

## IT 콘텐츠와 도시경제

### 정보기술의 발달과 도시

- 도시의 경제기반은 시대에 따라 변천되어 왔으며 그것을 규정한 것은 기술의 발달이었음
  - 산업혁명 이전까지는 대부분의 부가가치가 도시이외에서 생산되는 1차산업으로부터 생겨났고 도시경제는 지역경제에 부수적인 것에 지나지 않았음에 비해, 산업혁명을 계기로 제조기술이 발달함에 따라 도시가 지역경제에 의존치 않고 부가가치를 자립적으로 생산할 수 있었음
- 21세기에는 산업시대를 지탱해왔던 제조업이 도시로부터 상당부분 이탈하게 됨에 따라 정보산업이 도시의 경제기반으로 부각되고 있음
  - 선진 대도시에서의 교외화, 탈산업화, 세계화에 따라 제조업 기반이 교외나, 지방, 해외로 이동하게 되고 이 자리를 정보산업이 차지하고 있음
- 정보산업 가운데서도 현대의 도시경제 기반은 ‘제3기 정보산업’이 떠맡고 있다고 할 수 있음

### 정보 콘텐츠와 도심경제

- ‘제3기 정보산업’은 정보산업의 세대변화 중에서 정보기술에 기반한 ‘콘텐츠’가 부가가치를 생산하는 주요한 요소가 되는 산업임
  - 제1기 정보산업은 정보산업 중에서 하드웨어의 부가가치가 높은 시대로, 입지는 공업지대의 공장이며 이공계의 엔지니어가 주요한 인재역할을 했음
  - 제2기 정보산업은 시스템 소프트웨어 중심 시대로, 입지는 도시 중심

부가 아니라 실리콘밸리형 초교외이며, 시스템 엔지니어가 주요한 역할을 했음

- 제2기 정보산업의 대표격은 윈도우즈 95인데, 윈도우즈 95의 등장은 두 가지 의미를 가지게 되었음
  - 하나는 정보기술의 발달로 인해 하드웨어 및 운영체제(OS)의 격차가 없어짐을 의미하며, 다른 하나는 그와 연관되어 OS에 탑재할 소프트웨어 내용의 질인 ‘컨텐츠’가 중요해지기 시작했음을 의미함
- 정보기술 컨텐츠가 도시의 주요한 기반경제가 되고 이들의 입지가 도심이 됨으로써 정보산업이 도심의 주요업종이 되는 시대가 도래하고 있음
  - 정보산업의 주요한 인재가 이공계라는 지금까지의 정설을 뒤엎고 아티스트, 디자이너 등과 같이 창의성과 감성을 지닌 예술·문화계 인재가 주류로 등장하고 있음

[표] 정보산업의 세대변화와 입지

	제1기 정보산업	제2기 정보산업	제3기 정보산업
시 기	1970-1980년대	1980-1990년대	1990년대-21세기
제 품	하드웨어	시스템소프트웨어 (윈도우즈 95)	컨텐츠웨어
인 재	엔지니어	시스템 엔지니어	아티스트, 디자이너
입 지	공업지대 공장	실리콘밸리형 오피스, 초교외(산호세)	실리콘밸리형 스튜디오, 뉴욕(소호), 샌프란시스코(소마)

**정보 컨텐츠산업의 도심입지**

□ 정보 컨텐츠산업의 도심입지

- 정보 컨텐츠산업의 도심입지로 인해 도심경제가 활력을 보이는 대표적인 도시들은 뉴욕, 샌프란시스코, LA, 동경 등임

- 미국 뉴욕의 'Silicon Alley', 샌프란시스코의 'Multimedia Gulch', 로스앤젤레스의 'Digital Coast', 일본 동경의 '비트밸리' 등이 이들에 해당됨
- 뉴욕 Silicon Alley의 성장에는 교육기관, 제조업 쇠퇴에 따라 남겨진 공간(old factory loft), 카페 및 영화관 등 편의시설, 모험자본의 역할이 컸음
  - 뉴욕대학은 콘텐츠 산업의 발달에 중요한 창의력과 인문적 소양을 갖춘 인재를 제공하고, 도심의 저렴한 공간들은 예술문화인들에게 아뜨리에, 화랑 등 창작공간을 제공함으로써 이들이 도시에 모여들게 함
  - 카페나 레스토랑 등 편의시설은 예술인들이 아이디어 및 정보를 교환하는 장소가 됨으로써 이들의 창작활동을 지원했으며, 도심의 모험자본도 콘텐츠의 상업화와 이해가 맞아떨어지면서 콘텐츠 산업의 발달에 기여함
- 샌프란시스코의 Multimedia Gulch는 SOMA지역에서 Potrero Hill 지역을 지칭하며, 이 지역은 샌프란시스코 전체 콘텐츠 산업의 62%가 집적하고 있음(2001년)
  - 창고, 섬유·식료품 공장으로 이용되던 공간에 70년대는 출판, 그래픽 디자인, 광고 관련기업 등이 입지하고 있었으나 80년대부터 이들 공간에 예술가 등이 모여들기 시작했음
  - 정보기술이 발달함에 따라 이들은 멀티미디어 창작자로 변신했고 창작자들이 추가로 모여들면서 콘텐츠 관련기업이 더욱 발달하게 되었음
- 동경의 비트밸리는 아카사카·아오야마·시부야 등의 지역에 도심 5구 멀티미디어 기업의 40%이상, 동경 23구 전체의 1/4가 집적하고 있으며, 이 중 1994년 이후에 생겨난 기업이 약 50%를 차지하고 있음
  - 비트밸리는 기존기업이 인터넷 비즈니스에 진입한 경우가 많고 실리콘 앨리나 멀티미디어 걸치에 비해 예술적 요소가 다소 미흡함

[표] 대도시 도심 콘텐츠 산업 집적지 비교

	실리콘 앨리	멀티미디어 걸치	비트밸리
해당지역	SOHO 주변지역	SOMA 주변지역	아카사카·아오야마 · 시부야 주변지역
사업체수	1350*	874*	317**

주: \*는 2001년 수치이며, \*\*는 2000년 수치임.

□ 정보 콘텐츠산업 도심성장 요인

- 기술적 요인으로, 디지털 기술과 인터넷의 발달로 인해 특별한 기술을 가지고 있지 않았던 예술가들도 인터넷을 통해 새로운 사업을 일으키는 데 대한 진입장벽이 낮아졌음
  - 정보기술의 발달로 마이크로칩의 처리능력은 18개월마다 두 배로 증가된다는 ‘무어의 법칙’과 네트워크의 가치는 사용자 수의 제곱과 같다는 ‘매칼프의 법칙’에 걸맞게 인터넷 등이 이메일 등 정보교환에서 콘텐츠를 탑재하는 방식으로 사업에 응용되기 시작했음
- 콘텐츠 요인으로, 시스템웨어의 표준화로 인해 기술을 가진 인재보다는 예술, 디자인, 문화 관련 창작능력을 가진 인재의 도심집중
  - 감성과 창작능력을 가진 문화·예술가의 집적과 이들간의 활발한 교류가 가능한 커뮤니티가 도시에 형성
- 콘텐츠의 질을 향상시킬 수 있는 예술적 재능을 가진 사람들을 불러모으고 이들에게 아이디어를 제공해 줄 수 있는 도심의 매력이 중요함
  - 예술·문화적 토양이 되는 출판·의류·인쇄·영화 등 뿌리산업, 예술·문화인자 및 이들을 양성하는 교육기관, 이들의 커뮤니티 형성 및 이들이 사업할 수 있는 공간, 레스토랑·카페·영화관 등 어메니티, 활력있는 문화·여가 지향적 라이프 스타일을 가진 젊은 층 등이 중요

도심 콘텐츠 산업의 전망과 과제

- 향후 여가와 오락, 문화에 대한 수요가 증가할 것임을 예견할 때, 정보 기술 콘텐츠 산업은 도시경제를 떠받치는 또 하나의 기반이자 성장엔진

의 역할을 담당하게 될 것임

- 향후의 경제는 정보 중심의 소프트웨어 시대에서 감성·문화 중심의 콘텐츠웨어 시대로 이행하게 될 것이며 콘텐츠 산업의 중요성이 증가하게 될 것임
- 시간 및 공간의 초월성을 지닌 정보기술을 응용한 콘텐츠 산업은 시장의 글로벌화와 그에 따른 경쟁을 가속화시킬 것임
  - 시간 및 공간과괴에 따른 콘텐츠 상품의 유통 및 서비스가 가능해짐으로써 양질의 상품의 시장영역은 확대되는 반면 그렇지 못한 경우는 어려움에 처하게 될 것임
- 컴퓨터, 미디어, 통신, 예술과 문화가 결합된 산업이기는 하지만 콘텐츠가 이 산업의 경쟁력을 좌우하게 될 것임
  - 콘텐츠를 함양시키기 위해 도시정부가 지원을 하는 대표적인 경우가 독일의 칼스루헤의 경우인데, 시정부와 주정부 합동으로 예술, 디자인, 문화관련 교육기관을 정보기술발달 지역에 설립·지원하고 있음
- 콘텐츠 산업이 발달할 수 있는 여건을 비교적 잘 갖추고 있는 도시가 서울임을 감안할 때 몇 가지 정책적 지원이 필요함
  - 첫째, 도심의 경우는 예술적 재능을 가진 인재들이 교류·창작·사업을 할 수 있는 공간을 지원하는 방안을 청계천 복원과 연계하여 고려할 수 있음
  - 둘째, 문화·예술 인자가 비교적 풍부한 대학로·혜화동·인사동 등의 콘텐츠를 정보기술과 접목시킬 수 있는 방안을 모색함
  - 셋째, 예술적 재능과 감성, 창의력을 함양시킬 수 있는 콘텐츠 교육에 대한 지원책을 모색함

신창호 · 서울시정개발연구원 서울경제연구센터장

sch@sdi.re.kr

김현호 · 서울시정개발연구원 초빙부연구위원