등 성장잠재력이 높은 디지털문화콘텐츠산업 클러스터의 집중 육성을 통해 지역클러스터의 성공사례를 창출한다. 다섯째, 문화·관광·레저 연계형 디지털문화콘텐츠산업 전략으로 창의적인 문화 환경을 조성하고, 시민과 함께 공유하고 향유할 수 있도록 다양한 정책을 추진한다.

〈표 2〉 경기디지털진흥원의 추진과제

과 제	내 용
창의성 있는 디지털문화콘텐츠 조기 발굴 및 지원, 우수 전문 인력 양성	· 메이저 리드형 입주업체 유치 · 디지털문화콘텐츠 산업 전문 인력 양성 · 경기도 문화자원 기반 콘텐츠 발굴 및 개발 · 디지털문화콘텐츠기술 R&D 거점 구축
투자 및 지원 환경 개선 및 확대	· 디지털문화콘텐츠 전문투자조합 결성 및 운영 · 제도 개선을 통한 투자 활성화 · 국제 자금 조달능력 강화
동북아 디지털문화 콘텐츠 네트워크 구축	· 디지털문화콘텐츠 글로벌 네트워크 구축 (상해, 오사카에 해외진출 거점 구축으로 수출 기회 조성 및 확장) · 아시아디지털콘텐츠 마켓플레이스 개최 · 해외 수출 정보 및 네트워크 지원

과 제	내 용
성장잠재력이 높은 클러스터 집중 육성	· 디지털문화콘텐츠산업 클러스터 지표 개발 및 평가 · 경기디지털문화콘텐츠 벨트 네트워크 구축 (부천 만화애니메이션 클러스터 성공사례심화 작업) - 경기도의 매력도 증진을 통한 우수업체 클러스터 내 편입 유도
모두가 향유할 수 있도록 체계적 지원	· 문화·관광·레저 연계형 디지털문화콘텐츠 산업전략 · 시·도민을 위한 디지털문화콘텐츠 저변 확대 - 애니메이션 무료상영회로 주민과 디지털문화콘텐츠의 접점 확대 - 공공시설을 이용한 테마전시회 개최
첨단장비 구축	· 렌더팜, 특수장비 편집실, 홍보세미나실 등
디지털콘텐츠 애니메이션 핵심인재 양성	· 경기디지털콘텐츠아카데미 운영 (창의력과 기술력을 갖춘 디지털콘텐츠 전문가 양성)

광주아시아문화중심도시 조성사업은 국가균형발전과 문화를 통한 미래형 도시모델 창출을 목표로 2004년 3월 대통령 소속 문화중심도시조성위원회를 발족시켜 국책사업으로 추진되고 있다. 2004년도부터 3년간 3,000억 원이 지원되었으며, 오는 2023년까지 5조 3000억여 원이 투자될 예정이다. 광주를 아시아문화와 자원이 상호 교류되는 문화중심도시로 육성할 계획이며, 문화발전소로 다양한 문화 활동이 어우러지는 복합문화시설인 『아시아문화전당』 건립을 통한 랜드마크를 구축하고 도심경제 활성화를 이룰 생각으로 2012년 5월 18일 개관 예정이다.

〈표 3〉 국립아시아문화전당 건립

과 제	내 용	
민주평화 교류원	민주·인권·평화기념관	5.18민주화운동 관련 상징적 기념공간으로 민주·인권·평화를 주제로 한 전시실, 자료실, 국제회의실 등을 구성
	아시아문화교류지원센터	국내외 방문객 서비스 센터, 사이버전당 운영 등 아시아문화교류 사업 총괄
	경영전략지원센터	전당에서 생산되는 콘텐츠 수익사업의 총괄적 관리 및 경영전략 지원
아시아 문화 (정보)원	아시아문화연구소	아시아문화의 지역별·주제별 연구를 통해 문화예술 및 문화산업의 원천자료 제공
	아시아문화지원센터	아시아문화지원의 수집·분류·보존 및 이용
	아시아문화아카데미	아시아문화 전문 인력 양성 및 시민문화교육

과 제		내 용
문화 창조원	문화콘텐츠기획창작센터	문화콘텐츠 기획·창작을 위한 시설지원
	문화콘텐츠제작센터	첨단 디지털 기술 및 장비를 이용하여 창의적인 아이디어를 콘텐츠화 할 수 있도록 제작 지원
	복합전시관	아시아의 문화예술 및 문화콘텐츠의 상설전·기획전 개최 및 유비쿼터스 체험관 운영
아시아 예술극장	대극장	아시아 공연예술의 제작·실연·유통이 동시에 이루어지는 상설제작시장 개념의 공간 분할형 복합예술극장
	중극장	기존 장르 공연을 수용, 다목적으로 활용할 수 있는 무대 고정형 극장
어린이 지식 문화원	교육문화콘텐츠개발센터	에듀컬처 콘텐츠의 기획 및 개발
	어린이박물관	어린이들이 전시와 다양한 체험을 통해 근본원리를 이해해가는 교과서 속의 박물관
기타		공용지원 및 부대시설, 공용면적, 주차시설, 기계실 등
총면적		142,718㎡

광주아시아문화중심도시 사업은 주로 문화적 도시환경의 조성을 목표로 『아시아문화전당』의 제반 기능과 아시아 및 지역문화자원을 연계한 7대 문화권을 조성하여, 거점별 확산전략의 핵심기반으로 작용하도록 하는 데 목적이 있다. 문화적 도시환경 조성의 내용은 광주의 이미지를 상징하는 도시 경관 및 공공디자인 조성, 지역 문화자산의 개발 및 물적 인프라 구축, 문화벨트 구축 및 중·소 거점 연계, 생태문화축 조성 등으로 살펴볼 수 있다. 즉, 문화도시의 공고한 기반을 마련하기 위해 도시의 문화 환경을 조성할 수 있는 핵심 문화거점 하드웨어적인 인프라를 구축하고 있는 셈이다.

〈표 4〉 아시아중심도시 권역별 조성방안

문 화 권	문 화거점(프로그램)
문화전당권 (국립아시아문화전당 주변)	<ul style="list-style-type: none"> · 국립아시아문화전당 · 예술인공방거리 · 도심캠퍼스 · 아시아음식문화거리
아시아문화교류권 (사직공원, 양림동 일대)	<ul style="list-style-type: none"> · 문화예술인·인권활동가 체류활동 지원센터 · 공방거리(향토예술체험) · 아시아음악타운 · 아시아문화원거리 · 사직공원 문화환경 정비
아시아신과학권 (광산구 비아동 일대)	<ul style="list-style-type: none"> · 아시아지식연구소 · 아시아의학연구소
아시아전승문화권	<ul style="list-style-type: none"> · 아시아전승놀이테마파크 · 아시아전승문화공연장 · 아시아전승문화아카데미
문화경관생태환경보존권	<ul style="list-style-type: none"> · 생태문화공원, 아시아자연문화연구센터 · 친환경 생태·예술시범단지 · 영산강 하천 습지생태원 · 의재로 문화의 거리 조성
교육문화권 (마북동 공군탄약고 부지)	<ul style="list-style-type: none"> · 교육문화시범단지 · 에듀파크, 교육문화주거단지 · 에듀컬처 시범학교
시각미디어문화권 (북구 중외공원 일대)	<ul style="list-style-type: none"> · 중외인터랙티브미디어파크 · 아시아색채문화센터 · 중외문화예술벨트 조성

반면에 소프트웨어적인 측면으로는 '임방울 판소리' 등 전통예술부터 광주비엔날레 등 현대 예술까지 광주지역의 기초예술 역량을 강화함으로써 문화·관광산업의 자원을 확대한다는 전략 아래, 기초예술 및 문화관광산업을 육성할 계획이며, 문화교류 도시로서의 역량 및 위상 강화를 목적으로 하고 있다. 즉, 아시아문화중심도시와 복합레저도시를 연계함으로써 광주·전남 지역의 관광을 활성화하고 광주 지역으로 관광객을 유치하기 위한 관광기반시설 및 홍보역량을 강화하고자 하고 있다. 그리고 문화콘텐츠 분야 중 성장 가능성과 시장규모 등의 측면에서

광주가 비교우위에 있는 콘텐츠 6개의 분야(첨단영상, 게임, 음악, 공예, 디자인, 에듀테인먼트)를 집중 육성하고자 한다. 즉, 에듀컬처(Educulture) 콘텐츠사업과 음악콘텐츠 사업을 통해 문화산업 클러스터를 형성하고 아시아 및 지역문화자원을 연계한 7대 문화권을 조성하여 '문화국가'의 이정표를 마련하는 것을 목표로 하고 있다.

단계별 문화산업 진흥정책 수립의 제안

충남의 문화산업 진흥을 위한 첫 단계로 집중 육성할 문화콘텐츠의 특화분야를 만화·애니메이션, 방송·영상, 게임, 에듀테인먼트의 4가지로 좁혀서 선정하고, 1차 산업인 문화콘텐츠 창작과 연구 개발 인프라 및 기반을 구축하여, 문화산업이 원활하게 이루어질 수 있도록 하는 산·학·연·관의 네트워크 및 지원체계를 마련하는 것이 필요하다. 먼저, 대학 및 연구소의 전문인력을 충남의 문화콘텐츠산업 발전을 견인하는 정주인력으로 양성하기 위해 연구기반의 『문화콘텐츠 R&D센터』를 설립하여 충남 지역기반의 콘텐츠 창작을 위한 문화원형 및 원천소재를 발굴하도록 한다. 이를 바탕으로 OSMU가 가능하도록 문화콘텐츠 상품을 기획하고, 제작기술을 연구·개발하며, 만화·애니메이션, 방송·영상, 게임, 에듀테인먼트 등의 매체별로 콘텐츠가 다양하게 창작 및 개발될 수 있도록 육성한다. 『문화콘텐츠 R&D센터』는 현재 충남에 산발되어 있는 대학 및 연구소의 콘텐츠 창작 및 개발 인프라를 충남테크노파크 내에 유지하는 동시에 산·학·연·관을 한꺼번에 아우를 수 있는 네트워크의 중심으로서 허브 역할을 담당한다. 그리고 『충남문화콘텐츠페스티벌』을 해마다 지속적으로 개최하여, 충남지역 내 18개 대학 문화콘텐츠 관련학과의 졸업 작품 및 창작품을 시연하는 장이 되게 함과 동시에 상품화할 수 있는 킬러 콘텐츠 발굴의 장으로, 또 충남지역 기업체에 고급인력 고용의 기회를 제공할 수 있도록 하여 문화콘텐츠산업의 마켓을 형성하도록 독려한다. 관련 기업체와 문화콘텐츠의 창작 및 개발, 상품화는 문화콘텐츠산업 기반이 집적된 천안을 중심으로 육성하도록 하되, 주변 도시는 문화콘텐츠의 체험공간으로 확대하여 지역축제와 조화로운 연계를 도모하고 다양한 관광 콘텐츠로 개발 가능하도록 한다.

두 번째 문화상품 개발단계는 2차 산업인 가공 및 상품화 단계와 3차 산업인 유통 단계로 『산학협력·창업보육센터』와 『디자인상품화지원센터』를 설립하고 대기업 유치와 스타 문화콘텐츠

의 창작 지원, 충남문화콘텐츠페스티벌의 정착으로 충남의 문화콘텐츠산업이 활성화되도록 한다. 「산학협력·창업보육센터」는 지역기반의 중소 벤처기업을 양성하는 기관으로 대학원 중심의 고급 전문 인력의 창업을 지원하고, 문화콘텐츠 산업과 관련하여 인력 및 업체 DB를 구축한다. 「디자인상품화지원센터」는 1단계 연구기반의 「문화콘텐츠 R&D센터」에서 창작 및 연구 개발된 One Source의 문화콘텐츠를 만화·애니메이션, 방송·영상, 게임, 에듀테인먼트의 매체별로 Multi Use 할 수 있도록 2차 가공하고, 공예, 패션, 주얼리, 전시, 토이, 산업디자인, 포장, 웹 콘텐츠, 축제 및 이벤트, 공연 등으로 연계하여 다양하게 상품화함으로써 경제적 부가가치를 부여하는 역할을 수행한다. 이를 위해 문화콘텐츠의 매체별 시장분석과 소비자분석, 비즈니스 정보 및 비즈니스 유통망을 구축하고, 매체별 콘텐츠의 파일럿 사전 제작 등을 지원하여 시장성을 파악하는 데 결정적인 역할을 수행한다. 또한 시장출시가 가능한 콘텐츠 상품을 발굴하여 홍보·마케팅을 통해 유통망을 확보하고 판매한다. 이와 같이 충남의 문화콘텐츠산업이 자생력을 갖추고 지속적으로 발전하기 위해서는 창작 및 개발, 제작 외에 유통과 소비까지 포함하는 완결 구조를 가져야 한다. 유통 및 소비 시스템 구축을 통해야만 제품의 가치 실현이 가능해지며, 이를 통한 실용적 수익 모델의 창출로 지역 경제의 활성화에 기여할 수 있기 때문이다.

3단계인 브랜드 가치화 단계는 지속적인 문화콘텐츠 상품판매를 통해 지역의 브랜드 가치를 향상시키는 단계이다. 충남의 정체성을 가진 도시디자인의 성공사례로 「문화플라자」를 창출하여 지역 환경을 개선하고, 심미적 측면과 기능적 측면, 문화적 측면을 모두 고려한 환경 조성 사업을 통해 충남만의 독특한 이미지를 형성하고 확립한다. 그리고 지속적인 충남의 정주환경 개선사업으로 크고 작은 문화적인 창작환경을 조성함으로써 문화콘텐츠산업의 활성화에 이바지할 수 있도록 하며, 주민의 삶의 질을 향상시킨다. 지역문화에 기반한 도시디자인을 바탕으로 충남의 지역 브랜드를 상징하는 관광 문화상품을 개발함과 동시에, 충남의 문화상품 및 문화콘텐츠의 유통·전시·체험·판매·소비하는 기능을 집적한 문화체험 공간으로 「문화플라자」를 구축한다. 「문화플라자」에서는 1, 2단계에서 개발된 문화콘텐츠 상품의 상설 전시 및 판매와 일반 시민들, 문화콘텐츠 관련 종사자들을 위한 다양한 문화콘텐츠 강좌를 개설하고, 체험할 수 있는 프로그램을 상시 운영한다. 이를 통해 충남을 문화콘텐츠의 유통과 소비의 허브로 자리매김할 수 있도록 한다. 또, 충남문화콘텐츠페스티벌과 연계한 다양한 이벤트를 기획함으로써 충남의 문화콘텐츠산업 인지도를 구축하고, 관광산업의 규모를 확대하

여 충남의 4대 전략산업중의 하나인 첨단문화산업의 육성과 효과적인 확산을 촉진할 수 있도록 한다. 이로써 충남의 문화적 정체성을 기반으로 한 지역문화 상품과 브랜드를 확립하여 충남의 도시 브랜드 가치를 향상시킨다.

〈표 5〉 충남문화산업 진흥을 위한 사업단계 및 추진목표

단 계		단계별 사업추진 목표
1 단 계	기반구축 및 연구개발 단계	<ul style="list-style-type: none"> · 콘텐츠 창작 및 개발 인프라 구축 <ul style="list-style-type: none"> ① 연구기반 R&D 센터 : 문화콘텐츠 연구개발 인력 양성 및 우수인력 채용 문화원형 및 창작 소재 발굴, 문화콘텐츠 파일럿 제작 ② 산학협력 창업보육센터 : 벤처·중소기업 육성, 창업보육 지원 ③ 디자인상품화지원센터 : 만화·애니메이션, 방송·영상, 게임, 디지털교육&정보등의 문화콘텐츠 개발 및 상품화, 홍보 마케팅 지원 · 산·학·연·관 연합 네트워크 혁신체계 구축 · 충남문화콘텐츠페스티벌 조성 및 성공적인 개최 : 창작, 고용, 네트워크의 산실
2 단 계	문화상품 개발단계	<ul style="list-style-type: none"> · 연구기반 R&D 센터 : OSMU형 문화콘텐츠 개발기획, 제작기술 개발 · 산학협력 창업보육센터 : 지역기반 산업체 양성, 시장 및 소비자 분석 · 디자인상품화지원센터 : OSMU형 2차 문화콘텐츠의 개발과 홍보 마케팅 지원 - 공예, 패션, 주얼리, 전시, 토이, 산업디자인, 포장, 웹, 축제 및 이벤트 등으로 문화콘텐츠의 가공 및 상품화, · 대기업 유치 : 콘텐츠의 유통체계 확립 및 글로벌 판매시스템 구축 · 스타 문화콘텐츠 발굴 및 창작 지원 · 충남문화콘텐츠페스티벌 정착 : 문화콘텐츠산업의 붐업 및 마켓 형성
3 단 계	브랜드 가치화 단계	<ul style="list-style-type: none"> · 도시디자인 : 지역이미지 확립과 경제적 성과의 공동성장 · 관광 상품 개발 : 충남지역 브랜드를 상징하는 관광 상품 개발 · 문화체험 공간 구축 : 유통·전시·체험·판매·소비 기능을 집적한 문화체험 공간 · 문화플라자 : 페스티벌과 연계한 축제/이벤트, 체험프로그램, 문화상품 판매

나가는 말

충남의 문화산업 육성을 위한 단계별 문화전략으로 다음의 세 가지를 제안하고자 한다. 현재 충남의 문화전략은 백제역사재현단지를 활용한 문화 환경 정비 및 활성화 사업으로 충남의 이미지를 '강화'하고 백제문화제 중심의 지역축제 구성 및 다양한 문화콘텐츠를 '창출'하는 유형으로 지역이미지를 구축하고 있다. 민선4기 충남의 문화산업 육성전략과 사업들을 살펴보면 주로 역사단지 및 문화산업지구 조성 등의 하드웨어 중심이며, 소프트웨어 중심의 콘텐츠 개발전략과 예산 지원 등이 턱없이 부족하다. 성공적인 지역문화콘텐츠 개발과⁶⁾ 활용이 문화산업 발전과 지역발전에 직접적인 영향을 미치고, 이것은 지역민의 전반적인 문화적 삶에 활력소로 작용하여 궁극적으로 지역의 문화경쟁력 향상에 기여하게 된다는 점을 감안할 때, 이제 충남은 구체적이고 독창적인 지역문화콘텐츠, 생명력이 있어 지속발전 가능한 지역 문화콘텐츠의 개발에 집중해야 할 것이다. 이때 가장 우선적으로 고려해야 하는 것은 지역의 고유한 문화원형 구축단계이다. 즉, 지역의 활용 가능한 자원을 파악하고 유형화하여 상품화할 수 있는 콘텐츠로 제작한 뒤 이를 관광자원으로 브랜드화 하는 것이다. 따라서 충남도는 문화산업을 단계별로 지원하는 중장기적 육성정책과 지원체계 마련에 힘을 쏟아야 할 것으로 보인다.

첫 번째, 독특한 문화원형(Archetype)을 소유한 문화자산의 확보로 충남 문화자원의 콘텐츠 개발을 위한 백제문화의 유·무형 자원과 문화원형의 DB 구축 노력이 필요하다. 충남의 국가 지정 문화재와 시·도 지정 문화재의 현황을 분석해 보면 전국 문화자원의 9.0%가 분포되어 있고, 전국에서 5번째로 전통문화자원이 풍부한 것으로 나타난다.⁶⁾ 그러나 충남은 전통문화자원, 역사자원에 비하여 콘텐츠 자원이나 상품자원개발이 미흡한 것으로 분석되고 있다.⁷⁾ 따라서 무엇보다 먼저 지역의 문화적 소재를 활용한 문화자원의 유형화가 필요하며, 이러한 문화자원의 개발전략은 개발 가능한 문화자원의 발굴, 문화자원과 공간과의 연계성 강화, 문화 공간 기능의 복합화 추구, 지역의 문화 브랜드 개발이 핵심 키워드라고 할 수 있다.⁸⁾

두 번째, 순수예술 진흥을 위한 토양을 조성하는 문화예술 진흥정책을 통해서 문화관광 인프라와 복합 문화 공간 시스템을 확충하는 것이다. 순수예술은 국가브랜드 및 이미지 형성과 차

6) 문화재청(2006), 지정문화재 총괄현황

7) 충청남도(2006), 충남통계연보

8) 삼성경제연구소(2004), 문화자원의 개발과 지역활성화 전략

조직 콘텐츠의 원천이 되는 핵심 역할을 수행하나 체계적인 지원은 미흡한 것이 현실이다. 따라서 대표 예술단체나 공연기관 육성을 통한 문화관광의 브랜드 이미지 제고는 시급한 문제라 할 수 있다. 또한 대표적인 문화·예술 공간으로 외래 관광객 유치를 통한 관광자원화를 꾀하려면 창의적인 문화 공간을 조성하는 것이 필요하다. 즉, 지역의 문화적 특성으로 다양한 가치를 창출하는 유적과 공원, 경관 등 문화 환경을 정비하고, 지역의 문화적 맥락을 바탕으로 한 지역디자인, 공공디자인의 개념을 도입하여 공간적 질을 확보하는 것이 중요하다. 예를 들어 문화산업단지 는 그 자체가 문화공간으로 조성되어야 하며, 장기적 육성계획 수립으로 충남지역의 정체성을 반영할 수 있어야 한다. 여기에 덧붙여서 문화와 산업, 교육, 관광, 체육 등을 결합한 시설의 복합화가 요구된다. 역사문화·관광시설을 연계한 복합문화 공간은 문화관광 콘텐츠의 전시·판매 공간으로 활용되고, 또한 문화예술행사, 문화콘텐츠 박람회를 개최하는 가변형 복합 공간으로 조성될 때 의미가 있다. 최종적으로 문화관광의 인프라는 볼거리, 먹거리, 살거리, 즐길 거리, 탈거리 등 관광시스템 구축이 관건이 된다.

마지막으로 문화를 통한 지역경제 활성화와 지역개발이 지속적으로 발전가능하기 위해서는 지역문화와 연계된 관광 상품의 개발과 지역주민의 참여로 수익적 기반을 확립하는 것이 무엇보다 중요하다. 풍부한 지역문화와 자연자원의 활용으로 독창성과 흥미를 갖는 테마 상품을 개발하고, 지역적 특색을 반영한 상품품목과 형태의 다양성을 갖추되 독창적인 소재와 재료, 디자인으로 늘 어디서나 볼 수 있는 상품이 아닌, 충남에서 밖에 살 수 없는 것으로 질적 향상을 가져와야 한다. 즉, 장소마케팅 전략으로 고유성을 확립하고, 지역특화 이미지와 지명도 상승효과를 통해 관광마케팅을 벌여 문화상품의 브랜드 육성에 힘써야 할 것이다. 이는 필시 지역주민의 참여로 이루어져야 하며, 지역민의 수익적 기반 확립으로 문화적 공감대를 형성하는 한편, 자긍심을 고취하고, 소득증대와 더 나아가 지역전문가를 양성하는 고용창출을 가져와야 할 것이다.