

Special Issue ③

창조 생태계 모델로서 콘텐츠와 ICT의 상생

| 이병민 (건국대 문화콘텐츠학과 교수) |

콘텐츠와 ICT 생태계의 중요성

세계적 금융위기로 촉발된 글로벌 위기는 경제와 국가의 성장 패러다임을 바꾸고 있다. 그동안 세계경제를 좌우하던 제조업 중심의 성장은 서비스업과 지식정보산업을 거쳐 콘텐츠가 중심이 되는 경제로 이동하고 있다. 즉, 경제 패러다임은 실물중심의 산업경제에서 정보와 소프트웨어 중심의 지식경제로 변화하고 있으며, 최근에는 창의성과 상상력이 중심이 되는 창조경제로 진화하고 있는 것이다.

이런 진화와 관련하여 창조경제의 핵심은 단순 미디어+콘텐츠의 기본 개념에서 벗어나 제조업, 서비스업, 하드웨어, 소프트웨어, 미디어와 플랫폼에 이르기까지 기획부터 소비에 이르는 모든 가치사슬(value chain)에 참여하는 콘텐츠 생태계로 확장되고 있다. 이는 창조적 행위와 관련된 모든 연관산업 영역까지 확장되는 것을 뜻한다. 즉, 문화유산, 생활양식, 창의적 아이디어, 가치관 등 다양한 요소들이 콘텐츠로 재구성되고 유통되면서 다양한 기기와 미디어, 서비스를 통해 고부가가치를 갖는 상품으로 전환되는 것이다.

그러나 지금까지는 창조적인 콘텐츠 생태계의 특성을 충분히 고려하지 못하고 공급자 중심, 개별 장르 중심, 하드웨어와 플랫폼 중심의 사업추진 등으로 정책지원이 효과적으로 이루어지지 못한 측면이 크다. 이는 콘텐츠를 중심으로 하는 부처와 ICT를 중심으로 하는 부처가 지원 분야에 따라 개별 장르, 기기 및 플랫폼에 따라 지원조직 위주의 사업을 시행하였기 때문이다. 또한 정책 공급자 중심의 추진으로 창의성 발굴이나 소프트웨어와 콘텐츠보다는 하드웨어 위주 사업에 치우친 경향도 크다.

창조 & 콘텐츠 생태계와 ICT 생태계가 상생해야하는 원인은 산업-생활-문화기반 융·복합 생태계가 더 많은 일자리를 창출하며 기회를 만들기 때문이다. 콘텐츠와 ICT가 함께 협력해야 시너지를 통해 교육·문화가 함께하는 창조적인 일자리가 마련되고, 일자리, 생활, 환경, 교통 등이 복합적으로 고려되는 인간중심의 산업생태계가 완성될 수 있다. 기존의 제조업뿐 아니라 서비스업과 접목되는 콘텐츠, 그리고 이와 관련되는 ICT의 연계를 통해 자동차, 조선, 의료, 금융뿐 아니라, 문화예술, 관광, 체육 등 다양한 창조영역에서 일자리가 창출될 수 있는 것이다. 이러한 상생의 생태계가 성공하기 위해서는 지속가능성이 중요하며 지속가능성을 확보하기 위해서는 선순환 구조, 각 요소와 개체들의 경쟁력 확보, 상호연계성 및 공진화가 중요하다. 그리고 이러한 바탕에는 소비자와 고객을 염두에 둔 국민의 삶과 연계된 친화형 정책이 바탕이 되어야 할 것이다.

따라서 앞으로 환경변화와 정책수요는 기술과 문화 또는 콘텐츠와 ICT의 두 가지 양분된 정책추진이 아닌 상생과 협력이라는 방향에서 더욱 확대되어야 한다. 이러한 변화속에서 시장의 자율성을 최대한 보장하면서 활성화를 이끌 수 있는 선순환 체계의 업그레이드

이드 정책추진이 필요한데 이를 효과적으로 뒷받침하기 위해서는 가치사슬의 특성화를 최대한 보장하고, 하드웨어와 소프트웨어가 어우러지며, 콘텐츠가 힘을 더해 시너지효과를 창출할 수 있도록 조직적인 지원이 이루어지는 생태계 화합형 상생지원이 시급하다.

창조경제와 콘텐츠 생태계

최근 콘텐츠 분야에서 생태계 접근이 많은 관심의 대상이 되고 있다. 콘텐츠는 본래 다양한 콘텐츠 생산자와 유통·소비에 이르는 가치사슬을 가지고 있으며, 이러한 가치사슬 안에 구성개체들이 포함되어 있고 개체들 간의 조화로운 관계의 모색이 중요하기 때문이다. 이런 측면에서 창조경제시대의 콘텐츠 생태계는 좀 더 거시적인 안목에서 다양한 구성요소들과의 상생이 모색되어야 할 필요성이 있다.

콘텐츠 생태계를 설명할 때 산업생태계를 이야기하는데, 콘텐츠 자체가 다양한 이미지와 영상, 자료 등 추상적 의미를 내포하고 있어 관련된 생태계를 한마디로 정의하기는 어렵다. 잘 알려진 대로, 생태계는 영국의 A.G. 탠슬리에 의해 1935년 제창된 용어로 자연의 있는 그대로의 상태를 인식하기 위해 이들 상호간의 관계를 지닌 생물과 무기적 환경을 하나로 통합해서 보는 관점이라고 할 수 있다. 이는 자연과 비즈니스 모두에게 있어서 “효율과 생존을 위해 상호 의존하는 느슨하게 상호 연계된 참여자들의 관계망”을 의미한다. 콘텐츠도 산업적으로 고유한 생태계를 가지고 있어서 이러한 관계망이 창조경제시대의 콘텐츠에 적용될 때 효과성을 더할 수 있을 것으로 보인다.

창조산업의 가치 사슬



※ Burns Owens Partnership, Pratt, A.C., Taylor C., 2006.
A framework for the cultural sector: A report for UIS/UNESCO, Paris.

이에 콘텐츠 생태계는 컨버전스 & 유비쿼터스 환경에 따라 미디어, 네트워크, 서비스가 소비자의 문화적 욕구에 따라 콘텐츠 중심으로 융합되는 것이라 할 수 있으며, 이는 지식, 정보, 교육, 문화, 노동, 오락 등 다양한 분야를 유기적으로 연결시킴으로써 인간의 삶을 유지하는 환경을 제공한다는데 의미가 있다. 이때 생태계는 콘텐츠와 플랫폼, 네트워크, 사용자, 디바이스 등 디지털환경의 변화에 초점이 맞추어져 있는데, 콘텐츠의 생산, 유통, 소비와 관련된 이해관계자들이 구축하고 있는 가치사슬의 시스템을 의미한다.

생태계와 관련된 다양한 구성요소들을 고려해 보면, 창조경제의 발전을 위한 협력과 상생의 방향을 가늠할 수 있다. 기술기반 인프라와 관련하여 다양한 콘텐츠들이 자생할 수 있는 '토양'으로서 법제도 및 ICT 기반과 창의적인 인력 등 인프라가 모두 필요할 것이며, 이를 지속적으로 지탱할 수 있는 다양한 부처의 상생 노력 등 유형별 정책지원들이 자연생태계의 '비'처럼 제공될 것이다. 또한 공적자본과 민간자본이 '태양'처럼 성장을 도울 것이며, 융합 환경의 발달에 따라 콘텐츠와 플랫폼, 네트워크, 디바이스의 연계망이 하나의 '공기'처럼 전체와 관련되어 발전할 것이다.

이때 콘텐츠의 기획, 제작, 생산자는 중소기업과 1인 창조기업, 다양한 기술관련 엔지니어, 소프트웨어 개발자 등을 포함하여 '나무'처럼 작용을 할 것이며, 이러한 콘텐츠들이 모여서 ICT 생태계와도 상생을 이루는 '숲'을 이루고, 콘텐츠의 소비와 재생산을 담당하는 '동물'들과의 관계처럼 공생관계를 이루며 공진화를 꾀하게 될 것이다. 이러한 특징은 콘텐츠의 창작·기획에서 제작·생산이 유통·서비스되고, 다양한 기술 인프라와 유통관계를 거쳐 소비와 재생산의 외연확장 등을 거쳐 콘텐츠와 기술, 연관분야인 관광, IT, 제조업, 서비스업 등과 연관을 맺으며 다양한 파급효과를 생산하는 선순환시스템을 가져가는 것을 의미한다.

콘텐츠와 ICT 생태계의 상생

소위 C-P-N-D 환경의 변화에 따른 생태계 중요성이 강조되고 있다. 콘텐츠(C)-플랫폼(P)-네트워크(N)-디바이스(D) 간에 상호의존성이 심화되는 고도화된 ICT 생태계의 변화가 의미하는 바는 정보통신, 미디어, 엔터테인먼트 산업의 영역에서 콘텐츠는 인터넷을 기반으로 하는 플랫폼, 네트워크, 디바이스와의 관련성 속에서 기획·생산·유통·소비된다는 것이다. 이는 글로벌 IT 기업 간 경쟁에서 해외 플랫폼 기업(애플, 구글 등)의 산업주도와 융합 환경의 변화에 따라 나타나는 메가트렌드 변화에서도 잘 나타난다. 이는 콘텐츠 생태계의 취약한 부분인 유통부문의 경쟁력을 강화하고, ICT 생태계의 미흡한 부분인 창의적인 가치창출의 잠재력을 배가하여 혁신적인 성공모델을 검비한 글로벌 성공주자를 육성하며, 스마트시대에 국민에게 언제, 어디서나 향유할 수 있는 양질의 콘텐츠를 적시적소에 공급해줄 수 있다는 데서 의미가 크다.

그러나 C-P-N-D의 ICT 생태계는 소비자와 분배자의 유기적 관계를 놓치고 있는 측면도 있어 콘텐츠 생태계와의 상생을 통한 수평적 개념의 상호작용이 강조되어야 할 것으로 보인다. 이에 따라 스마트 디바이스의 혁신적 개발이 광의의 콘텐츠산업 발전전략과 연계되어 긍정적인 파급효과를 창출할 수 있도록 상생협력 방향을 모색해야 할 것이다. 이를 위해 수평적인 연계전략으로서 상생 생태계를 이야기하자면, 창조 & 콘텐츠와 ICT 생태계의 장단점을 비교 정리하는 작업이 필요하다.

먼저 창조 & 콘텐츠 생태계의 경우, 저작권을 바탕으로 문화예술의 가치를 극대화하기 위해 창의성과 다양성을 강조하며, 창작과 보호중심의 정책을 지금까지 고수해왔다. 또

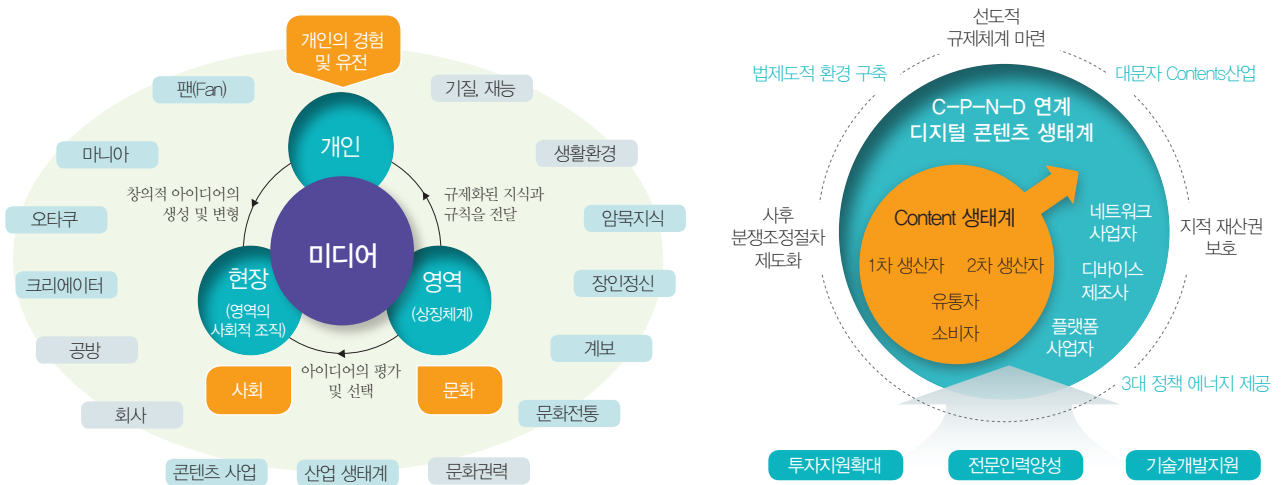
이며, 이외에도 다양한 매쉬업 프로젝트 등 ICT와 콘텐츠를 결합하여 시너지효과를 거둘 수 있는 협력방안은 얼마든지 가능하다.

콘텐츠와 ICT 생태계의 미래 방향

변모하는 창조경제시대의 환경변화에 대응하여 새로운 상생 개념에 입각한 생태계 구축이 필요한 시점이다. 새로운 형태의 소비와 콘텐츠 및 ICT 기술 등이 복잡하게 얽히면서 새로운 가치가 창출되는 시대가 도래하기 때문이다. 현재의 산업 생태환경은 이전의 정부에 의한 강력한 정책, 선도적인 기술, 공급에 의한 가치창출 방식과는 다른 모습을 보이고 있다. 새로운 가치체계와 콘텐츠, ICT 환경변화에 따라 상생 생태계는 시장과 비즈니스 모델, 규제정책에 대한 변화를 요구하고 있으며, 향후의 생태계는 이러한 추세를 반영하는 방향으로 변화해야 할 것이다.

이러한 구조는 가치사슬별 유기적 관계성이 높아짐에 따라 전 순환체계에 대한 진흥이 선행적인 아닌 전방위적으로 연결되는 시대가 된다. 수평적 산업구조와 가치사슬 단계의 분화가 가속화됨에 따라 창조 생태계 구성요소 간 공존·균형을 통한 시장 선순환구조 구축이 필요하며, 이해관계자 사이의 공생 네트워크 촉진, 디지털생태계 환경관리 체계로서의 거버넌스 구축, 시장실패의 보완·조정 등이 필수적이다. 상생이 외면될 경우, ICT를 기반으로 하여 콘텐츠를 생산, 소비, 유통하는 과정에서 파생되는 다양한 문제점들은 생태계 전체의 균열과 파괴를 초래할 수 있다. 따라서 산업현장에서 등장하고 있는 다양한 문제점들을 치유하고 미디어 빅뱅과 새로운 삶의 환경변화, ICT의 전개로 급변하는 미래 상황에 슬기롭게 대응할 수 있는 건전한 상생 생태계 구축이 요구된다.

콘텐츠산업 진흥을 위한 창의성 생태계와 ICT 생태계 모형의 비교



※심상민(2006), 문화콘텐츠 실학실천과 창의성 생태계 / KSDI(2012), 콘텐츠산업의 생태계 진단과 향후 정책과제