

경북문화콘텐츠산업의 방향

- 『전통문화 에듀테인먼트』 -

이 정 욱

(위덕대학교 교수)

목차

1. 경북의 문화적 특성

- 1.1. 경북의 문화경관(cultural landscape)
- 1.2. 경북의 문화경관 분석

2. 국내외 문화산업 정책과 현황

- 2.1. 문화산업의 중요성
- 2.2. 한국 문화산업 비전과 실천전략
- 2.3. 경북 문화산업 정책
- 2.4. 세계 문화산업 현황
- 2.5. 국내 문화산업 현황
- 2.6. 경북 문화산업 현황

3. 에듀테인먼트산업의 현황과 전망

- 3.1. 에듀테인먼트산업
- 3.2. 에듀테인먼트 콘텐츠산업 환경과 전망

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

- 4.1. 디지털/아날로그 융합형 에듀테인먼트 콘텐츠 개발
- 4.2. 전통문화디지털콘텐츠센터 설립
- 4.3. “경북 판촉” : 경북형 문화콘텐츠산업의 새로운 모델

1. 경북의 문화적 특성

1.1. 경북의 문화경관

○ 문화경관(cultural landscape)

- 문화집단이 땅 위에 살면서 창조한 인공 경관.
- 특정한 문화 지역의 지리적 내용 함축, 문화지역의 구분/분류 기준.
- 집단 문화 반영 거울로서 시간 누적성, 지역적, 국가적 역사성 함축.
- 종교 경관, 민속 경관, 언어 경관, 농촌 경관, 도시 경관.

○ 한국의 문화유산 산재 현황

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
국가지정 문화재	634	31	41	55	14	3	14	289	118	141	194	169	281	529	212	50
시도지정 문화재	233	111	79	107	73	85	55	341	231	327	327	341	453	575	606	94
문화재 자료	13	26	33	20	26	48	17	107	110	38	289	149	211	422	316	2
합계	880	168	153	182	113	136	86	737	459	506	810	659	945	1,526	1,134	146
비율(%)	10.1	1.9	1.8	2.1	1.3	1.6	1.0	8.5	5.3	5.8	9.3	7.6	10.9	17.6	13.1	1.7

*자료: 문화재청 홈페이지(2004. 3. 1 기준)

1. 경북의 문화적 특성

1.1. 경북의 문화경관

○ 경북 문화/유적지

유형	총 1140
민속마을	7
고택/생가	231
사당/재실	116
정자/누각	182
서원/향교/서당	222
능/묘	91
비	113
고인돌/암각화	24
설화지	7
밭글지/가마터	16
전적지/읍성	45
영정	10
기타	66

○ 경북 유형문화재

유형	총 862
석조문화재	372
목조문화재	204
전적류	28
서적류	44
회화류	63
공예류	59
조각류	59
과학기기류	1
유물유품	32

○ 경북 사찰/사적

유형	총 429
사찰	197
절터	27
불상	98
탑	96
부도	3
당간	6
불화	1
금석문(비)	1

○ 경북의 문학지리

	설화	민요	무가
경주	553	145	3
성주	246	564	8
영덕	408	70	4
상주	250	154	2
안동	279	143	4
봉화	182	43	6
구미	331	112	
군위	279	84	2
총계	2,528	1,315	29

○ 경북 무형문화재 : 37점

* 자료 : 경상북도 홈페이지(2005. 7)

1. 경북의 문화적 특성

1.1. 경북의 문화경관

경북 문학의 현장 지도

시대	장르	작품명	작가	비고
넷째시대	시조	탄로가	우탁	역동서원
	경기체가	육각팔곡	권호문	청성서원
	가사	도학가사류	이광	도산서원
	시조	농암가	이현보	
다섯째시대	가사	내방가사	임반부녀지	현재 전승중
	탈춤	하회탈신굿		

시대	장르	작품명	작가	비고
넷째시대	시조, 한시	회고가, 관여담부	이색	고려삼은
	가사	승원가, 세왕가	해근(나동화상)	최초의 가사

시대	장르	작품명	작가	비고
셋째시대	설화	부석사창건설화	부석사	선묘각
넷째시대	경기체가	도통곡, 염연곡	주세붕	소수서원

시대	장르	작품명	작가	비고
넷째시대	시조	회고가	정재	고려삼은, 재미정

시대	장르	작품명	작가
첫째시대	민요	연립 따는 노래	
둘째시대	설화	견원탄생설화	
넷째시대	가사		조우인

시대	장르	작품명	작가
넷째시대	가전소설	국순전, 공방전	임춘

시대	장르	작품명	작가	비고
넷째시대	가전소설	국순전, 공방전	임춘	여모춤

시대	장르	작품명	작가	비고
셋째시대	설화	보왕이죽		운문사
넷째시대	문인	삼국유사	일연	집필지

시대	장르	작품명	작가	비고
넷째시대	영지시	제왕윤가	이승유	최초의 역사시
	시조	이회해	이조년	

시대	장르	작품명	작가	비고
넷째시대	문헌	삼국유사	일연	탄생지
다섯째시대	탈춤	한장군놀이		자현

시대	장르	작품명
첫째시대	임각화	영전리 임각화

시대	장르	작품명	작가	비고
넷째시대	문헌	삼국유사	일연	인각사, 집필지

시대	장르	작품명	작가	비고
넷째시대	시조	단심가	정몽주	고려삼은, 임고서원
다섯째시대	가사	노계가 등	박인로	탄생지, 도계서원
	문헌	약학전고 등	이항상	호연정

1. 경북의 문화적 특성

1.2. 경북의 문화경관 분석

□ 다양하고 다층적인 문화 양상

○ 원시시대부터 고대국가 신라(통일신라)를 거쳐 고려와 조선을 거쳐 현재까지 다양한 종교와 문화를 축적해온 한국 문화의 중추

□ 지역별로 중심적인 고유의 문화권역을 보존/ 적층(가야문화권, 신라문화권, 유교문화권)

○ 안동을 중심으로 한 영주시, 봉화군, 예천군, 의성군, 영양군, 청송군 등 7개 시군의 유교문화권 : 한옥 고가, 반촌, 재실, 사당, 사우(祠宇), 서원(書院), 정자 등의 유교 경관

○ 경주의 역사도시 경관

- 선사 ->신라(통일신라) ->고려 ->조선을 거쳐 오늘날까지 한국 모든 시기의 중요 유적과 유물을 고르게 가진 역사문화도시

- 고유종교, 무속신앙, 불교, 유교, 동학 등 다양한 종교와 문화의 집성과 창조의 역사도시

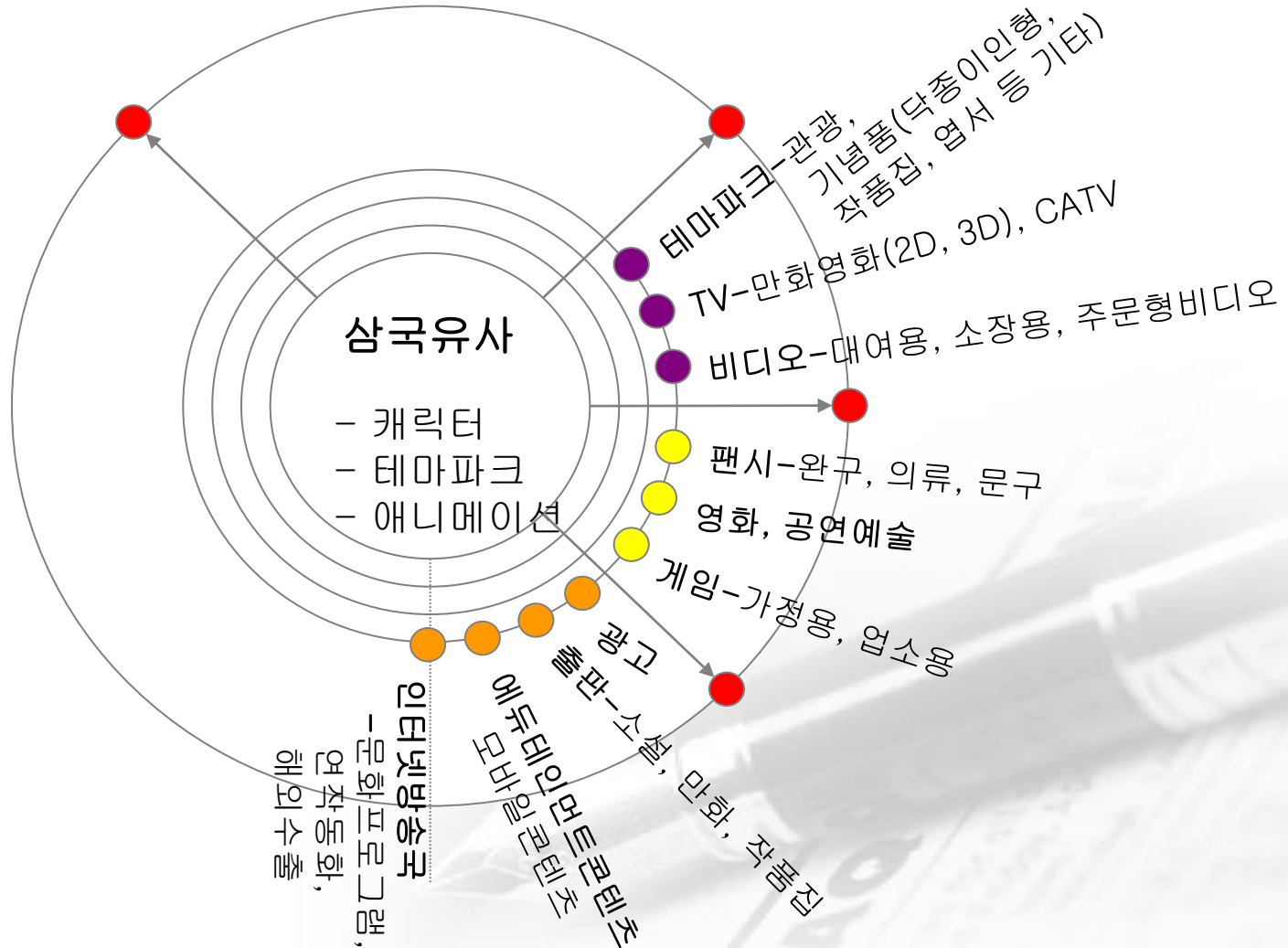
- 암각화 등의 선사유적, 고대의 도시계획, 불교문화의 정수, 상상력의 보고, 대표적 민족종교 동학의 발상지, 경북 유교문화의 주요 거점

□ 한국 전통문화 콘텐츠의 보고(寶庫) : 교육용 콘텐츠 개발 자원 풍부

1. 경북의 문화적 특성

1.2. 경북의 문화경관 분석

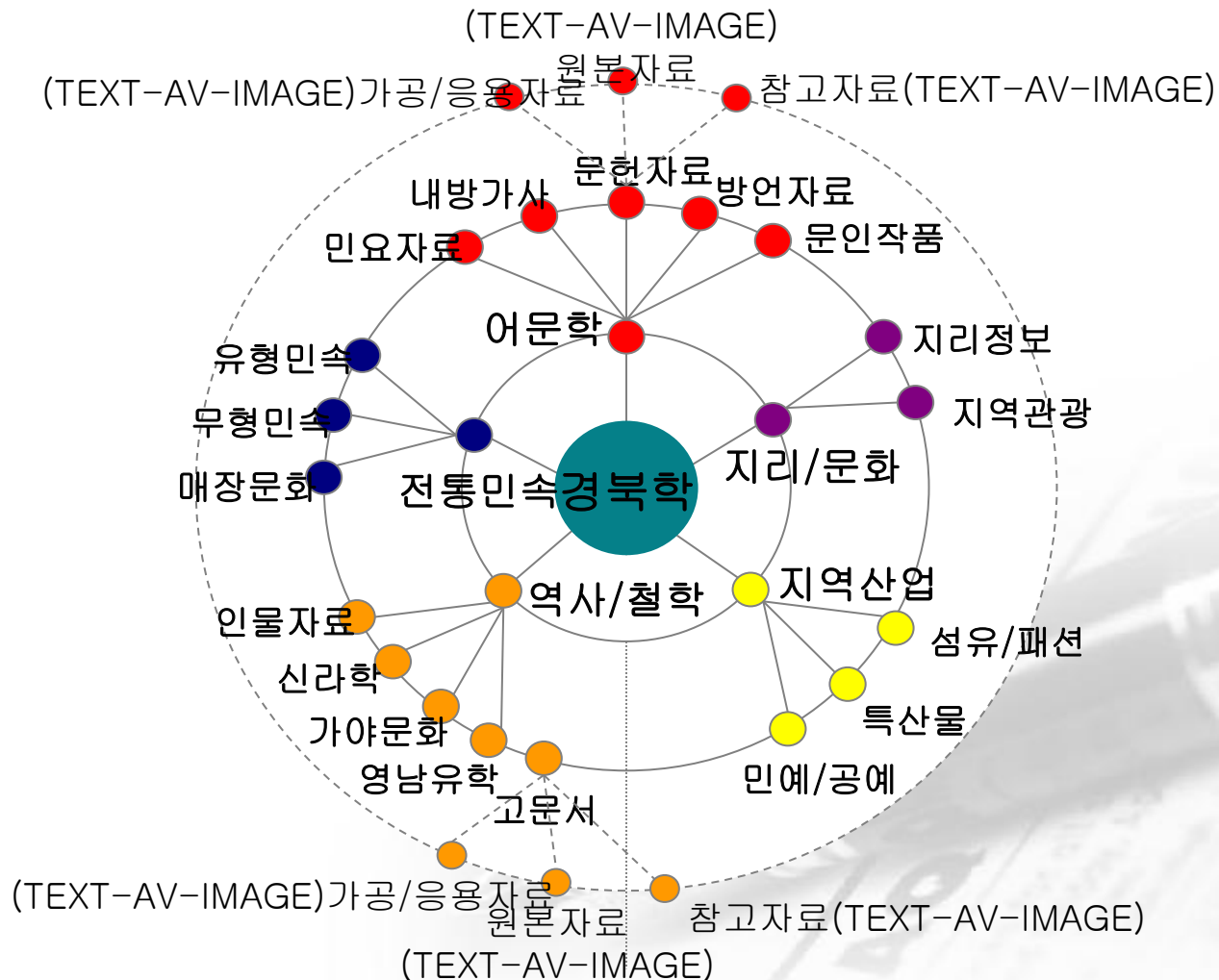
□ 한국 문학의 중추, 설화(스토리)의 보고(寶庫) : OSMU 소재 자원



1. 경북의 문화적 특성

1.2. 경북의 문화경관 분석

□ 한국학의 중추, 경북학 : OSMU 소재 자원



2. 국내외 문화산업 정책과 현황

2.1. 문화산업의 중요성

- 창의적 문화콘텐츠는 세계경제성장의 새로운 동력
- 세계는 지식기반사회에서 문화, 창의력, 상상력이 부가가치의 중심이 되는 창의적 문화산업사회로 전환
- 세계문화산업 성장을 연평균 5%내외, 2005년 약 1조 4,000억 달러, IT하드웨어 시장(약 1조 1,600억 달러) 추월 전망(Dataquest, 2002년).
- 미국 : 문화산업을 2대 주력산업으로 추진
- 영국 : 전략산업으로 규정 총리 직속 ‘창작산업추진반(Creative Industry Task Force) ‘
- 일본 : 세계 2위 문화강국 유지 위해 총리 산하에 ‘지적재산전략본부’ 신설,
콘텐츠 산업의 비약적 확대 방안 수립 추진
- 한국 : 2001년, CT를 차세대성장동력산업으로 선정, 참여정부 10대 성장동력산업,
미래성장산업으로 인식
- 21세기 세계 경제의 중심은 ‘창의적 문화콘텐츠’로 패러다임의 대전환 시점
- 국가적 차원의 문화산업육성 전략 수립
- 문화산업은 기술과 문화예술적 감성이 집약된 산업으로 우리 민족의 창의성을 극대화할 수 있는
사회적 여건과 문화산업 인프라 마련->차세대 성장산업으로 국가 기여도 높음.

2. 국내외 문화산업 정책과 현황

2.1. 문화산업의 중요성

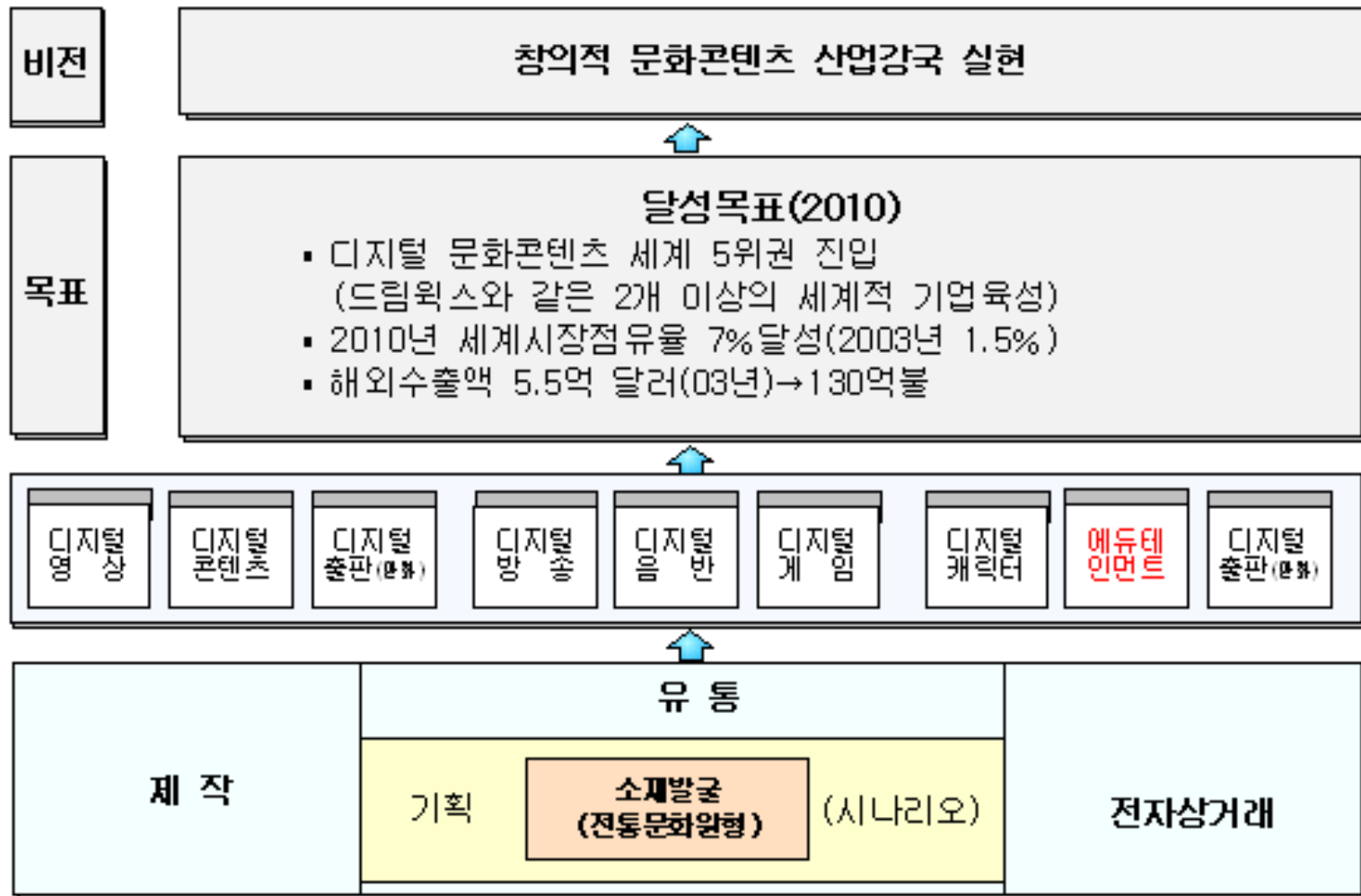


그림. 문화관광산업 비전

2. 국내외 문화산업 정책과 현황

2.1. 문화산업의 중요성

□ 예술과 문화산업의 역동적 피드백

- 글로벌화, 미디어 융합이 예술과 문화산업의 결합 요구
- 고품질 콘텐츠 수요 급증
- 예술과 문화산업이 문화의 산업화 틀 속에서 순환적 상생

□ 고성장산업, 경제적 고부가가치 산업

- 문화산업의 성장률 5.2%는 경제성장률 3.2% 추월
- 국내 문화산업의 성장률은 세계성장률의 3-4배

□ 높은 고용창출효과

- 10억 투입시 고용유발계수 15.9명으로 타산업보다 높음.

□ 높은 연관산업 파급효과

- 통신산업, 국가이미지 고양
- 전경련, '문화산업특별위원회'창립(2004)

2. 국내외 문화산업 정책과 현황

2.2. 한국 문화산업 비전과 실천전략

□ 비전 : 세계문화산업 5대 강국 실현

□ 실천전략 :

○ 지역문화산업 : 지역 문화산업 클러스터 활성화를 통한 지역문화산업 발전기반 구축

○ 문화콘텐츠의 생산과 소비가 결합되는, 즉, 문화예술, 문화산업, 관광산업의 결합을 통한 새로운 지역 문화산업 클러스터를 추진해야 한다. 이를 통해 지역의 경제 활성화 및 자생력 강화에 기여할 수 있다.

(자료 : 『창의한국』, 문화관광부, 2004, 364쪽)

2. 국내외 문화산업 정책과 현황

2.3. 경북 문화산업 정책

□ 경북의 문화관광 주요시책(2005)

- 문화기반 확충과 도민 문화향유기회 확대
- 전통문화유산의 체계적 전승·보전과 현대적 재현
- 지역특성을 살린 얼굴 있는 관광지 육성
- 차별화된 문화콘텐츠산업 발굴·육성
- 도민 체육진흥과 경북체육 위상 강화

□ 차별화된 문화콘텐츠산업 발굴·육성

- 전통문화를 특성화한 경북형 문화산업클러스터 조성
- 2005년 : 산업화 방안 등 모형개발

□ 경북의 문화관광산업 육성지

- 문화와 산업의 상생적 융합
 - 문화예술과 관광매력화의 접목
- (자료 : 경상북도 홈페이지)



그림 경북형 문화산업 모델

2. 국내외 문화산업 정책과 현황

2.4. 세계 문화산업 현황

□ 세계 시장 현황

- 미국 : 문화산업 시장 규모 ,7,910억 달러로 GDP의 7.75%, 고용 규모 800만 명, 수출액 880억 달러
- 영국 : 시장 규모 1,334억 달러, GDP의 8.1%, 고용 195만 명, 수출 175억 달러
- 일본 : 시장 규모 1,000억 달러로 GDP의 2.1%며, 고용 120만 명.
- 기술 환경의 변화 ; 콘텐츠 수요 급증, 콘텐츠 유통의 유료화 가속
- 세계 문화산업 기업들의 최근 동향
 - SONY는 가전업체에서 엔터테인먼트 회사로 변신, 2002년에는 게임과 영화 분야에서 전체 기업 흑자의 75%를 달성하였다. 또한 MS사는 온라인 음악 및 게임(X-Box)시장 진출, GE-VU(비방디 유니버설) 등 미국 엔터테인먼트 업계도 점점 대형화되는 추세

□ 문화산업분야별 규모 및 연평균 성장률

- TV 방송 분야 : 2008까지 6.5% 성장 전망

2. 국내외 문화산업 정책과 현황

2.5. 국내 문화산업 현황

□ 문화산업 총매출규모 : 10개 문화산업 부문의 총매출액은 총 약 44조 1,955억 원

□ 6개 문화산업의 지역별 매출규모

○ 서울특별시가 4조 4,555억원(91.8%), 경기도가 2,700억원(5.6%), 대구광역시 292억원(0.6%), 경상북도 54억원(0.1%)

○ 7대 도시를 제외하면, 경북은 경기도와 충북에 이어 세 번째로 문화산업 매출액이 높은 것으로 나타나 문화산업 발전잠재력이 있다고 할 수 있음.

□ 문화산업 시장전망

○ 문화산업 시장은 2007년까지 평균 11.5%의 연평균 성장률

○ 2005년부터는 디지털 시장의 안정화를 기반으로 다시 고속성장을 할 것으로 예측하고 있음.

○ 2005년의 문화산업 성장률은 13.6%로 2005년 국가경제성장률 4%(현대경제연구원 4.0%, 삼성경제연구소 3.7%, 한국경제연구원 4.1%)3배 이상 성장 전망

2. 국내외 문화산업 정책과 현황

2. 6. 경북 문화산업 현황과 문제점 분석

□ 경북 문화산업의 사업체수 및 종사자수 추이

- 2003년 현재 경북의 문화산업체는 총 11,675개 업체, 총 종사자수는 38,702명
- 공예산업, 디자인산업, 건축서비스산업, 사진촬영업 및 처리업, 뉴스 관련 산업, 교육서비스업의 비중이 거의 절반
- 공예산업체의 비중이 8.4%로 가장 높고, 종사자 줄지만, 문화의 생활화라는 점에서 부가가치가 클 것임

□ 경북 문화산업의 생산액 및 부가가치

- 문화산업통계(2000)에 의하면, 제조부문보다는 주로 도소매부문과 서비스부문이 강세를 보임을 알 수 있음.
 - 특히 게임과 영화산업의 경우 서비스부문에 치중되고 있어 생산보다는 주로 소비지향적임이 여실히 드러나고 있음.

□ 경북 문화산업의 현주소 : 매장량 보유, 가공 능력 부재

3. 에듀테인먼트산업의 현황과 전망

3.1. 에듀테인먼트 콘텐츠산업

□ 에듀테인먼트란?

- 에듀케이션(education)과 엔터테인먼트(entertainment)를 결합한 용어로 즐기면서 학습할 수 있는 소프트웨어와 콘텐츠, 웹사이트 등을 통칭한 콘텐츠.
- 90년대 중반 이후부터 현재까지 초고속 인터넷 인프라의 급속한 발전과 더불어 에듀테인먼트 콘텐츠가 온라인 게임 커뮤니티, 유비쿼터스 컴퓨팅 커뮤니케이션 등으로까지 확대, 연계되면서 ‘디지털 에듀테인먼트’
- 기술환경의 변화 : e러닝 -> u러닝 -> G러닝 등으로 발달

3. 에듀테인먼트산업의 현황과 전망

3. 2. 에듀테인먼트 콘텐츠산업 환경과 전망

□ 세계의 에듀테인먼트 관련 산업 현황

- 미국 : 전자교과서 개발과 교육콘텐츠의 디지털화 추진, e러닝 관련 기업의 온라인 교육웹사이트 1만개 이상(2001, 메릴린치 보고서). 에듀테인먼트 시장 2001년 40억 달러, 매년 40% 이상 성장세
- 영국 : 미국에서 교육사업하는 피어슨 그룹 제작 웹사이트 2,500개, 2000년 이미 6억 6천만 달러 매출. 매그로힐, 하코트 등 출판업체의 e러닝 사업 활발

□ 국내 에듀테인먼트 관련 산업 현황

- 산업체수 : 75개 업체 중, 대구 2개, 경북 5개 (문화콘텐츠진흥원 등록 업체 기준)

□ 범정부적 정책 의지

- 교육인적자원부, 산업자원부, 한국교육학술정보원(KERIS), 한국게임산업개발원, 한국문화콘텐츠진흥원 에듀테인먼트 콘텐츠 육성.
- 유관기관·민간기업·학계 전문가, 에듀테인먼트 분야 과제 집중 탐색, 디지털 에듀테인먼트 분야의 실효성있는 과제 도출 목표.

3. 에듀테인먼트산업의 현황과 전망

3. 2. 에듀테인먼트 콘텐츠산업 환경과 전망

□ 2003, 산업자원부의 e러닝산업 활성화 방안

- 목적 : 지식기반사회의 국가 두뇌생산성 향상과 산업의 지식경쟁력 제고
- e러닝의 산업화 기반 구축
- 산업의 e러닝 활용을 지원 및 촉진

□ 2005년, e러닝 확산 원년

- e러닝이 세계적으로 21세기형 교육 패러다임으로 부상
 - 단순히 ‘정보통신매체 기반의 학습개념’을 넘어서 국가 인적자원 개발을 통한 경쟁력 강화의 핵심 동력으로 주목
 - 특히 우리나라는 올해 정부의 지원정책 강화 방침.
 - 전자신문과 교육인적자원부, e러닝 산업 활성화 및 대국민 마인드 확산, 산학연관 연계, 중장기 e러닝 발전 방안의 모색
- 신 교육패러다임 세계로
 - 선진국들은 e러닝을 교육 혁신 및 평생 학습을 구현하는 국가 정책 수단으로 적극 활용
 - 사이버대학, 일반대학의 온라인 강의, 초·중등 교육 현장에서의 정보통신기술(ICT) 활용 교육 등 다양한 e러닝 모델 실험
 - 교육인적자원부가 사교육비 경감 대책의 일환으로 EBS 수능 인터넷 강의 개시
 - 산자부도 ‘e러닝산업발전법’을 제정, 시행하면서 e러닝에 대한 일반인과 산업계의 관심이 동시 증폭

3. 에듀테인먼트산업의 현황과 전망

3. 2. 에듀테인먼트 콘텐츠산업 환경과 전망

□ 2005년, e러닝 확산 원년

○ e러닝 시장, 2조6000억 원대

- 정부와 업계, 2005년 e러닝 시장이 본격 개화 기대
- 삼성SDS가 산자부 위탁으로 실시한 조사에 의하면 올해 국내 e러닝시장은 콘텐츠, 솔루션, 서비스 등을 통틀어 2조 6087억 원대 예측
- 노동부 최근 통계에 따르면 e러닝을 통해 직업 능력을 개발하는 기업 근로자는 지난해 50% 가까이 육박
- 초·중·고 교육 분야에서 e러닝이 차지하는 비중 역시 2002년 3%에서 지난해 11%, 올해는 15%까지 성장할 것으로 예상되는 등 공교육 부문의 도입 확산

○주요 부처, e러닝 강국 건설 ‘한 뜻’

- e러닝의 비약적인 발전 : 교육비 절감효과, 학습자 중심의 맞춤 학습 제공, 사회 통합 및 정보격차 해소, 평생 학습 국가 실현 등 다양한 장점
- 정부, 2005년, 국가 차원의 e러닝 비전을 제시하고 중장기적인 법·제도 기반 조성
- 교육부, 2004년, ‘e러닝 활성화를 통한 국가인적자원개발 추진 전략’ 수립
- 산자부, 정통부, 노동부 등이 산발적으로 추진해온 관련 정책 유기적 연계, 그 효과 극대화

○ 2005년, e러닝 국제화 전략을 통한 국가적 위상 한 단계 도약

- 온·오프라인 통합, 유무선인터넷 통합, 교육과 산업의 통합으로 창의적 두뇌 입국이라는 국가 좌표 설정해야

3. 에듀테인먼트산업의 현황과 전망

3. 2. 에듀테인먼트 콘텐츠산업 환경과 전망

□ KERIS (한국교육학습정보원) e러닝 연구과제 발표, 공교육 e러닝 발전방향

- 2005. 6. 29, 한국교육학술정보원(이하 KERIS), “2005년도 차세대 e러닝연구과제”시행계획 공고
- 미래교육의 중심이 될 e러닝 연구사업을 선도하고자 이 같이 차세대 교육을 위한 e러닝 관련 첨단 연구 추진위해 14억 원 예산

□ 교육인적자원부, 2005년도 대학 e-러닝지원센터 선정

- e-러닝을 통한 대학 경쟁력 제고와 인력양성을 지원하기 위하여 광주·전남권역 전남대학교, 대구·경북권역 영남대학교 및 강원권역 강원대학교를 2005년도 대학 e-Learning지원센터(이하 센터)로 선정하고 금년에 19억6천3백만원의 사업비 지원.
- 광주·전남권역의 전남대학교는 권역내 37개 대학을 비롯하여 총 88개 기관이 참여하고, 광주시와 전라남도 8대 특성화산업과 연계한 문화·산업 e-러닝 클러스터 조성과 함께 향후 5년간 30억원 별도 투자할 계획 제안
- 대구·경북권역의 영남대학교는 권역내 35개 대학을 비롯하여 총 58개 기관과 협력네트워크를 구성하고, 지역자생역량 강화를 위한 산·학·연 e-클러스터 제안
- 강원권역의 강원대학교는 권역내 18개 대학을 비롯하여 총 19개 기관이 참여하였고, 특히 군인적자원개발 지원을 위해 2군단과 군학협력협약체결을 통한 군학 e-클러스터 조성 제안(연합신문, 2005/07/14)

3. 에듀테인먼트산업의 현황과 전망

3. 2. 에듀테인먼트 콘텐츠산업 환경과 전망

□ 에듀테인먼트의 세계화 : e러닝과 게임을 결합한 온라인 토익 대회! (G러닝)

세계사이버에듀게임조직위원회(공동위원장 이미경·이상희)는 이달 말까지 진행되는 ‘제 2회 문화관광부장관배 토익넷리그(<http://www.toeicnet.com>)’에 전국 80여개 대학 4만 명이 참여해 에듀테인먼트 게임의 새로운 가능성을 제시.(2005. 7. 25)

□ e러닝 전문기업, 콘텐츠 개발 활발

○ e러닝 콘텐츠 및 솔루션 전문기업인 시그마와이즈(대표 유명준)는 최근 ‘게임 기반의 학습’을 의미하는 ‘G-러닝’

○ 콘텐츠 전문기업 뿐 아니라 온라인 입시 교육 서비스 업체들도 학습자의 관심을 유도할 만한 다양한 에듀테인먼트 콘텐츠 개발.

○ 2002년 90여개에 불과했던 에듀테인먼트 제작업체들은 2004, 360여 개로 폭발적으로 증가, 190억원에 불과했던 시장규모도 1000억원(추정치) 규모로 성장. 특히 온라인업체들의 성장세가 두드러짐

□ e러닝->u러닝 : 이동통신사 등 대기업이 견인

○ u러닝은 인터넷에 접속해 원하는 교육 과정을 밟을 수 있는 ‘e러닝’에서 한발 나아가 공간과 시간적 제약을 받지 않는 차세대 온라인 학습체계(휴대폰, PDA기반 학습)

- SK텔레콤과 KTF 등 이동통신사들이 휴대폰 부가서비스로 교육 콘텐츠 제공

- 이동통신사 외에 KT도 최근 u러닝 사업에 착수(전자신문)

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4.1. 디지털/아날로그 융합형 에듀테인먼트 콘텐츠 개발

□ 경북 문화산업의 문제점 분석

○ 문화산업의 수도권 집중률

구분	제조업	서비스업	문화산업
수도권 집중률(%)	42.4	56.5	90

○ 경북의 문화산업은 대도시에 비해 뒤처져 있으므로, 경북의 문화산업 육성을 위해서는 보다 가능성있는 부문을 집중적으로 투자할 필요가 있음.

○ 경북 문화산업 중 출판산업과 공예산업은 어느 정도의 비중을 차지하고 있으므로, 경북도에서 시행 중인 지역문화 콘텐츠 공모전 등을 통해 선정된 창작소재를 지역의 출판 및 공예업체와 연결시켜 상품화하는 시스템을 마련함.

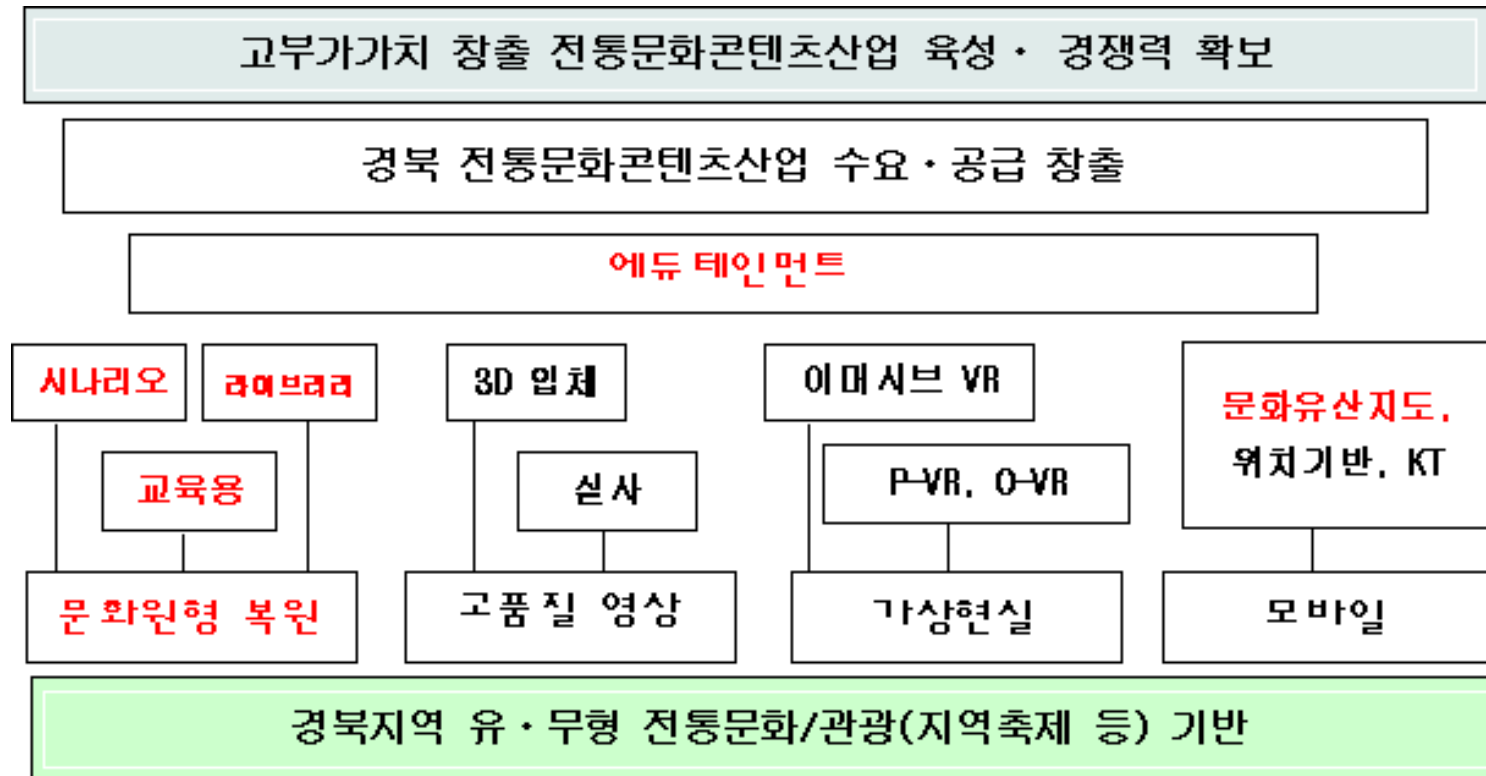
○ IT기술과의 접목을 통해 창작소재의 OSMU(One Source Multi Use)를 활성화시킴으로써 기타 문화산업부문으로 확산시켜나가고, 뿐만 아니라 관광산업과도 연계시켜 나감.

○ 경북의 문화산업이 타지역과 차별화되고 경쟁력을 가지기 위해서는 경북만이 지니는 소스를 개발하여 이를 다양하게 이용할 필요(One Source Multi Use)가 있음. 경북이 보유하고 있는 전통문화 및 정신을 세계 시장에서 유인력을 가질 수 있도록 재가공하여 상품화해야 함.

○ 이를 위해 지역실정에 맞는 문화산업 특화분야 발굴, 문화산업관련 벤처기업 육성 및 창업활성화, 소재의 상품화를 지원할 수 있는 시스템을 구축하기 위해 문화산업클러스터 구축방안을 모색할 필요가 있음.

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4.1. 디지털/아날로그 융합형 에듀테인먼트 콘텐츠 개발



경북형 전통문화콘텐츠산업의 방향

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 2. 전통문화디지털센터의 구축

- 문화콘텐츠는 한번 만들어지면 그 자체로서도 가치를 지니지만, 이것이 재가공되면 새로운 가치를 또 만들 수 있다. 그러므로 이 산업은 자신의 시장은 물론 그 주변의 시장까지도 활성화시키는 새로운 성장 동력 산업의 하나임.
- 경상북도의 문화자원이 IT라는 신기술로 살아있는 문화콘텐츠로 가공될 때, 그리고 소비시장이 창출된다면 경상북도의 문화콘텐츠산업은 신성장 동력산업 역할
- 살아 있는 문화콘텐츠는 반드시 독창성과 대중성을 지녀야 : 에듀테인먼트로의 방향성 설정 필요

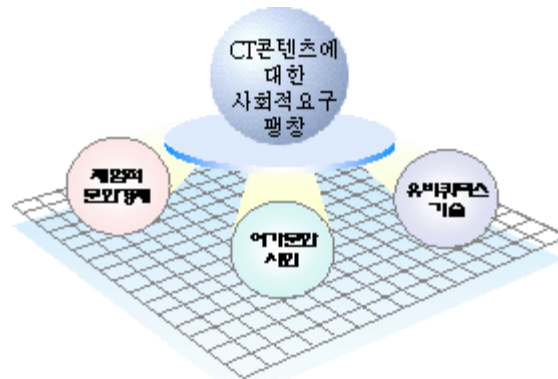
산업유형의 변화에 따른 패러다임의 전환

구분	굴뚝산업	정보산업	문화산업
핵심가치	산업자본	지식정보	문화콘텐츠
경제기반	노동경제	지식경제	체험경제
핵심기술	생산기술	정보기술(IT)	문화기술(CT)
주요산업	공장산업	IT산업	M&E산업
산업형태	노동집약형	지식집약형	감성(체험)집약형
미디어유형	매스미디어	미디어 네트워크	미디어 융합
미디어 소비방식	일방향성 (one-way)	쌍방향성 (two-way)	상호작용성 (interactivity)
유관효과	경제효과	지식효과	문화효과(∞)
참여정도	문화통제	문화민주주의	문화복지
핵심동인	노동력	지식력	창의력

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 2. 전통문화디지털센터의 구축

○ 문화콘텐츠가 없는 평면적인 지역개발 방향에서 탈피하여 지역의 문화콘텐츠와 강하게 결속된 개념으로 지역문화의 가치를 새롭게 정립해야 한다.



문화콘텐츠에 대한 사회적 욕구

○ 우리나라의 문화유산 산재정도를 보면 경북이 17.6%로서 제일 많이 보유하고 있으나, 이를 소재로 한 아날로그적 문화관광상품은 거의 전무한 실정이므로 디지털 요소와 아날로그적 요소의 융합차원 개발 요구

○ 수요의 창출

○ 경상북도의 전통문화콘텐츠 소비시장과 패턴을 창출하는 디지털적 사업과 경상북도가 보유한 많은 문화유산의 아날로그적 사업의 융합으로 문화관광사업을 고부가가치로 승화시킬 수 있는 전통문화디지털콘텐츠센터의 구축 요구

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 3. “경북 판촉” : 경북형 문화콘텐츠산업의 새로운 모델

□ 문화산업의 범주 : 문화산업진흥기본법

- 디지털 문화콘텐츠의 수집, 가공, 개발, 제작, 생산, 저장, 검색, 유통 등과 이와 관련된 서비스를 행하는 사업.
- 예술적, 창의성, 오락성, 여가성, 대중성(이하 문화적 요소)이 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 캐릭터, 애니메이션, 디자인, 광고, 공연, 미술품, 공예품과 관련된 산업
- 문화상품이라 함은 문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유, 무형의 재화와 서비스 및 이들의 복합체

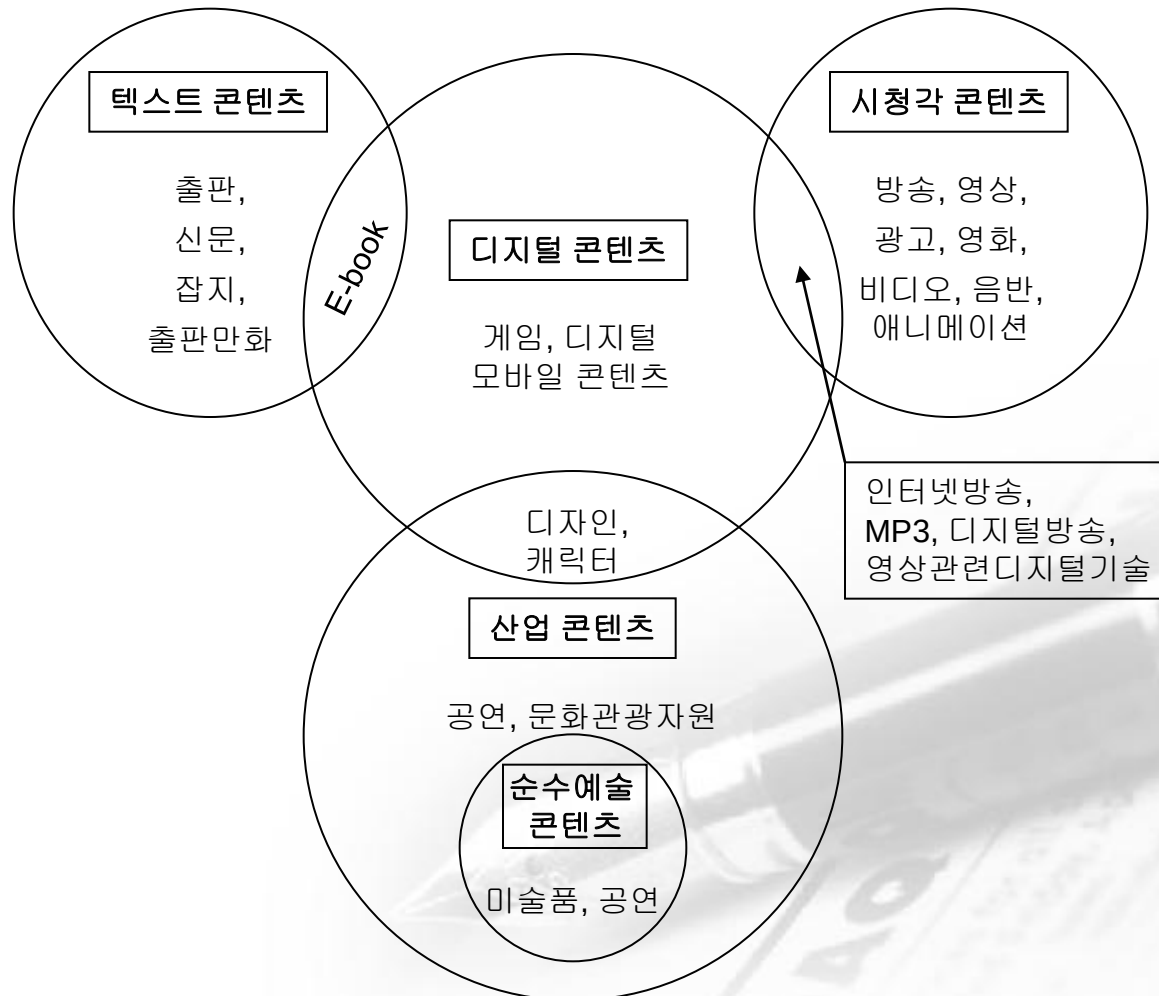
□ 문화콘텐츠의 영역 재분할 후 문화산업의 새 모델 제안

- 텍스트콘텐츠 : 출판, 신문, 잡지, 출판만화
- 디지털 이전 비텍스트 콘텐츠 : 공예품, 미술품, 공연
- 시청각 콘텐츠 : 방송, 영상, 광고, 영화, 비디오, 출판
- 디지털 콘텐츠 : 애니메이션, 게임, 디지털, 모바일 콘텐츠

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 3. “경북 판촉” : 경북형 문화콘텐츠산업의 새로운 모델

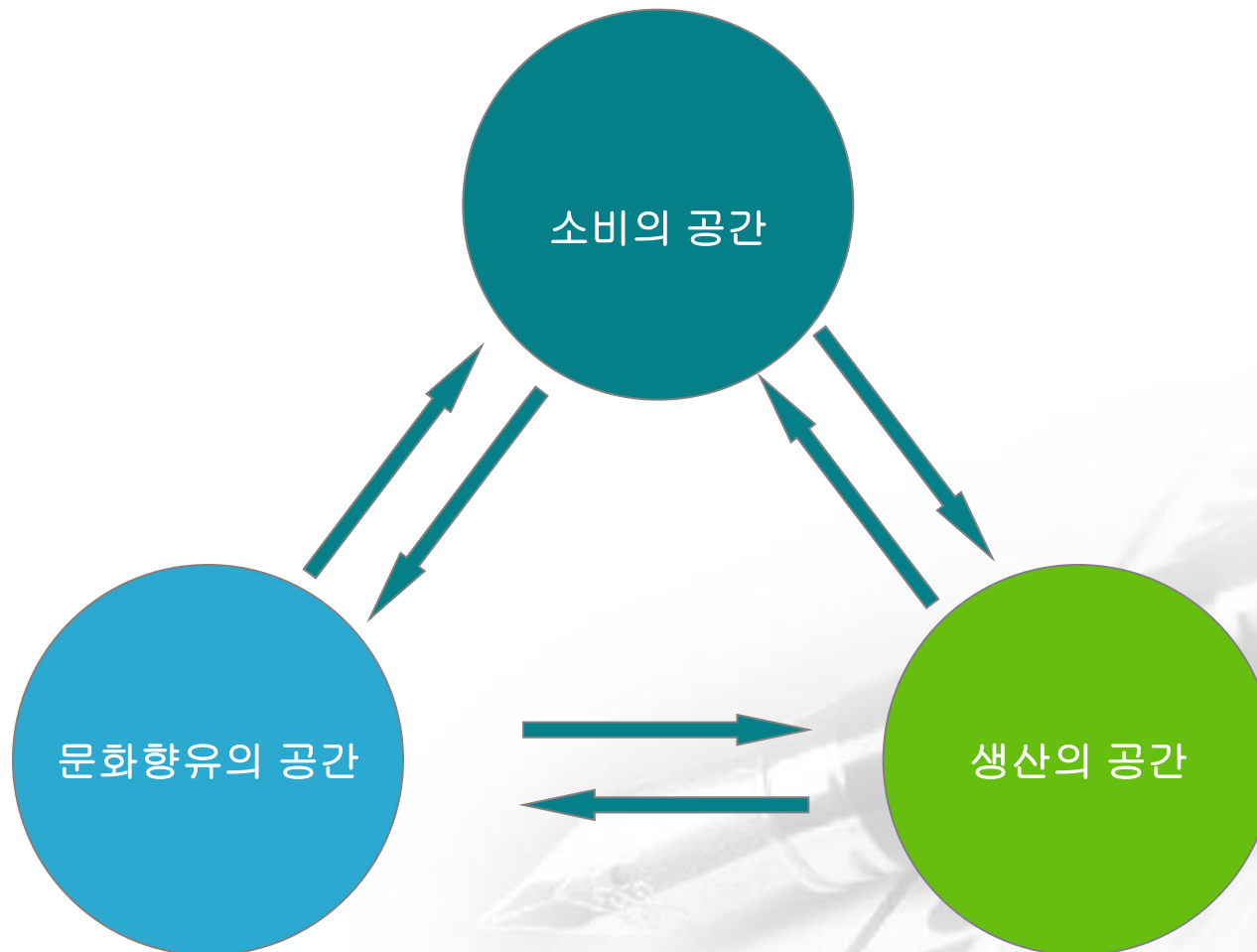
□ 문화콘텐츠의 영역 재분할 후 문화산업의 새 모델 제안



4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 3. “경북 판촉” : 경북형 문화콘텐츠산업의 새로운 모델

□ 생활공간, 문화의 생산/소비 공간, 축제의 공간의 일체화 : 문화상품, 관광매력화



4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 3. “경북 판촉” : 경북형 문화콘텐츠산업의 새로운 모델

□ 사례 : 스토리텔링의 고부가가치



한국, 스토리 “관탈민녀형” 설화 테마로 한 문화상품

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 3. “경북 판촉” : 경북형 문화콘텐츠산업의 새로운 모델

□ 사례 : 스토리텔링의 고부가가치 : 오페라 등 공연예술, 영화 등 영상예술



독일, 스토리 “리벨룽의 노래”의 다양한 문화버전

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 3. “경북 판촉” : 경북형 문화콘텐츠산업의 새로운 모델

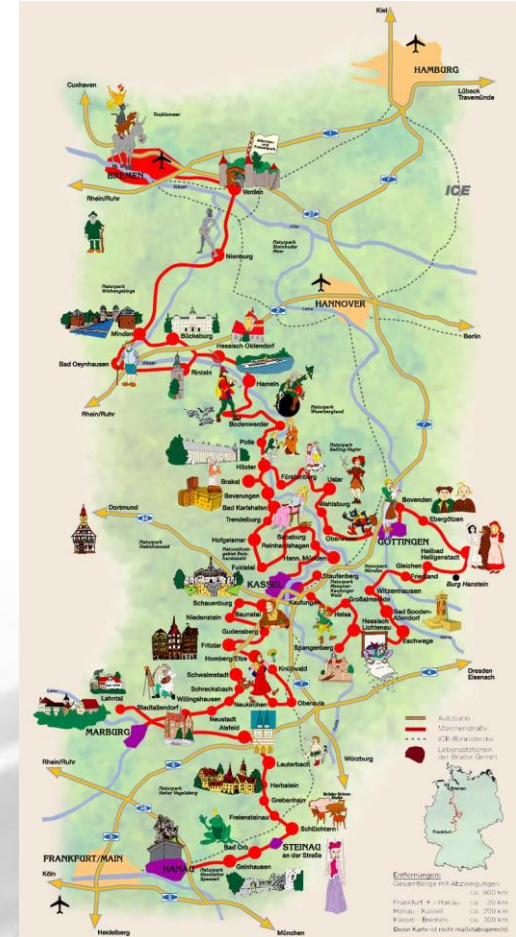
□ 사례 : 스토리텔링의 고부가가치 : 관광상품, 장소 판촉



브레멘음악대 형상 동상,



백설공주를 이용한 독일 카셀지방정부의 홈페이지



독일, 카셀지방 홈페이지의 “동화의 길” 지도

4. 경북 문화콘텐츠산업의 방향

4. 3. “경북 판촉” : 경북형 문화콘텐츠산업의 새로운 모델

□ 결론 : 경북의 문화지도를 다시 그리자. 디지털/아날로그 에듀테인먼트콘텐츠 중심

