

창조경제와 문화산업

Creative Economy and Cultural Industry

김종국(백석대학교)

차 례

1. 서론
2. 문화산업의 정의
3. 창조경제와 문화융성
4. 창조경제 관점에서의 문화산업
5. 결론

■ keyword : | Cultural Industry | Creative Economy | Cultural Enrichment |

1. 서론

이 글은 창조경제의 관점에서 문화산업의 육성을 위한 현황과 정책을 살펴본다. 창조경제는 현 정부의 국정 핵심 비전으로 산업과 문화의 융복합을 통해 새로운 부가가치 시장을 창출하기 위한 일종의 정책 개념이다. 창조경제라는 개념은 이미 서구의 학계와 현장에서 일반화되어 미래 산업의 사회문화적, 경제적 가치로 환원된 의미를 갖는다. 영국의 창조산업(Creative Britain), 일본의 지식재산산업(Cool Japan), 중국의 문화산업 발전계획 강령, 유럽연합의 문화·창조산업 이니셔티브 등이 창조경제를 구체화한 문화정책들이다. 이에 대한 대응 방안으로 국내에서도 창조경제를 문화산업 분야에 적극적으로 채택한 것이다. 이 같은 배경에 따라 이 글은 국내 문화산업의 정의로부터, 문화융성의 실제적인 의미, 창조경제와 문화산업의 관계, 문화산업의 육성을 위한 방안을 살펴보고자 한다.

2. 문화산업의 정의

문화산업이란 영화, 만화, 애니메이션, 게임, 비디오 등 오락이나 즐거움 같은 엔터테인먼트의 요소가 상품의 부가가치 형성에 커다란 역할을 하는 산업을 일컫는다. 또는 이윤추구의 목적 여부에 상관없이, 문화와 예술분야에서 창작되거나 상품화되어 유통되는 모든 것들을 뜻하기도 한다[1]. 보다 구체적으로는 영화, 텔레비전, 라디오, 음반, 인터넷, 서적 출판, 잡지 출판, 신문 출판, 광고,

테마파크, 스포츠, 정보 서비스 등 일체의 오락·미디어 산업을 지칭한다[2]. 영국에서는 문화산업 대신에 크리에이티브 산업(creative industry)이라는 용어를 사용하기도 하며, 여기에서 크리에이티브는 새로운 어떤 것을 적극적으로 만들어 낸다는 의미를 갖는다. 영국의 크리에이티브 산업에는 영화, 음악, 공연예술, 출판, 방송, 광고, 건축, 예술 및 골동품, 공예, 디자인, 디자이너 패션, 인터랙티브 소프트웨어 등 13종류의 산업이 포함된다[3]. 미국, 캐나다, 멕시코는 문화산업을 정보산업 분야에 포함시키고 있다. 정보와 문화상품의 배포와 관련되는 산업으로, 영화 및 비디오 프로덕션, 영화 및 비디오 배포, 영화관, 프리 프로덕션 및 포스트 프로덕션 서비스, 기타 영화 및 비디오 산업, 레코드 프로덕션 및 배포, 사운드 레코딩 스튜디오, 라디오 네트워크, 라디오 방송국, 텔레비전 방송, 케이블 텔레비전 네트워크, 기타 케이블 및 프로그램 배포, 도서관 및 기록 보관업, 데이터 프로세싱, 온라인 프로세싱, 신문 출판, 신문 이외의 정기 간행물, 출판, 서적 출판, 기타 출판, 기타 정보 서비스 등이 정보산업분류에 포함된다[4].

국내의 「문화산업진흥기본법」에 명시된 문화산업은 “문화상품의 개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업”으로 정의되고, 문화상품은 “문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화(문화관련 콘텐츠 및 디지털 문화콘텐츠 포함)와 서비스 및 이들의 복합체”로 규정된다[5]. 국내의 문화산업 부문은 정부 또는 민간이 설립하여 운영하는 문화서비스, 영화, 연극, 음악, 기타 예술, 운동 및 경

기 관련 서비스, 기타 오락서비스 등으로 나눈다[6]. 문화서비스 부문에는 정부가 설립하여 운영하는 도서관, 박물관, 미술관, 과학관, 관광명소, 운동경기장, 공원, 해수욕장, 예술단, 공연장 등의 서비스, 민간이 설립하여 운영하는 도서관, 박물관, 미술관, 과학관, 동·식물원 등이 있고, 영화 부문에는 일반 영화, 비디오제작(영화제작), 영화, 비디오의 배급권 획득, 극장, 방송사, 기타 상영자에게 배급(영화배급), 영사시설을 갖춘 야외 또는 실내에서 영화상영, 모니터를 이용한 비디오물 감상실 운영(영화상영) 활동 등이 있고, 연극, 음악 및 기타 예술 부문에는 극장, 음악당, 기타 실연극 공연시설 운영(극장), 연극단체, 무용, 음악 단체, 기타 공연단체 운영(연예단체), 독립적으로 예술활동에 종사하는 예술가(자영예술가)와 조명장치 설치 및 운영, 연극 배경장치 운영, 무대예술 운영업, 입장권 판매시설 운영업 등이 있고, 운동 및 경기 관련 서비스 부문에는 자영 경기인, 경기단체와 후원회, 경기장(관람석을 갖춘)운영, 운동설비운영 등 운동경기에 관련된 서비스 활동이 있고, 기타오락서비스 부문에는 무도장, 유원지, 오락장, 도박장, 경마장, 경륜장 등의 서비스 활동이 있다.

3. 창조경제와 문화융성

창조경제는 2013년 2월 25일 출범한 박근혜 정부의 국정 핵심 비전으로, 창의성을 핵심 가치로 두고 과학과 정보통신기술의 융합을 통해 산업과 산업, 산업과 문화가 융복합해 새로운 부가가치를 창출하는 것을 의미한다. 창조경제는 존 호킨스(John Howkins)의 『창조경제The Creative Economy』(2001)에서 유래한 용어이며, 새로운 아이디어, 즉 창의력으로 제조업과 서비스업, 유통업, 엔터테인먼트산업 등에 활력을 불어넣자는 것이다. 호킨스는 창조경제의 유통화폐는 지식재산이며, 지식재산 없는 창조경제는 의미가 없다고 단언한다. 상상력과 독창적인 아이디어로 이루어진 지식재산이 창조경제를 견인하는 유통화폐의 역할을 한다는 의미로서, 호킨스가 말한 창조경제는 노동집약적인 제조업이 아니라 개인의 창의적인 상상력과 아이디어를 바탕으로 수익을 발생시키는 환경과 사회경제구조를 만들자는 것이다.

창조경제 또는 창조산업에 대한 관심을 집중시킨 것은 1998년 영국문화미디어스포츠부의 창조산업보고서에서 출발한다. 이 보고서에서 창조산업은 개인의 창의성, 기

술, 능력에 기반을 두고 부와 직업 창출, 지적재산의 활용을 갖는 산업으로 정의하며, 광고, 디자인, 음악, 공연, 영화·비디오, 건축, 소프트웨어 등 13가지 분야를 창조산업의 세부 유형으로 제시한다. 창조경제는 사회적 통합과 문화적 다양성을 이루면서 소득 및 수출 증가, 일자리 창출에 기여하며, 기술적·지적재산 관광자원과 연계하는 경제적·문화적·사회적 측면을 내포하고, 창조경제는 거시 및 미시경제 전반을 넘나드는 경제 행위에 기반한 지식연결체이며, 혁신, 다제간 정책반응, 부처간 행위관계에 대한 발전을 유도한다. 이러한 창조경제가 국내의 새로운 경제성장 패러다임으로 제시되면서 창조경제의 의미와 지향점, 이를 실현하기 위한 정책적 수단 등에 대한 논의가 활발하게 이뤄지고 있다[7]. 창조경제에 대한 합의된 정의는 아직 없고 그 개념이 발전과정에 있지만, 많은 국가에서 새로운 정책 패러다임으로 채택하고 있다. 국내에서 창조산업은 기술, 문화, 인문, 예술을 기반으로 한 콘텐츠산업(방송, 영화, 게임, 음악, 출판, 캐릭터)이 융합되고 혼종되어 새로운 창의적 산출물을 생산하는 전 과정을 포함한다[8].

자원고갈, 환경오염, 경제적 불안정 시대에 미래의 지속 가능한 발전모델의 일환으로 추구하는 것이 국내의 창조경제이다. 지속가능한 발전 모델의 필수 요소로 창의성, 창의적인 상상력과 아이디어가 요구된다. 산업경제와 지식경제로 대표되었던 사회경제구조는 창의성, 상상력, 아이디어 중심의 문화기술을 토대로 창조경제로의 패러다임 전환이 이뤄지는 것이다. 창의성이 문화산업의 중흥을 이뤄내고, 국가의 새로운 경제 패러다임을 만들어내려는 시도이다. 새로운 경제 패러다임인 창조경제의 배경에 문화융성이 자리한다. 문화융성은 단순한 정부 운영 방식의 변화를 넘어선 경제와 사회발전 패러다임의 전면적인 변화를 의미하는 것으로, 창조경제와 분리될 수 없는 불가분의 관계이다. 문화의 융성이라 함은 인문, 예술, 콘텐츠, 체육, 관광 등 문화 분야의 역량이 전반적으로 향상되고, 예술가의 창작과 표현의 자유가 보장되며, 시민들의 문화향유권과 사회 내의 문화다양성 확대를 의미한다. 문화를 통한 융성은 문화의 융성이 다른 사회 분야의 발전에 기여하는 것을 말하며, 문화적 자원과 그 속성인 창조성과 다양성이 정치, 경제, 사회, 기술, 공동체, 역사, 국제교류 등 21세기 창조국가 성장의 중요한 동력으로 활용된다[9]. 창조경제의 핵심으로 문화융성은 문화적 가치가 산업 전반에 스며들 때 창조적 파급효과

를 가져올 수 있으며, 특히 아이디어 중심의 문화산업이 창조경제를 대표하는 분야로서, 문화적 가치의 보편화가 선행되어야 그 문화적 가치가 산업 전반에 적용될 수 있다는 전제를 갖는다. 문화의 융성과 문화를 통한 융성은 창조경제를 만들어내는 새로운 경제 패러다임의 모델을 제시하는 프로젝트이다.

4. 창조경제 관점에서의 문화산업

창조경제와 문화융성의 토대는 문화와 예술이며 문화와 예술을 통한 창의성 증진에 있다. 문화와 예술이 상상력과 아이디어를 통해 콘텐츠화됨으로써 새로운 경제의 패러다임을 창출해내고 궁극적으로는 복지와 연계된다. 문화콘텐츠를 통한 지식과 즐거움의 향유가 창의성, 상상력, 아이디어 증진으로 자연스럽게 순환되는 과정이 창조경제의 원천이다. 이것은 상상력 기반의 문화산업 육성을 통해 아이디어에서 콘텐츠로, 다시 새로운 아이디어에서 콘텐츠로 이어지는 창조경제의 선순환구조를 이루려는 것이다. 문화산업의 지속적인 성장에 따른 문화콘텐츠 중심의 창조산업에 대한 집중적 투자 및 지원이 이루어지고 있다는 사실은 문화예술의 경제적 가치에 주목하게 만든 중심요인이다. 무에서 유를 만들어내는 창조경제는 상상력과 아이디어가 핵심 요소이다. 상상력과 아이디어는 문화산업의 원천이다[10]. 결국 창조경제의 핵심은 상상력과 아이디어 중심의 문화산업, 즉 창조산업 문화산업인 셈이다. 창조경제와 문화융성의 관점에서 문화산업은 문화융성을 통한 국민행복 추구하고 관련되며, 경제성은 창조경제를 통한 지속가능한 경제 발전과 국민행복의 구현에 있는 것이다. 문화산업은 창조경제와 문화융성을 도모하는 핵심 기제이다.

국외의 문화정책은 경제성장의 미래를 준비하기 위한 창조경제와 창조산업을 도입해 시행하고 있다. 상상력과 창의성이 과학기술과 ICT와 접목되어 새로운 산업과 시장으로 확대되고 있다. 문화예술을 바탕으로 상상력과 아이디어를 활용한 창조경제를 선도적으로 이끌어가고 있는 해외의 주요 국가들은 문화적·사회적 환경이 변화함에 따라 이에 맞는 새로운 문화정책의 방향을 새롭게 정립하고 있다. 영국의 창조산업(Creative Britain), 일본의 지적재산산업(Cool Japan), 중국의 문화산업 발전 계획 강령, 유럽연합의 문화·창조산업 이니셔티브 등이 변화된 문화정책들이다.

이들 국가들의 핵심 전략은 정부와 민간의 역할을 강조하면서, 문화산업 발전을 위한 상생 모델 환경을 구축하고 있다는 점이다. 대기업과 중소기업 간, 제조업과 서비스업, 기초예술과 전통문화, 미디어·기기와 서비스 간의 상생발전을 지원하고 콘텐츠 라이선스 비즈니스 및 머천다이즈 활성화를 이끌면서, 글로벌 고품질 콘텐츠 제작을 통해 해외 시장 진출을 도모한다[11]. 변화된 국외의 문화산업 전략에 따라 국내에서는 정부 차원의 혁신적인 지원 정책, 콘텐츠산업의 선순환 구조 구축, 글로벌 콘텐츠 제작시스템 구축 지원, 콘텐츠 연계 상품구매 활성화를 위한 제도 개선 등이 요구되고 있다. 또한 글로벌 시장전략으로서 글로벌네트워크형 비즈니스 전략이 필요하다. 글로벌콘텐츠가 세계시장에서 수용되기 위해서는 국제 트렌드에 적합한 보편적 소재, 스토리텔링, 기획 및 제작이 필수적이며, 이를 위해서 글로벌네트워크 비즈니스를 통해 해외 공동기획 및 소재 개발, 제작 및 투자, 유통 등에 있어서 합작 또는 현지화 전략이 필수적이다. 디지털융합 등의 영향으로 산업별 구분이 낮아지고 있기 때문에 장르 중심에서 기능 중심으로의 정책 영역별 지원을 강화할 필요가 있다. 콘텐츠 중심의 비즈니스 지원 강화로 문화, 예술, 관광, 제조업 등으로 파급효과를 확대하고 저작권 보호와 같은 기본적인 문화산업 성장 인프라를 갖추는 것이 요구된다. 무엇보다 종합적인 지원기구 및 통합적 문화산업 진흥체계 구축이 우선되어야 한다.

문화산업 비즈니스 모델 구축을 위해서는 핵심 콘텐츠 산업의 경제적 파급효과를 극대화하기 위해 종합적인 지원기구가 필요하며 통합적 콘텐츠진흥체계 구축이 요구된다[12]. 문화산업진흥을 위한 정부의 지원확대와 함께 민간 부분의 창의성과 자율성이 중요한 문화산업의 특성을 감안해 기업의 참여 채널을 체계화해야 한다. 문화산업은 문화예술의 토대 위에서만 경쟁력을 가질 수 있다. 기초예술과 인문학에 대한 지원을 통해 콘텐츠자원을 튼튼하게 하는 것이 필요하며, 산업적 측면과 창작적 측면을 균형 있게 고려하는 지원정책이 요구된다. 이를 위해 중앙부처, 지방자치단체, 민간조직 간의 거버넌스 구축이 선행되어야 한다. 문화산업은 국가의 지원정책만으로는 발전할 수 없는 시대적 산업적 특성을 가지고 있으며 문화산업진흥을 위한 정책은 규제와 지원을 넘어 문화산업에 관한 법, 기술시장, 문화의 역동성을 고려한 다양한 거버넌스가 필요하다[13].

5. 결론

마지막으로, 국내외 창조경제와 문화산업의 정책 방향을 배경으로 현재 정부와 민간이 추진 중인 사례를 소개하는 것으로 이 글을 마무리하고자 한다. 정부와 민간 합동으로 시행 중인 문화창조융합벨트는 문화산업 발전을 위한 구체적인 운영 사례이다. 문화산업의 생태계를 구축하여, 제조업과 정보통신 등 기술 중심에서 문화산업으로 창조경제의 영역을 확대시키려는 방안이다. 문화창조융합벨트는 문화콘텐츠 분야 64개의 기업과 정부기관이 참여해 문화창조융합센터, 문화창조벤처단지, 문화창조아카데미, K-컬처밸리 등을 거점으로 문화콘텐츠의 기획-제작-구현-재투자자가 이뤄지는 선순환 체계를 구축한다는 계획이다. 문화창조융합센터, 문화창조벤처단지, 문화창조아카데미, K-컬처밸리가 상호 유기적인 관계를 구축하면서 문화융성을 위한 생태계를 이루기 위한 것이다.

구체적으로 문화융성위원회 산하에 민관 합동 문화창조경제특별위원회가 구성되어 문화창조융합벨트를 총괄 기획하고 구축한다. 문화창조융합센터는 다양한 문화콘텐츠 기업·육성기관 및 창조경제혁신센터와 연계해 융복합 콘텐츠 기획의 네트워크 생태계를 구성하며, 문화창조벤처단지와 문화창조아카데미는 민간 법률·특허·컨설팅·홍보 등의 서비스를 집적하고 민간 기업·연구기관과의 협력 기능을 강화한다. K-컬처밸리는 제주 중문단지 융복합공연장 등 민관이 조성하는 콘텐츠 구현시설과 연계해 문화콘텐츠 관광 프로그램으로 확대되며, 문화콘텐츠 프로젝트와 창업·벤처 기업의 육성을 위해서 산업은행, 수출입은행, 신용보증기금, 기술보증기금 등의 정책 금융기관이 문화콘텐츠 기업의 성장 단계별로 지원한다는 방안이다.

- [6] 유승훈 외, 『문화오락서비스산업의 경제적 파급효과』, p.222, 2008.
- [7] 대외경제정책연구원, 『주요국의 창조경제 추진사례와 시사점』, 2013.
- [8] 고정민 외, 『창조경제시대 지역콘텐츠산업 발전전략』, 문화체육관광부, p.3, 2012.
- [9] 한국문화예술위원회 외, 『문화융성의 시대, 문화예술의 미래』, 문화융성컨퍼런스자료집, 2013.
- [10] 박종택, 『창조경제 시대의 문화산업 비즈니스 사례 모델 연구』, 『문화콘텐츠연구』, No.2, 2013.
- [11] 김원제 외, 『OECD 주요 국가의 콘텐츠산업 및 정책 현황 비교』, 문화체육관광부, 2010.
- [12] 유영철 외, 『창조경제활성화를 위한 콘텐츠산업정책 방안 연구』, 문화체육관광부, 2013.
- [13] 고정민 외, 『창조경제시대 지역콘텐츠산업 발전전략』, 문화체육관광부, 2012.

저자 소개

● 김 중 국(Jong-Guk Kim)

정회원



- 2003년 2월 : 동국대학교 연극영화학과(문학 박사)
- 2011년 3월 ~ 현재 : 백석대학교 문화예술학부 교수
- <관심분야> : 영상이론 및 제작

참고 문헌

- [1] John Howkins, The Creative Economy: How people make money from ideas, London, Penguin, 2001.
- [2] Price Waterhouse Coopers, Global Entertainment and Media Outlook 2004-2008, p.7, 2003.
- [3] Richard E. Caves, Creative Industries, Boston: Harvard Univ. Press, 2002.
- [4] Joseph C. Tardiff; Mary Alampi, Information Industry Directory, New York: Gale Group, 1997.
- [5] 『문화산업진흥기본법』 제2조 1-2항.