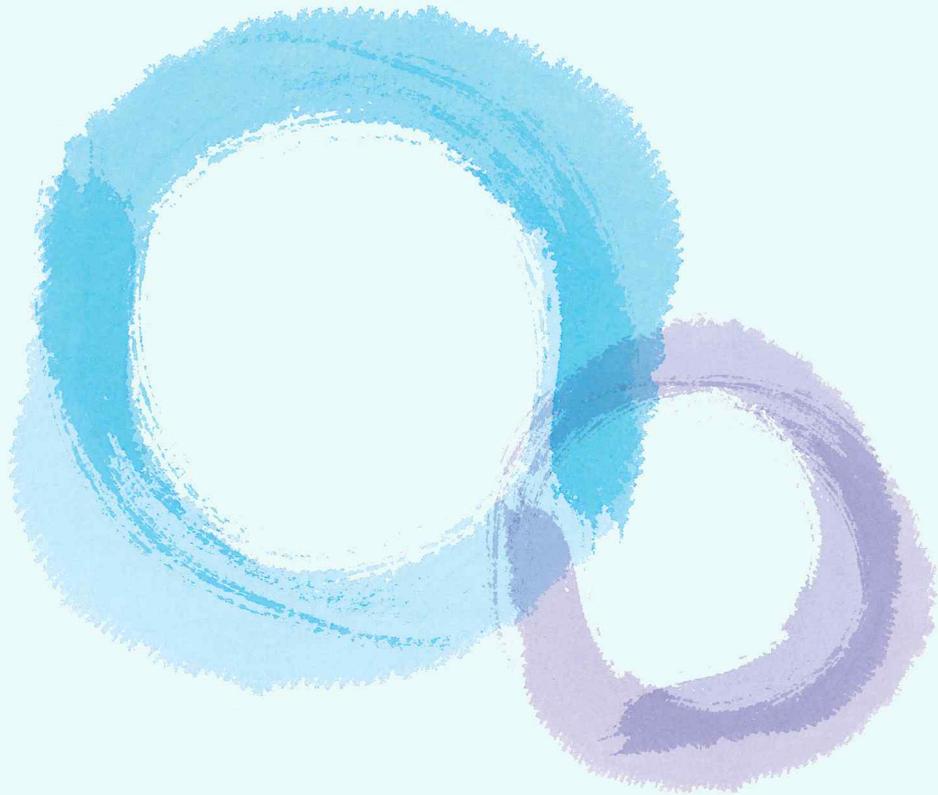


경제·인문사회연구회 미래사회협동연구총서(창조경제 종합연구) 13-01-03

문화콘텐츠산업을 통한 창조경제 구현 방안

한국문화관광연구원 이용관 외

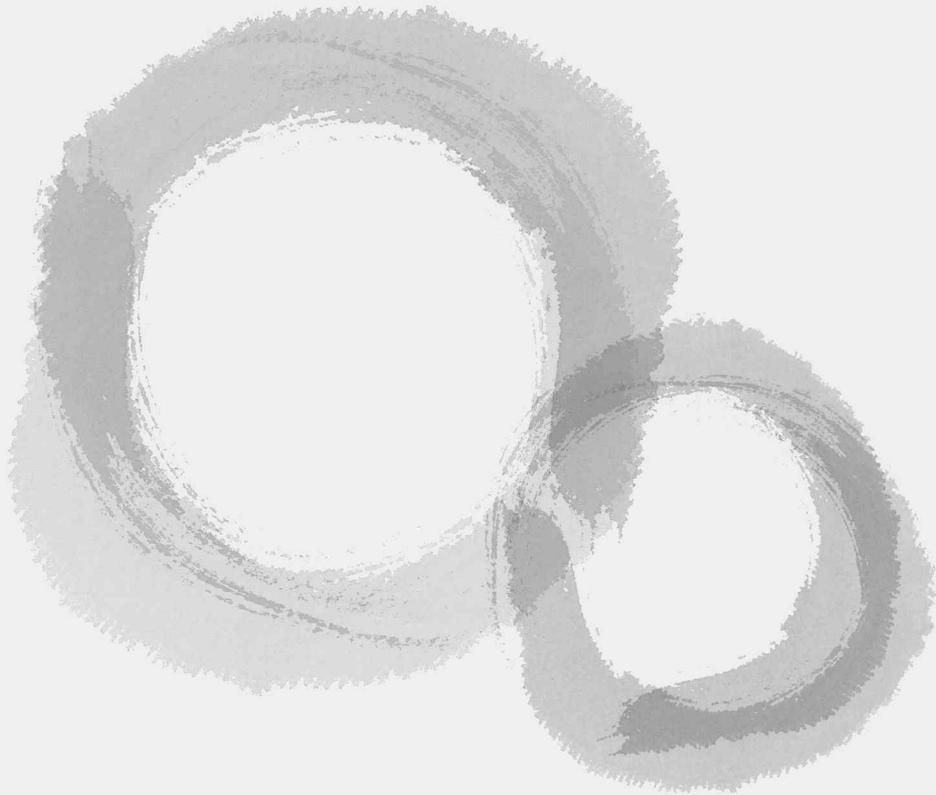


경제·인문사회연구회
NATIONAL RESEARCH COUNCIL FOR ECONOMICS, HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

경제·인문사회연구회 미래사회협동연구총서(창조경제 종합연구) 13-01-03

문화콘텐츠산업을 통한 창조경제 구현 방안

한국문화관광연구원 이용관 외



경제·인문사회연구회
NATIONAL RESEARCH COUNCIL FOR ECONOMICS, HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

경제·인문사회연구회 미래사회협동연구총서
“창조경제 구현방안 연구”

1. 협동연구총서 시리즈

협동연구총서 일련번호	연구보고서명	연구기관
13-01-03	문화콘텐츠산업을 통한 창조경제 구현 방안	한국문화관광연구원

2. 참여연구진

연구기관	연구책임자	참여연구진
한국문화관광연구원	이용관 연구원(총괄책임자)	김규찬 책임연구원 박찬욱 책임연구원 김혜인 위촉연구원 류계진 위촉연구원 문소라 위촉연구원 김나원 연구보조원

제 출 문

경제·인문사회연구회 이사장 귀하

본 보고서를 “문화콘텐츠산업을 통한 창조경제 구현 방안”의 최종보고서로 제출합니다.

2013년 6월
한국문화관광연구원
원 장 박 광 무

요 약

많은 미래학자들은 후기 지식사회의 핵심경쟁력의 원천을 창조성으로 보고 있다(Jensen 2001; Pink 2005). 지식과 정보에 기반을 둔 지식경제 시스템이 창조성이 경쟁력의 핵심이자 부의 창출기반이 되는 창조경제 시스템으로 전이되고 있다. 이러한 창조경제 실현을 위해서는 정보지식사회의 단계에서 고려된 지식과 인적자본 축적을 넘어 창조성과 혁신이 지속적으로 창출될 수 있는 체계를 갖추는 것이 중요하다. 본고에서는 부분적인 각론 수준에서 이루어지는 창조경제의 개념과 범주에 대한 논의를 넘어 창조성과 혁신이 지속적으로 창출될 수 있는 체계와 문화콘텐츠 차원에서 창조경제를 구현하기 위한 실천적 방안을 제시하고자 한다. 우선 창조경제의 체계를 도출하기 위해 창조경제의 전형으로 제시되고 있는 문화콘텐츠산업의 핵심 요소와 구조를 분석하고, 창조성을 중심으로 창조경제의 구조를 분석하고자 한다. 또한 문화와 과학기술이 융합되어 산업적 가치를 창출하고 있는 문화콘텐츠산업의 발전 방안을 통해 창조경제 구현을 위한 실천적 방안을 제시할 것이다.

존 호킨스는 창조경제를 창조성으로부터 창출되는 경제적 가치가 있는 상품이나 서비스가 거래되는 경제로 정의하고 토지나 자본이 아닌 인간의 아이디어가 가장 중요한 투입과 산출이라고 제시한 바 있다. 또한 유엔무역개발회의(UNCTAD)는 창조경제 시대에는 과학, 문화, 경제, 기술 등 다양한 분야에서 창조성이 요구되며, 국가를 지탱하는 4개의 자본(사회, 인력, 문화, 제도)에 창조성이 발휘될 때 산업의 부가가치를 높이고 국민의 삶의 질을 향상시킬 수 있다고 보고하고 있다.

창조경제는 다양한 학자, 기관, 국가차원에서 논의되고 있지만 결국 창조적 활동과 창조적 산업을 포함하는 개념이라고 할 수 있다. 이에 창조성을 기반으로

무형의 서비스와 유형의 제품을 제공하는 산업형태인 문화콘텐츠산업은 창조경제의 개념과 특징, 해당 산업군과 중첩되는 부분이 많아 창조경제의 특성을 나타내는 대표적인 산업이라고 할 수 있다. 문화콘텐츠산업에서는 창조적 자원인 창의인력, 문화자원, 문화기술, 사회적 환경이 융합·활용되어 문화콘텐츠라는 결과물이 나오게 되고 창조된 문화콘텐츠는 유통·소비될 뿐만 아니라 타장르·타산업에 결합·활용되어 새로운 가치를 창출한다. 그리고 문화콘텐츠는 저작권을 기반으로 가치가 발현되므로 창작물의 보호와 이용 활성화가 조화로운 균형을 이룰 때 산업이 지속 발전할 수 있는 선순환 구조가 구현된다.

이와 같이 창조경제도 인적자원, 창조성을 평가하고 받아들이는 사회·제도적 자원, 문화적 자원, 기술적 자원과 같은 창조적 자원을 활용하여 창조적 결과물을 생산한다. 생산된 창조적 결과물은 일반적인 상품과 서비스를 넘어 다양한 가치를 창출하면서 파급효과를 유발하게 된다. 또한 창조경제 시스템 내부에서 창조적 자원의 해당 주체들이 창조성을 최대한 활용할 수 있는 체계와 함께 지속적으로 창의적 주체로서의 역할을 할 수 있는 선순환 체계가 구성되어야 한다.

결국 창조경제의 구현은 창조산업의 핵심 영역이라고 볼 수 있는 문화콘텐츠산업의 지속가능성을 실현시킬 수 있는 체계 구축과 일맥상통한다고 볼 수 있다. 창조경제 구현을 위해서는 문화와 과학기술, 문화와 경제발전의 연계가 활성화되어야 한다. 즉 창조경제의 핵심 요소인 창조성이 인간의 전뇌적 사고에 의해 창출되는 것과 같이 창조경제의 구현에서 이분법적으로 고려되어지는 문화적 요소와 과학기술적 요소가 융합 발전할 수 있는 환경이 중요하다. 또한 창조경제가 지속가능하기 위해서는 한쪽 영역에 매몰되지 않고 두 영역의 가치를 극대화하는 방향으로 두 영역이 융합 발전하는 구조의 형성이 선행되어야 한다.

문화콘텐츠는 문화와 과학기술의 융합의 결과이다. 이는 문화콘텐츠의 정의를 통해 확인할 수 있다. 문화콘텐츠란 창의력, 상상력을 원천으로 하는 문화적 요소가 체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품을 의미한다. 즉 문화콘텐츠는 상품이면서 감동, 상상력, 생활양식, 가치관, 예술성 등 정신적, 감성적 가치를 담

고 있는 복합적 문화상품이라는 것이다. 하나의 문화콘텐츠가 제작되기 위해서는 소재(스토리 등), 인력, 기술, 자본 및 인프라 등의 투입요소가 필요하다. 특히 소비자에게 전해줄 메시지를 담고 있는 소재는 여러 가지 정보와 지식, 그리고 소재 제공자의 상상력과 가치관의 융합 결정체이다. 결국 문화콘텐츠는 사람들에게 단순히 기술과 편리가 아닌 지식과 경험을 전달하고 감성을 자극하기 때문에 핵심 투입요소도 다양한 요소들이 융합되게 된다. 창의적인 제작인력들에 의해 소재들은 소비자들에게 최대한 의미 있는 상품과 서비스로 인지 될 수 있도록 구현된다. 이러한 과정에서 과학기술은 문화콘텐츠가 소비자들에게 효과적으로 체험 또는 활용할 수 있도록 하는 중요한 수단이 된다. 결국 모든 투입요소들이 화학적 결합을 하여 각 요소들을 명확하게 구분할 수 없는 문화콘텐츠는 인력들의 창조성을 기반으로 문화와 과학기술이 융합되어 창출된 결정체인 것이다.

창조경제의 구조와 핵심요소, 문화와 과학기술이 융합 발전하는 창조경제의 체계 등을 고려할 때 창조경제의 축소판이라고 볼 수 있는 문화콘텐츠산업을 통해 창조경제 구현을 위한 실천적 방안을 제시할 수 있다.

문화콘텐츠산업의 지속 발전을 위해서는 문화콘텐츠산업의 자체 경쟁력을 높이고 다른 분야와 연계를 강화하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 문화콘텐츠 생산자 자체의 역할과 함께 이 부분에 대한 지식과 전문성을 가진 외부의 역할 수행이 동반되어야 한다. 문화콘텐츠산업을 지원하는 조직은 문화콘텐츠를 창출하는 핵심요소에 대한 이해와 이에 대한 활용뿐만 아니라 발굴·보존·가공의 역할을 동시에 수행할 수 있어야 한다. 특히 문화적 요소(문화자원) 영역은 공공재, 문화재적 특성이 공존한다는 차원에서 전문성이 더 요구된다. 그리고 논리적·이성적 사고능력이 중시되는 정보화시대에서 직관적·감성적 능력이 중시되는 새로운 시대로 전환되면서 창의적인 아이디어와 독창적인 상상력으로 무장한 창의 인재 양성을 통하여 문화콘텐츠산업의 혁신을 유도하는 것이 필요하다. 혁신 체계도 과학기술영역 뿐만 아니라 인간의 감성과 경험, 인문학적 요소를 고려함으로써 기능적인 만족과 함께 감성적, 심미적 만족감인 행복을 창출해 낼 수 있

도록 해야 한다.

이러한 문화콘텐츠를 창작하는 데 필요한 투입 요소들과 함께 창출된 문화콘텐츠가 시장에서 소비·활용되고 새로운 가치를 창출할 수 있도록 융합 발전할 수 있는 체계가 중요하다. 문화콘텐츠가 소비단계로 연결되지 않으면 창작 인력과 기초 자원들이 지속적으로 문화콘텐츠 산업으로 유입될 수 있는 경로가 없어지게 된다. 결국 문화콘텐츠 창작 환경 안에서 창업과 창작 활동이 활발하게 일어날 수 있도록 지원해야 한다. 또한 정부는 기업의 영세성 등으로 인해 창작 활동이나 시장 참여가 제한되는 부분을 해소하고 이들의 시장 진입이 활성화될 수 있도록 활성화적 역할을 해야 한다. 이는 문화콘텐츠산업은 다양성을 기반으로 하며 창작자들이 지속적으로 진입할 수 있는 있는 환경이 문화콘텐츠 생태계 구성에 있어 가장 중요한 요소이기 때문이다. 끝으로 문화콘텐츠산업을 구성하는 다양한 연계구조가 선순환적으로 이루어지는 구조의 형성이 필요하다. 이를 위해서는 정부는 창조적 결과들이 창조적 자원부문으로 원활하게 유입되는 환경이 조성될 수 있도록 법제도들을 지속적으로 마련·개선해야 하며, 시장 참여자들이 공정하게 경쟁할 수 있도록 중재적 역할을 해야 한다.

Abstract

Study on the plan for actualizing creative economy through cultural contents industry

This study aims to provide a system where both creativity and innovation can be constantly created, and to provide practical plans to actualize creative economy through examining the plans to develop cultural contents industry which is the outcome of converging culture and technology and is considered as a core industry of creative economy, going beyond the current partial discussion on definition and scope of creative economy.

This paper is arranged as follows: In the 2nd chapter, based on various discussions on creative economy, this paper redefines its relationship with the cultural contents industry, and through analyzing the cultural contents industry, it provides the key elements and structure necessary to actualize creative economy. In the 3rd chapter, cases and systems of converging and developing culture and scientific technology are presented. Cultural contents are especially the outcome of converging culture and technology, so it displays the harmony of the two areas that realize creative economy. In addition, this paper reinforces the necessity of convergence of culture and scientific technology by presenting the ecosystem of cultural contents industry. In the 4th chapter, it provides practical plans to actualize creative economy through examining plans to develop cultural contents industry. Finally, chapter 5 presents the summary and conclusion.

For the sustainable development of cultural contents industry, it is important to strengthen its self-competitiveness and reinforce its links with other fields. As a practical measure for this, this paper proposes policies on culture resources, creative talent, innovative technology, and creators' market entry conditions etc which are the input factors of the culture contents industry. It also presents the role of the government in creation of an environment for fair trade, establishing a virtuous cycle of linkage system, making an environment whereby culture contents can be used or spread to diverse fields.

목 차

요 약	1
제 1 장 서 론	11
제 2 장 창조경제 패러다임과 문화콘텐츠산업의 역할	14
제 1 절 창조경제 시대의 도래	14
1. 새로운 시대로의 이행	14
2. 창조경제의 의미	16
3. 창조경제의 대두 배경	18
제 2 절 창조경제와 문화콘텐츠산업의 관계	20
1. 창조경제의 전형으로서의 문화콘텐츠산업	20
2. 문화콘텐츠산업의 핵심요소와 구조	24
제 3 절 창조경제의 핵심요소와 구조	25
1. 창조성의 개념	25
2. 창조경제 핵심요소와 구조	29
제 3 장 문화와 과학기술이 융합·발전하는 창조경제	55
제 1 절 문화와 과학기술의 융합 패러다임	55
1. 창조경제의 양대 축으로써 문화영역의 강조	55
2. 문화예술과 과학기술의 융합	57
제 2 절 문화와 과학기술 융합의 결과 문화콘텐츠	60
1. 문화콘텐츠산업과 ICT 산업의 비교	60
2. 문화와 과학기술이 상호작용하는 문화콘텐츠산업의 생태계	65

제 4 장 창조경제 구현을 위한 실천적 방안	70
제 1 절 개 요	70
제 2 절 문화콘텐츠산업 발전을 위한 정책 방안	71
1. 창작 자원 기반 강화	71
2. 융합 창의 인재 양성	76
3. 문화콘텐츠 혁신체계 구축	80
4. 문화콘텐츠 창작기회 제공(창업·창직 활성화)	84
5. 문화콘텐츠산업의 융합 지원	87
6. 선순환 구조 구축(공정거래, 저작권)	90
제 5 장 요약 및 결론	94
참고문헌	99

표 목 차

〈표 2-1〉 창조산업의 정의	21
〈표 2-2〉 칙센트미하이·와이스베르그의 창조성 개념의 비교	27
〈표 2-3〉 플로리다의 창조계급 분류	31
〈표 2-4〉 스테른베르그·루바트가 제시한 창조성 발현의 기본요인	33
〈표 3-1〉 문화콘텐츠산업 vs. ICT산업	64
〈표 5-1〉 문화콘텐츠산업 발전을 위한 정책 방안	93

그 립 목 차

[그림 2-1] 문화콘텐츠산업과 창조경제의 관계	23
[그림 2-2] 문화콘텐츠산업의 핵심요소와 구조	24
[그림 2-3] 칙센트미하이가 제시한 창조성의 정의	26
[그림 2-4] 사회적 관점의 창의적 상호작용	29
[그림 2-5] 아마빌레의 창조성 발현을 위한 핵심요인들	33
[그림 2-6] 창의적 업무환경 지각에 대한 개념적 모델	34
[그림 2-7] 노나카의 SECI 모델	38
[그림 2-8] 지식창조를 위한 4가지 종류의 사회 제도적 플랫폼	39
[그림 2-9] 창조경제의 핵심요소와 구조	54
[그림 3-1] 융합의 시대 전뇌적 사고	56
[그림 3-2] 문화콘텐츠, ICT, 소비자의 연계 구조	68
[그림 4-1] 문화콘텐츠산업의 창업 생태계	86
[그림 5-1] 문화콘텐츠산업 발전 모형	98

제 1 장 서 론

인류의 역사는 기술의 진화, 사회적 가치의 변화와 같은 여러 핵심 동인들에 의해 발전을 이루어 간다. 한국을 비롯한 선진국들은 산업화 시대에는 제조업을 성장동력으로 하여 국가 발전을 이루었으며, 정보통신 기술의 발전으로 정보화 및 지식집약화 시대에 들어선 후에는 정보와 지식을 기반으로 한 혁신이 경제성장의 원동력으로 작용하였다. 최근에는 창조성과 상생·협력을 기반으로 하는 창조경제(creative economy) 체계로의 전환에 대한 논의가 확산되고 있다.

창조경제시대는 스마트한 변혁과 인본주의를 바탕으로 사회문화적 가치를 창출하는 부문들이 이끌어 나갈 것이며, 그 기반에는 창조성을 중심으로 문화, 예술, 과학기술 등이 융합 발전하는 체계가 존재한다. 이미 20년 전 노무라종합연구소는 창조시대를 예견하고, 창조사회에서는 인간의 두뇌가 창조라는 고급 기능을 개척하고 국가는 문화력(文化力)을 배양해야 함을 강조한 바 있다. 또한 2000년대 초부터 다양한 학자들에 의해(Howkins 2001; Florida, 2002) 창조경제의 개념과 핵심 요소 등이 보다 구체적으로 명시되면서 다양한 경제·사회 현상들이 설명되고 있다. 유엔무역개발회의(UNCTAD, 2010)는 이제 국가의 근간은 창조성이라고 단언하고 있다. 창조경제 시대에는 과학, 문화, 경제, 기술 등 다양한 분야에서 창조성이 요구되며, 국가를 지탱하는 4개의 자본(사회, 인력, 문화, 제도)에 창조성이 발휘될 때 산업의 부가가치를 높이고 국민의 삶의 질을 향상시킬 수 있다고 보고 있는 것이다. 창조경제의 개념과 구조는 계속해서 진화하고 있지만 이미 시대는 과거의 생산 요소의 투입과 지식의 집적만으로는 설명하지 못하는 다양한 현상들을 체험하고 있다. 또한 다양한 국가와 기관에서 창조경제를 구현하기 위한 새로운 경쟁이 가속화되고 있다.

박근혜정부의 국정기조로 창조경제가 주창되면서 이에 대한 다양한 논의가 활발하게 진행 중이다. 이는 창조경제가 산업화시대, 정보화시대, 지식기반경제를 잇는 새로운 패러다임으로 받아들여지고 있으며, 창조경제의 구현이 미래 국가 경쟁력과 성장 동력 확보에 중요하다고 판단되기 때문이다. 특히 새 정부에서는 창조경제의 개념을 범 국가차원으로 확장하고 이를 구현하기 위한 핵심 축을 과학기술과 정보통신기술(ICT)에 두고 있다는데 그 특징이 있다. 현 정부의 창조경제는 문화와 경제 발전의 관계를 강조한 영국이나 EU의 창조경제¹⁾보다 광의적 개념에서 논의되고 있다고 할 수 있다.²⁾

지역별, 국가별로 창조경제의 범위와 핵심 동인은 상이할 수 있으나, 제반자원을 창조적으로 활용하여 창조적 상품과 서비스를 창출하는 체계라는 기본 개념과 경제 활성화와 일자리 창출이라는 정책목표는 공통적이라고 할 수 있다. 결국 창조경제를 실현하기 위해서는 산업사회의 핵심 투입요소였던 인력과 자본, 지식정보사회로의 이행 단계에서 핵심적으로 고려되었던 지식과 인적자본 축적 등을 넘어 창조성과 혁신이 지속적으로 창출될 수 있는 체계를 갖추는 것이 중요하다.

본고에서는 부분적인 각론 수준에서 이루어지는 창조경제의 개념과 범주에 대한 논의를 넘어 창조성과 혁신이 지속적으로 창출될 수 있는 체계와 문화콘텐츠 차원에서 창조경제를 구현하기 위한 실천적 방안을 제시하고자 한다. 우선 창조경제의 체계를 도출하기 위해 창조경제의 전형으로 제시되고 있는 문화콘텐츠산업³⁾의 핵심 요소와 구조를 분석하고, 문화콘텐츠산업의 발전 방안을 통해 창조

-
- 1) 영국 등을 중심으로 논의되어 온 창조경제의 개념은 문화와 경제 발전의 관계를 강조하고 이러한 관계가 창조적으로 구현된 형태를 창조산업과 창조도시(지역)로 표현하였다.
 - 2) ‘창조경제는 과학기술과 산업이 융합하고, 문화와 산업이 융합하고, 산업간의 벽을 허문 경계선에서 창조의 꽃을 피우는 것입니다. 기존의 시장을 단순히 확대하는 방식에서 벗어나 융합의 터전 위에 새로운 시장, 새로운 일자리를 만드는 것입니다.’ (2013.02.23. 박근혜 대통령 취임사 중)
 - 3) 국가별로 창조산업은 다양한 용어로 사용되고 있으며 그 개념 및 범주도 약간 상이하다. 창조산업은 개념적으로는 ‘콘텐츠+기능성+문화생활’을 범위로 하며, 문화콘

경제 구현을 위한 실천적 방안을 제시할 것이다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 다음 장에서는 창조경제에 대한 다양한 논의를 바탕으로 문화콘텐츠산업과의 관계를 재정립하고 문화콘텐츠산업의 분석을 통해 창조경제 구현에 필요한 핵심요소와 구조를 제시하려고 한다. 3장에서는 문화와 과학기술이 융합 발전하는 체계와 사례를 제시하였다. 특히 문화콘텐츠는 문화와 과학기술이 융합되어 창출된 결과물로서 창조경제 구현을 위한 두 영역의 조화를 보여준다. 또한 문화콘텐츠산업의 생태계를 제시함으로써 문화와 과학기술의 융합의 당위성을 강화하였다. 4장에서는 창조경제의 핵심 산업으로 고려되고 있는 문화콘텐츠산업의 발전방안을 통해 정부차원에서의 창조경제 구현 방안을 제시하였다. 문화콘텐츠산업의 지속 발전을 위해서는 문화콘텐츠산업의 자체 경쟁력을 높이고 다른 분야와 연계를 강화하는 것이 중요하다. 이를 위한 실천적 방안으로 문화콘텐츠산업의 투입 요소인 문화자원, 창의인재, 혁신기술, 그리고 창작자들의 시장 진입 여건 등에 대해 정책을 제시하였다. 또한 문화콘텐츠가 다양한 대상과 분야에 활용되거나 확산될 수 있는 환경 조성, 연계구조의 선순환 구조 정립과 공정거래 환경 조성을 위한 정부의 역할에 대해 제시하였다. 마지막으로 5장은 요약 및 결론이다.

텐츠, 관광, 레저, 스포츠, 전시 및 박물관, 문화유산, 컨벤션, 페스티벌 등이 포함된다. ‘문화’를 더 광의로 해석한다면 교육, 과학기술 R&D, 도시환경 등 지식기반산업과 중첩되는 부분이 많다.

제 2 장 창조경제 패러다임과 문화콘텐츠산업의 역할⁴⁾

제 1 절 창조경제 시대의 도래

1. 새로운 시대로의 이행

미래 사회에서 새롭게 주목해야 할 가치로 ‘행복’, ‘창의력과 상상력’, ‘정의와 공정성’, ‘지속가능성’ 이 제시되고 있다.⁵⁾ 첫째, 행복은 가장 기본적이면서도 지속적으로 주목해야 할 가치라고 할 수 있다. 현재는 자본주의로 대표되는 돈에 대한 가치가 매몰되어 다양한 부정적 요소가 표출되고 있으며 미래에는 자본가뿐 아니라 사회 구성원 한명 한명의 행복 추구에 대한 욕구가 더욱 커질 것으로 전망되면서 행복한 경험에 대한 중요성은 점차 증대될 것이다. 이는 단순히 소유 및 자본적 풍요를 통한 행복이 아니라, 자아실현, 경험, 연대 등을 통해 얻어지는 행복에 대한 중요성이 부각됨을 의미한다. 둘째, 창의력과 상상력에 대한 중요성이 확대될 것이다. 인간은 경제적 이익보다는 즐거움을 우선적으로 추구하는 본성을 보유하고 있으며, 물질적 풍요가 뒷받침된 이후에는 이런 습성이 더욱 강화되고 있다. 미래에는 합리주의가 만들어내는 가치보다 취향□기질 등 새로운 요소들이 부각될 것이고, 그 기저에는 창의력과 상상력이 자리하고 있다. 또한 단순한 감성 자극을 뛰어 넘어 인간의 감성을 자동 인지하고 다양한 개인 맞춤형 서비스를 제공하도록 기술이 발전될 것으로 전망되고 있다. 셋째, 사회적 풍요가 확대될수록 불균형, 양극화로 인한 공정성 및 정의, 협력과 상생에 대한 가치가

4) 본 장의 내용은 저자가 작성한 보고서 ‘창조경제와 콘텐츠사업의 일자리 창출 및 경제적 파급효과(2013, 한국콘텐츠진흥원)’를 정리한 것이다.

5) 한국정보화진흥원(2010. 4), 오피니언 리더가 전망하는 한국의 미래와 신 가치

증대될 것이다. 정의와 공정성은 출발과 과정의 공정 경쟁과 공평한 기회보장을 의미한다. 기술의 발전과 산업 전반의 융합화 진행은 기업의 사회적 관계와 복잡성을 증대시키면서 구성 개체들의 생존조건에 대해 근본적으로 재인식을 요구하게 되었고 최근 공진화, 협력적 경쟁과 같은 새로운 현상이 가시화되면서 상생 협력을 기반으로 한 생태계라는 개념이 주목을 받게 되었다. 미래학자 리프킨(J. Rifkin)이 이야기 한 것과 같이 미래사회는 무한경쟁의 산업시대에서 상생공존의 협업시대로 이전될 것이다. 끝으로 미래에는 성장위주의 가치에서 벗어나 지속가능성에 대한 고민이 본격적으로 나타날 것이다. 지속가능성은 새로운 세대에 지속적인 기회를 부여하는 기능을 제공하는 것으로 환경과 개발간의 균형의 의미를 넘어 다양한 차원을 아우르고 있는 개념이며 이를 활용하여 다양한 현상을 진단하고 전략을 수립하게 된다.⁶⁾ 드리젝(Dryzek)은 지속성장이 고립된 형태 혹은 서로 경쟁적인 형태로 취급되던 각 부분의 문제점을 보다 조직적인 방식으로 통합하는 개념이라고 설명하고 있다.⁷⁾ 지속성장의 접근은 사회 각 부문 간의 유기적인 관계를 포착하여 보다 총체적인 개발 전략의 수립을 가능하게 하며,⁸⁾ 특히 문화 및 역사의 지속 가능성, 다양성 등도 경제적, 환경적인 것과 함께 중요한 요소로 대두되고 있다.

경쟁력을 결정하는 핵심기반으로서 가치 지향적이고 인간 중심적인 문화 창조의 중요성이 날로 확대되고 있다. 많은 미래학자들의 연구를 종합해 보면 물질적인 자본재가 아닌 지식, 창의, 정보 등 무형의 가치가 갈수록 중요해질 전망이다.⁹⁾ 세계은행(World Bank)은 “국부는 어디에 있나”라는 보고서에서 자본을 ①

6) 조성철·임업(2009), 창조도시의 지속가능성과 지속가능한 창조도시, 한국지역개발학회

7) John S. Dryzek(1997), *The Politics of the Earth: Environmental Discourses*, New York: Oxford University Press

8) Ralf Brand, Andrew Korvonen(2007), *The ecosystem of expertise: complementary knowledges for sustainable development*, Substantiality: Science, Practice & Policy

9) 한국정보화진흥원(2010. 4), 새로운 미래자본의 모색과 한국의 도전

‘자연자본’, ② ‘돈으로 만들어 낸 자본’(기계와 장비, 사회 인프라 등), ③ ‘보이지 않는 자본’으로 구분하고 ‘보이지 않는 자본(무형 자본)’이야말로 21세기 국부라고 규정하였다.¹⁰⁾ 하버드대 조지프 나이(J. Nye) 교수는 “군사적 강제력 또는 물질적 경제력 대신 보편적 문화가치아이디어와 같은 매력(Soft Power)으로 다른 나라 사람들의 마음을 사로잡는 것이 중요하다”¹¹⁾고 지적하며 미래에는 지금까지의 물질적 개념이 아닌 가치 지향적이고 인간중심적인 무형 개념이 더욱 확대될 것으로 이야기 하고 있다.

2000년대 이후 꿈의 사회(Dream Society), 문화경제, 체험경제 등 인간 중심의 무형 개념인 문화가 기본가치로 존재하며, 문화와 인간의 창조성을 핵심요소로 활용하는 산업이 새로운 시대의 성장 동력으로 작용할 것이라는 전망이 본격화되기 시작했다. 이는 종래의 상품과 서비스로 인간의 효용을 극대화하는 시대를 넘어 인간의 감성과 경험을 자극하고 배려함으로써 효용과 함께 행복감을 제공하는 시대가 다가오고 있음을 의미한다. 20~30년 전까지만 해도 제조업의 발전으로 구축된 기반 위에 정보화와 지식의 축적을 통하여 인간의 지식과 정보를 총체적으로 압축, 정리, 활용하는 것이 가능해지면서 지식정보사회로의 이행이 전망되었다. 지식정보사회의 도래는 경제성장뿐만 아니라 다양한 가치를 창출하면서 선진국을 중심으로 물질적 풍요와 지식을 축적하게 하였다. 지금은 기술과 지식을 기반으로 물질적 풍요를 누리던 시대를 넘어 창조성과 문화적 요소를 기반으로 하여 행복과 삶의 질을 높이는 시대로 이행되고 있다.

2. 창조경제의 의미

창조경제란 용어는 2000년 『비즈니스 위크』에서 처음으로 소개되었다. 이 잡

10) World Bank(2006), Where Is the Wealth of Nations?: Measuring Capital for the 21st Century, the World Bank

11) 조지프나이(2002), 『세계의 패러독스』 홍수원 역, 세종연구원

지는 창조경제시대에는 경쟁 패러다임이 지식에서 창조성으로 변화하고 있어, 지식경제 체제에서는 가격과 품질을 중심으로 하는 ‘더 빨리, 더 싸게, 더 좋게’라는 전략이 주효했지만, 창조경제시대에는 창의적, 감성적·감각적 차별화 전략이 기업 경쟁력의 핵심이 된다고 설파하고 있다. 이 잡지가 주로 기업차원에서 창조경제를 설명한 반면, 존 호킨스는 그의 저서 『창조경제(The Creative Economy)』에서 창조경제를 창조성으로부터 창출되는 경제적 가치가 있는 상품이나 서비스가 거래되는 경제로 정의하고¹²⁾ 단순히 창조성, 문화 유산, 지식, 정보, 혁신 등의 개념이나 예술, 건축, 공예, 디자인, 패션, 음악, 공연 예술, 출판 등의 경제 활동이 아니라 토지나 자본이 아닌 인간의 아이디어가 가장 중요한 투입과 산출이라고 제시하였다. 리처드 플로리다(R. Florida, 2002)는 포스트 공업화 시대를 창조경제 시대라고 부르며 창조적 중심지로 몰려든 창조적 인적자원들의 창조적 성과가 경제성장의 주요한 동인이 될 것으로 전망하였다.¹³⁾ 이후 창조경제는 다양한 학자들에 의해 정의되었으며, 유엔무역개발회의(UNCTAD)에서는 창조경제를 경제 성장과 발전의 잠재 동력인 창조자산에 기반을 둔 경제로 정의하고 계속 진화중인 개념으로 명시하고 있다. 또한 미래 국가의 근간을 이루는 것은 창조성이라 강조하면서 창조경제의 시대에 창조성이 요구되는 분야는 과학, 문화, 경제, 기술 등 다양하며 국가를 지탱하는 4개의 자본(사회, 인력, 문화, 제도)과 창조성은 상호작용을 통해 산업의 부가가치를 높이고 국민의 삶의 질을 향상시킨다는 점을 부각시키고 있다. 그리고 창조경제는 예술, 문화, 기술, 거래와 같은 지적자본을 핵심요소로 하여 재화와 용역의 창조-생산-분배를 아우르는 개념으로 보고, 그 핵심동력은 기술(technology), 수요(demand), 관광(tourism)이라 주장¹⁴⁾하고 있다.

12) John Howkins(2001), How people make Money from ideas, p.8

13) 리처드 플로리다(2008), □도시와 창조 계급□ 푸른길

14) UNCTAD(2008), Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making, UNCTAD

3. 창조경제의 대두 배경

창조경제의 논의는 다양한 요인에 의해 나타난 개념이나 서로 연계되어 있는 세 가지 측면이 복합적으로 작용하면서 나타났다고 할 수 있다.

첫째, 성장률 저하는 물론 성장의 과실이 계층 간·세대 간에 불공정하게 배분되고 있다는 인식이 확산되고 있으며 저출산·고령화, 실업문제에 대한 비관적 전망이 불식되지 않는 상황에서 기존 패러다임 속에서는 이러한 문제를 해결하는데 한계가 나타났기 때문이다. 국내경제의 저성장 기조가 이어지는 가운데 고용 없는 성장이 심화되고, 성장잠재력이 급속히 하락하는 것을 극복하기 위한 대안으로 창조경제가 새로운 성장전략으로 제시되고 있다. 국내 경제 성장률은 2010년 1/4분기 8.7%를 기록한 이래 하락세가 이어지면서 2012년 4/4분기에는 1.5% 성장에 그치는 등 저성장 기조가 고착화 되고 있다. 특히, 각 정부별 평균 성장률 추이를 살펴보면 DJ정부 5.0%, 참여정부 4.3%, MB정부 2.9%로 계속하여 성장세가 급락하고 있는데, 이러한 현상을 극복하기 위해서라도 새로운 성장 패러다임의 전환이 시급하다고 볼 수 있다.

또한 저성장 기조가 이어지면서 산출과 고용의 성장 고리가 약해지는 등 성장과 고용의 선순환 고리가 약화되면서 고용 없는 성장이 지속되고 있다. 특히, 국내 산업구조가 고도화되어 가는 과정에서 국내 투자 여건이 악화되고, IT 등 고용 절약적 산업이 발전하는 한편 부품소재 산업의 경쟁력이 취약한 가운데 신성장 동력 확보가 곤란한 등 국내 경제의 고용 유발력이 크게 약화되고 있다. 국내 산업별 고용유발계수를 보면, 1990년대 전 산업 생산액 10억원당 26.8명의 신규 고용을 창출했으나 2008년에는 8.3명에 불과한 수준이며, 제조업은 이보다 심해 같은 기간 27.1명에서 7.2명으로 약1/4 수준으로 축소되었다.

한편, 투자와 노동 등 투입 요소의 증가세가 둔화되는 가운데 취약한 연구개발 역량과 인적 자본 경쟁력으로 인해 총요소생산성 향상이 부진해져 잠재성장률마저 급락하고 있다. 더욱이 국내 정치 체제의 불안정성, 법·제도의 후진성, 노

사 간·계층 간 갈등과 대립 심화와 같이 국내 사회적 자본이 취약한 점도 성장 잠재력의 하락을 유발하는 요인으로 작용하고 있다.

둘째, 다양하게 나타나는 창조와 혁신 현상을 기존의 생산요소만으로는 설명하는데 한계에 봉착하게 되었으며 기존의 생산요소만으로는 소비자들의 욕구를 충족시킬 수가 없게 되었다. 창조경제의 저자인 존 호킨스는 창조산업이 발전하는 이유를 미국 심리학자 매슬로의 인간욕구 단계론을 이용하여 설명하고 있다. 매슬로는 경제성장 및 개인 소득 증대와 더불어 개인의 생리적 욕구 충족도가 높아지면서 인간 욕구가 안전에 대한 욕구, 사랑과 소속감에 대한 욕구, 존경의 욕구, 자아실현의 욕구로 계속 상승하는 것으로 설명하고 있는데, 이에 호킨스는 경제가 발전하면서 소비자들이 자아실현의 욕구를 추구함에 따라 삶의 가치를 높이는 창조상품과 서비스 시장이 형성된다고 주장하고 있다. 또한 플로리다는 투자와 기술, 인적자본, 성장 사이의 관계에 대한 전통적인 논의에 대해 반론을 제기하며¹⁵⁾ 창의 인재는 창조성을 발현하기 용이한 제반환경(amenities)을 찾으며, 기업들도 이러한 인재를 확보하기 위해 환경을 조성하거나 그러한 곳에 입지하게 된다고 이야기 하였다. 이는 창조 인재들이 특정 장소에 있으면 서로 상호작용과 협력을 통해 시너지 효과를 유발시키는 선순환 구조를 발생시키기 때문이라고 진단하였다. 즉 정보가 중심이 되는 지식사회가 한계에 다다랐으며, 고정관념에 얽매이지 않는 창조성이 독창성, 역동성, 영속성 등 정보의 한계를 보완하면서 사회발전을 이끄는 핵심동력으로 등장하고 있음을 지적하였다.

끝으로 신기술과 네트워크의 발전으로 인해 다양한 지식과 경험이 공유되고 순환되는 생태계와 창조성을 자극하는 문화가 형성되면서 창조성을 발현시킬 수 있는 경제사회적 기반이 강화되었다. 정보통신기술의 혁신이 가속화되는 가운데 기술과 산업의 융·복합화가 확산되고, 제3의 제조업 혁명이 전개되면서 창조경제의 중요성과 필요성이 더욱 부각되고 있다. 컴퓨터와 인터넷 등 ICT혁신이 가

15) Florida, R(2002), The Creative Class, Basic Books, New York

속화되고 ICT 기기의 보급이 급속히 확산됨에 따라 ICT 네트워크가 형성되고, 이를 기반으로 한 경제적 거래가 활성화되는 한편, 정보와 지식이 전 세계적으로 실시간 유통됨으로써 기술혁신이 가속화되고 있다. 뿐만 아니라 ICT를 기반으로 농어업과 제조업 등 기존 산업과 신기술간 융·복합 현상이 확산되고 있다는 점도 창조경제의 부상 배경으로 작용하고 있다.¹⁶⁾ 이러한 신기술의 융·복합화와 네트워크의 발전은 다양한 지식과 아이디어가 공유될 수 있는 혁신 생태계의 가속화는 창조경제를 새로운 경제성장의 동력으로 대두시키는 배경으로 작용하고 있다.

제 2 절 창조경제와 문화콘텐츠산업의 관계

1. 창조경제의 전형으로서의 문화콘텐츠산업

문화콘텐츠산업은 창조성을 기반으로 무형의 서비스와 유형의 제품을 제공하는 산업형태를 모두 지니고 있으며 창조경제의 개념과 특징, 해당 산업군과 중첩되는 부분이 많아 창조경제의 특성을 나타내는 대표적인 산업이라고 할 수 있다.

존 호킨스가 말한 창조경제란 ‘창조 생산품’의 거래로 설명되는데 여기에서 창조 생산품은 소비자들의 삶의 가치를 고양시키는 창조 상품과 창조 서비스를 말하며 특허, 상표, 디자인과 같은 지적재산에 의해 가치가 창출된다. 한편, 호킨스는 창조산업을 시장규모 순으로 연구개발, 출판, 소프트웨어, 텔레비전과 라디오 방송, 산업디자인, 영화, 음악, 완구류, 광고, 공연, 예술, 건축, 공예, 비디오 게임, 패션, 미술 등으로 제시하고, 이들 창조산업을 기존 제조업이나 서비스업보다 2~4배 더 빠르게 성장하고 있다고 분석하였다.¹⁷⁾

16) 유병규(2013), 창조경제 역량 평가와 활성화 방안, 경제인문사회연구회, p.34

17) John Howkins(2007), 『The Creative Economy: How people make Money from ideas』, NESTA

유엔무역개발회의도 2008년과 2010년에 세계 창조경제를 분석한 ‘창조경제보고서’를 발표한 바 있다.¹⁸⁾ 여기에서 UNCTAD는 창조경제를 사회적 통합, 문화 다양성, 인간개발을 촉진시키면서 소득과 고용 창출 및 수출을 증가시키는 경제 시스템이라고 정의하고, 창조경제의 핵심이 바로 창조산업에 있다고 지적하였다. 일본의 노무라종합연구소도 2012년 3월에 창조경제에 대한 개념과 창조산업에 대해 규정한 바 있다. 노무라종합연구소에 따르면 창조경제란 가격이 아니라 새로운 부가가치를 창출하는 창조성에 의해 시장으로부터 선택된 제품과 서비스 등으로 이루어진 경제를 말한다. 한편, 노무라종합연구소는 패션, 식품, 콘텐츠, 지역산품, 주거, 관광, 광고, 예술, 디자인과 같은 9개 분야에 해당하는 산업들이 창조산업에 속하는 것으로 규정하였다.

이 외에도 영국의 문화미디어·스포츠부, 세계지적재산권협회 등도 문화산업 또는 지적재산권을 중심으로 산업 체계를 분류하고 그 규모를 추정하는 등 창조산업을 중심으로 창조경제를 분석하고 있다.¹⁹⁾

〈표 2-1〉 창조산업의 정의

호킨스 (2001)	창조성으로부터 창출되는 경제적 가치를 가진 상품 및 서비스를 공급하는 산업 예술로부터 과학과 기술에 이르기까지, 창조 상품과 서비스를 생산함으로써 창조경제에 기여하는 15가지 산업 광고, 건축, 예술, 공예, 디자인, 패션, 영화, 음악, 공연예술, 출판, 소프트웨어, 장난감과 게임, TV와 라디오, 비디오게임
---------------	--

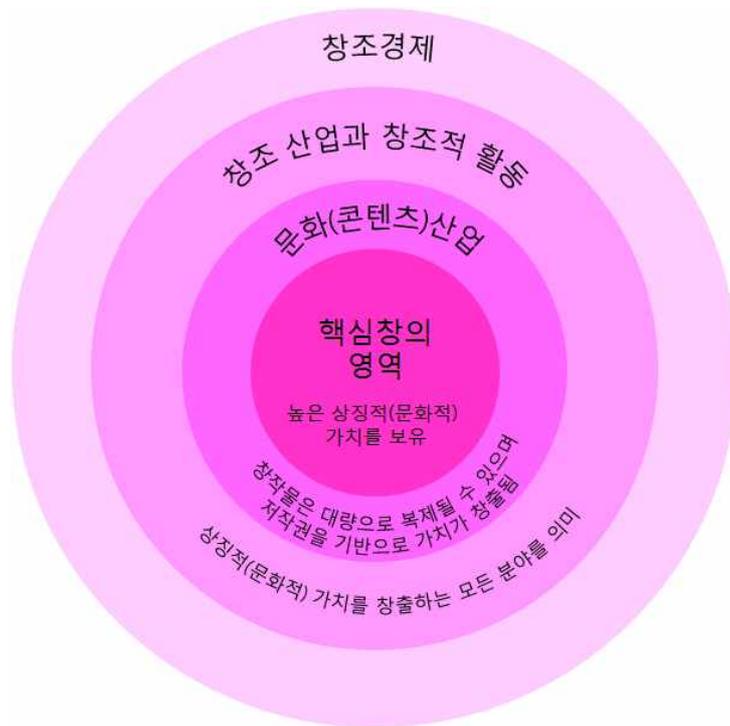
18) UNCTAD, Creative Economy Report, 2008 & 2010

19) UK Department of Culture, Media and Sport & Creative Industries Taskforce(1998), Creative Industries : Mapping Document, London ; UK Department of Culture, Media and Sport & Creative Industries Taskforce(2011), Creative Industries: Economic Estimates, London; WIPO(2003), Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries

UNCTAD (2008)	<p>창조성의 개념을 예술적 요소를 가진 활동에서부터 확장시킨 개념에 기반을 둔 모델. 지적재산권에 의존하며 가능한 한 넓은 시장을 위해 상징적 상품을 생산하는 모든 경제 활동으로 명시</p> <p>문화유산: 전통 문화 표현(공예품, 축제, 기념의식), 문화 사이트(고고학 사이트, 박물관, 도서관)</p> <p>예술: 시각예술, 공연예술</p> <p>미디어: 출판, 시청각</p> <p>기능적 창조물: 디자인(패션, 그래픽), 뉴 미디어(비디오게임, 소프트웨어), 창조적 서비스(건축, 광고, 창조적 R&D)</p>
영국 DCMS (1998)	<p>개인의 창조성과 기술, 재능 등을 바탕으로 지적 재산권을 생성하고 활용함으로써 고용과 부를 창출할 수 있는 잠재력을 지닌 산업</p> <p>소프트웨어와 컴퓨터서비스, 디자인, 출판, TV와 라디오, 음악, 비디오와 영화, 예술과 골동품시장, 광고, 건축, 인터랙티브 레저소프트웨어, 패션디자인, 공연예술, 공예</p>
영국 과학 기술 예술 국가 재단 (NESTA, 2007)	<p>DCMS 모델을 개선하고, 섹터 내 혹은 섹터간 차이점에 대한 인식을 포함시키며, 상업적 가치가 창출되는 방식과 가치의 위치, 가치의 강화 방법을 기반으로 한 공통점을 도출해 내고자 만들어진 모델</p> <p>핵심 창조영역: 고강도의 표현적 가치를 소유하였으며 저작권 보호를 일으키는 상업적 산출물</p> <p>문화적 산업: 표현적 산출물의 대량 재생산을 수반하는 활동(저작권을 기반으로)</p> <p>창조적 산업과 활동: 표현적 가치의 사용이 이 분야의 수행/공연에 있어 본질적 나머지 경제: 창조적 산업에 의해 생산된 표현적 산출물을 사용하거나 이로부터 혜택을 받는 제조와 서비스 부문</p>
세계지적 재산권기구 (WIPO, 2003)	<p>저작권 보호대상물이 창작, 생산, 제조, 방송, 분배 등에 직간접적으로 관련된 산업</p> <p>핵심 저작권: 광고, 수집, 영화와 비디오, 음악, 공연예술, 출판, 소프트웨어, TV와 라디오, 시각과 그래픽 예술</p> <p>상호의존: 블랭크 리코딩, 소비자 전자제품, 악기, 종이, 복사기, 사진 기구</p> <p>부분적 저작권: 건축, 의류, 신발, 디자인, 패션, 생활용품, 장난감</p>

〈표 2-1〉에서 볼 수 있듯이 학자와 기관, 해당 국가가 지향하는 가치와 목표에 따라 창조산업의 개념과 범위가 상이하게 나타나고 있다. 이는 관련 산업이 빠르게 진화하고 있으며, 다양한 분야와 융합하며 그 영역이 확장되고 있기 때문

이다. 다만 다양한 창조산업의 개념과 범위를 고려했을 때 창조산업은 예술을 포함한 문화콘텐츠분야뿐 아니라 지식과 창조성이 핵심이 되는 분야(예술, 교육, 과학기술, 도시환경 조성 등)와도 밀접한 연관성을 가진다. 또한 창조경제는 창조산업과 연관된 재화와 서비스의 생산, 교환, 소비의 체계로서 정의 될 수 있다. 결국 창조산업은 창조경제를 구현하는 핵심 산업이며, 창조산업을 구성하는 핵심영역에는 문화예술과 문화콘텐츠산업이 존재한다고 볼 수 있다. 결론적으로 창조산업과 창조경제에 있어 발전하고 있는 개념이나 공통분모를 찾아 분석하는 것은 창조산업뿐만 아니라 창조경제에 대한 시사점을 제시할 수 있다.



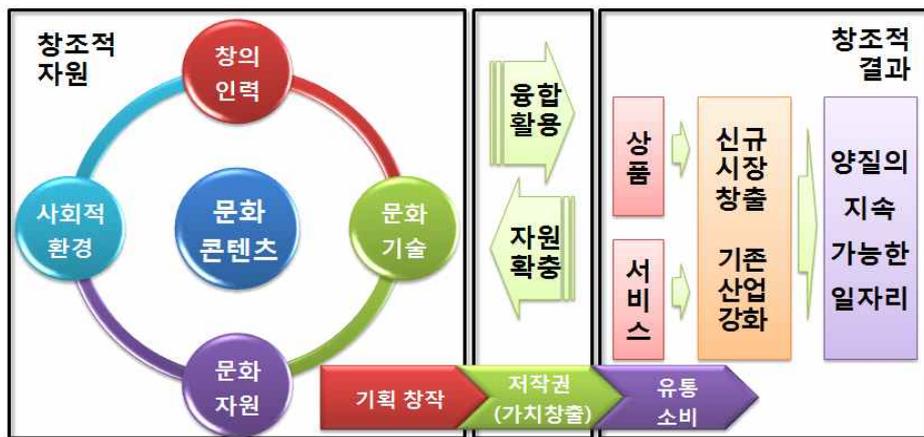
자료: DCMS(2007), Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries를 재구성

〔그림 2-1〕 문화콘텐츠산업과 창조경제의 관계

2. 문화콘텐츠산업의 핵심요소와 구조

문화콘텐츠산업은 지식과 창조성을 바탕으로 문화와 일상생활에 관련된 서비스를 체화하고 이를 가치화하는 일련의 과정으로 정의되고 있다. 즉 문화콘텐츠 산업은 다양한 창조적 자원들을 융합·활용해서 문화콘텐츠를 창출하는 산업이다. 창조적 자원은 창조적 인력, 문화자원(문화유산, 문화예술, 스토리), 아이디어를 구현할 수 있는 기술이다. 또한 이러한 요소들을 융합하여 자유롭게 문화콘텐츠를 창작할 수 있는 사회적 환경(다양성, 관용)이 중요하다. 창의인력간의 상호작용 촉진, 문화자원에 대한 접근성 강화, 기술의 발전, 사회적 수용력이 높을수록 양질의 문화콘텐츠가 창출될 가능성이 높아진다.

또한 창조적 자원이 융합된 문화콘텐츠는 그 자체로 소비되기도 하지만 다른 분야로 확장, 결합, 재창조되면서 새로운 가치를 창출하게 된다. 새로운 문화콘텐츠의 창출은 해당 산업의 성장뿐만 아니라 他장르·他산업에 다양한 파급효과를 주면서 신규 시장의 창출과 기존 산업을 강화시키는 역할을 한다. 또한 높은 성장성과 파급효과는 경제 전반의 고용 여력을 높여 일자리를 창출하게 된다. 실제로 선진국들이 창조경제의 핵심 산업으로 문화콘텐츠 분야를 주목하게 된



(그림 2-2) 문화콘텐츠산업의 핵심요소와 구조

것도 이 분야가 기존 제조업이나 서비스업 보다 2~4배 빠르게 성장하고 있으며, 다양한 직업군과 일자리를 창출하고 있는 것으로 분석되고 있기 때문이다.²⁰⁾

끝으로 문화콘텐츠산업은 창조성에 근거하여 저작권을 발생시키고 활용하기 때문에 선순환 구조 구축이 가능하다. 저작권은 창작자의 창의적 동기를 유발시키는 수단인 동시에 문화콘텐츠를 새로운 창조적 자원으로 활용하게 하는 핵심 요소이다. 저작권을 매개로 창작물의 보호와 이용 활성화가 조화로운 균형을 이룰 때 문화콘텐츠산업의 선순환 구조를 구현할 수 있다.

제 3 절 창조경제의 핵심요소와 구조

1. 창조성의 개념

창조경제는 가치를 창출시키는데 필요한 자원 부분과 상품과 서비스로 대변되는 창조적 결과 부분이 창조성으로 연계되고 있다. 다시 말해, 창조적 자원은 개인, 산업, 지역, 국가 차원에서 창조성이 지속적으로 나타나게 하는 것을 의미하며 창조적 결과물은 창조성이 발현되어 도출된 것이라고 할 수 있다. 또한 창조경제가 지속 가능하기 위해서는 창조적 자원을 융합·활용하여 창조적 결과를 도출하는 것뿐만 아니라 창조적 결과가 창조적 자원을 확충하는 선순환 구조를 갖춰야 한다.²¹⁾

창조성(Creativity)에 대한 사전적 정의는 다양한 문화를 생성하는 중요한 역할을 하는 인적 자본으로 독창적이고 상상력이 풍부한 사고를 하며 문제 해결에 있어 전통적인 방법을 넘어서는 개인의 능력과 연관되는 것²²⁾ 또는 아이디어를 연결하고, 유사점과 차이점을 발견하며, 비정통적이고, 탐구적이며, 사회 규범에 의

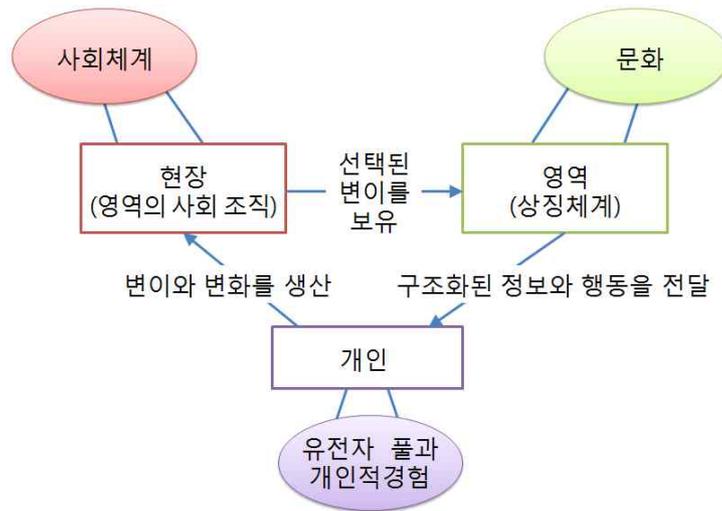
20) UNCTAD(2008), Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making, UNCTAD

21) 이용관(2013), 창조경제와 콘텐츠산업의 일자리 창출, 한국행정학회 춘계학술대회

22) William D. A. Bryant, David Throsby(2006), Creativity and the Behaviour of Artists, 『Handbooks of the economics of art and culture: volume 1』, North-Holland

문을 제기할 수 있는 능력과 결부된 인지적 요소의 결합물과 관련되어 있다고 정의되고 있다.²³⁾

창조성을 정의하는데 있어서 가장 많은 학자들의 동의를 얻고 있는 것은 칙센트미하이(Csikszentmihaly, 1999)²⁴⁾가 제시한 개념으로 이는 창조성의 정의에 결과물의 독창성²⁵⁾과 함께 가치성을 포함한다는 것이다. 칙센트미하이는 독창성과 가치성이 창조성과 어떤 관계인지를 상세하게 분석하였는데 창조성이란, 창의적 산물을 산출한 개인(Person), 창의적 산물을 평가하는 전문가로 구성된 분야(Fields), 그리고 창의적 산물을 보존하고 계승하는 영역(Domain)의 상호작용 결과라고 설명하였다. 즉, 창조성은 인간의 뇌 속에서 발현되는 것이 아니라 생각과 사회문화적 맥락과의 상호작용에 의해서 발생한다는 것이다.



[그림 2-3] 칙센트미하이가 제시한 창조성의 정의

23) Robert J. Sternberg, Todd I. Lubar(1999,2007), The concept of Creativity: Prospects and Paradigms, in 『Handbook of Creativity』, Cambridge University Press

24) Mihaly Csikszentmihalyi(1999), Implications of a systems perspective for the study of creativity, in Robert J. Sternberg(Ed.), 『Handbook of Creativity』, Cambridge University Press

25) 여기서 독창성은 기존에 존재하는 것들과 구분될 수 있는 새로운 것을 의미한다.

(그림 2-3)에 따르면 개인은 문화가 제공하는 어떤 정보를 취해 그것을 변형시키고, 만일 그 변형에 따른 결과물을 사회가 가치 있는 것으로 간주하면 그것은 그 영역에 포함 될 것이고, 따라서 다음 세대를 위한 새로운 출발점을 제공하게 된다. 이로 인해 창조성이 발현되기 위해서는 반드시 이 세 가지 체계 모두가 작용해야 한다는 것이다.

그에 비해 와이스베르그(Weisberg, 2006)²⁶⁾는 창조성을 정의할 때 결과물의 가치를 창조성 정의에 포함시킬 경우 생길 수 있는 오류를 지적하였다. 즉, 어떤 결과물이 그것이 생산되었을 때는 가치를 인정받지 못하다가 나중 세대에 의해서 인정받는다면 그 정의가 중립적이지 못하다는 점을 들어 개인이 최초 혁신을 생산한 시점에서의 창조성으로 제한할 것을 제안하였다.

〈표 2-2〉 칙센트미하이·와이스베르그의 창조성 개념의 비교

칙센트미하이(1999)	와이스베르그(2006)
한 사람의 창조성에 내재하는 변화 가능성을 문제로 보지 않음 새로운 결과물은 그 영역의 일부가 된 다음에만, 즉 현장에서 그것을 긍정적으로 평가한 다음에만 창의적이 됨 사회가 어떤 아이디어를 받아들일 것인가를 결정하는 데 있어서 다양한 요인들이 결집되는 방식을 분석하는 성과를 냄	결과물(그리고 그것을 생산한 사람)의 창조성이 그것의 가치가 변할 때마다 변화하도록 허락한다면, 무엇이 창의적인지 개념화하기 어려움을 지적함 창조성을 정의하는 기준은 어떤 사람이 새로운 결과물을 생산했는가와 그것이 의도적이었는가 하는 것뿐임 결과물의 창조성 여부를 결정하는 데에 있어서 사회적 요인을 무관한 것으로 보지는 않음 창의적 결과물이 생산된 시점에서 새로움을 입증하는 존재로서 외부 관찰자의 역할을 강조

자료: Weisberg(2006)에서 일부 수정

스테른베르그(Sternberg, 1999)²⁷⁾는 창의적 결과물이 그 분야의 다른 구성원들

26) Robert W. Weisberg(2006), Creativity: Understanding Innovation in Problem Solving, Science, Invention, and the Arts, Wiley

27) Robert J. Sternberg(1999), A propulsion model of types of creative contributions,

에게 미치는 효과가 창조성의 개념을 잡는데 중요한 측면이라고 제시하였다. 창의적인 결과물이 출현하게 되면 한 분야의 방향을 바꿔 놓거나 수많은 방향 중 어떤 방향으로든 그 분야에 추진력을 불어넣을 수 있다는 관점에서 창의적 공헌의 추진 모형(propulsion model of creative contributions)을 개발하였다. 이 모델에서 설명하는 창조적 공헌의 추진력은 다음과 같다. 해당 분야가 움직이는 기본방향의 연장선상에서 발전을 이루는 전진적 누적, 해당 분야가 흡수하지 못할 정도로 진보가 이루어져 그 공헌이 거부될 정도가 되는 선진적 누적, 기존의 흐름을 깨고 새로운 방식을 제안하는 방향전환(redirection), 해당 분야에 대한 새로운 관점을 제안하는 재정의(redefinition) 등이 있다.

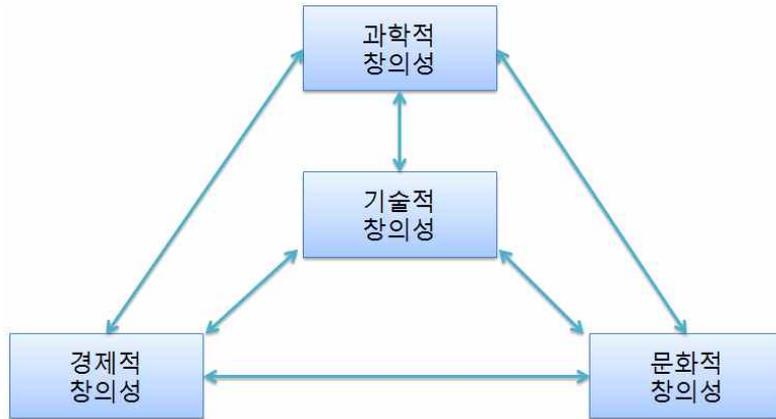
이처럼 창조성이 정의하는 바가 개인의 창조적인 결과물에 대한 가치평가적 의미를 담고 있고 결과물에 대한 가치평가는 결국 사회가 내리는 것이기 때문에 창조성은 본질적으로 개인적 차원에서뿐 아니라 조직 및 사회 전체적 맥락에서 살펴볼 필요성이 있다. 결국 창조성이란 독창적이며 혁신적인 아이디어가 사회에서 실현될 때 창의적 성과로 가치가 발현되는 것이다. 조직이나 사회차원의 창조성에 관한 연구들은 창조성이 다양한 상호작용 속에서 지식과 경험 등이 충돌·융합되면서 창출되며²⁸⁾ 독창성, 가치, 실현성의 세 요소를 포함하는데 독창적인 아이디어가 창조성으로 발현되기 위해서는 새로운 가치를 창출해야 하며, 사회 속에서 실현 가능해야 한다고 제시한다.²⁹⁾

오늘날 경제에서 창조성이 가지는 의미는 KEA European Affairs(2006)에 따르면 과학적 창조성, 경제적 창조성, 문화적 창조성, 기술적 창조성 사이에서 발생하는 상호작용과 스피로버 과정이라고 볼 수 있다.³⁰⁾

Review of General Psychology

28) 창조적이라 불릴 만한 아이디어나 업적은 한 개인의 머리에서 나오는 것이 아니라 여러 조건이 어우러져서 빚어내는 상승작용의 결과로 본다(Csikszentmihalyi, 1996)

29) 강재원·권호영·김대호·김성철·김영주(2010), 『한국 미디어 산업의 변화와 과제』 재인용



〔그림 2-4〕 사회적 관점의 창의적 상호작용

창조성이 발현되는 과정은 아이디어가 가치를 가진 것들로 생산되고, 연결되며, 전환되는 것으로 볼 수 있는데 문화적 창조성은 세상을 새로운 방식으로 해석하고, 독창적인 생각을 해내는 능력과 상상력, 문자나 소리나 이미지로 표현될 수 있을 것이고, 과학적 창조성은 문제 해결에 새로운 연관성을 발견하고 실험하려는 의지나 호기심으로 볼 수 있다. 또한, 경제적 창조성은 기술, 사업 관행, 마케팅 등에서 혁신을 이끄는 역동적인 과정으로 이해할 수 있고 경제에서 경쟁 우위를 획득하는 것과 밀접한 관련이 있다. 마지막으로 기술적 창조성은 다양한 분야 간에 융합 및 소통이 원활하게 이루어질 수 있는 매개체 혹은 윤활제 역할을 수행한다.

2. 창조경제 핵심요소와 구조

가. 창조적 자원

지금까지 창조성에 관한 연구범위는 주로 개인적 차원 혹은 조직 차원에서 논의되는 경우가 많았지만, 최근에는 창조성이 국가경제 발전을 위한 핵심 원동력으로 부각됨에 따라 국가가 전략적으로 관리해야 할 주요한 자원으로 거론되고

30) KEA European Affairs(2006), The Economy of Culture in Europe, Brussels

있다. 이에 창조경제의 실현을 위한 창조적 자원의 구성요소에 무엇이 있으며 어떻게 관리해야 할지에 대한 관심이 더욱 커지고 있다.

창조성의 정의에 관한 기존의 논의들로부터 창조적 자원을 살펴보면 대체적으로 인적 요인, 창조성을 평가하고 받아들일 수 있는 플랫폼, 창조성의 원천이기도 하면서 다시 그 영향을 받아 변화하는 문화적 요인, 이와 더불어 최근 그 가치가 더욱 커지고 있는 기술적 요인 등이 주요하게 거론되고 있다는 것을 알 수 있다. 이에 본 연구는 창조경제 실현을 위해 국가적 차원에서 관리해야 할 창조적 자원으로 다음과 같은 요인들을 제시하고자 한다.

1) 인적자원

영국 정부가 1998년과 2001년에 발간한 창조산업 현황보고서(Creative Industries Mapping Document)에서는 창조산업의 근본적 원동력은 정부와 산업 간의 협력 이전에 개개인의 독창적인 창조성이 확보 되지 않으면 성공할 수 없다고 보고 있다. 이러한 문제의식을 바탕으로 창조산업을 ‘개인의 창조성, 기술, 재능 등을 이용해 지적재산권을 설정하고, 이를 활용함으로써 부와 고용을 창출할 수 있는 잠재력을 지닌 산업’으로 정의하고 있다는 점도 주목할 만하다.³¹⁾³²⁾

창조적 자원으로서 인적자원의 중요성을 제시한 대표적인 연구로 거론되는 것은 리처드 플로리다의 “창조적 계급의 도래(The rise of the creative class)”이다.³³⁾ 창조적 계급에 관하여 아직까지 학계에서도 명확한 정의나 범주의 설정이 통일되어 있지는 않으나 플로리다에 따르면 창조적 계급은 <표 2-3>와 같이 핵심 창조그룹(super-creative class)과 창조적 전문가그룹(creative professional)으로 나눌 수 있다. 이 두 그룹을 합친 창조적 계급의 규모는 20세기 초에는 미국 전체 노동력의 10%에 해당되었으나 1980년대에는 20%를 차지했고 21세기에 들어서

31) DCMS(1998), Creative Industries Mapping Document 1998, London:DCMS.

32) DCMS(2001), Creative Industries Mapping Document 2001, London:DCMS.

33) Richard Florida(2002), 『The Rise of the Creative class』, New york: Basic Books

는 30%를 차지한다. 그러나 이들 직종의 근로자를 합산하면 34,523,110명으로 2002년 미국 전체 근로자(127,523,760명)의 27.1%에 해당되어 2006년 MSA Data Book의 창조적 계급은 대학 이상의 고등교육을 받은 인구와 큰 차이가 없을 정도³⁴⁾여서 실질적으로 국가의 창조성을 향상시키기 위한 논의를 발전시키기 위한 기초자료로 활용하기에는 부족한 감이 있다.

〈표 2-3〉 플로리다의 창조계급 분류

계급		직업
창조계급 (Creative class)	핵심 창조계급 (super-creative class)	- 컴퓨터와 수학 관련 직업 - 건축과 공학 직업 - 생명, 물리과학, 사회과학직업 - 교육, 훈련, 사서 직업 - 미술, 디자인, 연예, 오락, 스포츠 미디어 직업
	창조적 전문가 (creative professional)	- 관리직업 - 사업과 재정운영 직업 - 법률에 관한 직업 - 건강관리 개업의와 전문 직업 - 고소득의 판매와 판매관리 직업

자료: Richard Florida(2002), 『The Rise of the Creative class』, New york: Basic Books

아마빌레(Amabile, 1983)는 창조성을 발휘하기 위한 인적자원의 필수 요건으로 다음의 세 가지 조건이 충족되어야 한다고 보았다³⁵⁾. 첫째, 분야와 관련된 기술(domain-relevant skills)이다. 분야와 관련된 기술은 가능한 반응의 총합을 종합해 새로운 반응을 이끌어낼 수 있는 능력, 새로운 반응의 유효성을 판단하기 위한 정보의 집합을 말한다. 분야와 관련된 기술에는 해당 분야에 대한 사실적 지식과 정통성이 포함된다. 이 기술은 해당

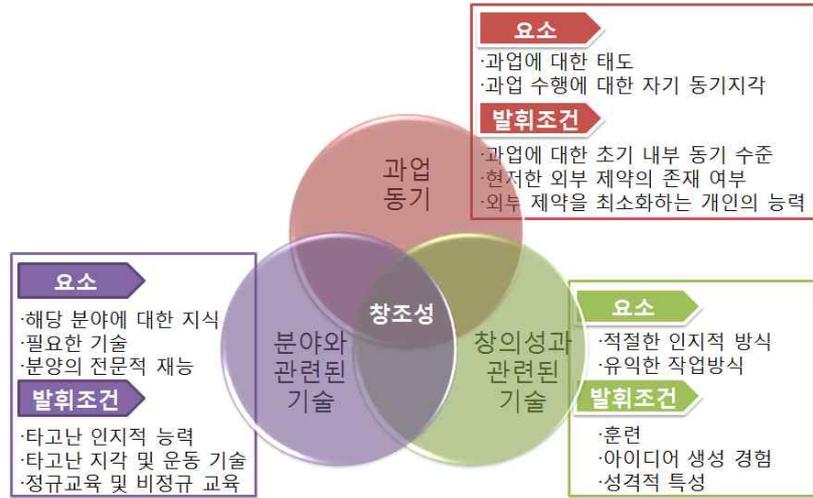
34) 전병태 외(2012), 창조경제시대의 일자리 창출을 위한 기초연구: 문화체육관광분야를 중심으로, 한국문화관광연구원

35) Teresa M. Amabile(1983), The social psychology of creativity: A componential conceptualization, Journal of Personality and Social Psychology

분야에 대한 교육 정도와 더불어 지각, 인지, 운동 능력이 얼마나 뛰어난지를 말한다.

둘째, 창조성과 관련된 기술(creativity-relevant skills)이다. 창조성과 관련된 기술은 해당 분야에서 이전의 결과물들이나 해답을 뛰어넘는 무엇인가를 만들어낼 수 있는 능력을 말한다. 창조성과 관련된 기술들에는 복잡성을 이해할 수 있게 해주고 문제를 해결하는 동안 틀을 벗어난 사고를 할 수 있게 해주는 ‘인지 능력’ 등이 포함된다. 또한 ‘발견적 방법’을 통한 기발한 아이디어 창출도 포함된다. 발견적 방법이란 “문제 해결을 돕거나 수월하게 처리하기 위한 절차나 수단, 원칙”이라고 정의할 수 있다. 따라서 발견적 방법은 문제나 과업에 대한 접근을 돕는 일반적인 원칙으로도 여길 수 있다. 발견적 방법은 새로운 문제에 마주쳤을 때 틀을 깨고 기발한 아이디어를 내도록 해준다. 창조성과 관련된 기술 중 어떤 것들은 성격적 자질에 의해 좌우되기도 하지만 어떤 측면에서는 교육이나 훈련에 의해 개발되기도 한다.

셋째, 과업 동기(task motivation)이다. 과업 동기는 두 가지 요소에 의해서 영향을 받게 되는데, 첫 번째는 과업에 대한 기본적인 태도로 개인의 과업에 대한 평소의 선호도나 흥미 정도로 평가된다. 두 번째는 주어진 상황에서 과업에 착수하는데 필요한 동기인데, 이는 내외부적 요인에 의해 영향을 받는다. 일반적으로 내적 동기(intrinsic motivation)는 창조성을 강화하는 반면, 외적 동기(extrinsic motivation)는 창조성에 해를 끼치는 것으로 알려져 있다. 그러나 두드러지는 외부 요인들을 인식적으로 최소화할 수 있는 능력이 있다면 이는 과업 동기를 강화할 수도 있다. 따라서 특정 상황에서의 동기 수준은 기본적인 내부 동기 수준의 정도, 상황적 요인에서 비롯된 외적 압력의 정도, 개인이 그런 외부 압력에 어떤 전략으로 대응하는지에 따라 결정될 수 있다.



(그림 2-5) 아마빌레의 창조성 발현을 위한 핵심요인들

또한 스테른베르그와 루바트(Sternberg and Lubart, 1991)는 창의적 생산 능력이 있는 사람은 지적능력(확산적 사고와 통찰능력), 지식(적절한 영역관련지식), 성격(자신의 의견을 독자적으로 펼칠 수 있는 능력), 환경(혁신 뒷받침하며 아이디어 지원·보상) 등의 자원(resources)을 소유하고 있어야 한다고 제안하였다.³⁶⁾

<표 2-4> 스테른베르그·루바트가 제시한 창조성 발현의 기본요인

스테른베르그와 루바트의 투자 이론					
지적능력	지식	사고방식	성격	동기부여	환경
문제를 새로운 방식으로 관찰	영역지식은 부정적일 수 있음	입법적이고 총체적	끈기 위험감수	내재적	혁신을 뒷받침함

이상의 논의들은 창의적인 인재를 양성하기 위한 교육 및 조직 환경적 요인으로도 확대 적용될 수 있다. 아마빌레(1996, 2002)은 조직 내의 창조성에 긍정적, 부정적 영향을 미치는 업무환경요인들에 대해 표준화되고, 양적 측정 방법을 제시하였다.

36) Robert J. Sternberg, Todd I. Lubart(1991), An investment theory of creativity and its development, Human Development



자료: Teresa M. Amabile et al.(1996), Assessing the work environment for creativity, Academy of Management Journal

(그림 2-6) 창의적 업무환경 지각에 대한 개념적 모델

그 외에도 교육분야에서 창의적인 성과를 늘릴 수 있는 환경적 요인들을 관리함으로써 개인의 창조성을 높이고자 하는 시도들이 이루어지고 있다. 교육과 학습은 창조적 재능을 개발시키며, 인적자본의 수준을 측정하는 중요한 지표가 되고 있다. 이로 인해 인적자본 형성의 촉진에 있어서 평생학습의 중요성에 대한 인식이 갈수록 높아지고 있다. 기존의 틀에 박힌 교육방식은 창조성의 핵심인 상상력, 직관, 호기심을 경시하는 경향이 있기에 창조성 개발을 오히려 저해한다는 논란이 있어 왔다³⁷⁾. 학습자들은 고유한 문화적 요소가 접목된 교육환경에서 도입한 예술적 과정을 통해, 각 개인이 창조성과 직관적 감각, 상상력, 감성지능, 윤리기준, 비판적 사고, 자율성, 사고와 행동의 자유를 발전시킬 수 있을 것이다.

37) Claxton Guy(2008), Cultivating positive learning dispositions, in Harry Daniels et al., 『Educational Theories, Cultures and Learning: A Critical Perspective』, Routledge

2) 사회 제도적 자원

개인의 창조성이 사회적으로 수용되기 위해서는 창의적인 아이디어를 인정하고 받아들일 수 있는 플랫폼이 요구된다. 그 뿐 아니라 개인의 창조성들이 모여서 개인과 개인간, 개인과 집단간, 혹은 집단과 집단간의 소통을 통하여 또 다른 창조성을 촉진시키기 위해서는 사회 제도적 자원이 필수적이다. 이러한 사회 제도적 자원에는 창조가 이루어질 수 있는 물리적 공간뿐 아니라 법률 및 제도, 그와 더불어 가상적 플랫폼까지를 포괄할 수 있다.

먼저 물리적 공간을 기반으로 사회 제도적 자원을 논의한 경우가 있다. 플로리다(2002)는 창조적 인적자원이 풍부한 곳으로 경제 생산성이 이동한다는 관점에서, 다양성과 개방성을 촉진하는 지역이 다른 기술과 아이디어를 가진 사람들을 유치할 가능성이 높다고 지적하였다.³⁸⁾ 또한 제이콥스(Jane Jacobs, 1961, 1969, 1984)는 위대한 도시들은 다양한 배경을 가진 사람들을 기꺼이 수용하는 관용적 분위기를 갖추고 있으며, 관용적 분위기는 창조적 인재들의 에너지·창조성·아이디어를 도시 혁신 및 성장으로 연결시킨다고 말하고 있다. 아울러 랜드리(Landry, 2000)가 제기한 창조도시의 핵심은 시민이 갖고 있는 창의적 잠재 능력을 끌어낼 수 있는 흐름이 지속되는 창조적 사이클과 적절한 평가 시스템으로 혁신적 환경을 확립하는 것이라고 보았다.

다양성과 아이디어의 교환이 혁신의 원천이며 또한 역동적이고 위력 있는 도시들의 창조에 있어 중요한 역할을 한다고 처음으로 제안한 것은 제이콥스이다.³⁹⁾ 다양한 문화적 배경을 가진 사람들의 교류는 정보의 확산을 증진시킨다. 특정 도시에서 창조인력들끼리 “하면서 배우기”를 통해서 혁신적인 해결책과 아이디어들이 떠오른다.

플로리다는 개방적이고 다양한 문화로 특징지어지는 창조 환경 없이는 창조성이

38) Richard Florida(2002), 『The Rise of the Creative class』, New york: Basic Books

39) Jane Jacobs(1993), 『The Death and Life of Great American Cities』, Random House Publishing Group

변창할 수 없음을 보였다⁴⁰⁾. 새로운 아이디어에 개방적이고 관용과 다양성이 있는 장소를 선호하는 창조인력들에 의해서 지역의 경제 성장이 이루어진다. 또한 다양성은 각각 다른 종류의 창조인력들을 그 장소로 끌어들이 가능성을 증가시키고 보다 많은 창조 자본의 집중은 더 많은 혁신, 고용 창출, 경제 성장을 가져온다.

다음으로 제도나 법률적 차원에서 국가가 창조성이 보장되는 환경 조성을 위해 얼마나 배려하는지는 창조성을 위한 사회 제도적 자원 차원에서 살펴 볼 수 있다. 사회와 국가의 복지는 법기관의 투명성, 책무성, 탄력성에 달려있다. 마이클 포터 역시 법의 지배와 공공정책의 적절성을 포함한 몇 가지 제도적 요소가 국가 경쟁력과 명백한 연관성이 있다고 밝혔다.⁴¹⁾ 각 회원국이 직간접적으로 문화에 투자하는 것을 평가함으로써 한 나라가 창조성을 유인하는 생태계 조성에 얼마나 힘쓰고 있는지를 평가한다. 창조성을 촉진하고, 창의인력이나 문화산업과 창조산업에 행해진 투자를 보상하는 근본적 메커니즘은 지적재산권으로 이는 R&D에서 특허권과 같다. 지적재산권은 창작자를 보호하고 투자자를 양성하기 위해 독점권을 준다.

그러나 사회 제도적 자원은 물리적 공간이나 법률 및 제도 등에 국한되는 것은 아니다. 노나카 외(Nonaka et al., 2000)⁴²⁾ 지식 창조를 위해 공유된 가상 혹은 실질적 공간으로 'ba'라는 개념을 제시하고 지식창조의 루틴을 제시하였다. 그는 지식창조가 실체가 아니라 과정이라는 점에 착안하여 암묵적인 지식(tacit knowledge)과 형식적인 지식(explicit knowledge) 사이의 지속적인 변환 과정을 개인의 공유화(socialization)로 출발해 집단 내의 표출화(externalization)로 옮겨가고, 다음으로 조직 내의 조합화(combination)로 이동한 다음, 다시 개인 내면화(internalization)로 돌아오는 나선 상승 모델인 SECI 모형을 통하여 설명하고자 하였다.

40) Richard Florida(2002), 『The Rise of the Creative class』, New york: Basic Books

41) Micheal E. Porter(1990), The Competitive Advantage of Nations, Harvard Business Review

42) Ikujiro Nonaka, Ryoko Toyama, Noboru Konno(2000), SECI, Ba, and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation, in Long Range Planning

먼저 공유화(socialization)는 특정한 환경과 세상에 사는 것으로 개인들은 자신들을 둘러싼 세상에 대한 암묵적 지식을 공유하고 축적하는 개념이다. 공유화 단계에서는 개인들이 각자의 환경에서 행위와 인지를 통해 지식을 흡수하는 동안 모순과 싸우는 대신 모순을 포용하며 헌신, 발견, 행동 등을 통해 다른 사람들과 지식을 공유한다.

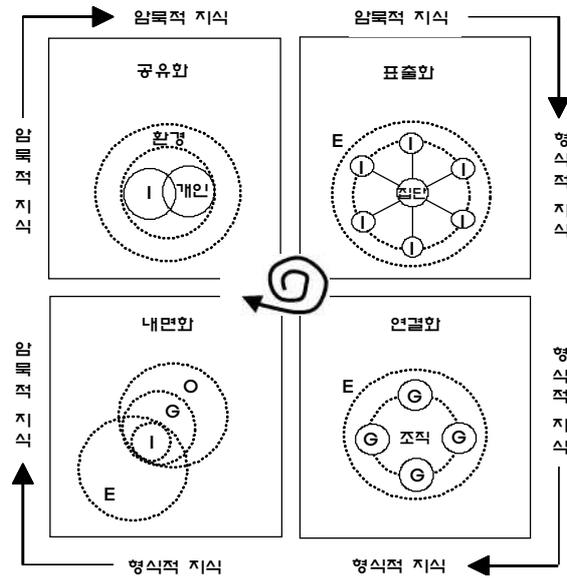
다음으로 표출화(externalization)는 개인의 암묵적 지식이 언어, 이미지, 기타 표현 수단 등을 통해 명시화된 후 집단에서 공유된다. 표출화를 통해 기존의 암묵적 지식을 더 많은 사람들에게 효율적으로 전달하고 새로운 지식을 다시 한 번 창조할 수도 있다. 행위를 실제로 추출하는 작업은 특정 시공간의 실제 경험으로부터 분리되어 있는 것이 아니라 긴밀하게 연결되어 있다. 표출화 단계에서 개인의 암묵적 지식은 양방향 대화로 표현되며 더 나아가 개념화되고 다듬어진다.

조합화(combination)는 형식적 지식이 다시 수집되어 조합되고 편집되는 과정을 거치며 좀 더 복잡하고 체계적인 또 다른 형식적 지식으로 거듭나는 단계이다. 조합 단계를 거치면 조직 내로 새로운 형식적 지식이 공유되는데 조합의 방식에는 개념의 ‘세분화(breakdown)’가 포함된다.

마지막으로 내면화(internalization)는 조직을 통해 창조되고 공유된 형식적 지식이 내면화 과정에서 구체화할 수 있는 암묵적 지식으로 다시 변환되는 과정을 말한다. 형식적 지식은 임무나 조직에 대한 문서와 매뉴얼 정보를 숙독, 숙지하거나 시뮬레이션, 실험을 통해 구현될 수 있다. 성장되고 내면화된 이러한 암묵적 지식은 또 다른 새로운 ‘지식창조 루틴’의 출발점이 되는 공유화를 통해 다시 공유될 수 있다.

노나키는 지식 변환의 네 단계가 통과하는 움직임은 원운동이 아닌 ‘나선상승 운동’이라는 점을 이해해야 한다고 강조하였다. 지식창조의 나선상승 운동에서 암묵적 지식과 형식적 지식 간의 상호작용은 지식 변환의 네 단계를 통해 더욱 증폭된다. 지식이 존재론적인 대상을 바꾸며 상승할 때 나선의 크기는 커진다. 존재론적인 대상을 바꾸는 과정은 먼저 개인에서 개인으로(공유화) 출발하여, 개인에서 집단으로(표출화), 집단에서 조

직으로(조합화), 조직에서 다시 개인으로(내면화)돌아오는 일상이다. 즉, 조직의 지식창조는 지속적으로 향상되는 끝이 없는 일상적 과정이라는 것이다.

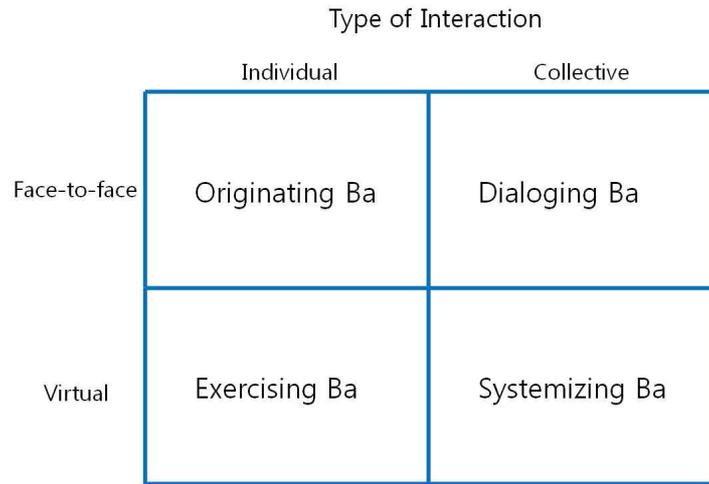


*I=Individual(개인), G=Group(집단), O=Organization(조직),
E=Environment(환경)

[그림 2-7] 노나카의 SECI 모델

노나카는 지식창조 루틴이 이루어지기 위해서는 선결적으로 지식 창조를 위해 공유된 가상 혹은 실질적 공간인 'ba'가 활성화 되어야 함을 제시하였다. ba는 지식 나선형 구조에 따라 개인의 전환과 이동을 수행하는 데에 필요한 에너지, 질(quality), 공간을 제공하는 개념으로 공간적인 장소를 넘어서는 구체적인 시간과 공간을 의미한다. 사무실 공간뿐만 아니라 이메일, 공유된 생각들을 포함하는 정신적 공간과 같은 가상공간도 이에 해당된다고 볼 수 있다. ba는 참여자들이 시간과 공간을 공유할 수 있게 한다. 특히, 지식 창조 과정의 공유화와 표출화 과정에서 참여자들을 위해 시간과 공간을 공유하는 것은 중요하다. 물리적으로 가까운 상호작용을 하는 것은 내용을 공유하고, 공통 언어를 형성하는 데에 있어 중

요하다. 또한 지식은 형태와 경계가 없기 때문에 지식 창조의 플랫폼으로서의 역할도 담당한다. 이상의 내용을 참고하면 최소한 4가지 종류의 활동이 이루어질 수 있는 사회 제도적 플랫폼이 요구된다는 것을 알 수 있다.



〔그림 2-8〕 지식창조를 위한 4가지 종류의 사회 제도적 플랫폼

3) 문화자원

엘리자베스 커리드(Elizabeth Currid)는 창조성은 사회적 기반 없이는 효과적으로 존재할 수 없다고 제시하였다. 여기서 사회적이란 말은 부산물이 아니라, 어떤 문화 상품과 문화 제작자가 생성되고 평가되며 시장으로 보내질지를 결정하는 메커니즘이다.⁴³⁾ 또한 문화는 사회적 속성 때문에 창조성을 이끌며, 창조성과 창조경제에 관한 거의 모든 논의들은 문화적 요인들이 창조성에 직·간접적으로 영향력을 주는 것으로 보고하고 있다.

어원학(Etymology)적 관점에서 볼 때 문화(culture)는 크게 2가지 의미로 해석될 수 있는데, 첫 번째 의미는 독특한 정체성을 가진 전통 정신을 말하고, 두 번째는 문명화(civilization)의 의미로 받아들여진다. 문화라는 용어의 어원은 키케

43) Elizabeth Currid(2007), 『The Warhol Economy: How Fashion Art and Music drive New York City』, Princeton University Press

로(Cicero)의 “cultura animi”에서 기원하는데, 문화(culture)라는 말이 처음 등장하는 18세기에서 19세기 사이에 수렵사회에서 개선된 문명이라는 의미의 경작(cultivation)에 기원을 두고 있다. 이러한 개념이 19세기 들어 “교육을 통한 개인의 개선이나 정교화 그리고 국가적 열망이나 이상의 실현”의 개념으로 발전하게 되었고 19세기 중반부터는 인간의 능력을 일컫는 말이 되었다. 그리고 20세기 들어 문화라는 말의 의미는 인류학의 관점에서 유전자에 의해서 유전된 것으로 설명할 수 없는 인간의 현상의 범위를 포괄하게 되었다.⁴⁴⁾

오늘날 문화라는 말의 의미는 과거보다 훨씬 더 방대하고 다양한 의미를 담고 있기는 하지만 문화의 어원을 참고하면 문화라는 말 속에는 이미 창조의 의미가 상당부분 내포되어 있음을 알 수 있다. 즉, 문화라는 단어 자체가 창의적으로 문제를 해결하고 개선하는 과정을 의미하기에 문화적인 자산을 빼어놓고 창조경제의 실현을 이야기하는 것이 커다란 모순임을 알 수 있다. 그럼에도 불구하고 창조경제를 논의함에 있어 지금까지 문화자원의 실체나 활용방법을 구체적으로 논의한 예는 매우 드물었던 것으로 여겨진다. 국가적 차원에서 살펴보아야 할 문화자원은 간접적인 영향력과 직접적인 영향력의 두 가지 측면으로 구분하여 살펴볼 수 있다.

먼저 주로 거론되는 것은 문화자원의 직접적 영향력이다. 이는 문화를 협의의 의미로 접근하여 창조를 위한 직접적인 투입요소로 보는 것이다. 문화산업에서 투입되는 원재료의 입장에서 주로 거론되고 있는 문화상품의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 관련된 문화의 의미가 여기에 해당한다고 볼 수 있겠다. 아울러 문화콘텐츠산업의 정의가 포괄하는 경제적 부가가치를 창출하는 문화콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스의 제작(창작, 기획, 개발, 생산)·유통·이용 등과 관련된 문화의 의미를 포괄한다고 볼 수 있다.⁴⁵⁾

44) Wikipedia.org에서 인용

45) 이용관(2012), 문화산업에서 콘텐츠산업으로의 정책변동과 미래전망, 한국문화관광연구원

이 외에도 문화자원이 주는 간접적 영향력을 생각해 볼 수 있다. 문화자원이 창조성에 간접적으로 영향을 준다는 점은 이미 창조성의 정의에서부터 그 근거를 찾을 수 있다. 창의적인 결과물들은 사회에 수용됨으로써 새로운 문화를 형성하게 되고 이 문화는 다음 세대의 창조에 지속적으로 영향을 주게 된다. 창조성에 관한 기존의 연구들은 사회문화적 요인들이 사람들에게 의식적 혹은 무의식적으로 영향을 주는 것으로 보고하여 왔다.

이는 20세기 초의 형태주의(Gestalt) 심리학자들의 연구에서 그 뿌리를 찾을 수 있다. Wertheimer(1982)은 진정한 창의적 진보를 이루려는 사람은 생산적(productive) 사고를 사용해서 이전까지 해 왔던 것을 넘어서야 하는데 이때 사회문화적인 요인들이 통찰의 도약에 영향을 미쳐서 비범한 사고가 발생한다고 보았다.⁴⁶⁾

푸앵카레(Poincaré, 1913)⁴⁷⁾는 자신의 의식 밖에서 일어나는 사고 과정들이 자신의 창의적 사고에서 결정적인 역할을 한다고 보았다. 푸앵카레의 관점은 조명(illumination)과 부화(incubation)라는 현상을 중심으로 전개되는데 조명은 해당 문제에 관해 의식적으로 생각하고 있지 않는데 불현듯 해당 문제에 대한 아이디어가 떠오르는 것을 말하며, 부화는 의식적으로 다른 무언가에 관해 생각하는 동안 무의식적으로 그 문제에 관해 생각하는 것을 말하는 것이다.

월러스(Wallas, 1926)⁴⁸⁾는 푸앵카레의 아이디어를 정교화하여, 창의적 사고를 준비(preparation)-부화(incubation)-조명(illumination)-증명(verification) 4단계 모형으로 제시하였다. 그는 부화와 조명과정 사이에서 사회·문화적 요인들이 영향을 주어 문제를 해결하는 조명에 이르는 것으로 보았고, 이러한 관점은 많은 현대 심리학자들이 인지에서 무의식적 처리가 하는 역할을 모형화 시키는 과정에서 영향을 받았다.

46) Max Wertheimer(1982), 『Productive thinking』, University of Chicago Press

47) Henri Poincaré(1913), The foundation of science: Science and Hypothesis; the Value of Science; Science and Method, the Science Press

48) Graham Wallas(1926), 『The art of thought』, Harcourt

만약 특정한 문제해결을 위해 고민하는 부화과정에서 주변에 문화, 예술을 통한 창조적인 실마리가 많다면 그만큼 문제를 창의적으로 해결할 가능성이 높을 것이다. 이러한 관점에서 “21세기의 성공적 사회는 창조성을 길러주고 이와 밀접하게 관련된 문화 활동을 발전시키는 사회가 될 것이다”⁴⁹⁾ 라고 예견한 영국 DCMS의 관점은 의미가 깊다. 콘서트장, 갤러리, 서점, 영화관 등의 문화 환경은 창조 사회 발전을 위해 필수적인 인프라로 창조성을 위한 열띤 토론의 장이 됨은 물론 논쟁과 아이디어 개발, 개인의 제한된 인맥 범위를 넘어선 네트워킹을 위한 토양을 제공하고 있다. 박물관과 갤러리들은 사람들로 하여금 색다르게 생각하고, 아이디어를 받아들이고 전해주며, 과거의 창조성에 기반하여 새로운 것들을 만들어내도록 격려하기 때문에⁵⁰⁾ 창조성이 변창할 수 있는 장소⁵¹⁾가 된다.

그러나 문화와 예술의 존재 자체만으로 사람들을 창조적이 되는 것이 아니기 때문에 사람들이 문화와 예술을 접할 수 있는 기회가 확대되어야 한다. 문화적 참여는 새로운 아이디어를 받아들이고 자기만의 고유한 생각을 새로운 방식으로 생산해 내는데 도움이 된다. 현대 미술과 생존 화가들과 함께하는 교육의 학습효과를 조사한 테일러(Taylor)의 최근 연구는 문화 참여가 사람들이 재능, 독창력, 미적 판단력의 고유한 자원을 발견하도록 돕는다는 것을 보여준다.⁵²⁾ 예를 들어 미술관을 방문한 학생은 무대 디자인이나 옷감에 대한 영감을 발견할 수 있으며,

49) UK Department of Culture, Media and Sport(2001), Culture and Creativity: The Next Ten Years, a Green Paper.

50) Tony Travers, Stephen Glaister(2004), Valuing Museums: Impact and innovation among national museums, National Museums Directors' Conference, the National Museum Directors' Conference

51) Hooper-Greenhill E., Dodd J., Gibson L., Phillips M., Jones C., Sullivan E.(2006), Museums, Libraries and Archives Council and Renaissance, What did you learn at the museum today? Second study: evaluation of the outcome and impact of learning through implementation of Education Programme Delivery Plans across nine Regional Hubs, Research Centre for Museums and Galleries Citation, Leicester, RCMG

52) Babara Taylor(2008), Inspiring Learning in Galleries 02: Research Reports, Engage

과학자는 문학작품에서도 문제해결의 실마리를 발견할 수 있다.⁵³⁾

4) 기술자원

디지털 기술의 빠른 발전은 지구촌 문화권의 대변혁을 일으키고 있다. 지난 10년 동안 기술은 전통적인 사업 모델을 붕괴시키면서, 개인의 창조성을 발현할 수 있는 환경을 조성하고, 다양한 상품과 서비스를 향유할 수 있는 사회적 기반을 형성시켰다.

우선 기술은 창조적 아이디어를 구현해내는 역할을 수행한다. 기술의 발전은 암묵적 지식을 형식적 지식으로 표출화하고, 형식적 지식을 보다 효율적이고 효과적으로 조합화하는 일을 가능하게 하였다. 하지만 표출화와 연결화 등에만 의존하고 그 배후의 원천인 암묵적 지식을 고려하지 않는다면, 더 이상 진보를 기대하기 어려울 뿐 아니라 끝내는 창조의 기반을 잃어버리게 된다는 점에서 유의할 필요가 있다.⁵⁴⁾ 즉 기술이 창조성을 나타내는 데 있어 중요한 역할을 수행하지만, 그 자체가 근원이 되는 것은 아니라는 것이다.

또한 기술은 지식과 정보를 빠르게 확산시키고 이로 인해 새로운 현상들을 창출하는데 기여한다. 마누엘 까스텔(Manuel Castells)은 기술의 발전이 두 가지 상반된 과정과 결과를 가져왔다고 제시하였다. 기술 발전으로 인해 개방과 연결을 가속화시키면서 지식과 정보가 빠르게 확산되게 되었고 이로 인해 문화가 세계화되는 과정이 나타났다. 반면 기술 발전으로 문화의 다양화되면서 문화가 개인화되고 맞춤형 문화가 나타나게 되었다. 특히 사용자의 성향이나 욕구를 상품과 서비스 창출에 반영할 수 있게 되면서 문화가 더욱 지역화되는 과정도 겪게 되었다.⁵⁵⁾ 이러한 현상은 청중이 참여자가 되고 소비자가 생산자 되는 경향이 강화

53) Tony Travers, Stephen Glaister(2004), Valuing Museums: Impact and innovation among national museums, National Museums Directors' Conference, the National Museum Directors' Conference

54) 노나카 이쿠지로(2010), 『창조적루틴』, 북스넷.

55) Manuel Castells(1998), L'ère de l'information. Vol. 1. La société en réseaux. Paris, Fayard.

되면서 더욱 확산되고 있다.

나. 창조적 결과

창조적 자원을 활용해 생산된 창조적 결과물은 일반적인 상품과 서비스를 넘어 다양한 가치를 창출하면서 파급효과를 유발시킨다. 이는 창조경제를 지칭하는 대표적인 개념인 문화경제(Cultural Economy)(J. Scott, 2004)⁵⁶⁾나 경험경제(Experience Economy)⁵⁷⁾의 정의를 보면 창조적 결과물은 단순히 부가가치를 창출하는 것뿐만 아니라 사람들에게 새로운 가치를 창조하게 한다고 제시하고 있다. 특히 창조적 결과물은 기존 산업을 강화하거나 신규 시장을 창출하는 등 새로운 가치를 창출하고 이를 통해 경제성장과 일자리 창출에 기여한다고 보고되고 있다.

창조적 결과물은 창조경제의 이행단계로 언급되고 있는 지식기반경제의 결과물과 비교함으로써 명확해진다. 지식기반경제의 핵심동인은 혁신(Innovation)으로 더 나은 무엇(Something better)인가를 창출하는 것이다. 즉 핵심성공요인이 기술개발이다.

지식기반경제란 생산성이나 경제의 성장이 지식에 보다 더 의존하는 경제를 말한다. 이는 상대적인 개념이다. 물론 과거에도 인간의 지식이 활용되었던 것은 당연하다. 그런데, 생산 활동을 수행함에 있어서 인간의 단순한 힘이나 토지, 기계·기구의 물리적 작용에 주로 의지하던 때와 비교해 볼 때, 동일한 생산 활동에 지식의 투입량은 더욱 많아지고 있는 것이다. 이제 경제발전단계가 어떠한 것인지 한 국가경제는 발전을 위해 많은 적든 지식을 사용해야 하는 경제로 변모되었

56) 문화경제는 소비자에게 실용적 목적보다는 넓게는 주관적 의미, 좁게는 상징적 가치를 가진 재화와 용역을 생산하는 부문(문화적 상품)의 집합으로 정의되고 있다.

57) Alvin Toffler에 의해 최초로 도입된 경험경제 개념은, Joseph Pine and James Gilmore(1999), Rolf Jensen 등에 의해 이론으로 정립되었다. 경험경제는 고객이 상품을 사는 것이 아니라 상품에 담긴 스토리와 경험, 즉 모험과 경험을 사는 것을 지칭한다. 경험경제의 상품가치는 상품에 녹아 있는 무형의 가치 즉, 스토리 및 상품과 결부된 주관적 경험, 감성, 창의적인 아이디어 등에 의해 창출된다.

다. 지식기반경제는 정도의 문제인 것이다. 지식기반경제라는 용어는 OECD가 사용함으로써 일반화되게 되었다. OECD(1996)는 지식기반경제를 지식과 정보의 생산·분배·사용에 직접적으로 기반하고 있는 경제라고 정의하고 있다⁵⁸⁾ 세계은행(World Bank)⁵⁹⁾은 지식기반경제를 ‘생산활동이나 富의 형성이 지식에 더 의존하고 있는 경제’라고 정의하고, 지식의 창출·활용·확산 능력의 정도가 그 나라의 지식기반화 정도라고 하였다. 세계은행이 제시한 것으로서 지식기반경제를 4개의 축(four pillars of a KBE)으로 구성한 모델이 널리 사용되고 있으며, 이를 통해 각국의 지식기반화 정도를 비교·평가하고 있다.⁶⁰⁾ 첫째, 숙련된 노동력에 대한 교육(education for a skilled workforce)으로 지식기반경제는 정보기술뿐 아니라 인적자본에 대하여도 많은 투자를 한다. 둘째, 과학기술 및 혁신(science and technology, and innovation)으로 과학연구자, 연구기관, 기업 등의 네트워크 내에서 또는 서로 다른 네트워크를 통해 창출된 지식이 확산되게 된다. 셋째는 ICT 인프라(ICT infrastructure)로 지식기반경제에서는 R&D, 소프트웨어와 같은 무형적 투자 외에도 정보통신기술(ICT) 하드웨어, R&D 장비 등 유형자산에 대한 투자도 여전히 중요하다. ICT 하드웨어에 대한 투자는 네트워크 효과를 통해 무형자산을 창출, 확대하는 역할을 한다. 창출된 지식은 ICT 하드웨어를 통해 더 빨리, 더 넓게 확산된다. 또한 ICT 기술이 발전할수록 다양한 기술영역과 융합됨으로써 새로운 지식과 기술을 창출한다. 넷째는 정책 및 규제환경(policy and regulatory environment)이다. 지적재산권 보호의 강화, 효과적인 규제정책, 노동시장 유연성 등 경제주체의 창조성을 북돋우고 자원배분의 효율성을 제고하는 정책·

58) An economy which is ‘directly based on the production, distribution and use of knowledge and information’; OECD(1996), *The Knowledge-based Economy*, Paris: OECD

59) World Bank(1998), *World Development Report: Knowledge for Development*, the World Bank, Oxford University Press

60) Asia Development Bank(ADB)(2007), *Moving Toward Knowledge-Based Economies: Asian Experiences*, Technical Note, Manila: ADB

제도를 마련함으로써 지식의 창출·확산·활용을 촉진하게 된다.⁶¹⁾

지식기반 경제의 핵심요소에서 볼 수 있듯이 지식기반사회의 가장 중요한 동인은 과학기술과 ICT 혁명이며 이를 뒷받침하는 혁신이었다. 혁신은 산학협력 및 R&D 투자 등을 통해 창의적이고 현장적응력이 높은 인력을 양성하고, 새로운 기술을 창출할 뿐만 아니라 기술의 사업화 및 상업화를 촉진시켜 국부 자체를 증대시키는 경제를 의미한다고 말할 수 있다. 연구개발에 의한 지식·기술의 창출, 교육·훈련을 통한 인적자본의 육성, 혁신적 기업가 정신 등을 강조하는 혁신의 개념은 마케팅과 결합하여 새롭게 정의되고 있다(Roussel, Saad & Erickson, 1991).

이러한 혁신은 산업경제의 새로운 성장동력을 주입하며 단기간에 고속 성장을 이룩하였고 생산과 서비스 체계의 고효율을 가져왔다. 특히 국내 기업들이 빠른 추격자(Fast Follower) 전략을 통해 모방을 통한 빠른 혁신을 추구하면서 괄목할 만한 성장을 이루어 왔다. 실제로 몇몇 한국기업들은 외환위기를 벗어나면서 국내시장을 넘어 글로벌시장으로 무대를 넓혀가며 급속히 성장해왔고 최근에 이르러서는 LCD, 반도체, 자동차, 조선, TV, 가전제품 등의 글로벌 시장에서 선두그룹에 속하게 되는 실로 경이적인 성장을 이루어 왔다.⁶²⁾ 그러나 혁신을 핵심요소로 하는 지식기반경제의 지향이 모든 국가에서 선진국으로 도약할 수 있는 역량을 갖추게 한 것은 아니다. 실제로 혁신을 통해 경제성장을 이루는 전환 과정에는 극복해야 할 두 가지의 딜레마가 존재한다.

첫째, 투자의 회임기간이 길어 장기적 안목에 입각한 투자가 필요하다는 것이다. 경제의 근본역량을 끌어올리는 기술혁신 투자는 회임기간이 길기 때문에 장기적 안목에서 지속적인 투자가 이루어져야 혁신의 성과가 발현되고 경제발전을 추동할 수 있기 때문이다. 노동력과 자본의 절대량에 의존하는 요소투입형 발전

61) 추기능(2008), 지식기반경제의 이해, 한국발명진흥회

62) 최정환(2010), 한국기업의 지속가능한 성장전략-Fast Follower 전략에서 Customer Centricity 전략으로, LG경제연구원

전략은 그 성과가 비교적 빠르게 나타나는 반면, 시간이 지남에 따라 점차 성장률이 둔화되는 경향을 나타내는 것이 보편적이다. 그러나 이와 달리 혁신을 통한 발전은 그 성과가 초기에는 매우 미미한 것이 일반적이다. 그러나 일정시점(take-off stage)을 지나면 그 성과가 급속하게 증가하고 장기적으로 갈수록 승수 효과가 극적으로 표출되는 것으로 나타난다. 즉 일정시점까지의 고통의 시기가 경과하면 혁신을 통해 나타나는 성과가 요소투입형 발전의 성과를 추월하고 발전격차를 극대화할 수 있는 것이다. 문제는 이러한 발전전략에 따른 전환의 비용을 감내할 수 있는 사회적 준비가 필요하다는 것이다.

둘째, 혁신하는 주체에 대해 더 높은 보상을 부여하기 때문에 사회적 양극화를 심화시킬 수 있다. 지식의 대량생산으로 생산, 가공, 유통이 가능해졌지만 이로 인해 정보화격차(digital divide), 기술격차 등 혁신의 역설이 나타나고, 고용 없는 성장, 소득불평등 증가 등에 따라 경제정책과 사회정책이 병행 추진되지 않으면 혁신경제정책도 위축될 가능성이 커지게 된다. 이러한 과정은 현재의 고용문제를 비롯한 다양한 사회문제를 양산하는 동시에 경제성장 동력을 잃어버리는 단계에 이르게 할 수 있다. 특히 지식기반 사회에서 추구하는 혁신은 고용을 담당하는 기업영역에서 빠른 공정혁신과 생산성 증대를 이끌면서 노동력을 대체하였다. 앞에서 언급했듯이 더 나은 것들이 지속적으로 창출되면서 노동력이 요구되는 일들이 기계로 대체되고 지식을 확보하고 혁신을 유도하는 소수의 계층에 모든 자원이 집중되는 현상이 나타나게 된 것이다.

이러한 의미에서 창조경제의 구현을 통해 유도되는 결과는 지식경제가 이끈 발전 단계에서 나타난 과제들을 해결하고자 하는 새로운 개념이라고 볼 수 있다. 우선 창조경제를 유도하는 혁신 주체들의 범위와 역할이 확대되면서 보다 효과적으로 혁신을 이룰 수 있게 한다. 기존에는 과학기술과 ICT 산업의 발전을 유도했던 소수 전문인 중심의 실험·연구실 안에서의 연구개발, 즉 개별지성(Individual Intelligent)에 의존하였다. 그럼으로써 연구개발 주체의 역량에 의해 혁신 가능성이 좌우되었다고 할 수 있다. 창조경제에서의 혁신도 연구개발 주체의 역량에 의해 달려있지만

혁신이 개방되고 연결되면서 집단지성(Collective Intelligent)을 활용한다는 의미에서 차이가 있다. 우선 개방의 가치가 혁신을 증대시키는 요소로 작동하면서 오픈 이노베이션(Open Innovation)이라는 용어를 창출시키게 된다.⁶³⁾ 이러한 오픈 이노베이션은 창조성과 혁신을 조직 내외에서 자유롭게 창안하는 것을 전제로 하는 패러다임의 전환으로 조직이 연구, 개발, 상업화에 이르는 일련의 혁신 과정을 개방하고 외부자원을 활용해 혁신 비용을 줄이고 부가가치 창출을 극대화하는 것이다. 이를 위해 혁신적인 조직은 내외에 있는 다양한 아이디어를 모으고, 이를 새로운 서비스로 연결시키고 다양한 혁신을 창출하였다.

예를 들어 IBM은 전 세계 15만여 명의 구성원, 고객, 파트너들이 참여해 신사업 실행을 위한 새로운 아이디어를 창출하고 집단지성의 힘을 발휘하는 웹 기반 포럼 '이노베이션 잼(Innovation Jam)'을 운영했다. 아마존닷컴의 '온라인 고객 서평란'은 집단지성을 이용한 크라우드소싱(crowdsourcing)의 최초 사례다. 크라우드소싱(crowdsourcing)이란 생산과 서비스의 과정에 소비자 혹은 대중을 참여시켜 제품과 서비스를 만들고, 그 수익을 참여자와 공유하는 것이다. 또한 아마존은 1994년 설립된 이후 10년 동안 가격, 판매, 고객, 서평, 재고목록 등 정보 데이터베이스를 구축하는 데 많은 노력과 비용을 들인 후, 이를 개방해 누구나 데이터베이스를 활용할 수 있도록 하는 '아마존 웹 서비스(Amazon Web Service)'를 전격 공개했다. 아마존은 이를 통해 경험과 지식이 풍부한 외부인들과 유익한 협력관계를 맺음으로써 성공적으로 기업을 성장시켰다.⁶⁴⁾ P&G는 오픈이노베이션 도입을 통해, P&G가 가진 특허와 기술력을 외부에 공개하고 외부 창의력을 내부로 도입하는 방식의 C&D(Connect & Development)를 창안하였다. 일례로 P&G에서 감자칩 위에 글씨를

63) 오픈이노베이션의 개념은 2003년 UC 버클리대학의 헨리 윌리엄 체스브로(Henry William Chesbrough) 교수가 처음 주창한 이후, 비즈니스 업계의 키워드로 부상했다.

64) Barry L., Spector, J., & Tapscott D.(2008). We are smarter than me: How to unleash the power of crowds in your business; 김정수 역(2010), 『나보다 똑똑한 우리』, 위튼스쿨경제경영총서, 럭스미디어.

인쇄하는 프링글스 프린트의 경우 자체 개발을 했다면 2년이 넘게 걸린 기술인데 옛투닷컴을 통해 1년 만에 시장에 출시할 수 있었다. 네트워크 회원인 이탈리아 볼로냐의 대학교수가 이미 해당 기술을 응용한 케이크와 쿠키를 만들고 있다는 사실을 알려줌으로써 이 제과점과 계약을 맺고 1년 안에 출시 할 수 있었다. 프링글스는 이 상품이 크게 성공함으로써 2년간 두 자릿수 성장을 이루었다. 영국 BBC는 방송 산업의 핵심이라 할 수 있는 문화콘텐츠 영역을 과감히 개방하는 시도를 했다. 'BBC 백스테이지(BBC Backstage)'라는 실험적 사이트를 통해 외부 개발자, 디자이너들이 자유롭게 BBC 콘텐츠를 재이용해 혁신적인 문화콘텐츠를 창작하도록 독려했다. 디지털 미디어 시장이 급속히 진화하는 상황에서 내부 R&D만으로는 더 이상 문화콘텐츠 공급자로서 우위를 점하기 어렵다는 사실을 깨닫고, BBC 백스테이지를 통해 외부 사람들이 자유롭게 아이디어를 공유하도록 하는 과감한 혁신을 시도한 것이다.⁶⁵⁾ 이러한 집단지성을 활용한 혁신의 성공은 오픈 IDEO(Openideo.com) 같은 체계가 구축되면서 더욱 활발히 이루어지고 있다. IDEO는 공통적인 이슈에 대해 개인들이 모여서 아이디어를 개발 및 개량하는 소셜 네트워크 방식의 웹 사이트로 개인의 사소한 이익보다는 다수를 위해 서로의 아이디어를 발전시키는 점에서 크라우드 브레인스토밍이라고 볼 수 있다.⁶⁶⁾

우리가 혁신적인 창조자로 이야기 하고 있는 애플의 스티브 잡스도 창의적인 결과물의 창출에는 연결이 핵심이라고 강조하고 있다.⁶⁷⁾ 미래사회는 개방과 연결이 더욱 복잡해지면서 다양한 집단지성을 생성하게 될 것이며, 새로운 아이디어와 지식을 생산하는 과정도 점차 진화될 것이다. 무한 선택 가능성과 선택에서 꼬리 부분의 수요에 몰리는 것은 이용자들의 상호작용을 통해서 가능하며 이용

65) 정지혜(2011). 개방과 소통이 만드는 서비스 사업의 혁신, LG경제연구원

66) 메가트렌드연구소(2012), 『라이프 3.0』, p.236

67) “Creativity is just connecting things” 창의적인 사람들은 정말로 무엇인가 대단한 일한 것이 아니라 단지 무엇인가를 보았고, 그것이 확실하다고 느꼈을 뿐인데 이는 창의적인 사람들은 그들이 가졌던 경험들을 연결시켜서 새로운 것을 만들 수 있기 때문이다.

자들은 생산 및 유통에 영향을 미칠 뿐만 아니라 그들의 아이디어나 창의력은 집단지성의 형태로 다양한 분야에서 활용될 것이다. 앞으로 개인들의 아이디어는 서로 연결됨으로써 더욱 강력해지며, 아직 다듬어지지 않은 최초의 아이디어들은 다수의 대중이 참여하는 클라우드소싱을 통해 정제되고 완성도가 높아질 수 있을 것이다.

이상에서 논의했듯이 개방과 연결에 의한 집단지성의 활용은 기존 혁신이 가진 대규모 투자와 긴 회임기간을 축소시키게 되었다. 즉 그동안 혁신에 투입된 제한된 자원을 개방과 연결을 통해 최대로 활용할 수 있게 되면서 혁신의 효율성을 높일 수 있게 되었다.

혁신으로 인한 산업의 발전은 새로운 일들을 창출하고 직종의 분화가 이루어지게 하였으나 공정 과정의 효율화와 자동화는 사람들이 할 수 있는 일을 축소시키는 역할을 했다. 실제로 지난 50년간의 경제성장과 고용추이를 연구하던 사람들은 미국에서 경제 팽창이 있을 때마다 고용창출의 폭이 감소한 것을 보고 매우 난감해했다. 1950년대, 1960년대, 1970년대의 경기 확장 때 민간 부문 일자리는 3.5%증가했다. 하지만 1980년대와 1990년대의 경기 확장 때에는 고용이 단지 2.4%증가했다. 21세기 첫 10년간의 확장기에 고용은 실제로 해마다 0.9%씩 감소했다.⁶⁸⁾ 경제학자들은 이제 ‘고용 없는 회복’을 논의하기 시작했다.

MIT의 레이 커즈와일은 “인간이 만드는 기술의 변화속도가 계속 가속화되고 있으며 그 힘도 기하급수적으로 커지고 있다”라고 말한다. 커즈와일은 현재와 같은 기하급수적 기술변화속도라면 21세기가 끝날 무렵 “우리는 대략 2만 년 동안의 진보를 목격하거나(다시 말하지만 ‘현재의 속도 그대로’일 경우) 20세기에 우리가 이룬 것 보다 약 1000배가 더 큰 진보를 목도할 것”으로 추정한다. 다른 식으로 표현하자면 10년마다 진보의 속도가 두 배가 되기 때문에 (현재의 속도를 기준으로) 25일마다 한 세기에 맞먹는 진보를 경험할 것이다. 커즈와일 등의 과학

68) Peter S. Goodman(2010), *Despite Sings of Recovery, Chronic Joblessness Rises*

자들은 21세기가 끝나기 전에 스마트 기술이 “아무 도움을 받지 않을 때의 인간 지능보다 수조 배의 수조 배만큼 강력해진다” 인간 사회에 어떤 영향을 미칠지 한번 상상해 보라고 요구한다.⁶⁹⁾

위에서 제시되는 내용들은 기술이 발전함에 따라 인간이 생산현장에서 할 수 있는 일은 급격히 축소될 것이라는 미래를 보여주고 있다. 산업 시대가 노예제를 끝냈듯이 협업시대는 대량 임금노동에 종지부를 찍을 것이다. 협력하는 사실상 모든 글로벌 기업이 향후 수십 년 사이에 지능형 기술이 인간 노동을 대량으로 대체할 거라고 예측 한다. 이러한 결과는 그동안의 혁신이 생산과정의 효율성을 극대화하는 것에 집중한 결과이다.

새로운 패러다임으로 주창되고 있는 창조경제는 창조성을 핵심동력으로 하며 새로운 무언가(Something New)를 창출하는 데 목적이 있다. 즉 창조경제의 성공 요인이 기술개발을 넘어 가치 제공에 있는 것이다. 새로운 것을 창출하는 것은 지식경제와 같이 혁신을 일으켜 경제성장을 유도하는 것과 함께 새로운 시장이 창출되면서 신규 인력에 대한 수요가 나타나게 된다.

지식경제 시대에서 이루어진 혁신은 창조경제가 구현되는 시대에서 그대로 이어진다. 다만 창조경제에서는 집단지성 등을 통해 보다 효과적인 혁신을 창출하는 동시에 혁신이 새로운 무언가를 지속적으로 창출하는 체계를 구축하여 사람들이 진입할 수 있는 새로운 장을 제공하게 된다는 데 그 차이점이 있다. 이상의 논의를 통해 창조적 결과물에 대해 개방과 연결을 통해 나타난 창조적 혁신으로 유도된 인간의 새로운 활동 영역이라고 정의내릴 수 있다. 이를 위해서는 해당 주체들의 창조성을 최대한 활용할 수 있는 체계와 함께 지속적으로 창의적 주체로서의 역할을 할 수 있는 체계가 구축되어야 한다.

다. 선순환구조

69) Ray Kurzweil(2005), In The Singularity Is Near: When Humans Transcend Biology, Penguin Global p.9

창조적 산물이 어떻게 경제적 가치를 실현해 낼 것인가에 대한 도구적 핵심은 지적재산권에 있다고 할 수 있다. 상상력·창조성과 과학기술의 산물을 크게 지식과 문화·예술적 창조물로 나누어 볼 수 있다. 그러나 이 두 산물은 무형이며, 특별한 절차를 거치지 않는 한 그 소유권이 누구에게 있는지 사용자는 알기가 힘들다. 즉, 이를 누가 이용하여 경제적 이득을 얻더라도 그 경제적 이득이 초기의 창안자가 누릴 수 없는 상황이 발생할 수도 있다. 따라서 창조라는 것을 통해 이룩한 산물을 경제적 이득으로 연결시키고 창조적 산물을 만들어 낸 주체에게 정당한 혜택이 돌아가게 하는 선순환 체계를 만들고자 할 때에는 지적재산권으로 보호하는 것이 필수적이라고 할 수 있다. 창조경제의 가치사슬은 지적재산권으로 급속하게 이동하고 있으며, 우수한 창조적 산물이 경제적 가치로 실현되기에는 제대로 된 지적재산권으로의 전환이 필요하다.⁷⁰⁾

먼저 창조적 산물에 대한 지적재산권을 통하여 선순환 생태계가 형성되기 위해서는 가치 있는 지적재산권이 창출될 수 있는 체계가 촉진되어야 한다. 이를 위해 창조적 산물이 개발되는 체계를 개선하여 기획, 개발, 실행, 평가의 전 주기에 걸친 연계성을 강화하는 등 일괄적으로 연계되는 선순환 시스템을 구축하여야 한다. 즉 기획, 개발, 실행 등의 특성에 맞는 지적재산권 창출 전략을 추진하여 전략적 확대를 통하여 개발 관리를 확대해 나갈 필요가 있다. 또한 창조형·개방형 형태의 지적재산권 창출 환경 조성이 필요하다. 초기 창작자의 창의력 발현을 지원하기 위해서 제도와 환경을 개선시키고 외부 자원을 활용하여 지적재산권을 창출하는 기반을 확대시킬 필요가 있다. 창조성 역량이 요구되는 기초연구는 지적재산의 창출 및 활용을 촉진하고 다양한 사회경제적 효과를 내므로 도전적이고 창의적인 연구 개발에 대한 지원을 확대해야 한다. 또한 초기 창작자 및 개발자의 지적재산 창출 능력 신장을 지원하며, 문화콘텐츠 분야의 창조성 교육을 확대 시키는 등의 환경 조성을 추진할 필요가 있다. 또한 국제교류를 통한 개

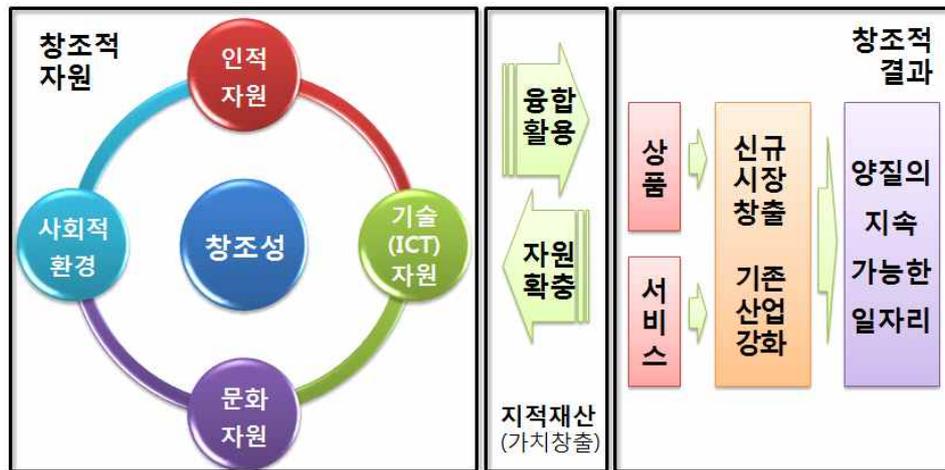
70) 류태규(2013), 창조경제 성공의 실마리, 지식재산, 한국지식재산연구원

발 및 해외 우수 지적재산권 창출 인력의 유치 등을 통해 개방형 환경을 조성해 나가야 한다.

또한 지적재산의 신속한 권리화 및 국내외 보호체계를 정비해야 할 필요가 있다. 지적재산의 적절한 보호가 이루어 질 수 있도록 지적재산 권리의 안정성을 제고하고, 국내외 지적재산권 보호 강화와 침해 발생 시 공정한 분쟁 해결을 도모하기 위한 지원이 필요하다. 이를 위해 지적재산에 대한 심사와 등록에 대한 안정성을 제고할 필요가 있으며, 지적재산 보호 수준에 대한 선진화가 필요하다. 온·오프라인상에서 건전한 지적재산 유통 환경을 조성하기 위해 침해 및 불법 유통방지 체계를 구축하는 등 건전한 창작물에 대한 이용 문화를 조성할 필요가 있다. 또한 해외에서의 우리 지적재산권에 대한 보호가 이루어져야 하며, 지적재산에 대한 분쟁해결 제도를 정비하여 지재권 침해로 인한 권리자의 손해를 실질적으로 배상할 수 있도록 지재권 분쟁해결제도의 신속성과 전문성의 향상을 위한 다각적인 방안이 검토되어야 한다.

이상의 논의는 창조경제가 대두되기 이전단계에 논의된 것들로 창작물의 경제적 가치가 창작자들에게 유입되는 연결고리를 만들어 지속적인 창작활동을 보장한다는 것이다. 그러나 현재의 창조경제는 창의력을 발현하고 구현할 수 있는 유·무형의 자원이 지속적으로 제공되는 체계가 중요하기 때문에 결과물이 창조적 자원으로 활용되어지는 구조를 형성하는 것이 중요하다. 즉 경제적 가치가 창작자에게 가는 선순환적 체계를 형성하는 것과 함께 순환적 생태계에서 가치의 흐름이 대폭 확장되고 빨라져야 한다는 것이다. 결국 창조경제의 구조 안에서 아이디어·지식 및 창조물의 보호와 이의 공유·확산이라는 상충되는 가치간의 조화가 필요하다. 보호 장치가 존재하지 않으면 혁신 동기가 유발되지 않지만, 보호 장치가 너무 강력하면 혁신·지식의 외부성이 제한되어 연속되는 혁신을 봉쇄할 가능성이 있다. 창조경제 구조 안에서도 연구개발 투자, 창작 등의 동기부여를 위해서는 특허, 저작권 등 지적재산권의 보호가 필수적이지만, 지적재산권의 보호와 함께 기술의 거래 증진, 연구 집단·기업간의 협업이나 연구공동체 활

성화, 개인·집단·기업·정부 등 각 경제주체 간의 소통, 축적된 지식 및 아이디어의 공유도 중요하다.⁷¹⁾ 즉, 창조경제의 구현에 있어 아이디어·지식·기술의 보호와 확산·공유간의 조화, 또는 혁신을 일으키는 사람과 혁신의 혜택을 향유하는 사람간의 이해관계 사이에 균형이 이루어지는 체계가 구축되어야 한다.



[그림 2-9] 창조경제의 핵심요소와 구조

71) 창조적 산물에 대한 재산권을 통하여 선순환 생태계 조성을 위해서는 또한 지적 재산권 활용을 확산시키는 공정한 거래질서 구현이 중요하다. 지적재산 활용 분야에서 지적재산의 경제적 부가가치를 극대화하기 위한 환경이 구축되어야 한다. 지적재산을 활용한 창업 및 사업화 지원, 공공정보·공유저작물의 상업적 이용 확대 등을 통해 수익 창출 체계 고도화 전략을 설정하고 지적재산의 활용을 촉진할 수 있도록 해야 한다. 또한 지적재산 비즈니스에 대한 환경을 개선하여 다양한 지적 재산 비즈니스 모델을 창출하고 육성하여 모범사례를 확산시키고, 지적재산에 관한 가치평가시스템, 투·융자 시스템을 비롯한 금융 활성화 방안을 통하여 지적재산을 자산으로 적극 활용하여 부가가치 창출이 원활하게 이루어질 수 있는 생태계로 발전시켜 나가야 한다.; 국가지식재산위원회(2013), 정책자료집

제 3 장 문화와 과학기술이 융합·발전하는 창조경제

제 1 절 문화와 과학기술의 융합 패러다임

1. 창조경제의 양대 축으로써 문화영역의 강조

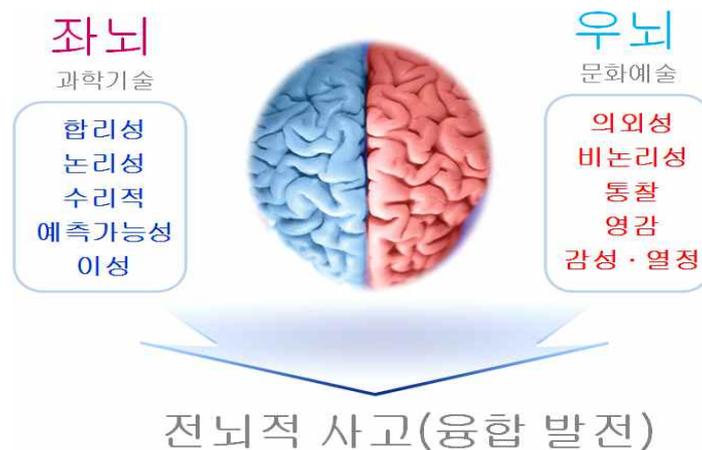
산업사회에서 지식정보사회로 이행되는 과정에서 과학기술과 정보통신기술(ICT)가 핵심 역할을 한 것은 부인할 수 없다. 과학기술과 ICT의 발전은 지식과 정보의 압축, 가공, 전송을 용이하게 하고 다양한 사람들의 지식과 정보를 공유·활용할 수 있는 환경을 조성하였다. 그러나 지식정보사회를 넘어 창조사회로 이행되는 시점에서는 창조성을 구현할 수 있는 요소와 창조성을 지속적으로 창출할 수 있는 요소가 동반되어야 한다. 이는 산업사회에서 지식정보사회로 이전될 때 산업사회의 하드웨어적 인프라와 체계 기반 위에 지식과 정보를 활용할 수 있는 소프트웨어적인 영역이 접목되어 실현된 것과 같이 창조사회도 현재 고도화된 인프라와 기술기반에 창의적 요소를 부과함으로써 구현될 수 있다는 것이다.

인류의 역사를 볼 때 문화예술은 인간의 창조성에 기여하는 가장 핵심적인 영역으로 고려되어져 왔다. 이는 문화적 요소가 접목된 교육환경에서의 예술 과정을 통해 각 개인이 창조성과 직관적 감각, 상상력, 감성, 윤리기준, 비판적 사고, 자율성, 사고와 행동의 자유를 발전시킬 수 있기 때문이다. 문화예술이 사람들에게 창조적 경험을 제공한다는 것은 다양한 연구와 사례들로 증명되어 왔다.⁷²⁾ 이에 선진국들을 중심으로 창조적 요소를 증대시키기 위해 인적자본 개발과 교육에 있어서 보다 예술적, 비인지적, 의사소통 중심 접근법을 확산시키고 있

72) UNESCO(2006), Road Map for arts education- The World conference on Arts Education: building creative capacity for the 21st Century

다.⁷³⁾ 특히 영국은 녹색서(Green Paper)를 통해 “21세기의 성공적 사회는 창조성을 길러주고 이와 밀접하게 관련된 문화 활동을 발전시키는 사회가 될 것이다”⁷⁴⁾라고 제시하며 문화의 중요성을 강조하고 있다.

문화예술과 과학기술의 영역은 인간이 내재적으로 가지고 있는 영역이다. 문화예술은 보다 우뇌 영역으로 직관력, 감성, 열정, 의외성을 기반으로 한다. 과학기술은 보다 좌뇌 영역으로 논리성, 합리성, 수리적·이성적 사고를 기반으로 한다. 미래학자 다니엘 핑크는 “좌뇌적 사고는 여전히 필요불가결하다. 하지만 더 이상 그것만으로는 부족하다. 하이 컨셉의 시대에 우리에게 필요한 것은 양쪽 뇌를 모두 활용하는 전뇌적인 새로운 사고이다”라고 이야기 하며 미래 사회를 전망하였다.⁷⁵⁾



(그림 3-1) 융합의 시대 전뇌적 사고

73) OECD(2001), The Wellbeing of Nations - The Role of Human and Social Capital

74) DCMS(2001), Culture and Creativity: The Next Ten Years, Green Paper

75) 다니엘 핑크(2012), 새로운 미래가 온다, 김명철 역, 한국경제신문사

2. 문화예술과 과학기술의 융합

예술은 과학기술과 상관없는 분야로 여겨지기 쉽지만, 역사적으로 볼 때 기술이 새로운 예술의 태동과 발전에 영향을 준 사례가 다수 발견되고 있다. 대표적인 사례는 레오나르도 다빈치로, 다빈치는 뛰어난 예술가이자 과학자/공학자로서 예술과 과학의 접목에 수많은 선례를 남긴 바 있다. 또한 독일의 작곡가인 바그너는 1850년 '미래의 예술 작품(Das Kunstwerk der Zukunft)'이라는 저술에서 음악, 노래, 무용, 시, 시각 예술과 무대 디자인 기술을 오페라에 결합하려는 시도를 보인 바 있다.⁷⁶⁾

최근 컴퓨터 소프트웨어/하드웨어 및 다양한 첨단 과학기술에 기반을 둔 디지털 기술의 발달은 예술의 속성을 근본적으로 변화 시키고 있으며, 예술과 과학기술의 융합을 가속화시키고 있다.

디지털 기술은 기존의 예술을 제작, 기록, 보존, 유포하는 데 변화를 주고 있다. 우선 제작 단계에서는 과거 붓과 물감, 연필로 캔버스에 그리던 그림은 이제 컴퓨터로 구현되는 CG 기술로 만들어지고 있으며, 악기로 연주되던 음악은 디지털 신서사이저를 통해 기존에 없던 사운드를 조합해 창조되고 있다. 기록 단계에서는 그림과 음악, 영화, 사진 등의 문화예술 콘텐츠가 0과 1의 신호에 기반을 둔 CD/DVD/블루레이, 이미지/동영상 파일과 같은 디지털 매체로 변환되어 기록되고 있다. 또한 문화유산 및 문화예술의 형태와 모습이 CG나 디지털 사진으로 변환되어 데이터베이스에 보존되고 있다. 끝으로 전송 및 확산 차원에서는 아날로그 중심이었던 문화유산 및 문화예술이 온라인 상에서 유통 및 접속이 가능해지면서 인터넷 웹사이트를 통해 언제 어디서나 감상할 수 있게 되었다.

또한 과학기술은 기존의 예술 장르들을 해체하고 서로 융합해 새로운 장르를 만드는 데 기여하고 있다. 대표적인 예로 예술 작품의 표현에 각종 컴퓨터 기반 기술과 센서, 터치스크린 등 인터랙티브 기술을 이용하는 미디어 아트 등을 들

76) 한국콘텐츠진흥원(2012), 문화예술과 CT의 만남, CT 인사이트

수 있다. 홀로그램, 로봇, 무대 디자인 장치 등 다양한 디지털 기술을 활용하는 공연 분야도 '디지털 퍼포먼스'와 같은 새로운 장르로 진화하고 있다. 이렇게 예술가들이 서로 다른 이종 분야를 예술 작품 내에 결합하는 이유는 창조적인 예술 작품을 만들기 위한 원동력으로써 활용하려는 의도에서 비롯된 것이다. 서로 다른 장르를 결합하는 다양한 실험과 시도를 통해 기존에 찾아볼 수 없었던 창조성과 새로움을 발견할 수 있으며, 복합장르의 예술은 시각, 청각, 촉각 등 다양한 감각을 자극하고 관객이나 관람자를 작품에 더욱 몰입하도록 도와준다.

끝으로 기술은 관객들의 능동적인 참여를 독려하고 예술 작품과 관객들의 상호 작용성을 증대시키는 역할을 하고 있다. 인터넷, 모바일 등 네트워크 기술은 디지털 예술 작품과 통신을 가능하게 함으로써 관객의 참여와 피드백을 작품 구현과 전시에 반영하고 있다. 또한 관객의 움직임을 감지하는 센서나 터치스크린을 장착한 미디어 아트 작품들은 관객의 반응을 작품에 구현함으로써 기존 창작자 중심의 예술의 세계에 참여형 예술이 가미된 형태를 나타내고 있다.

과학기술이 문화예술의 변화를 가져오는 것과 같이 과학기술 영역도 문화예술, 즉 인간의 감성을 자극하는 부분을 표면적으로 고려하기 시작했다. 최근 엔지니어링 분야에서도 분석적인 능력뿐만 아니라 시각적이고 비언어적인 사고의 중요성이 크게 부상하고 있다. 예를 들어 디자인은 단순히 상품화나 판매 촉진을 위한 수단만이 아니며 기술을 구성하는 핵심적인 본질적 요소가 되고 있다.⁷⁷⁾ 제품의 기능을 쉽게 사용하도록 만드는 기본적 기능을 넘어 사용자의 감성에까지 영향을 주는 인터페이스 개발이 강조되고 있다. 향후 디지털 기술의 편리함을 익숙한 아날로그 틀에 적절하게 담은 과학기술이 발전할 것이며, 사람의 움직임을 그대로 인터페이스로 활용하는 과학기술을 개발하여 사용자의 편의 증진 및 강한 경험을 제공할 수 있는 기반이 구축될 것으로 전망되고 있다.

문화예술과 과학기술에 대한 학문이 가장 잘 결합된 형태로 감성공학과 사용

77) 유진 S. 퍼저슨(1998), 『인간을 생각하는 엔지니어링』, 한울

자경험 분야를 들 수 있다. 감성 공학은 인체의 특징과 감성을 제품설계에 최대한 반영시키는 기술로 ‘인간이 가지고 있는 소망으로서의 이미지나 감성을 구체적인 제품설계로 실현해내는 공학적인 접근방법’이다. 감성 공학 분야에서는 생체 측정 기술, 인간의 오감(시각, 청각, 촉각, 미각, 후각) 센서 및 감성 처리 기술, 마이크로 가공 기술, 사용성 평가 기술, 가상현실 기술 등 인간에 대한 적합성을 판단하고 새로운 감성을 창출하기 위한 기술 등이 연구되고 있다. 또한 사용자경험(User Experience: UX)은 사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직·간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 총체적 경험을 말하며 단순 기능이나 절차상의 만족뿐 아니라 지각 가능한 모든 면에서 사용자가 참여, 사용, 관찰하고 상호 교감을 통해 알 수 있는 가치 있는 경험을 지칭한다. 제품 디자인, 상호작용 디자인, 사용자 인터페이스 디자인, 정보 아키텍처, 사용성 등의 분야에서 주로 연구 개발되고 있다.⁷⁸⁾

최근 상품과 서비스에 있어 단순한 기술의 적용이 아니라 인간을 배려하는 컨셉이 더욱 중요해지고 있다. 실제로 기술위주의 제품과 서비스는 종종 사용자에게 대한 배려가 부족하다는 불평을 듣게 되는데 이는 사용자를 중심에 두고 적합한 컨셉을 고민하지 못했기 때문인 것으로 나타나고 있다.⁷⁹⁾ 또한 최근 활용되고 있는 문화기술 가운데는 관람객의 시선과 집중도를 높여준다는 점에서 높이 평가되는 것도 있지만 인간을 중시하는 대상이 되는 물체가 지닌 총체적 가치를 의미하는 맥락(Context) 정보를 제공하는 것에는 한계를 보이기도 한다. 문화를 잘 표현한다는 것은 인간의 관점에서 어떤 것을 요구하고 있는지에 대한 분석이 뒤따르는 것이다. 그러므로 문화예술과 과학기술 분야에서 서로 상대 분야가 요구하는 사항들에 대한 명확한 분석과 이를 토대로 한 문화콘텐츠의 제공 및 기술의 개발이 이루어져야 한다. 인간의 감성의 표현이 디지털 데이터로 표현되어질 수

78) 한동승(2012), 문화기술과 인문학, 인문콘텐츠 제27호

79) 메가트렌드연구소(2012), 『라이프 3.0』, p.174

없지만, 양자 간의 협의를 통해 최소한 접점을 찾을 필요가 있다.⁸⁰⁾ 이처럼 창조 경제시대에는 다양한 분야들 사이의 상호 교류와 비언어적 사고가 더욱 중시되고 있으며, 이로써 문화와 기술이 새롭게 통합될 것이다.

제 2 절 문화와 과학기술 융합의 결과 문화콘텐츠

1. 문화콘텐츠산업과 ICT 산업의 비교

문화콘텐츠는 문화와 과학기술 융합의 결과이다. 이는 문화콘텐츠의 정의를 통해 확인할 수 있다. 문화산업 진흥법에서 정의하는 문화콘텐츠란 창의력, 상상력을 원천으로 하는 문화적 요소가 체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품을 의미한다. 즉 문화콘텐츠는 상품이면서 감동, 상상력, 생활양식, 가치관, 예술성 등 정신적, 감성적 가치를 담고 있는 복합적 문화상품이라는 것이다. 하나의 문화콘텐츠가 제작되기 위해서는 소재(스토리 등), 인력, 과학기술, 자본 및 인프라 등의 투입요소가 필요하다. 특히 소비자에게 전해줄 메시지를 담고 있는 소재는 여러 가지 정보와 지식, 그리고 소재 제공자의 상상력과 가치관이 융합되어 있다. 결국 문화콘텐츠는 사람들에게 단순히 과학기술과 편리가 아닌 지식과 경험을 전달하기 때문에 다양한 투입 요소들이 융합되게 된다. 창의적인 제작인력들에 의해 소재들은 소비자들에게 최대한 의미 있는 상품과 서비스로 인지 될 수 있도록 구현된다. 이러한 과정에서 과학기술은 문화콘텐츠를 소비자들에 효과적으로 보여질 수 있도록 하는 중요한 수단이 된다. 결국 모든 투입요소들이 화학적 결합을 하여 각 요소들을 명확하게 구분할 수 없는 문화콘텐츠는 인력들의 창조성을 기반으로 문화와 과학기술이 융합되어 창출된 융합의 결정체인 것이다.

최근 기존산업의 성장정체, 기술 발전과 개방형 혁신 확산, 소비자 욕구 다양화로 인해 글로벌 메가트렌드로서 산업융합은 가속화 되고 있다. 또한 융합의 경

80) 최희수(2012), 인문학과 문화기술의 상생을 위한 과제, 인문콘텐츠 제27호

향이 이중 기술·산업간 융합을 거쳐 인문·예술 등 다양한 분야의 융합으로 발전하면서 21세기 세계경제의 패러다임 변화를 주도하고 있다. 이러한 배경에서 문화콘텐츠산업도 다른 영역과 융합되면서 빠르게 확장되고 있다. 그러나 완성된 문화콘텐츠가 다른 부분과 융합되는 것은 앞에서 제시한 융합의 정도에 있어 상이하다. 실제 완성된 문화콘텐츠는 소비자에게 전달되기 위해 미디어 플랫폼과 기기들을 통하게 된다. 특히 기술 발전으로 미디어플랫폼과 기기들이 다양해지면서 기존 제한된 문화콘텐츠 확산범위가 급속도로 확대되고 있다. 즉 문화콘텐츠와 플랫폼과 융합, 문화콘텐츠와 기기와 융합 등은 문화콘텐츠 창조과정에서 나타난 화학적 융합이 아닌 물리적 융합이라고 할 수 있다. 즉 문화콘텐츠와 플랫폼, 기기가 결합되고 있지만 각 영역의 구분이 가능하다는 것이다. 사람들이 소비하는 것은 문화콘텐츠임에도 불구하고 기술이 고도화되고 연결의 중요성이 더욱 강조되면서 전체 가치사슬에서의 플랫폼이나 기기의 입지가 강화되고 있다. 실제 대부분의 부가가치 창출도 문화콘텐츠가 아닌 이를 유통·구현하는 부분에서 이루어진다.

이로 인해 최근 융합의 결정체인 문화콘텐츠에 대해 생산이 아닌 유통과 구현에 핵심을 두는 논의들이 제기되고 있다. 즉 플랫폼 확장을 통한 인터넷 지배력 강화를 강조하는 기술 중심, 플랫폼 중심의 문화콘텐츠 생태계가 이루어 질 것이라는 논의가 전개되고 있다. 또한 문화콘텐츠산업을 ICT 산업 생태계에 포함된 부분집합의 개념으로 보고 있어 문화콘텐츠산업의 성장을 ICT 산업의 외연확대로 설명하고 있는 논의도 대두되었다.⁸¹⁾

그러나 앞에서 제시했듯이 문화콘텐츠산업은 문화와 과학기술의 융합을 가장 잘 보여주는 것이라고 할 수 있다. 즉 문화콘텐츠산업의 기술로 산업의 역량과 발전 양상이 결정되는 것이 아니라 기술의 문화콘텐츠가 구현되고 확장될 수 있는 범위를 확장시킨 것이다. 특히 문화콘텐츠는 문화적 요소(인문학과 문화예술

81) 황준호(2012), 스마트 융합시대 콘텐츠산업 진흥을 위한 정부의 역할

영역)를 기술적 요소로 구현한다는 데서 이러한 특징이 분명히 나타난다. 문화콘텐츠산업과 ICT 산업은 문화콘텐츠와 ICT의 속성으로 인해 핵심 투입 요소, 인력, 시장 진입 여건, 경제적 가치 창출, 지향목표, 핵심 가치 등에서 상이한 양상을 가지고 있다.

문화콘텐츠는 경제적 가치뿐만 아니라 문화적 가치를 갖는 상품으로서 문화콘텐츠의 생산, 유통, 소비를 통한 경제적 성장, 문화정체성 확립, 문화다양성 제고, 문화민주주의 기여 등까지 추구해야 한다.⁸²⁾ 또한 문화콘텐츠는 공공재(public goods)와 경험재(experience goods)의 속성을 가진다. 새로운 것을 부단히 추구하는 경향과 ‘슈퍼스타’의 현상이 두드러지며 고정비용은 크고 전달의 한계비용은 작거나 무시할 정도라는 의미에서 수요 예측이 어렵고 성공의 불확실성이 크다. 문화콘텐츠산업의 발전은 문화콘텐츠의 질적 수준과 다양성에 의해 좌우되며, 감성, 스토리, 상상력이 바탕이 되는 예술적·문화적 요소의 투입이 중요하다.⁸³⁾ 실제로 소비자들의 문화콘텐츠 소비 결정 요인은 어떤 플랫폼, 네트워크, 기기가 아닌 문화콘텐츠의 질에 기인한다고 할 수 있다. 즉 문화콘텐츠산업의 경쟁력은 유통창구 및 기기와의 결합이 아닌 소비자의 감성과 재미를 충족할 수 있는 창조적 문화콘텐츠의 확보가 중요하다.⁸⁴⁾ 반면 ICT 산업은 과학기술이 집약된 산업 부문으로 양질의 문화콘텐츠를 모아 소비자들에게 장소와 시간에 상관없이 신속하게 전달하는 것이 중요하다. 소유에서 접속, 경험을 중시하는 맞춤형 시대가 부상하면서 개인의 취향에 따라 문화콘텐츠를 소비할 수 있도록 하는 기술력 확보가 중요해졌다.

82) 최세경·이용관(2012), 콘텐츠산업 생태계 형성과 정책 거버넌스 구축 방안

83) 문화콘텐츠 관련 전문가 100명을 대상으로 조사한 결과, 급격한 기술 발전에도 문화콘텐츠 소비 결정요인 중 가장 중요 요인에는 스토리텔링(70%)이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 인지도(10%), 신기술 적용(4%) 등의 순으로 나타남, 이용관외(2012), 문화산업에서 콘텐츠산업으로의 정책변동과 미래전망

84) 임승빈·조문석(2012), 국가경쟁력 강화를 위한 문화행정 조직의 개편방향에 관한 연구

문화콘텐츠산업은 다양성을 기반으로 한 산업으로 창의력을 가진 다수의 생산 가능한 인력들이 시장에 진입할 수 있는 여건을 조성하는 것이 중요하다. 문화콘텐츠산업은 기본적으로 문화적 요소와 개인의 창의력에 기반하는 산업으로 새로운 아이디어와 창조성을 가진 인력들의 유입이 원활해야 한다. 반면 ICT 산업은 소비자 후생을 높이고 효율적인 운영(지속적인 투자 유치 등)을 위해 정부에서 각종 규제로 가격 등을 제한하는 대신 독점적 권한을 부여하게 된다. 이로 인해 개인 및 중소기업이 플랫폼과 네트워크 사업자가 되기는 어려우며, 시장의 유통망은 규격화(표준화)된다.

문화콘텐츠는 상품으로 소비자들에 직접적으로 향유되거나 다양한 형태로 활용되면서 경제적 가치를 창출하는 반면, ICT 산업은 새로운 상품을 창출하는 것보다는 서비스 혁신을 통해 부가가치를 창출하게 된다.

문화콘텐츠 관련 인력들이 지향하는 목표는 상품으로써 소비자들에게 선택될 수 있는 다양한 양질의 문화콘텐츠를 창출하는 것이다. 문화콘텐츠의 활용 가능성을 확대시키기 위해 방송, 영화, 게임, 음악, 출판, 만화, 애니메이션 등 문화콘텐츠산업의 생산, 유통, 소비가 개별 생산, 개별 이용이라는 전통적 틀에서 벗어나, 단일 문화콘텐츠가 다양한 미디어를 통해 공통적으로 이용 가능한 원소스 멀티유즈(One Source Multi Use)로 되고 있다. 플랫폼과 네트워크 부문은 공급(콘텐츠 생산자)과 수요(소비자)의 중간에서 이들을 연결하여 양면시장을 형성함으로써 가치를 창출한다. 유통부문은 생산자와 소비자들을 효과적으로 연결시켜 가입(이용)율을 높이고 다양한 서비스와 비즈니스 모델(광고, 전자상거래 등)을 적용함으로써 부가가치를 창출한다.

문화예술 영역은 다양성, 창의, 문화, 확장 등의 개념들을 강조하며 다양한 창작과 예술성을 높이는 것을 핵심 가치로 지향하는 반면, 과학기술영역은 표준화, 효율성, 속도, 통합의 개념들을 강조하며 부가가치 고도화를 핵심 가치로 지향하고 있다고 볼 수 있다.

〈표 3-1〉 문화콘텐츠산업 vs. ICT산업

	문화콘텐츠산업	ICT산업
핵심 투입 요소	문화적 요소, 스토리, 상상력, 창의력(예술, 자율)	기술력, 창의력(기술적 활용성)
인력	창의인력 중심: 문화와 예술, 인문학적 요소, 기술의 응용	기술인력 중심: 기술적 요소 + 관련 정보와 지식
시장 진입 여건 및 제약	진입 장벽 약함 다수의 창작자 진입을 권장	진입 장벽이 높음 효율성을 위해 신규 진입 제한
경제적 가치창출	기획 창작	연결
지향하는 목표	다양한 창작과 예술성	부가가치 고도화
핵심 가치	다양성, 창의, 문화, 확장	표준화, 효율성, 속도, 통합

자료: 이용관(2012), ICT 환경변화에 따른 콘텐츠 생태계 조성 방안 연구

이러한 두 영역의 차이는 문화콘텐츠가 문화적·인문학적 요소에 기반하고 있어 나타나는 현상이며, 문화와 과학기술의 두 영역이 융합·발전되는 부분에서 문화문화콘텐츠가 창출되기 때문에 한쪽만 고려해서는 안 된다는 것을 시사한다. 실제로 새로운 과학기술의 도입이 문화콘텐츠의 양적 증대와 가치 상승에 많은 기여를 하였으나 문화적 요소(스토리 등)가 융합되지 않고는 경쟁력 있는 문화콘텐츠 창출이 어렵다는 것은 다양한 사례들을 통해 증명되고 있다. 3D 영화 ‘아바타’가 27.2억달러의 수익을 거둔 이후 3D기술이 문화콘텐츠산업의 차세대 기술로 각광받으며 다양한 문화콘텐츠분야에 적용되었다. 그러나 스토리의 뒷받침 없이 3D기술을 적용했던 ‘캣츠 앤 독스2’와 ‘스텝업 3D’는 각각 2,640만달러, 1,580만달러의 수익을 올리는데 그쳤으며, 국내에서 야심차게 선보인 ‘7광구’ 등도 흥행에 실패하였다.⁸⁵⁾ 실제로 많은 전문가들이 좋은 스토리 없이 기술력만으로 양질의 문화콘텐츠를 제작할 수 없다고 이야기 하고 있다.⁸⁶⁾ 결국 문화콘텐츠

85) 이용관외(2011), 문화산업지속성장을 위한 정책패러다임 연구, 한국문화관광연구원

86) 브랜든 개리 박스오피스 모조 회장은 "영화제작 스튜디오들이 단기적인 사고에 사로잡혀 3D 영화로 뛰어들고 있지만 진짜 문제는 스토리텔링(storytelling)의 부재

츠사업이 지속가능하기 위해서는 한쪽 영역에 매몰되지 않고 두 영역의 가치를 극대화하는 방향으로 융합 발전될 수 있는 체계가 구현되어야 할 것이다.

2. 문화와 과학기술이 상호작용하는 문화콘텐츠산업의 생태계

문화와 과학기술이 융합·발전하는 체계를 구축하기 위해서는 두 영역을 구성하는 주체와 요소들의 상호작용을 촉진하는 것이 중요하다. 그동안 두 영역은 이분법적으로 고려되어 왔으며, 실제로 문화와 인문학은 인간의 여러 전문 지식사이의 분리 상태, 심지어는 반대·대립의 상태에까지 이르게 되었다. 이러한 구조에서 두 영역의 상호작용은 서로 다른 개체들이 공존하면서 서로를 발전시키는 생태계 체계를 통해 이야기할 수 있다.

시장을 구성하는 주체들과 에너지 흐름을 입체적으로 고려할 수 있는 문화콘텐츠 생태계 구조는 생태계 이론의 기본이 되는 생물계의 생태계 구조를 적용하여 도식화할 수 있다. 생물계에서 생태계를 구성하는 개체는 그 기능을 기준으로 크게 생산자(녹색식물)·소비자(동물)·분해자(미생물)로 구분된다. 이 구성요소들은 생태계 전반에 걸친 에너지의 흐름과 생태계 내에서의 에너지 순환이라는 2개의 주요한 힘으로 서로 연결되어 존재하며 순조로운 에너지 흐름과 순환을 위해서는 아래와 같은 조건이 성립해야 한다.

생태계 내에서 에너지의 흐름이 원활하게 이루어지기 위해서는 가장 기반이 되는 생산자가 가장 큰 개체 수를 가지고 있고 그들의 생산 활동은 생태계 전체의 에너지 순환에 가장 중요한 동력을 제공해야 한다. 즉 하위 생산자 하나하나의 크기는 상위 생산자에 비해 규모 및 역량이 작을 수밖에 없지만 전체의 합으로 하위 생산자의 군은 더욱 커야 생태계의 원활성이 보장될 수 있다.

또한 생태계 지속을 위해서는 각 주체 경쟁력 확보 및 내부적 능력 배양이 가장 중요하며 이로써 지속적으로 생태계 내의 에너지를 창출할 수 있도록 해야 한

"라고 언급하였다.

다. 각 개체의 경쟁력 강화는 자체적인 에너지 창출의 증대와 함께 외부 에너지, 즉 새로운 개체가 유입됨으로써 창출될 수 있으므로 새로운 개체 및 집단이 등장하는 계기가 지속적으로 제공되어야 한다.

생태계의 상호연계성은 개체들의 대등함과 상호작용의 유인이 보장되어야 생태계가 구축·확대될 수 있으며 마지막으로 생태계 공진화를 위해서는 일방적인 에너지 흐름이 아닌 각 개체가 자기 조절 및 배려를 통해 선순환적인 구조를 구축하는 것이 중요하다. 즉 상호연계성 및 공진화는 각 개체의 경쟁력 강화가 전제되어야 하며, 다양한 주체들의 경쟁과 협력을 통해 생태계가 발전될 수 있다.

생물계의 생태계 구조와 조건들을 문화콘텐츠 생태계에 적용해 보면 다음과 같이 설명할 수 있다. 문화콘텐츠 생태계를 구성하는 개체는 크게 생산자(문화콘텐츠 생산자), 소비자(ICT 산업 관련 개체, 문화콘텐츠 소비자), 분해자(창조성과 아이디어 제공자, 기술 제공자 등)로 구분된다.

먼저 에너지 흐름 구조의 확립에서 소비자를 하나의 거대한 군으로 봤을 때 기본적으로 문화콘텐츠 생태계를 구성하는 각 개체들은 에너지 총량 및 규모에서는 ‘생산자 > 소비자’의 구조, 에너지의 흐름 면에서는 생산자에서 소비자로, 그리고 분배자로 이어지는 순환구조를 가진다. 또한 문화콘텐츠 생태계에서 소비자가 문화콘텐츠를 소비한 후에 생산자에게 창조성이나 아이디어, 새로운 기술 등을 제공하거나 소비자가 생산자로 진입(인력)하게 됨으로써 하위주체에 새로운 에너지가 유입된다.

문화콘텐츠 생태계를 지속적으로 성장시키기 위해서는 모든 개체들의 경쟁력이 전제되어야 하며 이러한 경쟁력은 치열한 경쟁에서 생존해 가면서 나타난다. 실제 경쟁 현상은 문화콘텐츠 생산자와 문화콘텐츠 소비자 간에 일어나는 것이 아니라 문화콘텐츠 생산자 간 또는 문화콘텐츠 소비자 간에 치열하게 일어난다고 볼 수 있다. 실제로 생물계에선 먹이와 서식지, 번성을 위해 동일한 또는 비슷한 군의 개체끼리 지속적으로 경쟁한다. 예를 들어 생물계에서 토끼와 독수리는 서로 경쟁 관계가 아닌 먹이와 포식자의 관계이며 실질적인 경쟁은 토끼(동일군)

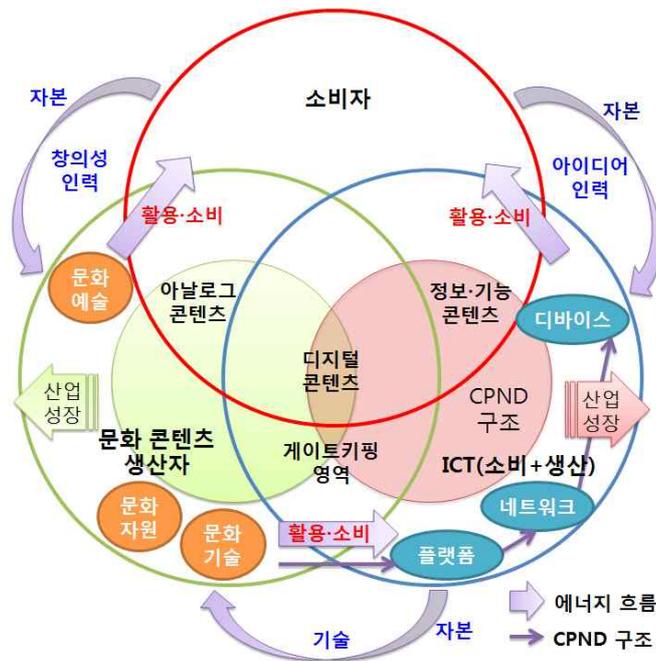
사이에서 일어나는 것이다. 각 주체들의 경쟁력 향상을 위해서는 지속적인 경쟁과 협력이 요구되는데 이를 위해서는 경쟁을 통해 도태된 개체의 탈락과 함께 새로운 개체들이 지속적으로 유입되어야 한다. 그러나 새로운 개체의 진입 확대는 경쟁이 심화되거나 대규모 개체에 에너지가 집중되면 자생적으로 이루어지기 어렵기 때문에 외부의 도움이 필요하다. 개체가 독점적 지위에 놓이게 되면 자신의 권한을 유지하기 위해서 새로운 진입을 어렵게 하고 이로써 새로운 혁신이 창출되기 어려워진다. 이는 장기적으로 보았을 때 전체 생태계뿐만 아니라 지위를 가진 개체의 발전에도 부정적 영향을 미칠 수 있다.

생태계 각 개체간의 상호연계성 강화 및 공진화 성립에 대한 문화콘텐츠 생태계의 적용은 다음과 같다. 상호연계성 및 공진화는 각 개체의 경쟁력 강화가 전제되는데 과거 문화콘텐츠산업은 대중문화예술의 한 영역으로 인식되었으며 그 규모도 미미했다. 2000년 후반 문화콘텐츠산업이 국가 신성장 동력으로 부상하고 한류, 게임 콘텐츠의 약진 등으로 글로벌 경쟁력이 강화되면서 다른 개체와의 상호연계 및 동반 성장 환경이 조성되었다. 이러한 환경은 ICT 산업의 발전으로 융합화가 촉진되면서 문화콘텐츠가 아날로그뿐만 아니라 디지털 영역으로 더욱 확장되었다. 즉 문화콘텐츠산업의 성장으로 개체들의 대등함이 형성되었으며 개방, 연계 등의 패러다임은 상호작용에 대한 유인을 확대시켰다고 볼 수 있다. 또한 산업 전체에 상생이라는 개념이 확대되면서 과거 일반적인 먹이와 포식자의 관계가 아닌 다른 개체와의 동반 성장을 고려하게 되었다.

생태계의 구조가 잘 형성되기 위해서는 각 주체간의 상호작용을 촉진하는 동시에 에너지가 선순환적인 흐름을 가져야 한다. 에너지의 선순환적 흐름이란 단순히 흐름을 형성하는 것뿐만 아니라 각 개체들이 자생적으로 성장할 수 있는 적정 에너지가 유입 되어야 한다는 것이다. 상위 부분으로 가는 에너지의 흐름이 원활하게 이루어지기 위해서는 유통과정에서 게이트키퍼가 되는 부분을 최대한 줄이는 것이 필요하다. 즉 문화콘텐츠 생산자가 창작해내는 다양한 문화콘텐츠들이 유통채널의 선별 과정 없이 소비자에게 향유될 수 있도록 하는 것이 중요하다.

다양한 유통채널의 등장과 함께 문화콘텐츠 확보가 중요한 경쟁력으로 대두되면서 문화콘텐츠가 유통채널을 통해 선별적으로 소비자에게 전달되는 경우는 축소되고 있다.

그러나 하위 부분으로 가는 에너지의 흐름이 원활하게 이루어지게 하기 위해서는 생태계(시장) 참여자들의 노력과 함께 외부참여자(정부)의 역할이 필요하다. 최종 소비자는 콘텐츠를 향유함으로써 창의적인 아이디어와 함께 새로운 생산자로 진입하게 되는데 이러한 과정에서 인재 양성과 새로운 기회를 창출하는 시장 메커니즘(창업 등) 구축 등이 필요하다. 또한 생산 부문의 핵심 요소인 자본이 생산자들이 자생적으로 성장할 수 있을 만큼 유입될 수 있도록 하기 위해서는 공정거래(수익배분), 저작권 등 법·제도적 여건이 조성되는 것이 중요하다.



[그림 3-2] 문화콘텐츠, ICT, 소비자의 연계 구조

생태계를 구성하는 각 개체들이 성장할수록 상호연계 되는 부분이 확대되고

있으며, 이는 개체들 간의 의존성 증대로 이어진다. 상호 의존성이 증대되기 위해서 생태계 모든 참여자들의 동반 성장이 중요해졌다. 성공사례로 회자되고 있는 애플이 주도한 모바일 혁명과 영화 아바타 역시 전체 연관 산업 성장이 기반되면서 나타났다고 할 수 있다. 초고속 대용량 유무선 통신망의 발전, UI(User interface)/UX(User experience)를 구현할 수 있는 디바이스의 발전, S/W 기술의 발전, 소비자들의 선호 다양화와 프로슈머(Prosumer)적 성향 강화 등이 이루어지면서 애플이 혁신을 일으킬 수 있는 환경이 조성되었다. 아바타의 경우도 스토리 및 기획이 존재함에도 불구하고 그것을 구현할 수 있는 기술과 인력들이 없어 문화콘텐츠 창작이 제한되었으나, 기술 발전과 인프라가 구축되면서 창작될 수 있었다.

이상에서 언급한 문화콘텐츠산업의 생태계 구조는 문화콘텐츠와 ICT 산업의 연계뿐만 아니라 최근 막대한 부가가치 창출 영역으로 부상하고 있는 관광·의료·교육 등의 경우에도 동일한 생태계가 조성되고 있다. 기존 아날로그 중심으로 제공되어 왔던 관광·의료·교육 부분도 과학기술과 유통 플랫폼이 발전함에 따라 ICT 영역과 복잡한 관계를 형성하면서 디지털화되고 있다. 이러한 산업영역의 ICT 산업과의 연계 또는 융합화는 단순히 과학기술의 발전 보다는 각 산업의 급격한 성장과 함께 해당 산업이 가진 고유의 특성이 소비자의 다양한 니즈에 맞게 변모되면서 나타난 현상이다.

결국 문화와 과학기술이 상호작용하는 문화콘텐츠산업의 생태계 구조는 문화와 과학기술이 융합 발전하는 체계를 의미하며, 이러한 체계에는 모든 분야들이 수용 가능해지면서 전체 산업과 경제가 지속가능한 체계를 구축하게 된다. 즉 하나의 생태계안에서 여러 주체들의 상호작용을 하며 발전하는 것과 같이 생태계간에도 연계가 강해지고 생태계간 경쟁이 촉진되면서 발전하는 체계가 이루어지는 것이다. 이는 창조경제에 대한 논의에서 지속적으로 제기되고 있는 것과 같이 지속가능한 자본주의를 위해서는 상생과 공존의 실천이 중요하다는 것과 맥을 같이한다.

제 4 장 창조경제 구현을 위한 실천적 방안

제 1 절 개 요

미래사회를 대비하기 위한 노력은 개인 및 기업뿐만 아니라 범 국가차원에서 이루어지고 있다. 현재 우리 정부도 경제부흥, 국민행복, 문화융성, 평화통일기반 구축이라는 4대 국정운영 기조를 바탕으로 국가 경쟁력을 키우고 행복한 사회를 구현하기 위해 노력 중이다. 이에 미래를 준비하는 정부차원에서는 어떻게 창조경제를 구현할 것인가에 대한 실천적 방안을 제시하는 것이 중요하다. 결국 창조경제를 구현하는 실천적 방안도 창조성의 주체가 되는 인재 양성, 창조경제의 두 축인 문화예술(문화자원)과 과학기술(ICT) 영역의 융합 발전, 그리고 사회적·제도적 환경(법제도, 신뢰성, 다양성, 공정성) 조성 등으로 종합될 수 있다.

지금까지 문화콘텐츠산업을 통해 창조경제의 핵심요소와 구조를 도출하고 창조경제가 문화콘텐츠산업과 동일한 가치와 지향점을 갖는다는 것을 확인하였다. 이는 창조경제의 구현을 위한 정부의 실천적 방안도 문화콘텐츠산업의 지속성장을 위해 제시되는 방안들과 일치한다는 것을 의미한다. 문화콘텐츠산업의 지속 발전을 위해서는 문화콘텐츠산업의 자체 경쟁력을 높이고 다른 분야와 연계를 강화하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 문화콘텐츠 생산자 자체의 역할과 함께 이 부분에 대한 지식과 전문성을 가진 외부의 역할 수행이 동반되어야 한다. 문화콘텐츠산업을 지원하는 조직은 문화콘텐츠를 창출하는 핵심요소에 대한 이해와 이에 대한 활용뿐만 아니라 발굴·보존·가공의 역할을 동시에 수행할 수 있어야 한다. 특히 문화적 요소(문화자원)의 영역은 공공재, 문화재적 특성이 공존한다는 차원에서 전문성이 더 요구된다. 그리고 논리적·이성적 사고능력이 중

시되는 정보화시대에서 직관적·감성적 능력이 중시되는 새로운 시대로 전환되면서 창의적인 아이디어와 독창적인 상상력으로 무장한 창의 인재 양성을 통하여 문화콘텐츠산업의 혁신을 유도하는 것이 필요하다. 혁신체계도 과학기술영역뿐만 아니라 인간의 감성과 경험, 인문학적 요소를 고려함으로써 기능적인 만족과 함께 감성적, 심미적 만족감인 행복을 창출해 낼 수 있도록 해야 한다. 기업의 영세성 등으로 인해 창작활동이나 시장 참여가 제한되는 부분을 해소하고 이들의 시장 진입이 활성화될 수 있도록 외부에서 활성화적 역할을 해야 한다.

이러한 문화콘텐츠를 창작하는 데 필요한 기반 요소들과 함께 이를 통해 창출된 문화콘텐츠가 시장에서 연계를 가지고 융합 발전할 수 있는 체계가 중요하다. 문화콘텐츠가 소비단계로 연결되지 않으면 창작 인력들과 기초 자원들이 지속적으로 문화콘텐츠 산업으로 유입될 수 있는 경로가 없어지게 된다. 이러한 측면에서 문화콘텐츠가 다양한 대상과 분야에 활용되거나 확산될 수 있는 환경이 중요하다. 끝으로 문화콘텐츠산업을 구성하는 다양한 연계구조가 선순환적으로 이루어지고 창조적 자원이 생산부문으로 유입되며 이것이 공정하게 활용되는 환경이 조성될 수 있도록 정부의 지속적인 중재적 역할이 필요하다.

제 2 절 문화콘텐츠산업 발전을 위한 정책 방안

1. 창작 자원 기반 강화

개발과 발전이라는 명제 앞에서 대량생산과 대량소비는 현대 사회의 미덕으로 생각되었지만 산업사회의 한계와 문제점이 나타나면서 지속성장이라는 새로운 개념이 모든 분야에서 주목을 받고 있다. 이에 문화콘텐츠산업의 지속성장을 위한 방안으로 문화자원(Cultural resources)의 지속적인 창출과 활용이 강조되고 있는 상황이다. 실제로 디지털 기술의 발달로 문화콘텐츠의 창조적·지적 활동이 국가경쟁력을 확보하는 주요 기반이 되면서 문화콘텐츠 제작 능력과 더불어 창작

소재의 중요성이 강조되고 있다. 창작소재에 대한 관심 증대는 결국 해당 국가가 가진 고유한 문화와 예술에 대한 관심으로 이어졌으며, 이로 인해 과거부터 내려오는 문화를 향유의 개념에서만 보는 것이 아니라 문화콘텐츠 창작기반을 강화하는 주요 요소로 인식하고 발굴·보존·가공·활용하게 되었다. 1990년대부터 선진국들은 원천 창작소재 발굴 및 확보를 위해 인력, 인프라, 과학기술 등 다양한 영역에서 정책을 강화하고 있다. 특히 문화콘텐츠가 소비를 넘어 새로운 문화자원을 창출하는 역할도 수행하고 있어 문화자원과 문화콘텐츠산업의 관계가 더욱 복잡해지고 있는 상황이다. 이러한 흐름은 문화자원을 체계적으로 발굴·가공하고 문화콘텐츠산업에 창조적으로 활용될 수 있는 여건을 조성하는 것에 대한 정부 역할의 필요성을 확대시키고 있다. 그러나 그동안 정부에서 추진했던 문화콘텐츠 창작자원 관련 정책들은 성과가 미흡하다고 평가되고 있으며, 이를 활용한 성과물도 상당히 제한적이어서 정책 추진 환경을 어렵게 하고 있는 것이 현실이다.

정부는 그동안 창작기반 강화 정책의 일환으로 문화원형 사업과 스토리 발굴 사업을 진행했으며, 기초예술과의 연계를 통해 시너지를 창출하고자 하는 다양한 논의들을 진행해 왔다. 그러나 여전히 기초예술, 인문학 분야와의 연계 미흡으로 산업적 활용이 가능한 독창적인 소재 및 스토리 등이 부족한 상황이다. 또한 문화원형 자원 발굴 관련 사업도 선별적으로 이루어지고 있어 다양한 창작자원 발굴이 어려울 뿐만 아니라 양질의 창작자원이 시장에 유입될 수 있는 제도적 환경도 불비한 상황이 지속되고 있다.⁸⁷⁾

문화콘텐츠산업에 있어 창작소재의 발굴과 활용을 활성화하기 위해서는 두 영역의 연계 고리를 강화하기 위한 인력, 활용, 기술 부분에서의 복합적인 노력이 필요하다. 먼저 문화자원에 창조성을 가미하고 질을 향상시키기 위해서는 관련 전문 인력을 양성하는 것이 선행되어야 한다. 실제 문화콘텐츠 창작소재의 특성

87) 이용관·심승구(2012), 콘텐츠산업과 한국고유문화 연계방안 연구

과 비즈니스 모델이 문화콘텐츠 장르에 따라 매우 다양하기 때문에 개발된 문화적 자원의 특성과 개발할 문화콘텐츠의 특성이 상호 연계될 수 있는 점을 찾는 것이 중요하며 이를 위해서는 관련 전문 인력이 필요하다. 또한 고유문화에 대한 현대적 이해를 바탕으로 경쟁력 있는 문화콘텐츠를 만들 수 있도록 창작자들을 대상으로 체계적인 교육프로그램이 필요하다. 창작소재 관련 교육프로그램은 창작자들이 소재에 대한 관심과 이해도를 향상시키는 동시에 전문가와 창작자가 소통할 수 있는 장을 제공할 수 있다. 특히 소재 관련 전문가 강좌의 개설은 해당 분야에 관심 있는 창작자들의 경험, 정보 검색 시간을 축소시켜 줄 뿐만 아니라 해당 분야에 대한 폭넓은 이해에 도움이 되게 함으로써 창작자들의 창조성 발현에 기여할 수 있다. 또한 온라인을 통해 일방적으로 전달·공유되는 정보와 달리 오프라인 상에서 서로 교감하고 상호작용할 수 있기 때문에 인력·분야 간 융합화도 이루어 질 수 있다. 실제로 전문가(인문학자 등)와 창작자들이 상호작용을 통해 보다 구체화된 정보를 공유함으로써 다양한 시너지 효과를 창출할 수 있으며 일방적으로 전해지던 정보가 수요자 맞춤형으로 제공될 수 있다. 그리고 효과적인 교육프로그램 운영을 위해서는 기존 문화콘텐츠 관련 인력 양성 사업과 연계하여 추진해야 한다. 영국의 경우 대상 및 수단별로 제공되고 있는 교육프로그램들⁸⁸⁾을 연계하여 프로그램 운영의 효율성을 높이고 성과도 극대화하고 있다. 우선 고유문화 관련 창작소재 교육프로그램에 집중하되 스토리텔러 양성 교육 프로그램⁸⁹⁾, 한류 아카데미 등 전문가와 창작자가 만날 수 있는 다른 교육프로그램과 연계해 교육효과를 제고하고 인력들이 다양한 분야에 대해 체계적인 교육을 받을 수 있는 여건을 조성해야 한다. 이를 위해 고유문화를 활용하는 창작자

88) 재능발견(Find Your Talent) 프로그램, 창의적 파트너십(Creative Partnership) 프로그램, 창조산업 고등교육포럼(Creative Industries Higher Education Forum) 등이 있다.

89) 글로벌 시장에서 문화콘텐츠 원작의 역할을 하며 대중성이 높는데 비해 국내 창작기반이 매우 취약한 판타지, SF, 로맨스, 무협, 추리 등 장르문학 분야 스토리텔러 양성을 위하여 개설된 스토리창작센터 프로그램이다.

중심의 교육과정을 개발하고 이러한 교육과정이 유기적으로 연계될 수 있도록 교육프로그램 운영 협의체를 구성할 필요가 있다. 또한 소재 테마별, 창작자 수준별로 분류하여 교육프로그램을 구성함으로써 맞춤형 교육이 될 수 있도록 해야 한다. 예를 들어 고유문화의 현대적 가치를 이해할 수 있는 입문형 교육과정은 고유문화 기반 문화콘텐츠를 창작하려는 초기 진입자들의 능력이 향상되도록 할 수 있다. 전문가 과정은 고유문화기반 문화콘텐츠를 제작하고 있는 인력들을 위한 과정으로 교육과 함께 전문가와 창작자간의 매칭을 통해 문화콘텐츠를 창출할 수 있도록 유도할 수 있다.

둘째 창작소재 보유자와 창작소재 활용자간의 정보공유가 용이하게 일어날 수 있는 생태계가 구축되어야 한다. 특히 전통문화 등을 소재로 문화콘텐츠를 창작하는 경우 사실정보를 확보해야 하기 때문에 대부분 많은 조사 시간과 노력이 필요하다.⁹⁰⁾ 이로 인해 창작자들이 전통문화 기반 문화콘텐츠를 창출하는 것이 제한되었다. 효율적으로 창작자들이 원하는 소재를 확보하거나 추가적인 정보를 제공 받기 위해서는 관련 전문가를 활용하는 것이 필수적이다. 그러나 정보 공급자와 수요자간의 선순환적인 연결고리 없이는 양질의 정보가 시장에 제공되는 것이 제한될 수 있다. 이에 전문가 자문 프로그램을 통해 창작소재와 문화콘텐츠간의 연결고리를 강화하고 건강한 생태계가 구축될 수 있는 기초 기반을 구축하는 것이 필요하다. 이를 위한 실천 방안으로 전문가 자문 프로그램을 구축할 수 있다. 즉, 창작자들이 고유문화에 대해 전문가로부터 자문을 받을 때 해당 전문가를 알아보고 연결 방법을 모색하는데 시간이 축소될 수 있도록 전문 인력 데이터베이스와 연계 체계를 구축하는 것이 필요하다. 이러한 전문 인력 Pool 구축은 교토 국제문화포럼을 벤치마크 할 수 있다.⁹¹⁾

90) 창작자들은 경험, 정보 검색 등 다양한 방법을 통해 창작소재를 발굴하고 있으며, 소재 선정 이후 그것을 구체화하기 위해 또 다른 경험과 정보를 지속적으로 확보해야 한다. 특히 고유문화의 경우 대부분이 고증된 자료에 기반을 두고 있기 때문에 관련 소재에 대한 연구 및 조사가 필요한 경우가 더욱 많다.

셋째, 창작소재 관련 기술적 요소에 대한 창작자들의 비용과 시간 투입을 줄일 수 있도록 인프라 구축이 필요하다. 우선 창작소재의 발굴단계부터 복원기술 뿐만 아니라 향후 다양한 문화기술과 미디어가 적용 가능하도록 창작소재 발굴 기반을 마련해 소재의 활용 가능성을 증대시켜야 한다. 또한 문화콘텐츠 제작 시 최신 기술을 적용하여 창작소재를 재구축해야 하는 경우, 민간과 정부가 연계되어 진행할 수 있는 (가칭)창작소재 첨단화 프로젝트 시행이 효과적이다. 이는 특정 고유문화를 활용하여 문화콘텐츠를 제작하려고 할 때 관련 자료(창작소재)에 대한 재구축 비용을 정부에서 지원하는 체계이다. 이로써 창작자는 추가적인 비용 부담 없이 해당 창작소재를 최신화하여 문화콘텐츠를 제작할 수 있으며, 제작 후 해당 창작소재는 정부에 이관하여 정부 자료를 최신화하게 된다.⁹²⁾

문화자원과 더불어 문화콘텐츠산업의 토대이자 기반이 되는 기초예술은 문화

91) 교토 국제문화포럼(Kyoto International Cultural Forum)은 교토를 기점으로 하여 국제사회에서 고유문화와 가치를 생산, 전달하는 방안을 제시하는 포럼으로 체계적인 조직 구성과 저명한 인력자원을 보유하고 있다. 문화적인 부분을 초점으로 다룬 포럼임에 반해 패널들이 경제 비평가에서부터 공학대학 교수, 약학대 교수 등 다양한 분야의 전문가들로 구성되어 있다.; 아시아문화중심도시 광주(2008), 교육 문화 교류 및 네트워크 구축

92) 한국국학진흥원의 “조선시대 일기류 문화콘텐츠 소재뱅크 구축사업”에서 문화콘텐츠 창작 관계자(다큐, 출판, 만화, 영화 등 작가그룹)를 중심으로 자문단을 구성하여 자문 요청한 결과 요구사항은 크게 두 가지로 구분되었다. 하나는 역사자료에 있는 사실정보를 재가공하지 말고 그대로 사실정보를 정확하게 제공해 달라는 것이었고, 다른 하나는 기존 학계를 중심으로 구축된 분류와 콘텐츠 제목 등을 다양하고 매력적인 분류와 제목을 부여해 달라는 것이었다. 이 두 가지의 기저에는 중학생 수준에서도 쉽게 읽을 수 있고 재미있는 정보의 제공이 필요하다는 인식이 깔려 있었다. 아울러 개별적인 정보들이 결합되어 하나의 완결적인 정보의 제공이 될 수 있도록 텍스트 정보와 멀티미디어 정보, 배경해설 정보 등을 하나의 세트로 구성하는 것과 검색이 용이하도록 메타데이터를 보다 정확하고 자세히 분류하여 제공해야 한다는 등의 요구사항들이 있었다.; 주진오(2012), 문화원형 디지털화 사업의 평가와 향후 전망

콘텐츠산업과의 분절적인 입장을 견지하고 있으며 정책 및 지원기관, 기금도 모두 분리되어 있어 실질적인 연계가 어려운 상황이다.⁹³⁾ 또한 문화예술진흥정책과 문화산업진흥정책 상호간 연계체계가 정립되지 못하고 분절적인 정책체계를 형성하고 있다. 기초예술과 문화콘텐츠산업 효율적인 연계를 위해서는 기초예술을 문화콘텐츠산업 창작기반 강화의 핵심요소로의 인식 전환과 함께 문화예술과 문화콘텐츠산업이 상호보완적인 관계가 형성될 수 있도록 관련 기관들의 정책 연계체계 구축이 필요하다. 기초예술과 문화콘텐츠산업의 연계를 위해 관련 연계 교육 프로그램을 개발하여 인력 교류가 이루어질 수 있도록 해야 한다. 정부는 단위사업, 혹은 세부사업에 기초예술과 문화콘텐츠산업의 연계를 추진하는 지원 사업을 신설하여 장르의 특성화를 기반으로 한 다양성 확대를 도모하는 제도적, 조직적 토대를 마련해야 한다. 또한 두 분야의 진흥기관들이 창조적 파트너십을 추진하는 단계마다 체계적으로 지원할 수 있는 제도를 마련해 기초예술과 문화콘텐츠산업의 상호협력 시스템을 정착시킬 필요가 있다.

2. 융합 창의 인재 양성

현재는 논리적·이성적 사고능력이 중시되는 정보화시대를 지나 점차 직관적·감성적 감각능력이 중시되는 새로운 시대로 전환되는 시점이라고 할 수 있다. 감정 중심의 사회에서도 이성의 중요성은 여전히 중요하며, 동시에 이성과 감성 간에 조화롭고 균형 잡힌 발달을 이루는 것이 중요하다.⁹⁴⁾ 따라서 융합 창의 인재 양성을 위해 창조적 재능 발굴 및 육성 체계 마련이 필요하다. 창조경제를 주도하기 위해서는 창의인력을 혁신의 핵심 동력으로 두고 생산물·결과물보다는 파급 효과를 확산시키는 장기적인 접근이 필요하다. 또한 창의적 재능을 발굴하기 위해서는 초기 인력 양성 단계부터 교육 사업이 유기적으로 연계되어야 한다.

93) 한국문화예술위원회(2008), 기초예술과 문화산업의 연계방안 연구

94) 한국정보화진흥원(2010), 변화하는 미래, 새로운 인재

주요 선진국의 경우 창의 인재를 양성하기 위해 국가차원의 창의교재를 개발하고 별도 교육이 아닌 정규교육으로 접목시키고 있으며 최근에는 30-40년에 걸쳐 축적된 연구와 경험을 바탕으로 보다 충실하고 심화된 새로운 접근이 시도되고 있는 상황이다. 미국의 경우 1950년대에 적극적인 창조성 연구·개발에 착수하여 현재는 창조성 분야에서 세계적으로 선도적인 위치를 차지하고 있다. 또한 영국의 경우 창조성 교육이 예술분야를 중심으로 활발하게 전개 되었고 현재는 과학과 산업분야에 이르기까지 다양한 영역에서 확산되고 있으며 창조성 교육이 개인의 삶을 풍부하고 만족스럽게 영위하게 하는 주요한 변인으로 보고 있다.⁹⁵⁾ 독일과 일본의 경우도 1960년부터 적극적인 관심을 기울이기 시작하여 학교 교육에서부터 구체적인 실천경험들을 확대·심화해 오고 있다.⁹⁶⁾

그러나 국내의 경우 창의인재 양성을 할 수 있는 정규교육의 여건과 환경이 취약한 실정이며 이를 위한 사회적 합의도 부재한 상황이다. 한국 교육은 사회전반의 학벌주의 풍토에 따른 입시위주·점수위주 교육으로 이루어져 있어 학습 동기나 학습과정보다는 점수로 나타나는 결과만을 중시하여 맹목적인 학습이나 수단과 방법을 가리지 않는 비교육적 학습이 만연해 있다. 창조성 발달과 인성 함양을 저해하는 가정·사회의 문제가 그대로 학교 현장에 투영되어 창의·인성교육을 할 수 있는 학교 및 사회의 여건과 환경이 취약한 실정이다. 이에 정규교과과정 및 교과수업을 통한 창의교육 체계가 미흡하고 재량·특별·봉사활동 등도 입시교육화 되어 형식적·변칙적으로 운영되고 있다.⁹⁷⁾ 또한 창조성은 몇몇 소수만이 선천적으로 타고난 특별한 능력으로 모든 학생이 교육을 통해서 창조성이 개발되기는 어렵다는 인식이 일반적으로 형성되어 있어 창의 교육에 대한 개념이 명확

95) Fryer, M.(2004), Creativity and Cultural Diversity, The creativity centre education trust

96) 김춘일(2006), 창조성 교육의 국제동향-영·미·독·일의 경우를 중심으로

97) 교육과학기술부(2009), 창의와 배려의 조화를 통한 인재양성 -창의·인성 교육 기본 방안-

하지 않다.

문화콘텐츠산업은 개인의 창조성에 기반하고 있어 글로벌 경쟁력 강화와 지속 성장을 위해서는 창의인재 양성이 필수적인 요소로 대두되고 있다. 창조성 교육을 체계 없이 간헐적으로 다루는 것은 개인이나 사회에 도움을 주지 못하기 때문에 중앙정부의 선도적이고 지원적 노력과 지방 및 학교들의 적극적이고 자율적인 실천의 조화와 협력이 절실히 요구되는 때라고 할 수 있다. 특히 창조경제가 문화와 과학기술이 융합·발전하는 체계를 기반하고 있는 것에서 확인할 수 있듯이 인재양성체계도 기존의 논리적·이성적인 것을 강조하는 교육과 함께 감성·창조성을 자극하는 교육이 병행되어야 한다.⁹⁸⁾

창의인재 육성을 위해서는 산발적·단편적 인재 육성 추진을 통합적·유기적 인재육성 정책추진으로 정책 전환이 필요하다. 국내 문화콘텐츠산업 관련 인력 수급 구조와 지원정책을 통합적으로 수립하고 추진할 수 있는 중장기 계획과 컨트롤 타워 구축이 필요하다.

창의 인재 양성은 단기적인 것이 아니라 영속적인 것으로, 다양한 인력양성정책 추진체계를 일원화하여 장기적 마스터플랜 아래 지속적이고 일관된 정책 체계를 구축할 필요가 있다. 각 과별로 분산되어 있는 인력양성 사업 계획을 총괄하기 위한 추진체계를 마련하고 문화부 조직 체계 내에 ‘창의인재 양성’을 전담하는 조직과 문화콘텐츠 창의인재육성을 위한 전문기구를 설립하고 협의체를 구성해야 한다. 또한 문화콘텐츠산업의 핵심인재를 전략적으로 육성하기 위해 한국콘텐츠진흥원 부설로 ‘(가칭)문화콘텐츠 창의인재 개발원’설립을 추진하여 창의인재 육성의 유기적 연계성 및 효율성을 향상시킬 필요가 있다. 이를 통해 문화콘텐츠 환경 변화에 따른 만화, 애니메이션, 대중문화, 음악, 캐릭터 등 신규

98) 분석적 사고에 기반을 둔 전통적 교육방식은 창조성의 핵심인 상상력, 직관, 호기심을 경시하는 경향이 있기에 창조성 개발을 오히려 저해한다는 논란도 있다.; Claxton G.(2008), *Cultivating positive learning dispositions*, to appear in Harry Daniels et al. *Routledge Companion to Education*, Routledge

분야를 포함한 문화콘텐츠 산업 전반의 통합적 창의인재 개발원으로 규모를 확대할 필요가 있다. 또한 인력의 원활한 수급을 위한 중장기 인력 공급의 로드맵 구축을 위해 직무분석과 교육요구를 파악하고 전문인력 실태조사 등을 통해 중장기 계획을 수립할 필요가 있다.

창의인재의 생애단계별 지원정책을 개발하여 문화콘텐츠 통합교육과 균형발전을 도모할 필요가 있다. 창의적 재능을 발굴하기 위한 청소년 단계부터의 교육 사업을 유기적으로 연계하여 문화예술에 기반을 둔 창조적 재능 발굴 및 육성사업과 같은 지원이 필요하다. 학교문화예술교육인 청소년 예술 강사 지원사업, 문화예술교육 선도학교 지원사업과 영재교육진흥법을 근거로 추진되고 있는 예술 영재교육 사업 등 관련 사업과 문화콘텐츠 프리-프로덕션 교육의 연계를 추진해야 한다.

또한 현장 밀착형 고용대책을 세우기 위해서는 학계에서 배출하는 예비인력과 산업에서 요구하는 실무인력의 괴리를 좁혀 예비 인력의 입직을 유도해야 한다. 실질적 산학연계를 위해 부문별 ‘현장중심 교육 협의체’를 운영하여 기업 및 관련협회, 교육기관의 이해를 반영하고 조정하여 각각의 역할을 강화하기 위한 네트워크 구축을 유도해야 한다. 또한 산업체 실무자의 적극적 교육지원 참여를 위한 방안을 마련하여 교육의 현장지향성을 강화해야 한다.

끝으로 인력양성 정책방향을 양적증대에서 질적 역량강화로 전환할 필요가 있다. 문화콘텐츠 산업 인력 양성은 기존의 외형적 성장위주에서 창의력을 함양한 질적 산업 인력을 양성하는 것으로 전환되어야 한다. 뉴미디어 산업은 기술만을 습득한다고 해서 전문인력이 되는 것이 아니라 예술적인 감각, 창의력을 기술에 접목시킬 때만이 비로소 산업에서 필요한 인력이 될 수 있기 때문에 창의적 문화콘텐츠 중심의 인력양성에 보다 더 집중할 필요가 있다. 이를 위해 창조산업 분야를 담당하는 특성화 중·고등학교를 확대하고, 창조산업 전문 대학교 등을 지정 지원해야 한다. 인문, 과학 등 기초학문과 디자인, 경영 등 창조산업 분야의 실용학문을 연계한 학제 간 교육 프로그램, 창작, 기획 분야의 인재들에게 교차·공동

교육과정 등을 마련하고, 예비인재들에게는 일반 프로젝트 참여, 정부 프로젝트 공모전 등의 기회를 제공함으로써 현장 경험을 확대해야 한다. 또한 뉴미디어 산업 관련 인력 프리 프로덕션 교육 지원 사업을 보장하여 단순 기술에 대한 기능직을 배출하기 보다는 프리프로덕션 과정에서의 스토리텔링 발굴 및 스토리보딩(시놉시스, 시나리오, 콘티, 스토리보드 제작)과 사전시각화 작업이 적절하게 매칭될 수 있는 프로젝트 팀을 구성하여 집중적으로 지원할 필요가 있다. 뉴미디어 산업의 스페셜리스트 양성을 위한 전문 교육 커리큘럼을 개발하여 예술과 기술이 융합된 제작인력을 양성해야 한다.

3. 문화콘텐츠 혁신체계 구축

문화콘텐츠산업은 기술변화에 의해 수많은 기회와 도전을 받아왔다. 일례로 다양한 과학기술들이 문화콘텐츠 생태계 전반에 영향을 주면서 문화콘텐츠 산업의 성장을 견인하고 다양한 수익 모델을 만들어 내면서 경제적 부가가치를 창출하게 되었다. 과학기술의 접목은 새로운 문화콘텐츠를 창출하는 수단으로 활용되어 디지털 기술의 발전으로 아날로그 문화콘텐츠가 디지털화 되고 소프트웨어의 발전으로 애플리케이션 형태의 문화콘텐츠가 활용되고 있다. 또한 과학기술의 발전은 문화콘텐츠와 연계된 다양한 비즈니스모델을 창출하여 단순 문화콘텐츠의 제공으로 인한 수익모델이 아닌 광고, 쇼핑 등 다양한 기능과 연계시켜 비즈니스 모델을 확장시키고 있다. 기술의 발전은 문화콘텐츠와 소비자의 연결고리를 강화시켜서 프로슈머, 엑스슈머 등 다양한 소비 형태를 등장시키고 있다.⁹⁹⁾

문화콘텐츠산업에 있어 과학기술의 영향력이 점차 확대되고 다양한 시너지 효과

99) 과학기술 발전을 통한 문화콘텐츠 변화의 이러한 긍정적인 영향과 달리 문화콘텐츠가 기술집약적인 부분인 유통, 기기 등에 함몰되는 경향이나 유통채널의 다양화, 복제 및 접근의 용이성 등으로 인해 문화콘텐츠 자체의 수익모델을 구축하기 어려운 상황을 초래하기도 한다.

를 창출할 수 있게 되면서 주요국은 문화콘텐츠 분야의 기술지원에 집중하고 있다. 그러나 선진국들의 기술발전에 대응한 빠른 대처와 달리 IT 선진국인 한국의 문화콘텐츠산업의 혁신체계는 미흡한 수준이다. 우리나라의 경우 문화콘텐츠산업의 디지털 인프라는 잘 구축되어 있지만 경제성장에 실제 기여하는 ‘유용한 접속성(useful connectivity)¹⁰⁰⁾’은 ‘혁신주도경제’ 중하위권(18위/25개국) 수준에 불과하다. 영국의 디지털 인프라 보급률(28.9명/100인)은 한국(32.8명/100인)보다 뒤쳐졌지만 유용한 접속성 평가점수는 높은 것으로 평가되었다. 한국의 유용한 접속성 평가점수가 낮은 이유는 정부나 소비자부문에서는 높은 평가를 받았지만 기업부문의 활용, 보완적 자산, 그리고 서비스라는 면에서 성과가 아주 저조한 것에 기인한다고 보고되었다.¹⁰¹⁾ 또한 기기 및 네트워크 기술은 선진국 수준임에도 불구하고 미래 문화콘텐츠 산업의 핵심 기술인 문화 기술, 감성인식 관련 기술, 저작권 관련 기술 등은 여전히 선진국과 격차가 존재하고 있다. 문화 기술은 세계 최고국에 비해 약 1~5년 이상의 기술격차를 가지고 있는 것으로 나타났다.¹⁰²⁾ 또한 역공학 방지기술, 표절탐지기술, 저작권기술 제품 평가 인증 기술 등은 상대적인 기술수준이 낮은데다 선진국에 비해 기술격차가 많이 나는 것으로 나타났다.¹⁰³⁾

문화콘텐츠 관련 혁신은 기존 혁신영역으로 고려되어 왔던 과학기술영역뿐만 아니라 인간의 감성과 경험, 인문학적 요소를 고려함으로써 기능적인 만족과 함께 감성적, 심미적 만족감인 행복을 창출해 낼 수 있도록 이루어져야 한다.¹⁰⁴⁾ 미래 혁신역량을 증대시키기 위해서는 정부의 R&D사업도 과학기술뿐만 아니라

100) 인터넷을 이용한 정보시스템의 물리적 접속뿐 아니라 보완적인 자산이나 사람, 정부, 기업 등에 체화된 기술을 포함하는 경제성장에 실제 기여하는 접속성을 말한다.

101) Waverman(2009), Connectivity Scorecard 2009

102) NTIS 국가 R&D기술 산업 정보 서비스

103) 저작권위원회(2011), 저작권 기술개발 전략수립 연구

104) 선진국에서는 전략산업의 장기적인 발전을 위해서 전략적으로 R&D투자를 시행하고 있으며 삶의 질 향상, 환경 등 사회문제 해결을 위한 연구개발을 강화하고 있다.

인문학과 비즈니스 과정(가치사슬) 전반을 고려해야 할 것이다. 이를 위해 문화콘텐츠 기술의 수용과 소비자, 시장, 트렌드, 디자인 등 문화서비스 전반에 대한 R&D를 집중적으로 수행하는 센터를 구축해야 한다. 그리고 문화서비스 R&D의 방향성을 재설정하고, 문화콘텐츠와 과학기술·ICT와의 연계가 효과적으로 이루어 질 수 있도록 혁신체계를 구축해야 할 것이다.

국내 문화콘텐츠산업의 혁신체계 구축을 위해서는 단기적으로는 기술개발 체계 효율화 및 관련된 부작용에 대한 해소방안이 필요하다. 문화기술 R&D 지원 시스템 효율화를 위해 문화기술의 타산업 적용 확대 등에 관한 대응과 관련하여 연구 개발, 실용화를 체계적으로 수행할 수 있는 통합기구를 구축할 필요가 있다. 연결과 경험을 극대화 할 수 있는 과학기술을 개발하여 소통과 공감의 수단에 대한 기술 개발을 통해 계층 간, 세대 간 격차를 최소화하고 공감대를 형성할 수 있는 휴먼 네트워킹을 구축해야 한다. 이와 더불어 문화콘텐츠 이용에 대한 사회적 부작용을 해소하기 위해 문화콘텐츠 이용 및 체험과 관련된 체계를 구축하고 이용자 친화적 서비스를 확대할 필요가 있다. 과학기술 및 미디어가 발전하고 사람들의 소비행태가 변화하면서 다양한 방법과 경로로 문화콘텐츠가 유통되고 있어 저작권 보호 및 이용활성화를 위한 기술에 대한 필요성 확대가 동반되어야 한다.

장기적으로는 다양한 산업과 분야를 통섭함으로써 융·복합 창조 혁신 체계를 마련할 필요가 있다. 문화콘텐츠산업의 창조 혁신 체계를 구축하기 위해서는 우선 다양한 산업 및 장르를 통섭할 수 있는 교류와 협력의 장을 마련함으로써 지식과 정보를 공유해야 한다. 문화예술, 인문학 분야를 결합함으로써 기술적 요소와 인문·사회·예술 분야 컨셉 간의 상승적 결합으로 기존 산업의 가치를 혁신하고 수요자의 니즈를 반영한 새로운 사회·경제적 가치를 창출할 필요가 있다. 실제로 EU 등은 기존 기술적 융합화 전략을 넘어 다양한 사회경제적 문제를 해결하는 방안으로 인문사회과학 분야를 포괄하는 융합화 전략을 추진하고 있으며, 경제 위기 극복 및 국가 경쟁력 강화의 일환으로 경제·사회 전반의 산업·기술간

융합화를 촉진전략으로 추진하고 있다. 또한 문화콘텐츠의 품질 및 가치를 증대시키는 문화기술들이 타산업 분야와 연계되거나 응용 기술로 활용되면서 부가가치 창출 및 새로운 분야를 창출하고 있다.¹⁰⁵⁾

구체적인 정책수행에 있어서는 우선 기획-연구개발-산업화가 연계되는 종합진흥체제의 구축이 필요하다. 산업의 진화 방향을 예측하는 산업발전 모형(industry tree)을 세우고 그에 따른 기술개발 로드맵을 마련하여 기획-연구개발-산업화가 유기적으로 연계 되는 종합적인 문화콘텐츠 진흥체제와 원천 기술의 개발-실용화-상용화로 이어지는 문화콘텐츠 제작기술의 생애주기별 특화 지원체제를 구축해야 한다. 또한 기술적인 면에 치우쳐 있는 문화기술(culture technology)의 범위와 지원 분야를 인문학, 문화예술, 문화콘텐츠 등을 포괄하는 창조기술(creative technology)로 확대해 문화콘텐츠와의 다양한 융·복합 분야, 제조업, 서비스업 등과의 협업(collaboration) 분야, 문화예술분야 등에 R&D 지원을 해야 한다.¹⁰⁶⁾

끝으로 다양한 분야에 대한 지식과 정보를 공유할 수 있는 장과 함께 혁신의 주체인 창의적인 인력 투입 및 양성 체계 또한 필요하다. 혁신은 어떠한 주체들이 혁신을 이루는 것 보다 그 주체가 창의적인가, 혁신을 주도할 수 있는가가 중요하다. 이에 다양한 분야를 통섭할 수 있는 혁신 기반에서 지식과 정보를 새롭게 조합하고 아이디어를 지속적으로 창출할 수 있는 인력이 필요하다. 향후 다양한 분야의 인력이 기술 관련 연구개발뿐만 아니라 교육, 창작 등에 투입될 수 있도록 해야 한다. 이러한 투입을 통해 지식과 인력간의 상승작용을 일으켜 창의적인 인력과 혁신이 나오도록 해주어야 한다.

105) 문화기술이 의료(건강관리 콘텐츠 등), 생산(생산 시뮬레이션), 스포츠(가상스포츠) 등에 활용되면서 새로운 부가가치를 창출하거나, 전시공연(미디어, 아트 등), 사이버라이프(메타버스) 등 새로운 시장을 창출하고 있음

106) 문화체육관광부(2012), 창조경제 문화 강국 -콘텐츠 미래 비전과 정책과제

4. 문화콘텐츠 창작기회 제공(창업·창직 활성화)

기업의 영세성 등으로 인해 창작활동이나 시장 참여가 제한되는 부분을 해소하고 이들의 시장 진입이 활성화될 수 있도록 외부에서 정부는 활성화적 역할을 해야 한다. 이는 창조경제를 구현하기 위한 방안으로 제시되고 있는 창업활성화 방안과 방향을 같이 한다. 최근 들어 창업에 대한 관심은 급격하게 높아지고 있으며 창업지원제도 및 창업지원 인프라, 교육 커리큘럼 등에 걸쳐 전반적으로 정책기조의 전환이 요구되고 있다. 중소기업 창업지원은 전체적으로 중소기업청의 소관 하에 이루어지고 있으며 문화산업의 창업도 IT, S/W 등 기술집약적이고 가시적인 창업활동에 대한 지원은 비교적 원만하게 이루어지고 있다. 그러나 창업지원 기준의 미비 등으로 인해 순수 문화예술 및 창조성에 기반한 문화콘텐츠산업, 관광산업 등에 대한 창업지원은 체계적으로 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

창조경제를 구현하기 위해서는 시장의 다양한 창작자들의 진입을 촉진하는 환경 조성이 필수적이다. 먼저 창업지원의 범위가 IT 및 S/W에 한정되지 않고 창의력을 기반으로 창조적 상품과 서비스를 창출하는 모든 부분을 포함하려는 시도가 필요하다. 우선 기존 기술 중심의 창업시스템 및 혜택이 타 분야에서 적용될 수 있도록 법제도를 개선하는 것이 필요하다. 또한 해당 분야에 인적자본 중심 및 수요의 불확실성을 감안한 정규 교육, 전문인력 훈련·양성과 창업활성화가 연계되는 교육 및 창업지원, 금융지원, 기술지원의 일관된 시스템을 구축해야 한다. 특히 창조인력들의 시장 진입을 촉진하기 위해서는 창조적 분위기가 살아있는 공간과 인력들 간의 교류가 중요하므로 창의적 아이디어가 공유될 수 있는 공간 및 네트워크 조성이 동반되어야 한다.

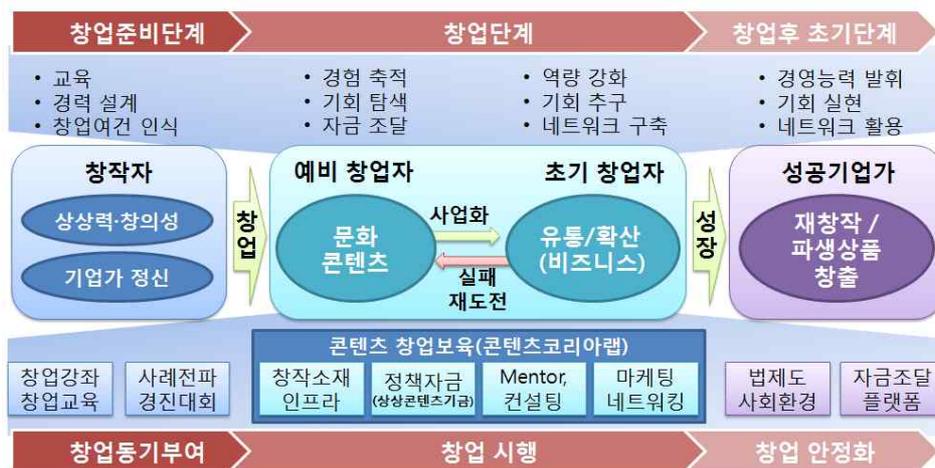
창업 준비 단계는 창업 동기를 부여하는 단계로 창작자들이 상상력과 창조성을 발현할 수 있는 역량과 함께 창작된 문화콘텐츠를 사업화할 수 있는 기업이 정신을 함양할 수 있는 환경을 조성하는 것이 필요하다. 이를 구현하기 위해서는

창업 교육이나 성공사례 전파 등의 체계적인 수행을 통해 창작자들이 창업에 대한 인식을 창조적 기회로 인식할 수 있도록 하는 것이 중요하다. 또한 문화콘텐츠 관련 창업 여건을 정확히 파악하고 창업을 설계할 수 있는 다양한 기회를 제공하여 창업계획을 구체화할 수 있도록 해야 한다.

창업단계는 실질적으로 창업시장에 진입한 단계로 문화콘텐츠산업은 크게 예비창업자와 초기 창업자로 구분할 수 있다. 예비 창업자는 구체적으로 창작자의 상상력과 창조성을 문화콘텐츠로 창출해내는 단계에 있는 창작자를 의미하며, 초기 창업자는 구현된 문화콘텐츠가 소비자에 전달되어 실제로 부가가치를 창출하는 단계에 있는 창작자를 의미한다. 이 국면에서는 창업에 대한 경험을 축적시키고, 기회를 탐색하며 네트워크를 구축하면서 지속적으로 창업을 시도하는 것이 중요하다. 우선 예비창업자에게는 문화콘텐츠를 창작하는데 필요한 창작소재, 창작인프라, 초기 자금지원이 제공되어야 하며 관련 상품과 서비스를 가지고 있는 초기 창작자에게는 이를 유통·확산시킬 수 있는 경로(네트워크)와 홍보·마케팅을 할 수 있는 전문가의 멘토링 지원이 필요하다. 특히 문화콘텐츠산업은 승자독식이 강한 산업이어서 스타콘텐츠가 아니면 소비자와 연결될 가능성이 떨어지는 경향이 큰데다, 산업의 국가간 장벽이 낮아지면서 무수한 문화콘텐츠가 시장에 유통되고 있어 창작물이 사업화하는 단계에서 실패가 많이 일어날 수 있다. 이에 사업화에 실패한 창업자들이 실패 경험을 토대로 재창업 기회를 가질 수 있도록 창업단계에서의 순환구조가 구축되어야 한다. 창업시행 단계에서 제공되는 창작 소재 인프라 제공, 정책자금, 컨설팅, 네트워킹 등은 창업보육센터(콘텐츠코리아랩)를 통하여 제공될 수 있으며, 이는 문화콘텐츠 장르별 특성을 고려해서 제공할 때 그 효과를 극대화할 수 있다.

문화콘텐츠의 기획·창작부터 유통·소비단계까지 성공하여 실질적인 부가가치를 창출한 기업들은 지속가능성을 높이는 것이 중요하다. 특히 문화콘텐츠는 다른 상품에 비해 수명주기가 짧기 때문에 창업 후 단계에서의 지원과 관심이 요구된다. 일반적으로 제조업 상품으로 창업한 기업은 3년 정도 지속될 수 있으나

문화콘텐츠의 경우 1~3개월이 지나면 그 수명이 다하는 것이 대부분이기 때문에 제2, 제3의 문화콘텐츠가 창출되지 않고는 기업을 지속 영위할 수 없다. 최근 과학기술과 미디어가 발전하고 문화콘텐츠시장의 범위가 전 세계로 확장되면서 문화콘텐츠의 수명은 더욱 짧아지고 있는 실정이다. 1차 창업에 성공한 문화콘텐츠 기업이 지속가능하려면 문화콘텐츠 창작이후 해당 시장 확산이 가능한 또 다른 문화콘텐츠를 창출하든가, 제작한 문화콘텐츠가 他장르·他산업과 연계되어 파생상품을 만들어냄으로써 부가가치 창출 기간을 늘려야 한다. 결국 창업 후 초기단계에서도 창업단계에서의 핵심요소들이 모두 지원되어야 하며, 특히 기업으로써 지속가능성을 갖추기 위해서는 법제도(벤처기업화) 및 사회문화적 환경을 개선하여 기업의 자생력을 강화하는 동시에 민간이 창업생태계에 참여할 수 있는 여력을 높여야 한다. 또한 정부는 다양한 자금조달 수단을 개발하여 기업의 자금조달 여력을 높이고, 창작과 유통이 유기적으로 연결될 수 있도록 동반성장 체계를 구축해야 한다. 이러한 문화콘텐츠기업 창업 생태계가 조성될 때 문화콘텐츠 분야의 창업 성공가능성이 제고될 수 있으며 신규 기업의 증가와 성장은 직접적으로 고용을 창출할 뿐만 아니라 다양한 파생상품을 통해 기존시장을 강화하고, 신시장을 창출함으로써 경제성장과 고용여력 확대를 유도할 수 있다.



(그림 4-1) 문화콘텐츠산업의 창업 생태계

5. 문화콘텐츠산업의 융합 지원

국내의 미래학자들이 21세기를 융합의 시대로 규정하면서, 전 세계적으로 인문학적 요소(문화예술·인문학), 과학기술적 요소의 융합연구와 융합 상품과 서비스 창출에 대한 다양한 시도들을 통해 융합의 시대에 대응하고자 노력하고 있다. 우리나라 역시 기존의 기업 및 민간 차원에서 이루어지던 다양한 융합적 시도들을 국가 차원에서 보다 적극적으로 진행하기 위하여 법제도 개선, 범부처 차원의 정책적 지원을 강화하고 있다. 그러나 우리나라의 산업융합은 시장 창출 측면에서는 융합이 IT산업에 편중되어 있으며, 인문·기술간 융합 및 기업간 융합생태계가 취약하다. 또한 사회적 가치 창출 측면에서 소비자 욕구 증대로 건강·웰빙, 편리 등이 새로운 융합화 영역으로 부각되고 있으나 이에 대한 서비스 인프라가 부족하다. 산업융합 인프라 기반 측면에서도 융합 거버넌스체계 미흡, 융합 촉진을 위한 법·제도기반이 미흡하며 창의·융합형 인재 부족 등이 지속적으로 제기되고 있다.

문화콘텐츠산업 분야 역시 융합산업 전반에 나타나는 한계점을 그대로 가지고 있다. 현재 스토리 및 기획 관련 인력과 기술(장비) 관련 인력에 관한 융합 인력 양성은 이분법적으로 이루어지고 있는 상황이며, CT 대학원 등을 통해 인문과 과학기술의 융합인재를 양성하고 있으나 간헐적으로 이루어지고 있다. 또한 융합 R&D 부분도 문화콘텐츠를 구현하는 기술 기반 R&D에 집중되어 기존의 기술중심 융합의 한계를 벗어나지 못하고 있는 실정이며, 융합형 문화콘텐츠 제작 지원 역시 문화콘텐츠에 신기술을 적용하는 방식에 집중되어 있다.

문화콘텐츠산업에 대한 효과적인 융합 지원을 위해서는 정부 지원의 범위와 역할을 명확히 구분하는 것이 선행되어야 한다. 융합 정책은 민간과 정부의 역할, 융합 관련성 정도에 따라 분류할 수 있다. 민간과 정부의 역할에 따라 실제로 해당 상품과 서비스를 기획·개발하는 민간 영역과 융합관련 사업에 진입하거나 관련 진행 과정을 용이하게 하는 정부 영역으로 구분할 수 있을 것이다. 융합 상

품과 서비스를 기획·개발하는 것은 시장 참여자들의 창의력과 아이디어와 함께 해상 인력(기업)의 열정과 동기에 의해 창출되는 것으로 민간에 의해 자생적으로 창출되는 것이 일반적이다. 이에 정부는 인력(기업)이 창의력과 아이디어를 발현 하는데 있어서 시장 제약요인(법제도 등)을 해소해 주고, 새로운 분야에 진출하거나 각 단계에서 나타날 수 있는 융합결과가 확산될 수 있도록 정책적으로 지원해야 한다.

정부의 지원 범위와 역할에 있어 융합 관련성 정도에 따라 융합 기반을 마련하는 것과 융합 지원체계를 구축하는 것으로 구분할 수 있다. 문화콘텐츠 융합 기반 마련은 융합이 시장에서 이루어질 수 있도록 기반을 구축하는 것으로 이를 위해서는 기본적으로 해당 산업의 성장 가능성이 보장되어야 하며, 융합으로 인해 기존 장르 및 산업의 영역이 모호해지면서 나타나는 다양한 법제도, 경제사회적 적용 틀을 개선하는 것이 필요하다. 문화콘텐츠 융합 지원체계 구축은 융합의 활성화를 위해 정부에서 수행하는 특정 정책들을 의미하며 이는 대부분의 해당 산업에서 신규 융합 상품 및 서비스가 창출될 수 있도록 직접적으로 지원하는 것이다. 예를 들어 융합과정에서 필요한 제반요소(소재, 인력 등)를 추가적으로 지원하거나, 시장 창출의 불확실성 때문에 융합이 진행되지 못하는 부분에 민간이 참여할 수 있도록 유인을 제공하는 것과 시너지를 유발시킬 수 있도록 네트워크를 구축하는 것 등이 될 수 있다.

앞에서 제시한 것과 같이 문화콘텐츠산업 융합 촉진을 위한 정부의 역할을 수행하기 위해서는 문화콘텐츠산업의 성장 가능성 확대가 선행되어야 한다. 융합이 촉진되기 위해서는 우선 해당 산업에 대한 충분한 수요가 기반이 되어야 하며 이에 따른 민간의 자발적인 참여가 있어야 하기 때문이다. 이를 위해서는 현재 진행하고 있는 각 장르별·기능별 산업 육성정책을 지속적으로 보완하면서 자생적으로 성장동력을 가질 수 있는 지속가능한 문화콘텐츠 생태계가 구축되는 것이 필요하다. 정부는 산업의 선순환적인 흐름이 구축되고, 특히 창작저변이 강화될 수 있도록 인력, 자본, 소재 등의 지속적으로 유입될 수 있는 환경을 조성해야

한다. 이와 함께 문화콘텐츠에 대한 정책적 거버넌스 및 추진력을 확보하고 문화콘텐츠 관련 융합이 활성화 될 수 있도록 부처간 협력 체계가 구축되어야 한다. 융합정책은 기본적으로 부처간 중복되는 영역이 발생하기 때문에 각 영역 간 범위를 구분하고 상호협력 체계를 구축하는 것이 바람직하다.

이러한 문화콘텐츠산업의 융합 환경 조성과 함께 필요한 것은 문화콘텐츠 융합관련 지원체계를 구축하는 것이다. 기존 문화콘텐츠산업의 융합은 기존 문화콘텐츠 제작에 있어 새로운 기술을 접목하거나 타산업에서 문화콘텐츠 관련 요소가 가미되는 것에 집중되어 이루어져 왔다. 이로 인해 융합정책 전반이 기술기반 문화콘텐츠 개발에 집중되어 있어 문화콘텐츠산업의 융합 가능성을 확산시키는 것이 제한되었다. 기존 문화콘텐츠산업의 융합의 범위를 확장함으로써 융합체계가 구축될 수 있도록 정책 범위의 확대가 필요하다.

이를 위해서는 첫째, 문화콘텐츠 가치사슬별 융합 지원체계가 필요하다. 문화콘텐츠 창작 초기 단계의 융합은 다양한 소재와 인력이 융합됨으로써 문화콘텐츠화할 수 있는 자원들이 창출될 수 있도록 지원하고, 문화콘텐츠 제작 단계에서의 융합은 문화콘텐츠 제작에 필요한 인력, 기술, 소재가 융합될 있도록 관련 자원들의 접근성을 강화해야 한다. 문화콘텐츠 유통 단계에서의 융합은 창출된 문화콘텐츠가 다양한 미디어 플랫폼과 기기와 연계되어 소비자들이 접근·소비할 수 있도록 지원해야 한다.

둘째, 기업 간 연계 기회 및 융합 관련 정보 공유를 확대할 필요가 있다. 각각의 기업은 자신의 제품과 기술을 연계할 대상을 찾느라 많은 시간과 비용을 소모하고 있다. 제조업 분야에서는 기술거래소 등에서 이러한 기능을 하고 있지만 문화콘텐츠 분야에서도 최적화된 비즈매칭을 위해서 방대한 디바이스·서비스·제품의 DB를 구축하고 연계가능성이 높은 아이템끼리 연계시켜주는 역할을 할 기관이 부재한 상황이다. 이종 분야의 기업간의 연계 가능성을 높이고 실질적인 시너지 효과를 일으키며 융합 상품과 서비스를 창출할 수 있는 환경을 조성해야 한다. 예를 들어 콘텐츠(C)-플랫폼(P)-네트워크(N)-디바이스(D)를 통한 가치사슬 연

계와 대·중소기업 연계를 넘어 새로운 장르와 산업에서의 문화콘텐츠를 활용할 수 있는 가능성이 확대될 수 있도록 주기적인 교류행사를 거쳐 인적 네트워크를 구축하는 장을 확대해야 한다. 또한 산업 수요 분석 및 정보 공유 체계를 강화해 기업들이 시장 변화에 빠르게 대응할 수 있도록 지원해야 한다. 현재 각 기업단위로 시장정보를 수집하고 신사업 아이디어를 도출하는 작업이 중복적으로 이루어지고 있다. 문화콘텐츠 관련 유관기관에서 융합형 문화콘텐츠산업 및 시장동향에 대한 공신력 있는 다양한 보고서를 제공하는 등 급변하는 환경에서도 유연히 대처할 수 있는 기반을 조성할 필요가 있다.

끝으로 문화콘텐츠의 전후방 파급효과를 극대화할 수 있도록 문화콘텐츠와 타산업간 융합 프로젝트 지원을 강화해야 한다. 이는 문화콘텐츠 활용이라는 측면에서 융합을 의미하며, 하나의 문화콘텐츠가 다양한 장르와 산업으로 활용되면서 새로운 상품과 서비스를 창출하는 것이다. 또한 인문·산업 융합제품·서비스 시범사업을 통한 초기시장을 창출하는 것이 필요하다. 국공립 문화·예술 공연장, 공원, 지역축제 행사장 등 대중적 접근성이 용이한 문화공간을 대상으로 시범사업을 실시하여 초기 수요를 창출하고, 적극적인 홍보 및 제도 마련을 통해 자생적인 시장을 개척할 수 있는 기반을 조성해야 한다.

6. 선순환 구조 구축(공정거래, 저작권)

시장 참여자들의 이해관계 속에서 자생적인 선순환 구조를 형성하기 위해서는 정부의 중재자적 역할이 필요하다. 창조경제의 가치 창출로 대변되고 있는 지적재산권 관련 체계를 상품과 서비스의 생산·유통·이용과 관련된 급격한 환경 변화에 대응할 수 있도록 조정하는 것이 필요하다. 그 동안 국내 정책은 저작권 보호와 공정이용활성화 중 권리보호정책이 강조되었다고 할 수 있다. 기존 관련 정책이 경제적 가치에 초점을 맞추어 저작물 보호를 보다 우선시켰다면 앞으로는 이미 창출된 지적재산에 대한 보다 많은 활용과 사용을 통해 사회 후생 증진

및 문화적 가치실현에 기여하는 부분도 균형 있게 고려되어야 할 것이다. 더불어 지속적으로 발전하는 문화콘텐츠 생태계 구축 및 확장을 위한 저작물의 권리와 이를 유통하는 사업자간의 공정한 거래 관계에 대한 필요성이 증대되고 있다. 기존의 문화콘텐츠 거래에 있어 실질적으로 문화콘텐츠를 이용자에게 제공하는 유통업자들의 영향력이 상대적으로 커지면서 저작물 권리와 유통업자간의 거래에 있어 투명성 및 공정성을 가지지 못한 부분이 존재하고 있다. 이에 거래 관계 개선을 통한 공정성을 향상시킴으로써 지속적으로 문화콘텐츠 거래가 이루어질 수 있는 환경 조성이 필요하다. 또한 새로운 환경 도래에 따른 기존의 문화콘텐츠 저작물 권리 보호 영역이 점차 확대됨에 따라 이에 대응하는 기술적·법적 대응이 필요하다.

기존 저작권 정책 방향은 문화콘텐츠 저작물 보호에 중점을 두면서 이에 관련한 법제 및 조직개편, 교육·홍보 활동, 대외 저작권 보호 강화 그리고 불법 복제물에 대한 관리를 강화해왔으나 향후에는 문화콘텐츠 산업 강국 실현을 위해 저작물 활용·거래·보호 측면에서 문화콘텐츠 활용 기반을 조성하고, 공정거래 및 동방 성장을 촉진하는 정책적 지원이 동반되어야 한다.

먼저, 저작권을 통한 문화콘텐츠 활용 기반을 조성해 나갈 필요가 있다. 우리나라는 높은 수준의 디지털 인프라가 구축되었음에도 불구하고 저작물 활용 촉진을 위한 제도 및 전방위 차원의 네트워크화의 부족으로 제도적으로 저작물의 활용이 미흡하다. 현재의 경제적 가치실현이라는 단기적 안목에 중점을 두기 보다는 공공의 이용을 활성화하는 등 저작물의 이용 확대를 위한 법률 규정 및 정책이 시행되어야 할 것이다. 이에 자유이용 저작물의 확충 및 활용 확산 체제를 구축하여 상생의 저작권 모델로서 공유 저작물 활용 및 자유이용 허락표시(CCL) 운동 확산 및 오픈 비즈니스 모델을 제시할 필요가 있다. CCL 운동을 사회전반으로 확산해 문화콘텐츠의 기부나눔을 통한 적극적인 문화콘텐츠 활용 문화를 조성해 나갈 필요가 있다. 또한 CCL을 통한 문화콘텐츠 유통 활성화를 넘어 수익을 창출할 수 있는 창작물 활용 및 거래 네트워크로써 ‘오픈비즈니스 모델’을

구축할 필요가 있다.

저작권을 통한 문화콘텐츠 활용기반과 함께 선순환 구조 구축을 위해서는 공정거래 및 동방성장 환경 조성이 필요하다. 이를 위해 투명한 저작권 위탁 관리 제도를 구축하고 활성화 시킬 필요가 있다. 제도개선은 기술발전에 의한 환경 변화에 따라 권리의 세분화 및 복잡화가 이루어지고 있는 부분을 구체화하고 저작권 위탁관리제도를 투명화 하는 방향으로 진행되어야 한다.¹⁰⁷⁾ 이를 위해 저작권 거래 및 수익 분배에 있어 전문 경영인 체제 도입 및 임원 자격요건 강화와 더불어 계약 내용 및 권리정보 공개 등을 통한 신뢰성을 제고하고 공공기관에 준하는 내부규정을 마련해야 한다. 또한 저작물의 합리적인 거래를 위해서는 저작권 및 거래에 대한 정보를 일원화된 창구에서 쉽게 얻을 수 있어야 하며 거래 절차는 간편해야 한다. 문화콘텐츠 공급자와 온라인 저작권 거래 시스템을 연계하고, 저작물 거래 정보를 쉽게 검색·이용할 수 있도록 공개하여 효율성을 확보해야 한다. 이를 위해 ‘저작물 거래 가이드라인’을 통해 문화콘텐츠 거래에 대한 일관된 거래처리 기준 및 표준 권리정보를 제공하여 거래 시 문화콘텐츠 공급자와 거래자 사이에 발생할 수 있는 문제를 사전에 예방해야 한다. 저작물 이용에 대한 가이드라인¹⁰⁸⁾의 지속적인 보완으로 이해관계자들의 활용도를 높이고 가이드라인의 범위도 필요한 여러 분야로 확대 발전시키는 작업이 동반되어야 한다. 또한 공정거래 환경을 조성하기 위해서는 문화콘텐츠 상품의 창작, 유통, 소비의 선순환 구조가 구축되도록 대국민 캠페인과 제도개선이 필요하다. 이를 통해 문화콘텐츠 생태계에 대한 이해를 돕고 인식을 개선하며, 정부지원 사업 대상자 선

107) 저작권 위탁관리 단체가 저작권에 관한 경제적 업무를 일임함에 따라 무엇보다 운용에 있어 투명성을 강조할 필요가 있다. 문화체육관광부 2006~2009년 저작권 집중관리단체별 업무점검 결과 보고서에 따르면, 12개 저작권집중관리단체 중 6개 단체가 최근 5년간 횡령 또는 공금 유용 등으로 탕진한 저작권료는 40여억 원에 달하고 있다.

108) 저작권상생협의체는 적법한 저작물 이용을 위한 ‘저작물 공정이용에 관한 가이드라인’을 마련하였다.

정 시 표준계약서 사용 실적을 고려하는 등 표준계약서의 현장 활용도 제고해야 한다. 또한 현재 각 부서와 기관으로 흩어져 있는 문화콘텐츠 분쟁조정 업무¹⁰⁹⁾의 일원화 또는 긴밀한 협력 체계를 구축하여 문화콘텐츠 분쟁조정 제도를 유기적으로 연계 활성화해야 한다.

이상의 문화콘텐츠산업 발전을 위한 정책방안을 정리하면 <표 5-1>과 같다.

<표 5-1> 문화콘텐츠산업 발전을 위한 정책 방안

구분	정책 방안
창작자원 기반강화	<ul style="list-style-type: none"> - 문화자원 전문인력 양성 - 소재 보유자와 활용자간의 교류 확대(자문 프로그램 등) - 창작소재 구축 인프라 제공(창작소재 첨단화 프로젝트 등) - 기초예술과 문화콘텐츠산업의 효율적인 연계(인재양성 프로그램, 정책 체계 구축)
융합창의 인재양성	<ul style="list-style-type: none"> - 인재양성 프로그램 통합 운영 및 추진체계 일원화 - 생애단계별 창의인재 양성 프로그램 구축 - 실무형 인력 양성 체계 구축(현장중심 교육 협의체 구성 등) - 인력양성 정책 방향을 양적 증대에서 질적 제고로 전환
문화콘텐츠 혁신체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> - 문화기술 개발 효율화(기획·연구개발·산업화 연계) - 융·복합 혁신체계 구축(기술+인문학·예술 분야 융합) - 지식과 정보의 공유의 장 마련 및 관련 인력 양성 체계 구축
문화콘텐츠 창작기회 제공 (창업·창직활성화)	<ul style="list-style-type: none"> - 창업 단계별 지원 체계 구축(준비단계-창업단계-창업후 단계) - 창업기업 지속성장 가능성 확대(문화콘텐츠기업 벤처 인증 등 법제도 개선)
융합지원	<ul style="list-style-type: none"> - 가치사슬 전반의 융합체계 구축 - 기업간 연계기회 및 정보 공유 확대 - 문화콘텐츠와 타산업간 융합 프로젝트 지원 강화
순순환구조구축 (저작권·공정거래)	<ul style="list-style-type: none"> - 문화콘텐츠 활용 기반 조성 - 공정거래 및 동반성장 촉진 정책 지원

109) 공정거래 일반(공정거래위원회), 콘텐츠 일반(한국콘텐츠진흥원), 저작권(저작권위원회), 영화(영화진흥위원회) 등이 분리되어 운영되어 있다.

제 5 장 요약 및 결론

많은 전문가들은 창조성과 인간의 감성을 주시하는 사회를 예견하고 있다. 짐 데이토는 “정보화 사회 다음에는 상상력과 이야기가 경제원동력이 되는 꿈의 사회(Dream Society)가 마치 커다란 해일과 같이 밀려온다.”고 예견하였으며 자크 아탈리도 “미래는 지식과 가치에 감성을 담는 창조적 계급이 이끌어 가는 창조 경제가 될 것이다”라고 제시하였다. 이들이 이야기하는 미래사회는 창조경제라는 용어로 함축되어 많은 학자들과 기관, 그리고 국가 차원에서 논의되고 있다. 창조경제를 주창한 존 호킨스는 창조경제를 창조성으로부터 창출되는 경제적 가치가 있는 상품이나 서비스가 거래되는 경제로 정의하고 토지나 자본이 아닌 인간의 아이디어가 가장 중요한 투입과 산출이라고 제시한 바 있다. 또한 유엔무역개발회의(UNCTAD)는 창조경제 시대에는 과학, 문화, 경제, 기술 등 다양한 분야에서 창조성이 요구되며, 국가를 지탱하는 4개의 자본(사회, 인력, 문화, 제도)에 창조성이 발휘될 때 산업의 부가가치를 높이고 국민의 삶의 질을 향상시킬 수 있다고 보고하고 있다. 결국 창조경제는 창조적인 생각과 열정을 소중히 여기고, 이를 구현하는 데 모든 노력과 정성을 기울이며 구체화 시키는 여건을 구비하고, 능력을 발휘할 수 있는 시대를 의미하며, 산업화시대, 정보화시대, 지식기반경제를 잇는 새로운 경제 패러다임으로 그 핵심에는 창의와 혁신이 되는 창조적 자원과 성과로 나타나는 창조적 결과물, 그리고 지적재산권 보호 및 활용이 존재한다. 1990년대 후반 영국 및 UN을 중심으로 발전되어 오고 있으며, 각국은 창조성 기반의 새로운 성장동력 및 일자리 창출을 위해 노력을 기울이고 있다. 우리나라에서도 박근혜 대통령의 과거 연설, 공약집, 국정과제 등에서 지속적으로 창조경제를 언급하면서 창조경제에 대한 이해 및 관심이 고조되고 있다.

실제로 창조경제에 대한 활용 및 이해는 이론 및 학문을 중심으로 한 해석보다는 정부의 정책적 관점에서 창조경제에 대한 이해 및 해석과 이에 대한 적용이 많아 창조경제를 통일화된 개념으로 해석하기에는 한계가 있다. 또한 국가별 경제발전 단계와 강점 분야에 따라 차이가 있어 창조산업 구성요소와 산업간 구분이 쉽지 않다. 이에 본 연구에서는 부분적인 각론 수준에서 이루어지는 창조경제의 개념과 범주에 대한 논의를 넘어 창조성과 혁신이 지속적으로 창출될 수 있는 창조경제의 체계를 문화콘텐츠산업을 통해 도출하였다. 또한 창조경제를 문화와 과학기술이 융합·발전하는 시대로 규정하고 창조경제를 구현하기 위한 구체적인 실천적 방안으로 문화콘텐츠산업의 발전 방안을 제시하였다.

우선 창조경제는 창조적 산업과 창조적 활동을 포함하는 포괄적인 개념으로 그 핵심에는 문화콘텐츠산업이 존재한다. 문화콘텐츠산업은 지식과 창조성을 바탕으로 문화와 일상생활에 관련된 서비스를 체화하고 이를 가치화하는 일련의 과정이다. 문화콘텐츠산업에서는 창조적 자원(창의인력, 문화자원, 문화기술, 사회적 환경)이 융합·활용되어 문화콘텐츠라는 결과물이 나오게 되고, 창출된 문화콘텐츠는 유통·소비뿐만 아니라 타장르·타산업과 결합하게 된다. 그리고 저작권을 통해 가치를 창출하게 되며 투입과 산출의 선순환구조를 구축하게 된다. 이와 같이 창조경제도 가치를 창출시키는 데 투입되는 창조적 자원 부분과 상품과 서비스로 대변되는 창조적 결과 부분이 창조성으로 연계되어 있다고 볼 수 있다. 창조적 자원으로 볼 수 있는 인적자원, 문화자원, 기술자원, 사회적 환경 등이 융합·활용되어 창조적 상품과 서비스가 창출되게 되고 이 체계는 지적재산(권)에 의해 지속가능하게 된다.

결국 창조경제의 구현은 창조산업의 핵심 영역이라고 볼 수 있는 문화콘텐츠산업의 지속가능성을 실현시킬 수 있는 체계 구축과 일맥상통한다고 볼 수 있다. 이에 창조경제 구현을 위해 문화와 과학기술, 문화와 경제발전의 연계를 활성화시키고 있는 선진국들의 정책 사례를 보면 창조적 투입물 기반을 강화하기 위해 다양한 노력을 하고 있는 것을 볼 수 있다.

창조경제 시대는 창조성을 발현할 수 있는 자원을 총동원할 수 있는 환경을 조성하는 시대로 인간의 역량으로 이야기 한다면 전뇌적 사고를 실현하는 것이다. 이는 계획과 구상의 차원을 넘어 결과물을 구현할 때 이러한 사고가 융합적으로 적용되었느냐가 중요하다고 할 수 있다.

창조경제의 구조와 핵심요소, 문화와 과학기술이 융합·발전하는 창조경제의 체계 등을 고려할 때 창조경제의 축소판이라고 볼 수 있는 문화콘텐츠산업을 통해 창조경제 구현을 위한 실천적 방안을 제시할 수 있다.

문화콘텐츠산업의 지속 발전을 위해서는 문화콘텐츠산업의 자체 경쟁력을 높이고 다른 분야와 연계를 강화하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 문화콘텐츠 생산자 자체의 역할과 함께 이 부분에 대한 지식과 전문성을 가진 외부의 역할 수행이 동반되어야 한다. 문화콘텐츠산업을 지원하는 조직은 문화콘텐츠를 창출하는 핵심요소에 대한 이해와 이에 대한 활용뿐만 아니라 발굴·보존·가공의 역할을 동시에 수행할 수 있어야 한다. 특히 문화적 요소(문화자원) 영역은 공공재, 문화재적 특성이 공존한다는 차원에서 전문성이 더 요구된다. 그리고 논리적·이성적 사고능력이 중시되는 정보화시대에서 직관적·감성적 능력이 중시되는 새로운 시대로 전환되면서 창의적인 아이디어와 독창적인 상상력으로 무장한 창의 인재 양성을 통하여 문화콘텐츠산업의 혁신을 유도하는 것이 필요하다. 혁신 체계도 과학기술영역 뿐만 아니라 인간의 감성과 경험, 인문학적 요소를 고려함으로써 기능적인 만족과 함께 감성적, 심미적 만족감인 행복을 창출해 낼 수 있도록 해야 한다.

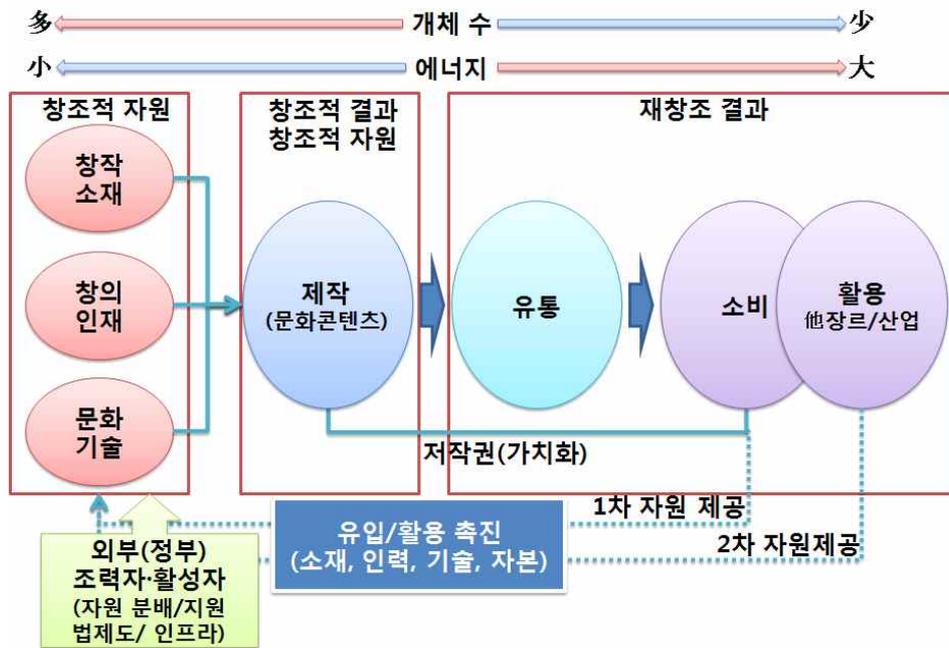
이러한 문화콘텐츠를 창작하는 데 필요한 투입 요소들과 함께 창출된 문화콘텐츠가 시장에서 소비·활용되고 새로운 가치를 창출할 수 있도록 융합 발전할 수 있는 체계가 중요하다. 문화콘텐츠가 소비단계로 연결되지 않으면 창작 인력들과 기초 자원들이 지속적으로 문화콘텐츠 산업으로 유입될 수 있는 경로가 없어지게 된다. 결국 문화콘텐츠 창작 환경 안에서 창업과 창작 활동이 활발하게 일어날 수 있도록 지원해야 한다. 또한 정부는 기업의 영세성 등으로 인해 창작

활동이나 시장 참여가 제한되는 부분을 해소하고 이들의 시장 진입이 활성화될 수 있도록 활성화적 역할을 해야 한다. 이는 문화콘텐츠산업은 다양성을 기반으로 하며 창작자들이 지속적으로 진입할 수 있는 있는 환경이 문화콘텐츠 생태계 구성에 있어 가장 중요한 요소이기 때문이다. 끝으로 문화콘텐츠산업을 구성하는 다양한 연계구조가 선순환적으로 이루어지는 구조의 형성이 필요하다. 이를 위해서는 정부는 창조적 결과들이 창조적 자원부문으로 원활하게 유입되는 환경이 조성될 수 있도록 법제도들을 지속적으로 마련·개선하며, 시장 참여자들이 공정하게 경쟁·연계될 수 있도록 중재적 역할을 해야 한다.

결론적으로 문화콘텐츠산업의 발전을 위해서는 전체 문화콘텐츠산업의 구조 속에서 자원이 부족한 부분에 대한 체계적인 지원이 필요하다. 이러한 과정은 우선 창조적 자원들이 창작단계에서 원활하게 유입될 수 있도록 자원의 양과 질을 증대시키는 것과 함께 창조적 결과가 창출되고 가치화되는 메커니즘을 구축해야 한다. 또한 자원들이 창조적 자원 부분으로 유입 활용될 수 있도록 한다. 이러한 과정에서 부족한 자원은 위에서 언급했듯이 두 가지 방안을 통해 확충해야 하며 여기서 정부의 역할이 필요하다. 첫째 문화콘텐츠 자원 유입경로를 확대하는 것이다. 이는 문화콘텐츠가 유통과 소비과정에서 가치화됨으로써 창출되는 자원과 함께 타장르·산업에 활용되면서 부가적으로 가치가 창출하는 것으로 융합화 또는 연계 활성화 과정이라고 할 수 있다. 둘째 문화콘텐츠산업에 대한 정부의 역할을 강화하는 것이다. 정부는 직접 산업의 활성화 역할을 수행해 자원을 배분하고 지원하는 역할을 수행할 수 있다. 또한 시장 전체의 조력자 역할을 수행해 자원 순환을 원활하게 하고 시장 참여자들 간의 공정경쟁과 상생 구도가 구축될 수 있게 환경을 조성하는 것이다.

이러한 문화콘텐츠산업의 발전 모형은 창조경제에도 동일하게 적용될 수 있다. 즉 문화와 과학기술로 구현된 창조적 자원들이 융합 발전하여 창조적 결과물을 창출할 수 있는 체계를 구축하고 이러한 결과물이 소비를 넘어 다양한 분야와 연계되어 활용될 수 있도록 하는 것이다. 여기서의 정부는 첫째 창조경제를 구성

하는 참여자들간의 자원의 선순환 구조 구축, 즉 1차 창조에 있어 자원이 부족하지 않도록 지원해 주는 활성화적 역할을 해야 한다. 둘째, 시장의 자원이 공정하게 활용될 수 있고 시장 참여자들이 상생구도를 가질 수 있도록 조력자적 역할을 해야 한다. 결국 문화콘텐츠산업을 통해 구축된 창조경제의 구현 방안은 지속가능성과 연계되는 것으로 자원의 활용과 자원 확충이 동시에 이루어지는 과정이 발전해 나가는 체계라고 할 수 있다.



(그림 5-1) 문화콘텐츠산업 발전 모형

참고문헌

- 김춘일(2006), “창조성 교육의 국제동향 -영·미·독일의 경우를 중심으로”, 아동교육 제13권 3호.
- 강규호(2006), “기술혁신과 고용창출”, 한국은행금융경제연구원 경제분석 제12권 1호
- 강재원·권호영·김대호·김성철·김영주(2010), 『한국 미디어 산업의 변화와 과제』, 커뮤니케이션북스
- 과학기술 미래비전 기획위원회(2009), “과학기술 미래비전 총괄보고서”
- 교육과학기술부(2009), “창의와 배려의 조화를 통한 인재양성 - 창의·인성 교육 기본방안”
- 국가지식재산위원회(2013), “지식생산강국의 주춧돌을 놓다”
- 노나카 이쿠지로(2010), 『창조적루틴』, 김무경 역, 북스넷
- 다니엘 핑크(2012), 『새로운 미래가 온다』, 김명철 역, 한국경제신문사
- 류태규(2013), “창조경제 성공의 실마리, 지식재산”, 한국지식재산연구원
- 리차드 플로리다(2008), 『도시와 창조 계급』, 이원호 역, 푸른길
- 메가트렌드연구소(2012), 『라이프 3.0』, 한스미디어
- 박용재·임명환·허필선·구본태(2010), “콘텐츠 산업의 융합 유형별 사례 및 전망”, 전자통신동향분석 제25권 제5호
- 박유리·최진원·김정연·이경남(2009), “방송콘텐츠 저작권의 효과적 보호에 관한연구”, 한국통신위원회 한국전파진흥원
- 배리 리버트·존 스펙터(2010), 『나보다 똑똑한 우리』, 김정수 역, 위튼스쿨경제경영총서, 렉스미디어
- 유병규(2013), “창조경제 역량 평가와 활성화 방안”, 경제인문사회연구회

- 유진 S. 퍼거슨(1998), 『인간을 생각하는 엔지니어링』, 박광덕 역, 한울
- 이용관(2012), “문화산업에서 콘텐츠산업으로의 정책변동과 미래전망”, 한국문화관광연구원
- ____·심승구(2012), “콘텐츠산업과 한국고유문화 연계방안 연구”, 한국문화관광연구원
- ____(2013), “창조경제와 콘텐츠산업의 일자리 창출”, 한국행정학회 춘계학술대회
- ____·김규찬·박찬욱(2013), “창조경제와 콘텐츠산업의 일자리 창출 및 경제적 파급효과”, 한국콘텐츠진흥원
- 임승빈·조문석(2012), “국가경쟁력 강화를 위한 문화행정 조직의 개편방향에 관한 연구”, 정부개혁연구소
- 저작권위원회(2011), “저작권 기술개발 전략수립 연구”
- 전병태·이용관·김현주(2012), “창조경제시대의 일자리 창출을 위한 기초연구: 문화체육관광분야를 중심으로”, 한국문화관광연구원
- 정지혜(2011), “개방과 소통이 만드는 서비스 사업의 혁신”, 《LG Business Insight》 2011.3.9. LG경제연구원.
- 조성철·임업(2009), “창조도시의 지속가능성과 지속가능한 창조도시”, 한국지역개발학회 제21권 제3호
- 주진오(2012), “문화원형 디지털화 사업의 평가와 향후 발전방향”, 한국콘텐츠진흥원
- 추기능(2008), “지식기반경제의 이해”, 한국발명진흥회
- 최세경·이용관(2012), “콘텐츠산업 생태계 형성과 정책 거버넌스 구축 방안”, 한국콘텐츠진흥원
- 최정환(2010), “한국기업의 지속가능한 성장전략-Fast Follower 전략에서 Customer Centricity 전략으로”, LG경제연구원
- 한국문화예술포럼위원회(2008), “기초예술과 문화산업의 연계방안 연구”

- 한국정보화진흥원(2010), “변화하는 미래, 새로운 인재”
 _____(2010. 4), “오피니언 리더가 전망하는 한국의 미래와 신 가치”
 _____(2010. 4), “새로운 미래자본의 모색과 한국의 도전”
- 한국콘텐츠진흥원(2012), “문화예술과 CT의 만남, CT 인사이트”
 _____(2012), “CT인사이트 2012년 8월호”
- Asia Development Bank(ADB)(2007), “Moving Toward Knowledge-Based Economies: Asian Experiences”, Technical Note, Manila: ADB
- Babara Taylor(2008), “Inspiring Learning in Galleries 02: Research Reports”, Engage
- Barry L., Spector, J., and Tapscott D.(2008), 『0We are smarter than me: How to unleash the power of crowds in your business』, Wharton School Publishing
- Alliance Bernstein(2003, 10), “US. Weekly Economic Update: Manufacturing Payrolls Declining Globally: The Untold Story”
- Claxton Guy(2008), “Cultivating positive learning dispositions”, in Harry Daniels et al., 『Educational Theories, Cultures and Learning: A Critical Perspective』, Routledge
- DCMS(1998), “Creative Industries Mapping Document 1998”, London:DCMS
 _____(2001), “Creative Industries Mapping Document 2001”, London:DCMS
 _____(2001), “Culture and Creativity: The Next Ten Years”, Green Paper
 _____(2007), “Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries”, London:DCMS
- DCMS & Creative Industries Taskforce(2011), “Creative Industries: Economic Estimates”, London:DCMS
- Elizabeth Currid(2007), 『The Warhol Economy: How Fashion Art and Music drive New York City』, Princeton University Press
- Fryer, M.(2004), 『Creativity and Cultural Diversity』, Leeds: The Creativity Centre Educational Trust

- Graham Wallas(1926), 『The art of thought』 , Harcourt
- Henri Poincaré(1913), 『The foundation of science: Science and Hypothesis; the Value of Science; Science and Method』 , the Science Press
- Hooper-Greenhill E., Dodd J., Gibson L., Phillips M., Jones C. and Sullivan E.(2006), “What did you learn at the museum today? Second study: evaluation of the outcome and impact of learning through implementation of Education Programme Delivery Plans across nine Regional Hubs”, Research Centre for Museums and Galleries Citation, Leicester, RCMG
- Ikujiro Nonaka, Ryoko Toyama and Noboru Konno(2000), “SECI, Ba, and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation”, Long Range Planning
- James Sherk(2010), “Technology Explains Drop in manufacturing Jobs”, The Heritage Foundation
- Jane Jacobs(1993), 『The Death and Life of Great American Cities』 , Random House.
- John Howkins(2001), 『How people make Money from ideas』 , Penguin
- John S. Dryzek(1997), 『The Politics of the Earth: Environmental Discourses』 , New York: Oxford University Press
- Joseph Carson(2003. 10. 10), “Manufacturing Payrolls Declining Globally: The Untold Story(Part 1)”, Alliance Capital Management
- _____ (2003. 10. 24), “Manufacturing Payrolls Declining Globally: The Untold Story(Part 2)”, Alliance Capital Management
- KEA European Affairs(2006), “The Economy of Culture in Europe”, Brussels
- Manuel Castells(1998), 『La société en réseaux』 , Paris, Fayard
- Max Wertheimer(1982), 『Productive thinking』 , University of Chicago Press
- Mihaly Csikszentmihalyi(1999), “Implications of a systems perspective for the study of creativity”, in Robert J. Sternberg(Ed.), 『Handbook of Creativity』 , Cambridge University Press

- Micheal E. Porter(1990), “The Competitive Advantage of Nations”, Harvard Business Review
- Neson D. Schwartz(2003), “Will "Made in USA" Fade Away? Yes, We'll Still have Factories, and Great Ones Too. We Just Might Not Have many Factory Workers. Why Those Jobs Are Never Coming Back”, Fortune.
- OECD(1996), “The Knowledge-based Economy”
- OECD(2001), “The Wellbeing of Nations - The Role of Human and Social Capital”.
- Peter S. Goodman(2010), “Despite Signs of Recovery, Chronic Joblessness Rises”, The New York Times.
- Ralf Brand and Andrew Korvonen(2007), “The ecosystem of expertise: complementary knowledges for sustainable development”, Sustainability: Science, Practice, & Policy
- Ray Kurzweil(2005), 『In The Singularity Is Near: When Humans Transcend Biology』, Penguin Global.
- Richard Florida(2002), 『The Rise of the Creative class』, New york: Basic Books.
- Robert W. Weisberg(2006), 『Creativity: Understanding Innovation in Problem Solving, Science, Invention, and the Arts』, Wiley.
- Robert J. Sternberg(1999), “A propulsion model of types of creative contributions”, Review of General Psychology.
- Robert J. Sternberg, Todd I. Lubart(1991), “An investment theory of creativity and its development”, Human Development.
- _____ (1999, 2007), “The concept of Creativity: Prospects and Paradigms”, in 『Handbook of Creativity』, Cambridge University Press.
- Teresa M. Amabile(1983), “The social psychology of creativity: A componential conceptualization”, Journal of Personality and Social Psychology.

Tony Travers and Stephen Glaister(2004), “Valuing Museums: Impact and innovation among national museums, National Museums Directors' Conference”, the National Museum Directors' Conference.

UNCTAD(2008), “Creative Economy Report 2008”.

_____ (2010), “Creative Economy Report 2010”.

UNESCO(2006), “Road Map for arts education- The World conference on Arts Education: building creative capacity for the 21st Century”.

Leonard Waverman and Dasgupta Kalyan(2009), “Connectivity Scorecard 2009”.

William D., A. Bryant and David Throsby(2006), “Handbooks of the economics of art and culture: volume 1” , North-Holland.

WIPO(2003), “Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries”.

World Bank(1998), “World Development Report: Knowledge for Development, the World Bank”, Oxford University Press.

_____ (2006), “Where Is the Wealth of Nations?: Measuring Capital for the 21st Century”, World Bank.

Yellen, J.L.(2010), “The Outlook for the Economy and Monetary Policy. Speech presented at Presentation to the Burnham-Moores Center for Real Estate School of Business Administration”, University of San Diego, San Diego, C.A.

〈‘창조경제 구현방안 연구’ 전체 과제 리스트〉

협동연구총서 일련번호	연구보고서명	연구기관
13-01-01	ICT 기반의 융합산업 활성화 방안	정보통신정책연구원
13-01-02	융합 신산업 발굴 및 육성을 위한 혁신정책 방향	과학기술정책연구원
13-01-03	문화콘텐츠산업을 통한 창조경제 구현 방안	한국문화관광연구원
13-01-04	창조경제 기반의 농업·농촌 신성장 전략	한국농촌경제연구원
13-01-05	창의적 융합을 통한 제조업의 성장동력 육성전략	산업연구원
13-01-06	창조경제 구현을 위한 융합형 서비스산업 발전방안	한국개발연구원
13-01-07	창의적 녹색산업 생태계 조성 전략	한국환경정책·평가연구원
13-01-08	에너지 부문에서의 창조경제 구현 방안	에너지경제연구원
13-01-09	보건의료분야에서의 창조경제 구현방안	한국보건사회연구원
13-01-10	교통물류부문에서의 창조경제 구현 방안	한국교통연구원
13-01-11	창조경제 구현을 위한 중추 도시권 발전과 도시재생 융합 방안	국토연구원
13-01-12	건축문화기반의 도시재창조와 신산업 발굴	건축도시공간연구소
13-01-13	해양수산 창조경제 구현 과제와 전략	한국해양수산개발원
13-01-14	기술-문화-산업의 융합행정을 위한 정책(부처)간 협력 방안	한국행정연구원
13-01-15	창조경제 구축을 위한 융합촉진 법제 및 규제 선진화 방안	한국법제연구원
13-01-16	창조, 융합, 안전을 지향하는 형사정책의 새로운 도전	한국형사정책연구원
13-01-17	벤처산업 육성을 위한 조세정책 방향	한국조세연구원
13-01-18	기업가적 창업 및 재도전 활성화를 위한 노동시장 정책	한국노동연구원
13-01-19	여성 창조기업 활성화 방안	한국여성정책연구원
13-01-20	기업가적 청년창업 촉진을 위한 융합형 직업교육훈련 방안	한국직업능력개발원
13-01-21	창의 인재 양성을 위한 영유아 문화기반 조성 방안	육아정책연구소
13-01-22	행복교육, 창의인재 양성을 위한 교육과정, 교수·학습, 교육 평가 패러다임 전환	한국교육과정평가원
13-01-23	도전정신 중심의 청소년문화 조성 방안	한국청소년정책연구원
13-01-24	창의적 융합인재 육성과 창업지원을 위한 대학혁신 방안	한국교육개발원
13-01-25	신환경제권과의 새로운 산업협력을 통한 창조경제 활성화 방안 연구	대외경제정책연구원
13-01-26	창조경제 기반 문화·환경·산업 융합 남북협력 추진방안	통일연구원

● 저 자 소 개 ●

이 용 관

- 공주대학교 경제학 학사
- 서강대학교 경제학 석사
- 서강대학교 경제학 박사 수료
- 현 한국문화관광연구원 연구원

김 규 찬

- 서울대학교 언론정보학 학사
- 서울대학교 언론정보학 석사
- 서울대학교 언론정보학 박사
- 현 한국문화관광연구원 책임연구원

박 찬 욱

- 금오공과대학교 컴퓨터공학 학사
- 경희대학교 국제경영학 석사
- 경희대학교 국제경영학 박사
- 현 한국문화관광연구원 책임연구원

경제·인문사회연구회 미래사회협동연구총서 13-01-03
창조경제 구현방안 연구

문화콘텐츠산업을 통한 창조경제 구현 방안

2013년 6월 25일 인쇄

2013년 6월 25일 발행

발행인 박진근

발행처 경제·인문사회연구회

서울특별시 서초구 남부순환로 2558 외교센터 302호

TEL: 02-571-0002 FAX: 02-572-4092

인쇄 크리홍보(주)

ISBN 979-11-950021-4-6 94320

ISBN 979-11-950021-1-5 (세트)

<비매품>