

---

# 생태계 관점에서의 문화콘텐츠 산업 구성 및 구조

## Ecosystem Configuration and its Structure of Cultural Contents

---

류준호, 윤승금  
서울산업대학교

Jun-Ho Yoo(junhoyoo@hanmail.net), Seung-Keum Yoon(appear@snut.ac.kr)

---

### 요약

문화콘텐츠는 본래 다양한 콘텐츠 생산자와 유통·소비에 이르는 사이클을 가지고 있는 분야이다. 이러한 사이클 안에는 문화콘텐츠 생태계를 구성하는 다양한 개체 요소들이 포함되어 있고 이들 개체들 간의 조화로운 관계의 모색이 중요한 이슈가 되고 있다. 문화콘텐츠분야에 대한 생태계적 관점의 접근은 최근 관심의 확대는 물론 관점 적용에서 오는 유용성에도 불구하고 본격적으로 시도되지 않은 분야이며, 따라서 문화콘텐츠 생태계를 구성하고 있는 개체 요소의 미확인은 물론 개체간의 상호 작용 원리, 개체별 발전 방안, 생태계를 구성하고 있는 모든 개체의 공통적 발전을 이루는 공진화의 원리 등 생태계 내부 및 그 작용에 대한 구체적인 논의가 없는 상태이다. 때문에 본 연구에서는 생태계와 사회과학의 제 분야에서 연구되어 온 생태계 모델을 통해 문화콘텐츠 생태계를 구성하고 있는 개체 요소의 확인, 그리고 각 개체들 간의 상호 작용 및 개체 각각은 물론 전체 생태계의 발전 방향에 대해 모색해 보고자 한다.

■ 중심어 : | 문화콘텐츠 | 문화콘텐츠 정책 | 크리에이티브 2.0 | 문화콘텐츠 생태계 | 공진화 |

### Abstract

The cultural contents are a field that originally has a cycle ranged from producers of various contents and distribution consumption. The various object elements composing of an ecosystem of cultural contents in this cycle, and the search of harmonious relations between these objects is becoming an important issue. The ecological approach on the cultural contents field is not being tried authentically until now, in spite of the expansion of interest and usefulness from its application at present, so there is no detailed discussion on the inside of an ecosystem and its action such as confirmation of object elements composing of the ecosystem, interaction principles between objects and object development, principles of co-evolution, etc. achieving common development of all objects composing of the ecosystem. Therefore, the present research aims to confirm object elements composing of the ecosystem of cultural contents through an ecosystem model that has been researched in several fields of the ecosystem and social science, and to seek interaction between objects and each object as well as a development direction of a total ecosystem.

■ keyword : | Cultural Contents | Cultural Contents Policy | Creative 2.0 | Cultural Contents Ecosystem | Co-evolution |

## I. 서론

생태계(ecosystem)는 1935년 A.G. 텐슬리에 의해 개념이 만들어 진 후 다양한 분야에서 인간 사회를 분석하는데 은유와 유추의 원천이 되어오고 있다. 하난과 프리먼(1989)이 중심이 된 조직생태학(organizational ecology)을 비롯하여 기업생태계(business ecosystem), 지식생태계(knowledge ecosystem) 등 많은 사회과학의 영역에서 해당 영역의 패턴과 구조를 이해하는데 생태계는 뛰어난 은유와 유추를 가져다주고 있다.

문화콘텐츠 분야도 생태계적 접근은 최근 많은 관심의 대상이 되고 있다. 문화콘텐츠는 본래 다양한 콘텐츠 생산자와 유통·소비에 이르는 가치사슬(value chain)을 가지고 있는 분야이다. 이러한 가치사슬 안에는 생태계를 구성하는 개체들이 포함되어 있고 이들 개체들 간의 조화로운 관계의 모색은 문화콘텐츠의 발전에 중요한 이슈가 되고 있다. 최근 문화콘텐츠 생태계는 정책적 측면에서도 관심의 대상이 되고 있다. 문화체육관광부(2008)는 지난 5년간의 참여정부의 문화산업 정책의 비판과 함께 새 정부의 문화산업 정책의 주요 과제 중의 하나로 '콘텐츠 생태계 기반의 통합 정책 시스템 구축'을 들고 있다. 그리고 그 세부내용으로 1) 정책 추진 체계의 중복과 비효율성 개선 및 정책 추진 체계 일원화 2) 통합적 정책 추진 체계 확립 3) 문화콘텐츠 진흥을 위한 정부 예산 증액 및 효율적 집행 4) 민간 정책 협력 체계 구축 등을 들고 있다.

이상의 관점에서 볼 때 정부에서 생각하는 문화콘텐츠 생태계란 '종합적', '체계적'이란 관점에만 집중하고 있다. 즉 문화콘텐츠 생태계란 용어를 빌어 각 부처별로 파상적으로 전개하고 있던 문화콘텐츠의 지원과 육성 그리고 그의 결과물에 대한 소유권을 일원화해야 한다는 관점이 가장 우선시 되고 있다. 이러한 제한적 관점에도 불구하고 문화콘텐츠를 생태계적 관점으로 바라보는 시각은 중요하고 의미 있는 변화라고 할 수 있다.

본 연구는 문화콘텐츠 생태계에 대한 이론적 근거를 확립하고자 하는 목적을 가지고 있다. 문화콘텐츠분야에 대한 생태계적 접근은 그 유용성에도 불구하고 아직

껏 본격적인 접근이 시도되고 있지 않은 분야이고 따라서 문화콘텐츠 생태계를 구성하고 있는 개체의 확인, 개체간의 상호 작용 원리, 개체별 발전은 물론 생태계를 구성하고 있는 모든 개체의 공통적 발전을 이루는 공진화의 원리 등 생태계 내부 및 그 작용에 대한 구체적인 논의가 없는 상태이다. 이런 상태에서 문화콘텐츠 생태계에 대한 논의는 공허함을 거듭할 수밖에 없는 외침이 될 수밖에 없을 것이다. 따라서 본 연구에서는 생태계와 사회과학의 제 분야에서 연구되어 온 생태계 모델을 통해 문화콘텐츠 생태계를 구성하고 있는 개체의 확인, 그리고 각 개체들 간의 상호 작용 및 개체 각각은 물론 전체 생태계의 발전 방향에 대해 모색해 보고자 한다.

본 연구의 분석 방법으로는 사례분석을 실시하였으며 분석 대상으로는 문화콘텐츠의 1차 생산자인 창작자들의 제작과 유통의 선별없이 직접 소비자들을 대면하는 사례들을 대상으로 2008년 7월 오픈한 애플사의 앱스토어((appstore), 2007년 오픈된 텍스트(text)공유 및 거래 사이트인 Scribd.com 등을 분석 대상으로 하고 있다.

이상과 같은 생태계적 관점의 접근을 통해 문화콘텐츠 전반에 대한 균형적 발전을 모색해 볼 수 있으며 또한 향후 우리나라의 문화콘텐츠의 발전을 위한 정책적 지원 방향의 모색이 가능할 수 있을 것이라 생각된다.

## II. 이론적 연구

### 1. 생태학과 생태계

생태학(ecology)은 1869년 에른스트 헤켈(Ernst Haeckel)이 처음 창시한 이후 환경과 생태 문제 전반에 대한 학문적 탐구와 실천운동을 통해 발전되어 온 분야로 살아 있는 것들의 환경 또는 살아 있는 것들과 그것들을 둘러싼 환경 사이의 관계 유형 또는 유기체들의 상호의존성에 관계하는 과학이라고 정의된다(박이문, 1997). 생태학은 집을 의미하는 oikos(house, place to live)가 학문을 의미하는 logos(study of)와 결합되어 만들어진 단어로 '사는 곳에 대한 학문', 집·거처·서식

지·보급자리와 같은 말들을 연상되게 하는 특성을 가지고 있으며, 이는 존재하는 모든 개별적 존재는 그가 존재하는 구체적인 세계 속에 뿌리를 두고 타자와 분리시킬 수 없는 상호 연관된 체계를 구성한다는 것[10]을 주요한 개념으로 하여 구조·환경·조직 간의 계층구조(hierarchy), 창발성(emergence) 등의 요소들을 중요한 개념으로 포함하고 있다.

순수 생태학적 관점에서 볼 때 생태계는 장기간에 걸쳐 생존을 위해 필요한 모든 구성요소와 기능이 완벽하게 갖추어져 있으며, 계층 구조에서 가장 차이가 낮은 것이기 때문에 생태학에서 이론과 실습을 체계화하는데 편리한 논리적 수준[19]이라고 한다면, 최근에 생태계를 도입한 사회과학의 제 분야들은 생태계를 통해 해당 분야의 전체를 보려고 하는 관점에서 나온 것이라고 할 수 있다. 때문에 생태학적 소양(ecoliterate)이란 생태적 공동체인 생태계의 조직원리를 이해하고, 지속가능한 인간 공동체를 창조하는 데 그 원리를 사용하는 것을 의미한다[17]. 생태론적 세계관에 의하면 지상에 존재하는 모든 생명체는 독립적으로 존재하는 별개의 객관적 실체가 아니라 전체 관계의 그물망(network)으로 연결되어 상호작용하며, 자연과 조화를 이루면서 진화하고, 우주의 궁극적 생명과 합일하는 존재라고 할 수 있다(박이문, 1997). 결국 각 개체의 중요성은 개체와 개체간의 관계적 관점에서 보았을 때 그 중요성이 더욱 높아지고 이에 따라 개체들 간의 관계를 만들어 내는 구조에 대한 관심도 높아지게 된다. 그러므로 생태계에서 중요한 것은 구성 개체와 개체들과의 관계, 관계 촉발의 구조 등이라고 할 수 있다.

Cherrett(1989)는 영국생태학회(The British Ecological Society) 회원 중 14개국 운영위원들에 의해서 선정된 148명의 생태학자들에게 생태학에서 가장 중요하다고 생각되는 개념 10개를 중요도 순으로 기술하였고, 그 중 15개국 70명의 회원의 응답을 중심으로 50개의 중요 개념을 설정, 우선순위 별로 열거하고 있다(최미현, 2000). 이러한 생태학의 요소들은 다양한 분야에서 때로는 요소로, 때로는 개념으로 중요하게 차용되어 사용되고 있다. 생태계의 주요 50개 요소를 사회적 관계의 관점에서 유형별로 정리하면 상호관계성, 자

기 조절 및 순환 생산성, 생태 구조 및 특성 표현성, 보존 및 위험 대체성 등의 4가지의 유형으로 나눌 수가 있으며 그 특성은 다음과 같다.

첫째, 생태계는 상호관계성을 기본으로 하고 있다. 생성과 소멸의 관계성, 모든 존재는 진적으로 상대적이고 상호 의존적이다. 생태계 내의 각각의 개체는 우열적 존재들이 아니라 각각의 실체가 갖는 독립적 특성으로 인하여 나타나는 차이를 가지고 있을 뿐이다(Odem, 1997; Johnson, 2002; 유명만, 2006). 또한 개체간의 관계는 먹이사슬이 존재하지만 동시에 배려하며 더불어 살아가는 공존의 미덕과 상생의 묘미가 함께 하여 궁극적으로 협력과 조화를 지향하며 공존을 위해 살아간다.

둘째, 자기 조절 및 순환, 생산적 관점의 독창성을 가지고 있다는 점이다. 자기조직화(Self-Organizing)의 원리는 시스템의 안정과 균형을 위협하거나 파괴하고자 하는 내외부의 상황에 즉각적으로 대응하여 다시 시스템을 안정과 균형 상태로 회복시키는 자율적 매커니즘이라고 할 수 있다[19].

셋째, 구성원의 다양성에 대한 부분으로 다양성은 환경 적응력은 물론 성장 가능성을 배가시키며 비슷한 특성의 개체들 간 군집의 시도와 우수 종의 발견, 그리고 생태계 선도 등도 나타나고 있지만 반면에 잡종 강세, 소수 종 같은 문제에 대해서도 항상 관심을 가질 수밖에 없다. 이는 결국 생태계를 이끌어 나가는데 중요한 것은 종의 보호라는 관점과 함께 새로운 변화에 대한 내부로부터의 끊임없는 시도라고 할 수 있다.

넷째, 생태계는 외부적 환경에 대응하는 내성도 있지만 강한 외부적 환경의 변화로부터 보호하고 내성 강화를 위한 지원에 대한 관심을 가져야 한다.

이상과 같이 자연 생태계의 주요한 특징은 향후 문화콘텐츠 생태계의 구조 도입에 방향을 제시해 주는 것으로서 특히 생태계 내 개체들의 존재들 간의 협력과 조화를 통한 공존 추구를 위한 상호관계성 확보, 안정과 균형의 추구를 위한 같은 종간의 자기 조직화, 소수 종 보호 및 잡종 강세와 같은 창의성의 발현, 외부적 환경 변화로부터의 보호와 자생력의 확보 등은 중요한 요소들이라고 할 수 있다.

## 2. 사회과학분야에서의 생태학과 생태계

사회과학분야에서 생태학적 논의가 가장 활발한 분야로 지식 생성과 활용 분야를 들 수 있다. 이 중 지식 생태학은 지식의 창조·활용·소멸 과정에 대한 생태학적 탐색을 시도하는 것으로서 어떠한 외부적 개입 수단이 전제되거나 동원되지 않고서도 생태학적 맥락, 즉 생태계 내부의 자연적 순환원리에 따라 지식이 창조·공유·활용·소멸되는 원리가 무엇이며, 그러한 원리가 어떻게 생태학적 지식(ecological knowledge)을 창조하고 있는지를 밝히는 것을 말한다. 이런 관점에서 볼 때 지식을 보유하고 있는 인간이 지식생태계의 한 구성 요소로 작용하면서 지식생태계의 다른 구성요소와 창발적인 상호작용을 거쳐 지식을 창조하고 공유하며 활용한다는 입장으로 지식 창조 및 고유 주체인 인간이 지식생태계의 다른 구성 요소와 어떤 상호작용을 통해 지식의 선순환적 흐름을 촉발시킬 수 있는 것인지에 대한 생태학적 운영 원리를 도출하고 이를 기존 조직에 적용하고자 하는 노력이라고 할 수 있다[10].

가장 기본적인 지식 생태계에 대해 김선빈 등(2007)은 지식을 중심으로 생태계의 구성요소와 특성이 기능하는 메커니즘이라고 하며, 삼성경제연구소(2005)는 인재·기술·지적재산권·법률 등 희소 가치가 있는 지식의 생성·교류·활용에 있어 정부-기업-학계·연구계 간 유기적 협력 체제를 중심으로 형성된 군집이라고 정의하고 있다. 이러한 관점은 지식 생태학이 1990년대 이후 지식의 경영학적 이용인 지식 경영에서 사용해진 '수단으로서의 지식'에 대한 반발이라고 할 수 있다. 지식 경영에서 나타나고 있는 모순적 상황에 대해 유영만(2006)은 지식소유자와 지식을 분리·독립시켜 하나의 개체나 고정자산으로 이해하는 개체론적 지식관의 문제점, 학문적 융복합화의 확산, 단편적이지 않고 지속 가능한 지식 경영 구조에 대한 지원이 가능한 상태로 정의하고 있다.

정보 생태학(information ecosystem)은 새로운 정보 환경에서 각종 콘텐츠와 주제가 생산·축적·개방·소비·재생산과 같은 순환과정의 형태를 나타내며 여기에 다양한 유형의 개체(콘텐츠, 주제어, 생산자, 소비자, 관리자, 색인자 등)들이 참여하고 협력하여 연결되

며 이러한 순환·개방·참여·협력·연결의 형태를 나타내는 정보 환경을 말한다(이수성, 2007). 또한 지식의 생성에서 활용·평가·소멸에 이르기까지 모든 프로세스와 구조가 마치 자연의 생태계처럼 하나의 유기적 관계를 이루는 세계(최희운, 2006)이며 그 구성점으로서 도서관의 역할을 주장하고 있고 정보가 순환하는 정보 세계라고도 하고 있다(김두호, 2006).

또한 이수성(2007)의 연구에서는 정보 생태계에서 중요한 요소로 개별 개체들 간의 밀접한 연결성을 통한 상관관계, 진화 발전을 통한 탐색성 강화의 중요성을 지적하고 있다. 이와 같이 정보 생태계는 정보 순환의 관점(김두호, 2006; Nsslt, 2007)과 개체들 간의 상관성의 관계(최희운, 2006; 이수성, 2007), 그리고 진화와 발전(이수성, 2007; Merville, 2006) 등이 중요한 개념과 요소로 거론되고 있다.

지식 생태학과 연계하여 정책지식생태학은 국정에 관련된 의사결정을 하는데 있어서 도움이 되는 지식이며, 정책지식생태계란 이러한 지식을 만들어 내는 주체, 지식의 이용자인 정부의 중요 의사결정자, 그리고 언론 기관이나 시민단체와 같이 의사결정에 직간접으로 영향을 미치는 기관들이 상호작용하는 관계와 시스템을 지칭한다[3]. 정책지식생태학의 관점에서 기존 생태계의 차용 의미는 다음과 같다. 첫째, 창발성의 부분으로 창발성은 하위구조(부분 개체)들에게 없는 특성이나 행동이 상위구조(전체)에서 자발적으로 나타나는 현상으로 하위 수준의 구성요소들로 인한 상위부분의 과급효과를 말한다. 이는 곧 '전체는 부분의 합보다 크다'는 개념으로서 생태계를 구성하고 있는 하나하나의 개체들의 중요성은 물론 개체들 간의 네트워크 구성을 통한 공진화의 중요성을 강조하고 있다. 둘째, 에너지의 순환 과정에 대한 관심이다. 지식의 생산과정은 생태계에서 에너지의 순환과 밀접한 관련이 있다는 것으로 1차적으로 외부 에너지를 받은 생산자를 기점으로 상위의 소비자들로의 에너지 선 순환 체계가 지식 생태계를 유지시키는 핵심적 요소라는 점이다[3].

1990년대 말부터 우리 주변에서 가장 많이 들어 왔던 단어 중에 하나는 벤처(venture)라는 단어이고 벤처기업이란 용어이다. 생태계의 개념은 벤처기업 분야에서

매우 광범위하게 사용되고 있다. 주요 논의의 내용을 보면 벤처기업계가 생태계의 개념을 도입한 이유는 벤처기업의 생성·발전·성장을 위해서는 독자적 능력보다는 환경적 요소인 더욱 많기 때문이다. 벤처기업은 태생적으로 외부 자금(venture capital, angel)의 지원과 정부의 법적·정책적 배려와 지원이라는 환경을 가지고 있다. 또한 기술적으로도 정보통신 등 타 산업과의 연관성이 매우 밀접한 상태이다. 이러한 상황 아래서 벤처 기업의 발전을 위해서는 개별 기업의 노력도 중요하지만 시장 전체의 공동의 참여와 발전의 모색이 중요한 요소로 작용하고 있다. 또한 이러한 상황은 생태계 내부 요소들 간의 밀접한 관계성을 만들어 내었고 이에 따라 높은 수준의 상호의존성을 가지고 있다.

한정화(2000)는 벤처생태계를 ‘생성-성장-성숙-퇴출’이 순환적으로 이루어지는 시스템으로서, 가장 중요한 요소(개체)로는 지식·정보·인력·자금이 원활하게 이루어지는 시스템, 인프라(infra)와 자원 환경 특히 정부의 정책적인 지원환경이 서로 상호작용을 잘 이루는 시스템 등으로 규정하고 있다. 또한 윤종언(2000)은 이상적인 벤처 생태계 환경은 개방된 환경 하에서 상호 신뢰를 바탕으로 순환적 흐름을 유지하면서 자생·공진화(coevolution)하는 것이라고 정의하고 있다.

이상과 같은 사회과학 제 분야에서 사용되고 있는 생태계의 개념, 주요 개체, 지향점을 정리하면 [표 1]과 같다. 우선 사용되고 있는 개념으로는 다양성, 상호관련성, (에너지)순환, 진화와 발전, 그리고 창발성 등이다. 해당 생태계 내부 구성 대체 및 외부 영향성을 가진 개체들로 구성되어 있으며 외부 개체로는 대표적인 곳은 정부와 언론기관이다.

표 1. 각 분야에서 사용되고 있는 생태계의 개념, 주요 개체 및 지향점

구 분	핵심 개념	주요 개체	지향점
지식교육생태학	지식 생성/학습 과정/학습 성과	지식 생산자, 지식 활용자	순환/시스템
정보 생태학	상관성/진화와 발전	콘텐츠, 주제어, 생산자, 소비자, 관리자, 색인자 등	순환/개방/참여/협력/연결
정책지식 생태학	다양성/상호작용/선별과 적응/창발성/에너지	정부의 중요 의사결정자, 그리고 언론기관이나 시민단체와 같이 의사결정에 직	상호작용관계/시스템

	순환	간접으로 영향을 미치는 기관	
벤처 생태학	적자생존 먹이사슬 순환	기업, 캐피탈, 회수시장, 정부(법, 제도, 입지조건), 인력공급	자생/공진화

이러한 사회과학 분야의 생태계의 개념을 통해 개발 될 문화콘텐츠 생태계는 다음과 같은 특징들을 함유하고 있어야 한다.

첫째, 생태계에서 가장 중요한 것은 순환 구조의 확립이다. 순환 구조는 에너지의 순환적 흐름은 말하는 것으로 이때 가장 중요한 것은 1차 생산자의 존재이다. 어떤 생태계에서도 1차 생산자는 가장 큰 수를 가지고 있고 그들의 생산 활동은 생태계 전체의 에너지 순환에 가장 중요한 동력을 제공하게 된다. 자연 생태계에 1차 생산자는 식물이고 사회과학 분야에서의 1차 생산자는 지식의 생산자, 기술의 생산자 등이 될 수 있다. 순환 구조에서 1차 생산자 하나하나의 크기는 2차 또는 3차 생산자보다 작을 수밖에 없지만 전체의 합은 1차 생산자 군이 더욱 커야만 생태계의 원활성이 보장될 수 있다. 또 하나 순환구조에서 2차 생산자와 3차 생산자로부터 1차 생산자로서의 재생산 가치 구조가 확립을 통한 생태계내의 선순환시스템의 완비가 중요한 이슈로 부각되고 있다.

둘째, 생태계 각 군 간의 상호성의 강화이다. 상호성은 대등성을 기반으로 조성될 수 있는 것으로서 1차, 2차, 3차 생산자간의 지위적 대등함을 확보해야 한다. 진화와 발전은 모든 개체군들의 조화로운 대등함이 확보된 상태에서 이루어 질 수 있는 것으로서 종속적이며 비경쟁적 환경에서는 발전의 단초를 확보하기가 쉽지 않다.

셋째, 이러한 상호성의 강화를 위해서는 각 개체 내의 내부적 능력 배양이 가장 중요한 이슈로 자리 잡는다. 개체 하나하나의 능력은 생태계 전체의 경쟁력을 나타내는 가장 중요한 지표가 될 수 있으며 이는 곧 해당 생태계의 건강성을 나타내는 지표가 된다.

넷째, 생태계 모든 구성원들의 공진성이다. 생태계의 건강성은 어느 특정 개체군만의 비정상적인 성장을 통해 나타날 수 있는 것이 아니라 구성원 하나하나의 경쟁력 확보를 통해 나타나며 이런 환경 속에서 함께 성

장하고 발전할 수 있다는 점을 확인할 수 있다.

### 3. 생태계 관점의 문화콘텐츠

문화콘텐츠에 대한 관심은 문화콘텐츠의 근간을 이루고 있는 문화산업의 경제적 비중이 날로 늘어나면서 지속적으로 관심의 대상이 되고 있다. 산업으로서의 문화(industry of culture)는 개념적 차원과 용어적 차원에서 사용된 지 10여년에 불과한 용어이지만 이제 그 규모나 관심은 실로 대단하다고 할 정도로 광범위하게 사용되고 있다.

먼저 우리나라의 문화콘텐츠, 그리고 그 기반이 되고 있는 문화산업은 1999년 정부에 의해 문화산업진흥기본법이 발효되면서 본격적으로 통용되기 시작했다. 동법에서는 '문화산업이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말한다'고 규정하고 있다. 우리에게 가장 먼저 문화산업이란 용어가 공식적으로 사용된 것은 1994년 당시 문화체육부 산하에 문화산업국이 신설되면서 부터이며, 문화콘텐츠라는 용어는 문화관광부 산하로 2001년 8월 한국문화콘텐츠진흥원(Korea Culture & Contents Agency)이 출범한 후 활발한 활동을 전개하면서 부터라고 할 수 있다.

본격적으로 문화콘텐츠의 발전과 이에 대한 관심은 2천년대 초반 급격히 불어 온 한류의 열풍에 힘입어 문화, 그리고 문화콘텐츠가 단순히 문화적 현상, 또는 작품으로서의 역할을 넘어 경제적, 나아가 산업적으로서의 의미를 확인함으로써 기대와 열망은 더욱 커지게 되었다. 이와 같은 이 분야의 성장에는 1990년 후반 이후 생겨난 IT산업의 발전에 따른 콘텐츠(contents)의 중요성 확대(오익재, 2004), 예상치 못했던 한류의 확대(조한혜정 등, 2003), 대중문화의 규모 및 중요성의 확대(김유리, 2006), 그리고 최근에 들어 방송통신시장의 융합(convergence)으로 인한 콘텐츠의 중요성 확대, 유비쿼터스(ubiquitous)시대로 향하면서 생기는 다양한 디지털 콘텐츠들의 필요성 증대(노준석, 2007) 등의 현상 등이 복합적으로 작용하면서 그 중요성은 더욱 증대되고 있다고 할 수 있다.

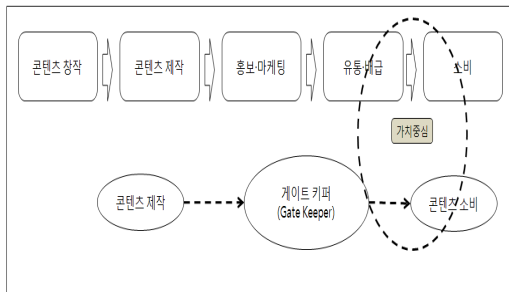
기본적으로 문화콘텐츠 산업의 특성을 분석하는 중

요한 기준 중 하나는 부가가치를 창출하는 매커니즘의 관점에서 파악하는 것이다. 이러한 가치사슬로 분석하는 관점은 일반적인 산업분석과는 달리 제조에서 생산, 소비 등의 전 단계의 활동에 맞춰진 것으로 특히 서비스산업의 특성에 적합한 분석방법으로 알려지고 있다(Pietrobelli & Rabelloti, 2004). 문화콘텐츠는 서비스산업의 대표적인 산업이고 또한 부가가치가 생산단계가 아닌 홍보·마케팅, 유통·배급과 같이 보이지 않는 부분에서 발생할 때 가치사슬적 분석이 많이 사용된다(박경숙·이철우, 2007)

가치사슬의 개념을 기초로 한 대표적인 접근방법에는 Porter(1990)의 가치사슬적 접근과 제조업과의 관계를 강조하기 위한 Pratt(1997)의 접근론이 있다(구문모, 2005). 그 중 Porter의 접근론은 주로 지역 클러스터의 개념을 설명할 때 많이 사용되는데, 주요 분석 틀로서 요소조건, 수요조건, 연관 및 지원사업 그리고 기업전략, 구조, 경쟁 등 4가지 측면에서 기업들간의 관계를 논하고 있다. 또한 Pratt의 분석방법은 지적재산권의 창작, 상품화, 유통, 소비자 접촉 등 4가지를 가치사슬 구조에 중심 개념으로 사용하고 있다. Porter의 가치사슬의 구성은 첫 단계로 창의적 산출물로서 지적재산권을 만드는 과정, 두 번째 단계로 최종재로서 지적재산권과 그와 연관된 저작권집권 또는 각종 지적재산권이 활용된 상품화 권리가 생성되는 단계, 세 번째는 유통부문에 의해 생산된 여러 재산권이 물리적 매체나 각종 전달수단을 통해 소비자에게 전달되는 과정으로 특히 배급권이 거래되는 과정이며, 마지막 단계는 소비자 접촉(consumer interface)으로 최종 소비자들이 최종 산출물을 구입하여 체험하는 과정이다. 그 중 가장 중요한 것은 마지막 단계로 최종 산출물 공급자들은 소비자에게 최적의 서비스를 제공함으로써 부가가치가 창출된다고 하고 있다. Porter의 가치사슬 또한 창작, 생산투입(production of the means of production or manufacturing input), 제작 및 대량 유통, 교환 장소 등의 네 단계로 구분하고 있다. 대부분의 요소들에 대한 설명, 특히 부가가치 창출의 부분은 Porter의 설명과 유사하나 창작자의 활동과 함께 장비 등과 같은 제조업 상품의 투입이 반드시 수반되어야 한다고 말하고 있다

(구문모, 2005). 이상과 같이 문화콘텐츠산업 구조에 대한 가치사슬적 관점은 가장 대표적인 산업의 구조를 보는 관점으로 이러한 방법론에 의거 많은 연구와 활용들이 진행되어 오고 있다(Power, 2002; CCPR, 2003; COMEDIA, 2003; 구문모, 2005).

문화콘텐츠의 가치사슬적 관점의 핵심은 창작, 제작, 유통, 소비의 단계로 가치사슬을 구분하고 있으며 그 주요 내용으로는 가치사슬의 구분과 각 기능에 주목하고 있다(산업연구원, 2001 ; Koviunen & Kotro, 1998 ; Pratt, 1997; Hanzawa, 2005). 박경숙과 이철우(2007)의 연구에서는 이러한 가치사슬의 구분을 기초로 대구지역의 문화콘텐츠 관련 기업들을 대상으로 각 기능별 해당 기업을 유형별로 구분하고 있다. 가치사슬 구성에 대한 연구로서 가장 기본적인 가치사슬의 구분의 콘텐츠 창작, 콘텐츠 제작, 홍보·마케팅, 유통·배급 등을 가치사슬의 주요 활동(node)과 연계(link)된 부분(part)으로 구성된 전체(totality)로 보는 것이다(Hartwick, 1998; 박경숙·이철우, 2007). 이의 관점의 가치 사슬을 도식화하면 [그림 1]과 같다.



\* 자료원 : 선행 연구자들의 연구결과를 종합하여 연구자 구성

그림 1. 문화콘텐츠 가치사슬 체계

하지만 가치사슬적 관점에서 문화콘텐츠 산업 구조에 대한 분석의 틀에는 창작, 제작, 유통, 소비로 이어지는 과정 속에 게이트키퍼(gate keeper)가 존재하고 있다는 점을 간과해서는 안된다(옥성수, 2009). 단순한 관점에서 보면 게이트키퍼는 문화콘텐츠가 소비자에게 전달되는 통로의 역할로 인식될 수 있으나 문제는 단순한 연결 통로를 넘어 그들이 선택한 창작물 또는 제작물이 많이 소비자에게 보여 질 수 있다는 선별자

(selector)의 역할을 수행하고 있기 때문이다. 즉, 창작 또는 제작된 문화콘텐츠들은 게이트키퍼의 선택을 받아야만 소비자에게 전달될 기회를 확보할 수 있다. 이렇게 문화콘텐츠에서 게이트키퍼의 역할이 중요하고 이는 문화콘텐츠 가치사슬 전체에서 가장 높은 부가가치를 발생하는 부분, 가치중심이 창작 또는 제작보다 소비를 중심으로 유통과 배급에 있다는 점을 확인할 수 있다. 특히 가장 강력한 게이트키퍼의 역할을 담당하는 것은 비록 가치사슬 관점에서 문화콘텐츠 산업 구조는 창작, 생산, 유통, 소비의 단계로 흐름(flow)이 형성되어 있지만 사실 자본력을 확보한 유통이 제작을 통해 창작을 컨트롤(control)하고 그들의 컨트롤 하에 창작 그리고 제작된 문화콘텐츠만이 소비될 가능성을 확보하게 되는 것이 현실이다. 결국 현재의 문화콘텐츠 산업의 가치사슬적 구조는 창작에서 소비로 이어지는 정상적 흐름이 아닌 왜곡되고 간섭되어 순방향적 진행보다는 역방향의 진행이 더 자연스러운 환경을 만들어 내고 있다고 할 수 있다. 이런 게이트키퍼에 의한 창작물의 선별, 자본력을 바탕으로 한 유통 중심의 문화콘텐츠 산업의 가치사슬 관점에서의 파악은 문화콘텐츠의 창작 시장의 왜곡은 물론 문화콘텐츠 생산 구조의 약화, 나아가 문화콘텐츠 생태계 전체의 공진화(coevolution)를 저해하는 요소로 작용하고 있다.

이런 상황에서 문화콘텐츠 산업의 공동의 발전을 위해 가져야 할 것은 바로 생태계적 관점에서의 문화콘텐츠 산업 구조의 파악이다. 생태계적 관점이란 생산과 소비 그리고 분해가 선순환을 이루는 구조이며 에너지의 흐름이 생태계 내의 생산자로부터 소비자에 이르기까지 원활한 흐름을 확보하고 있는 구조를 말한다. 이를 위해서는 생산 단계상 초기 생산자의 에너지 양은 비록 하나하나 생산자의 경우 적을 수 있지만 그 총량은 차순위 생산자의 총량보다 월등히 많아야 하며 상위 생산자의 생산 활동의 독자성 확보가 중요하다. 이는 곧 문화콘텐츠의 1차 창작자들의 중요성에 대한 인식, 창작 활동의 독자성의 인정 및 보호를 의미하며 그들의 활동이 제작자나 자본을 가진 유통사의 선별(selecting)에 의해서 선택되는 것이 아니라 생태계의 구조 속에서 받아 질 수 있는 선순환 구조가 만들어 져야 할 것이다.

### III. 사례 분석

미국 IT전문사이트 PC월드가 2009년 IT업계 최고의 제품으로 선정된 것은 애플(APPLE)사가 3세대 아이폰(iPhone)과 아이튠즈(iTunes)를 위해 만든 앱스토어(appstore)이다. 앱스토어는 응용프로그램 창고(application store)의 약자로 아이폰과 아이튠즈에서 사용할 수 있는 콘텐츠 거래 사이버 장터로 누구나 자신이 만든 콘텐츠를 그 곳에 올릴 수 있고, 사용자는 무료 또는 저가로 콘텐츠를 이용할 수 있는 곳이다. 2008년 7월 오픈된 앱스토어는 '자생 콘텐츠'의 시대를 본격적으로 연 사건이라고 할 수 있다. 애플사는 이곳에서 누구나 콘텐츠를 생산하게 하기 위하여 아이폰과 아이튠즈의 콘텐츠 개발에 필요한 프로그램을 공개하고, 개발자는 누구나 자신이 만든 콘텐츠를 올리는 것은 물론 직접 가격을 책정하고 판매액에 70%를 개발자에게 보상해 주는 시스템을 만들었다.(박진현, 2009) 그 결과 1년 만에 수록 콘텐츠 5만개 이상, 10억회 이상의 다운로드를 기록하게 되었으며, 오픈 16개월 만인 2009년 10월 현재, 8만 5천개 이상의 콘텐츠와 20억 회 이상의 다운로드를 기록하고 있다(조선일보, 2009. 9. 25). 이러한 애플사의 성공에 따라 현재 구글(google)의 안드로이드(android), 마이크로소프트의 윈도우마켓 플레이스(window market place), 노키아(nokia)의 오비스토어(Ovi store) 등이 운영 중이며 우리나라에서도 LGT에서 2009년 7월, SKT에서 9월 어플리케이션 스토어를 오픈을 했으며 KT는 11월에, 삼성전자는 영국, 프랑스, 이태리에서의 오픈에 이어 국내에서도 조만간 오픈할 예정이다(조선일보, 2009. 9. 25).

앱스토어는 가장 큰 의미는 웹 2.0 환경에서 확인된 소비자의 참여가 단순히 놀이적 참여에 그치는 것이 아닌 생산적 참여에 까지 이를 수 있다는 점을 확인할 수 있었다는 것이다. 모바일 게임을 비롯한 콘텐츠는 더 이상 전문회사만의 생산 영역이 아니라 생산자로 전환된 프로소비자(prosumer)의 영역이 되고 있다. 이러한 1차 생산자는 연령과 국가에 상관없이 나타나고 있다. 싱가포르의 9살 링 덩 웬이 3살과 5살 여동생을 위해 만든 두들키즈(doole kids)는 2주간 4천건의 다운로드

를 기록할 정도로 인기를 끌고 있으며(전자신문, 2009. 2. 9) 변해준이 만든 헤비 메크(Heavy Mach)는 게임부문 3위, 전체 5위를 기록 할 정도로 인기를 끌고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2009).

지금은 세계적인 작가 반열에 오른 해리포터 시리즈의 원작자 조앤 롤링(J.K. Rowling)도 처음에는 무명의 1인 문화콘텐츠 생산자로부터 시작 했다고 할 때 1차 생산자의 힘의 끝은 파악하기 힘들 정도이다. 문제는 이러한 1차 생산자들이 생산적 활동에 참여하는 길이 막혀 있다는 점과 생산이 아닌 유통 중심의 기존 가치 사슬에 있다. 그동안 상대적으로 열려 있던 소설, 만화 등의 분야도 사실 일반 소비자가 생산자로 전환되는데에는 커다란 장벽이 있었던 것이 사실이다. 이런 상황에서 미국에서 큰 인기를 끌고 있는 텍스트(text)공유 및 거래 사이트인 Scribd.com의 성공은 큰 의미가 있다. 2007년 창립되어 텍스트계에 You Tube로 불리우는 당 사이트는 누구나 손쉽게 자신의 텍스트를 올리고, 공유 및 판매를 할 수 있는 공간으로 2년 만에 1일 평균 업로드 5만건, 검색 100만건, 월 평균 이용자 4천만 명의 실적을 올리고 있다(조선일보, 2009. 8.27). 이곳 또한 앱스토어와 마찬가지로 잠재되어 있던 수많은 1차 생산자들의 발굴을 통한 결과라고 할 수 있다.

결국 크리에이티브한 1차 생산자의 발굴과 육성을 위해서 손쉬운 기술적 접근, 편리한 생산 구조, 철저한 보상체계 마련, 생산자 중심 사고, 원활한 소비자 만남 보장, 기존의 명성 보다 콘텐츠 중심 전개 등이 문화콘텐츠 1차 생산자의 양과 질을 높이는 가장 중요한 요건이라고 할 수 있다.

이상의 사례를 통해 확인할 수 있는 것은 그 동안 문화콘텐츠의 탄생을 위해서는 전문분야의 제작사, 그리고 그 제작에 자본을 대고 유통을 담당하는 상위 구조가 문화콘텐츠 시장에 가장 중요한 역할을 하고 있다는 기존의 관념에 대한 변화를 요구하고 있다는 점이다. 즉 문화콘텐츠의 1차 창작자들 스스로 단순 창작을 넘어 완성을 의미하는 제작을 할 수 있는 능력을 확보하고 있다는 점을 확인시켜주는 사례가 되고 있다는 점이다. 또한 그동안 제작 또는 유통을 통해 문화콘텐츠를 선별했던 기능이 과연 바람직한 것인가 하는 점을 생각



해 봐야 한다. 이는 그동안 선별의 과정 속에서 무수히 사장되었던 문화콘텐츠 창작물들에 대한 아쉬움만의 문제가 아니라 총 문화콘텐츠 창작물 수의 인위적 제한에서 오는 산업 구조의 비효율성을 생각해 볼 수 있을 것이다. 나아가 문화콘텐츠 소비자의 능동적 수용자로의 전환, 즉 단순 수용을 넘어 프로슈머, 그리고 새로운 문화콘텐츠 창작자로의 발전적 전환이라는 문화콘텐츠 창작 구조의 선순환의 완성을 위해 반드시 고려되어야 할 부분이다.

#### IV. 문화콘텐츠 가치구조와 생태계 구성

최근에 와서 문화콘텐츠에 대한 관심의 확장과 비중의 증대 원인이 경제적 효과를 중심으로 한 것은 분명하지만 더 중요한 것은 문화콘텐츠가 가지고 있는 특수성에 대한 사회적 인정이다. 문화콘텐츠의 가장 큰 특성 중 하나는 '문화'적 요소의 내포성이다. Williams는 문화를 특정 문화집단이 공유하는 삶의 방식인 동시에 실천의 표상이라고 하고 있다(원용진, 2007). 이는 문화콘텐츠가 기존의 대중문화의 영역에서 거론되고 논의 되어 오고 있던 현상의 연장선상에서 파악할 필요가 있다는 점이다. 최근 문화콘텐츠의 영역이 확대되면서 콘텐츠의 영역과 문화콘텐츠의 경제적 우월성을 중심으로 한 상품성, 그리고 그 상품성을 뒷받침하는 기술적 우위에 대한 논의로의 집중 현상은 문화콘텐츠의 창조성 그리고 그 텍스트(text)의 중요성에 대하여 간과하는 경향들을 보이고 있다. 특히 문화콘텐츠에서의 텍스트는 의미를 담고 있는 문화적 형식 자체이며 궁극적으로 문화 산물이라고 할 수 있다(김창남, 2003). 다시 말해 문화콘텐츠는 단순한 내용물(contents)만이 아닌 그 스스로 주장하고 전달하고자 하는 특정한 의미를 가지고 있다는 점이 중요하고 이런 텍스트의 질적 수준에 따라 문화콘텐츠의 질적 완성도가 결정된다고 할 수 있을 정도로 매우 중요한 의미를 가지고 있는 부분이다.

이러한 경향은 Web 2.0 시대에 대한 해석에도 중요한 차이를 가지고 있다. 생산적 소비자(prosumer)를 이야기하는 Web 2.0의 시대적 해석의 중심은 수동적 수

용자에서 능동적 수용자로의 패러다임의 변환을 중심으로 파악되어야 할 문제이다. 이는 곧 웹의 활용의 발전상과 함께 하는 것으로서 웹의 주 사용방법이 메일(mail)과 정보 탐색이라는 수동적 사용자의 위치를 넘어, 웹 카페·미니 홈페이지·블로그(blog)·UCC 그리고 캐스터(caster)의 시대를 맞이하게 만든 능동적 수용자의 위상을 통해서도 잘 알 수 있다.

결국 이런 수용자의 능동성 강화는 문화콘텐츠 생태계에 있어 가장 중요한 요소로 생태계에 중심에 위치하여야 할 요소이다. 이는 기존 생태계의 접근이 대규모 생산자 위주 또는 유통 중심, 기술 중심의 사고에서 벗어나 진정한 콘텐츠 중심, 콘텐츠 생산 중심 그리고 생산적 소비 중심의 사고로의 전환을 의미한다. 즉 수많은 창의적 생산자, 수많은 생산적 수용자가 콘텐츠 생산 환경에 참여하고 그들 스스로가 소비자가 되면서 생산과 소비가 하나로 연결되는 공간 속에서의 생태계 형성이 문화콘텐츠 생태계의 구조에서 가장 중요한 요소가 될 수 있다. 이는 기존에 거대 유통 기업 중심의 생산·유통 지배 구조에서 생산과 소비 중심으로의 전환을 의미하는 것으로, 경쟁력의 원천을 규모에 두는 것이 아니라 창의적 생산에 두는 구조를 말하는 것이다. 이를 위해 생태계에서는 '다양성'과 '상호관계성'에 중점을 둔 구조를 중심으로 전개되어야 하며 그 중심에는 창의적 생산과 문화적 소비라는 두 개의 구조를 중심으로 전개되어야 한다. 이는 현재의 '유통 중심의 구조'가 '생산과 소비 중심'으로의 전환을 의미하며 나아가 콘텐츠 중심, 콘텐츠의 텍스트 중심의 사고로의 전환을 의미한다.

생태계에 대한 중요한 관점 중 하나는 복잡계(complex theory)적 관점에서의 인식이다. Capra(1996)는 심층 생태학적 자각의 중요성을 말하며 이를 모든 현상들의 근본적인 상호의존성을 인식하며, 모든 것은 순환적 과정들 속에 깊숙이 묻혀 있으며 모든 것들이 상호연결되어 있고 상호의존적인 현상들의 연결망(network)으로 되어 있다고 보고 있다. 구조를 보는 관점은 계층(hierarchy)의 관점이 아닌 연결망의 관점으로 보아야 한다고 말하고 있다.

복잡계 관점에서의 생태계는 우선 패턴(pattern)의

중요성을 강조하고 있으며, 그리고 이는 곧 자기조직화(self organizing)를 의미한다. 자기조직화는 생태계가 외부로부터 에너지를 받지만 불안정성과 새로운 조직형태로의 도약, 즉 양의 피드백 루프에 의해 증폭된 요동(fluctuation)에 의해 만들어 진 흩어지는 구조(dissipative structure)를 말하고 있으며, 결국 이를 통해 생태계는 자기조직하고, 자기 복제하며, 진화한다고 할 수 있다(Prigogine, 1967). 이러한 자기조직화는 곧 생태계의 가장 주요 특성인 순환조직(circular organization)의 형태를 가져다 주며, 생태계의 순환조직의 특성은 결국 생태계는 순환조직이며 모든 요소들은 그 조직에 의해 만들어지고 유지되어야 하는 것을 의미하고 이는 곧 살아 있는 조직의 특성이라고 할 수 있다(Maturana, 1968). 살아 있는 조직은 구성요소들 사이의 실질적인 관계들에 의해 구성되며 때문에 조직의 구조를 나타내는 패턴은 그 조직의 물리적 구현에 의해 나타난다고 할 수 있다. 살아 있는 조직은 다음과 같은 세 가지로 평가될 수 있는데 첫째, 조직의 패턴으로 시스템의 본질적인 특성을 결정하는 관계들의 구성을 의미하며 둘째, 구조로 시스템의 조직 패턴의 물리적인 구현을 통해 셋째, 생명 과정으로 시스템의 조직 패턴의 지속적인 구현 속에 포함된 활동으로 인식될 수 있다. 이는 곧 살아 있는 생태계의 경우 구성 요소들 간의 관계, 그들 간의 상호관계의 구조, 그리고 구조 속에서의 과정이 가장 중요한 여건임을 확인할 수 있다.

결국 문화콘텐츠 생태계 또한 생태계를 구성하는 구성 요소들 간의 관계의 중요성과 그들 간의 물리적 작용 관계, 그리고 요소간 작용의 지속성을 통해 높은 효과를 확보할 수 있을 것이다.

이상의 관점에서 우선 문화콘텐츠 생태계의 구성요소를 보면 [표 2]와 같이 그 구성 요소를 규정할 수 있을 것이다. 먼저 생태계 내부 구조로 생산가치구조와 소비가치구조, 재생산가치구조를 가지고 있으며 외부요소로는 정부의 정책을 들 수 있다.

표 2. 문화콘텐츠 생태계 구성 개체 및 개념

구조	개체	개념	핵심요소	지원요소
생산가치구조	1차 생산자	개인의 창의성을 바탕으로 한 개별 문화콘텐츠 창작자 주로 개인 또는 소수의 집단 단위의 활동을 통해 문화콘텐츠 생산	-다양성 -독창성 -집중 강제 -소수중에 대한 배려	-창의성을 발휘 위한 환경 조성
	2차 생산자	1차 생산자의 생산물을 바탕으로 문화콘텐츠 내에서 한 장르의 완성을 주업으로 하는 생산자 집단 또는 1차 생산자와 2차 생산자들에 대한 기획과 마케팅 등의 활동가	-자기 조절 -독창성	-자금 지원
	3차 생산자	1차 및 2차 생산자들의 생산물을 바탕으로 다양한 장르의 문화콘텐츠를 생산(OSMU)하고 유통시키는 대규모 문화콘텐츠 제작 기업	-외부적 환경 대응	-자유 경쟁 체제 구축 -해외 경쟁력 확보
소비가치구조	소비자	문화콘텐츠 향유자 - 소비를 통한 문화적 표현 - 삶의 질 향상	-문화적 리더쉬	-삶의 질
재생산가치구조	생산적·노동적 소비자	문화 소비자에서 1차 생산자로의 참여 및 발전적 전환	-생산 구조의 개방화	
외부요인	정부	정책적 지원 및 배려	-에너지 유입의 양과 질	

문화콘텐츠 생태계는 우선 생산과 소비, 재생산 가치구조로 크게 나누어진다. 그 중 생산은 개인의 창의성을 중심으로 한 1차 생산자 군과 그 1차 생산자의 생산물의 가공과 장르별 상품을 완성하는 2차 생산자 군, 2차 생산품의 사업적 성숙을 중점으로 한 3차 생산자 군으로 나눌 수 있다. 1차 생산자는 주로 개인 및 소규모 생산 집단으로 그들에게 가장 중요한 생태적 환경은 창의성에 기반을 둔 다양성이다. 이 중에서 가장 중요한 것은 독창성이며 생태계적 관점에서의 집중 강제 경향에 대한 배려와 지원이 필요하다. 그러므로 소수 중에 대한 배려는 가장 중요한 덕목 중에 하나가 된다. 1차 생산자에 대한 정책적 지원의 가장 큰 요소는 개인이 창의성을 발휘 할 수 있는 기반 및 환경의 조성이다.

2차 생산자는 창의성 있는 개인의 생산품을 중심으로 상품화하는 생산 그룹이다. 특히 이들은 영화, 드라마, 공연과 같이 특정 장르 중심의 문화콘텐츠 생산품을 생산하게 된다. 이들의 역할은 1차 생산자들이 생산한 문화콘텐츠 중에서 사업적 관점의 검증을 거친 작품을 특

정 장르의 상품으로 전환하는 역할을 담당한다. 2차 생산자의 생태계적 주요 특성은 문화콘텐츠의 질적 판단력과 상품화를 위한 자기 조절 능력 및 독창성의 확보이다. 이와 함께 2차 생산자 그룹에서 중요한 역할을 하는 개체군 중 하나는 문화콘텐츠 기획 마케팅 그룹이다. 이들은 1차 생산자의 생산물을 2차 생산자가 하나의 장르로 완성시킬 수 있는 주요한 동력을 만들어 준다. 2차 생산자들에 대한 정책적 지원의 대표적인 것은 자금지원이다.

3차 생산자는 포괄적 관점에서의 문화콘텐츠 사업자들이다. 이들은 특정 장르의 상품 개발보다는 전반적 분야의 문화콘텐츠 개발이 주된 사업의 영역이 된다. 즉 OSMU는 이들 3차 생산자들의 가장 중심된 사업이다. 3차 사업자의 가장 중요한 생태계적 특성은 외부 환경에 대한 적응력 강화이다. 이때 외부 환경은 우리 문화콘텐츠 외부 주로 세계 시장을 의미하는 것으로서 세계적 경쟁력 확보의 중요성이 강조된다. 3차 생산자에 대한 정책적 대표적인 정책적 지원은 자유 경쟁 체제 구축과 해외 경쟁력 확보를 위한 지원이다.

생산가치구조에서 가장 중요한 것은 에너지의 양과 흐름이다. 건강한 생태계의 형성을 위해서는 에너지의 총량에 있어 1차 > 2차 > 3차의 구조를 가져야 하며 이런 에너지의 양적 존재 속에서 1차 → 2차 → 3차의 에너지 흐름의 순환 구조를 가져야 한다.

둘째, 소비가치구조에서는 현재 2차 생산자와 3차 생산자에 집중되어 있는 소비 구조를 1차, 2차, 3차에 걸쳐 고르게 소비될 수 있는 구조로의 전환이 필요하다. 이를 위해서는 문화콘텐츠의 소비의 특성에 대한 정확히 이해가 필요한데 이는 소비가 단순히 상품의 소멸로 끝나는 것이 아니라 소비는 곧 개인의 문화적 표현이라는 점의 인식을 바탕으로 삶의 양식의 표현인 동시에 문화적 삶의 영유, 삶의 질 향상이라는 측면의 강화를 필요로 한다.

셋째, 이러한 가치 지향적 소비를 통해 소비자가 단순한 수동자 수용자에서 벗어나 문화콘텐츠의 1차 생산자로서의 재생산 가치구조가 이루어 질 수 있는 선순환의 구조성 확보도 매우 중요한 의미를 갖는다. 이는 곧 소비자가 문화콘텐츠 생산에 직접 참여하는 선순환의

가치를 도출할 수 있을 것이다.

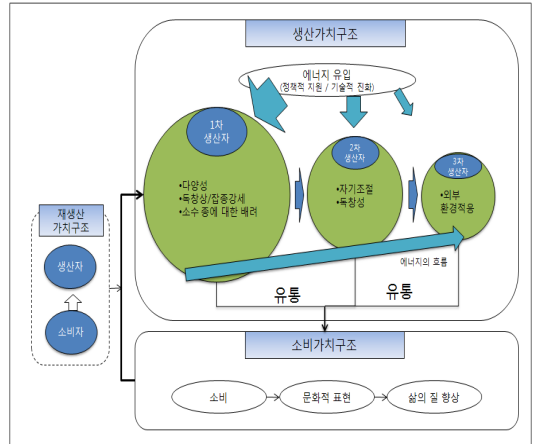


그림 2. 문화콘텐츠 생태계 구성 모델

## V. 결 론

올바른 문화콘텐츠 생태계가 발현되고 육성되려면 무엇보다도 그 스스로 외부 환경에 대응하여 자기조직화를 이룰 수 있는 패턴과 구조, 그리고 과정을 확보하여야 한다. 패턴은 문화콘텐츠 생태계를 구성하는 각 요소들 간의 관계 설정이며, 구조는 그들 간의 상호 관계, 그리고 과정은 관계간의 안정성과 효율성, 그리고 지속성을 말한다. 특히 이러한 요소들은 문화콘텐츠 생태계의 긍정적 발전, 즉 진화적 상황의 도출이란 결과를 획득할 수 있는 구조의 구축이 무엇보다 중요하다.

이런 관점에서 볼 때 문화콘텐츠 생태계는 기존의 유통 중심의 관점, 기술 중심의 관점, 경제성 중심 관점에서 벗어나 생산과 소비 중심의 순환의 관점으로서의 재편을 필요로 하고 있다. 특히 중요한 것은 1차 생산자 개체 집단군에 대한 관심과 배려의 강화이다. 그들이 보다 편리하게 생산 체계에 참여하고, 그들에 대한 보상을 확대해 나가는 것은 문화콘텐츠 생태계에 가장 근간을 이루는 사항이 되고 있다.

무엇보다 우선되어야 할 것은 순환과 공진화의 관점에서 문화콘텐츠 전체를 바라보는 사고의 전환이다. 현재의 구조에서 문화콘텐츠는 일부 전문가들에 의해서,

그들의 사업적 필요에 의해 의도적으로 만들어 지는 영역의 것이라고 할 수 있다. 이는 곧 의도성을 중심으로, 소비의 촉진을 목적으로 유통과 생산을 일원적으로 바라보는 선형적(liner) 사고방식에 국한된 사고라고 할 수 있다. 반면 생태계적 관점에서 문화콘텐츠는 사회 전체의 문화적 성숙에 따라 자발적으로 탄생하는 하나의 거대한 흐름이라고 할 수 있다.

문화가 삶의 질에 특정한 기여를 한다면 그것은 단순히 '관람'하는 상태는 물론 '참여'하는 단계를 넘어 '생산'하는 상태로까지 확장될 때 진정한 삶의 질이 높아진다고 할 수 있다. 결국 이를 위해서 우리에게 필요한 것은 협력(collaboration)이다. 문화콘텐츠의 1차 생산자들은 수많은 1차 생산자들과의 상호 협력, 자신의 생산물을 거대 문화콘텐츠로 전환 시켜 줄 2차 생산자, OSMU를 통해 사업적 확장을 이루어 줄 3차 생산자들이 존재하지 않는다면 사업적 영세성을 벗어날 수가 없다. 그렇기 때문에 생태계 내 각각의 개체는 각 개체에 부여된 각자의 역할을 충실히 한 상태에서 서로간의 협력을 통한 공진화를 시도할 때 가장 효과적인 생태계 환경을 조성할 수 있을 것이다.

본 연구는 생태계 관점에서 문화콘텐츠 산업의 구조와 구성 요소들의 역할을 파악한 본격적 연구라는 의미를 가지고 있으나 또한 한계를 가지고 있는 것도 사실이다. 본래 생태계적 논의에서는 생태계 내부에서 존재하는 다양한 변수들과의 관계, 그리고 생태계 외부의 요소들과의 관계 등에 대해 치밀한 분석을 전제로 하여야 한다. 하지만 본 연구의 핵심적 목적은 문화콘텐츠 1차 창작자들의 중요성의 강조, 그리고 2차, 3차 생산자들의 선별성의 문제, 그리고 능동적 수용자로서의 소비의 역할을 규명하고자 하는 것이었기 때문에 이 부분을 제외한 부분에 대한 논의가 충분히 이루어지지 못했다. 때문에 후속연구에는 문화콘텐츠산업에 대한 보다 정밀하고 복합적인 관점에서의 연구가 이루어지기를 기대되며 특히 문화콘텐츠 생태계들의 구성 요소들간의 관계, 그 관계 속에서의 상호 관계, 발전적 진화를 위한 그들 간의 매커니즘에 대한 연구가 필요하고 하겠다.

## 참고 문헌

- [1] 고정민, 콘텐츠산업진흥을 위한 정책과제, 삼성경제연구소, 2008.
- [2] 구문모, “창조산업의 경제적 기여와 서울시의 정책적 함의”, 서울도시연구, 제6권, 제4호, 2005.
- [3] 김선빈, 대한민국 정책지식 생태계, 삼성경제연구소, 2007.
- [4] 김창남, 대중문화의 이해, 한울아카데미, 2003.
- [5] 박경숙, 이철우, “대구 문화콘텐츠산업의 가치사슬 체계와 경영 특성”, 한국지역지리학회지, 제13권, 제2호, pp171-186, 2007.
- [6] 박정수, 문화콘텐츠산업의 2020 비전과 전략, 산업연구원, 2007.
- [7] 방송위원회, 디지털 커뮤니케이션 융합과 포털의 차세대 미디어전략 분석, 방송영상산업진흥원, 2007.
- [8] 옥성수, ‘문화콘텐츠기업 창업활성화 방안연구’, 서울; 한국문화관광연구원, 2009.
- [9] 원용진, 대중문화의 패러다임, 한나래, 2007.
- [10] 유명만, 지식생태학, 삼성경제연구소, 2006.
- [11] 이수상, “정보생태계의 관점에서 본 도서관 2.0 서비스의 연구”, 한국문헌정보학회지, 제42권, 제2호 pp.29-49, 2008.
- [12] 이재영, 디지털 컨버전스 하에서의 콘텐츠산업 발전과 공정경쟁이슈; 시장붕쇄 이론 및 사례, 정보통신정책연구원, 2005.
- [13] 이호영, 박현주, 음수연, 디지털시대의 문화수용 방식에 관한 연구, 정보통신정책연구원, 2005.
- [14] 이호영, 정은희, 이장혁, 웹2.0시대 디지털 콘텐츠의 사회적 확산 경로 연구, 정보통신정책연구원, 2007.
- [15] 정재환, 전문가 커뮤니티 내에서의 지식기여 및 활용에 영향을 미치는 요인: 지식생태계 관점으로, 한국과학기술원, 2006.
- [16] 최희운, “지식생태학 관점에서 본 도서관의 지식관리 모형 연구”, 한국문헌정보학회지 제40권, 제1호, pp.397-416, 2006.

[17] Fritjof Capra, *The Web of Life*, Brockman, Inc., New York, (1996) ; 김용정, 김동광 역, *생명의 그물*, 범양사, 1998.

[18] Moore, F. James; 강병구 역, *경쟁의 종말 : 기업생태계 시대의 리더십과 전략*, 자작나무, 1998.

[19] M. Odem, *Ecology : A Brige between Science and Society*, Sinauer Association, Inc., (1997) ; 이도원 외 역 *생태학*, 사이언스북스, 2001.

[20] M. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York, 1990.

[21] 문화체육관광부, *문화산업백서 2002~2008*.

[22] 문화체육관광부, *문화정책백서 2002~2008*.

츠개발)

- 1986년 4월 ~ 현재 : 서울산업대학교매체공학과 교수
- <관심분야> : CAI개발, 교육 공학, 교육 콘텐츠

### 저 자 소 개

류 준 호(Jun-Ho Yoo)

정회원



- 1990년 : 경희대학교 정치외교학과 졸(정치학사)
- 2005년 : 호서대학교 벤처전문대학원 문화산업경영(경영학석사)
- 2008년 ~ 현재 : 서울산업대학교 IT정책대학원 방송통신정책전공 박사과정

책전공 박사과정

- 2002년 9월 ~ 현재 : 서울산업대학교 시각디자인과 겸임교수(디자인 매니지먼트)

<관심분야> : 문화콘텐츠 마케팅, 문화콘텐츠 기획, 문화콘텐츠 정책

윤 승 금(Seung-Keum Yoon)

정회원



- 1974년 : University of Florida (사회학석사)
- 1977년 : University of Florida (교육매체 및 공학 박사과정 수료)
- 1981년 3월 : University of Florida (박사논문 연구)

Florida (박사논문 연구)

- 1982년 ~ 1986년 4월 : 한국인력개발공단(교육콘텐츠