

# 뉴미디어를 활용한 지역문화디자인 연구

이현우\* · 김병옥\*\*

\*에원예술대학교 · \*\*군산대학교

A Study on the Local Cultures Design Using New Media

Hyun-Woo Lee\* · Byung-Ok Kim\*\*

\*Yewon Arts University · \*\*Kunsan University

E-mail : zoompluse@hanmail.net

## 요 약

이 연구는 뉴미디어가 갖고 있는 문화산업 내 컨버전스 현상들 중 지역사회에서의 문화콘텐츠 산업과 연구개발사례를 통하여 지방자치단체의 유무형 문화유산과 뉴미디어 작품개발에 의의를 두고자 한다. 뉴미디어의 플랫폼과 콘텐츠 향유방식이 변화하는 융복합시대에 지역문화콘텐츠를 현대적으로 보존 및 발전시키기 위하여 조성된 영상문화산업진흥원의 현황과 지원정책을 분석하고 지역축제와 연계한 디지털콘텐츠 작품을 개발하여 지역문화의 현대적 가치를 모색해 볼 수 있기를 기대한다

## ABSTRACT

This Paper studied out prototype and the structure of Convergence on Cultures Industry and started with issues based on Local Cultures Design in New Media. platform with the New Media have the information that aims to develop relationships with Local Culture. In a world where the paradigm is changing the Convergence of all ages, transcending national borders in the mediator role of modern could have been important. Under this Situation, this study has a significant meaning because it proves that the Local Cultures Design in Degital Contents is analyzed by New Media.

## 키워드

Culture Design. Convergence. Local Culture. New Media.

## 1. 서론

문화콘텐츠산업은 창의성을 근간으로 하며, 국가경쟁 전판과 연관산업의 시너지 효과를 제고하고, 지역사회가 창조도시로 거듭나게 하는 등 파급효과가 큰 산업이다.

90년대 중반 지방자치제의 본격적인 실시와 더불어 지역경제의 활성화를 통해 지역산업을 발전시키고, 풍요로운 지역사회 건설을 위해서 문화콘텐츠산업이 중요하다는 인식이 확대되고 있다

지역의 문화콘텐츠산업은 고부가가치산업 친환경산업, OSMU산업, 뉴미디어산업 등의 특성으로 지역경쟁력 제고에 맞춤형 산업으로 각 지자체에서 이론적 연구와 사례를 토대로 지방문화산업단지를 구성하고 있다.

이러한 지원으로 지역문화 콘텐츠산업에 관한

연구 및 개발이 진행되고 있으나 전체적으로 지역 문화콘텐츠산업은 수도권 중심 집중으로 인한 지역 내 전문기업 유치의 부진, 일정 규모 이상의 성장, 지역 기업들의 경쟁력 취약 등의 문제가 지적되고 있다.

지역문화 콘텐츠산업이 발전하기 위해서는 다양하고 창의적인 프로젝트들이 기획되고 개발될 수 있는 융복합 기반의 문화적 생태계 구축이 필요하고, 해당 지역의 정체성 확보와 지역경제 활성화를 위하여 지역중심의 독자적인 문화콘텐츠 디자인이 요구된다.

본 연구는 뉴미디어를 중심으로 한 문화적 컨버전스 현상을 점검하고 있으며, 지역문화 콘텐츠 산업의 현황과 지원사업들의 유형에 관하여 설명하였다. 그리고 지역 내 축제와 연계한 디지털미디어 작품제작의 사례와 결과를 기술하고 있다

## II. 뉴 미디어의 변화

### 2.1 미디어의 사회적 변화

디지털 미디어란 '기존의 매체와는 무언가 다른 새로운 특징을 지닌 미디어로 정의할 수 있으며 컴퓨터 기술과 커뮤니케이션 기술의 복합으로 만들어진 새로운 형태의 미디어를 의미한다'

과거에는 존재하지 않았으나 시대의 변화와 기술의 발전에 따라서 등장하게 된 SNS, 모바일, e-Book 등은 기존의 신문과 잡지 및 책과 같은 인쇄매체의 디지털 미디어라고 할 수 있으며 디지털화의 발전에 따라 등장한 Smart- Phone, Pad, TV 등도 또 다른 형태의 뉴미디어라 할 수 있다[1].

구분	산업사회	정보사회	현대사회
주요기술	인쇄, 방송	www, 이동통신	SNS, 융복합기술
주요매체	신문, 라디오, TV, 전화	인터넷, 휴대폰	융합 매체
콘텐츠 형식	활자, 영상	디지털, 동영상	오감 체험 콘텐츠
송,수신자 관계	일방향	쌍방향	실시간 쌍방향
효과범위	여론조성 및 의제설정	엔터테인먼트	개인생활 전 분야

<한국정보사회진흥원. 유비쿼터스사회의 미디어진화와전망>

미디어 기술의 발달과 정보통신기술의 디지털화는 출판, 만화, 방송, 게임, 에듀테인먼트 등의 융복합 서비스를 다양하게 창출시키고 있다

### 2.2 미디어의 문화 컨버전스

1990년대 기존 콘텐츠들의 디지털화를 시작으로 2000년대의 정보기기의 복합화 현상은 제품과 서비스의 스마트화가 진행되는 시점이다 특히 문화산업 내 컨버전스는 사람과 사람, 그리고 사물의 융복합이 되리라 전망된다[2].

디지털 기술이 접목되어 만화 게임, 애니메이션 등의 장르들이 서로 유사한 통신기능을 갖게 됨으로서 독자적인 서비스를 영위하던 콘텐츠들의 융복합적 새로운 콘텐츠 개발이 진행되고 있다.

지역축제 상징물의 캐릭터디자인화에 따른 애니메이션 작품을 모바일플랫폼에서 연동하거나 위치기반 서비스를 활용한 축제동선 및 SNG적 요소를 활용하는 등 축제와 애니메이션 교육과 게임등이 결합되는 디지털 컨버전스 현상이 가속화 되고 있다.

## III. 지역문화 콘텐츠디자인

### 3.1 문화콘텐츠 산업구조 및 특성

문화콘텐츠산업의 광의적 개념은 문화예술과 관광, 교육 등을 모두 포괄하고 있다. 산업적 정의로는 문화콘텐츠와 관련된 협의의 전문화된 문화산업은 '문화자원을 산업화하여 재화, 서비스, 정보 등의 형태로 판매하는 산업 또는 '문화를 핵심역량으로 하여 부가가치를 창출하는 산업'으로 정의되고 있다[3].

<단위: 백만원>

구분	2008년	2009년	전년대비 증감률
출판	21,052,936	20,609,123	-2.1
방송	11,685,533	12,768,963	9.3
게임	5,604,700	6,580,600	17.4
캐릭터	5,098,713	5,358,272	5.1
영화	2,885,572	3,306,672	14.6
음악	2,602,076	2,740,753	5.3
만화	723,286	739,094	2.2
에니메이션	404,760	718,570	3.4

<문화체육관광부. 2010콘텐츠산업 통계조사.2011.>

세계의 문화콘텐츠산업 시장규모는 2005년 1조 1,342억 달러에서 2010년 1조 2,796달러로 증가하였고, 국내의 문화콘텐츠산업의 2009년 매출액은 69조 4억원으로 연평균 4.8%로 증가하고 있다[4].

정보통신기술의 발전 및 디지털화로 인해 온라인 문화콘텐츠산업이 오프라인에 비해 많은 성장세를 나타내고 있어서 향후 고부가가치의 산업으로 성장 잠재력을 인정받고 있다.

### 3.2 지역별 문화콘텐츠 산업분포 및 경쟁력

지방자치단체가 중심이 되고 중앙정부가 지원하며 민간이 참여하는 체제로 이루어진 지역문화산업지원센터(진흥원)는 2000~2002년에 대해 지원되었고, 지역문화산업 클러스터를 효과적으로 육성하기위해 설립이 되었다.

각 지역별 진흥원의 총예산은 최근 3년간 대부분 불규칙적으로 증감했으며 문화산업단지 조성 에 대한 국고지원이 만료된 지역들은 감소현상을 보이고 있다.

<단위: 천원>

지역별 국고지원 예산규모				
구분	2008	2009	2010	연평균 증감률
전주	780,000	1,070,000	660,000	-8.0
광주	11,688,000	12,755,500	8,005,800	-17.2
경기	17,396,832	13,756,957	16,207,632	-3.5
충남	1,922,250	2,963,500	2,622,280	16.8
-				
합계	82,365,473	101,214,023	117,206,131	19.3

<지역별 예산 총규모. kocca지역문화산업 CRC평가연구.>

지역별 예산중 국고는 경기지역 진흥원이 가장 높고, 평균 19.3%의 증가율을 나타내고 있다. 전주는 예산규모 축소와 더불어 2010년부터 특허 및 저작권 등록수가 감소하고 있다.

<단위: 천원>

구분	총매출실적	증감률	수출액	증감률
전주	38,100,000	25.5	-	-
광주	29,422,456	17.3	7,043,437	29.1
경기	33,956,000	12.1	-	-
-				
합계	609,558,031	24.0	32,606,518	30.1

< 진흥원 내 산출현황. kocca지역문화산업 CRC평가연구 >

2008년에서 2010년까지의 연평균 증감률로 전주진흥원은 25.5%의 높은 증가율이 나타났다. 전주인근 전체 클러스터는 2.4%의 증가율을 나타내어 전주진흥원내 입주기업의 매출액 성장률이 인근 클러스터의 매출실적에 대비하여 높은 증가치를 나타내고 있다.

<단위: 명, %>

구분	애니메이션	캐릭터	출판	-	합계	구성비
전북	41	352	1,740		5,891	1.6
전남	4	281	1,201		5,113	1.4
충남	19	251	1,484		5,637	1.5
서울	2,951	11,335	48,685		199,351	54.9
-						
합계	4,748	44,170	92,224		363,231	100.0

<문화체육관광부, 2010콘텐츠산업 통계조사>

콘텐츠 전체 종사자의 50% 이상이 서울 지역에 집중되어 있으며 경기도, 부산, 대구를 제외한 지역에서는 종사자 비중이 3%를 넘지 못하여 콘텐츠 사업체들의 대도시 편중현상이 나타난다.

### 3.3 지역문화 콘텐츠디자인 정책과 지원

지역문화 산업을 육성하고 진흥하기 위한 각 부처의 사례를 검토한 결과 다음과 같은 지역산업정책이 조사되었다.

부처	사업명
지식경제부	광역경제권 선도산업육성
	테크노파크 조성
	지역전략산업 육성사업
	지역연고산업 육성사업
정보통신산업진흥원	지역 SW융합지원사업
	지역 SW기업 성장지원사업
농림수산식품부	지역전략식품산업 육성사업
지역발전위원회	창조지역사업

특허청	중소기업지식재산 경영지원사업
	지역의 지식재산센터 인프라 구축사업
중소기업청	공동기술개발연구
	산학연 기업부설연구소

<지역문화산업의 지원 사례>

경제적 가치와 문화적 가치를 조화하기 위한 클러스터 조성 및 프로젝트 지원의 취지였으나 그동안 지역의 유무형 문화유산을 콘텐츠 소재로 활용하여 경제적, 사회문화적, 교육적 가치를 창출하기 위한 전략적 접근이 미비하였기에 지속적인 지원을 추진할 필요가 있다[5].

그러나 연구 개발만을 목적으로 한 프로젝트의 실효성은 문화원형디지털사업의 결과물에서도 증명하듯이 보다 구체적이고 경제적인 방안도 함께 추진해만 경쟁력 있는 지역콘텐츠로 변모될 것이다.

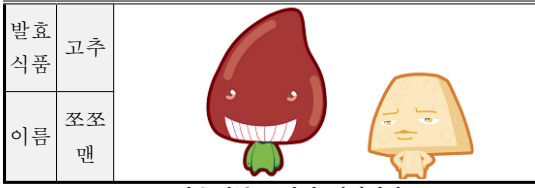
## IV. 연구개발 사례

### 4.1 발효식품 모바일 콘텐츠 개발

전라북도의 국제식품산업 클러스터 조성사업과 전주국제 발효식품 엑스포에 부합하는 발효식품 애니메이션을 제작하여 지역 내 문화관광자원을 세계적 콘텐츠로 활성화할 수 있는 방안으로 기획되었다.

전주영상산업진흥원 내에 위치한 애니메이션 제작전문기업인 JM애니메이션과 예원예술대학교 영상콘텐츠 연구소가 공동개발을 목표로 진행하였던 작품으로 기존의 TV, 극장용 애니메이션 개발과 함께 모바일, 태블릿용 애니메이션 제작을 목표로 진행되었다.

발효식품	콩	
이름	콩지	
발효식품	메주	
이름	주바리	
발효식품	매주	
이름	추마리오	



<발효식품 모바일 캐릭터안>

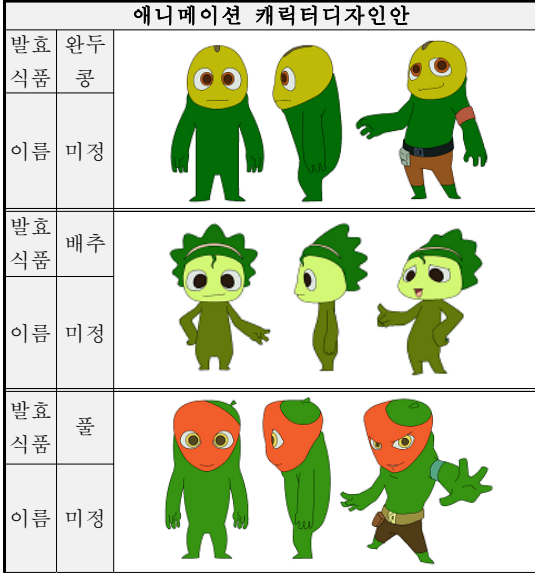
발효식품에 관한 캐릭터 배경, 스토리를 진행함으로 본 작품을 감상하는 유아연령층에게 우리나라의 전통 발효식품이 친근한 대상으로 인식되게 함으로서 올바른 식습관을 권장하는 순기능의 에듀테인먼트 콘텐츠를 지향하였다.

### V. 결 론

본 연구는 뉴미디어가 갖고 있는 문화산업 내 컨버전스 현상들 중 지역사회에서의 문화콘텐츠 산업과 개발사례를 통하여 지방자치단체의 뉴미디어 작품개발에 의의를 분석하고자 하였다

지방의 유무형 문화유산을 보존과 개발을 통하여 문화콘텐츠 제작이 지속적으로 진행되어야 하는 부분이며, 디지털 작품제작에서의 계획이 보다 치밀하게 진행되어야 한다.

각 지역에 위치한 지역문화산업지원센터를 중심으로 산학연 프로젝트들이 진행되면 침체된 지역문화콘텐츠산업의 활성화에 도움이 되고 클러스터를 구성하고 있는 문화적 가치가 조화됨으로서 장기적이고 종합적인 관점으로 지역문화콘텐츠를 디지털 컨버전스할 필요가 있다.



<발효식품 애니메이션 캐릭터안>

### 감사의 글

본 연구는 중소기업청에서 지원하는 산학연협력 기업부설연구소 지원사업의 연구결과임

국내의 대표적 발효식품인 배추, 고추, 김치, 콩, 메주 등을 기반으로 디자인된 모바일용 캐릭터는 심플하고 단순한 형상화로 스마트기기와 홍보용품에 용이한 디자인으로 제작되었고 애니메이션용 캐릭터는 리미티드 제작방식에 적합한 형태로 디자인되었다.

### 참고문헌

- [1] 임학순, 디지털미디어 발전에 따른 문화예술 환경분석 및 정책적 대응방안연구 한국문화관광연구원 2010-45, pp.3, 2010.
- [2] 임명환, 이업중간 융복합콘텐츠 사례 및 발전 전망과 콘텐츠산업에 미치는 영향 2011한국문화관광연구원·한국문화경제학회 공동세미나, pp.24, 2011.
- [3] 지역문화콘텐츠산업 활성화와 정책과제, 한국문화콘텐츠진흥원 pp.9, 2003.
- [4] 변미영, 2011년 지역문화산업 클러스터 실태조사, kocca연구보고서 11-89 pp.23, 2011
- [5] 정헌일, 지역문화산업정책의 변천과 발전방향, 한국문화관광연구원 기본연구2011-40 pp.33, 2011.



<발효식품 애니메이션 '채식국' 포스터>