

기술융합 기반의 UCC 문화현상에 따른  
문화콘텐츠 디자인 정책에 관한 고찰

A Study about Cultural Contents Design Policy  
to UCC Cultural Phenomenon Based on Technology Convergence



손애경 (Son, Ae kyung)

동국대학교

**논문요약**

**Abstract**

**I. 서론**

**II. 기술융합 기반의 문화콘텐츠 디자인**

- 1. 문화콘텐츠 디자인의 개념 정의와 가치사슬
- 2. 디지털시대 문화콘텐츠디자인의 새로운 패러다임

**III. 디지털 미디어 속의 기술융합과 UCC 문화현상**

- 1. 디자인측면에서 본 UCC 문화와 디지털 수용자
- 2. 국내 UCC 현황과 문제
- 3. 문화콘텐츠 디자인관련 핵심기술개발 현황

**IV. UCC 문화현상에 따른 디자인 정책 제안**

- 1. 디지털 문화콘텐츠 디자인 정책에 필요한 혁신 추진체계 수립
- 2. UCC 기반 문화콘텐츠 디자인 분야 정책 강화
- 3. 문화콘텐츠 디자인 산출물의 거시적 아카이브 표준화 정책
- 4. 디지털 문화콘텐츠 디자인 전문인력 양성
- 5. 매체융합에 따른 디지털 문화콘텐츠 디자인 발전전략 연구
- 6. 문화콘텐츠 정책입안자의 철학적 소명의식

**V. 결론**

**참고문헌**

**(Keyword)**

cultural contents, media, contents design policy, UCC

**논문요약**

디지털문화콘텐츠는 융합기술 환경 속에서 대중의 생활과 사회적 관계의 모든 면을 매개로 한 통합미디어의 산출물이다. 이는 미디어 수용자의 행태를 변화시키는 물론, 주체적 수용자의 새로운 미디어문화양식으로의 변화를 가져왔다. 특히 UCC 문화는 곧 디지털콘텐츠디자인의 인식변화를 함께 가져옴으로써, 새로운 디자인 패러다임을 형성하여, 이를 수용하는 디지털수용자의 미디어 문화적 역할에도 큰 영향을 미치게 되었다. 이를 바탕으로, 본 연구에서는 먼저, 기존의 문화콘텐츠 정책현황과 디자인 정책 및 디지털콘텐츠 정책 자료를 통한, 문화콘텐츠 디자인의 개념 정의와 그에 따른 정책의 범위 규정을 정리하였다. 그리고, UCC 문화현상과 디지털 미디어 수용자와의 역학관계를 분석하여 정책입안자의 기술철학적 소명의식을 알아보고, 또한 이러한 미디어문화의 패러다임을 분석하여 문화콘텐츠 정책방향에 관한 기초적인 제언을 하고자 하였다.

**Abstract**

The Digital Cultural Content is the result of Integrated Media related to life of people and social relationships in Convergence Technology environment. Not only did this change behaviors of media consumer but led them to have new media cultural method as well. Especially, UCC culture also brought alternation of recognition on Digital Contents Design, which formed new design paradigm. And this allowed digital consumers to play a forceful role on Media Culture. Accordingly, the study is going to define the Cultural Contents Design based on the existing Cultural Contents Policies and contents of Digital Contents Policy, and make clear the range of policy. Also, this will cover the relationship between UCC and digital media users, and proposes policy maker's professionalism on technological - philosophy base. Indeed, this suggests the direction of cultural contents policy through the analysis of the media cultural paradigm.

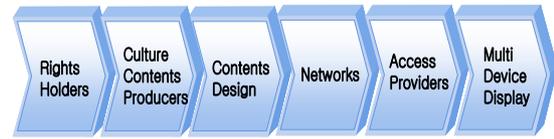
## I. 서론

네트워크 및 미디어를 활용한 콘텐츠가 일상화되는 유티비쿼터스 시대로 접어들면서 21세기 문화는 모든 분야의 선도적 역할을 수행하게 되는 시대가 되었다. 문화콘텐츠 집약형의 고부가가치 사회구조는 급진전하는 세계화의 과정 속에서, 기술과 감성의 구조체계를 이루고 있으며, 이렇게 멀티미디어가 콘텐츠를 전달하는 통합플랫폼으로 등장하면서 디자인정책의 문화적 가치체계는 관련분야의 성장을 선도하는 주도적 역할을 하게 되었다. 이는 기존의 문화콘텐츠 정책현황과 디자인 정책이, 디지털화에 따른 문화콘텐츠 패러다임의 변화에 어떻게 대처해나가야 하는지의 필요성을 갖게 해준다. 네트워크의 발달과 기술융합을 통하여, 사용자들은 직접 콘텐츠를 생산해내는 UCC 문화현상 속에서 적극적 수용자로서의 입지를 만들어내었다. 이런 시점에서, 문화콘텐츠 디자인 분야의 정책입안자들은 이러한 문화를 총체적으로 아우르는 철학적 소명의식을 가지고 혁신추진체계의 방향을 정립해야 한다고 본다. 이런 의미에서 본 논문에서는 그 가이드라인 역할로서, 디지털콘텐츠의 새로운 패러다임을 중심으로 문화의 보이지 않는 대상에 대한 가치부여 및 변화무쌍한 콘텐츠의 최적의 디자인 구현에 대한 시각을 제시하고자 한다. 이 새로운 디자인의 패러다임은 융합기술로 인한 복합문화형성을 가시화하며, 예술과 기술의 문화적 통합을 보여주는 것이다. 따라서, 디자인 분야의 새로운 트렌드 구성의 중심역할과 새로운 디자인적 대상을 창출하는 키워드 역할로서, 인류 미래와 인간을 위한 디자인을 그 핵심기반으로 한, 다양한 정책방향을 제언하고자 한다.

## II. 기술융합 기반의 문화콘텐츠 디자인

### 1. 문화콘텐츠 디자인의 개념 정의와 가치사슬

문화콘텐츠라는 용어는 최근 들어 문화와 산업을 연결하여 국가경제 발전을 도모하려는 시도가 이루어지면서 급속도로 파급된 용어이다. 문학, 미술, 음악, 영화, 출판, 만화, 애니메이션, 음반, 디자인, 공예 등 문화예술을 산업과 연계시키는 것뿐만 아니라 관광, 축제, 국제회의, 인터넷 콘텐츠 등까지도 문화상품화하고 있는 이때, 특히 정보통신기술의 발전으로 부가가치 높은 문화상품을 생산하는 디지털 문화콘텐츠<sup>1)</sup> 산업이 주류를 이루고 있다.



<그림3> Digital Cultural Contents Design Value Chain

이 속에서 현대 자본사회는 계층으로만 나뉜 사회가 아니라, 정말 복잡다단하게 각각의 이익에 의해서 끊임 없는 갈등의 장을 만들어낸다. 이러한 형태는 네트워크 기술의 발달로 국제적인 문화영역 속에서도 새로운 문제를 야기하고 있다. 또한 문화콘텐츠 디자인이라는 말은 문화산업의 내용물을 기획하고 그 기획을 구체적인 디자인 결과물이나 정책으로 제안하는 것을 포괄적으로 의미한다. 이는 디자인을 보는 관점에 따라 두 가지 뜻으로 대별할 수 있는데, 하나는 문화콘텐츠를 디자인하는 문화콘텐츠 디자인이고, 또 하나는 문화콘텐츠의 일부분을 차지하는 콘텐츠로서의 디자인이다. 즉, 전자는 광의의 개념으로 하나의 문화현상이며, 후자는 신화, 이야기, 음악, 영화 등 다양한 문화콘텐츠를 가시화시키는 디자인을 의미한다. 다시 말해, 후자의 개념이 기존의 일반적 디자인 분야를 말하는 것이라면, 전자의 개념은 우리삶과 문화를 새롭게 인식하고 통합시켜가는 디자인을 말하는 것이다.<sup>2)</sup> 즉, 문화콘텐츠 디자인은 다른 일반적인 콘텐츠와는 달리 감동과 상상력, 예술성, 가치관, 생활양식 등 정신적 감성적 가치를 담고 있는 문화상품을 디자인하는 것이라고 할 수 있다.

디지털 시대는 또 다른, 문화의 신 르네상스 시대를 열어주었다. 문화적 요소가 경쟁요소의 핵심으로 떠오르면서 드라마, 영화, 가요, 게임 등 다양한 분야의 대중문화에 대한 관심과 선호도를 높였으며 콘텐츠 디자인 산업의 비중이 확대되었다. 이러한 디지털 문화콘텐츠 디자인의 주요 특징은 문화라는 함축적 의미가 강한 콘텐츠를 네트워크를 통한 표준화된 모듈로 쌍방향 커뮤니케이션으로 멀티비주얼화 시킨다는 것이다. 이는 융합기술로 인하여 미디어의 융합을 대변하게 되었고, 콘텐츠디자인의 가치사슬을 뜻하는 것이다. 플라즈마 LCD TV, MP3 플레이어, 고해상도 디지털카메라, DMB, PMP 등 하이테크를 선보이는 제품들은 디자인으로 같은 문화콘텐츠를 공유 및 구현하는 것이므로, 이에 따른

1) 디지털문화콘텐츠란, 문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 디지털 콘텐츠를 말한다. - 한국콘텐츠진흥원, "우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업 종합계획 2003-2007", p.22.

2) 한국문화콘텐츠진흥원, "문화콘텐츠 디자인의 유형과 정책과제", 한국문화콘텐츠진흥원, p.3.

콘텐츠 디자인의 가치사슬이 이루어진다고 볼 수 있겠다. 즉, 모든 디바이스 간에 상호 유기적인 결합이 이루어지는 것이므로 콘텐츠 컨버전스로 간주할 수 있는 것이다. 또한, 각각의 다양한 디바이스를 통한 OSMU(One Source Multi Use)를 자유로이 가공, 구현할 수 있는 디자인에 대한 표준화작업도 필요한 부분이라 할 수 있으며, 이에 따른 Value Chain<sup>3)</sup>을 통합하여 부가가치를 더욱더 높일 수 있을 것이다.

## 2. 디지털시대 문화콘텐츠디자인의 새로운 패러다임

뉴미디어매체를 통한 문화콘텐츠디자인은 상호작용을 고려한 인터페이스 디자인이다. 이는 예술성, 작품성을 지닌 콘텐츠가 미디어 - 디바이스, 네트워크, 소프트웨어 등 -와 상호작용을 할 수 있는 인터페이스와 융합, 복합되었을 때 비로소 미래지향적인 콘텐츠 디자인이 완성된다 하겠다. 이러한 디지털미디어 융합 환경에서는 기업이나 정부부서간 조화가 중요하며, 미디어와 콘텐츠가 디자인을 통하여 어떻게 조화롭게 결합하느냐도 중요한 문제이다. 시각화된 문화콘텐츠가 Invisible 형태로 제공되어 질 때, 웨어러블 컴퓨터(Wearable Computer)의 기반도 사라질 것이다. 이러한 디자인 패러다임의 변화는 궁극적으로 아날로그 형태와 비슷한 구조를 가지게 되지만, 다른 점은 인간의 생활영위나 커뮤니케이션을 위한 어떠한 것도 번거로운 물리적 공간에서 이루어지지 않는다는 것이다.<sup>4)</sup> 이때는 모든 보이지 않는(Invisible) 가상공간의 산물들은 모두 디자인의 영역 안에서 구현될 것이기 때문이다. 이러한 맥락에서 볼 때, 디자인 패러다임의 변화는 향후 경제발전 과정에서 거시적 차원의 정부정책이 필요하며, 보다 큰 맥락에서 디자인의 역할을 평가할 필요가 있다. 이에, 디자인 정책의 비효율적 실행에 대한 오류를 최소화하기 위하여 기술융합 기반하에 이루어지고 있는 UCC 문화현상과 디지털 수용자와의 역학관계를 살펴보기로 하겠다.

## III. 디지털 미디어 속의 기술융합과 UCC 문화현상

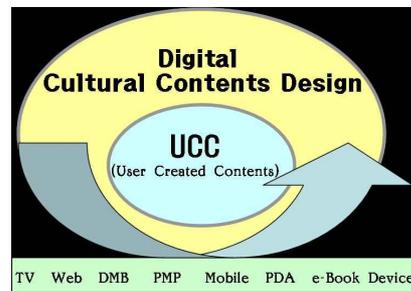
3) 가치사슬이란, 고객에게 가치를 제공함에 있어서 부가가치 창출에 직, 간접적으로 관련된 일련의 활동, 기능, 프로세스의 연계를 의미하며 가치사슬을 디지털과 유비쿼터스의 중심이 되는 새로운 시장환경으로 개념화할 수 있다.

4) 김문석, "유비쿼터스 空間의 디자인 패러다임 變化에 관한 硏究", 한양대학교 박사학위논문, 2003

## 1. 디자인측면에서 본 UCC 문화와 디지털 수용자

디지털 세상. 의미로 모든 것이 내재된 환경, 결코 새로운 개념이 아니면서 인간의 잠재의식 속에 내재된 숨어 있는 이상, 이것이 곧 디지털 콘텐츠 생산 문화의 메타 환경이라 생각한다. 특히, 정보지식과 네트워크의 긴밀한 연계체계가 글로벌하게 모든 분야를 아우르며 톱니바퀴처럼 맞물려 돌아가면서 연쇄적, 동시다발적 영향을 미치는 이러한 사회 속에서 이 모든 요소들이 문화의 흐름을 생성해나가고 또, 그 흐름에 편승해가는 사람들의 사고와 가치관을 변화시켜나가면서 또다시 피드백 받는, 이 모든 일련의 작용 자체가 문화이다. 이러한 문화 속에서의 문화콘텐츠 디자인 삶의 본질을 철학적으로 시각화하여 내놓는 것으로 기술융합이 일조를 하였다. 다른 문화도 마찬가지겠지만, 특히 디지털 문화의 이미지 안의 이데올로기를 보면, 하나만의 이데올로기만 있는 게 아니라, 다양한 의미를 담고 있다. 하나의 텍스트는 또 다른 텍스트를 불러들이는데, 스템트 홀이 지적했듯이, 독자들은 수동적으로 해석하는 것이 아니라, 선택적으로 수용하여 해석하는 의미생산자이기도 하다. 이러한 독자의 능동성은 콘텐츠와 제조 산업의 기술을 살려서 그 첨단기술을 활용하는 유비쿼터스 문화영역에서 주요 핵심 키워드가 된다. 특히, 사용자 중심의 콘텐츠제공 서비스에 대한 중요성이 대두되면서, 소위 프로슈머(prosumer: 생산자(Producer)와 소비자(Consumer)를 합성한 용어가 경제용어로 사용되는 가운데, 최근에는 UCC라는 문화현상이 나타났다. 이는 기존의 디지털 수용자 모델이론과의 별개의 양태를 지닌 담론생산자의 한 축을 만들었다고 볼 수 있다.

UCC는 User Created Contents 의 약자 그대로, '사용자가 직접 만든 콘텐츠'를 의미한다.



<그림 5> 멀티디바이스를 통한 UCC 구현

이용자들이 직접 만들어 인터넷에 올리는 동영상·사진 등 다양한 콘텐츠들이 기술융합에 의한 미디어 매체를 통하여 하나의 문화현상을 이루는 것이다.<sup>5)</sup>

이는 팀 오라일리가 주창한 웹2.0과 같은 맥락으로 인터넷 환경이 사용자들의 참여를 기반으로 제작된 콘텐츠와 교류가 온라인 생태계를 주도할 것이라는 의미를 담고 있다.<sup>6)</sup>

이러한 UCC(User Creative Contents)는 기술융합 환경으로 인해, 대중의 생활과 사회적 관계의 모든 면을 매개로 한 통합커뮤니케이션으로서 문화현상의 새로운 축을 이루게 되었다. 이는 궁극적으로 컴퓨팅, 콘텐츠, 커뮤니케이션 디지털화의 상호연계로 인한 것이며, 이러한 기술산업, 콘텐츠산업, 문화산업이라는 관계의 형성은 인간의 행태를 변화시키는 물론, 인간을 중심으로 한 문화양식과 소비형태의 변화를 가져왔다. 이것은 곧 디자인의 변화를 의미하는 것으로, 무형의 콘텐츠가 유형의 콘텐츠보다 더욱더 비중 있는 가치를 차지하게 됨으로써, 그 디자인의 대상 또한 보이지 않는 영상문화를 형성하는 데에 큰 역할을 맡게 되었다. 이러한 영상문화는 도출된 시각적 외형만을 지칭할 수도 있지만, 보다 정확성을 기하자면, 형태가 지닌 의미와 해석, 이를 통한 문제 제기 등을 디자인의 정의 안에 포함할 수 있다. 특히 영상은 미디어를 통해 문제의식을 전달하고자 하는 목적일 때, 다양한 이해관계를 지닌 사람들에게 이를 효과적으로 전달된다.

더욱이 누구나가 디자인과 영상을 제작하는 UCC의 보편화된 상황하의 디자인은 더욱더 문화의 발달을 반영하는 거울이 되었으며, 융합기술은 문화적 가치관으로 디자인된 콘텐츠 속에서 감지할 수 있는 시각적 형태로 만들어져 그 가치관을 전달하고 있는 것이다. 또한, 콘텐츠의 재생산구조를 통한 디자인 가치사슬이 새롭게 형성되는 새로운 패러다임에 주목할 필요가 있으며 디지털문화콘텐츠디자인 정책은, 즉흥적인 정책의 시행이 아니라, 장기적 비전과 미래를 가늠할 수 있는 계획을 가지고, 진보된 차원에서 문화적 가치체계 확립하기 위해, 전반적인 UCC의 현황과 그 문제점을 살펴볼 필요가 있다.

**2. 국내 UCC 현황과 문제**

UCC의 형태는 이미 우리 문화 속에 내재되어 있었지만, 드러나지 않은 채, 디지털 콘텐츠들을 인터넷 환경에서

5) 세계 최대의 UCC 사이트 유튜브는 1억 건 이상의 동영상을 보유하고 있다. 최초 미국의 사진 공유 사이트인 플리커닷컴과 유튜브닷컴으로부터 파생된 이 용어로 인해 한국의 전문 사이트에 이르기까지 UCC 를 고유한 콘텐츠로 활용하려는 시도들이 다양하게 선보이고 있다.

6) 차우진, “누가 UCC를 원하는가”, 매거진T, 2006.10.19

꾸준히 만들어왔다. 게시판을 기반으로 구성된 온라인 커뮤니티에서 사용자들이 소통하는 것 자체가 UCC였으며, 이것이 전통적인 콘텐츠의 생산 권력 구도를 허물어뜨리는 것과 동시에, 다양하고 엄청난 양의 콘텐츠를 단기간에 생산할 수 있는 획기적인 아이템이라는 점에서 경제분야에서는 비즈니스 모델로 구상하여 수익을 창출하고 있다.



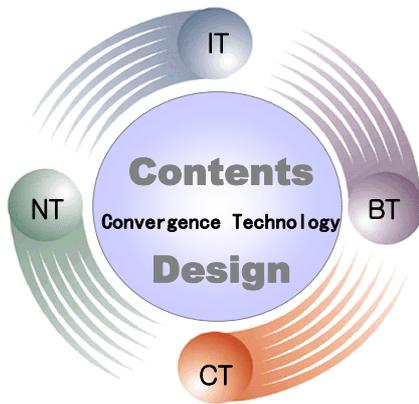
<그림 3> 국내 UCC 동영상 콘텐츠 업체

사례로, 최근 네티즌이 만든 동영상을 인터넷에 공개하고, 광고수익을 나눠 갖는 신개념 사이트 테그스토리는 네티즌들이 올린 동영상을 얼마나 많은 사람이 시청했는지의 횟수에 따라 광고수익을 배분한다. 또 한 사례로, 동영상 사이트 판도라TV는 주간 페이지뷰(인터넷 사이트 조회 숫자)가 1억 회를 넘어설 정도로 그 사업성이 높아졌다.<sup>7)</sup> 이러한 추세에 편승하여 UCC를 TV방송이나 인터넷 포털사이트, DMB(디지털 멀티미디어 방송), IPTV(인터넷TV) 등 신규 방송서비스에서도 주력 콘텐츠사업으로 확대 활용되고 있다. 하지만 UCC 제작이 활성화되려면 저작권 침해 문제가 선결 과제다. 이러한 측면에서, 법적으로 가장 문제가 되는 것이 저작권이다. 그러나 기업에게는 개인에게는 공통적으로 요구되는 것은 일부 TV 프로그램이나 상업영화의 일부분을 편집해 올리는 콘텐츠가 많은 상태에서 방송사나 영화사에서 저작권 문제를 본격적으로 거론할 수도 있다.

7) 김희섭, 탁상훈, , “한국의 유튜브 꿈”, 조선일보, 2006. 10. 20.

### 3. 문화콘텐츠 디자인관련 핵심기술개발 현황

정부는 중기 기술개발계획을 단계적으로 이어가고, 향후 10~20년 후('15~'30) 새로운 성장동력원으로서의 역할을 할 것으로 예상되는 기술분야를 「미래 국가유망기술 21」로 선정<sup>8)</sup>, 표2와 같이 추진해오고 있다.



<그림 4> 융합기술에 따른 콘텐츠디자인 영역

표내용에서 보듯이, 미래국가유망 기술분야는 차세대 성장동력사업 등 중기 기술개발계획의 연장선상에서 국가 R&D 장기 전략의 기본틀 마련에 주안점을 두고 있기도 하며, 또한 경제적 가치창출과 함께 국민의 삶의 질 향상과 공공성 제고에 기여할 수 있는지 여부를 종합적으로 고려하여 진행된다. 이러한 융합기술<sup>9)</sup>은 그 누구도 상상하지 못할 정도로 미래를 바꾸는 데 핵심 구실을 할 것이다. 특히 지금 현재 주력하고 있는 분야는 2015년까지 IT와 BT 기술 융합분야로, 여기에 NT 융합분야를 접목시켜, 오감까지 인식할 수 있는 유비쿼터스 디바이스 연구를 추진하고 있다.<sup>10)</sup> 이렇듯, 산업적인 측면에서도 판도를 변화시킬 주요 변수로 작용하는 융합기술은 주로 인간의 수행능력을 향상시킬 수 있는 기술로 삶의 질을 향상시키는 데 크게 기여할 것이다. 그래서 정부는 IT를 기반으로 한 BT, NT, CT를 결합한 융합기술 개발을 국제적인 경쟁력이 있다고 판단, 민간의 초기투자 위험부담 경감을 위한 원천기술 개발을 지원하고, 융·복합되는 기술추세에 맞춘 IT-BT, IT-NT 등 융합기술 개발을 추진하고 있는 중이다.<sup>11)</sup>

8) 과학기술부, “과학기술예측조사('05~'30)결과와 향후 추진방향”, 2005.5., p. 53.

9) 융합기술은 여러 개 기술을 서로 합한다는 의미이며, 엄격한 의미에서 융합기술이 별도로 존재하기 보다는 새로운 제품과 서비스가 생산과정에서 개별기술로 동시에 적용되는 것을 말한다.

10) 매일경제, “컨버전스 기술이 세상을 바꾼다. 미래를 디자인하자.”, 2006.1.1

이 중에서, 문화콘텐츠 디자인관련 핵심 CG 기술은 게임, 애니메이션, e-Learning 등 산업 전반에 걸쳐 파급 효과가 큰 분야로, 디지털콘텐츠 세계시장 선도를 위해서 정부는, 2005년 다음과 같은 핵심 기술을 개발하였다.<sup>12)</sup>

- 1) 고품질 영상콘텐츠 제작에 필요한 디지털 액터 기술 및 CG 영상표현 기술 개발
- 2) 예술적 감성에 기반한 인간 친화적 콘텐츠 제작을 위한 비사실적 애니메이션 저작 도구 개발
- 3) 기술 개발을 통한 국내 영상 콘텐츠 산업의 국제 경쟁력 제고 및 수입 대체 효과 창출
- 4) CG 영화 및 극장용 3D 애니메이션 제작에 필요한 선진국 수준의 사실적인 CG 영상 및 특수 효과 제작 기술 확보
- 5) 게임, 가상 박물관, 가상 체험관 등의 디지털콘텐츠 산업 분야와의 융합(fusion)을 통해 새로운 기술, 제품을 창출할 수 있는 기술 기반 확보 가능
- 6) 다양한 플랫폼 (PC, 모바일, 디지털 홈 등)을 통한 DC의 안전한 유통 체제 확립 및 저작권 보호를 통해 건전한 디지털콘텐츠 유통환경 조성
- 7) 고품질 영상콘텐츠 표현 및 영상의 사실감에 대한 평가를 위한 표준 규격 연구 및 국제표준화 작업 기반 조성 등이 있다.

특히, 고품질 영상콘텐츠 제작에 필요한 디지털 액터 기술 및 CG 영상표현 기술 개발<sup>13)</sup>은 문화콘텐츠산업에서의 고부가가치를 창출하는 데 기여한 대표적인 사례이다. 뿐만 아니라 영화, 게임이나 각종 캐릭터 연계사업으로 인한 연쇄적인 부가가치 창출 과 국내 영상 콘텐츠 산업의 국가 경쟁력을 한층 강화시키게 된 점은 긍정적으로 평가된다. 이러한 산업 기술측면의 주요 정부 정책 분야들이 실제로 문화콘텐츠디자인 정책안과 연계하여 효과적으로 수행되기 위해서는 아직까지도 문제가 있다. 이는 아직도 타 주요 정책 사안들과 분리된 채 디자인 정책은 논해지고 있으며, 어떤 점에서 디자인 정책을 정치적 사안이나 정부로부터 멀리하는 경향

11) 정보통신부, “2006년도 정보통신 연구개발 기본계획”, 2005.8., p. 3.

12) 산업자원부, “온라인디지털콘텐츠산업발전 시행계획”, 2005.7., p.52.

13) ETRI(한국전자통신연구원) 디지털콘텐츠연구단은 정보통신부가 실시하고 있는 선도기반기술개발 사업의 일환으로 지난 2003년부터 연간 72억원(4년간 총 288억원)의 예산을 들여 "실사 수준의 디지털 영상 콘텐츠 제작 소프트웨어 개발" 연구사업을 통해 디지털 액터를 비롯한 고품질 CG 특수 효과 제작의 핵심 기술을 개발했다. - 한국전자통신연구원(ETRI).

을 가진 주류 디자인계의 속성에서 기인한 것으로 볼 수 있다. 따라서 이제는 거시적 측면에서 융합기술에 따른 정책적 협력체계가 구축되고 가시화되어야 한다고 보기에, 이를 구체화하기 위한 디지털문화콘텐츠 디자인 정책의 가이드라인을 제시해보려 한다.

#### IV. UCC 문화현상에 따른 디자인 정책 제안

##### 1. 디지털 문화콘텐츠 디자인 정책에 필요한 혁신 추진체계 수립

콘텐츠 유통 플랫폼의 다양화 및 복합미디어의 출현으로 디지털문화콘텐츠 디자인 산출물의 형태도 다양화되었다. 특히 디지털 기반 문화콘텐츠 디자인은 CT (Culture Technology) 기반하에 구현되는 디자인이라, 연계산업에 관한 폭넓은 지식과 활용기술 또한 필요하게 되었다. 이러한 기술의 발전과 동시에 통신과 방송의 융합과 콘텐츠간의 융합, 그리고 유무선 융합 등은 멀티 디바이스의 다양한 콘텐츠 디자인 시각화를 가져와, 그에 따른 표준화 정책도 요구되었다. 뿐만 아니라, 내면적으로는 새로운 경제적 패러다임의 변화와 동서양의 문화 융합, 그리고 의사소통의 혁명, 사회경제 의식의 변화, 기계 부분의 인간화, 또는 인간관계의 새로운 변화 및 양태의 변화 등 그 어느 시대 전환보다도 급격하고 거대하게 흘러가고 있다. 이러한 흐름 속에서 문화콘텐츠 디자인분야의 문제점을 통하여 그에 따른 디자인 정책의 혁신추진체계 수립은 필수적이라고 볼 수 있다.

##### 2. UCC 기반 문화콘텐츠 디자인 분야 정책 강화

현재 정부부처간 문화콘텐츠 디자인 정책전담부서는 중복되거나, 법적, 제도적 체계도 미흡하다. 또한, 이용자들간의 디지털 문화콘텐츠 관련 디자인 산출물은 급증하고 있으나, 이에 따른 법적 보호제도나 저작권사용권에 대한 비용지불 인식부족으로 말미암아 국내뿐 아니라 국제적으로 갈등이 심화되고 있다.

특히, UCC 문화현상이 일반화되면서 UCC에 대한 정책은 UCC를 어떻게 활용할 것인가에 대한 고민이 아니라, 각 저작물들에 대한 공정한 저작권을 보장하거나 받기 위한 실천일 것이다. 모든 사람들은 자신의 창작물에 대한 저작권을 보호받을 권리가 있고 그에 대한 정당한 보상을 받는 것이 당연하다는 사실이 이른바 '상식'이 될 때 UCC는 보다 폭발적인 효과를 발휘할 수 있을 것

이다. 특정 사이트에 회원으로 가입해서 활동한다고 해서 내가 제작한 동영상이나 이미지들의 저작권이 그 회사의 것이 되는 것은 아니기 때문이다. 그렇다고 해서, 무조건 불법복제 및 유통을 금지하게 되면 이용자 급감으로 인해, 그 시장 자체가 침체되어 버릴 수도 있다는 것을 염두에 두고 금지강화정책보다는 정품사용에 관한 권리 및 이익을 한층 더 강화시켜주는 정책으로 서서히 자연스럽게 인식전환을 유도하는 것이 장기적 관점으로 볼 때 더 바람직한 정책방향이라고 본다.



<그림5> Creative Commons License의 구성요소

그 하나의 대안으로 크리에이티브 커먼스 라이선스 (CCL, Creative Commons License)<sup>14)</sup>를 대안으로 제시한다. 현행 저작권법 하에서는 저작자가 쉽사리 자신의 그러한 의사를 대외적으로 밝히기가 쉽지 않다. 게다가 저작권이 성립하는데 어떤 등록절차나 공시절차가 필요하지 않기 때문에 이용자의 입장에서조차 저작자가 어떤 의사를 갖고 있는지 확인하기도 역시 어렵고 그렇다고 일일이 저작자와 접촉을 할 수도 없는 형편이라, 이러한 불편을 해결해 줄 수 있는 방법이 바로 CCL의 사용이라 볼 수 있다. CCL이 제시하는 것은 '누구나 자신의 저작물에 본인이 원하는 라이선스를 부여할 권리가 있다'는 것이다.

##### 3. 문화콘텐츠 디자인 산출물의 거시적 아카이브 표준화 정책

14) 크리에이티브 커먼스 라이선스는 지적재산권을 필요에 따라 분리해 행사하고 싶은 사람들을 위해 설립된 국제적인 비영리 단체다. 한국에는 첨단 정보통신 기술과 관련한 법조인들과 학자들의 비영리 단체인 한국정보법학회를 중심으로 2005년부터 소개되어 운영 중(<http://www.creativecommons.or.kr/>)이며, 해외에서는 블로거들과 예술가들을 중심으로 활성화되었으며, 한국에서도 다음(Daum) 커뮤니티를 포함하여 개인 블로그를 통해 확산되고 있다.

문화콘텐츠의 디지털화 사업정책은 주로 현재의 시점이 아니라, 과거 문화원형복원에 초점이 맞춰져 있는 편이었다. 한국문화콘텐츠진흥원에서 추진하고 있는 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업<sup>15)</sup>은 이런 맥락에서 초기엔 성과위주의 정책이란 측면이 강했다. 현재는 디지털문화콘텐츠 디자인의 고품질을 추구하면서, 그 유통활성화 정책을 펴고 있긴 하지만, 아직도 아카이브 문제에 있어서는 좀더 거시적인 활성화 정책을 도입하여야 할 것이다. 이러한 디지털 아카이브를 통한 콘텐츠 재생산 및 활용면에서는 긍정적인 부분도 있으나, 현재의 콘텐츠도 역시 과거의 문화원형이 된다는 것을 생각한다면, 디지털화 하는 콘텐츠의 향후 활용기간에 대한 거시적 활용 정책을 좀더 신중하게 고민해야하지 않을까 싶다. 지금 구축 시작화한 콘텐츠의 뷰어 또는 단말기기의 단종으로 몇 년 뒤에 기존의 콘텐츠를 구현할 수 없다면 또 다시 그만큼의 구축비용을 들여 새롭게 구축을 해야 한다는 점이다. 즉, 시각화된 콘텐츠를 어느 단말기에서나 변환과정없이 곧바로 볼 수 있도록 하여야 한다. 이러한 OSMP (One Source Multi Product) 표준화 기술이야말로, 거시적 아카이브 정책에 일조를 하는 것이라 본다.

#### 4. 디지털 문화콘텐츠 디자인 전문인력 양성

콘텐츠제작 분야에서 문화를 이해하고 그 가치와 메타의미까지도 표현해낼 수 있는, 인문사회학 기반의 실무능력을 갖춘 디지털콘텐츠 전문 디자이너가 많이 부족한 편이다. 이는 문화콘텐츠 고유의 기획자나 시나리오 콘텐츠 작업자는 인문사회학 출신이 대부분이라, 급격하게 변화하는 디지털 기반의 기술분야 개발활용능력이 부족하고, 제작측은 다른 콘텐츠와는 달리 문화적 가치 중심의 함축된 의미를 콘텐츠화 시키고, 시각화하는 데에 한계가 있기 때문에 이 두 영역을 모두 아우를 수 있는 교육시스템 체계가 필요하다고 할 것이다.

#### 5. 매체융합에 따른 디지털 문화콘텐츠 디자인 발전 전략 연구

인간의 지식과 감성 그리고 창의력과 상상력이 부가가치를 창출하는 UCC 기반 문화 패러다임의 대전환이 진행되고 있는 이 시점에 문화콘텐츠 영역이 새로운 핵심산업 영역으로 부각되었지만, 진정한 UCC 콘텐츠는 단

순히 기존 콘텐츠의 조합과 퍼올리기가 아닌, DIY(Do It Yourself) 콘텐츠로서의 실질적 성격을 가지고 자리매김 하여야 비로소 강력한 UCC 문화를 구축할 수 있으리라 본다. 그리고 이로 인해 주변 국가들의 저임금제작기반에 밀린 국내 제작업체들의 어려운 상황을, 국내의 창의적 콘텐츠를 창출하는 사용자의 두터운 인프라 활성화로 대체, 문화적 가치의 상품화를 꾀할 수 있는 비전을 모색해볼 수 있다. 따라서 전세계가 거대한 하나의 네트워크로 연결된 현 시점에 디지털 문화콘텐츠 디자인분야의 SWOT 분석을 통하여, 저작권 및 유통망 정책적 보완책을 염두에 둔 전략을 수립해야 할 것이다.

#### 6. 문화콘텐츠 정책입안자의 철학적 소명의식

디지털미디어 시대의 글로벌라이제이션과 동시에 일어나고 있는 매체 컨버전스는 기존의 가치관에 많은 변화를 불러일으켰다. 정체성이 과편화, 다양화, 혼종화 하는 데에 한몫을 토포하고 있는 새로운 커뮤니케이션 도구로서의 디지털 문화는 기술과 시장과의 융합에 따른 제도적 융합과 더불어 정책입안자들이 필연적으로 다루어야 할 문제가 되었다. 특히, 이러한 환경이 현재의 서비스와 다른 새로운 서비스뿐만 아니라 기존의 디지털 관련 미디어 이용자들에게 문화적으로 새로운 가치를 부여하는 것이 무엇인지도 파악해야만 하는 상황에 있다. 또한, 문화생태학적으로 다양한 연구를 위해, 정보통신 기술, 나노기술, 생명공학, 로봇공학, 디자인 분야 등에서 첨단기술의 개발과 인문철학분야의 통섭이 활발해지면서, 이러한 새로운 문화 패러다임의 대변환 속에서 디지털기반의 문화콘텐츠 정책입안자는 다음과 같은 철학적 소명의식을 지녀야 한다고 본다.

첫째, 디지털미디어가 현 체제의 이데올로기를 그려내는 이때, 디지털 컨버전스 서비스와 미디어가 누구에 의해 어떻게 시각화되어 이용되고 영향을 미치는 것인가에 대한 담론생성에 대한 논의를 숙고해봐야 할 것이다. 특히, 총체적 변화에 대처할 새로운 주체인식이 필요하다 는 것을 염두에 두어야 할 것이다.

둘째, 인간의 가치중심에 대한 고민이 어떻게 콘텐츠로 디자인되어야 하는지 고민해 보아야 한다. 더욱이 최근 UCC(User Created Contents)가 인터넷 및 뉴미디어 시장을 주도하는 흐름 속에서 문화 헤게모니의 역학관계를 간파해 해내는 해안도 필요하다 할 것이다.

셋째, 기존 국가 문화콘텐츠 정책의 특징이라 할 수 있는 탑 다운(top-down) 형태의 정부주도의 시장창출 또는 유인 정책에 대하여 견제하는 입장을 가지고, 새롭게 등장하는 유비쿼터스 소사이어티의 문화 현상에도 주목

15) 문화원형 기반 문화콘텐츠디자인 사업추진체계를 보면 2010년까지 단계적으로 인식제고와 연구개발활성화 지원 및 교육사업, 그리고 디자인문화상품 활성화 시범사업 추진사업을 그 내용으로 하고 있다. - 한국문화콘텐츠진흥원, “문화원형 창작소재 개발 중장기 로드맵 개발”, 한국문화콘텐츠진흥원, p.239.

해야 한다. 즉, 현재의 사용자들이 디지털 매개체의 경험에서 추구하고자 하는 행동특성이 무엇이며 또 디지털 수용자의 행동양식과 의식변화와 역할 등을 분석하여, 집단 계층간의 이해 상충에 의한 구조적 제도와 흐름을 예측할 수 있는 시각을 가져야 한다.

이런 점에서 디지털기반 문화콘텐츠 정책입안자는 기존의 기술적 메커니즘을 통한 문화흐름 뿐만이 아니라, 새로운 문화현상 경험적 접근이 필요하며 서비스 분류 역시 일반 콘텐츠 디자인 정책에 상응하는 포괄적 접근 연구태도를 갖추어야 할 것이다.

마지막으로, 문화콘텐츠디자인 정책입안자는 3D 다초점 렌즈를 장착한 것과 같은 총체적 시각을 기본적으로 지니고 정책에 대한 고민을 해야 한다. 특히, 디지털 문화콘텐츠 디자인 정책입안자는 그 산출물들이 인간성에 미치는 영향과 사고 방식 및 행위 양식의 변화를 예측해낼 수 있어야 한다. 무엇보다도 인간의 가치에 근본을 두고 풀어나갈 때 비로소, 디지털 문화콘텐츠의 기술철학 정책은 바람직한 문화 형성의 효과를 낼 수 있을 것이다.

## V. 결론

융합기술의 기본적인 속성은 복합문화이다. 위에서 살펴본 바와 같이 각 기술분야에 대한 정부 추진전략 및 일반적인 디자인 정책 내용을 통해서 볼 때, 앞으로 유비쿼터스 시대에 있어서 콘텐츠문화의 디자인 정책은 독자적으로 추진되기보다는 적극적이고 혁신적인 접근방식으로 접근해야 한다. 특히 기술융합론을 뒷받침할 수 있는 제도적 협력체계가 절실히 요구되는데, 국제적으로 IT, NT, BT 그리고 CT 등을 결합한 이 기술융합 개발에 선도적 우위권을 선점할 수 있는 총체적 융합체계 디자인 인력 양성을 지원하여야 할 것이다. 이러한 융합기술로 인간, 인공지능간 커뮤니케이션 시스템을 요구하는 상황에서, 디지털문화콘텐츠 디자인 정책은 더욱더 인간의 생각과 감정을 이해하고, 나아가 오감을 포함하는 감성형 콘텐츠 디자인으로의 접근 방식을 염두에 두어야 한다. 따라서 다학제적 연구가 필요한 부분이므로 학제간 소통 가능성, 학제적 지식의 경계를 넘나드는 창조적 문제제기 및 통섭적 연구역량 결집을 할 수 있는 정책적 마인드가 필요하다 하겠다. 또한 여러 분야의 이해부족을 상호보완하여 시너지효과를 낼 수 있도록 정부, 산업계, 학계 간의 활발한 제휴 정책이 필요하다. 무

엇보다도 디지털문화콘텐츠 디자이너들이 인문 사회과학적 마인드를 지닐 수 있도록 하는 교육정책방향, 그리고 융합기술을 총괄하는 뉴 커뮤니케이션 정책 설정이 되어야 하는데, 이를 위해서는 무엇보다도 각 분야의 유연한 사고와 인간을 생각하는 문화 속에서, 융합기술을 아우르는 기술철학이 기본바탕이 되어야 한다.

## 참고문헌

- 1) 한국문화콘텐츠진흥원, 우리문화원형의 디지털콘텐츠화 사업 종합계획 2003-2007, 한국콘텐츠진흥원, 2001.
- 2) 한국문화콘텐츠진흥원, 문화콘텐츠 디자인의 유형과 정책과제, 한국문화콘텐츠진흥원, 2004.
- 3) 김옥조, 미디어 윤리(개정판), 커뮤니케이션북스, 2004.
- 4) 김영석, 디지털미디어와 사회, 나남출판, 2000.
- 5) 데이비드 크로토우 저, 전석호 역, 미디어 소사이어티(산업·이미지·수용자), 사계절출판사, 2001.
- 6) 마샬 맥루한 저, 박정규 역, 미디어의 이해(인간의 확장), 커뮤니케이션북스, 1999.
- 7) 박유행, 디지털시대 미디어와 정치, 자프린트닷컴, 2003.
- 8) 산업자원부, 제3차 산업디자인진흥종합계획(2003~2007년), 2003.
- 9) 한국문화콘텐츠진흥원, CT비전 및 중장기전략수립, 한국문화콘텐츠진흥원, 2005
- 10) 심상민, 류후규 역, 미디어는 콘텐츠다, 김영사, 2002.
- 11) 우병현, 디지털미디어와 저널리즘, KSI 한국학술정보(주), 2001.
- 12) 유재천 외, 컨버전스와 미디어세계, 커뮤니케이션북스, 2005.
- 13) 윤희영, 주체개념의 비판 : 데리다, 라캉, 알튀세, 푸코, 서울대학교 출판부, 1999.
- 14) 강준만, 미디어와 쾌락(넷세대는 미디어를 어떻게 소비하는가?), 인물과 사상사, 2003.
- 15) 자크 데리다 · 베르나르 스피글러, 에코그래피, 민음사, 2002.
- 16) 전경관, 디지털 / 미디어 / 문화, 한나래, 2005.

- 17) 조흠, 의미만들기와 의미찾기, 개마고원, 2001.
- 18) 김문석, 유비쿼터스 空間의 디자인 패러다임 變化에 관한 研究, 한양대학교 박사학위논문, 2003
- 19) 차우진, 누가 UCC를 원하는가, 매거진T, 2006.10.19
- 20) 김희섭, 탁상훈, 한국의 유튜브 꿈, 조선일보, 2006. 10. 20.
- 21) 과학기술부, 과학기술예측조사('05~'30)결과와 향후 추진방향, 2005. 5.
- 22) 매일경제, 컨버전스 기술이 세상을 바꾼다, 미래를 디자인하자, 2006. 1.
- 23) 정보통신부, 2006년도 정보통신연구개발기본계획, 2005. 8.,
- 24) 산업자원부, 온라인디지털콘텐츠산업발전 시행계획, 2005. 7.
- 25) 한국문화콘텐츠진흥원, 문화원형 창작소재 개발 중장기 로드맵 개발, 한국문화콘텐츠진흥원, 2004.
- 26) 김시만, 혼돈시대에 문화와 디자인 흐름, 디자인 연구논집 제2집, 2003.
- 27) 김영호, 디자인정책의 문화적 가치체계 확립에 관한 연구, 디자인연구논집 제2집, 2003.
- 28) 이상화, 영상디자인에 나타난 cyber color 연구“, 한양대학교 석사학위논문, 2000.
- 29) 이은지 외, 컨버전스 기술이 세상을 바꾼다, 미래를 디자인하자, 매일경제,, 2006.1.1
- 30) 이희선, 한국의 문화콘텐츠산업정책과 혁신체제에 관한 연구, 한양대학교 박사학위논문, 2005.
- 31) <http://www.creativecommons.or.kr>