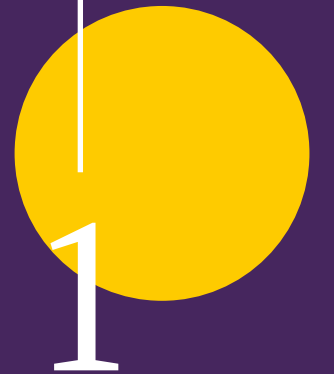


CONGRATULATIONS
ON THE **20TH**
ANNIVERSARY

영화산업 할수있다 **콘텐츠** 프로듀서 단계
도쿄돔 발전 부정적견해 세계 자부심
수출산업 **일등공신** 음악산업 회고 드라마산
업 해외진출 세계화 대한민국 발전
단일콘텐츠 문화생태계 선진적
생활문화생태계 운과 실력 위기극복능력
해학 승화 DNA 능력 미래 활용 단체
한세대 대표 함께 한류의발전 박스 작용
난타 인연 결과 페스티벌 세계적 세월
올림픽 개막식 관료 아티스트 국가주의
기생충 경쟁력 젊은인재 활약 **OTT플랫폼**
넷플릭스 공중파 **프로듀서** 공연콘텐츠
초강대국 일등공신 기여 스크린쿼터제
저작권보호 비약적 카자흐스탄 토론
베트남 **쌍방향교류** **격세지감** 동서양
가교 수출품목 도전과제 개척 문화산업

공동대표 회고



한국의 문화산업과 함께 한 20년

이강복 | (사)한국문화산업포럼 공동대표



먼저 한국문화산업포럼이 20년이나 됐다는 사실이 굉장히 감격스럽습니다. 당시 아무것도 없는 상태에서 출발했던 기억이 새롭게 납니다.

그 때만 하더라도 Culture Industry 개념에 대해 어떻게 문화에다가 산업을 붙일 수 있느냐는 비판이 적지 않았습니니다. 그러나 20년이 지난 지금 보면 문화산업이 한류에 있어서 얼마나 큰 발전을 해 왔는지 모두가 동의할 정도입니다. 그 과정에 저희도 함께할 수 있어서 굉장히 자랑스럽고 보람 있는 일이라고 생각합니다.



특히 감격스러웠던 사건은 수년 전 SM 콘서트를 도쿄돔에서 했는데 도쿄돔에 5만 명이 넘는 관객들이 도쿄돔이 떠나가도록 열광하는 장면이었습니다. 그 때 한국의 위상이 이렇게 높아졌구나를 새삼 깨달았습니다. 돌이켜보면 한류의 출발 당시 영화 산업을 보면 우리가 헐리우드와의 경쟁을 감히 생각하지 못했습니다. 그러나 한국인이 가지고 있는 특유한 기질 즉 “뭐든지 할 수 있다. 뭐든지 이룰 수 있다.”는 속성이 발휘되었다고 생각합니다. 특히 드라마, 케이팝, 영화 등 콘텐츠를 앞장서서 만들었던 프로듀서들의 역할이 결정적이었습니다. 이제 꽃 피는 단계라 할 수 있습니다. 우리가 20년 동안 많은 것을 이

루었지만 시대가 디지털로 전환하면서 다음 세대들이 이어받아 더 큰 발전을 시킬 것으로 믿습니다. 한국문화산업포럼이 설립 당시 Culture Industry 라는 개념에 대한 몰이해와 부정적 견해가 많았지만 지금은 특정 산업을 뛰어넘어서 세계를 주름잡고 있습니다. 포럼의 회원으로서 자부심이 생기지 않을 수 없습니다. 그동안 음과 양으로 많은 지원을 해주신 이사님들 특히 SM 총괄프로듀서인 이수만님의 전폭적 지원에 감사드립니다. 송승환님과 이장우님 등 공동대표단에게도 감사드립니다. 앞으로도 한국문화산업포럼과 정책을 제시하면서 계속해 국가발전에 이바지하기를 기원합니다.



함께 새로운 길을 찾아 퍼스트무버가 되자

이수만 | Super Producer

지난 20년을 돌아해보면 우리나라 문화산업은 급속 성장해 전체 수출산업 중 12위에 올랐고 국가 이미지에 가장 큰 기여를 하는 산업이 되었습니다. 이러한 발전에 일등 공신인 케이팝뿐만 아니라 음악산업, 드라마산업, 엔터테인먼트 산업 전체에 대한 회고를 해보면 다음과 같습니다.

첫째, 1997년 H.O.T. 가 해외 진출을 했던 당시, 저는 세계화를 위해서는 문화를 먼저 알려야 한다고 생각했습니다. 우리나라의 문화를 좋아해야 대한민국도 좋아하게 되고, 그러다보면 자연스럽게 전 세계에 대한민국이 부각되어 경제 부흥으로 이어진다는 생각을 했죠.

그리고 이제부터는 어떻게 한 단계 더 큰 발전을 해야 하는지에 대해 고민을 합니다. 문화 전반에서 앞서가야 하기 때문입니다. 특히, 이제부터의 문화는 단일 콘텐츠가 아닌 문화 생태계로 만들어 알려야 할 단계입니다. 우리나라 자체가 선진적 생활 문화 생태계가 되어 '우린 이렇게 생활한다' 는 것을 전 세계에 보여줘야 할 때가 됐습니다.

둘째, 지금까지 성공을 보면 운과 실력이 모두 작용했다고 할 수 있습니다. 특히 여기까지 성공할 수 있었던 가장 큰 요인은 위기극복 능력이었다고 봅니다. 우리는 옛날부터 어려운 시기를 겪으면서 도리어 해학으로 승화시킬 줄 아는 DNA가 있는 것 같습니다. 그래서 이러한 위기들과 능력을 미래 20년에도 활용하여 계속해서 더 발전해야 합니다.

셋째, 한국문화산업포럼과 같은 단체가 20년을 이어 온 것은 특별한 의미가 있다고 생각합니다. 포럼이 만들어지고, 그 안에 저뿐만 아니라 한 세대를 풍미한 우리나라를 대표하는 분들이 함께 한다는 것은 매우 중요합니다. 앞으로도 '함께 새로운 길을 찾아서 퍼스트무버가 되자'는 마음으로 계속 노력한다면 지난 20년과 같은 문화산업 및 한류의 발전이 이어질 것으로 확신합니다.

그동안 우리나라 문화산업의 발전을 자축하면서 산업계 리더들이 모인 한국문화산업포럼의 노력에 함께 박수를 보낼 필요가 있다고 생각합니다. 앞으로 펼쳐질 미래 20년도 함께 힘차게 전진하길 바랍니다.



한국문화산업포럼의 창립이 벌써 20주년이 되었습니다.

송승환 | PMC프러덕션 예술총감독



제가 난타를 시작한 지가 25년 전입니다.
아마 제가 난타를 만들지 않았다면 지금까지도 그저 배우였을 거고,
그래서 문산포럼과도 인연이 없었을지도 모릅니다.
결과적으로 난타라는 공연을 제작하고 그 인연으로
문산포럼의 회원이 돼서 20년이 흘렀습니다.

난타가 초연을 한 1997년은 우리 문화콘텐츠가 한류란 이름으로 세계적으로 알려지기 시작한 거의 원년이라고 생각합니다. 1999년에 에든버러 페스티벌이라는 세계적인 공연 페스티벌에 나가서 알려졌습니다. 이 시기에 K-pop의 원조 그룹인 H.O.T.가 북경에서 첫 콘서트를 했습니다. 우리나라 드라마 콘텐츠 중에서는 《별은 내 가슴에》가 중국의 시청자들에게 좋은 반응을 얻기 시작하면서 한류 드라마가 시작되었습니다. 말하자면 90년대 말에서 2000년대 초, 한국 문화가 세계적으로 알려지기 시작했고, 비슷한 시기에 문산포럼이 시작을 했습니다. 20년 동안 문화산업포럼이 한류 콘텐츠가 K-Culture라는 이름으로 전 세계에 알려진 20년이라는 세월을 함께했다고 할 수 있습니다.

작년에 저는 평창 올림픽 총감독의 인연으로 도쿄 올림픽을 갔다 왔고, 또 얼마 전에는 베이징 올림픽을 가서 직접 개막식을 봤습니다. 그런 결과 역시 우리 콘텐츠의 힘이 강하다는 걸 다시 한번 느낄 수 있었습니다. 베이징 올림픽을 해설하면서 일본이 늙어가고 있다는 얘기를 했었습니다. 일본의 경우 관료 정치 그리고 올림픽을 통해서 뭔가 보여주려는 좀 과도한 욕심 때문에 아티스트들과 관료들과의 마찰이 조금 심했고, 그 결과 좋은 콘텐츠가 만들어지질 못했다는 말을 들었습니다. 또한, 중국의 경우 애국주의, 국가주의가 최고조에 달하고 있습니다. 중국은 14억이나 되는 큰 내수시장이 있고, 중국 정부가 국가주의나 애국주의를 강조하면서 전략적으로 콘텐츠를 활용하고 있습니다. 따라서 당분간 중국과 글로벌한 교류를 한다는 것이 참 쉽지 않겠다는 생각을 합니다.

한·중·일을 비교하면 문화콘텐츠 역량에서 우리가 가장 뛰어나다고 할 수 있습니다. 중국은 통제와 검열이 아직도 살아있는 제도하에서 좋은 콘텐츠가 나오기 어려운 상황입니다. 중국의 영화계를 예로 들면 중국 당국의 검열을 피해서 해외 영화제에 출품하는 영화를 만드는 감독들이 있고, 중국의 내수시장을 공략하는 애국주의·국가주의 영화들을 만드는 감독들이 있습니다. 그러다 보니 세계적으로 경쟁력 있는 콘텐츠를 만들기 어려운 형국이라고 생각합니다.

일본의 경우는 올해 아카데미 영화상 후보에 2년 전에 《기생충》처럼 무라카미 하루키 원작의 《마이 드라이브》라는 영화가 올랐습니다. 이처럼 일본은 글로벌한 콘텐츠를 만들 수 있는 저력이 있습니다. 그러나 일본은 내수시장에 치중하는 콘텐츠 업체들이 더 많습니다. 일억 이상 되는 인구가 있기 때문에 아직은 내수시장에 매력을 느끼다 보니 우리보다는 글로벌 경쟁력이 떨어진다고 평가됩니다.

지난 20년 동안 한국 콘텐츠가 눈부시게 발전한 이유를 보면 각 분야에서 많은 사람들이 노력을 했고 그 중심에는 역시 프로듀서들이 있었다고 생각합니다. 저같이 공연을 제작하는 프로듀서도 있고 영화 프로듀서도 있고, 음악 프로듀서들이 있었습니다. 지금은 이러한 프로듀서뿐만 아니라, 노래를 부르는 K-pop 가수 등 아티스트들의 활약이 뛰어납니다. 점점 더 능

력 있는 젊은 인재들이 많이 나오고 있습니다.

이와 함께 주목할 것은 환경이 급변하고 있다는 사실입니다. 잘 아시다시피 이제는 디지털 온라인 시대고 OTT 플랫폼에 태우는 것이 우리 콘텐츠를 해외에 알리는 중요한 길이 되었습니다.

지금 넷플릭스는 한국 드라마로 재미를 많이 보고 있습니다. 미국 드라마의 편당 제작비는 우리 돈으로 약 100억에서 200억 정도인데, 그것의 5분의 또는 10분의 1의 제작비로 한국 드라마가 만들어지고 있기 때문에 넷플릭스 입장에서 한국 드라마가 중요해지고, 그래서 투자를 늘리고 있습니다.

그동안 우리 드라마는 공중파에서 제작할 때 방송사에서 주는 제작비가 회당 5억 정도였거든요. 근데 일단 넷플릭스가 5배의 제작비를 주니까 우리 제작사들은 공중파에 납품할 때에 5배 제작비를 안전하게 받고 공중파에서 할 수 없는 다양한 소재로 영화를 만들 수 있게 되었



습니다. 따라서 당분간 OTT를 타고 한국 드라마가 해외 시장에서 얼마나 선전을 하느냐가 중요해지고 있습니다.

한편, 오프라인의 공연 콘텐츠들은 굉장히 힘든 상황에 놓여있습니다. 저도 2년 동안 난타 공연을 하지 못하고 중지된 상황에서 ‘미디어포에이’라는 영상 회사를 새로 만들었습니다. 이를 기반으로 원더풀라이프라는 유튜브 프로그램도 제작하고 있고 다큐멘터리 프로그램들을 제작하는 일을 준비하고 있습니다. 반면에 음악은 케이팝을 기반으로 그동안 이수만 총괄 프로듀서님을 비롯해 많은 분이 고생하셔서 정점에 올라있고, 그렇게 쉽게 무너지지 않을 것 같습니다. 전 세계적으로 케이팝의 힘이 굉장히 커졌습니다.

이 힘을 유지하기 위해서 또 큰 노력이 필요하겠지만, 앞으로 지속 성장할 것으로 확신합니다. 거기에 한국문화산업포럼도 이러한 미래 성장 과정에서 새로운 바람을 일으키는 데 일조를하기를 바랍니다. 올림픽 슬로건이 ‘더 높이, 더 멀리, 더 강하게’입니다. 우리 콘텐츠가 앞으로도 더 높이 더 멀리 더 강하게 뻗어 나가기를 진심으로 바랍니다. 감사합니다.

한국문화산업포럼의 20년을 함께 축하합니다

이장우 | 경북대학교 명예교수, WCIF 의장



먼저 지난 20년이라는 시간을 함께해 주신 포럼 회원님들께 깊은 감사를 드립니다. 이제 한국의 문화산업은 국가를 ‘문화 초강대국’으로 만드는 일등 공신이 되었습니다. 이러한 기적을 만드는 데 한국문화산업포럼이 작으나마 기여할 수 있었던 것에 자부심을 느낍니다.

돌이켜보면, 2002년 포럼 출범 후 10년 동안은 어려움이 적지 않았습니다. 당시 우리 포럼은 스크린쿼터제와 불법다운로드 등 큰 위기 속에서 저작권 보호와 문화산업육성을 위한 정책제시로 밤늦게까지 토론이 이어지는 것이 일상이었습니다. 이후 10년은 한류의 비약적 성장으로 중국(시안, 청두)와 일본(동경, 오사카)는 물론 카자흐스탄, 인도네시아, 베트남 등 해외 현지로 나아가 쌍방향 교류를 위한 노력을 했습니다. 특히 기억나는 것은 카자흐스탄에서 포럼 개최와 함께 SM엔터테인먼트의 오디션을 진행해 1,500명에 이르는 현지 젊은이들과 함께했던 일입니다.

한국의 문화산업은 이제 국가의 대표 수출산업으로서 가전산업을 누르고 12위 수출품목으로 부상했습니다. 국내보다는 미국과 일본의 문화콘텐츠에 열광했던 시절과 비교하면 격세지감을 느끼지 않을 수 없습니다. 우리 포럼도 세계로 뻗어 나가는 한류 콘텐츠의 도약에 힘입어 2020년부터 세계문화산업포럼(World Cultural Industry Forum)을 개최해 올해 3회 대회를 성공적으로 마무리했습니다. 앞으로도 음악과 엔터테인먼트 산업을 중심으로 동서양 가교의 역할을 할 것으로 기대됩니다.

우리 앞에는 디지털 대전환의 시대를 맞이해 커다란 도전과제들도 놓여있습니다. 하지만 우리 문화산업은 그동안 위기와 역경 속에서 빛을 발했듯이 미래도 슬기롭게 개척할 것으로 믿습니다. 한국문화산업포럼도 이러한 미래 개척의 과제에 동참해 전 세계가 문화로 함께 발전하도록 기여할 수 있기를 소망합니다.



세계적 경쟁력 산업발전 제조업 갤럭시
태동 창립 흐름 세계시장 한류 서구문화
혼합물 대체재 컬처테크 업그레이드
문화영토 브랜딩 제네시스 매뉴얼
소프트파워 국제정치 혁신 한일월드컵
이벤트 문화적기세 지상파 고고지성
동아시아권 괄목 비즈니스모델 지역성
견인 산업화 민주화 한류사
정책대안 인프라 비전 대망 개발 20주년
자부심 성취 유의미 확장 현장 공공증
엔터테인먼트산업 콘텐츠수출 소프트 내실
창의인재 시안 스토리텔링 미래 제시 점검
대구 메타버셜 P2C 문화창조산업
세계평화 외교 정치 그래미어워드 창출
4차산업혁명 융합 제작자 생산자 유통자
상호교류 문화강국 창립 고용 수출주력
인류 기조연설 취재 WCIF

축하의 글

2

한국문화산업포럼은 시대의 흐름을 정확히 꿰뚫어 본 매우 선구적인 모임입니다.

이근 | 서울대 국제대학원 교수, 전 한국국제교류재단 이사장



세계적 경쟁력이 자리하고 있습니다. K-Pop과 K-Drama, K-Movie, K-Cuisine, K-Fashion 등 한국의 문화상품이 세계시장을 점령하기 시작하면서 비로소 한국이 세계적인 국가로 알려지고, 또 인정받기 시작하였고, 이제는 한국 제조업 기업의 브랜드 역시 문화적인 현상으로도 받아들여지고 있습니다. 애플의 아이폰이 문화상품화되는 것과 마찬가지로 삼성의 스마트폰인 갤럭시 역시 문화상품으로 인식되는 경향이 생겨난 것입니다. 2002년에는 한류가 막 태동하기 시작한 시기인데, 당시 이러한 한국 문화 산업에 대해 찬사가 이어지기도 하였지만, 비판적인 시각을 가진 사람들도 많았습니다. 잠깐 반짝하다가 사라질 현상이니 2차 한류 붐, 3차 한류 붐을 기대하기 어렵다고 내다보는 사람들이 꽤 있었습니다. 아시아권에서나 경쟁력이 있지 세계적인 경쟁력을 갖는다는 것은 꿈꾸기 어렵다는 의견이 많았습니다. 이러한 부정적 견해에는 아시아권 국가들이 서구문화를 바로 받아들이는데 거부감이 있어서, 서구적 문화와 아시아 문화의 혼합물인 한국 문화상품을 대체제로만 받아들인다는 분석이 그 한 가운데 있었습니다.

우선 한국문화산업포럼 창립 20주년을 축하드립니다.

2002년 11월에 창립된 한국문화산업포럼은 시대의 흐름을 정확히 꿰뚫어 본 매우 선구적인 모임입니다. 대한민국이 21세기 세계 10대 강국으로 부상하게 된 배경에는 한강의 기적이라는 제조업 산업발전, 그리고 또 한 번의 경제적 도약을 가져온 IT 산업발전, 그리고 이에 더해 “한류”라는 용어로 대표되는 문화산업의

하지만 한국문화산업포럼은 문화산업을 혁신이 가능한 테크의 영역으로 보고, 컬처테크라는 개념 하에 경쟁력있는 문화상품을 지속적인 혁신을 통하여 꾸준히 시장에 업그레이드하여 새롭게 창조하여 내놓을 수 있다는 것에 착목하였습니다. 한류를 혁신이 가능한 문화산업의 시각에서 보지 않고, 단순히 한국 문화의 세계적 진출이라고만 생각한다면, 2000년대 초반부터 한 번도 그 흐름을 놓치지 않고 경쟁력을 높여온 K-Pop과 K-Movie 등을 설명하기가 어렵습니다. 이렇게 문화를 테크와 혁신의 대상으로 본 것은 우리 한민족의 역사상 광개토대왕보다 더 넓은 문화영토를 전 세계에 개척한 이수만 총괄프로듀서의 컬처테크라는 인사이트였습니다. 제조업 혹은 IT 상품과 같이 문화상품을 기업에서 만들어 내고, 마케팅을 하고, 브랜딩을 하고, 스토리를 만들고 그래서 새로운 흐름과 새로운 시장을 창출한다는데 착목한 것이 2차 한류, 3차 한류, 또 그 뒤를 이은 새로운 한류들이 끊임없이 나오게 된 배경입니다. 한류가 일시적인 현상에 그칠 것이라고 비판한 사람들이 보지 못한 것이 바로 이 지점입니다. 아이폰과 갤럭시가 새로운 혁신을 열어 후속 모델을 계속 내 놓은 것과 같이, 또 현대 자동차가 제네시스 브랜드를 가지고 업그레이드된 제품으로 계속 시장을 개척해 온 것과 같이 한국의 문화상품도 컬처테크라는 개념 하에서 계속 혁신을 이루어온 것입니다. 한국문화산업포럼 설립에 산파역할을 하신 이장우 교수께서 2020년에 명저 “K-Pop 이노베이션”을 출판하신 것도 문화산업포럼에서 활동하시면서 20년 이상 관찰해 온 한국의 문화산업 혁신

의 과정과 배경을 이론적으로, 역사적으로 집약한 것이라고 할 수 있겠습니다.

문화가 산업이 된 것은 자본주의가 있었기에 가능한 일입니다. 그 전에는 인류가 공동체에 적응하는 과정에 필요한 일종의 매뉴얼로 작동한 것이 문화였습니다. 그 매뉴얼이 있기 때문에 우리는 장례식에는 어떤 옷을 입고, 어떤 일을 해야 하는지를 자연스럽게 알고, 어른을 대할 때, 이방인을 대할 때 어떻게 해야 하는지를 고민하지 않고 알 수 있습니다. 식사를 할 때, 결혼을 할 때, 일을 할 때 모두 문화라는 매뉴얼이 있기 때문에 공동체가 자동으로 돌아갑니다. 이러한 문화를 산업으로 발전시킨 것은 자본주의이지만, 이 산업에서 세계적인 경쟁력을 만들어 낸 나라나 기업은 몇이 되지 않습니다. 그래서 한국이 세계적인 국가로 인정받게 되었고, 앞으로도 한류는 지속될 것이라는 굳은 믿음을 갖게 됩니다. 제가 한국국제교류재단에서 일을 할 때 이러한 한국 문화산업의 경쟁력이 한국을 세계에 알리고, 한국의 국제적 지위를 올리는데 정말 큰 힘이 되었습니다. 그것이 소위 소프트파워라는, 한국의 새로운 파워를 만들어 낸 것입니다. 이제 한국 문화는 혁신의 대상일 뿐만 아니라, 국제정치 파워의 영역으로까지 진출하였습니다. 그러한 의미에서 20년간 꾸준히 한국의 문화산업과 소프트파워의 확장을 분석하고, 또 진흥을 위해 노력해 온 한국문화산업포럼에 다시 한 번 감사드립니다. 앞으로 한국문화산업포럼 역시 혁신하면서 영원히 자리를 지켜나가기를 기원합니다.

한류와 문화산업 발전을 이끌어온 20개 성상(星霜)

정길화 | 한국국제문화교류진흥원 원장

20년 전인 2002년 11월 22일 (사)한국문화산업포럼 창립총회가 열렸습니다. 때는 바야흐로 한일월드컵에서 우리나라가 전무후무한 4강 신화를 이루었던 바로 그해입니다. 지금도 “대한민국~”하는 함성이 뇌리에 선연한 가운데, 한일월드컵은 스포츠 이벤트를 넘어 한국의 국운 상승과 문화적 기세의 약동을 웅변해 주었습니다. 그 열기가 채 가시기 전에 ‘한국문화산업의 개혁적 발전’을 기치로 내걸고 본 포럼이 탄생한 것입니다. 그로부터 20개 성상이 지났습니다.

돌이켜 보면 1990년대 후반 일단의 지상파 방송 드라마가 동아시아권에서 폭발적인 인기를 얻기 시작했습니다. 바로 한류의 탄생입니다. 때를 같이하여 2001년에는 콘텐츠진흥원의 전신(前身)인 한국문화콘텐츠진흥원이 설립되었습니다. 그런가 하면 2003년에는 저희 한국국제문화교류진흥원의 전신인 아시아문화산업교류재단이 출범했습니다. 바야흐로 한류와 문화산업이 본격화되는 흐름 속에 (사)한국문화산업포럼도 고고지성(呱呱之聲)을 올린 것입니다.

그 이후의 활동상은 실로 괄목할 만한 것이었습니다. (사)한국문화산업포럼은 한국문화산업의 현안진단과 정책제안을 필두로 활발한 움직임을 보였습니다. 일찍부터 ‘문화산업 투자 활성화 방안’, ‘문화산업의 성공조건’에 대한 포럼을 개최하는 등 목적과 지향을 분명히 했습니다. 2004년에는 앞서 말씀드린 아시아문화산업교류재단과 공동으로 ‘글로벌 문화산업포럼’을 개최하였으니 저희 진흥원과 포럼의 인연도 어언 18년이 넘었습니다. 짧지 않은 세월입니다.

그동안 한류는 드라마를 중심으로 한 1.0, K팝을 중심으로 한 2.0, 그리고 대중문화 등 K-컬처 전반을 망라하는 한류 3.0으로 확장되었습니다. 지역도 동아시아에서 중동, 미주, 유럽 등 지구촌 전역에 전파되었습니다. 특히 <기생충>, <오징어 게임>과 같은 영상콘텐츠와 BTS, 블랙핑크 등 아이돌 스타가 이끄는 K팝, 나아가 웹툰과 게임 등으로 확산되는 K-콘텐츠는 이제 한류가 하나의 현상에서 장르로 진화했다는 것을 실감나게 하고 있습니다.

그러는 동안 (사)한국문화산업포럼 또한 대구광역시를 비롯해 문화체육관광부, 콘텐츠진흥원, 영화진흥위원회 등 유관 기관과의 협력을 강화하면서 “대한민국 문화산업이 세계적인 경쟁력을 갖추도록 노력”하겠다는 포럼의 목적을 실현하고자 정진해 왔습니다. 한국 문화산업의 현주소를 진단하고 새로운 비즈니스 모델을 모색하는가 하면 2020년부터는 세계문화산업포럼을 개최하는 등 지난 20년간 포럼의 활동 양상을 보면 이미 지역성을 뛰어넘어 세계성을 구현하고 있습니다.

대한민국의 현대사가 70여년을 지나는 시기에 대구는 한국 사회의 산업화와 민주화라는 두 축을 이끈 건인차였습니다. 특히 한류와 관련해서는 뛰어난 제작자와 다수의 연기자와 가수를 배출하여 K-콘텐츠의 요람이 되고 있습니다. 이 자리에서 특정인을 일일이 거명하지

는 않겠습니다만 한류사에 길이 빛나는 그 면면은 이미 잘 알고 계실 줄 믿습니다. 여기에 (사)한국문화산업포럼은 정책 대안의 개발과 인프라 구축으로 중요한 역할을 해왔던 것입니다.

모름지기 창립 20주년을 기리는 것은 지난 역사에 대한 회고와 성찰을 위함일 것입니다. 동시에 새로운 20년에 대한 비전과 다짐의 뜻도 있겠습니다. 앞으로 포럼이 더욱 좋은 성과를 거둘 것이라 확신합니다. 더불어 3년째 저희 한국국제문화교류진흥원과 공동주관하고 있는 ‘세계문화산업포럼(WCIF)’의 발전과 내실화에도 큰 기대를 하고 있습니다. 2023년의 ‘문화로 함께 하는 세상’을 대망(待望)하며, 다시금 창립 20주년을 진심으로 축하드립니다. 대단히 고맙습니다.



창립 20주년 맞은 한국문화산업포럼, 회고와 전망

서병기
헤럴드경제 선임기자



요즘 콘텐츠 산업은 글로벌화와 디지털화를 수레의 양 바퀴로 해 맹렬하게 굴러가고 있습니다. 그런 환경에서 한국은 우수한 콘텐츠를 계속 내놓고 있습니다.

BTS, 엑소, 소녀시대, 블랙핑크 등 K-POP, ‘기생충’, ‘오징어 게임’, ‘지금 우리 학교는’ 등의 영화와 드라마는 세계 문화 시장에서 큰 영향을 미친 유의미한 결과물들입니다. 한마디로 한국의 이야기가 전 세계로 확장되고 있다고 할 수 있습니다. 우리에게 자부심을 느끼게 해줄만한 성취입니다.

필자는 20년 넘게 콘텐츠 산업의 현장 취재를 통해 글을 쓰면서 K-콘텐츠 산업의 추이를 지켜봐왔습니다. K-콘텐츠가 어떤 요인들이 합쳐져 강력한 힘을 발휘하고 있는지 늘 궁금증을 가지고 취재해왔습니다. 그랬을 때 눈에 들어오는 모임 하나가 있었는데, 그게 바로 ‘한국문화산업포럼’(Korea Cultural Industry Forum)이었습니다.

문화산업포럼은 2002년 창립돼 올해로 20주년을 맞았습니다. 한류라는 단어도 별로 쓰지 않았을 때에 이미 글로벌을 지향하는 선견지명을 보여주었고, 문화와 산업이라는 단어의 조합도 어색했던 시절에 포럼 이름에 과감하게 문화산업을 표방하고 나선 것 자체가 관심을 불러일으킬만 했습니다.

지금이야 엔터테인먼트 산업, 문화산업이라는 용어가 자연스러워졌지만 2000년초에 업계와 학계 등 문화계의 다양한 리더들이 모여 문화를 산업과 연계시켜 마케팅과 콘텐츠 수출 등의 측면에서 바라보려는 시도는 신선하기까지 했습니다.

대체적으로 문화 모임들은 적당한 문패를 걸고 친목 도모나 살롱 위주로 운영되는 경우가 많습니다. 문화산업포럼은 그렇지 않았습니다. 저는 아웃사이더로서 관찰한 것이지만, 문화산업포럼은 문화인의 사랑방이나 살롱 같은 ‘소프트’한 역할을 하면서도 저작권 보호정책, 콘텐츠 산업과 창의인재 육성, 다양한 국제문화행사 등을 통해 문화산업 발전을 위한 산업적 제안과 정책 제안을 하는 ‘하드’한 측면도 아울러 갖추는 등 명실

공히 내실을 기하는 단체로서 기능해왔습니다. 그렇게 해서 지금은 국가와 업계를 위해서도 중요한 역할을 하는 포럼으로 자리잡았습니다.

해마다 정기포럼, 글로벌 HR포럼, 세미나, 조찬 등을 통해 소프트파워 강화를 위한 실천전략을 논의하고 문화산업의 발전과 방향을 제시해왔습니다. 지난 20년간 한번의 중단도 없이 끈끈하게 유지되면서 다양한 활동을 하는 포럼은 많지 않습니다. 그만큼 회원들이 자기 발전에도 도움이 되기 때문이 아닐까 라는 생각을 해봅니다.

‘불법 복제 방지를 위한 대토론회’를 2005년에, ‘포스트IT시대, 문화콘텐츠 주력산업화를 위한 국가전략’ 세미나를 2007년에 각각 문산포럼이 주관했다는 사실은 콘텐츠 산업을 보는 눈이 얼마나 앞서있는지를 보여주는 사례입니다.



<2007년 문화산업정책간담회에서 이명박 前 대통령>



<2017년 한국문화콘텐츠 간담회에서 문재인 前 대통령>



<2009년 U-Altai Creative Network Forum에서 송승환 감독>

다. 또 2007년 11월에는 대선후보를 초청해 문화산업정책 간담회를 열어 문화정책의 의미를 강조했습니다. 대선후보들은 다양한 공약을 발표하지만 문화분야의 계획은 별로 없는 경우가 많습니다. 그런 점에서 문산포럼의 대선후보 초청 간담회는 한 국가의 문화정책 방향의 중요성을 강조한 행사였으며, 이는 2017년 문재인 대선후보초청 문화콘텐츠간담회를 갖는 것으로 이어졌습니다. 2009년부터 펼친 세차례의 유라시아 알타이 문화창조네트워크 활동도 문화교류의 측면에서 좋은 반응을 얻었는데, 2011년 3회 행사는 카자흐스탄 알마티를 방문해 SM 오디션과 함께 열어 더욱 큰 반응이 나왔습니다. 2010년에는 황석영 작가 등을 초청해 한-중앙아시아 신화, 설화, 영웅 서사시에 대한 강연과 토론을 가졌는데, 이 또한 글로벌 트렌드와 발맞춰 스토리텔링을 통한 문화콘텐츠 개발에 좋은 시사점을 줬습니다. 이밖에도 도쿄, 시안 등에서 세미나와 포럼을 가져 중국과 일본, 한국의 기업인과 문화 관계자들의 교류에도 큰 역할을 해왔습니다.

이처럼 문화산업포럼은 현재를 점검하면서 항상 미래를 내다봤습니다. 문화가 산업으로서의 규모를 갖추지 못하던 시절에 문화산업의 방향을 제시한 것만으로도 우리 문화 산업에 큰 기여를 한 셈입니다.

항상 앞을 내다보는 문산포럼의 특성상 자연스럽게 또 한번의 변신을 하게 됩니다. 한국문화산업포럼을 기반으로 2019년 새로이 출범한 단체인 '세계문화산업포럼'(WCIF, World Cultural Industry Forum)입니다. WCIF는 '문화로 함께 하는 세상' 즉 'Culture Universe'라는 비전으로 음악 및 엔터테인먼트 산업을 중심으로 프로듀서, 전문가, 기업인들이 모여 산업발전과 세계번영을 논의하는 자리입니다. 2020년 1회 포럼으로 'K-pop and Culture Universe', 2021년 2회 '포스트 코로나 시대의 음악 엔터테인먼트 산업의 변화'를 주제로 각각 포럼을 열어 음악과 엔터 산업의 아시아와 서구를 잇는 가교 역할을 했다는 평가를 받은 바 있습니다.

지난 7월 열린 3회 포럼의 주제는 '메타버스의 시대: 음악과 엔터테인먼트 산업'이었습니다. 저는 대구 수성호텔에서 이뤄진 포럼을 1박2일간 취재하면서 스스로 많은 공부도 됐습니다. 이 자리에는 메타버스 플랫폼 'The Sandbox'의 공동창업자인 세바스찬 보르겟과 하이퍼 리얼 디지털 CEO인 레밍턴 스콧 등 세계적인 4차산업 콘텐츠 전문가들이 연사나 토론자로 나와 내놓은 의견들은 업계 사람들에게 참고가 될만한 내용들이 많았습니다. 특히 이수만 SM 총괄 프로듀서가 메타버스 시대를 여는 새로운 비전으로서 '메타버설 오리진 스토리'를 공개하고 "누구나 창조 활동을 즐기는 메타버스 엔

<2022 WCIF 메타버스 특별대담 현장에서 The Sandbox 최고운영책임자 세바스찬 보르겟>



<2021 WCIF 현장에서 CJ 올리브네트웍스 차인혁 대표>

터테인먼트 세상에서는 음악, 영상, 디자인, 게임 등 범 문화창조산업을 위한 새로운 비전인 P2C(Play2Create)라는 새로운 창작자 경제가 활성화될 것"이라고 밝힌 것은 문화산업 종사자에게 좋은 영감을 줬다고 생각합니다.

문화산업이 새로운 고용을 창출하고 수출주력 산업이 되면 국가 경제 발전에도 미치는 영향이 크지만, 세계 평화와 인류 행복에도 기여하는 바가 적지 않습니다. 전쟁으로 폐허가 된 우크라이나에서 피아노와 기타를 연주하는 아티스트는 전쟁을 종식시키려는 간절한 마음을 예술로 승화시킨 것입니다.

미국은 정치, 외교, 경제의 강국이지만 영화와 음악이라는 문화의 두 축을 발전시키며 강대국으로서의 위상을 보여주고 있습니다. 그런 모습을 확인하는 장이 그래미 어워드, 빌보드 어워드와 아카데미 시상식입니다. 여기서는

'문화'와 '인더스트리'가 자연스럽게 연결돼 있습니다.

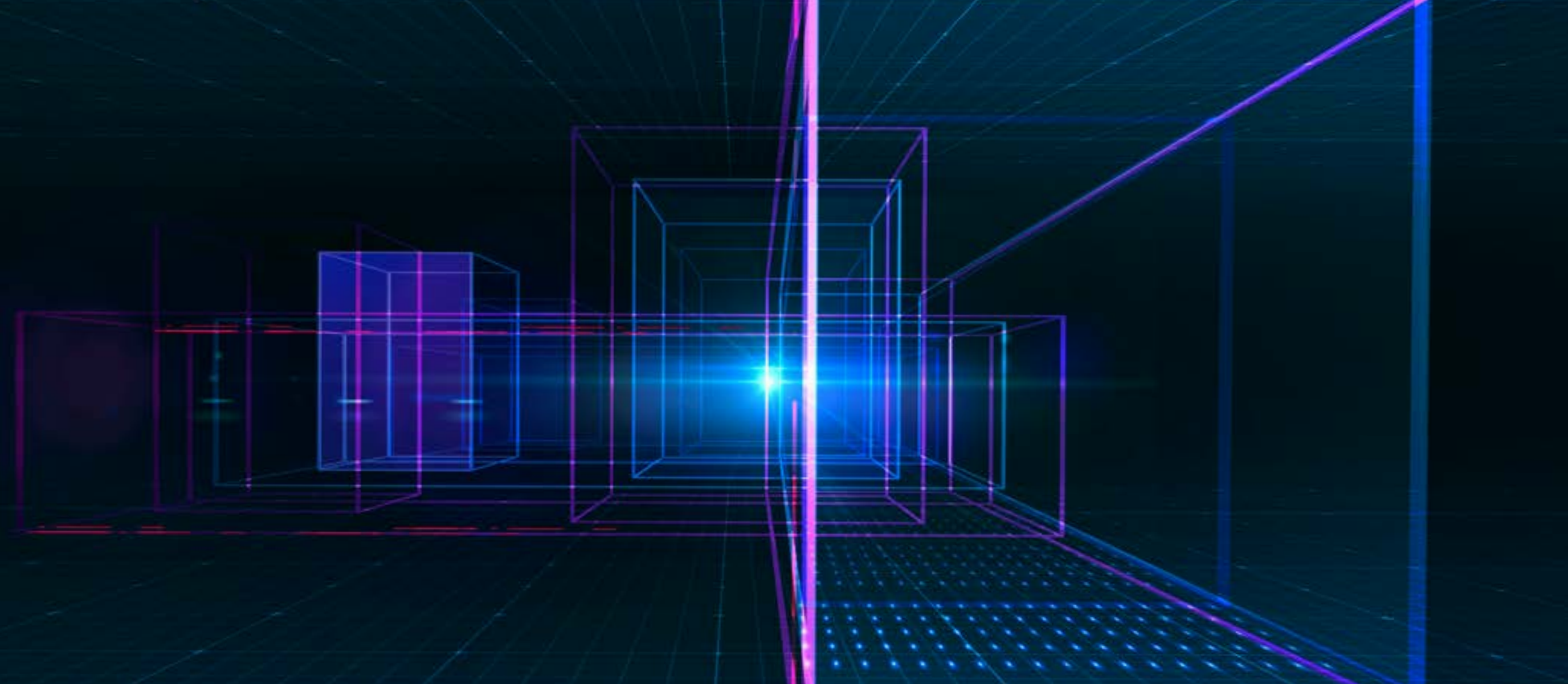
이제 문화산업은 국가 브랜드를 높이는 일등 공신입니다. 앞으로도 세계문화산업포럼은 할 일이 더 많아졌습니다. 세계의 문화산업 종사자들과 교류하고 협력함은 물론이고, 4차산업 혁명의 미래 기술이 문화콘텐츠와 어떻게 융합해 새로운 비즈니스 모델이 창출되는지를 비롯한 메타버스 세계에서의 다양한 비전과 기회에 관해 함께 논의하고 통찰력을 얻는 기회의 장이 되길 바랍니다.

이를 통해 문화콘텐츠의 제작자, 생산자, 유통자들이 협력 네트워크를 구축하고, 상호 교류와 협력을 더욱 촉진하면서 한국은 문화강국으로서의 위치가 더욱 공고하게 될 것입니다. 문화산업포럼 창립 20주년을 축하드리며, 향후 20년간도 세계문화산업포럼의 무궁무진한 활약과 발전을 기대합니다.

정책 성장동력 미래 인프라 육성전략
내수시장 미래성장 활동 게임 경영전략
만화 전략방향 지자체 글로벌 회원사
태동기 팬데믹 변혁기 해외시장 규제완화
내부잉여금 문화콘텐츠 저작권보호
유료시장 디지털 기술변화 음악산업계
음악시장 강남스타일 팬덤 빌보드차트
K-POP 웹툰 OTT 국제문화교류 블록체인
세미나 파생효과 중앙아시아 협력세미나
인도네시아 일본 창조도시 가능성
베트남 현지 환경변화 성공사례 비즈니스
온라인 소비행태 오징어게임 NFT 전환
메타버스 심포지엄 편력 전성기 방향
DNA 웹3.0 신경제 혼란 예술인
태동 브릿지 공공 순수예술 열쇠 공급
IP R&DC 유저 생산자 리서치
결합 속성 노하우 수업 기여 동고동락
보강 창조적 혁신 워크스테이션 컨설팅

20주년
특별 기고문

3



한국문화산업포럼 20주년

고정민 | 홍익대학교 교수



한국이 문화산업에 관심을 가지고 유효한 정책을 추진하고 문화산업 기업들이 해외에 전략적으로 눈을 돌려 수출에 힘을 쏟았던 시기는 2000년대가 막 시작된 때라고 볼 수 있다. 당시 김대중 정부는 미래 유망한 성장동력으로서의 문화산업에 관심을 가지고 인프라 구축 및 문화지원을 위해 정부 문화예산을 확대시켰고 중장기 문화산업 육성전략을 마련했다. 문화부에서는 문화산업

국이 발족했고, 문화산업 진흥기관으로서 한국콘텐츠진흥원이 설립되었다. 이전까지만 해도 국내시장에 올인했던 문화산업 기업들도 이때쯤 한국 내수시장의 한계를 인식하고 해외시장을 개척하기 시작했다.

한국의 문화산업이 미래 성장에 대한 청사진을 마련하여 진용을 갖추고 있을 때 2002년 문화산업포럼도 탄생하였다. 문화산업포럼은 K-Pop, 공연, 영화, 게임, 방송, 만화 등 문화산업 기업과 문화산업 및 경영전략을 전공하는 교수와 전문가, 그리고 문화산업에 투자하는 투자사 등 다양한 회원들로 구성되어 있었다. 문화산업 생태계의 주요 구성원으로서 회원사와 회원의 활동은 곧바로 한국문화산업의 발전역사이며 문화산업포럼의 활동 또한 한국문화산업의 발전과 궤(軌)를 같이 하고 있다. 문화산업 발전의 수레바퀴에서 동력의 한 축을 담당하고 있는 것이 바로 문화산업포럼이라고 할 수 있을 것이다.

1. 한국문화산업 발전과 궤를 같이한 문화산업포럼

실제로 한국의 문화산업 발전에 문화산업포럼은 길목마다 의미있는 역할을 하였다. 때로는 문화산업의 전략방향을 선도하는 전략적 리더로서의 역할, 문화부 등의 중앙정부 및 지자체와 문화산업계 사이에서 의견을 제시하고 조율하는 매개체로서의 역할, 한류의 글로벌화를 위해 앞에서 끌어주고 실천하는 글로벌 기수로서의 역할 등 다양하다. 또한 회원사와 회원들 각각 한국문화산업에서의 중요한 위상과 그 역할을 가지고 있어 이들의 의견, 전략과 비전은 한국 문화산업 경영전략의 모델이 되어 왔다.

한국의 문화산업은 지난 20년 동안 크게 발전했다. 2003년 매출액 44조원에서 2020년에는 128조원으로 3배가 성장했고, 특히 수출액은 2003년 6억3천만달러에서 2020년에는 약 120억 달러로 거의 20배가 증가하였다. 특히 수출이 크게 증가한 것은 국내시장의 한계를 인식해 일찍부터 해외에 눈을 돌린 콘텐츠 업체들의 노력에 힘입은 바가 크다. 한국의 문화산업은 한류를 만들어냈고, 한류는 우리나라를 글로벌 한국 위상과 이미지를 창출해냈다.

이 기간 동안 한국 문화산업의 발전역사는 크게 3단계로, 1단계는 2000년대의 태동기로서 문화산업 인프라 구축과 글로벌화가 진전되었던 시기이고, 2단계는 2010년대의 발전기로서 한국 문화콘텐츠산업의 높은 경쟁력으로 해외에서 놀라운 실적을 기록했던 시기이다. 3단계는 2020년대의 변혁기로서 코로나19로 촉발된 팬데믹으로 인해 한국 문화콘텐츠 시장이 역동적이고 구조적인 변화를 겪었고 새로운 모델이 탄생하고 유통방식이 급격하게 변화했던 시기였다. 이제, 각 단계별로 한국 문화산업의 발전모습과 문화산업포럼의 활동을 보자.

2. 단계별 문화산업발전과 문화산업포럼의 역할



가. 1단계(2000년대)

2000년대 초기에는 K-POP 업체들이 해외시장에 적극적으로 진출한 결과, H.O.T., NRG 등 K-Pop 가수가 동아시아에서 인기를 끌어 한류가 형성되는 시기였다. 특히 문화산업포럼의 회원사인 SM엔터테인먼트의 이수만 회장은, 국내시장이 너무 좁아 해외시장 개척만이 살길이라고 하여 해외시장 개척의 모델을 만들어냈다. 문화산업포럼 회원으로서 난타를 기획했던 송승환 대표는 ‘해외에 나가는 것만이 글로벌화가 아니고 국내에 해외관광객을 유치하는 것도 글로벌화다’라고 하여 글로벌화에 대한 새로운 해석을 하기도 하였다.

2000년대 중반에는 일본에서 겨울연가가, 전세계적으로는 대장금이 인기를 끈 드라마 강세장이었다. 드라마의 성공에도 문화산업포럼 회원사와 회원들의 활약이 일조했고, 문화산업포럼에서도 한류와 관련된 포럼을 개최하고 정부에 해외수출 규제 완화를 위한 건의를 하기도 했다. 또한 당시 한국의 문화산업은 기업규모가 작고 역사가 짧아 내부인여금이 축적되지

않아 재투자 여력이 부족한 시기였다. 좋은 작품을 만들기 위해서는 프로젝트 투자가 활발해져야 하고 문화콘텐츠 창업을 하고 성장하기 위해서는 문화콘텐츠 기업에 대한 지분투자가 필요한 시기였다. 문화산업포럼에서는 금융 등으로부터의 자금 유입이 절실한 때에 투자 확대를 위한 세미나 등을 개최하여 문화콘텐츠 투자의 중요성을 환기시켰으며 투자회사들로 구성된 문화산업포럼 회원사들은 문화산업에 대한 투자를 강화하였다.

당시는 또한 K-Pop이 CD 등의 음반산업에서 음원을 중심으로 하는 디지털음악으로 바뀌던 시기로서 저작권 보호에 대한 중요성이 강조되었다. 디지털 기술변화에 따른 음악시장 성장이 가능한 시기였음에도 불구하고 불법다운로드로 인해 유료시장은 축소되고 음악업계의 수익성은 악화되었다. 이때에도 역시 문화산업포럼은 저작권 보호 여론을 조성하기 위한 세미나 등을 개최하고 정부의 강력한 저작권 보호를 제안한 바 있다.

나. 2단계(2010년대)

대장금과 겨울연가를 끝으로 2000년대 후반에는 한국의 콘텐츠가 해외에서 부각되지 못하였다. 혹 한류가 이제 끝난 것이 아닌가 하는 우려가 있었던 시기였다. 그러나 2010년대 들어 소녀시대, 카라 등 한국의 K-Pop 가수가 일본에서 인기몰이하여 이러한 우려를 불식시켰고, 싸이가 강남스타일로 우리를 깜짝 놀라게 한 데 이어 BTS가 세계 음악시장을 강타했다.

이 시기에는 질적으로도 양적으로도 성장한 시기였다. 양적으로 보면, 국내 문화산업 시장이 꾸준한 성장을 거듭했고, 해외시장은 SNS와 팬덤을 효율적으로 활용하여 수출이 크게 확대되어 한류의 열풍을 이어왔다. 질적으로 보면 K-pop의 경우 BTS는 빌보드 차트에 싱글과 앨범 모두 여러 차례 1위를 기록하여 세계 음악사에 K-Pop이라는 장르를 만들어낼 정도로 K-POP의 위상을 높였다. 한국영화도 봉준호 감독이 영화 기생충으로 아카데미 주요 부문 4개 상을 수상하는 등 드라마, K-Pop과 함께 영화산업의 질적인 도약을 이루어냈다. 웹툰의 경우, 만화의 나라라고 하는 일본에서조차 한국의 웹툰이 디지털 만화 시장에서 상위를 휩쓸고 있을 정도이다.

2단계부터는 SNS가 힘을 발휘하기 시작한 시기이다. 현지 방송이나 극장을 통하지 않고도 글로벌 플랫폼에 의해 드라마와 영화의 해외 소비가 가능하게 되고, SNS가 전통적인 미디어를 대체하면서 누구나 쉽게 글로벌 스타가 될 수 있다는 가능성의 시대가 도래했다. 게임은 이미 오래전부터 모바일, 온라인 시대가 되면서 이러한 유통방식이 채용되었고, 영화와 음악도 글로벌 OTT, 글로벌 스트리밍 서비스 플랫폼에 의해 변화되기 시작했다.

이러한 문화산업의 환경변화에 한국문화산업포럼도 보조를 맞추었다. 한국문화산업포럼 회원사들은 유튜브 등 SNS에서 아이돌 가수들을 선보이고 테스트 마켓을 실시하며, SNS를 통해 세계적인 가수로 성장시키는데 선제적인 역할을 하였다. 또한 한국문화산업포럼은 강의나 세미나 발표, 해외와의 교류협력 행사 등에서 SNS 시대에 적응하는 성공사례를 소개하고 대응방안을 제시하였으며, SNS 이후의 4차산업혁명, 신규 플랫폼, 블록체인 등 새로운 변화 정보를 공유하고 소개하였다.

한국문화산업이 발전하면서 자연스럽게 해외지역과의 문화교류가 필요해지고 비즈니스의 확대도 요구되었다. 과거 문화산업은 동아시아에 머물렀다면 이 시기에는 전세계로 확장되었고, 문화를 통한 타 분야에서의 파생효과도 확대되던 시기였다. 문화산업포럼에서도 2010년대에 들어서면서 중앙아시아 등 한류 지역의 확장을 위한 현지포럼 등이 활발하게 이루어졌고, 국제문화교류도 활발히 함으로써 문화를 통한 국가협력의 가교역할을 하였다. 해외지역과의 네트워크를 확장하고 심화시키기 위한 노력으로 한중 기업가 포럼, 중국과 한류에 기반한 한중비즈니스 협력세미나, 문화를 통한 한중 협력 등 중국과의 문화교류에 초점을 맞추었고, 심지어는 한한령 이후에도 중국을 포기하지 않고 중국과의 문화적 관계 유지를 위한 활동을 지속했다. 뿐만 아니라 일본, 인도네시아, 베트남 등과의 공동심포지엄 등으로 글로벌 문화교류 지역을 확대하였다. 또한 문화산업포럼은 문화의 다른 분야로의 확장성에 주목하여, 문화관광의 만남, 문화와 아트의 만남, 문화와 도시의 만남(창조도시) 등의 이름으로 다양한 행사와 세미나를 개최하여 그 전략을 제시하였다.

2. 단계별 문화산업발전과 문화산업포럼의 역할

3. 나가면서



다. 3단계(2020년대)

3단계는 아무도 예기치 못했던 코로나 확산으로 인해 문화산업이 요동을 치던 시기이다. 많은 오프라인 문화산업 비즈니스가 크게 위축되고 온라인 비즈니스가 오프라인을 대체하는 시기였다. 온라인으로 영화를 보고, 음악을 들으며 드라마를 보는 소비행태로 크게 바뀌었고 업체들은 온라인을 통한 실험적인 비즈니스를 개시하였다. 이처럼 온라인, OTT를 통한 드라마, 영화의 소비가 확산되자, 이미 경쟁력을 축적한 한국 콘텐츠산업은 이때 크게 부각되었다. ‘오징어 게임’ 등의 K-드라마는 전세계 넷플릭스 1위를 기록하였고 BTS는 여전히 빌보드 차트 등에서 1위를 기록하였다. NFT, 메타버스 등의 새로운 채널과 비즈니스 모델이 등장하였다. 이에 발맞추어 문화산업포럼 회원사들은 2020년 이후 메타버스, NFT, 인공지능 등 새로운 기술혁신과 플랫폼의 발전에 적응하면서 업계를 이끌어왔다.

한국문화산업포럼에서도 이러한 팬데믹의 시대에 적응하기 위해 온라인으로의 활동을 강화하였고, 온라인을 통해 새로운 메타버스 등의 비즈니스 모델을 세계 석학들과의 교류를 통해 우리나라에 소개하는 일을 게을리하지 않았다. 또한 큰 변화 중의 하나는 한국문화산업포럼의 활동도 이제는 글로벌화되었다는 점이다. 한국문화산업포럼은 전세계 유명 콘텐츠 전문가와 한국의 문화산업포럼 회원사 등 한국의 기업인들을 대구에 초청하여 세계문화산업포럼을 개최하였다. 2022년 세계문화산업포럼의 주제는 ‘메타버스 시대에서 음악 및 엔터테인먼트 산업’으로서 메타버스로의 전환, 메타버스의 가능성을 논의하여 국내외의 많은 주목을 받았다.

지난 20년 동안 한국의 문화산업이 성장하는 데에는 다양한 요인이 작용했다. 정부는 문화산업에 대한 미래를 긍정적으로 평가하여 적극적인 정책을 추진하였다. 한국문화산업 성장의 원동력인 문화산업 기업들은 해외시장을 개척하면서 한류를 만들어냈고, 경쟁력을 축적하였다. 한국문화산업 성장에 기여한 구성요소 중의 또 하나는 문화산업포럼이다. 문화산업포럼은 2002년에 설립되어 문화산업의 발전과 함께 20년을 함께했다. 문화산업의 생태계의 한 축을 담당하면서 국내외 문화산업 심포지엄, 강연, 현장방문 등을 통해 문화산업의 중요성에 대한 지식전파 및 여론 선도, 문화산업 비즈니스의 실천 등 건전한 문화산업 생태계를 만드는 데 기여했다.

앞으로 문화산업을 둘러싼 환경은 역동적으로 변화할 것이다. 앞으로도 문화산업포럼은 이러한 변화를 예측하고 대응방안을 제안하는 포럼으로서 그 역할을 다할 것이라 의심치 않는다. / 끝

포럼, 미래 플랫폼으로 확장해야

스무 살 어른이 되는 한국문화산업포럼의 청년기는
괴테가 말한 ‘편력 시대’로
곧장 뻗어나갈 준비를 하고 있는가?



심상민
성신여자대학교 교수

문산포럼의 편력 시대

스무 살 어른이 되는 한국문화산업포럼의 청년기는 괴테가 말한 ‘편력 시대’로 곧장 뻗어나갈 준비를 하고 있는가?

편력(遍歷)이란 말은 이리저리 돌아다닌다는 말로 부정적인 뉘앙스로 사용하기도 하지만 독일의 대문호 괴테의 인생 역작 작품에서는 어떤 인생의 전성기를 의미한다. 그의 장편 소설 《빌헬름 마이스터의 편력 시대》(독일어: Wilhelm Meisters Wanderjahre oder die Entsagenden, 1829)가 《빌헬름 마이스터의 수업 시대》속편이라는 것만 봐도 한층 더 높고 넓은 지평을 가늠해볼 수 있다. 괴테는 개인의 일반 교양을 목표로 한다는 《수업시대》의 아마추어 입장을 극복 하길 바랐다. 해서 하나의 기술을 익혀 사회에 봉사한다는 견지에서 훌륭한 외과의가 되어, 인간성의 완성을 추구하는 유용한 존재가 되는 시기로서 편력이라는 언어를 들여왔다.

연관해서 한국인의 DNA에 들어찬 유목민적인 ‘wandering’ 기질이 세계와 무역하고 한류 콘텐츠를 성공시킨 원동력이라고 한 대시인의 일갈이 ‘편력 시대’와 상통하는 것도 같다는 느낌이 든다.

아무튼 한국문화산업 포럼도 똑같이 성장하여 지금 해묵었던 수업 시대를 뒤로 보내고 새로운 지평이 열리는 편력 시대로 넘어가야 할 언덕마루에 서 있다. 그렇다면 과연 어느 방향이 옳을 텐가?

자본주의 4.0, 웹 3.0 새 가치

포럼의 편력 시대는 새로운 시대 정신으로서 다가오는 사회, 문화적 가치에 순응하는 것으로부터 시작해야 할 터이다. 새로운 가치는 곧 자본주의 4.0과 웹 3.0으로 요약할 수 있다. 자본주의 4.0 환경은 이른바 ‘성익성 패익성(성공한 자는 더 크게 성공하고 패배자도 복돋워 이끌어 가도록 함)’ 가치를 존중하는 혁신자를 지향하게 된다. 부익부 빈익빈 함몰에 치우쳐왔던 지난 시대의 무분별한 초무한 경쟁 지상주의와 결별을 의미한다.

덩달아서 대두하고 있는 디지털 신경제, 플랫폼 비즈니스의 기조 또한 웹 3.0으로 일대 전환하고 있다. 등장하는 신기술을 유용하게 접목해 개인화, 지능화하며 데이터 의미를 자원으로 하는 여건에 맞춰 인간지능형 콘텐츠에 집중하는 것이 바로 웹 3.0의 기조다.

요약하면 정신없이 쏟아져 나오는 기술, 갈수록 혼란스러워지는 정세, 불확실하고 모호한 경영시스템, 가공할만한 자연 생태계 급변에 대처하는 슬기로운 공동체주의와 인간중심 변혁에 동조하는 편력 시대가 열리고 있다는 얘기다. 이제부터는 포럼도 팬시한 선진 트렌드를 좇던 관성에서 벗어나 이해관계당사자가 서로 교류하고 함께 발전할 수 있도록 피하는 실질 과업을 추진해야 한다는 뜻이기도 하다.

예컨대 한·중 수교 30주년을 맞아 한중 문화협력을 강화한다고 하면 적어도 양국의 문화산업 현장에서 가장 아픈 손가락을 먼저 돌보는 것으로 우호와 교류의 진가를 드높일 수 있다. 포스트 코로나 시기를 맞아 한국과 중국의 콘텐츠 제작자, 예술인들을 위축시켜왔던 비대면 장벽을 넘을 수 있는 온라인 유통시스템을 더 많이 연구하고 선양하는 미션 하나를 포럼이 전개할 수 있다.

우리 예술의 전당의 시의적절한 히트 상품으로 떠오른 <SAC on SCREEN>을 국경 초월, 장르 초월로 확장해 지속적으로 운영하는 미래 플랫폼 구상을 내놓는 것도 좋은 솔루션이다. <SAC on SCREEN>은 예술의 전당이 선별한 공연무대와 전시장을 영상에 담아 전국에 무료로 배급하는 콘텐츠 제공 사업이다. 문화예술 기반이 열악한 지방거주 주민, 문화 소외계층에 고급문화를 향유할 수 있는 기회를 제공하고자 2013년부터 시작했다. 문산포럼의 유인택 사장이 팬데믹을 제압한 체험 플랫폼 성공사례로 크게 키워 놓았다.

<소셜 R&DC> 플랫폼 역할

한국문화산업포럼이 지난 20년 동안 헌신해온 모든 노력은 콘텐츠 산업 태동 이후 초창기에 적합한 특성을 보였다. 그렇게 과거 구체제 낡은 틀에 맞추어온 수업 시대 풍모를 떨쳐버리고 새로운 편력 시대로 커가야 하는 전환점이 바로 지금 놓여 있다.

이러면 예술의 전당이 실현해낸 <SAC on SCREEN>의 소중한 시행착오와 성과는 곧바로 문화산업, 스마트 콘텐츠 결실로 영글지는 못할 수 있다. 순수 예술, 생활 예술에서 실험적으로 개척한 서비스 수익 또는 공공 복지 모델이라고 보면 전형적인 콘텐츠 비즈니스 모델과는 일정한 괴리가 분명 존재하기 때문이다.

하지만 순수, 공공 부문과 산업, 실물 사이에 놓인 엄연한 간극을 메꾸도록 브릿지 역할을 하는 적절한 매개가 나온다면 얘기는 달리질 수 있다. 개념적으로는 <R&DC(Content or Creativity)> 활동이 브릿지 역할을



담당하는 열쇠라고 본다. <R&DC(Content or Creativity)>는 오랫동안 천착해온 기술 중심 R&D나 비즈니스 연계 R&DB(Business) 단계를 초월하는 영역이다. 기술이나 상업주의보다 높은 사회 문화적 가치를 추구하며 오로지 오리지널 콘텐츠로서 슈퍼 IP(지식재산권, 저작권 포함)를 만들어 판매, 공급하고 글로벌 이해관계자와도 협력하는 포맷이다.

포럼이 R&DC 네트워크의 주간사 역할을 하게 되면 민간 현장 플레이어들까지도 포괄하여 숙의하고 교육하고 공유하고 협업하는 열린 워크스테이션 개념(creator and researcher's place)으로서 소셜 R&DC 모델을 꾸려나갈 수 있다. 이미 문화산업이 초창기, 성장기를 지나 성숙기이자 게임 체인저 시간으로 들어왔기 때문에 바로 이러한 혁신적인 소셜 R&DC 모델에 착수해야 할 적합성도 무르익었다고 본다.

소셜 R&DC 모델을 장착한 포럼은 2022년 이후 미래 세상 콘텐츠 유저, 생산자, 공급 유통자, 정책 지원자 등 실제 종사자 중심 활동/참여 탐구와 교류, 리서치, 컨설팅에 주력할 수 있다. 포럼은 기존 단순 교류 네트워크, 토의 기능을 격상하여 개인과 기업, 콘텐츠 생산 연구

개발(R&DC) 본성을 보강함으로써 우리 사회와 산업의 창조적 파괴와 혁신 발전에 이바지할 수 있다.

구체적으로는 한국과 중국은 물론 세계 문화산업 발전에 동조하고 노력하는 모든 산, 학, 연, 관이 협업하게끔 하는 온/오프라인 플랫폼을 조직하는 과업을 들 수 있겠다. 하여 AI, 메타버스, NFT 기술과 예술의 결합, 즉 <아트 & 테크>와 같은 공통 주제를 탐구하는 컨소시엄 프로젝트를 구상할 수 있다. 이런 활동을 통해 <SAC on SCREEN>이 도전해왔듯 숭고한 예술가 정신이 와인의 황홀한 숙성을 거쳐 파워풀한 기업이 정신으로 발돋움할 수 있도록 촉진하면 좋겠다. 문화산업 노하우와 기술 이전을 원하는 세계 누구라도 돕고 도우며, 리드하고, 나누는 최고의 포럼이 되는 미래를 말하고 싶다.

한국문화산업포럼은 고귀한 수업 시대를 끝마치고 이제 서사 장편을 써 내려갈 새로운 전성기인 편력 시대로 진입하기 직전에 와있다. 세계문화산업 발전에 값진 기여를 다 하는 웅장한 미래 플랫폼 출현을 동고동락해온 회원들과 함께 꿈꾸어 본다.

4

회원 인터뷰



“ 문산포럼을 통해 20년동안 많이 배웠고,
좋은 친구들을 얻었습니다. ”

이수형 | 학교법인 청강학원 이사장

청강문화산업대학교는 25년의 한류 콘텐츠 역사를 함께 한 작지만 강한 대학입니다. 지난 25년 교육을 문화산업의 관점에서 어떻게 바라보시는지요?

저희가 처음 문화산업대학이라고 했을 때 문화산업의 개념이 회자되지도 않던 때라서 사람들이 산업 대학이나 문화 대학이라며 굉장히 어색해했었고, 아직도 잘 모르는 사람들이 있는 것 같습니다. 그런데 김대중 정부 들어오고 난 이후 문화산업이 보통 명사로 회자되면서 문화산업 분야의 전공들을 처음 시작했습니다. 그동안 많은 일이 있었죠. 중간에 시행착오도 많았구요. 그런데 지금으로 보면 청강의 게임, 애니, 만화 스쿨이 매우 강합니다. 한 학년에 200-300명 정원으로 성장하다 보니까 많은 인원이 배출돼서 이제는 각 분야에서 중요한 역할을 하는 것 같습니다.

특히 애니메이션 스쿨이 글로벌 10대 대학 안에 들었습니다. 한국의 문화 저변이 그렇게 선진 수준이 아닌데도 불구하고, 짧은 시간 안에 글로벌 커리큘럼으로 발전시킬 수 있었던 비결은 무엇인가요?

일반적으로 그렇듯이 초기에는 위기가 많았습니다. 하지만 산업계에서 작가로 활동했던 분들이 교수로 많이 와서 그런 분들로 교수진이 바뀌면서 앞을 보는 눈이 생겼던 것 같습니다.

웹툰 같은 경우에도 저희가 처음에는 만화로 시작을 했다가 웹툰이 뭐지? 라고 했던 시기에 웹툰 전공을 만들었거든요. 지금은 웹툰이 전 세계적으로 엄청난 시장을 만들고 있습니다. 이제 학교에서는 그 촉을 잃지 않기 위해서 교수님들을 계속 현장에 더 가깝게 하도록 독려합니다. 그리고 실험과 실습을 위한 시간과 기자재에 아낌없이 투자하려 합니다.

25년 전에 학교 이름을 청강문화산업대학이라고 결정한 게 놀라운데요. 25년 전에 어떤 마음으로 그런 결정을 하셨나요?

그러니까 저희가 설립 인가를 받을 때는 공업대학이었어요. 그때는 전문대는 공업대학이라고 해야 인가가 잘 난다고 했습니다. 하지만 과연 지역 사회의 대학으로 성장을 할 것인가? 아니면 그걸 넘어서 성장을 할 것인가를 놓고 고민했습니다. 왜냐하면, 전문대학은 지역 사회 이름 붙인 데가 많았거든요. 결국 후자를 선택했고 문화산업이라는 개념도 거기서 도출했습니다.

초창기에는 지금과는 인식이나 분위기가 사뭇 달랐습니다. 애니메이션 스쿨과 애니메이션 학과로 교육부에 인가를 받으러 갔더니, 왜 학과에다가 영어를 쓰느냐는 말을 들었을 정도였거든요.

교육계 관점에서 봤을 때 한국 문화산업의 경쟁력을 어떻게 보시나요?

거창한지 모르겠는데 글썽 경쟁력은 결국 콘텐츠라고 생각합니다. 콘텐츠니까 웹툰으로 그리거나 애니메이션으로 만들고 나중에는 드라마로도 나옵니다. 소위 One Source Multi Use 입니다. 그래서 결국 콘텐츠가 강해야 된다는 것이지요. 우리 대학은 중장기 목표로 '청강 콘텐츠 생태계'를 잡고 있습니다. 그런데 생태계 안에는 교수하고 학생과의 관계뿐만이 아니라, 작가, 교수, 학생, 산업계가 함께 해야 합니다. 즉 대학 안에서 그러한 창작 콘텐츠의 생태계를 한번 만들어 보자는 것입니다.

앞으로 한국 문화산업계를 위해서 어떤 인재를 길러내실 생각이신가요?

우리 대학은 3년제입니다. 전문대지만 3년제이기 때문에 지금까지는 잘 그리는 학생들, 애니메이션을 잘 만드는 학생들을 길러냈지만, 앞으로는 협동도 잘하며 그 안에서 스스로 사고하고 또 더 창의적인 인재로 거듭나야 합니다. 그러면 '초격차'가 이루어질 수 있겠죠. 그래서 만화 스쿨에 인류학 전공하신 분이 전임으로 오셔서 학생들을 가르치고, 또 다른 분야인 공연 스쿨과 서로 협업하기도 합니다. 이런 경험들이 쌓이면 학생들이 잘 그리는 걸 넘어서 스스로가 사고하며 본인의 창의성을 발견할 수 있을 것이라 생각합니다.

끝으로 20주년을 맞아 지금까지 함께한 한국문화산업포럼 회원들께 축하 말씀 부탁드립니다.

정말 20년 전의 제가 기억납니다. 조선히에서 창립총회를 했을 때 젊기는 했지만 어리숙했었죠. 여기가 도대체 뭐 하는 곳인가라는 생각으로 시작했던 것 같습니다. 이후 굉장히 열심히 공부하고 계속해서 새로운 어젠다를 만들어 냈던 것으로 기억합니다. 그러면서 문산포럼을 통해 20년동안 많이 배웠고, 좋은 친구들을 얻었습니다. 이때까지 우리 회원분들이 굉장히 바쁘신데도 불구하고 의리가 있으셔서 참 많이 도와주셨습니다. 이 자리를 통해 감사의 말씀을 전하고 싶어요. 앞으로 우리 포럼이 어떻게 발전하고 영역을 넓힐지 굉장히 기대가 큼니다. 저도 힘을 더 보태겠습니다.





“노하우와 경험을 공유하는 열린 포럼이 되길 바랍니다.”

유인택 | 전 예술의전당 사장

개인적으로 회고하시는 문산포럼 20년 내력의 가장 뜻깊은 도전과 성취는 무엇입니까?

20년 전까지만 해도 ‘문화’는 순수한 것으로 인식되던 시절이었습니다. 그 시기는 한국영화, 뮤지컬, K-POP, 만화애니메이션, 게임 장르가 꿈틀거리기 시작할 때였습니다. 그러나 아직 문화와 산업의 결합이 낮은 시절이었죠. 때마침 문화체육관광부에 문화산업과가 처음 설치되고, 우리는 민간에서도 호응을 해야 문화산업 정책이 힘을 받는다고 생각해 문화산업포럼을 만들었던 것으로 기억합니다. 이 전략은 적중했습니다. 문화산업현장의 목소리를 경영학 교수님들과 포럼을 통해 정리하고 정책으로 이어져 오늘의 문화산업, 한류 강국에 초석을 다지고 힘을 신는 역할을 했다고 자부합니다.

지난 20년 동안 국내외, 서울과 지방을 포함하여 다양한 장소와 시간에서 소중한 포럼 모임과 활동이 이루어졌습니다. 아로새긴 추억으로 남아 있는 명장면을 소개해주신다면?

1) 이전의 대구는 문화 불모지로 여겨지던 시절이 있었습니다. 지금은 문화도시로 거듭나 세계 유일의 ‘대구국제뮤지컬페스티벌(Daegu International Musical Festival)’을 개최해 오고 있지요.

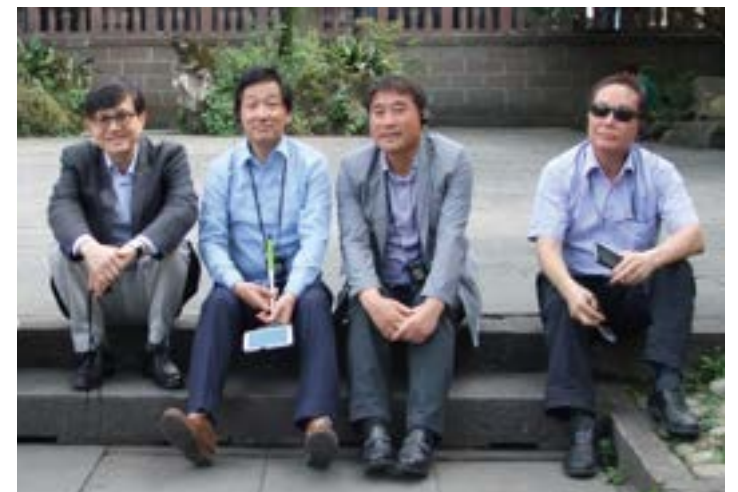
대구시와 우리 한국문화산업포럼이 함께 머리를 맞대고 고민한 끝에 ‘뮤지컬 도시’로 선택을 했고, 그 덕분에 매년 디프(DIMF)기간에는 해외뮤지컬 작품을 포함한 20여개 이상의 뮤지컬공연을 대구에서도 즐길 수 있게 되었습니다.

2) 우리 문산포럼은 국외의 문화산업에도 관심을 갖고 꾸준히 관계를 이어나가고 있습니다. 특히 중국 청두 포럼과 카자흐스탄 교류 협력으로 미국, 일본, 유럽 시장 일변에도 불구하고 중국과 중앙아시아로 눈을 돌려 관계를 돈독하게 이어나갔습니다.

3) 세계 문화예술의 상징인 프랑스 파리에서 K-POP 최초로 SM타운 콘서트가 개최된 현장은 역사적인 감동 그 자체였습니다.

2023년 이후에도 문산포럼이 계속 열심히 달려 새로운 백년대계 미래 세상을 개척해나간다면 우리들의 K 콘텐츠 문화사에도 이바지하는 귀한 발자취를 남길 수 있을 겁니다. 이러한 발전 방향을 위해 특별히 어떠한 노력이 필요할까요?

이미 산업으로 자리잡아 독립적으로도 굳건히 성장하고 있는 분야 이외에 뮤지컬, 클래식, 발레, 예술 등 취약한 장르에도 관심을 갖고 힘이 돼주면 좋겠습니다. 그리고 재능있는 미래 세대들에게도 문화산업포럼의 노하우와 경험을 공유하는 열린 포럼이 되길 바랍니다.





“ 연구와 행사에도 강하지만, 긴 세월의 희로애락을 함께 한 아주 특별한 모임으로 발전했습니다 ”

김준묵 | (사)혁신경제 이사장

회고하시는 문산포럼 20년 동안 가장 뜻깊은 도전과 성취는 무엇입니까?

문화와 산업의 결합이라는 새로운 트렌드를 선도해 정기적이고 체계적인 모임을 이루어낸 것입니다. 이를 통해 대선후보들에까지 문화산업정책의 중요성을 알리기도 했지요. 특히 기억나는 것은 2007년 문화산업정책간담회를 개최해 퍼블리시티권의 보호와 도입, 한류문화와 보호방안, 뉴미디어(블로그, UCC)에 대한 정책을 제안했던 것이 기억납니다. 이때의 제안이 현재의 저작권 인식, K콘텐츠, 뉴미디어(메타버스, 유튜브, OTT)등에 많은 영향을 주었다고 생각합니다.



그동안 포럼 모임과 활동을 통해 추억으로 남아 있는 최고의 명장면을 소개해주신다면?

하나의 장면보다는 문산포럼 설립초기는 밤늦게까지 토론한 후에도 다시모여 친목을 다지며 즐겁게 보낸 시간들이 생각납니다. 그 추억들이 쌓여서 우리 포럼은 연구와 행사에도 강하지만, 긴 세월의 우정과 희로애락을 함께 한 공감대로 끈끈하게 연결된 아주 특별한 모임으로 발전했습니다.

문산포럼이 미래를 위해 더 노력해야 할 바는 무엇인지요?

지난 20년 동안 돌이켜보면 격변의 시대라고 할 수 있습니다. 다행히 K-pop 등 한류가 세계적으로 인정받고 있으며, 우리 문산포럼도 그에 일정 부분 기여했다고 자부합니다. 하지만 미래는 더 빠른 변화가 예상됩니다. 한마디로 디지털 대전환기라고 할 수 있지요. 따라서 우리 포럼도 메타버스, NFT, 블록체인 등 새로운 기술트렌드와 미래 정책과제에 더 많은 관심을 기울여야 하며, 무엇보다도 더 젊어질 필요가 있습니다.



“콘텐츠산업의 등대가 되어
미래에도 발전하는 콘텐츠
산업이 되기를 기원합니다.”

고정석 | 일신창업투자 대표이사



문화산업에 있어서 자본투자가 기여한 바와,
그 역할은 무엇이라고 생각하시는지 말씀해주
시면 감사하겠습니다.

문화산업은 정부통계 기준으로 2002년 18.5조 원의 규모에서 지난해 135조 원 규모로, 지난 20여 년간 7배 이상 성장하였습니다. 어느덧 문화산업이라는 말은 콘텐츠산업이라는 용어로 정착되었고, 국내 콘텐츠 리딩기업들은 해외에서 인상적인 약진을 보이며, 콘텐츠산업 각 분야에서 수조 원을 상회하는 시가총액을 보이고 있습니다. 또한, 과거에는 상상도 할 수 없었던 글로벌 메가히트 콘텐츠의 등장은 국내 콘텐츠산업에 활력과 자신감을 주었고, 국내 거시경제의 중심산업으로서도 실질적인 기여를 하고 있습니다. 더 이상 해외 메이저 어워드에서 한국 프로젝트들이 호명되거나 월드시리즈에서 아기사자가 들리는 것이 어색하지 않는 것처럼 트렌드를 리딩하는 콘텐츠 중심 국가로서 대한민국의 위상이 자랑스롭습니다.

콘텐츠 산업의 질적 개선에 있어, 그동안 정부의 체계적인 지원이 있었음은 분명해 보입니다. 정부의 법적, 제도적, 금융지원 프로그램들이 유기적으로 결합되어 창작자들을 응원하여 산업 생태계를 개선시키고, 해외진출을 지원하여 글로벌 성공사례를 만들어낸 것입니다.

그리고 스마트 머니로서의 금융자본의 역할도 강조할 수 있습니다. 과거 주로 영화프로젝트들에 집중되었던 콘텐츠투자들이 지난 20여년간 게임, 음악, 드라마, 웹툰, 공연 등으로 수평적, 수직적으로 확산되면서 산업의 각 영역에서 Value Creation의 기반을 제공하였습니다.

자본은 투자를 통해, 관행과 인맥의 산업에서 과학적이고 효율적인 경영관리 기법과 글로벌 스탠더드를 내재화시킬 수 있도록 도움을 주었고, 투명하고 건전한 조직문화가 정착될 수 있도록 응원하였습니다. 창작자가 경영자 마인드를 무장할 수 있도록 격려하고, 경영자는 창작여건이 개선될 수 있도록 노력함으로써 산업의 경쟁력 강화와 선순환 구조를 마련하였습니다. 또한 유치단계에 있는 소외 콘텐츠들이 생존하고, 자기 자리를 찾아갈 수 있도록 지원함으로써 지속 가능하고, 잠재적인 성장동력을 확보할 수 있는 토대를 마련하였습니다.

향후에도 콘텐츠산업에 있어 금융자본은 현실적인 금융지원과 더불어 소프트웨어의 확충에 도움을 줄 수 있는 스마트머니로서 꾸준히 진화해 나갈 것으로 믿습니다.

문산포럼에서 활동한 것 중에서 가장 인상적인
것은 무엇이었나요?

문산포럼은 산업계와 학계, 투자자, 정책입안자 등 콘텐츠 산업의 실질적인 리더들이 회원으로 참가하고 있고, 시대의 흐름 및 변화를 전망하는 정기포럼을 통해 미래를 예측하고 여러 아이디어들을 발전적으로 공유하는 기회를 제공해 왔습니다. 초기부터 해외파트너와의 협력 및 해외시장 진출에 큰 관심을 가지고 관련행사를 꾸준히 진행해 왔는데, 많은 시간이 흐른 지금 우리의 산업이 포럼의 통찰대로 느리지만 그 방향대로 분명히 발전되어 왔다는 것은 시사하는 바가 큼니다. 또한 회원간 강력한 네트워킹을 통해 보다 의미있는 아이디어가 기획되고, 각각의 경쟁력들이 결합되어 보다 발전된 형태의 프로젝트가 진행되는 모습을 보면서 진정한 시너지의 힘을 느꼈습니다.

무엇보다도, 회원사들의 괄목할만한 발전도 매우 인상적입니다. 지속적으로 고민했던 부분들을 해결해 내면서 진정한 콘텐츠산업의 핵심사업자들로 발전해가는 모습을 지켜보는 것은 큰 힘이 되었습니다.



향후 문산포럼에 바라는 바가 있다면 말씀해주
세요.

포럼이 발전하면서 강산이 두 번 변하였고, 그 사이 콘텐츠산업은 천지개벽하였습니다. 포럼은 이제 20주년 역사를 기록하고 있지만 그 발걸음은 아직 시작일 수도 있습니다. 먼저 앞으로 포럼의 무궁한 발전을 기원합니다.

문화산업포럼은 콘텐츠산업의 핑크탱크로서 산업의 현황을 점검하고 문제점을 분석하여 발전의 방향과 돌파구를 마련하는 역할을 수행할 것이 분명합니다. 또한 최고 수준의 오피니언 리더로서 여러 창의적인 아이디어들이 개발되고, 발전적인 전략들이 실현되는 커뮤니티가 될 것으로 기대합니다.

앞으로도 보다 젊은 아이디어들이 공유되고, 산업의 트렌드를 선도하는 포럼으로서의 역할을 수행할 것을 응원합니다. 포럼이 제시하는 의견과 정책이 한국 콘텐츠산업의 등대가 되어 미래에도 발전하는 한국 콘텐츠산업이 되기를 기원합니다.

“ 다양한 분야의 전문가들간 교류와 활발한 토론을 기반으로 매우 수준높고 고도화된 정책대안을 제안할 수 있는 것이 가장 큰 차별점이라 할 수 있겠습니다. ”



서진우 | SK 부회장

문화산업 발전에 있어서 통신 및 IT의 역할은 무엇이라고 보시나요?

인터넷의 발전과 함께 문화는 content라는 형식을 통해 유무선 각종 인터넷 device와 함께 정말 다양한 형식으로 발전하기 시작했고, 통신과 IT기술을 통해 이용자의 규모를 국가간 경계없이 대폭적으로 확대했을 뿐아니라 시간, 공간의 제약없이 언제 어디서나 사용하고 접할 수 있는 환경이 되었습니다. 통신과 IT는 이제 문화산업의 가장 핵심적인 기간 인프라이자 enabler가 되었다고 해도 과언이 아니라 생각합니다.

문산포럼의 장점은 무엇이라 생각하시나요?

문산포럼은 문화를 산업화함에 있어 중요한 분야의 핵심 리더들이 모인 커뮤니티입니다. 그동안 이 안에서 정말 다양한 토론과 협업이 이루어져 왔다고 생각합니다. 수평적이고 개방적인 커뮤니티로서 서로 존중하고 새로운 발전을 위한 다양한 agenda를 개발하고 논의했습니다. 이러한 의미에서 현재 국내에서 거의 유일하고 또 가장 대표성이 있는 문화산업 커뮤니티라고 생각합니다. 문화산업내 다양한 분야의 전문가들간 교류와 활발한 토론을 기반으로 산업발전을 위한 매우 수준높고 고도화된 정책대안을 제안할 수 있는 역량과 경험을 갖춘 것이 가장 큰 차별점이라 할 수 있겠습니다.

향후 문산포럼에 대해 바라는 바가 있다면 무엇인가요?

이미 문산포럼이 시작된지 어느덧 20년이라니 감회가 새롭습니다. 그간 공동대표단인 이강복이사장님, 이수만대표님, 송승환대표님, 이장우대표님을 포함 포럼멤버 많은 분들의 노력으로 만들어진 커뮤니티로 문화산업의 발전과정에서 많은 역할을 해왔다고 자부합니다. 지난 20년간 우리나라 문화산업은 세계의 문화산업에서 차지하는 비중이 매우 커졌고, 다른 산업에 미치는 영향력 또한 커져 앞으로의 역할에 대한 기대가 더욱 높아졌습니다. 앞으로 대한민국 문화산업을 이끌 새로운 젊은 리더들이 더 많이 참여하고 더 큰 역할과 활발한 활동을 할 수 있도록 저변을 넓힐 때라고 생각합니다.



창립총회 현안진단 정책제안 투자유치
비즈니스 모델 탐구 **지적재산권** 해결방안
청강문화산업대학 맘마미아 활성화 트렌드
DMB 콘텐츠개발 불법복제 대토론회 뮤지컬
문화산업계 비밀의정원 모바일
ART 미스사이공 창조적 관광레저도시
주력산업화 대장금 CAT'S 주력산업화
포스트IT 노트르담드파리 아이스발레
형제는용감했다 음악인재 소프트파워 **뉴노멀**
문화산업5대강국 **수석간담회** 유라시아
재도약 봄날의재즈 T-um 지킬앤하이드
U-Altai 프라하합창단 리버댄스 번더플로어
로랑코르사 스마트 한류분석 보니푸에리
창조경제 문화융성 걱정바흐 투란도트
퍼스트무버 평창동계올림픽 **블록체인**
비즈니스혁명 협력 펀더멘탈 전망 보성 대구
이노베이션 더드레서 머니타이제이션
혁신성장 시사점 **선진국의길** 메타버스



연혁

5

2002

(사)문화산업포럼 창립총회



2002 | (사)문화산업포럼 창립총회

2003

한국문화산업의 현안진단(영상/공연/음악)
 한국문화산업진흥을 위한 정책제안(분야별)
 문화산업의 투자유치 전략
 문화산업의 새로운 비즈니스 모델 탐구
 한국 문화산업의 지적재산권 현안과 해결방안
 청강문화산업대학 방문
 (사)문화산업포럼 공연관광 저녁모임
 한국문화산업의 비전과 전략
 송년회



2004 | 11월 정기포럼

2004

포럼 정기총회
 뮤지컬 맘마미아 관람
 문화산업 투자 활성화 방안
 문화산업의 성공조건
 국회문화관광산업연구회창립세미나+질러존 방문
 포럼라운드테이블-공연산업
 특별세미나+청강대 방문
 글로벌 문화산업 포럼
 2004년 문화산업 정책 진단
 2주년 송년모임



2005 | 2월 정기총회

2005

정기총회
 회원모임
 정기포럼
 정기포럼
 회원모임
 회원모임
 정기포럼
 정기포럼
 특별포럼
 회원모임



2005 | 송년모임

2006

회원모임
 정기총회+포럼
 이사회+회원모임
 정기포럼
 회원모임
 정기포럼
 회원모임
 이사회+정기포럼
 정기포럼
 이사회+회원모임



2006 | 11월 정기포럼

2007

정기총회+포럼
 이사회
 정기포럼
 정기포럼
 회원모임
 회원모임
 회원모임
 이사회
 회원모임
 정기포럼
 이사회
 특별간담회
 회원모임



2007 | 11월 대선후보 초청 특별간담회

2008

2008.01.19	회원모임	뮤지컬 <노트르담드파리> 관람
2008.01.23	이사회	정기 이사회
2008.02.22	정기총회+포럼	문화산업5대강국 이데로 가능한가?
2008.03.05	특별간담회	이주호 청와대 수석간담회
2008.04.03	회원모임	공연 <지오바니 미라바시 제즈> 관람
2008.04.23	정기포럼	서울문화 중심지로의 용산개발전략
2008.05.14	회원모임	공연 <행제는 용감했다> 관람
2008.05.26	이사회	정기 이사회
2008.06.19	정기포럼+모임	미래를 향한 창조적 인적자원 개발과 문화산업발전
2008.07.18	이사회	정기 이사회 (임태희 한나라당정책위의장 참석)
2008.07.24	회원모임	공연 <아이스발레> 관람
2008.10.01	정기포럼	국가 소프트웨어 강화를 위한 실천전략
2008.11.05	특별포럼	글로벌 인재포럼 2008 세션참여-글로벌 음악인재의 양성
2008.11.06	회원모임	확대 이사회
2008.12.22	회원모임	6주년 송년모임



2008 | 10월 정기포럼

2009

2009.01.29	이사회	정기 이사회
2009.02.25	정기총회+포럼	콘텐츠산업의 진단과 재도약을 위한 실천전략
2009.04.09	정기포럼	유라시아 문화네트워크 구축
2009.05.15	회원모임	문화산업분야 글로벌 인재육성
2009.05.18	회원모임	공연 <진보라 봄날의제즈> 관람
2009.06.10	이사회/회원모임	정기 이사회 & 한나라당 주호영의원 초청 간담회
2009.09.03	이사회	정기 이사회 SK텔레콤 'T-um' 관람
2009.09.11	회원모임	뮤지컬 <지킬앤하이드> 관람
2009.09.22~23	회원모임	뮤지컬 <오페라의 유령> 관람
2009.10.29	정기포럼	콘텐츠산업 발전을 위한 1인창조기업 육성전략
2009.11.11~24	특별포럼	u-알타이 문화창조 네트워크 2009 포럼
2009.12.09	회원모임	공연 <프라하 합창단 - 크리스마스콘서트> 관람
2009.12.21	회원모임	7주년 송년모임



2009 | 11월 특별포럼



2010 | 2월 정기총회

2010

2010.01.26	이사회	정기 이사회
2010.02.25	정기총회+포럼	초청강의 『혼, 창, 통』-이지훈 (조선일보 위클리비즈 편집장)
2010.03.03	회원모임	공연 <리버덴스> 관람
2010.04.03	회원모임	공연 <빈터플로어> 관람
2010.04.30	이사회	정기 이사회
2010.05.06	정기포럼	한-중앙아시아 신화·설화·영웅서사시 스토리텔링을 통한 문화콘텐츠 개발
2010.07.08	정기포럼	문화산업 관련의 새로운 비즈니스 모델
2010.08.06	회원모임	<상트 페테르부르크 국립 아이스발레단 내한공연> 관람
2010.08.21	회원모임	<SMTOWN LIVE '10 WORLD in Seoul> 관람
2010.09.11	이사회	정기 이사회
2010.10.10	정기포럼	창조경제 시대에서 청년고용 활성화를 위한 새로운 제안
2010.11.24~29	특별포럼	u-알타이 문화창조 네트워크 2010 포럼
2010.12.	회원모임	8주년 송년모임



2010 | 11월 특별포럼



2011 | 2월 정기총회

2011

2011.02.01	이사회	정기 이사회
2011.02.23	정기총회+포럼	국가 창조자산과 콘텐츠 산업
2011.03.13	회원모임	공연 <모랑코르사 내한공연> 관람
2011.03.22	회원모임	뮤지컬 <광화문 연가> 관람
2011.04.29	정기포럼	문화체육관광부와 문화포럼 타운미팅
2011.06.30	이사회	문화체육관광부와 타운미팅2회 이사회
2011.07.08~12	특별포럼	u-알타이 문화창조 네트워크 2011 포럼
2011.08.30	정기포럼	성신여자대학교 공동주최 포럼
2011.09.03~04	회원모임	<SMTOWN WORLD TOUR> 참관
2011.11.22	정기포럼	한류미래전략연구포럼-스마트 한류 분석과 전략개발
2011.12.03	회원모임	공연 <브니푸에티> 관람
2011.12.	회원모임	9주년 송년모임



2011 | 12월 송년모임

2012

2012.01.25	이사회	정기이사회
2012.02.15	정기총회+포럼	문화콘텐츠 산업에서의 플랫폼 전략- SK 사례
2012.02.10	회원모임	뮤지컬 <광화문 연가> 관람
2012.03.15	회원모임	문산포럼 이사진과 일본 대사와의 만남
2012.04.12	정기포럼	콘텐츠를 활용한 관광산업 발전 방안
2012.05.09	회원모임	야외 워크샵
2012.05.25	이사회	정기 이사회
2012.05.30	회원모임	前문화체육관광부 모철민 차관 예술의 진당 사장 취임 축하
2012.06.29-30	정기포럼	한류 문화관광 동력을 활용한 지역발전 전략
2012.06.30	회원모임	야외 워크샵
2012.09.20	정기포럼	창조시대, 콘텐츠 산업의 활력 제고를 위한 정책과제
2012.10.19	이사회	정기 이사회
2012.10.25	회원모임	야외 워크샵
2012.11.21	특별포럼	제1회 한일·일한 문화산업협력포럼 및 광화문연가 관람
2012.12.27	회원모임	10주년 송년모임



2012 | 4월 정기포럼



2012 | 11월 특별포럼

2013

2013.02.05	이사회	정기 이사회
2013.02.20	정기총회+포럼	K-pop 콘텐츠시장 활성화 방안
2013.04.25	정기포럼	한일문화콘텐츠산업포럼
2013	회원모임	야외 워크샵
2013.05.23	정기포럼	'창조경제와 문화융성' 포럼
2013.05.23	회원모임	야외 워크샵
2013.06.16	회원모임	공연 <마이올리니스트 신지아 -격정바흐> 관람
2013.07.17	이사회	정기 이사회
2013.09.12	정기포럼	문화융성과 창조경제 - 모철민 교육문화수석 초청 포럼
2013.10.25	정기포럼	제4회 한류미래전략연구포럼
2013.11.21	이사회	정기 이사회
2013.12.27	회원모임	11주년 송년모임



2013 | 4월 정기포럼

2014

2014.02.07	이사회	정기 이사회
2014.02.19	정기총회+포럼	문화산업과 문화융성
2014.04.02	정기포럼	2014창조경제활성화포럼
2014.04.26	회원모임	<제3회 GDF 개막공연 "Arts of Evolution"> 관람
2014.04.29	회원모임	<2014코리아가든쇼 Outernet Garden작가파티> 참석
2014.05.01	특별포럼	디자인산업의 발전방향과 비전
2014.05.15	회원모임	야외 워크샵
2014.06.18	이사회	정기 이사회
2014.06.21	회원모임	CREDIA 창립 20주년 기념콘서트
2014.07.16	정기포럼	문화로 본 외식산업
2014.09.26	정기포럼	VFX발전에 따른 문화산업의 확장
2014.10.24	정기포럼	제5회 한류미래전략연구포럼
2014.11.25	이사회	정기 이사회
2014.12.17	회원모임	12주년 송년모임
2014.12.20	회원모임	<SMTOWN coexartium 프리오프닝> 참석



2013 | 송년모임



2014 | 4월 정기포럼

2015

2015. 01. 20	이사회	정기 이사회
2015. 03. 19	정기총회+포럼	한중 문화산업 교류 활성화 방향과 전략
2015. 04. 29	회원모임	야외 워크샵
2015. 05. 08	이사회	정기 이사회
2015. 05. 18-23	정기포럼	한중기업가포럼 '뉴노멀'의 중국과 서부 내륙 소비시장
2015. 06. 17	회원모임	21세기 병자호란과 중국과의 동반성장
2015. 07. 16	정기포럼	2015 한일 문화산업포럼 및 K-Pop과 한류 현장 점검
2015. 07. 25-26	회원모임	문산포럼 추계워크샵&공동포럼 '한류모바일콘텐츠의 중국진출'
2015. 10. 02-03	특별포럼	CHINA 특별세미나
2015. 11. 12	정기포럼	야외 워크샵
2015. 11. 25	이사회	G2시대 비즈니스트모텔 혁신전략: 한류산업을 중심으로
2015. 12. 03	회원모임	
2015. 12.	정기포럼	13주년 송년모임



2015 | 5월 정기포럼

2016

2016. 02. 17	이사회	정기 이사회
2016. 02. 25	특별포럼	뮤지컬 <투란도트> 관람
2016. 04. 26	정기포럼	창두 부시장 초청포럼
2016. 05. 10	회원모임	창강문화산업대학 개교 20주년 기념행사 참여 및 콜프모임
2016. 05. 12-15	정기포럼	시안 비즈니스 세미나 '중국내수 시장개척을 위한 비즈니스 협력'
2016. 05. 19-20	특별포럼	강릉시 초청 포럼 '문화콘텐츠를 통한 창조도시 강릉의 발전방안'
2016. 06. 14-15	정기포럼	국제문화산업투자포럼
2016. 06. 17	이사회	정기 이사회
2016. 09. 27	정기포럼	silk road theatre 개막식 '문화를 통한 한중협력의 미래'
2016. 10. 19	이사회	3회 이사회
2016. 10. 20	회원모임	야외 워크샵
2016. 11. 09	정기포럼	대한민국의 미래: 대학과 청년
2016. 12. 28	회원모임	14주년 송년모임



2016 | 5월 정기포럼



2016 | 12월 송년모임

2017

2017.02.15	이사회	정기 이사회
2017.02.24	정기총회+포럼	한국문화산업포럼 정기총회
2017.03.22	정기포럼	『퍼스트무버』 출판기념 및 교류회
2017.03.30-04.01	회원모임	야외 워크샵
2017.04.25-27	정기포럼	한일 중소기업 교류회
2017.06.14	정기포럼	4차 산업혁명과 국가 성장동력 정책 대토론회
2017.06.22	이사회	정기 이사회
2017.09.02-05	특별포럼	한-인니 문화콘텐츠 포럼
2017.09.28	회원모임	2018 평창동계올림픽 소개 하반기 활동계획
2017.11.09	이사회	3회 이사회
2017.12.04-07	회원모임	한-베트남 한류산업포럼
2017.12.27	정기포럼	15주년 송년모임



2017 | 12월 송년모임

2018

2018.02.03	정기총회/포럼	2018 평창 동계올림픽 드레스리허설 초청
2018.02.21	이사회	정기 이사회
2018.02.28	정기포럼	송승환 공동대표 환영식&신년정기포럼
2018.03.30	회원모임	블록체인과 비즈니스 혁명
2018.04.04-07	정기포럼	두바이 SM공연 초청 방문
2018.05.17	회원모임	제1회 대담포럼
2018.05.18	회원모임	정기모임
2018.05.30	정기포럼	중국기업과의 비즈니스 협력 교류회
2018.06.12	회원모임	제2회 대담포럼
2018.06.22	회원모임	모바일 마케팅 생태계의 현재와 미래
2018.07.10	회원모임	제3회 대담포럼
2018.09.10-12	정기포럼	한-베트남 비즈니스 협력 세미나
2018.10.12	정기포럼	창강대 공동주최 포럼
2018.10.26	이사회	정기 이사회
2018.12.27	회원모임	16주년 송년모임



2018 | 12월 송년모임



2019 | 3월 정기포럼

2019

2019.02.03	이사회	정기 이사회
2019.03.08	정기총회+포럼	중국 문화콘텐츠 산업의 최근 동향
2019.03.20	정기포럼	블록체인 비즈니스의 퍼디멘탈과 전망
2019.05.30	회원모임	한국 문화산업의 발전방향
2019.04.04-07	이사회	정기 이사회
2019.07.05-06	정기포럼	지역 문화산업 발전과 문화관광 활성화 방안
2019.09.19	정기포럼	The Art of Sharing
2019.05.30	이사회	정기 이사회
2019.11.29-30	정기포럼	보성 낙차발전 및축제 초청
2019.12.19	회원모임	17주년 송년모임



2019 | 12월 송년모임

2020

- 2020.01.14 정기포럼 K-pop과 Innovation
- 2020.02.13 이사회 정기 이사회
- 2020.03.26 정기총회 온라인 카카오투정기총회
- 2020.04.24 정기포럼 온라인 정기포럼(구글 행아웃 화상 회의)
- 2020.05.03 회원모임 공연 <비온드라이브 WayV> 관람
- 2020.06.10 정기포럼 게임산업의 현황과 미래
- 2020.09.16 정기포럼 KF 아시아 소사이어티 비추얼다이얼로그
- 2020.10.27 특별포럼 2020 WCIF 세계문화산업포럼 'K-pop and Culture Universe'
- 2020.11.23 이사회 이사회 및 초청공연(뮤지컬 더드레스)
- 2020.12.07 회원모임 18주년 송년모임



2020 | 10월 특별포럼 2020WCIF

2021

- 2021.03.04 정기포럼 신년 정기총회
- 2021.04.15 정기포럼 K-pop 성공이 한국경제의 혁신성장에 주는 의미와 시사점
- 2021.06.30-07.01 특별포럼 2021 세계문화산업포럼 '문화와 기술의 융합'
- 2021.09.03 이사회 정기 이사회
- 2021.11.18 정기포럼 콘텐즈 머니투데이제이선
- 2021.12.13 정기포럼 19주년 송년모임



2021 | 11월 정기포럼

2022

- 2022.02.22 정기포럼 신년 정기총회
- 2022.04.20 정기포럼 대한민국 선진국의 길을 위한 문화강국 세미나
- 2022.07.06-07.07 특별포럼 2022 세계문화산업포럼 '메타버스의 시대: 음악과 엔터테인먼트'
- 2022.08.27 회원모임 SM타운라이브인도로
- 2022.09.14 이사회 정기 이사회
- 2022.11.23 특별포럼 20주년 기념식



2022 | 7월 특별포럼 2022WCIF

