

# “정보·문화산업 부흥 광주 ‘아시아 스튜디오’ 만들겠다”

## 광주일보가 만난 경제사

### 이경주 광주정보문화산업진흥원장

인간이 가진 독보적인 능력은 아마도 무엇인가 필요한 것, 바라는 것, 재미있는 것 등을 상상하고 이를 실현해버리는 것이 아닐까. 수십년 전 공상과학책이나 영화에서 묘사되었던 현상의 상당수가 일상이 되었고, 나머지도 조만간 또는 아주 가까운 미래에 현실이 될 가능성이 높다. 스마트폰, 인공지능, 화성 탐사, 자율 주행 등이 대표적이다. 혁신 기술은 인간이 시공간의 한계를 넘어 서게 하면서 곧 ‘새로움’에 인간을 적용하게 한다. 역지로 아날로그를 고집하거나 그 감성을 기억하는 이들이 없는 것은 아니지만, 시류는 이미 편리함에 익숙해 가고 있다.

1차 산업혁명(기계), 2차 산업혁명(전자), 3차 산업혁명(인터넷)에 이어 4차 산업혁명은 ICT(정보통신기술)가 주인공이 된다. ICT가 기계, 전자, 인터넷 등 모든 기기와 결합하며 ‘초연결’, ‘초지능’, ‘초융합’의 세상을 구현하는 것이다. 인공지능, 사물인터넷(IoT), 로봇기술, 드론, 자율주행차, 가상현실(VR) 등은 모두 인간과 인간, 인간과 기기와의 소통과 관련된 것이다. 2016년 6월 스위스 다보스 포럼(Davos Forum)에서 의장 클라우스 슈밥이 처음 4차 산업혁명을 정의하면서 알려졌는데, 이제 그 성과들이 대세가 되었다.

문화(Culture)는 인간의 모든 행위와 연관되어 있다. 라틴어 ‘cultura’에서 파생되었는데, 경작이나 재배를 뜻하다가 나중에 교양, 예술 등의 의미를 가지게 되었다. 반댓말은 ‘natura’였는데 이는 자연, 즉 네이처(nature)의 어원이다. 문화는 의식주를 비롯한 언어, 풍습, 종교, 학문, 예술, 제도 등 인간이 만들어낸 모든 것을 포함하고 있다는 의미다. 시공간의 장벽으로 인해 과거에



는 알지 못했던 다른 문화의 매력이 ICT 혁신 기술로 인해 누구나 쉽게 자주 접하면서 문화에 있어서 주류·비주류, 독립·종속 등의 의미마저 사라지고 있다. 노래, 영화, 음식, 문화 등 갈수록 그 범위를 확장하고 있는 한류 열풍이 그 대표적인 사례일 것이다.

광활한 문화의 바다에서 국내외 대중의 관심을 받을 수 있는 콘텐츠를 발굴하고, 상품으로 제작하는 것의 중요성은 날로 높아지고 있다. 창의적이고, 독보적이면서, 상업성까지 갖추면 ICT와의 융합과 동시에 세계 곳곳에 퍼져나가 순식간에 트렌드가 되고, 압도적인 이익을 보장하기 때문이다. 경쟁력 있는 문화 콘텐츠는 시공간을 초월해 팬층을 형성하며, 해당 국가의 우월성을 세계인에게 각인시키기도 한다. 강대국에 둘러싸여 아시아의 변방에 자리하며 급속한 경제 성장 정도로 주목을 받았던 우리나라를 일약 ‘문화 수출국’으로 격상시킨 것도 한류 콘텐츠의 내제된 힘

### ICT·SW산업 컨트롤타워...애니·게임·실감콘텐츠·웹툰기업 지원 5개본부, ICT·콘텐츠 육성 2개본부로 축소...“본연의 역할에 충실”

이 있었기 때문에 가능했다. 광주는 예향(藝鄕), 의향(義鄕), 미향(味鄕)이다. 천혜의 자연, 풍부한 산물, 다양한 자원, 뛰어난 인재를 가진 전남을 배후지역으로 삼았기 때문이다. 수목화와 국악을 어렸을 때부터 자연스럽게 접하고, 거주·업무공간에 그림 몇 점은 기본적으로 소유하고 있는 지역민들의 높은 문화적 소양은 수준 높은 콘텐츠의 기반이 되었을 것이다. 피해를 감수하며 불의한 권력에 맞섰고, 소외·차별 속에 오랜 기간 정치·경제적 비주류로 남아 있었으며, 그 과정에서 형성된 강한 정체성과 자존감은 독창적인 콘텐츠의 기반이 되었을 수도 있다. 다만 다른 것에 대한 공감 능력, 융합·융통·조화를 통해 얻을 수 있는 다양성, 경제적 사고와 기술적 완성도 등에 있어서 미흡한 측면 역시 부인하기 어렵다.

콘텐츠와 ICT로 새로운 가치를 창출하기 위해 지난 2002년 설립된 광주정보문화산업진흥원(이하 진흥원)은 태동기(2002~2012), 안착기(2012~2022)를 거쳐 본격적인 성장기에 들어섰다. 글로벌 실감콘텐츠(가상·증강·혼합 현실) 제작 플랫폼인 ‘광주실감콘텐츠큐브’, 광주CGI(Computer-generated Imagery, 컴퓨터 제작 영상)센터, 광주콘텐츠창업보육센터, 광주음악산업진흥센터, 광주영상복합문화관, 광주콘텐츠허브, 광주이스포츠경기장 등 22년간 차근차근 여러 콘텐츠의 창작을 지원할 수 있는 기능들을 장착해왔다. 2004년부터 시작한 웹툰애니메이션 페스티벌(WAF), 광주사운드파크페스티벌, 광주스토리페스티벌, 각종 이스포츠 경기 등도 개최하고 있다.

진흥원을 이끌고 있는 수장은 이경주(55) 경영학 박사다. 1984년 전남고를 졸업한 뒤 중앙대 심리학과, 미국 아델피대학 경영학 석사(MBA)를

거쳐 조선대에서 박사학위를 받았다. 증권사 에널리스트, 조선대 초빙교수, 전남대 기술지주회사 전략기획실장, 연구소기업 대표이사, 전남대 산학협력단 본부장 등을 거쳐 지난 2023년 2월 제9대 원장에 올랐다. 2015년부터 광주 문화산업, 소프트웨어융합클러스터, 문화콘텐츠 산업 육성 및 경쟁력 제고 등과 관련 연구 용역에 참여하거나 이끌었던 전문가다. 이 원장에게 광주 문화콘텐츠 산업의 현재와 미래를 들었다. 다음은 일문일답.

◆진흥원에 대해 간단히 설명해달라. ▶말 그대로 광주의 정보·문화 산업을 육성·지원하고 산업화에 지역경제에 기여하는 기관이다. 영화·OTT, 애니메이션, 게임, 실감콘텐츠, 음악, 웹툰·스토리 등을 제작하는데 인재 양성부터 창업, 사업화, 글로벌 진출까지 소위 모든 단계에서 지원하고 있다. ‘아시아문화중심도시 조성’에 관한 특별법’에 따라 지정된 국립아시아문화전당 등 문화산업 투자진흥기구를 운영하고 있으며, 창작자 관련 기업들을 위해 제작 시설 및 장비도 갖추고 있다. 과학기술정보통신부로부터 권역거점 SW(소프트웨어)산업진흥기관으로 지정되었는데, 광주 ICT·SW산업의 컨트롤타워라고 보시면 된다. ICT 산업을 어떻게 진흥시킬 것인지 계획도 세우고, 정부·지자체로부터 각종 프로그램·사업을 수주해 기업들에게 혜택을 주기 위해 노력하고 있다. ICT와 웰스케어 등 지역 주력산업의 융합, 지역 SW 진흥을 각각 지원하면서 디지털 미래 인재를 양성하는 것이 중요 업무다.

◆광주의 문화 콘텐츠 산업, 어디까지 와 있다. ▶자본이나 규모 면에서 경쟁이 어려운 서울·경기를 제외하면 지방에서는 톱 수준이다. 성과,

기술력, 인프라 등을 냉정하게 평가한 것이다. 광주의 대표 콘텐츠는 과거 애니메이션 장르가 중심이었으나 게임으로 서서히 이동하고 있다. 실감콘텐츠 역시 톱 수준이라고 말할 수 있다. 최근 전남대 등 지역 대학의 게임동아리에서 제작한 콘텐츠가 넷마블에서 200만 다운로드를 달성하는 등 지역 청년들의 창작·IT 능력은 상당한 역량을 갖췄다. 광주의 이스포츠, 이스포츠 등에서 검증된 작품들은 수도권을 넘어 세계에서 통용이 가능하다고 본다.

◆미래 목표를 어떻게 설정했는가. ▶광주의 콘텐츠 산업의 방향은 이미 노무현 정부 당시 정해졌다. 아시아 문화 콘텐츠의 거점이 되어야 한다. 한강의 노벨문학상 수상에서도 알 수 있듯 광주의 이야기는 인류 보편적인 사상에 기반하고 있으며, 아시아 곳곳의 이야기와 공통점을 갖는다. 광주가 아시아의 스튜디오가 되어야 한다. 마치 미국 캘리포니아의 팜스프링스(Palm Springs)처럼. ‘광주인 아시아’가 목표다. 국립아시아문화전당을 중심으로 광주문화재단, 광주 예술의 전당 등이 함께 힘을 모으면 아시아의 이야기에서 광주의 정체성과 맞닿아 있는 요소들을 찾아내고, 산업으로서의 가능성을 충분히 검증할 수 있을 것이다. 제대로 된 캐릭터, 생명력을 가져 지속될 수 있는 이야기 등을 만들 수 있는 생태계를 형성해 세계에서 히트할 수 있는 작품이 만들어질 때까지 지원할 생각이다. 광주로 향하고 있는 수도권 우수 기업, 지역 대학에 진학해 다니고 있는 아시아 각국의 유학생, 광주의 ICT·AI 등 첨단기술력을 부러워하는 아시아의 콘텐츠 기업 등과의 연계 방안을 고민중이다. 내팔이나 인도네시아 등 우리에게 여전히 낯선 국가들의 문화 콘텐츠를 살펴보고 있다.

◆이력이 상당히 독특하고, 다양하다. /윤현석 기자 chadol@kwangju.co.kr

※ 인터뷰 전문은 인터넷 광주일보에서 확인 가능합니다.

## 산단공 광주본부, 권익위와 첨단산단 간담회



한국산업단지공단 광주지역본부는 지난달 31일 국민권익위원회와 함께 “2024년 광주첨단국가산단 기업으로 간담회”를 개최했다. <사진> 간담회에는 권익위 고충처리국장과 ‘2030 청년자문단’, 광주시와 북구청, 한전, 특구재단 등 관계기관, 광주첨단경영자협의회 회원사 및 입주기업 등 약 40여명이 참석했다. 이날 간담회에서는 ▲호남지역 계통 포화에 따른 신재생에너지 신규 인허가 제한 해소 ▲청년들이 모이는 산단 구현을 위한 ‘문화’를 담은 산업단지 적극 추진 ▲산단 근로자 셔틀버스 지속 지원 ▲집중호우시 상습침수 구역에 대한 점검 및 정비사업 신속 추진 ▲사업다각화를 위한 광주첨단국가산단 업종제한 완화 등 6개 분야 공통 애로사항이 논의됐다.

애로사항과 관련된 소관기관들은 내용을 검토 후 해결방안을 모색해 기업들에게 안내할 예정이다. 산단공 광주지역본부는 앞서 지난 5월 입주기업 공동 애로 발굴 및 해소를 위해 광주첨단산단 경영자협의회와 ‘기업애로 서포터즈’를 구성, 운영 중으로 이날 논의한 6개 분야 애로사항을 발굴했다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



## 전남테크노파크, ESG 경영 전환 공식 선포

### 단계별 목표 설정 핵심사업 추진

전남테크노파크(이하 전남 TP)가 지난달 30일 대강당에서 ESG(환경·사회·지배구조) 경영 전환을 공식 선포하고, 지역사회의 지속 가능한 발전을 위한 의지를 밝혔다. <사진> 전남 TP는 앞으로 환경 보호, 사회적 책임, 투명한 지배구조 등을 강화하기 위해 2026년까지 단계별 목표를 설정해 핵심사업을 추진할 예정이다. 우선 환경(E) 분야에서는 기후변화 대응을 위한 탄소중립 기술 혁신과 에너지 효율 제고를 위해 관련 R&D와 시설 개선 사업을 추진, 환경경영시스템(ISO14001) 인

증을 받기로 했다. 사회(S) 분야에서는 인권 보호와 안전 보건 강화를 위한 재난 예방 관리체계 고도화를 추진하고, 지역사회에 기여하기 위해 사회적 책임(CSR)을 다하고 일자리를 지속 가능하게 창출할 예정이다. 지배구조(G) 관련해서는 투명하고 공정한 의사결정 과정을 위한 ESG 경영위원회를 운영하기로 했다. 오익현 원장은 “이번 ESG 경영 시스템의 전면 도입을 통해 지역에 대한 환경적·사회적 책임을 다하고 지역과의 상생을 도모하는데 기관의 역량을 집중하겠다”고 말했다. /윤현석 기자 chadol@kwangju.co.kr

## 광주신세계, MZ 부모 겨냥 ‘키즈 브랜드’ 스팟 잇단 오픈

### 5일까지 오픈 기념 할인 프로모션

광주신세계는 최근 ‘VIB(Very Important Baby)’가 신조어로 떠오르는 등 패밀리를 선호하는 MZ세대 부모들을 위한 다양한 키즈 브랜드를 플레이 스팟에 연이어 오픈하고 있다. <사진> 광주신세계는 지난 1일 신관 지하 1층 이름을 ‘플레이 스팟’으로 확정하고, MZ들의 놀이터로 꾸미고 있다.

특히 최근 플레이 스팟에 MZ세대 부모와 키즈를 겨냥한 ‘마리떼 프랑소와 저버 키즈’, ‘마크론 잘레스 키즈’ 등 유명 키즈 브랜드를 오픈해 눈길을 끌고 있다.

지난 30일 플레이 스팟에 문을 연 마리떼 프랑소와 저버 키즈는 기성세대 사이에서 유행하고 있는 기존 브랜드의 베스트 컬렉션들을 재해석해 미니 사이즈로 즐겨 아동복을 선보이고 있다.

광주신세계는 오픈을 기념해 오는 5일까지 모든 구매고객들을 대상으로 24F/W 시즌 제품을 10% 할인하고, 스타벅스를 선착순으로 증정하는 프로모션을 진행한다. 또 15만원 이상 구매고객에게는 클래식 로고 리유저블백을, 25만원 이상 구매고객을 대상으로는 마리떼 플러워 머그컵을 증정한다.

지난 1일 오픈한 마크론잘레스 키즈는 유니크한



디자인과 더불어 편안한 스타일을 선보인다. 마크론잘레스 키즈는 오픈 기념으로 10만원 이상 구매 시 핑거톡, 키링, 타포린백을 선착순으로 증정한다. 이 밖에도 광주신세계는 플레이 스팟에 ‘스파오’, ‘네파’, ‘블랙야크’, ‘코닥’, ‘푸마’ 키즈와 6~10세 아이들을 위한 브랜드 ‘더영스터’를 오픈했다.

이동훈 광주신세계 대표이사는 “MZ세대 부모의 니즈를 충족시키는 패밀리로 가족 모두 함께 즐길 수 있는 다양한 키즈 브랜드를 준비했다”며 “플레이 스팟에서 새롭게 선보이는 키즈 브랜드를 경험해보시길 바란다”고 말했다. /장영미 기자 zzang@kwangju.co.kr

## 최고 12% 할인...기아, 한국시리즈 우승 이벤트

기아가 KIA 타이거즈의 한국시리즈 우승 기념 프로모션에 나선다. 기아는 차량 출시 최고 12% 할인과 기아 스토어 방문자를 대상으로 추첨을 통해 차량을 증정하는 등 다양한 이벤트를 펼친다. 기아는 3일 “KIA 타이거즈의 12번째 한국시리즈 우승을 기념해 이달 30일까지 고객 프로모션을 실시한다”고 밝혔다.

기아는 먼저 ‘기아 세일페스타’를 통해 8개 차종 구매 고객에게 특별 할인 혜택을 제공한다. 차량 생산 월에 따라 최대 12% 할인, 총 5000대 한정, 선착순으로 혜택이 제공된다. 차종별 최대 할인은 ▲더 뉴 K5 7% ▲더 2024 K8 하이브리드 7% ▲더 2024 K9 3% ▲더 2024 니로 하이브리드 3% ▲더 2024 니로 EV 9% ▲더 뉴 EV6 7% ▲봉고 III LPG 터보 10% ▲봉고 III EV 12% 등이다. 기아는 또 전국의 기아 지점, 대리점, 드라이빙 센터를 방문한 고객 대상 이벤트도 전개한다. 방문자는 지점 내 비치된 QR코드를 통해 접속해 이벤트 페이지에서 응모하면 된다. 이벤트 경

품은 ▲더 2025 EV9(1명) ▲더 뉴 EV6(1명) ▲더 기아 EV3(1명) ▲기아 타이거즈 24 어센틱 홈 유니폼(50명) ▲기아 타이거즈 24 어센틱 정규시즌 우승 기념 모자(200명) ▲기아 타이거즈 레시 인형(300명) 등이다. /김민석 기자 mskim@

당첨번호						2등 보너스숫자	
3	4	12	15	26	34	6	
등위						당첨금(원)	당첨자수
1	6개 숫자일치					1,489,347,375	18
2	5개 숫자 + 보너스숫자일치					47,532,364	94
3	5개 숫자일치					1,232,224	3,626
4	4개 숫자일치					50,000	172,239
5	3개 숫자일치					5,000	2,766,594