

# 영상산업과 문화산업의 발전 방안 연구

오진호 (상명대학교)

## 차 례

1. 서론
2. 문화와 문화산업
  - 2.1 문화산업의 이해
  - 2.2 문화산업과 국가경제
3. 영상 산업의 일반적 특징 및 현황
4. 영상 산업의 발전 방안 및 결론

## 1. 서론

우리는 그 동안 가난에서 벗어나기 위해 우리나라의 경제 성장에 매달려 왔다고 해도 과언이 아닐 것이다. 그러나 이러한 경제 성장의 결실로 누리고 있는 물질적 풍요에도 불구하고 도시 환경의 악화, 인간성의 상실, 계층간의 문화 향유의 괴리 등으로 우리의 문화적 '삶의 질'은 여전히 제자리 걸음을 걷고 있다. 우리가 겪은 IMF 관리체제도 눈에 보이지 않는 경쟁력의 원천인 무형의 지식과 정보 그리고 이들의 총합체인 문화의 중요성을 등한시한 결과로 지적하는 의견도 많이 제기되어 왔다.

우리 나라와 같이 외환위기 이후 IMF경제 체제하에서 과감한 개혁과 새로운 산업구조로의 이행 과정을 겪은 바 있는 영국은 이제 산업화 시대를 과감히 떨치고 창조 산업화의 혁명시대를 열며 21세기형 문화 산업 국가로 나서고 있다. 그것은 영국이 창의적 아이디어나 지식을 결합한 문화 콘텐츠를 생산하는 문화 산업이야말로 정보화시대의 원동력이 된다는 것을 정확히 인식하였기 때문이라고 할 수 있다

우리의 자랑스런 5,000년 역사의 문화도 이를 재해석하고 창의성을 부여하여 문화적 그리고 경제적 가치를 이끌어 내려는 혼신의 노력이 없이는 세계에서 역량을 발휘할 수 없다는 것도 잘 알고 있는 사실이다. 우리나라가 인류 최초로 금속활자를 발명했음에도 불구하고 기술 계승과 활용이 제대로 이루어지지 못하여 그 위상이 정립되지 못한 예가 이를 잘 대변하고 있다.

문화 산업은 경제적 역할은 물론이고 폭발적으로 늘어나는 인류의 문화적 욕구를 충족시키며 문화가 다양하게 활용될 수 있는 무대를 제공함으로써 문화의 생존력을

강화시키는 역할을 한다고 볼 수 있다. 이러한 관점에서 이제 문화의 정신적 측면뿐만 아니라 문화의 산업적 측면에서도 우리 문화의 잠재력을 인식하고 역량을 집중시킬 때이다.

본 논문에서 이러한 인식을 바탕으로 21세기 국가 발전을 새롭게 주도할 문화산업의 발전비전과 이를 달성하기 위한 정책적 발전 방안을 제시하고 한다.

## 2. 문화와 문화산업

### 2.1 문화 산업의 이해

#### 1) 문화산업의 개념

문화는 일반적으로 지적인 것이며 '총체적 삶의 양식'을 뜻한다. '문화산업'이란 용어는 독일 프랑크푸르트학파의 아도르노와 호르크하이머가 저서인 <계몽의 변증법>(1947)에서 문화의 대중화 현상을 비판하면서 사용되기 시작되었다. '문화산업의 광의적 해석은 문화, 예술 분야를 상품화한 모든 산업을 의미한다. 문화산업의 협의적 개념은 문화와 예술을 상품의 소재로 해 일반 대중의 정서적 수요를 충족시키기 위해 상품과 서비스를 대량으로 생산 또 판매하는 모든 산업 영역을 의미한다[1]. 우리나라에서 사용되는 문화산업의 개념은 '문화예술진흥법'과 '문화산업진흥기본법'에 '문화산업은 문화예술의 창작품 또는 문화 예술용품을 산업의 수단에 의하여 제작, 공연, 전시, 판매를 하는 업'으로 정의하고 있다[2].

#### 2) 문화산업의 범위

1999년 제정된 '문화산업진흥기본법' 기준에 따르면,

영화, 음반, 비디오, 애니메이션, 출판, 게임, 소프트웨어, 방송 광고, 패션 디자인과 멀티미디어 콘텐츠 관련 산업, 공연예술, 미술품, 문화재 관련 부문, 전통문화상품(공예품, 전통의상, 전통 식품) 등이 범위에 포함된다.

### 3) 문화산업의 분류

우리나라에서는 아직 문화산업 관련 업종을 다른 산업과 분류하고 있지 않다 → 통계분석을 근거로 한 정책수립이 불가능 → 문화예술진흥법 제2조에 근거하여 문화, 예술산업을 특수 분류로 설정, 개정을 고시한 상태이다.

## 2.2 문화 산업과 국가 경제

20세기 말부터 가속화되고 있는 정보, 통신 기술의 혁신과 발달은 지식의 전파와 확산을 세계적으로 확장시키고 있다. 이 같은 변화는 우리의 문화 산업에 새로운 기회와 위협을 동시에 안겨주고 있다.

1) 긍정적인 측면 : 정보통신의 혁명은 산업, 국가 및 이데올로기간의 경계를 급속히 소멸시켜 세계를 동일한 시간대의 동일한 정보 공간 또는 소비 시장이나 문화적 동일체로 통합함으로써 문화 산업에 새로운 경제적인 기회를 제공하였다.

2) 부정적인 측면 : 문화 산업에 종사하는 참여자들이 독자적인 경쟁력을 확보하지 못할 경우 경제적, 문화적 종속을 강요당하게 되었다.

### 3) 문화산업이 강조되는 요인

경제성장으로 국민들의 사회, 경제적인 수준 향상 → 일상생활에서 여가 활동이 차지하는 비중이 커짐 → 여가생활에 대한 욕구를 충족시키는 수단으로 문화 상품에 대한 사회적 필요성이 증대됨 → 문화산업이 차지하는 경제적 위상이 높아진다.

① 경제환경의 변화(세계화, 정보화 사회) → 새로운 경쟁원리 창출 (인간의 창의성과 지적 가치가 경쟁력을 결정) → 모든 경제활동에서 문화요소가 중시된다.

② 기술의 발달(디지털 기술 혁명, 문화 콘텐츠의 생산과 유통체계의 혁신) → 문화콘텐츠들 간의 형식의 벽이 허물어짐 → 문화상품과 이에 대한 서비스 시

장이 급속히 발달된다.

※ 이러한 때에 문화산업의 경제적, 기술적 면들을 동시에 고려하는 종합적인 문화정책수립이 요청된다 [3].

### 4) 문화산업의 역할

#### ① 고용창출

문화산업은 한나라 경제 성장의 주요 원동력으로 문화산업이 활성화 되면 새로운 문화상품에 대한 소재 개발의 원천이 되는 영리적 및 비영리적 문화 예술 활동의 촉진을 가져와 간접적인 고용창출과 다양한 문화 활동이 산업으로 전환될 수 있는 토양이 마련될 것이다[7].

#### ② 지역개발의 기여

어떤 특정 지역의 문화 예술이 그 지역의 경쟁력을 높일 수 있는 수단으로 활용(영국 셰필드 중심부의 문화산업 단지)되었다.

#### ③ '삶의 질' 향상 및 민주주의 발전에 기여

문화의 산업화에 따라 모든 사람에게 문화 공간이 급속히 개방, 확산되면서 정치적으로 특정집단의 이데올로기에 사람들을 종속시키는 체제가 더 이상 효율적인 지위를 누릴 수 없게 되었다.

## 3. 영상산업의 일반적 특징 및 현황

### 3.1 영상산업의 특징

#### 1) 영상상품은 부분적인 공공재의 성격

특정 영화는 특정 개인으로부터 창작된 사재이지만, 공중과 방송으로 대중에 일단 노출되면 공공재로 전환된다.

#### 2) 영상상품이 점차 무형화

디지털로 전환된 콘텐츠 상품은 질적 손상 없이 무한대로 복제 유통할 수 있다.

#### 3) 영상상품에는 문화적 가치가 체화되어 있다.

문화상품은 제조상품과 달리 한나라의 정서, 가치 등이 종합적으로 함축되어 있어 사회구성원의 정체성과 생활양식에 커다란 영향을 미친다[4].

### 3.2 영상산업의 현황

#### 1) 경쟁구조

외국영화에 대한 배급을 정부가 1988년 외국 배급사에 대한 국내 시장 개방 조치를 단행하고 난 뒤 국내 영화 수입업자로부터 외국 배급사, 특히 헐리우드 메이저사들을 거쳐 이루어지고 있다. 따라서 막강한 자본력과 마케팅능력을 지닌 대작으로 이들 배급사는 국내 상영관에 대한 독점적 지위를 차지하고 있다. 몇몇 국내 제작사, 배급사 중심으로 자체 상영관을 확보하고 자신들의 배급망을 통해 상영되었다.

#### 2) 고용구조

문화산업은 우리나라 전체 산업 중 0.9% 점유하고 있으며, 사업체 당 종사자 수를 보면 전 산업이 4.7명인 반면, 문화산업은 2.6명이다.

#### 3) 유통구조

영화 콘텐츠의 유통은 일괄 판매방식(Block booking)과 자유 판매제 (Free booking)로도 구분하고 있으며, 미국은 전자의 방식을 금지, 우리나라에선 채택. 안정적인 거래선을 확보 할 수 있는 장점은 있지만 배급사가 독점적인 지위를 가지고 있다. 이것은 국내시장이 외화중심의 지배구조이기 때문이다[5].

## 4. 영상산업의 발전 방안 및 결론

### 4.1 정부의 진흥정책

#### 1) 기본방향

정부는 우리 문화의 보호라는 소극적인 자세에서 탈피해 적극적이고 공세적인 육성대책을 마련, 특히 집중적인 지원체제를 마련하여 독창적이고도 세계적으로 경쟁력을 가진 문화상품을 개발한다는 것을 정책의 기본방향으로 삼고 있다.

#### 2) 문화산업 진흥 5개년 계획

문화산업 인프라 조기 구축, 문화 산업 분야간 연관 효과 제고, 기술개발 및 전문 인력 양성 체제 구축, 해외 시장 진출 강화와 수출 전략 상품개발, 창업, 제작의 촉진과 유통의 현대화, 문화 산업추진 기반 조성 등으로 분류해 세부 추진 계획을 가지고 시행할 계획이다.

#### 3) 산업 정책적 측면에서의 정부의 역할

정부에서는 예술가 및 예술단체의 창작 활동 장려와 지원, 문화의 보급과 일반인의 문화 활동에 대한 참가 기회의 확충, 지역 문화 진흥, 문화 분야의 인재 양성과 교육, 문화재의 보존과 활용, 문화의 국제 교류와 국제 협력, 문화시설과 문화에 관한 제도 등의 기반 정비 등을 지원해줘야 한다.

### 4.2 가시 사슬 단계별 육성방안

#### 1) 창작 단계

문화산업은 창조성이 우선적으로 강조되기 때문에 인간의 아이디어와 창의적 소재가 사업의 성패를 좌우하게 된다. 창의성 개발을 위해서는 인재양성의 산실인 교육기관이 정보화사회의 진전에 대응하여 국민의 창의성을 높이는 교육체제로 전환해야 한다. 저작권과 저작 인접권의 보호에 대한 정책적 뒷받침이 필요하다.

#### 2) 생산 및 제작 단계

집적 시스템의 구축과 제작자본의 확충 및 투자 평가 시스템 구축이 우선적으로 추진되어야 되어야 한다. (문화산업 진흥기금, 각종 문화 벤처정책 기금 등)

#### 3) 유통단계

문화 상품 유통의 협동화와 공동 물류 시스템 구축을 위해 분야별로 통합된 유통 전문기구를 설립, 이들 유통기구와 지역 지점망 등을 통한 효율적인 유통 네트워크를 구축함으로써 유통 구조의 선진화를 추진해야 한다.

#### 4) 소비단계

유형 또는 무형의 문화 상품에 생기와 생동감을 불어 넣어 소비자로 하여금 최대의 문화적 향유감을 느끼게 하는 물질 및 문화적 환경을 조성하는데 힘써야 한다.

### 참고 문헌

- [1] 문화산업백서(2002) : 문화관광부
- [2] 한국문화산업의 7대 발전과제 : 삼성경제연구소
- [3] 문화마케팅의 부상과 성공전략 : 삼성경제연구소
- [4] 김정기, 박동숙 외, 매스미디어와 수용자, 나남: p.65, 1999.
- [5] 김정기, 한국시청자의 텔레비전 이용과 효과연구, 커뮤니케이션북스, 2004.

[6] 차배근, 매스 커뮤니케이션 효과이론, 제2판 8쇄, 나남, 2001.

[7] Levy, M. R., "Conceptualizing and measuring aspects of audience activity," *Journalism Quarterly*, 60, pp. 109-115, 1983.

### 저자 소개

#### ● 오진호(Jin-Ho Oh)

정회원



- 1993년 2월: 중앙대학교 예술대학연극영화학과(문학사)
- 1999년 2월: 중앙대학교 대학원 연극학과(문학석사)
- 2003년 9월: 모스크바 국립연극종합대학교(교육학 박사)
- 2004년 9월 ~ 현재 : 상명대학교 예술대학

영상학부 영화연기전공 부교수

<관심분야> : 문화정책, 영화, 연극, 예술정책