

지역 창작산업의 전략산업화 방안

최 종 열*

< 목 차 >

- I. 서 론
- II. 지역 문화산업 활성화의 이론적 배경
- III. 지역 창작산업의 신개념 도입과 범주
- IV. 지역 창작산업의 현황과 문제점
- V. 지역 창작산업의 전략산업화 방안
- VI. 요약 및 결론

정부는 문화산업 클러스터 조성을 지방 문화산업 육성의 핵심 전략으로 삼고 이를 추진해 왔지만, 핵심 문화산업 사업체의 81.3%가 수도권에 입지하고 있고, 문화산업 종사자의 87.9%가 수도권에서 종사하고 있을 정도로 지역의 문화산업은 아직 미약한 실정이며 장래 또한 매우 불투명한 상황이라 할 수 있다. 문화산업 정책이 중앙정부 주도 체계에서 지방자치 단체의 자율성에 기초한 협력적 분권체제로 발전된 것은 매우 긍정적인 현상이지만 지역의 문화산업이 지역 내에 산재해 있는 전통 문화유산과 지역 예술인들이 지속적인 관심을 가지고 자생적으로 발전시켜 온 문화예술 등에 기반하고 있기 때문에 이들을 통합적으로 응용하는 문화 생산 네트워크에 초점을 맞추어 육성 전략을 새롭게 수립할 필요가 있다. 따라서 본 연구는 지역의 문화산업을 지역 현실에 맞게 창작산업의 개념으로 재정립하고, 지역의 창작산업이 활성화되지 못하고 있는 현실적인 문제점들을 분석하여 지역 창작산업의 성장 잠재력과 핵심 역량을 이끌어 낼 수 있는 정책 방안을 도출하는 데 그 목적을 두고 있다.

□ 주제어 : 창작산업, 문화산업 모델, 창작산업 복합단지, 문화산업 정책

* 전주대학교 겸임교수

I. 서론

1990년대 말 이래로 정부는 문화산업 클러스터 조성을 지방 문화산업 육성의 핵심 전략으로 삼고 이를 추진해 왔으며, 이에 부응하여 여러 자치단체들이 지역 경쟁력을 강화하고 지속적인 성장을 위해 지역의 전통 문화자산을 IT기술과 접목시킨 문화콘텐츠 산업을 지역경제의 새로운 전략산업으로 육성하고자 하는 다양한 노력을 경주해 왔다.

그럼에도 불구하고 핵심 문화산업 사업체의 81.3%가 수도권에 입지하고 있고, 문화산업 종사자의 87.9%가 수도권에서 종사하고 있을 정도로 지역의 문화산업은 아직 미약한 실정이며 장래 또한 매우 불투명한 상황이라 할 수 있다.

문화산업 정책이 중앙정부 주도 체계에서 지방자치단체의 자율성에 기초한 협력적 분권체제로 발전된 것은 매우 긍정적인 현상이지만, 정부가 지나치게 복제 및 엔터테인먼트 성격이 강한 영화, 비디오, 방송, 애니메이션, 게임소프트웨어, 음반, 출판 등의 산업 육성에 정책적인 지원을 집중하고 있어 이들 생산요소들 특히 기술인력과 자본, 비즈니스 지원 기능 등이 대부분 수도권에 집중되어 있는 현실에서 지방의 문화산업이 자생적으로 성장할 수 있기를 기대하기란 사실상 불가능한 일이 아닐 수 없다.

지역의 문화산업은 지역 내에 산재해 있는 전통 문화유산과 지역 예술인들이 지속적인 관심을 가지고 자생적으로 발전시켜 온 문화예술 등에 기반하고 있기 때문에 이들을 통합적으로 응용하는 문화생산 네트워크에 초점을 맞추어 육성 전략을 새롭게 수립할 필요가 있다. 즉 지방의 문화산업이 수도권과 차별화하여 경쟁력을 갖기 위해서는 대중오락산업과 예술문화산업의 혼합 정책(policy mix)이라고 할 수 있는 영국의 창작산업(creative industry)¹⁾의 개념으로 접근하는 것이 지역의 문화산업을 육성할 수 있는 실질적인 방안이 될 것이라고 본다.

따라서 본 연구는 지역의 문화산업을 지역 현실에 맞게 창작산업의 개념으로 재정립하고, 지역의 창작산업이 활성화되지 못하고 있는 현실적인 문제점들을 분석하여 지역 창작산업의 성장 잠재력과 핵심 역량을 이끌어 낼 수 있는 정책 방안을 도출하는 데 그 목적을 두고자 한

1) 영국의 경우 문화콘텐츠 산업을 창작산업의 개념으로 접근하고 있다. 창작산업이란 개인들의 창조성, 기술, 그리고 재능에 근원을 둔 활동들, 곧 지적능력의 개발을 통한 직업 및 부의 창출과 연관되는 산업군을 말한다. 이 산업의 범주에는 미술과 고미술품, 건축, 음악, 공연예술, 디자인, 패션디자인, 광고, 영화, 출판, 컴퓨터 및 소프트웨어, 텔레비전·라디오, 양방향 레저 소프트웨어(게임) 등이 포함된다.

다. 이를 위해 제 II장에서는 지역 문화산업 활성화의 이론적 배경을 다루며, 제 III장에서는 지역 창작산업의 신개념을 정립하고 범주를 정해보고자 한다. 제 IV장에서는 지역이 창작산업의 보고임에도 불구하고 활성화되지 못한 현실을 통계자료 분석을 통해 문제점들을 살펴보고자 한다. 제 V장에서는 지역 창작산업을 미래의 신전략산업으로 육성해 나갈 수 있는 물론 창작산업의 메카로 육성해 나갈 수 있는 핵심과제들을 도출해 보고자 한다.

II. 지역 문화산업 활성화의 이론적 배경

1. 장소마케팅 활성화 전략 이론

지역의 제조업 기반이 무너지면서 감성 문화 시대에 대한 기대감과 더불어 지역의 문화예술 기반이 새로운 지역 성장동력으로 인식되고 있으며, 더욱이 지역의 향토자산을 활용한 문화산업 활성화 전략으로서 장소마케팅이 강조되고 있다. 문화산업 전략으로서의 장소마케팅은 그 접근 방법에 따라 문화산업 모델(cultural industries model), 통합모델(integration model), 소비자중심주의 모델(consumerist model) 등을 들 수 있다.

문화산업 모델은 1980년대 영국의 웨일드시로 대표되는 도시 마케팅 전략으로서 지역의 문화 생산과 유통을 통해 부가가치를 창출하고 도시에 대한 독특한 친근감을 유발하여 창의적이고 혁신적 지역 환경을 창출해 나가는 전략이다. 유럽의 많은 도시들은 지역경제 활성화 수단으로서 문화산업에 대해 접근하고 있으며, 문화를 삶의 방식이나 문화 향유차원의 예술적 활동이 아니라 지역 주민들에게 일자리와 부를 창출해주는 '경제적 기반'으로 인식되고 있다. 국내에서도 웨일드의 문화산업단지(CIQ)²⁾를 벤치 마킹하여 지역 문화산업을 발전시키고자 하는 연구가 많다(권오혁·김홍석, 2000, 이병민, 2003)

통합모델은 지역에 대한 정체성과 자긍심을 시민들에게 확립시키려는 전략으로서 문화정책은 시민들의 사회적 삶을 제고시키고 도시의 정체성과 도시에 대한 소속감을 상기시키며,

2) 웨일드는 영국 중북부 사우스요크셔주에 위치한 중소도시로 면적 367km²에 인구 51만 3천명으로(2001년 기준) 1985년 39,000 평방피트로 시작하여 1997년에는 213,000 평방피트로 문화산업단지가 확장되었다. 사업체수는 400여개이며 이중 150여개가 문화, 미디어, 기술 영역 분야이다. 종사자수는 1,500여명이며, 생산액은 연간 2,500만 파운드에 이른다. 산업 부문은 영화비디오, 음악산업이 30%를 차지하고 있으며, 방송, 디자인, 사진, 출판 등 문화콘텐츠 산업이 중심을 이루고 있다.

더욱 통합적이고 도시생활에 대한 기대수준을 높이는 핵심적인 수단이 된다. 소비자중심주의 모델은 예술의 소비를 강조하여 문화관광을 활성화하고, 기업의 투자를 촉진시키며, 지역 재개발의 이익을 추구하는 것을 목표로 하고 있으며, 문화를 고급예술로 바라보는 편협한 문화 개념을 사용하고 있다.

2. 지역 문화산업 집적 이론

지역 문화산업의 집적 관련 이론은 지역혁신체제(RIS) 이론, 클러스터 이론, 학습지역론(learning region), 산업네트워크 이론 등을 들 수 있다.

최근 참여정부가 지역 발전역량의 강화를 위해 강조하고 있는 지역혁신체제론은 다양한 구성 요소들이 지역적으로 결합하여 네트워크를 형성하면서 작동하는 시스템을 말한다. 지역 혁신체제를 이루는 핵심적인 6가지 차원 중 하나로 '제도적 집약(institutional thickness)은 기업 활동을 지원하는 다양한 형태의 조직이 존재하여 그들이 새로운 제도와 환경을 조성하는 것'으로(Oinas and Malecki, 1999:21), 다양한 연관조직(기업, 금융, 상공회의소, 교육, 무역, 지방정부, 개발기구, 혁신지구, 회계 등)이 존재하고 그들이 해당지역에서 차지하는 역할, 지역 내 연관조직간의 높은 상호작용, 개별기업 혹은 업종의 이해 관계에 대한 집단적 표출 및 통제를 위한 연합이나 지배구조, 공동 사업에 참여하고 있다는 상호간의 인식 등 네 가지 측면을 지니고 있다. 이러한 접근은 산업 집적지에 대한 기존의 이론에 지식의 창출과 혁신에 관한 이론을 결합함으로써 혁신과 영역간의 관계에 대한 사고의 진일보를 가져온 것으로 평가받고 있다.

Porter의 클러스터 이론은 산업의 집적 과정 및 내부적인 산업연계는 산업들이 지리적으로 집중되어 있을 때 잘 실현되며, 이들은 재화, 서비스기업, 전문화된 공급자, 금융기관, 관련 산업, 대학, 직업훈련소, 정부기관 등 다양한 구성 요소들 간의 공통성과 보완성으로 연결되어 지역 내에서 시너지 효과를 창출하고 지역 네트워크를 통해 지역의 역동적인 성장에 기여한다는 것이다.³⁾

3) 포터의 클러스터 개념을 문화산업에 응용한 대표적인 사례는 영국 웨필드 시의 Cultural Industries Quarter: Strategic Vision & Development Study(1998)을 들 수 있다. 웨필드 시는 포터의 경쟁력 평가 모형을 사용함으로써 도시에 분포되어 있는 문화산업이 여타 경쟁도시에 비해 성장잠재력을 보유하고 있는가를 분석한 바 있다.

Ⅲ. 지역 창작산업의 신개념 도입과 범주

1. 창작산업의 범주에 관한 이론적 모델

1) 창조성에 입각한 문화산업 모델

창조성에 입각한 문화산업의 이론적 모델은 동심원모델, 삼층 구조 모델, 가치사슬 모델 등이 있다. 동심원모델은 창의적인 아이디어의 원천을 중심으로 중핵과 외곽 그룹으로 구분한다.⁴⁾ 이 모델의 중핵(core)은 음악, 무용, 연극, 문학, 시각예술, 공예, 새로운 예술활동(비디오예술, 공연예술, 컴퓨터·멀티미디어 예술 등)을 포함하는 창조적 예술 분야로 시장에서 생존하기 어려운 특성 때문에 비영리 문화 부문으로 분류되기도 한다. 창의적 중핵의 외곽 그룹으로서 출판(서적, 잡지), 텔레비전·라디오, 신문, 영화 분야 등과 같이 콘텐츠를 복제하여 대량으로 유통시킬 수 있는 그룹으로 중핵분야에 비해 문화적인 재화와 서비스의 특성이 상대적으로 약하다. 마지막으로 동심원 모델의 제일 바깥을 구성하는 세 번째 그룹은 문화산업을 가장 포괄적으로 정의한 영역으로 광고, 관광, 건축 서비스업 등이 포함된다(Throsby, 2001).

삼층구조모델은 창조형 문화산업, 정보통신·복제형 문화산업, 방문형 문화산업의 피라미드 형태인 구조모델을 제시하고 있다. 창조형 문화산업은 문화산업의 기초 단계로 예술문화산업과 지역 고유의 특산품 사업이 포함된다. 예술문화산업에는 장식예술(미술, 디자인 등)과 공연예술(오페라, 연극, 연주, 무용) 등이 포함되며, 지역 고유의 특산품 사업은 지역 축제, 문화제, 스포츠, 공예품, 칠기, 전통섬유산업 등을 말한다. 이러한 산업들은 노동집약적이고 제품과 표준화가 어렵다는 점에서 채산성을 맞추기가 어렵기 때문에 비영리 조직을 통해 운영되는 경우가 많다. 복제형 문화산업은 창조형 문화산업을 기초로 발전하는 산업 분야로 영상, 출판, 방송, 멀티미디어, 게임, 음반 등을 말한다. 멀티미디어 산업이 발전할수록 창조형 문화산업의 발전이 필수적이다. 따라서 지역에서의 창조형 문화산업에 대한 욕구는 점점 강해지게 되므로 인프라의 정비가 필수라고 할 수 있다. 마지막으로 문화산업의 세 번

4) 그는 문화산업을 창조성, 지적재산권(경제성), 상징성을 갖는 문화적인 재화와 서비스를 생산·유통·소비하는 활동과 관련된 산업으로 정의하고 있으며, 문화산업의 명칭은 문화적인 재화와 서비스의 특성 가운데 어느 것을 강조하느냐에 따라 달라지는 데 창의성을 강조하면 창조산업이 될 것이고 지적재산권을 강조하면 저작권 산업, 상징적 의미를 강조하면 콘텐츠 산업이 된다고 보았다.

제 영역은 방문형 문화산업으로서 관광산업을 들고 있다(이케가미 준, 2004).

가치사슬 모델은 가치사슬에 입각하여 문화산업을 정의하고 있는 데 문화의 생산 시스템을 중시하고 있다. 문화산업의 범위에는 <표 1>과 같이 문화산업의 생산 부문과 함께 문화를 생산하는 수단(infrastructure) 부문, 배급 부문, 소비부문 등을 포함하고 있다(Pratt, 1997).

<표 1> 창의성에 입각한 문화산업 모델 분류 체계

문화산업 분류 체계의 이론적 모델				
동심원 모델 Throsby(2001)	중핵(Core)	제 2그룹	제 3그룹	
	음악, 무용, 연극, 문학, 시각예술, 새로운 예술활동(비디오예술, 공연예술, 컴퓨터·멀티미디어예술)	출판(서적, 잡지), 텔레비전·비디오, 신문, 영화	광고, 관광, 건축 서비스업	
삼층 구조 모델 이케가미(2004)	창조형 문화산업	정보통신·복제형 문화산업	방문형 문화산업	
	미술, 디자인, 오페라, 연주, 무용, 축제, 문화재, 스포츠, 공예품, 전통섬유 등	영상, 출판, 방송, 멀티미디어, 게임, 음반 등	관광 산업	
가치사슬 모델 Pratt(1997)	생산부문 (제 1그룹)	생산수단의 생산부문 (제 2그룹)	배급부문 (제3그룹)	소비부문 (제 4그룹)
	저술가, 작곡가, 기타 예술가, 음악연극 상연, 텔레비전·라디오 방송, 영화 생산·배급·상영	악기, 음악기기, 인쇄·제본 기기, 사진·영상재료, 사진·영상용 기기와 설비, 라디오·방송용 전자기기, 인쇄용 잉크	음악레코드, 테이프, 신문·잡지·서적 등 인쇄출판	서점, 문구점, 나이트클럽, 도서관, 박물관, 미술관

2) 대량생산, 대량유통 시스템에 입각한 문화산업 모델

문화산업의 중심·주변 모델이 대표적인 모델인데, 이 모델은 텍스트(노래, 이야기, 공연 등)의 생산 및 유통 시스템이 산업적인가의 여부에 따라 핵심문화산업과 주변 문화산업으로 구분하고 있다. 핵심문화산업은 광고·마케팅, 방송, 영화, 인터넷, 음악, 인쇄·전자 출판

산업 등이 속한다. 반면에 일반적으로 문화산업의 범위에 속하는 스포츠, 전자 및 문화산업 관련 하드웨어 산업, 소프트웨어, 패션 산업 등은 반 주변 문화산업으로 분류한다. 마지막으로 공연예술(연극, 무용, 오페라, 콘서트 등), 미술품 등은 텍스트를 생산하지만 그 생산방식이 비산업적이라는 점에서 주변문화산업으로 분류하고 있다(Hesmondhalgh, 2002).

2. 지역 창작산업의 범주 정립

이상에서와 같이 창조성에 입각하고 있는 세 가지 모델들은 공통적으로 예술문화산업을 핵심 문화산업에 배치하고 있는 데 비해 Hesmondhalgh는 대량생산·대량유통 시스템에 입각하여 텍스트를 생산·유통·소비하는 분야만을 핵심문화산업으로 규정하고 있다.

논란의 여지는 많지만 이론적인 관점에 바탕을 둔 문화산업의 범위에 관한 문제는 결국 창조성에 입각할 것인가 아니면 대량생산·대량유통 시스템에 입각할 것인가의 선택의 문제로 귀결된다.

하지만 이상의 문화산업의 범위에 관한 논의들을 현실의 문화산업을 분류하는 데 바로 활용하기에는 일정한 한계에 직면하지 않을 수 없다. 따라서 현실의 문화산업을 분류하는 데 있어서는 이상의 논의들에 입각하면서도 우리의 실정에 부합하는 방식을 채택하지 않을 수 없다. 따라서 본 연구에서는 정부가 문화산업을 정의할 때 이론적인 관점보다는 정책당국이 소기의 목적을 달성하기 위해 규정하는 정책적인 성격을 강하게 띠고 있다(최성모 외, 2004:57)는 점을 반영함은 물론 문화산업 정책의 일관성을 고려하여 대량생산·대량유통 시스템에 기반을 둔 문화산업 모델에 입각하면서도 이들 산업이 창조형 문화산업의 발전에 기초하기 때문에 다음과 같이 핵심 문화산업과 예술문화산업으로 구분하여 지역 창작산업의 범주에 포함시켜 분석하고자 한다.⁵⁾

5) 영국의 창작산업의 특성은 창작산업의 범위에 광고, 건축, 디자인, 패션산업을 포함시키고 있으며, 컴퓨터 및 소프트웨어 서비스 산업을 창작산업으로 분류하고 음반산업 대신 다소 포괄적인 음악산업으로 분류하고 있으며, 국내에서 게임산업으로 분류하고 있는 것을 양방향 레저 소프트웨어 산업으로 표기하고 있다는 점이다.

<표 2> 지역 창작산업의 범주

문화산업의 분류	해당 산업
핵심 문화산업(6개 산업)	영화비디오, 방송, 게임, 출판, 광고, 음반 산업
예술 문화산업(4개 산업)	공연, 디자인, 건축, 공예 산업

IV. 지역 창작산업의 현황과 문제점

1. 지역 창작산업의 구조 및 특성

1) 통계 자료의 해설

본 연구에서는 「2003 사업체기초통계조사보고서」를 토대로 하여 지역 창작산업의 현황을 파악하였다.⁶⁾ 장르별 통계치는 영화비디오의 경우 영화 및 비디오 제작업과 관련 서비스업을, 방송산업은 공중파방송업과 유선 및 위성방송업을 합한 수치이다. 광고는 광고대행업을, 게임은 게임소프트웨어 제조업만을 대상으로 하였다. 출판은 서적 출판업과 신문, 잡지, 정기간행물 발행업을 합산한 수치이다. 음반산업은 오디오 기록매체출판업과 기록매체복제업을 포함하고 있으며, 공연산업은 공연단체, 공연 및 녹음시설 운영업, 공연 관련 산업을 고려하였다. 디자인은 전문디자인업을, 건축은 건축 및 조경 설계 서비스업을 고려하였다. 그리고 공예산업은 귀금속 공예, 국악기 제조, 도자기 공예, 인형, 장난감 및 오락용품 제조업을 합하여 산출하였다.⁷⁾

2) 사업체 특성

핵심 문화산업만을 대상으로 분석할 경우 2003년 말 현재 수도권(서울, 인천, 경기)에 영

6) 우리나라의 경우 가장 최근의 표준산업분류 개정이 2000년도에 이루어졌기 때문에 문화산업의 영역이 제조업과 혼재되어 있거나 일부는 아직 산업 분류에 포함되지 않아 분류체계에 많은 문제점이 있다.

7) 공예산업 가운데 한지공예, 옷칠 공예는 사업체기초통계조사보고서 상에 나온 자료를 인용하기에는 다소 무리가 따르기 때문에 공예산업의 통계치에 포함시키고 못하였다.

화비디오 산업은 937개 업체(88.4%), 음반산업은 284개 업체(94.7%), 게임산업은 395개 업체(80.8%), 출판산업은 2,978개 업체(76.4%), 광고산업은 1,297개 업체(66.0%)가 입지하고 있어 수도권에 집중도가 매우 높음을 알 수 있다.

그러나 예술문화산업 분야는 디자인 산업이 1,632개업체로 72.7%를 차지하고 있지만, 공연산업 613개 업체(61.8%), 공예 산업 2,129개 업체(61.5%), 건축은 4,249개 업체(53.5%)로 수도권의 비중이 상대적으로 작으며, 오히려 지역에 뿌리를 두고 발전하고 있음을 보여주고 있다.

3) 종사자 특성

종업원수로 보면 지역의 문화산업체들이 영세하기 때문에 중앙과 지방간의 격차는 더욱 두드러지게 나타나고 있다. <표 3>에서 보는 바와 같이 수도권에는 주로 영화비디오(94.1%), 음반(93.6%), 게임(89.3%), 광고(84.0%), 출판(78.6%), 디자인(78.4%) 등이 평균치를 상회하고 있으며, 상대적으로 방송(58.5%), 공예(61.2%), 공연(65.9%), 건축(66.6%) 산업 분야에서는 지역 중심으로 발전하고 있음을 알 수 있다.

4) 산업별 특성

영화비디오는 서울(86.0%)과 경기(7.5%)가 93.5%를 차지하고 있으며, 부산(1.6%), 대구(0.9%), 제주(0.8%) 등 지역이 6.5%를 점하고 있을 정도로 수도권과 지방간의 격차는 매우 크다. 방송은 서울(47.6%)이 가장 비중이 높고 지방도 고르게 분포되어 있다.

광고는 서울(79.5%)에 집중되어 있으며, 지방은 부산, 경기, 대구 등 전 지역에서 고르게 발전해 나가고 있다. 게임은 서울(86.2%)에 집중되어 있으며, 경기(3.3%), 부산(2.7%), 대구(2.2%), 대전(1.5%), 전북(1.1%) 등의 순으로 입지하고 있다. 출판은 서울(70.2%)을 비롯하여 경기(7.3%), 부산(4.3%), 광주(2.6%), 대구(2.4%), 경남(2.0%) 등의 순이며, 특히 사업체 기준으로 광주(3.6%)의 비중이 상대적으로 높게 나타났다. 음반은 서울(68.3%)과 경기(24.0%)가 92.3%를 점하고 있으며 중복이 2개 사업체에 불과하지만 종사자가 120명으로 4.6%의 비중을 보이고 있다. 이처럼 핵심 문화산업은 서울과 경기의 수도권에 집중되어 있음을 알 수 있다.

그러나 예술문화산업은 지역에 고르게 발달되어 있음을 알 수 있다. 공연은 서울(51.9%), 경기(10.1%) 뿐만 아니라 대구(8.7%), 부산(6.3%), 인천(3.9%), 전북(3.5%), 경남(2.5%) 등으로 대체적으로 지역에 뿌리를 두고 발전하고 있다. 전문디자인은 서울(69.5%), 경기(7.8%)와 부산(6.4%), 대구(4.2%), 광주(2.5%), 대전(2.0%) 등 광역 도시권에 집중되는 경향을 보이고 있다. 건축은 서울(50.9%), 경기(13.1%) 뿐만 아니라 부산(6.4%), 대구(4.8%), 경남(3.1%), 충북(2.6%), 인천(2.6%), 충남(2.4%) 등에 입지하고 있다. 공예의 경우 서울(32.3%)의 비중은 상대적으로 낮으며, 도자기 공예 중심으로 경기(24.9%), 경남(7.1%), 전남(4.7%), 귀금속 공예 중심으로 전북(5.0%), 장난감 및 오락용품 중심으로 부산(8.3%), 인천(4.0%) 등지에 고르게 발달되어 있음을 알 수 있다.

5) 지역별 특성

한편 지역별 특성을 살펴보면 서울은 게임(86.2%), 영화비디오(86.0%), 광고(79.5%), 출판(70.2%), 음반(68.3) 등에서 높게 나타나고 있다. 부산은 공예(8.3%), 건축(6.4%), 디자인(6.4%), 공연(6.3%) 등 예술문화산업의 비중이 높으며, 영상산업 중심 도시로서의 영화비디오 분야는 1.6%로 특화정도가 매우 낮다. 대구는 공연(8.7%) 부문에 특화 정도가 높으며, 건축(4.8%), 디자인(4.2%), 광고(3.4%) 등의 순이다. 인천은 공예(4.0%), 공연(3.9%), 방송(3.6%) 등에서 비교적 높게 나타날 뿐 문화산업 전반적으로 낮은 비중을 보이고 있다. 광주는 디자인(2.5%)과 출판(2.6%)의 비중이 상대적으로 높았다. 대전은 사업체 기준으로 광고(3.2%), 게임(3.0%) 분야에서 높게 나타나고 있으며, 종사자 기준으로 보면 전반적으로 특화된 정도는 낮게 나타났다. 울산도 건축(1.9%) 외에는 전반적으로 낮다.

경기는 공예(24.9%), 음반(24.0%), 공연(10.1%) 등에서 높게 나타나고 있으며, 상대적으로 영화비디오의 비중(7.5%)이 높아 발전 가능성을 보여주고 있다. 강원은 방송(5.2%) 외에 특화된 정도는 낮으며, 특히 애니메이션 산업이 포함되어 있는 영화비디오의 비중(0.3%)은 매우 낮다. 충북은 음반(4.6%)의 비중이 상대적으로 높게 나타나고 있다. 충남은 공예(2.9%)의 비중이 높게 나타나고 있지만 전반적으로 낮은 편이다. 전북은 공예(5.0%), 공연(3.5%)의 비중이 높게 나타나고 있으며, 지방에서는 창작산업의 발달 가능성이 비교적 높은 지역이다. 전남은 공예(4.7%)에서 특화 정도가 높으며, 경북은 방송(3.2%)을 제외하고는 특화정도가 모두 낮게 나타나고 있다. 경남은 공예(7.1%), 방송

(3.9%), 건축(3.1%) 등에서 높게 나타나고 있으며, 제주는 전반적으로 낮은 가운데 게임(1.0%), 영화비디오(0.8%)가 상대적으로 높은 편이다.

2. 지역 창작산업의 문제점

이상에서 살펴본 분석 내용을 기초로 지역의 창작산업을 육성하는 데 있어 몇가지 문제점을 들어보면 다음과 같다.

첫째 영화비디오, 음반, 게임, 출판, 광고 등 핵심 문화산업은 대부분 수도권에 입지하고 있는 데, 이들 분야를 지방 문화산업단지에 특화시키고자 하는 정부의 문화산업정책은 많은 문제점을 노출시키고 있다. 즉 정부는 2000년 9월 문화산업단지 조성 지원 방침을 시달하고 2001년 대전(영상, 게임), 춘천(애니메이션), 부천(출판 만화), 청주(학습, 게임), 광주(디자인, 캐릭터, 공예), 전주(디지털영상, 소리문화) 등 6개 지역을 선정하여 현재 추진 중에 있다. 그러나 수도권의 기업을 지역으로 유치하지 않고는 자생적으로 성장 육성하기란 쉽지 않을 것이다. 또한 지방에서 어느 정도 성공한 첨단 문화기업들은 지방의 산업적인 입지여건이 불리하다는 인식에 따라 역으로 수도권으로 이전하는 사례가 많아 지방에서 핵심 문화산업을 육성하기란 쉽지 않은 문제이다.

둘째는 지역 중심으로 발달되어 있는 예술문화산업 분야를 적극 육성하기 위한 정부의 정책적 의지가 약하다는 것이다. 분석결과에서도 나타났지만 지역 단위에서는 공연, 공예, 방송, 건축 등이 문화예술을 기반으로 발전해 왔지만, 핵심 문화산업 중심으로 조기에 문화산업을 육성하고자 하는 정부의 정책으로부터 소외되고 있는 실정이다. 그러나 지역의 공연예술을 기반으로 지역의 문화산업을 육성하고 장소 마케팅을 활용한 관광 산업으로 육성해 나가는 일본의 사례를 벤치마킹하여 지역의 예술문화산업을 육성하고 이를 기반으로 핵심 문화산업으로 영역을 응용, 확대해 가는 점진적인 발전 전략이 모색되어야 한다.

셋째는 지역 기반의 창작산업을 육성하기 위해서는 지역의 창작 소재나 문화자산을 문화상품으로 개발해 나갈 수 있는 기획 인력, 전문 디자인 인력, 개발 자금, 기획 단계에서부터 마케팅에 이르는 비즈니스 전략 등이 필요하다. 그럼에도 불구하고 지역 단위에서는 이들 분야의 인프라가 매우 취약하기 때문에 이를 보완하는 전략이 시급히 마련되어야 한다. 또한 문화 기업들간의 교류와 협력 네트워크를 구축하고 기업 입지 여건의 개선 및 기업 유치의 물리적 공간 확보를 위해서는 창작산업 복합단지과 같은 하드 인프라의 구축이 선행되어야 한다. 물론 기존의 문화산업지원센터의 수용 능력을 고려하여 결정해야 하는 것은 당연한 전제 조건이다.

넷째는 지역의 문화산업 종사 기업들은 상시 종업원수가 5명 이하, 매출액이 3억원 내외로 매우 영세하여 지역의 전략산업으로 육성시키기에는 쉽지 않은 실정이다. 따라서 글로벌 육성 전략을 통해 창작산업의 혁신 클러스터를 구축해 나가는 방안이 필요하다. 즉 기존 영세기업들의 경쟁력을 강화시켜 중견기업으로 육성하고, 지역 단위에서 벤처 기업을 창업 육성하고, 또한 국내의 기업을 유치 육성하여 기업의 창작, 기획, 제작, 유통, 마케팅, 비즈니스 등의 혁신 네트워크를 구축하여 자생적인 창작산업의 성장 기업 군을 형성할 필요가 있다.

<표 3> 지역별 창작산업의 사업체수 현황

(단위: 개,%)

구분	영화 비디오	방송	광고	게임	출판	음반	공연	디자인	건축	공예	계
서울	877 (82.7)	121 (12.4)	1,120 (57.0)	356 (72.8)	2,672 (68.5)	231 (77.0)	463 (46.7)	1,385 (61.7)	2,795 (35.2)	1,164 (33.6)	11,184 (47.9)
부산	27 (2.5)	72 (7.4)	137 (7.0)	20 (4.1)	97 (2.4)	1 (0.3)	61 (6.2)	159 (7.1)	680 (8.6)	301 (8.7)	1,555 (6.7)
대구	14 (1.3)	33 (3.4)	102 (5.2)	19 (3.9)	108 (2.8)	4 (1.3)	53 (5.4)	122 (5.4)	529 (6.7)	112 (3.2)	1,096 (4.7)
인천	7 (0.7)	31 (3.2)	35 (1.8)	4 (0.8)	42 (1.1)	4 (1.3)	29 (2.9)	38 (1.7)	265 (3.3)	93 (2.7)	548 (2.4)
광주	11 (1.0)	12 (1.2)	64 (3.2)	4 (0.8)	142 (3.6)	2 (0.7)	26 (2.6)	66 (2.9)	271 (3.4)	74 (2.1)	672 (2.9)
대전	16 (1.5)	19 (1.9)	62 (3.2)	14 (3.0)	45 (1.1)	0 (0)	25 (2.5)	70 (3.1)	259 (3.3)	36 (1.0)	546 (2.3)
울산	3 (0.3)	14 (1.4)	19 (0.9)	2 (0.4)	19 (0.5)	2 (0.7)	10 (1.0)	25 (1.1)	162 (2.0)	30 (0.9)	286 (1.2)
경기	53 (5.0)	111 (11.4)	142 (7.2)	35 (7.2)	264 (6.8)	49 (16.4)	121 (12.2)	209 (9.3)	1,189 (15.0)	872 (25.2)	3,045 (13.1)
강원	8 (0.8)	89 (9.1)	40 (2.0)	6 (1.2)	65 (1.7)	1 (0.3)	28 (2.8)	13 (0.6)	216 (2.7)	25 (0.7)	491 (2.1)
충북	7 (0.7)	62 (6.4)	33 (1.7)	2 (0.4)	51 (1.3)	2 (0.7)	23 (2.3)	31 (1.4)	208 (2.6)	64 (1.8)	483 (2.1)
충남	5 (0.5)	49 (5.0)	27 (1.4)	2 (0.4)	74 (1.9)	0 (0)	18 (1.8)	19 (0.9)	231 (2.9)	89 (2.6)	514 (2.2)
전북	10 (0.9)	50 (5.1)	32 (1.6)	10 (2.0)	65 (1.7)	1 (0.3)	39 (4.0)	31 (1.4)	214 (2.7)	160 (4.6)	612 (2.6)
전남	4 (0.4)	95 (9.7)	22 (1.1)	0 (0)	62 (1.5)	0 (0)	20 (2.0)	18 (0.8)	133 (1.7)	75 (2.2)	429 (1.8)
경북	6 (0.6)	101 (10.4)	47 (2.4)	5 (1.0)	77 (2.0)	2 (0.7)	24 (2.4)	16 (0.7)	304 (3.8)	127 (3.7)	709 (3.0)
경남	10 (0.9)	106 (10.9)	70 (3.6)	5 (1.0)	102 (2.6)	1 (0.3)	36 (3.7)	29 (1.3)	391 (4.9)	231 (6.7)	981 (4.2)
제주	2 (0.2)	10 (1.1)	14 (0.7)	5 (1.0)	18 (0.5)	0 (0)	15 (1.5)	14 (0.6)	98 (1.2)	9 (0.3)	185 (0.8)
전국	1,060 (100)	975 (100)	1,966 (100)	489 (100)	3,903 (100)	300 (100)	991 (100)	2,245 (100)	7,945 (100)	3,462 (100)	23,336 (100)
수도권	937 (88.4)	263 (27.0)	1,297 (66.0)	395 (80.8)	2,978 (76.4)	284 (94.7)	613 (61.8)	1,632 (72.7)	4,249 (53.5)	2,129 (61.5)	14,777 (63.4)

자료: 통계청. 2003 사업체기초통계조사보고서(2004)

<표 4> 지역별 창작산업의 종업원수 현황

(단위 : 명, %)

구분	영화 비디오	방송	광고	게임	출판	음반	공연	디자인	건축	공예	계
서울	10,033 (86.0)	12,756 (47.6)	13,174 (79.5)	7,124 (86.2)	45,643 (70.2)	1,794 (68.3)	5,264 (51.9)	6,649 (69.5)	26,844 (50.9)	6,425 (32.3)	135,706 (60.8)
부산	184 (1.6)	1,546 (5.8)	597 (3.6)	224 (2.7)	2,827 (4.3)	3 (0.1)	641 (6.3)	616 (6.4)	3,360 (6.4)	1,657 (8.3)	11,655 (5.2)
대구	105 (0.9)	1,128 (4.2)	560 (3.4)	186 (2.2)	1,568 (2.4)	11 (0.4)	883 (8.7)	401 (4.2)	2,553 (4.8)	461 (2.3)	7,856 (3.5)
인천	71 (0.6)	964 (3.6)	192 (1.2)	15 (0.2)	749 (1.1)	34 (1.3)	396 (3.9)	108 (1.1)	1,377 (2.6)	788 (4.0)	4,694 (2.1)
광주	51 (0.4)	700 (2.6)	341 (2.0)	34 (0.4)	1,666 (2.6)	3 (0.1)	154 (1.5)	241 (2.5)	1,405 (2.7)	255 (1.3)	4,850 (2.2)
대전	63 (0.5)	538 (2.0)	267 (1.6)	123 (1.5)	1,033 (1.6)	0 (0)	183 (1.8)	191 (2.0)	1,017 (1.8)	111 (0.5)	3,526 (1.5)
울산	13 (0.1)	486 (1.8)	73 (0.4)	9 (0.1)	309 (0.5)	2 (0.1)	96 (0.9)	104 (1.1)	1,023 (1.9)	78 (0.4)	2,193 (1.0)
경기	880 (7.5)	1,954 (7.3)	545 (3.3)	239 (2.9)	4,742 (7.3)	629 (24.0)	1,033 (10.1)	750 (7.8)	6,904 (13.1)	4,960 (24.9)	22,636 (10.1)
강원	30 (0.3)	1,392 (5.2)	113 (0.7)	66 (0.8)	862 (1.3)	5 (0.2)	128 (1.3)	29 (0.3)	899 (1.7)	127 (0.6)	3,651 (1.6)
충북	14 (0.1)	898 (3.4)	84 (0.5)	16 (0.2)	749 (1.1)	120 (4.6)	87 (0.9)	95 (1.0)	1,388 (2.6)	689 (3.5)	4,140 (1.9)
충남	15 (0.1)	538 (2.0)	83 (0.5)	14 (0.2)	723 (1.1)	0 (0)	155 (1.5)	47 (0.5)	1,264 (2.4)	583 (2.9)	3,422 (1.5)
전북	58 (0.5)	748 (2.8)	106 (0.6)	92 (1.1)	963 (1.5)	2 (0.1)	350 (3.5)	80 (0.8)	813 (1.5)	987 (5.0)	4,199 (1.9)
전남	5 (0.1)	800 (3.0)	48 (0.3)	0 (0)	492 (0.8)	0 (0)	193 (1.9)	40 (0.4)	555 (1.1)	935 (4.7)	3,068 (1.4)
경북	20 (0.2)	863 (3.2)	148 (0.9)	14 (0.2)	889 (1.4)	21 (0.8)	194 (1.9)	73 (0.8)	1,228 (2.3)	395 (2.0)	3,845 (1.7)
경남	37 (0.3)	1,056 (3.9)	180 (1.1)	28 (0.3)	1,281 (2.0)	1 (0.1)	256 (2.5)	77 (0.9)	1,642 (3.1)	1,411 (7.1)	5,969 (2.7)
제주	93 (0.8)	428 (1.6)	66 (0.4)	82 (1.0)	536 (0.8)	0 (0)	123 (1.2)	66 (0.7)	479 (0.9)	30 (0.2)	1,903 (0.9)
전국	11,672 (100)	26,795 (100)	16,577 (100)	8,266 (100)	65,032 (100)	2,625 (100)	10,136 (100)	9,567 (100)	52,751 (100)	19,892 (100)	223,313 (100)
수도권	10,984 (94.1)	15,674 (58.5)	13,911 (84.0)	7,378 (89.3)	51,134 (78.6)	2,457 (93.6)	6,693 (65.9)	7,507 (78.4)	35,125 (66.6)	12,173 (61.2)	163,036 (73.0)

자료: 통계청. 2003 사업체기초통계조사보고서(2004)

V. 지역 창작산업의 전략산업화 방안

1. 창작산업 복합단지(CIC) 조성

지역의 창작소재가 아무리 다양하고 풍부하다 할지라도 이를 문화상품으로 개발하여 성공적인 비즈니스 모델로 만들지 않으면 안 된다. 그러나 그동안 지역은 문화예술 기반을 구축하고 문화를 향유하는 소비역할을 해왔을 뿐 문화생산을 통해 비즈니스로 연계하는 전략은 최근의 일이며 성공한 사례도 극히 드문 형편이다.

기업의 입지가 대부분 자유입지 형태로 분산되어 있으며, 기업 간 협력보다는 첨예한 경쟁관계로 협소한 시장 내에서 가격경쟁이 극심하여 시장질서를 교란시키고 있다. 더욱이 기획 단계에서부터 투자, 제작, 마케팅, 유통, 배급에 이르기까지 프로젝트 특성에 맞는 기업 군이 존재하지 않기 때문에 네트워크를 통한 시너지 효과를 제고시킨다는 것은 기대하기 어려운 실정이다.

따라서 이러한 지역적 여건을 극복하고 창작산업을 지역의 전략산업으로 육성해 나가기 위해서는 개발 초기 단계에서부터 창작산업 복합단지(creative industry complex)를 조성할 필요가 있다.⁸⁾ 접근성이 양호하고 유동인구가 많으며 관이나 지원기관과 근접한 지역에 입지하도록 하고 초기 천여 평 규모에서 장기적으로 수천 평에 이르는 부지를 확보할 수 있다면 가장 경쟁력이 있을 것이다.⁹⁾ 지역의 우수한 전통문화 자원을 문화콘텐츠로 개발, 머천다이징, 해외마케팅, 관광 상품화하는 창작산업의 스토리텔링 공장 역할을 담당하고, 지역 창작산업의 창작기획, 제작, 교육연구, 비즈니스 지원 등의 기능을 집적화시켜 지역이

8) 정부는 지역별로 특화된 문화산업단지 조성을 통해 지역 문화콘텐츠산업 발전의 중심지 역할을 수행할 수 있도록 2001년도에 대전(영상, 게임), 부천(출판만화, 애니메이션, 게임, 캐릭터), 전주(디지털영상, 소리문화), 광주(디자인, 캐릭터, 공예), 춘천(애니메이션), 청주(학습, 게임 콘텐츠) 등 6개 지역을 지방문화산업단지로 지정하여 현재 단지조성계획을 마친 상태이다. 또한 전주, 대전, 부산, 대구, 청주, 광주, 부천, 춘천, 제주 등지에 지방문화산업지원센터를 건립하여 운영중에 있다.

9) 전북의 경우 KBS 전주방송총국이 오는 2007년 신청사로 이전할 계획으로 있으며, 매입 부지 9,000여 평 가운데 3,000여 평을 시민영상문화센터로 무상 제공할 계획으로 있어 3,000여 평을 지상권 무상 임대 방식으로 개발할 경우 전라북도청 신청사와 지원기관들이 주위에 입지하고 또한 신도시의 중심축을 이루기 때문에 집적단지로서의 최상의 조건을 갖추고 있다 할 수 있다. 최종렬, 「지역 창작산업 복합단지 조성 방안」, 전라북도 지역혁신협의회 문화관광영상포럼, 2004. 자료 참조.

겪고 있는 기획력, 자본력, 기술력을 보완해 나감은 물론 지역 전통문화와 관광, 영상문화 인프라 등을 연계하는 복합 클러스터의 핵(core) 기능을 수행하도록 할 필요가 있다. 또한 지역 내 영상문화세대의 문화적 욕구를 충족시킬 수 있는 영상문화센터 공간으로도 조성하여 문화의 터미널 역할을 기대할 수도 있을 것이다.

복합단지 운영 방향은 첫째 One-stop service가 가능한 전통문화, 영상, 관광을 통합하는 문화콘텐츠 기획, 제작, 비즈니스 집적단지로 조성해 나간다. 둘째, 문화(인문학), 영상 예술, 공학, 비즈니스가 상호 결합된 신산업을 발굴 육성해 나간다. 셋째 창작 문화콘텐츠를 연구개발 및 공급할 수 있는 창작 공장으로 집중 육성한다. 넷째 재단법인 형태로 운영하되 조기 재정자립 할 수 있는 비즈니스 시스템을 구축해 나간다. 다섯째 장비는 고가의 공동기자재 중심으로 구매하고, 운영체계는 최대한 지역 내 기존 유관기관들이 입주하여 상호 협력 시스템을 구축할 수 있도록 한다.

2005년 전국적인 디지털방송 및 다채널 시대의 폭발적인 영상물 수요에 대비하고 첨단 영화, 영상 제작시설을 구축하여 지역 영상산업의 활성화에 기여할 필요가 있다. 따라서 창작산업 콤플렉스의 시설은 영화, 방송영상 중심으로 하는 HD 프로덕션 시스템을 구축하고, 지역의 전통문화와 관광 산업을 연계하는 창작 인프라를 구축하는 방향으로 시설을 구축할 필요가 있다.

또한 문화콘텐츠의 시나리오 및 사·청각 소재 개발, 전통문화 소재 콘텐츠 개발, 그리고 문화상품 및 관광상품 개발을 위한 스토리텔링 공장(story-telling factory)을 가동해야 한다. 우리 지역 문화의 고유성을 토대로 창작소재를 개발하고 이를 OSMU(One-Source Multi-Use) 비즈니스 전략으로 연계할 필요가 있다. 그리고 디지털문화콘텐츠 아카이빙을 구축하여 지역 창작소재의 정지화상, 동영상, 음향 소스 등을 유통시킬 수 있는 시스템을 구축하고, 영화박물관, 디지털상영관 등 시네마테크 기능을 활성화하여 지역 창작산업을 지속적으로 발전시켜 나갈 수 있는 창작 문화 기반을 조성할 필요가 있다.

문화상품을 기획하는 인력의 독창성과 창의력이 산업 발전의 관건이 되기 때문에 체계적인 교육 과정이 복합단지 내에서 운영 지원되어야 할 것이다. 또한 문화관광부가 추진하고자 하는 지역 CRC(Contents R&D Center)와 창작산업 연구센터를 유치하여 기업의 지원 기능을 할 수 있도록 하는 방안도 모색할 필요가 있다.

2. 창의적인 인력양성 교육 Flow-course 개발

창작산업은 창의적인 전문 인력의 확보가 부가가치 창출의 최대 관건이 되고있다. 그럼에도 아직까지 우리나라는 종합적인 인력양성체계가 미흡하다. 먼저 교육체계를 보면 청소년 교육과정, 전문대학 교육과정, 4년제 대학교 교육과정, 아카데미 교육과정, 산업체 재교육과정, 전문대학원 교육과정 등 창작산업의 교육 Flow-course가 체계적으로 정립되어 있지 않다. 대부분이 대학교육에 비중을 두고 있으며 대학교육도 주로 제작 중심의 교과목이 대부분이다. 창의적인 아이디어 발상 및 기획력을 강화시킬 수 있는 교육훈련 과정이 매우 미비하고, 문화를 상품으로 연계하여 고부가가치 할 수 있는 비즈니스 관련 과목은 필요성을 더욱 인식하지 못하고 있으며 또한 전문 인력이 부족한 실정이다.

또한 인력 수요자인 지역 문화산업체의 경우도 소자본의 영세한 기업으로서 뉴미디어 및 신기술에 대한 적응력이 매우 낮아 시장 개척이 어렵고, 시장의 예측 및 트렌드에 대한 정보 부족으로 창작이나 신상품 개발, 그리고 나아가서 신 시장의 개척 등은 엄두를 내지 못하고 있는 실정이다. 직원들의 재교육 및 인력 개발에 투자를 하지 못하고 있고, 지역 내 기업 간 가격경쟁 심화로 수익구조가 왜곡되고 있는 실정이다.

따라서 지역의 전략산업으로 육성하고 차세대 성장 동력으로 작용할 수 있도록 창작산업의 우수 인력 양성을 위한 체계적인 인력양성 중장기 비전 및 로드맵이 있어야 한다.

먼저 정규 교육과정으로서 대학의 전문적이고 체계적인 교육과정 개발이 시급하다. 교육 인적자원부는 지역과 연계된 대학 교육의 내실화를 통하여 지역사회가 필요로 하는 우수인력을 양성하고 대학을 중심으로 지역혁신체계(RIS) 구축 토대를 마련할 목적에서 지방대학혁신역량강화(NURI) 사업을 2004년부터 5개년 사업으로 추진하고 있는 데 향후 5년 동안 효율적인 관리 운영을 통해 지역의 창작산업을 발전시켜 나갈 수 있는 인력 공급체계를 구축해 나가야 할 것이다. 창작산업 경쟁력의 핵심인 창의력, 상상력을 갖춘 전문 인력 양성을 위해 인문사회과학, 예술, 기술공학, 비즈니스간의 유기적인 연계가 필수적이며, 산업체 현장 중심의 산학 교육이 활성화되어야 한다.

둘째 창작산업의 생산성을 제고하기 위해서는 고급 인력 양성을 위한 대학원 과정이 필수적이다. 정부는 2005년부터 문화산업대학원을 설립하여 고급 인력의 양성을 계획하고 있는데, 지역은 이를 적극 유치할 필요가 있다. 창작산업의 다양하고 분화된 학문적 특수성 때문에 학제간의 통합이 없으면 경쟁력 확보의 어려움이 따른다. 프로듀서, 글로벌 비즈니스 전문 경영인, 교수 요원 양성 등 장르에 국한하지 않고 이를 통합 운영할 수 있는 전문 인력양성 체계가 필수적이며, 전문 인력을 창업으로 연결시켜 인력의 역외 유출을 막고 자생적인

성장 기반을 도모할 필요가 있다.

셋째 아카데미 교육 및 재교육을 위해서는 비정규 교육기관(Extension)이 활성화되어야 한다. 아카데미 교육과정은 대부분 서울에 집중되어 있으며, 주로 영화, 방송영상, 애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠 산업 중심으로 운영되고 있다. 그러나 창작산업은 개인의 창의성, 기술, 재능에 근원을 둔 경제 활동이기 때문에 개인이 지적 능력의 개발을 통해 비즈니스 창출에 쉽게 접근할 수 있도록 개방적인 교육 프로그램이어야 하며, 시장의 변화와 산업 트렌드에 지속적으로 대응해 나갈 수 있도록 평생교육 체계로 운영해 나가야 할 것이다.¹⁰⁾

넷째 고등학교 이하 학생 가운데 영재를 조기에 발굴하여 창작산업의 차세대 핵심인력으로 양성하는 조기 교육프로그램이 준비되어야 한다. 초·중등 학생에게 아이디어 발상 교육 중심으로 영재교육을 실시하고, 청소년 창작교실을 통해 기획능력을 배양하도록 하여 감성과 창의성을 갖춘 소수 정예의 인력을 양성해 나가도록 한다.

<표 6> 창작산업 교육 Flow-course 내용

교육 과정	교육기간	교육 대상	교육 내용
산업체 재교육	4-6개월	산업체 임직원	기획/비즈니스
문화산업대학원(석사과정)	2년	석사학위 취득과정	기획/비즈니스
창작산업아카데미(Extension)	1년	고등학교 이상 학생 일반인	기획/제작
청소년 교실	6개월	중·고등학교 학생	기획
영재 교육	1년	초·중등학교 학생	아이디어 발상
계			

3. 창작 자금의 지원 : 전문 투자조합 결성 운영

문화산업 초기 단계에서 우수한 기획력과 기술력을 가지고 있음에도 불구하고 담보력이 없어 상품화 자금조달이 어려운 문화산업체들에 대해 개발자금을 지원하여 콘텐츠 창작을 활성화 할 필요가 있다.

10) 전주시는 단절될 위기에 처해있는 우리의 유·무형 전통문화자산을 전승하고, 전문 기능인을 양성함과 동시에 일반인들에게 전통문화산업에 접근할 수 있는 기회를 제공하기 위하여 전통장인대학을 설립할 계획으로 있다. 전주시, 「전주 문화산업단지 조성 및 개발 기본 계획」, 2003. 참조.

현행 제도상으로 문화산업 종사 기업들이 개발자금을 받을 수 있는 정책 제도로는 문화상품 개발 용자사업이 있다. 이 사업은 기본적으로 애니메이션, 음반, 게임, 캐릭터 등 문화상품의 제작비를 저금리로 용자하여 문화상품의 창작력을 강화하고 국제경쟁력을 제고하는 데 그 목적이 있다. 그러나 취급 은행의 입장에서 신용 리스크를 줄이기 위해 담보대출에 국한하고 있으며, 선정을 위한 사업계획서 제출 등 대출절차가 번거로울 뿐만 아니라 시중 금리가 지속적으로 하락하여 기금금리와 격차가 점점 줄어들고 있어 사업의 상대적 장점이 작아지고 있다.

또한 문화산업 전문투자조합을 통한 자금조달 방안도 지방 기업에게는 별 효과가 없다. 국내의 문화산업 관련 투자조합은 64개 6,826억원으로 추산되고 있다(문화관광부, 2004: 37). '중소기업진흥 및 기반 기금'이 출자된 투자조합이 41개 3,928억원, '문화산업진흥기금'이 출자된 투자조합이 12개 1,823억원, '영화진흥기금'이 출자된 투자조합이 11개 1,075억원 등이다. 문화산업의 투자재원으로 활용할 수 있는 가용재원은 '문화산업진흥기금'과 '영화진흥기금'이지만 규모가 작아 중소기업 전반에 대한 투자는 중소기업청 주관의 '중소기업진흥 및 기반 기금'이 출자된 투자조합이다.

그러나 영화에 전적으로 편중되어 있는 등 산업 육성효과를 기대하기는 어려움이 있다. 투자조합의 투자실적을 보면 전체 투자금액 중 애니메이션 25.2%, 게임 29.4%이며 문화산업진흥기금의 주요 투자분야에는 해당되지 않는 영화 분야가 14.6%를 차지하는 등 3개 분야에 모두 69.2%를 지원하고 있어 문화산업의 육성이라는 측면에서 바람직한 방향으로 투자가 이루어졌다고는 볼 수 없다. 더욱이 투자방식별 투자현황을 보면 프로젝트 투자방식이 금액으로는 74.1%, 건수로는 78.8%를 차지하고 있어 지역기업들의 수혜도는 극히 미약하다(문화관광부, 2004: 43-44).

이처럼 지역의 문화산업 종사기업들은 담보력이 미약하여 용자지원 대상으로 선정된 후에도 용자 지원을 받기가 어려운 것이 현실이기 때문에 이를 보완하기 위한 제도로서 기술신용보증기금의 지역특화산업 지원제도를 두고 있지만 이 또한 지원 규모와 효과는 매우 미미하며,¹¹⁾ 최근에는 문화산업 완성보증제 도입을 검토하고 있다.¹²⁾

11) 전북의 경우 영상정보 관련 산업(영화산업, 게임소프트웨어제작업, 시각디자인업)이 기술신용보증기금의 지원 특화산업으로 지정되어 우대를 받고 있지만 지원실적은 첫해인 2002년 7개 업체 6억원이었으며, 2003년에는 그해 8월까지 3개 업체 4억원에 그쳤다.

12) 문화산업 제작업체의 영세성, 제작 시스템의 비합리성과 함께 문화산업 제작완성에 대한 투자자 리스크, 투명성 결여 및 투자 평가 모델의 미비 등이 상존하고 있어 문화산업의 장기적인 발전을 저해하는 요인으로 작용하고 있다. 따라서 정부는 제작사가 완성보증계약을 통해 리스

지역의 창작산업이 영화, 애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠 산업 외에도 캐릭터, 공연예술, 전통공예, 건축, 관광상품 개발 등의 비중이 높기 때문에 정부가 추진하고 있는 자금지원 사업은 한계를 가질 수밖에 없으며, 지역 기업들의 수혜도를 높이고 지역의 창작 소재를 산업으로 연계시켜 나가기 위해서는 지역 단위의 전문 투자조합 결성 및 독립적인 자금운용 방안이 시급하다.

지역 단위의 전문 투자조합 결성 운용 방안은 다음과 같은 방향에서 접근해 나갈 필요가 있다. 첫째 지방자치단체의 출연금이 종자돈(시드머니)의 역할을 수행하고, 문화산업진흥기금의 투자조합 출자를 유도하며, 지역의 지방은행, 농협, 금고, 벤처캐피탈, 창투자 등이 공동 참여하는 벤처투자기금을 연차별로 조성하고 향후에는 해외 개발자금, 국내 연기금 등을 유치하여 개발자금을 안정적으로 확보해 나가는 전략을 모색해 볼 수 있다. 따라서 지자체의 출연이 가능하도록 창작벤처투자조합 설립 및 기금 조성을 위한 조례 제정과 기금 관리의 투명성을 제고하기 위해 별도법인(SPC, Special Purpose Company)을 설립할 필요가 있다. 둘째 스토리텔링 공장에서 개발한 지역 소재 창작 시나리오를 콘텐츠로 제작할 수 있도록 프로젝트 제작계획서를 공모하여 지역업체 우선으로 제작비를 지원하도록 하여 지역 소재 문화콘텐츠의 경제적 파급효과를 높인다. 특별한 경우를 제외하고는 지역 소재 기업에 지원하며, 우수한 기술력을 요하는 경우 타 지역업체와의 컨소시엄을 통해 개발할 수 있도록 하고, 기업유치의 인센티브로 작용할 수 있는 제도적 장치를 마련한다.

셋째, 지역 내 스타 프로젝트를 발굴 지원하여 지역 내 선도기업으로 육성할 수 있도록 한다.

4. 비즈니스 지원 체계 구축

문화콘텐츠 산업을 지역의 전략산업으로 육성하기 위해서는 지역 내 벤처 창업을 육성하여 자생적인 성장 기반을 조성해 나가는 것이 가장 바람직하지만 국내외 우수 기업을 유치하여 기술이전 효과를 기하고 한편으로 해외 시장을 개척하여 전체 시장 규모를 확대시켜나가는 전략도 병행해 나갈 필요가 있다.

먼저 소규모의 경쟁력이 미약한 기존 기업들을 중견기업으로 육성할 수 있는 기업 경쟁력 강화 프로그램의 개발 운영 방안이다. 기업의 경쟁력을 강화시키는 방안은 전략적 제휴나 기

크에 상응한 일정한 보험료를 부담하면 완성보증기관이 은행 및 투자자에게 완성보증서를 발급하고, 계약시 명시한 보증 채무 이행 사유 발생시 완성 보증서를 제시하면 보험금을 지급하는 완성 보증제를 도입하고자 하고 있다.

업 간 합병을 통해 기업 경영의 효율성을 제고시켜 나갈 필요가 있다. 또한 협소한 시장을 대상으로 가격경쟁을 심화시켜 기업 간 출혈 경쟁하는 사례가 빈번하게 나타나고 있기 때문에 국내·외 시장 개척 및 사업 다각화를 추진할 필요가 있다. 기업의 생산비용을 낮추기 위한 방안으로서 첨단 시설 및 장비의 공동 활용 사업을 추진해 나간다. 디지털 영상시대를 맞이하여 개별 기업이 구입하기 어려운 고가의 고화질(HD) 카메라, 조명 장비, 비선형 편집 시설 등을 공동으로 이용할 수 있도록 하고, 포스트 프로덕션 기술을 지원함으로써 생산비용을 줄임은 물론 기술력을 앞세워 수주 경쟁에서 비교우위를 점할 수 있도록 하는 것도 매우 필요한 사업이다. 그러나 기업의 경쟁력을 강화시키는 근본적인 출발은 기업 스스로가 창의적인 기획 능력을 배양하고 지속적으로 비즈니스 모델을 창출해 나가는 노력에 달려있기 때문에 산업체 인력의 재교육 및 CEO의 사업 수행 능력을 강화해 나가는 끊임없는 자기 계발이 선행되어야 할 것이다.

두 번째는 지역 내 벤처 창업을 통해 자생적인 성장 기반을 조성해 나가는 전략이다. 이는 가장 이상적인 방안으로서 스토리텔링 공장에서 개발된 창작 아이템을 문화콘텐츠나 문화상품으로 개발하여 상품화하고 이를 마케팅 및 유통에 이르기까지 창업 인큐베이팅 과정을 통해 신생 기업으로 성장하도록 지원하는 비즈니스 체계를 말한다. 대학 내 창업보육센터가 그동안 역할을 담당해 왔지만 창작산업 복합단지 내에 집적화시켜 집중 육성할 필요가 있다.

세 번째 전략은 해외 우수 기업 및 국내 중견 문화산업 종사 기업을 유치하여 지역 기업과의 협력 및 제휴를 유도하여 혁신 클러스터를 구축해 나가는 전략이다. 특히 지역이 취약한 전문 디자인 및 해외 마케팅 기업을 유치하여 복합단지 내에서 기술 및 비즈니스 지원이 가능하도록 할 필요가 있다. 그러나 기업을 유치하기란 쉬운 일이 아니므로 지자체의 체계적인 접근이 있어야 한다.¹³⁾ 기업유치센터를 상설 가동하고, 기업 유치 포럼을 개최하여 투자 유치 지원제도 및 인센티브를 개발해 나가야 한다. 또한 해외기업과의 공동 프로젝트를 수행하여 해외 다국적 기업의 투자를 유치하는 방안이 적극 검토되어야 한다.

13) 문화산업체들은 전문화 수준이나 작은 규모로 인해 다양한 도시적 서비스 연계를 필요로 한다. 춘천의 사례에서 볼 수 있듯이 애니메이션이나 게임 등 특정 분야만을 선정하여 집중 육성하려고 한다면 결코 성공할 수 없을 것이다. 각종 대중 문화활동 시설과 디자인, 광고, 컴퓨터그래픽스, 비즈니스 지원 기업, 오락여가 시설 등 다양한 기능들을 집적시키는 전략이 필요하며 이들 간의 복합 네트워크를 형성하여 문화와 여가, 관광, 생산, 소비를 연계하는 전략을 추진할 필요가 있다.

<표 7> 혁신 클러스터 구축을 위한 글로벌 전략

사업명	지원내용
중견기업 육성사업	<ul style="list-style-type: none"> • 첨단 시설 및 장비의 공동 활용: HD 카메라, 편집시설 등 • Post-Production 기술 지원 • 전략적 제휴, 기업간 합병을 통해 기업경영의 효율성 제고 • 해외 시장개척 및 사업 다각화 추진 • 기술세미나, 교육 등을 통한 기업인의 사업 수행능력 강화 • 지적재산권 지원 및 위탁 관리 • 기술연구회를 통한 산업 정보 및 기술개발 능력 확충
벤처창업 육성사업	<ul style="list-style-type: none"> • 창업 인큐베이팅 기능의 강화 • 창작산업 인력정보 데이터베이스 구축 활용 • 창업 컨설팅 지원 사업 • 스타 프로젝트 발굴 지원 사업 • Story-telling Factory 운영을 통한 창작 소재 개발
기업유치육성 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 기업유치센터 상설 가동 : 기업유치 TF팀 구성 운영(6인) • 국내 기업유치 포럼(년 4회 분기별 개최) • 국내외 투자유치 설명회 개최 • 투자유치 지원제도 시책 및 인센티브 개발 • 글로벌 클러스터링 : 해외 기업과의 공동 프로젝트 수행

VI. 요약 및 결론

본 연구에서는 지역의 예술문화 산업을 포함하는 창작산업의 개념을 정립하고 지역의 창작산업 현황과 문제점을 통계자료를 통해 분석해 보았다. 2003년 말 현재 종사자수 기준으로 볼 때 수도권(서울, 인천, 경기)에 주로 영화·비디오(94.1%), 음반(93.6%), 게임(89.3%), 광고(84.0%), 출판(78.6%), 디자인(78.4%) 등이 입지하고 있어 수도권의 집중도가 매우 높음을 알 수 있었다. 그러나 예술문화산업 분야는 건축(66.65%), 공연(65.9%), 공예(61.2%) 등으로 수도권의 비중이 상대적으로 작으며 오히려 지역에 뿌리를 두고 발전하고 있음을 알 수 있었지만, 이러한 통계분석 결과는 개발 가능한 지역 창작 소재가 매우 다양하고 풍부함에도 불구하고 정부의 지역 문화산업 육성 정책에 문제가 있음을 제기하지 않을 수가 없다.

지방은 문화예술인의 비중이 높고, 전통문화유산이 풍부하며, 무형 문화자산을 다량 보유하고 있는 등 생산적인 문화 인프라가 잘 구축되어 있음에도 불구하고, 기술 인력, 개발 자금 동원 능력, 비즈니스 능력 등 지역이 공통적으로 갖고 있는 현실적인 문제를 극복하지 못하고 문화산업의 후발지역으로 퇴보해 간다면 이는 지역의 자원을 효율적으로 활용하지 못하는 정책적인 오류를 범하게 될 가능성이 매우 높다.

따라서 정부는 지역이 갖는 생산요소적인 취약점을 극복할 수 있도록 다음과 같은 정책적인 지원에 초점을 맞추어야 할 것이다. 첫째로 지역 창작산업의 창작기획, 제작, 교육·연구, 비즈니스 지원 등의 기능을 한 곳에 집적화시켜 지역이 겪고 있는 기획력, 자본력, 기술력을 보완해 나갈 수 있는 창작산업 복합단지 조성 사업의 지원이 필요하다. 물론 지역마다 지방문화산업지원센터가 설립되어 그동안 문화산업의 인큐베이팅 기능을 수행해 왔지만 기존 시설을 활용하다 보니 공간이 협소하고 시설도 미비하여 벤처 창업이나 전문 기업을 유치하는 데 더 이상 매력적인 입지센터가 되지 못하고 있는 지자체도 많다.

둘째는 창의적인 인력 양성을 위한 체계적인 중장기 비전 및 로드맵이 있어야 한다. 먼저 정규 교육과정으로서 대학의 전문적이고 체계적인 교육과정 개발이 시급하다. 교육부가 추진하고 있는 지방대학혁신역량강화(NURI) 사업을 효율적으로 관리 운영하여 전문 인력양성 체계를 갖추어 나가야 한다. 그리고 창작산업의 생산성을 제고하기 위해서는 고급 인력 양성을 위한 대학원 과정이 필수적이다. 또한 아카데미 교육 및 재교육을 위해서는 비정규 교육기관(Extension)을 활성화하고, 영재교육, 청소년 교육 등 창작산업의 차세대 핵심인력으로 양성하는 조기 교육프로그램이 준비되어야 한다.

셋째는 자금력의 부족을 해결하는 방안이 모색되어야 한다. 지역의 창작산업이 영화, 애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠 산업 외에도 캐릭터, 공연예술, 전통공예, 건축, 관광상품 개발 등의 비중이 높기 때문에 정부가 추진하고 있는 정책자금 지원 사업은 한계를 가질 수밖에 없으며, 지역 기업들의 수혜도를 높이고 지역의 창작 소재를 산업으로 연계시켜 나가기 위해서는 지역 단위의 전문 투자조합 결성 및 독립적인 자금운용 방안이 모색되어야 한다.

넷째는 지역의 문화산업 혁신 클러스터를 구축해 나가기 위해서는 벤처창업과 전문 기업 유치가 필수적이다. 소규모 영세한 기업들로 구성된 지역의 문화산업을 전략산업으로 육성하기에는 역부족이다. 따라서 글로벌 육성 전략을 통해 창작산업의 혁신 클러스터를 구축해 나가는 전략이 필요하다. 즉 기존 기업들의 경쟁력을 강화시켜 중견기업으로 육성하고, 벤처 기업을 창업 육성하고, 또한 국내외 기업을 유치 육성하여 창작, 기획, 제작, 유통, 마케팅, 비즈니스 등의 혁신 네트워크를 구축하여 자생적인 창작산업의 성장 기업군을 형성할 필요가 있다.

이상에서 살펴 본 바와 같이 본 연구는 창의적인 문화산업 개념을 지역에 적용하여 순수예술 중심으로 발달되어 온 지역의 문화를 산업으로 육성 발전시킬 수 있는 정책 방안을 도출하는 데 초점을 맞추고 있다. 그러나 아직까지 지역 실정에 맞는 창작산업의 개념정립에 대한 연구가 일천하고 우리나라의 문화산업 통계 분류체계도 미비하기 때문에 본 연구가 갖는 한계를 극복해 나가는 과정이 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

【참고문헌】

- 권오혁·김홍석. (2000). 「지방문화산업 육성방안 : 문화산업지구 조성을 중심으로」. 한국지방행정연구원.
- 문화관광부. (2004). 「2003 문화산업백서」.
- 이병민. (2003). 「지역문화콘텐츠산업 활성화와 정책과제 : 지역 문화산업 클러스터 육성을 중심으로」. 한국문화콘텐츠진흥원.
- 이정덕·이종진. (2004). 축제·이벤트를 중심으로. 「전라북도 문화산업 육성 방안 2004 포럼」. 전북발전연구원.
- 이케가미 준. (2004). 「문화산업의 발전」. 고도 카즈코 편/임상오 옮김. 「문화정책학」.
- 임상오. (2004). 「문화콘텐츠산업 산업 분류 연구」. 한국문화콘텐츠진흥원.
- 전라북도. (2003). 「전라북도 영상산업 육성 기본 계획」.
- 전주시. (2003). 「전주 문화산업단지 조성 및 개발 기본 계획」.
- 최성모 외. (2004). 「문화산업 통계체계 구축 방안 연구」. 한국문화콘텐츠진흥원.
- 최종렬. (2004). 지역 창작산업 복합단지 조성 방안. 전라북도 지역혁신협의회 문화관광영상포럼.
- 통계청. (2004). 「2003 사업체기초통계조사보고서」.
- _____. (2000). 「한국표준산업분류」.
- 한국문화정책개발원. (1999). 「세계의 문화정책 1 : 영국의 문화정책」.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*, Sage.
- Oinas, P, and Malecki, E.J. (1999). Spatial innovation systems in Oinas & Malecki eds, *Making Connections*, Aldershot:Ashgate.
- Porter, M. (2000). Measuring the “ideas” Production Function : Evidence from International Patent Output, Cambridge, MA, : *National Bureau of Economics Research*.
- Porter, M. (1998). Clusters and the New Economics of Competition, *Harvard Business Review*, Nov-Dec.
- Pratt. A. C. (1997). The Cultural Industries Production System : A Case Study of Employment Change in Britain, 1984-91. *Environment and Planning*, 29: 1953-74,
- Rolf. J. (1999). *The Dream Society*, The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Throbsby, D. (2001). *Culture and Economics*, Cambridge University Press.