

공개토론회 자료

본 자료는 2008. 6. 24.(화) 朝刊부터
보도하여 주시기 바랍니다.

2008~2012년 국가재정운용계획

- 문화·관광 분야 -

- 2008년 6월 23일(월) 17:00 ~ 19:00
- KDI (별관 2층 대회의실)

국 가 재 정 운 용 계 획 문화·관광 분야 작업반

동 자료는 '08~'12년 국가재정운용계획 문화·관광 분야 작업반에서
준비한 자료로서 정부의 공식적인 입장은 아님을 유의하여 주시기 바랍니다.

프 로 그 램

16:30 ~ 17:00

등록 및 네트워킹

17:00 ~ 19:00

문화콘텐츠산업 발전방향및 지원방안

주 제 1 : 문화콘텐츠산업의 현황과 발전방향

사 회 : 박조원 (한국문화관광연구원 문화산업연구실장)

발 제 : 이병민 (청강문화산업대학 교수)

토 론 : 고정민 (삼성경제연구소 수석연구원)

김낙중 (문화체육관광부 문화산업정책과장)

김일호 ((주)오콘 대표)

심상민 (성신여자대학교 교수)

이계문 (기획재정부 문화방송예산과장)

주 제 2 : 융합기술 활성화를 위한 CT 분야 연구기관 설립에 대한 제반 의견 검토

사 회 : 박조원 (한국문화관광연구원 문화산업연구실장)

발 제 : 김동호 (숭실대학교 미디어학부 교수)

토 론 : 김낙중 (문화체육관광부 문화산업정책과장)

유승호 (강원대학교 영상문화학과 교수)

이계문 (기획재정부 문화방송예산과장)

이인호 ((주) 매크로그래프 대표)

조성룡 (한국문화산업마케팅진흥협회 부회장)

목 차

쟁점토론 1 : 문화콘텐츠산업의 현황과 발전 방향

I. 서론	3
II. 이론적 논의	5
1. 문화산업의 개념	5
2. 문화산업의 특성과 효과	7
3. 문화산업정책 관련 선행연구	10
III. 문화산업정책의 경과와 성과	13
1. 문화산업정책의 경과	13
2. 문화산업의 현주소 : 성과와 문제점	20
IV. 문화산업 지원정책의 이념과 평가	27
1. 문화산업 지원정책의 이념	27
2. 문화산업 정책의 평가	30
V. 문화산업정책의 향후 방향	38
VI. 결론	42

쟁점토론 2 : 융합기술 활성화를 위한 CT 분야 연구기관 설립에 대한 제반 의견 검토

I. 서론	49
II. 문화기술(CT)의 개념 및 환경 분석	52
1. 문화기술의 개념	52
III. CT 분야 연구기관의 필요성	55
1. 국내외 환경의 변화	55
2. 연구기관의 필요성	58
IV. CT 분야 연구기관의 기능 및 역할	59
1. 연구기관 역할에 대한 전반적 고찰	59
V. CT 분야 연구기관 설립에 대한 검토 의견	62
1. 정부출연연구소로서의 설립 필요성	62
2. 기본 R&D 기능에 다양한 요소들을 결합할 때의 시사점	63
3. 연구기관 설립형태별로의 시사점	65
4. 설립 방안 제안 - 기존 기관들의 결합을 통한 설립	69
VI. 결론	74
1. CT 분야 연구기관의 설립 필요성	74
2. CT 분야 연구기관의 기능 및 설립 형태	75

쟁점토론 1

문화콘텐츠 산업의 현황과
발전방향

I. 서론

제조업 중심의 산업성장이 한계에 다다르면서, 국내외를 막론하고, 새로운 성장 동력의 발굴하여 국가경쟁력을 어떻게 높일 것인가에 대한 관심이 높다. 특히, 수출에 의존하여 국가경제를 일으킨 우리나라의 경우 반도체, 자동차, 정보통신 등과 같은 효자산업에 뒤이어 포스트-IT 산업의 발굴에 힘을 기울이고 있다. 문화산업은 이러한 상황에서 차세대 성장 동력으로서 하나의 유력한 대안으로 떠오르고 있다.

미래학자들은 산업발전의 축이 제조업생산에서 지식기반 서비스산업으로, 더 나아가 최근에는 창의적인 문화산업이 기반이 되는 콘텐츠기반 경제(content based economy)와 체험경제(experience economy)의 시대로 옮겨가고 있다고 주장하고 있다.¹⁾ 기술적인 발전과정을 따르면, 하드웨어 시스템과 PC의 시대, 네트워크의 시대를 거쳐 다음 단계는 콘텐츠가 중심이 되는 '문화'의 시대가 되리라고 예측되고 있으며, 이에 따라 문화복지, 삶의 질이 더욱 중요시되고 있다(Moschella, 1997).

우리나라도 문화산업을 국가의 기간산업으로 인식하고, 적극적인 지원을 시작한 김대중 정부에 이어 참여정부 들어서도 2004년 '창의한국', '참여정부 문화산업 정책비전'의 제시에 이어 2005년 'C-Korea 문화강국 2010' 계획을 발표하면서 문화산업 지원 정책이 본격적으로 경주되었으며, 새로운 정부에서도 이를 이어 문화산업을 육성하기 위해 노력을 경주하고 있다. 이에 대해 현재에 대한 간략한 평가와 향후 전망을 논해보

* 본 원고는 「인문콘텐츠」 제 9호(2007) “참여정부 문화산업정책의 평가와 향후 정책방향”(201-230) 원고를 중심으로 일부 수정한 것임

1) 볼프엔센, 「미래는 문화다:경험경제로의 길」, 글로벌 문화포럼(2007. 3. 28) 중

고자 한다. 새로운 정부가 들어선지 얼마 되지 않은 까닭에 외형상의 변화만을 보고 평가하는 것은 한계가 있기는 하지만, 참여정부의 정책을 중심으로 방통융합 등 다양하고 시급한 주제가 문화산업의 변화와 발전에 영향을 미치고 있는 현 시점에서 이는 반드시 필요한 일이라고 여겨진다.

본 발표는 이에 문화산업정책평가의 준거가 되는 문화산업의 개념과 특성을 설명하고, 정책평가 관련 연구를 검토한 후, 그간의 문화산업정책의 경과에 따른 성과와 문제점을 논하고, 그에 따른 지원정책의 이념, 평가를 통해 향후 정책방향을 상정하고자 한다.

II. 이론적 논의

1. 문화산업의 개념

최근 엔터테인먼트 산업을 중심으로 문화가 국가경쟁력의 동인으로 작용한다는 연구결과들이 많이 나오고 있다. 그러나 문화가 갖는 질적인 특성 때문에 경제적 효과를 측정하는 데는 한계가 있다. 문화산업의 문화상품의 생산이라고 하는 것이 근본적으로 직관적이며, 감정적이기 때문이다(Oakley, 2004). 문화산업에서는 '문화'와 '상업 활동'이 중복되면서 그 경계를 판별하는 것이 어려우며, 어떤 요소를 포함하고 있는냐에 따라 그 구분이 달라진다.

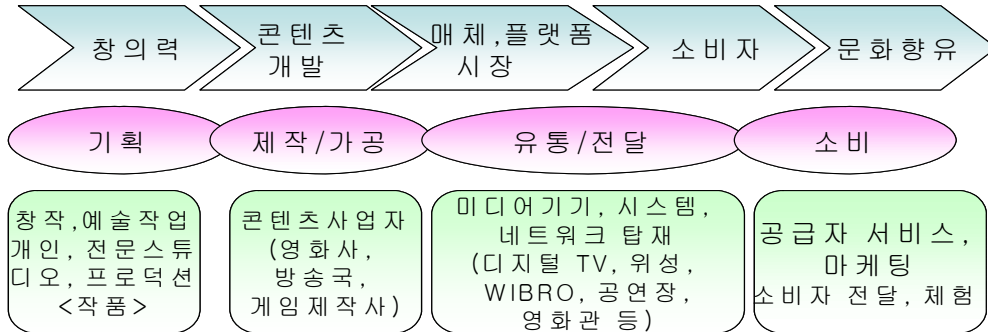
사실 문화를 하나의 산업으로 인식하는 개념은 많은 사람들이 주지하고 있듯이, 『계몽의 변증법(1947)』에서 프랑크푸르트학파의 M.호르크하이머와 T. 아도르노에 의해 처음으로 제기되었다고 알려져 있다. 이때의 개념은 상당히 부정적인 의미로서, 자본주의적 문화생산이 가져올지 모르는 폐단과 모순에 대한 인식이 기반을 이루고 있으며, 대중적인 문화의 부정적 측면을 지적하기 위한 대표적 개념으로 사용되었다(Adorno, 1991).

그러나, 최근 문화와 경제의 경계가 허물어지면서 각종 매스 미디어의 발달로 대량 생산, 복제가 가능해지면서 이윤창출이 가능한 모델들을 중심으로 급속한 상업화가 이루어짐에 따라 문화산업의 개념은 보다 확대되었다. 더욱이, 최근에는 디지털 기술의 발전으로 인해 기호와 상징의 요소가 중시되면서 상품과 예술의 경계가 사라지게 되었다는 주장이 오히려 대두되고 있다(최혜실, 2003).

이러한 논의와 관련하여 문화산업을 바라보는 개념은 정치·법제도·기술적인 측면에서 대단히 다양하고 한마디로 정의하기 힘들다. 광의적으로 문화예술과 교육, 스포츠, 관광 등을 모두 포괄하여 정확한 범위규정이 어렵기 때문이다. 협의의 전문화된 문화산업의 경우도 '문화자원을 산업화하여 재화, 서비스, 정보 등의 형태로 판매하는 산업'(권오혁, 김홍석, 2000) 또는 '문화를 핵심역량으로 하여 부가가치를 창출하는 산업' 등으로 정의되고 있다. 더욱이 최근에는 유·무형의 재화에 문화콘텐츠 및 디지털문화콘텐츠뿐만 아니라 유비쿼터스 환경 도래에 따라 다양한 멀티미디어콘텐츠를 포함하는 경향까지 있어 그 범위는 더욱 넓어졌다. 여기에는 이동멀티미디어방송(DMB), PDA (Personal Digital Assistants), IPTV (Internet Protocol Television), 모바일콘텐츠, 텔레매틱스, 무선인터넷 등의 등장으로 콘텐츠가 이용될 수 있는 플랫폼이 융합·복합되어 다양화되었기 때문이다. 따라서, 최근의 실제적인 논의는 '산업적 측면에서 문화콘텐츠의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 관련된 산업'으로 인식된다고 할 수 있다(네그로폰테, 1995).

이에 문화산업이란 창의력을 바탕으로 문화산업의 재화인 콘텐츠 상품의 작품화(기획, 창작), 상품화(개발, 제작), 미디어 탑재 및 전달(서비스, 네트워크, 솔루션, 실연), 유통, 마케팅 등 전체 가치사슬의 각 단계마다 개입하여 부가가치가 더해져 소비자의 문화향유와 체험으로 연결된다고 할 수 있으며, 관련하여 UNESCO에서는 문화산업을 '문화적인 "콘텐츠"의 창조, 생산, 상업화와 관련된 산업'이라고 설명한 바 있다(del Corral, 2005)(그림 I-1 참조).

[그림 1-1] 문화산업의 가치사슬체계



2. 문화산업의 특성과 효과

문화산업의 경우 국가의 정책 지원이 일정기간 필요하다는 의견들이 나타나고 있는데, 시장규모가 큰 미래 유망사업으로 국가성장동력으로 작용할 잠재력이 매우 크지만, 시장 실패가능성이 높은 발전 초기단계 산업이기 때문이다.

잘 알려진 대로 문화산업은 고성장·고부가가치 산업으로 중요한 의미를 갖고 있는데, 이와 관련하여 세계문화산업성장률(2006~2010년)은 6.6%, 아시아는 9.2%로 고성장을 기록하고 있다(Price Waterhouse Coopers, 2006). 한국 문화산업의 연평균성장률(2003~2005년) 또한 매출 규모(10.5% 증가), 수출규모(40% 증가) 측면에서 높은 성장률을 보이며, 참여정부 들어서도 꾸준한 성장세를 유지하고 있다.

특히, 최근 들어 방통융합 패러다임의 변화에 따라 방송영상, 음악, 게임 등 디지털 콘텐츠와 관련하여 비용체감 및 네트워크 외부성(Network Externality)으로 인해 가치가 기하급수적으로 증가하는 수확체증효과를 지님으로 더 큰 의미를 가지게 되었다. 홈시어터 기술, 유비쿼터스 기술, 무선 인터넷 등 모바일 발전, 초고속통신망의 발전 등으로 문화생활을 누릴 수 있는 콘텐츠 접근성이 더 확대되고 있는데, 콘텐츠가 네트워크

에 연계되어 수익이 수확 체증적으로 증대하면서도 본질적인 가치는 계속 유지되며, 이제까지 가능하지 않았던 영역에서 새로운 윈도우가 창출되어 전략산업으로서 자리매김이 가능해졌기 때문이다(김휴종, 1999).

특히 모바일환경이 급격하게 도래함에 따라 이러한 현상은 문화콘텐츠의 성장에 큰 의미를 부여하고 있는데, 국내 이통사 매출액 중 무선인터넷 콘텐츠가 차지하는 비중과 성장률이 폭발적으로 증가하고 있음에서 그러한 증거를 찾을 수 있다.²⁾

또한, 문화산업은 OSMU(One Source Multi Use) 등으로 방송·통신, 서비스 및 제조업과의 동반성장을 통해 생산유발, 경제영향력, 고용유발 등 전후방 산업연관효과가 큰 성장동력 산업으로 인식되고 있어 국가정책의 중요한 화두가 되고 있다. 2003년 한국은행 산업연관표 분석에 따르면, 문화산업의 생산유발계수는 1.81로서 서비스업평균 1.63보다 높으며, 부가가치 유발계수 또한 0.86로서 전 산업 평균인 0.77보다 높게 나타나고 있다. 또한, 고용유발계수의 경우는 13.91로서 전 산업 평균인 11.35, 제조업 8.39보다 높게 나타나고 있다(한국문화콘텐츠진흥원, 2007). 한국은행 자료에 따르면, 전체 고용 증가율('00~'04)은 2.16%에 반해, 문화산업은 7.86%를 기록하고 있어 이러한 근거에 힘을 더하고 있다.

또한, 최근에 들어서도 계속해서 성과를 내었던 한류열풍은 문화산업 외에 관광객 유치, 상품수출 증대 등 여타 제조업과 서비스업 발전에도 긍정적인 파급효과를 미침으로 인해 국가 브랜드제고에도 큰 성과를 내고 있다. 주요 사례를 살펴보면, 드라마 <대장금>의 대만 방영 후, 2006년 LG전자 가전제품(PDP TV, 세탁기 등)이 대만 내 시장점유율 1위를 차지하였으며, 현대자동차 수출(2002년 3,743대에서 2005년 18,527대)도

2) 예를 들어 SKT의 경우, 2005년 전체 매출액 대비 무선인터넷 콘텐츠 비중이 27%이며, 연평균성장률은 76%에 이르는 현상을 보이고 있다.

급증한 바 있다.

문화산업은 또한, 산업적 효과뿐만 아니라 국가외교, 홍보, 문화교류 등 기업과 국가 이미지를 강화하고 자국문화를 전파할 수 있는 움직이는 국가 브랜드로서 작용하는 효과가 또한 크다. 뉴질랜드의 경우는 영화 <반지의 제왕>을 통해 천혜의 자연 자원이 풍부한 나라에서 “혁신적이고 창의적인 나라”로 국가 이미지를 업그레이드 하는데 성공하여 4,800만 달러의 국가 브랜드 광고효과가 나타난 것으로 추정되고 있다. 한국의 경우 ‘한류 열풍’을 통해 ‘IT 강국’에서 ‘콘텐츠 코리아’ 및 ‘한(韓) 스타일’로 이미지를 확대시켜 ‘문화 강국’으로의 국가 브랜드가 높아졌다고 평가 받고 있다.

최근에는 문화원형의 디지털화 사업 등을 통해 전통문화의 계승발전을 통한 문화정체성 확립에 기여하고 있는데, 이와 같이 문화산업은 국가나 사회의 고유한 문화적 내용을 창조적인 기획력을 바탕으로 재창조한다는 측면에서 문화적 계승과 발전을 촉진하는 효과가 있다.

<표 1-1> 문화산업 분야 6개국 경쟁력 평가 결과 (2004)

경쟁력 요인	영국	프랑스	미국	일본	중국	한국
시장 및 유통구조	4.46	3.82	9.40	4.73	1.03	3.66
사업 환경 및 경쟁역량	2.66	3.67	5.24	2.54	0.74	1.46
양질의 차별적 자원공급	6.69	5.12	9.43	7.40	2.21	5.46
콘텐츠 창작의 기반지원환경	6.66	4.04	7.33	4.04	2.55	1.85
경쟁력 지수	20.48	16.65	31.41	18.71	6.53	12.44

주 : 각 경쟁력 요인별 10점 만점을 기준으로 함
 자료 : 한국문화콘텐츠진흥원, 2004b, 「한국 문화산업의 국제경쟁력 분석」

이런 맥락에서 문화산업은 국가 소프트파워(Soft Power)의 중심으로 그 의미가 커지고 있다. 문화산업의 특성상 해외진출이 타 제조업에 비해 용이하며, 영화를 비롯한 문화상품의 해외진출 등을 통해 빠른 시간 내에 국가 브랜드 이미지를 상승시킬 수 있기 때문이다(한국개발연구원, 2007). 최근 국가경쟁력 분석 자료에 따르면, 한국은 시장 환경면에서는 다소 뒤지지만, 창의적인 인력 등 자원의 보유환경 등 소프트파워에서는 잠재력이 높은 것으로 평가받고 있다(표 I-1).

또한, 문화산업은 문화향수 기회 확대와 문화복지 실현에 기여한다고 볼 수 있는데, 주40시간 근무제 확대, 고령화, 가족형태의 변화(싱글족, DINK족 등), 소득증대에 따른 삶의 질(웰빙) 관심 증가 등에 따라 양질의 콘텐츠가 국민의 소비욕구를 충족시키기 때문이다. 이에 따라 문화산업은 사회경제적 양극화에 따른 문화 소외계층(장애인, 이주노동자, 노인, 저소득층 등)의 문화소비 욕구를 충족시키는 등 계층, 지역, 장르간 문화복지 실현에 기여하고 있으며, 온·오프라인 환경에서는 젊은 세대 중심의 문화 참여 및 공유 등이 '창의성 제고' 라는 문화적 역량을 견인하고 있다. 이는 웹2.0의 '이용자생산콘텐츠(UCC)', '월드컵의 길거리 응원문화' 등 최근의 경향에서 발견할 수 있는 현상이다.

3. 문화산업정책 관련 선행연구

문화산업정책 평가와 관련된 선행연구는 문화산업에 특화해서는 이론적인 연구가 많지 않은 상황이다. 대부분 특화된 문화산업보다는 문화정책에 대한 사례연구를 중심으로 이루어지거나, 거시적인 관점에서의 정책제안이 주류를 이루고 있다. 관련 정책을 비판적으로 분석하기 위한 이론적 논의가 충분치 않은 이유 때문에 '문화'라는 추상적인 개념을 기

반으로 한 ‘문화산업’이 정책대상으로서 자리 잡기에는 개념적 다의성과 복잡성이 추상적인 수준에서 정리가 되지 않았기 때문이다(이병량, 2006).

또한, 문화산업정책의 경우 국가의 기간산업으로 파악하여 공급자적인 시각에서 주로 바라보는 까닭에 수요자와 문화향유 중심의 문화정책과는 관점이 달라 정책지원에 대한 평가가 이론적인 근거보다는 생산자의 실행과 성과를 더 중요시하기 때문이다. 많은 연구에서 나타나는 내용도 문화산업의 생산(창작)을 지원하는 수준의 정책 개요와 산업의 성장 및 성과, 문제점에 따른 향후 정책방향을 노정하는 수준이다. 분야는 다르나, IT산업정책의 경우도 이와 비슷한 양상을 보여주고 있다. 이명호,김태현(2006)의 연구결과에 따르면, IT산업의 현황과 위상을 살피고, 정책경과의 서술과 시기별 특징에 따른 정성적 평가를 행하고, 향후 방향 설정으로 결론을 이끌며 국가성장 동력의 중요성을 강조하고 있다. 일본의 문화산업정책 분석과 관련하여 Yoshimito(2003)의 연구결과도 이와 유사한데, 일본 창조산업의 위상과 서비스산업으로서의 수익, 국제간 산업비교, 진흥정책에 따른 현황과 전망, 정부의 역할을 정리하고 있다. 관련하여 다른 해외 국가들도 미래 성장동력으로써 문화산업지원정책을 강화하고 있으며, 특히 자국 문화의 정체성 확보 및 문화산업 보호, 세계시장의 선점·확대를 위해 국가 전략산업으로 문화산업을 적극 육성하고 있는데 그 현황은 다음과 같다(표 I-2).

〈표 I-2〉 주요 국가의 문화산업 지원정책 현황

미국	산-학-연 협력기반 환경조성 및 지적재산권(문화콘텐츠) 보호정책 강화
영국	문화콘텐츠산업을 창작산업으로 인식, ‘디지털콘텐츠 육성을 위한 실천계획’, 범부처차원의 「창작산업추진반」, 「창작산업수출진흥자문단」, 「창작산업전략그룹」 운영
프랑스	자국문화의 정체성 유지 확보를 기반으로 한 문화콘텐츠 산업의 지원 강화
일본	「지적재산전략본부」 설치, 신산업 7개 분야에 영화, 애니메이션 등을 포함

임학순(2004)의 경우는 문화산업의 복잡한 개념에 따른 정부의 이념과 문화의 가치를 대비하여 산업의 현황과 분석을 통해 새로운 정책방향을 제시하고 있는 수준이며, 한국문화관광정책연구원(2005)의 경우는 1995년부터 2005년까지의 10년간의 문화산업 정책을 평가하기 위해 문화산업 관련법이나 제도, 정부의 문화산업 관련 예산, 문화산업국의 조직 구조 등 주요 정책 환경상의 변화와 더불어 인력양성, 문화소비 등 시장 환경의 변화, 그리고 출판, 방송, 영화, 애니메이션, 게임 등 산업 장르별 변화를 두루 살펴보고 있으며, 전문가를 대상으로 하는 정성적인 평가를 시도하고 있다.

구체적으로 평가와 관련된 문화산업정책 관련연구는 거시적인 정책 전체를 조망하기 보다는 실제 진행된 사업 위주로 예산집행의 효율성을 중심으로 사업평가가 이루어지고 있으며, 계획의 적정성, 추진의 효율성, 성과의 달성도에 따른 지표개발이 주를 이루고 있다(이종열, 2004, 한국문화콘텐츠진흥원, 2003b).

III. 문화산업정책의 경과와 성과

1. 문화산업정책의 경과

국내에서 문화산업은 참여정부 이전부터 기반 구축을 통해서 발전의 실마리를 찾기는 했지만, 최근에 두드러지는 것은 디지털기반 문화콘텐츠를 중심으로 문화산업을 차세대 성장동력산업으로 선정하고 이에 대한 산업화 기반을 구축하고 공고히 했다는 점이다(표 I-3 참조).

이와 관련된 다양한 정책사업 계획들이 추진되었으며, 실제 2003년 12월에 문화관광부는 <참여정부 문화산업 정책비전>에 대한 청와대 보고대회에서 앞으로 우리나라를 미국, 일본, 영국, 프랑스에 이은 세계 문화산업 5대 강국으로 육성하겠다는 의지를 표명한바 있다. 뒤이어 2005년 7월에는 문화강국 (C-Korea) 2010 계획을 발표하면서 이러한 의지를 재확인하였으며, 함께 CT정책비전 및 개발 로드맵을 발표하여 인프라 구축에 대한 의지를 더했다.

〈표 1-3〉 정부의 문화산업 정책방향 및 경과

	정책배경 및 방향	성과와 한계
국민정부 및 그 이전(~1997)	영상문화와 영상산업육성을 위한 영상진흥기본법 제정공포('96) 정책기조 : 규제-> 지원 변화 -문화산업국 신설 -문화복지 개념 구체적 지향 -고유 문화의 세계화 및 상품화 -문화산업 경제적 중요성 강조	문화산업 정책의 중요성을 제고하였으나, 체계적인 산업진흥정책 기반마련에는 미흡
국민의 정부(1998~2002)	문화산업을 새로운 국부를 창출하는 국가기간산업으로 인식 -문화의 힘으로 이루는 제2건국 -문화산업을 국가경쟁력 증진의 주요 수단으로 설정 -문화산업 확장위한 발전체계구축 -문화산업의 국제경쟁력과 문화정책성확립에 노력	문화산업 육성을 위한 체제정비 - 문화산업진흥기본법 제정('99) - 문화산업 지원체제 구축(한국문화콘텐츠진흥원 설립('01)등 각종 지원기구 설립) 문화산업 기반 여건 조성 및 재원을 대폭 확충하였으나 지속발전에는 구조적 한계
참여정부 (2003~2007)	문화콘텐츠산업을 10대 전략산업중 하나로 선정 문화산업경쟁력 확보를 위한 전문인력양성, 투자 및 환경개선 등 추진하고 주요 법령 개정 아시아 지역으로 본격 한류확산 -문화산업의 글로벌 시장진출노력 -문화산업의 유통구조 혁신 -저작권산업 활성화 기반 마련 -한류 세계화를 통한 국가 브랜드 파워 강화	문화콘텐츠산업 확충 및 한류 영향으로 문화콘텐츠 수출 지속 증가 -차세대성장동력으로 타 부처 비해 상대적으로 지원 약세 -콘텐츠 창작기반환경 조성 미흡 - 유통구조, 민간투자 등 한계와 일방적 전파에 대한 '반(反)한류' 현상 발생 -여전히 정책대상이 생산자 중심 -순수예술과 문화산업의 상생발전 위한 정책개발 미흡
미래전망(2008~)	디지털융합시대 핵심 문화콘텐츠산업 부상과 BRICs 국가 등 신규 문화시장 개척	-

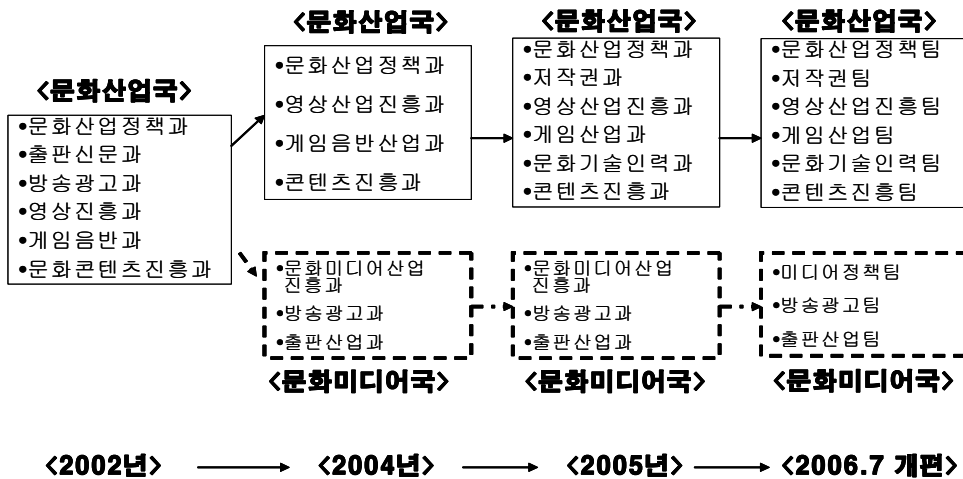
자료 : 대통령자문 정책기획위원회, 2006, 『사회비전 2030 - 선진복지국가를 위한 비전과 전략』, 123쪽을 수정

특히, 참여정부 문화산업정책의 기본이었다고 할 수 있는 문화강국(C-Korea) 2010 계획은 선진한국과 선진경제의 실현이라는 국정목표에 착안하여 문화관광부 전체로는 '문화로 부강하고 행복한 대한민국'의 건설에 이바지하고자 문화산업과 관광, 스포츠를 중심으로 하는 3대 정책목표를 상정하고, 그중에서도 문화산업을 중점 육성하기 위해 박차를 가

실제 김대중 정부부터 시작된 문화산업에 대한 본격적인 지원은 최근에 들어와서 더욱 본격화되었으며, 정부의 지원영역도 영화와 출판에서부터 게임, 애니메이션, 음악, 만화, 문화원형, 에듀테인먼트 등 다양하게 확대되었다고 할 수 있다.

이에 근자에 들어서는 법제도, 미래비전, 중장기 전략, 인프라 기반구축 등 종합적 지원체계를 마련하였으며, 기초예술이나 전통문화 부문에 국한되어 있던 문화콘텐츠를 산업화하고 실생활에 활용하기 위한 기본토대를 마련하였다. 구체적으로는 문화콘텐츠의 산업화에 필요한 각 부문의 법·제도 정비, 중장기 발전전략, 인프라 기반 구축 등을 문화부(현. 문화체육관광부) 주도의 미래 청사진 속에서 지속적으로 추진하여, 종합적인 지원체계를 구축하였다.

[그림 1-2] 참여정부 문화산업관련 문화관광부의 조직개편 경과



참여정부 출범 이후 문화관광부내 문화산업 관련 조직은 수차례의 개편을 겪었다. 특히 2002년 문화산업국의 일국 체제에서 2004년 문화산업국과 미디어국으로 분리되어 전문성을 강화하였다. 이때, 문화산업정책

과, 영상산업진흥과, 게임음악산업과, 콘텐츠진흥과로 구성되었으며, 문화미디어국은 문화미디어산업진흥과, 방송광고과, 출판산업과를 관할하게 되었다. 2005년에는 인프라 기반 확충을 위해 문화산업국내 문화기술인력과를 신설하고, 문화정책국 산하 저작권과를 편입시키는 시도가 이루어졌다. 이를 토대로 2006년 7월에는 행정효율성 극대화를 위한 책임성을 강조하여 과단위에서 전면적 팀 단위로의 변화가 이루어졌다. 외형적으로는 기존의 '과'에서 '팀'으로 이름이 변경되었으며, 내부적으로는 중간관리 계층구조가 3단계(과장-계장급-담당)에서 2단계(팀장-팀원)로 단순화되었으며, 기존 4급 이상만 과장에 임명되던 구조가 5급까지도 팀장으로 임명이 가능하도록 하는 등 내부적인 탄력성이 강조되었다(그림2 참조). 이러한 변화들은 참여정부 전반기의 하드웨어적인 기능구조 재편방향이 하반기로 오면서 환경변화를 반영했던 소프트웨어적 변화로 볼 수 있으며, 정권 말기에 문화산업국은 다시 문화산업본부로 재편되면서 더욱 탄력을 받게 된다.

이러한 변화에 더하여 관성을 보탠 것은 새로운 이명박 정부의 출범에서였다. 2008년 3월 정부조직법 개정안에 따라 문화관광부가 문화체육관광부로 이름을 바꾸고 새롭게 출발하였으며, 이 과정에서 문화체육관광부는 문화와 예술, 영상, 광고, 출판, 간행무르 체육, 관광 등 다양한 분야의 사무와 국정에 대한 홍보 및 정부발표에 대한 사무를 총괄 관장하게 되는 영역 확대를 이루었다. 특히, 정보통신부의 콘텐츠 영역에 대한 흡수통합적 조직 인수 등을 통해 문화산업에 대해서는 영역과 함께 정책 집행의 중요한 고지를 점하게 된 것이 사실이다. 이에 기존 1차관 2실 2본부 3국 5단 54팀이었던 본부조직을 2차관 3시f 5국 2단 11관 62과로 확대 재편하였다. 그중에서도 문화산업과 관련해서는 '문화콘텐츠산업실'이 새로이 생기면서 문화산업 육성에 대한 새로운 의지와 힘을 받게 되었다. 세부적으로는 문화산업본부는 문화콘텐츠산업실로의 명칭변경 이

외에 콘텐츠정책과, 저작권정책관, 미디어정책관 등 3개 관으로 구성되면서 내실을 다졌으며, 과거 문화산업진흥단(콘텐츠정책관) 소속이었던 저작권정책팀과 저작권산업팀은 신설된 저작권정책관에 별도 배치되면서 정책중심이 더해졌다. 특히, 앞서 이야기한바 같이 정보통신부의 소관사무중 디지털콘텐츠에 대한 사무가 문화부에서 담당하게 된 것은 방통융합시대 국가경쟁력 제고를 위해 큰 의미를 갖는 변화라고 봐야 할 것이다.

[그림 1-3] 참여정부 문화산업관련 법률 연혁

1950년대	2000년대
· 저작권법(1957~현재) (2003,4,6년 개정)	
· 공연법(1961~현재)	
· 문화재보호법(1961~현재)	
· 문화예술진흥법(1972~현재) (2003년 개정)	
· 방송법(1987~현재)	
· 정기간행물의등록에관한법률(1987~현재)	
· 영상진흥기본법(1995~현재)	
· 영화진흥법(1995~현재)	
· 음반비디오및게임물에관한법률(1999~현재)	
· 문화산업진흥기본법(1999~현재) (2005,6년 개정)	
· 출판및인쇄진흥법(2002~현재)	
· 영화및비디오물의진흥에관한법률(2006제정)	
· 게임산업진흥에관한법률(2006 제정)	
· 음악산업진흥에관한법률(2006 제정)	

법적으로는 종전 영화진흥법과 음반·비디오물및게임물에관한법률 등에 나누어져 있던 영화 및 비디오물에 관한 사항을 통합 규정하여 2006년 4월 28일 영화및비디오물의진흥에관한법률을 제정하였으며, 이와 함께 음악산업진흥에관한법률, 게임산업진흥에관한법률을 또한 동시에 제정하였다. 특히 이러한 법의 세분화는 변화하고 있는 온라인 환경에 대응하여 문화콘텐츠 관련 제반 법률 규정을 만들고 대처하기 위함이다[그림 1-3].

연관 법률의 개정에는 문화예술진흥법의 경우 문화산업의 정의규정에 기획 분야를 포함시켰으며 2003년 개정된 조세특례제한법의 경우 영화산

업과 광고업도 창업 중소기업, 창업 벤처중소기업에 포함되는 성과를 거둔바 있다.

〈표 1-5〉 참여정부 문화산업 정책의 주요 성과

법·제도 정비	저작권법 개정('04), 문화산업진흥기본법 개정('06), 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제정('06), 게임산업진흥에 관한 법률 제정('06), 음악산업진흥에 관한 법률 제정('06) 등 기술발전 및 매체 융합 환경에 대비한 법·제도 마련
미래 비전 제시	문화산업발전 5개년 계획('99), 콘텐츠 코리아 비전 21('01), 세계 5대 문화산업강국을 위한 정책비전('03), 창의 한국('04), C-KOREA 2010('05), 전통예술 활성화방안-비전 2010('06) 등 문화부 주도의 미래 청사진 제시
중장기 전략 수립	문화콘텐츠산업 진흥방안('00), 문화콘텐츠산업 중장기 발전전략('03), 방송영상산업 중장기 발전전략('03), 만화산업 진흥 5개년 계획('03), 캐릭터산업 진흥 5개년 계획('03), 문화콘텐츠 인력양성 종합계획('04), 문화산업진흥기금 중장기 발전방안('04), 음악산업 진흥 5개년 계획('05), 문화콘텐츠 수출전략 마스터플랜('05), CT비전 및 중장기 전략('05), 애니메이션산업 중장기 발전전략('06), 게임산업진흥 중장기 계획('06), 영화산업중장기발전계획('06), 문화원형 창작소재 중장기 발전계획('06), 문화콘텐츠 유통로드맵 수립('06) 등 문화부와 산하기관 간 중장기 발전 계획 마련
인프라 기반 구축	영화진흥위원회('73), 영화 아카데미('84), 한국방송영상산업진흥원('89), 방송연수센터('89), 한국게임산업개발원('99), 한국문화콘텐츠진흥원('01), 문화관광정책연구원('02), 국제문화산업교류재단('03), 게임산업종합정보시스템(GITISS) 구축('03), 문화콘텐츠수출정보시스템 구축('04), CT전략센터('05), CT대학원 설립('05), 저작권보호센터 및 해외저작권보호협약체 구성('05), 콘텐츠제작지원센터(연계공동제작실/애니메이션제작스튜디오/영상편집실/음악녹음스튜디오/글로벌 모바일 테스트베드/모바일 포팅센터)('06), 문화콘텐츠식별체계(COI) 도입('06), 음악메타DB 구축('06), 지역문화산업 클러스터 및 문화산업연구센터(CRC) 조성(~'06), 종합영상아카이브센터 조성(~'03) 등 문화콘텐츠 진흥을 위한 종합지원체제 구축 및 운영

또한, 참여정부 기간 동안 문화산업은 김대중 정부로부터 이어온 기반을 바탕으로 정책적으로 비전제시, 중장기 전략수립, 인프라구축 이외에

도 홍보효과가 많이 되어 국가적 위상 확대에 어느 정도 기여한 바가 크다고 할 수 있다. '국가 6대 핵심기술' 중 'CT(Culture Technology)' 선정 발표(국가과학기술위원회, '01), '10대 차세대 성장동력산업'으로 '문화콘텐츠' 선정 발표(참여정부, '03), '미래 국가 유망기술 21' 중 '감성형 문화콘텐츠' 선정 발표(과학기술부, '05), '2020년 미래 유망산업 14' 중 '문화콘텐츠산업' 선정 발표(산업자원부, 2006) 등 성과가 그러하다 (표 I-5 참조).

2. 문화산업의 현주소 : 성과와 문제점

문화산업은 실제 많은 양적 성장을 이루고 있으며, 이는 지금까지도 많은 영향을 미쳤는데, 세계 문화산업 시장규모(2007년)는 약 1조 5,252억 달러, 국내 문화산업 시장규모(2007년)는 약 368억불으로 세계시장 대비 약 2.4%대 비중을 차지하고 있다. 국내 문화산업매출은 2003년 44조 1,958억원, 2004년 50조 601억원에 이어 2005년 53조 9,481억원, 2006년 57조 9386억원을 기록하면서 연평균 9.4%의 높은 성장세를 보이고 있다 (표 6). 이와 함께 세계시장에서 차지하는 국산 콘텐츠 비율이 점차 높아지고 있으며, 영화(60%), 온라인 게임(80%), 음악(80%), 캐릭터(40%), 만화(30%) 등 한국내 자국산 콘텐츠 시장점유율도 높아 산업적 안정화 기반을 마련하고 있다.

〈표 1-6〉 우리나라 문화산업 매출규모 (2003~2005)

(단위 : 억원, %)

구 분	2003년	2004년	2005년	2006년	2003-2006 년 연평균 성장률
출 판	155,212	189,210	193,921	198,792	8.6
만 화	(7,591)	5,059	4,362	7,301	20.1
음 악	17,935	21,332	17,899	24,013	10.2
계 입	39,387	43,156	86,798	74,489	23.7
영 화	23,444	30,224	32,948	36,836	16.3
애니메이 션	2,700	2,650	2,338	2,886	2.2
방 송	71,366	77,728	86,352	97,199	10.8
광 고	70,640	80,260	84,178	91,181	8.9
캐릭터	48,085	42,193	20,759	45,509	1.8
디지털 교육 및 정보	13,188	8,790	9,926	1,180	55.3
합계	441,957	500,602	539,481	579,386	9.4

자료: 문화관광부, 「2004 문화산업통계」, 「2005 문화산업통계」, 「2006 문화산업통계」 「2007 문화산업통계」 토대로 정리.

2003년 출판 매출은 만화(7.591억원)를 포함

이전 정부의 지원효과에 대비해 보면 GDP대비 서비스업 비중은 '90년 49.5%에서 '05년 56.3%로 대폭 늘어났으며, 오락문화산업의 매출액 증가율 또한 '98~'01년 당시의 9.6%에서 '02~'05년 대비 11.9%로 2.3% 상승하여 성장속도도 더욱 가속화되어지고 있다3).

또한, 문화산업 수출액은 2003년~2006년 사이 연평균 약 30%가 증가하였으며, '06년말 문화산업 수출액은 약 13.7억 달러로 나타나고 있다. 또한, 내용적으로도 OEM에서 창작수출로의 전환이 폭발적으로 늘어나는 등 성장가능성 및 잠재력이 질적으로 더욱 높아지고 있는 상황이다. 이와 관련하여 '90년대 말부터 한류의 영향으로 중국 등 아시아 지역에 대

3) 동기간 통신업은 9.1%, 서비스업 전체 증가율은 2.0% 하락하였음

한 집중적인 수출 증가현상이 나타나고 있다. 특히, 방송, 영상 등의 수출은 한류의 영향으로 향후 증가가 더욱 기대되고 있다. 부분적으로는 분야별 해외전본시 참가 등 해외마케팅 전략으로 실적이 증가하고 있는데, 게임분야는 문화산업 수출의 45.7%를 차지하며 주요 수출종목으로 급부상하고 있다.

〈표 1-7〉 문화산업 수출입 추이

(단위 : 백만 달러, %)

구 분	수출					수입				
	2003	2004	2005	비중	2003~5 CAGR	2003	2004	2005	비중	2003~5 CAGR
출 판	149.7	182.2	191.3	15.5	13.0	214.7	227.1	231.7	7.8	3.9
만 화	4.1	1.9	3.3	0.3	-10.3	5.2	0.4	0.9	0.0	-58.4
음 악	13.3	34.2	22.3	1.8	29.5	16.0	20.6	8.3	0.3	-28.0
게 임	181.6	387.7	564.7	45.7	76.3	166.4	205.1	232.9	7.8	18.3
영 화	31.0	58.3	76.0	6.1	56.6	60.4	66.2	46.8	1.6	-12.0
애니메 이션	75.7	61.8	78.4	6.3	1.8	2.0	8.0	5.5	0.2	65.8
방 송	42.1	70.3	121.8	9.9	70.1	28.1	58.6	43.2	1.4	24.0
광 고	-	20.8	9.3	0.8	-55.3	-	918.7	2,292.8	76.8	58.0
캐릭터	116.3	117.3	163.7	13.2	18.6	99.4	129.4	123.4	4.1	11.4
디지털 교육 및 정보	16.9	4.9	5.2	0.4	-44.5	8.3	0.4	0.4	0.0	-78.0
합 계	630.7	939.4	1,236.0	100.0	40.0	600.5	1,634.5	2985.9	100.0	123.0

자료: 문화관광부, 「2004 문화산업통계」, 「2005 문화산업통계」, 「2006 문화산업통계」 토대로 정리

우리나라 문화산업의 취업자 수는 그 규모가 작으나 상대적으로 빠르게 증가하고 있어서 문화산업의 고용효과는 큰 것으로 나타나고 있다⁴⁾ (표 I-8).

4) 문화·오락 서비스업의 취업자 수는 2005년 현재 50만여 명으로 2001~2005년 중 연평균 6.3% 증가하여 전체 취업자 증가율 1.5%를 4배 이상 상회함(통계청 자료)

우리나라 문화산업의 2005년 현재 종사자수는 45만5,757천명에 달하고 있다. 2005년 우리나라 문화산업 종사자수는 전년대비 0.7% 감소한 경향을 나타내고 있는데, 세부적으로 출판산업, 음악산업은 업체수가 증가하였으나 고용이 감소하여 노동생산성이 증가한 것으로 보이고, 방송산업은 업체수와 종사자 규모는 감소하였으나 생산규모가 크게 증가한 것으로 보아 생산성이 증가한 것으로 분석된다. 게임과 광고는 생산규모와 고용이 함께 증가하여 산업의 활황을 읽을 수 있고, 만화와 애니메이션은 생산규모와 고용이 모두 감소하여 동 산업의 불황을 엿볼 수 있다.

〈표 1-8〉 문화산업 기업 및 종사자 수

(단위 : 2005년 현재, 개, 명, %)

	2003	2004		2005		2005년 구성비		증가율	
	종사자수	업체 수 ¹⁾	종사자수	업체 수	종사자수	업체 수	종사자수	업체수 (2004~05)	종사자수 (2003~05)
출판	237,347	18,666	225,086	33,909	214,904	24.6	47.2	81.7	-9.5
만화	(2,557) ²⁾	8,912	9,185	7,120	9,048	5.2	2.0	-20.1	-1.5 ³⁾
음악	62,555	35,930	66,870	38,261	65,346	27.8	14.3	6.5	4.5
게임	37,104	39,594	47,051	41,062	60,669	29.8	13.3	3.7	63.5
영화	38,108	11,564	31,898	10,868	29,078	7.9	6.4	-6	-23.7
애니메이션	5,385	319	3,600	200	3,580	0.1	0.8	-37.3	-33.5
방송	31,645	614	30,530	567	29,634	0.4	6.5	-7.7	-6.4
광고	31,479	5,091	28,854	4,828	29,625	3.5	6.5	-5.2	-5.9
캐릭터	6,257	860	8,286	629	8,825	0.5	1.9	-	41.0
디지털 교육 및 정보	11,353 ⁴⁾	380	7,566	385	5,048	0.3	1.1	1.3	-33.3
합계	463,233	121,070	458,926	137,829	455,757	100	100.0	13.8	-1.6

주: 1) 한 사업체가 여러 산업을 할 경우 해당 산업 모두 각각 집계되어 중복 산출된 수치

2) 2003년 만화산업 종사자는 제작·기획·배급 부분만의 종사자로 유통부분 종사자는 미포함됨(2003년 출판산업에는 만화산업 종사자 포함).

3) 만화산업 종사자수 증가율은 2004~2005년 증가율임

4) 2003년 디지털 교육 및 정보 종사자는 인터넷 및 모바일 콘텐츠외 기타산업 종사자로 조사대상 기준이 다름.

5) 디지털교육 및 정보 종사자 증가율은 2004~2005년 증가율임.

자료: 문화관광부, 「2004 문화산업통계」 「2005 문화산업통계」, 「2006 문화산업통계」 토대로 정리

종합해보면, 김대중 시절부터 문화산업에 대한 적극적인 지원이 본격화 되었지만, 그 성장의 폭과 수준은 한 단계 더욱 높아졌다고 할 수 있다. 실제, 2000년과 2005년을 비교해보면, 2000년도 '문화콘텐츠산업 진흥방안' 수립 이후 국내 문화산업 시장규모는 2.6배, 수출규모는 2.4배 증가하였는데, 매출은 21조에서 54조원으로, 수출 또한 5억불에서 12억불로, 고용은 36만명에서 46만명으로 큰 폭의 성장을 나타내고 있으며, 문화향유율 또한 54.8%에서 65.8%로 늘어나 혜택의 범위 또한 늘어나고 있음이 나타난다.

이러한 특징과 성과가 나타나고 있지만, 아직 해결되지 못한 다양한 문제점이 나타나고 있는데, 이를 기능별로 정리해보면 다음과 같다.

첫째, 글로벌 진출과 관련해서는 수출 등에 있어 글로벌 경쟁력 강화가 더욱 요구되고 있다. 해외진출기반이 매우 취약한 실정으로, 국내외 견본시 개최 및 참가지원 등 단편적 지원정책이 많은 부분을 차지하고 있으나, 이를 통한 수출확대에는 한계가 있음이 나타나고 있다. 또한, 국내·외 기업정보 및 시장정보를 지원할 수 있는 종합적 수출지원시스템이 구축되어 있으나, 이를 활용한 컨설팅 등 활용이 아직까지는 미비한 것으로 나타나고 있는데, 이는 문화산업의 글로벌 경쟁을 위한 질적 경쟁력 수준이 선진국에 부분적으로 미흡하기 때문으로 평가되고 있다.

둘째, 창의적인 문화산업 인력의 육성과 관련해서는 문화산업 분야 기획, 제작, 유통, 마케팅, 경영 전반에 걸쳐 전문인력이 취약한 실정이다. 현재까지의 인력이 제작중심 인력 구성으로 인해 산업의 구조변화(OEM 방식→창작)에 따른 기획·창작·마케팅 인력이 더욱 요구되고 있다.

셋째, 기술개발과 관련해서는 응용 및 현장 맞춤형 기술개발이 더욱 요구되고 있다. CT 핵심 및 응용기술 개발에 대한 체계적 기술 인프라 구

축이 미흡한 상황으로 특히, 문화콘텐츠 전문 특성에 기반한 기술인력 부족 현상이 함께 나타나고 있다.

넷째, 창작소재의 발굴에 있어 문화원형 등 성공사례가 나타나고 있으나, 우리의 풍부한 문화유산이 문화산업분야의 창의적 기획으로 이어지는 사례들이 아직까지는 미흡한 실정이다. 이에 창작기반인 순수예술, 인문학 분야와의 연계 미흡으로 다양하고 독창적인 소재 발굴 및 시나리오, 스토리 등의 산업적 활용이 더욱 요구되고 있다.

다섯째, 콘텐츠 제작과 관련해서는 장르간 협력체계 구축을 통한 브랜드, 라이선싱 산업화가 요구되고 있는데, 문화산업의 가장 큰 특징 중의 하나인 이른바 '원소스멀티유즈'를 통한 가치창출구조를 가지고 유기적인 연계관계가 활발하게 이루어지지 않고 있기 때문이다. 영화, 드라마의 만화, 애니메이션, 게임화 등 지적재산권 기반 장르간 협력체계 구축이 OSMU 라이선싱 활성화라는 측면에서 요구되고 있다.

여섯째, 자금 선순환 구조 확립을 위한 기업지원서비스 강화와 투융자 지원이 더욱 요구되고 있다. 문화산업계는 전반적으로 자금 환경이 열악하여 제작 자금 조달에 애로사항을 겪고 있으며, 물적담보에 의존하는 투·융자로 중소기업체 자금조달이 어려운 상황이다. 이에 문화산업의 높은 불확실성과 투자의 위험성으로 민간투자가 미흡한 상황인데, 이는 프로젝트 완성 및 자금관리에 대한 불투명성으로 투자증대 애로사항이 늘고 있기 때문이다.

일곱 번째, 문화콘텐츠의 유통과 관련해서는 저작권 기반 유통체계와 관련하여 유통현대화시스템 미비로 인한 유통비용 감소에 어려움을 겪고 있으며, 불법복제, 거래관행의 전근대성 등으로 유통 분야의 취약성이 나

타나고 있다.

그밖에도 뉴미디어콘텐츠 시대 전략적 정책개발 및 서비스 요구, 통계 등 산업 기초연구 축적을 통한 과학적 정책수립기반이 미흡한 점도 지적되고 있으며, 소비자 참여 등 체험형 문화소비, 문화상품 소비의 건전화 등을 통한 문화산업에 대한 인식전환 노력이 부족한 상황으로 나타나고 있다. 특히, 최근 문제가 되었던 ‘바다이야기’ 등 게임에 대한 인식개선 등 문화상품 소비자 보호 정책이 미흡한 상황이다. 또한, 문화복지의 측면에서는 노인, 장애인, 여성 등 균형적 문화향유의 여건이 강조되고 있다. 기타 국가균형성장을 위한 지역문화산업정책시스템 미비에 따른 지역문화산업클러스터 활성화 요구도 증가하고 있다.

이러한 상황을 종합해본다면, 중소기업 주도형 산업구조 개선으로 국제 마케팅 기반 및 글로벌 경쟁력 미흡 해소가 필요하며, 한류 세계화를 통한 국가 브랜드파워 강화가 요구되는 상황이다. 또한, 미래지향적 기획, 창작, (기술) 개발 등 전문인력 부족 해소 정책이 요구되고 있으며, 지적 재산권기반 유통환경 개선이 요구되고 있다. 또한, 각 산업별 장르별 산업진흥기관 구분에 따른 역량 분산 결집도 지적되고 있다.

IV. 문화산업 지원정책의 이념과 평가

1. 문화산업 지원정책의 이념

문화산업은 다른 산업보다 정책적인 밑그림으로서의 계획(plan)과 지원이 상대적으로 많이 필요한 산업이다. 산업이 초기 발전단계에 있으며, 문화예술적인 특성을 기본으로 한 산업특성상 시장실패의 가능성이 크기 때문이다. 독점, 외부효과, 가치재(價値財)로의 특성, 비용체감의 특성, 정보의 결여 등 다양한 특성이 정책적 지원을 필요로 한다(이영두, 1999).

이때, 문화산업 진흥을 위한 정책과제를 상정할 때 중요한 점은 우선적인 관심사가 경제적인 가치에 있다는 것이다. 경제적인 시각을 통해 올바른 문화를 정착시키면서도 경제적 이익을 창출하는 시너지효과의 극대화를 추구하는 전략이 필요한데, 문화의 특수성이 경제적 가치를 실현할 수 있는 가장 적절한 도구가 되기 때문이다.

이는 소위 '문화정책'과 '문화산업정책'이 구분되어야 하는 중요한 기준이 된다. 문화산업은 '문화'보다는 '지식기반산업'의 측면에서 전통적인 문화정책과는 긴장관계를 가질 수밖에 없다. 정책의 기준이 수익을 창출하는 기업 활동이 될 수밖에 없고, 문화의 산업화를 통해 상업적 이익을 추구하는 것이 궁극적인 목표이자 지향점이 된다. 물론 문화예술과의 협력관계가 중요하지만, 산업정책의 중요성이 어디인가는 자명하다. 문화에 대한 이해가 반드시 경제학적인 논의에 바탕을 두어야 하는 것은 아니지만, 문화예술의 진흥이 아닌 '산업'의 진흥에 초점이 주어졌을 경우에는 산업진흥의 측면에서 국가의 정체성과 문화향수기회까지도 거론되어야 할 것이다. 이런 측면에서 참여정부의 문화산업 정책은 C-Korea

2010 계획 등을 통해 문화를 상품으로 인식하여 우리나라가 보유한 창의성의 자원을 길러 산업화를 통한 지속가능한 발전을 이루려고 노력해왔다는 점에서 높은 점수를 받을 만하다(한국문화관광정책연구원, 2006).

문제는 정부가 과연 문화산업의 정책에 개입해야 하는가, 과연 한다면 어느 수준에까지 관여를 해야 하는가 하는 부분이다. 실제적으로 글로벌 시대 기업들의 활동이 확산되면서, 국가의 역할은 극히 줄어들고 있으며 제한된 책임성이 강조되는 것이 현실이다. 이에 따라 정부의 역할은 시장이 원활히 돌아갈 수 있도록 기반을 구축하는 쪽에 초점이 모아지고 있다⁵⁾. 실제 문화산업의 속성을 살펴보면 해당 산업의 성공이 소비자에 크게 의존하는 소비자 주도의 산업이며, 시장의 불확실성이 높기 때문에, 정부가 경험재인 문화상품과 관련하여 모든 시장상황을 조정하기는 어려운 상황이다(Lampel et al., 2000). 따라서, 시장의 불확실성을 최소화시켜 주며, 수익을 보장할 수 있는 전략적 메커니즘 창출에 도움이 되는 방향으로 정책이 이루어져야만 한다. 이는 시장이 정상적으로 작동하기 어려운 경우, 민간부문의 효율적인 자원배분이 자생적으로 이루어지기 어려운 경우, 시장의 효율성을 제고할 수 있는 방향으로 정부의 개입이 이루어져야 함을 이야기한다(한국개발연구원, 2007).

정부가 모든 것을 떠안기보다는 제한적인 책임 하에 시장 활성화를 목표로 지원해야 한다는 사실이 중요하다. 문화산업의 성공은 정책적인 결과라기보다는 '관'을 만들어주고 비전을 제시하는데서 비롯되기 때문이다. 오히려 시장이 활성화될 수 있도록 각종 규제를 철폐해주고 법제도적인 안전망을 만들어주는 것이 우선적인 과제가 될 것이다. 정부 정책도 고객 중심으로 변화해감에 따라 국가 경쟁력 차원에서 정부의 규제

5) 실제 2006년 기준 문화콘텐츠 핵심역량 강화 지원 예산중 약 79%가 인프라 구축을 위한 기능 중심 사업에 투자됨(한국문화콘텐츠 2006년 자료)

완화가 더욱 가속되어가는 것이다. 이는 미국과 영국 등 문화정책의 다양성을 보장하는 소위 ‘팔길이 원칙(arm’s length principle)’의 준수가 해당될 것이다. 이에 전문가들은 문화산업 발전의 목표로 직접적인 문화산업의 발전을 추구하기 보다는 정부의 역할이 문화산업의 발전을 추구하는 요인들의 제거에 있음을 강조하고 있다(김정수, 2002).

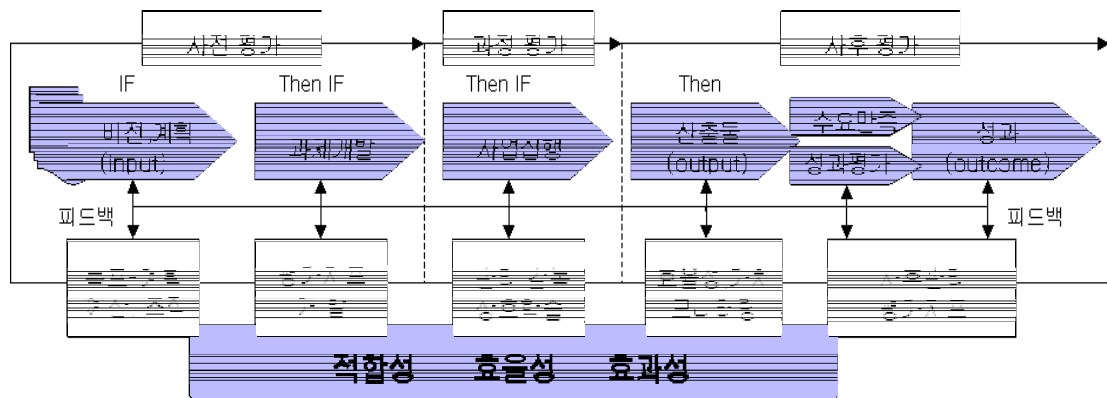
이는 한국 문화산업의 발전단계에 맞춰 정부의 적절한 역할 수행이 필요함을 이야기하는데, 현 단계로 본다면 산업의 성장기 단계인 까닭에, 인프라구축, 국제화 환경조성, 산학연정 등의 연계를 통한 시장 환경 조성 등 정부가 강력한 지원자(Supporter)의 역할을 수행함으로써, 콘텐츠 산업의 양적, 질적 수준을 끌어올리는 데 보다 많은 자원이 투입되어야 한다고 강조되고 있다(한국문화콘텐츠진흥원, 2004b). 이와 관련하여 문화산업의 정부지원에 대한 전문가 결과를 살펴보면, 현 단계 수준에서 향후 성장잠재력이 높은 문화산업이 아직까지는 유치단계로서 정부의 지원이 필요함을 보여주고 있다⁶⁾. 정책 수혜 대상자인 기업 등의 직접적인 조사는 향후 더 보완되어야겠으나, 전문가들을 대상으로 한 이러한 기존 조사에 따르면 1995년부터 2005년까지의 문화산업 정책에 대해 전반적으로 긍정적인 평가를 하고 있다(한국문화관광정책연구원, 2005). 특히, 경제적 성과에서 긍정적인 평가를 받았으며, 사회문화적 측면의 성과와 문화 선택의 다양화보다는 문화적 자긍심 증대, 국가 브랜드 제고측면에 있어서 높은 평가를 받았다. 이와 함께 향후 문화 복지 부분을 보장하는 것이 필요하다는 의견도 많이 나타나고 있다.

6) 전체 77명의 전문가 조사 결과 81.8%(63명)이 ‘아직까지 정부의 지원이 필요하다’ 고 응답함

2. 문화산업 정책의 평가

정부 정책의 평가는 논리모형(Logic Model)을 통해 정책 개발의 방향을 상정하고 이에 따른 정부예산의 집행과 효율성 증대, 기업 및 국민의 사용자 만족도를 제고하기 위한 일련의 과정과 연계할 수 있을 것이다. 이러한 논리모형은 정부지원사업을 설명하는 이론과 활동 및 목표를 간략하게 표현한 것으로서, 정책, 프로그램, 개별 사업 등 다양한 수준으로 적용이 가능할 것이다. 단계별로는 투입(input) 요소와 관련하여 정부 정책의 발전 비전과 전략의 적정한 수립 및 발전전략에 적합한 사업의 추진성이 관련될 수 있다. 구체적으로 목표와 계획, 예산의 투입, 조직의 개편 등이 관련된다 하겠다. 두 번째 단계에는 활동 및 산출(output), 효율성 평가(모니터링)와 관련된 항목이다. 평가지표를 개발하고, 이에 따른 정책과제를 시행하며 사전평가를 거쳐 과정평가를 시행한다. 이와 함께, 정부예산의 투입 대비 산출 상의 효율성을 높일 수 있도록 평가자와 사업수행자간의 상호 학습과 관리·감독이 필요한 부분이다. 이를 통해 마지막으로 결과(outcome)는 정부 정책의 성과 평가(사후평가) 부분이다. 이는 문화산업의 구조적 문제를 개선하고 환경변화에 대응할 수 있는 대안을 제시하는 환류체계 구축이 관련된다 하겠다. 정량적인 성과지표를 통해 지속적인 관리의 기초가 된다(그림 I-4 참조).

[그림 I-4] 정부정책을 위한 논리적 연계



이러한 논리 모형에 따라 정책배경 및 방향에 따라 투입과 산출, 결과에 대한 평가라는 측면에서 살펴보면, 정부의 문화산업정책은 정책목표와 결과물 등으로 보아 어느 정도 성과를 거둔 것으로 평가할 수 있다. 정부의 정책과제 평가기준에 따르면, 투입에 따른 정책형성에 대한 정책목표의 타당성, 계획내용의 충실성, 산출과 관련하여서는 정책집행과 관련하여서는 시행과정의 효율성, 적절성, 결과를 따지는 측면에서는 정책성과에 대해서는 성과의 목표달성도, 효과성 등이 고려됨을 살펴볼 때, C-Korea 2010 등의 비전 제시 및 다양한 액션플랜의 수립, 전문기관 설립 및 법제도 개정 등을 통한 효율성과 한류 등을 통한 다양한 성과 등이 쏟아져 어느 정도 효과를 보고 있기 때문이다(한국문화콘텐츠진흥원, 2003b).

정부의 투입과 관련하여 정책배경을 살펴보면, 세계 각국에서 문화산업을 차세대 성장 동력으로 인식하고 집중 육성하는데 따른 성장동력을 요구함에 대한 반향으로 정책이 선두에 나섰으며, 디지털 기술 발달에 따라 매체 수렴화 및 다양화, 지적재산권 보호, R&D 투자와 같은 문화산업 기술역량 강화에 국가의 역할이 증대되었다고 평가할 수 있다. 이에 정책의 방향 또한 국제 수준의 문화산업 시장 육성, 문화산업의 유통구조 혁신, 저작권 산업 활성화를 위한 기반 구축, 한류 세계화를 통한 국가 브랜드 파워 강화 등 실제적인 측면에 집중되어 정책목표의 타당성이 높다고 할 수 있다. 이는 문화복지를 지향했던 문민정부 및 문화의 힘으로 제2건국을 이루려 했던 국민의 정부보다 보다 실용적이고, 실제적인 산업지향적 정책으로 방향을 맞추었다고 볼 수 있으며, 그에 따라 핵심정책 및 성과가 나타나고 있다. 이에 문화산업의 경우 예산도 증액되었으며, 필요한 법령을 활발하게 제·개정하고, 여러 가지 정책과 사업 계획도 많이 세우고 실천을 하고 있다.

실제, 참여정부에서는 2003년 ‘조세특례제한법’ 개정을 통해 영화산업과 광고업도 창업 중소기업, 창업 벤처중소기업에 포함시키는 구체적이고 산업 수요 맞춤형 정책들이 등장하고 있으며, 2003년, 2004년 ‘저작권법’ 개정을 통해 디지털 환경에서의 적절한 지적재산권 보호와 함께, 2004년 직제개정에 의해 문화산업국, 문화미디어국으로 분리하는 등 시대 변화에도 발 빠르게 대응했던 현상을 보인다. 또한, 2005년 저작권과를 산업국으로 이전, 문화기술인력과 신설, 게임산업과 분리 등 구체적인 활동 등을 행하였으며, 최근 정부가 문화콘텐츠산업실을 새로이 설립하는데 많은 영향을 끼쳤다. 이를 통해 온라인·모바일 등에서의 콘텐츠의 불법복제 및 유통에 대한 대처, 기술개발과 인력양성의 유기적 연계발전, 산업현장지원 강화 등이 이루어지고 있어 현장에 대한 정책지원이 훨씬 강화되었음을 보여준다. 반면, 글로벌 경쟁력 강화에도 힘을 쏟아 한류 세계화를 통한 국가 브랜드파워 강화에 나서, 코리아플라자 설립, 한브랜드 세계화지원 등의 사업과 연계하고 있다. 이는 1994년 문화산업국을 신설한 이래 1999년 문화산업진흥기본법을 제정하고 꾸준히 기반을 다져온 결과라고도 보이며, 정책내용의 충실성과 시행과정의 효율성 면에서 높은 점수를 받을만하다.

산출과 관련하여 이에 다양한 정책적 성과도 나타나고 있다. 저작권법 및 문화산업진흥기본법 등 산업 구조 개선을 위한 법령, 규칙 등의 개정, 문화산업 정책의 전국화 및 국제화, 정책 협업 시스템 조성, 문화산업 분야별지원에서 유통구조의 고도화, 저작권 보호 등 산업의 구조 개선을 위한 노력 배가 등이 그것이다.

하지만, 그럼에도 불구하고, 정책적 한계를 노정하고 있는데, 이는 차세대 성장 동력에 대한 타 부처의 투자와 비교할 때 지원의 폭과 깊이가 부족하고, 콘텐츠 창작 기반환경 조성 미흡, 투자·유통구조 혁신을 통한 선진 시장구조 조성 미흡 등 상대적인 정책 초점이 부족한 탓에 일어난

현상들이다. 이는 정책대상이 여전히 생산자 중심적이며, 소비자 대상 정책, 정보시스템 등이 부족한 특성을 나타내는데, 순수예술과 문화산업의 상생 발전을 위한 정책 개발에는 상대적으로 미흡한 특성을 보이고 있다.

실제, 문화산업의 지원정책이 규제중심에서 지원중심으로 전환되고 있다는 사실은 수요자 입장으로 효과적이고 적실성이 있게 진행되었지만, 중장기적 관점에서는 업계 외의 영역, 문화정체성 정립, 국민들의 삶의 질, 사회의 창의성 증진, 예술 및 지역발전, 관련영역간의 창조적 융합환경 조성 등으로의 확대가 미흡했던 것이 사실이며, 산업위주의 이념에서는 옳으나, 장기적 관점에서는 향후 충분히 고려해야 할 부분이다(임학순, 2004). 이는 문화산업의 경제적인 가치에 너무 매몰된 나머지, 문화산업의 공공재적 가치와 장기적인 문화적 가치에 대해 상대적으로 미흡했다는 비판을 면키 어려운 대목이다.

실제 이러한 상황에서 시장의 속성을 모른 채 게임산업의 육성에만 골몰하여, ‘바다이야기’ 사태를 유발시키며 이미지 실추를 가져와, 다양한 속성의 고려와 이해관계자의 특성을 충분히 고려해야 하며, 효율적인 규제 메커니즘을 계속해서 구축해야한다는 의견 제기가 나오고 있다.

또한, 많은 투자가 이루어졌음에도 불구하고, 문화체육관광부가 정부부처 중에서 갖는 위상과 관련하여 자원의 부족도 언급되고 있다. 이전 문화관광부의 경우 문화산업육성법(’94년) 이후, “문화콘텐츠”에 대한 집중육성을 통해 산업의 인프라 구축, 한류확산 등 가시적 성과를 달성하였으나, 주무부처인 문화체육관광부가 보유하고 있는 예산, 조직, 인력 등 정책자원의 미흡으로 고도화된 정책현장의 수요에 부응하는데 일부 한계와 효과성에 대한 의문이 제기되고 있어 문제로 지적되고 있다.

실제 ‘05년 기준 문화부 예산(1조 5,856억)은 ‘01년 이후 답보 상태이며, 정부예산 총액 대비 1.17% 점유에 불과한 상황이다. 또한, 2003년도 6T 분야 R&D 예산은 총 2조 2,131억원으로, 이중 CT에 투자된 재원은

0.9%(423억원)에 불과하다7).

결과와 시장의 선순환구조 마련이라는 측면에서 정부정책의 피드백 장치를 마련하여 주기적인 모니터링을 하는 것도 중요한데, 정책의 효율성을 분석하고, 향후 정책방향을 상정하는 것이 가장 중요하기 때문이다. 정부의 정책개발 및 서비스 공급은 독점적 성격으로 인해 주기적인 개선이 이루어지지 않을 경우 효율성이 저하되고 책임성이 약화될 수 있는 가능성이 있어 정책서비스의 질과 양을 지속적으로 평가할 필요가 있다. 이전 정부의 경우 정부지원 사업을 통한 문화콘텐츠산업의 기여도에 있어 높은 수준을 보여주고 있어 이전 정부기간 동안 문화산업 지원정책에 대한 호응도가 높았음을 알 수 있다. 정책의 실효성을 높이기 위해 정책수요자라고 할 수 있는 지원기업을 대상으로 한 2006년 조사 자료에 따르면, 수출활성화 사업의 경우 78.6%, 인프라 조성을 위한 창작소재 활성화 89.4%, 창작제작 활성화 80.5%, 인력양성 88.1%, CT 기술개발 72.8% 등 평균 80% 대의 높은 산업 기여도를 보여주고 있으며, 고객만족도(기업, 기관, 개인) 또한 평균 82점으로 높게 나타나고 있어 공익성 및 적합성에서 납득할만한 성과를 보여주고 있다8).

문화예산 1%는 국민의 정부 대통령 공약사항으로 채택되어 최초로 2000년 정부예산대비 1%를 넘어섰으며, 그 이후 2006년까지 7년 연속 1%이상의 안정적 재원을 확보하게 되었다. 이와 함께 문화산업은 국가 경쟁력 증진에 기여하기 위한 고부가가치 창출에 기여한다는 정책방향에 따라 1999년 이후 문화부 예산 대비 10% 이상의 비중을 차지하며, 예산이 증액되었다. 2006년 미디어국 예산과의 분리로 문화산업국만의

7) 6T별 연구개발비: IT(20.7%)>BT(10.0%)>ET(6.1%)>NT(3.8%)>ST(3.7%)>CT(0.9%)[국과위(2004), '04년도 국가연구개발사업 조사·분석·평가 및 사전조정 결과]

8) 한국문화콘텐츠진흥원 내부 자료를 참조함

문화부내 예산 비중은 7.8%로 줄어들었으나, 종합적으로는 미디어국과의 예산 합계 비중이 12.8%, 2,253억원으로 계속해서 그 중요성이 강조되고 있으며(표 9), 최근 자료에 따르면 전체 문화체육관광부 대비 문화콘텐츠산업실의 예산은 20.5%, 인원은 21.8%의 점유 비율을 나타냄으로 더욱 비중이 커지고 있다.)

〈표 1-9〉 문화관광부 문화산업국 예산 추이

(단위 : 억원)

연도별	정부예산 총액	문화관광부 예산		문화산업국 예산		미디어국 예산	
		예산총액	정부예산 대비 점유비율	예산총액	문화부 예산 대비 점유비율	예산총액	문화부 예산 대비 점유비율
1994	476,262	3,012	0.63%	54	1.8%		
1995	567,173	3,838	0.68%	152	4.0%		
1996	629,626	4,591	0.73%	189	4.1%		
1997	714,006	6,531	0.91%	132	2.0%		
1998	807,629	7,574	0.94%	168	2.2%		
1999	884,850	8,563	0.97%	1,000	11.7%		
2000	949,199	11,707	1.23%	1,787	15.3%		
2001	1,060,963	12,431	1.17%	1,474	11.9%		
2002	1,161,198	13,985	1.20%	1,958	14.0%		
2003	1,151,323	14,864	1.29%	1,890	12.7%		
2004	1,201,394	15,675	1.30%	1,725	11.0%		
2005	1,352,156	15,856	1.17%	1,911	12.1%		
2006	1,448,076	17,385	1.20%	1,363	7.8%	890	5%

자료: 문화관광부, 2005, 『문화산업백서』, p.28

특히 참여기간 중 문화콘텐츠산업의 경쟁력 강화 및 창작활성화 등에 중점을 두고 예산이 지원되었다. 다만, 이러한 문화산업 지원 사업의 경우 업무의 특성상 타 부처 사업 등에 비해 단위사업의 액수는 적고 사업의 숫자는 많아 백화점식 사업이 많고, 인프라구축 및 기반 조성 사업이 많아 예산지원의 효과성을 제대로 파악하기 어렵다는 문제점도 함께 대

9) 정광열, 2008.5.2, 새정부 문화관광체육관광정책 토론회 자료집(p.65)

두되고 있다. 이에, 문화산업 분야 재정투자의 경우 차세대 성장동력에 대한 투 부처의 투자와 비교할 때 지원의 폭과 깊이가 아직까지는 부족한 것으로 평가되고 있다(한국문화관광정책연구원, 2005). 세부적으로는 문화콘텐츠 예산이 2002년에 신설된 이래 꾸준한 증가세를 보이고 있으며, '게임·음반', '방송·광고' 등의 분야가 꾸준한 상승세를 보이고 있는 것으로 나타난다.

이와 함께 예산의 효율성 확대를 요구한 기획예산처의 권고에 따라 문화산업진흥기금이 폐지되고(06. 4 문화산업진흥기본법 개정) 중소기업청이 관할하는 '중소기업투자모태조합'의 문화산업 별도계정 출자에 따라 문화산업 재정의 변화도 나타나고 있다.

또한, 고려해야 할 사항은 참여정부의 경우 4대 국정원리의 하나로 '분권과 자율'을 제시하고 '지방분권과 국가균형발전'을 국정 12대 의제 중 하나로 설정했었다는 사실이다. 이에 국가균형발전특별회계를 통해 이와 관련된 사업들이 문화산업을 중심으로 많이 이루어졌다. 문화산업클러스터를 조성하기 위한 지방문화산업기반조성의 경우 매년 150억원의 예산이 지역 문화산업 육성을 위해 지원되고 있으며, 실질적인 프로젝트 개발과 비전 제시자 육성을 위한 지역문화산업연구센터 육성사업의 경우 2005년부터 25억원의 예산이 역시 지원되고 있다. 기타 부산영상도시 육성, 대구 디자인패션산업 육성, 지역 영상미디어센터 설립 등 국가균형발전특별회계 사업들이 추진되고 있는데, 이러한 사업들이 성과로 이어지기 위한 효율적 관리가 더욱 요구되고 있다.

한편, 한미 FTA체결에 따라 스크린 쿼터가 73일로 축소됨에 따라, 영화발전기금의 신설 등 지원이 약속되어 있으며, 저작권 분야의 보호기간 연장 등 협상결과에 따라 국내 산업의 진흥을 위한 다양한 대책 마련이

요구되고 있다. 경제적으로는 글로벌화를 전제로 하는 문화산업의 특성상 글로벌 기업과 인력의 국가간 자유로운 이동이 가속화될 것으로 보이기 때문에, 특히 미국을 중심으로 하는 기업의 투자와 인력유인을 위해 국가경쟁력 제고방안이 지속적으로 마련되어야 할 것으로 보인다.

V. 문화산업정책의 향후 방향

향후 문화산업의 발전은 공적기능의 효율성을 최대한 살리면서 시장의 선순환구조를 도울 수 있는 방향으로 정책지원방향이 이루어져야 할 것이다¹⁰⁾.

우선적으로 정부의 공적기능이 제대로 시장과 협력하여 시너지효과를 낼 수 있는 방향으로 상정되어야 할 것이다. 산업의 측면에서 보면, 정부 정책의 결과 공공성을 담보하고, 시장실패를 방지하며, 정보의 부족이나 비대칭성을 개선하는 방향으로 정책집행이 이루어져야 할 것이다. 그에 따라 재정투자의 경우도 우선순위의 조정이 이루어야 할 것이다. 이와 관련된 몇 가지 방향을 정리하면 다음과 같다.

첫째는 한류지속화 및 글로벌화에 대한 노력이다.

한류에 대해서는 단방향이 아닌 쌍방향 교류 기반 문화호혜적 정책과 철학적인 고찰이 반드시 필요하며, 정책적 지원의 결과라고 이야기하기는 어려운 부분이 있지만, 한류의 개화는 문화산업이 발전할 수 있는 토대를 충분히 마련해주었기 때문에 향후 문화산업정책의 방향 설정에 있어서 중요한 의미를 갖는다. 이에 특정지역을 벗어나, 다양한 장르와 세대를 겨냥하며, 쌍방향 교류정책에 기반한 신(新)한류 활성화 정책이 더하여 추진되어야 할 것이며, 이를 통해 상품의 수출중심이 아닌 라이선싱 중심 콘텐츠의 글로벌화를 위한 정책방향이 더욱 정교하게 다듬어져야 할 것이다. 실제, '점프', '비' '비보이' 공연 등 다양하고 새로운 한류 코드들이 다양하게 세계무대로 진출하고 있어 이러한 방향에 대한 기대

10) UNESCO의 경우 시장의 선순환구조마련, 인력양성, 기술개발, 정책평가시스템 마련, 내수시장활성화, 부처내 협력 등에 문화산업 정책의 비중을 높게 두고 있음(del Corral, 2005).

가 커지고 있다.

이는 문화적 정체성을 기반으로 전통과 현대의 결합을 통해 글로벌 문화산업 강국으로 도약하려는 움직임들이 더욱 많아질 것이며, 이에 한스타일을 기반으로 전통적 문화원형의 산업 현대화를 통한 글로벌 진출의 기회를 마련하려는 시도들이 많아짐을 의미한다.

둘째는 정부 정책의 함목적성을 최대한 맞추기 위한 창작역량강화에 더욱 주력하여야 한다는 것이다. 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업, 인력양성 및 기술개발 지원 등을 통해 민간의 창작역량을 최대한 발휘할 수 있는 환경 구축에 힘을 더욱 쏟고 내수시장을 활성화해야 한다는 것이다. 앞으로 문화원형 등 전통적인 요소에 대한 관심 증대로 이를 글로벌 문화산업 자원으로 활용하려는 움직임들이 더욱 증가할 것이다. 이에 기초예술과 문화산업의 융합을 통해 콘텐츠 블루오션 창출에 주력하는 시도와 정책지원들이 더욱 늘어나야만 할 것이다.

또한, 이와 함께 창의적인 문화콘텐츠의 전략적 육성을 위한 환경 구축에 정책적 노력이 더욱 커져야 할 것이다. 콘텐츠 중심의 응용기술(CT) 개발에 대한 적극적인 투자 및 활용에 더욱 힘이 모아져야만 하며, 창작, 표현, 유통/서비스, 애니메이션, 음악, 방송, 영화, 게임, 출판, 문화유산, 문화복지 등의 전략제품 및 핵심기술 개발 등에 더욱 힘을 쏟아야만 한다. 특히, 디지털 신기술개발 및 시험을 위한 테스트 베드(Test Bed) 운영, 디지털시네마 제작 환경 및 디지털상영관 확충 등 새로운 요소들의 등장에 더 많은 관심을 쏟아야 할 것이다.

인력의 측면에서는 단순인력이 아닌 산업성장을 견인할 핵심리더(CC : Content Creator) 양성에 힘이 모아져야 할 것이며, 뉴미디어시대 패러다임을 선도할 문화콘텐츠 전문인력 양성, 즉, 융합형 미디어(IPTV, DMB 등)와 미래 유비쿼터스 시대를 선도할 콘텐츠 제작인력 양성에도 신경을

써야 한다. 이에 기존의 공공 아카데미 교육(방송, 영화, 게임, 문화콘텐츠 등)의 벽을 허무는 컨버전스 교육을 통해 보다 통합적인 콘텐츠 창작 역량 강화에 힘이 모으는 정책지원이 요구된다.

다음으로 환경구축과 함께 문화산업의 발전하고 더욱 성장할 수 있는 인프라 구축이 더욱 탄탄해져야 한다는 사실이다. 특히, 방통융합시대의 도래에 따라 지적재산권과 유통환경의 구축, 투자선순환 구조 확립 등의 요소들이 더욱 중요해 질것임에 따라 정책적 노력의 경주가 더욱 요구되고 있다.

특히, 최근 일본 등에서 대두되고 있는 바와 같이 지적재산권 기반 창작자(Creator), 소비자(Consumer), 제작자(Producer)의 선순환구조 및 비즈니스 모델의 구축 환경 마련에 더욱 정책적 노력을 집중해야 할 것이며, 이를 통해 창의적인 문화콘텐츠 개발을 위한 공공역할 강화 및 양질의 콘텐츠 진흥 투자환경 조성에 힘을 보태야만 한다. 이는 투자가치가 충분한 양질의 콘텐츠를 제작·지원할 수 있는 환경을 조성하고, 라이선싱 사업화에 따른 콘텐츠 비즈니스 모델(Content Business Model)개발에 초점이 모아져야 함을 의미하는 것이다.

또한, 방통융합시대 새로운 뉴미디어 콘텐츠 발굴 육성을 통한 미래 산업사회 선도에 힘이 더해져야만 한다. 이는 새로운 산업환경 변화에 따른 유통환경 조성 지원 및 정책서비스 강화가 중요해지기 때문이다. 이에 문화콘텐츠 디자인 등 문화산업의 새로운 장르 확대 및 진흥 방향 제시가 필요하며, 생산적 콘텐츠 수용자, 실험적 콘텐츠 유통시장의 기반확대를 위해 UCC(User Created Contents) 기반의 산업환경 발전에 따른 준비가 요구된다.

이와 함께, 문화콘텐츠산업 유통기술 표준화, 디지털기술발전에 따른

법·제도 정비, 문화콘텐츠 공정경쟁 환경 구축, 생산적 소비자를 위한 미디어 리터러시 교육 강화 등 소비자 중심 정책 수요가 높아질 것이며, 노인과 장애인에 의한, 노인과 장애인을 위한 문화콘텐츠 발굴·육성, 문화산업 균형발전을 위한 지역별 특화 산업발전 등에도 정책적 관심이 더욱 커져야 할 것으로 전망된다. 이는 궁극적으로 소득, 교육, 장애, 지역, 성별 등에 차별받지 않고 문화를 향유할 수 있는 문화콘텐츠복지 국가 실현이 필요함을 이야기한다. 실제 1990년대 이후 한국의 문화정책은 대부분 문화생산자를 위한 것이었으며, 김대중 정부 이후 본격화된 문화산업 지원정책의 경우는 이러한 양상이 더욱 심해졌기 때문에 문화산업의 실제 소비자이자 향유자인 국민은 일정부분 비켜있었던 것이 사실이며, 이러한 부분의 강조가 기대되고 있다.

또한, 최근 방통융합에 따른 문화산업의 콘텐츠 관련 진흥정책 통합이 요구되고 있어 정책적인 집중력이 요구되고 있다. 이에 정책 환경의 변화를 반영할 수 있는 정부 조직 및 기능, 자원 등 정부 역할에 대한 근본적인 성찰이 필요한데, 콘텐츠 활성화를 위해서는 문화, 예술을 근본 토양으로 하면서 장르 간, 매체 간 연계는 물론, 저작권 제도, 통상·교류, 기술(CT), 자본 투자 등 인접 시스템과의 유기적 연계 속에 통합적인 정책적 접근이 요구되고 있다.

VI. 결론

문화는 우리의 삶 자체이며 경제와 밀접한 관련을 맺고 있다. 이에 문화를 기반으로 하고 있는 문화산업 진흥 정책방향의 가장 기본은 문화를 정착시키고, 사람들이 경제활동을 영위하며, 살만한 곳을 만드는데 있을 것이다. 문화산업을 활용하여 올바른 문화를 정착시킬 수 있도록 경제와 문화의 적절한 '도구'로 활용하여야 한다.

문화산업과 관련되는 참여주체들은 나름대로의 활동목적이 다르다. 문화예술계의 종사자들은 문화적 가치 창조에 일차적인 목적을 가질 수밖에 없고, 기업인들은 기본적으로 기업적 이윤의 추구를 목표로 삼는다. 정부는 공익의 입장에서 가치 창조와 이윤 추구 양자를 모두 만족시킬 수 있는 지혜를 찾고 그에 걸맞은 정책을 제시해야만 한다. 이를 위해서는 문화의 특수성을 이해하고 문화산업이 문화의 잠재력을 충전시키기 위한 기반이 될 수 있도록 추진력을 실어주어야만 한다. 이에 산업적 특성을 충분히 고려하면서도 다른 산업과의 차별성을 인정하고, 사람들의 삶의 질을 동시에 인정하고, 문화 관광 등 연관 산업과의 연계성을 높이는 방향으로 특유한 진흥전략을 고려하여야 할 것이다.

특히, 문화예술, 전통문화 등 관련분야들이 상생 발전할 수 있도록 포괄적인 문화산업의 영역 간 네트워크가 필요하며, 국가이미지 제고 등 광의적 지원전략이 다각적으로 필요하다.

이를 위해서는 문화산업의 정책방향과 추진기구의 역할을 공고히 할 필요가 있다. 문화산업 진흥의 관점에서는 업체들의 역할을 잘 인식하고, 해당 입장에서 실제적인 전략을 세워가는 것이 중요하다. 이는 전혀 새로운 방향설정이라기보다는 기존 이해 관계자들 간의 긴밀한 네트워크

구축 및 효율적인 의견교환 시스템의 구축이라는 측면에서 접근해야 함을 의미한다. 특히, 실제 문화산업을 둘러싸고 있는 환경 및 문제점에 대한 정확한 인식, 선진국 사례 등에 대한 벤치마킹 및 현재 진행 중인 사업추진 전반에 대한 점검 등 작업이 필요한 일이다. 현실적으로는 업계와 대학, 제3섹터, NGO 등 다양한 주체 역할에 대한 분명한 인식전환이 필요할 것이다.

문화산업은 문화예술에 기반을 둔 창작 기획과 시나리오, 제작 후 공정 등 복합적인 성격을 가진다. 따라서, 문화산업의 가치사슬 구조를 고려하여 장기적으로 문화산업의 경쟁력을 높이는 방향으로 정책의 지원방향을 충분히 고려할 필요가 있으며, 장기적으로는 문화와 산업이라는 두 마리 토끼의 경쟁력을 모두 향상시키기 위해서 추진주체들의 전략적인 관리 능력이 필수적으로 요구된다.

문화산업 발전을 위해서 장기적으로는 민간의 역할이 중요하지만, 현 단계에서는 정부가 산업의 발전을 위한 성공사례 창출과 경제의 선순환 구조 정착을 위해 산업발전의 장애 요소를 제거해 나가는 역할이 중요하다. 이를 바탕으로 기업, 대학 등 유관기관들의 전략수립 참여를 적극적으로 유도해 나가는 작업을 계속적으로 수행해 나간다면, 문화산업의 발전전략이 성공적으로 수행해 나갈 수 있으리라 기대해본다.

참고문헌

- 권오혁, 김홍석, 2000, 지방문화산업 육성방안, 한국지방행정연구원.
- 김정수, 2002, “‘미녀와 야수’ - 문화행정의 새로운 패러다임 모색”, 『한국행정연구』 11권 1호, 한국행정연구원.
- 김휴중, 1999, “문화산업 윈도우 효과의 이론과 실증”, 문화정책논총, 11, 19~38.
- 니콜라스 네그로폰테, 1995, 디지털이다, 백옥인 역, 박영률출판사 (Negroponte, Nicholas., 1996, *Being Digital*, Vintage)
- 대통령자문 정책기획위원회, 2006, 『사회비전 2030 - 선진복지국가를 위한 비전과 전략』
- 문화관광부, 2003, 참여정부 문화산업 정책비전 보고회 (2003. 12. 17) 자료.
- 문화관광부, 2005a, 『2004 문화산업통계』
- 문화관광부, 2005b, 『C-Korea 문화강국 2010』
- 문화관광부, 2006, 『2005 문화산업통계』
- 문화관광부, 2007, 『2006 문화산업통계』
- 문화체육관광부, 2008, 『2007 문화산업통계』
- 문화관광부, 2005, 『문화산업백서』, p.28」
- 삼성경제연구소, 2002.11, 주5일 근무와 소프트산업의 변화.
- 유승호, 2002, 『디지털시대와 문화콘텐츠』, 전자신문사.
- 이명호, 김태현, 2006, “한국IT산업정책의 평가와 향후 정책방향,” 『정보통신정책연구』 제13권 3호, 11-41
- 이병량, 2006, “한국문화정책의 논리에 대한 비판적 연구: 평가준거의 구성과 서론적 평가,” 『한국거버넌스학회 영·호남 춘계 학술대회 발표자료집』, 1-16, 한국거버넌스학회
- 이영두, 1999, 『한국 문화산업의 영역별 특성과 육성정책에 관한 연구』, 명지대학교 경영학과 박사학위 논문
- 이종열, 2004, “문화정책평가의 지표체계구성에 관한 연구”, 『정책분석평가학회보』, 제14권 제1호, 129-150, 한국정책분석평가학회
- 임학순, 2003, 『창의적 문화사회와 문화정책』, 진한도서.
- 임학순, 2004, "문화산업 육성을 위한 정부정책의 이념," 『계간 사상』, 2004년 봄호, 107-126
- 최혜실, 2003, “문화산업과 인문학, 순수예술의 소통 방안을 위한 일고찰,” 인문콘텐츠, 창간호.

- 통계청, (2006.8.), 「8.15광복 이후 경제·사회 변화상」
- 한국개발연구원, 2007, 『문화콘텐츠산업 심층평가』, 2006년도 재정사업 심층평가 보고서
- 한국관광공사, 2004, 『한류관광마케팅 파급효과 분석』 .
- 한국문화관광정책연구원, 2005, 『문화산업정책 10년, 평가와 전망』
- 한국문화관광정책연구원, 2006, 『미래문화전략 2030 : 미래환경변화』
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2003a, 『문화콘텐츠산업 산업분류 연구』
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2003b, 『문화콘텐츠산업 지원프로그램 평가지표체계 및 평가방법 개발』
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2004a, 『문화콘텐츠산업의 경제적 파급효과』
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2004b, 『한국 문화산업의 국제경쟁력 분석』
-
- 한국문화콘텐츠진흥원, 2007, 『문화산업의 경제적 파급효과』
- 한국은행, 2006, 「홍행 영화가 국민경제에 미친 영향 분석」
- Adorno, T.W. 1991, *The Culture Industry*, Routledge, London and New York.
- Aitchison, C., & Evans, T., 2003, *The cultural industries and a model of sustainable regeneration : manufacturing 'pop' in the Rhondda Valleys of South Wales*, *Managing Leisure*, vol 8, 133-144, Routledge
- Austrian Government, 2005, *Creative Industries Cluster Study*, Department of Communications, Information Technology and the Arts
- del Corral, M., 2005, *Cultural industries: towards a policy framework*, UNESCO, Presentation of Asia-Pacific Creative Communities:A Strategy for the 21st Century, Jodhpur(India)
- Hesmondhalgh, D, *The Cultural Industries*, Sage Publications
- Lampel, J. & J. Shamsie, 2000, Balancing Act : Learning from Organizing Practices in Cultural Industries, *Organization Science* vol. 11, no. 3, 263-269
- Moschella, D.C., 1997, *Waves of Power*, AMACOM, American Management Association
- Oakley, K., 2004, Not so cool Britannia, *International Journal of Cultural Studies*, vol. 7, no. 1, 67-77
- Price Waterhouse Coopers, 2006, *Global Entertainment&Media Outlook*
- Yoshimito, Mitsuhiro, 2003, "The status of Creative Industry in Japan and Policy Recommendations for their promotion, NLI Research Institute (2003.12.2)

쟁점토론 2

**융합기술 활성화를 위한 CT 분야
연구기관 설립에 대한 제반 의견
검토**

I. 서론

□ 왜 문화산업인가?

- 현재 세상은 문화콘텐츠 경제시대로 변해가고 있으며 문화산업이 미래의 국가성장동력이 되어가고 있음.
- 이에 따라 각국의 경쟁이 치열해 지고 있는 상황이며, 상상력과 창의력 기반 문화산업은 '경쟁 없는 시장(블루오션)'의 창출과 새로운 국가 비즈니스 혁신으로 나아가는 돌파구로서의 역할을 하고 있음. (예: '해리포터'와 같은 한 편의 이야기산업 규모가 한국 반도체 10년간 수출액을 능가)
- 기존의 세계경제, 특히 한국경제는 IT에 기반하여 큰 발전을 이루어 왔으나, 최근 그 성장이 정체되고 있어 새로운 모멘텀이 필요한 실정
- 한국경제는 선진경제 진입 문턱에서 고용침체, IT 및 제조업의 포화 및 정체, 일본과 중국의 샌드위치 압박 상황에서 값싸고 양질의 인력을 지닌 인도라는 IT 강적과도 경쟁하고 있음.
- 2006년 IT 산업의 경제성장 기여율은 40% 대로 대체로 정체되어 있는 상황이며, 디지털콘텐츠 시장의 성장률(12.6%)은 글로벌 평균인 17.6%에 크게 못 미치고 있는데, 이는 아직 전체 경제규모에서 차지하는 비중이 IT보다 작은 형편에서 지원이나 투자의 규모는 더 작은 상황에 기인함.
- 세상은 산업의 시대에서 정보의 시대를 거쳐 즐거움이 중요한 관건이 되는 문화의 시대로 나아가고 있으며 꿈의 경제(Dream Economy), 꿈

의 사회(Dream Society)에 걸맞는 문화정책을 계획할 필요가 대두됨.

- 이는 이미지와 이야기가 중심이 되는 새로운 경제사회 패러다임이 앞으로의 변화 방향을 설정하게 될 것이라는 걸 의미함.

□ 왜 문화기술인가? (문화산업의 견인차로서의 문화기술)

- 한류 등으로 세계시장에서 한국 문화상품의 성공가능성이 검증되었으나 이의 지속적인 성장 및 상승세 유지를 위해서는 혁신적 도약이 필요한 시점임. 또한 문화산업은 미래형 산업으로서 10대 차세대 성장동력으로 선정된 바 있음.
- 이러한 문화산업을 견인하는 핵심기술이 바로 문화기술(CT, Culture & Contents Technology)임. 장기적으로 문화산업을 이끌어나가는 데에는 다양한 문화기술의 확보가 필요함에도 문화상품(한류 등)의 개발에만 밀려서 문화기술의 발전의 위한 정책은 잘 마련되지 못한 측면이 큼.
- 기존의 문화산업 및 문화기술의 육성 체계로는 '국가 6대 핵심기술'의 하나로 선정(2001.8. 국민경제자문회의), '미래국가유망기술 21'에 선정(2005.8. 과학기술부)됨을 바탕으로 하여 문화관광부 소관의 CT 개발계획 수립(문화산업진흥기본법 제17조)이 추진된 바 있으나, 이를 뒷받침하는 구체적인 정책 개발은 미흡한 점이 많으며 6개 핵심기술인 6T 중에서도 연구개발 투자규모가 절대적으로 부족한 한 형편임.
- 현재 한국문화콘텐츠진흥원 내에 CT전략본부를 두고 있으나 예산 및 인원이 절대적으로 부족한 상황이며 지속적 투자와 대형 프로젝트 진행에 어려움을 겪고 있는데, 다시 말해서, 국가의 연구개발 지원이 정

보통신기술에만 집중됨으로 해서 창의성(Creativity) 관련 기술의 개발에 대한 투자가 별로 이루어지지 못하고 있는 상황이라 할 수 있음.

□ 왜 CT분야 연구기관 설립을 검토해야 하는가?

- 본 연구는 문화산업과 문화기술의 중요성을 살펴보고, 그 중요성에 비추어 국가적으로 집중 육성하기 위해 국가 주도의 CT 분야 연구기관 설립이 필요한지를 여러 측면에서 검토하고자 하는 목적을 가지고 있음.
- 이를 위해, 국가적 지원의 필요성 내지 타당성을 살펴보고, 또한 필요하다면 어떠한 기능을 가지고 어떤 형태로 설립되어야 하는지 검토해야 할 필요가 있음.
- CT 분야 해외 선진국의 사례들도 검토해 볼 필요가 있으며 기존의 국내 관련기관의 성격과 역할들도 재점검해 볼 필요가 있음.

II. 문화기술(CT)의 개념 및 환경 분석

1. 문화기술의 개념

□ 문화기술(CT)의 정의

- 문화기술(CT)의 개념은 여러 가지로 정의될 수 있으나 문화산업진흥 기본법에 근거하여 정의되고 있음. 이 법에 의하면 문화기술은 영화, 게임, 애니메이션 등 '문화상품' 전반의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통 등에 활용되거나 관련된 서비스에 사용되는 기술을 의미함.
- 좀 더 광의의 개념으로 생각해 보면, 문화기술은 이공학적인 기술, 인문학(예술 등), 감성 등을 융합시켜 '재미·감동·가치있는 문화콘텐츠'를 제공하여 삶의 질을 향상시키는 기술을 의미한다고 할 수 있음. 즉, CT는 문화산업의 가치사슬(소재발굴-기획-제작-소비) 전 단계에 적용되어, 문화상품의 부가가치를 배가시키는 역할을 함.

[그림 II-1] 문화기술의 정의



구 분	문화기술	기술 사례
소재발굴	전통문화, 문화예술, 생활양식, 이야기 등 창작소재를 분류, 검색하는 기술	문화디자인 크리에이티브 문화원형 발굴기술
창작·기획	인간의 창조성 및 감성에 기반하여 문화콘텐츠의 창작을 지원하는 기술	지능형 스토리텔러 기술 차세대 디지털 감성웨어 등
제작·가공	인간의 감성을 자극하여 문화상품의 체험을 극대화하고 제작의 효율성을 증대시키는 기술	디지로그 공연/전시 애니메이션 기술 등
유통·소비	문화상품의 저작권 보호, 효율적 배급, 사용자 인터페이스 등 유통과 소비 전반에 관한 기술	저작권 보호기술 소비자 감성 취향인지 기술 등

□ 문화기술(CT)의 요소

○ 문화기술(CT)은 다음과 같은 요소를 가지고 있음.

- 가치: 창의의 기술(꿈, 상상력, 이야기를 소재로 재화 및 서비스에 가치 부여 요소를 찾아내는 기술)
- 감동: 느낌·감성의 기술(창출된 가치를 소비자가 공감하도록, 정신적·영적 만족감을 느낄 수 있도록 감성 콘텐츠를 제작/표현하는 기술)
- 전달: 소통의 기술(생산자와 소비자가 가치를 공유할 수 있도록 재화 및 서비스를 소통시키는 기술)

□ 문화기술(CT)의 분류

○ 문화기술(CT)은 크게 CT기반기술과 CT응용기술로 구분

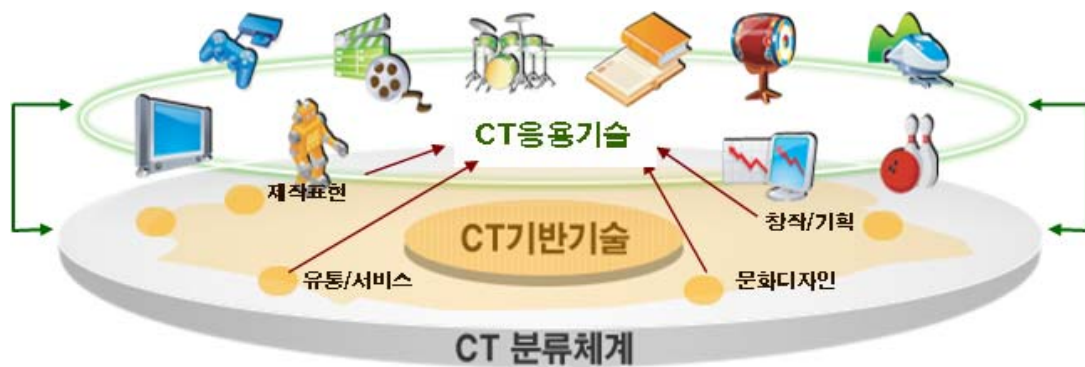
- CT기반기술 : 문화디자인, 창작/기획, 제작/표현, 유통/서비스 등 문화상품의 기획, 제작, 유통/서비스를 위해 기반이 되는

기술분야

- CT응용기술 : CT기반기술의 응용 분야 및 문화상품의 개발에 필요한 응용기술 분야

- 또는 시장특성에 따라 문화콘텐츠(애니메이션, 방송, 음악, 게임, 영화, 출판, 공연/전시), 문화유산, 관광, 스포츠 분야의 기술분야로 구분할 수 있음.

[그림II-2] CT의 분류



CT 응용기술		CT 기반기술	
문화콘텐츠 (예술)	애니메이션, 방송, 음악, 게임, 영화, 출판, 공연, 전시분야 콘텐츠의 기획, 제작, 서비스 제공을 위한 기술분야	유통/서비스	문화상품의 유통/서비스 제공을 위해 기반이 되는 기술분야
문화유산	유/무형 문화재의 원형 발굴, 복원, 계승을 위한 기술분야	제작/표현	문화상품의 제작/표현을 위해 기반이 되는 기술분야
관광	관광 문화상품 요소의 발굴, 상품화, 체험 서비스를 위한 기술분야	창작/기획	문화상품의 창작/기획을 위해 기반이 되는 기술분야
스포츠	스포츠 문화상품 요소의 발굴, 제품화, 유통을 위한 기술분야	문화디자인	문화상품 개발을 위한 문화요소와 디자인 요소의 융합과 관련된 기술분야

Ⅲ. CT 분야 연구기관의 필요성

1. 국내외 환경의 변화

- 그동안 한국경제를 이끌어왔던 IT 분야의 모멘텀이 한계에 다다르고 있는 상황임에 따라 새로운 성장동력의 확보가 절실해지고 있음.

〈표 II-1〉 IT산업의 성장률 및 경제성장 기여도

(단위: %)

구분	2002	2003	2004	2005	2006
IT산업 성장률	17.6	14.2	17.5	13.5	13.3
IT산업의 경제성장 기여율	26.3	51.3	42.5	46.6	40.0

자료: 한국은행(2007)

〈표 II-2〉 한국 IT산업이 전체 수출에서 차지하는 비중 추이

(억 달러, %)

구분	1995	2000	2002	2004	2005	2006
총수출	1,250.6	1722.7	1,624.7	2,538.4	2,844.2	3,259.8
한국 IT산업 수출	317.2 (25.4)	630.4 (36.6)	571.3 (35.2)	936.8 (36.9)	1,023.3 (36.0)	1,133.9 (34.8)

자료: 한국은행(2007)

주: ()은 총수출에서 IT산업의 수출이 차지하는 지분

- 제조업 위주의 산업경제 및 정보산업은 성장한계 봉착할 것으로 예견되고 있으며 정보산업이 성숙단계로 진입하고 후발국과의 기술 격차가 감소됨에 따라 중국과 일본 사이에서 샌드위치에 되고 있

는 동시에 저임금 정보산업강국인 인도 등 신흥 BRICs 국가의 도전 또한 거세지고 있음.

- 반면에 문화산업은 성숙기에 접어든 제조업에 비해 세계적으로 시장규모와 발전가능성이 앞으로 클 것으로 전망되고 있음. 이러한 문화산업 성장의 핵심엔진은 문화기술(CT), 즉 문화와 기술의 결합이라고 할 수 있으며, 문화만으로 또는 기술만으로 만들어지는 성장에는 한계가 있음.

[그림 11-3] 문화산업 매출 규모

□ 문화산업 매출규모

(단위: 조원)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
합 계	20,69	23,16	29,63	44,19	50,06	53,95
(GDP대비 %)	(3,57)	(3,72)	(4,33)	(6,09)	(6,42)	(6,65)
출판	2,32	2,43	2,81	14,76	18,92	19,39
만화	-	-	-	0,76	0,50	0,44
음악	0,46	0,46	0,42	1,79	2,13	1,79
게임	2,97	3,05	3,40	3,94	4,32	8,68
영화	1,14	1,29	1,40	2,34	3,02	3,29
애니메이션	0,37	0,34	0,32	0,27	0,27	0,23
방송	4,15	6,17	9,52	7,14	7,77	8,64
광고	5,85	5,30	6,48	7,06	8,03	8,42
캐릭터	3,43	4,12	5,28	4,81	4,22	2,08
기타	-	-	-	1,32	0,88	0,99

*출처: 문화관광부 「문화산업통계」(2007-7)



〈표 II-3〉 국가간 세계 문화산업 규모 비교

□ 국가간 세계 문화산업 규모 비교

(단위: 억)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
한국	153	159	174	187	196	203	216	228	243	253
미국	4,451	4,463	4,670	4,910	5,248	5,543	5,912	6,225	6,602	6,901
캐나다	217	229	244	259	276	290	314	334	353	370
영국	567	601	632	680	736	789	836	883	932	979
프랑스	386	398	415	434	459	490	519	545	572	595
독일	600	604	602	603	623	655	689	720	753	783
일본	880	883	864	879	916	950	994	1,033	1,086	1,118
중국	187	219	280	360	464	606	797	1,006	1,224	1,430

*출처: 『Global Entertainment and Media Outlook 2005-2009』 (PricewaterhouseCoopers)

□ 국가간 세계 문화산업 규모 비교

(단위: 억)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
한국	153	159	174	187	196	203	216	228	243	253
미국	4,451	4,463	4,670	4,910	5,248	5,543	5,912	6,225	6,602	6,901
캐나다	217	229	244	259	276	290	314	334	353	370
영국	567	601	632	680	736	789	836	883	932	979
프랑스	386	398	415	434	459	490	519	545	572	595
독일	600	604	602	603	623	655	689	720	753	783
일본	880	883	864	879	916	950	994	1,033	1,086	1,118
중국	187	219	280	360	464	606	797	1,006	1,224	1,430

*출처: 『Global Entertainment and Media Outlook 2005-2009』 (PricewaterhouseCoopers)

□ 지금 세상은 20세기의 '기능(제품)' 시대에서 21세기의 [기술+감성]의 시대로 전환하고 있으며, 디자인 중심, 감성 중심, 사용성 중심의 시대로 나아가고 있음.

□ 이에 따라 기술 선도형이 아닌 콘텐츠 선도형의 기술개발이 필요해

지며, '콘텐츠+첨단기술'은 미래 문화콘텐츠 산업의 성패를 좌우하는 열쇠로 작용할 것으로 전망됨. 여기에 필수적인 것이 독창적 CT 기술력이며, 앞으로 문화산업 선진국과의 격차를 줄이고 문화산업 5대강국으로 발돋움하는데 중요한 요소가 될 것임.

2. 연구기관의 필요성

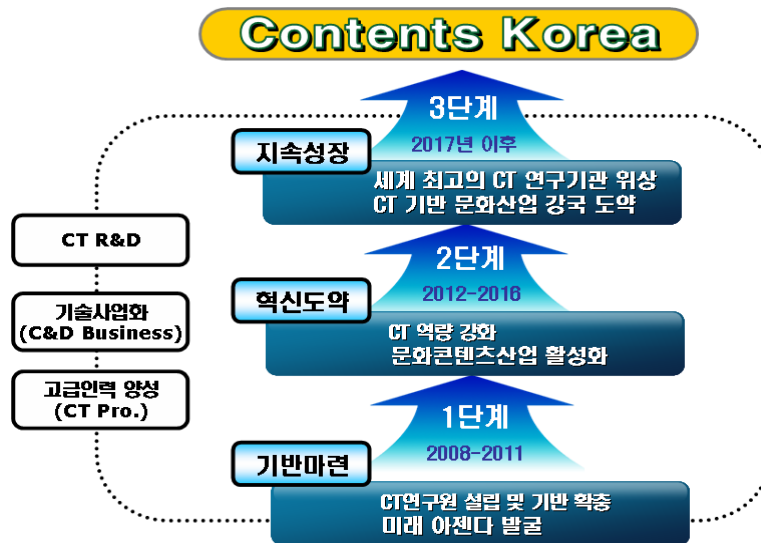
- CT는 기술(기능)에 상상력, 감성, 창의성, 스토리 등이 결합된 분야로, 인문, 사회, 예술, 기술의 종합적인 융합연구가 필수적이라 할 수 있음.
- 융합연구를 효과적으로 수행하기 위해서 CT 연구는 상시적으로, 전임연구인력들에 의해 전문적으로 수행될 필요가 있음.
- 그 이유는 이 분야가 새로운 분야로서 선도연구인력들에 의해 수행되고 그 효과를 연구, 교육, 산업계로 파급시킬 필요가 있고, 아직 문화기술 분야 후발 국가로서 선도연구를 통해 선진국을 빠른 시간 내에 추격해야 하기 때문임. (그러나 현재 CT 관련 국가 R&D 예산은 국가 R&D 총예산의 0.6%(617억원)에 불과한 형편)
- CT 연구개발이 타 분야 R&D 진행과는 별도로 독자적인 연구 형태가 필요한 이유들은 다음과 같음.
 - 기반 인문학, 응용 콘텐츠와 연계된 기술의 개발이 필요
 - 이에 따른 독특한 연구 조직과 연구 수행 방식이 필요
 - 선도기술 중심, 기술연구자 중심이 아닌 콘텐츠와 융합된 기술 개발이 필요

IV. CT 분야 연구기관의 기능 및 역할

1. 연구기관 역할에 대한 전반적 고찰

□ CT 분야 연구기관의 역할

[그림 II-4] CT 분야 연구기관의 임무 및 발전로드맵



- CT 분야 연구기관에서 담당해야 할 연구개발 분야는 다음과 같이 구성할 수 있음.
- 감성기반 Dream Society 구현을 위한 요소기술 개발(Dream Society Core Tech)
 - 이야기와 이미지가 부가가치를 창출할 수 있도록 지원하는 기술로, 모든 문화산업에 공통적으로 활용할 수 있는 요소기술의

개발

- 이야기의 창작을 촉진하기 위한 창의성 촉진, 문화소재, 문화 원형 등과 관련된 요소기술. 문화상품의 부가가치를 높이기 위한 실감, 생생한 이미지 표현과 관련된 요소기술
- 기타 문화콘텐츠의 부가가치 창출과 관련된 요소기술(예: 콘텐츠 유통 및 서비스, 문화디자인 등)
- 산업협력 현장기술 개발(C&D Biz Bloom) & 문화사업화 (Culture Biz) 지원
 - 문화산업의 각 현장에서 단기간(1~2년 내)에 필요로 하는 콘텐츠 개발을 위한 C&D(Connect&Development)형 기술. 문화 장르별 특성 및 융합에 대응한 현장 요구 기술의 협업개발.
 - 기 개발된 기술의 이전 및 자문을 통한 CT산업의 사업화 컨설팅
- 창의적인 CT기반 융합콘텐츠 전문가 양성(Creative Professional)
 - 협업 Project 수행을 통해 다양한 장르에서 활용될 수 있는 CT기반의 융합 콘텐츠 전문가를 양성하여 산업계 및 교육계에 인력 공급
 - ETRI 출신 연구자들이 각계에서 서로 협력하는 동문 개념 도입
- 학계 및 산업계와 인력 교환
 - 교수 요원들이 장단기 연구에 전임으로 참여하거나 대학원생들이 협업연구에 참여함으로써 융합기술 활성화에 기여함.
 - 산업계 인력이 장단기 C&D 프로젝트에 참여함으로써 신기술

의 콘텐츠 적용에 기여함.

○ 문화산업 진흥을 위한 법/제도 등 산업정책 연구

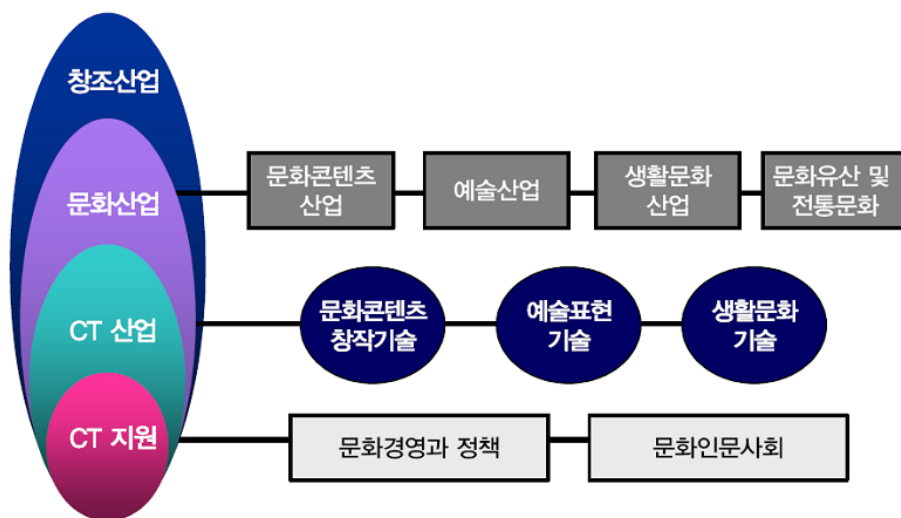
- 문화산업의 사업화 촉진을 위한 법/제도 등 산업정책 수립 지원

□ 창조산업 전반을 그 범위로 하는 연구기관의 역할

○ 다른 관점으로는 기술이 더 중시되는 CT 산업으로부터 문화산업으로, 그리고 창조성(Creativity)을 중시하는 광의의 산업으로 확장되는 다음과 같은 내용을 CT연구원의 연구개발 영역으로 설정할 수 있음.

○ 이와 같이 볼 때에는 광의의 창조산업 범주 안에서 예술과 생활문화 등의 산업을 포괄하고 문화경영과 정책, 그리고 문화와 관련된 인문사회학에 대한 연구도 진행하는 정도로 연구 범위를 확장할 수 있음.

[그림 11-5] 창조산업 전반을 기준으로 한 CT 분야 연구기관의 연구개발 범위



V. CT 분야 연구기관 설립에 대한 검토 의견

1. 정부출연연구소로서의 설립 필요성

- 문화콘텐츠산업은 고위험 고수익 사업으로, 인력 및 자금이 부족한 영세한 기업에서 감당하기 어려워 초기에 대규모 투자가 필요한 경우가 많음.
- 그러나 현재 국내 문화콘텐츠기업은 독창적 CT R&D 능력이 취약한 수준이며 선진국 기술의 모방-활용에 치중하고 있는 실정임.
- 이러한 상황을 타개하기 위해서는 먼저 산학연 연계에 의해 CT 전문 인력의 양성이 필요함. 문화콘텐츠 관련학과가 집계 방법에 따라 600여 개에 이르는 것으로 집계되고 있으나 장르별 단순제작 인력양성에 편중하고 있어 핵심 선도 인력의 양성이 제대로 되고 있지 않은 실정임.
- CT 연구기관은 신기술 개발, 인력 육성, 산업화 지원 등을 위해 우수한 인력 및 양호한 시설 등 필요한 인적, 물적 자원을 풍부하게 갖추어야 하는 바, 이러한 자원 운용 및 활용은 국가적 차원에서 가능하다고 할 것임.
 - 선진국에 비해 후발주자의 입장에서 성장가능성에 무게를 두고 국가주도의 강한 연구개발 드라이브가 가능함.
 - 행정적 권한이 큰 정부가 주체가 되어 연구기관을 운영, 빠른 시일 내에 연구전략을 세우고 시행해 나갈 수 있음.
 - 국가의 문화산업 비전 제시 및 문화기술 발전의 기틀을 다지는

연구의 진행도 가능함.

2. 기본 R&D 기능에 다양한 요소들을 결합할 때의 시사점

□ R&D + Biz (기술이전 및 거래)

- 이러한 결합을 진행할 경우, 기술이전 및 거래에 있어서 기술에 대한 자체 보유 노하우가 있는 조직으로서 기술 이전 및 거래의 수준을 높일 수 있을 것임.
- 이전 및 거래의 대상으로서는 연구기관에서 자체적으로 개발한 기술과 함께 타 기관 또는 민간에서 개발된 기술도 함께 거래하는 유통 창구로서의 역할을 담당해야 할 것임.
- 장기적인 관점에서는 자체 지적재산권 보유, 관리하며 이들의 활용을 통한 기술 확산 사업을 펼치기가 용이할 것임.
- 기술선도 R&D가 아닌 needs에 기반한 C&D(Connect & Development)로 연구 방향을 잡을 경우, 자체 보유 기술과 타 기관 보유 기술의 결합을 통해 시너지를 내는 방향으로 추진할 수도 있음.
- 기술혁신에 기반한 경영 및 콘텐츠 개발 노하우의 개발 및 전수도 담당할 수도 있음.
- 한계점 및 유의사항
 - 기술의 사업성 검토 및 거래 등이 고유의 R&D 기능과는 다른 성격이 있기 때문에 이를 위한 연구자가 아닌 전문 전담인력들이 확보되어야 함.
 - 이질적인 인력 사이의 효과적인 협력과 사업진행이 시너지 창

출에는 필수적인 요소임.

□ R&D + 인력양성

- 연구개발 기능과 교육 기능이 융합되는 경우를 말함.
- 학연간 강력한 협력관계를 구축함으로써 앞서 언급한 다양한 효과를 기대할 수 있으며, 자체적으로 교육기능을 맡는 대학원을 신설할 수도 있을 것임.
- 기존의 국가지원 교육기관인 KAIST CT대학원을 활용할 수 있음.
- 한계점 및 유의사항
 - 연구소 기능과 인력양성 기관의 기능이 합쳐졌을 때의 시너지 효과가 어느 정도인지 정확한 예측이 필요하며, 그 효과를 극대화하는 방향으로 융합이 이루어져야 함.
 - 이러한 결합이 다양한 인력양성 기관과의 폭넓은 협력을 가로막을 수 있을 가능성에 대해서도 검토하여야 함.

□ R&D + 정책개발

- 문화산업 및 문화기술은 그 발전 속도와 변화가 상당히 빠른 분야이기에 국가나 민간업체가 효과적으로 대응할 수 있기 위해서는 다양한 정책의 개발이 요구됨.
- 기술개발과 정책개발은 서로 떼어서 생각할 수 없는 것으로 현실과 유리된 정책이 아닌 실질적인 정책의 개발을 위해서는 동일 기관에서 둘 다 맡아서 진행하는 것이 의미가 있음.

3. 연구기관 설립형태별로의 시사점

□ 독립 연구기관으로서의 설립

- 타 분야 국책 연구기관과 비슷한 지위와 조직을 설정함으로써 향후 다양한 형태로의 확대, 발전 가능성을 모색할 수 있음. 또한 CT 분야에 대한 정부의 지원 의지를 확고히 보여줌으로써 산업계, 학계, 연구계, 일반 사회에 CT 분야에 대한 관심을 증대시키고, 파급효과를 극대화할 수 있음.
- 기술 거래, 기술혁신 지원 등의 Biz 관련 기능을 합쳤을 경우, 독립 기관에서 다양한 기능들에 최적화된 조직과 인력을 확보, 구성할 수 있음. 이럴 경우, 중복 투자 방지와 시너지 극대화 측면에서 관련 기능을 이미 어느 정도 가지고 있는 타 기관의 일부 조직을 끌어모으는 방향으로 진행하여야 할 필요가 있음.
- 한계점 및 유의사항
 - 정부는 조직 통폐합 및 이를 통한 예산 절감, 예산 사용의 선택과 집중이라는 정책을 가지고 있으며 별도의 독립기관 신설이 이러한 정부 정책에 어긋나는 부분이 있을 수 있음.
 - CT 분야 연구개발이 그 중요성이 크긴 하지만, 연구개발은 산업계의 필요성에 의해 상당 부분 민간 차원에서 진행되고 정부는 이를 지원하는 역할만 하는 것이 옳다는 관점을 가진다면 독립 기관의 설립은 과도한 투자라고 생각하는 시각이 존재할 수도 있음.
 - 설립 지역에 대해서는 면밀히 검토한 후 결정하여야 하는 바, 국가 문화산업 발전을 위한 연구개발 기능 극대화에 집중해서

검토하여 그 파급효과가 큰 지역으로 선택할 필요가 있음.

□ 문화부 산하 타 연구원과의 결합을 통한 설립

- 문화체육관광부 산하로 문화관광 분야 정책 연구를 수행하는 한국문화관광정책연구원과의 결합을 통한 설립을 생각해 볼 수 있음. 이는 새로운 조직을 신설하지 않고 기존 조직을 확대 개편하는 방향으로서 정부가 추진하고 있는 조직 통폐합의 방향에 부합됨.
- CT R&D의 방향성에 있어서 기술보다 인문학, 문화예술 쪽에 더 중점을 두거나 이를 위한 정책개발과 융합할 경우, 한국문화관광정책연구원과의 결합이 어느 정도 시너지를 낼 가능성이 있음.
- 한계점 및 유의사항
 - 한국문화관광정책연구원의 기본 임무가 정책개발로서 기술의 연구개발이라는 측면과는 맞지 않는 성격이 커서 동일 조직 내의 완전 별개 소조직으로 운영될 가능성 또한 존재함.
 - 정책연구 분야에도 문화라는 공통분모가 있기는 하지만 기존에 문화관광정책연구원이 수행하던 문화관광정책과 CT R&D의 범주에 들어가는 정책연구가 그 범위와 성격이 같은 기관에서 수행될 수 있는지에 대한 검토가 필요할 것이며, 효과적인 결합을 위한 다양한 방법을 검토하여야 함.

□ KAIST CT대학원의 기능을 확대, 개편하는 방향

- 정부 예산 투자가 지속적으로 이루어지고 있는 KAIST CT대학원에 상시적 R&D 인력을 보강하여 국책연구기관의 역할을 병행하게 하는 방안

○ 한계점 및 유의사항

- CT대학원은 대학원인 KAIST 산하에 있는 전형적인 인력양성 교육기관으로서 상시적 R&D 인력의 확보 및 운용에는 한계성이 있음.
- Biz 기능, 산업계와의 관계 등을 고려할 경우에는 더욱 그 한계성이 크게 나타날 것으로 우려됨.

□ ETRI 디지털콘텐츠연구본부를 확대, 개편하는 방향

○ CT 분야 기반 기술 연구를 진행하고 있는 ETRI 디지털콘텐츠연구본부 조직을 활용하는 방안

- 기관 신설의 부담이 없고, 기존의 연구인력 및 조직을 쉽게 활용할 수 있다는 장점이 있음.

○ 한계점 및 유의사항

- IT 분야 연구조직인 ETRI의 틀이 다양한 커넥션을 지향해야 하는 CT 연구를 담을 수 있는지에 대해서 면밀한 비판적 검토가 필요함.
- 대전이라는 지역성이 효과적인 CT 연구를 담보할 수 있는지에 대한 검토 또한 필요함.
- 이미 상당히 큰 조직인 디지털콘텐츠연구본부를 그대로 가져갈 경우, 기존 IT 연구개발의 틀에서 벗어나지 못하는 조직으로 그치고 말 수 있는 가능성이 존재할 것으로 우려됨.

□ 한국문화콘텐츠진흥원(KOCCA) 산하에 설립하는 방안

- 연구개발 진흥기관인 KOCCA와 결합된 형태로 설립, 운영하는 방안. KOCCA 또는 향후 조직 통폐합에 의해 KOCCA가 여러

기관의 기능과 결합하여 만들어지는 진흥기관 산하에 두는 방안을 말함.

- 연구개발에 대한 정책, 전략을 결정하고 집행하는 기관과 결합된 상태로 그 방향에 맞는 효과적인 연구개발을 수행할 수 있음.
- 기술거래, 기술혁신 지원 등 Biz 기능을 담당하는 부서를 함께 운용하기가 쉬운 측면이 있음.
- 한계점 및 유의사항
 - 연구지원 조직과 연구수행 조직이 함께 있으므로 해서, 경쟁을 통한 연구 수준 향상에 걸림돌이 될 수 있는 측면이 있음.
 - 행정, 지원을 담당하는 조직 산하에 있으므로 해서, 보다 독자적이고 장기적 안목으로 진행하는 연구가 활성화되지 않을 수 있는 측면도 존재함.

□ 독자 R&D 기능 없이 Biz 센터만 설립하는 방안

- 국고지원을 통한 연구개발을 진행하지 않고, 민간 사이의 기술 유통, 거래, 사업화 지원 등만 관장하는 방안
- 국가지원의 CT 분야 연구기관이 설립이 필요하지 않다고 판단될 경우, 국가가 취할 수 있는 문화산업 활성화 방안임.
- 정부의 개입 및 국고 투자 규모를 최소화하는 방안으로서 이렇게 진행된다면, 해당 조직을 KOCCA 산하에 두는 정도가 바람직한 것으로 판단됨.
- 한계점 및 유의사항
 - CT 및 문화산업 분야의 향후 발전 가능성 및 경제적 파급효

과 등을 고려해 볼 때, 과연 정부가 주도적인 투자를 진행하지 않고 시장 기능에만 맡기는 것이 올바른지에 대한 검토가 필요함.

- 특히, 문화산업 선진국과의 기술 격차를 단기간 내에 따라잡기 위한 국가 주도의 사업이 존재하지 않을 경우, 그 격차가 순식간에 더 벌어지고 앞으로 더욱 강화될 문화 주도 시대에 주도권을 완전히 빼앗길 수 있는 가능성도 우려되는 부분임.
- 타 분야의 기술개발에 투자하는 것과 마찬가지로 CT 분야의 중요성이 인정되고 선발 국가들을 빨리 추격해야 할 필요성이 있다면 정부의 보다 적극적인 드라이브가 필요한 측면이 있음.

4. 설립 방안 제안 - 기존 기관들의 결합을 통한 설립

□ 여기에서는 앞서 언급한 다양한 설립 방안 중, 정부의 정책 방향에 맞고 효율 증대 측면이 있어서 현실적으로 실현 가능성이 높은 기존 기관들과의 결합을 통한 CT 분야 국책연구기관 설립 방안에 대해 구체적으로 살펴보고자 함.

□ 개요

- 기존의 관련 기관을 통폐합하면서 CT 분야 연구기능을 추가로 부여하는 방법
- 통폐합을 통해 예산 지출의 효율성을 증대시키면서도 장기적으로 경제, 사회적으로 파급효과가 큰 기능을 추가로 부여할 수 있음.
- 통합 대상으로 고려할 수 있는 관련 기관들은 다음과 같이 생각해 볼 수 있음.

- 한국문화관광정책연구원 : 정책 연구기관
- CT연구원 (설립 추진 중) : CT 연구기관
- KAIST CT 대학원 : CT 교육기관
- 한국게임산업진흥원 산하 게임아카데미 : 게임 교육기관

□ 중점 추진 방향

- 통합을 통해 설립되는 기관은 담당하게 될 기능의 중요성에 비추어 장기적으로 국가의 집중적 지원을 받을 수 있어야 함. -> 기술 및 정책의 연구, 인력양성을 포함하여 아시아권 최고의 콘텐츠 기술연구, 교육 허브로 육성
- 구체적으로는 CT 분야에서의 학제적 연구를 활성화하고 비즈니스 지원까지 폭을 넓혀야 할 것이며, 또한 기존의 IT 분야 경쟁력과의 연계를 통해 시너지를 창출하는 방향으로 진행되어야 함.
- 이를 통해 융합연구가 활성화되고 콘텐츠의 수준을 고도화하여 콘텐츠 산업 선진국과의 격차를 좁히고 5대 문화산업 강국으로 자리매김하는 것을 목표로 함.

□ 장점

- 통합 기관은 기술 및 정책 연구, 교육, 나아가서 비즈니스 관련 분야까지의 기능을 총괄함으로써 통합과 연계를 통한 시너지를 발생시킬 수 있음.
- 단독 연구기관의 신설로 인한 대대적인 신규 예산과 인력의 투입보다는 상당 부분 기존 기관의 자원을 활용할 수 있다는 장점이 있음.

- 기관의 효율적인 통폐합을 지향하는 정부의 추진방향에도 부합됨.

□ 추진에 있어서의 고려사항

- 통합에 참여하게 되는 기관들을 어떻게 구성하고 이들을 어떠한 형태로 통합할 것인지를 고민하여야 하는데, 통합기관이 담당할 기능별로 다음과 같이 고려해 볼 수 있음.

- CT 연구 기능

- 현재 문화체육관광부에서 설립 추진 중인 CT연구원 기능을 흡수하는 방향으로 기능 설정이 가능함. 앞서 언급한 CT의 중요성과 이를 위한 국책 연구기관의 필요성이 충분하므로 이 기능이 통합기관의 한 축이 되도록 적극 지원하여야 함.
- 기관통합으로 인한 예산 절감 부분을 연구 부문에 투입하고, 기관 내 다른 기능들과 다양한 협력이 가능하도록 조직과 인력을 편성하여야 함.
- CT 분야의 특성상 개방형, 프로젝트 기반 등의 특징을 갖는 유연한 조직을 구성하여 다양한 연구에 대응할 수 있도록 하여야 함. 이를 통해, 핵심 전임 연구 인력이 있는 동시에 교육 기능과의 연계, 국내외 외부 연구자들과의 원활한 협력이 이루어지도록 함.
- 국전자통신연구원(ETRI)의 디지털콘텐츠연구본부는 IT 기반의 콘텐츠 연구를 계속해 온 기관으로서, 이 기관과의 유기적 협조는 필수적이며, ETRI에서 개발되는 원천 기술이 통합 기관의 CT 연구 부문에서 융합기술, 응용기술화되어 콘텐츠 산업의 발전에 도움이 되도록 해야 함.

○ 정책연구기능

- 한국문화관광정책연구원이 대상이 될 수 있음.
- 문화 분야에서의 다양한 정책에 관한 연구를 수행해 왔기에 문화콘텐츠나 문화 관련 기술 분야의 정책으로 그 역할을 확대하는 방향으로 변화할 수 있을 것임.
- 다만, 문화 정책과는 그 성격이 다소 다를 수밖에 없는 관광 정책을 담당하는 부분과 어떻게 조화를 이루어나갈지 고민할 필요가 있음.

○ 교육 기능

- 통합 기관에서 교육과 연구를 동시에 진행함으로써 다양한 시너지를 창출할 수 있음.
- 우수한 전임 연구인력이 차세대 고급인력양성에 참여할 수 있으며, 학생들의 기발한 아이디어들이 연구에 적용되는 효과를 누릴 수 있음.
- 이러한 목적을 위해서는 고급 인력을 양성하는 대학원 과정이 필요하며, 그 첫 번째 대상으로는 CT 분야의 유일한 국가 지원 교육기관인 KAIST CT 대학원을 생각해 볼 수 있음.
- 교육과학기술부가 관장하는 교육기관인 KAIST에 소속되어 있으나, 그 특성상 문화체육관광부의 예산이 지속적으로 연간 40억 원 정도가 투입되고 있는 기관임.
- 다른 대안으로는 통합기관 자체적으로 대학원 대학을 육성하는 방안이 있음.

- * 통합기관의 특성에 맞게 교육기관을 최적 구성할 수 있다는 장점이 있는 반면에 기존 CT대학원과의 차별화 및 예산 중복 투자 여부에 대한 검토가 필요함.
- 또 다른 교육기관으로 게임산업진흥원 산하의 게임아카데미를 들 수 있음.
- * 문화나 CT 관련 교육기관으로의 특성은 똑같이 가지고 있으나 고급 연구인력 양성이 아니라 실무 위주의 재교육에 중점을 두고 있는 기관이라는 점에서 신중한 접근이 필요할 것으로 생각됨.

○ 비즈니스 지원 기능

- CT Biz 센터의 기능을 통합기관에서 함께 수행하도록 추진하는 방안
- CT Biz 센터는 CT 관련 기술의 유통을 지원하고 이로부터의 사업화, 상품화를 활성화하는 역할을 함.
- 이러한 기능을 콘텐츠 관련 종합 연구, 교육 기관에서 수행하게 된다면 연구를 통해 만들어지는 지적재산권의 관리와 유통, 전문 지식을 바탕으로 하는 기술 거래와 사업화를 활성화시킬 수 있는 측면이 있으므로 이 기능을 통합 기관에 부여하는 방안도 면밀히 검토해 볼 만한 가치가 있음.

VI. 결론

1. CT 분야 연구기관의 설립 필요성

- 문화산업과 문화기술(CT)의 중요성, 그리고 이 분야 선진국과의 격차를 생각해 볼 때, 전담연구기관을 통한 국가 주도의 연구개발이 필요함.
- 이 분야의 연구개발은 다른 분야의 연구개발과는 달리 첨단 연구보다는 다양한 첨단 기술을 융합, 응용하는 방법들에 대해 중점을 두어야 함.
- 이를 위해 다양한 분야의 고급 인력들이 모여서 상호 이해하면서 시너지를 창출하는 방향으로 진행되어야 함.
- CT 연구개발의 위와 같은 성격으로 인해, 국가주도의 연구개발보다는 산업계에 맡기고, 국가는 제반 환경 조성에만 주력해야 한다는 의견도 존재할 수 있음
 - 문화산업 분야의 규모 및 성장 가능성, 차기성장동력으로서의 가능성을 종합한 정책 결정이 필요함.

2. CT 분야 연구기관의 기능 및 설립 형태

- CT 분야 연구기관이 설립된다면 연구개발 뿐만 아니라, 인력양성, 정책연구, 비즈니스 지원 등의 기능도 함께 담당할 필요가 있음.
- 이 기능들은 연구기관의 전체적 성격, 규모, 역할이 정해짐에 따라 선택적으로 포함할 수 있음.
- 연구기관을 설립한다면, 독자 기관의 설립부터 기존 기관들의 활용 등, 다양한 방법들이 있을 수 있음.
 - 예산 투입, 조직 구성의 효율화 등을 생각해 볼 때, 기존에 인력양성, 정책개발, 비즈니스 지원 등의 기능을 담당하는 여러 기관들을 통합하여 설립을 추진하는 것이 타당하다고 생각됨.

문화·관광 분야 작업반

한국학중앙연구원 : 전택수 (교수)

승실대학교 : 김동호 (교수)

서울시립대학교 : 남기범 (교수)

숙명여자대학교 : 이형오 (교수)

청강문화산업대학교 : 이병민 (교수)

경희대학교 : 김철원 (교수)

한국문화관광연구원 : 옥성수 (문화사업기반팀장)

한국문화관광연구원 : 심원섭 (책임연구원)

시정개발연구원 : 박희석 (연구위원)

한국문화산업마케팅진흥협회 : 조성룡 (부회장)

한국개발연구원 : 차문중 (선임연구위원)

한국개발연구원 : 진양수 (부연구위원)

문화체육관광부 : 문화산업정책과장

문화체육관광부 : 관광정책과장

기획재정부 : 문화방송예산과장