

**National Strategy for the Industrialization of  
Korean Cultural Contents**

**‘한국 문화콘텐츠의 산업화를 위한 국가전략’**

**Pf. 이강복**

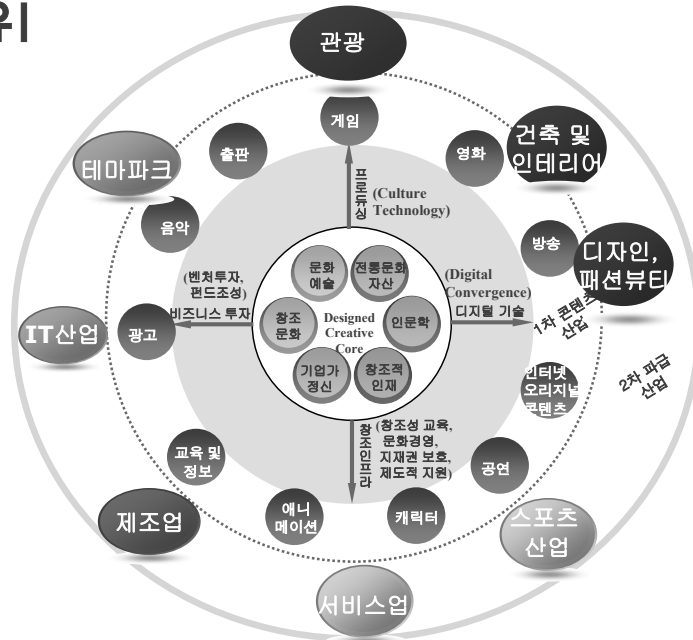
**— 동국대학교 —**

**INDEX**

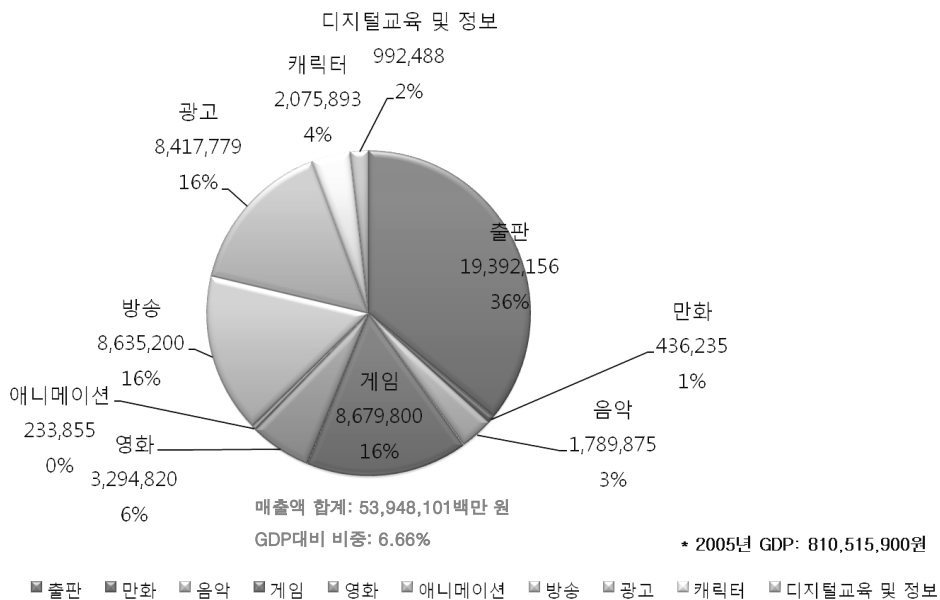
- I. 문화산업의 이해**
- II. 한류란?**
- III. 드림소사이어티의 도래**
- IV. 핵심전략**

# I. 문화산업의 이해

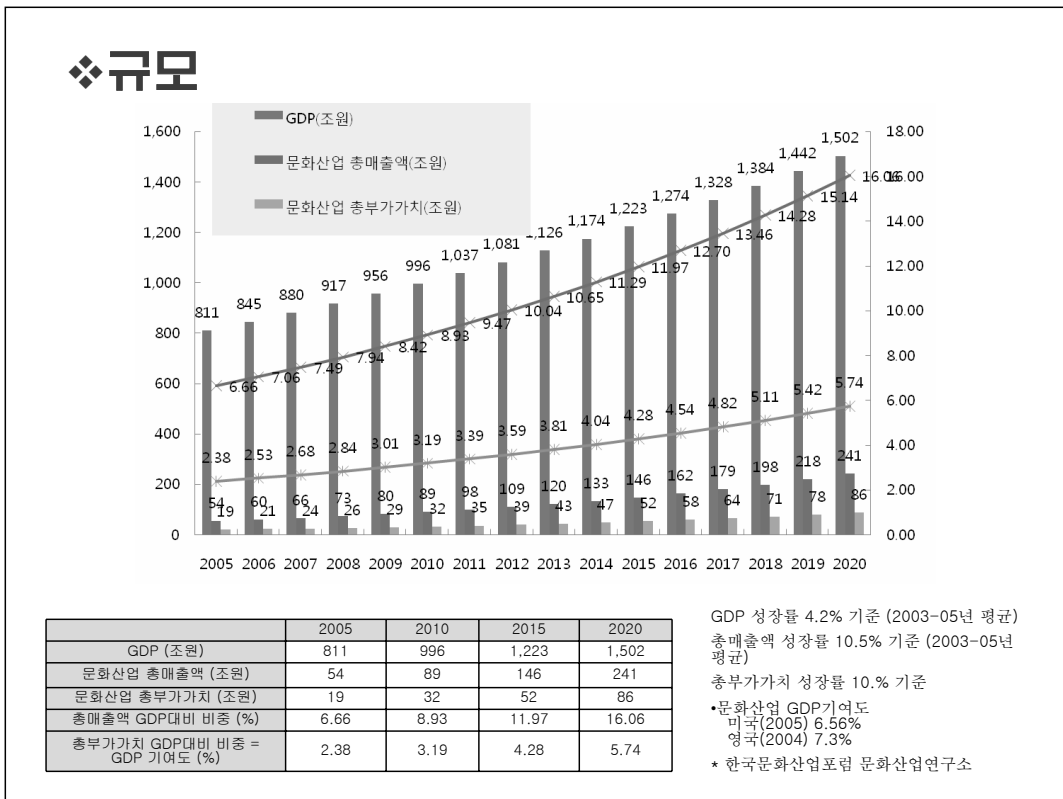
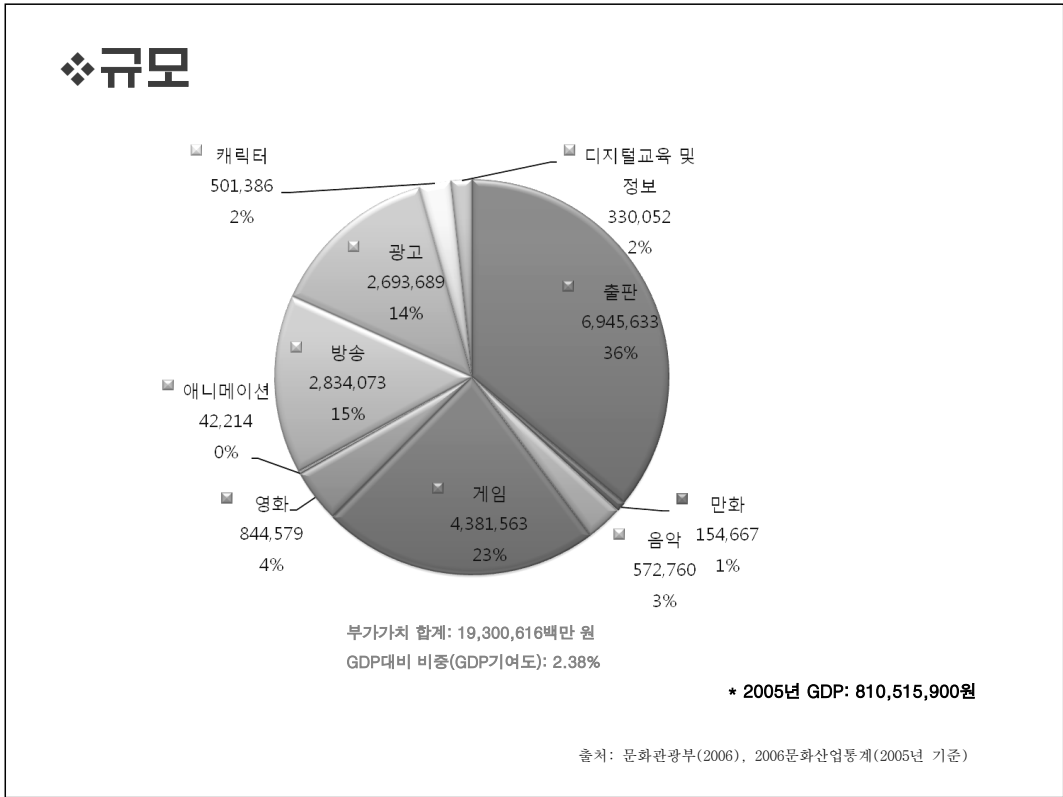
## ❖범위



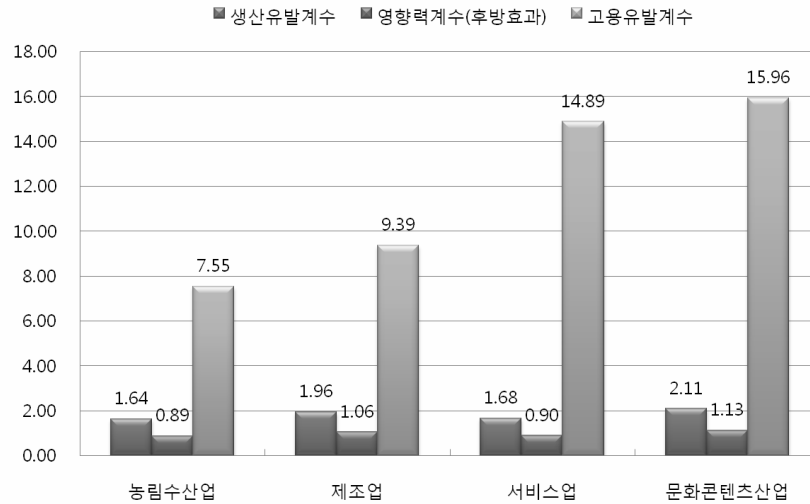
## ❖규모



출처: 문화관광부(2006), 2006문화산업통계(2005년 기준)



## ❖ 파급효과



\* 출처: 한국문화콘텐츠진흥원(2004) 발간, 문화콘텐츠산업의 경제적 파급효과  
 \* 위 자료는 2000년 통계자료 기준  
 \* 생산유발계수: 최종수요가 한 단위 증가하였을 때 이를 충족시키기 위하여 각 산업부문에서 직간접적으로 유발되는 산출액 단위  
 \* 영향력계수: 어떤 산업의 생산물에 대한 최종수요가 한 단위 발생할 때 전산업의 생산에 미치는 영향  
 \* 고용유발계수: 10억원이 투입되었을 때 발생하는 일자리를 얻을 수 있는 피고용자 수

## ❖ 특성

**‘문화산업은 한국을 대표하는 벤처산업이다.’**

- Uncertainty ← “Nobody Knows”
- High Risk, High Return ← “Winner Takes All”
- Knowledge & Idea Based ← “Creative is Everything”
- Digital Convergence ← ‘Intellectual Property’, ‘Digital Content’
- One Source Multi Use

## II. 한류란?

### ❖ 정의

‘한국의 문화콘텐츠가 중국시장의 개방과 동아시아 증산층의 문화적 기호변화 등의 환경적 기회를 만나 글로벌 시장에서 차별화되고 있는 현상.’

### ❖ 한류의 탄생

- 여러 문화콘텐츠 중 방송콘텐츠(드라마)와 게임이 주도

음악	90년대 후반 - HOT의 배경공연		
드라마	97년 MBC드라마 '사랑이 뭐길래', '겨울연가', '대장금', '풀하우스', '파리의 연인' 등		
게임	리니지, 미래의 전설, 메이플 스토리, 라그라노크 등		
영화	'쉬리', '엽기적인 그녀', '스캔들', '봄,여름,가을,겨울', '괴물' 등		
공연	'난타', '명성왕후'	애니메이션	TV용수출, 영화용애니

### ❖ 한류의 생성기반

- 한국대중문화에 대한 호감, 아시아의 문화정체성 형성
- 지리적 접근성, 문화적 유사성, 미국중심 문화에의 반발
- 외국문화 답습, 모방에서 능동적 문화 재창조 역량 확보
- 국민적 관심 및 국가차원의 지원, 한국 수출 상품의 인기
- 초고속 정보통신망 등 정보화, 디지털화의 급격한 성장

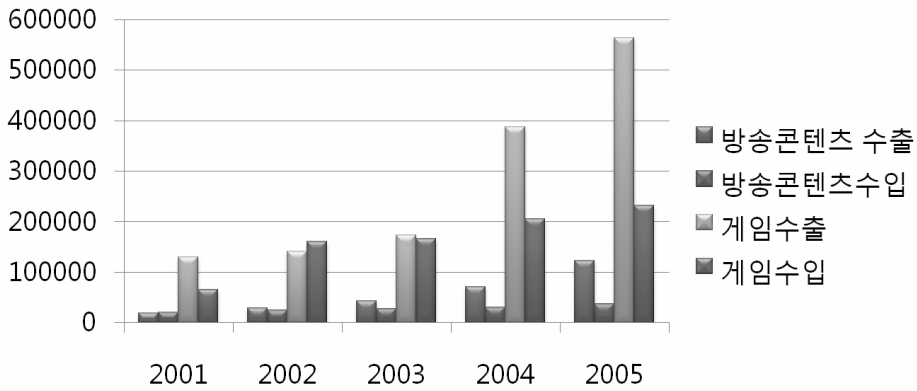


## ❖ 한류에 대한 문제의식

- 한류 발생의 원인 : 외국문화 답습 → 자기문화창조: 자연발생적
- 대부분 저급하다고 비하되던 대중문화장르에서 발생
  - 1) 드라마: 불륜의 소재, 시청률 지상주의의 비난
  - 2) 음악: HOT, 비, 동방신기 등의 가창력 없는 댄스음악
  - 3) 게임: 게임중독, 폭력성, 사행성등의 비난
  - 4) 영화: 조폭영화, 욕설, 음란, 상업적 비난



## ❖ 방송콘텐츠 및 게임 수출입 현황



		2001	2002	2003	2004	2005
방송콘텐츠	수출	18,920	28,813	43,135	71,461	123,493
	수입	20,442	25,111	28,062	31,096	36,975
게임	수출	130,470	140,796	172,743	387,092	564,660
	수입	65,340	160,962	166,454	205,108	232,920

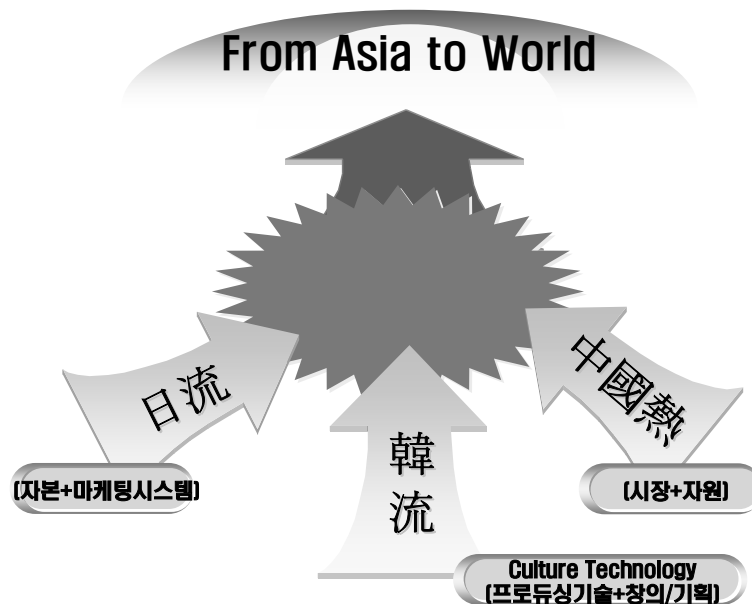
## ❖ 한류 지속을 위한 새로운 단계의 전략

- **위협요인:** 항 한류 현상, **기회요인:** 아시아는 최대의 문화시장

### - 새로운 단계의 전략수립

- 1) 1단계: 한국 문화 상품의 수출 및 전파(수출형)  
드라마, 게임, 음악, 영화 등
- 2) 2단계: 합작을 통한 시장진출(협력형)  
한.일, 한.중, 한.중.일 프로젝트 (영화, 드라마)
- 3) 3단계: 단독형 - 완벽한 현지화  
아시아시장을 목표로 한 상품화, 세계시장동반진출

## ❖ 새로운 단계의 비전



### III. 드림소사이어티(Dream Society)의 도래

#### 1. 새로운 부가가치와 고용을 창출하는 산업

##### ABCD 산업

- **Adventure (모험):** 스포츠, 영화산업
- **Belonging (사랑과 연대감):** 테마파크, 외식, 결혼 및 장례
- **Care (관심과 건강):** 건강산업, 애완동물, 자선
- **Dignity (자기정체성):** 명품, 뷰티 산업

#### 2. 차세대 성장동력으로서의 문화콘텐츠

##### ❖ 패러다임 변화와 한국의 산업발전

	70/80년대	80년대	90년대	2000년대
기술발달	하드웨어	소프트웨어	네트워킹	콘텐츠
중심가치	산업	정보	지식	지식.문화

##### ❖ 미래는 ‘아이디어와 가치관’ 을 담은 ‘콘텐츠 전쟁’

##### ❖ 차세대 동력 산업으로서의 인식과 Communication

- 1) 문화산업과 예술의 구분: D-War의 사례-예술과 commercialism
- 2) 투명성의 제고를 통한 투자유치 증대: SPC제도의 도입 등
- 3) 관객/고객 중심적 사고의 전환: 예술의 일방적 전달구조
  - 드라마와 게임 VS 영화/애니메이션/공연
- 4) 오피니언 리더의 차세대 성장동력으로서의 인식과 정부지원의 전폭적 확대



## IV. 핵심 전략

❖ **문화콘텐츠의 지렛대 효과를 극대화하여 Made by Korea의 품격을 업그레이드 시키자.**

- IT, 제조, 서비스, 관광, 교육 등에 영향을 미치는 문화콘텐츠의 레버리지 효과에 초점을 맞춘 연구와 정책적 지원 필요함.

❖ **공존공영의 정신으로 아시아 문화시장의 통합을 선도하자**

- 한중일 간 실질적인 국제협업체계의 구축을 통해 미국(할리우드)과 EU와 대등하게 교류할 수 있는 문화네트워크와 아시아적 가치를 창출함.

❖ **장벽을 딛고 통합을 촉진하는 매개체로서 문화콘텐츠를 활용하자.**

- 문화콘텐츠를 통한 우리 사회 체질 개선 노력: 문화와 이과, 순수와 참여, 보수와 진보, 동과 서, 남과 북, 양극화 진영의 소통과 결합을 위한 복합성을 가진 문화콘텐츠의 실현.
- 공통의 마인드셋, 기호, 커뮤니케이션 방식을 동원하여 소통 가능한 열린 사회를 만들어 나감.

❖ **창조적이고 문화적인 국가경영을 위해 수석문화연출가(Chief Creative Officer)가 필요하다.**

- 범정부 정책 통합, 체계화를 위한 의사결정, 집행기구 신설: 청와대 문화고도화 수석 제도 신설.
- 국가통치자 -> 최고(국가)경영자 -> 수석문화연출가(문화대통령)
- 문화산업청의 설치.

❖ **산업화, 정보화에 이어 문화고도화로 나아가자.**

- 경제와 사회 모두가 문화적 고품격을 추구함으로써 한 단계업그레이드 됨.
- 한국은 200년 산업화에 뒤졌다가 20년 정보화로 만회했음.
- 앞으로 백년 대계를 문화창조, 문화선진화, 문화생업화를 의미하는 문화고도화를 국가적으로 선포하고 실천함.

