

‘문화’에서 ‘콘텐츠’로*

— 한국 문화의 산업화와 한류화를 중심으로

권창규**

1. 서론
2. ‘IMF 체제’와 문화의 산업화
3. 문화→ 문화콘텐츠→ 콘텐츠
4. 한류의 확산과 콘텐츠 산업
5. 결론: 문화의 한류화와 국가의 자본화

국문요약

본고는 <문화→ 문화콘텐츠→ 콘텐츠>라는 명명의 변화에 주목해 문화가 국가의 기간산업이 된 역사와 의미를 짚어냈다. 본고는 문화에서 문화콘텐츠로 넘어가는 데 1997년 외환위기에 주목했고 문화콘텐츠에서 콘텐츠로 넘어가는 과정에서는 한류라는 이름의 문화상품 호황에 주목했다. 외환위기를 겪으면서 한국은 자본의 축적 전략을 뒷받침하는 쪽으로 국가체제를 가시적으로 재편했는데 문화도 적극적으로 호명되었다.

처음으로 국가적인 차원에서 문화산업화의 필요성에 주목한 것은 세계화를 정부의 구호로 내걸었던 김영삼 정부였으며 특히 IMF 체제와 맞물리면서 문화산업은 경제회생을 위한 미래형 산업으로 각광받았다. 이 시기에 오늘날까지 통용되는 문화산업의 역할과 필요성에 관한 수사

* 심사위원 세 분의 조언에 감사드린다. 논의를 간명하게 꾸리는 데 도움이 되었다.

** 연세대학교 강사

는 완성되었다. 이후 한류가 전개되면서 문화는 국가의 기간산업으로 자리매김했다. 인기 있는 문화상품들이 한류로 집약되었고 정서적인 민족주의와 물리적인 기술의 발달은 자본의 축적 전략을 지원했다. 궁극적으로 본고는 자본이 국가화, 국가가 자본화되는 현상 속에서 문화 및 문화연구의 가능성을 타진하고자 했다.

(주제어: 문화, 문화콘텐츠, 콘텐츠, 문화산업, 한류)

1. 서론

오늘날 문화는 상품의 일종이며, 그것도 부가가치가 높은 강력한 상품이다. 문화가 상품이 된 역사는 상품 시장이 확대되면서부터이며 100여 년을 헤아린다. 이 때 상품은 소규모 수공업 체제에서 생산된 상품이 아니라 대량 생산된 산물로 자본주의 체제 내에서 강제된 상품 형식을 가리킨다. 문화 역시 상품 형식으로 생산, 소비되었으며 취향과 교양은 대표적인 문화자본의 일종이었다.

필자는 문화가 상품이 된 역사 속에서 '단순한' 소비와 오락을 넘어 국가적인 생산 동력으로 주목받는 과정에 주목하고자 한다. 사실 소비는 단순하지 않는데 자본주의 체제의 원료가 되는 석유와 가스 이상으로 생산을 지탱할 수 있는 동력으로 꼽히기 때문이다. 하지만 문화가 소비의 차원을 넘어 국가의 생산력으로 부각되는 것은 따로 주목할 필요가 있다. 흔히 문화는 소비 활동으로 여겨져 왔고 수출 주도형 제조업을 중심으로 하는 경제 개발의 시기에 뒷전으로 밀려나 있었다.

문화가 국민국가의 주요 산업이 된 때는 1990년대 들면서부터다. 본고는 1990년대 초부터 문화의 산업적인 가치에 주목하는 양상을 문화를

지칭하는 용어의 변화 과정을 통해 살피고자 한다. 본고에서 주목하는, '문화'에서 '문화콘텐츠' 나아가 '콘텐츠'로 변화하는 과정은 문화의 자유화, 시장화를 배경으로 하고 있다. 문화가 산업화되는 경향에 비례해서 문화 연구 부문에서는 문화의 상품화 전략에 대한 연구나 한류로 집약되는 국가의 기간산업으로서의 문화에 대한 연구가 쏟아져 나오고 있다.

이 중에서 본고가 주목하는 것은 문화산업과 문화정책에 대한 비판적인 문화연구의 경향으로 이를 본문에서 참조하여 논의를 전개하고자 한다. 구체적으로 문화의 기간산업화는 김대중 정부 때부터 추진되어왔다고 평가받는데 이 평가는 정확하게 수정될 필요가 있다고 보고 1997년 외환위기에 주목하고 문화 생산과 소비의 '체질'이 결정되었던 시기로 주목하고자 한다. 궁극적으로는 한류로 집약되는 문화의 기간산업화라는 문제를 놓고 국가와 자본의 결탁 양상을 논하고자 한다.

2. 'IMF 체제'와 문화의 산업화

문화가 국가의 산업으로 파악되기 시작한 것은 1990년대부터다. 1987년의 민주화는 곧 시장화를 가리켰고 한국은 1990년대부터 고도의 소비 자본주의 사회로 진입했으며 문화는 자본주의 축적 전략에 중요한 역할을 하게 된다.¹⁾ 김영삼 문민정부는 이전의 군사정권과 달리 문화적인 색채를 내세웠고 취임 이듬해인 1994년에는 문화체육부 산하에 '문화산업국'을 설치했다.²⁾ 이는 세계적인 무역체제의 변화와도 맞물려 있다.

1) 김항·이혜령 기획, 『인터뷰 한국 인문학 지각 변동』, 170, 174쪽. 전두환 정권의 문화 자유화 정책은 문화 시장화와 연결되어 있다. 강내희, 『신자유주의 시대 한국 문화와 코뮌주의』, 문화과학사, 2008, 144~145쪽.

2) 취임 첫 해인 1993년에는 '신한국문화장달 5개년 계획'을 발표했다. 김기현, 『문화산

1994년 WTO(세계무역기구)가 설립되면서 신자유주의 무역체제로의 전환을 알렸고 문화는 다른 공산품처럼 교역 품목으로 포함되었다.³⁾

문화가 결정적인 변화를 맞은 것은 1997년 외환위기를 즈음해서다. 1997년 'IMF체제'는 현대 한국인의 삶의 결을 결정적으로 바꾸어놓았는데 문화 역시 결정적인 변화를 맞았다. 문화와 콘텐츠의 결합이 그것인데 이 결합이 말해주는 바는 문화의 산업적인 가치가 국가적인 차원에서 강조되었다는 점이다. 각종 매체의 내용물을 가리키는 말인 콘텐츠가 한국에서는 이색적으로 문화와 결합했고 문화콘텐츠라는 말을 만들어낸 주체는 정부였다.

외환위기를 맞은 한국은 위기를 돌파할 수 있는 전도유명한 산업을 도모하고자 했고 문화는 주목을 받았다. 위기를 돌파하기 위한 자성적인 조치들, 이를테면 노동시장 유연화, 선택과 집중에 입각한 대기업 살리기와 같은 시장협조적인 대책과 함께 금 모으기 운동과 같은 애국 운동이 벌어졌고 문화는 상당히 '애국적인' 형태로 호출된다. 문화의 산업적인 가치를 부각하고 시장협조적인 형태로 만들어내는 것이 문화적인 애국의 구체적인 내용이었다. 자본의 전략을 뒷받침하는 쪽으로 국가 체제를 가시적으로 재편하는 데 문화도 적극 호명되었던 것이다.

문화의 산업적인 가치가 강조되었던 흐름은 지식과 문화를 적극적으로 산업화하는 세계적인 추세를 반영하고 있었다. 농업혁명과 산업혁명을 거쳐 정보혁명을 맞은 세계에서 지식과 정보가 새로운 사회를 결정짓는다는 의미에서 '지식경제', '창조경제'라는 말도 일찌감치 제출되어 있었다. 문화의 산업적인 가치에 주목하는 세계적인 흐름 속에서 한국적인 특색을 살피자면 문화의 산업화는 민간이 아닌 정부 주도형이었다

업 정책의 변동에 관한 소고, 『문화콘텐츠연구』 2호, 2012, 43쪽.

3) 서진교 외, 『WTO 체제의 개혁 방향과 한국의 대응』, 대외경제정책연구원, 2008, 65쪽.

는 점, 그 강도는 강력했다는 점이다. “최근의 심각한 경제위기는 문화 산업과 같은 고부가가치 산업의 전략적인 육성을 중요하게 부각”⁴⁾하고 있다고 했다.

외환위기 즈음 문화산업에 주목한 연사는 쉽게 찾아볼 수 있다. “우리 나라와 같은 수출의존형 경제국가에서는 아이디어 집약적이며 환경친화적인 문화산업이야말로 21세기형 선도 산업으로 육성시킬 필요가 절실”하다. 문화산업은 “미래형 산업”, “국가 전략적 기간산업”, “환경친화적인 무공해산업”, “21세기형 첨단 산업”⁵⁾이다. 또한 문화산업은 고부가가치 산업으로 “오리지널 상품을 복제하는 산업으로서의 특성을 갖추고 있기에 막대한 초과이윤을 낼 수 있는 산업”⁶⁾으로 설명되었다.

“문화의 산업화와 산업의 문화화”와 함께 “문화의 시대”, “문화전쟁의 시대”가 왔다는 진단도 제출되었다.⁷⁾ 이제 경제성과 실용성만으로 승부하는 시대가 아니라 심미성이 중요해지는 시대이므로 문화의 산업화가 중요한 과제가 되고 있다는 내용이었다. 인용한 구절은 모두 문화체육부(문화체육관광부의 전신)가 1997년에 발간한 책자에 담겨있는 말이다.

언론에서도 문화를 조명했다. 문화산업은 “국제통화기금(IMF) 관리체제를 극복할 수 있는 키워드”, “아이디어 하나로 수백 만 수천 만 달러를 벌어들일 수 있는 미래형 산업”⁸⁾이다. 15년 이상 지난 오늘날까지 문화의 역할과 문화산업의 가치를 설명하는 어휘는 이 때 거의 다 나왔다고 할 수 있다.

기조는 변함이 없고 용어만 ‘세련’되어졌을 뿐이다. 오늘날 문화산업

4) 문화체육부, 『1997 문화산업백서』, 1997, 발간사(문화체육부 장관 송태호) 부분.

5) 문화체육부, 『1997 문화산업백서』, 17쪽.

6) 문화체육부, 『1997 문화산업백서』, 19~20쪽.

7) 문화체육부, 『1997 문화산업백서』, 21쪽.

8) 『문화산업을 일으키자 (1)실업흡수/경제회생 디딤돌』, 『한국경제』 1998.3.30.

을 일컫는 무공해 산업이라는 말은 ‘환경친화형 미래 산업’으로 바뀌었고, 산업의 고부가가치는 ‘원소스 멀티 유스’나 ‘규모의 경제’라는 말로 문화 내용물(콘텐츠)의 중요성을 강조하고 있다. 하지만 규모의 경제나 원소스 멀티 유스라는 말도 1990년대 중후반에 모두 나왔던 말이다.⁹⁾

오늘날에는 ‘한류’ 상품으로 많은 수익을 올려본 이후이므로 문화가 돈이 된다는 실감과 함께 문화산업의 고위험, 고수익의 사업성이 덧붙여졌다. 오늘날 심심찮게 눈에 띄는 ‘문화적 할인(culture discount)’이라는 말은 상품시장의 원색적인 요구를 반영한 어휘다. 이 말은 문화상품을 교역할 때 부문에 따라 혹은 해당 국가에 따라 문화상품의 가격이 높게 매겨지거나 낮게 매겨지는 현상을 가리킨다. 이를테면 게임과 애니메이션은 드라마와 가요, 영화보다 할인율이 낮다든가, 한국 드라마가 일본보다는 미국에서 할인율이 높다든가(곧 상품가치가 낮다는 말) 하는 식으로 문화적 할인이라는 말이 두루 쓰인다.¹⁰⁾ 이 어휘는 문화의 극단적인 상품화 현상과 함께 국가산업화 양상을 부추기는 사례라고 하겠다.

오늘날과 비교해서 초기 문화산업 논의의 특징을 꼽자면 문화의 식민지화를 방어하려는 성격이 강했다는 점이다. 1990년대 후반에는 문화 부문에서 심각한 적자를 극복하고자 문화의 산업화를 요청하는 의미가 컸다. “이미 정보화 사회, 후기산업사회에 돌입한 선진국들은 문화산업 및 서비스 부문에서 시장 개방 압력을 가해오고 있으며 이로 인해 우리나라 문화산업 부문의 시장은 외국의 문화산업이 급속도로 잠식하고 있는 실정이다.”¹¹⁾ 시장 개방의 압력에 대항해서 문화산업 및 서비스 부문

9) 일례로 “원 소스 멀티 유스(one source multi-use)는 프로그램의 경제적 가치를 극대화할 수 있는 미디어 산업의 주요한 관행이다.” 『대중매체산업 주제 강연』, 『한국경제』 1996.7.11.

10) 일례로 김평수·윤홍근·장규수, 『문화콘텐츠산업론』, 커뮤니케이션북스, 2012(개정판), 10~18쪽.

에서 산업화 전략이 필요했던 사정이 있었다.

통신기술의 발달에 대한 경계의 목소리도 비슷한 맥락에 놓여있었다. 문화산업의 기반을 갖추어놓지 못한 채 초고속 정보통신망을 신설하면 외국의 영상물을 수입하기 위해 도로를 잘 닦아주는 것과 같다는 지적이었다. 오늘날 한류가 보여주는 공격적인 인식은 문화시장이 개방되던 초기에 외세 침탈을 우려하는 차원에서 보다 방어적인 색채를 띠었던 셈이다.

외환위기를 기점으로 전개된 초기 문화산업의 논의는 문화제국주의론과 연결되는 지점이 있다. 문화제국주의 논의는 미국과 북서유럽이 중심이 된 대중문화 확산이나 정보화가 약소국의 정체성을 위협한다고 보고 언론, 정보, 커뮤니케이션을 비롯한 문화 영역에서 자립성을 꾀하는 데 역점을 두었기 때문이다. 1970, 80년대에 형성된 문화제국주의론은 문화주권론이 지닌 한계를 보여주고 자본의 지구화 추세에 적절하게 대응하지 못한 측면이 있지만,¹²⁾ 오늘날 날로 심각해지는 문화산업 분야의 독점화 경향이나 전지구화 현상에 대해 여전히 경계할 바를 제시해준다.

실제로 문화산업 논의가 1990년대 후반 당시 얼마나 정책적인 뒷받침으로 이어졌으며 경제적인 효과를 낳았는가를 묻는다면 먼저 문화예산

11) “외국의 문화산업이 우리의 문화상품 유통시장을 장악하고 있는 한” “문화적 지배를 통한 정체성 상실은 정치적, 사회적 지배로 이어질 수 있다.” 문화체육부, 『1997 문화산업백서』, 22쪽.

12) 문화제국주의의 대표적인 논자는 미국인 언론학자 허버트 설러로 그의 책은 1984년에 번역되었다. 허버트 설러, 강현두 옮김, 『커뮤니케이션과 문화제국주의』, 현암사, 1984. 그는 문화제국주의를 이론화해서 미국의 문화적 침략을 알렸는데 그가 사망하면서 문화제국주의 논의도 주춤해졌다. 문화제국주의 논의는 자본주의와 사회주의가 대립하던 냉전 구도 속에서 태동해 약소국과 신생국의 문화적 자립에 힘을 실어주었다. 김승수, 『정보자본주의와 문화산업』, 79-82쪽.

의 비중은 여전히 낮았다고 해야겠다. 문화예산이 가장 높았던 김대중 정부 때 전체 예산의 1% 규모를 차지했다. 한류의 세계화를 외치는 오늘날에 보아도 문화산업의 규모는 전체 산업 중 3%대 정도이며 문화산업의 낮은 산업 생산량은 문화산업 연구자들이 한결같이 지적하는 바이기도 하다.¹³⁾

하지만 문화산업의 실제 성과를 따지는 일보다 중요한 것은 'IMF 체제가 현대 한국인의 삶의 결을 결정적으로 바꾸어놓았듯이 문화의 체질 역시 이 때 결정되었다는 점이다. 문화는 빈틈없이 산업과 연결되고 잘 나가는 시장 상품, 나아가 국제무대에서도 잘 나가는 수출 상품이 되기 위한 경쟁력을 요구받게 되었다. 문화는 상품 이상이 될 수 없고, 역으로 상품이라면 문화가 되었으며 문화의 상품성은 국가무역체제 속에서 파악되기에 이르렀다.

3. 문화 → 문화콘텐츠 → 콘텐츠

1997년 외환위기를 기점으로 문화의 산업화 요구는 거세졌고 이후 정책으로 가시화되었다. 김대중 대통령은 1998년 취임사에서 “문화산업은 21세기 기간산업”, “무한한 시장이 기다리고 있는 부(富)의 보고”라고 하면서 국가 기간산업으로 육성하겠다는 정책 의지를 밝혔다. 김대중 정부는 문화정책사상 가장 많은 예산(문화관광부 예산이 전체 예산의 1%

13) 2012년 국가 전체의 산업 생산량 규모에서 문화콘텐츠 산업이 차지하는 규모는 3.6%, 수출 부문에서는 1.4%를 차지한다. 채지영, 『문화콘텐츠 활용 사례 연구』, 한국문화관광연구원, 2013, iii쪽. 문화산업의 매출 규모는 크게 성장하고 있다. 2012년도 콘텐츠 산업 매출액은 전년 대비 5.2%의 증가율을 보였으며 특히 방송 11.2%, 게임 10.8%의 성장세가 두드러졌다. 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(www.kocca.kr) 참고.

규모가 됐다)을 편성하고 문화산업을 지원하는 적극적인 행보를 보였다.

동시기에 문화콘텐츠라는 말이 만들어졌다는 점에 주목할 필요가 있다. 문화콘텐츠는 영어 번역어가 아닌 한국어 신조어로 culture contents 라는 말을 만들어냈다. 이 말이 정부가 문화 담당 부서를 꾸리는 과정에서 만들어낸 말이라는 사실은 이곳의 문화산업이 정부주도형임을 잘 보여준다.¹⁴⁾ 문화 담당처가 한국문화콘텐츠진흥원이라는 이름으로 개편된 것은 2001년이고 여기서 '문화콘텐츠'라는 말이 처음 나왔다. 2001년 문화콘텐츠진흥원의 설립, 2003년 차세대 성장 동력 산업으로 문화산업을 지정한 것은 모두 문화산업을 진흥하기 위한 움직임이었다.¹⁵⁾

노무현 정부는 김대중 정부의 문화산업 육성정책을 이어받아 문화콘텐츠 산업을 '국가적 미래 전략 산업'으로 주목했다. 오늘날 흔히 쓰이는 'CT(문화 기술:culture technology)'라는 한국어 신조어도 만들어졌다. 문화기술은 한국과학기술원(KAIST) 전자전산학과의 원광연 교수가 처음 사용했다고 하는데 2006년 과학기술부는 '미래국가 유망기술 21'의 하나로 '감성형 CT'를 제시하기도 했다.¹⁶⁾ '문화강국(C-KOREA)'의 비전에서는 3C 즉 창의성(creativity), 문화(culture), 콘텐츠(contents)가 강조되었고 2010년을 목표로 세계 5대 문화산업강국을 실현하겠다는 청사진을 제시했다.¹⁷⁾

14) 김규찬, 『문화콘텐츠산업 진흥정책의 시기별 특성과 성과』, 서울대학교 박사논문, 2012, 16쪽.

15) 1999년에는 문화산업진흥법이 제정되었고 2003년에는 문화산업이 차세대 성장동력 산업 중 하나로 선정되었다. 김기현, 『문화산업 정책의 변동에 관한 소고』, 47쪽.

16) 최연규, 『문화콘텐츠란 무엇인가』, 살림, 2006, 78쪽. 김성수, 『글로벌문화콘텐츠 전략』, 한국외국어대학교 출판부, 2012, 192쪽. CT는 2001년 IT(정보기술), BT(생명공학기술), NT(나노기술), ET(환경기술), ST(우주공학기술)과 함께 국가의 6대 핵심 기술로 선정되었다. 박삼욱 외, 『지속 가능한 한국 발전 모델과 성장 동력』, 서울대학교 출판문화원, 2009, 231쪽.

17) 김기현, 『문화산업 정책의 변동에 관한 소고』, 50쪽.

일반적으로 김대중 정부와 노무현 정부에 들어 문화산업이 국가 발전의 동력으로 자리매김하기 시작했다고 평가된다.¹⁸⁾ 이 평가는 타당하지만 정확하게 수정될 필요가 있다. 전술한 바 문화산업화에 대한 국가적인 요구는 김영삼 정부 때 등장했으며 IMF 구제금융을 계기로 강화된 것이다. 따라서 문화의 산업화 나아가 국가의 기간산업화에 대한 요구는 김영삼 정부 후반에 등장한 것이며, 오늘날 문화산업을 정의하는 수사 역시 이 때 완성되었다. 단 이때는 일부 문화상품이 ‘한류’로 부상하기 이전이었으므로 실제 성과보다 문화의 국가 기간산업화에 대한 요구가 담론으로서 선취되기 시작했다고 보는 게 타당하다. 이후 김대중, 노무현 정부에 이르러 문화의 국가 기간산업화에 대한 요구는 정부의 정책으로 가시화되고 한류와 결합하면서 실효를 거두었다.

문화와 콘텐츠가 결합했던 학적, 시대적인 배경이 있다. 첫째 문화상품이 일상화되면서 관련 학문이 생겨났다는 점이다. 문화상품의 일상화란 문화가 민주화되는 현상을 가리키고, 이 민주화란 상품화를 통해서 가능해진 형태이지 다른 가능성은 없다. 문화의 민주화, 대중화는 곧 상품화이다. ‘문화산업’이라는 용어도 애초에는 아도르노와 호르크하이머가 비판사회학적인 관점에서 대중문화를 접근한 데서 나온 말이었지만 그 산업경제적인 가치를 활용하는 쪽으로 바뀌었다.

문화산업의 논의는 1930, 40년대 미국의 음반과 영화 산업이 발전하기 시작하고 전체주의 정권이 미디어를 조작했던 때 나왔다. 하지만 여전히 매체가 양산하는 대중과 대중매체의 이데올로기에 대해 시사하는 바가 크다. 아도르노에 따르면 “문화산업의 전적인 실행은 수지타산이라는 동기를 그대로 문화적인 형태로 변형시키는 것”이며 “자연에 대한 진보적인 기술의 우월을 나타내는 계몽이 대중에 대한 속임수가 되고

18) 일례로 김성수, 『글로벌문화콘텐츠 전략』, 한국외국어대학교 출판부, 2012, 192쪽.

의식을 속박하는 수단으로 변하는 반(反)계몽의 하나이다.”¹⁹⁾ 결과적으로 문화산업은 개인들의 자율성과 독립성을 방해해서 인간의 해방을 방해한다. 그는 프랑크푸르트학파의 견지에 입각해 계몽으로서의 기술이 초래한 반계몽의 사태를 지적한 것이다.

오늘날 학계에서 문화산업류의 비판론은 줄어들었다. 그 까닭은 문화산업 논의가 처음 제출되었던 80여 년 전에 비해 다원화된 매체 환경에 대한 재평가가 필요하다는 인식도 있지만, 학계에서도 강력하게 통용되고 있는 신자유주의 논리 탓이다. '문화산업'이라는 검색어로 연구 논문을 살펴보자면 연구의 주류는 문화를 산업화하는 다양한 방안에 관한 것이며 한류나 스토리텔링 역시 이 경향 속에 있다. 문화연구는 문화콘텐츠 연구로 바뀌면서 문화에 대한 비판적인 시각보다는 상품성과 산업성에 대한 논의가 주류를 이루었다. 돈이 되는 분야에 연구가 몰리고 비인기 분야, 비인기 주제에 대해 전문가를 양산하고 있지 못하는 한국 학계의 현실은 문화연구 분야에도 반영되고 있는 셈이다.

수많은 콘텐츠 관련 연구소와 대학의 학과, 학술지가 생겨났다. 문화콘텐츠학은 기존 학제 분류에서 본다면 사회학과 신문방송학의 대중문화연구나 미학의 대중예술론에 근접해있는 분야이다. 어느 글로벌문화콘텐츠학과 교수의 말대로 문화콘텐츠학은 “대중문화에 대한 연구”가 아니라 “대중문화 상품 제작에 대한 연구”이며 이는 한류의 확산을 계기로 서둘러 꾸러지게 되었다.²⁰⁾

19) 아도르노, 『문화산업론의 재고찰(Cultural Industry Reconsidered)』(1967), 이강수 편, 『대중문화와 문화산업론』, 나남, 1998, 380, 387쪽. 본고에서 인용한 대목은 1967년 독일로 돌아온 후 쓴 아도르노의 글로 1975년에 영어로 번역되었다.

20) 『글로벌문화콘텐츠 전략』을 펴낸 김성수의 말이다. “한류 등의 문화 발전에 따라 문화상품에 대한 제작·분석 연구가 문화콘텐츠학이라는 제호 아래 급하게 수행되기 시작”했고 대중문화연구를 문화콘텐츠의 소재와 구성이라는 측면에서 인문학이 적극적으로 수용한 바 ‘인문콘텐츠’라는 말도 만들어졌다. 문화사와 유·무형의 문화유

둘째, 문화에 콘텐츠(각종 매체에 담기는 내용물)²¹⁾라는 생소한 어휘가 결합된 배경에는 디지털 기술을 바탕으로 한 지식정보화 흐름이 있었다. 문화콘텐츠라는 명명이 만들어진 초기에는 오프라인 중심의 '문화산업'과 구분해서 '문화콘텐츠산업'으로 따로 명명되기도 했다는²²⁾ 사정은 이를 잘 말해준다. 정보기술의 지각 변동과 함께 콘텐츠 개념이 문화산업 개념으로 혼용되어 사용되기 시작한 것이다. 문화적인 요소와 창의력이 정보통신기술과 결합함으로써 막대한 경제적인 이윤을 가져온다는 점을 자각한 결과다.²³⁾

특히 한국이 IT강국으로 부상하면서 잘 닦인 정보고속도로에 어떤 내용물을 유통시킬 것인가 하는 문제는 실질적인 문제이기도 했다. 이는 문화산업의 매체 플랫폼이 경쟁력을 갖기 위해서는 창작의 원천이 중요해졌다는 문제의식과 맞물려있다. 매체 기술이 진보하면서 다양한 플랫폼이 만들어졌지만 콘텐츠가 부족하면 문화산업은 확대, 재생산될 수 없다.²⁴⁾ 이것이 문화가 문화콘텐츠로 나아가 콘텐츠로의 변화를 예비해 두고 있었던 저간의 사정이다. 한국어 신조어인 '문화콘텐츠'와 'CT(culture technology)'는 이렇게 탄생했고 이제는 '인문콘텐츠'라는 용어까지 만들어졌다.

산이 중요한 소재가 됐고 문화와 기호학의 일부에서 다루어졌던 스토리텔링이 중요한 구성 요소로 부각되었다. 김성수, 『글로벌문화콘텐츠 전략』, 한국외국어대학교 출판부, 2012, 200쪽.

21) 1990년대 중반 유럽에서 멀티미디어 콘텐츠라는 용어가 사용되기 시작했다. 콘텐츠라는 말은 일본에서도 사용되고 있다(예. 디지털 문화콘텐츠 인문콘텐츠학회, 『문화콘텐츠입문』, 북코리아, 2006, 14쪽.

22) 인문콘텐츠학회, 『문화콘텐츠입문』, 18쪽. 인문콘텐츠 학회의 설립목표를 옮겨보면 과학기술과 문화(인문학) 예술의 융합이며 문화콘텐츠의 원천이 인문학적인 사고라는 것을 명확히 하고자 인문콘텐츠 개념을 창안하고 인문콘텐츠학회가 만들어졌다. 같은 책, 16쪽.

23) 김대호 외, 『콘텐츠』, 20쪽.

24) 이동연, 『문화자본의 시대』, 문화과학사, 2010, 26쪽.

이제 문화콘텐츠는 흔히 콘텐츠로 명명되기에 이르렀는데 문화콘텐츠가 콘텐츠로 통칭되는 일은 이명박 정부 때 일어났다. 노무현 정부가 2005년 세계 5대 문화 산업 강국을 실현하겠다는 목표로 제시했던 계획(C-Korea)에는 3C 즉 창의성, 문화, 콘텐츠가 있었다. 여기서 창의성과 문화가 빠지고 콘텐츠로 통칭되는 일은 이명박 정부에 들어서서 벌어졌다.

2009년 문화콘텐츠진흥원은 한국콘텐츠진흥원으로 바뀌었다. 한국콘텐츠진흥원은 문화 콘텐츠 산업의 발전을 위해 설립된 문화체육관광부 산하의 위탁집행형 준정부기관으로 5개 기관(한국문화콘텐츠진흥원·한국방송영상산업진흥원·한국게임산업진흥원·문화콘텐츠센터·한국소프트웨어진흥원)을 통합한 결과물이다. 콘텐츠 산업으로 분류된 것에는 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송광고, 캐릭터, 지식정보, e-learning 분야가 있다. 최고령 미디어인 인쇄 출판부터 게임, 캐릭터 산업까지 한데 묶여 있다. 이 중에서 온라인 게임은 한국에서 문화가 콘텐츠로 정착하는 데 가장 큰 기여를 한 분야로 꼽힌다.

콘텐츠진흥원의 “설립 목적은 콘텐츠 산업의 육성을 통하여 국가 경쟁력을 도모하고, 콘텐츠 산업의 발전에 필요한 지원 체계를 마련함으로써 국가 경제에 기여하기 위함이다.”²⁵⁾ 콘텐츠진흥원의 의도는 단선적이고 노골적이지만 이전 정부에서 추진되어왔던 문화 산업화의 변주다. 하지만 보다 노골적일 수 있었던 까닭은 한류의 유행을 딛고 한류 확산을 피하고 있었기 때문이다. 문화에서 문화콘텐츠로 넘어가는 데 1997년 금융위기에 주목했다면 문화콘텐츠가 콘텐츠로 넘어가는 데에는 한류라는 이름의 문화상품 호황에 주목해야 한다.

25) 한국콘텐츠진흥원 홈페이지 참고.

4. 한류의 확산과 콘텐츠 산업

한류에 대해서는 연구가 쏟아져 나왔다. 한류가 확산되면서 문화상품의 제작, 분석에 대한 연구는 문화콘텐츠학이라는 이름으로 급속도로 이루어지기 시작했다. 여러 분야의 연구자가 이에 가세했다. 국제통상학, 언론정보학, 정보통신학, 신문방송학, 미디어학(디지털미디어학, 미디어경영학), 사회철학에 이르는 폭넓은 연구자뿐만 아니라 현장 전문가들(문화콘텐츠 기획이나 연예산업)도 한류 담론에 가세했다.

문화콘텐츠 연구가 문화 분석이 아닌 문화상품 제작에 몰려있는 것처럼 한류와 관련해서는 한류 확산 전략에 대한 논의가 연구의 대부분을 이루고 있다. 많은 연구자들이 한류의 초기부터 주목했는데 한류로 명명된 지 10여 년이 넘은 지금에는 한류의 확산 전략에 점점 초점이 맞춰지는 추세다. 최근에 불거졌던 ‘혐(嫌)한류’에 대처하는 전략 역시 한류 확산 전략에 속한다.

본고의 관심사는 한류를 중심으로 어떻게 문화가 콘텐츠화되는지 그리고 이를 통해 국가와 자본의 결합을 비판적으로 살피는 데 있다. 따라서 한류의 인기 비결이나 확산 전략에 대한 논의가 아닌 비판적인 문화 연구를 참조하고자 한다.

문화산업화에 대한 요구가 국가적으로 확대, 지원된 배경에는 ‘한류’의 유행이 있었다. 1990년대 후반, 2000년대 초반 몇몇 드라마와 가요를 중심으로 민간 영역에서 시작된 문화상품의 인기가 한국의 이미지 재고와 나라 경제에 기여한다는 판단 하에 정책적인 지원이 이루어졌던 것이다. 한류는 그 어원부터 자본주의 국가 체제의 무역 상품으로서의 흔적을 갖고 있다. 한류는 2000년대 초반 한국 드라마와 음악의 대대적인 홍보를 위해 대만에서 ‘夏日寒流(여름날에 강추위가 몰려왔다)’라는 말

이 쓰이다가 이후 한류(韓流)로 바뀌어 명명되었다.²⁶⁾

한류 유행은 문화적인 우열의 문제라기보다는 초국적인 자본과 미디어의 이동 속에서 일어나는 복합적이고 역동적인 초문화화 현상이며 일종의 권력 재편의 과정이다. '제 1세계'에 대한 뿌리 깊은 선망 대신에 가까운 나라가 새로운 문화준거집단이 된 점이라든가, 세계화를 음모론적인 결과로 받아들이는 대신 일종의 과정으로 경험하게 된 계기가 되었다는 지적은 지금도 새겨들을만하다.²⁷⁾ 신자유주의 시대에 미국 중심의 세계화에 대항하는 아시아적 가치, 한국의 문화 가치를 비롯해서 문화산업화와 문화민족주의에 대한 경계, 경제 발전에 따른 문화발전론에 대한 검토가 비판적인 문화연구에서 주를 이루었다.²⁸⁾

한류에 대한 다양한 문화연구 가운데 필자는 신자유주의 시대에 문화가 산업화되는 과정에서 국가주의와 결합했다는 점에 주목하고자 한다. 국가 간 무역체제에서 문화상품이 주목받은 것은 1990년대 초반이다. 1994년 WTO가 설립되기 이전에는 국제 무역 기구가 취급, 규제하던 상품 거래의 대상은 이전에 공산물 중심이었던 데 반해 WTO가 설립된 이후 상품 거래의 대상은 농산물은 물론 서비스, 지적 재산권, 무역 관련 투자 유치 등을 포함하는 광범위한 분야를 총괄하게 되었다. 따라서 문화상품도 국제 무역 기구의 관리를 받는 주요 상품이 되었다.²⁹⁾

26) 김현미, 『대만 속의 한국 대중문화』, 조한혜정 외, 『‘한류’와 아시아의 대중문화』, 연세대학교 출판부, 2003, 158쪽(인스리아 프로덕션이지건 사장 말 재인용).

27) 조한혜정, 『글로벌 지각 변동의 징후로 읽는 ‘한류 열풍’』, 조한혜정 외, 『‘한류’와 아시아의 대중문화』, 31쪽과 39쪽.

28) 한류 담론의 초기부터 현재까지 개괄적인 소개는 진중헌·박순찬, 『한류의 문화지리학 : 한류의 지리적 재편과 문화담론의 재구성에 대한 시론』, 『문화 역사 지리』 25권 3호, 2013, 132-153쪽 참조.

29) WTO는 1994년에 설립됐고 1995년에 협정을 발표했다. 종래 GATT(General Agreement on Tariffs and Trade, 관세 및 무역에 관한 일반 협정) 체제가 규율하던 상품 거래의 대상이 주로 공산품에 한정되었던 데 반해, WTO는 UR 협상의 결과를 반영하여 농산

인기 많은 미국 영화 한 편이 어마어마한 돈을 번다는 기사도 나왔지만 한류는 문화가 돈이 된다는 실감³⁰⁾을 얻는 계기가 되었다. 문화의 한류화를 지지하고 지원했던 범국가적인 움직임이 ‘국민의 정부’부터 ‘참여정부’에 이르면서 뚜렷해진 과정은 앞서 살펴본 바와 같다.

한류 산업이 확산되면서 경제 발달에 따라 문화도 발달한다는 발달론적인 관점, 즉 한류가 한국 자본주의의 결과물로 해석되면서 문화의 산업화, 나아가 한류화는 가속화되었다. 정부가 내건 중장기적인 국가 과제에 문화산업은 ‘한류’라는 이름으로 당당히 포함되었다. 정부는 문화산업을 대중연예산업이 아닌 국민경제에 기여하는 기간산업으로 인식했고, 나라 밖에서는 지역에 따라 다양한 유행이 잇따랐지만 모두 ‘한류’로 통칭되고 있다.

이동연은 한류가 신자유주의 시대에 국민주의가 작용하는 메커니즘이 되고 있다고 말한다. 한류는 공공연히 애국주의를 드러내지만 실제로 애국주의를 발판삼아 문화자본의 논리를 정당화한다는 것이다. 케이팝(K-pop)을 보아도 국민적인 성원과 정책적인 지원을 받아 초국적인 자본으로 넓혀가고 있다.³¹⁾ 케이팝의 음악 스타일은 초국적이지만 국가

물을 비롯해서 광범위한 분야를 총괄하게 되었고 각종 예외 규정도 크게 축소되어 규율이 강화되었다. 서진교 외, 『WTO 체제의 개혁 방향과 한국의 대응』, 65쪽.

1948년 발효된 GATT(관세와 무역에 관한 일반협정)가 법적 구속력이 없는 일종의 평화협정, 신사협정이라면 WTO는 우루과이라운드(UR) 협정이 이행되도록 하고 이에 위배되는 행위를 효과적으로 감시할 수 있는 실행 기구의 성격을 지닌다. 국제무역 질서는 1960년대의 자유무역체제에서 1980년대에 들어서면서 관리무역체제로 변화되었는데 WTO는 이를 다시 자유무역체제로 전환하고자 했다. WTO는 종전의 관리무역 체제를 확대, 개편하여 자유무역 질서를 확고히 정착하고 이에 위배되는 행위를 실제로 감시할 수 있도록 한 다자간 무역 기구로서 자유화라는 이름으로 무역 장벽을 완화하고 신자유주의에 의한 시장 개방을 추구했다. 김인구, 『세계무역 기구론』, 형설, 2005, 13쪽.

30) 조한혜정, 「글로벌 지각 변동의 징후로 읽는 ‘한류 열풍」, 조한혜정 외, 『‘한류’와 아시아의 대중문화』, 9쪽.

브랜드로 자리매김하고 있고 그들의 기획사는 대형 독점자본으로 성장해가고 있다.

한류의 유통에 획기적인 계기를 마련했다고 평가받는 2012년의 싸이 열풍을 보아도 그렇다. 세계적으로 유행했던 ‘강남스타일’을 잇는 싸이의 다음 곡은 무엇이어야 한다는 문제가 9시 뉴스에 등장할 만큼 국민적인 관심사로 부각되었고 강남스타일 효과는 경제적인 수익으로 환산되었다. 가수 개인에서 나아가 소속사가 초국적인 자본으로 증식해나가는 데 애국심은 가장 큰 지지기반이 된 셈이다.

강남스타일이 세계적으로 유행할 수 있었던 데에는 미디어의 변화가 기여한 바가 컸다. 현지 홍보가 아닌 온라인 플랫폼에서 홍보하는 방식은 문화제국주의에 기인한 높은 진입 장벽을 허물어뜨리고 자유로운 활동을 보장해주었다. 다만 이 자유는 결국 자본의 자유, 자본의 자유로운 증식이라는 점에서 이전과 다르지 않다. 자본은 국가의 지원을 받아 팽창하고 국가는 특정한 자본의 편에 서는 형태로 ‘특수법인화’되고 있다.

5. 결론: 문화의 한류화와 국가의 자본화

문화에서 문화콘텐츠, 나아가 콘텐츠로의 변화를 통해 문화의 산업화, 한류화를 살펴보았다. 문화가 국가의 기간산업이 되고 인기 있는 문화 상품들이 한류로 집약되고 지원되면서 정서적인 민족주의와 물리적인 기술의 발달은 자본의 축적 전략을 지지하고 지원해왔다.

31) 이동연, 『케이팝(K-pop): 신자유주의 시대 초국적 국민문화의 아이콘』, 『내일을 여는 역사』 45, 2011, 250쪽. 케이팝의 초국적 스타일은 국민주의라는 뜨거운 용광로에서 용해되어 다시금 초국적 자본으로 재탄생한다. 이동연의 논의에서 산업으로서의 한류와 담론으로서의 한류를 방법적으로 구분하는 관점도 참조할만하다.

문화가 산업화되었던 때는 후기 자본주의 사회에서 자본주의의 중심부 국가들을 중심으로 정보와 지식의 중요성, 문화의 산업적인 가치에 주목하고 있을 때였다. 1994년에 설립된 WTO라는 세계무역기구가 무역상품의 대상으로 문화상품을 포함시킨 것이 단적인 사례다. 한국에서 문화의 산업적인 가치가 인식된 때는 문민정부가 들어서고 문화산업국(1994)이 설치된 때이다. 결정적으로 외환위기를 맞으면서 문화산업은 나라의 위기를 돌파할 수 있는 고부가가치 산업, 미래 산업으로 주목받게 되었다.

외환위기 돌파의 전략은 자본의 전략을 뒷받침하는 쪽으로 국가체제를 가시적으로 재편하는 것이었는데 이에 문화도 적극적으로 호명된 것이다. 문화는 상당히 애국적인 형태, 곧 산업가치가 있는 대상으로 조명되면서 시장협조적인 형태로 호출되었다. 고부가가치의 문화산업은 IMF를 극복할 수 있는 키워드로 부각되었고 국가의 기간산업으로 장려되었다.

따라서 필자는 김대중 정부와 노무현 정부에 들어 문화산업이 국가발전의 동력으로 자리매김했다는 일반적인 평가는 정확하게 조정되어야 할 필요가 있음을 지적했다. 1990년대 후반은 문화산업을 정의하는 수사가 완성된 때로 오늘날까지 이어진 체질, 즉 국가 경제의 중요한 동력으로서 문화를 요청하는 태도가 형성되었다. 이제 문화는 상품 이상이 아니며 상품이라면 문화가 되었으며 궁극적으로는 국가브랜드 상품으로 거듭나기를 요청받고 있다.

문화산업이 국가기간산업으로 본격화된 때는 김대중 정부였으며 문화콘텐츠란 용어도 만들어졌다. 문화콘텐츠에서 콘텐츠로 축약, 명명된 때는 이명박 정부 때였고 이는 한류라는 이름의 문화상품 호황을 배경으로 하고 있었다.

매체의 발달은 문화산업이 폭발적인 이윤을 꾀할 수 있는 산업으로

성장할 수 있는 길을 열어주었다. 그간 문화후진국이라든가 문화 주변 부라 여겨졌던 곳에서도 문화상품을 단시간에 저비용으로 홍보할 수 있게 되면서 높은 문화장벽을 넘을 수 있는 길이 열렸다.

아도르노와 호르크하이머가 문화산업을 논의한 지 80여 년이 지났다. 미디어는 폭발적으로 증가했고 기술과 상상력의 결합은 새로운 시대의 화두가 되었으며 문화산업은 가장 부가가치가 높은 산업으로 호응을 받고 있다. 동시에 문화산업은 신자유주의 시대에 자본이 초국적으로 유통되는 대표적인 분야가 되고 있다.

이전에 비해 오늘날만큼 국가가 자본에 힘을 들인 적은 없었다. 문화는 한류 산업화되면서 애국적인 무엇으로 흔히 포장되지만 실제로는 엔터테인먼트 산업이 독점자본화되는 데 기여하고 있다. 따라서 문화 방면에서도 국가가 '특수법인화'되는 양상을³²⁾ 문제 삼을 수 있겠는데 문화산업의 독점자본화 경향은 꽤 세련되고 바람직하게 비친다. 애국하는 국민들이 응원하고 국가정책이 지원하는 한류는 정치적으로는 애국적이며 경제적으로는 경쟁력 있는 상품으로 여겨지기 때문이다.

한국은 문화강국을 꿈꾸었고 우수한 성적표를 받았다. 영국에 본사를 둔 다국적 경제컨설팅업체, 프라이스워터하우스 쿠퍼스(PWC, Pricewaterhouse Coopers)가 측정한 계량적인 성적표에서 한국의 문화시장 규모는 이명박 정권 때 세계 9위, 박근혜 정권 때 7위라는 가시적인 성과를 냈다.

이 수치는 무엇을 말해주는가? 혹자는 많은 문화정책들은 오히려 실패하는 경우가 많았고 특정한 문화상품의 성공은 미디어의 발달에 힘입어 인기를 얻은 경우가 많았다고 지적한다.

한류의 호황과는 상관없이 문화산업 종사자들의 열악한 노동환경을 지적하는 논의도 눈여겨보아야할 대목이다. 스타들의 노래와 춤은 화려

32) 정용택, 『국가란 무엇인가』, 『말과 활』 2014년 7-8월, 71~86쪽.

하지만 그들의 노동환경은 열악하다.³³⁾ 문화 지원 정책을 보아도 그렇다. 한국의 문화정책은 시설 투자에 초점이 맞춰져 있는 경우가 많고 문화산업 부문의 성장은 ‘고용 없는 성장’이라는 전형적인 신자유주의의 성적표와 닮아있다.³⁴⁾ 어느 책제목처럼 ‘문화로 먹고 살기’는 빠듯하며 문화산업 종사자들의 열악한 노동환경은 ‘열정을 착취’당하는 청년 세대에 대한 르포르타주 대상이 되기도 했다.³⁵⁾

말을 바꾸어보자. 그럼에도 문화로 먹고 살고자 하는 사람들. 열정이 ‘노동’이 되는 줄 모르지 않으면서도 움직이는 사람들. 대중문화는 어김없이 자본의 논리에 복속되면서도 자본의 논리로 해명되지 않는 부분들이 있다. 문화의 흐름은 자본의 논리와 국가의 부흥책으로 남김없이 독해될 수 없으며 느리거나 다른 형태로 나아가는 경향이 있다. 대중과 대중문화의 가능성에 접속하고 즐기는 일은 문화소비자로서도 문화연구자로서의 몫으로서도 남아 있어야 한다.

33) 일례로 이동연, 『문화자본의 시대』 중 9절 ‘아이돌 팝의 문화자본과 연예제작 시스템’ 참조.

34) 김규찬, 『문화콘텐츠산업 진흥정책의 시기별 특성과 성과』, 238~239쪽을 참고하라.

35) 순서대로 우석훈, 『문화로 먹고 살기』, 반비, 2011. 한윤형·최태섭·김정근, 『열정은 어떻게 노동이 되는가』, 웅진지식하우스, 2011.

참고문헌

1. 기본자료

- 문화체육부, 『1997 문화산업백서』, 1997.
문화관광부, 『2003 문화산업백서』, 2003.
문화체육관광부, 『2012 콘텐츠산업백서』, 2013.
한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)
한국언론진흥재단(www.kinds.or.kr)

2. 논문과 단행본

- 강내희, 『신자유주의 시대 한국 문화와 코뮌주의』, 문화과학사, 2008.
강진석, 『중국의 문화코드』, 살림, 2004.
김규찬, 『문화콘텐츠산업 진흥정책의 시기별 특성과 성과』, 서울대학교 박사학위논문, 2012.
김기현, 『문화산업 정책의 변동에 관한 소고』, 『문화콘텐츠연구』 2, 2012, 31~68쪽.
김대호 외, 『콘텐츠』, 커뮤니케이션북스, 2013.
김성수, 『글로벌문화콘텐츠 전략』, 한국외국어대학교 출판부, 2012.
김승수, 『정보자본주의 대중문화산업』, 한울, 2007.
김인구, 『세계무역기구론』, 형설, 2005.
김평수·윤홍근·장규수, 『문화콘텐츠산업론』(개정판), 커뮤니케이션북스, 2012.
김향·이혜령 기획·인터뷰·정리, 『인터뷰 한국 인문학 지각 변동』, 그린비, 2011.
박광무, 『한국문화정책론』, 김영사, 2010.
박삼옥·양승목·윤영관·이근·임현진, 『지속 가능한 한국 발전 모델과 성장 동력』, 서울대학교 출판문화원, 2009.
서진교 외, 『WTO 체제의 개혁 방향과 한국의 대응』, 대외경제정책연구원, 2008.
우석훈, 『문화로 먹고 살기』, 반비, 2011.
이동연, 『문화자본의 시대』, 문화과학사, 2010.
이동연, 『케이팝(K-pop): 신자유주의 시대 초국적 국민문화의 아이쿰』, 『내일을 여는 역사』 45, 2011, 234~252쪽.
인문콘텐츠학회, 『문화콘텐츠 입문』, 북코리아, 2006.
정용택, 『국가란 무엇인가』, 『말과 활』 2014년 7~8월, 71~86쪽.
조한혜정 외, 『한류와 아시아의 대중문화』, 연세대학교 출판부, 2003.
진중현·박순찬, 『한류의 문화지리학』, 『문화 역사 지리』 25권 3호, 2013, 132~153쪽.

채지영, 『문화콘텐츠 활용 사례 연구』, 한국문화관광연구원, 2013.

최연구, 『문화콘텐츠란 무엇인가』, 살림, 2006.

한윤형·최태섭·김정근, 『열정은 어떻게 노동이 되는가』, 웅진지식하우스, 2011.

레이먼드 윌리엄즈, 설준규·송승철 옮김, 『문화사회학』, 까치, 1984.

아도르노, 『문화산업론의 재고찰(Cultural Industry Reconsidered)』(1967), 이강수 편,
『대중문화와 문화산업론』, 나남, 1998.

Abstract

The transition from 'culture' to 'contents'

- focusing on the industrialization of korean culture and korean wave

Kwon, Chang-Gyu (Yonsei University)

This study focuses on the transition from 'culture' to 'contents' in Korea since the late 1990's. Culture industry has become the one of basic industries because of the economic crisis in the late 1990's. A new Korean coinage, 'culture contents' derived from Korea Culture Content Agency(KOCCA) which was founded in 2001. KOCCA was transformed to Korea Creative Content Agency(KOCCA) in 2009. The word, 'contents' has become in common use up to the present. The transition from 'culture' to 'contents' represents the industrialization of culture and the popularity of 'Korean wave'. This study discusses the capitalization of the state in neoliberal age focusing on the progress of culture industry as basic industry in Korea.

(Key Words: culture, culture contents, contents, culture industry, Korean wave)

■ 위 논문은 2014년 10월 30일 투고되었고, 심사를 거쳐 11월 30일 게재가 확정되었음.