

현안 분석

한국의 국민 문화 생산력(NCP) 여전히 미흡하다

■ 국민 문화 생산력의 개념과 평가 방법

- (개념) 국민 문화 생산력(NCP: National Cultural Productivity)이란 한 나라가 지니고 있는 총체적인 문화의 산업화 능력으로 정의함
- (평가 방법) 현재 각국의 문화 기반, 문화 산업 수준 그리고 미래의 문화 산업 창출력 등으로 구성된 ‘국민 문화 생산력 지수’를 산출하여 이를 토대로 각 국의 총 문화 생산력을 비교 평가함 (각 지수는 미국 수준을 100으로 하여 산출)
 - 문화 기반 지수 : 문화 기반 지수는 국민 문화 활동의 기본 바탕이 되는 사회 인프라를 평가하는 것으로 문화 지출비, 도서관 수, 도서관 장서 수, 박물관 수 등으로 구성
 - 문화 산업 지수 : 문화 산업 지수는 문화 산업의 발전 현황을 파악하는 것으로 음반, 영화, 신문출판, 방송 산업으로 구성
 - 문화 창출 지수 : 문화 창출 지수는 새로운 문화 산업을 창출하거나 부가가치를 증대시킬 수 있는 잠재 능력을 평가하는 것으로 교육 경쟁력과 경제 디지털화 현황으로 구성

■ 기간별 · 국별 평가

- (기간별 평가) 2000년 이후 한국의 국민 문화 생산력 지수의 발전 추이를 보면 문화 기반 부문에서는 점진적 개선이 이루어지고 있으나 문화 산업 부문과 향후 발전 가능성을 보여주는 문화창출 부문은 큰 변화가 없는 것으로 분석됨
 - 문화 기반 : 우리나라의 문화 기반 지수는 정부의 문화 관련 예산 확대 등에 힘입어 2002년 34에서 2004년 46으로 높아진 것으로 나타남
 - 우리나라 정부의 문화 관련 예산 규모 지수는 2002년 61에서 2004년 98로 약 60% 가량 증가한 것으로 조사됨
 - 다만 1인당 도서관 수, 1인당 도서관 장서수, 10만명 당 박물관 수 등은 큰 변화가 없었음

- 문화 산업 : 영화 산업의 성장세가 두드러졌으나 음반, 신문출판, 방송 등 여타 문화 산업은 큰 변화가 없어 전반적인 문화산업 발전이 정체 상태에 있는 것으로 나타남
 - 비디오 판매시장 지수가 2000년 2에서 2004년 12로 6배가량 성장하면서 전반적인 영화 산업의 성장을 이끌고 있는 것으로 조사됨
 - 그 외에는 방송 산업이 TV 광고시장 규모 증가로 소폭 성장했을 뿐 음반 산업 및 신문출판 산업 등은 거의 변화가 없었음
- 문화 창출 : 인터넷 사용자수 증가로 디지털화 부분의 소폭 개선이 있었으나 교육 경쟁력 부분의 정체로 문화 창출 부분의 개선은 거의 이루어지지 않았음
 - 우리나라 천명당 인터넷 사용자수는 2003년 미국의 98%수준이었으나 2005년에는 109% 수준으로 증가한 것으로 조사됨
 - 그러나 천명당 컴퓨터수는 같은 기간 오히려 미국의 62%에서 53%로 감소했고, 교육경쟁력 부분의 개선도 정체되면서 전반적인 문화 창출 부분의 개선은 이루어지지 않았음
- (주요국과의 비교 평가) 한국의 국민 문화 생산력 지수를 2004년 기준으로 주요 선진국과 비교해 보면 현재의 문화 기본 인프라와 문화 산업은 매우 취약한 상태에 있는 것으로 평가되나 향후 발전 가능성을 보여주는 창출 지수는 선진국 수준에 근접해 있는 것으로 분석됨
- 문화 기반 : 한국의 문화 기반은 미국의 절반 수준에 불과한 것으로 나타나 문화 활동의 기본 인프라가 매우 취약한 것으로 나타남
 - 우리나라 정부의 문화 관련 예산 규모는 2004년 미국의 98%수준인 것으로 조사됨
 - 다만 1인당 도서관 수, 1인당 도서관 장서수, 10만명 당 박물관 수 등이 미국과 비교하여 각각 27%, 20%, 29% 수준에 머물고 있어 우리나라의 문화 활동 관련 기본 인프라는 여전히 취약한 것으로 나타남
- 문화 산업 : 특히 문화 산업 부문이 양적이나 질적인 측면에서 모두 선진국에 비해 경쟁력이 뒤떨어져 있는 것으로 나타남
 - 비디오 판매시장의 급성장 및 영화 관객수 증가 등으로 영화산업 지수가 2000년 미국의 3%에서 2004년 8%로 가파른 성장세를 보이고 있음
 - 그러나 음반 산업, 방송 유통 산업 등의 미성숙으로 전반적인 문화 산업은 미국의 10%에도 못 미치는 저조한 수준인 것으로 조사됨

- 문화 창출 : 한국의 문화 창출 지수는 다른 지수들과 비교해 볼 때 상대적으로 높게 나타나 앞으로 문화 인프라가 확충될 경우에 문화 생산력이 증가할 가능성이 큰 것으로 평가됨
 - 한국의 문화 창출 지수는 미국의 72% 수준으로 일본의 79%, 프랑스의 81%에 근접한 수준임
 - 이처럼 한국의 문화 창출 지수가 높게 나타나는 것은 한국 경제의 디지털화 수준이 프랑스나 일본보다 앞서 있기 때문인 것으로 분석됨
- (중국 대비 평가) 한편 중국과 국민 문화 생산력 지수를 비교해 보면 문화 창출 지수는 한국이 중국에 비해 월등히 우월한 수준에 있는 것으로 조사되나 문화 산업 부문은 중국에 비해 뒤쳐져 있는 것으로 분석됨
 - 문화 산업이 중국에 비해서도 지수가 낮게 나타나는 것은 음반 총 판매량, 스크린 수, 연평균 관객 수, 방송 유통 산업 규모, TV 광고 매출액 등 양적 시장 규모면에서 중국이 한국보다 절대 우위를 차지하고 있기 때문임

■ 향후 육성 과제

- 21세기 주요 경제 성장 원천이 될 문화 생산력을 제고하기 위해서는 문화 인프라를 크게 확충하는 가운데 보다 적극적인 문화 산업 육성 정책을 마련하여 상대적으로 높은 문화 창출력을 최대한 활용해 나가야 함
- 문화 인프라를 확충하기 위해서는 국내 문화 예산을 확대하는 한편 도서관과 박물관 등 기본 문화 시설의 양적 질적 발전을 도모해야 할 것임
- 또한 문화 산업의 발전을 이루기 위해서는 각 부문의 콘텐츠 산업을 집중 육성하고 이에 필요한 전문 인력 양성, 산업 육성 기금 및 산업 지원 자금 확충, 유통 구조 개선, 해외 진출 적극화와 같은 정책을 추진해야 할 것임
- 특히 한국이 비교우위를 지니고 있는 문화 창출력의 경쟁력을 더욱 강화시키기 위해서는 교육 제도 개선을 통하여 보다 창의로운 인력을 양성해야 하며, 디지털 인프라의 지속적인 확충을 통하여 디지털 경제 수준을 더욱 향상시켜 나가야 할 것 임

한국의 국민 문화 생산력(NCP) 여전히 미흡하다

- 주요국별 국민 문화 생산력 지수 추이 비교

□ 21세기 새로운 성장 원천 문화 산업

○ 21세기 지식 기반 경제가 전세계적으로 확산 발전하면서 인간 지적 활동의 총화라* 할 수 있는 각 국의 고유 문화를 바탕으로 한 문화 산업의 중요성이 부각되고 있음

- 문화 산업은 광의로 볼 때 문화와 예술 분야에서 창작되거나 상품화되어 유통되는 모든 단계의 산물을 가리키는 것으로 해석됨

· 국내에서는 '문화산업진흥기본법'에서 문화 산업을 "문화 상품의 개발·제작·생산·유통·소비 등과 관련된 서비스를 행하는 산업으로서 영화·음반·게임·방송 등과 관련된 산업"으로 정의하고 있음**

· 이러한 정의를 기초로 국내에서는 문화 산업에 영화·음반·비디오·애니메이션·출판·게임소프트웨어·방송 등의 산업과 광고·패션 디자인·멀티미디어 콘텐츠 산업이 포함되며 여기에 공연·미술품·문화재 관련 부문 산업·공예품·전통 의상 및 전통 식품 등도 문화 산업으로 간주함

- 21세기에 들어서면서 문화 산업은 세계 경제 발전에 따른 소득 증가에 의한 생활의 여유 증대로 수요가 급증하는 산업이요, 첨단 디지털 기술과 융합하여 고부가가치를 창출하는 산업으로서 미국, 일본과 같은 선진국들은 새로운 국부 창출의 동력으로서 집중 육성하고 있음

* 문화의 의미는 일반적으로 광의로는 '인류학이나 사회학에서처럼 인간의 사회 생활을 인도해 주는 삶의 양식 혹은 삶의 설계를 총칭하는 것'으로 이해함. 다시 말해 문화는 역사적으로 인간이 창조하고 학습함으로써 자신의 환경의 일부로 삼아 버린 사고 방식, 감정 양식, 행위 유형, 즉 지식, 믿음, 예술, 도덕, 법규범, 관습, 그리고 이런 것의 물리적인 결과와 일상적으로 이용하는 갖가지 물질적인 도구 등을 망라하는 복합적 삶의 총체를 일컫는 것임. 하지만 협의의 의미로는 '일상 생활에서 쓰듯이 주로 문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 영화 등의 문예 활동과 학문, 철학, 종교, 윤리 도덕과 같은 정신 세계'를 가리킴

** 문화관광부, 「2001 문화 산업 백서」, 2002. 5~7쪽.

- 특히 지난 90년대 이후 10년 이상 장기 불황에 빠져있는 일본은 애니메이션, 캐릭터, 음반, 패션과 같은 문화 산업의 부흥을 통해 새로운 경제 발전의 활로를 찾아나가고 있음*
- 따라서 21세기 새로운 성장 동력으로 부상하고 있는 문화 산업의 성장 가능성을 평가해보기 위해 한국과 주요국의 국민 문화 생산력 지수를 작성하여 비교 분석해 보기로 함

□ 국민 문화 생산력(NCP)의 평가

○ 국민 문화 생산력(NCP: National Cultural Productivity)이란 한 나라가 지니고 있는 총체적인 문화의 산업화 또는 상품화 능력으로 정의함**

- 문화의 다양한 의미를 감안할 때 각국이 지니고 있는 문화의 산업화 능력을 완벽하게 평가하는 것은 측정 자료의 한계 등으로 거의 불가능한 일임
- 이러한 제약 조건을 감안하여 여기서는 측정 가능한 지표를 중심으로 문화 자원의 산업화 능력을 문화 기반, 현 문화 산업 수준 그리고 미래의 문화 산업 창출력 등으로 구성된 주요국의 '국민 문화 생산력 지수'를 산출하여 이를 토대로 각국의 총 문화 생산력을 평가해 보기로 함

○ 국민 문화 생산력 지수는 문화 기반 지수, 문화 산업 지수, 문화 창출 지수로 구성되며 이를 종합하여 총 지수를 산출함

- **문화 기반 지수** : 문화 기반 지수는 국민 문화 활동의 기본 바탕이 되는 사회 인프라를 평가하는 것으로 문화 지출비, 도서관 수, 도서관 장서 수, 박물관 수 등으로 구성

* Douglas McGray, "Japan's Gross National Cool", *Foreign Policy*, May/June 2002.

** 한 국가의 문화력을 평가하는 또 다른 유사한 개념으로는 총 국가 매력도(GNC: Gross National Cool)가 있음. 이는 특정 국가의 국민들만이 가지고 있는 독특한 문화가 발산하는 매력 또는 힘을 의미하는 신조어로서 많은 사람들이 열광적으로 동조하는 패션이나 상품, 혹은 그것들을 만들어내는 관념이나 기술을 의미함. 이에 대한 자세한 내용은 Douglas McGray, "Japan's Gross National Cool", *Foreign Policy*, May/June 2002.를 참조.

현안 분석

- **문화 산업 지수** : 문화 산업 지수는 문화 산업의 발전 현황을 파악하는 것으로 음반, 영화, 신문출판, 방송 산업으로 구성
- **문화 창출 지수** : 문화 창출 지수는 새로운 문화 산업을 창출하거나 부가가치를 증대시킬 수 있는 잠재 능력을 평가하는 것으로 교육 경쟁력과 경제 디지털화 현황으로 구성

< 국민 문화 생산력 지수 구성표 >

| 구분 | 세부 지표 | |
|----------|---|---|
| 문화 기반 지수 | <ul style="list-style-type: none"> - 문화 관련 지출 규모 - 인구 1인당 도서관 수 - 인구 1인당 도서관 장서 수 - 인구 10만명 당 박물관 수 | |
| 문화 산업 지수 | 음반 산업 | <ul style="list-style-type: none"> - 1인당 음반 구매력 - 음반 총판매량 - 음반 시장 규모 - 음반 판매량 점유율 |
| | 영화 산업 | <ul style="list-style-type: none"> - 스크린 수 - 박스 오피스 수입 - 연평균 관객 수 - 비디오 판매시장 규모 |
| | 신문출판산업 | <ul style="list-style-type: none"> - 서적 판매액 - 잡지 광고 매출액 - 100만 명 당 일간 신문 발행 종류 수 |
| | 방송산업 | <ul style="list-style-type: none"> - TV 콘텐츠 시장 규모 - 방송 유통 산업 규모 - TV 광고 매출액 |
| 문화 창출 지수 | 교육 경쟁력 | <ul style="list-style-type: none"> - GDP 대비 교육 부문 공공 지출 비중 - 선생 1명당 학생 수 - 국가경쟁력 기여 정도 |
| | 경제 디지털화 | <ul style="list-style-type: none"> - 천명 당 컴퓨터 수 - 천명 당 인터넷 사용자 수 |

■ 문화 기반 지수 평가

○ (추이) 2004년 한국의 문화 기반은 문화 관련 지출 규모의 증가에 힘입어 2002년에 비해 점진적으로 개선되고 있는 것으로 조사됨

- 문화관련 지출 규모는 61에서 98로 크게 증가하였으나 인구 1인당 도서관 수, 인구 1인당 도서관 장서수, 인구 10만명 당 박물관 수 등은 큰 변화가 없는 것으로 조사됨

○ (비교 평가) 한국의 문화 기반은 지속적인 개선에도 불구하고 여전히 미국 등 주요 선진국의 절반 수준에 불과한 것으로 조사되어 문화 활동의 기본 인프라가 매우 취약한 것으로 나타남

- (문화 관련 지출 규모) 2004년 중앙 정부 차원의 문화 관련 예산 규모에 있어 한국은 미국의 98% 수준으로 선진국 수준에 근접하고 있는 것으로 조사됨

- (인구 1인당 도서관 수) 미국의 27%, 프랑스의 32%, 일본의 43% 수준인 것으로 분석됨

- (인구 1인당 도서관 장서 수) 미국의 20%, 프랑스와 일본의 각각 34%, 24% 수준에 불과함

- (인구 10만 명 당 박물관 수) 미국의 29%, 프랑스의 22%, 일본의 21%에 머무

< 문화 기반 지수의 주요국 비교 >

| 항 목 | 한국 | | 미국 | 프랑스 | 일본 |
|-------------------|-----------|-----------|------------|------------|-----------|
| | '02 | '04 | | | |
| · 문화 관련 지출 규모 | 61 | 98 | 100 | 206 | 80 |
| · 인구 1인당 도서관 수 | 27 | 27 | 100 | 84 | 63 |
| · 인구 1인당 도서관 장서 수 | 28 | 28 | 100 | 59 | 85 |
| · 인구 10만명당 박물관 수 | 29 | 29 | 100 | 129 | 141 |
| 문화기반지수 | 34 | 46 | 100 | 120 | 92 |

자료 : 문화관광부, 「2004 문화산업백서」, 2005
 한국문화정책개발원, 「2001 주요 국가 문화 산업 통계」, 2002
 www.kctpi.re.kr

- 주 :1) 문화 관련 지출 규모 중 미국은 1996년 정부의 예술비 지출 총액, 프랑스는 1993년 정부의 예술비 지출 총액, 일본은 1999년 예술 문화 진흥 기금, 한국은 2001년 문화관광부 예산 기준
 2) 인구 1인당 장서 수, 인구 1인당 도서관 수, 인구 10만 명당 박물관 수는 한국, 미국, 프랑스, 일본 순으로 2000, 1996, 1997, 1999년도 자료이고, 단 한국의 인구 10만 명당 박물관 수는 2001년도 자료

■ 문화 산업 지수 평가

○ (추이) 2004년 한국의 문화 산업 지수는 영화 산업의 증가세에 힘입어 2000년에 비해 소폭 상승한 것으로 조사됨

- 음반, 신문출판, 방송 등 여타 문화산업은 큰 변화가 없었으나 비디오 판매 시장의 급성장 및 영화 관객 수 증가 등으로 영화산업 지수는 2000년 3에서 2004년에는 8로 두 배 이상 증가한 것으로 조사됨

○ (비교 평가) 한국의 문화 산업 지수는 미국의 10%에도 미치지 못하는 저조한 수준에 머물러 있는 것으로 평가됨

- 이는 프랑스의 56%, 일본의 29%에 불과한 수준임
- (음반 산업) 먼저 음반 산업은 미국의 6%에 불과하며 프랑스와 일본의 각각 25%과 11% 수준인 것으로 나타남
 - 음반 산업의 부문별 현황을 보면 1인당 음반 구매액은 미국과 일본의 13% 수준인 것으로 나타났음

- 또한 음반 총 판매량은 미국의 4%, 음반 시장 규모와 음반 판매량의 세계 시장 점유율은 각각 미국의 2%와 4%에 불과한 실정임

< 음반 산업 지수의 주요국 비교 >

| 항목 | | 한국 | | 미국 | 프랑스 | 일본 | 중국 |
|---------|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | '00 | '03 | | | | |
| 음반산업 | · 1인당 음반 구매액 | 13 | 13 | 100 | 58 | 104 | 0.2 |
| | · 음반 총 판매량 | 4 | 4 | 100 | 13 | 32 | 6 |
| | · 음반 시장 규모 | 2 | 1 | 100 | 12 | 47 | 1 |
| | · 음반 판매량의 세계 점유율 | 4 | 4 | 100 | 13 | 32 | 6 |
| 음반산업 지수 | | 6 | 6 | 100 | 24 | 54 | 3 |

자료 : 문화관광부, 「2004 문화산업백서」, 2005

한국문화정책개발원, 「2001 주요 국가 문화 산업 통계」, 2002

www. kctpi.re.kr

주 : 한국의 2003년 음반시장 규모 자료를 제외한 자료는 모두 2000년 기준

- (영화 산업) 영화 산업의 경우 빠른 성장세를 나타내 총지수가 미국의 8% 수준으로 상승하였고 프랑스와 일본의 57%과 62% 수준으로 조사됨

- 부문별로 보면 국내 비디오 판매시장 규모가 2000년 미국의 2%에서 2004년 12%까지 빠른 상승세를 보임
- 다만 박스 오피스 수입, 연평균 관객 수, 비디오 판매 시장 규모는 여전히 미국의 각각 8%, 8%, 12%에 불과한 실정임

< 영화 산업 지수의 주요국 비교 >

| 항목 | | 한국 | | 미국 | 프랑스 | 일본 | 중국 |
|---------|----------------|-----|-----|-----|-----|----|-----|
| | | '00 | '04 | | | | |
| 영화산업 | · 스크린 수 | 2 | 3 | 100 | 14 | 7 | 175 |
| | · 박스 오피스 수입 | 5 | 8 | 100 | 11 | 21 | 3 |
| | · 연평균 관객 수 | 4 | 8 | 100 | 12 | 10 | 11 |
| | · 비디오 판매 시장 규모 | 2 | 12 | 100 | 19 | 17 | 1 |
| 영화산업 지수 | | 3 | 8 | 100 | 14 | 13 | 47 |

자료 : 문화관광부, 「2004 문화산업백서」, 2005

한국문화정책개발원, 「2001 주요 국가 문화 산업 통계」, 2002

www. kctpi.re.kr

주 : 한국의 2004년 자료를 제외한 모든 자료는 2000년 기준

- (신문 출판 산업) 신문 출판 산업의 경우를 보면 총지수가 미국의 17%이며 이 부문에서 만큼은 프랑스, 일본과 대등한 수준에 있는 것으로 나타남
 - 이는 100만 명당 일간 신문 발행 종류 수가 미국의 45%로 프랑스나 일본보다 각각 1.8배와 3배씩 많기 때문인 것으로 분석됨
 - 하지만 서적 판매액은 미국의 5%, 잡지 광고 매출액은 미국의 2%에 불과하며 이들 부문 역시 모두 프랑스와 일본에 비해 규모가 크게 작은 것으로 나타남.
 - 서적 판매액의 경우는 프랑스의 63%, 일본의 17%이며 잡지 광고 매출액은 프랑스의 13%, 일본의 15%밖에 되지 않음

< 신문 출판 산업 지수의 주요국 비교 >

| 항목 | | 한국 | | 미국 | 프랑스 | 일본 | 중국 |
|--------|-----------------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|----------|
| | | '00 | '03 | | | | |
| 신문출판산업 | · 서적 판매액 | 5 | 5 | 100 | 8 | 30 | 15 |
| | · 잡지 광고 매출액 | 1 | 2 | 100 | 15 | 13 | 1 |
| | · 백만명당 일간신문 발행 종류수 | 45 | 45 | 100 | 25 | 15 | 13 |
| | 신문출판산업 지수 | 17 | 17 | 100 | 16 | 19 | 9 |

자료 : 문화관광부, 「2004 문화산업백서」, 2005

한국문화정책개발원, 「2001 주요 국가 문화 산업 통계」, 2002

www. kctpi.re.kr

주 : 한국의 2003년 잡지광고 매출액 자료를 제외한 모든 자료는 2000년 기준

- (방송 산업) 방송 산업의 경우도 총지수가 미국의 4%이며 프랑스의 36% 일본의 11% 수준에 머물러 있음
 - 우선 TV 콘텐츠 시장 규모는 미국의 4%밖에 되지 않는 것으로 나타났으며, 일본의 1/10 수준인 것으로 나타났음
 - 방송 유통 산업 규모는 미국의 0.4%이고 프랑스와 일본의 4%, 2% 수준임
 - TV 광고 매출액 역시 미국의 8%이며, 프랑스와 일본의 62%와 14% 수준에 머물러 있음

< 방송 산업 지수의 주요국 비교 >

| 항목 | | 한국 | | 미국 | 프랑스 | 일본 | 중국 |
|--------|----------------|-----|-----|-----|-----|----|----|
| | | '00 | '03 | | | | |
| 방송산업 | · TV 콘텐츠 시장 규모 | 4 | 4 | 100 | 9 | 39 | 6 |
| | · 방송 유통 산업 규모 | 0.4 | 0.4 | 100 | 10 | 18 | 2 |
| | · TV 광고 매출액 | 5 | 8 | 100 | 13 | 57 | 9 |
| | 방송산업 지수 | 3 | 4 | 100 | 11 | 38 | 6 |
| 문화산업지수 | | 7 | 9 | 100 | 16 | 31 | 16 |

자료 : 문화관광부, 「2004 문화산업백서」, 2005

한국문화정책개발원, 「2001 주요 국가 문화 산업 통계」, 2002

www. kctpi.re.kr

주 : 한국의 2003년 TV광고 매출액 자료를 제외한 모든 자료는 2000년 기준

■ 문화 창출 지수 평가

○ (추이) 2004년 한국의 문화 창출 지수는 2002년과 비교해 별다른 변화가 없었던 것으로 조사됨

- 교육 경쟁력 부문에서 선생 1인당 학생수가 2002년 미국의 70%에서 2004년 79%로 개선되었으나 교육부문의 공공지출, 국가경쟁력 기여도가 하락해 교육 경쟁력 부문의 전반적인 개선은 나타나지 않았음

- 한편 디지털화 부문에서는 천명당 인터넷 사용자수가 2002년 미국의 98% 수준에서 2004년에는 미국을 넘어 109%로 조사되었으나 천명당 컴퓨터 사용자수가 하락하여 경제디지털화 지수는 소폭 증가에 그침

○ (비교 평가) 한국의 문화 창출 지수는 다른 지수들과 비교해 볼 때 상대적으로 높게 나타나 앞으로 문화 인프라가 확충될 경우에 문화 생산력이 크게 증가할 가능성이 큰 것으로 평가됨

- 한국의 문화 창출 지수는 미국의 72% 수준으로 프랑스 81%, 일본 79%에 근접한 수준으로 조사됨
 - 이처럼 한국의 문화 창출 지수가 높게 나타나는 것은 한국 경제의 디지털화 수준이 프랑스나 일본보다 앞서거나 비슷한 수준에 있기 때문인 것으로 분석됨

- (교육 경쟁력) 한국의 교육 경쟁력 지수는 미국의 63% 수준으로 프랑스, 일본 뿐만 아니라 중국에 비해서도 낮은 것으로 평가됨
 - 이는 한국 교육의 국가 경쟁력 기여 정도가 미국의 66% 수준으로 프랑스 100%, 일본 77%에 비해 크게 낮고 중국의 68% 수준에도 못미치고 있고
 - 또한 한국의 선생 1명당 학생 수도 미국의 79% 수준으로 프랑스 129%, 일본 105%, 중국 87%보다 낮은 수준에 머물러 있기 때문임
 - 한편 한국의 GDP 대비 교육 부문 공공 지출 비중은 미국의 45% 수준으로 일본의 46%와 비슷한 수준임

- (경제디지털화) 한국의 경제 디지털화 지수는 미국의 81%로 일본의 82%와 비슷한 수준이며 프랑스 60%, 중국 7%에 비해서는 높은 수준을 유지하고 있음
 - 천명당 컴퓨터 수를 보면 한국은 미국의 53% 수준으로 프랑스의 59%, 일본의 68%와 유사한 수준임
 - 하지만 천명당 인터넷 사용자 수를 보면 한국은 미국의 109% 수준으로서 프랑스의 60%, 일본의 95%보다 월등히 높은 수준을 나타내고 있음
 - 이처럼 한국의 디지털 경제화 수준이 선진국보다도 더 높게 나타나고 있는 것은, 컴퓨터와 인터넷을 기반으로 형성되는 21세기 지식 기반 경제 사회에서 지식과 정보의 신속하고 원활한 활용을 통한 새로운 지식과 문화의 창출에 매우 유리한 환경이 조성되어 있음을 나타내는 것으로 평가할 수 있음

< 문화 창출 지수의 주요국 비교 >

| 항목 | | 한국 | | 미국 | 프랑스 | 일본 | 중국 |
|------------|---------------------|-----|-----|-----|-----|----|----|
| | | '02 | '04 | | | | |
| 교육 경쟁력 | · GDP대비 교육부문 공공지출비중 | 50 | 45 | 100 | 81 | 49 | 57 |
| | · 선생 1명당 학생 수 | 70 | 79 | 100 | 122 | 93 | 90 |
| | · 국가 경쟁력 기여 정도 | 69 | 66 | 100 | 92 | 42 | 60 |
| | 교육경쟁력 지수 | 63 | 63 | 100 | 98 | 61 | 69 |
| 경제 디지털화 | · 천명당 컴퓨터 수 | 62 | 53 | 100 | 66 | 67 | 3 |
| | · 천명당 인터넷 사용자 수 | 98 | 109 | 100 | 40 | 74 | 5 |
| | 경제디지털화 지수 | 80 | 81 | 100 | 53 | 70 | 4 |
| 총지수 | | 72 | 72 | 100 | 76 | 66 | 36 |

자료 : IMD, *World Competitiveness Yearbook*, 2004.

주 : GDP 대비 교육 부문 공공 지출 비중과 선생 1명당 학생 수는 2001년, 천 명당 컴퓨터 수와 천 명당 인터넷 사용자 수는 2003년 자료임

□ 종합 평가와 육성 과제

○ (기간별 평가) 한국의 국민 문화 생산력 지수는 2000년과 비교해 2004년 현재 문화 생산력 증대의 기본 인프라 수준을 나타내주는 문화 기반 부문에서는 점진적 개선이 이루어지고 있으나, 현재의 문화 생산력 수준을 나타내주는 문화 산업 부문과 향후 발전 가능성을 보여주는 문화 창출 부문은 큰 변화가 없는 것으로 분석됨

- (문화 기반) 우리나라의 문화 기반은 문화 관련 지출이 크게 증가한데 힘입어 점진적인 개선이 이루어지고 있는 것으로 평가됨

- (문화 산업) 영화 산업의 성장세가 두드러졌으나 음반, 신문출판, 방송 등 여타 문화 산업은 큰 변화가 없어 전반적인 문화산업의 개선도 소폭에 그침

- (문화 창출) 인터넷 사용자수 증가로 디지털화 부문이 소폭 개선되었으나 교육경쟁력 부문의 정체로 문화 창출 부문의 개선은 이루어지지 않음

- (국가별 비교 평가) 한국의 국민 문화 생산력 지수를 주요 선진국과 비교해 보면 현재의 문화 생산력을 나타내주는 기본 인프라와 문화 산업은 매우 취약한 상태에 있는 것으로 평가되나 향후 발전 가능성을 보여주는 창출 지수는 선진국 수준에 근접해 있는 것으로 분석됨

- (선진국 대비 평가) 문화 산업 부문이 양적이나 질적인 측면에서 모두 선진국에 비해 경쟁력이 뒤떨어져 있는 것으로 나타남

- (중국 대비 평가) 한편 중국과 국민 문화 생산력 지수를 비교해 보면 문화 창출 지수는 한국이 중국에 비해 월등히 우월한 수준에 있는 것으로 조사되나 문화 산업 부문은 중국에 비해 뒤쳐져 있는 것으로 분석됨
 - 문화 산업이 중국에 비해서도 지수가 낮게 나타나는 것은 음반 총 판매량, 스크린 수, 연평균 관객 수, 방송 유통 산업 규모, TV 광고 매출액 등 양적 시장 규모면에서 중국이 한국보다 우위를 차지하고 있기 때문임
 - 그 결과 영화 산업과 방송 산업 모두 중국이 한국보다 높은 경쟁력을 지닌 것으로 나타남
 - 국내 문화 산업의 시장 규모가 중국에 비해 크게 작은 점을 감안할 때 향후 중국의 문화 산업 발전이 한국보다 빠르게 진전될 가능성이 높을 것으로 판단됨

< 국민 문화 생산력 지수의 주요국 비교 >

| 항목 | | 한국 | | 미국 | 프랑스 | 일본 | 중국 |
|----------|----------|-----|-----|-----|-----|----|----|
| | | '02 | '04 | | | | |
| 문화 기반 지수 | | 34 | 34 | 100 | 120 | 92 | - |
| 문화 산업 지수 | 음반 산업 | 6 | 6 | 100 | 24 | 54 | 3 |
| | 영화 산업 | 3 | 8 | 100 | 14 | 13 | 47 |
| | 신문 출판 산업 | 17 | 17 | 100 | 16 | 19 | 9 |
| | 방송 산업 | 3 | 4 | 100 | 11 | 38 | 6 |
| | 종합 지수 | 7 | 9 | 100 | 16 | 31 | 16 |
| 문화 창출 지수 | 교육 경쟁력 | 63 | 63 | 100 | 98 | 61 | 69 |
| | 경제 디지털화 | 80 | 81 | 100 | 53 | 70 | 4 |
| | 종합 지수 | 72 | 72 | 100 | 76 | 66 | 36 |
| 총 지수 | | 38 | 42 | 100 | 70 | 63 | 26 |

○ (육성 과제) 21세기 주요 경제 성장 원천이 될 문화 생산력을 제고하기 위해서는 문화 인프라를 크게 확충하는 가운데 보다 적극적인 문화 산업 육성 정책을 마련하여 상대적으로 높은 문화 창출력을 최대한 활용해 나가야 함

- 문화 인프라를 확충하기 위해서는 국내 문화 예산을 확대하는 한편 도서관과 박물관 등 기본 문화 시설의 양적 질적 발전을 도모해야 할 것임
- 또한 문화 산업의 발전을 이루기 위해서는 각 산업에 필요한 전문 인력 양성, 산업 육성 기금 및 산업 지원 자금 확충, 유통 구조 개선, 해외 진출 적극화와 같은 정책을 추진해야 할 것임
- 특히 한국이 비교우위를 지니고 있는 문화 창출력의 경쟁력을 더욱 강화시키기 위해서는 교육 제도 개선을 통하여 보다 창의로운 인력을 양성해야 하며, 디지털 인프라의 지속적인 확충을 통하여 디지털 경제 수준을 더욱 향상시켜 나가야 할 것임

■ 유병규 경제본부장, bkyoo@hri.co.kr ☎02)3669-4032