

지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화 현상과 지역문화적 가치

김진형*

국문 초록

오늘날 문화콘텐츠에 대한 인식은 관련 학계와 지자체를 중심으로 확대되고 있다. 이것은 문화콘텐츠가 돈 버는 수단인 디지털 결과물뿐만 아니라, 문화를 향유하는 수단인 비디지털 결과물까지 포괄하는 쪽으로 인식의 범위가 넓어지는 양상으로 나타난다.

이와 관련하여 필자는 기존 문화콘텐츠 개념이 지닌 한계를 극복하는 학술적 기반을 만들고자, '지자체 문화콘텐츠'의 개념을 정의하고 그에 따른 '멀티유즈 구성체계'를 정립하였다. 그런데 이 두 연구에서는 문화콘텐츠 멀티유즈화의 현장맥락을 풍부하게 담아내지 못했다. 그래서 이를 통해 지자체 문화콘텐츠 개발상황과 그에 따른 특징을 이해하기는 어렵다.

따라서 본고에서는 첫째로 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 개발현장에 대한 전국적인 양상을 파악하고, 이 현상에 나타나는 보편적 의미를 도출하였다. 둘째로 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 핵심유형과 육성원리를 정립하였다. 셋째로 멀티유즈 전략의 지역문화적 가치와 파급효과를 도출하였다.

이 연구의 결과는, 기존에 연구된 지자체 문화콘텐츠의 개념정의와 멀티유즈 구성체계 정립에 관한 현장중심의 논증자료가 될 수 있다. 그로 인해 기존 두 연구의 설득력을 더욱 높였다. 그리고 나아가 지자체의 문화콘텐츠 실무자들에게 지자체 문화콘텐츠의 바람직한 개발방향과 접근원리를 제시해 줄 수 있다.

주제어: 지자체 문화콘텐츠, 멀티유즈화 현상, Multi Use, 멀티유즈 핵심유형, 멀티유즈 육성원리

* 고려대학교 문화재학협동과정 박사

접수일(2014년 2월 3일), 수정일(2014년 2월 27일), 게재확정일(2014년 3월 10일)

I. 서론

오늘날 우리나라에서 문화콘텐츠는 ‘돈 버는 수단’ 내지는 ‘디지털 결과물’ 정도로 간주하게 되는 경우가 많다.¹⁾ 왜냐하면 문화콘텐츠는 2000년대 초, 우리나라의 국가경제를 부흥시킬 성장동력이 필요하던 시기에 디지털 환경을 통해 그 동력을 찾는 과정에서 성립된 것이기 때문이다.

그러나 문화콘텐츠를 다루는 학계와 지자체에서는, 시간이 흐를수록 문화콘텐츠를 그 좁은 인식의 틀에 가두지 않고 있다. 이들은 문화콘텐츠가 경제적 부가가치의 수단이자 디지털 결과물이라는 인식에서 나아가, 문화적 부가가치와 비디지털적인 결과물까지도 함께 아우르는 쪽으로 인식의 지평을 넓히고 있다.²⁾

이와 관련하여 필자는 기존 문화콘텐츠 개념이 지닌 한계를 극복하는 학술적인 기반을 만들고자, ‘지자체 문화콘텐츠’의 개념을 독자적으로 정의하고³⁾ 그에 따른 ‘멀티유즈 구성체계’를 정립하였다.⁴⁾ 그런데 이 두 연구에서는 논리적 준거에 의한 용어의 개념정의 및 개발

- 1) 『문화산업진흥기본법』 제1장 제2조 3항의 내용에 따르면 “콘텐츠란 부호, 문자, 도형, 색채, 음성, 음향, 이미지 및 영상 등의 자료 또는 정보를 말한다”고 명시하고 있다. 그리고 같은 조 4항에는 “문화콘텐츠란 문화적 요소가 체화된 콘텐츠를 말한다”고 명시하고 있다. 이 법의 취지와 명시된 내용을 종합하면, 문화콘텐츠는 ‘문화산업을 전제로 디지털 환경에서 문화적 요소가 체화된 콘텐츠’로 해석할 수 있다. 이와 관련하여 문화체육관광부의 2013년 ‘주요업무계획’과 한국콘텐츠진흥원의 2013년 ‘사업안내’를 보면, 중앙정부가 집중적으로 다루는 콘텐츠 분야가 흥행성을 고려한 디지털콘텐츠라는 것을 알 수 있다. 지자체의 경우, ‘경기도’는 지자체의 문화콘텐츠 개발방향을 중앙정부와 동일하게 설정하고 『경기도 문화콘텐츠산업 진흥 조례』를 2008년 12월 30일에 제정하였다. 그리고 현재 도청의 문화관광국 안에 문화산업과를 설치하여 디지털콘텐츠 중심의 활성화 사업을 수행하고 있다. 또한 경기콘텐츠진흥원을 별도로 설치하여 디지털콘텐츠 관련 산업기반을 조성하기 위한 사업들을 펼치고 있다. 이런 전체적인 방향에서 경기도 ‘부천시’는 시청의 복지문화국 안에 문화콘텐츠과를 설치하여 중앙정부 및 경기도와 마찬가지로 디지털콘텐츠 중심의 사업을 진행하고 있다.
- 2) 정창권은 『문화콘텐츠 스토리텔링』에서 문화콘텐츠를 엔터테인먼트, 인포메이션, 비즈니스, 일상생활 등 네 영역에 총 28가지 유형을 제시하였다(정창권, 『문화콘텐츠 스토리텔링』, 북코리아, 2008, 39쪽). 그리고 (사)한국콘텐츠학회는 학술연구의 공식영역 중 ‘콘텐츠 응용’ 분야를 보건콘텐츠, 토목콘텐츠, 국방콘텐츠를 비롯하여 13개 콘텐츠 분야로 세분화하고, 그 안에 디지털과 비디지털을 총망라한 다양한 하위항목을 두고 있다(한국콘텐츠학회홈페이지 <http://www.koreacontents.or.kr>).
- 3) 필자는 지방자치단체에서 개발되는 문화콘텐츠 즉 ‘지자체 문화콘텐츠’를 개념정의하는 데 있어, 그 요소가 기존 개념과 달리 지자체와 민간, 경제와 문화, 디지털과 비디지털 등으로 구성되어야 바람직하다고 주장하였다. 그리고 이 요소들을 모두 수렴하여 지자체 문화콘텐츠의 개념을 ‘지역이라는 행정구역 안에서 지역문화를 소재로, 지자체와 민간의 상생을 통한 문화·경제적 부흥을 이루기 위해, 디지털과 비디지털 매체를 함께 활용해서 개발되는 다양한 콘텐츠’로 정의하였다(김진형, 『지방자치단체 문화콘텐츠의 개념과 OSMU가 치실현 방안』, 『비교민속학』 44, 비교민속학회, 2011, 284쪽).
- 4) 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 구성체계 내용에 따르면, 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 전략은 크게 ‘OSMU(One Source Multi Use)’와 ‘MSMU(Multi Source Multi Use)’로 나누어진다. 여기서 OSMU는 ‘OUSMU(One Unit Source Multi Use)’와 ‘OTSMMU(One Type Source Multi Use)’로, MSMU는 ‘MUSMU(Multi Unit Source Multi Use)’와 ‘MTSMU(Multi Type Source Multi Use)’로 각각 이분화 된다. 그리고 이분화를 통해 나누어진 멀티유즈의 네 가지 세부전략은 ‘단수형’과 ‘복수형’으로 다시 이분화 되는 것이다. 멀티유즈 구성체계의 적용대상을 고려해 볼 때, OSMU는 지역의 전통문화자원을 지자체 문화콘텐츠로 개발하는 전략, MSMU의 경우는 OSMU화 된 지자체 문화콘텐츠의 홍보마케팅

체계 도출에 무게중심을 실은 나머지, 연구의 설득력을 얻는 데 필요한 문화콘텐츠 멀티유즈화의 현장맥락은 풍부하게 담아내지 못했다. 그렇기 때문에 이를 통해 지자체 문화콘텐츠의 실질적인 개발상황과 그에 따른 특징을 이해하기는 어렵다. 따라서 지자체 문화콘텐츠에 대한 학술적인 이해가 앞으로는 텍스트 기반의 개념 및 구조적 이해에서, 콘텍스트 기반의 현장론적 이해로 확대될 필요가 있다.

그동안 국내에서 이루어진 지자체의 문화콘텐츠사업에 관한 기획 및 개발 관련 연구는 주로 문화콘텐츠학, 커뮤니케이션학, 행정학, 국문학, 인류학, 민속학 분야에서 다양하게 이루어졌다. 여기서의 연구경향은 크게 정책연구, 전략연구, 개념연구, 문화연구 등 네 가지로 구분된다.

먼저 '정책연구'에서는 정부의 문화콘텐츠산업 진흥을 위해 지자체가 협력할 수 있는 거시적인 방안,⁵⁾ 지자체가 정부의 문화콘텐츠산업과 같은 방향으로 경제를 활성화시킬 수 있는 행정적·정책적 방안,⁶⁾ 애니메이션을 활용하여 지역문화콘텐츠를 활성화하고자 할 때 정부, 지자체, 기업, 학계가 해야 할 역할⁷⁾ 등을 제시하였다.

'전략연구'에서는 지역사회가 보유한 전통문화자원을 활용하여 예술문화콘텐츠, 교육문화콘텐츠, 생활문화콘텐츠로 개발하는 전략적 방안,⁸⁾ 지역문화자원 기반의 문화콘텐츠 전략개발에 필요한 목표, 방향, 기본전략을 수립하는 방안,⁹⁾ 지방분권화 이후 지자체의 문화콘텐츠산업을 활용한 도시 마케팅 모델¹⁰⁾ 등을 제시하였다.

'개념연구'에서는 지역의 문화자원이 지역적 맥락을 토대로 개발된 결과물이라는 지역문화콘텐츠의 개념,¹¹⁾ 농촌이 보유한 문화의 원형과 문화적 요소를 찾아내고 그것을 새로운 표현물로 창작해내는 것이라는 농촌문화콘텐츠의 개념,¹²⁾ 향토문화의 일부분을 디지털화시킨 텍스트라는 향토문화콘텐츠의 개념¹³⁾ 등이 그동안 정의되었다.

콘텐츠를 개발하는 전략으로 사용하는 것이 적합하다는 결론이 나왔다(김진형, 『지방문화콘텐츠의 전략적 개발을 위한 멀티유즈(Multi Use) 구성체계』, 『비교민속학』 50, 비교민속학회, 2013).

- 5) 이승현, 『한국 문화콘텐츠 정체성 확립과 지역협력에 관한 연구』, 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문, 2004.
- 6) 최성규, 『문화콘텐츠산업 육성을 위한 지방자치단체의 역할』, 경북대학교 행정대학원 석사학위논문, 2008.
- 7) 원정환, 『지역문화콘텐츠 활성화 방안에 대한 연구 -애니메이션을 중심으로-』, 연세대학교 커뮤니케이션대학원 석사학위논문, 2008.
- 8) 전미경, 『전통문화자원을 활용한 문화콘텐츠 개발에 관한 연구 -안동지역 예술·교육·생활문화 콘텐츠를 중심으로-』, 영남대학교 대학원 박사학위논문, 2011.
- 9) 설연수, 『지역 문화자원을 활용한 문화콘텐츠 개발 전략 연구』, 전남대학교 문화전문대학원 석사학위논문, 2012.
- 10) 김동규, 『지방분권화 이후 도시 마케팅을 위한 문화콘텐츠산업 육성방안에 관한 연구 -창조적인 안산시 문화도시 모델-』, 한양대학교 행정대학원 석사학위논문, 2007.
- 11) 류정아, 『지역문화콘텐츠 개발의 이론과 실제 -축제를 중심으로-』, 『인문콘텐츠』 8, 인문콘텐츠학회, 2006, 39-57쪽.
- 12) 윤유석, 『농촌 활성화를 위한 문화콘텐츠 개발 방안』, 『인문콘텐츠』 21, 인문콘텐츠학회, 2011, 113쪽.
- 13) 윤희진, 『향토문화콘텐츠 제작을 위한 스토리텔링 방법 연구』, 인하대학교 대학원 석사학위논문, 2011.

‘문화연구’에서는 주로 지역의 문화원형으로서 전통문화 기반의 유·무형 문화유산을 문화콘텐츠 개발의 소재로 다루었다. 이 분야의 연구에서는 민속문화 기반의 문화자원을 문화콘텐츠로 개발할 때 요구되는 단계별 과정,¹⁴⁾ 전통문화 전반을 문화콘텐츠산업에 활용하는 거시적 방향,¹⁵⁾ 한국 세시풍속을 현대적으로 계승하기 위해 문화콘텐츠화 하는 방안¹⁶⁾ 등을 제시하였다.

지금까지 검토한 선행연구들의 공통점은 문화콘텐츠 개념을 디지털콘텐츠에만 한정하는 것이 아니라, 비디지털콘텐츠까지 아우르는 확장된 개념으로 사용하고 있다는 점이다. 그리고 지자체의 문화콘텐츠 개발에 경제적 가치만 주목하는 것이 아니라, 문화적 가치도 주목하고 있다는 점이다. 또한 지역의 문화자원을 활용한 지자체의 문화콘텐츠 개발이 성공하기 위해서는 멀티유즈 방식으로 접근해야 한다는 것을 직·간접적으로 말하고 있기도 하다. 그러나 이 연구들의 공통적인 아쉬움은, 지자체에서 문화콘텐츠사업이 개발되는 현장의 맥락적 분석과 그에 따른 개발원리 정립은 시도되지 못했다는 점이다.

이 연구의 핵심은 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 개발현장에 대한 전국적인 양상과 의미를 파악하고, 그 내용을 기반으로 정형화된 멀티유즈 육성원리를 도출하는 것이다. 그리고 이러한 논리가 적용된 문화콘텐츠 개발의 지역문화적 가치와 파급효과를 제시하는 것이다.

필자는 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 개발현장을 파악하기 위해, 지자체의 문화콘텐츠 개발과정에 나타나는 ‘멀티유즈화 현상’을 주목한다. 국내를 중심으로 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화 현상이 나타나는 10개 지자체를 선정한 다음, 현장의 맥락적 분석차원에서 멀티유즈화 현상의 구체적인 내용을 파악한다. 그리고 그 결과를 바탕으로 지자체 문화콘텐츠의 유형, 멀티유즈화 현상의 보편적 의미, 멀티유즈 핵심유형 및 육성원리 등을 도출하고자 한다. 마지막으로, 이러한 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화가 가지는 지역문화적 가치와 파급효과를 선행분석 내용에 따른 귀납적인 방법으로 제시하겠다.

14) 이윤선, 『민속문화 기반의 문화콘텐츠 기획론』, 민속원, 2006.

15) 이창식, 『전통문화와 문화콘텐츠』, 역락, 2008.

16) 최명림, 『한국 세시풍속의 변화와 문화콘텐츠화 연구』, 전남대학교 대학원 박사학위논문, 2003.

II. 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화 현상과 그 의미

1. 지자체 문화콘텐츠 멀티유즈화 현상의 국내사례

문화콘텐츠의 멀티유즈화 현상이란, 문화콘텐츠를 개발할 때 멀티유즈 전략을 적용시키지 않았음에도 불구하고, 개발과정에서 원천자료를 중심으로 멀티유즈화가 일어나는 것을 말한다. 이것은 관찰자가 문화콘텐츠에 대한 멀티유즈적인 시각을 사전에 확보한 상태에서 일정한 문화콘텐츠의 개발체계를 다각도로 살펴볼 때 발견되는 현상이다.

현재 우리나라의 지자체는 지방자치제 실시 후 지금까지 자신들의 지역을 홍보하기 위해 지역문화의 상징화 작업을 대대적으로 전개하고 있다. 그 과정에서 지역의 역사인물과 문화유산을 지역문화의 대표상징으로 설정하는 곳이 많았는데, 주로 이런 지역을 중심으로 문화콘텐츠의 멀티유즈화 현상이 생겨났다.

국내에 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화 현상이 나타나는 지역은 전국적으로 분포하고 있다. 그러나 이 현상이 나타나는 지역의 정확한 분포수치는 정부차원에서 전국의 지자체를 대상으로 통계조사를 실시하지 않고서는 확인할 수가 없다. 하지만 본고에서는 멀티유즈화 현상의 일반적인 내용과 의미를 파악하는 것이 목적이기 때문에, 정확한 통계수치를 확인할 필요는 없다.

필자는 이 현상에 대한 전국단위의 분석결과를 얻기 위해, 크게 두 가지를 기준으로 조사지를 선정하였다. 첫째로 유네스코 지정 문화유산을 원천자료로 삼아 대규모 문화관광개발을 한 국내 지자체, 둘째로 역사인물이나 문화유산을 원천자료로 삼아 다양한 유형의 지자체 문화콘텐츠를 개발하여 언론에 주목받은 국내 지자체 등이 그것이다. 이 두 기준을 모두 충족하거나, 그 중 하나를 충족한 지자체를 조사 후보지로 선정하였다. 이 후보지를 대상으로 연구자료, 문헌자료, 인터넷자료를 검토하여 원천자료에 따른 멀티유즈화 양상을 파악하였다. 그 결과, 우수한 원천자료와 그 내용이 연계콘텐츠에 잘 반영된 10개의 조사지를 아래와 같이 최종 선정하였으며, 이 지역을 대상으로 현지조사를 실시하였다.

〈표 1〉 선정된 조사지 및 원천자료의 현황

조사지명		원천자료명
도명	지역명	
경기도	수원시	수원화성
	안성시	바우덕이
강원도	영월군	김삿갓
충청북도	단양군	온달
충청남도	부여군	백제금동대향로
경상북도	안동시	하회별신굿탈놀이
	영주시	선비문화
경상남도	통영시	이순신
전라북도	남원시	춘향
전라남도	장성군	홍길동

위 10개 조사지의 지자체 문화콘텐츠에 대한 멀티유즈화 현상과와 결과를 정리하면, 아래의 표와 같다.

〈표 2〉 지자체 문화콘텐츠 멀티유즈화 현상의 내용 분석표

도명	지역명	원천 자료명	멀티유즈의 현상내용			
			지자체 주도 콘텐츠		민간 주도 콘텐츠	
			유형명	명칭	유형명	명칭
경기도	수원시	수원화성	축제	수원화성문화제, 수원화성국제연극제	출판	『만화로 배우는 수원화성 바로알기』 외 1권
			공연	뮤지컬 정조대왕, 뮤지컬 화성에서 꿈꾸다, 정조대왕능행차연시, 장용영수위의식, 무예24기		
			전시	수원화성박물관	기념품	수원화성에 관련된 필통, 명함통, 손수건 의 다수
			교육	수원화성박물관 교육프로그램		
			영상	3D 애니메이션 '화성이와 함께 하는 수원화성 여행'		
문화 디자인	수원시 공식심볼, 도심지내 수원화성 디자인					

(계속)

도명	지역명	원천 자료명	멀티유즈의 현상내용			
			지자체 주도 콘텐츠		민간 주도 콘텐츠	
			유형명	명칭	유형명	명칭
경기도	안성시	바우덕이	축제	안성남사당 바우덕이축제	없음	없음
			공연	안성시립바우덕이 풍물단 상설공연		
			교육	안성시립바우덕이풍 물단 전통문화 체험교실		
			테마파크	안성맞춤랜드		
			문화디자인	남사당놀이 거리벽화		
			캐릭터	안성시 공식캐릭터 바우덕이		
강원도	영월군	김삿갓	축제	김삿갓문화제	교육	김삿갓마을 체험프로그램
			전시	난고 김삿갓 문학관		
			테마파크	김삿갓문학공원	기념품	김삿갓 나무인형, 김삿갓 돌인형, 대나무삿갓 등
			문화디자인	김삿갓동상, 김삿갓벽화, 김삿갓시비		
			캐릭터	김삿갓캐릭터	출판	『소설 김삿갓 바람처럼 흐르는 구름처럼』 외 2권
충청 북도	단양군	온달	축제	온달문화축제	없음	없음
			전시	온달테마파크 내 '온달관'		
			테마파크	온달관광지		
			캐릭터	온달과 평강		
충청 남도	부여군	백제금동 대향로	축제	제59회 백제문화제 '금동대향로의 세계'	기념품	향로모형, 향로촛대, 문진, 거울 등
			공연	마당극 '백제금동대향로 천일간의 탄생이야기'		
			전시	국립부여박물관 '국보유물', 국립부여박물관 '어린이박물관'		
			교육	국립부여박물관 '수요문화아카데미', 국립부여박물관 '백제문양체험교실'		

(계속)

도명	지역명	원천 자료명	멀티유즈의 현상내용			
			지자체 주도 콘텐츠		민간 주도 콘텐츠	
			유형명	명칭	유형명	명칭
충청 남도	부여군	백제금동 대향로	영상	국립부여박물관 '백제금동대향로 설명영상', 부여군청 홈페이지 '발굴 10주년 백제금동대향로 설명영상'	기념품	향로모형, 향로촛대, 문진, 거울 등
			문화 디자인	지역 내 향로 및 봉황디자인		
			가상현실	부여군청 홈페이지 '백제금동대향로 디지털재현관'		
			캐릭터	금동이, 금이와 동이, 금동브라더스		
경상북 도	안동시	하회 별신굿 탈놀이	축제	안동국제탈춤 페스티벌	게임	하회탈 조각 맞추기, 하회탈 숨은 그림찾기
			공연	하회별신굿탈놀이 원작공연, 실경뮤지컬 부용지애, 창작오페라 이매탈	애니 메이션	하회탈 유래전설 애니메이션
			전시	하회세계탈박물관, 전통문화콘텐츠박물 관의 하회탈춤 UCC	모바일	하회탈 벨소리, 하회탈 컬러링
			교육	하회탈춤교육	기념품	하회탈 관련 가면장식품, 목걸이, 인형 외 다수
			테마파크	탈춤공원		
			문화 디자인	도심지 내 양반탈 디자인	식품	하회탈빵, 하회탈 초콜릿, 안동참마보리빵, 안동참마쌀국수
	영주시	선비문화	축제	영주선비문화축제	없음	없음
			공연	창작뮤지컬 '선비고을찬가'		
			전시	선비촌, 소수박물관		
			교육	선비문화수련원, 선비촌체험교육		
			테마파크	선비촌		
캐릭터			영주시 공식캐릭터 '영주도령'			

(계속)

도명	지역명	원천 자료명	멀티유즈의 현상내용			
			지자체 주도 콘텐츠		민간 주도 콘텐츠	
			유형명	명칭	유형명	명칭
경상 남도	통영시	이순신	축제	통영한산대첩축제	식품	이순신꿀빵, 거북선꿀빵, 생 이순신막걸리 1592
			공연	창작뮤지컬 이순신		
			전시	통영시향토역사관, 문화마당 거북선 및 판옥선 모형, 거북선문화재연구소 전시물		
			교육	이순신리더십 아카데미, 거북선문화재연구소 거북선모형체험		
			가상현실	사이버해전체험관, 사이버거북선체험관		
			테마파크	이순신공원		
전라 북도	남원시	춘향	축제	남원춘향제	식품	남원 춘향골 생 막걸리, 남원 춘향골 생 동동주, 식품브랜드 '춘향에인'
			공연	창극 춘향전, 판소리 김세종제 춘향가, 뮤지컬 가인춘향, 신관사또부임행차		
			전시	남원향토박물관 '춘향 기획전', 광한루원 내 '춘향관'		
			교육	춘향테마파크 내 '춘향 몽룡 의복체험' 및 '춘향전 판소리 체험'		
			테마파크	춘향테마파크		
			캐릭터	남원시 공식캐릭터 '성춘향과 이도령'		
전라 남도	장성군	홍길동	축제	장성홍길동축제	없음	없음
			전시	홍길동 생가, 홍길동 전시관		
			테마파크	홍길동테마파크		
			영상	홍길동 4D 영상관		
			캐릭터	홍길동 캐릭터		
			기념품	홍길동 애니메이션 캐릭터상품		

2. 지자체 문화콘텐츠의 특징별 유형분류

위 표에서 정리된 내용을 종합하면, 지자체 문화콘텐츠는 특징에 따라 크게 세 가지 기준으로 유형을 분류할 수 있다. 첫째로 개발주체의 특징에 따라 분류하는 것, 둘째로 멀티유즈의 특징에 따라 분류하는 것, 셋째로 원천자료의 특징에 따라 분류하는 것이다.

첫째 기준으로 분류해 보면, 지자체 주도형,¹⁷⁾ 민간 주도형, 지자체와 민간의 공동주도형으로 구분할 수 있다. 둘째 기준으로 분류해 보면, 축제 선도형, 테마파크 선도형, 축제와 테마파크의 병행선도형, 전시 선도형으로 구분할 수 있다. 셋째 기준으로 분류해 보면, 인물 활용형, 무형문화재 활용형, 유형문화재 활용형, 문화유형 활용형으로 구분할 수 있다.

1) 개발주체의 특징에 따른 분류

(1) 지자체 주도형

지자체 주도형은 지자체 문화콘텐츠의 기획, 개발, 운영을 지자체가 주도하는 유형이다. 경기도 안성시, 충청북도 단양군, 경상북도 영주시, 전라남도 장성군의 사례가 대표적이다. 이 지역들에서 개발된 지자체 문화콘텐츠는 그 유형이 지자체에 의해 생산된 지자체 주도 콘텐츠만 있을 뿐, 민간에서 주도하는 민간 주도 콘텐츠는 없다.

지자체 주도형은 지자체와 민간의 공동주도형으로 가는 초기단계라 할 수 있다. 지자체 문화콘텐츠는 그 개발을 처음에는 지자체가 주도하지만, 운영과정에서 지자체는 민간과의 협력에 대한 필요성이 대두되며, 최종적으로는 양자가 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 유형을 함께 만들어나가게 된다.

(2) 민간 주도형

민간 주도형은 지자체 문화콘텐츠의 기획, 개발, 운영을 민간이 주도하는 유형이다. 민간 주도형은 지역사회의 민간에 의해 생산된 민간 주도 콘텐츠만 있을 뿐, 지자체 주도 콘텐츠가 없는 경우를 말한다. 현재 국내 지자체에서는 지방자치제 실시 후부터 이러한 양상이 나타나는 곳을 찾아볼 수 없다. 다만 과거 전라북도 남원에서 1931년부터 1949년까지 운영되었던 춘향제 사례를¹⁸⁾ 통해 이 유형의 양상을 짐작해 볼 수 있다.

17) 지역사업에서 '지자체 주도'와 '민간 주도'는 상황에 따라 모호하게 나타나는 경우가 있으므로 구체적인 범주 설정을 하고자 한다. 먼저 '지자체 주도'의 범주는 두 가지로 설정한다. 첫째로 지자체 소속 공무원이 직접 사업을 기획·개발·운영하는 형태, 둘째로 지자체 예산으로 조직 및 운영기반을 구축하고 지자체 공무원의 관리를 받는 '추진위원회', '조직위원회', '운영위원회', '협회' 등이 사업을 기획·개발·운영하는 형태 등이 그것이다. 다음으로 '민간 주도'의 범주는 지역사회의 일반인, 민간전문가, 지역유지 등과 같은 민간층이 사업을 기획·개발·운영하는 형태로 설정한다.

18) 김기형은 남원 춘향제의 변모과정을 크게 '1기: 권번 소속 기생 및 한량 주도기(1931년-1949년)', '2기:

남원의 춘향제는 국내에서 역사가 가장 오래된 축제콘텐츠로, 2013년까지 총 83회가 개최되었다. 이 중 1회부터 19회까지는 지역사회의 민간층인 양로당(養老堂) 회원,¹⁹⁾ 한량, 권번의 기생 등이 주도하여 춘향제를 이끌었다.²⁰⁾ 지역사회의 민간에 의해 춘향 기반의 축제콘텐츠가 연행되었고, 축제콘텐츠를 운영하는 가운데 '춘향가' 판소리 등의 공연콘텐츠도 함께 연행되었다. 이 시기에 남원의 춘향 관련 문화콘텐츠는 민간에 의해 주도되는 축제콘텐츠와 공연콘텐츠만이 있었을 뿐, 다른 문화콘텐츠 유형은 존재하지 않았다. 그래서 당시 남원의 춘향 관련 문화콘텐츠는 민간 주도형이었다고 할 수 있다.

(3) 지자체와 민간의 공동주도형

지자체와 민간의 공동주도형은 지자체 문화콘텐츠 개발에 활용되는 여러 연계콘텐츠를 지자체와 민간이 나누어 개발하고, 전체적으로는 공동주도의 모습을 이루는 유형이다. 경기도 수원시, 강원도 영월군, 충청남도 부여군, 경상북도 안동시, 경상남도 통영시, 전라북도 남원시의 사례가 대표적이다. 이 지역들에서 개발된 지자체 문화콘텐츠를 보면, 지자체 주도 콘텐츠와 민간 주도 콘텐츠가 함께 나타나는 것을 알 수 있다.

지자체와 민간의 공동주도형은 지자체 문화콘텐츠 개발의 이상적인 형태이다. 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발과정에서 지자체는 지자체 주도 콘텐츠를 개발 및 운영하여 지역의 문화기반을 강화시켜 나가고, 지역의 민간에서는 그 기반아래 민간 주도 콘텐츠를 개발 및 운영하여 지역의 경제부흥에 일조하는 '상생의 국면'을 이룰 수 있기 때문이다.

그런데 지자체와 민간의 공동주도형은 처음부터 이러한 형태로 시작된 것이 아니다. 처음에는 지자체 주도형으로 운영하면서 지역 내 문화기반을 조성하였으며, 그 뒤 민간 주도 콘텐츠 개발이 함께 이루어지도록 지자체가 지역의 민간사업자들을 수용했기 때문에 그러한 모습을 이루는 것이다.

관 주도기(1950년-1985년)', '3기: 민간 주도기(1986년-현재)' 등 세 시기로 구분하였다(김기형, 『춘향제의 성립과 축제의 성격의 변모과정』, 『민속학연구』 13, 국립민속박물관, 2003, 12-13쪽). 여기서 1기의 경우, 기생과 한량이 시기상으로 민간층에 해당하는 까닭에 민간 주도기로도 볼 수 있다. 특히 주목할 것은 춘향을 원천자료로 한 문화콘텐츠의 멀티유즈 관점으로 봤을 때, 1기는 민간 주도 콘텐츠로만 이루어져 있던 시기인데 반해, 3기의 경우에는 춘향에 관련된 여러 문화콘텐츠 유형들이 지자체와 민간이 함께 개발해 나가는 구도를 취하는 시기라 할 수 있다.

19) 양로당이란, 조선시대 이서(吏胥)와 무임(武任)의 퇴임자들로 구성된 비슷한 연령대의 사적 집단으로 자신들의 가계나 집단의 이익을 유지하기 위해 결성되었다. 양로당의 역사는 임진왜란 이후로 거슬러 올라가 약 3백년의 전통을 가지고 있으며, 이들은 군현 단위의 제례 및 신앙을 집행하는 등 지역사회에 일정한 영향력을 행사하였다(유목화, 『춘향의 이미지 생산과 문화적 정립』, 『실천민속학연구』 19, 실천민속학회, 2012, 9쪽 재인용).

20) 김기형, 위의 글, 13쪽.

2) 멀티유즈의 특징에 따른 분류

(1) 축제 선도형

축제 선도형은 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계에서 축제콘텐츠 개발이 선행되어 나머지 콘텐츠들을 이끌어 가는 유형이다. 경기도 수원시의 수원화성문화제, 경상북도 안동시의 안동국제탈춤페스티벌, 경상남도 통영시의 통영한산대첩축제가 대표적인 사례이다. 이들 지역에서 개발된 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계를 보면, 지자체가 여러 콘텐츠 유형 중에서도 축제를 집중적으로 육성시켜 지역민의 활발한 참여와 대규모 관광객 유치에 나선다. 축제를 보러온 사람들에게 기본적으로 축제체험을 하게 한 뒤, 나머지 콘텐츠 유형을 부수적으로 체험하도록 간접적인 유도를 한다. 따라서 축제 선도형으로 된 지자체 문화콘텐츠 중 축제콘텐츠는 멀티유즈 체계 안에서 거점이 된다.

(2) 테마파크 선도형

테마파크 선도형은 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계에서 테마파크 개발이 선행되어 나머지 콘텐츠들을 이끌어가는 유형이다. 충청북도 단양군의 온달테마파크, 경상북도 영주시의 선비촌, 전라남도 장성군의 흥길동테마파크가 대표적인 사례이다.

이 지역들에서 개발된 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계를 보면, 테마파크를 지자체 문화콘텐츠 운영의 중심축으로 설정하고, 테마파크 안에 나머지 콘텐츠 유형을 개발해서 운영하는 형태를 띤다. 따라서 이 지자체들은 테마파크 마케팅만 할지라도 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 전체유형을 대외적으로 홍보하는 효과를 거둘 수 있다.

(3) 축제와 테마파크의 병행선도형

축제와 테마파크의 병행선도형은 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계에서 축제와 테마파크를 중점적으로 개발하여 나머지 콘텐츠들을 이끌어가는 유형이다. 이 유형은 축제와 테마파크가, 콘텐츠 규모 및 대외적 호응도 면에서 우열을 가리기 힘들 정도로 균등하게 발달되었다. 비록 축제가 테마파크 안에서 이루어지더라도 그것은 테마파크의 부수적 행사가 아니라, 테마파크에 버금가는 문화적 위상을 지닌다. 경기도 안성시의 안성남사당바우덕이축제와 안성맞춤랜드, 강원도 영월군의 김삿갓축제와 김삿갓문학공원, 전라북도 남원시의 남원춘향제와 춘향테마파크가 대표적인 사례이다.

(4) 전시 선도형

전시 선도형은 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계에서 전시콘텐츠 개발이 선행되어 나머지 콘텐츠들을 이끌어가는 유형이다. 이 유형은 지자체 문화콘텐츠 개발사례 중 드물게 나타나는데, 충청남도 부여군의 백제금동대향로가 대표적인 사례이다. 부여군의 지자체 문화콘텐츠 개발사례를 보면, 예술적 가치가 세계 최고수준인 국보유물을 지자체의 대표 전시콘텐츠로 개발해서 운영하고 있다. 그리고 이 전시콘텐츠를 응용한 다른 콘텐츠 유형을 부가적으로 개발해서 보조적인 역할을 하고 있다.

3) 원천자료의 특징에 따른 분류

(1) 인물 활용형

인물 활용형은 지자체 문화콘텐츠의 원천자료를 지역에 관련된 인물로 설정하는 유형이다. 지역 출신의 실존인물, 외부인이지만 그 지역에 역사적 사건을 벌인 실존인물, 지역의 전설 및 문학작품의 주인공 등이 자신의 이야기와 함께 지자체 문화콘텐츠의 원천자료가 된다. 경기도 안성시의 바우덕이, 강원도 영월군의 김삿갓, 충청북도 단양군의 온달, 경상남도 통영시의 이순신, 전라북도 남원시의 춘향, 전라남도 장성군의 홍길동이 대표적인 사례이다.²¹⁾

인물 활용형으로 지자체 문화콘텐츠를 개발한 지역은 멀티유즈화된 결과물을 가지고 그 인물의 행위에 나타난 시대적 가치, 그리고 지역과의 친연성을 대외적으로 알리고자 노력한다. 지자체는 그러한 노력으로 '인물의 고장'이라는 상징성을 획득할 수 있게 된다.

(2) 무형문화재 활용형

무형문화재 활용형은 지자체 문화콘텐츠의 원천자료를 지역에 전승되는 무형문화재로 설정하는 유형이다. 자신들의 지역에 전승되는 민속극, 무당굿, 민속놀이 등이 지자체 문화콘텐츠의 원천자료가 된다. 경상북도 안동시의 하회별신굿탈놀이가 대표적인 사례이다.

무형문화재 활용형으로 지자체 문화콘텐츠를 개발한 지역은 멀티유즈화된 결과물을 가지고, 원천자료에 담긴 예술적 가치와 그것이 담고 있는 문화적 우수성을 대외적으로 알리고자 노력한다. 지자체는 그러한 노력으로 '문화예술의 고장'이라는 상징성을 획득할 수 있게 된다.

21) 안성시의 바우덕이와 단양군의 온달은 '전설의 주인공', 영월군의 김삿갓은 '지역출신의 실존인물', 통영시의 이순신과 장성군의 홍길동은 '지역에 역사적 사건을 벌인 실존인물', 남원시의 춘향은 '문학작품의 주인공'이다.

(3) 유형문화재 활용형

유형문화재 활용형은 지자체 문화콘텐츠의 원천자료를 지역이 보유한 유형문화재로 설정하는 유형이다. 유형문화재 활용형을 따르는 지자체는 지역이 보유한 유형문화재들 중 국가적 측면에서 역사적·문화적 가치가 가장 높은 것을 원천자료로 설정한다. 경기도 수원시의 수원화성, 충청남도 부여군의 백제금동대향로가 대표적인 사례이다.

유형문화재 활용형으로 지자체 문화콘텐츠를 개발한 지역은 멀티유즈화된 결과물을 가지고, 원천자료가 지닌 역사적 맥락, 제작기법의 우수성, 문화재로서 희귀성, 예술적 가치 등을 대외적으로 알리고자 노력한다. 지자체는 그러한 노력을 통해 다른 지역에서는 볼 수 없는 '고귀한 물질유산을 창조한 고장'이라는 지역적 의미를 구축할 수 있게 된다.

(4) 문화유형 활용형

문화유형 활용형은 지자체 문화콘텐츠의 원천자료를 지역에 전승되는 문화유형으로 설정하는 유형이다. 지역에 전승되는 문화유형으로는 지역사를 통해 형성된 민속문화, 불교문화, 유교문화와 같은 큰 범주의 문화유형과, 선비문화, 양반문화, 상민문화, 독립운동문화와 같은 작은 범주의 문화유형이 있다. 이 활용형을 따르는 지자체는 지역에 전승되는 문화유형 중 오늘날 자신들의 지역문화에 가장 영향을 끼치는 것을 원천자료로 설정한다. 경상북도 영주시의 선비문화가 대표적인 사례이다.

문화유형 활용형으로 지자체 문화콘텐츠를 개발한 지역은, 멀티유즈화된 결과물을 가지고 원천자료가 지닌 지역문화로서의 정신적 가치와, 미래의 계승문화로서 필요성을 대외적으로 알리고자 노력한다. 지자체는 그러한 노력을 통해 전통기반의 '정신문화가 발달된 고장'이라는 지역적 의미를 구축할 수 있게 된다.

3. 지자체 문화콘텐츠 멀티유즈화 현상의 보편적 의미

10개 조사지의 현지조사에 따르면, 지자체 문화콘텐츠 멀티유즈화 현상의 보편적 의미는 크게 일곱 가지로 분석된다.

첫째, 지역의 문화자원을 멀티유즈식 문화콘텐츠로 개발한 지자체는, 이것을 통해 사람들의 콘텐츠체험을 극대화시킨다. 문화산업계에서 멀티유즈 방식으로 개발된 문화콘텐츠는 경제 생산력의 극대화는 물론이며, 체험자들의 만족을 극대화시키는 역할을 한다. 문화콘텐츠 체험자는 하나의 주제를 보더라도 그 주제에 대한 자신의 체험욕구가 다양한 방식으로 존재하기 마련인데, 이것을 멀티유즈화 된 문화콘텐츠가 충족시켜 줄 수 있기 때문이다.

이것은 멀티유즈 방식으로 이루어진 지자체 문화콘텐츠도 마찬가지다. 단순관광이 아닌

지역문화의 한 단면을 이해하고자 하는 ‘목적관광’의 경우, 지역을 찾는 관광객들은 하나의 주제를 보더라도 그 주제에 관련된 관광대상물을 최대한 다양하게 보려는 성향을 보인다. 그렇기 때문에 지자체는 문화관광개발을 할 때 하나의 주제를 설정할지라도 관광대상물을 최대한 다양하게 개발하고자 노력하게 되며, 이것은 단계별 개발과정에서 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화 현상으로 표출되는 것이다. 관광대상물이 하나의 주제일지라도 다양한 유형의 지자체 문화콘텐츠로 표현된다면, 그것은 목적관광을 하는 관광객들의 문화관광 체험 욕구를 최대한 끌어올리게 된다.

둘째, 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발을 통해 지역의 문화적 정체성을 올바르게 확립시키기 위해서는, 반드시 지역을 대표할만한 독자성을 지닌 원천자료가 선정되어야 한다. 일반적으로 문화산업계에서는 문화콘텐츠 멀티유즈화의 성공여부가 원천자료의 질적 수준에 따라 결정된다. 그만큼 문화콘텐츠의 생명성을 보장하는 것이 원천자료라는 말이다. 이것은 지자체 문화콘텐츠의 경우에도 마찬가지다. 왜냐하면 멀티유즈식 개발에 대한 성공여부가 지역의 문화적 정체성이 올바르게 확립되었는가에 따라 결정되기 때문이다. 따라서 지자체 문화콘텐츠가 멀티유즈화를 통해, 지역문화의 인지도가 대외적으로 제고되고, 지역민들의 문화적 자긍심이 고취되며, 문화관광객들의 문화관광 체험장소로서 각광을 받게 되는 등 지역문화의 이로운 기능이 형성되었다면, 그것은 성공한 사업이라 할 만하다.

지자체 문화콘텐츠가 이렇게 성공하기 위해서는 지역의 문화적 우수성과 특징을 확연하게 드러낼만한 원천자료를 설정하는 것이 기본이다. 앞서 분석한 10개 조사지에서 선정된 원천자료를 정리해 보면, 수원/화성, 안성/바우덕이, 영월/김삿갓, 단양/온달, 부여/백제금동대향로, 안동/하회별신굿탈놀이, 영주/선비, 통영/이순신, 남원/춘향, 장성/홍길동 등으로 이루어져 있다. 여기에 나타나 있는 원천자료는 모두 지역의 유·무형 문화유산이다. 지자체가 지자체 문화콘텐츠의 원천자료를 지역의 유·무형 문화유산으로 설정한 이유는, 다른 지역에서는 볼 수 없는 그 지역만의 문화적 특징과 그에 따른 우수성을 대외적으로 표출하고 싶기 때문이다. 그로 인해 10개의 조사지는 현재 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화를 통해 제각기 독창적인 문화적 상징성과²²⁾ 우수성을 알리는 기능을 발휘하고 있는 셈이다.

셋째, 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발은 ‘서사적 이야기’가 있는 원천자료를 활용했을 때 효과적으로 실현될 수 있다. 10개의 조사지에 설정된 원천자료를 보면, 부여군과 영주시를 제외한 나머지 지역의 원천자료는 모두 그 안에 서사적 이야기가 포함되어 있다. 수원시는 수원화성에 관련된 정조의 역사실화, 안성시는 바우덕이에 관련된 전설, 영월군은

22) 지자체 문화콘텐츠를 통해 발휘되는 10개 조사지의 문화적 상징성을 보면, 수원시는 ‘효’, 안성시는 ‘남사당의 본산’, 영월군은 ‘해학과 풍류’, 단양군은 ‘고구려의 기상’, 부여군은 ‘찬란한 백제예술’, 안동시는 ‘민속문화’, 영주시는 ‘선비문화’, 통영시는 ‘불굴의 정신’, 남원시는 ‘사랑’, 장성군은 ‘어린이들의 꿈’ 등을 대체적으로 표출하고 있다.

김삿갓에 관련된 역사일화, 단양군은 온달에 관련된 전설, 안동시는 하회별신굿의 유래전설과 탈놀이 사설, 통영시는 이순신에 관련된 역사실화, 남원시는 춘향을 주인공으로 하는 고소설 내용과 판소리 사설, 장성군은 홍길동에 관련된 고소설 내용과 역사일화 등이 원천자료 범주 안에 포함되어 있다. 조사지에서 활용된 전설, 역사실화, 고소설, 판소리, 민속극 등은 모두 서사성을 지닌 이야기 자료이다. 조사지의 원천자료에 제각기 포함되어 있는 서사적 이야기는 연계콘텐츠 제작에 요구되는 내용기반을 제공한다. 이것은 각 조사지의 원천자료 안에 포함된 서사적 이야기내용을 가지고 축제, 공연, 전시, 교육, 문화디자인, 테마파크, 캐릭터 등의 영역에서 창의적으로 표현되는 것을 통해 확인할 수 있다.

10개 조사지가 전통문화 기반의 원천자료를 다양한 지자체 문화콘텐츠 영역에 멀티유즈화 시킬 수 있었던 원동력은, 원천자료에 포함된 서사적 이야기이다. 이러한 서사적 이야기의 공통점은 인물, 사건, 배경이라는 세 요소가 시간의 흐름에 따라 전개된다는 것이다. 조사지의 원천자료가 주로 '인물' 중심으로 설정되는 양상은 기본적으로 인물에 얽힌 서사적 이야기를 문화콘텐츠의 내용으로 활용하기 때문에 나타난다고 할 수 있다. 만약 어느 지자체가 '동물'이나 '식물'을 원천자료로 삼아 지자체 문화콘텐츠를 개발한다고 가정하자. 동식물은 기본적으로 유래당 정도의 단편적 이야기는 있을 수 있으나, 서사적 이야기가 존재하기 어렵다. 만약 존재하더라도 그것은 지역의 맥락으로 연결되기가 어렵다. 따라서 동식물 중심의 지자체 문화콘텐츠 개발은 인접콘텐츠 영역으로 연계시키는 데 필요한 내용기반이 매우 한정적이며, 그로 인해 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발에 많은 한계가 따르게 된다.

넷째, 관광대상물로서 지자체 문화콘텐츠는 비디지털 형태로 개발되었을 때 인문학적 가치가 제고된다. 현재 10개 조사지에 개발된 지자체 주도 콘텐츠는 현실세계를 기반으로 하는 비디지털콘텐츠가 주를 이룬다. 조사지에서 개발된 지자체 문화콘텐츠들은 현실세계의 축제공간, 공연공간, 전시공간, 교육공간, 테마파크공간 등에서 구체적으로 실현되는 것으로, 체험자는 현실세계의 이것들을 직접 볼 수 있고, 냄새를 맡을 수 있으며, 현장의 생생한 소리도 직접 들을 수 있다. 이와 달리, 가상의 디지털 공간을 기반으로 하는 디지털콘텐츠는 현실세계와의 단절로 인해 실체를 직접 보지 못하며, 냄새도 못 맡고, 실제의 소리를 들을 수도 없다. 그로 인해 디지털콘텐츠는 현실세계의 아름다움, 긴장감, 역동성 등을 체험할 수가 없다.

디지털콘텐츠는 가상의 공간에 있지만, 비디지털콘텐츠는 현실의 공간에 있다. 디지털콘텐츠는 가상의 공간에 있기 때문에 인간의 정신만 들어갈 수 있고, 신체는 들어갈 수가 없다. 그러나 비디지털콘텐츠는 현실의 공간에 있기 때문에 인간의 정신과 신체가 함께 들어갈 수 있는 것이다. 가상의 디지털공간은 인간의 정신과 신체를 서로 분리시켜, 정신적

체험만 하게 함으로 신체를 단절시켜버리는 결과를 초래한다. 하지만 현실의 비디지털공간에서 이루어지는 체험은 인간의 정신과 신체가 일치되어 함께 이루어지는 것으로, 인간 안에 양분되어 있는 정신과 신체를 평등하게 느끼게 해준다. 이러한 정신과 신체의 평등은 디지털매체가 확산되기 이전, 인류사회에 꾸준히 지속되어왔던 인간행위에 대한 본연의 모습이며, 이것이 곧 현대사회에 요구되는 인문학적 가치라 할 수 있다.

다섯째, 지자체 문화콘텐츠의 연계콘텐츠는 상호의미망을 형성하여 시너지효과를 발휘한다. 문화산업계의 문화콘텐츠는 멀티유즈화를 통해 장르간 경계를 허물고 매체간 이동을 자유롭게 하여, 그에 따른 시너지효과를 꾀한다. 문화콘텐츠의 멀티유즈화는 사실 처음부터 연계콘텐츠 개발을 통해 시너지효과를 얻고자 시도되는 것이다. 위 10개 조사지에서 개발된 지자체 문화콘텐츠도 문화산업계의 멀티유즈식 문화콘텐츠와 마찬가지로, 연계콘텐츠들이 이용자의 체험과정에서 서로 연결되어 일정한 의미망을 형성한다. 하나의 주제에 대한 이용자의 관심이 점차 확대되면서 연계콘텐츠 장르 사이의 자유로운 이동을 통해, 하나의 콘텐츠 체험에서 나타나는 평면적 이해가 여러 가지 콘텐츠 체험에서 나타나는 입체적 이해로 발전하게 되는 것이다.

사람들이 축제기간에 축제연행을 보는 데만 머물지 않고, 공연과 전시를 함께 보며, 교육을 체험하고, 테마파크를 즐기며, 그 과정에서 지역 곳곳에 표현된 캐릭터와 문화디자인을 구경하게 된다. 또한 축제기간이 아니라도 테마파크를 체험하러 온 사람들은 그 안에서 운영되는 공연, 교육, 전시 등을 함께 체험할 수가 있다. 이것은 결국 하나의 문화주제에 대한 입체적 이해로 귀결되는 것이다. 이러한 문화콘텐츠 체험의 유기적 연결성은 분산된 연계콘텐츠들을 통합시키는 원리로 작용하여, 사람들로 하여금 하나의 문화주제에 대한 체험만족도를 높이게 된다.

여섯째, 민간 주도 콘텐츠를 적극적으로 개발하는 지역은 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계가 균형을 이룬다. 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계가 균형적이라는 것은, 지역사회에 지자체와 민간이 협력관계를 바탕으로 지자체 주도 콘텐츠와 민간 주도 콘텐츠를 함께 생산하여, 경제와 문화가 함께 성장하는 개발구조를 갖춘 상태를 말한다. 대표적인 예로 안동시와 수원시를 꼽을 수 있다. 이 두 지자체는 민간차원에서 출판, 식품, 기념품 등의 사업을 적극적으로 추진하고 있으며, 여기서 개발된 상품은 상당한 판매경쟁력을 확보하고 있다. 그런데 주목할 점은, 민간 주도 콘텐츠의 판매자들이 사전에 지자체와 협력관계를 맺은 뒤, 지자체 주도 콘텐츠의 문화적 강점을 민간 주도 콘텐츠 개발에 적극적으로 활용하고 있다는 점이다. 이것은 지자체의 공공시설물, 관광기반시설, 지자체 주도 콘텐츠 등과 밀착한 상태에서 민간 주도 콘텐츠를 판매하는 것으로 실현된다. 그로 인해 지자체와 민간, 문화와 경제의 지속가능한 상생이라는 지자체 문화콘텐츠 개발의 선순환 기능을 발휘하게

된다.

그런데, 이것은 바꾸어 말해 민간 주도 콘텐츠를 소극적으로 개발하는 지역의 경우, 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계에 불균형 현상이 나타날 수 있다는 점을 암시한다. 실제로 안동시와 수원시를 제외한 나머지 8개 조사지를 보면, 원천자료의 문화적 개성이 두드러지고 지자체 주도 콘텐츠의 멀티유즈화가 다양하게 이루어졌음에도 불구하고, 이를 활용한 민간 주도 콘텐츠의 개발은 전혀 없거나²³⁾ 부진한 상황이다.²⁴⁾ 특히 안성시와 장성군의 경우, 관광지에서 판매하는 원천자료 관련 문화상품은 그 저작권이 지자체에 있기 때문에, 이것은 민간 주도 콘텐츠사업이라 할 수 없다. 이런 상황들이 연출되는 핵심요인은 지자체가 문화관광콘텐츠를 개발할 때, 지역민의 참여는 배제한 채 오직 '지자체' 주도로 사업을 추진하여 실적을 올리고자 하는 지자체의 이기심에서 비롯된다.

마지막으로, 지자체 문화콘텐츠가 문화와 경제의 동반성장체계를 구축하기 위해서는 지자체 주도 콘텐츠일지라도 '경제적 기능', 민간 주도 콘텐츠일지라도 '문화적 기능'을 수행하도록 해야 한다. 문화산업계가 문화콘텐츠 개발에 필요로 하는 핵심가치는 경제와 문화의 나란한 부흥이라고 앞서 밝힌 바 있다. 이 가치는 다름 아닌 『문화산업진흥기본법』 본연의 취지를 그대로 반영한 것이다. 그러나 현재 정부 주도의 문화콘텐츠정책에 나타나는 경제논리 중심의 가치추구는 오늘날 법률의 기본정신에 반하는 것으로, 이것은 문화콘텐츠정책이 지닌 '핵심적인 모순'이다. 여기서 모순의 극복은 문화콘텐츠의 핵심가치 실현을 통해 이룬다.

따라서 지자체 문화콘텐츠는 문화콘텐츠의 핵심가치를 실현시키는 방안으로, 지자체와 민간의 긴밀한 협력관계를 통해 하나의 문화주체를 두고 지자체 주도 콘텐츠와 민간 주도 콘텐츠를 함께 개발하는 것을 기본적으로 취한다. 이러한 개발구도는 정부의 경제중심의 개발과 달리, 경제적 부가가치와 문화적 부가가치를 동시에 생산할 수 있는 체계를 확립한 것이다. 특히 이것은 지자체 주도 콘텐츠라고 해서 오직 문화적 부가가치만 창출하고, 민간 주도 콘텐츠라고 해서 오직 경제적 부가가치만 창출하는 상호배타적 관계가 아니다. 지자체와 민간은 호혜적 관계를 바탕으로, 지자체가 지자체 주도 콘텐츠를 개발할지라도 민간 주도 콘텐츠의 경제생산력 증대에 일조해야 하며, 민간이 민간 주도 콘텐츠를 개발할지라도 지자체 주도 콘텐츠의 문화생산력 증진에 일조해야 한다는 인식을 바탕으로 전개되는 것이다.

23) 현지조사 결과에 따르면, 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 관점에서 안성시, 단양군, 영주시, 장성군은 민간 주도 콘텐츠 개발이 전혀 이루어지지 않는 지역이다.

24) 현지조사 결과에 따르면, 영월군과 부여군은 민간 주도 콘텐츠 범주에서 출판콘텐츠와 식품콘텐츠가 부재하며, 기념품콘텐츠의 경우에도 몇 가지 안되는 구색맞추기식 상품일 따름이었다. 그리고 통영시와 남원시는 민간 주도 콘텐츠 범주에서 식품콘텐츠에 대한 개발 및 판매는 이루어고 있었지만, 출판콘텐츠와 기념품 콘텐츠는 개발되지 않은 상황이었다.

III. 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 핵심유형과 육성원리

1. 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 핵심유형

10개의 조사지에서 제각기 개발된 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 유형을 통합해서 나열하면, 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 핵심유형이 드러난다. 그런데 이 핵심유형의 정립은 지역마다 제각기 존재하는 지자체 문화콘텐츠 유형들이 다른 지역과는 차별화를 이루는 별개의 것이 아닌, 인류공동체의 공유매체라는 인식에서 출발한다. 지역마다 지역성을 발휘하는 문화콘텐츠를 멀티유즈하게 개발할지라도 그것은 유형을 개발하는 게 아니라, 유형 안에 포함된 '내용'을 개발하는 것이다. 결국 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화에 적용되는 유형은 지역이 독점할 수 없는 인류의 공유매체나 다름없는 셈이다.

우리나라의 모든 지자체는 지자체 문화콘텐츠를 멀티유즈하게 개발할 때, 지역이라는 영역을 넘어 존재하는 인류공동체의 공유매체인 '핵심유형'을 자유롭게 활용할 수 있다. 그런데 현재 국내의 지자체는 현실적으로 지자체 문화콘텐츠 개념에 대한 인식이 부족할 뿐만 아니라, 어떤 유형의 콘텐츠가 지자체 문화콘텐츠 개발에 적합한지 저마다 의견이 다르다. 따라서 이것을 해결하기 위해 멀티유즈 핵심유형의 정립이 필요한 것이다.

이 연구에서는 현재 각 조사지에서 개발·운영 중인 지자체 문화콘텐츠 중 10개 조사지가 모두 공유하는 유형, 그리고 2개 이상의 조사지에서 공유되는 유형을 통합에 필요한 '요소'로 선정하고자 한다. 이에 따라 조사지에서 개발된 지자체 문화콘텐츠 유형의 공유양상을 살펴 보면, 먼저 지자체 주도 콘텐츠 범주에서는 '축제콘텐츠'가 10개 조사지에서 모두 공유되는 유형, '전시콘텐츠'가 영월군, 단양군, 통영시, 남원시, 장성군, 안동시, 수원시, 영주시 등 8개 조사지에서 공유되는 유형으로 나타났다.

그리고 '테마파크콘텐츠'가 안성시, 영월군, 단양군, 통영시, 남원시, 장성군, 안동시, 영주시 등 8개 조사지, '공연콘텐츠'가 안성시, 통영시, 남원시, 안동시, 수원시, 부여군, 영주시 등 7개 조사지, '캐릭터콘텐츠'가 안성시, 영월군, 단양군, 남원시, 장성군, 부여군, 영주시 등 7개 조사지, '교육콘텐츠'가 안성시, 통영시, 남원시, 안동시, 수원시, 영주시 등 6개 조사지, '문화디자인콘텐츠'가 안성시, 영월군, 안동시, 수원시, 부여군 등 5개 조사지에서 공유되는 유형으로 나타났다.

다음으로 민간 주도 콘텐츠 범주에서는 '기념품콘텐츠'가 영월군, 안동시, 수원시, 부여군 등 4개 조사지, '식품콘텐츠'가 통영시, 남원시, 안동시 등 3개 조사지, '출판콘텐츠'가 영월군, 수원시 등 2개 조사지에서 공유되는 유형으로 나타났다. 이것을 통해 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 핵심유형의 '요소'가 도출되었다.

이 내용을 바탕으로 지자체 문화콘텐츠 개발을 위한 멀티유즈 핵심유형을 모두 정리하면, 지자체 주도 콘텐츠 범주의 ‘축제+공연+전시+교육+테마파크+문화디자인+캐릭터’, 그리고 민간 주도 콘텐츠 범주의 ‘출판+기념품+식품’ 등 총 10개 유형이다.

다만 여기서 추출된 10개의 지자체 문화콘텐츠 유형은, 어디까지나 본 연구의 분석자료에 한정하여 일반적 차원의 논리전개를 위해 정립한 것이다. 멀티유즈의 핵심유형은 지자체 문화콘텐츠 개발의 목표, 기획자가 지닌 관심의 범위, 지역의 콘텐츠산업 인프라 등에 따라 확장될 수 있다는 것을 밝혀둔다.

이를테면, 정부에 의해 개발된 8개 지방문화산업 클러스터단지와 근접한 기초지자체,²⁵⁾ 디지털 중심의 수도권 문화산업 인프라와 근접한 서울 및 경기도 소속 기초지자체, 그 밖에 문화콘텐츠산업 관련 연구기관 및 진흥기관이 위치한 기초지자체 등은 지자체 문화콘텐츠를 개발할 때 10개의 멀티유즈 핵심유형을 바탕에 두고, 지역의 문화산업인프라를 적극적으로 활용해서 멀티유즈 유형을 더욱 확장시켜 개발할 수 있는 것이다.

2. 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 육성원리

본고에서는 지자체가 멀티유즈의 체계에 따라 10개의 핵심유형을 모두 개발한 것을, 멀티유즈식 지자체 문화콘텐츠의 ‘완성형 개발형태’라고 하겠다. 이 개발형태를 이루기 위해서는 크게 두 가지 과제가 수행되어야 하는데, 첫째로 ‘당면과제’, 둘째로 ‘최종과제’가 그것이다. 이 두 과제가 순차적으로 수행되는 일련의 과정이 곧 멀티유즈 육성원리라 할 수 있다. 먼저 당면과제는 10개의 핵심유형 중 현재 보유하고 있는 것에 대한 가치 재인식을 통해, 그것을 강화시키는 데 주력하는 것이다. 그리고 최종과제는 나머지 부재한 것을 추가로 개발하여, 문화와 경제의 동등한 발전을 지향하는 정책적 가치관을 확립하는 것이다.

두 과제의 진행을 통해 이루어지는 육성원리를 수원시와 안성시의 지자체 문화콘텐츠 개발상황에 적용시켜 보겠다. 먼저 수원시는 원천자료로 수원화성을 활용하고 있다. 현재 보유 중인 문화콘텐츠로는 축제콘텐츠인 ‘수원화성문화제’와 ‘수원화성국제연극제’, 공연콘텐츠인 ‘뮤지컬 정조대왕’, ‘뮤지컬 화성에서 꿈꾸다’, ‘정조대왕능행차연시’, ‘장용영수위의식’, ‘무예 24기’, 전시콘텐츠인 ‘수원화성박물관’, 교육콘텐츠인 ‘수원화성박물관 교육프로그램’, 문화디자인콘텐츠인 ‘수원시 공식식물’, ‘시내버스 승강장’, ‘도심지 공공구조물의 벽

25) 문화관광부는 문화산업 발전 유망지역에 기업 및 대학, 연구소, 벤처캐피탈 등을 집중하여 고수익을 창출하고 지역경제를 활성화시키기 위해 2000년부터 2010년까지 총사업비 6,000억 원(국비 3,000억 원, 지방비 3,000억 원)을 투입하여 전국 8개 지자체에 지방문화산업단지 및 지방문화산업지원센터 등을 설립하였다. 현재 설립·운영되는 8개 지방문화산업 클러스터단지는 대전(영상, 게임), 춘천(애니메이션), 청주(에듀테인먼트), 광주(CGI, 캐릭터), 전주(모바일콘텐츠, HD영상), 부천(출판만화, 애니메이션), 대구(게임, 모바일콘텐츠), 부산(영상콘텐츠)이다(문화관광부, 『2005 문화산업백서』, 2006, 146쪽).

면장식’, 출판콘텐츠인 ‘만화로 배우는 수원화성 바로알기’, ‘반차도를 따라가는 정조의 화성 행차’, 기념품콘텐츠인 ‘관광기념품판매점의 기념상품’ 등이 있다.

수원화성 관련 지자체 문화콘텐츠 중 ‘축제+공연+전시+교육+문화디자인’은 지자체 주도 콘텐츠이며, ‘출판+기념품’은 민간 주도 콘텐츠이다. 그렇다면 완성형 개발형태를 구축하기 위해서는 현재 보유 중인 것에 대한 강화사업과 함께, 지자체 주도 콘텐츠 범주에서 부재한 ‘테마파크+캐릭터’, 그리고 민간 주도 콘텐츠 범주에서 부재한 ‘식품’에 대한 부가적인 개발에 주력해야 할 것이다.

다음으로 안성시는 원천자료로 바우덕이를 활용하고 있으며, 현재 보유 중인 문화콘텐츠로는 축제콘텐츠인 ‘안성남사당바우덕이축제’, 공연콘텐츠인 ‘안성 남사당 상설공연’, 교육 콘텐츠인 ‘바우덕이 전통문화 체험교실’, 테마파크콘텐츠인 ‘안성맛춤랜드’, 문화디자인 콘텐츠인 ‘복평리 담장그림’, 캐릭터콘텐츠인 ‘바우덕이’ 등이 있다.

바우덕이 관련 지자체 문화콘텐츠 가운데 축제+공연+교육+테마파크+문화디자인+캐릭터는 모두 지자체 주도 콘텐츠이다. 그렇다면 핵심유형을 구축하기 위해서는 현재 개발된 것에 대한 강화사업과 함께, 지자체 주도 콘텐츠 범주에서 부재한 ‘전시’, 그리고 개발이 전무한 민간 주도 콘텐츠의 전 범주인 ‘출판+기념품+식품’에 대한 부가적인 개발에 주력해야 할 것이다.

이 원리에 따라 나머지 8개 조사지를 지자체 문화콘텐츠의 완성형 개발형태로 만들기 위해서는, 다음의 표에서 제시되는 육성원리가 적용되어야 한다.

〈표 3〉 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 육성원리 적용표

지역명	원천자료명	당면과제 대상	최종과제 대상
영월군	김삿갓	지자체: 축제, 전시, 테마파크, 문화디자인, 캐릭터 민간: 출판, 기념품, 교육	지자체: 공연 민간: 식품
단양군	온달	지자체: 축제, 전시, 테마파크, 캐릭터	지자체: 교육, 공연, 문화디자인 민간: 출판, 기념품, 식품
부여군	백제금동대향로	정부: 전시, 교육 지자체: 축제, 공연, 문화디자인, 캐릭터 민간: 기념품	지자체: 테마파크 민간: 출판, 식품
안동시	하회별신굿탈놀이	지자체: 축제, 공연, 전시, 교육, 테마파크, 문화디자인 민간: 기념품, 식품	지자체: 캐릭터 민간: 출판
영주시	선비문화	지자체: 축제, 공연, 전시, 교육, 테마파크, 캐릭터	지자체: 문화디자인 민간: 출판, 기념품, 식품
통영시	이순신	지자체: 축제, 공연, 전시, 교육, 테마파크 민간: 식품	지자체: 문화디자인, 캐릭터 민간: 출판, 기념품

(계속)

지역명	원천자료명	당면과제 대상	최종과제 대상
남원시	춘향	정부: 공연 지자체: 축제, 공연, 전시, 교육, 테마파크, 캐릭터 민간: 식품	지자체: 문화디자인 민간: 출판, 기념품
장성군	홍길동	지자체: 축제, 전시, 테마파크, 캐릭터	지자체: 공연, 교육, 문화디자인 민간: 출판, 기념품, 식품

IV. 지자체 문화콘텐츠 멀티유즈화의 지역문화적 가치와 파급효과

1. 지자체 문화콘텐츠 멀티유즈화의 지역문화적 가치

문화콘텐츠의 멀티유즈화는 문화산업계에서 활용하는 것보다, 오히려 지자체 차원에서 활용할 때 그 가치가 더욱 빛난다. 왜냐하면 문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발에 따른 '원천자료의 특성'과 '개발주체의 이념'에서 지자체가 문화산업계보다 훨씬 더 발전적으로 나타나기 때문이다. 이것은 다시 말해, 멀티유즈라는 개념이 원래는 문화산업계에서 나왔지만, 진정한 가치는 지자체의 문화콘텐츠 개발에서 찾을 수 있다는 점을 시사한다.

문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발에 따른 '원천자료의 특성'을 보면, 문화산업계는 문화콘텐츠를 멀티유즈화하는 주된 목적이 문화콘텐츠기업들의 경제생산력 극대화이다. 따라서 문화산업계의 문화콘텐츠 멀티유즈화의 주체는 캐릭터업체, 게임개발사, 영화제작사, 모바일 소프트웨어개발사 또는 개인자본가이다. 이들은 문화콘텐츠 멀티유즈화에 필요한 원천자료를 확보할 때, 주로 당대의 국내외 '대중문화'를 기반으로 한다. 대중문화를 기반으로 하는 문화콘텐츠의 원천자료는 개인주의적 성향²⁶⁾ 보이는 일반대중들의 취향만 고려한 것일 따름이다.

그런데 지자체가 지자체 문화콘텐츠를 멀티유즈화 하는 목적은, 이것을 통해 무엇보다 문화의 발달과 경제의 성장을 동시에 이루어내는 지역을 만들어내는 것이다. 지자체 문화콘

26) 민중문화는 농어촌사회를, 대중문화는 도시사회를 기반으로 한다. 민중문화의 주체인 농어민은 협업의 노동과정 속에서 민중문화를 공동으로 창조하고 수용한다. 그에 반해, 대중문화의 주체인 대중 즉, 도시노동자들은 고도로 분업화된 생산 조직 속에서 정해진 일을 정해진 시간 안에 기계적으로 반복하는 단순노동을 함으로써 문화를 창조할 기회가 주어지지 않는다. 도시노동자로서 대중은 기계적 노동에 따른 심신의 피로를 풀어줄 수 있는 휴식과 오락이 더욱 필요하므로 이들이 향유하는 대중문화는 휴식과 오락을 위주로 한 것이 될 수밖에 없다. 이들은 대중문화를 개인주의적 차원에서 맹목적으로 받아들이고 즐기는 문화적 소비 군중이라 할 수 있다(임재해, 『문화의 존재양식과 민속문화의 위상』, 『민속문화론』, 문학과 지성사, 1994, 43-45쪽).

텐츠의 멀티유즈화 주체는 지자체와 지역민이다. 이들은 문화콘텐츠 멀티유즈화에 필요한 원천자료를 선정할 때, 주로 역사의 흐름을 타고 형성된 자랑스러운 '지역문화'를 선정한다. 지역문화를 기반으로 하는 지자체 문화콘텐츠의 원천자료는, 그에 따른 공동체적 기능을 통해²⁷⁾ 지역민들의 문화적 결집력을 적극적으로 발휘한다.

따라서 문화산업계의 문화콘텐츠 개발에서는 원천자료가 주로 대중성과 흥행에만 그치기 때문에, 멀티유즈화된 결과물이 문화를 통해 국민정신을 아름답게 가꾸어 나간다면, 아니면 그것으로 하여금 사회구성원들 간의 공동체적 결속력을 다진다면 하는 가치는 기대할 수 없다. 하지만 지자체 문화콘텐츠는 다르다. 여기서의 원천자료는 지역의 역사성과 사회성을 기본적으로 지니고 있으며, 그 안에는 공동체 중심의 예술성과 역동성이 발휘된다. 그러기 때문에 지역문화의 원천자료가 멀티유즈화된 결과물은 지역민들에게 지역에서의 문화적 삶에 대한 참된 가치를 일깨워주며, 나아가 멀티유즈화 된 지자체 문화콘텐츠의 체험을 통해 지자체 구성원들 간의 공동체적 결속력을 다질 수 있게 된다.

문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발에 따른 '개발주체의 이념'을 보면, 문화산업계의 문화콘텐츠 개발주체인 문화기업 및 개인자본가는 경제생산력의 극대화를 추구하기 위해 멀티유즈를 적용하는 것이 일반적이다. 문화산업계가 경제생산력의 극대화를 위해 문화콘텐츠의 멀티유즈화를 이루는 것은, 그들의 궁극적인 이념인 것이다. 그에 따라 개발된 멀티유즈식 문화콘텐츠는 일반사람들이 그 문화콘텐츠들을 함부로 쓸 수 없게 하기 위해, 개발주체가 저작권을 설정하는 방식의 강력한 독점체제를 구축한다. 따라서 누군가 함부로 그 문화콘텐츠의 내용을 베꼈다간 처벌을 면치 못한다. 하지만 무엇보다 문제는 문화산업계의 문화콘텐츠가 기본적으로 돈 없이는 체험이 불가능하기 때문에, 여가의 기회가 주어지고 문화를 향유할만한 여건이 되는 계층들에 의해서만 공유된다는 점이다. 따라서 멀티유즈화로 이루어진 문화콘텐츠는 대중 가운데서도 경제적 여건이 넉넉한 사람들을 위해 존재하는 것이며, 경제적 취약계층은 스스로 문화콘텐츠 체험을 하지 못하는 대상으로 인정해버린다.

그런데 지자체 문화콘텐츠의 개발주체인 지자체와 지역민은 경제적 수익창출을 염두에 두지만, 무엇보다 지역의 문화진흥을 추구하기 위해 멀티유즈를 적용한다. 그에 따라 개발된 축제, 공연, 전시, 교육, 테마파크 등의 멀티유즈식 지자체 문화콘텐츠는, 개발주체가 최대한 많은 사람들이 체험할 수 있도록 다양한 공유경로를 확보하고자 나선다. 멀티유즈식 지자체 문화콘텐츠는 사람들이 체험할 때 기본적으로 비용이 들지 않거나, 설사 비용이 든다고 하더라도 생활에 부담이 없을 정도이다. 멀티유즈식 지자체 문화콘텐츠의 이러한 공유지향적 태도는 기존의 문화산업계 문화콘텐츠가 지닌 독점에 따른 계층 간 '차별의

27) 지역문화는 민속문화가 주류를 이루고 있는데, 이로 인해 지역문화가 지역사회에서 공동체적 기능을 발휘할 수 있게 된다(임재해, 『지역문화 주제에 '의한' 문화자치와 민주화』, 『지역문화 그 진단과 처방』, 지식산업사, 2004, 34-35쪽).

장벽'을 허물어버리는 역할을 할 수 있다.

2. 지자체 문화콘텐츠 멀티유즈화의 지역문화적 파급효과

지자체가 지자체 문화콘텐츠의 개념에 따라 멀티유즈 방식으로 문화콘텐츠를 개발했을 때, 이것이 지역사회에 가져다 줄 수 있는 문화적·경제적 파급효과는 크게 네 가지이다. 그 내용은 다음과 같다.

첫째, 지역의 문화관광 경쟁력을 극대화시킬 수 있다. 지자체 문화콘텐츠는 곧 관광콘텐츠이며, 더 자세히 말하면 문화관광콘텐츠라 할 수 있다. 왜냐하면 지자체 문화콘텐츠는 지역민의 문화적 삶에 대한 질을 향상시키는 기능을 하는 것뿐만 아니라, 관광객들에게 문화관광을 획기적으로 체험시켜주는 기능도 하기 때문이다. 하나의 지역문화자원을 활용한 축제, 공연, 전시, 교육, 테마파크 등은 관광객들에게 다채로운 문화관광콘텐츠나 다름없으며, 지자체는 관광객들에게 이것에 대한 체험의 기회를 지역민과 동등하게 부여한다. 그러므로 지자체 문화콘텐츠는 지역의 핵심적인 관광자원이며, 잘 만들어진 멀티유즈 방식의 지자체 문화콘텐츠는 지역의 문화관광에 대한 경쟁력을 극대화시킬 수 있는 것이다.

둘째, 지역의 문화적 위상을 강화시킬 수 있다. 국가가 문화진흥을 위해 만든 멀티유즈 방식의 문화콘텐츠는 획기적인 차원에서 국가이미지를 개선하고 국가문화를 아름답게 만드는 데 기여할 수 있다. 그렇다면 멀티유즈 방식의 지자체 문화콘텐츠의 경우에도 이것을 통해 지역이미지를 개선하고 지역문화를 아름답게 만드는 데 획기적인 기여를 할 수 있을 것이다. 지자체 문화콘텐츠의 이러한 기능은 나아가 세계화 시대에 국가와 지역의 문화적 위상까지 강화시키는 유용한 수단이 될 수 있다.

셋째, 원천자료 기반의 창의적인 파생상품을 생산할 수 있다. 멀티유즈 방식의 지자체 문화콘텐츠는 그 개발방식에서 경제수익을 창출할 수 있는 파생상품을 창의적으로 생산하는 구조를 이루고 있다. 지역의 정신적·물질적 유산을 원천자료로 활용하여 출판, 기념품, 식품 등과 같은 파생상품을 창조해낼 수 있기 때문이다. 파생상품의 종류는 실로 매우 다양하며, 그 종류는 앞으로도 계속 생성되어 갈 것이다. 완구와 문구를 비롯하여, 의류, 식품 등의 영역 안에 있는 수많은 제품들이 모두 원천자료를 응용하여 개발될 수 있다. 따라서 지자체는 지자체 문화콘텐츠를 개발할 때, 사전 기획단계부터 원천자료를 응용한 파생상품 개발을 염두에 두어야 한다.

마지막, 광고수주를 통한 부가수익을 낼 수 있다. 일정한 문화콘텐츠의 내용 안에 특정기업의 제품을 의도적으로 노출시켜, 이것을 선전하는 행위를 일컬어 PPL(products in placement) 간접광고라 한다. PPL 광고는 오늘날 전 세계적으로 폭넓게 이루어지고 있는

마케팅 기법이다. 이것은 드라마와 영화의 장면이 프랜차이즈 브랜드를 단 커피점이 등장하고, 영화 주인공이 찬 손목시계의 브랜드명이 나오며, 드라마 주인공이 컵라면을 먹는데 라면상표가 노출되는 행위 등 다양하게 나타난다. 오늘날 영상콘텐츠의 제작주체는 PPL 광고수주를 통해 기업으로부터 콘텐츠 밖의 부가수익을 내고 있는데, 이것은 지자체 문화콘텐츠에서도 활용될 수 있는 부분이다. 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 유형 중 축제콘텐츠, 공연콘텐츠, 전시콘텐츠 등은 기업의 PPL 광고를 실현시키기에 적합하다. 축제행사장의 기반시설, 공연물의 무대와 주인공, 그리고 전시콘텐츠의 전시공간과 전시물 등을 기업의 브랜드 및 상품을 홍보하는 매체로 삼을 수 있기 때문이다.

V. 결론

이 연구의 핵심은 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 개발현장에 대한 전국적인 양상과 의미를 파악하고, 그에 따른 멀티유즈 육성원리를 도출하여 개발체계로서 지역문화적 가치와 파급효과를 제시하는 것이었다. 그러기 위해 먼저 지자체 문화콘텐츠 멀티유즈화 현상의 국내사례를 검토하여, 그 결과를 바탕으로 지자체 문화콘텐츠의 특징별 유형을 분류하고, 멀티유즈화 현상에 나타나는 보편적 의미를 도출하였다. 다음으로 사례분석 결과에 따른 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 핵심유형과 육성원리를 도출하였다. 마지막으로 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화가 지닌 지역문화적 가치와 파급효과를 거시적 차원에서 제시하였다. 그 결과를 다음과 같이 정리한다.

첫째, 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈화 현상을 파악하여 지자체 문화콘텐츠의 특징별 유형을 분류하고, 이 현상에 나타나는 보편적 의미를 도출하였다. 먼저 지자체 문화콘텐츠의 특징별 유형분류 결과를 보면, 지자체 문화콘텐츠는 특징에 따라 크게 세 가지 기준으로 유형을 분류할 수 있다. ① 개발주체의 특징에 따른 분류, ② 멀티유즈의 특징에 따른 분류, ③ 원천자료의 특징에 따른 분류가 그것이다.

①의 기준으로 분류하면, 지자체 주도형, 민간 주도형, 지자체와 민간의 공동주도형으로 구분할 수 있다. ②의 기준으로 분류하면, 축제 선도형, 테마파크 선도형, 축제와 테마파크의 병행선도형, 전시 선도형으로 구분할 수 있다. ③의 기준으로 분류하면, 인물 활용형, 무형문화재 활용형, 유형문화재 활용형, 문화유형 활용형으로 구분할 수 있다.

다음으로 멀티유즈화 현상에 나타나는 보편적 의미를 크게 일곱 가지로 도출하였다. ① 지역의 문화자원을 멀티유즈식 문화콘텐츠로 개발한 지자체는 이것을 통해 사람들의 콘텐츠체험을 극대화시킨다는 점, ② 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발을 통해 지역의 문화

적 정체성을 올바르게 확립시키기 위해서는 지역을 대표할만한 독자성을 지닌 원천자료를 선정해야 한다는 점, ③ 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈식 개발은 '서사적 이야기'가 있는 원천자료를 활용했을 때 효과적으로 실현될 수 있다는 점, ④ 관광대상물로서 지자체 문화콘텐츠는 비디지털 형태로 개발되었을 때 인문학적 가치가 제고된다는 점, ⑤ 지자체 문화콘텐츠의 연계콘텐츠는 상호의미망을 형성하여 시너지효과를 발휘한다는 점, ⑥ 민간 주도 콘텐츠를 적극적으로 개발하는 지역은 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 체계가 균형을 이룬다는 점, ⑦ 지자체 문화콘텐츠가 문화와 경제의 동반성장체계를 구축하기 위해서는 지자체 주도 콘텐츠일지라도 '경제적 기능', 민간 주도 콘텐츠일지라도 '문화적 기능'을 수행하도록 해야 한다는 점 등이다.

둘째, 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 핵심유형과 육성원리를 정립하였다. 먼저 멀티유즈 핵심유형은 10개 조사지에서 제각기 개발된 지자체 문화콘텐츠의 멀티유즈 유형을 통합해서 나열한 것이다. 그 결과, 지자체 주도 콘텐츠 범주의 '축제', '공연', '전시', '교육', '테마파크', '문화디자인', '캐릭터', 민간 주도 콘텐츠 범주의 '출판', '기념품', '식품' 등 모두 10개 유형으로 나타난다. 여기서 정립한 10개의 핵심유형은 본고의 분석자료에 한정해서 정립한 것으로, 지자체의 여러 조건에 따라 콘텐츠 유형은 확장될 수 있다.

다음으로, 정립된 멀티유즈 핵심유형을 적용시켜 지자체 문화콘텐츠 개발상황에 따른 육성원리를 도출하였다. 지자체가 10개의 멀티유즈 핵심유형을 모두 개발한 것을, 본고에서는 '완성형 개발형태'로 일컫는다. 이 형태를 갖추기 위해서는 먼저 10개의 핵심유형 중 현재 보유한 것의 가치 재인식을 통해, 그것을 더욱 강화시키는 데 주력하는 것이 '당면과제'이다. 그리고 나머지 부재한 것을 추가로 개발하여, 문화와 경제의 나란한 부흥을 지향하는 정책적 가치관을 확립하는 것이 '최종과제'이다. 이 두 과제의 수행과정에 나타나는 일반화된 흐름이 곧 멀티유즈의 육성원리이다.

셋째, 멀티유즈 전략의 지역문화적 가치와 파급효과를 도출하였다. 먼저 멀티유즈 전략의 지역문화적 가치를 보면, 문화산업계의 문화콘텐츠는 원천자료가 주로 대중성과 흥행성에만 무게를 두고 개인주의적 성향을 지닌 일반대중들을 겨냥한 판매목적의 '대중문화'인데 반해, 지자체 문화콘텐츠의 원천자료는 지역의 역사·문화적 흐름을 타고 형성된 공동체적 특성을 지닌 공유목적의 '지역문화'라는 점이다. 따라서 대중문화의 원천자료가 멀티유즈화된 문화산업계의 문화콘텐츠는 결과물을 통해 문화수준 향상이나 누구나 공감할 수 있는 공동체적 가치는 기대할 수 없으며, 판매를 통해 경제수익 창출에만 주력한다. 하지만 지역문화의 원천자료가 멀티유즈화 된 지자체 문화콘텐츠의 결과물은 지역민들에게 지역에서의 문화적 삶에 대한 참된 가치를 일깨워주고, 나아가 멀티유즈화 된 지자체 문화콘텐츠의 체험을 통해 지역구성원들 간의 공동체적 결속력을 다지며, 공유를 통한 문화수준 상승을

위해 힘을 쏟는다는 점이다.

멀티유즈 전략의 지역문화적 파급효과는 크게 네 가지이다. ① 지역의 문화관광 경쟁력을 극대화시킬 수 있다는 것, ② 지역의 문화적 위상을 강화시킬 수 있다는 것, ③ 원천자료 기반의 창의적인 파생상품을 생산할 수 있다는 것, ④ 광고수주를 통해 이중수익을 낼 수 있다는 것이 도출되었다.

이 연구는 지자체 문화콘텐츠라는 개념 아래, 지자체의 문화콘텐츠 멀티유즈화 현상을 파악하고, 그것이 지닌 개발체계로서 의미와 가치를 분석하는 것이 주된 목적이었다. 이 연구의 결과는 지자체가 문화콘텐츠를 개발할 때, 거시적 측면의 방향설정에는 실용적인 참고가 될 수 있으나, 미시적 측면의 실제기획에는 연구내용을 바탕으로 지역특성에 맞는 응용작업이 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 김기형, 『춘향제의 성립과 축제적 성격의 변모과정』, 『민속학연구』 13, 국립민속박물관, 2003.
- 김동규, 『지방분권화 이후 도시 마케팅을 위한 문화콘텐츠산업 육성방안에 관한 연구-창조적 인 안산시 문화도시 모델-』, 한양대학교 행정대학원 석사학위논문, 2007.
- 김진형, 『지방문화콘텐츠의 전략적 개발을 위한 멀티유즈(Multi Use) 구성체계』, 『비교민속학』 50, 비교민속학회, 2013.
- _____, 『‘지방자치단체 문화콘텐츠’의 개념과 OSMU 가치실현 방안』, 『비교민속학』 44, 비교민속학회, 2011.
- 류정아, 『지역문화콘텐츠 개발의 이론과 실제 -축제를 중심으로-』, 『인문콘텐츠』 8, 인문콘텐츠학회, 2006, 39-57쪽.
- 문화관광부, 『2005 문화산업백서』, 2006.
- 문화체육관광부, 『2013년 주요업무계획』, 2013.
- _____, 『2012 콘텐츠산업 통계조사』, 2012.
- 설연수, 『지역 문화자원을 활용한 문화콘텐츠 개발 전략 연구』, 전남대학교 문화전문대학원 석사학위논문, 2012.
- 원정환, 『지역문화콘텐츠 활성화 방안에 대한 연구 -애니메이션을 중심으로』, 연세대학교 커뮤니케이션대학원 석사학위논문, 2008.
- 유목화, 『춘향의 이미지 생산과 문화적 정립』, 『실천민속학연구』 19, 실천민속학회, 2012.
- 윤유석, 『농촌 활성화를 위한 문화콘텐츠 개발 방안』, 『인문콘텐츠』 21, 인문콘텐츠학회, 2011.
- 윤희진, 『향토문화콘텐츠 제작을 위한 스토리텔링 방법 연구』, 인하대학교 대학원 석사학위논문, 2011.
- 이승현, 『한국 문화콘텐츠 정체성 확립과 지역협력에 관한 연구』, 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문, 2004.
- 이운선, 『민속문화 기반의 문화콘텐츠 기획론』, 민속원, 2006.
- 이창식, 『전통문화와 문화콘텐츠』, 역락, 2008.
- 임재해, 『민속문화론』, 문학과 지성사, 1994.
- _____, 『지역문화 그 진단과 처방』, 지식산업사, 2004.
- 전미경, 『전통문화자원을 활용한 문화콘텐츠 개발에 관한 연구 -안동지역 예술·교육·생활 문화 콘텐츠를 중심으로-』, 영남대학교 대학원 박사학위논문, 2011.
- 정창권, 『문화콘텐츠 스토리텔링』, 북코리아, 2009.

최명림, 『한국 세시풍속의 변화와 문화콘텐츠화 연구』, 전남대학교 대학원 박사학위논문, 2003.

최성규, 『문화콘텐츠산업 육성을 위한 지방자치단체의 역할』, 경북대학교 행정대학원 석사학위논문, 2008.

『경기도 문화콘텐츠산업 진흥 조례』

『문화산업진흥기본법』

경기도, <http://www.gg.go.kr>

경기콘텐츠진흥원, <http://www.gcon.or.kr>

문화체육관광부, <http://www.mcst.go.kr>

부천시, <http://www.bucheon.go.kr>

한국콘텐츠진흥원, <http://www.kocca.kr>

한국콘텐츠학회, <http://www.koreacontents.or.kr>

〈ABSTRACT〉

Multi-Use Phenomenon and Local Cultural Values of the Cultural Contents's Local Governments

Kim, Jin-Hyung

Today the perceptions of cultural contents are spreading around the concerned academic circles and local governments, which leads to the expanded scope of cultural contents perceptions to non-digital results as a means of enjoying culture as well as digital results as a means of making money.

In an effort to build an academic foundation to overcome the limitations with the old concept of cultural contents, the investigator defined the concept of “cultural contents of local government” and accordingly established a “multi-use organization system.” The two researches, however, failed to fully reflect the field context of cultural content turning into multi-use contents. The results were not enough to understand the development and characteristics of cultural contents by local governments.

This study thus investigated the nationwide patterns of multi-use development of cultural contents in the field among local governments and identified the universal meanings in the phenomenon. Second, the study established the core patterns and cultivation principles of cultural contents multi-use by local governments. Finally, the study identified the local cultural values and ripple effects of the multi-use strategy.

The findings can serve as field-centric demonstration data to define the old researched concept of cultural contents and establish a multi-use organization system among local governments, thus being able to add more persuasive power to the two previous researches. Furthermore, they can provide the practitioners of cultural contents at local governments with the desirable developmental directions and approaching principles of cultural contents at the local government level.

Key Words : Cultural Contents of Local Governments, Multi-Use Phenomenon, Multi-Use, Core Patterns of Multi-Use, Cultivation Principles of Multi-Use