

연구논문

지식정보사회의 문화산업정책¹⁾

윤성식 · 박문석 · 이홍재 · 이원규 · 김휴종 · 김형석

윤성식

미국 University of California-Berkeley에서 경영학 박사 학위를 취득하고, 현재 고려대학교 행정학과 교수로 재직 중이다.

profyoon@hanmail.net

박문석

고려대학교 일반대학원 정책학 박사과정에 있으며, 현재 중앙대학교 예술대학원 초빙교수로 재직 중이다.

ms2000@mct.go.kr

이홍재

성균관대학교에서 행정학 박사학위를 취득하고, 현재 한국문화정보센터 소장으로서 재직 중이다.

hjlee@kcpi.or.kr

21세기 문화의 시대에 한국은 정보통신강국이라는 장점을 활용하면 문화산업을 성장산업의 핵심으로 설정할 수 있는 절호의 기회를 맞게 되었다. 지식정보화시대에는 기존의 관점과 사고에서 벗어나 새로운 문화정책의 패러다임을 구축해야 하는데, 지식정보화사회에서 경제환경의 변화현상을 미시적이고 거시적으로 분석할 수 있는 안목이 필요하다. 한·중·일 3국을 중심으로 한 동북아 문화공동체는 세계적 메이저(Global Major)로 한국이 성장하기 위한 중요한 기반이다. 이러한 비전의 실현을 위해 문화콘텐츠, 문화기술(Culture Technology), 해외문화산업협력, 문화행정과 제도, 문화산업투자 분야에서 정보화시대에 걸맞은 전략이 필요하다.

주제어 : 문화정책, 지식사회, 정보기술

1. 지식정보화와 문화산업

최근 세계는 디지털기술과 인터넷 등 정보기술의 급속한 발전으로 농업혁명, 산업혁명에 이어 인류역사상 세 번째 대변혁으로 평가되는 정보혁명이 진행되고 있다. 전통적 산업사회가 지식과 정보 중심의 지식정보사회로 이전되면서 재화의 개념이 소프트웨어·콘텐츠 등 디지털 재화로 확대되고, 노동의 성격이 '근육'(brawn)에서 '두뇌'(brain)의 형태로 변화하고 있다(유지연, 2002; Peter F. Drucker, 1993).

그리고, 인터넷 등 IT기술의 급속한 발전으로 대부분의 정보매체와 문명도구들이 결합되는 시기를 맞이하고 있다(이은석, 2002). 또한 이와 같은 정보혁명을 뛰어넘는 지식정보화의 새로운 개념으로 유비쿼터스 컴퓨팅이 부각되고 있다(사카무라 켄, 2002; 아라카와 히로키, 2002). 유비쿼터스 컴퓨팅은 무선인터넷과 증강현실(augmented reality)

기술을 활용하여 실감형 정보와 높은 품질의 디지털 콘텐츠를 현실 세계에 전달하는 것을 포함한다(하원규, 2003; 이윤배, 2003). 이러한 유비쿼터스 기술은 인간의 정신적 측면까지 포함하여 삶의 질을 높이는 역할을 하기 때문에 문화산업과 매우 밀접하게 연관되어 있다.

세계 문화산업시장의 규모는 약 1조 4,000억 달러이며, 국내 문화산업시장 규모도 18조 8천억 원(약 150억 달러)에 이른다. 미국은 엔터테인먼트산업(문화산업)의 2001년 수출액이 890억 달러로 화학(747억 달러), 자동차(565억 달러), 항공기(553억 달러) 수출을 모두 능가했으며, 일본은 애니메이션산업만으로도 미국에서 43.5억 달러를 벌어들이고 있다. 이는 2002년 기준 대미 철강산업 수출액 11.6억 달러의 4배 이상의 규모이다.

이와 같이 세계경제 패러다임은 제조업중심에서 창조산업이라고 할 수 있는 문화산업으로 전환되고 있으며, 문화산업을 기반으로 한 콘텐츠기반 경제가 급속히 성장하고 있다(Richard Caves, 2000). 우리나라도 최근 중국의 한류열풍, 가수 보아의 일본 오리콘 싱글차트 1위, 난타의 브로드웨이 진출 등 문화산업이 새로운 가치창출의 원천으로 부상하고 있다.

이러한 디지털 기술의 발전과 문화콘텐츠의 엔터테인먼트 경향의 강화로 인해 새로운 사회·경제적 환경이 조성되고 있지만, 기존의 법·제도체계로는 이러한 새로운 현상의 발생을 규정하거나 적용하는데 적지 않은 어려움이 발생하고 있다. 따라서 급속히 발전하는 우리 문화산업을 위하여 새로운 법·제도환경을 조성할 필요가 있다.

이 논문에서는 한국 문화산업의 발전정책 관점에서 대두되고 있는 현황과 문제점을 중심으로 정보화시대에 한국 문화산업정책이 어떠한 방향으로 나아가야 하는가를 살펴보기로 한다. 먼저 문화산업정책의 비전을 제시한 다음 분야별로 문화산업정책의 현황과 문제점 그리고 개선방안에 대해 연구한다.

이원규

일본 筑波大學 대학원에서 공학박사학위를 취득하고, 현재 고려대학교 컴퓨터교육과 교수로 재직중이다.

lee@comedu.korea.ac.kr

김휴종

미국 펜실베이니아 주립대에서 경제학박사를 취득하고, 현재 추계예술대학교 문화산업대학원 교수로 재직중이다.

david@chugye.ac.kr

김형석

일본 와세다대학 대학원에서 문학석사학위를 취득하고, 현재 서울예술종합학교 교수로 재직중이다.

bennyk@hanafos.com

2. 문화산업정책의 비전과 기본방향

1) 비전

한국은 선택과 집중을 통해 한정된 자원을 현명하게 사용하는 문화산업정책을 수립해야 한다. 문화산업분야에서 가장 취약한 분야를 집중 육성하여 한국적인 경쟁력을 가장 잘 살릴 수 있는 선택과 집중을 모색해야 한다. 그동안 문화산업에 대한 비전은 몇 번 수립되기도 했었지만, 지식정보화시대라는 새로운 패러다임에 부합하는 문화산업정책을 그동안의 환경변화에 맞추어 다시 한번 수립할 필요가 있다.

우리 문화산업의 장기 비전은 21세기 문화대국, 지식경제강국 구현이라고 할 수 있다(문화관광부, 2001). 구체적으로는 문화산업의 세계적 메이저(*Global Major*) 중 하나로 성장하는 것이고, 문화산업의 독점화와 무국적화 시대에 세계시장을 무대로 하는 한국 문화산업의 위상을 정립하는 것이다. 즉, 현재의 할리우드를 중심으로 한 미국, 유럽의 문화산업에 이은 제3의 대안세력으로서 부상하는 것이 우리 문화산업의 비전이다(Miller & Yudice, 2002).

단기적으로는 문화콘텐츠 핵심생산국으로의 진입기반을 마련하고 중기적으로는 세계적 마이너(*Global Minor*), 또한 아시아 메이저(*Asian Major*)로 부상하는 것이 목표가 되어야 할 것이다. 이 과정에서 국내 문화산업시장에서 우리 문화산업 콘텐츠와 외국 콘텐츠 간의 힘의 균형을 이루고, 시장에서의 주도권을 확보하는 지역 메이저(*Local Major*)의 위상은 기본이라 할 수 있다. 현재의 위상은 국내시장 방어에 급급한 지역 마이너(*Local Minor*)이지만 일단 국내시장에서의 시장장악력을 확보하는 것이 필요하다는 것이다.

글로벌 메이저들의 세계 문화산업시장 독점화 전략을 한·중·일 3국이 각국의 독립적 문화산업만으로 저지하기에는 역부족이다. 글로벌 메이저들은 이미 아시아시장에서의 중심축이 형성되기 전에 이 시

장에서의 우월적 지위를 확보하기 위하여 다각도의 전략을 실행중이다. 따라서 한·중·일 3국이 자국 문화산업의 보호라는 소극적 자세를 벗어나고 나아가 세계 문화산업시장에의 진출과 이에 의한 글로벌 메이저의 독점화 저지에 공동으로 노력하는 것이 필요한 때이다.

동북아 문화산업협력은 문화산업의 높은 투자위험을 지역협력을 통해 낮출 수 있고, 또한 동북아시장을 우리나라 문화상품의 성장발판으로 삼아 내적으로는 우리나라 문화산업의 경쟁력을 높이고 외적으로는 세계시장 진출을 위한 브랜드 파워를 얻을 수 있다. 한·중·일은 문화적 정체성이 높아서 상대국의 문화상품에 대한 문화적 할인을 이 낮다. 이러한 사실은 최근의 한류열풍에서 알 수 있듯이 다른 지역보다 동북아 시장에서 한국 문화상품이 더 잘 통할 수 있기 때문에 이들 지역에서의 협력은 필수적이라고 말할 수 있다.

2) 문화산업정책의 기본방향

미국으로 대표되는 분권적이고 민간주도적인 문화정책과 프랑스로 대표되는 중앙집권적이고 정부주도적인 문화정책의 두 대안 사이에서 한국은 문화산업정책의 새로운 패러다임을 구축해야 한다(Miller & Yudice, 2002).

미국의 문화정책은 영리부문과 비영리부문을 구별하여 영리부문에 대해서는 전혀 관여하지 않고, 비영리부문에 대해서는 1914년부터 조세제도를 통해서 혜택을 부여하는 정책을 추구한다. 문화정책에 관하여 지방정부, 연방정부, 주정부, 민간기업, 대학 등이 서로 각자의 역할을 통해서 변화에 대응하는 매우 분권화된 시스템을 채택하고 있다. 연방정부에서도 어느 한 기관이 문화정책을 독점하는 것이 아니라 NEA(National Endowment for the Arts), National Park Service, 스미소니언박물관 등 여러 기관이 각자의 분야에서 문화정책에 관한 임무를 수행한다(Mundy, 2000). 즉, 이처럼 미국의 문화산업정책은 사실상 아무도 주도적으로 끌고 나아가지 않는 분권형시스템에 의해

형성되고 집행된다. 정책은 기업, 학계, NEA같은 정부기구들이 변화에 대응하는 과정에서 형성된다고 보아야 한다. 그러므로 어떤 하나의 주체도 문화산업정책에서 주도적 역할을 한다고 볼 수는 없지만 시장의 반응에 대응하는 기업의 역할이 가장 중요하다고 볼 수 있다 (Miller & Yudice, 2002).

변화에 대응하는 가장 바람직한 방법은 사전에 대비하고 사전에 설계하는 방법이지만 사실상 미국의 문화산업정책은 변화가 나타날 때 기업, 학계, 정부기구들이 수동적으로 반응하는 과정에서 형성되었다. 그럼에도 불구하고 미국의 문화산업정책은 세계적으로 가장 경쟁력 있는 문화산업을 탄생시켰는데, 여기에는 여러 가지 복합적인 이유가 존재한다. 비록 사전에 미래의 변화에 대비하여 현명하게 대응하는 방법은 아니지만 미국의 시스템이 유연하고 적응력이 뛰어나기 때문에 문화산업의 경쟁력이 세계최고를 유지하고 있다고 볼 수 있다.

물론, 지식정보화시대에 과연 미국의 문화산업정책과 같은 분권적 시스템이 적절한가에 대해서는 의문의 여지가 있다. 미국은 과거와는 달리 지식정보화시대에 국가의 역할에 대해 상당히 적극적인 태도를 취했다. 예를 들어, 정보고속도로의 건설 등의 정책은 국가가 주도적으로 나서서 추진하고 있다. 실제로 최근 미국은 지식정보화에 관해서 과연 과거와 같은 분권적 시스템이 계속 유지되어야 하는가에 대해 자신이 없는 것 같다. 시장이 유연하게 반응할 수 있는 신축적 시스템이라 할지라도 워낙 빨리 변하고 있는 이 시대에는 사전에 치밀하게 기획하여 과감하게 투자하는 방법에 비해 분권적 시스템이 열등할 수도 있는 것이다.²⁾

한국은 아직도 시장이 유연하지 못하고 기업과 학계 등 민간부문이 발달하지 못했기 때문에 문화산업정책을 미국과 같은 분권적 시스템에 위임해서는 안 된다. 국가가 미래에 대한 현명한 시각과 예측에 기초하여 과감하고 예견적인 투자를 통해 문화산업정책을 주도해야 한다. 물론 이에 맞추어 시장의 유연성과 적응력을 기를 수 있는 제도적 장치를 가능하면 빨리 구축하여 국가의 정책이 미처 생각하지

못한 부문에서 시장이 저절로 반응하고 대응할 수 있도록 해야 한다. 결국, 미국의 분권적 시스템의 특성을 갖춘 민간부문을 육성하면서 국가가 주도적으로 정보화시대를 이끌어야 하는 것이다.

3. 문화콘텐츠

1) 현황과 문제점

1장에서 언급한 것과 같이 세계 문화산업시장의 규모는 약 1조 4,000억 달러이며, 국내 문화산업시장 규모도 18조 8천억 원(약 150억 달러)에 이른다. 미국은 엔터테인먼트산업(문화산업)의 2001년 수출액이 890억 달러로 화학(747억 달러), 자동차(565억 달러), 항공기(553억 달러) 수출을 모두 능가했으며, 일본은 애니메이션산업만으로도 미국에서 43.5억 달러를 벌어들이고 있다. 이는 2002년 기준 대미 철강산업 수출액 11.6억 달러의 4배 이상의 규모이다(문화관광부, 2003a).

이처럼 중요성이 커지는 문화산업의 성패를 가름하는 요소는 다름 아닌 '창의적 기획'이다. 이러한 창의적 기획능력을 높이기 위해서는 창의적인 전문인력, 창작소재 개발 등 문화콘텐츠 창작기반이 조성되어야 한다. 우리나라는 입시위주와 암기식의 교육제도가 창의성을 키우는 데 방해가 되고 있고, 또한 사회환경 역시 여전히 경직되어 유연한 사고를 저해하고 있다. 이 같은 이유로 현재 이 부문에 대한 전문인력이 매우 취약하며 문화콘텐츠기획, 문화산업분야의 제작·유통·마케팅·경영 전반에 걸쳐 전문인력 부족이 심각하다.

문화산업의 가장 중요한 특성 중의 하나는 융합이라고 할 수 있다. 융합현상은 하나의 소스가 다양한 콘텐츠 제작 및 유통에 활용될 수 있다는 의미를 내포하고 있다. 즉, 문화콘텐츠를 개발하기 위해서는 인문학, 예술, 기술, 전통문화, 경영 등 다양한 분야의 학제적 공동활

동이 필요하지만 우리나라는 아직 이런 면에서 미흡한 실정이다. 또한, 산·학·연 상호간의 연계와 산업장르간의 연계도 충분하지 않으며, 저작권 기반의 콘텐츠 유통체계도 구축되지 않았다(권남훈, 2000).

문화콘텐츠 기획자가 창의적인 기획을 하기 위해서는 시대의 감성과 생활양식을 읽어내고 콘텐츠의 흐름을 파악할 필요가 있는데, 이에 관한 정보와 지식을 쉽게 확보할 수 있는 문화환경이 취약하다. 콘텐츠의 국내외 트렌드와 창작소스에 관한 정보와 해외시장에 관한 정보는 물론 국내 산업동향 및 콘텐츠정보에 대한 분석과 서비스가 체계적으로 이루어지고 있지 않다. 우리나라의 역사, 전통문화, 이야기, 유·무형문화재, 도서 및 기록물 등 우리의 문화유산은 문화콘텐츠 개발을 위한 상상력·창의력의 보고이자 소재이다(Mundy, 2000).

2) 개선책

(1) 창의력 증진을 위한 교육

정보화시대에는 창의력이 가장 중요하다. 창의적 기획은 문화산업의 성패를 좌우할 정도로 중요하다. 특히, 우리나라의 경우 창의적 아이디어가 경쟁력의 원천이라고 할 수 있다. 이러한 창의적 기획능력을 높이기 위해서는 창의적인 전문인력을 갖추고 창작소재를 개발하는 등 문화콘텐츠 창작기반이 조성되어야 한다.

또한, 문화콘텐츠의 가장 중요한 요소 중의 하나는 시나리오와 스토리인데, 현재 이 부문에 대한 전문인력이 매우 취약한 실정이다. 시나리오 작가와 이야기꾼을 양성하기 위한 정책사업도 빈약하다. 문화산업 분야의 제작·유통·마케팅·경영 전반에 걸쳐서 전문인력이 매우 취약한 실정이다. 현행 문화콘텐츠산업 관련 전문인력 양성체계는 수요와 공급의 부조화가 심화되고 있으며, 우수한 고급인력을 양성할 수 있는 기반이 충분히 갖추어져 있지 않은 실정이다. 결국 향후 한국 문화산업의 미래는 창의력 있는 인재의 배출에 전적으로 달려 있다(Mundy, 2000).

세계최대의 문화산업강국인 미국은 예술지원에 창의성 증진을 위한 교육과 프로그램을 매우 중요시하고 있다. 즉, 정부의 예술지원에 창의성 증진을 위한 직접지원이 상당한 비중을 차지하고 있다. 그러나 창의성은 직접지원만으로 증진되는 것은 아니고 교육을 통한 개발이 더 중요하기 때문에 현재와 같은 교육체계하에서 미래 문화산업의 역군이 될 인재들의 창의성을 증진한다는 것은 무리이다.

결국, 창의성을 말살하는 현재의 교육제도를 개혁하여 문화산업은 물론이고 한국의 미래를 짊어질 역군들을 양성해야 한다.

(2) 순수예술의 발전과 문화예술과의 연계

순수예술은 문화산업의 기초를 제공하며 창의력을 발휘하는 근간이 된다. 순수예술을 문화산업의 연구개발(R&D)분야라고 부르기도 할 정도로 새로운 아이디어와 돌파구는 순수예술에서 오는 경우가 많다(Mundy, 2000). 문화산업의 육성으로 기초예술에 대한 관심과 지원이 소홀해지면 자칫 장기적인 관점에서 문화산업의 경쟁력을 약화시키는 결과가 된다. 순수예술은 무엇보다도 지속적인 시장이 형성될 수 있도록 정부가 환경과 인프라를 구축할 필요가 있다. 순수예술을 문화산업에 접목하려는 노력도 필요함은 물론이다. 순수예술교육에 대한 과감한 개혁이 절실한데, 이는 교육개혁과 직결되어 있다.

(3) 문화콘텐츠의 융합을 위한 방안

인문학, 예술, 기술, 전통문화, 경영 등 다양한 분야의 학제적 공동연구를 위해서는 연구소나 정책사업도 필요하지만, 관련 기관을 모두 네트워크화해야 한다. 이러한 네트워크화는 민간부문에서 자발적으로 이루어지지 않을 수 있기 때문에 정부가 주도적 역할을 수행해야 한다.

그리고 산·학·연 상호간의 연계도 체계적으로 이루어져야 하는데 대학은 산업계에 정보와 지식·원천기술·아이디어와 소재 등을 제공할 수 있고, 산업계는 이를 문화콘텐츠로 개발하여 상품화하는 데 유

리한 이점을 갖고 있다. 대학이 기업과 연계하는 데 대한 인센티브가 있어야 하는데, 지리적으로도 산업클러스터의 조성 등이 하나의 돌파구가 될 수 있다. 산업장르간 연계를 위해서는 문화콘텐츠산업의 라이선싱 비즈니스도 활성화시켜야 하며, 이는 결국 우리나라의 문화콘텐츠산업의 가치사슬구조를 강화하는 것을 의미한다.

또한 저작권 기반의 콘텐츠 유통체계가 구축되어 있지 않다. 최근에 음악콘텐츠의 인터넷유통과 관련하여 불법유통과 저작권을 보호·관리하는 문제를 둘러싸고 논란이 야기되고 있다. 디지털컨버전스가 진전되어 유선과 무선의 융합, 방송과 통신의 융합, 온라인과 오프라인의 융합 등이 활발하게 진행되고 있다. 따라서 저작권 기반의 콘텐츠 유통체계의 구축은 시급하게 해결해야 할 정책과제 중의 하나라고 볼 수 있다.

4. 문화기술

1) 현황과 문제점

문화콘텐츠 기반기술은 다양한 문화콘텐츠 설계·제작·공급·소비에 핵심적으로 활용되는 기반 및 응용기술로서, 디지털미디어 활용과 관련된 기술과 콘텐츠 제작을 뒷받침하는 인문사회적 기반과 디자인 및 예술기반 등 핵심 인프라로 구성된다(한국문화정책개발원, 2000). CT(Culture Technology)는 크게 디지털콘텐츠의 제작, 처리, 표준화에 관련된 기술과 네트워크에 관련된 기술로 구분할 수 있다.

콘텐츠의 내용을 디지털화하고 압축·재생하는 것과 관련된 기술로 세계적 표준화 활동이 활발하게 진행되고 있는 MPEG가 대표적이며, 디지털 저작권 관리기술은 스크램블링(scrambling)과 워터마킹(water-marking)이 있다. 이밖에도 음향처리기술과 그래픽스·텍스트 기술이

디지털 콘텐츠의 제작, 처리, 표준화에 관련된 기술이다. 네트워크가 광대역화되고, 무선네트워크가 개발됨으로써 더욱 빠르고 다양한 디지털콘텐츠의 제공이 가능해질 것으로 보이는데, PtoP 서비스와 웹 스토리지는 문화콘텐츠의 디지털화와 네트워크의 광대역화와 맞물려 디지털콘텐츠 불법유통의 대표적 창구로 변질되었다. 그러나 최근 넷스터를 시작으로 PtoP 서비스와 웹 스토리지 서비스가 유료화되고 문화콘텐츠 생산·유통업체들이 이들 서비스를 새로운 배급창구로 인식함에 따라 불법적 유통이 상당부분 줄어들고 있다.

인터넷영화는 거래비용을 감축하고 영화제작을 보다 용이하게 하며, 결과적으로 영화산업의 비용절감과 주변산업의 활성화를 가져온다. 디지털배급은 인터넷영화관과 영화배급업을 탄생시켰고, 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 수용자의 능동적 참여를 가능하게 한다. 그러나 가장 큰 문제점은 인터넷을 통한 공유인데, 초고속 인터넷의 보급과 '팝폴더', 'PD박스' 등과 같은 웹 스토리지 서비스의 출현과 '당나귀', 'e-Mule' 등의 P2P 서비스의 보급으로 인해 인터넷을 통한 공유는 일반화되어 가고 있다. 불법복제와 공유, 인터넷 영화의 보급, 케이블 TV의 보급 등으로 인해 가정에서 영화를 감상하는 또 다른 수단인 비디오시장이 급격히 붕괴되고 있다.

MP3 같은 인터넷 음악은 저렴한 제작, 유통비용의 감소 등으로 인해 소규모의 독립음반사의 성장을 촉진시키고 다양한 장르의 음악을 향유하게 한다. 또한 서버에 디지털화된 음악을 저장함으로써 콤팩트 디스크 제작 및 포장비용을 줄일 수 있고, 소매 및 도매 등 다단계의 유통구조를 넘어 직접 판매함으로써 유통비용을 낮출 수 있다(이인찬, 2000). 하지만 디지털음악복제는 아날로그보다 훨씬 더 용이하므로 이에 대한 우려가 증가하고 있다.

문화기술은 취재기획에 소요되는 시간을 절약하고 취재영역을 확대하는 효과를 가져왔으며, 또한 기사작성 즉시 인터넷을 통해 독자들에게 기사를 제공하는 것을 가능하게 했다. 인터넷신문의 경우 기사 검색을 통해 인터넷사용자가 원하는 기사별로 선별적 선택이 가능하

므로, 보다 능동적으로 신문을 볼 수 있다. 또한, 단행본 분야에서 눈에 띄는 소비형태의 변화는 E-Book의 출현으로, 현재는 시장의 가능성과 전략을 탐색하면서 서비스 제공을 위한 기술을 개발하거나 서비스를 시험하는 단계에 들어가고 있다.

방송분야도 제작비가 저렴해지고 고화질과 편의성을 동시에 얻고 있으며, 쌍방향적 방송이 가능해지고 있다(김광호, 2002). 게임산업은 한국이 특히 국제경쟁력이 높은 분야인데 디지털기술과 가장 밀접한 연관을 맺고 있는 분야이다. 오프라인을 기반으로 한 게임유통이 약화되고 온라인을 통한 게임의 유통이 확대될 것이다.

2) 개선책

문화기술의 발전은 그 자신에 의해서 이루어진다고보다 최근에는 정보통신기술(IT, *Information Technology*)에 의해 발달된 하드웨어의 기술을 응용하는 방향으로 이루어지고 있으며, 또한 CT의 발전 필요성에 따라 다시 IT의 발전이 이루어지는 쌍방향적 선순환모델을 기반으로 이루어지고 있다. 따라서 새로운 IT의 등장과 그에 대한 응용기술의 보급 및 정보확산이 CT의 경쟁력 확립을 위해서 가장 중요한 부분이라고 할 수 있다. 그런데 한국의 실정은 비록 세계적 IT기술의 확보와 이에 대한 하드웨어적 적용은 순조롭게 이루어지는 편이라고 할 수 있으나 그에 걸맞은 CT기술의 발전은 세계수준에서 더딘 편이라고 할 수 있다. 물론 세계적인 메이저 국가, 혹은 기업의 CT기술 개발 이후에 이를 습득·응용하는 국내의 수준은 다소 확보되어 있다고 할 수 있으나 지식정보사회에서 필수적인 선도적 기술의 개발과 콘텐츠의 확보는 더딘 편이 사실이다. 결국 IT와 CT가 접목되어 새롭게 부각하고 있는 CIT, 혹은 ICT 분야의 선도적 개발이 필요하고, 이를 위해서 현재 IT정책과 분리되어 있는 CT정책의 근본적 변화가 필요하다고 할 수 있다.

정부조직상의 문제로는 IT정책을 담당하고 있는 정보통신부와 CT

정책을 담당하고 있는 문화관광부의 정책상 불필요한 긴장 및 대립관계를 해소하는 방안이 필요하다. 이 연구의 뒷부분에서도 설명되겠지만 이를 위한 일차적인 해결방안으로는 범정부적 전담기관의 설립이 가장 바람직하다. 이미 정부조직으로 존재하는 두 기관의 실질적 협력과 정책의 조율은 두 기관의 상위개념으로서의 기관을 설립하는 방안이 가장 적절하기 때문이다.

CT의 발전을 위해서 필요한 또 다른 방법은 근본적인 저작권 문제의 조속한 해결과 이에 대한 정부의 적극적 문제해결자세라고 할 수 있다. 무선네트워크는 무선과 이동성을 충족하는 네트워크 접속기술을 무한적으로 확대 개발하여 서비스해야 한다. 특히 기술적 완성도가 유선네트워크에 비해 부족하고 상대적으로 높은 비용을 요구하고 있어, 이에 대한 해결책을 동시에 마련해야 한다. 특히 무선네트워크를 이용한 디지털콘텐츠의 소비는 젊은 휴대폰 사용자를 중심으로 급격히 늘어나고 있어 시급한 형편이다. 불법복제를 방지할 수 있는 기술은 스크램블링 기술, 디지털 서명기술, 워터마크 기술 등이 있지만, 관련 업체간 이해가 달라 아직은 표준화된 포맷은 등장하지 않고 있어 이에 관련된 기술을 시급히 개발해야 한다.

뿐만 아니라, 최근 MP3 파일을 재생하는 휴대폰의 시판을 앞두고 제작사와 음반제작자 및 음악산업 관련자의 갈등이 심화되고 있는 것은, 저작권문제가 해결되지 않은 상태에서 MP3폰이 시판되면 현재 음악산업의 문제점으로 지적되는 인터넷을 통한 무단 스트리밍 및 다운로드 서비스 문제가 악화될 수 있다는 문제 때문이다. 결국 이러한 문제는 기술에서 앞서가는 IT와 이에 대한 소프트웨어 기술 혹은 CT 관련자들 간 갈등구조의 표면화이며, 그 근본에는 콘텐츠의 저작권을 보호할 수 있는 기본적 장치의 부재가 있다고 해석될 수 있다.

정부의 역할은 이러한 갈등의 해결에 있어서 서로 대립적인 두 견해를 중재하고 향후 바람직한 발전과정을 형성하도록 도와주는 것이다. 즉, 새로운 기술 및 콘텐츠의 등장에 따른 저작권문제의 해결이 시급하며, 현재 검토되고 있는 저작권 관련 법률의 신속한 재정립과

이러한 문제의 해결에 있어서 정부의 적극적인 개입 및 중재노력과 자세가 산업에 긍정적 신호로 받아들여질 수 있어야 한다.

5. 해외 문화산업협력: 동북아 문화공동체

1) 현황과 문제점

장기적 비전을 달성하기 위해서 우리의 경쟁력을 바탕으로 독자적인 위상을 확립하는 것도 중요하지만, 한국·중국·일본을 중심으로 한 아시아지역에서 문화콘텐츠의 제작 및 배급의 영향력을 행사하는 전략의 추구도 필요하다. 사실 우리 문화산업의 비전달성은 전 세계의 문화산업이 합종연횡을 급격하게 이루는 현 상황에서 우리만의 독자적 역량으로서는 불가능하다. 우리시장이 가지는 협소함과 그로 인해서 피할 수 없는 규모의 불경제(*diseconomies of scale*)가 존재하며 결국 우리의 경쟁력을 독자적으로 세계수준까지 상승시키는 것은 오랜 시간이 필요한 것이다. 하지만 중국과 일본이라는 시장을 하나의 시장으로 인식할 수 있는 기반이 제공된다면 이러한 문제들이 어느 정도 해결될 여지가 존재한다. 결국, 이들 국가들과의 협력적 발전을 추구하는 전략이 우리의 중요한 방향이 될 것으로 예상된다.

이들 세 나라는 향후 문화산업에서 독자적으로는 미래가 불확실하다는 위기감을 공유하고 있다. 같은 위기감을 느끼고 있다는 것은, 역설적으로 해석하자면, 같은 전략을 협력하여 구축할 수 있다는 것을 의미한다. 더구나 이들 세 나라는 상당한 문화적 유사성을 가지고 있다. 더 없이 좋은 파트너가 될 수 있다는 가능성을 암시한다.

삼국간에 문화산업에 대한 분업체계를 갖추으로써 시너지효과를 누릴 수 있다. 한국은 문화콘텐츠 시장의 역동성·우수인력·콘텐츠 생산능력 등을 보유하고 있고, 중국은 대규모 잠재적 시장·풍부한 콘

텐츠의 원천 등에서 유리하며, 일본은 풍부한 자본·첨단기술·기획·마케팅 등 문화상품의 시스템 경쟁력 측면에서 우수하다. 이러한 삼국의 문화산업조건을 서로 활용하고 협력한다면 각국의 문화산업을 한층 발전시킬 수 있을 것이다. 즉, 문화의 세계화 파고를 헤쳐나가는 방안으로 한·중·일 간의 지역적 협력을 고려해야 하는 것이다 (한국문화관광정책연구원, 2002).

이를 위해 현재 한국의 아시아문화교류재단이 중심이 되어 아시아 각국의 문화산업 관련 기관 및 단체, 전문가 등과 네트워크를 형성하여 아시아 각 국가들과 문화산업 교류증대 및 협력을 강화하고 있다. 또한, 한국문화콘텐츠진흥원은 중국과 문화산업포럼 개최하고 한국과 중국의 문화콘텐츠산업의 문화산업정책과 합작사례, 교류방안을 모색했다.

그러나 동북아 문화산업협력에 대한 필요성에도 불구하고 다음과 같은 장애요인을 고려해야 한다. 우선 한·중·일 세 나라는 1인당 국민소득 등의 경제적 격차가 심하며, 민족주의·국가주의의 전통이 강하기 때문에 협력의 이점이 분명하지 않다면 이를 받아들이지 않을 것이라는 점도 중요하다. 그리고 중국은 향후 문화시장의 발전잠재력이 매우 크지만 현재 각종 규제 등으로 실질적 개방과는 거리가 먼 상태라는 점 역시 하나의 장애요인이다.

2) 발전방향과 개선책

(1) 정부간 행정적·제도적 지원을 전제로 한 비즈니스 토대 마련

동북아 문화공동체 형성은 일차적으로 해당 국가들의 정부간 필요성의 공감과 협력구조 형성이 기본적으로 이루어져야 가능한 일이다. 이를 위해서 우리 정부는 이러한 대명제의 추진에 있어서 이니셔티브를 주도하고 해당 국가의 관련 부처에 대한 지속적 관심과 협력을 추구해야 한다.

먼저 국내의 문화관광부 등 관련 부처에 동북아 문화공동체 형성을

위한 데스크포스팀을 구성하고, 해당 국가들이 서로 이익을 얻을 수 있는 Win-Win 방안을 강구해야 한다. 이러한 방안에는 해당국이 이러한 공동체를 형성해서 얻을 수 있는 실제적 이익과 향후 청사진이 명확하게 포함되어야 한다. 이는 공동체 형성의 필요성을 해당국들에 설득하고 그들의 실제적 관심을 끌어내기 위한 것이며, 결국 대명제를 향한 첫 번째 실제적 정책의 시발로 볼 수 있다. 우리 정부가 이렇게 진지한 자세로 시작하고 있다는 사실 자체가 해당국들에게는 하나의 사인으로 인식될 수 있으며, 이를 통해 해당국들의 진지한 노력을 유도할 수도 있을 것이다.

이러한 노력들이 가시화되는 시점에서 각 국의 관련 정책입안자, 연구자들이 함께 동북아 문화공동체라는 대명제를 논할 수 있는 포럼 형태의 장을 만드는 것이 우리 정부의 다음 과정이다. 정기, 혹은 부정기 포럼을 통해서 해당국의 관련자들이 서로 자유롭게 입장을 정리하게 하며, 더 나은 결과를 형성하기 위한 기회로 활용할 수 있을 것이다. 또한 이러한 포럼의 확대를 통하여 해당국의 여론 및 정책형성자들에 대한 인식의 확산도 기대해 볼 수 있다. 그리고 필요하다면 이러한 포럼이 하나의 중심을 갖기 위해 해당국 정부 공동, 혹은 우리 정부의 단독부담으로 적절한 장소에 하나의 연구기관을 설립하는 방안도 이 시점에서 적극적으로 모색할 필요가 있다.

문화공동체 구축을 위해서는 비자 및 통관문제의 완화도 필요하다. 공연 및 영화제작에 필요한 물품의 통관에 애로점이 많다. 예를 들면, 특수분장용 화장품 등은 화학용품이기 때문에 통관상에 애로점이 있거나 6mm 이상의 카메라 및 방송용 카메라에 대한 통제 등이 이루어지고 있다. 따라서 향후 한·중 간의 문화산업협력이 확대될 경우 이에 대한 규제완화가 요구된다.

또한, 중국과 연계한 저작권 정비가 필요하다. 중국과 베트남의 경우 프로그램 및 공연에 대한 심의와 규제가 심하고, 국내 프로그램과 음반의 저작권이 보호받지 못하고 있는 점을 감안하여 정부는 시장진입장벽 완화 및 저작권 보호를 위한 적극적 대책을 강구해야 한다.

(2) 정확한 정보제공

동북아 문화공동체의 형성을 위해서 해당국 정부간 관심의 확산과 실제적 협력 못지 않게 중요한 것은 각국의 환경 및 산업 현황에 대한 정확한 정보의 수집과 이의 분석이라고 할 수 있다.

현재 한국문화콘텐츠진흥원의 중국사무소 등이 이러한 역할을 수행하고 있지만, 그 기능과 조직이 제한되어 있어 단순한 연락업무 및 기초정보수집 이외에는 불가능한 것이 현실이다. 또한 중국에 대해 국내에서 접할 수 있는 신문이나 잡지에서는 과대 포장하는 경향이 있거나 또는 중국에 대한 선입견이나 편견에서 비롯된 정보가 상당수 있다. 따라서 동북아 문화공동체를 형성하기 위한 주요 국가에 한국 문화콘텐츠진흥원의 사무소를 개설하고 이미 개설되어 있는 지역의 경우에도 그 조직과 기능을 대폭 확대하여 실질적 기능의 수행이 가능하도록 해야 한다.

또한 이와는 별개로 존재하는 문화관광부의 문화원 또는 한국관광공사의 해당국 지점과 연계하여 문화, 예술, 관광 분야에 대한 포괄적 정보의 수집과 분석이 이루어지도록 해야 한다. 여기에 최근 문화산업에 대한 관심을 표방하고 있는 전국경제인연합회의 문화산업특별위원회와 연결하여 우리 대기업의 해당지역 거점기관과 적극적으로 연결하여 민간기업 차원에서의 생생한 정보도 수집하는 것이 바람직하다. 특히, 대기업 종합상사의 경우 해당국 관련 정보의 수집이 탁월하므로 이를 활용할 수 있는 네트워크 형성이 필요하다. 다만 그러한 민간기업의 정보수집과 공유에는 그에 적절한 인센티브가 필요하므로 수집·정리된 정보와 분석결과를 공유하는 방식으로 이루어져야 할 것이다.

(3) 인적 교류의 확대

동북아 문화공동체 형성을 위한 협력 및 교류에서 가장 중요하고 확실한 방법이 사람의 교류라고 할 수 있으며, 이는 국내 관련자들의 해당국 진출과 반대로 해당국 관련자들의 국내 진출 두 가지로 요약

할 수 있다.

먼저 국내 관련자들의 해당국 진출은 전략지역에 대한 진출을 적극 지원하는 형태로 이루어져야 하며, 이를 위한 방안으로 다양한 인턴십제도와 해외 교류 프로그램에 참석하는 사람들에 대한 실질적 경비 지원을 들 수 있다. 또한 지역전문가제도를 도입할 수 있다. 예를 들면, 한국문화콘텐츠진흥원에서 지역별 전문가 육성 프로그램을 구성하고 소정의 자격을 갖춘 사람들이 해당 지역에서 일정기간 정보수집, 산업활동 영위 등을 거치면 그 지역전문가로 인증하고, 향후 확대될 해당지역 사무소 근무 등 여러 인센티브를 부여하는 방안도 고려할 수 있다.

해당국 관련자들의 국내 진출도 우리가 이니셔티브를 쥐고 적극적으로 활용할 수 있는 방안이라고 할 수 있다. 어떻게 보면 일본을 제외하고는 동북아 문화공동체의 해당 국가들의 유능한 인력들에게 한국에서 일정기간 유학을 한다거나 한국에서 인턴십을 할 수 있다는 사실은 상당히 매력적인 조건이라고 할 수 있기 때문에, 우리 정부의 주도적 노력으로 국내 관련 학과에서의 유학 및 해당 기업에서의 인턴십제도를 도입한다면 상당한 효과를 거둘 수 있을 것이다. 이는 단지 이들 해당국 관련자들의 문화산업에 대한 이해와 관심을 확산시킨다는 측면 이외에 한국을 알리고 한국에 호의적인 문화산업 관련자들을 확대한다는 효과도 기대할 수 있다. 또한 이렇게 형성된 네트워크를 중심으로 향후 동북아 문화공동체에서의 실제적 효과들도 기대할 수 있게 된다. 이러한 제도의 실행을 위해서 정부는 문화관광부의 인력교류 프로그램과 외교통상부의 국제교류재단(Korea Foundation)을 적절하게 활용할 필요가 있다.

6. 문화행정과 제도

1) 현황과 문제점

문광부, 산자부, 정통부는 IT산업에 관하여 서로 업무영역에 있어 약간의 갈등이 있어 조정회의 등을 통해서 해결하고 있다. 문화산업과 관련된 사항은 문화산업진흥기본법에 명시되어 있으며, 정통부의 온라인디지털콘텐츠산업발전법과 달리, 제4조에서 문화관광부가 디지털문화콘텐츠를 포함한 문화산업의 주무부처임을 명시하고 있다.

지원기관별 관장업무를 보면 기본영역은 상이하나 일부 기능은 중복되고 있다. 영화진흥위원회의 극장용 애니메이션 포함(영화 중심), 한국방송영상산업진흥원의 방송용 애니메이션과 한국문화콘텐츠진흥원의 애니메이션 관련 업무를 들 수 있다. 법률에서 살펴보았듯이 정부직제 및 관련 법률간의 업무충돌에 따라 문화부와 정통부산하 기관의 지원체제도 충돌하고 있다.

하나의 산업을 국가가 전략산업으로 육성하기 위해서는 진흥책이 필요하며, 이를 입법화하는 것이 진흥법이다. 문화산업의 대표적 법률로는 문화산업진흥기본법을 들 수 있다. 그 다음 어느 정도 산업이 성장하면 이에 대한 권리관계정립 등을 위해서 저작권법과 같은 보호법이 작용한다. 그리고 산업의 우후죽순식 성장과 난립 등 부작용을 방지하기 위해서 일정한 규제내용이 추가 된 '음반·비디오물및게임물에관한법률'과 같은 규제법이 작용한다.

우리나라 법제의 역사를 살펴보면, 1957년 저작권법이 제정되었고, 다음으로 음반에 관한 법률에서 출발한 음비게법, 영화진흥법 그리고 문화산업진흥기본법의 순으로 제정되어 산업성장단계별로 진화하지는 않았다. 한편 2002년 8월 제정된 출판및인쇄진흥법 등은 법의 명칭이 진흥법이지만 간행물윤리위원회의 설치·운영 등 사실상 규제적 측면도 같이 작용한다. 따라서 현재 우리나라의 문화산업과 관련

된 법률은 진흥법, 보호법, 규제법이 혼재되어 있다고 하겠다.

문화산업은 저작권기반의 산업이기 때문에 문화콘텐츠의 창작환경 조성을 위해서는 저작자 보호와 관련된 법·제도개선이 무엇보다도 필요하다. 1996년 WIPO 저작권조약(WCT)과 WIPO 실연 및 음반조약(WPPT)의 성립 이후 미국의 디지털밀레니엄저작권법(DMCA), 일본의 저작권법 개정 등 세계적 추세에 따라 우리나라도 2003년 저작권법을 일부 개정하여 DB제작자의 보호, 온라인서비스제공자(OSP)의 책임, 기술보호조치와 권리관리정보의 보호 등이 정비되었다. 하지만 저작권법이 정비되기 전에 2002년 온라인콘텐츠제작자를 보호하는 규정이 온라인디지털콘텐츠산업발전법에 규정되어 적지 않은 혼란을 초래하고 있다. 특히, 문화산업 중 문화콘텐츠의 투자·제작자의 근거가 되는 저작권법상 DB보호규정과 온라인 디지털콘텐츠산업발전법상 온라인디지털콘텐츠제작자 관련규정과 관계를 통한 보호법제가 필요하다(한국문화콘텐츠진흥원, 2003).

2) 개선책

(1) 문화산업정책을 담당하는 범정부적 민관기구

지식정보화시대의 한국 문화산업을 발전시키기 위해서는 한국 문화산업정책의 비전과 전략을 수립하고 이를 추진할 범정부적 민관기구가 탄생해야 한다. 현재 문화관광부·정보통신부·산업자원부가 문화산업정책에 관련되어 있어 부처간의 영역다툼과 갈등이 엄연히 존재하고 있기 때문에, 부처의 시각을 뛰어넘어 국가 100년 대계를 모색할 초부처기구가 필요하다. 참여정부는 현재 여러 대통령직속 국정과제위원회를 두어 대통령이 직접 추진하고 있는데, 문화산업정책도 대통령의 지속적 관심과 추진 없이는 결코 성공하기 어렵다. 대통령직속 문화산업담당 국정과제위원회(가칭 문화산업정책위원회)는 청와대 문화수석의 역할을 대신할 수 있을 것이며, 잘 운영하면 수석보다 더 나은 대안일 수도 있다.

(2) 관련 법령 개정

관련 법령의 개정기준은 공공재 성격이 강한 인프라 확충, 유통현대화, 기술개발, 전문인력 양성, 창작소재 다양화 지원 등 민간이 자율성을 갖고 최대한 창의력을 발휘하여 경쟁력 있는 문화상품을 제작할 수 있게 정비하는 데 초점을 두어야 할 것이다.

먼저 저작권법은 문화콘텐츠 보호역할을 할 수 있도록 주요국의 문화산업 및 법제의 동향을 지속적으로 반영해야 할 것이다. 그리고 음반·비디오물및게임물에관한법률, 청소년보호법, 방송법 등 문화산업 관련법과 의장·상표법 등 산업재산권법, 세제, 관세 관련 법·제도 또한 디지털문화콘텐츠의 특성에 맞게 유연하게 정비할 필요가 있다.

문화산업의 지원 및 진흥을 위해서는 문화콘텐츠의 기획·제작 지원, 전문인력의 양성, 산학협력을 통한 협동개발·연구 촉진, 유통의 활성화, CT(Culture Technology) 기술개발의 촉진, 문화산업진흥지구 조성, 기금확보 등이 필요하며, 이는 문화산업진흥기본법에 의하여 지속적으로 추진될 수 있어야 한다. 문화산업진흥기본법은 최근 디지털화 등의 문화산업의 급속한 환경변화에 따라 2002년 1월 16일 일부 개정되어 콘텐츠·디지털콘텐츠·디지털문화콘텐츠·멀티미디어콘텐츠 관련 정의규정의 신설·정비 및 이와 관련한 디지털식별자, 표준화, 품질인증, 유통 촉진 등의 규정이 정비되어 문화산업의 디지털화에 능동적으로 대처하고 있다.

그러나 앞으로도 문화산업진흥기본법을 통하여 지속적인 지원 및 진흥이 필요한데, 최근의 순수예술분야의 산업화에 따른 기획·제작 지원, 3D 애니메이션 제작기술 등 지속적 CT기술개발의 촉진, 해외 수출정보 등 문화콘텐츠 관련 산업의 정보제공을 통한 수출촉진 및 내수산업의 활성화, 국민의 저작권 의식 제고, 실질적인 유통활성화를 위한 관련 조항의 지속적인 정비가 필요하다.

(3) 정보화시대에 적합한 저작권제도

문화산업은 거대한 자본의 형성이 강한 경쟁력이다. 미국의 문화산

업이 오늘날 경쟁력을 갖게 된 것은 저작권법에 의해 보호를 받아 거대 문화자본이 탄생하게 된 것도 중요한 이유이다. 특히 IT환경에서 저작권 침해 문제는 특별한 고려를 필요로 하기 때문에 면밀한 검토와 장기적 시각, 그리고 정책효과적 측면을 종합적으로 고려하여 결정해야 한다. 저작권의 강화는 문화산업 발전의 가장 중요한 요소임을 잊어서는 안 된다.

현재 한국의 저작권 보호에 있어 가장 큰 문제는 단속과 적발의 이원화이다. 이원화 문제로 인한 저작권 보호 미흡은 문화경찰을 창설하는 문제로 어느 정도 해결될 수 있다. 문화경찰을 경찰 내의 정식 부서로 두면 오직 저작권 문제에만 전념할 수 있기 때문에 저작권 보호가 강화될 것이다.

7. 문화산업투자

1) 문화산업투자 현황과 문제점

문화산업은 산업화 초기단계로 투자효과가 단기간에 나타나기 어렵고, 기획과 마케팅 등의 단계에서 고비용이 투입되며, 투자회수기간이 긴 반면 문화산업의 영세성으로 초기자금 부족 및 투자자 리스크가 크다. 문화관광부는 문화산업진흥기금 및 영화진흥기금에서 일정 금액을 투자조합에 출자하고 있지만, 문화산업진흥기금은 2004년 이후 국고출연이 종료됨으로써, 재원확보방안이 필요하다(한국문화정책개발원, 2000). 예를 들어, 애니메이션산업의 경우, 단순 OEM 시장에서 창작시장으로 전환되는 과정이어서 많은 자금이 필요한 시점임에도 이에 관한 자금환경은 매우 취약한 실정이다. 또한 콘텐츠의 기획제작사가 영세하고 관리가 미비함에 따라 투자자의 신뢰가 떨어지고 투자의 연속성 및 투자수익성이 낮아지고 있다.

문화프로젝트에 대한 수익평가모델이 정립되어 있지 않아서 합리적이고 효율적인 자원배분과 프로젝트 관리가 결여되어 있다. 기획사들의 업력이 짧아서 기업화된 관리시스템이 취약하다. 문화산업에 대한 투자결정시 투자가치 판단의 기준이 되는 평가모델이 없으므로 투자 판단의 지표로 활용할 수 있는 기준이 필요하며, 투자유치자간의 인식차이도 크다. 개인이나 공공자금지원(투·융자)을 담당하는 벤처캐피탈이나 금융(보증)기관의 경우, 기술력이나 사업성을 평가할만한 전문인력이 부족하다. 콘텐츠의 기획·제작과정에서의 비용 및 수익에 대한 합리적 산정이 필요하고, 무엇보다 시장에 대한 보다 객관적이고 정확한 분석을 담당할 전문인력이 부족하다.

문화산업 부문에의 자금투자의 수익 및 비용에 대한 사후관리체계가 취약하여 자금흐름에 대한 투명성이 확보되어 있지 않다. 프로젝트투자방식이 금액으로는 74.1%, 건수로는 78.8%를 차지하고 있으나, 투명성을 제고할 법적·제도적 인프라 구축은 미흡한 상황이다. 민간여유자금을 유인하기 위해서는 투자자의 입장에서 비용 및 수익을 명확하게 알 필요가 있는데, 이에 대한 정보가 미흡하다. 제작과정에서 증빙처리를 할 수 없는 비용발생, 지출비용의 제작과의 관련성 여부가 모호함 등으로 인하여 업계의 투명성 확보가 어렵다. 흥행성이 어느 정도 보장된 프로젝트에 대한 기존 투자자들의 정보독점으로 신규투자자의 진입이 어려운 상황이다.

문화콘텐츠 창작자와 기업이 창의력을 발휘하고 문화산업계의 자율성 확보를 위해서는 규제 중심의 법·제도는 최소화하고 육성·지원은 최대화될 수 있도록 지속적인 개선이 필요하다. 청소년보호법의 유해매체물의 범위에 만화를 언급하고 있고, 음반·비디오물및게임물에 관한법률에서는 음반, 비디오물 및 게임물의 제작·배급업을 주로 규제의 대상으로 파악하고 있다. 어느 정도의 규제가 필요한 부분도 있지만, 근본적으로 문화상품에 대하여 유해오락물로 접근할 것이 아니라 하나의 문화상품이라는 차원의 접근이 필요하다.

2) 개선책

(1) 민간여유자금과 해외자본 유인을 위한 대책

저작권보호만으로 문화산업 발전에 충분한 자본이 유입된다고 볼 수 없다. 투자활성화를 위한 별도의 제도적 환경을 정부가 마련해야 한다. 문화산업에 대한 투자인센티브가 제공되어 자본이 유입되어 축적되고 수익창출로 확장되는 선순환이 필요하다. 정부는 민간시장에 개입하기보다는 자본이 스스로 형성될 수 있도록 투자환경과 제도를 정비하고 구축할 필요가 있다.

문화산업투자는 정부지원만으로는 한계가 있기 때문에 민간여유자금을 문화산업으로 끌어들이 수 있는 제도적 유인책을 강구해야 한다. 투자조합에 출자 시 비과세혜택 및 소득공제를 통한 민간자금의 유인이 절대적으로 필요하다. 문화산업은 창업 초기에 고비용이 투입되는 관계로 세금감면이 필요하나, 조세특례제한법 제6조의 창업중소기업 범위에 방송산업(인터넷방송 제외)은 포함하고 있으나 영화산업 및 공연산업 등 문화산업은 포함되지 않아 창업에 있어 재정적 어려움이 있으므로 이에 관한 시정이 절대적으로 필요하다. 또한 현행 부가가치세법 제 12조 제 1항 제 7호에서는 도서·신문·잡지·판보·통신 및 방송에 대하여 일정한 요건을 갖춘 경우 면세를 하도록 정하고 있는데, 음반·게임·문화원형 등을 도서와 같이 문화상품으로 분류하여 부가가치세 면세 등 세제상 지원책을 마련할 필요가 있다.

문화산업 관련 업체에 대한 별도의 지원책 마련과 더불어 기존의 산업지원정책에 문화콘텐츠 업체들이 혜택을 받을 수 있도록 지원할 필요가 있다. 이의 가장 대표적인 기존 지원정책으로는 '벤처기업인증'이 있다. 문화산업 중 벤처기업인증 시 조세특례제한법에서의 세제감면혜택을 받을 수 있으나 1999년 8월 이후 현재 세제감면혜택이 영상물, 음반, 게임물 제작업에 한정되어 있어 문화산업 관련 기업에 애로사항이 있다.

국내시장을 극복하고 해외시장으로 진출하여 수익구조를 개선하기

위해서는 초기 개발단계에서부터 해외자본을 유치할 필요가 있다. 해외자본의 유입은 문화산업전문인력을 양성할 수 있는 기회도 제공하며, 선진국의 앞선 문화기술과 자본력을 습득할 수 있는 기회도 된다. 따라서 국내에서 후반작업을 위해 반입되는 외국산 문화콘텐츠에 대해 관세를 부과하지 않거나 대폭 감면해야 한다. 국산 문화콘텐츠 제작목적으로 수입되는 기자재 및 고가의 저작도구(소프트웨어)에 대한 특별소비세 폐지 또는 대폭 감소가 필요하다.

민간자율의 투자재원의 형성을 촉진하기 위한 투자조합출자자에 대한 세제지원 등 다양한 지원방안을 강구해야 한다. 완성보증제의 도입으로 자금조달 위험 및 프로젝트 수행 위험제거가 가능하다.

(2) 투자전문성 제고와 전문인력 양성

장기적으로 교육개혁이 중요하지만, 당장 단기적으로는 문화산업에 대한 안목과 경영마인드와 투자안목을 구비한 전문가의 태부족이 더 심각하다. 투자분석기법을 가진 전문가는 예술적 안목이 부족하고 예술적 안목이 있는 문화인은 경영기법과 분석기법이 부족하기 때문에, 이 두 가지 능력을 겸비한 전문인의 양성이야말로 한국 문화산업이 당면한 가장 시급한 과제이다. 결국 투자에 관한 전문성을 확보하기 위해서는 문화에 대한 식견을 가지고 합리적 비용산정과 객관적 시장분석을 담당할 전문인력이 문화산업에 대한 투자를 활성화하는 촉매역할도 수행해야 하는 것이다. 예를 들어, 문화산업 부문에 투자와 용자를 담당하고 있는 벤처캐피탈이나 금융 및 보증기관의 경우 문화산업프로젝트의 기술력이나 사업성을 평가할 만한 전문인력이 부족한데, 이를 위해 교육훈련을 통한 인재양성이 필요하다.

투자전문인력 양성이 민간부문에서 시장작동에 의해 실현되기 위해서는 많은 시일이 소요될 수도 있고 정보의 부족 등으로 인하여 시장이 작동하지 못할 수도 있기 때문에, 정부가 초기에 개입하여 인재를 양성하는 것이 바람직하다. 한국이 장기적으로 이러한 인재를 양성할 수 있는 교육시스템을 갖추기 전까지 하루하루 변하는 경쟁에 대비하

기 위하여 선진국에 문화인재를 파견하여 교육시켜야 한다. 매년 100 명씩만 선진국에 파견하여 선진기법을 배우게 하면 몇 년 안 가서 한국의 문화산업을 짊어질 문화전사들이 탄생하게 될 것이다. 즉, 선진국의 우수교육기관에 정부가 미래의 투자전문가를 파견하여 교육받도록 한다면 문화산업 초기에 부족한 인재를 양성할 수 있을 것이다.

일정 숫자의 투자전문가가 양성되면 시장에서 민간여유자금을 흡수하는 과정에서 투자전문가에 대한 수요가 발생하고, 투자전문가를 양성할 시장동기가 부여된다. 즉, 그들 중 일부는 시장에서 투자전문가로서 활동하고 일부는 교육기관을 설립하여 후진인력을 양성할 수 있게 된다. 그 이후에는 시장의 작동에 의해 투자전문가에 대한 수요가 증가하고 투자전문가의 증가는 민간여유자금의 문화산업유입으로 이어지면서 다시 투자전문가에 대한 수요가 증가하는 선순환이 시작될 수 있다.

(3) 회계의 투명성과 정보시스템

투자를 활성화하기 위해서는 투자자들이 프로젝트를 평가하고 사후에 수익과 비용을 측정할 수 있는 여건이 구비되어야 하는데, 문화산업의 회계투명성을 제고할 수 있는 법적·제도적 장치가 필요하다. 결국, 회계투명성은 수익공정성을 담보하기 위한 매우 중요한 장치인 것이다. 또한 문화산업의 각종 주요 지표에 대한 정보를 제공할 수 있는 정보시스템의 구축이 필요한데, 민간부문에서 이러한 정보시스템이 스스로 구축되지 않으면 정부가 구축하여 시장을 조성할 수 있는 기초로 사용할 수 있다. 예를 들어, 수익을 투명화하기 위한 집계표시스템 구축, 대표현황 등 수익을 파악할 수 있는 집계표시스템 도입 등이 필요하다(문화관광부, 2003b). 또한 문화산업 프로젝트의 투명성 제고를 위해 투자자금의 인수 주체가 되는 제작사와 분리된 페이퍼컴퍼니인 별도법인(SPC) 설립이 필요하다.

8. 결론

문화콘텐츠산업을 탄생시킨 디지털화, 그리고 이에 의해 촉발된 지식 정보화 시대의 특성과 문화에 대한 인식의 변화는 우리에게 문화정체성에 대한 몇 가지 변화를 요구하고 있으며 이 요구에 순응하는 것이 문화정체성을 유지하는 방법이다(김휴종, 2001).

가장 먼저 네트워크로 이루어지는 디지털 시대에 문화정체성은 독자성(*Uniqueness*)과 보편성(*Universality*)이 동시에 담보되어야 한다. 또한 문화정체성은 또한 그것을 향유하는 향유자, 혹은 소비하는 소비자의 요구에 충분히 부합해야 한다. 즉, 적합성 혹은 부합성(*Conformity*)을 담아야 한다. 사이버 공간에서의 소비 및 문화활동으로 인하여 문화적 가치와 상품에 대한 소비자의 요구가 그대로 문화 자체의 성격과 형태를 변화시킬 수 있는 것이 디지털 시대이다. 마지막으로 문화의 정체성에는 사회의 급변에도 불구하고 항상 세계문화의 핵심고리를 변함 없이 차지할 수 있는 항구적(*Permanency*) 요소가 포함되어야 한다.

우리의 문화콘텐츠를 개발하고 그것을 적극적으로 발전시키는 정책 방향은 개발 자체의 지원에만 치중하지 않는 다각적이고 장기적인 접근하에서 이루어져야 한다. 그러기 위해서는 콘텐츠 개발인력의 양성, 우리만의 독창적 콘텐츠 개발 및 환경조성, 세계시장의 개척을 통한 위상확립이라는 세 가지의 큰 틀에서 이루어져야 한다.

콘텐츠의 개발에 앞서 이러한 콘텐츠의 중요성을 명확히 인식하고 비전을 가진 전문 인력을 양성하는 것은 단기적인 봄에 그치지 않는 다원적 창조의 원천을 확립한다는 측면에서 중요하며, 그러한 기반 위에서 개발을 위한 법률 및 유통구조의 환경이 조성되어야 하고, 바로 그 환경과 인력을 기본으로 개발이 이루어져야 한다는 의미이다. 또한 더 나아가 우리시장에서의 콘텐츠 개발과 보급의 확산은 세계시장이 글로벌화되는 현 상황에서 단지 국내시장에서의 성공만으로는

장기적 담보가 이루어질 수 없으므로, 세계시장에서 위상을 확립하고 이러한 위상을 바탕으로 우리의 문화콘텐츠가 지속적으로 생성·보급하는 비전을 가져야 할 것이다.

문화콘텐츠 R&D 역량을 강화하고 최근에 새로운 개념으로 대두된 CT를 육성하는 방안에도 집중적인 노력이 이루어져야 한다. CT는 일반적으로 문화콘텐츠를 디지털화하는 기술로 인식되고 있으나, 보다 넓은 의미에서 '디지털 문화콘텐츠를 창조·개발·유통(보급)하는 지적 Know-How 및 물리적 기술'로 해석할 필요가 있다. 즉, 문화콘텐츠의 디지털화 과정에서 IT는 CT로 변용(*Transform*) 되고, CT는 디지털 문화콘텐츠의 주요 발전요인으로 등장하고 있으며, 바로 이러한 기술과 지식을 확대재생산하는 방안들이 연구되어야 할 것이다.

한국 문화산업이 '동아시아 시장을 기본으로 하는 세계적 메이저(*Global Major*)'라는 장기목표를 이루기 위해서는 중국·일본과의 연계가 필수적이다. 할리우드콘텐츠와 유럽콘텐츠에 대항한 아시아적 콘텐츠의 형성이라는 공동목표를 가지고 중국·일본과 연계해야 하며, 유럽국가의 유럽영화 블록과 비슷한 개념의 한·중·일 문화산업 협력관계를 형성하여 아시아 시장에서의 우위를 확보하는 것이 해외 시장에 대한 세부과제로서 가장 시급하고 절실한 문제이다(Miller & Yudice, 2002).

단기적으로는 북경올림픽과 WTO 가입을 통해 급속하게 확대될 것으로 보이는 중국시장의 공략에 주력할 필요가 있다. 중국 문화산업의 성장을 한국 문화산업이 세계시장에서의 위상을 확립하는 기회로 활용해야 한다. 즉, 중국 문화산업의 성장이 우리에게 ① 시장규모의 확대 ② 국제적 경쟁력 제고 ③ 세계시장으로의 진출이라는 선순환 고리가 형성되는 기회가 되도록 해야 한다는 것이다. 중국시장을 활용하기 위해서는 장기적인 접근이 필요하다. 중국시장에서 현재와 같은 '한류'를 유지하고 '중국 특수'의 최대수혜국이 되기 위해서 장기적이고 미래적인 의미에 더 큰 비중을 두어야 한다는 것이다. 단기적으로는 콘텐츠를 공동으로 생산하는 시도들을 통하여 이 시장에서 입지

를 강화해야 하며, 장기적으로는 콘텐츠의 기획 및 주요 생산요소의 공급을 우리가 담당하고 이들 시장에서 기타 생산에 필요한 요소의 공급과 생산활동이 이루어지는 분업체계를 형성해야 할 것이다.

■ 주

- 1) 이 논문은 2002년도 한국학술진흥재단의 지원에 의해 연구되었음(KRF-2002-042-B00194).
- 2) 정보화 시대에 미국의 분권화된 시스템이 과연 적절인가에 대한 의문은 NEA의 담당자가 인터뷰에서 제기하였다.

■ 참고 문헌

- 강상현. 1996. 《뉴 미디어 패러독스: 정보통신 혁명과 한국 사회》, 서울: 한나래.
- 권남훈. 2000. 《콘텐츠의 산업화에 따른 시장변화 및 발전전략연구》, 서울: 정보통신정책연구원.
- 권태환. 1997. 《정보사회의 이해》, 서울: 미래디자인사.
- 김광호. 2002. 《디지털지상파방송 기술과 미디어 균형발전 방안》, 서울: 서울산업대 방송위원회.
- 김휴종. 2001. “문화정책성의 맥락에서 본 문화산업 정책의 방향,” 《문화정책논총》 제 13집.
- 문화관광부. 2001. 《콘텐츠 코리아 비전 21》, 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. 2003a. <참여정부 문화산업정책 비전 보고회>, 서울: 문화관광부.
- 산업연구원. 2000. 《지시기반경제의 이론과 실제》, 서울: 산업연구원.
- 유지연. 2002. 《e-learning과 디지털 리터러시》, 서울: 정보통신부.
- 이은석. 2002. 《제 5의 물결》, 서울: 명림.
- 이인찬. 2000. 《정보통신기술이 콘텐츠산업에 미치는 파급효과 분석》, 서울: 정보통신정책연구원.
- 정건화. 1998. 정보화의 진전이 노동시장에 미치는 영향. 《정보통신학술연구과제 지연》, 97-09.
- 정보통신부. 2003. 《정보화에 관한 연차보고서》, 서울: 정보통신부.
- 정보통신정책연구원. 2003. 《한국 IT산업의 경쟁력 평가 및 시사점》, 서울: KISDI.
- 하원규 외. 2003. 《유비쿼터스 IT혁명과 제3공간》, 서울: 전자신문사.
- 한국문화관광정책연구원. 2002. 《한국문화산업의 동북아지역 진출활성화 및 협력방안 연구》, 서울: 한국문화관광정책연구원.
- 한국문화정책개발원. 2000. 《문화콘텐츠산업 진흥방안》, 서울: 한국문화정책개발원.
- 한국문화콘텐츠진흥원. 2003. 《문화콘텐츠산업 중장기 발전전략 연구》, 서울: 한국문화콘텐츠진흥원.

한국전산원. 2003. 《국가정보화백서》, 서울: 한국전산원.

아라카와 히로키·히다카 쇼지. 2003. 《손에 잡히는 유비쿼터스》, 성호철(역). 서울: 전자신문사.

Bradford, Gigi., Gary, Michael., & Wallach, Glenn. 2000. *The Politics of Culture*, The New Press.

Caves, Richard E. 2000. *Creative Industries*, Harvard Univ Press.

Colebatch, H. K. 1998. *Policy*, Open University Press. Buckingham.

Drucker, Peter F. 1993. *Post Capitalist Society*. Harper.

Druker, Peter. 1995. *Next Society*, 이재규 역. 2002. 《자본주의 이후의 사회》, 서울: 한국경제신문사.

Frank, Robert H. & Cook, Philip J. 1995. *The Winner-take-All Society*, NY: Penguin Books.

Howlett, Michael. & Ramesh, M. 1995. *Studying Public Policy*, Oxford University Press.

Lewis, Justin. & Miller Toby. 2003. *Critical Cultural Policy Studies*, Blackwell Publishing.

Machlup, Fritz. 1964. *The Economics of Information and Human Capital*, NY: Princeton Univ Press.

Miller, Toby. & Yudice, George. 2002. *Cultural Policy*. Sage.

Mundy, Simon. 2000. *Cultural Policy*. Council of Europe

OECD. 1996. *The Knowledge-Based Economy*. Paris: OECD.

United Nations. 2003. *A Possible Structure for the Revised International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC), Revision 4*.

<http://bulam.sunt.ac.kr/~wipaik/essay5.html> (백옥인. 1996. 《네트와 디지털 문화》.)

http://hpcs.sogang.ac.kr/research/bk2_01.html#text1

<http://unstats.un.org>

<http://www.culture.gouv.fr>

<http://www.culture.gov.uk>

<http://www.fes.uwaterloo.ca/crs/plan674d/castellspaper.pdf>

<http://www.france.diplomatie.fr>

<http://www.mic.go.kr/index.isp> (9대 신성장 동력 공청회, 정보통신부 홈페이지)

<http://www.ukoraforum.or.kr>