

# 지역 문화자본과 ICT콘텐츠를 활용한 지역경제 촉진 방안

이상호<sup>1</sup>, 조광문<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>목포대학교 스마트비즈니스학과 교수, <sup>2</sup>목포대학교 전자상거래학과 교수

## Plan to Promote Local Economy Using Local Cultural Capital and ICT Content

Sangho Lee<sup>1</sup>, Kwangmoon Cho<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Professor, Dept. of Smart Business, Mokpo National University

<sup>2</sup>Professor, Dept. of Electronic Commerce, Mokpo National University

**요약** 본 연구 목적은 지역 경제를 촉진하기 위한 방안으로 지역내총생산(GRDP)에 지역 문화기반시설과 유무형문화재를 활용한 디지털 콘텐츠의 영향 관계를 살펴보고자 하였다. 본 연구에서 사용할 1인당 지역내총생산(GRDP)에 미치는 콘텐츠 및 문화자본을 검증하고자 종속변수는 1인당 지역내총생산으로 하였고, 독립변수는 콘텐츠산업(매출, 사업체수, 종사자수)로 하였다. 매개변수와 조절변수는 문화자본인 문화기반시설과 유무형문화재로 하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 콘텐츠산업에서 1인당 지역내총생산에 미치는 영향력이 제일 높은 것은 콘텐츠산업 사업체수로 나타났고, 다음으로 매출로 나타났다. 둘째, 콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산과의 관계에서 문화기반시설수는 완전 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 셋째, 문화자본인 유무형문화재는 콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산(GRDP)을 조절하는 것으로 나타났다. 이러한 결론을 중심으로 지역 문화자본과 ICT콘텐츠를 활용한 전라남도 지역경제 촉진 방안을 제시하였다.

**주제어** : 문화자본, 콘텐츠, 지역내총생산, 유무형문화재, 문화기반시설

**Abstract** The purpose of this study was to examine the impact of digital content using local cultural infrastructure and tangible and intangible cultural assets on gross regional domestic product (GRDP) as a way to promote the local economy. To verify the impact of content and cultural capital on the gross regional domestic product per capita (GRDP) to be used in this study, the dependent variable was the gross regional product per capita, and the independent variable was the content industry (sales, number of businesses, number of employees). The mediating and controlling variables were cultural capital, cultural infrastructure, and tangible and intangible cultural assets. The research results are as follows. First, in the content industry, the highest influence on per capita gross regional domestic product (GRDP) was found to be the number of businesses, followed by sales. Second, the number of cultural infrastructures was found to have a complete mediating effect in the relationship between the number of content industry businesses and the per capita gross regional domestic product (GRDP). Third, tangible and intangible cultural assets, which are cultural capital, were found to regulate the number of content industry businesses and the gross regional domestic product (GRDP) per capita. Based on these conclusions, a plan to promote the local economy of Jeollanam-do using local cultural capital and ICT content was presented.

**Key Words** : Cultural Capital, Content, GRDP, Tangible and Intangible Cultural Assets, Cultural Infrastructure

\*교신저자 : 조광문(ckmoon@mnu.ac.kr)

접수일 2023년 7월 19일 수정일 2023년 9월 14일 심사완료일 2023년 9월 18일

## 1. 서론

최근 지방자치제가 정착되어 있는 환경에서의 지방정부의 기업식 경영방식의 도입으로 능동적인 혁신이 요구되면서 이전의 중앙정부 주도 시대의 획일적 관료체제에서 보호받았던 수동적인 관리형 운영체제에서 벗어나고 있다. 지방정부는 기업식 경영방식의 도입과 능동적인 혁신을 요구하는 새로운 패러다임에 직면하면서 지역 간의 치열한 경쟁체제에서 생존하기 위한 변화와 혁신에 직면하고 있다.

지역 간의 경쟁에서 생존하기 위한 지방정부의 발전은 지역의 미래와 함께 과거와 현재의 기억이 포함되어 있는 유무형 자원을 활용하여 지역의 이해관계자에게 제공되는 가치로서 발현하고 있다[1].

지방정부는 ICT기술인 정보 통신, 교통 기술의 발달로 지역 유무형 자원을 활용하여 지역의 문화와 축제를 브랜드로 정착시키고 있고, 더 나아가 국제적 지역 간에 협력을 추진하면서 경쟁력을 높여가고 있다[1]. 이러한 문화자본은 지역의 경제적 부가가치를 제고하는데 주요한 역할을 하고 있으며, 국가 경쟁력의 원천이기도 하다. 지방정부는 지역을 대표할 수 있는 콘텐츠 개발을 위하여 역사기록, 축제 등 다양한 문화적 요소를 원천으로 창의성과 기술력을 기반으로 지역 부가가치 창출 및 지역 경제 활성화에 기여하기 위한 정책을 운영하고 있다.

지역 문화기반시설 및 유무형문화재 등의 문화를 주된 요소로 하여 문화, 교육, 의료, 관광 등 사회경제적 측면으로 복합적인 접근을 시도하고 있다. 이러한 지역 내 변화는 도시 전체를 지속가능한 경제로 성장시키는 자원이 되고 있다[2,3].

해외의 글래스고(Glasgow)의 성공사례를 보면 문화자본을 통해 지역의 재생을 도모함에 있어서 문화와 지역 경제의 발전이라는 개념만의 성공은 아니었다. 문화자본이 지역경제 활성화에 기여함에 있어 충족되어야 할 것은 다양한 사회적, 경제적 요소들이 이해관계자들과 함께 고려되어야 함을 나타내고 있기 때문이다[4].

이처럼 지역이 성장하기 위해서는 다양한 사회적, 경제적 요소들이 필요하다고 할 수 있다. 최근에는 4차 산업혁명 시대의 진입과 함께 팬데믹을 억제하기 위하여 디지털 전환(digital transformation)이 가속화되었다. 디지털 전환은 새로운 경제·사회적 기회를 제공하여 혁신과 생산성 향상을 이끄는 원동력이며, 다양한 방식으로 유통산업의 가치사슬을 변화시키고 있다.

최근 OECD 등 주요국을 중심으로 ICT산업에서 디지

털·공유 경제 반영에 대한 국제적 기준이 논의 중이고, 주요국들의 디지털·공유 경제는 개인의 유희자산을 활용하여 생산한 재화와 서비스를 디지털 중개 플랫폼을 통해 상호 간 거래(P2P: Peer to Peer)하고 있다[5,6]. 우리나라도 디지털 중개 플랫폼을 통해 개인 간(P2P) 이루어지는 숙박공유, 승차공유, 재능공유의 거래규모와 부가가치를 측정하여 경제에 반영하고 있다[5,6].

ICT기술 확산은 기존의 유통산업에서 탈피하여 숙박, 차량, 금융, 음식 등 다양하게 변화하고 있다. 2025년경의 디지털 공유경제 시장규모는 3,350억 달러를 전망하고 있다[7,8].

이러한 변화 속에서 우리나라의 유통산업은 지난 10년 동안 47%의 성장을 했고, 연평균 성장률은 6.6%이다. 하지만, 전라남도도 유통산업의 발전이 더딘 추세 속하고 있다. 전라남도의 성장률은 5.6%로 16개 시도 중 15위이며, 최하위인 강원도(5.3%)를 제외하면 2번째 최하위 순위이다[9,10].

최근 전라남도는 <Table 1>과 같이 2021년 1인당 지역내총생산(GRDP: Gross Regional Domestic Product)은 49,572,000원으로 1인당 지역총소득(GRNI: Gross Regional National Income)인 37,741,000원 보다 11,831,000원이 높은 실정이다. 이는 전라남도 지역 내에 본사가 있는 기업들이 외부에서 벌어들이는 소득보다 지역 밖에 본사를 둔 기업들이 전라남도에서 벌어오는 소득이 더 많다는 것을 의미한다. 전라남도 1인당 지역내총생산(GRDP)의 수준은 수도권과 유사한 수준이거나 그 이상임에도 불구하고, 이들 비수도권 지역의 체감소득과 생활수준은 수도권에 비해 낮은 수준이다.

따라서 전라남도는 디지털 전환이 가속화되는 시점에서 문화자본을 기반으로 생산성을 향상시키고, 기존 유통산업의 가치사슬을 변화시키기 위한 새로운 지역경제 운영의 기반을 마련할 필요가 있다.

지역 내 경제순환을 촉진하기 위한 지역 문화자본을 활용한 ICT기술 활용이 절실히 필요한 실정이다. 이와 같이 문화자본과 ICT기술이 연계된 전라남도의 지역발전은 지역 내 젊은 인재의 유출을 방지하고, 새로운 인구의 유입을 가능하게 함으로써 지역 재생의 성과를 창출할 가능성이 있다. 지역 문화자본의 가치를 재발견하고, 활용하여 지역의 경제순환을 촉진할 수 있을 것이다. ICT기술을 활용한 지역 문화자본의 유지 및 향상은 지역 콘텐츠 매출 증가, 콘텐츠 사업체 수 증가, 콘텐츠 종사자 수의 증가로 선순환되고, 다른 재화 및 서비스의 고부가가치화로 연결되어 지역경제를 강화시킬 수 있을 것이다.

이에 유통산업이 하위에 머물고 있는 전라남도 지역발전을 실현하고, 체감소득을 향상하여 지역 내 경제 선순환을 촉진하기 위해서는 지역 문화자본의 활용이 필요하다고 본다. ICT기술 활용으로 지역 내 문화자본의 가치를 재발견하면서 활용하여 지역 내 경제순환을 촉진시킬 수 있는 방안 모색이 필요하게 되었다.

본 연구 목적은 지역 경제를 촉진하기 위한 방안으로 지역내총생산(GRDP)에 지역 문화기반시설과 유무형문화재를 활용한 디지털 콘텐츠의 영향 관계를 살펴보고자 하였다. 이를 기반으로 지역 내 경제를 촉진하기 위한 방안을 제시하고자 하였다.

〈Table 1〉 Changes in GRDP per Capita and GRNI per Capita

| By Province       | 2020<br>(Unit: KRW 1,000) |                 | 2021<br>(Unit: KRW 1,000) |                 | Difference<br>(GRDP-GRNI) |
|-------------------|---------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|---------------------------|
|                   | GRDP per Capita           | GRNI per Capita | GRDP per Capita           | GRNI per Capita |                           |
| Nationwide        | 37,515                    | 37,842          | 40,271                    | 40,723          | -452                      |
| Seoul             | 46,221                    | 49,006          | 49,680                    | 54,571          | -4,891                    |
| Busan             | 27,204                    | 29,643          | 29,395                    | 31,414          | -2,019                    |
| Daegu             | 23,910                    | 27,934          | 25,543                    | 29,552          | -4,009                    |
| Incheon           | 30,367                    | 32,724          | 33,551                    | 35,499          | -1,948                    |
| Gwangju           | 28,433                    | 31,674          | 29,779                    | 33,182          | -3,403                    |
| Daejeon           | 29,757                    | 32,080          | 31,590                    | 34,013          | -2,423                    |
| Ulsan             | 60,895                    | 53,908          | 69,392                    | 57,613          | 11,779                    |
| Sejong            | 36,473                    | 37,869          | 38,157                    | 40,231          | -2,074                    |
| Gyeonggi-do       | 36,521                    | 38,819          | 38,879                    | 41,477          | -2,598                    |
| Gangwon-do        | 32,026                    | 28,891          | 33,679                    | 31,074          | 2,605                     |
| Chungcheongbuk-do | 42,667                    | 35,403          | 46,123                    | 38,323          | 7,800                     |
| Chungcheongnam-do | 53,078                    | 42,073          | 57,622                    | 45,399          | 12,223                    |
| Jeollabuk-do      | 29,252                    | 29,515          | 31,187                    | 31,803          | -616                      |
| Jeollanam-do      | 43,957                    | 38,605          | 49,572                    | 37,741          | 11,831                    |
| Gyeongsangbuk-do  | 39,887                    | 35,471          | 42,896                    | 38,071          | 4,825                     |
| Gyeongsangnam-do  | 33,186                    | 31,550          | 34,046                    | 33,363          | 683                       |
| jeju-do           | 29,334                    | 30,030          | 29,988                    | 32,580          | -2,592                    |

## 2. 이론적 배경

### 2.1 문화에 기반한 콘텐츠의 효과

문화의 효과는 윈도우효과, 망외부성, OBMU, OSMU 등의 효과가 있다.

윈도우 효과는 하나의 콘텐츠를 다양한 분배 채널을

통하여 다양한 시간대로 방영하는 것이다[11]. 지역 문화를 하나의 콘텐츠로 제작하면 단계별 다양한 유통과정을 통하여 새로운 수요가 지속적으로 창출되어 이익이 발생한다는 것이다[12].

망외부성은 동일한 제품을 소비하는 소비자가 많아지면, 개별 소비자의 효용이 증가하는 경우 망외부성이 있다고 한다[13]. 소비자 규모가 망이라면, 망 규모가 증가할수록 소비자가 얻는 외부혜택이 증가하는 효과이다[14].

OBMU(One Brand Multi Use) 효과는 하나의 콘텐츠가 게임, 영화, 애니메이션 등 동시에 발표되는 미디어 믹스 전략으로서 문화를 통한 시너지 효과를 향상시키는 전략이다[15].

OSMU(One Source Multi Use) 효과는 하나의 원작(source)이 다양한 콘텐츠 분야 및 장르에서 활용되면서 고부가가치를 창출하는 비즈니스 구조이다[15]. 지역 문화 중에서 하나의 소재를 통하여 다양한 콘텐츠와 미디어가 적용되어 새롭게 상품으로 개발되는 효과이다[15].

디지털 기술 발달로 문화콘텐츠의 창조적 활동이 국가 경쟁력을 확보하는 기반이 되고 있다[16]. 이를 위해 제작 능력 외에도 기획력과 창의력이 중요한 부분이 되고 있다[16]. 문화를 기반으로 한 콘텐츠에서 차별화된 소재는 영화, 애니메이션 등에서 많이 나타나고 있다[12]. 영화에서는 인어공주, 물란 등이 다양한 문화 원형을 차용하여 성공한 사례라고 할 수 있다. 우리나라는 주몽, 대장금, 이순신 등 우리나라 역사를 기반으로 콘텐츠로 제작되어 애니메이션, 여행상품, 테마파크, 관광단지 조성 등으로 부가가치를 창출하고 있다. 이와 같이 문화를 활용한 콘텐츠는 스토리텔링 방식으로 다양하게 발전하고 있고, 그로 인하여 그 지역을 홍보하거나 외교적인 활동에도 기여하고도 있다. 이처럼 문화를 활용한 콘텐츠의 미와 가치는 지역발전에 기여하고 있다.

### 2.2 문화자본 기능

문화자본은 사회적으로 물려받은 계급으로 인해 자연스럽게 형성된 지속적인 문화적 취향으로 사회의 지배계급에 의하여 결정되는 교환가치이다[17,18]. 체화된 의식, 형식, 문화적 관계들과 가공물을 해석하는데 필요한 공감 능력, 감상력을 지닌 사회적 행위자들이 가져야 할 확보된 형태이다[17,18].

문화는 두 가지로 분류할 수 있고, 두 가지 분류는 집단이 공유적 또는 부분적으로 공유되는 태도와 인간 생활에서 도덕적, 지적, 예술적 측면과 관련되어 행해지는 사람의 활동, 그리고 그 활동에 의하여 생산되는 산출물

이다[19]. 문화자본에 대한 시각은 사회학과 경제학 간에 일부 차이가 있다. 사회학에서는 체화된 문화자본과 제도적 문화자본으로 분류하고, 경제학에서는 인적자본으로 일부 규정한다[4].

지역 경제를 활성화하고 지역으로 유인하기 위해서는 지역 대표 인물, 민속놀이, 특산물 등을 콘텐츠로 활용함으로써 지역 이미지를 제고할 필요가 있다. 역사 인물은 매력적인 요인으로 작용하기 때문에 인물에 대한 기록, 설화, 장소, 기념물 등을 활용하여 지역 경제를 활성화할 수 있다[20]. 지역의 의식과 감정이 내포된 인물 콘텐츠는 지역 이미지 제고 측면에서 활용가치가 뛰어나다. 그러므로 역사인물을 소재로 한 무형문화재 등의 보존과 콘텐츠 개발은 지역 이미지 제고를 위해서 필요하다[21].

### 3. 연구 방법

#### 3.1 자료수집

본 연구에서 사용할 1인당 지역내총생산(GRDP)에 미치는 콘텐츠 및 문화자본을 검증하고자 종속변수는 1인당 지역내총생산으로 하였고, 독립변수는 콘텐츠산업(매출, 사업체수, 종사자수)로 하였다. 매개변수와 조절변수는 문화자본인 문화기반시설과 유무형문화재로 하였다.

종속변수인 1인당 지역내총생산은 통계청 지방지표에서 수집하였다. 매개변수인 문화기반시설은 문화체육관광부의 전국문화기반시설 총량에서 자료를 수집하였고, 조절변수인 유무형문화재는 문화재청 국가문화유산포털에서 자료를 수집하였다. 독립변수인 콘텐츠산업은 문화체육관광부의 콘텐츠산업조사에서 콘텐츠산업 매출, 콘텐츠산업 사업체수, 콘텐츠산업 종사자수를 수집하였다.

자료의 수집기간은 2011년부터 2021년으로 하였다.

이와 관련된 자료 출처와 단위는 <Table 2>와 같다.

<Table 2> Data Source

| Variable                                    | Unit        | Source             |
|---------------------------------------------|-------------|--------------------|
| Cultural Infrastructure                     | Number      | www.mcst.go.kr     |
| Content Industry Sales                      | Million Won | www.mcst.go.kr     |
| Number of Content Industry Businesses       | Number      | www.mcst.go.kr     |
| Number of Employees in the Content Industry | Person      | www.mcst.go.kr     |
| Tangible and Intangible Cultural Assets     | Case        | www.heritage.go.kr |
| GRDP per Capita                             | Million Won | kostat.go.kr       |

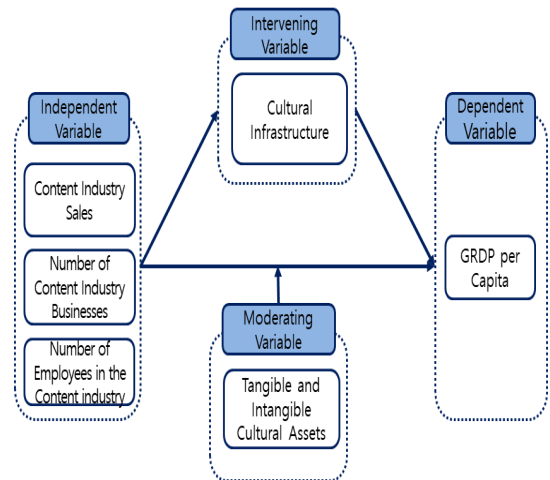
#### 3.2 연구 가설

본 연구의 가설 설정은 [19]의 문화자본의 구성과 문화자본과 지역경제 변수를 연구한 [4]의 연구를 기반으로 가설을 구성하였다. 또한 콘텐츠 분야에서는 지역 경제 분석이 소득과 고용 변동을 근본 요인으로 연구한 [4,20]의 연구를 기반으로 변수들 간의 영향 관계를 구성하였다.

선행연구를 중심으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 1. ICT콘텐츠산업(매출, 사업체수, 종사자수)은 1인당 지역내총생산(GRDP)에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. ICT콘텐츠산업(매출, 사업체수, 종사자수)은 문화자본인 문화기반시설을 매개하여 1인당 지역내총생산(GRDP)에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 문화자본인 유무형문화재는 ICT콘텐츠산업(매출, 사업체수, 종사자수)과 1인당 지역내총생산(GRDP)을 조절할 것이다.

위와 같은 가설을 [Fig. 1]과 같이 도식화하였다.



[Fig. 1] Model of Research

#### 3.3 분석 방법

첫째, 각 변수들 간의 정규성을 확인하고자 기술통계 분석을 하였다.

둘째, 가설 검증을 위한 통계분석은 다중회귀분석, [22]의 3단계 매개회귀분석, [23]의 3단계 조절회귀분석을 하였다.

통계처리는 IBM사의 SPSS Ver. 21.0 통계패키지 프로그램을 활용하였고, 통계값의 유의수준( $p$ )은  $p < .05$ 로 하였다.

### 3.4 기술통계분석

각 변인의 특성을 파악하기 위하여 기술통계분석을 실시한 결과는 <Table 3>과 같이 제시하였다.

<Table 3>의 결과와 같이 본 연구에서 사용한 변수들은 왜도(skewness)의 절대값이 3을 초과하지 않은 것으로 나타났고, 첨도(kurtosis)의 절대값도 10을 넘지 않은 것으로 나타났다. 그러므로 정규성 분포에 문제가 없다고 판단되어 모든 변수를 사용하였다.

<Table 3> Descriptive Statistical Analysis Results

| Division             | Variable                                    | Average Value  | Skewness Value | Kurtosis Value |
|----------------------|---------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Intervening Variable | Cultural Infrastructure                     | 173.750        | 0.153          | -1.299         |
| Independent Variable | Content Industry Sales                      | 387,688.125    | 0.202          | 0.214          |
|                      | Number of Content Industry Businesses       | 2,716.500      | 0.178          | 0.198          |
|                      | Number of Employees in the Content Industry | 7,655.125      | 2.592          | 7.050          |
| Moderating Variable  | Tangible and Intangible Cultural Assets     | 4.584          | -1.048         | -0.496         |
| Dependent Variable   | GRDP per Capita                             | 68,762,286.500 | 0.368          | -1.369         |

## 4. 분석 결과

### 4.1 콘텐츠산업이 1인당 지역내총생산에 미치는 영향

콘텐츠산업과 1인당 지역내총생산의 다중회귀분석 결과는 <Table 4>와 같이 제시하였다.

<Table 4>의 결과와 같이 콘텐츠산업과 1인당 지역내총생산의 영향 관계를 하위변수별로 영향력을 살펴보면, 콘텐츠산업 매출이 지역내총생산에 미치는 표준화계수 베타( $\beta$ )는 .392( $t=2.982$ ,  $p=.031$ )로 유의하게 나타났고, 콘텐츠산업 사업체수가 1인당 지역내총생산에 미치는 표준화계수 베타( $\beta$ )는 -.660( $t=-5.024$ ,  $p=.004$ )로 유의하게 나타났으며, 콘텐츠산업 종사자수가 1인당 지역내총생산에 미치는 표준화계수 베타( $\beta$ )는 -.184( $t=-1.802$ ,  $p=.131$ )로 유의하지 않게 나타났다.

1인당 지역내총생산에 미치는 영향력이 제일 높은 것은 콘텐츠산업 사업체수로 나타났고, 다음은 콘텐츠산업 매출로 나타났다.

<Table 4> Multiple Regression Analysis Results of GRDP per Capita

| Division                                    | $\beta$ | $t$    | $p$  | Tolerance |
|---------------------------------------------|---------|--------|------|-----------|
| Content Industry Sales                      | .392    | 2.982  | .031 | .599      |
| Number of Content Industry Businesses       | -.660   | -5.024 | .004 | .599      |
| Number of Employees in the Content Industry | -.184   | -1.802 | .131 | .998      |

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ , \*\*\*  $p<.001$

$R^2=.948$ , Adj.  $R^2=.917$ , Durbin-Watson=1.693

### 4.2 1인당 지역내총생산에 대한 문화기반시설의 매개효과분석

콘텐츠산업(매출, 사업체수, 종사자수)과 1인당 지역내총생산의 관계에서 문화기반시설 수에 대한 매개효과 분석 결과는 <Table 5>와 같이 제시하였다.

<Table 5>와 같이 1단계에서 콘텐츠산업 매출, 사업체수, 종사자수가 문화기반시설에 미치는 영향이 통계적으로 모두 유의한( $p<.05$ ) 것으로 나타났다.

2단계에서는 콘텐츠산업 사업체수가 1인당 지역내총생산에 미치는 영향력( $\beta$ )은 -4.494( $p=.011$ )로 유의하게 나타났고, 나머지 변수는 통계적으로 유의하지 않은( $p>.05$ ) 것으로 나타났다.

<Table 5> Results of Analysis of the Mediating Effect of Cultural Infrastructure on GRDP per Capita

| Division                                    | Level 1                                      |      | Level 2                              |      | Level 3                              |      |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------|------|--------------------------------------|------|--------------------------------------|------|
|                                             | Moderating Variable: Cultural Infrastructure |      | Moderating Variable: GRDP per Capita |      | Moderating Variable: GRDP per Capita |      |
|                                             | $t$                                          | $p$  | $t$                                  | $p$  | $t$                                  | $p$  |
| Content Industry Sales                      | 3.564                                        | .024 | 2.368                                | .077 | -.724                                | .521 |
| Number of Content Industry Businesses       | -7.552                                       | .002 | -4.494                               | .011 | 1.053                                | .370 |
| Number of Employees in the Content Industry | -3.804                                       | .019 | -1.585                               | .188 | 1.555                                | .218 |
| Cultural Infrastructure                     |                                              |      |                                      |      | 3.315                                | .045 |
| $R^2$                                       | .975                                         |      | .932                                 |      | .985                                 |      |
| Adj. $R^2$                                  | .956                                         |      | .881                                 |      | .966                                 |      |
| $F$                                         | 51.787**                                     |      | 18.296**                             |      | 50.742**                             |      |

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ , \*\*\*  $p<.001$

마지막 3단계에서 문화기반시설이 지역내총생산에 미치는 영향력( $t$ )가 3.315( $p=.045$ )로 유의할 때, 콘텐츠산업 사업체수가 1인당 지역내총생산에 미치는 영향력( $t$ )는 1.053( $p=.370$ )으로 유의하지 않게 나타났다.

그러므로 콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산과의 관계에서 문화기반시설수는 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다.

#### 4.3 1인당 지역내총생산에 대한 유무형문화재의 조절효과분석

##### 4.3.1 콘텐츠산업 매출과 1인당 지역내총생산에 대한 유무형문화재의 조절효과분석

〈Table 6〉과 같이 유무형문화재는 콘텐츠산업 매출과 1인당 지역내총생산에 미치는 영향을 조절하지 않는 것으로 나타났다.

모형 1의  $R^2$ 은 .537, 모형 2의  $R^2$ 은 .839, 모형 3의  $R^2$ 은 .872으로 설명력( $R^2$ )이 단계적으로 증가하였지만, 콘텐츠산업 매출과 유무형문화재의 상호작용항( $a \times d$ )이 통계적으로 유의하지 않아서 조절효과가 없는 것으로 나타났다.

〈Table 6〉 Results of Analysis of the Moderating Effect of Tangible and Intangible Cultural Assets on Content Industry Sales and GRDP per Capita

| Model | Variable                                    | Standard. Estimate |      | Model Validation                         |
|-------|---------------------------------------------|--------------------|------|------------------------------------------|
|       |                                             | $t$                | $p$  |                                          |
| 1     | (Constant)                                  | 59.705             | .000 | $R^2=.537$<br>$F=6.958$<br>( $p=.039$ )  |
|       | Content Industry Sales $a$                  | 2.638              | .039 |                                          |
| 2     | (Constant)                                  | -1.936             | .111 | $R^2=.839$<br>$F=13.021$<br>( $p=.010$ ) |
|       | Content Industry Sales $a$                  | 1.646              | .161 |                                          |
|       | Tangible and Intangible Cultural Assets $d$ | 3.062              | .028 |                                          |
| 3     | (Constant)                                  | -2.086             | .105 | $R^2=.872$<br>$F=9.082$<br>( $p=.029$ )  |
|       | Content Industry Sales $a$                  | 1.614              | .182 |                                          |
|       | Tangible and Intangible Cultural Assets $d$ | 3.196              | .033 |                                          |
|       | $a \times d$                                | 1.016              | .367 |                                          |

##### 4.3.2 콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산에 대한 유무형문화재의 조절효과분석

〈Table 7〉과 같이 유무형문화재는 콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산에 미치는 영향을 조절하는 것으로 나타났다.

모형 1의  $R^2$ 은 .790, 모형 2의  $R^2$ 은 .800, 모형 3의  $R^2$ 은 .975로 설명력( $R^2$ )이 단계적으로 증가하였고, 콘텐츠산업 사업체수와 유무형문화재의 상호작용항( $b \times d$ )이 통계적으로 유의하여 조절효과가 있는 것으로 나타났다.

콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산의 관계에서 유무형문화재의 조절효과를 구체적으로 살펴보면, 모형 1은 부(-)의 효과, 모형 2는 부(-)의 효과, 모형 3은 부(-)의 효과로 유무형문화재는 콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산의 관계를 더욱 강화시키는 효과가 있는 것으로 나타났다.

〈Table 7〉 Results of Analysis of the Moderating Effect of Tangible and Intangible Cultural Assets on Number of Content Industry Businesses and GRDP per Capita

| Model | Variable                                    | Standard. Estimate |      | Model Validation                         |
|-------|---------------------------------------------|--------------------|------|------------------------------------------|
|       |                                             | $t$                | $p$  |                                          |
| 1     | (Constant)                                  | 88.587             | .000 | $R^2=.790$<br>$F=22.526$<br>( $p=.003$ ) |
|       | Number of Content Industry Businesses $b$   | -4.746             | .003 |                                          |
| 2     | (Constant)                                  | -.081              | .939 | $R^2=.800$<br>$F=10.023$<br>( $p=.018$ ) |
|       | Number of Content Industry Businesses $b$   | -1.104             | .320 |                                          |
|       | Tangible and Intangible Cultural Assets $d$ | .518               | .627 |                                          |
| 3     | (Constant)                                  | -4.265             | .013 | $R^2=.975$<br>$F=51.305$<br>( $p=.001$ ) |
|       | Number of Content Industry Businesses $b$   | 1.406              | .233 |                                          |
|       | Tangible and Intangible Cultural Assets $d$ | 4.932              | .008 |                                          |
|       | $b \times d$                                | -5.246             | .006 |                                          |

##### 4.3.3 콘텐츠산업 종사자수와 1인당 지역내총생산에 대한 유무형문화재의 조절효과분석

〈Table 8〉과 같이 유무형문화재는 콘텐츠산업 종사자수와 1인당 지역내총생산에 미치는 영향을 조절하지 않는 것으로 나타났다.

모형 1의  $R^2$ 은 .075, 모형 2의  $R^2$ 은 .788, 모형 3의  $R^2$ 은 .802로 설명력( $R^2$ )이 단계적으로 증가하였지만, 콘텐츠산업 종사자수와 유무형문화재의 상호작용항( $c \times d$ )이 통계적으로 유의하지 않아서 조절효과가 없는 것으로 나타났다.

〈Table 8〉 Results of Analysis of the Moderating Effect of Tangible and Intangible Cultural Assets on Number of Employees in the Content Industry and GRDP per Capita

| Model | Variable                                                 | Standard. Estimate |      | Model Validation                        |
|-------|----------------------------------------------------------|--------------------|------|-----------------------------------------|
|       |                                                          | t                  | p    |                                         |
| 1     | (Constant)                                               | 42.245             | .000 | $R^2=.075$<br>$F=.487$<br>( $p=.511$ )  |
|       | Number of Employees in the Content Industry <sup>㉔</sup> | -.698              | .511 |                                         |
| 2     | (Constant)                                               | -2.916             | .033 | $R^2=.788$<br>$F=9.281$<br>( $p=.021$ ) |
|       | Number of Employees in the Content Industry <sup>㉔</sup> | -.923              | .399 |                                         |
|       | Tangible and Intangible Cultural Assets <sup>㉕</sup>     | 4.098              | .009 |                                         |
| 3     | (Constant)                                               | -.501              | .643 | $R^2=.802$<br>$F=5.409$<br>( $p=.068$ ) |
|       | Number of Employees in the Content Industry <sup>㉔</sup> | .111               | .917 |                                         |
|       | Tangible and Intangible Cultural Assets <sup>㉕</sup>     | .897               | .420 |                                         |
|       | ㉔×㉕                                                      | -.541              | .617 |                                         |

## 5. 결론

본 연구는 문화자본과 지역경제에 대한 인과관계 연구 [19,24] 모형을 기반으로 하였다. 더욱이 문화자본의 요소들이 지역경제에 긍정적인 역할을 하고 있다는 이론적 함의와 콘텐츠산업을 통하여 지역경제가 긍정적 효과를 제공하고 있다는 것을 실증분석을 통해 제시하였다.

연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 콘텐츠산업에서 1인당 지역내총생산(GRDP)에 미치는 영향력이 제일 높은 것은 콘텐츠산업 사업체수로 나타났고, 다음은 콘텐츠산업 매출로 나타났다. 콘텐츠산업 사업체수의 증가는 1인당 지역내총생산(GRDP)을 감소시키는 결과가 나타났다. 이러한 이유는 코로나-19 등으로 수익을 창출하지 못하는 기업은 지역생산을 감소시키고, 지역민의 체감소득을 감소시킬 수 있기 때문이라고 사료된다. 또한 콘텐츠산업에서 콘텐츠 상품과 서비스가 차별화 없이 대량화로 집적되어 비시장적 가치(문화적 가치)를 상실하면서 지역의 창조성이 감소하고, 이는 곧 금전적 수익과 시장적 가치 하락으로 이어졌기 때문이라고 사료된다. 콘텐츠산업의 매출은 지역의 금전적 수익과 시장적 가치가 상승하여 지역의 생산과 소득에 영향을 미치기 때문이라고 사료된다.

둘째, 콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산(GRDP)과의 관계에서 문화기반시설수는 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이러한 이유는 지역의 문화기

반시설이 콘텐츠산업 사업체수의 증가를 통한 1인당 지역내총생산(GRDP) 향상의 인과관계에서 콘텐츠 생산자에게 생산활동을 위한 창구로서 역할이 제공되기 때문이다. 이처럼 지역의 문화기반시설은 콘텐츠 생산자의 지속적인 창작활동을 통하여 거래비용을 감소시키고, 이러한 거래비용의 절감은 다시 지역민의 체감소득 향상을 위해 사용되기 때문이다.

셋째, 문화자본인 유무형문화재는 콘텐츠산업 사업체수와 1인당 지역내총생산(GRDP)을 조절하는 것으로 나타났다. 이러한 이유는 지역의 역사적 사실을 공유하는 건축물, 장소, 사람 등의 비시장적 가치(문화적 가치)가 상품과 서비스로 생산되어 시장적 가치로 변화되어 활용되기 때문이다. 이러한 지역의 유무형문화재를 활용한 콘텐츠산업의 사업체수 증가는 지역의 역사적, 예술적 함의를 보존함과 동시에 지역민에게 체감소득을 향상시킬 수 있는 경제적 가치를 생산하는 수단이라고 사료된다.

이러한 결론을 중심으로 지역 문화자본과 ICT콘텐츠를 활용한 전라남도 지역경제 촉진 방안을 제시한다.

첫째, 디지털 전환시대에 ICT 기업이 어려움을 겪지 않고, 문화자본 등을 활용한 지역경쟁력을 강화하기 위해서는 지역 대표 인물, 민속놀이, 특산물을 활용한 콘텐츠를 제작하여 윈도우효과, 망외부성, OBMU, OSMU 등의 효과가 나타날 수 있도록 제도적 뒷받침이 필요하다.

둘째, 문화자본을 활용한 ICT콘텐츠는 수요자가 수용할 수 있는 혁신적 플랫폼 모델을 설계하기 위해서는 지역의 메타버스(Metaverse)를 통한 온·오프라인 플랫폼으로 진화시켜야 하고, 대체 불가능 토큰(NFT)를 통한 지역 문화자본의 고유한 가치를 보존할 필요가 있다. 또한 다른 디지털 기술과 연계한 확장 기술들(Smart Contract, DID, SSI, Token 등)의 활용과 응용 활성화에 대한 방향성을 모색할 필요도 있다. 이를 위해서 요구되는 관련 법·제도 정비와 함께 지역 문화자본의 디지털 지적재산권(intellectual property) 확보가 필요할 것이다.

셋째, 전라남도 지역의 경제활성화를 위해서는 문화자본을 활용한 ICT산업이 성공적으로 정착할 수 있도록 지역공동체가 함께 노력해야 할 것이다. 지역공동체가 함께 노동시장의 양극화가 발생하지 않도록 효율성 제고가 필요하다. ICT콘텐츠는 사업체 규모가 적기 때문에 한정된 지역 밖 시장산업에 의존해야 하는데, 지역 밖 시장산업은 환율, 금리 등 글로벌 경제 변화에 영향을 받는 경우가 많아 지역경제에 심각한 상황을 직면하는 계기가 될 수 있다.

넷째, 전라남도 유통산업이 문화자본을 기반으로 하여 ICT 콘텐츠산업으로 성장될 수 있는 외부자원이 투입된다면, 그 파급효과는 인접 지역으로도 확대될 수 있을 것이다. 전라남도는 상업과 서비스업 등 지역 내에서 많은 고용을 지탱하고 있기 때문에 다른 재화 및 서비스와 연결할 수 있도록 지역 외에서 외부자금을 획득하여 지역 내 산업 쇠퇴를 방지할 필요가 있다.

다섯, 디지털 전환 시대에 지역 문화자본을 활용한 인재 육성으로 지역내총생산(GRDP)과 지역내총소득(GRNI)의 격차 해소에 기여할 인적자원이 필요하다. 문화자본을 기반으로 지역경제를 활성화하기 위해서는 지역의 스토리텔링을 이끌어갈 인재 육성이 필요하다. ICT산업에서 근로자의 체감소득이 향상될 수 있도록 지원이 요구된다.

## REFERENCES

- [1] H.Y.Park and S.S.Kim, "A Study on Utilizing City Brand as a City Vision and Strategy: In the City Brand of POCHON," A Journal of Brand Design Association of Korea, Vol.13, pp.53-66, 2015.
- [2] K.J.Chae, "A Study on Priority Setting for Local Governments to Build Successful Cultural Cities: Application of Analysis of Hierarchy (AHP)," The Journal of Korean Policy Studies, Vol.9, No.3, pp.319-333, 2009.
- [3] G.Y.Cho and Y.K.Kong, "The Urban Regeneration and Creative Industry of Glasgow in the United Kingdom," Korea Humanities Content Society, No.28, pp.93-116, 2013.
- [4] H.Y.Choi, M.G.Jeong and K.M.Lee, "The Effect of Cultural Capital on Local Economy: Focusing on the Moderating Effect of Social Economy," Korea Public Administration Journal, Vol.25, No.1, pp.109-139, 2016.
- [5] Bank of Korea, Korea's National Accounting System, 2020.
- [6] Korea Information Society Development Institute, A Study on Introducing the Digital Economy to Gross Regional Domestic Product (GRDP), 2021.
- [7] S.H.Oh, S.Y.Shin, S.H.Rho, and T.S.Jang, "Revitalizing Local Economies through the Sharing Economy: Focusing on the Cases of North America, Europe, and China," Ordo Economics Journal, Vol.21, No.2, 2018.
- [8] World Economic Forum, Deep Shift, Technology Tipping Points and Societal Impact, 2015.
- [9] J.H.Moon, and J.W.Lee, "A Study on Economic Impact of Jeollanamdo's Distribution Industry: Using Interregional Input-Output Model," Journal of Distribution and Management Research, Vol.23, No.4, pp.49-63, 2020.
- [10] Korean Chamber of Commerce and Industry, 2019 Distribution Logistics Statistics, Seoul: Korean Chamber of Commerce and Industry, 2020.
- [11] B.M.Owen and S.Wildman, Video Economics, Cambridge, Ma: Harvard University Press, 1992.
- [12] H.J.Kim, "Theory and Demonstration of Cultural Industry Window Effect," The Journal of Cultural Policy, Vol.11, pp.19-38, 1999.
- [13] J.Rohlf, "A Theory of Interdependent Demand for a Communications Service," The Bell Journal of Economics and Management Science, Vol.5, No.1, pp.16-37, 1974.
- [14] D.Ma, "Network Externalities and Replacement Cost Effectiveness Analysis," Graduate School of Kyunghee University, Master's Thesis, 2017.
- [15] E.H.Hong, "A Study on Aspect of Sport Cultural Contents Focused on Activating One Source Multi Use," Graduate School of Sungkyunkwan University, Master's Thesis, 2009.
- [16] Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2004 Cultural Industry White Paper, 2004.
- [17] S.Y.Lee, "A Study of Bourdieu's Cultural Capitalism: Education As a Cultural Reproduction," The Korean Journal of Philosophy of Education, Vol.33, No.1, pp.129-159, 2011.
- [18] P.Bourdieu, The Forms of Capital, Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, edited by J. G. Richardson. New York: Greenwood Press, 1986.
- [19] D.Throsby, Economics and Culture, Cambridge University Press, 2001.
- [20] B.R.Lee and Y.H.Park, "Analyzing the Impact of Local Governments' Cultural Investment on Local Economy," The Korea Local Administration Review, Vol.27, No.1, pp.71-95, 2013.
- [21] K.S.Park, "The 4 Approaches for Productive Discussion on Storytelling of Cultural Contents," Journal of Korean Language and Culture, No.32, pp.5-26, 2007.
- [22] R.M.Baron and D.A.Kenny, "The Moderate-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations," Journal of Personality and Social Psychology, Vol.51, pp.1173-1182, 1986.
- [23] L.S.Aiken and S.G.West, "Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions," Thousand Oaks: Sage Publications, 1991.
- [24] J.Ruskin, Munera Pulveris: Six Essays on the Elements of Political Economy, New York: J. Wiley, 1872.



이 상 호(Sangho Lee)

[정회원]



- 2015년 2월 : 목포대학교 금융보험학과 금융전공(경영학박사)
- 2015년 4월 ~ 2018년 3월 : 송원대학교 인재개발원 산학협력중점교수
- 현재 : 목포대학교 스마트비즈니스학과 산학협력중점교수

〈관심분야〉

사물인터넷, 금융상품, 부동산금융, 국제금융, 금융제도, 서비스마케팅

조 광 문(Kwangmoon Cho)

[종신회원]



- 1995년 8월 : 고려대학교 전산과 학과(이학박사)
- 1995년 9월 ~ 2000년 2월 : 삼성전자 통신연구소 선임연구원
- 2000년 3월 ~ 2005년 2월 : 백석대학교 정보통신학부 교수
- 2005년 3월 ~ 현재 : 목포대학교 전자상거래학과 교수

〈관심분야〉

사물인터넷, 통신 소프트웨어, 전자상거래, 콘텐츠 유통, 모바일 콘텐츠, 웹 서비스