

가정생활과 문화콘텐츠

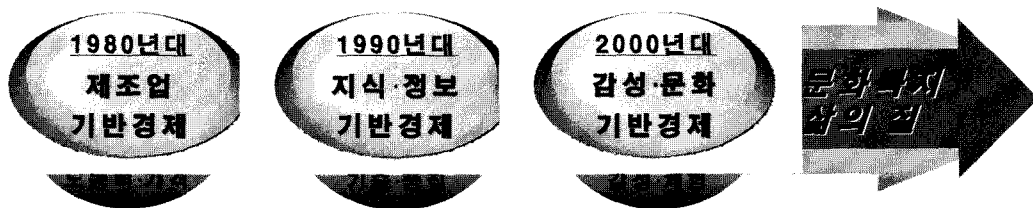
김 명 곤(전 문화관광부 장관)

I. 콘텐츠산업의 전략적 육성 필요성

1. 창의적 콘텐츠 기반경제로 진화

○ 경제적 가치의 중심이 “농업경제→산업경제→서비스경제→경험경제(Experience Economy)”로 진화함에 따라 지식·정보 중심의 ‘컴퓨터 & 커뮤니케이션(C&C) 시대’에서 감성·콘텐츠 중심의 ‘문화 & 창의성(C&C)’ 시대로 전환

* “미래는 하이컨셉(High Concept), 하이터치(High Touch) 시대로 감성적·예술적인 오른쪽 뇌가 세상을 바꾼다”(Daniel H. Pink)



<콘텐츠 시대로의 패러다임 변화>

2. 성장 잠재력이 큰 차세대 성장동력산업

○ 1990년대에는 초고속 정보통신망을 위주로 한 IT산업이 국가 성장동력이었다면, 2000년대는 콘텐츠가 주요 경제성장 동력이 될 것임

* 세계 문화콘텐츠 산업은 '05년부터 '09년까지 연평균 7.3%씩 성장하여 1조 7,778억불에 이를 전망(PricewaterhouseCoopers, 2005)

* '05년 국내 문화콘텐츠 산업 시장은 54조원 수준(한국문화콘텐츠진흥원)

- 세계 문화콘텐츠시장 규모는 장르별로도 조선시장 규모와 견줄 정도이며, 아직 우리 콘텐츠 산업의 세계시장 점유율이 크지 않다는 점을 감안하면 성장 가능성이 매우 높음

구 분	조선시장	영화시장	캐릭터	방송
세계시장 규모	786억불	842억불	975억불	2,984억불
한국산업 점유율	38.4%	3.1%	3.8%	2.1%

3. 광범위한 산업적 파급효과

- 콘텐츠산업은 창구효과(One Source Multi-Use) 등으로 생산유발, 경제영향력, 고용유발 등 전후방 산업연관효과가 큰 신성장동력임

<문화콘텐츠산업의 산업연관 효과>

비교 기준	문화콘텐츠산업	제조업	서비스업
생산유발계수	2.11	1.96	1.68
경제영향력계수	1.13	1.06	0.90
고용유발계수(10억원 투입시)	15.9명	9.4명	14.9명

*연세대학교교통과학연구소(2004), 『문화콘텐츠산업의 경제적 파급효과 분석』

<영화 『왕의 남자』, 『괴물』의 부가가치 현황 >

영화명	부가가치 유발액	취업유발 인원	생산 유발액
왕의 남자 (1,230만명)	731억원 (NF소나타 5,311대)	2,159명 (NF소나타 7,911대)	1,660억원 (NF소나타 3,502대)
괴물 (1,302만명)	780억원 (NF소나타 5,613대)	2,282명 (NF소나타 8,361대)	1,755억원 (NF소나타 3,701대)

*한국은행(2006), 『홍행 영화가 국민경제에 미친 영향 분석』

4. 국가 이미지(브랜드) 제고 및 문화정체성 확립

- 콘텐츠는 기업과 국가 이미지를 강화하고 자국문화를 전파할 수 있는 움직이는 국가 브랜드임
 - 특히 ‘한류 열풍’은 ‘IT 강국’에서 ‘콘텐츠 코리아’ 및 ‘한(韓) 스타일’로 국가이미지를 확대시켜 관광객 유치, 상품수출 증대 등 여타 제조업 및 서비스업 발전에도 긍정적인 파급효과를 미침
- 콘텐츠산업은 국가나 사회의 고유한 문화적 내용을 창조적인 기획력을 바탕으로 재창조한다는 측면에서 문화적 계승과 발전을 촉진

* 전통문화의 현대적 활용 성공사례

- 국 내 : 드라마 <대장금>, <궁>, 영화 <왕의 남자> 등
- 해 외 : 일본 <하울의 움직이는 성>, <센과 치히로의 행방불명>, 영국 <해리포터>, <반지의 제왕 시리즈> 등

II. 콘텐츠 육성 및 진흥체계 합리화 방안

1. 현행 콘텐츠 진흥체계의 문제점

- DMB · IPTV · Wibro 등 신규 서비스 등장에 따라 콘텐츠 수요가 폭발적으로 증가하고 있으나, 전략적인 콘텐츠 진흥정책의 미흡으로 콘텐츠의 개발 및 공급이 미약하여 만성적인 콘텐츠 부족 현상 야기
 - 거대한 해외 콘텐츠 시장의 점유율 확대를 위해서도 온라인과 오프라인, 디지털과 아날로그, 문화콘텐츠와 방송영상의 경계를 넘어선 종합적인 진흥체계 구축 시급
- 과거 정보화촉진 정책 · 신규 매체도입 정책 추진시 네트워크, 서비스, 단말기 분야에 대한 집중적인 고려 및 투자가 있었으나, 콘텐츠 분야는 도외시 되어 사회적 자원배분이 이루어지지 못함
 - 방통융합이라는 새로운 환경변화에 대응하여 관련 산업을 신성장동력으로 육성하기 위해서는 콘텐츠 분야에 대한 집중적인 지원 필요
- 문화콘텐츠 진흥업무 중복 추진에 따른 갈등과 자원 낭비
 - 방송위는 '03년 이후 방송콘텐츠 제작 및 수출 지원 영역에서, 정통부는 온라인디지털콘텐츠 진흥이라는 명분으로 문화부가 추진해온 사업과 중복되거나 유사한 사업 추진

2. 문화부의 콘텐츠산업 진흥정책 총괄 필요성

(1) 콘텐츠는 창의성 등 문화적 속성에 기반한 정신적 산물

- 콘텐츠는 상상력 · 창의성 등 문화적 속성에 기반한 상품이므로 주요 선진국에서는 문화 담당 부처가 종합적인 콘텐츠 진흥정책을 주도
 - 영국 DCMS, 프랑스 문화부, 캐나다 문화유산부 등

※ 영국은 콘텐츠 관련 산업을 문화의 핵심요소인 창조성과 접목시켜 '창조산업(creative industry)'으로 집중 육성하여 제2의 산업혁명을 이끌어 내고 있음

- “한류”의 지속과 확산을 통해 국가 경쟁력을 제고하기 위해서도 콘텐츠산업 진흥은 문화부의 종합적인 한류정책의 연속선상에서 추진되는 것이 바람직

- 한류 열풍은 콘텐츠산업 외에 관광객 유치, 상품수출 증대 등 여타 제조업 및 서비스업 발전에도 긍정적인 파급효과를 미침

(2) 미래 콘텐츠산업 진흥은 저작권 정책과 연계 발전시켜야 가능

- 창의성을 기반으로 한 콘텐츠가 산업적 가치를 갖는 것은 창작자의 저작권으로부터 부가가치가 창출되는 데 기인
 - 콘텐츠산업의 효과적인 육성을 위해서는 창작자의 권리 보호를 통해 참신한 아이디어가 지속적으로 개발될 수 있는 환경조성이 중요
- 저작권법을 관장하고 문화기술과 문화콘텐츠 진흥정책 경험이 풍부한 문화부가 콘텐츠 관련정책을 총괄적으로 관장하는 것이 타당

(3) 예술적 창의력을 지닌 콘텐츠가 매체의 경쟁력을 좌우

- 디지털 융합으로 미디어 플랫폼 구분이 무의미해짐에 따라 콘텐츠의 질이 곧 방통 융합의 성공을 좌우하는 결정요인으로 부각
- 네트워크, 기술 등의 발전이 일정 수준 이상 도달하면 콘텐츠의 내용과 질이 미디어 플랫폼의 경쟁력을 좌우
 - 스토리텔링의 독창성이 부족한 콘텐츠는 시장에서 외면될 수밖에 없음
- 따라서, 네트워크·기술을 담당하는 부처보다는 예술적 창의성과 직결되는 문화예술정책을 담당하는 문화부가 콘텐츠산업 총괄 필요

3. 콘텐츠 진흥체계의 일원화 방안

- 현행법상 문화부 관장대상인 방송영상을 포함한 영상물, 게임, 음악, 캐릭터 등 문화콘텐츠의 진흥업무는 현재와 같이 문화부가 관장
 - 콘텐츠의 원천이 되는 문화예술, 전통예술, 관광, 체육 분야에 대한 전략적 육성 병행 추진
- 또한, 교육·복지·지리정보 등 각 부처의 고유한 콘텐츠 진흥업무는 해당부처에서 계속 관장
- 다만, 콘텐츠의 표준화, 저작권 보호, 온·오프라인상 합리적인 유통체계 구축, 콘텐츠진흥 기본계획 수립에 관한 사항과 정책비전 등에 대해서는,
 - 정책적으로 진흥의 대상이 되는 콘텐츠의 대부분을 차지하는 문화콘텐츠를 관장하는 문화부에서 이를 총괄·조정
 - 관련 법제 정비 등을 통해 대통령 산하에 ‘콘텐츠육성위원회’ 설립, 문화부가 간사(주관)부처로서 종합계획수립 및 자원배분 역할 담당
- 효과적인 콘텐츠 진흥정책 추진을 위해 가용자원의 합리적인 배분 필요
 - ‘(가칭)콘텐츠진흥기금’의 신설 및 기존 재원으로부터의 배분 추진