

사람을 향하기 위한 조건

‘마태 효과(Matthew Effect)’는 미국의 사회학자 로버트 머튼(Robert Merton)이 그의 저서 ‘과학사회학’에서 언급한 말이다. 성경 마태복음에 “있는 자는 더욱 받아 풍족하게 되고, 없는 자는 있는 것까지도 빼앗기리라”라는 구절처럼 부자는 더욱 부유해지고 빈자는 더욱 가난해진다는 ‘부익부 빈익빈(富益富 貧益貧)’ 현상을 가리킨다.

지난 2월 ‘엔콘텐츠’가 진행한 좌담회에서 참석자들이 콘텐츠산업의 현황에 대해 말할 때 자주 등장한 단어가 ‘양극화’와 ‘불평등’이었다. 시장지배적 사업자들의 생산과 유통 독과점으로 창작인의 권리가 훼손되고 창작의 기회를 봉쇄당하고 있다는 지적이었다.

영화 산업은 거대기업이 제작부터 배급, 부가 판권 시장까지 장악하고 있다 보니 중소 제작사나 아마추어 감독이 애써 만든 영화를 관객에게 선보일 기회조차 박탈당하고 있다. 음악 산업은 대형 연예기획사들의 독주 속 중소 매니지먼트의 인프라는 심각한 어려움에 처하면서 대중음악의 다양화와 질적 성장이 가로막혀 있는 상황이다. 책은 어떠한가. 아무리 좋은 책을 만들어도 대형출판사와 대형서점을 끼지 않으면 소비자에게 그 책을 접하게 할 기회를 찾기 어렵다. 웹툰, 게임 등 다른 콘텐츠산업도 막강한 자본의 제작사와 플랫폼의 동

맹 아래에서 자유롭지 못하다.

콘텐츠산업은 정신적 가치를 생산하고 경험을 판매한다. 때문에 콘텐츠는 세상을 인식하는 우리의 감각을 만드는 자양분이 라고 할 수 있다. 사회가 갖고 있는 ‘가치’가 담겨 있고 사회적 통합의 토대를 제공하는 중요한 자원이기 때문에 미국, 영국, 일본 등 해외 주요 국가들은 콘텐츠산업의 다양성을 보장하기 위해 여러 가지 정책적 장치를 마련해놓고 있다. 그러나 우리의 콘텐츠산업은 ‘양극화’로 신음하고 있는 모습이다.

미국의 미래학자 제레미 리프킨은 “산업생산의 시대가 가고 문화생산의 시대가 오고 있다”고 전망한 바 있다. 실제로 우리의 콘텐츠산업은 2017년 매출액이 110조 4000억 원에 이를 정도로 크게 성장하고 있다. 과거의 콘텐츠 정책이 양적 성장 중심이었다면 지금의 콘텐츠 정책은 중소기업체와 창작인에게 골고루 수익이 돌아갈 수 있도록 공정한 제작·유통환경을 조성하는데 초점을 맞춰야 한다. 이윤 동기나 효율이 콘텐츠산업의 유일한 목적은 아니기 때문이다.

콘텐츠 업계의 양극화 해소, 창작인들의 자존감 회복, 소비자들이 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있을 때 우리의 콘텐츠산업은 비로소 ‘사람을 향하는 콘텐츠’가 될 수 있을 것이다. ❶