
경북 문화콘텐츠산업의 현황과 육성 방향

Present State and the Promotion Course of Culture Contents Industry in Gyeongbuk Province

서곡숙
경북전략산업기획단

Kok-Suk Seo(sks0333@empal.com)

요약

경북 문화콘텐츠산업은 소비지향적 구조, 영세성, 부족한 인프라, 불균형, 전략 부재 등의 문제점을 안고 있다. 하지만, 경북 문화콘텐츠산업은 풍부한 문화자원, 문화콘텐츠산업의 전망, 미래의 효과적인 육성전략으로 인해서 그 가능성이 크다고 할 수 있다. 그리고 육성방안으로는 문화원형의 디지털화, 유교 문화의 에듀테인먼트, 전통문화디지털센터의 구축, 장소마케팅, 다큐영상원 건립, 문화 리터러시, 작은 영상 지향, 글로벌 도시와 문화거점 도시의 육성, 킬러 콘텐츠 개발, 관광자원 개발, 차별화 전략 등이 있다. 문화콘텐츠산업은 고부가가치, 관련 산업에 대한 영향력, 디지털문화콘텐츠의 효용성, 시장 규모의 확대, 빠른 성장 속도 등의 측면에서 경북도 문화콘텐츠산업을 적극적으로 육성해야 할 필요성이 있다.

■ 중심어 : | 경북 | 문화콘텐츠산업 | 육성 방향 |

Abstract

Culture contents industry in Gyeongbuk province has consumption system, being small-scale, an lacking infrastructure, imbalance, a shortage of strategy, and so on. But, culture contents industry in Gyeongbuk province has great possibilities in abundant culture resources, a prospect of the culture contents industry and future effective promotion strategy. And the promotion plans are the digitalization of the cultural original form, the edutainment of the Confucianism culture, construction of a traditional cultural digital center, location marketing, establishment of Documentary Film Council, culture literacy, an orientation of small film, promotion of the global city and the culture base city, development of killer contents, exploitation of tourism resource, discriminating strategy, and so on. Actually Gyeongbuk province should need to promote the culture contents industry because of high added value, an effect on related industries, utility of the digital culture contents, extension of a market scale, a rapid growth speed, and so on.

■ keyword : | Gyeongbuk Province | Culture Contents Industry | Promotion Course |

I. 문화콘텐츠산업: 2000년대 신성장 동력산업

문화산업은 문화상품의 생산·유통·소비와 관련된 산

업, 형체가 없고 문화적인 콘텐츠를 창조, 생산, 상업화하는 산업, 문화상품의 개발·제작·생산·유통·소비 등과 관련된 서비스를 행하는 산업 등을 의미한다. 그리고

콘텐츠는 각종 미디어에 담을 내용물, 부호·문자·음성·음향·영상 등의 자료 또는 정보, 말이나 문장 또는 여러 종류의 예술작품과 같이 어떤 매체를 통해서 표현되어 지는 내용, 문자, 영상, 소리 등의 정보를 제작하고 가공해서 소비자에게 전달하는 정보상품 등을 뜻한다. 문화콘텐츠산업은 디지털 문화 콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이와 관련된 서비스를 행하는 산업, 문화콘텐츠의 기획·제작·유통·소비 등과 이에 관련된 산업 등을 뜻한다[1].

1970년대의 성장 동력은 기계나 가진 등 하드웨어 산업이었고 1980년대는 소프트웨어의 시대였으며, 1990년대 들어서는 정보통신의 급속한 발전이 성장을 주도했다. 2000년대의 성장 동력은 '문화콘텐츠'이다. 문화콘텐츠가 정책적으로 주목받는 것은 문화콘텐츠가 고부가가치 산업, 성장동력, 원소스 멀티유스의 효과를 극대화하기 위한 핵심적 전략, 미디어 믹스 전략, 디지털 융합, 소비자의 권력강화, 쌍방향성, 다학문의 통합성, 다양한 문화가치의 창출, 시공을 초월한 활용성, 실용학문의 허브, 21세기형 실학, 복원과 재현에 의한 가치실현, '기술-지식(하이테크)'과 '예술-감성(하이 터치)'의 요구 때문이다[2].

하지만, 현재 한국문화산업은 모든 문화산업이 서울 및 수도권권을 중심으로 이루어지고 있어 90% 이상을 독점하는 상황에서 지역 문화산업은 그 영세성과 낙후성으로 많은 문제점을 안고 있다. 현재 경북의 문화산업체는 1만여 개, 총 종사자 수는 3만 8천여 명으로 업체당 평균 종사자 수는 3.31명으로 집계되고 있어 매우 열악한 수준으로 나타나고 있으며, 이 같은 통계는 실질적인 내용을 분석할 경우 그 산업적 기반의 허약성은 충북 지역과 비슷한 상황으로 파악되고 있다. 그래서 본고에서는 경북 문화콘텐츠산업의 국내외 문화콘텐츠 산업의 사례(=2절), 경북 문화콘텐츠산업의 현황(=3절), 경북 문화콘텐츠산업의 가능성과 육성방향(=4절)을 중심으로 논의하고자 한다. 이런 논의를 통해 본고에서는 특히 경북을 중심으로 문화콘텐츠산업의 현황을 파악하고 육성방향을 제시하고자 한다.

II. 국내외 문화콘텐츠산업 사례

1. 국외 사례: 신산업 창조전략과 팔길이 원칙

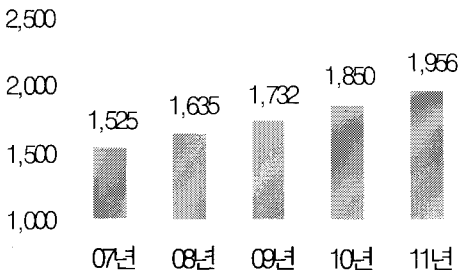
세계 문화콘텐츠 시장 점유율은 1위 미국(40.7%), 2위 일본(7.0%), 3위 영국(6.7%), 4위 독일(6.1%), 5위 중국(5.4%), 6위 프랑스(4.3%), 9위 한국(2.4%) 등의 순서이다. 문화콘텐츠산업의 국가경제모델은 세 가지이다. 첫째, 프랑스·캐나다·중국·대만 등의 정부주도모델, 둘째, 흥행성과 대중성을 중시하는 미국의 시장경제모델, 셋째, 국가와 시장을 모두 고려하는 일본·호주·영국 등의 공공-민간 파트너쉽 모델이다. 한국은 이 세 번째 모델에 속한다고 할 수 있다. 그래서 한국과 비슷한 국가경제모델인 일본과 영국을 중심으로 살펴보도록 하자.

세계 2위 일본은 문화콘텐츠산업의 육성을 위해 정부가 발벗고 나서고 있다. 특히 게임과 애니메이션, 캐릭터, 만화산업은 세계 최고 수준이다. 경제산업성, 총무성, 문부과학성은 범부처적인 협력을 통해 '신산업창조전략', 'e-Japan' 전략 등을 수립해 콘텐츠산업 육성을 지원하고 있다[3]. 2001년부터 디지털 콘텐츠 제작 및 유통 활성화, 저작권 보호 등 지원정책을 진행하고 있다. 2004년에 '콘텐츠장조보호및활용촉진에관한법률'이 통과되면서, 문화산업 육성 전담기구인 '일본영상산업진흥기구'가 설립되었다. 또한 정책 'Digicon Project by Ministry of Public Management'를 발표했는데, 이는 범정부적 차원에서 일본의 산업구조를 지식기반 사회로 바꾸기 위해 국가 프로젝트의 일환이라고 볼 수 있다.

세계 3위 영국은 '팔길이 원칙(arm's length principle)'을 고수한다. 팔길이 원칙이란 정부가 기관을 통해 지원하며, 지원은 하되 간섭은 하지 않는 원칙을 말한다. 영국은 디지털콘텐츠 육성실천계획을 수립하였고, 다른 조직에 양도하는 팔길이 원칙을 통해 육성하고 있다. 영국은 창조산업을 적극적으로 육성하기 위해 2000년 'UK Digital Content Action Plan for Growth'를 발표하고 창조산업추진반과 창조산업수출진흥자문단 등 정부 차원의 전담기구를 설립했다. 2005년에는 디지털 콘텐츠의 발전을 위해 'Connecting the UK: Digital Strategy'를 발표했는데, 디지털 콘텐츠 개

발을 위한 환경 육성과 지적재산권 등에 대한 지원 및 대응방안 계획이다.

이렇듯 문화콘텐츠산업은 고부가가치 성장산업으로 세계 각국 및 주요기업은 시장선점을 위한 지원 및 투자를 경쟁적으로 확대하고 있다. 즉 기술 환경의 변화로 디지털 융합에 따른 콘텐츠 유통, 플랫폼의 다양화, 복합미디어 출현의 가속으로 인한 대형화, 콘텐츠 원도우 확대에 따른 새로운 수익 구조 등장, 콘텐츠 수용 급증 및 접근성 증대, 콘텐츠 유통의 유료화의 확대 등의 특성을 보이고 있다[4]. 2005년 문화산업은 급격한 성장률 13.6%(경제성장률 4%)을 보이며, 인터넷 광고와 미디어 게임시장이 고성장의 전망을 보인다. 시장전망은 [그림 1]에서 보는 것과 같이, 향후 더욱 그 발전이 가속화될 것으로 예측되어지고 있다.



자료 : 문화체육관광부 기획재정부, 「3단계 서비스산업 경쟁력 강화 대책」

그림 1. 콘텐츠산업 전망(세계, 10억불)

2. 국내 사례: 문화 원천자료의 디지털화

현재 정부는 디지털TV/방송, 디스플레이, 지능형 로봇, 미래형 자동차, 차세대 반도체, 차세대 이동통신, 지능형 홈네트워크, 차세대 전지, 바이오 신약/장기, 콘텐츠 및 SW솔루션 등을 10대 차세대 신성장동력으로 선정하였다. 10대 신성장동력에 콘텐츠 및 SW솔루션이 포함되었다는 것은 정부가 문화콘텐츠의 중요성과 가능성을 분명히 인지하고 있음을 보여준다[5]. 그리고 문화체육관광부의 주요시책은 융합시대를 선도하는 통합과 콘텐츠정책 추진체계 정비, 불법복제 근절 및 저작권 보호를 통한 콘텐츠 생태계 복원, 세계 최첨단 콘텐츠

대국 도약을 위한 창작역량 강화, 콘텐츠기업의 해외시장 개척 지원, 콘텐츠 기업하기 좋은 시장 환경 조성 등이다. 또한 2012년 세계 5대 콘텐츠산업 강국을 실현하는 것을 목표로 한다[6].

경북과 가장 유사한 사례는 충남이다. 충남은 충남디지털문화산업진흥원을 중심으로 풍부한 부여문화 자원을 활용한 문화콘텐츠산업 진흥계획을 수립하고 있다. 충남디지털문화산업진흥원의 중점 목표는 킬러콘텐츠 창출이며, 아카데미 기능의 운용, 문화콘텐츠 관련 기업 집적 환경 조성을 통한 스타기업 유치이다. 주요 업무 추진계획은 충남의 역사인물, 백제 관련 설화 등 지역을 근거로 한 문화 원천자료 개발, 만화 연재, 단행본 발간, 애니메이션 제작, 웹 페스티벌 공모전 개최 등이 있다. 그리고 지역문화콘텐츠센터를 중심으로 백제문화콘텐츠를 집합하는 저장소인 포털사이트를 구축하고 있다[7].

III. 경북 문화콘텐츠산업의 잠재성

1. 경북 문화콘텐츠산업의 현황: 영세성, 소비지향성, 지역별 불균형

경북 문화콘텐츠산업의 현황은 다음과 같다. 첫째, 경북 문화산업의 사업체수 및 종사자수 추이에 있어서 그 규모는 매우 영세하며, 기타문화산업의 비중이 거의 절반가량을 차지하고 있으며, 교육서비스업>공예산업체>사진촬영·처리업>건축서비스업의 순서이다. 공예산업의 경우 문화의 생활화라는 점에서 부가가치가 클 것으로 예상되므로 관심이 필요하다. 둘째, 경북 문화산업의 생산액 및 부가가치는 제조부문보다 도소매와 서비스부문이 강세이고, 게임과 영화산업의 경우 생산보다는 소비지향적인 경향을 보인다. 즉 문화콘텐츠산업의 제작·생산보다는 소비 위주의 산업구조를 보이고 있어서 불균형을 이루고 있다. 셋째, 경북 문화산업의 시군별 사업체수는 포항>구미>경주의 순서이며, 이 3개 도시의 비중이 경북 전체의 48.8%를 차지하는 등 지역별 격차가 극심하게 나타나고 있다[8].

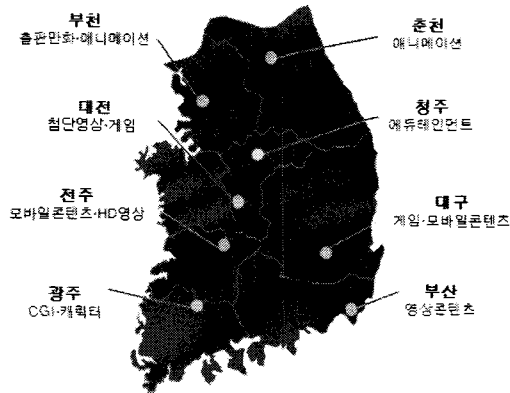


그림 2. 문화산업단지 조성 현황

이렇듯 전반적으로 경북의 문화콘텐츠산업은 영세성, 소비지향성, 지역별 불균형 등의 특성을 보인다. 그리고 [그림 2]에서도 알 수 있듯이 경북은 다른 지방에 비해 특성화된 사업과제를 확보하지 못하고 있다. 청주는 벌써 e러닝을 정책적으로 활성화하고 있어 앞서가고 있고, 춘천은 애니메이션을 특화하고 있고, 전주, 제천, 부산은 국제영화제에 집중하고 있다. 경북은 게임, 모바일 중심의 특화전략을 말하고 있지만, 게임은 성장 속도는 빠르지만 규모가 작다는 점에서 다소 불리할 수 있다. 이런 점에서 볼 때 특성화 전략은 성장 가능성뿐만 아니라 규모의 경제학도 고려해야만 하며, 융합의 가능성과 원소스 멀티유스 등의 시너지 효과를 고려한 특성화 전략이 필요하다. 경북문화콘텐츠의 SWOT를 도표로 나타내면 다음과 같다.

표 1. 경북문화콘텐츠산업의 SWOT [9]

강점	약점
풍부한 문화자원 우수한 인적 자원 성장 잠재력 다양한 문화시설	문화산업 기반 취약 전문기업·인력·투자부재 산학연 연계시스템 취약 업체의 영세성
기회	위험
문화산업 인식 전환 문화·웰빙 관심 제고 문화산업 수요 증대 디지털 융합·모바일 발전	디지털 관련 집중 육성 우수인재의 역외 유출 혁신문화·파트너십 취약 문화산업의 수도권 편중

2. 경북의 문화시책: 문화자원을 통한 문화산업 육성 및 디지털 문화콘텐츠 제작 활성화

경북의 문화산업 정책은 크게 세 가지이다. 첫째, 경북의 문화 관련 주요시책(2005)은 문화기반 확충과 국민 문화향유기회 확대, 전통문화유산의 체계적 전승·보전과 현대적 재현, 차별화된 문화콘텐츠산업 발굴·육성이다. 둘째, 그 중에서도 차별화된 문화콘텐츠산업 발굴·육성이다. 유·무형 문화자원을 새로운 유형의 문화산업으로 육성하며, 유적·전설·설화·인물 등을 디지털화하여 수익창출을 유도하고, 전통문양디자인경진대회, 캐릭터공모전 등이 있다. 셋째, 경북의 문화관광산업 육성의지이다.

중점 육성분야에서, 경북 영상콘텐츠 육성 특화부문은 문화요소(전통문화, 문화예술, 생활양식, 설화·전설·민담), 창의력·디지털기술, 디지털문화콘텐츠(영화·애니메이션·게임·캐릭터·방송광고·공연·인터넷모바일·출판만화·영화)이다. 경북문화콘텐츠정책의 추진방향은 문화콘텐츠 관련 업체 육성, 중앙정부 국비 지원 사업 연계, 경북만의 차별화된 전략 구현, 경쟁력 있는 미래 신성장 동력사업 집적화 구현이다. 업무추진 목표는 경북형 문화산업 클러스터 모형개발, 지역실정에 적합한 특화시책 발굴, 수익창출 연결, 전통문화자원, 자연경관 자원, 역사, 인물자원을 산업화, 세계문화콘텐츠산업 5대강국 진입, 국내 최강 'Pride Gyeongbuk!'을 만드는 것이다[10].

III. 경북 문화콘텐츠산업의 개선 방향

1. 풍부한 문화자원을 활용한 원천소스 및 스토리텔링 개발

경북의 문화콘텐츠산업을 육성시키기 위해서는 다음과 같은 개선 방향이 필요하다. 첫 번째, 풍부한 문화자원, 우수한 인적 자원, 문화산업 인식 전환 등의 장점을 바탕으로 문화원형 원천소스 개발 등이 필요하다.

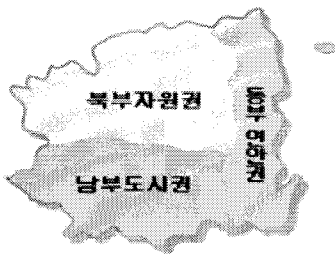


그림 3. 경북 문화자원 3대 권역

첫째, 경북의 경우 문화자원을 활용한 문화콘텐츠, 원천소스 개발이 중요하다. 한국의 문화유산 산재 현황 [11]을 보면 집계와 비율에 있어서 경북이 1위이다. 경북의 문화경관을 분석해 보면, 우선 다양하고 다층적인 문화 양상을 보인다. 원시시대로부터 고대국가 신라를 거쳐 고려와 조선을 거쳐 현재까지 다양한 종교와 문화를 축적해온 한국 문화의 중추이다. 다음으로 [그림 3]에서 보듯이, 지역별로 중심적인 고유의 문화권역을 보면, 확산(가야문화권, 신라문화권, 유교문화권)하고 있다. 암각화 등의 선사유적, 고대의 도시계획, 불교문화의 정수, 상상력의 보고, 대표적 민족종교 동학의 발상지, 경북 유교문화의 주요 거점이다.

그래서 경북은 이러한 문화유산과 문화경관을 이용해 원천소스멀티유스의 높은 부가 가치를 창출할 수 있다. 6개 문화산업의 지역별 매출규모를 보면, 7대 도시를 제외하면, 경북(54억원)은 경기도와 충북에 이어 세 번째로 문화산업 매출액이 높은 것으로 나타나 문화산업 발전 잠재력이 있다고 할 수 있다.

2. 전통적 문화교육콘텐츠를 활용한 에듀테인먼트 개발

두 번째, 경북의 풍부한 문화자원을 이용해 문화원형의 에듀테인먼트 개발이 필요하다. 경북은 한국 전통문화 교육콘텐츠의 보고(寶庫)이다. [그림 4]처럼 안동을 중심으로 한 영주시, 봉화권, 예천군, 의성군, 영양군, 청송군 등 7개 시군의 유교문화권(한옥 고가, 반촌, 재실, 사당, 사우祠宇, 서원, 정자 등의 유교 경관)이 있다. 경주의 역사도시 경관에서 경주는 선사-신라(통일신라)-고려-조선을 거쳐 오늘까지 고한국의 모든 시기의 중요 유적과 유물을 고르게 가진 역사문화도시이다. 또

고유종교, 무속신앙, 불교, 유교, 동학 등 다양한 종교와 문화의 집성과 창조의 역사도시이다. 한국 문화의 중추, 설화(스토리)의 보고(寶庫)이다.



그림 4. 경북 영주 소수서원

문화관광부는 최근 문화원형을 디지털콘텐츠화하는 사업에 많은 예산을 지원하고 있다. 한국문화콘텐츠진흥원 사업의 목적은 창의력과 경쟁력의 보고(寶庫)인 문화원형을 테마별로 디지털콘텐츠화하여 문화콘텐츠 산업에 필요한 창작소재를 제공함으로써 문화콘텐츠 산업의 경쟁력 향상을 도모하는 데 있다. 문화원형콘텐츠화는 원천소스 개발과 직결되는 사업이다. 기초예술과 문화산업은 동전의 양면이다. 경북도 이런 원형을 잘 가공하고 콘텐츠화한다면 향후 문화창작의 소재로 활용할 수 있고 상품화할 수도 있다. 특히 지역의 차별화 포인트에 집중한 킬러 콘텐츠 창출과 경북의 문화상품 개발을 통한 경북 관측이 필요하다.



자료 : 최혜실, ibid.

그림 5. 스토리텔링의 OSMU 방식

문화콘텐츠산업에서 콘텐츠, 특히 가장 기본적으로 공통적인 요소인 스토리텔링이 중요한 위치를 점하게 된다. 왜냐하면 [그림 5]에서 보듯이 스토리텔링은 문화콘텐츠산업의 여러 영역과 연계되면서 OSMU가 가능하기 때문이다. 그래서 그런 매체의 차이에 따른 변이 양상의 유사성과 차이를 바탕으로 원소스멀티유스 전략을 세워야 한다. 전통이 철저하게 유지되고 존중되는 유교 문화 중심의 축제 개발을 통한 세계적인 관심 제고와 이를 연계하는 문화콘텐츠의 개발 및 문화원형의 에듀테인먼트에도 지대한 관심을 기울여야 할 것이다.

셋째, 문화자원의 디지털화와 에듀테인먼트를 개발하기 위해서는 기반 조성이 필요하다. 가장 많은 문화유산과 전통문화콘텐츠의 디지털 사업의 기반 조성, 디지털 콘텐츠산업의 국제경쟁력 강화, 자립형 지방분권 실현, 문화유산 전승과 지역정체성 강화, 산업기반 지원, 창작 역량 강화, 문화산업 인력의 연계 등이 필요하다. 그리고 문화콘텐츠가 없는 평면적인 지역개발 방향에서 탈피하여 지역의 문화콘텐츠와 강하게 결속된 개념으로 지역문화의 가치를 새롭게 정립해야 한다. 또한 장소마케팅 전략에 기초한 혁신클러스터 조성이 필요하다. 그리고 복합적인 기술, 높은 진입 장벽, 수익의 불확실성 등으로 인한 중앙집중도 때문에 지역은 문화산업, 지역혁신, 지역경제 발전을 위해 문화거점도시를 육성해야 한다[12].

3. 문화콘텐츠 창작여건 확대를 통한 인프라 구축

세 번째, 문화산업 기반 취약, 전문기업 및 투자 부재, 산학연 연계시스템, 문화산업의 수도권 편중 등의 약점을 보완하기 위해 문화콘텐츠 창작여건 확대를 통한 인프라 구축이 필요하다.

첫째, 경북 문화콘텐츠산업의 구성주체, 즉 산·학·연·관 네트워크 구축을 통한 산업화 토대 마련 및 창작 네트워크 구축이 필요하다. 우선 [그림 6]에서 보는 것과 같이 지역 내 문화콘텐츠산업 기업 간 네트워크 구축이 필요하다. 단기적으로 문화산업 기업 간 네트워크 구축에 치중할 필요가 있다. 다음으로 지역 간 문화콘텐츠 산업 교류 활성화이다. 국내 문화산업 업체들이 서울 등 수도권에 집중된 상황 하에서 경북에 클러스터가 형

성되기 위해서는 지역 간 네트워크 확충이 시급하다. 효율적 교류를 위한 문화콘텐츠산업 교류전략 수립, 원활한 교류를 위한 물적·인적·제도적 시스템 강화, 지역적 특성과 문화적 욕구를 결합한 쌍방향·복합형 패키지 발굴이 필요하다. 그리고 네트워크 구성 주체간 협력적 거버넌스 구축 및 네트워크 참여주체 지원 강화가 필요하다.

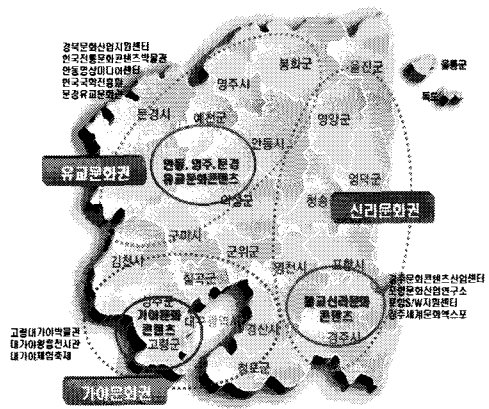


그림 6. 경북 문화산업 혁신 자원

둘째, 정부의 지원, 아래로부터의 참여, 산학관 연계 등의 여건이 형성되어야 한다. 우선 문화콘텐츠산업의 가능성을 실현시키기 위해서는 정책적인 지원이 무엇보다도 필요하다. 경북형 문화산업 모델은 유·무형의 전통문화 자원을 상품화, 특성화, 클러스트화, 관광화하여 경북문화의 르네상스를 조기 실현하는 것이다. 실천 전략에서 특히 문화콘텐츠의 생산과 소비가 결합되는, 즉 문화예술, 문화산업, 관광산업의 결합을 통한 새로운 지역 문화산업 클러스터를 추진해야 한다. 이를 통해 지역의 경제 활성화 및 자생력 강화에 기여할 수 있다. 그리고 이런 문화콘텐츠산업 활성화를 위해서는 대중이 함께 참여가능한 문화산업과 문화 리더러시가 필요하다. 넷째, 작은 문화콘텐츠 전략, 풀뿌리 문화, 아래로 아래로 전략 등이 필요하다.

셋째, 현장형·종합형 기획 인력 육성 및 체계적 양성 시스템 구축이 필요하다. 창작·기술 및 비즈니스 등 통합적 역량을 갖춘 전문인력 발굴·육성, 교류를 통한 지

역적인 연계망 구축 및 전문인력 정보(pool) 구성, 산·학·관·연 협력 연계를 통한 전문인력 수급기반 조성, 시장·기술정보 제공, R&D환경 조성 등 배양된 인력의 정주전략 수행, 유관기관·시설 및 지역사회 연계 프로그램 개발 등이 필요하다. 다음으로 문화콘텐츠산업 아카데미 활성화이다. 경북에서 배출되는 많은 문화산업 인력을 기업의 니즈에 맞는 맞춤형 인재로 변화시키기 위해 문화산업 아카데미를 활성화해야 한다. 또한 지역 대학의 역량 강화 지원이다. 경북 문화산업의 인력 문제를 해결할 수 있는 장기적인 대안은 지역 대학의 역량 강화에 있다[13].

IV. 경북 문화콘텐츠산업의 미래

앞으로 문화콘텐츠산업은 더욱 발전할 것이고 그 위상은 더욱 커질 전망이다. '문화콘텐츠 현상'은 계속 지속될 것이다. 이런 점에서 경북이 문화콘텐츠산업에 집중해야 하는 이유는 다음과 같다. 첫째, 문화콘텐츠산업은 고부가가치를 올릴 수 있다는 점에서, '황금알을 낳는 거위'에 비견되기도 한다. 둘째, 잘 만들어진 영화나 드라마 한 편이 몇 만 대 되는 자동차 판매 수익에 맞먹는 문화산업의 전성시대가 도래했다. '굴뚝 없는 공장', 이는 바로 문화산업의 현주소를 여실히 드러낸 표현이다. 셋째, 디지털문화콘텐츠는 복제의 용이성과 정보기술의 집약 정도라는 두 가지 척도에서 우위를 나타낸다. 넷째, 21세기의 산업구조는 공업이 아닌 지식·정보·문화산업을 중심으로 산업구조가 재편될 것이다. 다섯째, 문화콘텐츠 시장의 규모는 점점 더 커지고 있고 성장속도도 매우 빠르다. 여섯째, 문화콘텐츠산업은 고부가가치 산업이다. 즉 매출대비 이익률이 높은 High Risk, High Return의 지식기반산업이다. 일곱째, 문화콘텐츠산업은 파급효과가 큰 산업이다. 여덟째, 문화콘텐츠산업은 해외시장 진출이 상대적으로 용이해 미래의 수출역군이 될 수 있다.

경북에서 문화산업은 경제성장의 새로운 동력, 창의적 문화콘텐츠산업의 실현, 예술과 문화산업의 역동적 피드백, 경제적 고부가가치 산업, 높은 고용창출 효과,

높은 연관 산업 파급효과 등의 측면에서 중요하다. 한국경제가 선진국에 비해서 기술과 품질경쟁에서 밀리고, 개발도상국에 비해서는 가격경쟁에서 밀리는 소위 '넛크래커'(nut-cracker) 위기를 맞을 수 있다. 문화콘텐츠 산업은 CT 기반의 산업이다. 인문학과 과학기술의 결합, 동양문화와 서양기술의 조화를 동시에 추구할 수 있는 문화콘텐츠산업은 이상적인 미래산업이다. 이제 문화콘텐츠산업은 혁신주도형 경제와 국가경쟁력이라는 관점에서 재고(再考)되어야 한다. 그래서 경북은 넛크래커 위기 대안으로서의 문화콘텐츠산업의 위상에 주목해야 한다. 문화산업이 만들어내는 고부가가치, 문화콘텐츠의 OSMU로서의 특성, 콘텐츠산업의 차별성 등으로 이루어 볼 때 경북문화콘텐츠산업은 혁신주도형경제의 핵심 산업이 될 수 있다.

참고 문헌

- [1] 최혜실, 문화콘텐츠, 스토리텔링을 만나다, 삼성경제연구소, pp.95-103, 2006/2008.
- [2] 최연구, 문화콘텐츠란 무엇인가, 살림, pp.53-58, 2006/2007.
- [3] 최연구, ibid, pp.82-85, 2006/2007.
- [4] 경북전략산업기획단, 경북 문화산업 육성방안 최종연구보고서(안), 2005.
- [5] 최연구, ibid, pp.66-69, 2006/2007.
- [6] 문화체육관광부, "문화체육관광부 2008년도 주요시책", 경상북도 문화체육국, 경북영상산업 육성전략 워크숍 자료집, 안동시청 대회의실, pp.49-51, 2008.
- [7] 문화관광부·한국문화콘텐츠진흥원, 2006 전국 지역문화산업 지원기관 현황조사, 2006.
- [8] 이정옥, "경북문화콘텐츠산업의 발전방향---전통문화 에듀테인먼트", 경북전략산업기획단 학술포럼, 경북문화콘텐츠산업의 미래---전통문화 에듀테인먼트, pp.21-23, 2005.
- [9] 경상북도 영상산업과, "경북영상산업 육성전략", 경상북도 문화체육국, ibid, p.11, 2008.

- [10] 경상북도 영상산업과, *ibid*, p.9, 2008.
- [11] <http://www.cha.go.kr>, 문화재청 홈페이지, 20004(3).
- [12] 이정옥, *ibid*, p.37. 정규호, *ibid*, p.3. 김기석, *ibid*, p.49. 이철우, *ibid*, p.6. 이장우, *ibid*, pp.38-41, 2005.
- [13] 안동시, *경북 문화콘텐츠지원센터 건립 타당성 분석 및 문화산업 발전전략*, pp.116-119, 2008.

저자 소개

서 곡 숙(Kok-Suk Seo)

정회원



- 1991년 2월 : 서울대학교 국어국문학과(문학사)
 - 1999년 2월 : 동국대학교 연극영화학과(문학석사)
 - 2004년 2월 : 동국대학교 연극영화학과(문학박사)
 - 2008년 10월 ~ 현재 : 경북테크노파크 경북전략산업기획단 선임연구원(문화관광산업 정책기획)
- <관심분야> : 영화영상학, 스토리텔링, 문화콘텐츠산업