

# 미래의 차세대 감성 엔진, 문화산업이 이끈다.

충남디지털문화산업진흥원장 | 이덕상



급변하는 세계경제환경 속에서 우리나라가 그동안의 고성장을 지속하고 새로운 도약을 이루어낼 핵심 산업으로 많은 석학들이 주저하지 않고 문화산업을 지목하고 있다. 세계적 경제학자이자 미래학자인 피터 드러커도 '21세기는 문화산업에서 각국의 승패가 결정될 것이고 최후의 승부처가 바로 문화산업이다'라고 주장한 바 있다. 이에 우리 정부는 문화산업 육성을 위한 문화산업진흥기본법 제정 등 지속적인 투자와 지원을 병행해 왔고, 실용정부에서도 미래의 먹거리 산업으로 문화산업을 체계적으로 육성하기 위한 법과 제도를 정비하고 1조 5천억 규모의 기금을 조성할 계획으로 있다. 우리 도도 민선 4기 하반기에 들어서면서 문화중심의 도민 삶의 질 향상을 도정 주요시책으로 설정하고 문화산업에 더욱 많은 관심을 갖고 에너지를 쏟아내고 있다.

우리 도는 백제역사, 유교문화를 중심으로 한 우수한 문화산업여건을 보유하고 있다. 우리 도의 대표적 문화유산인 백제는 동북아를 선도하던 찬란한 문화를 꽃피웠던 국가로 그 자체가 중국과 일본 등 동아시아에서 공유할 수 있는 문화콘텐츠의 창작원천이라 할 수 있다. 여기에 충효문화, 유교문화 전통과 결합된 고유한 지역문화유산은 한류의 확산과 지속을 보다 굳건히 할 수 있는 뛰어난 문화콘텐츠 소재가 된다.

하지만 '구슬이 서말이라도 꿰어야 보배' 이듯 충남의 우수한 문화적 유산도 세계인이 공감할 수 있는 구체적 문화상품으로 만들어지지 않는다면 그저 흩속의 진주에 불과할 뿐이다. 글로벌 감성이 녹아든 문화적 아이콘으로 현대적 첨단 문화콘텐츠를 개발하고, 세계인이 공유해 산업발전으로 이어져야 한다.

충남의 문화원석은 전문가의 손을 통해 애니메이션, 영화, 드라마, 만화, 게임, 캐릭터 등의 문화콘텐츠로 창의적으로 재창조되어 세계인에게 재미와 감동을 줄 수 있어야 한다. 이는 한 순간에 이루어질 수 있는 것이 아니다. 창작가가 활용할 수 있도록 문화원형의 디지털화가 이루어져야 하며 글로벌 시대정신이 반영된 문화콘텐츠로 제작되고 다양한 미디어에 맞게 패키지로 소비되어야 한다. 더욱이 이런 활동이 일회성이 아닌 지속성과 연속성, 다양성을 함께 지녀야 한다. 이를 통해 지역 문화관광콘텐츠가 풍부해지고 전통산업이 새로운 문화산업으로 재탄생되며 그동안 육성해온 전략산업의 새로운 도약이 이루어질 수 있다.

그런데 우리 도의 문화산업이 이러한 역할을 해내기에는 아직은 갈 길이 멀다. 문화산업 강국인 미국, 영국, 프랑스 등과의 비교를 떠나 국내의 서울, 경기 등 수도권에 비해서도 다소 늦은 감이 있다. 결국 선택과 집중을 통한 체계적이고 전략적인 육성이 필요하다. 이를 위해 다음과 같은 4가지 전략을 강조하고 싶다.

첫째, 문화산업의 시대적 트렌드를 따르며 관광산업, 전통산업, 제조업과 전략적 시너지를 창출할 수 있는 문화디자인 분야에의 집중 투자가 필요하다. 문화산업은 만화, 애니메이션, 영화, 드라마, 게임, 캐릭터 등 다양한 장르의 융합과 TV, 인터넷, IPTV, 모바일 등 미디어의 통합이 이루어지는 디지털 컨버전스가 급속히 이루어지고 있다. 이러한 디지털 컨버전스의 중심에는 문화디자인이 있다. 더욱이 문화디자인은 충남의 문화유산을 다양한 문화콘텐츠로 형상화시키는 핵심 분야이고, 관광디자인, 상품디자인, 공공디자인 분야로의 확장이 이루어지면서 총체적 시너지를 창출해내는 원동력이 된다. 여기에 우리 도에서는 25개 대학 154개 관련 학과에서 다양한 장르의 문화디자인 전문인력을 양성해내고 있다. 이들 인력과 현대에도 손색이 없는 백제인의 디자인을 결합시킨다면 비록 출발이 다소 늦었더라도 경쟁력을 갖 추기에 충분하다.

둘째, 문화산업을 육성하기 위한 클러스터의 조성이 필요하다. 문화산업은 다양한 분야의 전문가, 기업, 연구기관들이 활발한 교류와 연관활동을 가짐으로써 발전할 수 있다. 여기에 다양한 계층의 소비자로부터의 활발한 피드백이 이루어져야 하며, 우수 인력에 대한 의존도가 특히 높은 문화산업의 인력수요를 충족시킬 수 있어야 한다. 이러한 여건은 최고 수준의 전문가들과 창의적 활력이 넘치는 기업, 문화콘텐츠 상설 전시 공간, 기업밀착형 창작전문인력 양성기관의 집적 클러스터의 조성을 통해 만들어질 수 있다.

셋째, 대규모 초기투자가 이루어지는 문화산업의 특성상 국내시장으로는 부족하고 해외시장의 개척이 필요하다. 그 런데 소규모 전문가 집단으로 구성된 문화산업체의 특성상 독자적으로 해외시장을 개척하기는 어렵기 때문에 정책적 지원이 필요하다. 이는 한국문화콘텐츠진흥원, KOTRA 등의 해외 네트워크 활용과 해외 관련 기관 및 기업과의 전략적 제휴 등을 통해 이루어질 수 있다. 여기에 백제역사를 중심으로 일본, 중국을 아우르는 정서적 일체감을 활용하고 우리 도와 자매 결연을 맺고 있는 해외 지자체의 네트워크 등을 통한 충남 문화의 홍보와 연계함으로써 그 효과를 배가시킬 수 있다.

넷째, 문화산업의 발전이 단지 고유 문화콘텐츠의 제작, 생산, 유통만으로는 부족하다. 문화산업이 지닌 OSMU(One Source Multi-Use)를 활성화함으로써 충남도 16개 시·군의 특성화된 문화산업 및 관련 산업의 발전을 통한 강한 충남 브랜드의 구축이 필요하다. 각 시·군은 문화콘텐츠 개발, 전시·판매, 관광, 축제, 문화상품 생산 등 다양한 분야 중 시·군의 여건에 맞는 최적의 분야에 선택과 집중을 통한 투자로 글로벌 경쟁력을 갖추고, 충남도는 종합적 발전 전략을 수립하여 시·군의 통합과 조율, 협력체계의 구축, 홍보를 통하여 충남도를 세계적 명품 브랜드로 만들어야 한다.

문화산업은 산업화시대에 버려졌던 지역의 고유한 문화자산을 상품화하고 브랜드화하여 지역민들의 삶의 질을 향상시키고 문화적 자긍심을 심어주며 지역균형발전을 도모할 수 있는 통로이다. 이제 우리 도는 본격적 문화산업육성에 돌입했다. 고대 중국의 형산에서 발견한 박옥(璞玉)이 다듬어져 모든 제후들이 탐내는 화씨지벽(和氏之璧)이 되고, 진시 황에 의해 중국 황제를 상징하는 옥새(玉璽)로 만들어졌듯이, 우리 도의 우수한 문화적 자산이 산업적으로 꽃피우기 위한 체계적이고 전략적인 육성정책의 추진과 산·학·연·관의 총체적 역량의 집중이 절실한 때이다.