

해양문화자원의 콘텐츠화 방안 연구

A Study on a Plan to Make a Cultural Content
with Marine Cultural Resources

2017. 12.

홍장원·윤인주·최일선·이정아



한국해양수산개발원
KOREA MARITIME INSTITUTE

보고서 집필 내역

〈연구책임자〉

홍장원 : 연구총괄, 제1장~부록

〈연구진〉

윤인주 : 제3장 1절, 2절

최일선 : 제2장, 제4장 2절

이정아 : 제1장, 제3장 3절

산·학·연·정 연구자문위원

김진성 (플랜이슈 대표)

김규찬 (한국문화관광연구원 부연구위원)

김창수 (인천발전연구원 선임연구위원)

* 연구자문위원은 산·학·연·정 순임

연구감리자

양위주 (부경대학교 경영학부 관광경영학전공)

해양문화는 해양을 소재로 하거나 매개로하는 등 바다와의 관계적 산물로 형성된 문화를 의미한다. 그리고 해양문화자원은 해양문화를 구성하는 유·무형의 요소이자 보존, 발굴, 활용의 차원에서 문화적 가치를 내포하고 있는 자원이라고 할 수 있다. 그 동안 해양문화자원은 그 의미와 중요성도 불구하고 주목받지 못했으며, 정책적 측면에서도 해양문화자원의 콘텐츠화를 통한 대중화나 관광자원화를 위한 정책 사업의 추진은 미흡했다.

최근 지역의 유·무형 문화콘텐츠에 대한 관심이 높아지면서 각 지역마다 역사·문화 공간을 활용한 다양한 관광 상품이 활발하게 개발되고 있다. 문화콘텐츠는 경제적 파급효과도 높지만 사회문화적으로 중요한 의미를 가지고 있다. 그러나 국내 해양문화자원의 콘텐츠화 수준은 아직 낮은 단계이며, 이미 구축된 해양문화 원형 디지털 콘텐츠도 대부분 해양사와 관련된 자료로 한정되어 있어 양적·질적으로 모두 개선이 시급한 실정이다. 이에 대응하여 해양수산부는 ‘제1·2차 해양수산발전기본계획’과 ‘제1·2차 해양관광진흥기본계획’을 통해 해양문화자원의 콘텐츠화를 위한 정책을 추진해 왔다. 해양문화콘텐츠의 확산을 위한 시설 확충, 해양문화콘텐츠의 발굴 및 개발, 제작 및 유통, 소비, 기반 조성 등 해양문화콘텐츠 산업 육성을 위한 정책 방안을 다각도로 모색하고 있다.

본 연구는 이러한 정책 방향에 발맞추어 해양문화자원의 콘텐츠화를 위한 기본 정책방향 및 과제를 도출하는 데 목적이 있다. 이를 위해 문화콘텐츠 정책 및 사례를 검토하는 한편 일반 국민들을 대상으로 해양문화자원 콘텐츠화를 위한 설문조사를 실시해 해양문화자원을 콘텐츠화하기 위한 정책 추진방향 및 시사점을 도출했다. 또한 국내 해양문화자원 콘텐츠 구축 현황 분석을 통해 해양문화자원 이용가치 제고를 위한 해양문화 원형 발굴과 지역 활성화를 위한 관광 상품화 방안을 모색했다. 아울러 해양문화 보급을 위한 문화콘텐츠 발굴을 통하여 해양 친수문화의 확산과 지역관광 활성화를 유도하고 친해양문화 확산 방안과 해양교육과의 연계 등 대중화 방안을 마련했다.

끝으로 이 연구가 해양문화 확산 및 해양문화자원의 콘텐츠화를 위한 정책 추진의 기틀로 잘 활용되어 기본 정책방향 설정에 일조하기를 기원하며, 보고서 작성을 위해 애쓴 연구책임자와 원내외 연구진을 비롯하여 자문위원님들의 노고에 감사드립니다.

2017년 12월
한국해양수산개발원
원 장 양 창 호



요 약 · i



Executive Summary · v

제1장

서 론 · 1

제1절 연구 배경 및 목적	1
1. 연구 배경 및 필요성	1
2. 연구 목적	2
제2절 연구 범위 및 방법	3
1. 연구 범위	3
2. 연구 방법	3
제3절 선행연구 검토	5

제2장

문화콘텐츠 개념 및 동향 · 8

제1절 문화콘텐츠의 개념 및 특성	8
1. 문화콘텐츠 개념	8
2. 문화콘텐츠산업의 특성	11
제2절 문화콘텐츠 정책 동향	16
1. 문화콘텐츠 정책의 개념과 영역	16
2. 문화콘텐츠 정책 집행 기구	20

제3절 국내외 문화콘텐츠 발굴 및 활용 사례	23
1. 문화콘텐츠 정책 지원 성공 사례	23
2. 콘텐츠 제작 직접 참여	25
3. 문화콘텐츠를 활용한 관광명소화 사례	26

제3장

해양문화자원 콘텐츠화 여건 분석 · 39

제1절 해양문화자원의 유형	39
1. 해양문화와 해양문화자원	39
2. 해양문화자원의 분류와 유형	40
제2절 해양문화콘텐츠 이용실태 분석	48
1. 해양문화 원형 디지털콘텐츠화 사업 분석	48
2. 해양문화자원의 콘텐츠화 사례	56
제3절 해양문화자원의 콘텐츠화 여건 분석	61
1. 해양문화콘텐츠 관련 정책 현황	61
2. 해양문화콘텐츠 이용실태 조사	65
3. 시사점	82

제4장

해양문화콘텐츠 육성 방안 마련 · 85

제1절 해양문화콘텐츠 발굴 방안	85
1. 해양문화콘텐츠 발굴 방향	85
2. 해양문화콘텐츠 육성 정책의 추진	87
제2절 해양문화콘텐츠 활용 및 관광 상품화 방안	91
제3절 법 · 제도적 지원 방안 마련	95



결론 · 98



참고문헌 · 102



부록 · 105

» 표목차

〈표 1-1〉 선행연구와 본연구의 차이점 비교	6
〈표 2-1〉 문화콘텐츠의 OSMU 활용 사례	13
〈표 2-2〉 문화상품 수출의 소비재 수출 견인효과	15
〈표 2-3〉 문화체육관광부 내 문화콘텐츠 정책 관련 직제와 소관 법률	18
〈표 2-4〉 스토리 공모대전 사업화 성공사례	24
〈표 2-5〉 문화콘텐츠를 활용한 관광자원화 사례 종합	38
〈표 3-1〉 문화재보호법 제2조(정의)에 따른 문화재 정의	41
〈표 3-2〉 유·무형을 구분한 해양문화자원의 분류 예시	42
〈표 3-3〉 이원갑 외(2010)가 분류한 해양문화자원의 유형	43
〈표 3-4〉 이원갑 외(2010)가 분류한 해양문화자원으로서의 해양인물	44
〈표 3-5〉 해양문화자원의 기존 범주 재정리	45
〈표 3-6〉 본 연구에서 제시하는 해양문화자원의 유형 분류	47
〈표 3-7〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 라이브러리와 활용사례 개요	49
〈표 3-8〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 라이브러리: 주제별 해양 부문	49
〈표 3-9〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 라이브러리: 그 외 해양 부문	50
〈표 3-10〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 활용사례: 해양 부문	50
〈표 3-11〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 라이브러리: ‘한반도 해양문화 원형’	51
〈표 3-12〉 ‘해양문화사전’에 수록된 해양문화 원형 콘텐츠의 세분류	54
〈표 3-13〉 해양문화자원의 콘텐츠화 사례	57
〈표 3-14〉 제1차 해양수산업발전기본계획(연동계획) 중 해양문화콘텐츠 관련 내용	62
〈표 3-15〉 제2차 해양수산업발전기본계획 중 해양문화콘텐츠 관련 내용	63
〈표 3-16〉 해양문화콘텐츠 이용실태 조사 개요	66
〈표 4-1〉 해양문화콘텐츠를 활용한 관광 상품화 방안 예시	94

〈그림 1-1〉 연구 수행체계	4
〈그림 2-1〉 문화적 요소의 문화콘텐츠화	9
〈그림 2-2〉 지난 5년간 우리나라 콘텐츠산업 매출액 추이	10
〈그림 2-3〉 문화콘텐츠산업 가치사슬별 정책	19
〈그림 2-5〉 2016 대한민국스토리공모대전 포스터 및 시상식	25
〈그림 2-6〉 공공부문이 직접 제작에 참여한 ‘꼬마버스 타요’와 ‘엄마까투리’	26
〈그림 2-7〉 남이섬 관련 사진	27
〈그림 2-8〉 울산 큰애기 관련 사진	28
〈그림 2-9〉 금천예술공장 관련 사진	30
〈그림 2-10〉 삼탄아트마인 관련 사진	31
〈그림 2-11〉 해신당 공원 관련 사진	32
〈그림 2-12〉 해리포터 스튜디오 관련 사진	33
〈그림 2-13〉 빨강머리 앤 박물관 관련 사진	34
〈그림 2-14〉 구마모토현 쿠마몬 관련 사진	36
〈그림 2-15〉 항저우 인상서호 관련 사진	36
〈그림 3-1〉 문화자원의 6가지 영역	46
〈그림 3-2〉 문화콘텐츠닷컴에서 ‘해양문화사전’에 수록된 해양문화 원형 콘텐츠 비중	52
〈그림 3-3〉 ‘해양문화사전’에 수록된 해양문화 원형 콘텐츠의 구성	53
〈그림 3-4〉 해양문화자원의 콘텐츠화 사례 1 : 애니메이션 ‘모아나’	58
〈그림 3-5〉 영화 ‘명량’의 무대인 울돌목 바다	60
〈그림 3-6〉 해양문화자원의 콘텐츠화 사례 2 : 영화 ‘명량’	60
〈그림 3-7〉 해양과 함께 연상되는 단어	67
〈그림 3-8〉 해양을 생각했을 때 느껴지는 감성	67
〈그림 3-9〉 해양에 대한 직·간접 경험 수단	68
〈그림 3-10〉 해양과 내륙의 경험 비중 상호비교	69
〈그림 3-11〉 해양에 대한 경험 비중이 작은 원인	69
〈그림 3-12〉 해양문화와 함께 연상되는 단어	70
〈그림 3-13〉 해양문화에 대한 관심	71
〈그림 3-14〉 해양문화에 대하여 관심이 없는 이유	71
〈그림 3-15〉 해양문화에 대한 정보 수요	72

〈그림 3-16〉 해양문화에 대한 정보 확보 수준.....	72
〈그림 3-17〉 해양문화 선진국에 대한 인식.....	73
〈그림 3-18〉 해양문화 선진국과 우리나라의 비교	74
〈그림 3-19〉 국내 해양문화 관련 행사에 대한 인지와 참여도.....	74
〈그림 3-20〉 국내 해양문화 확산을 위한 요소.....	75
〈그림 3-21〉 지난 1년간 해양문화콘텐츠 이용실태.....	76
〈그림 3-22〉 향후 1년간에 해양문화콘텐츠 경험의향.....	77
〈그림 3-23〉 해양문화콘텐츠 정보 취득 경로.....	77
〈그림 3-24〉 해양문화콘텐츠 동반 형태.....	78
〈그림 3-25〉 해양문화콘텐츠 선택 시 내용 요소의 중요성.....	78
〈그림 3-26〉 해양문화콘텐츠 소비를 통하여 얻은 경험	79
〈그림 3-27〉 해양문화콘텐츠 경험에서 나타난 문제점	80
〈그림 3-28〉 해양문화콘텐츠 소비에서 나타난 문제점	80
〈그림 3-29〉 해양문화콘텐츠에 도입할 소재.....	81
〈그림 3-30〉 해양문화콘텐츠 소재의 특성.....	81
〈그림 3-31〉 해양문화콘텐츠 소재에 대한 선호도	82
〈그림 4-1〉 해양문화콘텐츠 육성 정책의 방향	86
〈그림 4-2〉 해양문화콘텐츠 발굴 · 활용정책의 체계 구성.....	87
〈그림 4-3〉 해양문화콘텐츠 발굴 및 이용 활성화 과제	89
〈그림 4-4〉 해양문화콘텐츠를 활용한 관광 상품화	91
〈그림 4-5〉 해양문화콘텐츠를 활용한 관광 상품화 방안.....	95
〈그림 4-6〉 해양문화콘텐츠 이용 활성화 지원체계 구성	96

요약

해양문화자원의 콘텐츠화 방안 연구

1. 연구의 목적

- 본 연구의 목적은 해양문화자원에 대한 역사성이나 보존가치 중심적인 기존의 학제적 정책 연구의 틀에서 벗어나 해양문화자원의 콘텐츠화를 통해 친해양문화를 확산할 수 있는 대중화 방안을 마련하고 지역활성화를 위한 해양문화 관광 상품화 방안을 마련하는 데 있음

2. 연구의 방법 및 특징

1) 연구방법

〈표〉 본 연구 방법의 특징

특징	주요 내용	자료수집	방법론 선택 이유
문헌 및 정책 사례 분석	- 문화콘텐츠의 개념 및 특성 파악 - 국내 문화콘텐츠 정책 추진 체계 및 동향 분석 - 국내 해양문화콘텐츠 정책 동향 분석	- 관련 문헌조사 - 국내 정책 사례조사	- 문화자원 및 문화콘텐츠와 관련된 학술 연구 자료 검토를 통해 문화콘텐츠에 대한 개념 분석 - 문화콘텐츠 정책과 해양정책 중 해양문화자원의 콘텐츠화와 관련된 정책 추진 동향을 비교·분석하여 해양부문의 문제점 및 개선방향 도출
사례 분석	- 국내외 문화콘텐츠 발굴 및 활용 사례 분석	- 전문가 자문	- 국내외 문화콘텐츠 정책 지원 성공 사례 및 관광명소화 사례를 분석하여 시사점 도출
대국민 설문조사	- 해양문화콘텐츠에 대한 국민인식 파악 - 해양문화콘텐츠 정책 수립을 위한 방향 설정	- 일반인 대상 설문조사	- 일반 국민의 해양에 대한 인식, 해양문화 경험, 해양문화콘텐츠에 이용 실태 파악 - 해양문화자원에 대한 수요 분석을 바탕으로 정책 수립 방향을 위한 시사점 도출

2) 연구의 특징

- 본 연구는 문화콘텐츠 정책 및 사례 분석, 해양문화콘텐츠 이용 실태 및 여건 분석을 중심으로 해양문화자원의 콘텐츠화를 위한 정책 추진 방향을 제시하고자 함
 - 일반 국민을 대상으로 한 설문조사를 통하여 해양에 대한 인식과 해양문화 경험, 해양문화콘텐츠 이용 현황을 파악함
 - 국내 문화콘텐츠 정책 추진 체계 및 동향을 검토하고 이를 해양문화자원의 콘텐츠화와 관련된 정책과 비교·평가해 해양부문의 정책적 성과와 문제점을 분석함
 - 해양문화자원의 콘텐츠화를 위한 정책적 기본 방향 및 추진 전략을 제시함으로써 향후 해양문화자원의 콘텐츠화를 위한 중장기적인 정책 추진 방향 설정에 활용할 수 있음

3. 연구 결과

1) 연구 결과 요약

- 최근 국내 문화·관광트렌드는 지역의 고유성을 강조하면서 관광 소비를 촉진하는 것을 특징으로 함
 - 관광행태 다변화에 따라 정부 부처 및 관광업계는 지역의 역사·문화 공간을 활용하는 축제, 공연 제작, 스토리텔링, 문화생태 탐방로 구축 등 다양한 문화체험 상품 개발을 추진하고 있음
- 해양문화는 해양을 기반이자 소재, 매개로 하는 문화로서 바다와의 관계적 산물로 형성된 문화를 의미함
 - 해양문화자원은 해양문화를 구성하는 요소이자 해양문화가 묻어나는 여러 가지 대상물이라고 할 수 있으며, 해양문화자원의 범주 안에 해양 관련 기술·건축, 시설·공간, 축제·이벤트, 더 나아가 콘텐츠산업 소재 등 현 시대의 자산까지 모두 포괄하는 것이 타당함

- 국내 해양문화자원 육성은 역사성에 초점을 두고 있으며 이의 대중화나 관광자원화는 부족한 실정임
 - 해양문화자원의 중요성에도 불구하고 해양문화자원의 콘텐츠화를 통한 대중화나 관광자원화는 다양하게 추진되지 못함
- 우리나라 문화정책에서 문화콘텐츠는 영화, 애니메이션, 방송·음악, 공연, 만화캐릭터 등의 장르로 분류되며 문화산업적 측면에서 접근하고 있음
 - 국내 문화콘텐츠 정책을 기획하고 지원하는 역할은 문화체육관광부가 담당하며, 과거 문화산업 정책이 특정 프로젝트에 대한 직접적인 지원을 중심으로 추진되었다면, 최근에는 간접 지원과 산업 기반 조성에 정책 역량이 투입되고 있음
- 문화콘텐츠를 활용하여 관광명소화된 국내외 사례들은 공통적으로 변화와 유행에 민감한 관광산업의 특성을 반영하고 대중적인 재미와 놀이적 요소를 부각시켜 테마나 브랜드를 지속적으로 발전시킨 점을 특징으로 함
- 국내 해양문화자원의 콘텐츠화 정도는 양적·질적으로 낮은 수준임
 - 문화콘텐츠닷컴에 구축된 ‘한반도 해양문화 원형’ 디지털 콘텐츠는 전체 문화원형 대비 0.7%에 불과하며, 그 중 62%가 해양사에 관한 자료로 자료의 질적·양적 콘텐츠화 수준이 낮음
 - 해양문화 원형을 바탕으로 한 자료 활용한 사례가 없어 적극적인 홍보 및 활용 방안 마련이 필요함
- 우리나라 해양문화콘텐츠와 관련된 정책은 ‘제1·2차 해양수산업발전기본계획’과 ‘제1·2차 해양관광진흥기본계획’ 부분적으로 다루고 있음
 - 해양문화콘텐츠의 확산을 위한 시설 확충 외에도 유·무형 해양문화자원의 발굴, 지역문화에 대한 관심 제고 방안 마련 등 해양문화콘텐츠의 발굴 및 개발, 제작 및 유통, 소비, 기반 조성 등 해양문화콘텐츠 산업 육성을 위한 정책이 다각도로 추진되고 있음
 - 해양문화콘텐츠 관련 정책들이 단기적이고 일회성이 강하거나 타 사업과의 연계성이 높지 않은 한계가 있어 장기적인 로드맵의 수립과 이를 바탕으로 한 체계적인 정책 추진이 필요함

- 해양문화 및 해양문화콘텐츠 정책의 목표는 국민에게 해양을 알리고 이를 기반으로 다양한 산업적, 문화적 발전을 도모하는데 있으며, 해양문화콘텐츠의 발굴과 육성은 국민에게 친수문화를 확산하는 수단으로 활용해야 함
 - 해양문화자원의 콘텐츠화 및 확산을 위해서는 대중성과 여가성을 기반으로 친수문화를 확산시키는데 방점을 두고 관련 정책을 추진해야 함
 - 해양문화콘텐츠 산업 발전을 위한 정책 마련과 함께 해양문화 자원에 대한 발굴과 홍보를 동시에 추진해야 함
 - 해양문화자원 발굴과 해양문화 확산, 이용촉진 수단 마련 등 해양문화콘텐츠가 창작될 수 있는 기반을 마련해야 함

2) 정책적 기여

- 본 연구는 역사성이나 보존가치 차원에서 접근했던 기존 정책 연구 방식에서 벗어나 문화콘텐츠를 발굴하고 해양 친수문화의 확산과 지역관광 활성화를 유도할 수 있는 정책 추진 방향을 제시함
- 본 연구를 통해 해양문화콘텐츠의 발굴·육성 및 활용이 효과적으로 이루어지기 위해서는 대중성과 여가성을 기반으로 친수문화를 확산시켜야 한다는 것을 기본 정책 방향으로 제시함

3) 기대 효과

- 해양문화 대중화와 해양문화의 지역산업화 방향 정립
- 국내 해양문화자원의 상품화를 통한 지역관광 활성화 유도
- 해양문화 융성을 위한 지역문화 콘텐츠 발굴을 통하여 해양관광의 대중화와 산업화 연계체제 구축
- 국내 해양문화자원 이용가치 제고를 위한 해양문화 원형 발굴과 지역활성화를 위한 관광콘텐츠 활용 방안 수립

Executive Summary

A Study on a Plan to Make a Cultural Content with Marine Cultural Resources

1. Purpose

Unlike the academic policy research frame focused on historic or preservation value of marine cultural resources, this study aims to familiarize marine culture with people and to spread it by developing contents. It also aims to prepare measures to develop marine tourism products by invigorating local areas.

2. Methodologies and Features

1) Methodologies

〈Table〉 Feature of This Study's Methodology

Feature	Major Contents	Data Collection	Reason for Selection
Literature review and policy case study	- To identify concept of cultural contents and their characteristics - To analyze domestic cultural contents policies and trends - To examine marine cultural contents policies	- Literature review - Domestic case studies	- To analyze concept of cultural contents by reviewing academic research on cultural resources and cultural contents - To compare and analyze trends of cultural contents and marine policies for their relation with marine culture and to draw problems and improvements
Case studies	- To analyze development and utilization of cultural contents at home and abroad	- Expert consultation	- To examine success cases of cultural contents policies or of developing tourist attractions at home and abroad

Feature	Major Contents	Data Collection	Reason for Selection
General public survey	- To identify public awareness about marine cultural contents - To set direction for marine cultural contents policies	- General public survey	- To examine public awareness about the ocean, their experience with marine culture and marine cultural contents - To draw implications for policy direction based on the demand analysis on marine cultural resources

2) Features

- This study presents future policy direction for development of marine cultural contents based on their policies, cases and current utilization.
 - It carries out general public survey to identify public awareness, their experience and use of marine cultural contents.
 - It examines the implementation system and trends of cultural contents policies and compares them with those of marine cultural contents. Such analysis shows policy achievement and problems of marine cultural contents.
 - It presents basic policy direction and strategies to develop marine cultural contents. This will help to prepare mid- and long-term policy direction.

2. Results

1) Summary

- The trends in domestic cultural products and tourism emphasize local uniqueness which boosts consumption of local tourism.
 - Taking the cue from diversified tourism consumption behavior, the tourism industry and ministries have developed various cultural products based on local history and cultural space, such as festivals, performances, stories and cultural/ecological trails.

- Marine culture is founded on the ocean or refers to culture formed through relation with the sea whether the sea is a material or a medium.
 - Marine cultural resources are components of marine culture and various objects that marine culture represents. Therefore, it is reasonable that marine cultural resources cover marine technology, architecture, facilities, spaces, festivals, events and materials for contents industries and assets of today.
- Development of marine cultural resources is focused on historical feature and lacks efforts to popularize them or to create tourism products from them.
 - Despite the importance of marine culture products, their popularization or development into tourism products are not active.
- National cultural policies categorize cultural contents as movies, animation, broadcast, music, performance or cartoon characters with culture industrial approach.
 - The Ministry of Culture, Sports and Tourism is in charge of planning and supporting cultural content policies. The past cultural policies were promoted by direct support for specific projects. However, today's policies are focused on indirect support and building industrial foundation.
- Successful tourism products made from cultural contents at home and abroad are characterized by the fact that theme and brand are continuously developed by reflecting fast changing trends of tourism industry and by highlighting fun or playful elements.
- Content development level of domestic marine cultural resources are relatively low.
 - The digital contents of 'maritime culture prototype on the Korean Peninsula' at *cultural contents. com* is only 0.7% of the whole cultural

prototype. Among them, 62% is about maritime history and the degree of content development remains low both qualitatively and quantitatively.

- There are few cases of utilizing maritime cultural prototype. Therefore, it is necessary to prepare active promotion and usage measures.
- The 1st and 2nd Maritime and Fisheries Development Master Plan and the 1st and 2nd Maritime Tourism Promotion Master Plan partly deal with policies on maritime culture contents.
- In addition to facility expansion for maritime cultural contents, policies for maritime cultural content industry are being carried out in various ways spanning from exploration, development, production, distribution, consumption to establishment of foundation, including exploration of tangible/intangible maritime cultural resources and measures to raise awareness of local culture.
- The policies tend to be short-term or one-off and to have low relevance with other projects. Therefore, it is necessary to prepare long-term roadmap and to implement policies according to the roadmap.
- The goal of marine culture and content policies is to raise public awareness and to induce various industrial and cultural development. Development of marine cultural contents should be used to spread ocean friendly culture among the public.
- Policies for content development and spreading of marine cultural resources should be focused on spreading ocean-friendly culture based on its popularity and its value as leisure activities.
- Along with policies, exploration and PRs of marine cultural resources should be carried out.
- Fundamentals for marine cultural contents, such as exploration and spread of marine cultural resources and usage promotion tools should be prepared.

2) Policy Proposal

- Different from the conventional historical and conservational approach, this study presents policy direction geared towards exploring cultural contents and inducing ocean friendly culture and local tourism.
- The study suggests spreading of ocean friendly culture as the basic policy direction for effective development and utilization of marine cultural contents.

3) Expected benefits

- The study establishes direction for popularization of marine culture and local industrialization of marine culture.
- It helps to invigorate local tourism through commercialization of marine cultural resources.
- Exploration of local cultural contents for marine cultural prosperity builds linkage between popularization and industrialization of marine tourism.
- The study prepares measures to explore marine cultural prototypes which enhance usage value of domestic marine cultural resources. It also prepares measures to utilize tourism contents for local vitalization.

제1장

서론 《

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경 및 필요성

최근 국내 문화·관광트렌드는 지역이 가지고 있는 역사·문화자원을 미디어 매체 및 ICT를 활용해 상품화하는 등 지역의 고유성을 강조하는 동시에 관광 소비를 촉진하는 것을 특징으로 한다. 지역의 문화콘텐츠에 대한 관심이 높아지고 관광 행태가 다변화에 됨에 따라 관련 정부 부처를 비롯한 관광업계도 지역의 문화자원을 체험관광 및 테마관광의 소재로 활용하여 문화에 대한 인식의 폭을 넓히고 문화·관광산업 활성화를 통한 일자리 창출 및 신산업 육성의 기회로 활용하기 위한 방안을 모색하고 있다. 이러한 흐름에 따라 지역의 역사·문화 공간(거리, 공원, 골목길 등)을 대상으로 하는 축제, 공연 제작, 스토리텔링, 문화생태 탐방로 구축 등 지역의 문화자원을 소개하기 위한 다양한 문화체험 상품이 중앙 부처 및 지자체 사업으로 추진되고 있다.

지역의 문화자원은 문화콘텐츠¹⁾로서의 높은 활용 가치를 가지고 있어 지속적인 발굴 및 연구가 이루어져 왔다. 과거에는 문화자원을 보수, 복원, 유지, 관리해야 한다는 보전적 관점으로 접근했다면, 현재는 문화자원에 대해 보전이 필요하면서도 새로운 가치를 창출할 수 있는 대상으로 보는 활용적 시각이 강화되고 있다. 이러한 사회문화적 인식 변화와 함께 문화콘텐츠산업이 고부가가치를 창출하는 신산업으로 부상하고 지역경제의 발전에 상당히 기여함에 따라 정부 부처를 비롯한 각 지자체들도 경쟁적으로 문화콘텐츠의 발굴 및 산업 육성 방안을 마련하고 있다.

¹⁾ 문화콘텐츠란 ‘문화적 요소가 체화’된 ‘부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체 포함)의 자료 또는 정보’를 말함(「문화산업진흥 기본법」 제2조 3호 및 4호)

문화콘텐츠를 지역 발전에 활용하고자 하는 시도는 지방자치제가 시작된 1995년부터 본격화되었다. 비교적 짧은 기간 동안 다양한 시도가 산발적으로 이루어짐에 따라 지역 문화자원의 문화콘텐츠화 과정과 방법에 대한 연구는 아직 부족한 것이 현실이다.²⁾ 특히 해양문화자원에 대한 연구는 매우 미진하며 그 중요성에도 불구하고 가치를 인정받지 못했다. 한편 그 동안 부분적으로 추진되어 온 국내 해양문화자원에 대한 육성 정책이나 사업은 역사성에 중점을 두고 진행되어 왔다. 국내 해양문화자원의 콘텐츠화 정도는 양적·질적으로 낮은 수준으로, 문화콘텐츠닷컴에 구축된 ‘한반도 해양문화 원형’ 디지털 콘텐츠는 전체 문화원형 대비 0.7%에 불과하다. 이에 따라 해양문화자원의 콘텐츠화를 통한 대중화나 관광자원화는 다양하게 추진되지 못했다.

국내 해양문화 육성 정책은 해양수산부 출범 이후 해양역사 보전, 해양의식 확산을 위한 기록물 제작, 역사탐방 등 역사성에 중점을 둔 해양문화의 발굴 및 보전을 중심으로 추진되어 왔으며, 해양문화자원을 활용한 콘텐츠 개발 및 대중화는 미흡한 상황이다. 따라서 해양문화자원을 활용한 문화콘텐츠 개발 및 관광 상품화를 통해 해양에 대한 대중적 관심을 높이고 지역경제 활성화 등 부가가치 창출 방안과 연계가 필요하다.

우선 문화콘텐츠의 관광 상품화 사례 검토를 통해 해양문화자원 중 다양한 유형으로 개발할 수 있는 가능성이 높은 아이템을 발굴해야 한다. 이를 위해서는 연안 지역 해양문화자원 및 관광 상품화에 대한 선행연구 검토를 통해 콘텐츠화에 용이한 해양문화자원의 선택 속성을 도출해야 한다. 아울러 문화콘텐츠 사례 분석을 통해 해양문화콘텐츠의 발굴·육성 및 활용이 효과적으로 이루어지기 위한 정책적 지원 방안의 모색이 뒷받침되어야 한다.

2. 연구 목적

본 연구는 그 중요성에도 불구하고 소홀하게 다루어진 해양문화자원의 콘텐츠화를 위한 육성 방안을 문화콘텐츠 정책 및 사례 분석과 해양문화자원 콘텐츠를

2) 노시훈. (2017). 지역문화자원의 문화콘텐츠화 과정과 방법 : 광주광역시를 중심으로, 인문학연구, 제53권, p.377.

위한 여건 분석을 중심으로 도출하고자 한다. 이를 통해 해양문화 보급을 위한 문화콘텐츠를 발굴하고 해양 친수문화의 확산과 지역관광 활성화를 유도할 수 있는 방안을 모색하고자 한다. 아울러 해양문화 활성화를 위해 역사성이나 보존 가치를 확인하는 학제적 정책연구에서 벗어나 친해양문화 확산 방안과 해양교육과의 연계 등 대중화 방안을 마련하는 한편, 국내 해양문화자원에 대한 분석을 토대로 해양문화자원 이용가치 제고를 통해 지역활성화를 위한 해양문화 관광상품화 방안을 마련하고자 한다.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

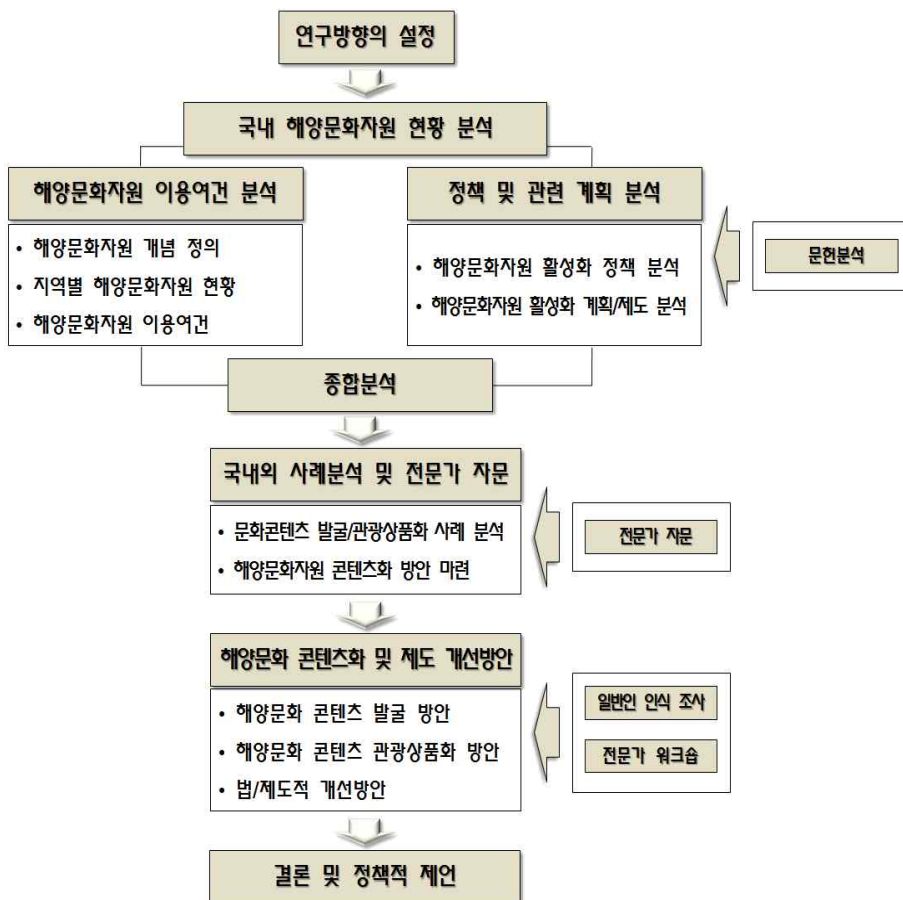
본 연구의 시간적 범위는 2017년을 기준연도로 설정하며, 관련 조사 및 통계 자료의 수집이 불가능할 경우 가용한 최신 자료를 기준으로 분석한다. 공간적 범위는 국내 해양문화자원과 해양문화자원의 콘텐츠화 및 관광 상품화 정책 사례를 연구 대상으로 한다. 연구의 내용적 범위는 해양문화자원과 해양문화자원의 콘텐츠화 및 관광 상품화에 대한 선행연구 검토와 일반인을 대상으로 한 해양문화자원 및 콘텐츠에 대한 설문조사를 통해 해양문화 및 해양문화콘텐츠에 대한 인식과 이용 여건을 파악하고 이를 통해 해양문화콘텐츠 육성 및 관광 상품화를 위한 정책적 지원 방안을 도출하는 것을 연구 범위로 설정한다.

2. 연구 방법

해양문화자원의 콘텐츠화 방안 마련을 위해서 우선 해양문화자원 이용 여건 및 관련 정책 분석이 필요하다. 이를 위해 관련 학술 연구자료에 대한 검토와 전문가 자문을 통해 해양문화자원의 개념 및 이용 여건을 파악한다. 또한 해양문화자원 활성화를 위한 정책 및 제도 검토를 통해 국내 해양문화자원 및 콘텐츠 현황을 분석한다. 이를 바탕으로 문화콘텐츠의 개념과 정책 현황에 대한 전문가

자문을 통해 해양문화자원의 콘텐츠화에 원용할 수 있는 정책적 시사점을 도출한다. 이와 더불어 일반 국민을 대상으로 한 설문조사를 통해 해양문화자원과 콘텐츠에 대한 인식 및 정책적 지원 방안을 도출한다. 국내 문화콘텐츠 정책 및 사례 관련 선행연구 검토, 전문가 자문, 해양문화 및 콘텐츠에 대한 국민 인식 조사 결과 분석 등을 종합하여 해양문화자원의 콘텐츠화 및 관광 상품화를 위한 정책적 지원 방안을 모색하도록 한다.

〈그림 1-1〉 연구 수행체계



제3절 선행연구 검토

문화자원 또는 문화콘텐츠와 관련하여 기존에 추진되었던 연구는 대부분 지리적 측면에서 육상의 문화자원과 문화콘텐츠를 중심으로 이루어졌다. 즉, 해양 문화자원 또는 해양문화콘텐츠와 관련된 선행연구는 거의 이루어지지 않았다.

김상태(2014)의 「역사·전통문화 체험관광 활성화 방안」에서는 역사·전통문화 체험관광 자원 현황을 파악하고 영국과 프랑스, 독일 등 유럽의 전통문화산업 정책 추진 사례를 분석했다. 이를 바탕으로 우리나라의 역사·전통문화 체험관광 활성화를 위한 세부적인 정책 방안을 제시하였다.

또한 김상태 외(2015)는 「지역자원을 활용한 예술관광 활성화방안」에서 관광과 문화예술의 관계 및 지역문화예술자원에 대한 개념을 검토하고 국내 문화예술 동향 및 관련 정책 추진 현황과 행태를 분석했다. 이와 더불어 예술관광에 대한 선진 해외사례 분석을 바탕으로 예술관광 모델을 설정하고 활성화 방안을 제시하였다.

강현철 외(2014)의 「문화관광콘텐츠산업 분야의 글로벌 법제전략연구」는 문화와 관광 및 콘텐츠 관련 개념에 대해 검토하고 문화관광콘텐츠와 관련된 법제의 현황을 분석했다. 이를 통해 우리나라의 문화관광콘텐츠 개발을 위한 법제도적 차원의 개선 방안을 제시하고자 시도하였다.

이원갑 외(2010)는 「해양관광 활성화를 위한 해양문화콘텐츠 활용방안 연구」를 통해 문화관광 및 문화콘텐츠에 대한 개념을 도출하는 한편 해양문화자원 실태조사를 바탕으로 우리나라의 해양문화와 관광개발 현황을 파악하였다. 또한 해양문화와 관련된 업무를 담당하는 공무원과 일반 국민을 대상으로 한 설문조사 결과 분석을 통해 해양문화콘텐츠 활용 방안을 모색하였다.

김영준 외(2008)의 「스토리가 있는 문화생태탐방로 추진방안 연구」에서는 선행연구 검토 및 해외 사례 분석을 통해 문화생태탐방로 조성 여건을 파악했다. 이를 바탕으로 문화생태탐방로 정비 및 관리 방안을 도출하는 동시에 문화생태탐방로 사업의 추진 방안을 제시하였다.

본 연구는 지금까지 이루어진 문화자원이나 문화콘텐츠 관련 연구와 달리 해양문화자원 및 콘텐츠, 해양문화자원의 콘텐츠 방안을 다룬다는 점에서 선행연구와 차별된다. 또한 본 연구는 연안지역의 해양문화자원을 발굴하고 이를 상품화(스토리텔링, 체험프로그램, 여행 상품 등)하는 방안을 모색해 보고자 한다(<표 1-1>).

〈표 1-1〉 선행연구와 본연구의 차이점 비교

구 분	선행연구와의 차별성		
	연구목적	연구방법	주요 연구내용
주요 선행 연구	1 - 과제명: 역사·전통문화 체험관광 활성화 방안 - 연구자(년도): 김상태(2014) - 연구목적: 역사·전통문화 관광콘텐츠 제공을 통하여 한국관광 경쟁력 확대 방안 마련	- 선행연구검토 - 해외사례분석 - 전문가 설문조사 - 전문가 자문	- 역사·전통문화 체험관광 자원 현황 분석 - 영국, 프랑스, 독일 등 유럽의 전통문화산업 정책추진 사례 분석 - 우리나라 역사·전통문화 체험관광 활성화를 위한 세부정책 방안 제시
	2 - 과제명: 지역자원을 활용한 예술관광 활성화방안 - 연구자(년도): 김상태 외(2015) - 연구목적: 예술관광자원을 활용한 상품 및 관광목적지를 제공하여 국내 관광활성화 도모 - 지역 고유의 개별성을 강조하는 문화자원을 개발하여 지역경제 활성화 도모	- 선행연구검토 - 해외사례분석 - 전문가 설문조사 - 전문가 자문	- 관광과 문화예술의 관계 및 지역문화예술자원에 대한 개념 검토 - 국내 문화예술 동향 및 관련 정책 추진현황과 행태 분석 - 예술관광에 대한 선진 해외사례 분석 - 예술관광 모델 설정 및 활성화 방안 제시
	3 - 과제명: 문화관광콘텐츠산업 분야의 글로벌 법제전략연구 - 연구자(년도): 강현철 외(2014) - 연구목적: 문화와 관광이 연계된 문화관광콘텐츠개발 진흥을 위한 법정책적인 대안을 제시	- 선행연구검토 - 관련법안 분석	- 문화와 관광 및 콘텐츠 관련 개념 검토 - 문화관광콘텐츠 관련법제 현황 분석 - 문화관광콘텐츠 개발을 위한 법제도적 개선방안 제시
	4 - 과제명: 해양관광 활성화를 위한 해양문화콘텐츠 활용방안 연구 - 연구자(년도): 이원갑 외(2010) - 연구목적: 우리나라 해양문화자원의 활용 현황을 분석하고 콘텐츠화 방안 제시	- 문헌자료 수집 및 분석 - 국내 사례조사 - 해양문화자원 실태조사 - 공무원, 일반인 대상 설문조사	- 문화관광과 문화콘텐츠 - 우리나라의 해양문화와 관광개발 - 해양문화콘텐츠의 활용방안

구 분		선행연구와의 차별성		
		연구목적	연구방법	주요 연구내용
	5	- 과제명: 스토리가 있는 문화생태 탐방로 추진방안 연구 - 연구자(년도): 김영준 외(2008) - 연구목적: 역사문화 및 자연생태 관광자원을 도보로 체험하고자 하는 문화 관광수요에 부응하기 위한 정비 방안 설정	- 선행연구검토 - 해외사례분석	- 문화생태탐방로 조성 여건 분석 - 문화생태탐방로 정비 및 관리 방안 제시 - 문화생태탐방로 사업 추진 방안 제시
	본 연구	- 문화콘텐츠 개발 및 관광 상품화 성공사례 분석을 바탕으로 지역의 대표적인 해양문화자원의 콘텐츠화 가능성 검토 - 국내 해양문화자원에 대한 분석을 토대로 해양문화자원 이용가치 제고를 위한 해양문화 원형 발굴과 지역활성화를 위한 관광콘텐츠 활용방안 마련	- 문헌자료 수집 및 분석 - 연안지역 해양역사 · 문화 자원 기초조사 - 일반인 설문조사 - 전문가 자문	- 연안지역의 해양역사 · 문화자원에 대한 기초조사를 토대로 대표 해양문화자원을 발굴하고, 이를 상품화(스토리텔링, 체험프로그램, 여행 상품 등)하는 방안 마련

제2장

문화콘텐츠 개념 및 동향 《

제1절 문화콘텐츠의 개념 및 특성

1. 문화콘텐츠 개념

사전적 의미에서의 콘텐츠는 영어 단어 ‘콘텐츠(content)’의 복수형으로 특정 물질에 존재하는 추상적인 의미 또는 성분의 양을 표시하는 뜻이다(oxford dictionaries.com). 일반적으로 콘텐츠는 내용이나 목차를 가리킬 때 사용한다. 따라서 문화콘텐츠는 문화와 콘텐츠의 복합어로 창작에 기반을 두고 소프트웨어적인 제품 또는 서비스를 말한다.³⁾ 국내에서 문화콘텐츠라는 용어가 사용되기 시작한 것은 1990년대 중반으로 유럽에서 ‘멀티미디어콘텐츠’라는 용어를 사용하기 시작하면서 국내에서 신조어로 문화콘텐츠를 사용하였다.⁴⁾

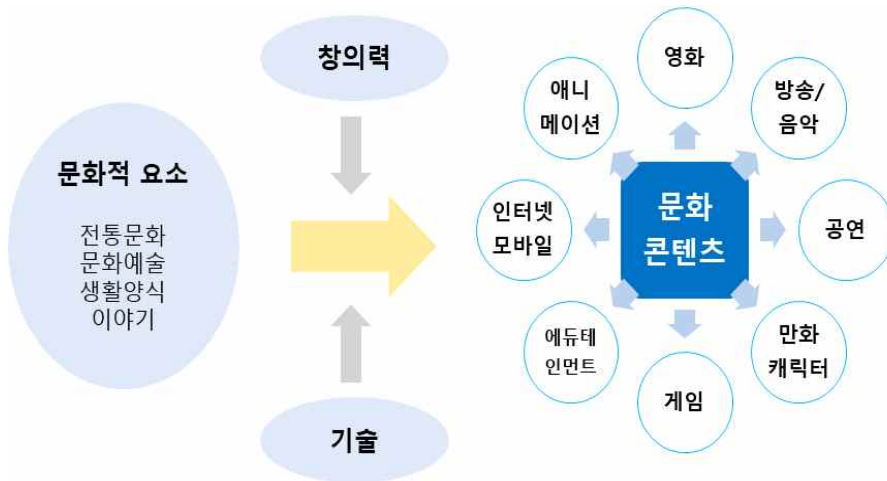
법률에서 정의하는 문화콘텐츠의 정의를 살펴보면 「콘텐츠산업진흥법」에서 콘텐츠는 “부호·문자·음성·음향 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보”라고 정의하고 있다. 「문화산업진흥기본법」에서 문화콘텐츠는 “문화적 요소가 체화된 콘텐츠”를 말한다. 한편 산업적 측면에서 문화콘텐츠는 앞서 제시한 법률의 제목이 암시하듯이 문화산업 또는 콘텐츠산업 등에서 혼용되고 있다. 다만 법률에서 정의하는 문화콘텐츠는 매체의 특징을 중심으로 그 매체를 다양한 형태로 기획·제작·가공하여 생산 및 유통하여 소비하여 경제적 부가가치를 창출하거나 이를 지원하는 모든 연관 산업으로 정의하고 있다.⁵⁾ 박삼욱

3) 전미경. (2012). 전통문화자원을 활용한 문화콘텐츠 개발에 관한 연구 : 안동지역 예술, 교육, 생활문화콘텐츠를 중심으로., 영남대학교 박사학위논문, p.40.

4) 이원갑·이중훈·홍장원·이윤정·현우용. (2010). 해양관광 활성화를 위한 해양문화콘텐츠 활용방안 연구, 한국해양수산개발원, p.35.

외(2009)는 문화콘텐츠란 “인간이 감성·창의력·상상력을 원천으로 문화적 요소가 체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품”이라고 정의⁶⁾내리고 있고, 정아름(2013)은 “문화적 요소를 포함하고 하나의 교환가치를 지니고 있는 상품”이라고 문화콘텐츠를 정의⁷⁾하고 있다. 따라서 종합적으로 살펴보면 문화콘텐츠는 핵심가치를 가진 문화적 요소 또는 문화 원형을 활용하여 창작을 통하여 영화, 공연, 방송, 음반, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 인터넷 모바일 콘텐츠 등의 형태로 기획 및 제작되어 소비자에게 전달되는 것을 의미한다. 즉, 문화콘텐츠는 내용에 따라서 영화, 애니메이션, 방송/음악, 공연, 만화캐릭터 등의 장르로 분류되며 이것이 문자, 음성, 데이터, 이미지, 동영상 등으로 표현되는 문화상품으로 문화산업의 측면에서 접근하고 있다.⁸⁾

〈그림 2-1〉 문화적 요소의 문화콘텐츠화



자료 : 강현철 외. (2014). 문화관광콘텐츠산업 분야의 글로벌 법제전략 연구, 한국법제연구원, p.43.

5) 임명환. (2009). 문화콘텐츠 산업의 동향과 전망 및 기술혁신 전략, 전자통신동향분석, 제24권 제2호, 한국전자통신연구원, p.45; 전미경, 전개서, p.40.

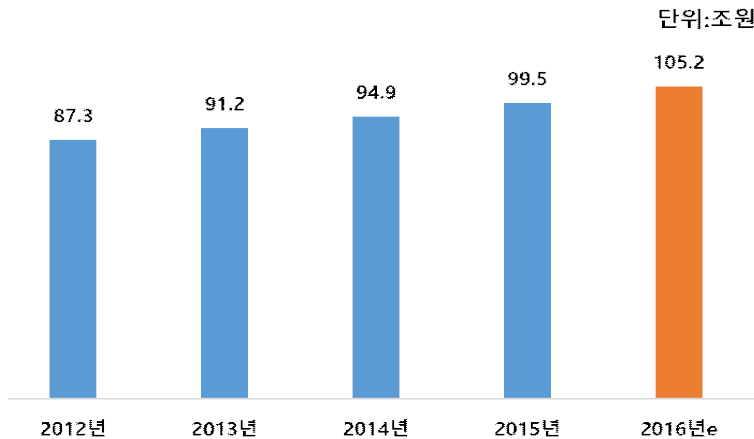
6) 박삼욱·양승목·윤영관·이근·임현진. (2009). 지속가능한 한국발전모델과 성장동력. 서울 : 서울대학교출판문화원, pp.186-258.

7) 정아름. (2013). 우리나라 문화콘텐츠 지원 정책의 집행 과정 연구 : 한국콘텐츠진흥원의 제작지원 사업을 중심으로. 서울대학교 석사학위논문, p.13.

8) 김평수·윤홍근·장규수. (2016). 문화콘텐츠 산업론, 서울 : 커뮤니케이션북스, pp.24-35.

실제적으로 국내 문화콘텐츠산업은 영화, 게임, 캐릭터 산업을 중심으로 성장하고 있으며 국내 콘텐츠산업은 2016년 기준 전년대비 5.7% 증가한 105조 2,000억 원을 기대하고 있다.⁹⁾

〈그림 2-2〉 지난 5년간 우리나라 콘텐츠산업 매출액 추이



자료 : 한국콘텐츠진흥원. (2017). p.7.

문화콘텐츠의 유통 역시 인터넷, 모바일, 방송, DVD 비디오 등 다양한 매체를 통하여 전달되며 기술 발전에 따라 보다 복잡하고 다양화 될 것으로 전망된다.¹⁰⁾ 이러한 문화콘텐츠산업은 나라마다 상이한 용어를 사용하는데 미국은 엔터테인먼트 산업(entertainment industry), 영국은 1990년대 토니블레이어 정부 시절 문화산업을 창조산업(creative industry)으로 사용하여 문화산업의 중요성을 부각시켰고, 일본은 콘텐츠산업(content industry), 캐나다는 예술산업(art industry)이라 불린다.¹¹⁾ 국내에서는 문화콘텐츠를 활용한 산업을 문화산업 또는 문화콘텐츠산업이라는 용어를 사용하고 있다.

9) 한국콘텐츠진흥원. (2017). 2017년 콘텐츠산업 전망, p.6.

10) 김평수 외, 전계서, pp.35-38.

11) 김평수 외, 상계서, pp.73-75.

2. 문화콘텐츠산업의 특성

파인과 길모어는 근대화 이후 산업 패러다임의 변화를 세 단계로 구분했는데, 이는 노동경제(굴뚝산업)와 지식경제(정보산업), 체험경제(문화콘텐츠산업)이다.¹²⁾ 산업혁명 직후에는 노동이 중심이 되면서 굴뚝산업이 핵심 패러다임으로 나타났고, 20세기 중반부터는 정보산업 시기로 지식과 정보를 중요하게 여겼지만, 21세기에는 창의력과 감성이 산업의 핵심이 되면서 체험경제(experience economy)가 중요하게 될 것이라 전망하였다. 체험경제의 대표적 사례가 바로 문화콘텐츠산업이다. 문화콘텐츠산업은 일반적인 제조업이나 서비스산업과는 다른 특징을 가지고 있으며, 김규찬(2012)의 논의에 근거하여 문화콘텐츠산업의 특징을 정리하면 다음과 같다.¹³⁾

1) 불확실성(고위험/고수익)

문화콘텐츠산업은 수요를 예측하기 힘들다. 이러한 이유로 문화콘텐츠산업 투자는 고위험의 부담이 있는 동시에 역으로 고수익의 가능성도 있다. 제조업과 달리 인간의 창의력이 핵심이 되는 문화콘텐츠산업은 경제적으로도 수확체증의 법칙이 적용되어 높은 수익률이 나타난다. 이는 한계비용 체감의 법칙이 적용되기 때문인데 문화콘텐츠산업은 초기 제작비가 투입된 이후 추가생산을 위해서는 극히 적은 비용을 필요로 한다.

하지만 모든 문화콘텐츠 상품이 성공하는 것은 아니며 이로 인한 위험 부담도 크다. 이미 문화콘텐츠산업에서 소수의 흥행한 작품이 수익의 대부분을 차지한다는 것은 잘 알려져 있다. 실제로 미국의 상위 10% 흥행작이 전체 영화산업 수익의 절반을 차지¹⁴⁾하는 것은 우리나라 상황과도 크게 다르지 않다. 예컨대 시장의 기대를 받던 영화가 흥행에 참패하거나 의외의 영화가 흥행하는 사례를

¹²⁾ Pine, J. and J. H. Gilmore. (1999). The Experience Economy : Work Is Theater & Every Business a Stage, Boston : Harvard Business School Press.

¹³⁾ 김규찬. (2012). 문화콘텐츠산업 진흥정책의 시기별 특성과 성과 : 1974~2011 문화예산 분석을 중심으로, 서울대학교 대학원 박사학위논문, p.29.

¹⁴⁾ Vogel, H. L. (2001). Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis(5th ed.), 현대원역. (2003). 엔터테인먼트 산업의 경제학, 서울 : 커뮤니케이션북스.; 김규찬. (2012), p.29 재인용.

현실에서 쉽게 볼 수 있다. 이론적으로도 영화 흥행 요인에 관한 많은 연구가 이루어졌지만 아직까지 결정적 요인을 찾아내지 못하고 있다.

2) 창구효과

문화콘텐츠산업은 콘텐츠가 다양한 미디어 플랫폼을 통해 효용을 창출한다. 이는 문화콘텐츠산업의 산업연관효과로 다른 산업에 비해 큰 편이다. 이처럼 하나의 문화상품이 특정 영역에서 창조되어 기술적 변화를 거쳐 다른 영역의 상품으로 활용되어 그 가치가 증대되는 효과를 창구효과(window effect)라고 한다. 예를 들면 영화가 극장 개봉을 거친 이후 비디오와 DVD, VOD 등으로 생산되고 텔레비전을 통해 우리에게 전달된다. 문화콘텐츠산업에서 이런 OSMU(One Source Multi Use)가 활발한 이유는 앞서 설명한 것과 같이 문화상품이 초기 제작비용이 많이 들지만 일단 생산되고 나면 추가생산에 필요한 한계비용이 매우 낮기 때문이다.

문화콘텐츠산업의 경우 처음 제작된 콘텐츠(원 소스)가 흥행에 성공할 경우 2차 상품이 제작될 때도 연쇄적인 마케팅효과를 낳아 막대한 수익으로 연결되기도 한다. 예를 들면 조앤 롤링(Joanne K. Rowling)의 소설 ‘해리포터(Harry Potter)’ 시리즈는 소설물이 영화로 나아가 게임, 애니메이션, 캐릭터까지 차례대로 발전하여 20억 달러 이상의 수익을 거두고 있다. 특히 애니메이션산업은 애니메이션으로 인해 발생하는 수입보다 캐릭터 프로모션으로 인한 파생이익이 더 큰 경우가 많다. ‘해리포터’ 외에도 J.R.R. 톨킨(John Ronald Reuel Tolkien)의 ‘반지의 제왕’은 뉴질랜드에서 영화로 제작되어 세계적인 성공을 거두었고, 이후 미국과 한국 등에 온라인 게임이 등장하기도 하였다. 국내에서는 만화가 김진의 ‘바람의 나라’가 온라인 게임으로 등장하여 성공을 거두었으며, 뮤지컬, 드라마 등으로 이어지는 성공을 거두기도 하였다.

〈표 2-1〉 문화콘텐츠의 OSMU 활용 사례

구분	콘텐츠	OSMU 활용	
		영국	원작자 J.R.R. 톨킨
반지의 제왕	소설	영국	원작자 J.R.R. 톨킨
	영화	뉴질랜드, 미국	
	관광지	뉴질랜드	촬영지 관광 상품화
	온라인 게임	미국 · 한국	터바인(개발) NHN(퍼블리싱)
바람의 나라	만화	1992년	원작자 김진
	온라인 게임	1996년	넥슨
	뮤지컬	2001년	서울예술단
	소설	2004년	제이북
	드라마	2008년	초록뱀미디어(제작) KBS(방영)

자료 : 김선정, (2009). 문화콘텐츠 산업 수출현황과 활성화방안, 한국무협협회, p.4.

한편 영상산업의 경우 제작사들은 콘텐츠 상품의 판매 창구가 겹치는 것을 방지하기 위해 일정 시간 간격을 설정하기도 한다. 그러나 멀티플렉스 극장이 대중화되고 디지털 미디어가 발달하면서 최근에는 이 기간이 잘 지켜지지 않거나 짧아지는 추세에 있다. 따라서 제작사는 하나의 콘텐츠상품으로 보다 많은 수익을 내기 위해서 창구 전략 수립에 많은 노력을 기울이고 있다. 흥행에 성공한 영화일수록 가정용 DVD의 출시가 늦어지거나 극장이 아닌 케이블 영화로 개봉하는 것도 그런 이유에서다.

3) 문화적 할인

문화상품은 말 그대로 ‘문화적’인 것이기 때문에 다른 문화권에서는 가치나 효용이 어느 정도 감소한다. 이는 언어, 관습, 역사, 선호 장르 등이 차이가 나기 때문인데, 이런 차이를 문화 장벽이라고 하고 그 크기를 문화적 할인(cultural discount)이라는 용어로 개념화 할 수 있다.¹⁵⁾

¹⁵⁾ Hoskins, C., Finn, A., & McFayden, S. (1997). Global television and film : An introduction to the economics of the business, New York : Oxford University Press.; Wildman, S., & Siwek, S. (1988). International trade in films and television programs, Cambridge, MA: Ballinger.

문화적 할인은 문화콘텐츠산업의 하위 부문마다 상이하게 나타난다. 일반적으로 게임, 애니메이션, 캐릭터 등은 문화적 할인이 거의 발생하지 않는 반면 영화, 드라마, 음악은 문화적 할인이 상대적으로 크다. 예를 들어 ‘리니지’나 ‘배틀 그라운드’ 같은 국산 게임이 전 세계에서 고루 성공을 거둔 반면, ‘겨울연가’에서부터 ‘태양의 후예’에 이르기까지 드라마 장르는 우리나라와 문화적으로 공통점이 많은 동아시아 지역을 중심으로 한류 열풍을 일으키고 있다는 것이 이를 증명한다. 하지만 문화의 보편성과 특수성은 상대적인 것이기 때문에 시간과 장소에 따라 문화적 할인은 얼마든지 달리 나타날 수 있다.

4) 연관 효과

문화콘텐츠산업은 경제·사회적인 파급효과가 크다. 창구효과와 같이 하나의 부문 범위 내에서 OSMU가 일어나기도 하지만 제조업이나 관광업을 비롯하여 타 산업에까지 산업연관효과를 일으키기도 한다. 대표적으로 드라마 ‘겨울연가’의 흥행으로 드라마 촬영지였던 남이섬과 춘천이 유명관광지가 된 사례가 있다. 드라마 ‘대장금’ 역시 해외에서 성공을 거두며 한식, 화장품 등과 같은 다른 산업 분야까지 긍정적인 효과를 불러일으켰다.¹⁶⁾ 문화콘텐츠상품은 하나가 성공하면 이와 연계된 수많은 인기상품이 등장하고 이로 인한 고용효과가 창출되기도 한다. 한국수출입은행에 따르면 문화상품은 일반 소비재 수출을 견인하는 효과가 있는데, 평균적으로 문화상품 수출이 1% 증가하면 소비재 수출은 0.03% 증가하여 문화상품 100달러 수출 증가하면 소비재 수출이 평균 412달러 증가하는 것으로 조사되었다.¹⁷⁾

16) 김선정. (2009). 문화콘텐츠 산업 수출현황과 활성화방안, 한국무협협회, p.5.

17) 김윤지. (2012). 한류수출 파급효과 분석 및 금융지원 방안, 한국수출입은행, pp.29-31.

〈표 2-2〉 문화상품 수출의 소비재 수출 견인효과

문화 상품	소비재	계수 (탄력도)	평균 변화율	의미
문화 상품 전체	소비재 전체	0.030**	4.12	- 문화상품 수출 1% 증가 시 소비재 수출 0.03% 증가 - 문화상품 100달러 수출 증가시 소비재수출 평균 412달러 증가
	IT제품	0.032**	3.95	- 문화상품 수출 1% 증가 시 IT수출 0.032% 증가 - 문화상품 100달러 수출 증가시 IT 수출 평균 395달러 증가
	의류	0.051**	0.35	- 문화상품 수출 1% 증가 시 의류 수출 0.051% 증가 - 문화상품 100달러 수출 증가시 의류 수출 평균 35달러 증가
	가공 식품	0.070**	0.31	- 문화상품 수출 1% 증가 시 가공식품 수출 0.07% 증가 - 문화상품 100달러 수출 증가시 가공식품 수출 평균 31달러 증가
방송	가공 식품	0.032**	0.64	- 방송 수출 1% 증가 시 가공식품 수출 0.032% 증가 - 문화상품 100달러 수출 증가시 가공식품 수출 평균 64달러 증가
영화	의류	0.026**	0.87	- 영화 수출 1% 증가 시 의류 수출 0.026% 증가 - 문화상품 100달러 수출 증가시 의류 수출 평균 87달러 증가

자료 : 김윤지. (2012). 한류수출 파급효과 분석 및 금융지원 방안, 한국수출입은행, p.30.

하지만 문화콘텐츠산업의 경제·사회적 효과는 단순히 숫자로 표현된 것 이상이다. 예를 들면 월트 디즈니의 만화, 캐릭터, 공연상품 등은 방송, 장난감, 서점, 테마파크 등에 항상 노출되므로 어린이들에게 매우 친숙하다. 디즈니의 콘텐츠는 어린이들에게 꿈과 희망을 주며 이는 미국에 대한 동경심으로 이어지기 쉽다. 또한 이와 동일하게 한류를 통해 수많은 아시아인들이 한국문화를 좋아하고 한국을 방문하게 되는 것은 경제적 연관효과를 넘어 사회·문화적으로 중요한 의미를 지닌다.

5) 지식재산권 기반

문화콘텐츠산업은 사실 실물이 아닌 지식재산권이라는 무형의 가치를 거래하는 산업이다. 과거에는 저작권 수입이 비즈니스 모델이었다면 최근에는 산업재산권까지 포괄하는 IP(Intellectual Property: 지적재산권) 기반 산업으로 진화하고 있다. 즉, 과거에는 저작권을 엄격히 보호하고 이에 대한 파생산업에 다소 소극

적이었던데 반해 최근에는 저작권의 유연한 적용을 통해 보다 큰 수익을 창출하는 비즈니스 모델이 등장하고 있다. 예컨대 유튜브 등 온라인 플랫폼에서 사실상 무료로 유통되는 음원시장에서 저작권 수입은 기대하기 어렵지만 이를 통해 콘텐츠 접근과 소비의 벽이 낮아지면서 인기와 명성을 쉽게 얻을 수 있는 장점이 있다. 일명 아이돌 그룹으로 불리는 최근 뮤지션의 경우 음원유통으로 인한 수입보다 공연이나 관련 상품 판매 등에서 얻는 저작권외 수입이 더 큰 경우도 있다. 이에 따라 문화콘텐츠는 수익모델 측면에서는 최종재가 아닌 중간재로 봐야 한다는 시각도 등장하기 시작했다.¹⁸⁾

제2절 문화콘텐츠 정책 동향

1. 문화콘텐츠 정책의 개념과 영역

문화콘텐츠 정책은 문화콘텐츠의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 관련된 정부의 행정 방침을 의미한다. 최근 들어 문화콘텐츠라는 단어가 언론은 물론 일상에서도 흔하게 쓰이고 있지만, 사실 이는 정책적 의미와 활용이라는 목적성이 강하게 내포된 용어이다. 시장이나 일반 국민의 관점에서는 영화, 드라마, 게임, 음악 등으로 소비되고 향유되지만 정책적 목적으로 이들을 통칭하여 문화콘텐츠라 부르기 때문이다.

앞서 문화콘텐츠의 개념에서 살펴보았듯이 문화콘텐츠의 관련 개념을 담고 있는 법률은 「문화산업진흥기본법」과 「콘텐츠산업진흥법」이다. 두 법률의 입법 취지와 유래는 다르지만 콘텐츠의 디지털화, 디지털콘텐츠의 생산과 유통, 소비가 일반화된 현재의 관점에서는 문화콘텐츠 정책과 관련된 대표 법률로 간주된다.¹⁹⁾ 중요한 것은 법률의 명칭에서 알 수 있듯 문화콘텐츠 정책은 관련 산업의

18) 김규찬. (2017). 저작권 이후의 문화산업, 문화관광인사이트, 제109호, 한국문화관광연구원, pp.1-4.

19) 문화산업과 콘텐츠산업, 문화콘텐츠산업은 그 의미가 조금씩 다르에도 불구하고 관련 정책 분야에서는 거의 유사한 의미로 통용됨.

진흥이라는 정책 목표와 결부되어 있다는 점이다. 「문화산업진흥기본법」제1조 “문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함”을 목적으로 하고, 「콘텐츠산업진흥법」 또한 제1조에 명시되어 있는 “콘텐츠산업의 진흥에 필요한 사항을 정함으로써 콘텐츠산업의 기반을 조성하고 그 경쟁력을 강화하여 국민생활의 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함”을 목적으로 한다.

법률적 정의를 조금 더 살펴보면, 문화산업이란 「문화산업진흥기본법」제2조 제1호에 의거하여 “문화상품의 기획·개발·제작·생산유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업”을 의미하며, 관련 산업 11개 분야를 예시로 들고 있다.²⁰⁾ 문화산업의 거래 대상인 문화상품은 “예술성·창의성·오락성·여가성·대중성(이하 “문화적 요소”라 한다)이 체화(體化)되어 경제적 부가가치를 창출하는 유형·무형의 재화(문화콘텐츠, 디지털문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠를 포함한다)와 그 서비스 및 이들의 복합체”로 정의된다(「문화산업진흥기본법」제2조제2호). 앞서 문화콘텐츠는 문화적 요소가 체화된 콘텐츠라 했으므로 각각의 법적 정의를 종합하여 정책적 의미에서 문화콘텐츠란 “예술성·창의성·오락성·여가성·대중성이 체화된 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 또는 이들의 복합체를 포함하는 자료 또는 정보”가 된다. 문화콘텐츠

20) 가. 영화·비디오물과 관련된 산업

나. 음악·게임과 관련된 산업

다. 출판·인쇄·정기간행물과 관련된 산업

라. 방송영상물과 관련된 산업

마. 문화재와 관련된 산업

바. 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·모바일문화콘텐츠·디자인(산업디자인은 제외한다)·광고·공연·미술품·공예품과 관련된 산업

사. 디지털문화콘텐츠, 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠의 수집·가공·개발·제작·생산·저장·검색·유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업

아. 대중문화예술산업

자. 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업

차. 문화상품을 대상으로 하는 전시회·박람회·건본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조제2호의 전시회·박람회·건본시장과 관련된 산업은 제외한다.

카. 가목부터 차목까지의 규정에 해당하는 각 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업

츠는 문화상품의 일부이므로, 문화(콘텐츠)산업 정책은 결국 문화콘텐츠를 기획·개발·제작·생산·유통·소비하는 산업을 지원하거나 육성하는 정책을 의미하게 된다.

문화콘텐츠의 개념 자체가 다층적이고 복합적이기 때문에 관련 정책 또한 복잡한 구조를 가지게 된다. 문화콘텐츠 정책의 가장 일반적인 분류는 장르 등 하위 또는 세부 산업을 중심으로 나누는 것이다. 영화산업 정책, 음악산업 정책, 게임산업 정책 등이 그것인데 법률은 물론 주무 부처(문화체육관광부)의 직제 또한 이를 기준으로 구성되어 있다.

〈표 2-3〉 문화체육관광부 내 문화콘텐츠 정책 관련 직제와 소관 법률

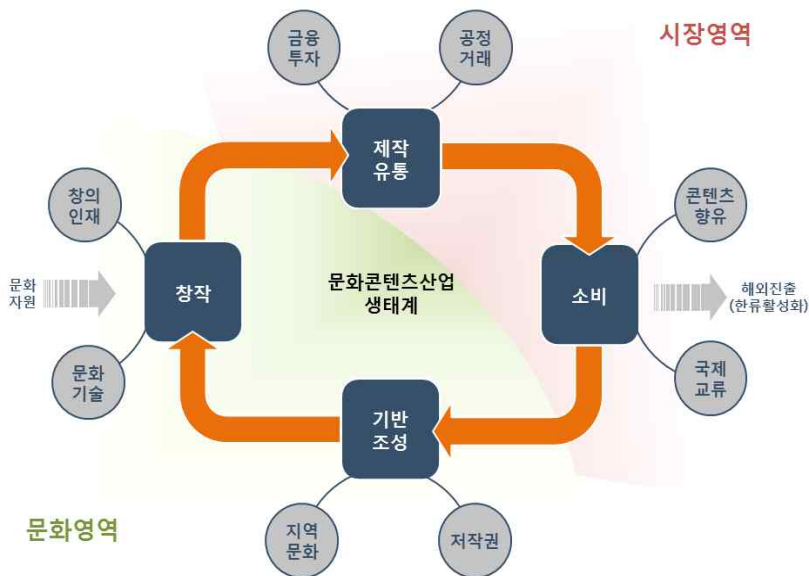
국	과	소관법률
콘텐츠 정책국	문화산업정책과	문화산업진흥기본법
		콘텐츠산업진흥법
	영상콘텐츠산업과	영상진흥기본법
		영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률
	게임콘텐츠산업과	게임산업진흥에 관한 법률
		이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 법률
	대중문화산업과	음악산업진흥에 관한 법률
		만화진흥에관한법률
		대중문화예술산업발전법
저작권국	저작권정책과/저작권산업과 저작권보호과/문화통상협력과	저작권법
미디어 정책국	미디어정책과	신문 등의 진흥에 관한 법률
		지역신문발전지원 특별법
		잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률
		뉴스통신진흥에 관한 법률
		언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률
	방송영상광고과	-
	출판인쇄독서진흥과	출판문화산업진흥법
		인쇄문화산업진흥법
		독서문화진흥법

주 : 2017년 12월 기준

이처럼 문화콘텐츠 정책을 영역으로 구분하는 경우 문화체육관광부 이외에 다른 부처로도 정책 범위가 확장될 수 있다. 문화콘텐츠의 중요 영역인 방송과 디지털콘텐츠의 경우 방송통신위원회와 과학기술정보통신부에서도 관련 정책을 시행하고 있고, 여성가족부는 「청소년 보호법」에 근거하여 관련 게임 등의 영역에서 콘텐츠 이용 규제 정책을 시행하고 있다.

문화콘텐츠 정책의 또 다른 분류 방식으로는 가치사슬 또는 정책 기능별 구분이 있다. 문화콘텐츠 정책이 문화콘텐츠의 기획·개발·제작·생산·유통·소비와 관련된 정책이므로 각 기능별로 시장에 개입하거나 지원하는 정책이 필요하다. 문화콘텐츠의 기획 및 개발은 창작 영역에 해당하는데 이와 관련된 정책으로 창의인재와 문화기술 정책이 필요하다. 제작 및 유통 단계에서는 금융투자 정책이나 공정거래 정책이 중요하고, 소비 단계에서는 콘텐츠 향유나 국제 교류와 관련된 정책이 필요하다. 더불어 문화콘텐츠산업의 기반 강화를 위해서는 지역문화나 저작권 관련 정책 시행이 필요할 것이다.

〈그림 2-3〉 문화콘텐츠산업 가치사슬별 정책



자료 : 김규찬. (2015). 문화산업 정책 20년 평가와 전망, 한국문화관광연구원, p.5 수정 인용

한편 문화콘텐츠의 창작을 위해서는 전통문화나 예술 등의 분야에서 교육훈련을 받거나 관련 자원을 차용할 수 있는데, 이러한 연결을 원활하게 하기 위한 문화자원 정책을 시행할 수 있으며, 소비 영역에서는 우리 문화콘텐츠의 해외진출을 위해 한류 활성화 정책을 시행할 수 있다.

2. 문화콘텐츠 정책 집행 기구

문화체육관광부 등 정부가 문화콘텐츠 정책을 기획하고 지원하는 곳이라면, 실제 정책 수립과 집행을 담당하는 산하기관은 일정한 독립성을 가지고 추진하는 경우가 많다. 문화체육관광부의 콘텐츠 관련 업무를 하는 집행기구는 많은 소속기관과 산하기관이 있지만 콘텐츠정책국과 저작권국 업무를 기준으로 주요 정책 집행 기구의 연혁과 업무를 살펴보면 아래와 같다.

1) 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)²¹⁾

한국콘텐츠진흥원은 2009년 「문화산업진흥기본법」 제31조에 근거하여 기존의 한국문화콘텐츠진흥원(2001년)과 한국방송영상산업진흥원(1989년), 한국게임산업진흥원(1999년) 등이 통합되면서 설립된 기관이다. 한국콘텐츠진흥원은 영화를 제외한 대부분의 문화산업 장르 진흥과 관련한 업무를 추진하고 있으며, 인력양성과 문화기술(CT), 콘텐츠 공정거래, 해외시장 진출, 금융/투자, 지역문화산업정책 등 문화산업의 기능별 정책도 다수 담당하고 있다. 한때 문화산업진흥기금 운용 업무도 담당하였으나 기금 폐지와 함께 사라졌다.

2) 영화진흥위원회(KOFIC)²²⁾

영화진흥위원회는 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제4조에 근거하여 1999년 설립되었다. 하지만 영화진흥 기구로서 위원회는 1973년 「영화법」 제14조에 근거하여 설립된 영화진흥공사가 시초다. 당시 영화진흥공사는 국산영화의 진흥과 영화산업의 육성·지원을 위한 사업을 추진하기 위해 설립되었는데 그

21) 한국콘텐츠진흥원 홈페이지 참고, www.kocca.kr(검색일자: 2017년 12월 12일).

22) 영화진흥위원회 홈페이지 참고, www.kofic.or.kr(검색일자: 2017년 12월 12일).

취지는 오늘날에까지 이어지고 있다. 1984년에 한국영화아카데미가 설립되었고 1997년에는 현 영화발전기금의 모체인 영화진흥금고가 설치되었다.

3) 한국영상자료원(KFA)²³⁾

한국영상자료원은 「영화 및 비디오물에 관한 법률」 제34조에 근거하여 영화 및 비디오물과 그 관계 문헌·음향자료 등 영상자료의 수집·보존·전시와 영화 및 비디오물의 예술적·역사적·교육적인 발전을 위하여 설립된 기관이다. 영화 제작업자는 상영등급 분류를 위해서 영화의 원판 필름이나 복사본을 제출해야 하는데 한국영상자료원에서 이를 수집하고 보존하는 역할을 담당한다. 1974년 설립된 재단법인 한국필름보관소를 모체로 하며, 1991년 재단법인 한국영상자료원으로 변경되었다가 2002년 「영화진흥법」 제24조의3에 의거 특수법인 한국영상자료원으로 재탄생하였다.

4) 영상물등급위원회²⁴⁾와 게임물관리위원회²⁵⁾

영상물등급위원회는 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제71조에 근거하여 설립된 기관이다. 1966년 한국예술문화윤리위원회에서 시작하여 1999년에 현재 명칭으로 변경되었다. 위원회의 주요 업무는 영화 및 비디오물과 그 광고·선전물의 윤리성 및 공공성을 확보하고 청소년을 보호하는 것이다.

한편 게임물관리위원회는 2006년 제정된 「게임산업진흥에 관한 법률」 제16조에 의거하여 영상물등급위원회에서 분리된 게임물등급위원회에서 출발한다. 2013년 개정된 법률에 의거하여 게임물관리위원회로 재출범하였다. 위원회는 게임물의 윤리성 및 공공성을 확보하고 사행심 유발 또는 조장을 방지하며 청소년을 보호하고 불법 게임물의 유통을 방지하기 위한 업무를 수행한다.

23) 한국영상자료원 홈페이지 참고, www.koreafilm.or.kr(검색일자: 2017년 12월 12일).

24) 영상물등급위원회 홈페이지 참고, www.kmrb.or.kr(검색일자: 2017년 12월 12일).

25) 게임물관리위원회 홈페이지 참고, www.grac.or.kr(검색일자: 2017년 12월 12일).

5) 한국문화산업교류재단(KOFICE)²⁶⁾

2003년 설립된 한국문화산업교류재단은 민법 제32조에 의거한 비영리법인이다. 문화체육관광부의 공식 산하기관은 아니지만 아시아송페스티벌과 한류포럼 및 컨퍼런스를 기획하고 문화산업 국제교류와 관련된 사업을 집행하고 있다. 최근에는 문화 ODA 사업을 주관하고 있으며 저개발국 문화산업 발전에 필요한 멀티미디어실 구축 및 한국문화 콘텐츠 지원 등을 통하여 상대국의 문화산업 및 경제사회발전에 기여하고 있다.

6) 한국저작권위원회²⁷⁾

한국저작권위원회는 1987년 개정 「저작권법」에 근거한 저작권심의조정위원회를 시작으로 2009년 7월 저작권위원회와 컴퓨터프로그램보호위원회가 통합되면서 설립된 기관이다. 저작권에 대한 분쟁의 조정 및 저작권 관련 중요사항 심의, 저작권법상 법정 허락 승인, 저작권 제도 발전을 위한 조사·연구사업, 저작권 정보자료센터 기능 관련사업과 저작권 관련 자료 발간 및 배포를 주요 업무로 수행하고 있다.

7) 한국저작권보호원²⁸⁾

한국저작권보호원은 2016년 「저작권법」 제122조의2에 따라 설립된 저작권 보호 시책 수립지원 전문기관이다. 한국저작권위원회 공정이용진흥국과 한국저작권단체연합회 저작권보호센터의 기능을 통합하여 법정 기관으로 출범하였다. 주요 업무로는 불법복제물 심의, 온·오프라인 불법복제물 모니터링, 불법복제물추적관리시스템(ICOP) 운영, 디지털 저작권 침해 수사 등이 있다.

26) 한국문화산업교류재단 홈페이지 참고, <http://kofice.or.kr>(검색일자: 2017년 12월 12일).

27) 한국저작권위원회 홈페이지 참고, www.copyright.or.kr(검색일자: 2017년 12월 12일).

28) 한국저작권보호원 홈페이지 참고, www.kcopa.or.kr(검색일자: 2017년 12월 12일).

제3절 국내외 문화콘텐츠 발굴 및 활용 사례

1. 문화콘텐츠 정책 지원 성공 사례

문화콘텐츠의 성공이라 함은 일반적으로 산업적 측면에서 일정한 경제적 성과를 얻는 것으로 간주된다. 하지만 문화콘텐츠는 경제적 가치뿐만 아니라 사회문화적 가치도 중요하다. 문화콘텐츠의 정책 지원 성공 여부 역시 구분하기 어려운 측면이 있다. 과거 문화산업 정책은 특정 프로젝트에 대한 직접 지원 위주로 진행되었지만, 최근에는 간접지원과 산업 기반 조성에 정책 역량이 맞춰져 있다. 정부 자금이 직접 지원되는 경우는 다양성 영화(작품성 또는 예술성이 뛰어난 소규모 저예산 영화)나 애니메이션 장르 일부에 국한된다. 하지만 문화콘텐츠 제작 및 유통 전반에 인력이나 금융투자, 해외진출 분야에서 정책적 지원이 광범위하게 이루어지므로 대부분의 우리 문화콘텐츠는 정부의 지원을 받고 있다고 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 문화콘텐츠 분야의 정책 지원 성공사례를 찾아본다면 크게 두 가지 경우를 생각할 수 있다. 첫째는 문화콘텐츠산업의 근간이 되는 문화자원 발굴 차원에서 우수한 이야기를 발굴하여 콘텐츠로 제작하고 향후 사업화하는 경우이다. 둘째는 애니메이션 등 초기 비용은 높지만 원천 IP로서 향후 활용가치가 높은 분야에 지자체를 중심으로 투자 및 제작자로서 공공부문이 직접 참여하여 일정한 성과를 거둔 경우이다.

1) 우수 이야기 발굴

방송이나 만화(웹툰)와 같은 일정한 형식을 갖춘 콘텐츠로 완성되기 이전에 이야기 창작을 위한 생산요소를 조사·발굴·가공하는 일명 ‘이야기산업’ 정책을 문화체육관광부는 지난 수년간 시행해 왔다. 그 일환으로 2009년부터 ‘대한민국스토리공모대전’을 시행하고 있는데, 최근 들어 국내 스토리 창작자들의 등용문이자 국내외 콘텐츠산업계가 주목하는 공모전으로 성장하였다.

영화, 드라마, 애니메이션, 만화, 출판 등 다양한 콘텐츠 분야에서 창작 콘텐츠 스토리를 발굴하는 스토리 공모대전을 통해 다양한 스토리가 콘텐츠로 제작되어 왔다.²⁹⁾ 특히, 2016년 국내뿐 아니라 일본, 중국 등에서도 큰 인기를 누린 드라마 ‘태양의 후예’ 원작은 2011년 대한민국스토리공모대전 수상작인 ‘국경 없는 의사회(김원석 작가, 드라마 ‘태양의 후예’ 작가로도 참여)’였다. 2014년 SBS에서 방영된 드라마 ‘닥터 이방인’ 또한 2012년 우수상을 받은 ‘북의’를 원작으로 하였다. 역시 2014년 MBC에서 방영된 ‘야경꾼 일지’ 또한 2010년 공모전 우수상 수상작이었다. 웹툰과 영화로도 개봉한 ‘더 파이브’ 또한 2010년 우수상 수상작이었고, 2011년 최우수상을 받은 ‘궁극의 아이’는 미국에서 소설로 출간되고 웹툰으로도 제작되었다.

〈표 2-4〉 스토리 공모대전 사업화 성공사례

				
태양의 후예 (원제: 국경없는 의사회)	닥터이방인 (원제: 북의)	야경꾼 일지	더 파이브	궁극의 아이
2011년 우수상 KBS드라마 (‘16.2월)	2012년 우수상 SBS드라마 (‘14.5월)	2010년 우수상 MBC드라마 (‘14.8월)	2010년 우수상 웹툰, 영화개봉	2011년 최우수상 미국소설출간, 웹툰

2016년 대한민국스토리공모대전에는 총 1,214편의 스토리가 접수되었으며 이중 18편의 수상작이 결정되었다. 수상작들은 1년간 사업화 지원을 받게 되며, 전문가 컨설팅과 멘토링 등을 거쳐 완성작으로 거듭나게 된다. 이들 콘텐츠의 제작과 성공에 정부가 전적으로 기여했다고 보기는 어렵겠지만, 콘텐츠의 완성을 촉진하고 시장 유통 및 해외진출에는 일정 부분 이바지하였다고 볼 수 있다.

²⁹⁾ 문화체육관광부. (2017). 2016 콘텐츠 산업 백서, p.145.

〈그림 2-5〉 2016 대한민국스토리공모대전 포스터 및 시상식



자료 : 문화체육관광부. (2017). 2016 콘텐츠산업 백서, p.146.

2. 콘텐츠 제작 직접 참여

최근 정책의 흐름에서 정부가 시장에 직접 개입하는 것은 지양되지만 특정 영역에서 특별한 방식으로 참여하는 경우가 있다. 애니메이션 산업은 초기 비용이 상당히 크지만 이로 인한 경제적·사회문화적 가치가 상당하다는 점에서 종종 지자체 및 공공기관이 제작에 직접 참여하는 경우가 있다. 이러한 방식으로 시장에서 성공한 대표적 사례가 TV애니메이션 ‘꼬마버스 타요’와 ‘엄마까투리’이다.

‘꼬마버스 타요’는 아이코닉스가 기획하고 서울시와 EBS가 공동 제작한 TV 애니메이션이다. 2010년 시즌1을 시작으로 2016년 시즌4까지 제작되었으며 ‘뽀롱뽀롱 뽀로로’에 버금가는 인기와 성과를 얻고 있다. 서울시 시내버스를 모티브로 서울시내 곳곳이 배경으로 등장하며, 대중교통 이용과 교통질서 유지라는 교육적 목적 또한 달성했다는 점에서 공공부문이 제작에 참여한 모범 성과로 인정되고 있다.

‘엄마까투리’는 ‘출동 슈퍼윙스’를 제작한 퍼니플렉스가 경상북도와 안동시, 경상북도문화콘텐츠진흥원, EBS와 공동 제작한 TV 애니메이션이다. 안동 출신 아동문학가인 고(故) 권정생 선생의 동화 엄마까투리를 원작으로 특유의 따뜻하고

감성적인 이미지와 스토리로 2016년 EBS를 통해 방영되었다. 특히 베트남 국영 교육방송, 중국 케이블 채널 방영을 시작으로 현재 15개국 24개 방송사와 방영 협의 중이다. 이러한 성과를 인정받아 ‘엄마까투리’는 2017년 12월 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 주최한 ‘2017대한민국콘텐츠 대상’에서 애니메이션 부문 대통령상을 수상했다.

〈그림 2-6〉 공공부문이 직접 제작에 참여한 ‘꼬마버스 타요’와 ‘엄마까투리’



자료 : (좌) <http://www.seoultimes.net/news/photoView.html?idxno=10001>

(우) http://wagcorp.co.kr/vod.asp?sel_num=322(검색일자: 2017년 12월 12일)

3. 문화콘텐츠를 활용한 관광명소화 사례

앞서 문화콘텐츠 활용 사례들에서 살펴본 듯이 문화콘텐츠산업은 제조업, 관광산업 등에 산업연관효과를 일으키기도 하고 역사·문화·예술 등의 문화콘텐츠를 실질적으로 체험할 수 있도록 하는 등 관광객을 유인할 수 있는 가치를 지니기도 한다. 이러한 문화콘텐츠는 지역의 자원이며 이를 토대로 개발된 콘텐츠는 지역관광 활성화의 측면으로 작용하기도 한다. 본 장에서는 문화콘텐츠를 활용하여 관광객을 끌어들이고 관광경험의 질을 향상시킨 관광명소화된 국내의 사례들을 구체적으로 살펴보고자 한다.

1) 남이섬(드라마 콘텐츠)

남이섬은 강원도 춘천시 남산면에 자리 잡은 약 43만㎡ 규모의 섬으로 기존의 유원지 이미지를 탈피하고자 문화관광 전문가에 의하여 새로운 문화예술테마의 섬으로 개발된 친환경 문화관광지이다. 현재는 외국인 관광객도 많이 방문하고 있는 우리나라를 대표하는 관광지로 성장하였다. 주요 시설로는 갤러리, 박물관, 공연장 등과 같은 문화시설과 청경원, 허브나라, 워터스테이지가 있으며 카페, 아트숍, 식당, 토속음식점 등과 같은 편의시설이 구성되어 있다. 특히 넓은 잔디밭과 나무숲, 위락시설, 숙박시설 등이 잘 정비되어 있고 최근에는 집라인을 비롯하여 남이섬에서만 볼 수 있는 독특한 예술축제 등이 개최되고 있어 서울 및 수도권에서 많은 관광객이 방문하면서 2016년 기준 연간 330만 명의 관광객이 찾고 있다.

〈그림 2-7〉 남이섬 관련 사진



자료: (좌) http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15AccessInfo.kto?func_name=acAfterView&boardDTO.jsp_name=bz15/access/acafterView&boardDTO.ntce_at=Y&rdcnt_sort=DESC&sym_sort=&creat_sort=&boardDTO.search_condition=01&boardDTO.search_name=&pageDTO.rows_page=10&pageDTO.curr_page=1&boardDTO.bbs_sn=86

(중) <http://gangwon.news1.kr/news/articleView.html?idxno=4558>

(우) <https://namisum.com/republic/brand/>(검색일자: 2017년 12월 18일)

남이섬이 비약적으로 발전함과 동시에 문화콘텐츠를 활용한 성공사례가 되는데 있어 가장 큰 요인으로는 ‘방송’이라는 문화콘텐츠를 전략적으로 사용한다. ‘겨울연가’라는 드라마의 큰 성공과 더불어 각종 CF, 영화 촬영지 등으로 지속적으로 노출되었고 이러한 활용이 가능한 것은 촬영장소로서 매력이 있도록 콘텐츠를

지속적으로 정비하고 업데이트 하는 노력을 기울였기 때문이다. 새로운 테마 도입과 브랜드 개발에 대한 노력과 남이섬 관광 콘셉트와 부합하는 각종 문화행사의 지속적인 프로그램 운영, 문화콘텐츠 전문가의 영입을 통한 개발과 운영 등이 조화를 이루어 국내 관광지 중 가장 차별화된 성공사례로 성장하였다.

2) 울산큰애기(캐릭터)

울산큰애기는 울산광역시 중구가 2017년에 개발한 캐릭터로 산업도시 울산이 가지고 있는 관광이미지의 부재, 경주와 포항 등 인접도시와 비교하여 규모가 작은 관광자원 등의 문제를 상쇄하기 위하여 ‘캐릭터를 활용한 관광활성화’를 목적으로 탄생되었다.

〈그림 2-8〉 울산 큰애기 관련 사진



자료: (좌, 우) <http://ulsannuri.tistory.com/m/7541>

(중) http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/where/where_tour.jsp?cid=2509933&gotoPage=(검색일자: 2017년 12월 18일)

가까운 일본의 경우 1990년대 초반부터 각 지자체마다 관광산업과 특산품을 홍보하기 위한 캐릭터사업을 시행하였고 그 중 구마모토현의 쿠마곰, 히코네시의 히코냥이 크게 성공한 바 있다. 특히 쿠마곰의 경우 캐릭터 상품의 매출액만 2016년 기준 한화 약 1조 3천억 원을 달성해 엄청난 수익을 가져왔다. 현재는 해외로 수출되는 산업으로 성장하였으며 우리나라 경기도 고양시의 고양고양이 등이 개발되는 데 큰 역할을 하였다.

울산큰애기는 1960년대 대중가요인 동명의 노래가사와 지역성을 담아 기존의 캐릭터와는 사뭇 다른 이색적인 디자인으로 표현되었으며 온라인뿐만 아니라 오프라인에서도 만날 수 있는 활동형 캐릭터로 운영 중이다. 울산큰애기는 울산중구가 2017년 문화체육관광부의「올해의 관광도시」사업에 선정되는 데 큰 역할을 하였다.

현재 인스타그램(SNS) 사업을 통한 온라인 홍보사업뿐만 아니라 원도심을 중심으로 한 ‘100개의 울산큰애기 조형물사업’이 진행 중이며, 울산큰애기 야시장, 울산큰애기 이야기로(골목사업), 울산큰애기 하우스(관광안내소) 사업 등이 완료되면서 지역 방송 등을 통해 꾸준히 기사화 되는 등 전국적인 확산을 도모하고 있다. 특히 캐릭터를 하나의 인격체로 다루는 운영의 일환으로 울산중구청 9급 공무원으로 활동하면서 사회적으로 이슈화된 사례라 할 수 있다.

3) 금천예술공장

서울 금천구에 위치한 금천예술공장은 2009년 10월 서울시 컬처노믹스 사업의 일환으로 금천구 독산동의 옛 인쇄공장을 리모델링한 시각예술 전문 창작체험공간이다. 창작지원 및 활성화를 위하여 창작스튜디오를 지원하고 있으며 2017년 현재까지 세계 33개국 234명(팀)의 입주 예술가를 배출하면서 관광자원으로도 활용되고 있다.

문화를 통한 도시재생이라는 서울시 도시계획의 큰 흐름에 의해 조성되었으며 단순 예술가 창작 작업공간으로의 생산 활동뿐만 아니라 지역 연계 프로그램 및 이벤트 등 소비활동이 함께 이루어지고 있어 성공적으로 지역에 정착하였다. 총 19개의 스튜디오와 공동 작업실이 마련되어 있고 해외작가 게스트 룸과 미디어 랩, 주민 창작실 등 예술 창작활동을 위한 일체 시설을 갖추고 있다. 또한 휴게소, 공용 주방, 샤워실 같은 편의시설도 함께 조성되어 있어 양질의 작업환경을 제공하고 있다.

시각 미디어 분야에 특화된 예술공장을 지향하고 있으며 단순 생산 활동뿐만 아니라 시민과 문화를 함께 향유하고 공유하는 프로그램에도 중점을 두고 있다. 최근에는 커뮤니티 아트 프로젝트 및 예술가와 1박2일 프로그램 등을 운영하면서 시민은 물론 관광객에게도 참여 기회를 제공하고 있고 다빈치 프로젝트 축제

등을 개최하는 등 금천예술공장 주변이 관광명소화되면서 주변 상가가 활성화 되는 효과도 가져오고 있다.

성공적인 지역 정착과 다양한 예술가 지원 프로그램으로 도시재생과 예술가 창작지원, 관광명소화를 통한 지역경제 활성화 등 다양하고 성공적인 결과를 도출한 사례이며 이를 벤치마킹한 사례 등이 전국적으로 파급되고 있다.

〈그림 2-9〉 금천예술공장 관련 사진



자료 : (좌) <http://archnew.sfac.or.kr/html/archive/archive.asp?SearchKey=&SearchValue=&CategoryCd=003&PartTypeCd=1&SortType=0&Page=22&flag=READ&MetadataNo=6209>
 (중) <http://archnew.sfac.or.kr/html/archive/archive.asp?SearchKey=&SearchValue=&CategoryCd=003&PartTypeCd=1&SortType=0&Page=16&flag=READ&MetadataNo=6233>
 (우) <http://archnew.sfac.or.kr/html/archive/archive.asp?SearchKey=&SearchValue=&CategoryCd=003&PartTypeCd=1&SortType=0&Page=17&flag=READ&MetadataNo=6231>(검색일자: 2017년 12월 18일)

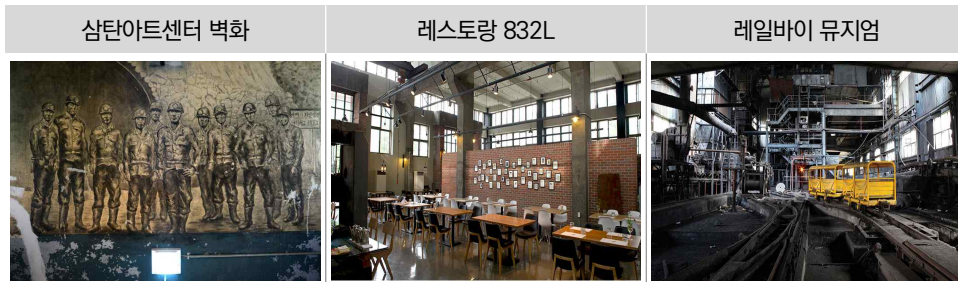
4) 삼탄아트마인

강원도 정선군에 위치한 삼탄아트마인은 38년간 운영해오다 2001년 10월 폐광된 삼척탄좌 시설을 탄광지역 생활현장 보존·복합사업의 일환으로 2013년 5월 복합 문화예술단지로 복원하여 개관하였다. 탄광 시설의 외관을 그대로 유지한 채 내부를 필요에 따라 개조한 것이 특징이며 문화와 자연 경관을 현대에 맞게 재해석하고 재활용한 대표적인 재생관광자원화 사례이다.

삼척탄좌 시절 종합 사무동으로 사용되던 건물인 본관을 중심으로 하여 작가들을 위한 오픈 스튜디오와 삼탄역사박물관, 세계미술품 수장고 등이 위치하고 있으며 야외공간에는 와이너리, 레일바이 뮤지엄, 운탄산책길, 동굴 갤러리 등이 위치하고 있어 단순 창작을 위한 공간이 아닌 관광객과 함께 예술을 향유하고

탄광을 체험해 볼 수 있는 시설도 갖추고 있다. 또한 방마다 각기 다른 예술 테마로 꾸며진 숙박시설인 아트레지던시룸을 조성하여 예술가나 관광객들에게 예술을 직접 체험하며 숙박하는 이색 경험을 제공한다.

〈그림 2-10〉 삼탄아트마인 관련 사진



자료 : (좌) http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/travel/theme/recom_content/cms_view_1823428.jsp

(중) <http://samtanartmine.com/bbs/page.php?hid=s0304>

(우) <http://samtanartmine.com/bbs/page.php?hid=s0303>(검색일자: 2017년 12월 18일)

2016년 기준 전년에 비해 3만 명 이상 많은 관광객이 방문했으며 에코백 만들기, 열쇠고리 만들기, 팝아트 그리기 등 문화 체험 프로그램이 마련되어 있다. 또한 인기리에 방영된 드라마 ‘태양의 후예’의 촬영지로 많은 사람들에게 알려지게 되는 계기가 되었으며 독특한 경관으로 사진작가들의 출사지로도 유명하다.

재생사업과 예술이라는 콘텐츠가 융복합되어 관광명소화된 사례이자 강원랜드로 인한 소비관광도시의 이미지를 바꾸는 계기가 된 사례이기도 하다. 예술과 여행이라는 최근 트렌드에 부합하면서 최근에는 영화 및 방송 콘텐츠, 전시 등의 공간콘텐츠로 활용되고 있다.

5) 해신당 공원

해신당 공원은 강원도 삼척시 원덕읍에 위치하고 있는 테마공원으로 문화원형을 콘텐츠로 활용하여 전시콘텐츠로 탈바꿈한 사례이다. 동해안 유일의 남근승배민속이 전해 내려오는 전시·체험공간으로 2002년 6월 개관했으며 유쾌한 성(性)문화와 어촌마을의 전통 및 생활을 느낄 수 있는 시설들이 공원 곳곳에 조성되어 있어 연인들의 데이트 코스이자 삼척을 대표하는 관광지 중 한 곳으로 자리 잡았다.

주요 시설로는 해신당, 남근조각공원, 덕배 총각 동상, 애랑 처녀 동상과 같은 전설을 바탕으로 한 관람시설과 어촌민속전시관, 전통어가(漁家) 등 어촌문화 관련 시설이 구성되어 있으며 바다품기 전망대, 습지생태공원 산책로 등 관광시설 및 각종 편의시설이 마련되어 있다. 그 중에서도 다양한 형태로 조각한 남근상들과 성(性)문화 관련 조형물을 전시해 놓은 남근조각공원은 해신당 공원을 대표하는 콘텐츠로 자리 잡았으며 성(性)문화를 해학적으로 해석하여 즐겁게 관람할 수 있는 명소이다.

〈그림 2-11〉 해신당 공원 관련 사진



자료 : http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15Travelinfo.kto?func_name=myStoryView&boardDTO.bbs_id=BS_bbs3&boardDTO.tag=&boardDTO.ntce_at=Y&rdcnt_sort=ASC&recomend_sort=&creat_sort=&boardDTO.class_code1=&boardDTO.search_condition=01&boardDTO.search_name=&pageDTO.rows_page=10&pageDTO.curr_page=1921&boardDTO.bbs_sn=1655522(검색일자: 2017년 12월 18일)

해신당 공원은 지역에 전해져 내려오는 전설을 스토리텔링을 통하여 문화·관광 콘텐츠로 활용한 성공적 사례이며 2016년 기준 약 30만 명이 방문하는 삼척의 대표 관광지로 발전하였다. 또한 해외 매체들과 유튜브 등을 통하여 한국에서 가볼만한 특이한 공원으로 소개되어 많은 반응을 이끌어 내는 등 외국인 관광객에게도 충분히 매력적인 문화 콘텐츠임을 증명하였다.

해신당 공원은 전통 문화원형을 보존하여 활용한 콘텐츠가 어떤 방식으로 새로운 문화 콘텐츠로 발전할 수 있는지 보여주며 전통 스토리텔링을 활용한 문화 콘텐츠 개발의 성공적 사례로 평가받고 있다

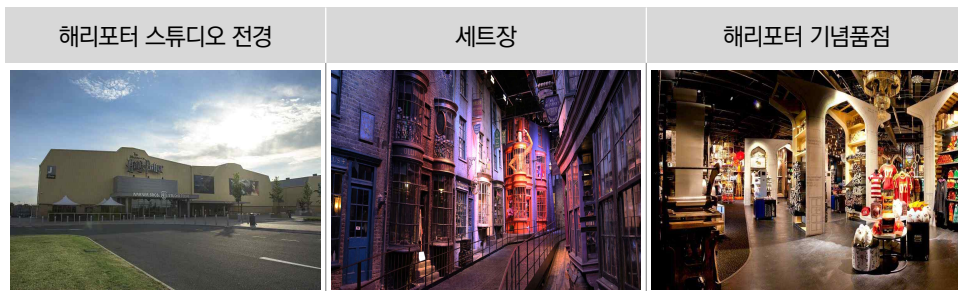
6) 해리포터 스튜디오

해리포터는 현재 세계적으로 가장 성공적인 문화콘텐츠 중 하나이며 OSMU 트렌드를 실현시킨 최고의 사례로 볼 수 있을 만큼 세계 최고 수준의 콘텐츠 다양성과 매력도를 가지고 있다고 할 수 있다. 책과 캐릭터, 영화에 이어 관광시설로 발전한 해리포터 스튜디오는 영국 런던 외곽에 위치한 해리포터 테마의 전 시관이자 기념품숍, 체험공간으로 런던을 방문하는 관광객이라면 꼭 한번 방문하는 관광목적지로 성장했다.

런던 외곽 지역에 영화를 만들고 남은 제작세트를 활용하여 관람객을 위한 스튜디오를 조성하여 예약제로 운영하고 있으며 많은 관광객의 방문으로 인하여 지역의 일자리 창출뿐만 아니라 시설방문을 위해 이용하는 기차역 주변의 지역 경제가 활성화되는 효과를 가져왔으며 해리포터와 관련된 기념품 등을 판매하면서 엄청난 로열티를 챙기고 국가 이미지까지 홍보하고 있다.

해리포터는 1997년 처음 출간되어 지금까지 67개 언어로 번역되었으며 4억 5천부 이상 판매되었다. 영화 외에도 최근 연극까지 개발되면서 단순한 문학·영화 및 방송문화 콘텐츠의 성공사례가 아닌 해리포터 그 자체가 문화원형이 된 흔히 볼 수 없는 성공사례라고 할 수 있다. 특히 과거 경관 중심의 관광에서 체험하고 공감하는 관광행태로 확대되면서 역사문화 및 예술의 경우에도 최근 관광 트렌드에 부합한 재미있고 체험과 경험이 가능한 관광시설로 발전하고 있는데 해리포터 스튜디오가 그 대표적 사례이다.

〈그림 2-12〉 해리포터 스튜디오 관련 사진



자료 : (좌) <https://www.wbstudiotour.co.uk/our-history>

(중) <https://www.wbstudiotour.co.uk/explore-the-tour/sets>

(우) <https://www.wbstudiotour.co.uk/studio-shops>(검색일자: 2017년 12월 18일)

7) 빨강머리 앤 박물관

해리포터가 영국을 대표하는 문화콘텐츠라고 한다면 루시 모드 몽고메리의 ‘빨강머리 앤(Anne of Green Gables)’은 캐나다를 대표하는 문화콘텐츠 사례라고 할 수 있다. 전 세계인의 사랑을 받았던 소설인 빨강머리 앤은 저자의 자전적인 소설이었으나 관광시설 및 상품화 과정에서는 일본의 동명 애니메이션의 세계적인 히트가 주요하였다. 해리포터가 영화의 힘이 컸다면 빨강머리 앤은 애니메이션이었으며 이야기 자체보다는 빨강머리 앤이라는 캐릭터 콘텐츠가 적극적으로 활용된 사례라고 할 수 있다.

빨강머리 앤이라는 콘텐츠가 집적되어 관광명소화된 곳은 캐나다의 프린스 에드워드 섬 그린 게이블스(Green Gables) 국립공원에 위치한 빨강머리 앤 테마 지구이다. 캐릭터가 탄생한 장소를 국립공원 지구로 지정하여 관리하고 있으며 연간 평균 50만 명의 관광객이 지속적으로 방문하고 있는 관광명소이다. 저자인 루시 모드 몽고메리의 묘지, 빨강머리 앤의 집, 매튜와 매릴라의 농장, 유령의 숲, 에본리 마을에 있는 앤이 다니던 학교와 교회, 기념품숍, 숙박시설 등이 구성되어 있다.

〈그림 2-13〉 빨강머리 앤 박물관 관련 사진



자료 : (좌) https://www.tourismpei.com/search/OperatorDetails/name/AnneofGreenGablesMuseum/op_id/4949/qsid/5788ff38896ff5.24412982/

(중) <https://www.tourismpei.com/all-things-anne>

(우) https://www.tourismpei.com/search/OperatorDetails/name/AnneofGreenGablesStore/op_id/4951/(검색일자: 2017년 12월 18일)

소설 속의 배경을 그대로 재현하면서 마치 빨강머리 앤이 실존 인물처럼 느낄 수 있도록 조성하였다. 앤의 캐릭터를 활용한 이야깃거리, 먹거리, 살거리 및 체험 프로그램 등을 다양하게 마련하고 있으며 빨간머리 앤 뮤지컬의 상시 공연, 몽고메리 축제 등을 개최하여 사계절 관광객의 방문을 유인하고 있다.

빨간머리 앤 외에도 문학작품 등에서 배출된 캐릭터 콘텐츠를 활용하여 관광산업으로 발전시킨 유사한 사례가 전 세계적으로 많이 있는데 스웨덴의 ‘말괄량이 삐삐’, 덴마크의 ‘인어공주’, 이탈리아의 ‘줄리엣의 도시, 베로나’ 등이 대표적이다.

8) 구마모토현 쿠마몬

일본 구마모토현을 대표하는 쿠마몬 캐릭터는 지자체 관광과 특산품을 홍보하기 위해 개발된 공공성격의 캐릭터 콘텐츠였으나 최근에는 관광뿐만 아니라 상업적으로 성공한 캐릭터로 알려져 있다. 쿠마몬 캐릭터는 일본 지자체 캐릭터 약 2,000여개 중에서 가장 유명하고 성공한 캐릭터로 자리 잡았다.

구마모토현은 규슈행 신칸센 노선에 있는 구마모토현을 홍보하기 위하여 지역 홍보 프로젝트인 ‘구마모토 서프라이즈’ 이벤트를 계획하고 일회성으로 사용하기 위한 쿠마몬 캐릭터를 제작했다. 쿠마몬이 선풍적인 인기를 끌면서 각종 캐릭터 상품이 출시되었으며 2016년 기준 쿠마몬 캐릭터 상품의 총 매출액은 한화 약 1조 3천억 원 규모이다. 또한 캐릭터로는 이례적으로 팬클럽도 보유하고 있다.

지역 홍보와 특산품 홍보 매체로 제작된 쿠마몬은 구마모토시 츠루야백화점 1층에 쿠마몬 스퀘어가 조성되면서 지역의 관광명소로 알려지기 시작하였으며 현재 일본을 대표하는 관광캐릭터로 발전하였다. 쿠마몬이 업무를 하는 사무실과 기념품숍이 운영 중이며 하루에 2~3차례 정기적으로 쿠마몬 캐릭터가 나타나 관광객을 대상으로 캐릭터 쇼를 진행하고 있다.

이와 같이 일본은 지자체 캐릭터를 관광산업과 밀접하게 활용하면서 일본 국내는 물론 해외까지 진출하여 많은 사랑을 받고 있으며 쿠마몬 이외에도 히코네시의 ‘히코냥’, 나라시의 ‘센토군’, 군마현의 ‘군마짱’, 에이메현의 ‘바리상’ 등이 대표적이다. 각 캐릭터들은 지역을 대표하는 정체성과 이야기를 가지고 있으며, 우스운 동작과 귀여운 표정 등 하나의 인격체로서 성격을 가지고 있고 관광객을 대상으로 하는 캐릭터 쇼나 행사 등을 진행하고 있다는 공통점이 있다.

〈그림 2-14〉 구마모토현 쿠마몬 관련 사진



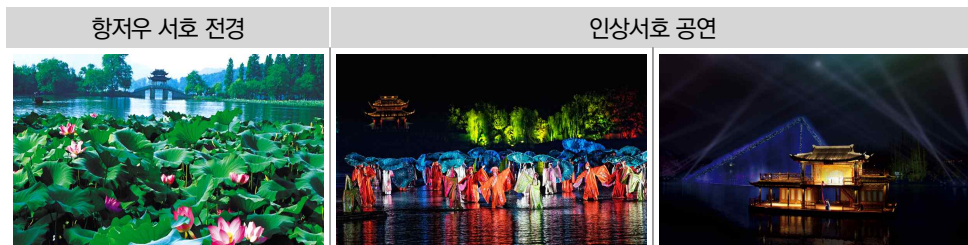
자료 : (좌) http://kumamon-official.jp/fan/fan_list2/page/298?type=img
 (중) http://kumamon-official.jp/fan/fan_list2/page/297?type=img
 (우) <https://www.kumamon-sq.jp/>(검색일자: 2017년 12월 18일)

9) 항저우 인상서호

인상서호(印象西湖)는 세계적인 영화감독 장예모 감독이 연출한 ‘인상’ 시리즈 중 하나로 중국 항저우에 위치한 서호를 배경으로 한 실경 무대공연으로 항주지역에 내려오는 전설인 흰 뱀과 선비의 사랑 이야기를 테마로 하는 공연문화 콘텐츠 상품이다.

실경 무대공연은 거대한 호수를 무대로 하여 지역의 민속문화, 역사, 전설 등을 주제로 음악, 무도, 복장, 연출, 경관 등을 융합한 공연으로 인상 시리즈는 현재 총 9개가 개발되어 운영 중에 있다. 모든 무대 장치를 물속에 배치해 낮 동안에는 서호의 경관을 해치지 않도록 설계하였으며 호수 수면 아래 트레일을 설치하여 출연자들이 물위를 걷는 느낌이 나도록 연출하는 등 현대적인 장치와 기술을 활용하였다.

〈그림 2-15〉 항저우 인상서호 관련 사진



자료: (좌) <http://en.gotohz.com/planatrip/chooseadestination/seasons/#>
 (중) http://en.gotohz.com/whatishot/bestofhangzhou/hotspots/201310/t20131028_90391.shtml#sthash.YFWfHwfh.dpbs
 (우) http://en.gotohz.com/whatishot/bestofhangzhou/201307/t20130718_86683.shtml#sthash.JcUX0sgC.dpbs(검색일자: 2017년 12월 18일)

투자비는 약 184억 원에 이르는데 호수를 활용한 무대 규모는 약 1,800석, 1회 공연에 출연하는 출연자만 400명이며 본 공연을 위해 공연예술학교를 별도로 운영하고 있다. 인상서호는 항저우시의 국제관광 대도시 특성화 전략에 따라 무료 개방 및 야간 개방을 통해 관광객이 24시간 체류할 수 있는 관광전략의 일환으로 개발되었으며 지역의 특수성을 내세운 현지화 전략, 지방정부의 지원 정책, 외국인도 쉽게 이해할 수 있는 스토리, 현대적인 기술을 활용한 무대장치 등으로 세계적인 관광공연 콘텐츠 사례로 발전하였다.

초기에는 많이 알려지지 않았으나 1년 후부터 점차 관광객이 증가하여 3년 후에는 투자비 전액을 회수해 손익분기점을 넘어섰으며, 공연단원 400명은 물론 스텝 300명의 고용 유발효과, 인상서호 주변 상가 및 지역경제 활성화를 달성한 공연 콘텐츠의 대표적인 사례이다.

10) 시사점

앞서 살펴본 문화콘텐츠를 활용한 관광자원화 또는 관광 상품화 사례들은 다양한 형태의 문화콘텐츠가 융복합하여 보다 새로운 자원들로 재창조되었다. 특히 ‘해리포터’는 소설, 영화로 성공한 문화콘텐츠로 공연, 전시, 공간 콘텐츠로 끊임없이 변화하면서 오랫동안 전 세계적으로 사랑받고 있다.

아무리 가치가 있고 좋은 소재의 콘텐츠라 하더라도 대중의 관심을 끌지 못하면 콘텐츠화의 한계가 있다. 앞서 살펴본 성공 사례들은 변화와 유행에 민감한 관광산업 특성을 감안한다면 대중에게 쉽게 다가갈 수 있도록 친근함, 재미, 놀이적 요소들을 부각하고 테마나 브랜드를 지속적으로 발전시켜가면서 개발되었다. 해양문화콘텐츠의 대중화와 성공적 육성을 위해서는 어떠한 콘텐츠와 융복합화하여 새롭고 차별화된 콘텐츠로 재탄생시킬 것인지를 계획하고 재미와 놀이적 요소를 강조하여 대중에게 친근하게 다가갈 수 있는 전략이 필요할 것이다.

〈표 2-5〉 문화콘텐츠를 활용한 관광자원화 사례 종합

구분	콘텐츠 성격	주요 시사점
남이섬	자연자원 + 방송콘텐츠	• 지속적 테마와 브랜드 개발
울산큰애기	캐릭터콘텐츠	• 관광활성화를 위한 전략적 개발
금천예술공장	예술+전시콘텐츠	• 주변 지역으로의 파급효과
삼탄아트마인	예술+전시+방송콘텐츠	• 다양한 콘텐츠가 융복합화된 공간콘텐츠
해신당 공원	문화원형	• 해양문화콘텐츠를 활용한 관광자원화
해리포터스튜디오	복합콘텐츠	• 문화원형에 가까운 대표적 성공 사례
빨강머리 앤 박물관	문학+캐릭터 콘텐츠	• 작품의 캐릭터를 활용한 관광자원화
구마모토현 쿠마몬	캐릭터콘텐츠	• 대표적인 지자체 캐릭터 성공 사례
항저우 인상 서호	공연콘텐츠	• 문화원형을 배경으로 한 성공 공연사례

자료 : 저자 작성.

제3장

해양문화자원 콘텐츠화 여건 분석 《

해양문화자원의 콘텐츠화 방안을 구상하기 위해서는 우선 해양문화자원이 무엇이고 어떻게 이용되고 있는지부터 살펴볼 필요가 있다. 따라서 이 장에서는 선행연구를 토대로 해양문화자원의 개념과 유형을 정리하고 해양문화자원의 콘텐츠화 사례 및 전 국민 대상 설문조사를 통해 해양문화콘텐츠 이용 실태와 여건을 진단해보기로 한다.

제1절 해양문화자원의 유형

1. 해양문화와 해양문화자원

해양문화나 해양문화자원은 그 개념이 보편적으로 정의되어 있지 않다. 용어로는 사용되고 있지만 사전에서 그 정의를 찾을 수 없고 학술적인 개념도 명확하게 정립되어 있지 않다. 다만 해양문화에 대한 여러 가지 정의에 나타난 키워드를 통해 해양문화 개념에 대한 공통적인 의견을 대략적으로 그려볼 수는 있다. 해양문화에 관한 국내 선행연구를 정리해보면 해양문화는 해양을 기반으로 하거나 소재로 하거나 매개로 하는 문화로서 바다와의 관계적 산물로 나타나는 문화로 이해되고 있다.³⁰⁾

해양문화와 유사한 용어로는 바다문화, 해안문화, 도서문화, 섬 문화 등이 있다. 이 명칭들은 해양과 관련된 일부 공간을 지칭하기도 하지만 별개의 개념이라기 보다는 강조점의 차이에 따라 해양문화의 다른 측면을 가리키는 하위개념인 것

30) 홍장원 · 윤인주 · 최일선 · 이정아 · 김효정, (발행예정), 해양문화 정책 방향에 관한 연구, 한국해양수산개발원.

으로 보인다. 이처럼 다양한 용어에서도 공통적으로 추론할 수 있는 것은 해양 문화는 인류가 이루어낸 정신적·물질적 산물의 총화로서 인류문화의 중요한 부분을 구성한다는 점이다. 즉, 해양문화는 해안, 해역, 연안, 도서 지역에 서 나타나는 유형문화는 물론 그곳에 흔적을 남기는 사람들의 생활 형태나 양식과 같은 무형문화를 포괄한다.³¹⁾

해양문화자원은 이러한 해양문화를 구성하는 요소이자 해양문화가 묻어나는 여러 가지 대상물이라고 할 수 있다. 해양문화의 폭과 깊이에 따라 공간적, 시간적, 내용적 하위범주를 달리하듯이, 거기에 해당하는 해양문화자원 역시 다양하다. 이하에서는 일반적인 문화자원의 분류와 유형을 살펴보고 이를 원용한 해양문화자원의 분류와 유형을 검토하기로 한다.

2. 해양문화자원의 분류와 유형

1) 유·무형 분류

문화자원(cultural resources)은 문화적 가치와 의미를 담고 있어 보존할 필요가 있거나 활용이 가능한 대상을 말한다.³²⁾ 국가 내지 지방자치단체가 지정한 ‘문화재’는 물론 아직 지정되지 않은 잠재적 문화재로서 보호·관리 및 계승·발전이 필요한 ‘문화유산’을 포괄한다. 자연환경도 자산으로 고려됨에 따라 문화재와 문화유산은 자연유산도 포함하는 의미로 사용된다.

문화자원은 선조의 흔적이라는 점에서 ‘유산’인 동시에 현재를 살아가는 당대인과 미래세대의 관점에서는 ‘자원’이 된다. 일반적으로 문화자원은 존재 방식에 따라 유형과 무형으로 나뉜다. 유형문화자원은 유물·유적, 자연·경관, 여가 공간 등을 말한다. 무형문화자원은 인지체계, 생애사, 생활사가 반영된 것으로서 신앙·정신, 언어·기술, 풍속·의례, 예술·놀이 등을 말한다.³³⁾ 문화재보호법에서 문화재를 유형문화재, 무형문화재, 기념물, 민속문화재로 구분하고 있는 것이 대표적이다.

31) 곡금량 저·김태만·안승웅·최낙민 역. (1999). 바다가 어떻게 문화가 되는가, 서울 : 산지니, p.47.; 김창수. (2012). 인천 해양생활사 정신문화자원 현황과 활용 방안 연구, 인천발전연구원, pp.13-14.

32) 문화재청. (2006). 문화재 활용을 위한 정책기반 조성연구, pp.29-30.

33) 홍순일. (2009). 한반도 도서지역 문화자원의 등재적 접근 : 구비전승물을 중심으로, 도서문화, 제34집, p.283.

〈표 3-1〉 문화재보호법 제2조(정의)에 따른 문화재 정의

종류		정 의
문 화 재	유형문화재	건조물, 전적(典籍), 서적(書跡), 고문서, 회화, 조각, 공예품 등 유형의 문화적 소산으로서 역사적·예술적 또는 학술적 가치가 큰 것과 이에 준하는 고고자료(考古資料)
	무형문화재	연극, 음악, 무용, 공예기술 등 무형의 문화적 소산으로서 역사적·예술적 또는 학술적 가치가 큰 것
	기념물	• 절터, 옛무덤(=고분), 조개무덤(=패총), 성터, 궁터, 가마터, 유물포함층 등의 사적지(史蹟地)와 특별히 기념이 될 만한 시설물로서 역사적·학술적 가치가 큰 것 • 예술적 가치가 크고 경관이 뛰어난 것 • 동물(그 서식지, 번식지, 도래지를 포함한다), 식물(그 자생지를 포함한다), 광물, 동굴, 지질, 생물학적 생성물 및 특별한 자연현상으로서 역사적·경관적 또는 학술적 가치가 큰 것
	민속자료	의식주, 생업, 신앙, 연중행사 등에 관한 풍속이나 관습과 이에 사용되는 의복, 기구, 가옥 등으로서 국민생활의 변화를 이해하는 데 반드시 필요한 것

자료 : 국가법령정보센터, www.law.go.kr(검색일자: 2017년 12월 18일)

아래 〈표 3-2〉는 해양문화자원을 유·무형으로 나누고 주제별 구분을 적용한 사례이다. 하지만 해양문화자원을 유형문화와 무형문화로 대별해서 설명하는 방법은 가장 객관적인 구분처럼 보이나 자의적일 수 있고 실용성도 높지 않다. 인간의 생활과 활동은 무형문화와 유형문화, 또는 정신문화와 물질문명이 서로 유기적으로 연관되어 있으며, 무형문화에 의해 유형적인 물질문화가 생성되는 문화의 원리를 반영하지 못할 수 있기 때문이다. 예컨대, 무형문화유산으로 분류된 ‘자염(煮鹽)’의 경우를 보면 자염을 만드는 기술과 그 전승행위는 무형문화유산이라 할 수 있으나, 자염 생산 유적과 도구는 형태를 갖춘 물질이기 때문이다.

〈표 3-2〉 유·무형을 구분한 해양문화자원의 분류 예시

구분	분류	내용
무형문화유산	어로기술유산	돌살, 죽방렴, 후리
	항해유산	전통등대, 테우 및 떼배, 자연방파제
	음식유산	전통 바다음식
	해녀유산	노천불턱, 태왁 ³⁴⁾ 등
	소금유산	자염, 소금창고
	바다축제	해양민속축제, 전통바다축제
	해양 신화 및 설화 유산	별산굿, 당제, 바다신화, 바다전설
	공예기술	나전칠기, 조선기술
유형문화유산	해양사 유산	해양사는 선사시대를 비롯한 과거의 역사문화 상징물 및 역사적 인물과 관련된 장소를 포함함 (역사문화상징물, 역사적 인물 등)
	관방유산	방어성곽을 비롯한 봉수, 연대 등을 포함함 (해전, 방어성곽, 보루, 연대 등)
	건축유산	읍성과 민가를 비롯하여 근·현대 유산인 유인등대 등이 해당됨 (해안읍성, 해안민가 등)
	도자유산	도자유산은 청자 및 백자 도요지 등이 해당됨 (도요지, 도자 운송로 등)

자료 : 해양수산부. (2015). 해양문화자원의 발굴계승 및 활용방안 연구, pp.26-27.

2) 주제별 분류

국립해양박물관에서는 해양문화자원을 해양사, 해양영토, 해양문화으로 구분하며, 해양교육포털에서는 해양문화, 해양영토, 해양과학, 해양산업, 해양수산, 해양환경, 해양인물, 해양역사로 구분한다. 가장 일반적 해양문화자원 분류 방식은 해양사와 생활사로 대분류한 다음, 해양사는 해양지질사·해양전쟁사·해양도시사로, 생활사는 어촌문화·어로문화·해양인문자원 등으로 재분류하는 것이다.

³⁴⁾ 태왁(망사리)은 해녀가 수면에서 몸을 의지하거나 헤엄쳐 이동할 때 사용하는 부유(浮遊)도구임(문화콘텐츠닷컴, http://www.culturecontent.com/content/contentView.do?search_div=CP_THE&search_div_id=CP_THE001&cp_code=cp0420&index_id=cp04200083&content_id=cp042000830001&search_left_menu=, 검색일자: 2017년 12월 29일)

이와 같은 방식은 해양수산부가 발간한 『한국의 해양문화』(2002)에서 해양문화자원을 해양사, 생활사로 구분한 것에 의거한다. 이 분류에 따르면 해양사는 선사시대 해양사, 해전과 해양사, 도시와 해양사, 해운과 해양사로 나뉘고 생활사는 주민과 해양생활사, 어업과 해양생활사, 정신과 해양생활사 등으로 나뉜다.

이러한 분류에 따라 해양문화자원의 유형을 구분한 이원갑 외(2010)도 해양문화자원이 ‘물질문화 대 정신문화’ 또는 ‘유형문화 대 무형문화’로 대별될 수 있지만 완벽한 구분은 어렵다고 보았다.³⁵⁾ 물질과 정신이 한데 어우러져 유·무형을 구분하기 어려운 문화자원이 다수 존재하기 때문이다. 한편, 해양문화자원은 ‘자연자원 대 인문자원’으로 구분될 수도 있다. 하지만 이원갑 외는 사람의 손에 의해 변형되지 않은 자연을 문화의 범주에 포함시키는 것을 보류했다. 따라서 인문자원만을 대상으로 해양문화자원을 “해양사” 문화자원과 “생활사” 문화자원으로 구분하고 주제에 따라 유형을 나누었다. 해양인물은 역사인물과 설화인물로 대별하고 역사인물은 다시 해양탐험, 해양개척, 해양수호, 도서생활 등으로 구분했다.

〈표 3-3〉 이원갑 외(2010)가 분류한 해양문화자원의 유형

구분	주제	설명	해양문화자원	
해양사	선사시대	-	패총, 공룡화석 및 발자국	
	해전	해양방어체제 등	명량대첩, 거북선	
	도시	포구 등 해양도시	항구, 포구, 등대	
	해운	바닷길을 통한 교류	한선, 뱃길(항로), 보물선(해저유물선), 해저유물, 표류기/항해기(표해록 등)	
생활사	주민	어촌사회, 어촌문화	어촌마을, 전통수산물시장, 어촌사회사, 음식(수산물 가공방법 등)	
	어업	어로환경, 어로기술	소금(천일염과 화렘), 어류양식, 배무이(배짓기), 어민의 생애담, 어로활동(조기잡이 등), 어구어법(독살, 우살 또는 어부림, 낚시, 내수면 어업 포함)	
	정신	해양의례, 해양민요, 해양설화 등	굿	당제, 풍어제, 용왕제, 잠수굿, 거리제, 혼건짐굿, 씻김굿, 동해안별신굿 등
			전통의례	다시래기, 밤다래 등
			해양민요	뱃노래, 고기잡이요
			해양설화	신화, 전설, 민담, 고전소설

자료 : 이원갑 외(2010), pp.47-70의 내용을 정리함.

³⁵⁾ 이원갑 외. (2010). pp.45-47.

〈표 3-4〉 이원갑 외(2010)가 분류한 해양문화자원으로서의 해양인물

구분	주제	인물	설명
해양인물	해양 탐험	김한경 장한철 최 부 하 멜	울릉도 발견자(성종실록) 표해록, 제주출신 표해록, 탐진출신 한국표류 네덜란드 상인
	해양 개척	견 현 능 창 왕 건 장보고 왕 인	후백제 영웅, 서남해 방수군 수달장군 왕건의 라이벌 고려대조 해상왕, 청해진 건설 일본에 고대문화 전파
	해양 수호	김통정 배중손 안용복 원 균 이순신 이종무 최무선 홍순칠	삼별초의 마지막 장군 삼별초(三別抄) 지도자 울릉도 독도 일본어선 침범금지(숙종) 임란시 수군통제사, 칠천량해전 전사 임진왜란의 영웅 왜구격파, 대마도 정벌(세종) 왜구정벌 화약제조 독도지킴이, 독도에 韓國領을 새김
	도서 생활	윤선도 이강희 이사부 김이수 박삼만 정약전 김만덕 윤두서 정약용	보길도 은둔 시인, 바다간척 한국의 선박에 대한 연구 실학자 울릉도 신라에 귀속 섬 주민 민권운동가, 정조에게 격쟁 비금도 천일염전 개척자 물고기 백과사전 집필, 유배인 조선시대 여성, 제주도 조선시대 화가 조선후기 실학자
	해양 설화	심 청	인당수에 희생함으로써 아버지가 눈을 뜨게 함

자료 : 이원갑 외(2010). pp.71-73의 내용을 정리함.

이러한 구분을 준용하여 해양문화자원의 범주를 재정리하면 다음 〈표 3-5〉와 같다. 이원갑 외(2010)의 분류와 비교한다면, 선사시대가 자연자원으로 확장되고 해운이라는 주제가 빠졌다는 특징이 있다. 그 이유는 그동안 해양문화에 관한 연구에서 생태 등 자연환경에 대한 인식이 부족하다는 지적이 있었기 때문이다.³⁶⁾ 해양문화는 기본적으로 ‘바다’라는 자연환경과의 관계적 산물이라는 점에서

바다 환경과 관련된 자연자원도 포함시켜 포괄적으로 접근해볼 필요가 있다. 해운을 주제로 한 해양문화자원은 뱃길이나 항해와 관련된 것들이다. 이러한 문화자원은 해양전쟁사나 해양도시사라는 주제 하에서 포괄될 수 있을 것으로 보인다. 또한 해양인물은 해양전쟁사나 해양도시사와 같은 주제에서 자연스럽게 등장할 것이므로 별도 범주를 만들 경우 중복될 것으로 보인다.

〈표 3-5〉 해양문화자원의 기존 범주 재정리

구분	해양문화자원 유형
해양사	해양자연사자원(지질, 물때, 해안선)
	해양전쟁사자원(해양방어체제, 해전)
	해양도시사자원(포구 등 해양도시)
생활사	어촌문화자원(어촌사회, 어촌문화)
	어로문화자원(어로환경, 어로기술, 항해기술)
	해양인문자원(해양의례, 해양민요, 해양설화, 해양문학, 주민생애사)

자료 : 이원갑 외(2010)의 분류를 김창수(2012)의 분류틀로 재정리 · 재명명함

3) 새로운 분류

위와 같이 해양문화자원의 기존 범주를 재정리할 경우에 중복되는 부분은 처리되었음에도 불구하고 아직까지 담아내지 못하는 유형이 존재한다. 해양문화자원의 기존 범주는 현대적인 자원보다는 역사적 유산에 초점을 두고 있기 때문이다. 이에 현대적인 의미의 해양문화자원까지 포괄하는 유형 구분을 시도해보고자 한다.

Baeker(2009)는 문화자원을 “창조산업(Creative Industries)”, “지역문화조직(Community Cultural Organizations)”, “시설과 공간(Facilities and Space)”, “문화유산(Cultural Heritage)”, “자연유산(Natural Heritage)”, “축제와 이벤트(Festival and Event)” 등 6가지 영역으로 구분했다.³⁷⁾ 이러한 분류에 따르면 유산이 자연유산과 문화유산으로 구분되고 그 외 현대적 의미의 문화자원도 포함된다.

36) 홍장원 외. (발행예정).

37) Baeker, G., (2009). Cultural mapping tools : Connecting Place, Culture, and Economy for the Creation of Local Wealth, Municipal World, September, 2009, pp.13-15.

반면, 기존에 논의된 해양문화자원은 자연유산을 포함하는 문화유산을 다루고 있을 뿐 현대적 의미의 문화자원을 배제하고 있다. Baeker(2009)의 분류 방식은 지역경제의 부가가치 창출이라는 관점에서 문화자원을 분류하고 장소, 문화, 경제를 연결하는 문화적 매핑(mapping) 툴을 제시하고자 한 결과로 해석된다. 이와 비교해보면 유산을 중심으로 분류된 기존의 해양문화자원 유형은 현대적인 축제와 이벤트, 시설과 공간, 지역문화조직, 문화콘텐츠산업에 해당하는 창조산업 등을 담고 있지 못하다.

〈그림 3-1〉 문화자원의 6가지 영역



자료 : Baeker, G., (2009). Cultural mapping tools : Connecting Place, Culture, and Economy for the Creation of Local Wealth, Municipal World, September, 2009, p.13. 재정리

따라서 본 연구에서는 기존의 해양문화자원 범주와 Baeker(2009)의 문화자원 영역을 결합시켜 해양문화자원의 유형을 다음과 같이 분류하고자 한다.

첫째, 과거로부터 물려받은 ‘유산’과 ‘현 자산’으로 대별하기로 한다.

둘째, ‘유산’은 ‘자연유산’과 ‘문화유산’으로 나누고 ‘자연유산’에 자연사, ‘문화유산’에 전쟁사, 도시사, 생활사를 배치하기로 한다. 기존의 해양문화자원 범주는 생활사를 어촌, 어로, 인문 등 세부적으로 나누었다. 새로운 분류에서는 생활사를 전쟁사나 도시사 등 다른 주제와 비슷한 수준으로 묶어 논의하고자 한다.

넷째, ‘현 자산’에는 ‘기술·건축’, ‘시설·공간’, ‘축제·이벤트’, ‘콘텐츠산업’을 배치하기로 한다. Baeker(2009)가 제시한 지역문화조직 대신 기술·건축을 추가했다. 지역문화조직은 이미 하나의 ‘유형’으로 분류되어 있는 특정한 문화자원과 관련된 활동을 하는 사람들의 모임일 가능성이 높다. 따라서 이러한 조직을 별도의 문화자원으로 분류하지 않더라도 그 문화적 가치와 내용을 담을 수 있을 것으로 보인다. 기술·건축은 ‘문화’를 직접적인 목적으로 추구하지 않더라도 문화적 가치를 반영한다는 점에서 의의가 있다. Baeker(2009)가 제시한 ‘창조산업’은 국내적으로 그 의미가 보다 명확히 규정되어 있는 ‘콘텐츠산업’으로 재명명했다. 이러한 유형 분류에 따르면 현재 국내 해양문화자원은 특히 콘텐츠 산업 부문에 대한 관심과 개발이 부족한 실정인 것으로 보인다.

〈표 3-6〉 본 연구에서 제시하는 해양문화자원의 유형 분류

구분		유형	설명	예시
유산	자연유산	해양자연사	지질, 물때, 해안선	울돌목, 갯벌
	문화유산	해양전쟁사	해양방어체제, 해전	명랑해전(이순신)
		해양도시사	포구 등 해양도시	인천, 부산
		해양생활사	어촌, 어로, 정신, 신화·설화	자염, 당제
현 자산	해양기술·건축		등대, 선박, 해양구조물	광안대교
	해양시설·공간		박물관, 전시관, 문학관	국립해양박물관
	해양축제·이벤트		수산물 축제, 바닷가 이벤트	기장멸치축제, 보령머드축제
	해양콘텐츠산업		해양 관련 문학·방송·영화·음악, 게임·캐릭터·디자인	방송 ‘도시어부’, 영화 ‘명랑’, 게임 ‘청풍명월’

자료 : 저자 작성.

제2절 해양문화콘텐츠 이용실태 분석

이 절에서는 해양문화콘텐츠가 얼마나 이용되고 있는지 살펴보기로 한다. 우선 앞서 살펴본 문화원형 디지털콘텐츠화 사업 중 해양 부문이 얼마나 차지하는지를 검토한다. 다음으로 이러한 해양문화 원형 또는 해양문화자원을 실제로 콘텐츠화한 국내외 사례를 검토해보고 국내 지방자치단체 중 해양문화자원에 관심을 가지고 이를 콘텐츠화하고 있는 인천시의 사례를 살펴보기로 한다.

1. 해양문화 원형 디지털콘텐츠화 사업 분석

한국콘텐츠진흥원은 문화원형 디지털콘텐츠화 사업을 진행한 바 있고 그 결과물은 문화콘텐츠닷컴(www.culturecontent.com)을 통해 제공되고 있다. 문화콘텐츠닷컴에는 문화원형 라이브러리와 문화원형 활용사례 등이 수록되어 있다. 문화원형 라이브러리는 주제별, 시대별, 교과서별, 멀티미디어별, 유네스코 등재 콘텐츠 등으로 구분하여 제공된다. 문화원형 활용사례는 “방송/영화”, “게임/캐릭터/디자인”, “전시”, “교육/공공”, “문화원형 스토리” 등으로 구분하여 제공된다.

구분된 영역에서 해양 부문을 찾아본 결과, 해양 부문의 문화원형도 있기는 했지만 전체 대비 비중은 낮은 편이었다. 해양 부문의 문화원형이 전혀 수록되지 않은 영역도 있었다. 주제별로는 인물, 음악, 과학기술·의약, 천문·풍수, 의례·놀이·연회, 문화·기타에서 해양 부문이 수록되지 않았다. 시대별로는 고려시대, 글로벌 항목에 해양 부문의 문화원형이 기록되지 않았다. 유네스코 등재 무형유산 중에도 해양 부문이 없었다. 문화원형 활용사례 중에는 방송/영화, 게임/캐릭터/디자인, 교육/공공 부문에서 해양 부문의 내용이 부재했다.

하지만 이는 분류상의 문제로 인한 착시현상이었다. 그 이유는 해양 부문이 ‘한반도 해양문화 원형’이라는 별도의 주제 아래서 다루어지고 있기 때문이다. ‘한반도 해양문화 원형’은 중앙대학교 산학협력단이 제작한 것으로 한반도 해양문화 속의 교류, 생활문화, 사람들의 이야기를 발굴한 것이다. 기획 의도는 미래 해양의 적극적 활용을 위한 기반 확보에 있다고 밝히고 있다. 이를 통해 한반도 해양문화와 사람들의 이야기를 다큐멘터리, 드라마, 영화, 연극, 뮤지컬 등으로

활용할 수 있게 하고 영상물 제작과 전시, 체험 콘텐츠, 교육 콘텐츠로 활용되는 기반을 이루고자 했다.

〈표 3-7〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 라이브러리와 활용사례 개요

대구분	문화원형 라이브러리	대구분	문화원형 활용사례
중구분	주제별	중구분	방송/영화
	시대별		게임/캐릭터/디자인
	교과서별		전시
	멀티미디어별		교육/공공
	유네스코 등재		문화원형 스토리

자료 : 문화콘텐츠닷컴, www.culturecontent.com(검색일자: 2017년 12월 13일)

〈표 3-8〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 라이브러리: 주제별 해양 부문

주제별	전체 대비 해양	해양 부문 사례
정치·경제·생업	3/14	물류(物流)와 문류(文流)기반의 항구문화
		조선시대 유배문화
		전통고기 잡이
종교·신앙	1/9	바다문화의 원형, 당제
인물	0/11	-
문학	3/21	표해록
		용궁
		신화의 섬, 제주
의식주	0/22	-
회화	1/7	탐라순력도
미술·공예	1/18	한국의 암각화
음악	0/14	-
군사·외교	2/15	조선시대 수영의 디지털 복원
		조선통신사
교통·통신·지리	5/13	한반도 해양문화 원형
		전통시대 수상교통-뱃길(水上路)
		독도 디지털 콘텐츠
		전통한선의 디지털 복원
		한국의 배
과학기술·의약	0/7	-
천문·풍수	0/5	-
의례·놀이·연희	0/13	-
문화·기타	0/11	-

자료 : 문화콘텐츠닷컴에서 검색 후 정리, www.culturecontent.com(검색일자: 2017년 12월 13일)

〈표 3-9〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 라이브러리: 그 외 해양 부문

중구분	소구분	전체 대비 해양	해양 부문 사례
시대별	통시대	6/39	한반도 해양문화 원형
			전통시대 수상교통-뱃길(水上路)
			독도 디지털 콘텐츠
			한국의 배
			한민족 전투원형(한산도해전, 명량해전)
	고대	1/17	신화의 섬, 제주
	고려	0/10	한국의 암각화
	조선	4/71	-
			탐라순력도
			표해록
			조선시대 유배문화
	근현대	3/35	조선통신사
			물류(物流)와 문류(文流)기반의 항구문화
			바다문화의 원형. 당제
교과서별	가상시공간	1/4	전통고기 잡이
	글로벌	0/4	용궁
	-	-	-
	-	-	N/A(개별 검색 어려움)
	이미지	-/113477	N/A(개별 검색 어려움)
	동영상	-/15071	N/A(개별 검색 어려움)
	오디오	-/10810	N/A(개별 검색 어려움)
	텍스트	-/38014	N/A(개별 검색 어려움)
	유네스코 등재	세계유산	2/10
			고창, 화순, 강화 고인돌 유적
			제주 화산섬과 용암동굴
	무형유산	0/15	-
	기록유산	1/11	난중일기

자료 : 문화콘텐츠닷컴에서 검색 후 정리, www.culturecontent.com(검색일자: 2017년 12월 13일)

〈표 3-10〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 활용사례: 해양 부문

구분	전체 대비 해양	해양 부문 사례
방송/영화	0/8	-
게임/캐릭터/디자인	0/5	-
전시	1/6	〈안동전통문화콘텐츠박물관〉의 독도 디지털콘텐츠
교육/공공	0/6	-
문화원형 스토리	2/29	“독도, 얼마나 알고 계세요?”
		“세계 최초의 고래사냥 기록물이 우리나라에 있다!”

자료 : 문화콘텐츠닷컴에서 검색 후 정리, www.culturecontent.com(검색일자: 2017년 12월 13일)

〈표 3-11〉 문화콘텐츠닷컴의 문화원형 라이브러리: '한반도 해양문화 원형'

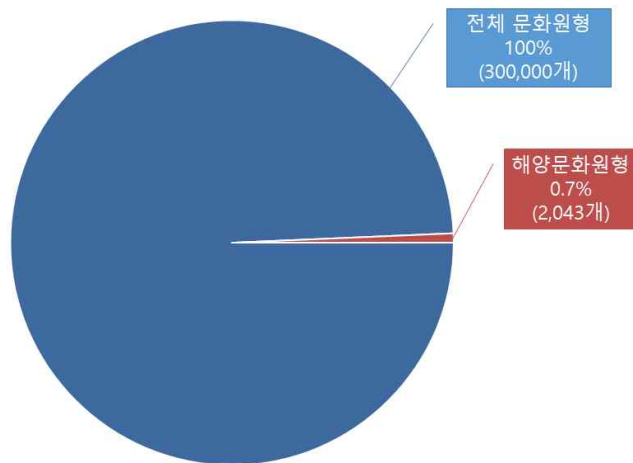
대구분	중구분	구성
문화원형 개요	-	개요, 과제소개, 기획의도
사이버파빌리온	기획전시실	항포구의 발전
	서남해역 전시실	서남해역 개요, 해양문명 교류, 근대 항구도시의 발달, 다양한 해양민속, 풍부한 해양자원
	남해역 전시실	남해역 개요, 해양관방체제, 임진왜란과 이순신, 해양자원과 민속
	동남해역 전시실	동남해역 개요, 고대의 대외교류, 해양 생활문화, 해양 관방체제와 민속, 해양자원과 영토주권
	제주해역 전시실	제주해역 개요, 해양문명 교류, 물과 섬의 교류, 해양 민속의 전승, 어로기술과 도구
해양문화사전	해양사	해전사, 교류, 관방체제, 표류기, 인물, 해양정책, 조문, 분쟁
	해양기술	등대, 선박, 어로기술, 어로도구, 연육, 항로
	해양문학	문학(시, 소설), 설화, 소리, 표해록, 문인
	해양민속	놀이, 생활, 음식, 종교, 무속, 민요, 유교
	해양자원	자연사, 소금, 수림, 어패류, 해조류, 조류, 지형
	해양도시	도서, 성곽, 포구
	권역별 해양문화지도	서남해역권, 남해역권, 동남해역권, 제주해역권 (위치 및 주요 시·군 표시)
스토리뱅크	에피소드	해양문학, 해양문화, 해양민속, 해양자연환경, 해양사, 해양기술, 해양도시, 해양생물자원
	시놉시스	기획의도, 등장인물, 줄거리
	시나리오	기획의도, 줄거리, 시나리오

자료 : 문화콘텐츠닷컴에 수록된 내용을 검색하여 정리, www.culturecontent.com/content/contentMain.do?search_div=CP_AGE&search_div_id=CP_AGE001&cp_code=cp0905(검색일자: 2017년 12월 13일)

‘한반도 해양문화 원형’ 과제는 ‘사이버파빌리온’, ‘해양문화사전’, ‘스토리뱅크’로 구성된다. 서해안의 군산부터 동해안의 포항까지 권역을 나누었고 ‘사이버파빌리온’에 5개 전시실을 가지고 있다. 항포구의 발전을 다룬 기획전시실을 비롯해 권역별로 서남해역 전시실, 남해역 전시실, 동남해역 전시실, 제주해역 전시실이 있다. 해역별 특성에 따른 해양문화 원형을 소개하고 있다. 또한 ‘해양문화사전’이라는 제목하에 해양사, 해양기술, 해양문학, 해양자원, 해양도시, 권역별 해양문화지도 등을 담고 있다. ‘스토리뱅크’에는 이러한 해양문화 원형을 토대로 한 에피소드, 시놉시스, 시나리오가 제작되어 있다. 방송/영화, 게임/캐릭터/디자인 등으로 발전될 소지가 있는 스토리를 제시한 것이다.

문화콘텐츠닷컴에서 제공하는 멀티미디어 문화원형 디지털 콘텐츠는 총 30만 개에 달한다. ‘한반도 해양문화 원형’ 중 해양문화가 분류된 ‘해양문화사전’의 해양사, 해양기술, 해양문학, 해양민속, 해양자원, 해양도시에 수록된 콘텐츠는 총 2,043개로 전체 문화원형 자료의 약 0.7%에 해당한다.³⁸⁾

〈그림 3-2〉 문화콘텐츠닷컴에서 ‘해양문화사전’에 수록된 해양문화 원형 콘텐츠 비중

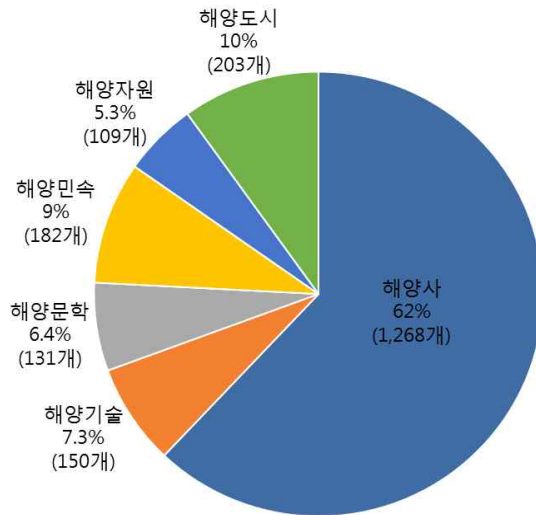


자료 : 문화콘텐츠닷컴에서 검색 후 정리, www.culturecontent.com(검색일자: 2017년 12월 13일)

³⁸⁾ ‘한반도 해양문화 원형’과 관련하여 다운로드 가능한 콘텐츠는 2,352개로 이미지 2,035개, 동영상 31개, 텍스트 286개(해석/분석서 61편, 이야기 225편)로 구성되어 있다. 이러한 콘텐츠는 해양문화 원형과 관련된 다른 자료와 사진을 모두 포함한 것이다.

‘해양문화사전’에 수록된 해양문화 원형은 해양사가 62%(1,268개)로 가장 많고 해양도시 10%(203개), 해양민속 9%(182개) 해양기술 7.3%(150개), 해양문학 6.4%(131개), 해양자원 5.3%(109개) 등의 순으로 나타났다.

〈그림 3-3〉 ‘해양문화사전’에 수록된 해양문화 원형 콘텐츠의 구성



자료 : 문화콘텐츠닷컴에서 검색 후 정리, www.culturecontent.com(검색일자: 2017년 12월 13일)

‘해양문화사전’을 구성하고 있는 해양문화 원형 콘텐츠를 세부적으로 살펴보면 다음과 같다. 가장 많은 비중을 차지하는 해양사는 ‘교류’가 618개로 가장 많고 ‘해전사’가 213개, ‘인물’이 142개 등으로 나타났다. 해양기술에서는 ‘어로기술’이 62개, ‘등대’가 42개 등이다. 해양문학은 ‘문학’이 82개로 가장 많고 ‘문인’이 30개이다. 해양민속은 ‘생활’이 49개, ‘음식’이 43개 등으로 나타났다. 해양자원에서는 ‘수림’이 38개, ‘지형’이 19개, ‘자연사’가 18개 등으로 나타났다. 해양도시는 ‘항포구’가 107개, ‘도시’가 58개로 나타났다.

〈표 3-12〉 ‘해양문화사전’에 수록된 해양문화 원형 콘텐츠의 세분류

대분류	중분류	소분류	개 수
해양문화사전	총 계: 2,043		
	해양사	소 계	1,268
		해전사	213
		교류	681
		관방체제	65
		표류기	25
		인물	142
		해양정책	57
		조운	81
		분쟁	4
	해양기술	소 계	150
		등대	42
		선박	19
		어로기술	62
		어로도구	15
		연육	1
		항로	11
	해양문학	소 계	131
		문학	82
		설화	2
		소리	11
		표해록	6
		문인	30
	해양민속	소 계	182
		놀이	12
		생활	49
		음식	43
		종교	16

대분류	중분류	소분류	개 수
		무속	47
		민요	2
		유교	13
	해양자원	소 계	109
		자연사	18
		소금	2
		수림	38
		어패류	13
		해조류	11
		조류	8
		지형	19
	해양도시	소 계	203
		도서	58
		성곽	38
		항포구	107

자료: 저자 작성.

이처럼 ‘한반도 해양문화 원형’은 기존의 해양문화자원 범주에서 다루고 있던 내용을 거의 포괄하고 있는 것으로 보인다. 또한 콘텐츠화 가능성이 높은 문화 원형에 대해서는 에피소드, 시놉시스, 시나리오 등의 소재를 제공하고 있다. 문제는 이러한 문화원형 발굴이 얼마나 활용되느냐 하는 것이다. ‘한반도 해양문화 원형’과 콘텐츠화 가능 소재에 대한 홍보, 실제 콘텐츠화가 되기까지의 연계 및 지원 방안 등이 제대로 수립될 필요가 있다. 다음은 실제로 해양문화자원을 활용한 콘텐츠화 사례를 살펴보기로 한다.

2. 해양문화자원의 콘텐츠화 사례

실생활에서 접하는 문화콘텐츠 중 바다를 배경으로 하거나 소재로 삼은 경우는 적지 않은 편이다. 그러나 해양문화의 영역을 구분하기 어려운 만큼 해양문화가 녹아 있는 문화콘텐츠를 구별해내는 명확한 기준을 정하기는 쉽지 않다. 아래 <표 3-13>은 해양문화를 엿볼 수 있는 배경이나 소재를 가지고 제작된 문화콘텐츠 사례이다. 애니메이션, 영화, 방송, 음악, 소설, 드라마, 공연, 게임, 에듀테인먼트로 구분하여 대중에게 비교적 익히 알려진 국내외 콘텐츠를 제시해 보았다.

이 중 해양문화자원을 콘텐츠화한 사례만 꼽는다면 그 수는 줄어든다. 최근에 해양문화자원을 콘텐츠화한 대표적인 사례는 국외 애니메이션 ‘모아나’(섬 부족의 설화와 생애, 항해기술 반영)와 국내 영화 ‘명량’(해전 명량대첩 및 해양인물 이순신 반영)이다.

‘모아나’는 작품성과 오락성을 두루 갖추어 재미를 선사하는 동시에 흥행에도 성공한 경우이다. 디즈니사가 제작했고 국내에는 2017년 1월에 개봉했다. 북미 박스오피스 3주 연속 1위로 흥행하고 제74회 골든글로브 장편 애니메이션상, 주제가상 2개 부문 후보로 지명된 화제작이었다.

줄거리는 폴리네시아 문화권의 모투누이 섬을 배경으로 한다. 모투누이 섬이 저주에 걸리자 섬 족장의 딸이자 바다가 선택한 소녀, 모아나가 섬을 구하기 위해 항해를 떠난다. 섬에 걸린 저주를 풀기 위해서는 신이 선택한 전설의 영웅 마우이의 도움이 필요하다. 마우이는 반신반인으로 대자연의 여신 테피티의 심장을 훔쳤다가 숨어 지내는 전설 속의 인물이다. 모아나는 마우이를 만나 테피티의 심장을 돌려주러 가자고 설득하고 마우이로부터 항해하는 법을 배운다. 모투누이 섬 부족의 선조들은 항해자였으나 바다를 두려워하기 시작하면서 먼 바다에 나가지 않았다. 모아나는 자신이 그토록 바다에 나가고 싶어 했던 이유를 알게 된다.

〈표 3-13〉 해양문화자원의 콘텐츠화 사례

구분	명칭	설명	
애니메이션	모아나	국외	모투누이섬 족장 딸의 항해와 모험
	도리를 찾아서	국외	건망증 물고기 '도리'의 모험 이야기
	니모를 찾아서	국외	납치된 아기 물고기 '니모'를 찾는 아빠 물고기 이야기
	인어공주	국외	인간을 사랑한 인어이야기
영화	라이프오브파이	국외	호랑이와 인간의 바다 표류 이야기
	캐리비안의 해적	국외	전설적인 해적의 항해 이야기
	타이타닉	국외	타이타닉호를 배경으로 한 사랑
	그랑블루	국외	프리다이빙 챔피언의 경쟁과 우정
	명량	국내	명량대첩 이야기
	해적: 바다로 간 산적	국내	고래사냥에 나선 산적 이야기
	해운대	국내	해운대를 배경으로 한 재난 영화
방송	도시어부	국내	연예계 낚시꾼들의 낚시 여행 버라이어티 프로그램
	삼시세끼 어촌편	국내	'한 끼' 때우기를 어촌에서 하는 야외 버라이어티 프로그램
	푸른 바다의 전설	국내	인간 세계에 온 인어이야기
음악	상어가족	국내	유튜브 2억 번 조회된 창작동요
소설	칼의 노래	국내	인간 이순신을 그린 이야기
	해신	국내	해상왕 장보고 이야기(드라마 방영)
공연	바다의 소녀	국내	2012여수세계박람회 창작공연
	바다탐험대 옥토넷: 불가사리의 모험	국외	가족을 잃은 불가사리의 바다 탐험
게임	대항해시대	국내	해양, 모험, 교역, 전투 주제 온라인게임
	대물낚시광	국내	온라인 낚시 게임
에듀테인먼트	보로로 놀이학습	국내	펭귄 보로로와 함께 하는 학습교재

자료 : 저자 작성.

이 애니메이션의 스토리에는 바다와 섬을 배경으로 섬에 사는 부족의 전통문화와 정신문화, 생애사, 바람과 파도 같은 바다환경과 이를 이용한 항해기술이 반영되어 있다. 앞서 해양문화자원의 분류와 유형에 따르면 해양자연사, 어촌문화자원, 어로문화자원, 해양인문자원 등이 영화라는 문화콘텐츠에 구현되었고 대중의 관심을 받은 사례라고 하겠다.

〈그림 3-4〉 해양문화자원의 콘텐츠화 사례 1 : 애니메이션 ‘모아나’



자료 : <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/photoView.nhn?code=130849&imageNid=6432152#tab>
(검색일자: 2017년 12월 12일)

국내 영화 중 해양문화자원을 콘텐츠화한 대표적인 사례는 ‘명량’이다. 1597년 9월 정유재란 중에 조선 수군의 전열을 가다듬게 한 명량해전을 다룬 내용이다. 2014년 7월 30일에 개봉한 후 12일 만에 관객 수는 1천만 명을 돌파했고 누적 약 1,761만 명으로 역대 1위를 기록했다. 이는 대한민국 개봉 영화 중 12번째이고 국산 영화로는 9번째였으며 한국영화 사상 최단기간의 신기록이었다.³⁹⁾ 명량대첩이라는 역사적인 해전과 이순신 장군에 대한 국민의 존경심이

반영된 결과라고 하겠다.⁴⁰⁾ 연기력을 인정받은 유명한 배우들이 출연했으며 제작비는 190억 원이 소요되었다. 흥행만큼이나 수상도 다양했다. 제23회 부일영화상의 미술상 등 3개 부문과 제34회 한국영화평론가협회상 2개 부문, 제51회 대중상 4개 부문, 제35회 청룡영화상 3개 부문, 제6회 올해의 영화상 남우주연상, 제51회 백상예술대상 영화부문 대상 등을 휩쓸었다.

해양문화자원의 관점에서 보면 영화 ‘명량’에 나타나는 해전 장면은 61분으로 전체 상영시간 128분의 절반가량을 차지한다. 쇠줄을 깔아 적선의 진입을 막았다는 설화를 쓰지 않고 바다의 지형과 시간을 이용한 전술을 사용한 해전 장면을 촬영했다.⁴¹⁾ 역사와 달리 구성된 점도 몇 군데가 있는데 그 중 하나는 칠천량 해전 때 모두 파괴되고 없어진 거북선이 등장한다는 것이다.

그럼에도 불구하고 이 영화는 역사책 속에 나온 해전을 눈앞에 재현해보이면서 울돌목을 주목받게 했다. 영화의 부제도 ‘회오리바다’였다. 울돌목은 바다가 운다고 하여 울 ‘명’자와 대들보 ‘량’자를 쓴 ‘명량(鳴梁)’으로 불린다. 우수영과 진도군 녹진 사이를 잇는 가장 협소한 해협으로 너비 294m, 가장 깊은 곳의 수심이 20m, 유속은 수심 평균 5.5m/s, 바다 표층은 최대 6.5m/s로 여느 바다에 비해 4배나 빠르고 밀물과 썰물도 하루 4차례 일어난다.⁴²⁾ 빠른 물살이 불규칙한 수중 암반에 부딪히면 소용돌이 소리가 30리 밖에 까지 들린다. 이러한 바다환경을 이해하고 전략에 이용함으로써 전략적 요새지가 된 역사의 현장이다. 앞서 해양문화자원의 분류와 유형에 따르면 해양자연사, 해양전쟁사, 해양인물 등이 영화라는 문화콘텐츠로 구현되었고 대중의 관심을 받은 사례라고 하겠다.

39) “아바타” 넘보는 ‘명량’...역대 천만 기록은?, YTN, 2014년 8월 10일자, http://www.ytn.co.kr/_ln/0117_201408101257480212(검색일자: 2017년 12월 12일)

40) 한 회사가 제작과 배급을 동시에 맡고 국내 영화관 스크린 수를 독과점하면서 영화 선택의 자유를 빼앗았다는 비판의 소지도 있다.

41) “[리뷰] 영화 ‘명량’”, 서울경제, 2014년 7월 22일자, www.sedaily.com/NewsView/1HLBL10I20 (검색일자: 2017년 12월 12일)

42) 두산백과, www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=101013000840833(검색일자: 2017년 12월 13일)

〈그림 3-5〉 영화 '명량'의 무대인 울돌목 바다



자료 : "영화 '명량'의 현장인 해남 울돌목의 실제 조류 속도는", 서울신문, 2014년 8월 19일자,
<http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20140819800118#csidxac8e23a9b245996a026eb3dae0313e2>(검색일자: 2017년 12월 12일)

〈그림 3-6〉 해양문화자원의 콘텐츠화 사례 2 : 영화 '명량'



자료 : <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/basic.nhn?code=93756>(검색일자: 2017년 12월 13일)

제3절 해양문화자원의 콘텐츠화 여건 분석

1. 해양문화콘텐츠 관련 정책 현황

앞서 살펴본 바와 같이 문화콘텐츠 정책은 문화콘텐츠의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 관련된 정부의 행정 방침을 의미한다. 해양문화콘텐츠 관련 정책 현황을 파악하기 위해서는 우리나라의 해양수산 및 해양관광 정책의 기본방향을 제시하는 해양수산발전기본계획과 해양관광진흥기본계획에 대한 검토가 필요하다.

1) 해양수산발전기본계획

해양수산발전기본계획은 해양수산 분야에 대한 국가의 종합계획이며, 2000년 제1차 계획이 수립된 이래 현재 제2차 계획이 추진 중이다. 제1차 해양수산발전기본계획(2000~2010)은 ‘청색혁명을 통한 해양부국 실현’을 비전으로 설정하고 생명력 넘치는 해양국토 창조, 지식기반을 갖춘 해양산업 창출, 지속가능한 해양자원 개발의 3대 기본목표를 설정했다. 세부 추진과제로 7대 추진전략과 21개 정책과제를 도출했는데 해양문화콘텐츠와 관련된 내용은 다루어지지 않았다. 다만 해양관광 활성화를 위한 사업 중 해양박물관이나 과학관, 민속전시관 건립 등 해양문화 진흥을 위한 기초 시설 확충이 포함되어 해양문화콘텐츠를 즐길 수 있는 공간을 조성하는 데 정책적 지원이 이루어졌다.

제1차 해양수산발전기본계획 연동계획(2004~2010)은 제1차 기본계획의 비전과 기본목표를 유지하면서도 세부 추진전략과 과제에서 변화가 있었다. 해양문화콘텐츠와 관련해서는 ‘해양문화·관광기반의 체계적 확충’ 추진전략하에 ‘해양문화·생태자원의 지속가능한 이용, 해양문화·관광 발전여건 조성’이 정책과제로 포함되었다. 각 과제의 세부적인 정책 사업 내용으로 해양문화적 요소를 활용한 축제와 이벤트 개최, 지역의 해양문화콘텐츠 발굴 및 상품화, 방송을 통한 해양문화콘텐츠 확산, 해양문화콘텐츠 발굴 및 생산을 위한 창작 활동 지원 등이 포함되어 해양문화콘텐츠의 발굴 및 상품화, 확산을 위한 정책계획이 마련되었다는데 의의가 있다.

〈표 3-14〉 제1차 해양수산발전기본계획(연동계획) 중 해양문화콘텐츠 관련 내용

추진과제	세부내용
국립 해양박물관 및 지역별 전문박물관 건립	- 국립해양박물관 건립 - 지역특성에 적합한 전문 해양박물관 건립 - 권역별 거점 해양관광도시에 해양과학관 및 수족관 건립
국민생활과 함께하는 새로운 해양문화 창달	- 해양 전문 케이블 TV 등을 통한 신속한 정보전달, 해양레저·관광산업 활성화 - 해양문화 창작 장려: 해양수산공모전, 해양문학의 밤 등 - 해양문화 분야 학술·연구활동 지원
해양관광정보시스템 구축	- 해양관광 DB 구축, 해양관광 전문 포털 구축 - 해양관광정책 지원시스템 구축 - 해양문화·관광, 해양레저·스포츠, 해양과학 등 연계된 종합해양문화정보망 구축 - 사이버 해양대학·해양박물관·해양수족관 개설
해양지향형 국가발전에 대한 국민적 공감대 형성	- 해양홍보 강화: 바다의 날 국민축제로 승화, 전국 해양문화축제 개최, 지역별 풍어제를 문화관광 상품으로 개발, 마스크와 협력, 해양문화 강좌 개설 등 - 청소년 해양교육 강화: 해양교육 포털 구축, 프로그램 마련, 교사 대상 해양교육 프로그램 공모 및 교재 발간, 일일명예교사제 확대, 해양교육 기관 간 네트워크 구축, 해양 탐구 학습관 조성, 교과서의 해양관련 내용 수정·보강, 해양환경체험 프로그램 개발·보급 - 해양수산총연합회 설립 - 해양관련 NGO와 협력 강화(민간단체 지원·육성)
해양개척정신을 국민의식으로 정착	- 장보고 해양개척정신을 국민의식으로 정착: 장보고 연구회, 해양역사 교육공간 확보, 대중매체 및 교육을 통한 장보고 정신 확산 - 해양관련 인물의 재조명을 통한 해양개척 정신의 국민의식 정착

자료 : 홍장원 외. (발행예정). 참고하여 재정리.

제2차 해양수산발전기본계획(2011~2020)은 ‘세계를 주도하는 선진 해양 강국 실현’을 비전으로 3대 기본 목표, 5대 추진 전략, 26개 중점과제, 222개 실천과제를 수립하였다. 해양문화콘텐츠와 관련해서는 5대 추진 전략 중 3번째인 ‘미래형 고품격 해양문화·관광의 육성’ 중 ‘해양문화콘텐츠의 다양화’를 중점과제로 설정하였다. 실천과제로 해양역사·문화자원의 발굴 및 해양의식의 확산과 해양문화 인프라 보급 및 확산이 포함되었으며, 세부적으로 해양역사·문화자원의

발굴 및 홍보를 통한 해양문화 친화성 강화, 해양자원의 보호와 지속적 활용을 위한 해양의식 함양사업 추진, 국립해양박물관, 국립해양생물자원관의 건립을 통한 해양문화 인프라 구축, 해양문화 축제의 육성을 통한 대국민 홍보기반 강화 등이 계획되었다.

〈표 3-15〉 제2차 해양수산발전기본계획 중 해양문화콘텐츠 관련 내용

실천과제	세부내용
해양역사·문화자원의 발굴 및 홍보를 통한 해양문화 친화성 강화	- 해양역사·문화자원 발굴사업 추진 - 해양문화 탐방 행사 개최 - 해양홍보 및 해양문화행사 개최를 통해 해양에 대한 관심 유발, 친화성 제고
해양자원의 보호와 지속적 활용을 위한 해양의식 함양사업 추진	- 해양의식 함양을 위한 중장기 추진전략 마련 - 해양의식 함양을 위한 전문기관의 지원/관리 방안 마련 및 네트워크 구축
국립해양박물관, 국립해양생물자원관의 건립을 통한 해양문화 인프라 구축	- 전시공간 지원사업을 통한 해양문화 인프라 구축 및 지역 박물관/수족관/과학관과 연계 네트워크 구축 - 범국민 해양문화유물 수집운동 전개, 해양문화 자료의 문화재 지정 촉진 - 해양생물자원관 건립 - 전국 해양문화시설 통합 협의체 운영 및 연계방안 추진
해양문화 축제의 육성을 통한 대국민 홍보기반 강화	- 해양의식 및 해양문화 고취할 수 있는 해양축제 육성 - 해양축제 평가시스템 구축, 우수 해양축제 지원 - 정부차원 행사의 홍보기반 강화

자료: 홍장원 외. (발행예정). 참고하여 재정리.

2) 해양관광진흥기본계획

해양관광진흥기본계획은 관광개발기본계획 및 해양수산발전기본계획 중 해양관광 관련 계획을 구체화하고 각 분야별로 수립되는 개별 해양관광 계획의 방향성을 제시한다. 제1차 해양관광진흥기본계획(2003~2013)은 세부사업으로 ‘철새도래지, 보호사구, 염전, 해양문화축제 등에 대해 해양문화 관광 상품으로 개발 추진’, ‘국립해양박물관 건립 추진’ 등 해양문화콘텐츠의 관광 상품화와 관련된 내용을 언급하고 있다. 제2차 해양관광진흥기본계획(2014~2023)은 5대 전략과제

중 3번째로 ‘문화와 예술이 있는 아름다운 바다관광’을 설정하고 세부 추진과제로 ‘해양문화자원 발굴 및 산업화’, ‘해양문화시설 확충’, ‘해양문화도시 브랜드 개발’을 포함하였다. 세부 추진과제의 달성을 위해 유·무형 해양자원의 발굴과 해양문화콘텐츠산업 육성, 해양문화엑스포 개최 추진, 국립해양박물관 운영 고도화, 지역별로 차별화된 해양문화시설 조성, 지역별 관광 특화 전략 수립 지원, 연안도시 축제를 통한 해양문화관광 활성화 등을 제시하였다.

3) 소결

해양문화콘텐츠와 관련된 정책은 2004년 제1차 해양수산발전기본계획 연동계획에서 처음 언급되었다. 연동계획은 기본계획 차원에서 최초로 해양문화 및 해양문화콘텐츠와 관련된 정책을 추진했다는 점에서 의의가 있다. 연동계획에서 다루었던 해양문화 육성 정책은 제2차 해양수산발전기본계획의 ‘해양문화콘텐츠 다양화’ 중점과제로 이어져 해양역사·문화자원의 발굴 및 홍보, 해양문화자료의 문화재 촉진, 해양문화를 소재로 한 축제의 육성 등 세부 사업이 추진되었다. 한편 해양관광과 관련된 정책의 기본 방향을 제시하는 해양관광진흥기본계획도 2차 계획의 해양문화콘텐츠와 관련된 사업 내용이 1차 계획에 비해 구체성을 띤다. 1차 계획에서는 인프라 조성에 중점을 두었다면, 2차 계획에서는 박물관이나 과학관 등 해양문화콘텐츠의 확산을 위한 시설 확충 외에 유·무형 해양문화자원의 발굴, 지역문화에 대한 관심 제고, 국립해양박물관 운영 고도화, 해양문화엑스포 추진 등 해양문화콘텐츠 발굴 및 개발, 제작 및 유통, 소비, 기반 조성 등 해양문화콘텐츠 산업 육성을 위한 사업이 다각도에서 마련되었다. 그러나 해양문화콘텐츠 산업 활성화를 위한 사업들이 단기적이고 일회성 성격이 강한 목표를 달성하기 위해 추진되거나 타 사업과의 연계성이 높지 않아 향후에는 장기적인 로드맵을 수립하고 이를 바탕으로 체계적이고 유기적인 정책 추진이 필요하다.

2. 해양문화콘텐츠 이용실태 조사

1) 조사개요

해양문화콘텐츠 제작은 해양에 대한 관심과 함께 해양문화를 대중이 얼마나 향유하고 있는가와 연계된다. 해양문화콘텐츠를 마련하기 위해서는 해양에 대한 인식과 더불어 해양문화에 대한 수요가 얼마나 형성되어 있는지를 분석해야 한다. 국내 문화정책 및 문화수요 부문은 문화체육관광부가 일반인과 사업자를 대상으로 「문화향수실태조사」 및 문화산업현황 분석을 바탕으로 문화 및 문화산업의 방향을 정립하고 있다. 한편, 해양부문에 대해서는 국민들의 해양에 대한 인식이나 해양문화, 해양문화자원에 대한 수요 자체에 대해 검토가 이루어지고 있지 못한 실정이다.

이에 본 연구에서는 해양문화콘텐츠 정책의 수립을 위한 방향 설정을 위해서 일반 국민을 대상으로 해양문화콘텐츠에 대한 국민인식 조사를 실시하였다. 본 설문조사의 대상은 전국 19~69세의 성인 남녀 1,200명이며, 조사 시기는 설문조사 문항 작성 및 사전 예비조사를 포함하여 2017년 11월 둘째 주부터 약 1개월간 실시하였다. 조사 담당기관은 국내 전문 설문조사 기관인 리서치 앤 리서치이며, 통계전문가의 표본설계, 효율적인 설문 진행을 위한 온라인 설문 포맷 작성 과정을 거쳤다. 해양문화콘텐츠 이용실태 조사를 위한 문항 설정은 「문화향수실태조사」를 포함한 유사 설문조사 항목 및 사례 분석을 바탕으로 충분한 사전조사(pre-test)를 통하여 문항의 오류를 수정하였다. 설문조사 항목의 구성은 해양에 대한 인식, 해양문화 수요, 해양문화콘텐츠 이용의 3개 부문으로 구분되며 주요 설문 내용은 다음과 같다

모집단의 응답연령은 해양문화콘텐츠에 대한 경험의 대표성 확보를 위해 19세 이상으로 설정하였으며 70세 이상을 제외한 이유는 고연령층의 해양문화콘텐츠 경험 빈도가 낮아 유의미한 연구 결과 도출이 힘들다고 판단했기 때문이다. 조사 방법은 조사비용과 조사기간을 고려하여 온라인 조사(On-line Survey)를 활용하였다.

〈표 3-16〉 해양문화콘텐츠 이용실태 조사 개요

- PART A: 해양에 대한 인식
 - 해양에 대한 인식과 연상단어, 해양에 대한 직·간접 경험 경로, 해양에 대한 관심정도
- PART B: 해양문화 경험
 - 해양문화에 대한 인식 및 관심정도, 해양문화 발전수준 평가, 해양문화행사 경험, 해양문화 확산 요소
- PART C: 해양문화콘텐츠 이용
 - 해양문화콘텐츠 경험, 해양문화콘텐츠 선택요소, 해양문화콘텐츠 정보 수집경로, 해양문화콘텐츠 대중화 방안, 해양문화콘텐츠 소재의 도입 요소

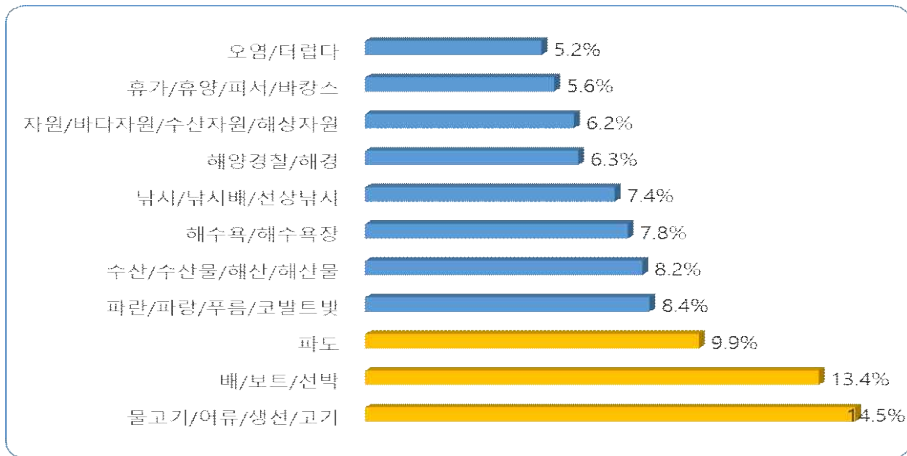
모집단	➡	• 전국 만 19세~69세 성인 남녀
조사 방식	➡	• 구조화된 설문지에 의한 온라인 조사 (2017. 11월 둘째 주부터 1개월간)
표본크기	➡	• 1,200명
표본추출	➡	• 인구비례 할당표본추출(Quota sampling)

2) 조사결과

가. 해양에 대한 인식

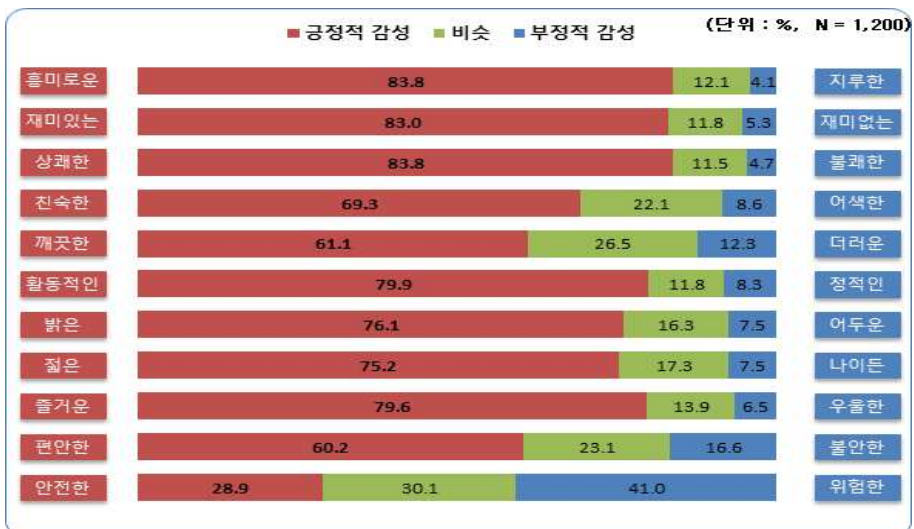
우리나라 국민들의 해양에 대한 인식은 해양을 생각했을 때 가장 먼저 생각나는 단어 3가지를 통해 살펴보았다. 응답자들은 첫 번째 단어로 ‘물고기/어류/생선’(14.5%) 등 수산물이 연상된다고 응답하였으며, 두 번째 단어로는 ‘배/보트/선박’(13.4%), 세 번째 단어로는 ‘파도’(9.9%)가 생각난다고 응답하여 자연자원과 선박 등에 대한 연상이 높은 비중을 차지하였다.

〈그림 3-7〉 해양과 함께 연상되는 단어



해양이나 바다를 생각했을 때 느껴지는 감성에 대하여 11개 단어를 선정하고 이의 평가를 실시하였다. 분석 결과, 응답자들은 해양에 대하여 ‘흥미로운↔지루한’, ‘재미있는↔재미없는’ 등의 11개 단어에 대하여 대부분 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다.

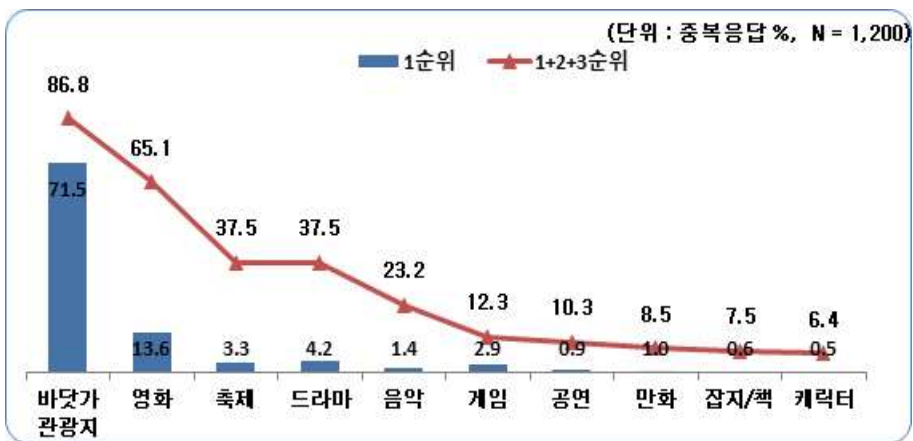
〈그림 3-8〉 해양을 생각했을 때 느껴지는 감성



다만, ‘안전한↔위험한’에 있어서는 위험하다는 평가가 높게 나타났다. 따라서 해양에 대한 긍정적 인식 확산을 위해서는 안전하다는 이미지 확보가 필요한 것으로 판단된다.

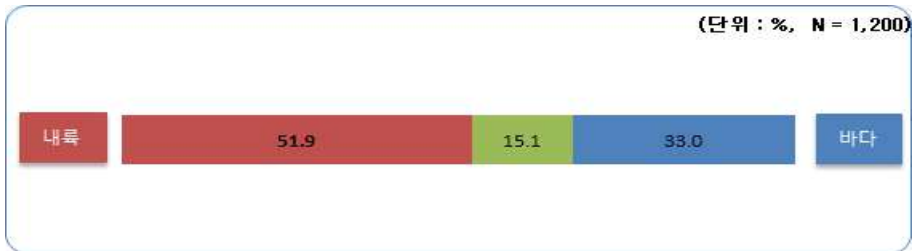
해양에 대한 직·간접적인 경험 수단에 대하여 순위별로 살펴보았다. 조사 결과, 응답자들은 다음 <그림 3-9>와 같이 해양관광지 방문을 통해 해양을 경험한다는 응답이 가장 높게 나타났다. 관광지 방문을 통한 직접 경험을 제외하면 본 연구의 주제인 해양문화콘텐츠를 통한 경험은 영화나 드라마 등 영상 매체를 통한 경험이 높았으며 기타 항목들은 매우 낮게 나타났다.

<그림 3-9> 해양에 대한 직·간접 경험 수단



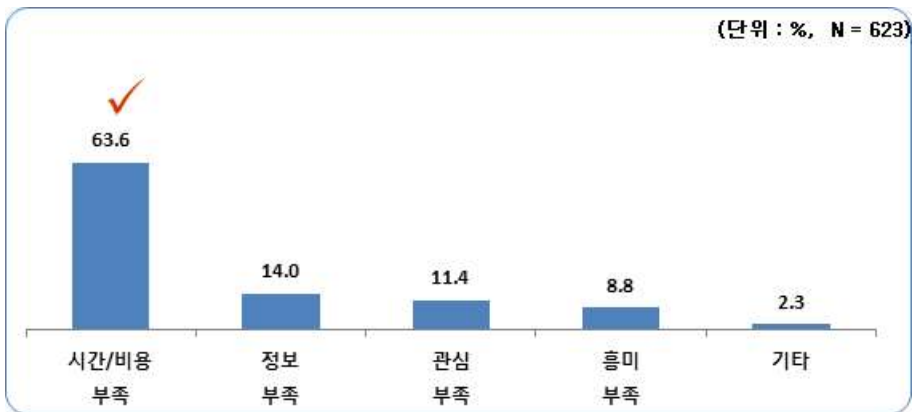
해양에 대한 경험 수단과 연계하여 해양과 내륙(바닷가나 해양을 제외한 지역)과의 경험 비중을 상호 비교하는 질문에서는 바다보다는 내륙에 대한 문화경험이 다소 높게 나타났다. 그리고 해양에 대한 경험은 남성이 여성보다 다소 높게 나타났으며 지리적 특성상 해안 지역 거주민들의 해양에 대한 경험 빈도가 높게 나타났다.

〈그림 3-10〉 해양과 내륙의 경험 비중 상호비교



내륙보다 해양에 대한 경험이 적었던 원인에 대한 분석 결과, 해양이라는 공간적 특성 때문에 시간과 비용의 부족을 원인으로 지적하는 응답이 63.6%로 가장 높게 나타났다. 이와 함께 정보나 관심이 부족하다는 응답 비중 또한 다소 높게 나타났다.

〈그림 3-11〉 해양에 대한 경험 비중이 작은 원인



우리나라 국민들의 해양에 대한 인식을 종합해 보면, 해양에 대해 연상되는 단어는 대부분 수산물이나 자연현상 등으로 나타났으며 해양에 대한 감성 어휘는 긍정적 평가가 높게 나타났다. 한편, 해양에 대한 경험을 고려할 때, 해양을 간접적으로 경험할 수 있는 문화콘텐츠나 박물관, 공연장 등의 시설들이 내륙 지역에 마련되어야 할 것으로 판단된다.

나. 해양문화 수요

해양문화 수요에 대한 조사는 해양문화와 해양문화콘텐츠에 대한 학술적, 법적 정의에 대하여 소개하고 해양문화에 대한 경험과 선호도, 해양문화 수요 확산방안에 대하여 살펴보았다. 우선 해양문화를 생각했을 때 연상되는 대상을 살펴보면 다음 <그림 3-12>와 같다. 분석 결과, ‘레저·스포츠’가 연상된다는 응답이 40.2%로 가장 높게 나타났으며 다음으로는 ‘항구·등대(20.6%)’, ‘축제·의례(13.1%)’ 등이 생각난다는 응답의 순으로 나타났다.

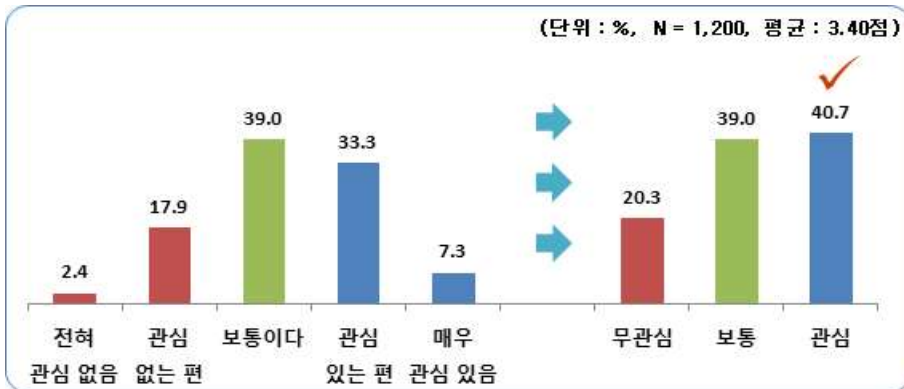
‘레저·스포츠’가 연상된다는 응답과 관련하여 지역적 특성이나 연령 분포를 함께 살펴본 결과, 모든 연령층에서 선호도는 유사하게 나타났다.

<그림 3-12> 해양문화와 함께 연상되는 단어



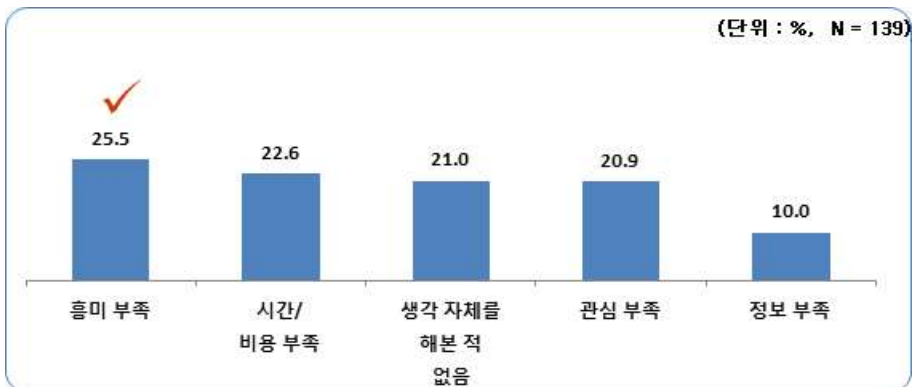
최근 신문, 방송 등에서 다루고 있는 해양과 관련된 기사와 프로그램들은 해양관광지 소개나 해양레저·스포츠 활동이 주류를 이루고 있으며 해양박물관이나 역사, 예술에 대한 홍보가 상대적으로 낮기 때문에 해양문화와 함께 연상되는 단어 또한 해양레저나 스포츠의 비중이 높은 것으로 생각된다. 우리나라 국민의 해양문화에 대한 관심은 관심이 있다는 응답이 보통 혹은 무관심보다는 상대적으로 높게 나타났다. 조사 결과를 토대로 할 때, 해양문화에 대한 잠재적 수요는 확보하고 있는 것으로 판단되며 대중이 향유하기 위한 방안 마련이 필요할 것으로 생각된다.

〈그림 3-13〉 해양문화에 대한 관심



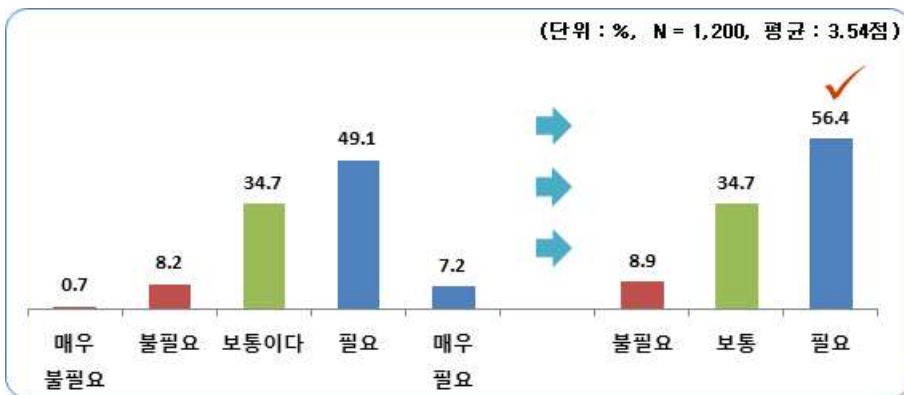
해양문화에 대한 관심도와 연계하여 해양문화에 관심이 없는 이유를 분석해 보면 다음과 같이 흥미 부족(25.5%), 시간/비용 부족(22.6%), 생각 자체를 해본 적 없음(21.0%) 등이 상호 유사한 비중으로 나타났다. 즉, 해양문화에 대한 관심이 부족한 계층은 해양문화를 경험하기 위한 모든 수단에 대하여 부정적으로 인식하고 있는 것으로 판단된다.

〈그림 3-14〉 해양문화에 대하여 관심이 없는 이유



해양문화에 대한 경험 및 관심과 연계하여 해양문화에 대한 정보의 필요성과 정보의 확보 정도를 함께 살펴보았다. 조사 결과, 정보의 필요성은 리커트 5점 척도로 3.54로 나타났으며 정보의 소유 정도는 2.65로 나타나 필요성에 비하여 소유 정도는 상대적으로 낮게 분석되었다.

〈그림 3-15〉 해양문화에 대한 정보 수요



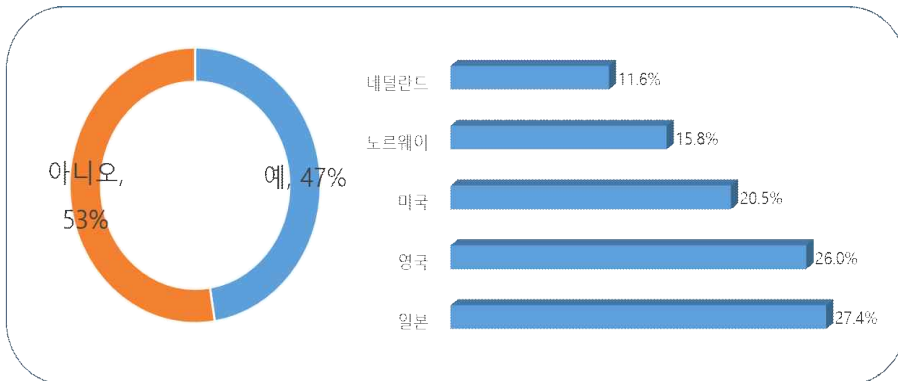
〈그림 3-16〉 해양문화에 대한 정보 확보 수준



이에 따라 해양문화를 대중에게 확산시키기 위해서는 해양문화를 전파하기 위한 다양한 수단의 마련이 필요할 것으로 판단되며 해양문화콘텐츠의 발굴 및 육성을 통하여 이를 해소할 수 있을 것으로 생각된다.

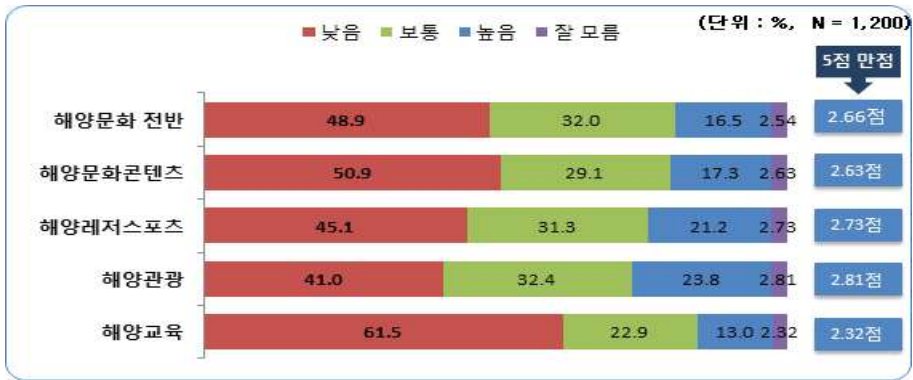
일반적으로 해양문화의 보급은 국민의 해양성과 해양정책의 추진 여건에 따라 크게 변화될 수 있다. 이에 따라 ‘해양선진국’이라는 표현을 통하여 우리나라의 해양문화 환경 및 정책추진 여건 등을 살펴보았다. 우선, ‘해양선진국’이라는 표현을 인지하고 있는가에 대한 조사 결과에서는 알고 있다는 응답이 47.5%로 모른다는 응답(52.5%)보다 다소 낮게 나타났다. ‘해양선진국’이라고 생각되는 나라와 함께 우리나라를 해양선진국이라고 생각하는 이유를 함께 살펴본 결과는 다음과 같다. 조사 결과, 일본, 영국, 미국 등이 해양선진국이라고 응답하였다. 우리나라가 해양선진국인가에 대한 질문에 대해서는 우선 선진국이 아니라는 응답이 30%를 차지하였으며 선진국이라고 생각하는 이유는 국토의 ‘3면이 바다/바다 접근성이 좋다(22.7%)’, ‘조선/해운업이 발달했다(12.1%)’ 등으로 나타났다.

〈그림 3-17〉 해양문화 선진국에 대한 인식



이와 함께, 해양선진국으로 표현되는 나라와 우리나라의 해양문화 정책 환경을 상호 비교해 살펴보았다. 분석 결과, 해양문화를 포함한 조사항목 5개에 대하여 낮은 수준으로 평가되었으며, 특히 해양교육 부문이 낮은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 3-18〉 해양문화 선진국과 우리나라의 비교



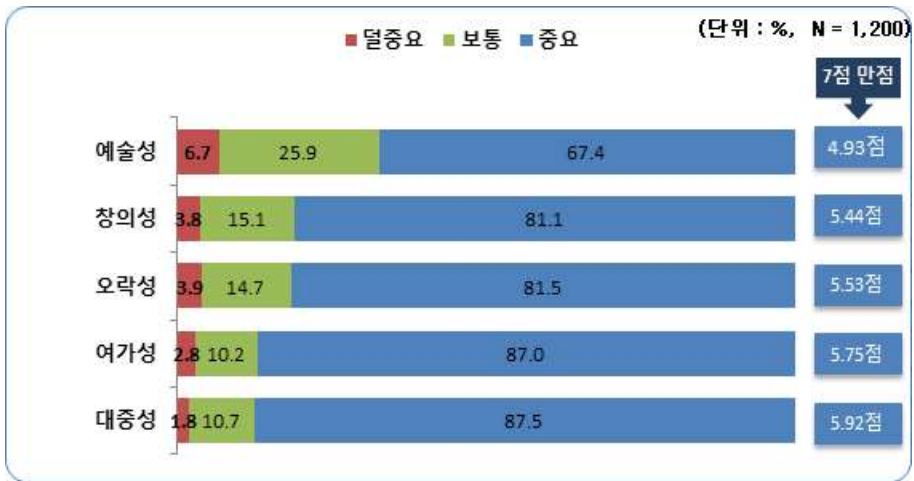
해양문화의 전파와 연계하여 정부에서 추진하고 있는 사업에 대한 국민들의 인식과 참여 경험을 함께 살펴보았다. 조사 결과, 응답자들은 ‘바다의 날’을 제외한 8개 항목에 대하여 들어보았거나 참여한 경험이 거의 없는 것으로 분석되어 해양문화를 전파하는 수단의 변화가 필요할 것으로 판단된다.

〈그림 3-19〉 국내 해양문화 관련 행사에 대한 인지와 참여도



해양정책 전파, 수요확산을 위해서 해양문화가 포함해야 할 요소를 살펴보면, 응답자들은 대중성이 가장 중요하다고 응답하였으며 다음으로 여가성, 오락성이 중요하다는 응답이 높은 비중을 차지하고 있다. 즉, 해양과 해양문화 인식을 확산을 위해서는 해양문화 자체가 일반인에게 친숙하게 다가가고 이를 생활 속에서 즐길 수 있는 체제를 마련하는 것이 가장 필요할 것으로 판단된다.

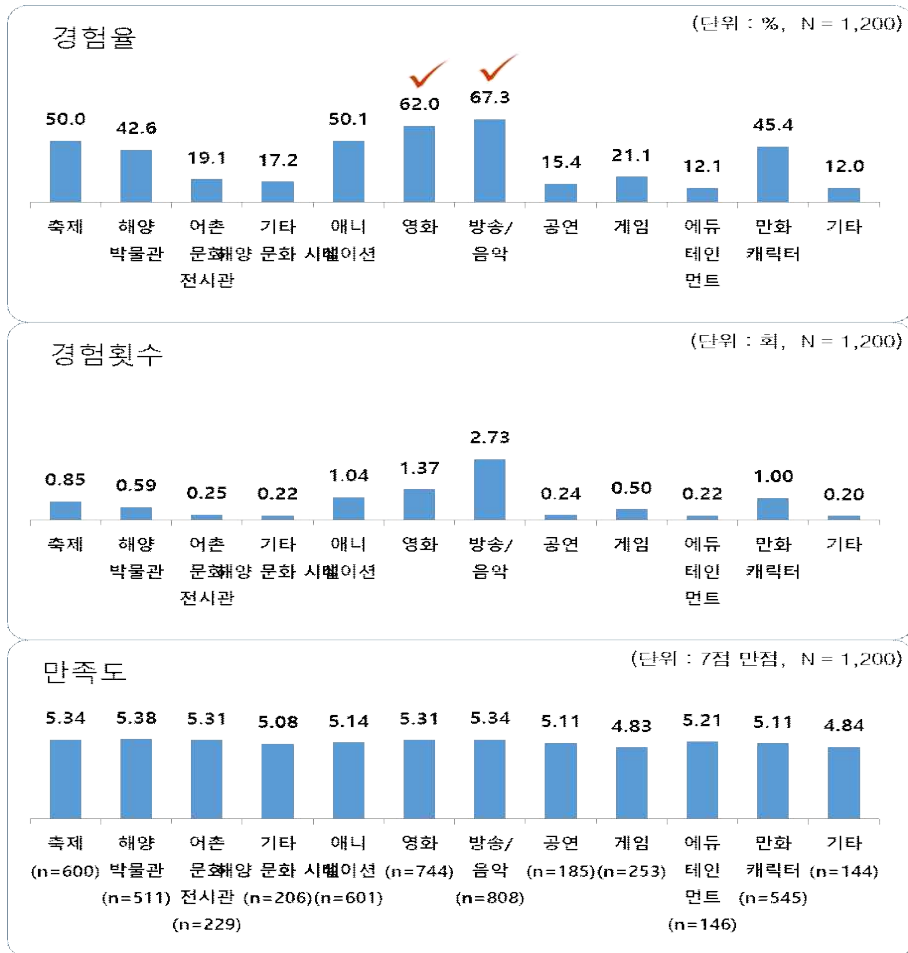
〈그림 3-20〉 국내 해양문화 확산을 위한 요소



다. 해양문화콘텐츠 이용

해양문화콘텐츠의 이용은 해양을 소재로 한 축제나 문화공간, 영상 등에 대한 국민의 경험 여부와 경험 빈도, 만족도를 함께 살펴보았다. 지난 1년간 해양문화콘텐츠 경험에 대한 조사에서는 '영화'와 '방송/음악'의 순서로 경험률이 높게 나타났으며 경험 횟수에서는 방송/음악이 연간 2.73회로 집계되었다. 한편 만족에 있어서는 대부분 보통 이상의 만족도를 제시하였으나 상대적으로 큰 차이는 나타나지 않았다.

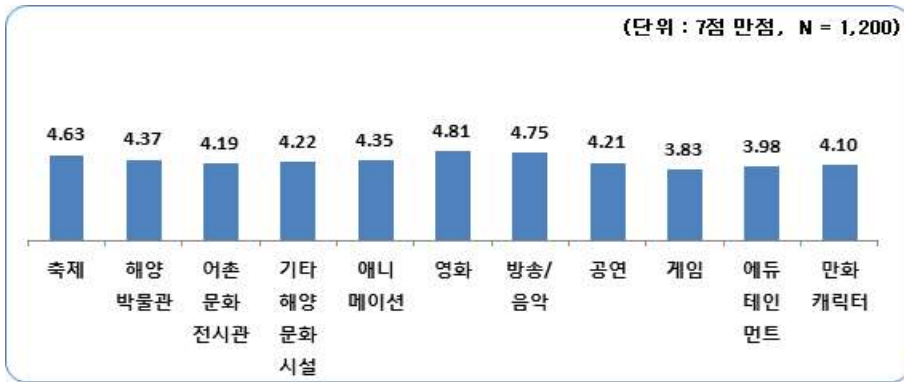
〈그림 3-21〉 지난 1년간 해양문화콘텐츠 이용실태



조사 결과를 바탕으로 할 때, 해양문화콘텐츠에 대한 국민의 수요는 문화콘텐츠 영역별로 일정 부분 나타나고 있으며 영상에 대한 의존도가 상대적으로 높은 편이다. 하지만 만족도에 있어서는 큰 차이가 나타나지 않는 것이 특징적이다.

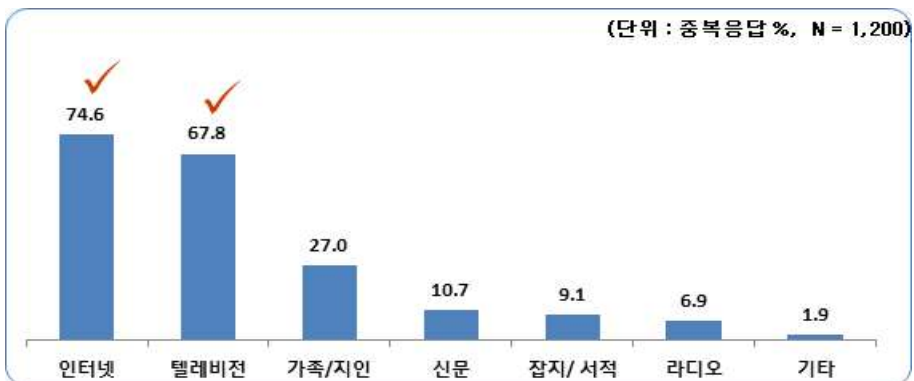
이와 연계하여 향후 1년 내에 해양문화콘텐츠를 경험할 의향이 있는가에 대한 질문에서는 조사항목 대부분 4점대로 나타났으며 영화와 방송/음악에 대한 선호도가 다소 높게 나타났다. 이는 영화와 방송/음악에 대한 소비가 타 문화콘텐츠에 비하여 접근하기에 용이하기 때문으로 판단된다.

〈그림 3-22〉 향후 1년간에 해양문화콘텐츠 경험의향

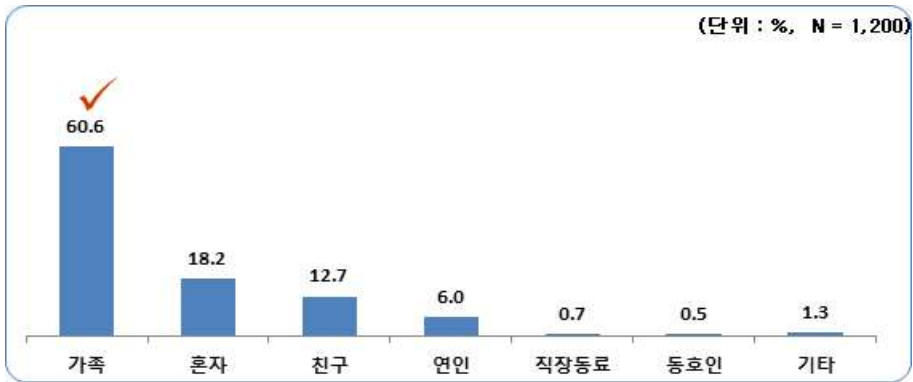


아울러 해양문화콘텐츠에 대한 정보의 취득 경로와 동반 형태를 함께 살펴본다. 해양문화콘텐츠에 대한 정보는 인터넷과 텔레비전을 통한 취득이 높게 나타났다. 가족과 함께 해양문화콘텐츠를 접한다는 의견이 높게 나타났다. 이를 앞선 경험의향과 함께 연계해 볼 때, 영상매체를 활용한 해양문화콘텐츠의 제작 방안에 대한 검토가 필요한 것으로 판단된다. 또한 4차산업에 대한 관심이 높아지고 있음을 감안하면 IT와 연계한 해양문화콘텐츠의 홍보와 더불어 가족이 함께 참여하고 즐길 수 있는 콘텐츠의 제작도 검토해야 할 것으로 생각된다.

〈그림 3-23〉 해양문화콘텐츠 정보 취득 경로

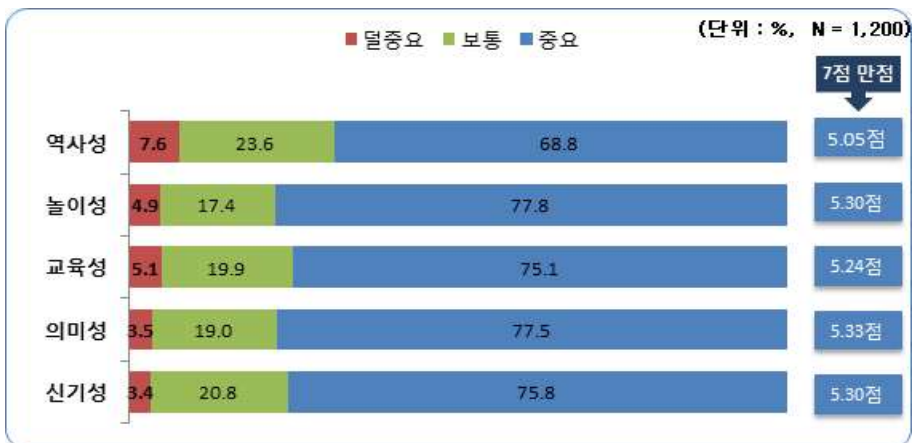


〈그림 3-24〉 해양문화콘텐츠 동반 형태



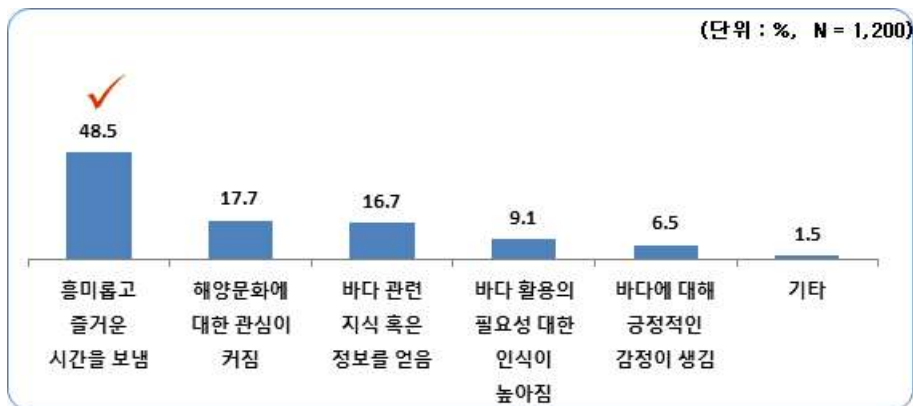
해양문화콘텐츠 선택 시 중요한 요소에 대하여 살펴보면 응답자들은 해양문화콘텐츠가 가지는 의미성과 함께 놀이성과 신기성이 중요하다고 응답하였다. 즉, 해양문화콘텐츠의 발전 방향은 해양역사의 보전과 이의 창달도 중요하지만 해양문화콘텐츠를 통하여 해양과 국민이 친숙해질 수 있는 놀이문화 또는 친수문화의 마련과 함께 해양자원의 보전, 미래 먹거리 산업의 발전을 위한 해양산업과 과학과 관련된 소재를 발굴하는 것이 보다 중요할 것으로 생각된다.

〈그림 3-25〉 해양문화콘텐츠 선택 시 내용 요소의 중요성



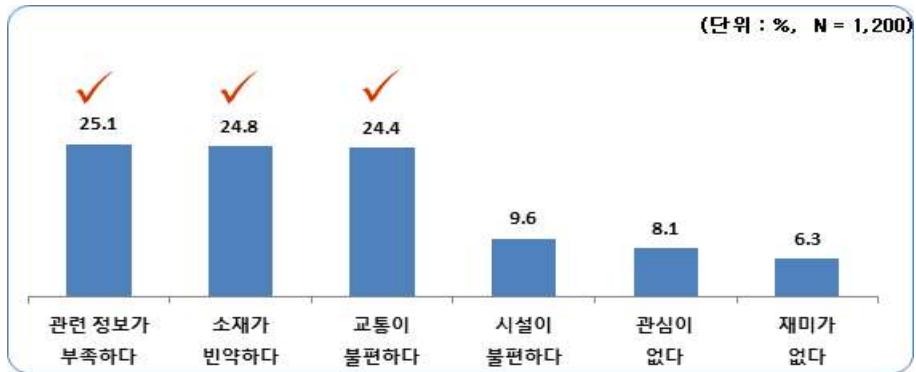
해양문화콘텐츠 선택 시 내용의 중요도와 연계하여 해양문화콘텐츠 경험을 통하여 얻은 것에 대하여 살펴보면 다음의 <그림 3-26>과 같이 즐겁다는 것이 가장 중요한 요인으로 나타났다. 즉, 문화콘텐츠의 소비 특성상 이것을 통해 전통과 역사를 배우거나 새로운 정보를 습득하는 것에 앞서 문화콘텐츠의 소비가 재미있는가가 중요하기 때문으로 판단된다. 따라서 문화·역사적 측면에서 전통의 보전과 계승도 중요한 부분을 차지하지만 대중적으로 공감하고 즐길 수 있는 문화콘텐츠의 제작도 중요한 것으로 판단된다.

<그림 3-26> 해양문화콘텐츠 소비를 통하여 얻은 경험



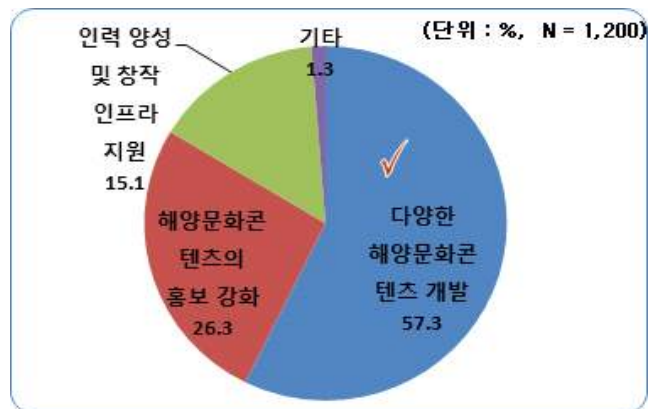
이와 관련하여 해양문화콘텐츠를 경험할 때 느꼈던 문제점을 살펴보면 다음과 같다. 응답자들은 정보와 소재의 부족, 접근성의 부족을 문제점으로 지적했다. 해양문화 정책 차원에서 국내 해양문화 및 해양문화콘텐츠 대중화를 위해서는 흥미성을 부여할 수 있는 소재 발굴과 함께 이를 소비할 수 있는 정보의 전파가 시급할 것으로 판단된다.

〈그림 3-27〉 해양문화콘텐츠 경험에서 나타난 문제점



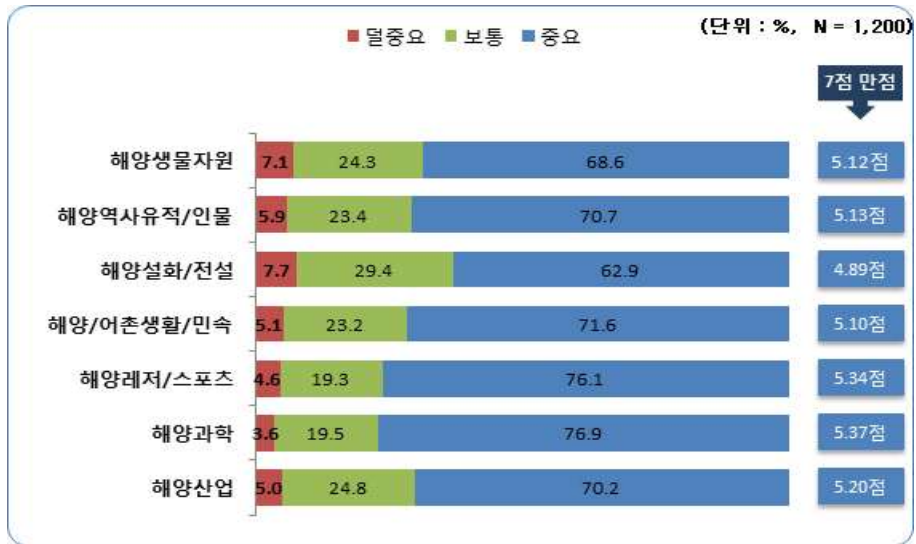
해양문화 대중화와 관련해 필요한 사항에 대한 조사에서는 해양문화콘텐츠 자체가 부족하다는 인식에 따라 해양문화콘텐츠의 개발이 필요하다는 의견이 높게 나타났다. 이와 함께 해양문화콘텐츠에 대한 홍보를 통하여 소비를 확산시키는 것도 시급한 사항으로 제시되었다.

〈그림 3-28〉 해양문화콘텐츠 소비에서 나타난 문제점



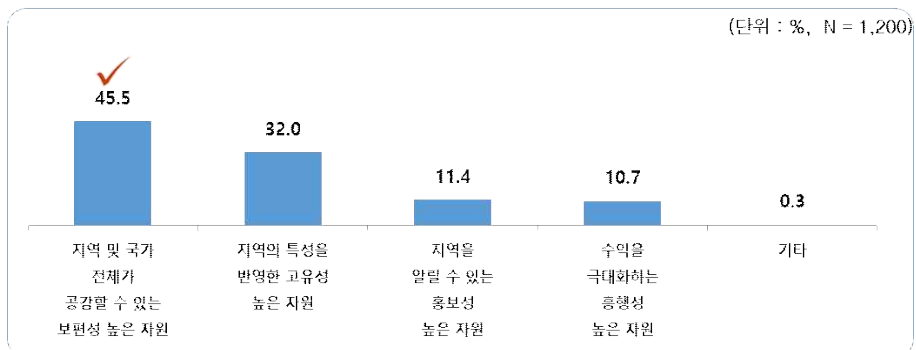
향후 해양문화콘텐츠의 제작과 관련한 소재에 대한 조사 결과는 다음과 같다. 조사 결과, 해양역사나 전설, 설화 등 전통 소재보다는 해양과학과 해양레저, 해양산업을 소재로 하는 것이 좋다는 응답이 높게 나타났다. 이는 앞선 조사에서 나타난 바와 같이 해양문화콘텐츠의 놀이성 및 신기성과 연계된 것으로 생각된다.

〈그림 3-29〉 해양문화콘텐츠에 도입할 소재



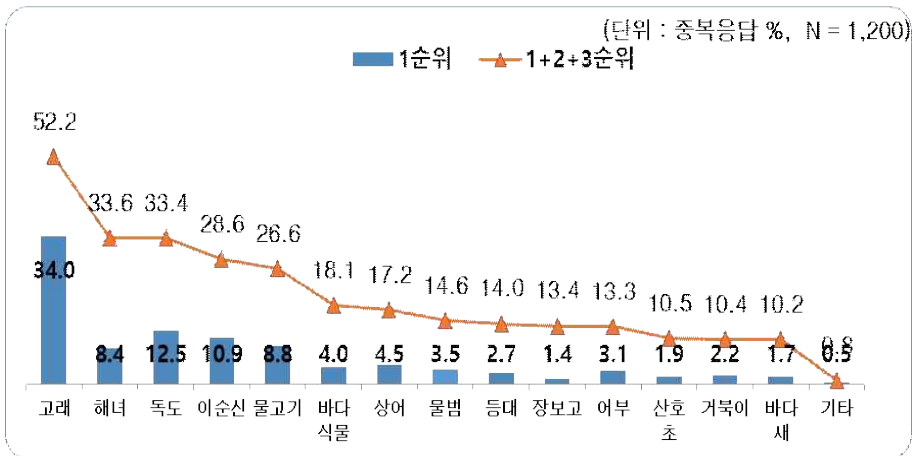
해양문화콘텐츠 소재와 관련하여 소재의 특성에 대하여 살펴보면, 독특한 자원 보다는 지역이나 국가 전체가 공감할 수 있는 자원을 소재로 하는 것이 좋다는 응답이 높게 나타났다.

〈그림 3-30〉 해양문화콘텐츠 소재의 특성



그리고 해양문화콘텐츠로 활용할 소재에 대한 선호도에서는 고래자원에 대한 선호도가 가장 높게 나타났으며 다음으로 해녀, 독도의 순서로 나타나 자연자원이나 생물자원에 대한 선호도가 높게 나타났다.

〈그림 3-31〉 해양문화콘텐츠 소재에 대한 선호도



3. 시사점

해양문화콘텐츠 관련 정책은 제1·2차 해양수산발전기본계획과 제1·2차 해양관광진흥기본계획을 통해 구체화되어 왔다. 해양문화콘텐츠 확산을 위한 기반 시설 확충, 유·무형 해양문화자원의 발굴 및 홍보, 해양문화를 소재로 한 축제 육성, 지역문화에 대한 관심 제고, 국립해양박물관 운영 고도화 등 해양문화콘텐츠의 발굴 및 개발, 제작 및 유통, 소비, 기반 조성 등 해양문화콘텐츠 산업을 둘러싼 생태계 조성을 위한 다양한 정책을 추진해 왔다. 다만 이러한 사업들이 단기적이고 단발적인 성격이 강하거나 타 사업과의 연계성이 높지 않아 정책 성과가 높지 않았다. 해양문화콘텐츠 산업 육성을 위한 장기적인 로드맵의 수립이 선행되고 이를 바탕으로 한 체계적인 정책의 추진이 필요하다.

한편 해양과 해양문화에 대한 인식과 해양문화콘텐츠 수요 등에 대한 설문조사 결과를 종합할 때, 우리나라 국민들은 해양과 관련하여 자연경관 자체에 대한

인식을 높게 하는 것으로 나타났으며 해양을 흥미롭고 친숙한 공간으로 여기고 있어 해양에 대한 거부감은 없는 것으로 생각된다. 또한 해양을 경험하는 수단으로는 바닷가 방문이나 영상매체를 통한 접촉 비율이 높은 편이다. 한편, 내륙에 비하여 해양과 접촉하거나 즐기는 문화는 상대적으로 부족한 것으로 조사되었는데, 이는 우리나라의 인구 분포 및 공간적 특성에 기인한 것으로 해안지역까지의 시·공간적 접근성이 부족한데 원인이 있다. 따라서 해양에 대한 긍정적 관심 및 잠재적 수요는 형성되어 있으므로 박물관, 공연장 등 하드웨어 시설과 함께 문화콘텐츠의 발굴을 통하여 해양과 친숙해지는 문화를 마련하는 것이 필요하다

해양문화에 대해서는 ‘레저·스포츠’가 연상된다는 응답이 비교적 높게 나타나 동적인 활동에 대한 관심이 많은 것으로 판단되며 해양문화에 대한 관심 또한 높은 것으로 조사되었다. 다만 해양문화에 대한 관심에 비하여 이를 즐기기 위한 흥미 요소는 다양하지 못한 것으로 생각되며 해양문화를 즐기기 위한 정보의 제공도 미흡한 것으로 판단된다.

해양문화의 보급과 관련하여 국내 해양문화 수준을 선진국과 비교해볼 때, 해양문화 전반에 걸쳐 부족하다는 응답이 높게 나타났다. 그리고 해양문화의 보급을 위한 정부의 홍보사업에 대해서 들어보거나 경험을 해보았다는 응답은 매우 낮게 나타났다. 이는 기존의 해양문화 보급 사업이 역사나 전통문화 보존과 발굴에 초점을 둔 것에 반하여, 국민들은 대중성과 여가성을 중요하다고 여기고 있어 ‘친수문화’ 측면에 입각한 문화정책이 다양하게 마련되지 못했기 때문인 것으로 판단된다.

해양과 해양문화에 대한 인식을 종합해보면 해양에 대한 관심과 호감도가 높으며 해양레저·관광 등 직접적 참여를 통한 수요는 형성되어 있지만, ‘해양문화 정책’이라는 틀 속에서 이를 활성화하여 다양한 해양문화를 향유하거나 확산시키기 위한 정보나 대중성은 다소 부족한 것으로 생각된다. 따라서 해양문화콘텐츠의 보급은 대중성과 여가성을 기반으로 하여 친수문화를 보급하는 데 초점을 맞추어야 할 것으로 판단된다.

또한 국내 문화콘텐츠산업 육성 정책이 대중성과 흥미성이 높은 콘텐츠의 발굴을 통하여 국민의 문화수요를 충족시키고 산업을 발전시키는데 있다면, 해양

문화 부문은 산업 발전과 함께 해양문화 자원에 대한 발굴과 홍보도 함께 고려해야 할 것으로 판단된다. 해양문화 정책은 국민에게 해양을 알리고 이를 기반으로 다양한 산업적, 문화적 발전을 도모하는 데 있으며, 해양문화콘텐츠의 발굴과 육성은 국민에게 친수문화를 확산하는 수단으로 활용되어야 할 것으로 판단된다.

제4장

해양문화콘텐츠 육성 방안 마련 《

제1절 해양문화콘텐츠 발굴 방안

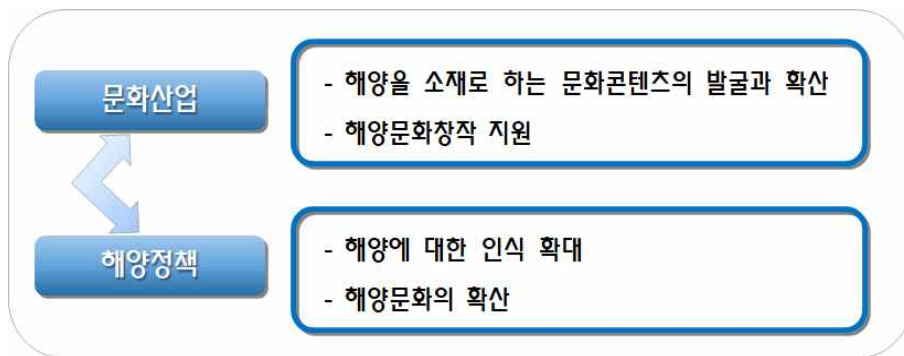
1. 해양문화콘텐츠 발굴 방향

국내 문화콘텐츠 육성정책과 동향, 사례에서 보듯이 문화에 대한 소비수요가 증대함에 따라 다양한 형태의 문화콘텐츠가 제작·발표되고 있다. 또한 이를 통하여 관광산업 외 타 산업의 발전에 영향을 미치면서 그 중요성이 보다 강조되고 있다. 한편, 문화, 문화산업, 문화콘텐츠, 관광콘텐츠 등 ‘문화’와 ‘콘텐츠’를 융합한 표현은 ‘문화콘텐츠’라는 사전적, 학문적, 법적·정책적 정의 외에도 다양한 함의를 가지고 사용되고 있으며 지역 관광자원과 연계되면서 문화콘텐츠가 관광 상품으로 인식되거나 문화상품이 관광 상품과 혼용되고 있다. 이는 문화콘텐츠를 제작 혹은 사용하고자하는 주체가 이를 각기 다르게 해석하고 있기 때문이라고 생각된다.

‘해양문화콘텐츠’는 「문화산업진흥 기본법」의 정의와 산업 범위를 고려할 때, 해양이라는 공간과 자원에서 형성된 문화적 요소를 기반으로 한 콘텐츠로 정의할 수 있다. 한편, 해양문화자원의 발굴 및 이용 여건을 봤을 때 대중에게 적극적으로 소비되거나 문화산업 내에서 다양한 파급효과를 미치지 못하고 있는 실정이다. 이는 문화콘텐츠의 기획에서 개발, 소비에 이르는 육성정책 내에 해양 혹은 해양문화가 적극적으로 활용될 수 있는 기반이 마련되지 못했기 때문으로 생각된다. 또한 해양정책 차원에서 해양의 중요성이나 해양문화콘텐츠의 필요성을 강조하고 있으나 실제 이를 발굴하거나 지원하기 위한 수단이 부재한 것에도 원인이 있다. 그리고 문화산업의 생태계에서 해양정책 내에서 추진할 수 있는 영역, 민간에서 추진해야 할 영역, 소비촉진 영역 등을 고려한 정책수단도 다양하지 못한 실정이다.

해양문화콘텐츠를 문화산업과 해양정책이라는 측면에서 살펴보면, 문화산업의 영역에서는 해양문화콘텐츠의 발굴은 해양을 소재로 하는 문화콘텐츠를 발굴, 확산하고 이를 창작하기 위한 지원이 중요하다. 그리고 해양정책적 측면에서는 국민의 해양에 대한 인식개선과 더불어 해양문화를 확산시키는 것이 중요하다. 그러나 문화 및 문화산업, 문화콘텐츠의 사례를 종합해 볼 때, 해양을 소재로 하는 문화콘텐츠 발굴은 다양하게 이루어지지 못한 실정이다. 이는 해양을 소재로 하는 문화원형의 발굴이 부족하고 문화콘텐츠의 제작 및 소비 속성상 수요자에게 흥미를 유발할 만큼 소재가 다양하지 못한데 원인이 있다. 한편 해양정책 차원에서는 해양문화콘텐츠 발굴의 필요성은 인식하고 있지만 수요자에 기반을 둔 해양문화정책사업이 마련되지 못했다. 또한 소비를 촉진시키기 위한 수단도 다양하지 못하다. 이와 더불어 문화는 각 시대가 요구하는 트렌드에 따라 변화하며 문화상품은 기획과 창작성이 중요하지만 해양문화정책 내에서는 해양문화산업 혹은 해양문화콘텐츠를 지원하기 위한 정책적 지원이나 부처 간 역할 분담도 미흡하다.

〈그림 4-1〉 해양문화콘텐츠 육성 정책의 방향



자료 : 저자 작성.

따라서 해양문화콘텐츠의 발굴 및 해양문화콘텐츠 육성 정책은 해양정책 내에서 이의 발굴, 육성을 위한 정책목표를 설정하고 이를 기획하여 소비하는 단계에서 어떠한 역할을 할 것인지 정립하는 것이 중요하다. 해양문화정책 내에서 해양문화콘텐츠를 발굴·육성하는 목적은 해양에 대한 인식 확대와 함께 해양

친수문화의 보전 및 확산에 있는 것으로 판단된다. 문화산업적 측면에서는 해양 문화자원 혹은 해양문화 원형을 발굴하여 이를 산업화할 수 있는 기반을 제공하는 것이 필요할 것으로 생각된다.

2. 해양문화콘텐츠 육성 정책의 추진

해양문화콘텐츠를 육성하기 위한 정책은 해양문화자원이 해양문화콘텐츠로 제작되고 이것이 소비 및 타 분야로 확산되는 과정에서 공공 및 민간의 역할을 정립하는 것에서 시작되어야 한다. 문화콘텐츠가 만들어지는 과정을 바탕으로 해양문화콘텐츠가 만들어지는 과정을 전개해보면 다음과 같이 해양을 소재로 하는 문화자원(문화원형)이 해양문화콘텐츠로 제작되어 소비자에게 전달되고 이것이 지역의 관광자원과 연계되어 하나의 해양관광 상품으로 발전되는 단계를 거치게 된다. 이 때 해양문화콘텐츠를 해양문화의 확산과 문화산업 발전에 활용하기 위해서는 각 단계별로 공공과 민간의 역할이 다르게 전개되어야 한다.

〈그림 4-2〉 해양문화콘텐츠 발굴·활용정책의 체계 구성



자료 : 저자 작성.

해양문화콘텐츠가 제작되기 위해서는 해양자원 혹은 해양문화 원형이 발굴되고 이것이 하나의 소재로 활용될 수 있는 기반이 마련되어야 한다. 해양부문은 이러한 자원발굴이나 소재의 부존성에 대한 정보 자체가 부족한데, 문화산업 생태계를 고려할 때 이는 공공에서 추진하는 것이 타당하다. 다음으로 해양문화자원 혹은 문화원형을 해양문화콘텐츠화하기 위해서는 민간의 창의성과 함께 이를 기획하는 과정과 구현하기 위한 기술개발이 필요하다. 상품성이 높거나 대중성이 높은 경우 민간에서 자발적으로 기획 및 기술개발을 추진할 수 있지만 해양문화콘텐츠를 포함한 문화콘텐츠의 생산을 위해서는 공공이 민간의 창작을 지원할 수 있는 기반을 제공해야 한다.

해양문화콘텐츠가 영화나 방송, 음악, 게임으로 탄생되는 과정은 공공성이 높은 주제를 제외하면 순수한 민간의 영역이며 이를 유통하는 과정에서 공공의 간접적인 지원이 필요하다. 다만 공공성이 높은 주제라도 공공이 이를 직접 제작하기보다 민간의 제작을 재정적이나 홍보차원에서 지원하는 것이 합리적이다. 이와 연계하여 공공에서는 문화소비자에 대한 수요 조사와 트렌드 조사 등을 실시하는 것이 필요하다. 마지막 이용촉진 단계는 지역관광지 혹은 관광자원과의 연계를 통하여 소비를 확대시키는 것을 의미하며 공공은 이를 간접적으로 지원하는 것이 필요하다.

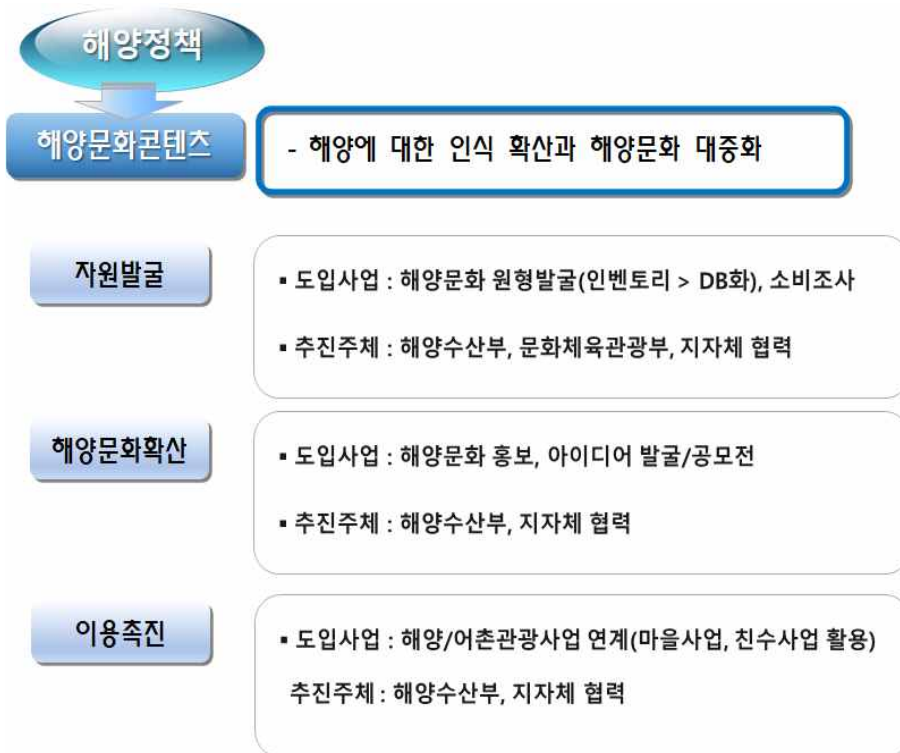
해양문화콘텐츠화 과정에서 공공과 민간의 역할을 문화산업 육성정책 및 해양정책과 연계해 살펴보면, 문화산업 육성정책은 공공과 민간의 역할이 명확하게 구분되어 있으며 각 주체별 역할에 따라 문화산업이 육성되는 체제가 형성되어 있다. 아울러 문화콘텐츠를 포함한 문화산업을 발전시키기 위한 법적, 제도적, 재정적 지원체제와 지원조직도 마련되어 있다. 이러한 측면에서 해양정책 부문도 해양문화콘텐츠를 발굴·육성하기 위한 정책체제 및 기반 정비가 요구된다.

해양문화콘텐츠의 발굴 및 이용 활성화는 해양문화정책의 틀 안에서 추진되어야 한다. 그러나 해양문화정책은 이를 추진하기 위한 중장기 로드맵이나 법적 근거가 확립되어 있지 못하다. 해양문화콘텐츠의 이용 활성화를 위하여 해양문화기초계획이나 중장기 로드맵을 단기간에 마련하는 것은 현실적으로 불가능하므로 현재 추진하고 있는 해양문화정책사업과 연계하여 해양문화콘텐츠의 발굴

· 육성 목표를 마련하는 수준에서 정책의 필요성을 확보하도록 한다. 아울러 해양문화콘텐츠의 발굴 및 육성 목표는 친수문화의 확산과 해양에 대한 인식 제고를 기반으로 설정하는 것이 합리적일 것으로 판단된다.

해양문화콘텐츠 발굴 및 육성 목표의 설정과 함께 해양문화콘텐츠화를 위해서는 해양문화콘텐츠를 창작할 수 있는 기반 마련이 필요하다. 해양문화콘텐츠 창작 기반은 크게 자원발굴과 해양문화 확산, 이용 촉진의 3개 영역으로 구분할 수 있다.

〈그림 4-3〉 해양문화콘텐츠 발굴 및 이용 활성화 과제



자료 : 저자 작성.

자원발굴은 해양문화 원형을 발굴하는 것으로 해양문화콘텐츠화의 첫 단계이자 해양문화콘텐츠화를 위해 가장 시급한 과제이다. 앞서 국내 문화원형 발굴 사업 DB에서 보듯이 해양부문은 문화원형 자체가 부족하고 역사자원의 비중이

높은 실정이다. 그러나 해양문화콘텐츠 소비 실태에 대한 설문조사에 따르면 국민들은 역사자원보다 해양과학이나 해양산업 등에 관심이 높으며 대중성이 문화 소비의 주요 요인이다. 따라서 해양문화에 대한 소비 조사를 바탕으로 해양문화 트렌드 도출하고 이를 반영한 해양문화 원형 발굴 사업의 추진이 필요하다. 본 사업은 해양정책과 연계하여 해양문화를 확산한다는 정책목표에 따라 해양수산부가 직접 시행하거나 문화체육관광부, 지자체와의 협력을 통해 추진하도록 한다.

해양문화 확산은 해양문화콘텐츠 소비자가 해양문화를 인식하고 이를 소비하도록 하는 홍보사업을 추진하는 것으로 궁극적으로 해양문화콘텐츠 도입정책의 목표를 달성하는 수단이 된다. 현재 해양수산부에서는 해양문화에 대한 국민 인식제고와 해양인식 확산을 위하여 다양한 홍보성 사업을 시행하고 있지만 바다의 날을 제외하면 대부분 활용성이 떨어진다. 이에 따라 해양박물관이나 어촌민속전시관 등 해양문화 확산을 위하여 조성된 지역별 문화공간을 활용하여 해양문화콘텐츠를 체험하거나 아이디어 발굴 및 수집공간으로 활용하고 지역의 해양문화를 발굴·홍보하는 사업을 추진하는 것이 필요하다. 또한 문화콘텐츠사업을 통하여 발굴된 우수사례를 해양문화부문에 접목하여 이를 기반으로 새로운 해양문화콘텐츠가 발굴될 수 있도록 유도해야 한다.

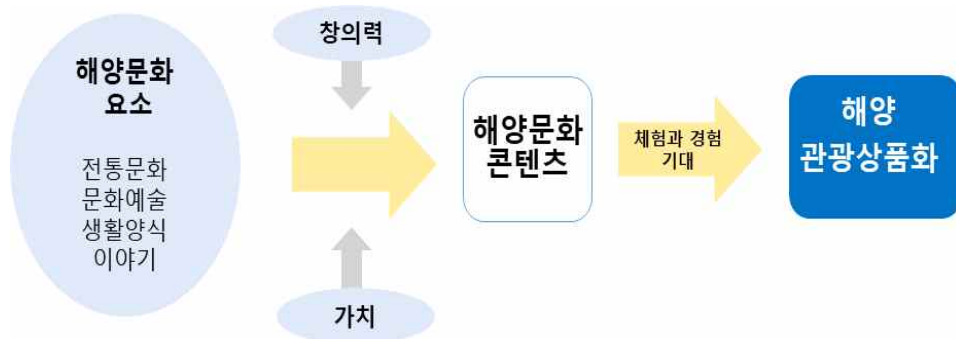
이용 촉진은 해양문화콘텐츠를 해양문화 및 연안공간의 이용 활성화와 연계시키는 것이다. 현재 연안지역 관광지를 방문하는 관광활동은 대부분 경유형 관광에 머물러 있거나 자연자원에 대한 의존도가 높은 실정이다. 이에 따라 해양관광 상품은 계절적 한계성과 지역적 차별성이 부족하다는 평가를 받고 있다. 지역의 해양문화자원을 발굴하고 이를 콘텐츠화하여 관광 상품과 연계한다면 지역관광 활성화에 기여할 것으로 판단된다. 이를 위해서는 지역별 해양문화자원의 발굴과 동시에 지역의 박물관, 공연장 등 문화공간과 지역문화 전문가를 연계하여 해양문화콘텐츠의 기획과 제작이 함께 이루어질 수 있도록 해야 한다. 이와 관련하여 해양수산부는 어촌관광, 생태관광 등 마을단위 관광사업과 연안친수공간 정비사업 등을 진행하고 있으므로 본 사업에서 이용 및 홍보부문 항목을 마련하는 한편 지지자체와 협력하고 지역전문가를 활용하여 관광 상품을 제작·판매하는 지원 체계를 정비하도록 한다.

제2절 해양문화콘텐츠 활용 및 관광 상품화 방안

콘텐츠 소비경험이 축적되면서 소비자의 참여와 체험이 강조되고 있다. 이는 관광분야에서 경험과 체험의 중요성이 강조되는 것과 일맥상통한다. 문화콘텐츠의 산업연관효과를 살펴볼 때 가장 빠른 시너지 효과가 발생하는 영역은 관광산업이며, 생명력을 잃은 도시를 재생하고 지역을 활성화시키는 효과적인 전략 역시 지역관광 활성화 사업이다. 즉, 해양문화콘텐츠를 활용한 지역관광산업의 활성화는 연안지역 발전과 경제 활성화 측면에서 긍정적인 효과를 최대한 빠르게 얻을 수 있는 방안 중 하나이다. 앞서 살펴보았듯이 지역 고유의 문화자산을 지역문화콘텐츠로 개발하여 관광 상품화하는 다양한 사례들이 나타나고 있다. 따라서 해양지역 역시 하드웨어 중심의 성장 정책에서 벗어나 고부가가치화와 질적 성장을 위한 콘텐츠웨어 중심의 해양문화콘텐츠 개발을 통한 관광 상품화 방안을 모색해야 한다.

해양문화 원형을 바탕으로 해양지역의 장소적 의미와 특징을 살리고 기획자의 창의력과 가치 등을 반영하여 차별화된 해양문화콘텐츠를 만든다면 이를 현장에서 직접 체험하거나 경험하고 싶은 소비자의 욕구와 기대가 형성될 것이다. 즉, 해양문화콘텐츠를 접한 소비자들의 관광동기를 유발하여 연안지역을 방문하게 하는 형태로 발전할 수 있다.

〈그림 4-4〉 해양문화콘텐츠를 활용한 관광 상품화



자료 : 저자 작성.

기존에는 지역 문화콘텐츠를 개발할 때, 콘텐츠를 생산하는 입장에서 지역이 가지는 차별화된 자원을 보여주거나 지역의 명소를 소개하는 등 비교적 단순한 형태로 지역의 매력을 알리기에 급급했다. 일례로 해양문화정책은 장보고 재조명 사업과 해양역사 유적지 탐방 사업을 중심으로 추진되면서 해양과 관련된 역사나 인물과 관련된 부분이 정책의 주를 이루고 있었다.⁴³⁾ 해양문화콘텐츠는 문화콘텐츠의 측면에서 소비재이며, 소비재는 소비자가 원하는 요소를 갖추어야 경쟁력을 가진다.⁴⁴⁾ 즉, 관광과 결부되는 문화콘텐츠 측면에서 지역관광이 경쟁력을 확보하기 위해서는 소비자들의 수요를 충족하는 맞춤형 상품을 개발해야 한다. 앞서 해양문화콘텐츠 실태조사에서 언급했듯이 대중이 원하는 해양문화콘텐츠 요소는 놀이성과 오락성 등 재미 요소이며, 엔터테인먼트 요소를 충분히 내포하는 것이 가장 중요한 부분 중 하나이다. 또한 해양문화콘텐츠 제작과 관련된 소재에 대한 조사 결과 역시 대중들은 전통소재보다는 해양과학과 해양레저, 해양산업을 소재로 하는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 의견을 반영하여 1차적으로 대중적 수요가 높은 영화, 방송, 드라마, 음악 등의 형태로 콘텐츠를 개발하고, 이를 지역별로 활용하여 차별화된 관광마케팅 전략을 수립할 수 있을 것이다.

이러한 논의를 바탕으로 해양문화콘텐츠를 활용한 몇 가지 관광 상품화 방안 예시를 들어보고자 한다. 먼저 해양생물자원을 활용한 콘텐츠는 영화, 애니메이션, 음악, 캐릭터 등 다양한 분야로 제작될 수 있다. 일례로 픽사와 월트 디즈니 픽처스가 공동으로 제작한 ‘니모를 찾아서’는 청새치, 상어, 거북 등 다양한 해양생물을 등장시켜 세계적인 흥행을 거두었으며 이를 기반으로 다양한 캐릭터 상품이 파생되어 긍정적인 산업연관효과가 나타난 대표적인 사례이다. 또한 영화의 배경이 되었던 호주의 그레이트 배리어 리프나 시드니항 등은 이미 대표적인 해양레저·관광지의 이미지를 가지고 있다. 우리나라에도 신기성을 반영할 수 있는 귀신상어, 남방큰돌고래, 점박이물범 등이 서식하고 있으며 이를 활용한 영화나 애니메이션 등을 제작하여 해양생태관광활동에의 참여를 기대할 수 있을 것이다.

43) 홍장원 외. (발행예정).

44) 정수희·이병민. (2016). 지역의 문화자산으로서 문화콘텐츠와 문화콘텐츠관광 연구. 관광연구논총, 28(4), p.8.

해양레저·스포츠 분야는 게임이나 영화 등으로 제작이 가능하다. 국내 게임 중 ‘대물낚시광’은 낚시를 테마로 하는 온라인 낚시 게임으로 이러한 형식을 차용해 조정, 카누, 요트 등 다양한 해양레저·스포츠를 다룬 게임이 개발된다면 실질적인 참여 및 관심 증대를 기대해볼 수 있다. 또한 해양레저·스포츠 국가대표단의 이야기를 그린 영화를 제작하여 ‘국가대표1(스키점프 국가대표 선수들의 이야기)’, ‘국가대표2(아이스하키 국가대표 선수들의 이야기)’와 같이 흥행에 성공한다면 해양레저·스포츠에 대한 관심이 제고될 것으로 사료된다.

해양과학 및 산업 분야는 앞서 해양문화콘텐츠 실태조사에서도 흥미 있는 소재로 인식되고 있다. 이와 관련해서는 영화 ‘타이타닉’을 대표적인 사례로 들 수 있다. 영화가 전 세계적인 흥행에 성공하면서 영화의 배경이 되었던 영국의 사우샘프턴이나 현재 박물관이 건립된 아일랜드 벨파스트 등은 유명한 해양관광지로 자리매김했다. 우리나라도 잠수기술이나 조선산업 등과 관련하여 영화나 애니메이션 제작이 가능할 것으로 사료되며, 이를 통하여 관련 산업도시 또는 해양박물관을 활용한 관광상품 개발 등이 기대된다.

마지막으로는 해양역사 유적·인물 분야가 있다. 이 분야는 앞서 국내 해양문화정책 흐름을 살펴보면 언급한 바와 같이 이순신, 장보고 등 역사적 인물을 활용한 다양한 방안이 모색되고 있는 분야이다. 다만 역사성이나 의미성을 강조하다 보니 대중성이 약해진 경향이 있는 것으로 판단된다. 이순신의 업적을 영화로 다룬 ‘명량’은 영화가 흥행에 성공하면서 전라남도 진도군의 명량해협이 주목을 받았으며, 이와 관련하여 명량대첩축제, 진도대교, 울돌목 등 지역의 해양관광지도 주목받은 사례라고 할 수 있다. 또한 제주 해녀 역시 콘텐츠화 된 해양문화 원형으로 제주 해녀축제, 해녀마을, 해녀박물관 등 해양관광 상품화의 대표적인 사례라고 할 수 있다. 유명한 해양역사 인물이지만 대중적으로 크게 조명을 받지 못하고 있는 안용복(어부, 민간외교가: 울릉도와 독도에서 불법 조업을 일삼던 일본 어선에 항의하여 독도 지배권을 확인시킴), 김옥련(해녀: 일제의 생존권 수탈에 맞서 해녀 항일운동을 일으킨 해녀) 등을 영화나 애니메이션 등으로 제작하여 우리의 해양역사와 인물을 대중화하고 이를 토대로 해양관광 상품화 및 활성화가 가능할 것이다.

〈표 4-1〉 해양문화콘텐츠를 활용한 관광 상품화 방안 예시

구 분	콘텐츠 종류	적용가능 아이템	해양관광 상품화 기대효과
해양 생물자원	영화/애니메이션 /음악/캐릭터 등	• 고래, 물범 등 해양포유류 • 바다 물고기 등 어류 • 바다 거북이 등 해양 파충류 등	• 해양생태관광활동 참여 기대 • 울산, 제주, 인천 등 해양포유류 서식 지역 방문 동기 제공
해양레저/ 스포츠	게임/영화 등	• 조정, 카누, 요트, 낚시 등 해양 레저스포츠 • 국가대표 해양레저스포츠 선수 이야기 등	• 해양레저스포츠에 대한 참여 및 관심 증대 기대
해양과학 및 산업	영화/애니메이션 /게임 등	• 잠수기술, 해양기상학 등 • 항만산업, 조선산업 등	• 부산, 인천 등 해양과학 및 산업과 관련한 지역 방문 동기 제공 • 해양과학 및 산업에 대한 관심 증대를 통한 해양관련 박물관 등 방문 기대
해양역사 유적/인물	영화/애니메이션 /게임/캐릭터 등	• 안용복(어부), 김옥련(해녀) 등	• 울릉도/독도 역사 관광 상품화 기대, 울릉도 안용복 역사 박물관 방문 가능 • 제주 해양역사 관광 상품화 기대, 제주 항일기념관 방문 가능

자료: 저자 작성.

해양문화콘텐츠를 활용한 해양관광은 계절적 한계성으로 대표되는 우리나라 해양관광의 문제점을 해결할 수 있는 핵심 전략으로 활용할 수 있다. 이는 관광 콘텐츠가 관광매력을 보완하고 부가가치를 창출한다는 기존 연구들과 일맥상통한다. 해양지역을 기반으로 발전가능한 문화콘텐츠는 문화적 가치를 유지하고 강화시켜 지역의 정체성 확립으로 이어질 것이며, 이를 통해 해양 본래의 가치가 재조명될 것으로 사료된다.

마지막으로 해양문화콘텐츠의 활성화를 위해서는 다양한 콘텐츠가 지속적으로 시도되고 추진될 수 있는 해양문화콘텐츠 생태계를 구축하는 방안이 마련되어야 한다. 뛰어난 문화원형을 발굴하고도 이것이 내포하고 있는 내용을 담지 못한다면 성공한 콘텐츠라고 말할 수 없고, 아무리 좋은 내용을 담았다고 하더라도 대중들이 원하지 않는다면 그 역시 성공한 콘텐츠라고 평가할 수 없다. 해

양문화콘텐츠의 성공적인 활성화를 위해서는 문화원형이 가지는 의미와 함께 소비자들이 원하는 매력적인 콘텐츠를 제작하고 유통하는 방안이 모색되어야 한다.

〈그림 4-5〉 해양문화콘텐츠를 활용한 관광 상품화 방안



자료 : 저자 작성.

제3절 법·제도적 지원 방안 마련

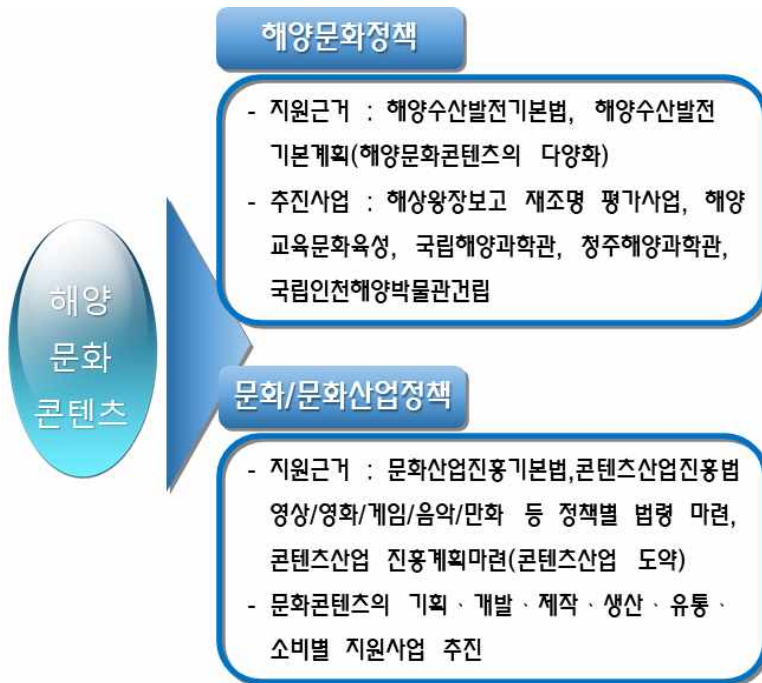
해양문화콘텐츠를 활용하여 해양문화를 확산시키고 해양에 대한 인식을 제고하며 지역 관광사업을 촉진하기 위해서는 이를 지원하기 위한 법적, 제도적 지원방안의 마련이 필요하다. 해양문화콘텐츠의 구축 및 활용을 위한 정책적 지원체계를 ‘해양문화’의 측면과 ‘문화콘텐츠’의 측면에 따라 정책 영역별로 구분하면 다음과 같다.

해양정책을 담당하는 해양수산부의 영역에서 해양문화를 지원하기 위한 근거 법령은 「해양수산발전 기본법」이다.⁴⁵⁾ 이 법에 근거하여 ‘해양수산발전기본계획(10개년 계획)’을 통해 해양문화 관련 정책을 수립·추진하고 있으며 연차별 시행

⁴⁵⁾ 해양문화정책 지원근거: 「해양수산발전 기본법」 제34조(해양문화의 창달 등) ①정부는 해양에 관한 진취적인 사상을 높이고 해양문화를 창달하기 위하여 노력하여야 한다. ②정부는 해양개발 등에 관한 국민의 이해증진 및 지식보급을 위하여 노력하여야 한다.

계획에 ‘해양문화콘텐츠의 다양화’를 추진과제로 설정하고 있다. 또한 세부적으로는 해양역사 탐방과 함께 기반시설 조성을 중심으로 정책사업을 진행하고 있다. 한편 문화정책을 담당하는 문화체육관광부의 영역은 문화산업에 대한 기본법과 함께 콘텐츠산업진흥 및 문화콘텐츠 영역별로 지원 법령이 수립되어 있으며 문화콘텐츠의 기획에서 소비까지 지원 사업과 지원 기금도 마련되어 있어 문화콘텐츠산업을 육성하기 위한 정책적 지원이 체계적으로 구성되어 있다.

〈그림 4-6〉 해양문화콘텐츠 이용 활성화 지원체계 구성



자료 : 저자 작성.

해양문화콘텐츠의 제작을 위한 별도의 법령이나 제도를 마련하는 것은 문화 및 문화산업 정책과 재정, 지원조직 등 추진기반을 고려할 때 타당성을 확보하기 어려울 것으로 판단된다. 따라서 해양문화콘텐츠의 이용 활성화는 해양문화 정책과 문화·문화산업정책의 틀 속에서 정책 영역에 따라 상호 시너지 효과를 제고할 수 있는 방안을 검토하는 것이 합리적이다.

우선 해양문화콘텐츠의 이용 활성화를 위해서 해양문화콘텐츠를 해양문화의 중요성 및 친수문화를 확산시키는 수단으로 적극 활용하도록 한다. 이를 위해서 현재 해양문화 정책사업에서 추진되고 있는 세부 사업에 해양문화콘텐츠의 육성과 관련된 사업을 포함시키고, 기초 자원조사 및 소비자 수요조사를 통해 해양문화 트렌드를 분석하도록 한다. 또한 민간 주체가 자발적으로 해양문화콘텐츠를 기획·제작하기 위해서는 해양문화자원의 다양성과 상업화의 가능성에 대한 안내가 필요하다. 이를 위해 해양문화콘텐츠 공모사업이나 홍보사업을 통해 문화콘텐츠산업 중 해양이 하나의 영역으로 포함될 수 있는 기반을 공고히 해야 한다. 아울러 해양문화자원 중 해양에 대한 인식 제고 및 친수문화 확산을 위해 대중에게 홍보해야 하는 요소와 대중의 선호도가 높은 해양자원을 지역문화 전문가, 해양문화 관련 협회, 해양박물관, 어촌민속전시관 등과 연계하여 주기적으로 모니터링하고 민간이 새로운 창작물을 제작할 수 있도록 지원사업을 추진해야 한다.

중장기적으로는 해양수산부가 해양문화정책의 추진 방향을 제시하기 위한 중장기 로드맵과 함께 해양문화콘텐츠의 구축 방안을 마련해야 한다. 동시에 해양수산부에서 추진할 수 있는 정책과 문화체육관광부에서 담당하는 문화콘텐츠 정책과의 연계를 통하여 추진할 수 있는 정책을 선별하고, 지자체와의 협력을 통하여 지원할 수 있는 사업을 발굴해야 한다.

제5장

결론 ≪

제1절 연구의 결론 및 요약

최근 국내 문화·관광트렌드는 지역의 고유성을 강조하는 동시에 관광 소비를 촉진하는 것을 특징으로 한다. 지역의 문화콘텐츠에 대한 관심이 높아지고 관광 행태가 다변화에 됨에 따라 정부 부처를 비롯한 관광업계도 지역의 역사·문화 공간을 활용하는 축제, 공연 제작, 스토리텔링, 문화생태 탐방로 구축 등 다양한 문화체험 상품 개발을 추진하고 있다.

문화콘텐츠를 지역 발전에 활용하고자 하는 시도는 지방자치제도가 시작된 1995년부터 본격화되었으나, 지역 문화자원의 문화콘텐츠화 과정과 방법에 대한 연구는 부족한 것이 현실이다. 특히 해양문화 부문은 해양문화자원의 활용방안에 대한 연구 자체가 부족한 실정이며 기존의 연구 또한 역사성에 중점을 두고 진행되었다. 이에 따라 해양문화자원의 콘텐츠화를 통한 해양문화 대중화나 관광자원화, 상업화는 다양하게 추진되지 못했다.

따라서 본 연구는 해양문화자원을 콘텐츠화하기 위한 해법을 찾기 위해 문화콘텐츠 정책 및 사례 분석, 해양문화자원의 이용실태 등을 살펴보았다. 그리고 이를 통하여 해양 친수문화의 확산과 지역관광 활성화를 유도할 수 있는 방안을 모색하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다. 국내 문화정책에서 문화콘텐츠는 영화, 애니메이션, 방송·음악, 공연, 만화캐릭터 등의 장르로 분류되는데 이것이 표현되는 방식에 따라 문화상품으로 불리며 문화산업적 측면에서 접근하고 있다. 실제로 한국콘텐츠진흥원의 「콘텐츠산업백서」도 영화산업, 게임산업, 캐릭터산업 등으로 분류하며, 콘텐츠산업의 경제적 효과를 강조하여 산업적 측면의 발전방안을 모색하고 있다. 우리나라의 문화콘텐츠 정책을 기획하고 지원하는 역할은 문

화체육관광부가 담당하고 있다. 문화콘텐츠 정책은 콘텐츠 정책과 저작권 정책으로 분류되며 콘텐츠 정책은 문화산업 장르의 진흥이 강조되며, 저작권 정책은 콘텐츠가 가지는 지적재산권 차원에서 접근하고 있다.

국내 문화콘텐츠의 활용과 관련하여 국내외 사례들을 살펴보았다. 국내에서는 남이섬이 드라마를 통하여 관광명소화된 대표적인 사례로 볼 수 있고, 해외에서는 ‘해리포터’가 소설로 시작하여 영화로 발전하고 해리포터 스튜디오라는 관광목적지로 성장한 대표적 사례이다. 성공한 사례들은 공통적으로 변화와 유행에 민감한 관광산업의 특성을 반영하고 대중에게 쉽게 다가갈 수 있도록 재미와 놀이적 요소를 부각시켜 테마나 브랜드를 지속적으로 발전시킨 것을 특징으로 한다.

문화콘텐츠 정책과 문화콘텐츠 성공사례에 대한 검토를 바탕으로 해양문화 및 해양문화 콘텐츠 활용사례를 살펴보면 우선 해양문화는 해양을 기반이자 소재, 매개로 하는 문화로서 바다와의 관계적 산물로 형성된 문화를 의미한다. 해양문화자원은 해양문화를 구성하는 요소이자 해양문화가 묻어나는 여러 가지 대상물이라고 할 수 있다. 해양문화자원의 유형을 분류하는 가장 일반적인 방식은 해양사와 생활사로 나누는 것이다. 이러한 분류 방식은 해양문화를 과거의 ‘유산’이라는 관점에 국한시킨다는 한계가 있다. 현재 시대를 살아가는 사람들이 만들어내는 해양문화의 영역을 고려하면, 해양문화자원의 범주 안에 해양과 관련된 기술·건축, 시설·공간, 축제·이벤트, 더 나아가 콘텐츠산업 소재 등 현 시대의 자산까지 모두 포괄하는 것이 타당하다.

한편, 국내 해양문화자원의 콘텐츠화 수준은 낮은 편이다. 문화콘텐츠닷컴에 수록된 ‘한반도 해양문화 원형’ 디지털 콘텐츠는 전체 문화원형 대비 0.7%에 불과하다. 게다가 절반 이상인 62%가 해양사에 관한 자료이고, 현대적 의미의 해양문화자원은 등대, 선박, 연육 등 일부 소재에 불과하다. 해양문화 원형을 바탕으로 한 에피소드, 시놉시스, 시나리오 등의 자료도 제공하고 있지만 실제로 활용된 사례는 아직 없어 적극적인 홍보 및 활용 방안 마련이 필요하다.

해양문화콘텐츠의 활용 방안 모색과 관련하여 해양문화 이용여건 및 해양문화콘텐츠 구축 방향 설정을 위해 대국민 설문조사를 실시하였다. 조사결과, 우리나라 국민은 해양을 흥미롭고 친숙한 공간으로 느끼고 있지만 해양을 경험할 수 있는 수단이나 문화는 상대적으로 부족한 것으로 나타났다. 해양문화콘텐츠

의 이용경험 및 만족도와 관련해서는 영상매체를 통한 경험이 높게 나타났으며 의미성과 놀이성을 해양문화콘텐츠 선택의 중요 요소로 판단하고 있다. 한편, 해양문화콘텐츠의 소비에 대해서는 해양문화콘텐츠 자체가 부족하다는 응답이 매우 높게 나타났다.

따라서 앞으로 해양문화콘텐츠의 보급을 위해서는 대중성과 여가성을 기반으로 친수문화를 확산시키는 데 방점을 두고 정책을 추진해야 할 것이다. 즉, 해양문화콘텐츠 산업 발전을 위한 정책 마련과 함께 해양문화 자원에 대한 발굴과 홍보를 동시에 추진해야 한다. 아울러 해양문화콘텐츠 육성정책은 해양에 대한 인식 확산과 더불어 해양문화의 저변 확대를 목적으로 하여 해양을 소재로 하는 문화콘텐츠의 발굴 및 해양문화 창작활동을 지원하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

제2절 정책제언

해양문화콘텐츠의 발굴 및 육성과 관련된 정책은 2004년 ‘제1차 해양수산발전기본계획 연동계획’에서 처음 언급된 이래 ‘제2차 해양수산발전기본계획’으로 이어져 해양역사·문화자원의 발굴 및 홍보, 해양문화 자료의 문화재 촉진, 해양문화를 소재로 한 축제의 육성 등 세부 사업이 추진되었다. 한편 ‘제1차 해양관광진흥기본계획’에서 부분적으로 언급되었던 해양문화콘텐츠 관련 사업들이 제2차 계획에서 보다 구체화되었다. 제1차 계획에서는 국민들이 해양문화콘텐츠를 즐길 수 있는 공간의 조성에 중점을 두었다면, 제2차 계획에서는 박물관이나 과학관 등 해양문화콘텐츠의 확산을 위한 시설 확충 외에도 유·무형 해양문화자원의 발굴, 지역문화에 대한 관심 제고, 국립해양박물관 운영 고도화 등 해양문화콘텐츠의 발굴 및 개발, 제작 및 유통, 소비, 기반 조성 등 해양문화콘텐츠 산업 육성을 위한 정책이 다각도로 추진되었다.

한편, 해양문화콘텐츠 산업 활성화를 위해 추진된 정책 사업들은 대부분 단기적이고 일회성이 강하거나 타 사업과의 연계성이 높지 않다는 한계가 있다. 즉, 해양문화콘텐츠의 육성을 위해서는 우선적으로 정책 추진 방향에 대한 정립이 필요하며 중장기 로드맵 수립 및 이를 바탕으로 한 세부적인 정책 추진 계획 마련이 뒤따라야 한다.

문화콘텐츠 정책 및 해양문화콘텐츠 이용실태에 대한 분석을 바탕으로 보면, 해양문화 및 해양문화콘텐츠 정책의 목표는 국민에게 해양을 알리고 이를 기반으로 다양한 산업적, 문화적 발전을 도모하는데 있다. 또한 해양문화콘텐츠의 발굴과 육성은 국민에게 친수문화를 확산하는 수단으로 활용되어야 한다. 이를 위해 해양문화자원 발굴과 해양문화 확산, 이용촉진 수단 마련 등 해양문화콘텐츠가 창작될 수 있는 기반을 마련해야 한다. 그리고 해양문화콘텐츠 정책의 지원체계는 해양수산부의 해양문화정책과 함께 문화체육관광부의 문화 및 문화산업육성정책을 함께 고려해야 할 것으로 생각된다. 즉, 해양문화자원의 발굴이나 해양문화콘텐츠의 제작은 해양수산부의 해양인식 확산과 해양문화 대중화 정책의 틀에서 추진되어야 하며 이의 산업화나 유통은 문화정책의 틀에서 추진해야 한다. 아울러 해양문화콘텐츠의 제작을 위한 별도의 법령이나 제도를 마련하는 것보다는 정책영역에 따른 상호 시너지효과를 얻을 수 있는 여건을 조성하는 타당하다. 또한 정부는 해양문화콘텐츠 육성을 위해 해양문화자원조사, 해양문화원형 발굴, 해양문화 트렌드 조사, 인력양성 프로그램 마련사업 등을 추진하여 해양문화콘텐츠가 창작될 수 있는 기반을 마련하는 것이 필요하다.

참고문헌 《

〈국내 문헌〉

- 강현철·류성진. (2014). 『문화관광콘텐츠산업 분야의 글로벌 법제전략 연구』, 한국법제연구원.
- 곡금량 저·김태만·안승웅·최낙민 역. (2008). 『바다가 어떻게 문화가 되는가』, 서울 : 산지니.
- 김규찬. (2017). 『저작권 이후의 문화산업』, 문화관광인사이트, 제109호, 한국문화관광연구원.
- 김규찬. (2015). 『문화산업 정책 20년 평가와 전망』, 한국문화관광연구원.
- 김규찬. (2012). 『문화콘텐츠산업 진흥정책의 시기별 특성과 성과 : 1974~2011 문화예산 분석을 중심으로』, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김선정. (2009). 『문화콘텐츠 산업 수출현황과 활성화방안』, 한국무역협회.
- 김윤지. (2012). 『한류수출 파급효과 분석 및 금융지원 방안』, 한국수출입은행.
- 김창수. (2012). 『인천 해양생활사 정신문화자원 현황과 활용 방안 연구』, 인천발전연구원.
- 김평수·윤홍근·장규수. (2016). 『문화콘텐츠 산업론』, 서울 : 커뮤니케이션북스.
- 노시훈. (2017). “지역문화자원의 문화콘텐츠화 과정과 방법 : 광주광역시를 중심으로”, 『인문학연구』, 제53권, 377-407.
- 문화재청. (2006). 『문화재 활용을 위한 정책기반 조성연구』.
- 문화체육관광부. (2017). 『2016 콘텐츠 산업 백서』.
- 박삼옥·양승목·윤영관·이근·임현진. (2009). 『지속가능한 한국발전모델과 성장동력』, 서울 : 서울대학교출판문화원.
- 이원갑·이종훈·홍장원·이윤정·현우용. (2010). 『해양관광 활성화를 위한 해양문화콘텐츠 활용방안 연구』, 한국해양수산개발원.

- 임명환. (2009). “문화콘텐츠 산업의 동향과 전망 및 기술혁신 전략”, 『전자통신동향분석』, 제24권 제2호, 한국전자통신연구원. 43-55.
- 전미경. (2012). 『전통문화자원을 활용한 문화콘텐츠 개발에 관한 연구 : 안동지역 예술, 교육, 생활문화콘텐츠를 중심으로』, 영남대학교 박사학위논문.
- 정수희 · 이병민. (2016). “지역의 문화자산으로서 문화콘텐츠와 문화콘텐츠관광 연구”. 『관광연구논총』, 28(4), 55-80.
- 정아름. (2013). 『우리나라 문화콘텐츠 지원 정책의 집행 과정 연구 : 한국콘텐츠진흥원의 제작지원 사업을 중심으로』, 서울대학교 석사학위논문.
- 한국콘텐츠진흥원. (2017). 『2017년 콘텐츠산업 전망』.
- 해양수산부. (2015). 『해양문화자원의 발굴계승 및 활용방안 연구』.
- 홍순일. (2009). “한반도 도서지역 문화자원의 등재적 접근 : 구비전승물을 중심으로”, 『도서문화』, 제34집, 275-323.
- 홍장원 · 윤인주 · 최일선 · 이정아 · 김효정. (발행예정). 『해양문화 정책 방향에 관한 연구』, 한국해양수산개발원.

〈국외 문헌〉

- Baeker, G.. (2009). “Cultural mapping tools : Connecting Place, Culture, and Economy for the Creation of Local Wealth”, *Municipal World*, September, 2009, pp.13-15.
- Hoskins, C., Finn, A., & McFayden, S. (1997). *Global television and film : An introduction to the economics of the business*, New York : Oxford University Press.
- Pine, J. and J. H. Gilmore. (1999). *The Experience Economy : Work Is Theater & Every Business a Stage*, Boston : Harvard Business School Press.
- Wildman, S., & Siwek, S. (1988). *International trade in films and television programs*, Cambridge, MA: Ballinger.

〈인터넷 자료〉

게임물관리위원회 홈페이지(www.grac.or.kr)
국가법령정보센터(www.law.go.kr)
남이섬 홈페이지(namisum.com)
네이버 영화(movie.naver.com)
뉴스1강원(gangwon.news1.kr)
대한민국 구석구석(korean.visitkorea.or.kr)
두산백과(www.doopedia.co.kr)
문화콘텐츠닷컴(www.culturecontent.com)
삼탄아트마인 홈페이지(samtanartmine.com)
서울경제(www.sedaily.com)
서울문화재단 아카이브(archnew.sfac.or.kr)
서울신문(www.seoul.co.kr)
서울타임스(www.seoultimes.net)
영상물등급위원회 홈페이지(www.kmrh.or.kr)
영화진흥위원회 홈페이지(www.kofic.or.kr)
울산광역시 홍보 블로그(ulsannuri.tistory.com)
쿠마몬 스퀘어 홈페이지(www.kumamon-sq.jp)
쿠마몬 홈페이지(kumamon-official.jp)
프린스 에드워드 아일랜드 관광 홈페이지(www.tourismpei.com)
한국문화산업교류재단 홈페이지(kofice.or.kr)
한국영상자료원 홈페이지(www.koreafilm.or.kr)
한국저작권보호원 홈페이지(www.kcopa.or.kr)
한국저작권위원회 홈페이지(www.copyright.or.kr)
한국콘텐츠진흥원 홈페이지(www.kocca.kr)
항저우 관광청(en.gotohz.com)
해리포터 스튜디오 홈페이지(www.wbstudiotour.co.uk)
(주)더블유에이지(wagcorp.co.kr)
YTN(www.ytn.co.kr)

부록 . 해양문화콘텐츠 이용실태 설문조사지 《

ID

해양문화콘텐츠에 대한 국민인식조사

안녕하십니까?

한국해양수산개발원에서는 「해양문화콘텐츠 정책 추진 방향」을 연구하고 있습니다.

본 설문조사는 해양문화 및 해양문화콘텐츠에 대한 국민들의 인식을 파악하여 정책수립의 기초 자료로 활용하고자 전 국민을 대상으로 인식조사를 실시하고 있습니다. 바쁘시더라도 해양문화 및 해양문화콘텐츠 관련 정책의 발전방향을 수립하는 데 동참하신다는 마음으로 잠시 시간을 내시어 설문조사에 협조해 주시기를 부탁드립니다.

본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항에 빠짐없이 응답해 주시기를 부탁드립니다.

2017. 12

문의 사항	설문 문의	한국해양수산개발원	이정아 연구원	(051-797-4726)
	조사 문의	(주)리서치앤리서치(R&R)	배형민 연구원	(02-3484-3071)

SQ1	거주지 (광역시도)	1) 서울 2) 부산 3) 대구 4) 인천 5) 대전 6) 광주 7) 울산 8) 경기 9) 강원 10) 충북 11) 충남/세종 12) 전북 13) 전남 14) 경북 15) 경남 16) 제주
SQ2	귀하의 성별은 무엇입니까?	1) 남성 2) 여성
SQ3	귀하의 연령은 올해 만으로 어떻게 되십니까?	만 _____ 세 만 19세 미만, 70세 이상 면접 중단 1) 19~29세 2) 30대 3) 40대 4) 50대 5) 60대

Q05. (Q04 ①~⑤ 응답자만) 귀하가 바다에 대하여 관심이 적었다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 흥미 부족 ② 관심 부족 ③ 정보 부족
④ 시간/비용 부족 ⑤ 기타()

PART B. 해양문화에 대한 인식

★ **해양문화란?** 해양자원(유형, 무형)을 소재 혹은 기반으로 만들어진 전통과 유산 및 삶의 태도나 생활양식으로 지속적으로 보전, 활용해야 하는 것

★ **해양문화콘텐츠란?** 해양문화적 요소를 활용하여 창작을 통하여 축제, 문화시설, 영화, 공연, 방송, 애니메이션, 게임, 모바일 콘텐츠 등의 형태로 기획 및 제작되어 소비자에게 전달되는 것

Q06. '해양문화'라고 하면 가장 먼저 떠오르는 것을 하나만 골라주십시오

- ① 박물관·전시관 ② 인물(장보고·이순신) ③ 축제·의례 ④ 레저·스포츠
⑤ 항구·등대 ⑥ 문학·예술 ⑦ 유적·유물 ⑧ 기타: _____

Q07. 귀하께서는 평소 해양문화에 얼마나 관심이 있습니까?

- ① 전혀 관심이 없다 ② 관심이 없는 편이다 ③ 보통이다
④ 관심이 있는 편이다 ⑤ 매우 관심이 있다

Q08. (Q07 ①② 응답자만) 귀하께서 평소 해양문화에 대하여 관심이 없다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 흥미 부족 ② 관심 부족 ③ 정보 부족
④ 시간/비용 부족 ⑤ 생각 자체를 해본 적 없음 ⑥ 기타()

Q09. 귀하께서는 평소 해양문화에 대한 정보가 필요하십니까?

- ① 매우 불필요하다 ② 불필요한 편이다 ③ 보통이다
④ 필요한 편이다 ⑤ 매우 필요하다

Q10. 귀하께서는 평소 해양문화에 대한 정보를 충분히 갖고 있습니까?

- ① 매우 부족하다 ② 부족한 편이다 ③ 보통이다
④ 충분한 편이다 ⑤ 매우 충분하다

Q11. 귀하께서는 해양 선진국이라는 표현을 들어보신 적이 있습니까?

- ① 네 ② 아니오

Q11-1. 만약 들어보신 적이 있다면 어떠한 나라들이 해양 선진국이라고 생각하십니까?

Q11-2. (우리나라를 해양 선진국이라고 생각하시는 분들만) 우리나라를 해양 선진국이라고 생각하시는 이유는 무엇입니까? _____

Q12. 귀하께서는 언론매체나 출판물에서 해양 선진국으로 표현되는 나라들과 비교할 때, 우리나라는 어느 정도 수준이라고 생각하십니까?

구분	매우 낮음	낮음	비슷함	높음	매우 높음	잘 모르겠음
(1) 해양문화 전반	①	②	③	④	⑤	⑥
(2) 해양문화콘텐츠	①	②	③	④	⑤	⑥
(3) 해양레저스포츠	①	②	③	④	⑤	⑥
(4) 해양관광	①	②	③	④	⑤	⑥
(5) 해양교육	①	②	③	④	⑤	⑥

Q13. 귀하는 해양문화와 관련하여 다음과 같은 행사를 들어보거나 참여한 경험이 있습니까?

구분	들어본 경험		참여경험	
	있다	없다	있다	없다
(1) 해양영토대장정	①	②	①	②
(2) 바다의 날	①	②	①	②
(3) 청작바다동요대회	①	②	①	②
(4) 이달의 해양역사 인물 선정	①	②	①	②
(5) 바다여행 공모전	①	②	①	②
(6) 해양영토 글짓기대회	①	②	①	②
(7) 해양영토 논문경시대회	①	②	①	②
(8) 대한민국 해양사진대전	①	②	①	②
(9) 국제해양법 모의재판대회	①	②	①	②

Q14. 귀하는 해양문화가 보다 널리 알려지기 위해서는 다음 중 어떠한 요소가 중요하다고 생각하십니까?

구분	중요도						
	중요하 지 않다	←		보통	→		매우 중요하 다
(1) 예술성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(2) 창의성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(3) 오락성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(4) 여가성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(5) 대중성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(6) 기타_____							

PART C. 해양문화콘텐츠에 대한 경험

Q15. 지난 1년 동안(2016년 12월~2017년 11월) '해양문화콘텐츠'를 접한 경험에 대한 질문입니다. 각각의 항목에 응답해주시기 바랍니다.

경험 형태	경험 여부		경험 횟수	만족도						
	예	아니오		매우 불만	←	보통	→	매우 만족		
(1) 바다와 관련한 축제	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(2) 해양박물관	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(3) 어촌문화전시관	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(4) 기타 해양문화 관련 시설	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(5) 바다와 관련한 애니메이션 (예: 모아나, 니모를 찾아서, 인어공주)	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(6) 바다와 관련한 영화 (예: 라이프 오브 파이, 명량, 해적)	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(7) 바다와 관련한 방송 또는 음악 (예: 삼시세끼 어촌편, 도시어부)	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(8) 바다와 관련한 공연 (예: 바다의 소녀, 바다탐험대 옥토넷·불가사의의 모험)	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(9) 바다와 관련한 게임 (예: 대항해시대, 대물놀이)	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(10) 바다와 관련한 에듀테인먼트 (예: 뽀로로 놀이학습)	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(11) 바다와 관련한 만화 캐릭터 (예: 상어가족, 니모, 인어공주)	①	②		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(12) 기타										

Q16. 귀하는 향후 1년 이내(2017년 12월~2018년 11월까지) 해양문화콘텐츠를 경험할 의향이 있습니까?

경험 형태	경험의향						
	전혀 없다	←			보통	→	
(1) 바다와 관련한 축제	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(2) 해양박물관	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(3) 어촌문화전시관	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(4) 기타 해양문화 관련 시설	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(5) 바다와 관련한 애니메이션	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(6) 바다와 관련한 영화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(7) 바다와 관련한 방송 또는 음악	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(8) 바다와 관련한 공연	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(9) 바다와 관련한 게임	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(10) 바다와 관련한 에듀테인먼트	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(11) 바다와 관련한 만화 캐릭터	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(12) 기타	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

Q17. 귀하께서 해양문화콘텐츠를 선택하실 때 다음 내용적 요소의 중요도는 어느 정도입니까?

구분	중요도						
	중요하지 않다	←		보통	→		매우 중요
(1) 역사성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(2) 놀이성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(3) 교육성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(4) 의미성	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(5) 신기성(새롭고 기이한 성질)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(6) 기타							

Q18. 귀하께서는 해양문화콘텐츠에 대한 정보를 어떠한 경로를 통하여 획득하십니까?

- ① 텔레비전 ② 인터넷 ③ 가족/지인 ④ 신문 ⑤ 라디오
⑥ 잡지/서적 ⑦ 기타: _____

Q19. 귀하께서 해양문화콘텐츠를 접할 때 주로 누구와 함께 하십니까?

- ① 혼자 ② 가족 ③ 친구 ④ 연인 ⑤ 직장동료
⑥ 동호인 ⑦ 기타: _____

Q20. 귀하께서 해양문화콘텐츠 경험을 통하여 얻은 것은 무엇이라 생각하십니까? 하나만 골라주십시오.

- ① 흥미롭고 즐거운 시간을 보냄 ② 해양문화에 대한 관심이 커짐
 ③ 바다 관련 지식 혹은 정보를 얻음 ④ 바다 활용의 필요성 대한 인식이 높아짐
 ⑤ 바다에 대해 긍정적인 감정이 생김 ⑥ 기타: _____

Q21. 귀하께서 해양문화콘텐츠를 접할 때 가장 큰 문제는 무엇입니까?

- ① 소재가 빈약하다 ② 재미가 없다 ③ 관심이 없다
 ④ 교동이 불편하다 ⑤ 시설이 불편하다 ⑥ 관련 정보가 부족하다
 ⑦ 기타: _____

Q22. 귀하께서는 해양문화콘텐츠의 대중화를 위해 다음 중 어떠한 상황을 가장 중점적으로 추진해야 한다고 생각하십니까?

- ① 해양문화콘텐츠의 홍보 강화 ② 다양한 해양문화콘텐츠 개발
 ③ 인력 양성 및 창작 인프라 지원 ④ 기타: _____

Q23. 귀하께서는 우리나라 해양문화콘텐츠 산업에 대한 전망은 어떠하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 밝지 않다 ② 밝지 않은 편이다 ③ 보통이다 ④ 밝은 편이다 ⑤ 매우 밝다

Q24. 귀하께서는 향후 해양문화를 활용한 영화나, 공연, 애니메이션 등 문화콘텐츠를 제작한다면 다음 중 어떠한 분야를 소재로 하는 것이 좋다고 생각하십니까?

구분	중요도						
	중요하 지 않다	←		보통	→		매우 중요
(1) 해양생물자원	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(2) 해양역사유적/인물	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(3) 해양실화/전설	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(4) 해양/어촌생활/민속	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(5) 해양레저/스포츠	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(6) 해양과학(탐사, 기술개발)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(7) 해양산업(수산, 해운, 항만)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
(8) 기타_____							

Q25. 귀하께서는 지역의 해양문화콘텐츠 제작을 위해서는 다음 중 어떠한 자원을 소재로 하는 것이 중요하다고 생각하십니까? 하나만 골라주십시오.

- ① 지역의 특성을 반영한 고유성 높은 자원
 ② 지역 및 국가 전체가 공감할 수 있는 보편성 높은 자원
 ③ 수익을 극대화하는 흥행성 높은 자원
 ④ 지역을 알릴 수 있는 홍보성 높은 자원
 ⑤ 기타: _____

Q26. 추후 바다와 관련한 캐릭터를 만든다면 어떠한 소재로 만드는 것이 좋다고 생각하십니까? 순서대로 3가지를 골라주십시오. 1순위 () 2순위 () 3순위 ()

- ① 고래 ② 상어 ③ 물범 ④ 물고기 ⑤ 바다새 ⑥ 바다식물
 ⑦ 산호초 ⑧ 해녀 ⑨ 어부 ⑩ 장보고 ⑪ 이순신 ⑫ 독도
 ⑬ 등대 ⑭ 거북이 ⑮ 기타 _____

PART D. 통계처리를 위한 문항

♣ 이제 끝으로 통계처리를 위해 몇 가지 여쭙겠습니다 ♣

DQ1. 귀댁 가족 분들 모두의 보너스와 이자를 포함한 월 평균 가구 소득은 어느 정도 되십니까?

- ① 200만원 미만 ② 200만원~299만원 ③ 300만원~399만원
 ④ 400만원~499만원 ⑤ 500만원~699만원 ⑥ 700만원 이상 ⑦ 무응답

DQ2. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 경영/관리/전문/자유직 ② 사무관련직/기술직 ③ 자영업
 ④ 서비스/판매/영업직 ⑤ 농/임/수산업 ⑥ 생산/단순노무직
 ⑦ 주부 ⑧ 학생 ⑨ 무직
 ⑩ 기타 (직접 기재 : _____) ⑪ 무응답

DQ3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까? (재학 포함)

- ① 초등학교 졸업 ② 중학교 졸업 ③ 고등학교 졸업 ④ 전문대 졸업
 ⑤ 4년제 대학 졸업 ⑥ 석사 졸업 ⑦ 박사 졸업

♪ 이상 조사를 마치겠습니다. 지금까지 조사에 응해 주셔서 감사합니다 ♪

해양문화자원의 콘텐츠화 방안 연구

• 인 쇄	2017년 12월 29일 인쇄
• 발 행	2017년 12월 31일 발행
• 발 행 인	양 창 호
• 발 행 처	한국해양수산개발원 49111 부산시 영도구 해양로 301번길 26(동삼동)
• 연 락 처	051-797-4800 (FAX 051-797-4810)
• 등 록	1984년 8월 6일 제313-1984-1호
• 조판·인쇄	공감 (070-4407-6252)

판매 및 보급 : 정부간행물판매센터 Tel : 394 - 0337

정가 15,000원