

지역 문화콘텐츠 산업의 문화 기호학적 해석과 미디어 문화 커뮤니케이션 전략분석

성 중 현*

국립안동대학교 미디어문화커뮤니케이션학과 조교수

Analysis of Cultural Semiotics and Media Communication Strategies in the Regional Cultural Content Industry

Jong-Hyun Sung*

Assistant Professor, Department of Media Culture and Communication, Andong National University 36729, Korea

[요 약]

본 연구는 디지털 시대에 지역 문화콘텐츠 산업의 문화 기호학적 의미를 살펴보고, 미디어 문화 커뮤니케이션을 통해 대중과 소통하며 궁극적으로 경제·사회적 가치를 창출하는 과정을 심층적으로 고찰한다. 애니메이션(엄마 까투리, 스즈메의 문단속, 라야와 마지막 드래곤), 캐릭터(고양 고양이, 치이카와, 조아용), 음악(여수 밤바다, 강남스타일, 호텔 캘리포니아) 등 다양한 사례를 분석한 결과, 지역 문화콘텐츠는 단순한 지역 고유 요소의 전달을 넘어 현대적 재해석과 상징화를 거쳐 글로벌시장과 소통할 수 있음을 확인하였다. 또한 디지털 플랫폼과 뉴미디어를 적극 활용함으로써 브랜드가치 제고, 관광 활성화 등 다각적인 긍정적 효과를 창출할 수 있음을 밝혔다. 이러한 분석 결과는 지역 문화콘텐츠 산업의 전략 수립 과정에서 문화 기호학적 접근이 유용한 분석틀로 기능할 수 있음을 함의한다. 이를 토대로 본 연구는 지역 정체성 반영 콘텐츠 개발, 디지털 기반 확산 전략, 관광·브랜드 강화 등을 통한 산업의 지속 가능한 발전 방안을 제안한다.

[Abstract]

This study examined in-depth how regional cultural content industries in the digital era generate cultural semiotic meaning, engage with audiences through media cultural communication, and ultimately create economic and social value. Analyses of various examples of animations (*Mama Katuri*, *Suzume no Tojimari*, *Raya and the Last Dragon*), characters (*Goyang Cat*, *Chiikawa*, *Joayong*), and music (“*Yeosu Night Sea*,” “*Gangnam Style*,” “*Hotel California*”) revealed that regional cultural content can go beyond simply conveying local elements; through modern reinterpretation and symbolization, it can connect with global markets. Moreover, the proactive use of digital platforms and new media demonstrates the potential to enhance brand value, stimulate tourism, and yield diverse positive outcomes. These findings imply that a cultural semiotic perspective can serve as an effective analytical framework in the strategic planning of regional cultural content industries. Building on these insights, this paper proposes sustainable development strategies encompassing content creation that reflects regional identities, digital-based dissemination, and strengthened tourism and branding initiatives.

색인어 : 지역 문화콘텐츠 산업, 문화 기호학, 미디어 문화 커뮤니케이션, 디지털 시대, 경제·사회적 가치

Keyword : Regional Cultural Content Industry, Cultural Semiotics, Media Cultural Communication, Digital Era, Economic and Social Value

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2025.26.1.69>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 14 November 2024; **Revised** 10 December 2024

Accepted 30 December 2024

***Corresponding Author; Jong-Hyun Sung**

Tel: +82-54-820-5394

E-mail: moviesjh@hanmail.net

1. 서론

지금껏 인류의 산업혁명은 이번이 네 번째이다. 4차 산업혁명이 우리의 삶을 어떻게 변화시키고 다가올지 예측하기는 쉽지 않으나[1], 디지털 시대의 도래는 미디어와 문화콘텐츠의 융합을 통해 혁신의 새로운 가능성을 열어가고 있다. 특히, 지역 문화콘텐츠 산업은 그 자체로 지역의 독특한 정체성과 전통을 반영하고 전달하는 중요한 매개체로 부상하고 있다. 본 연구는 이러한 지역 문화콘텐츠의 발전과 그 중요성을 미디어 문화 커뮤니케이션의 문화 기호학적 관점에서 고찰하고자 한다. 본고는 지역 문화콘텐츠가 미디어를 통해 구성, 해석, 전달되는 과정을 분석함으로써 지역 문화콘텐츠의 사회적, 경제적 가치를 깊이 있게 이해하려는 목적을 가진다.

문화는 언제나 기호적인 체계로서 나타난다[2]. 문화 기호학적 접근은 지역 문화콘텐츠의 다층적 의미를 심도 있게 탐구하며, 이를 바탕으로 지역 문화콘텐츠의 창작 및 전과 과정에서 이루어지는 사회적 상호작용과 의미 구성의 메커니즘을 이해하는 데 중요한 역할을 한다. 아울러 본 연구는 지역 문화콘텐츠 산업이 지역 경제에 미치는 영향과 국가적 차원에서의 중요성을 체계적으로 조명하는 데 중점을 두고자 한다.

최근 디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation)[3]의 진전은 문화콘텐츠 산업의 패러다임을 재정립하는 동시에 지역 문화콘텐츠의 중요성을 강조한다. 이러한 변화 속에서 지역 문화콘텐츠는 전통적인 매체를 넘어 디지털 기술과의 결합을 통해 새로운 형태의 콘텐츠를 창조하고 있다. 나아가 이 같은 콘텐츠의 창작, 유통, 소비 방식의 변화는 지역 문화콘텐츠 산업의 경제적·사회적 가치를 증대시키며, 지역 경제와 국가적 차원에서 중요성이 더욱 대두되고 있다.

이러한 맥락에서 본 연구는 지역 문화콘텐츠 산업의 현재 상태와 잠재력을 분석하는 것을 넘어, 지역 문화콘텐츠의 창작과 유통 과정에서 나타나는 문화 기호학적 특성을 탐구한다. 이를 통해 지역 문화콘텐츠 산업의 발전 가능성과 이를 위한 정책적, 실천적 방향을 탐색하고자 한다.

본 연구는 다음과 같은 중요한 연구 질문을 제기한다. “지역 문화콘텐츠는 현대 미디어 환경에서 어떻게 문화 기호학적 의미를 창출하며, 이러한 의미가 대중의 문화적 이해와 소통에 어떠한 영향을 미치는가?” 이를 통해 지역 문화콘텐츠 산업의 지속 가능한 발전을 위한 전략이 무엇인지에 대한 답을 모색하고자 한다. 본 연구는 지역 문화콘텐츠가 미디어를 통해 어떻게 구성되고 전달되며, 이 과정에서 문화 기호학적 의미가 어떻게 창출되고 소통되는지를 밝히는 것을 목표로 한다.

이에 따라 본 논문의 구조는 서론에 이어 이론적 배경 및 문헌 고찰을 통해 문화 기호학과 지역 문화콘텐츠 산업의 현황을 탐구한다. 연구 방법론에서는 연구 설계, 데이터 수집 및 분석 방법에 대해 명시한다. 사례 연구를 통해 지역 문화콘텐츠의 구체적인 사례를 분석하고, 연구 결과에 대한 시사점을

중심으로 마지막 결론에서는 연구의 주요 발견 사항과 전략적 시사점, 미래 연구 방향에 대해 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경 및 문헌고찰

본 장에서는 지역 문화콘텐츠산업의 개념과 특징, 지역 문화콘텐츠 산업의 미디어 문화 커뮤니케이션, 문화 기호학의 기본 이론, 그리고 관련 연구 및 선행 연구를 검토하여, 본 연구의 이론적 토대를 마련하고자 한다.

2-1 지역 문화콘텐츠산업의 본질과 특성

1970년대는 제조업을 기반으로 하는 산업 시대, 1990년대는 정보산업을 기반으로 하는 지식의 시대였다[4]면, 2020년대 이후는 문화산업과 디지털이 융합하는 문화 자본주의 시대라고 할 수 있다. 현대 사회는 빠르게 변화하고 있는 디지털 환경과 함께 문화콘텐츠산업의 중요성이 부각되고 있다. 최근 디지털 전환의 진전과 K-콘텐츠와 같은 글로벌화는 문화콘텐츠산업이 경제적, 사회적, 문화적 영향력을 확대하는 데 핵심적인 동력으로 작용하고 있다.

이러한 문화콘텐츠산업은 중앙정부의 권한과 자원을 지방정부에 이양하는 과정을 강조하는 지방분권화 시대가 열리면서 지역의 균형 발전과 경제 활성화 대안으로 ‘지역 문화콘텐츠산업’이 대두되고 있다[5].

지역 문화 콘텐츠(Regional cultural content)[6]는 ‘지역(Regional)’과 ‘문화(Culture)’, ‘콘텐츠 산업(Content Industry)’의 결합으로 이루어진 합성어다. 여기서 ‘지역’은 특정 지리적 경계 내에서 공유되는 사회적, 문화적 특성을 의미하며, ‘문화’는 그 지역에서 발생하고 전승되는 언어, 예술, 전통 등의 총체적인 생활양식을 가리킨다. 즉 ‘지역 문화’는 지방자치단체 또는 지역을 기반으로 하는 문화예술, 문화유산, 생활문화, 문화산업 등 이와 관련된 유형 및 무형의 문화적 활동(지역문화진흥법 제2조)을 말할 수 있다. 또한 ‘콘텐츠’는 이러한 문화적 요소들이 형성하는 정보와 경험을 포함하는 광범위한 매체의 형태를 의미하며, ‘콘텐츠 산업’은 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함)의 제작·유통·이용 등과 관련된 산업(콘텐츠산업진흥법 제2조)을 말한다. 따라서 지역 문화콘텐츠 산업은 특정 지역에서 유래하거나 그 지역에 의해 형성된 문화적 요소를 활용한 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 제작·유통·이용에 관련된 산업을 의미한다.

아난드(Anand, 2017)는 콘텐츠 산업에 있어 사용자, 제품, 기능적 연결[7]의 중요성을 주장하였다. 지역 문화콘텐츠 산업은 ‘지역성이 반영된 문화적 소재가 가공되어 매체를 통해 형상화된 무형의 결과물[8]’으로써 아난드가 주장한 연결에 지역성은 큰 영향을 미친다. 가령 전통 음악, 지역의 역사적

사진, 현지 예술 작품 등이 디지털 미디어를 통해 재해석되고 전파될 수 있다. 이러한 연유로 지역 문화콘텐츠산업은 각 지역의 독특한 문화, 전통, 언어, 예술 등의 지역성을 반영하는 특징을 가진다.

지역 문화콘텐츠산업은 다른 지역과 차별화되는 콘텐츠 IP (Intellectual Property)의 문화적인 요소를 통해 지역(장소)에 대한 마케팅 효과를 발휘하여 관광 및 연관산업과 지역 이미지 창출에 주요한 역할을 한다[9]. 이러한 특징은 지역 경제에 활력을 불어넣고, 새로운 일자리 창출과 같은 사회적 이득을 가져온다. 이 산업을 통해 지역의 문화가 상품화되고, 이는 관광 증진, 지역 브랜드 가치 상승 등으로 이어질 수 있다.

지역 문화콘텐츠산업은 디지털 기술과 융합되는 특징을 가진다. 중국 펑귄북스(Penguin Books)의 대표 조러스비(Jo Lusby, 2006)는 ‘중국 출판업의 모든 중대한 발전은 인터넷에서 시작되었다[10].’라고 말했다. 이 말은 중국 출판산업의 현대화와 성장에 인터넷이 얼마나 중요한 역할을 했는지 알 수 있는 대목이다. 마찬가지로 지역 문화콘텐츠산업은 디지털 기술과 긴밀하게 연결되어 있다. 인터넷 플랫폼(Internet Platform), 가상현실(Virtual Reality), 증강현실(Augmented Reality) 등을 통해 지역 콘텐츠의 유통과 마케팅의 한계를 극복하고자 전통적인 문화콘텐츠가 현대적으로 재해석되고, 제작된 콘텐츠가 전 세계적으로 접근이 가능한 형태로 전달된다.

디지털 시대의 도래는 지역 문화콘텐츠의 전파 방식에 혁명을 가져왔다. 이전에는 지역적으로 한정된 범위에서만 소비되던 문화콘텐츠가 디지털 미디어의 발전으로 전 세계적으로 확산되고 있다. 이 과정에서 지역 문화콘텐츠는 그 지역의 정체성과 문화를 전달하는 독특한 매개체로 작용하며, 지역 경제에 중요한 역할을 하고 있다. 미디어 커뮤니케이션은 이러한 지역 문화콘텐츠를 더 넓은 관객에게 소개하고, 다양한 문화적 대화와 교류의 창구를 열어준다.

2-2 지역 문화콘텐츠 산업과 미디어 문화 커뮤니케이션

본 절에서는 지역 문화콘텐츠산업이 미디어 문화 커뮤니케이션과 어떻게 상호작용하며, 이 상호작용이 콘텐츠의 창조와 전파에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴본다.

신문방송학은 전통적으로 매스 미디어(Mass Media)와 관련된 이론과 실습을 다루는 학문으로 신문, 방송, 잡지 등과 같은 전통적인 대중매체와 그 메시지를 중심으로 연구[11]한다. 이 학문은 커뮤니케이션 이론, 미디어의 역사, 미디어의 사회적 영향, 미디어 제작 기술 등 다양한 분야를 담고 있다.

그러나 최근 들어 뉴미디어, 온라인 미디어, 디지털 미디어, 모바일 미디어 형태로 발전되면서[12] 미디어 환경이 급변하고 있다. 이러한 변화에 발맞춰 많은 대학들이 기존의 신문방송학과 같은 전통적인 커리큘럼을 재검토하고 있으며, 뉴미디어 시대에 적합한 새로운 학문 영역을 개발하고 있다. 이에 따라 “미디어 커뮤니케이션”이라는 새로운 학문 분야가

등장하게 되었다. 미디어 커뮤니케이션 학문은 기존의 신문방송학에 기반을 두면서도 디지털 미디어, 소셜 미디어, 모바일 커뮤니케이션, 인터넷 기반의 커뮤니케이션 등 현대 미디어 환경에서 중요해진 새로운 요소들을 포괄적으로 다루고 있다.

결국, 신문방송학에서 미디어 커뮤니케이션학으로의 전환은 미디어 환경의 변화와 기술 발전을 반영하는 자연스러운 과정이며, 이를 통해 학생들은 현대 사회에서 필요한 다양한 미디어 관련 지식과 기술을 습득할 수 있다.

본 연구의 “미디어 문화 커뮤니케이션”은 지역의 인문적 소재에 기반하여 미디어 커뮤니케이션학에서 문화콘텐츠적 요소를 중심으로 상호작용과 영향을 연구하는 방안에 초점을 맞춘다. 이러한 미디어 문화 커뮤니케이션을 연구하는 학문은 미디어를 통해 전달되는 문화콘텐츠 산업의 의미와 가치, 그리고 그것이 사회와 개인에게 미치는 영향을 분석하고 평가한다. 또한 미디어의 기술적, 경제적, 사회적, 정치적, 문화적 측면을 고려하며, 미디어의 생산, 유통, 소비 과정을 다각적으로 탐구하는 학문이라 할 수 있다.

‘미디어를 통한 커뮤니케이션은 모든 사회적 현상에 개입하고 있으며, 단순히 영향을 미치는 정도를 넘어 일상생활을 재구조화하는 단계에 이르고 있다[13].’ 저널리즘 교육자인 리처드 콜(Richard Cole, 1995)은 ‘미디어 사이의 차이가 희미해진다. 신문은 점점 더 잡지나 방송과 비슷해지고 있다[14].’고 말했다. 현대는 미디어 융합으로 다양한 미디어 플랫폼 간의 경계가 점차 모호해지고 있다. 이렇듯 미디어 문화 커뮤니케이션은 4차산업혁명 시대를 맞이하여 정보의 디지털화 및 인터넷의 보급으로 인해 급변하고 있으며, 이는 지역 문화콘텐츠산업에도 새로운 기회와 도전을 시사하고 있다.

현대 미디어 환경은 전통적인 매체(신문, 방송)에서 디지털 플랫폼(소셜 미디어, 스트리밍 서비스)까지 다양한 형태로 지역 문화콘텐츠를 전달한다. 이러한 다양한 매체를 통한 커뮤니케이션은 지역 문화콘텐츠의 접근성을 향상시키고, 더 넓은 대중에게 도달할 수 있도록 한다. 디지털 미디어는 지역 문화콘텐츠를 새로운 형태로 변형시키고, 이를 통해 콘텐츠의 재창조와 혁신을 가능하게 한다.

이 과정에서 미디어 문화 커뮤니케이션의 역할은 매우 중요하다. 미디어는 지역 문화콘텐츠의 해석 및 전달의 매개체로 작용하며, 콘텐츠가 가진 문화적, 사회적, 경제적 가치를 강화한다. 또한, 디지털 미디어는 지역 문화콘텐츠를 더욱 독창적이고 창의적인 방식으로 전달하고, 대중과의 상호작용을 강화할 수 있는 새로운 기회를 부여한다.

2-3 문화 기호학의 이론적 기초

문화와 비문화를 구분 짓는 경계의 모든 다양성에도 불구하고, 본질상 그들 모두는 하나의 특징으로 수렴될 수 있으며, 비문화를 배경으로 했을 때 문화는 언제나 기호적인 체계로 나타난다[2]. 푸코(Foucault, 1996)는 ‘문화에 대한 기호학

적 연구는 문화가 기호적 체계로 기능하는 경우만을 고려하는 것이 아니다[15].’고 하였다. 푸코의 말에 따르면, 문화를 기호학적으로 연구한다는 것은 단지 문화가 기호의 체계로 작동하는 경우만을 보는 것이 아니다. 그는 문화 내에서 기호와 그 기호가 어떻게 사용되는지, 즉 기호 작용에 대한 문화의 관계가 매우 중요하다고 주장한다. 이 관계는 문화의 핵심적인 특성 중 하나로, 문화가 시간이 지남에 따라 변화하면서 기호에 대한 우리의 관계와 이해가 어떻게 변화하는지를 탐구하는 것을 이야기한다. 푸코는 기호와 그 사용 방법이 문화를 이해하는 데 중요하며, 이러한 관계가 시간이 지나면서 어떻게 발전하는지를 살펴보는 것이 필요하다고 말하는 것이다.

이처럼, 문화 기호학은 문화적 현상을 기호와 상징의 관점에서 분석하고 이해하는 학문이라고 정의할 수 있다. 문화 기호학은 문화 내에서 기호가 어떻게 의미를 생성하고, 이 의미가 사회 내에서 어떻게 소통되며, 문화가 변화하면서 이러한 기호적 관계가 어떻게 진화하는지를 탐구한다.

한편, 문화콘텐츠학의 학제간 연구에서 다양한 이론과 방법론을 제공하는 문화 기호학에서는 문화콘텐츠를 ‘문화기호들의 연쇄적 조합이 창출한 결과물로 커뮤니케이션의 다양한 채널을 통해 상입화할 수 있는 재화이다[16].’라고 정의하고 있다. 문화기호학은 지역 문화콘텐츠의 해석과 의미 탐구에 있어 필수적인 학문적 기틀을 제공한다. 문화기호학은 콘텐츠가 지니는 상징적 및 은유적 의미를 깊이 분석하고, 이러한 의미가 어떻게 대중에게 전달되고 해석되는지를 체계적으로 연구할 수 있다. 또한 문화 기호학적 접근은 콘텐츠의 다층적 의미를 이해하고, 이를 통해 문화콘텐츠가 사회 내에서 어떻게 소통되고 영향을 미치는지를 명확하게 파악하는 데 도움을 준다. 이 과정을 통해, 연구자들은 지역문화콘텐츠산업의 발전 방향과 문화콘텐츠의 창작, 유통, 소비 방식에 대한 깊은 통찰을 얻을 수 있는 것이다. 따라서, 문화기호학은 지역 문화콘텐츠의 상업적 잠재력을 탐색하고 활용하는 데 유용하며, 다양한 커뮤니케이션 채널을 통해 문화콘텐츠의 가치와 의미를 확산시키는 데 중추적인 역할을 한다.

그 예로 특정 지역의 전설이나 민속 이야기를 바탕으로 제작된 애니메이션 시리즈가 어떻게 지역 문화의 전달자 역할을 하며, 그 과정에서 지역 문화의 의미가 어떻게 확장되고 재해석되는지를 분석할 수 있다. 또한 지역 특색을 반영한 마스코트 캐릭터가 어떻게 문화콘텐츠의 핵심 요소로 작용하며, 지역 문화의 상징적 의미를 전달하고 확산시키는 역할을 하는지에 대한 분석도 가능하다.

그뿐만 아니라 특정 지역의 자연경관, 역사, 전설을 주제로 한 노래나 음악 앨범이 어떻게 지역 문화를 반영하고 전파하는 역할을 하는지 분석할 수 있다.

이와 같은 문화 기호학적 분석은 지역 문화콘텐츠산업의 발전 시키는데 기반이 된다. 콘텐츠가 가진 문화적 의미와 상징이 적절히 해석되고 전달될 때, 대중은 이를 더 깊이 이해하고 감상할 수 있다. 이러한 연유로 지역 문화콘텐츠산업이 가진 사회적, 경제적 가치를 보다 높이는 중요한 촉매제 역할을

을 한다.

본 논문의 이어지는 부분에서는 이러한 문화 기호학적 접근을 바탕으로 지역 문화콘텐츠산업의 구체적인 사례를 분석하고, 이를 통해 시사점과 미래 연구 방향에 대해 논의할 예정이다.

III. 연구방법

본 연구는 지역 문화콘텐츠 산업이 디지털 시대의 미디어 문화 커뮤니케이션 환경에서 어떠한 문화 기호학적 의미를 생산하고 재해석하며, 이를 통해 대중과 소통하는지를 밝히는데 목적을 둔다. 이를 위해 본 연구는 질적·양적 혼합연구 접근(mixed methods)을 활용하되, 문화 기호학적 분석과 미디어 커뮤니케이션적 관점을 주된 이론적 기반으로 삼는다.

우선, 사례 선정은 지역 문화콘텐츠 산업을 다각적으로 조명하기 위한 전략적 기준에 따라 이루어졌다. 애니메이션 콘텐츠로는 지역성의 현대적 재해석과 글로벌 확산에 성공한 “엄마 까투리”, “스즈메의 문단속”, “라야와 마지막 드래곤”을 선정하였다. 또한, 지역 공공 커뮤니케이션 캐릭터 사례로는 지역 정체성과 공공 메시지를 상징적 이미지로 형상화하여 대중과 밀착 소통하는 “고양 고양이”, “치이카와”, “조아용”을 포함하였다. 마지막으로, 지역 음악 콘텐츠 사례에서는 지역적 정서를 음악 기호로 승화시켜 국내외 청중에게 영향력을 발휘한 “여수 밤바다”, “강남스타일”, “호텔 캘리포니아”를 다루었다. 이같이 장르적·매체적 다양성을 반영한 사례 구성을 통해, 문화 기호학적 의미 생성, 미디어 커뮤니케이션 전략, 경제·사회적 효과 창출 양상을 총체적으로 확인하고자 하였다.

데이터 수집은 1차 자료와 2차 자료를 병행함으로써 이루어졌다. 1차 자료로는 애니메이션 영상, 캐릭터 디자인, 음악 및 뮤직비디오 콘텐츠 등이 포함되며, 이를 통해 콘텐츠 자체가 지닌 상징적·은유적 요소를 직접적으로 파악하였다. 아울러 공식 보도자료, 소셜 미디어 반응 등 2차 자료를 수집하여, 콘텐츠 소비자들의 실제 수용 양상과 사회적 확산 과정을 입체적으로 관찰하였다. 이와 더불어 관련 선행 연구, 전문 서적, 정책보고서 등의 문헌자료를 참조하여 분석의 이론적 틀을 공고히 하였다.

데이터 분석은 문화 기호학적 해석과 미디어 커뮤니케이션적 접근을 통해 통합적으로 추진되었다. 우선 문화 기호학적 텍스트 분석을 통해, 각 콘텐츠 내 상징물, 스토리텔링 구조, 시각·청각적 코드 등을 면밀히 고찰하여 지역적 요소가 어떻게 기호화되고 재해석되는지를 파악하였다. 다음으로, 미디어 커뮤니케이션 관점에서 콘텐츠가 전통 매체와 디지털 플랫폼(소셜 미디어, 스트리밍 서비스, 온라인 커뮤니티 등)을 통해 확산 전략과 사용자 참여의 양상을 점검하였다. 이를 통해 콘텐츠의 의미가 어떻게 재생산되고, 대중과의 상호작용 속에서

어떤 방식으로 확장·변형되는지를 확인하였다. 마지막으로, 경제·사회적 효과를 검토하는 단계에서는 관광객 증가, 상품 판매, 지역 브랜드 가치 상승 및 일자리 창출 등 선행 연구와 보고서 등을 참고하여 문화콘텐츠가 지역 경제와 사회에 미치는 실질적 파급력을 가늠하였다.

본 연구는 다양한 장르와 매체의 사례를 통해 특정 분야에 치우치지 않는 균형 잡힌 분석을 시도하고자 노력하였으며, 문화 기호학적 해석과 미디어·소비자 반응 분석을 교차 검증함으로써 연구의 신뢰성과 타당성을 제고하고자 하였다. 이를 통해 지역 문화콘텐츠 산업이 문화 기호학적 의미 생산 메커니즘과 디지털 시대의 미디어 커뮤니케이션 전략을 어떤 방식으로 결합하고, 이를 통해 사회·경제적 가치를 구현하는지에 방점을 두고 연구를 추진하였다.

IV. 지역 문화콘텐츠 사례분석

본 장에서는 지역 문화콘텐츠산업의 문화 기호학적 분석을 위해 선정된 다양한 사례들을 소개한다. 사례 선정 기준은 다음과 같다. 지역의 독특한 문화적 특성을 반영하는 콘텐츠, 미디어를 통한 대중의 폭넓은 수용도, 그리고 문화 기호학적 분석의 가능성. 선정된 사례들은 지역의 전통 예술, 역사적 사건, 현지 예술 작품 등 다양한 형태를 포함한다.

각 사례에 대한 문화 기호학적 분석은 콘텐츠가 가진 상징적, 은유적 의미를 탐구한다. 예를 들어, 특정 지역의 전통 음악은 어떻게 현대적 맥락에서 재해석되어 대중에게 전달되는지, 역사적 사건이 어떻게 현대 미디어를 통해 새로운 의미를 창출하는지 등을 분석한다. 또한 각 사례에서 미디어 커뮤니케이션의 상호작용에 관해 분석한다. 디지털 플랫폼, 소셜 미디어, 전통 매체 등 다양한 미디어 채널을 통해 콘텐츠가 어떻게 전달되고, 이 과정을 통해 콘텐츠의 해석과 수용이 어떻게 변화하는지를 살펴본다.

아울러 선정된 사례들을 통해 지역 문화콘텐츠산업의 경제적, 사회적 영향력을 평가한다. 이는 지역 경제 활성화, 새로운 일자리 창출, 지역 브랜드 가치 상승 등을 포함하며 사례별로 문화적 다양성과 지역 정체성의 보존 및 증진에 기여하는 방식을 분석한다.

다음으로는 이러한 분석을 통해 각 사례의 특징을 요약하고, 문화 기호학적 분석을 통해 얻어진 주요 시사점을 제시한다. 이는 지역 문화콘텐츠 산업의 발전 방향과 미디어 커뮤니케이션 전략에 대한 제안으로 연결하고자 한다. 본 장에서 다루는 사례 연구는 지역 문화콘텐츠산업의 복잡한 측면을 실제 예시를 통해 구체적으로 드러내며, 문화 기호학적 분석을 통해 콘텐츠가 가진 다층적인 의미와 사회적, 경제적 영향력을 탐구한다. 이러한 분석을 통해 지역 문화콘텐츠산업에 대한 이해를 심화하고, 향후 발전 가능성에 대한 중요한 통찰을 제시할 수 있을 것으로 사료된다.

4-1 지역 문화자원을 기반으로 한 애니메이션 사례분석

디지털 시대와 글로벌화의 진전은 지역 문화를 기반으로 한 애니메이션이 단순한 오락을 넘어 문화 교류와 경제적 가치를 창출하는 중요한 매체로 자리 잡게 했다. 본 장에서는 “엄마 까투리”, “스즈메의 문단속”, “라야와 마지막 드래곤”을 사례로, 지역적 문화 요소가 애니메이션을 통해 현대적으로 재구성되고 글로벌 관객과 소통하며 경제적·사회적 영향을 미치는 방식을 분석한다.

먼저 “엄마 까투리”[17]는 원래 어린이를 대상으로 한 동화로 시작하여, TV 애니메이션 콘텐츠로 제작되었다. 이 애니메이션은 원작의 따뜻한 감성과 교훈적인 내용을 바탕으로 제작되어, 어린이뿐만 아니라 가족 단위 시청자에게도 큰 인기를 얻었다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 1과 같다.

표 1. 엄마 까투리 사례분석 결과

Table 1. Mama Katuri case analysis results

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	Conveying the meaning of "Mama Katuri"
Media Communication and Interaction	Promote various media channels, contribute to the accessibility and popularity of content, and use online platforms and social media to promote
Economic and Social Impact	Creation of economic ripple effects using content IP, Contributing to children's emotional development
Case Characteristics and Implications	The scalability of children's fairy tales through modern media, Conveying educational value while maintaining the basic value of fairy tales

“엄마 까투리”의 문화 기호학적 분석 결과를 살펴보면 엄마 까투리는 동화 속의 기호적 요소들을 상호 시각적 매체인 TV 애니메이션을 통해 재해석하여 어린이와 부모가 함께 경험할 수 있는 정서적 가치를 강조하였다. 캐릭터와 스토리의 상징성을 통해 가족 사랑의 메시지를 시각적으로 강조하였으며 교육적 콘텐츠로 고유한 가치를 부각시켰다.

미디어 커뮤니케이션 상호작용을 살펴보면 TV 애니메이션으로서의 엄마 까투리는 다양한 플랫폼에서 접근성과 소통성을 확대하며, TV뿐 아니라 모바일 애플리케이션과 디지털 채널을 활용해 글로벌 확장을 시도하였다.

아울러 엄마 까투리 콘텐츠 기반 IP를 활용한 상품 판매로 지역 특화 어린이 콘텐츠의 시장 창출과 가족 중심의 미디어 환경에서 긍정적 평가를 받았다.

결국 엄마 까투리는 전통적인 어린이 동화가 현대 미디어를 통해 어떻게 새로운 생명을 얻고 확장될 수 있는지를 보여주는 사례이다. 엄마 까투리는 동화의 기본 가치를 유지하면서도 새로운 시각적 경험과 상호작용을 통해서 대중의 관심을 끌고 교육적 가치를 전달한다. 이러한 사례는 어린이를 타겟으로 하는 다른 문화콘텐츠 제작에 있어 중요한 참고 사항

이 될 수 있으며, 어린이 대상 콘텐츠의 온라인 플랫폼 활용은 콘텐츠의 접근성과 영향력을 높이는 중요한 전략으로 작용하는 것으로 분석되었다.

다음으로 “스즈메의 문단속”[18]은 일본의 자연경관과 전통적인 신사 문화를 현대적 애니메이션 스토리로 재해석한 작품이다. 신카이 마코토 감독의 작품으로, 일본의 다양한 지역적 특성과 동일본대지진의 기억을 상징적으로 표현하며, 전통과 현대의 조화를 강조하고 있다. 이 작품은 일본 전통문화와 현대적 문제의 융합을 통해 지역성과 세계성을 동시에 구현한 사례로 평가받고 있다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 2와 같다.

표 2. 스즈메의 문단속 사례분석 결과

Table 2. Analysis of Suzume no Tojiri case

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	Utilizes symbolic elements such as Japan's traditional doors, shrines, and disaster recovery to express regional identity and uniqueness.
Media Communication and Interaction	Actively introduced through theatrical releases, global streaming platforms, and social media. Tourism campaigns utilized regional settings featured in the film.
Economic and Social Impact	Contributed to regional tourism revitalization and increased sales of related merchandise. Elevated the international stature of Japanese cultural content.
Case Characteristics and Implications	A global success that blends traditional themes with modern storytelling. Effectively incorporates regional culture and natural landscapes into animation.

“스즈메의 문단속”은 문화 기호학적으로 일본 전통문화(문, 신사 등)를 기반으로 재난과 회복이라는 현대적 주제를 융합하여 지역적 정체성을 글로벌 스토리로 승화시켰다. 배경으로 등장하는 일본의 다양한 지역적 경관은 작품의 정서를 풍부하게 확장하며, 관객들에게 일본의 전통과 현대의 조화를 체감하게 한다.

미디어 커뮤니케이션 상호작용을 살펴보면 스즈메의 문단속은 글로벌 스트리밍 플랫폼뿐만 아니라, 영화 속 배경 지역을 활용한 맞춤형 관광 캠페인을 통해 콘텐츠 소비와 실질적 경제 활동을 연결하였다.

아울러 스즈메의 문단속의 작품 성공은 지역 관광 산업 활성화와 문화콘텐츠의 국제적 위상 강화라는 두 축으로 귀결되었다.

결국, 스즈메의 문단속은 일본 전통문화와 현대적 주제를 결합하여 어떻게 새로운 생명을 얻고 확장될 수 있는지를 보여주는 사례이다. 애니메이션은 전통적 가치를 유지하면서도 현대적 감각을 더해 대중의 관심을 끌고, 지역 문화와 경제적 효과를 창출하는 데 성공했다.

또 다른 애니메이션 “라야와 마지막 드래곤”[19]은 동남아시아의 다양한 문화적 요소를 융합하여 제작된 디즈니 애니메이션이다. 이 작품은 동남아시아 전통 건축, 의상, 자연환

경 등을 바탕으로 상상 속의 ‘쿠만드라’라는 세계를 창조하였으며, 지역 문화의 정체성을 글로벌 관객에게 전달하는 데 성공했다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 3과 같다.

표 3. 라야와 마지막 드래곤 사례분석 결과

Table 3. Analysis of Raya and the Last Dragon case

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	Reflects Southeast Asian traditional architecture, costumes, cuisine, and natural environments to establish cultural identity.
Media Communication and Interaction	Globally introduced through streaming services and theatrical releases. Social media campaigns fostered fan community engagement.
Economic and Social Impact	Increased interest in Southeast Asian culture and boosted sales of related merchandise. Recognized as a successful example of storytelling rooted in regional identity.
Case Characteristics and Implications	Combined multicultural approaches and imaginative elements to achieve global success. Contributed to raising global awareness of Southeast Asian culture.

문화 기호학적으로 “라야와 마지막 드래곤”을 분석해 보면 동남아시아 전통문화를 바탕으로 상상의 세계를 창조하여, 다문화적 특성과 상상력을 융합하였다. 이러한 요소들은 영화 내 상징적 의미를 더하며, 동남아시아 문화의 정체성을 형성하는 데 일조한다.

미디어 커뮤니케이션 상호작용을 살펴보면, 라야와 마지막 드래곤은 디즈니의 글로벌 네트워크를 통해 콘텐츠를 확산하며, 동남아시아 문화를 테마로 한 소비자 커뮤니티를 형성하였다.

또한 라야와 마지막 드래곤은 동남아시아 전통 요소의 창의적 적용으로 관련 상품의 글로벌 판매 및 지역적 문화 인지도 증가라는 효과를 창출하였다.

결국, 라야와 마지막 드래곤은 동남아시아 전통문화의 기호적 요소를 현대적 애니메이션 스토리로 풀어냄으로써 새로운 생명을 얻고 확장될 수 있음을 보여준다. 이 작품은 전통적 가치를 유지하면서도 현대적이고 글로벌한 감각으로 재구성하여 대중의 관심을 끌고, 문화적 다양성과 경제적 가치를 창출했다. 이러한 사례는 지역적 특성을 기반으로 한 글로벌 콘텐츠 제작 전략에 참고점이 될 수 있고, 글로벌 스트리밍 플랫폼을 통한 콘텐츠의 확산이 그 성공을 뒷받침한 주요 요인으로 분석되었다.

세 작품은 각각 지역 문화의 정체성을 현대적으로 재구성하여 글로벌 시장에서 성공적으로 확산된 사례다. “엄마 까투리”는 전통 동화의 현대적 변용을 통해 어린이와 가족 중심의 콘텐츠로 성공을 거뒀으며 “스즈메의 문단속”은 일본 전통문화와 현대적 주제를 결합하여 지역성과 세계성을 동시에 구현하며 지역 관광과 경제 활성화를 이끌었다. “라야와 마지막 드래곤”은 다문화적 접근과 글로벌 스토리텔링으로 동남아시아 문화를 세계에 알리고 경제적 부가가치를 발생시켰다. 이들

사례는 지역 문화콘텐츠가 글로벌 미디어 환경에서 가지는 가능성과 전략적 방향을 잘 보여주는 사례로, 콘텐츠 개발과 확산을 위한 시사점을 제시한다.

4-2 지역 공공 커뮤니케이션을 위한 캐릭터 사례분석

지역 공공 커뮤니케이션의 핵심 도구로서 캐릭터는 단순한 마스코트를 넘어 지역 정체성과 가치를 전달하는 전략적 매체로 자리 잡고 있다. 본 장에서는 “고양 고양이”, “치이카와”, “조아용”과 같은 지역 기반 캐릭터들이 공공 커뮤니케이션과 지역 브랜딩에서 수행하는 역할을 분석하고자 한다.

먼저 “고양 고양이”[20] 캐릭터는 고양이 캐릭터를 통해 경기도 고양시의 지역 공공 커뮤니케이션 및 브랜딩을 강화한다. 이 캐릭터는 고양시의 독특한 정체성과 문화를 상징하며, 시민들과의 친근한 소통 수단으로 활용되었다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 4와 같다.

표 4. 고양 고양이 사례분석 결과

Table 4. Goyang Cat case analysis results

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	Reflecting the cultural and geographical characteristics of Goyang City. Friendly and pleasant image. A friendly means of communication with citizens.
Media Communication and Interaction	It is used on various media platforms to deliver Goyang City's policies, events, tourism policies, etc.
Economic and Social Impact	Strengthening local communities and fostering a sense of solidarity. Influencing local tourism and commerce through characters. Increasing awareness of local brands and promoting local culture.
Case Characteristics and Implications	Public Communication and Local Character Branding. The importance of modern communication strategies that integrate digital and traditional media.

“고양 고양이”는 문화 기호학적으로 고양시의 문화적, 지리적 특성을 반영하며, 친근하고 유쾌한 이미지로 지역민에게 긍정적인 자긍심을 고취한다.

또한 고양이 캐릭터는 다양한 미디어 플랫폼에서 활용되어 고양시의 다양한 정책, 이벤트, 관광 정보 등을 효과적으로 전달한다. 미디어 커뮤니케이션 상호작용 측면으로 소셜 미디어, 공식 웹사이트, 옥외 광고 등을 통해 시민들과 적극적으로 소통하며, 지역 정보의 접근성을 높이는 것으로 분석되었다.

고양 고양이가 캐릭터의 경제적·사회적 영향력을 살펴보면 고양시의 고양이 캐릭터는 지역 커뮤니티를 강화하고, 시민들 사이의 연대감을 높인다. 이 캐릭터를 통한 마케팅과 홍보 활동은 지역 관광 및 상업에 큰 도움이 되고, 지역 브랜드의 인

지도 향상과 지역 문화의 홍보에 일조하는 것으로 분석되었다.

이 사례는 공공 커뮤니케이션과 지역 브랜딩에 있어서 캐릭터 디자인의 활용에 대한 인사이트를 제시한다. 고양이가 캐릭터는 단순한 마스코트를 넘어 고양시의 정체성을 상징하고, 시민들에게 친숙함과 소속감을 공감하게 한다. 이러한 접근은 공공기관의 커뮤니케이션 전략에 있어서 기발하고 효과적인 방법론을 시사한다. 또한, 이 사례는 디지털 미디어와 전통 미디어를 통합하는 현대적 커뮤니케이션의 중요성을 알려준다. 고양시의 고양이 캐릭터 활용은 다양한 세대의 시민들과 소통할 수 있는 다채로운 채널을 활용함으로써, 지역 커뮤니티의 활성화와 지역 브랜드 가치의 증진에 기여함으로써 지역 브랜딩 전략을 수립하는 데 유용한 인사이트를 제공한다.

“치이카와”[21] 캐릭터는 작고 귀여운 형태의 캐릭터 군(群)을 통해 일상 속 감정과 관계를 따뜻하고 친근하게 표현하며, 대중과의 심리적 거리감을 좁힌다. 이 캐릭터는 단순한 외형과 부드러운 감성 코드로 글로벌한 공감대를 형성하며, 디지털 플랫폼 중심의 커뮤니케이션으로 다양한 소비자층과 활발히 소통한다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 5와 같다.

표 5. 치이카와 사례분석 결과

Table 5. Chiikawa case analysis results

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	- Shaping everyday emotions, relationships, and small-scale experiences into simple and cute characters - Conveying a soft, cozy atmosphere to appeal to all age groups
Media Communication and Interaction	- Utilizing digital platforms such as webtoons, animation, and social media - Developing story-based content to build fandoms and expand global communication
Economic and Social Impact	- Generating added economic value through merchandise, licensing, and events - Forming a global fandom, facilitating entry into international markets and invigorating the content industry
Case Characteristics and Implications	- Emphasizing broad accessibility through the use of everyday emotional codes - Presenting a communication strategy tailored to digital media - Suggesting the potential for character-based cultural content to expand globally and enhance its scope

“치이카와” 사례를 문화 기호학적으로 살펴보면 이 캐릭터는 일상에서 느낄 수 있는 감정과 상황을 단순한 비주얼과 서사로 표현하여 다양한 연령층과 국가의 소비자들에게 자연스럽게 다가간다. 이를 통해 치이카와는 문화적 경계를 허물고, 대중적 공감대를 불러일으키며, 소통 가능한 문화콘텐츠로 알려지게 된다.

또한 이 캐릭터는 웹툰, 애니메이션, 소셜 미디어 등 디지털 플랫폼을 적극적으로 활용하여 대중과의 밀접한 소통창구를 만들어 낸다. 이런 접근을 통해 팬덤을 형성하고 글로벌

소비자층을 확보하며, 다양한 라이선싱 사업 및 굿즈 판매로 경제적 가치를 창출한다.

결론적으로 치이카와 캐릭터 사례는 디지털 시대의 커뮤니케이션 전략과 감성 코드를 활용한 마케팅 기법이 돋보인다. 이를 통해 대중의 자연스러운 교감이 가능해지며, 문화콘텐츠로서 캐릭터의 글로벌 확장성, 브랜드 강화, 커뮤니케이션 활성화 등 다양한 전략들을 시사한다.

“조아용”[22] 캐릭터는 희망과 활력을 담은 메시지를 전달하는 전략을 택했다. 이 캐릭터는 지역 브랜드나 공공기관의 가치와 목표를 시각적으로 대변하며, 전통 미디어와 디지털 미디어를 아우르는 통합 커뮤니케이션 전략을 보여준다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 6과 같다.

표 6. 조아용 사례분석 결과

Table 6. Joayong case analysis results

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	- A name combining “joa” (“like”) and “yong” (“dragon”) to convey a positive meaning - Utilizing the symbolism of dragons (hope, growth) to communicate brand value
Media Communication and Interaction	- Employing various media such as public campaigns, local events, and promotional videos - Actively interacting with citizens through SNS, official websites, and outdoor advertising
Economic and Social Impact	- Revitalizing the local economy by commercializing characters and linking them with local festivals and events - Strengthening communities and fostering social solidarity
Case Characteristics and Implications	- Highlighting the importance of character utilization in public communication strategies - Suggesting a modern communication strategy that integrates traditional and digital media - Enhancing local brand value and indicating the potential for long-term development

“조아용”을 문화 기호학적 관점에서 분석한 결과, ‘좋아(긍정)’라는 언어적 의미와 ‘용(龍)’이라는 전통적 상징성이 결합되어 시민들에게 직관적으로 이해되고 긍정적 정서를 유발하는 이미지를 형성함을 확인할 수 있다. 이는 공공영역에서 전달하고자 하는 가치와 메시지를 단순명료하게 표현하면서도 브랜드 아이덴티티를 효과적으로 전달한다.

또한 이 캐릭터는 SNS, 웹사이트, 옥외 광고, 지역 축제, 공공 캠페인 등 다양한 매체와 장소를 통해 시민들과 소통한다. 이를 통해 정책 및 공공정보 접근성을 높이고, 시민 참여를 유도하며, 지역민 간의 유대감을 형성한다. 이러한 과정은 지역 경제 활성화, 상징적 의미 전달, 사회적 연대감 형성에 효과적이다.

결론적으로 “조아용”은 공공 커뮤니케이션 전략 수립에 있어서 상징적이고 긍정적인 캐릭터 디자인과 다양한 미디어 통합 활용의 중요성을 보여준다. 이를 통해 시민들에게 지역

및 기관의 가치를 자연스럽게 전달하고, 장기적으로 지역 발전과 더불어 브랜드를 강화하는 역할을 한다.

위의 세 사례는 지역 문화를 현대적 커뮤니케이션 전략과 접목하여 글로벌 환경에서 성공적으로 확산한 예들이다. “고양 고양이”는 지역 정체성을 기반으로 브랜드 가치를 제고하였고, “치이카와”는 부드러운 감성과 디지털 플랫폼을 활용해 국제적 팬덤을 구축하였으며, “조아용”은 긍정적 상징성을 통한 공공 커뮤니케이션과 지역 활성화 전략을 강조하였다. 이를 통해 지역 문화 콘텐츠 개발·확산에 있어 캐릭터 디자인, 미디어 통합, 팬덤 형성, 경제·사회적 가치 창출 등 종합적 관점의 전략을 시사한다.

4-3 지역 문화와 음악 콘텐츠의 사례분석

지역 음악 콘텐츠 “여수 밤바다”[23]는 한국의 여수시를 배경으로 한 음악 콘텐츠로, 해당 지역의 아름다운 야경과 문화를 노래한다. 이 음악은 여수의 매력을 전국적으로 알리는데 큰 역할을 했으며, 관광 증진에도 기여했다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 7과 같다.

표 7. 여수 밤바다 사례분석 결과

Table 7. Yeosu Night Sea case analysis results

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	Music that symbolizes the natural scenery and cultural characteristics of Yeosu City. Expressing the identity and sensibility of the region.
Media Communication and Interaction	Radio waves, TV, online streaming services, etc. Yeosu City brand value is increased and social media sharing is actively carried out.
Economic and Social Impact	Positive impact on Yeosu's tourism industry. The number of tourists in Yeosu has increased, contributing to the revitalization of the local economy.
Case Characteristics and Implications	Acting as a spokesperson for local culture and symbolic cultural contents of Yeosu City.

문화 기호학적으로 음악 콘텐츠 “여수 밤바다”는 여수시의 자연경관과 문화적 특성을 상징하는 음악으로, 지역의 정체성과 감성을 표현한다. 이 노래는 여수를 방문하고 싶은 욕구를 자극하며, 듣는 이들에게 여수에 대한 긍정적인 이미지를 심어준다.

또한 이 음악 콘텐츠는 다양한 미디어 채널을 통해 전파되었고 라디오, TV, 온라인 스트리밍 서비스 등을 통해 널리 소개되었다. 조사 결과 여수시의 브랜드가치를 높이는 데 직접적인 역할을 했고 소셜 미디어를 통한 공유를 통해 노래의 인기와 영향력을 더욱 확대시켰다.

여수 밤바다의 경제적·사회적 영향력을 살펴보면, 이 노래로 인해 여수를 방문하는 관광객 수가 증가했으며, 관광객 증

가는 곧 지역 경제 활성화에 긍정적인 영향을 미쳤다. 또한, 이 음악은 여수시의 문화적 자산으로 자리 잡았다.

특히, 이 사례는 음악이 어떻게 특정 지역의 문화적 정체성과 아름다움을 전달하고 홍보할 수 있는지를 보여준다. 이 곡은 단순한 엔터테인먼트를 넘어 지역 문화의 대변자 역할을 하면서 여수시를 상징하는 중요한 문화콘텐츠가 되었다.

결론적으로, 여수 밤바다는 음악을 통해 지역 문화를 홍보하고 지역 경제에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 것을 증명했다. 이는 다른 지역에서도 창의적인 문화콘텐츠를 개발하고 활용하는 데 중요한 영감을 준다.

“강남스타일”[24] 음악 콘텐츠는 서울 강남의 도시적 이미지를 통해 지역 문화와 글로벌 대중문화를 결합하여 전 세계적으로 확산되었다. 이 콘텐츠는 강남이라는 특정 지역이 가진 현대적 감성과 이미지를 전 세계 무대에 전달함으로써 한국 문화와 K-콘텐츠의 브랜드 가치를 높여주는 계기가 되었다. 그뿐만 아니라 국내 관광 및 경제 발전에도 영향을 미쳤다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 8과 같다.

표 8. 강남스타일 사례분석 결과

Table 8. Gangnam Style case analysis results

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	A piece of music content symbolizing the modern and sophisticated image of Seoul's Gangnam district, effectively conveying the region's urban identity and cultural sensibilities to audiences worldwide.
Media Communication and Interaction	Global dissemination through diverse media channels including YouTube, social networking services, and television. The song's popularity and influence were amplified by user-generated content—such as sharing on social media, parodies, and dance covers.
Economic and Social Impact	Its international hit status sparked global interest in K-pop and the Korean Wave, led to an increase in tourist arrivals, and created added economic value through related commercial activities (concerts, merchandise, etc.).
Case Characteristics and Implications	This case illustrates how cultural content embodying a specific region's image can evolve into a global cultural phenomenon, enhancing regional brand value and underscoring the importance of cultural content strategies in the digital era.

문화 기호학적으로 “강남스타일”은 서울 강남 지역의 세련된 도시 이미지와 한국의 대중문화를 전 세계적으로 확산시킨 음악 콘텐츠다. 이 곡은 K-팝 특유의 흥겨운 리듬과 유머러스한 춤 동작을 통해 지역적 감성을 글로벌 대중음악 시장에 성공적으로 접목했다. 다양한 미디어 플랫폼을 통한 초고속 확산과 사용자 참여형 콘텐츠 생산으로 곡의 인기와 파급력은 폭발적으로 증가했으며, 이를 통해 K-브랜드 가치 제고, 관광객 유입, 경제적 파급효과 등의 긍정적 결과를 이끌었다.

결국 강남스타일은 지역 문화를 매개로 한 창의적 음악 콘텐츠가 국제적 이슈 현상으로 발전할 수 있음을 보여주는 대

표적 사례이며, 서울지역 브랜드를 극대화하는 사례이다.

“호텔캘리포니아”[25] 음악 콘텐츠는 미국 캘리포니아 지역의 독특한 분위기와 시대적 감성을 노래로 표현하여 전 세계에 널리 알려진 사례이다. 이 음악은 캘리포니아의 자유로운 이미지, 신비로움, 그리고 아메리칸 드림에 대한 은유를 담고 있으며, 이를 통해 지역 문화와 역사적 맥락이 글로벌 청중들에게 각인시키는 데 성공했다. 본 사례를 분석한 결과는 아래 표 9와 같다.

표 9. 호텔캘리포니아 사례분석 결과

Table 9. Hotel California case analysis results

Category	Analysis
Cultural Semiotic Analysis	Conveying the free-spirited and enigmatic atmosphere of California, the song reflects the region's unique cultural and historical context.
Media Communication and Interaction	Following initial dissemination through radio, television, and record sales, it continued to attract attention in the digital era, thereby enhancing the image of the American cultural brand.
Economic and Social Impact	By extending local symbolism into a global musical work, it established a shared sense of resonance among international audiences, fostering ongoing cultural reinterpretations through various remakes and performances.
Case Characteristics and Implications	This case suggests that music content infused with specific regional and temporal characteristics can be enjoyed worldwide over an extended period, generating lasting value in terms of tourism, the economy, and culture.

“호텔 캘리포니아”는 미국 캘리포니아의 자유로운 분위기와 시대적 특성을 음악 속에 녹여낸 명곡으로, 문화 기호학적 측면으로 미국 서부 지역의 상징적 이미지와 시대적 정서를 전 세계 대중에게 각인시켰다. 이 음악은 라디오와 TV, 음반을 통한 전통적인 매체 확산뿐 아니라 디지털 시대에도 다양한 플랫폼에서 재조명되며 지속적인 생명력을 유지하고 있다.

이로 인해 관광객들이 캘리포니아 지역의 관련 장소를 찾으며 지역 관광 산업이 활성화되었고, 음반·공연 수익, 연관 상품 소비 등 다양한 경제적 효과를 거두었다. 나아가 이 곡은 미국 문화콘텐츠에 대한 전 세계적 관심을 촉진했고, 지역적·시대적 상징을 담은 음악이 장기적으로 문화적·경제적 가치를 창출할 수 있음을 보여주는 사례가 되었다.

이상의 사례에서 결론적으로 “여수 밤바다”는 지역의 아름다운 경관과 감성을 국내에 전파해 관광 및 지역 브랜드 가치를 높였으며, “강남스타일”은 서울 강남을 현대적·세련된 이미지로 국제적 명성에 올려놓고 K-한류 확산 및 관광객 유입에 큰 역할을 했다. 또한 “호텔 캘리포니아”는 캘리포니아의 자유롭고 신비로운 정서를 노래로 구현해 오랜 기간 글로벌 문화자산으로 자리 잡았으며, 다양한 리메이크와 공연을 통해 지속적 문화적 재해석 및 관광 유발효과를 낳았다. 이를 통해 지역적 상징을 담은 음악 콘텐츠는 디지털·전통 매체를 가리지 않고 세계로 확산 가능하며, 지역 브랜드 가치 제고, 문화

산업 활성화, 관광 및 경제적 파급효과를 장기적으로 창출할 수 있음을 확인할 수 있다.

V. 결 론

본 연구는 지역 문화콘텐츠 산업이 디지털 시대의 미디어 문화 커뮤니케이션과 결합하여, 문화 기호학적 의미를 어떻게 창출하고 대중과 소통하며 경제적·사회적 가치를 실현하는지를 심층적으로 고찰하였다. 이를 위해 지역 문화콘텐츠산업의 개념과 특징, 미디어 문화 커뮤니케이션의 역할, 문화 기호학적 접근의 의미를 이론적 기반으로 삼고, 애니메이션·캐릭터·음악 콘텐츠 사례를 분석하였다.

첫째, 문화 기호학적 의미 생성 측면에서 지역 문화콘텐츠는 단순히 지역 고유문화 요소를 전달하는 데 그치지 않고, 재해석과 상징화를 통해 대중에게 새로운 감성과 상징적 경험을 선사한다. “엄마 까투리”, “스즈메의 문단속”, “라야와 마지막 드래곤”은 지역성을 현대적으로 각색해 글로벌 스토리텔링을 선보였고, “고양 고양이”, “치이카와”, “조아용”은 지역 정체성을 친근한 기호로 형상화하여 지역 브랜드 가치와 지역민 소속감을 높였다. 또한 “여수 밤바다”, “강남스타일”, “호텔 캘리포니아”는 지역적 정서를 음악 기호로 승화시켜 국내외 대중에게 깊은 인상을 남기며 지역 브랜드를 강화하였다.

둘째, 미디어 문화 커뮤니케이션 측면에서 디지털 기술과 다양한 플랫폼의 활용은 지역 문화콘텐츠의 확장성을 극대화하는 핵심 요소임이 드러났다. 전통 매체부터 소셜 미디어, 스트리밍, 온라인 커뮤니티에 이르는 폭넓은 매체 환경을 통해 콘텐츠는 즉각적인 대중 소통, 재생산, 글로벌 팬덤 형성을 촉진하였다. 이는 지역 문화 콘텐츠가 디지털 플랫폼을 통해 세계 시장으로 확대되며, 문화적 영향력을 강화하는 데 필수적인 전략임을 시사한다.

셋째, 경제적·사회적 가치 창출 측면에서도 지역 문화콘텐츠 산업은 관광객 유치, 상품 판매, 브랜드가치 상승, 신규 일자리 창출 등 다양한 효과를 낳았다. 특히 문화 기호학적 접근을 통해 콘텐츠의 의미를 명확히 파악하고 이를 마케팅·브랜드 전략에 반영할 때, 산업의 지속 가능한 성장 가능성이 높아짐을 확인할 수 있었다. 이는 특정 지역만의 고유성을 세계적 문화 기호로 재탄생시킴으로써, 지역 경제와 문화산업 전반에 시너지 효과를 창출할 수 있음을 보여준다.

종합적으로 이러한 분석 결과는 지역 문화콘텐츠 산업의 전략 수립 과정에서 문화 기호학적 접근이 유용한 분석틀로 기능할 수 있음을 함의한다. 이를 바탕으로 창작자와 기획자는 지역 정체성을 활용해 글로벌 시장에서도 통하는 스토리텔링 전략을 수립할 필요가 있다. 또한 공공기관 및 지자체 단체는 관광·브랜드 전략, 캐릭터·음악을 통한 대중 소통 채널 확대, 디지털 플랫폼 중심의 마케팅 등을 포함하는 종합적

지원 정책을 모색해야 한다. 학문적으로는 문화 기호학적 연구와 미디어 문화 커뮤니케이션 연구를 융합한 후속 연구를 통해 다양한 장르와 지역적 맥락을 아우르는 문화콘텐츠 산업의 의미 생산 메커니즘을 지속적으로 탐구할 수 있다.

다만 본 연구는 특정 장르와 사례에 초점을 맞추었으므로, 다양한 문화권과 산업 분야를 포괄하고 정량적 분석 방법을 활용하는 추가 연구가 필요하다. 또한 소비자의 문화적·사회적 맥락에 대한 심층 이해가 더해진다면, 콘텐츠 기호 해석 과정과 산업 발전 전략에 대한 더욱 풍부한 통찰을 끌어낼 수 있을 것이다.

결론적으로, 본 연구는 지역 문화콘텐츠 산업이 문화 기호학적 의미 생산, 디지털 미디어를 통한 확산, 경제·사회적 가치 창출의 복합적 구조를 통해 새로운 가능성을 열어가고 있음을 증명하였다. 이는 향후 정책 수립, 산업 전략 마련, 학문적 연구에 있어 유용한 이론적 근거와 실천적 시사점을 제안하는 토대가 될 것이다.

감사의 글

이 논문은 2024학년도 국립안동대학교 학술연구조성비에 의하여 연구되었음.

참고문헌

- [1] ETRI Performance Promotion Office, *Digital's Vision of the Future, Technologies to Change the World*, Seoul: ETRI Easy IT, 2018.
- [2] Y. M. Lotman, *Cultural Studies and Cultural Semiotics*, S. H. Kim, trans. Seoul: Moonji Publishing Company, 2008.
- [3] H. Y. Yun, *A Study on Content Usage Trends in the Era of Digital Transformation*, 4th ed. Naju, Korea: Korea Creative Content Agency, 2021.
- [4] N. H. Lee, “A Study on the Establishment of Regional-Culture Content and Digital Regional Studies,” *Humanities Contents*, No. 47, pp. 9-23, December 2017. <https://doi.org/10.18658/humancon.2017.12.47.9>
- [5] S. S. Hong, H. Y. Kim, M. J. Byun, M. K. Song, H. R. Sin, G. D. Lee, ... and Y. Choi, *Regional Culture and Content*, Hangukmunhwasa, 2019.
- [6] J. H. Sung, A Study for Promotion Policies That Can Invigorate a Local Content Industry: With a Focus on Support Projects of Content Korea Lab and Content Enterprise Promotion Center, Ph.D. Dissertation, Sangmyung University, Seoul, August 2022.
- [7] B. Anand, *The Future of Content*, Seoul: Leader's Book,

- 2017.
- [8] J. H. Tae, *Spatial Content*, Seoul: Communication Books, 2014.
- [9] C. H. Jo, “Assets of Cultural Contents Inside Local Communities and Developments of Local Industries,” *Journal of Humanities Content*, Vol. 8, pp. 59-82, December 2006.
- [10] J. Howkins, *Creative Economy*, Seoul: FKI Media, 2013.
- [11] C. S. Choi, “Youth Research Trends and Challenges in the Field of Journalism and Broadcasting,” *Studies on Korean Youth*, Vol. 3, pp. 36-47, December 1990.
- [12] E. K. Jang, “Discussion on the Blue Ocean in Media Communication: Focused on Anycall,” *Journal of Korea Design Forum*, No. 12, pp. 245-254, January 2005.
- [13] S. W. Oh, “Media Communication Algorithms, Fairness, and Transparency,” *Journal of the Korean Broadcasting Society*, Jeju: Jeju National University, pp. 151-153, April 2019.
- [14] W. J. Severins and J. W. Tankard, *Communication Theories*, 5th ed. London: Longman Publisher, 2004.
- [15] M. Foucault, *Words and Objects: Archeology in the Humanities*, K. R. Lee, trans. Seoul: Minum Books, 1986.
- [16] S. K. Baek, *Cultural Semiotics and Cultural Contents*, Seoul: Dahal Media, 2004.
- [17] J. H. Sung, “Deriving Local Branding Success Factors Using Regional Content IP: Focusing on the Case of the Development of the Animation <Mom Katuri>,” *Journal of Humanities Content*, No. 69, pp. 137-161, June 2023. <https://doi.org/10.18658/humancon.2023.06.137>
- [18] H. J. Ha, “The Symbolism of Ruins in Makoto Shinkai’s <Suzume>,” *Journal of the Korea Contents Association*, Vol. 24, No. 5, pp. 650-659, May 2024. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2024.24.05.650>
- [19] C. R. Seo and D. H. Choi, “A Study on Regional Cultural Archetypes of Disney’s Animated Films - Focusing on <Raya and The Last Dragon>,” *Proceedings of the Korea Contents Association 2021 Annual Conference*, pp. 69-70, August 2021.
- [20] S. I. Seo, “The Influence of Original and Parody Characters as Tools of Public Communication on the Attachment and Attitude towards the Characters - A Comparison between ‘Goyang-Goyang-Eeee’ and ‘Gwangsoo’,” *Journal of the Korean Design Forum*, Vol. 26, No. 1, pp. 137-146, January 2021. <https://doi.org/10.21326/ksdt.2021.26.1.012>
- [21] E. J. Lee and K. T. Jeong, “A Study on Local Characteristics in Character Tourism Products: Focusing on the Case of Local Limited Chiikawa,” *Journal of Northeast Asian Cultural Studies*, Vol. 1, No. 79, pp. 25-41, June 2024. <http://dx.doi.org/10.17949/jneac.1.79.2.02406.002>
- [22] M. Y. Choi, “A Study on the Utilization of Goods of Cho Ah Yong’s Character in Yongin City and the Development of Local Character,” *Journal of Brand Design Association of Korea*, Vol. 21, No. 2, pp. 345-354, 2023. <https://doi.org/10.18852/bdak.2023.21.2.345>
- [23] J. S. Ryu, M. J. Oh, and E. K. Nam, “Relationship between Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intention According to the Familiarity of Music Contents: Focused on the ‘Night Ocean of Yeosu’,” *Tourism Research Journal*, Vol. 34, No. 8, pp. 55-69, August 2020. <https://doi.org/10.21298/IJTHR.2020.8.34.8.55>
- [24] S. B. Park and J. W. Hong, “A Study of Country Distance on Online Global Diffusion of K-Pop ‘Korean Wave’ Contents: Focused on ‘Kangnam Style’,” *Korean Journal of Business Administration*, Vol. 29, No. 1, pp. 95-113, January 2016. <https://doi.org/10.18032/kaaba.2015.29.1.095>
- [25] Kyunghyang Shinmun. The Eagles’ ‘Hotel California’ [The Birth of a Song] [Internet]. Available: <https://v.daum.net/v/20181021211035008>.



성종현(Jong-Hyun Sung)

2012년 : 경북대학교 정책정보대학원
언론홍보(석사)

2022년 : 상명대학교 일반대학원 글로
벌문화콘텐츠학과(문학박사)

2002년 ~ 2006년: 수중영상연구소 기획팀장

2006년 ~ 2010년: 경상북도 영상위원회 사무국장

2010년 ~ 2012년: 안동영상미디어센터 콘텐츠기획팀장

2012년 ~ 2023년: 경북콘텐츠진흥원 전략기획팀장, 경북콘텐츠
기업지원센터 센터장,

2023년 ~ 현 재: 국립안동대학교 미디어문화커뮤니케이션학과
조교수

※ 관심분야 : 콘텐츠산업(Content Industry), 미디어문화커뮤니
케이션(Media Culture Communication), 콘텐츠
정책(Content Policy)