

<유럽사무소 이슈페이퍼>

## 영국의 창조산업의 경제적 성과

The Work Foundation Report

2007년 11월

KOCCA 유럽사무소

## 창조산업과 표현적 가치

☞ 무형자산 투자의 급속한 성장은 영국의 13개 창조산업 분야의 총 거래액 중 반 이상을 구성하는 광고, 컴퓨터 소프트웨어 서비스, 그리고 디자인 산업에 호의적인 시장을 만들어 냈다. 새로운 경험을 추구하는 소비자들의 진화 역시 영화에서 행위예술에 이르는 모든 형태의 창조적인 표현의 수요의 급증을 야기하였으며 디지털화는 새로운 경쟁적인 도전 및 소비자들과의 실험 그리고 공동창조를 만들었다. 이러한 측면에서 창조산업은 지식경제의 다이내믹한 요소로서 이해되어야 한다.

☞ 사실 각 창조산업은 핵심적인 공통 비즈니스 모델을 가지고 있다. 이것들 모두 상품화될 수 있는 '표현적 가치'라는 아이디어에서 시작된다. 이와 더불어 경제의 모든 부분이 그들의 생산물들에 가격을 매김으로서 이를 상품화시킨다. 창조산업에서 틀림없는 사실은 '표현적 가치'를 상품화시킴으로 인해 경제적 수익이 창출된다는 점이다. 한편 창조산업의 상업적인 총 거래액은 지식경제의 다른 부분들보다 더 진정한 의미의 '창조의 근원'으로 역할하기 위하여 이용될 수 있다.

### ▶ 표현적 가치

☞ 표현적 가치는 넓은 측면에서 문화적인 의미와 이해도를 높일 수 있는 모든 차원으로 이해될 수 있다. 본질적으로 표현적 가치는 새로운 통찰력, 기쁨, 그리고 경험을 창조하고 우리의 지식을 더해 주며 나아가 우리의 감정을 자극하고 궁극적으로 우리 삶을 풍요롭게 해 준다. 21세기에 이르러 표현적 가치는 더 이상 전통적인 예술형식에 구애받지 않는다. 상징적 가치를 지니는 표현적 가치는 흥미로운 스토리가 퍼포먼스 중심의 플레이 및 매우 자연스러워진 그래픽과 합쳐진 각종 소프트웨어 프로그램과 비디오 게임 등에 잘 나타나 있다. 사회적 가치를 포함하는 표현적 가치의 경우 인터넷 상에서의 쌍방향 그리고 사용자가 만든 문화적 커뮤니티 등에서 발견될 수 있다.

▶ 저작권법 및 특허법

- ☞ 중요하게도 영국 보통법과 성문법은 저작권과 특허권을 구분함에 있어 지적 재산권(IPR)의 정의 내에서 표현적 가치를 만들어 낸다. 지적재산권은 기업들이 지식에 투자하여 얻게 된 이익을 사용할 수 있는 단 하나의 수단이다. 공식적으로 등록상표, 디자인 권리, 그리고 기밀 계약 등이 사용가능하며 이 때 전략적인 메커니즘은 매우 중요하다.
- ☞ 특허란 개인 발명품의 기술적 정보를 20년간 대중에게 공개하지 않는 조건으로 제한된 독점권을 제공하는 것이다. 특허권은 '유용한 아이디어'들을 보호한다고 볼 수 있다. 특허권을 부여받기 위해서 아이디어의 조건은 독창적이어야 하고 창의적인 과정을 포함하며 상업적으로 이용/적용 가능하고 '불가능'하지 않아야 한다. 음악, 미술, 춤, 그리고 문학 등 심미적인 창조활동은 특히 제외되어야 한다.
- ☞ 반면 저작권은 본래의 표현을 보호한다. 저작권 보호를 받는 자산들에게는 자동적으로 그 저작권이 적용되고 이는 대부분의 작가들에게 이익을 가져다준다. 발명과 대중 도메인의 정보 사이의 관계에 초점을 맞춘 특허권법과 달리 저작권법에서 독창성 테스트는 창조자와 창조물 사이의 관계에 초점을 맞춘다. 창조산업의 공통분모는 모든 산업에서 저작권을 그들의 비즈니스 모델에 사용한다는 것이다. 이들의 공통된 사업상 도전은 지식 경제 전반이 직면하게 되는 도전의 강력한 버전으로 볼 수 있다.

**창조산업의 유형**

- ☞ 유럽위원회(European Commission)의 KEA European Affairs가 준비한 'The Economy of Culture'리포트에 기초한 창조산업의 핵심유형이 Figure 4.1에 제시되어 있다. '핵심 창조 영역(Core Creative fields)'이라

는 중심원에서부터 원을 그리며 나아가는 창조산업 지도에 표현적 가치가 배치되어 있으며 중심원은 순수한 창조 콘텐츠가 만들어지는 곳을 나타낸다. 이곳은 작가, 화가, 필름 메이커, 댄서, 작곡가, 연기자 그리고 소프트웨어 저자들의 전문 영역이 된다.

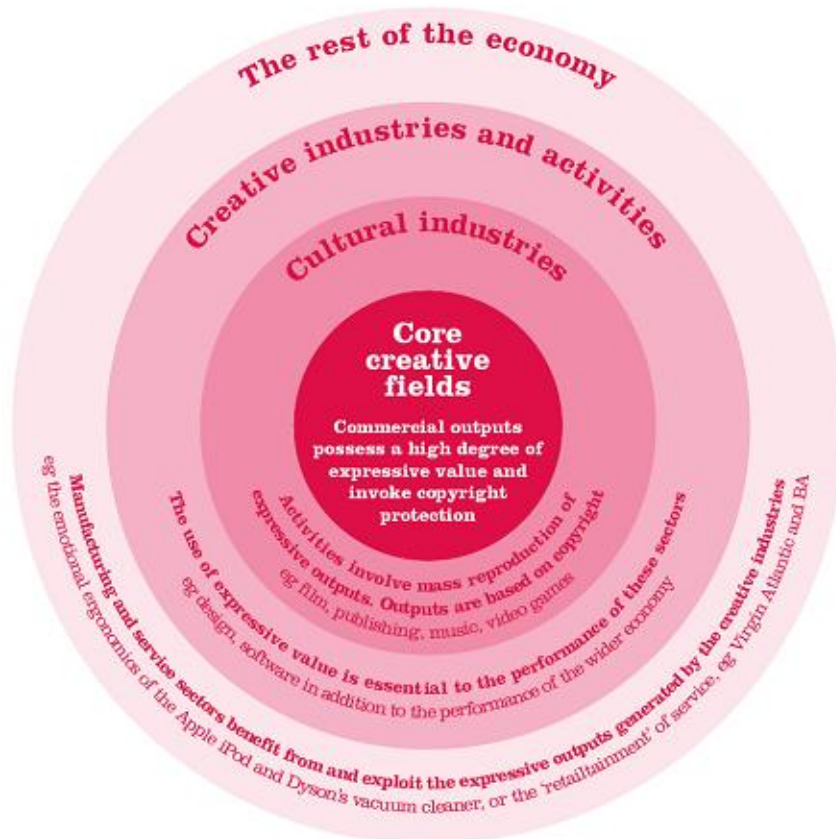


Figure 4.1 양식화된 창조산업 유형

- 비록 창작자들이 관객과 시장을 추구한다 할지라도 그들의 활동은 창작자와 사용자 모두의 특별한 관계로부터 개인화된 가치의 순수한 표현이다. 이는 표현적 가치를 전달하고 소비하는데 있어서 가장 강력하게 느낄 수 있는 실험적인 형태이기도 하다. 이것은 아티스트가 상인으로서 혹은 큰 회사의 콘텐츠 생산 활동의 일부로 역할하면서 생성되게 된다. 중요한 것은 위 그림의 '중심원'인 핵심 창조 영역이 전통적인 예술형식의 관점에서만 해석되어서는 안 된다는 점이다. 따라서 컴퓨터 소프트웨어의 스



크립트, 2.0 웹사이트 설립, 그리고 비디오 게임의 새로운 캐릭터 창조 등이 모두 여기에 속할 수 있다.

- ☞ 중심원 밖의 '문화산업(Cultural industries)'는 전적으로 순수 표현적 가치의 상품화를 추구하는 산업 등을 나타내는데 음악, TV 방송, 라디오, 출판, 컴퓨터 게임, 그리고 영화 산업 등이 이 카테고리 안에 포함된다. 문화산업 내의 기업들은 전통적으로 그들의 모든 기능(콘텐츠 창조, 레코딩, 마케팅, 제작 및 유통)들을 사내에서 수행하도록 조직되어 있다. 이러한 수직적 통합은 아직도 주요 음악 레이블인 EMI나 거대 조직 내 게임 개발 팀 등 많은 영역에서 운영 중이지만 동시에 네트워크로 연결된 형태의 조직이 형성되기 시작하고 있다. 그 결과 영화 스튜디오, 음악 회사 등에서는 콘텐츠 제작과정이 점차 독립적으로 이루어지고 있고 재정 측면에서도 좀 더 진보한 독립 콘텐츠 제공자들과 거래를 하게 되었다.
- ☞ 영국의 TV 프로덕션들은 점차 이러한 방식으로 운영되고 있다. Channel 4의 경우 콘텐츠를 제공하는 독립 프로덕션 업체들에게 커미션을 제공하는 방식으로 방송사를 운영하고 있다. Channel 4의 성공은 BBC의 정책 제정자들을 설득시켜 BBC 내에도 새로운 운영방식을 소개하게 하였다. 그동안 BBC는 TV 분야 재정의 25%를 콘텐츠 제공자들에게 아웃소싱 비용으로 지출하고 있었으나 이제부터 또 다른 25%를 독립 콘텐츠 제공자들과 BBC 내 콘텐츠 제공자들 사이의 경쟁에 지출하고 있다. 이는 Window of Creative Competition(WOCC)라고 알려져 있는데, 이처럼 독립 TV 프로듀서들이 영국 TV산업에 있어 중요한 일부가 되고 있다. 그러나 핵심 창조 영역이나 문화산업 그리고 콘텐츠의 창조과정에 대한 조직적 연결이 무엇이든지 간에 비즈니스 모델의 핵심은 표현적 가치의 근원에 저작권을 적용할 수 있는 법령을 산출해 내는 것이다.
- ☞ 문화산업 밖의 원은 창조산업(Creative industries)을 나타낸다. 창조산업은 문화산업과 밀접한 연관을 가지고 있어 같은 활동영역 안에 포함되는 한편 구별되는 뚜렷한 특징도 가지고 있다. 건축, 디자인, 패션, 컴퓨터

소프트웨어 서비스 그리고 광고 등이 모두 창조산업에 포함된다. 창조산업은 표현적이고 기능적인 가치를 모두 전달할 수 있다.

- ☞ 창조산업과 문화산업은 흡수성이 강하다. 사람들은 두 분야 모두에서 커리어를 쌓을 수 있으며 특히 두 분야 사이의 협력이 증가하는 추세에 있다. 또한 둘 사이의 상호의존 관계도 많이 목격되고 있는데 현재 광고비용은 상업 TV 및 라디오의 재정과 맞먹고 라디오는 TV 방송에 도움을 주며 많은 TV 코미디는 라디오 프로그램에서 시작되었다.

### 핵심가치의 중요성

- ☞ 경제의 다른 분야들과 달리 창조산업 사이의 연계에 대한 사람들의 이해도는 비교적 약한 편이다. 이와 더불어 적은 수의 통계자료는 이러한 이해도를 더욱 악화시킨다. 창조산업 성공을 위한 전제조건은 핵심가치의 번영이다. 높은 질의 창조 콘텐츠 및 창조콘텐츠 양성을 위한 구조의 공급 없이는 상품화시킬 고유한 콘텐츠가 존재할 수 없을 것이다.
- ☞ 핵심가치 활동의 대부분은 자연적으로 발생하고 재능 있는 콘텐츠 개발자에 의한 표현적 가치를 명확히 표현함으로써 일어나게 된다. 그러나 이러한 활동은 일관되어야 하고 경제적이어야 한다. 예를 들어 창작자들이 소요하게 되는 각종 비용이 지불되어야 하는데 이는 공공 기관으로부터의 지원이나 시장에서 창작물에 대해 높은 가격을 매기는 것으로 인해 가능할 수 있다.
- ☞ 표현적 가치는 종종 만들어내기 어렵고 충분한 수익을 얻기 어렵다. 왜냐하면 고객들이 공공 투자 없이 무임승차하려는 경향이 있기 때문이다. BBC의 라이선싱 비용이 이러한 케이스의 좋은 예가 된다. 방송은 높은 고정비용을 수반하고 라이선싱은 대중들이 그들이 소비하는 서비스에 대해 비용을 지불하는 것을 확실히 하는 방법이 된다.

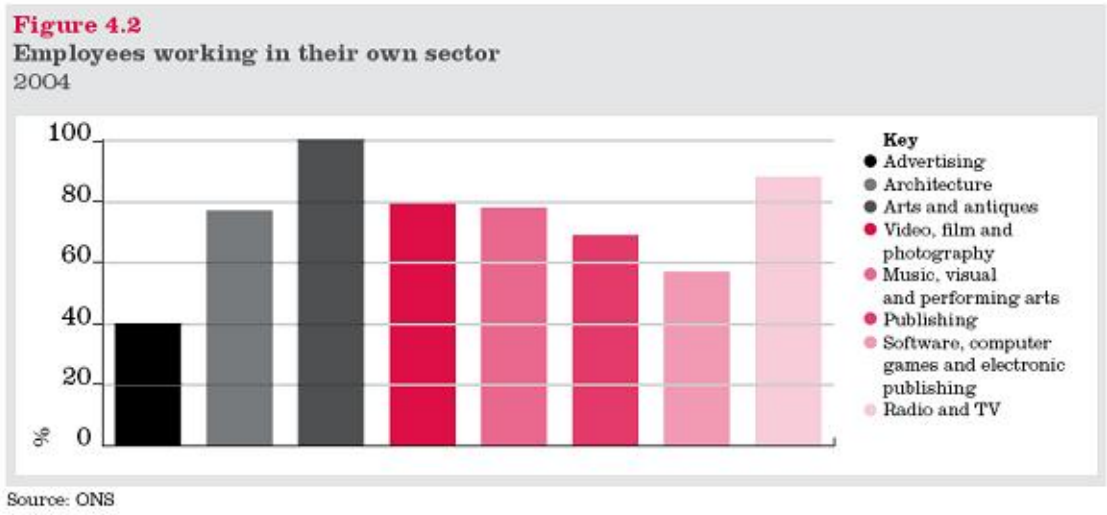
- ☞ 또한 BBC는 다양성 촉진 및 상업 광고주들의 요구로부터 자유로워지기 위해 좋은 거래를 하였다. 음악 관계자들은 BBC Radio 1의 다양성과 객관성이 영국의 유명 음악 비즈니스 성공에 핵심적인 역할을 하였다고 말한다. BBC는 4개의 다른 음악 스테이션을 유지하고 있으며 Proms에서 London Jazz Festival에 이르기까지 다양한 음악 축제들을 지원한다. 즉 그들의 능력을 자랑할 수 있는 공연자들을 제공하고 수요자들을 교육하는 데에 주요 역할을 하고 있는 것이다. 이와 더불어 교육관계자 및 출판사들은 생산운영을 유지하는데 있어 도서관의 중요성을 인식하고 있다. 박물관들은 상업 지향의 사람들에게 영감을 주고 그들에게 새로운 아이디어를 제공할 수도 있다.

### 영국 경제에서 창조산업 가치 평가

- ☞ 창조산업과 다른 산업들 사이의 보상적 연결을 파악하는 것은 영국 경제에서 창조산업의 중요성을 수립하는 데 있어 매우 중요하다. 이러한 연결 관계를 찾는 것은 창조산업의 성공요인들을 정확히 지적하고 한 분야에서의 개입이 다른 분야에 가져오는 결과를 분석하는 데에 도움이 된다. 창조산업과 강한 수요-공급 관계를 가지고 있는 산업 분야들은 창조산업 내에서의 정책 수립 및 실행에 있어 매우 중요한 역할을 할 수 있다.
- ☞ 창조산업은 따로 독립되어 활동하지 않는다. ONS 데이터에 따르면 경제 분야에 공급된 창조산업 상품의 55%는 다른 산업 및 창조산업 분야에 의해 구입되었다고 한다. 창조산업 내에서 광고, 건축, 그리고 소프트웨어 산업은 다른 비즈니스 분야들에 엄청난 양의 생산품을 판매하였으며 특히 이 산업들은 경제 전반의 호황과 불황에 민감하게 반응하는 경향이 있다.
- ☞ 흥미롭게도 창조산업 내에서 무형적인 성장과 가장 밀접한 관련을 가지고 있는 광고와 소프트웨어 산업계는 많은 수의 임직원들이 이 분야 밖



에서 일을 하고 있다. Figure 4.2는 영국 문화 창조부의 Labour Force Survey 결과로서 각 산업계의 고용 패턴을 묘사하고 있다. 이 Figure에 따르면 100%의 미술 및 고미술 분야의 전문가들이 동일 분야 내에서 일하는 반면 오직 40%의 광고전문가들이 광고 분야에서 일한다는 것을 알 수 있다.

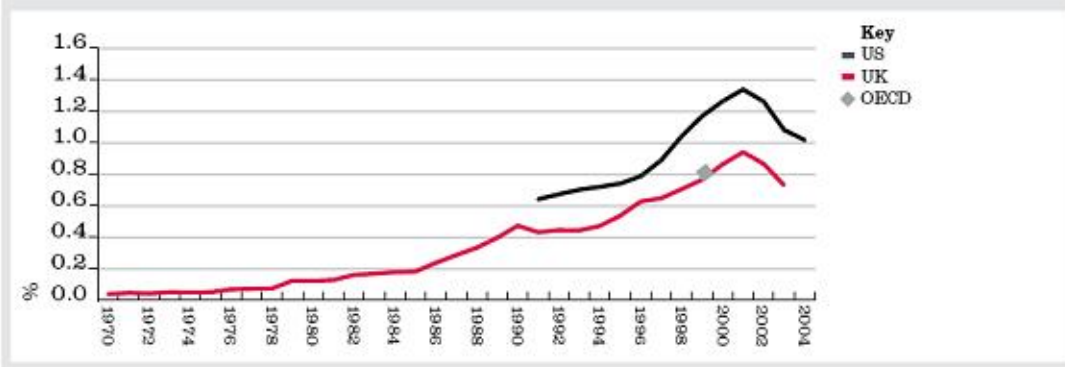


- ☞ 디자인 위원회는 디자인 관련 거래액 및 이윤의 효과를 설명하기 위해 상당한 노력을 기울였다. 위원회는 만약 디자인 관련 소비액을 £100 늘릴 경우 기업의 총 거래액을 £225까지 그리고 이윤을 £83까지 증가시킬 수 있다고 주장한다. 또 다른 리서치 결과에 따르면 FTSE 100개 기업보다 전문 디자인 기업들의 61%가 더 좋은 경제활동을 보여주었다고 보고 하였다. 이는 매우 인상적인 수치이다. 디자인은 갈수록 기업들에게 있어 주요 활동 분야로 여겨지고 있다. 그 이유는 디자인이 기업으로 하여금 디자인이 주요 전략이 되는 사업 들 내에서 저가격에 기초한 경쟁을 극복하도록 하기 때문이다. 영국이 강한 흥미를 가지고 있는 시장에서 디자인은 특히 중요한 경쟁력의 원천이 될 수 있다.
- ☞ 컴퓨터 소프트웨어 역시 넓은 의미의 경계에 중요한 영향력을 행사하고 있다. 예를 들어 소프트웨어를 포함한 ICT로의 투자는 최근 영국 생산성 향상에 매우 중요한 역할을 하였다. 전 세계적인 ICT 생산의 기술적인



진보는 관련 상품의 가격을 낮추게 하였고 이에 각 비즈니스들은 ICT에 더 많은 투자를 하는 것으로 응답하였다. 어떤 이들은 ICT의 기술적 진보가 20~30%의 장기 노동 생산성 증가를 야기했다고 말한다. 소프트웨어 산업은 ICT 혁신의 선구자 역할을 해 왔다. Figure 4.3에 나와 있듯이 소프트웨어 한 분야에만 투자된 금액이 2003년도 GDP 금액보다 오직 2% 뒤진다는 것을 알 수 있다.

**Figure 4.3**  
Software investment as a per cent of GDP  
1970-2004



Source: ONS

▶ 도시와 지방의 부흥

☞ 한 지역에 크고 다양한 예술적인 재능의 풀이 존재할 경우 이는 예술적이고 창조적인 상품을 위한 '주요 시장'을 만들어낼 수 있다. 이들이 적절하게 기능할 때 이는 지역 비즈니스로 하여금 그들의 상품을 더 잘 만들어내게 하고 시장에서 더욱 성공적으로 만들며 미래의 시장을 위해 스스로 준비할 수 있게끔 한다.

☞ 창조산업 그리고 잘 발전된 창조 분야는 특정 지역을 기업들에게 더욱 매력적으로 보이게 만들고 창조산업 분야에서 비즈니스를 하도록 유인할 수 있다. 투자 은행원들은 유럽의 다른 지역이 아닌 런던에서 일하는 것이 나을 것이라는 충고를 듣게 되는데, 그 이유는 런던에서 창조산업 및 문화산업 분야가 번영하고 있기 때문이다. 이와 비슷하게 영국 Manchester와 Cornwall은 창조산업의 등장으로 인해 수혜를 입은 지역이다. 예를 들어 Tate는 Cornwall 지역이 부유한 관광객들에게 어필하도록 돕고 있다. 이와 더불어 영국 영화위원회는 영국 영화들이 관광산업을 촉

진시켜 매년 약 800 million의 가치를 가져다준다고 측정하였다. 보다 최근의 조사 결과는 영화와 TV 프로그램들이 영국 관광에 일관되고 상당한 양의 경제적 일출효과를 가져다준다고 밝혔다.

- ☞ 그러나 이러한 주장은 논쟁의 여지가 있다. 각 비즈니스는 투자 지역 선정 시 알맞은 기술을 보유한 사람들을 찾기 마련인데 이와 반대되는 상황 역시 발생한다. 즉 사람들이 직업, 감당할 수 있는 집 가격, 그리고 학교 등을 비롯한 각종 사회시설 등이 잘 갖추어진 지역을 선호하는 것이다. 이와 동일하게 몇몇 지역 당국이 임명한 예술 활동들도 그 유용성과 관련하여 비판을 받았다. 이것이 많은 흥미를 유발하지 못하고 아티스트들에게 영감을 주지 못한다는 이유에서였다.
- ☞ 그럼에도 불구하고, 점차 많은 수의 도시들이 창조 활동 및 문화 활동을 그들의 개발 전략의 중심으로 내세우고 있다. Glasgow와 Gateshead의 경우는 매우 긍정적인 결과를 가져온 케이스이다.

▶ 결론

- ☞ 창조산업은 고용과 경제적 부 창출에 있어 매우 중요한 원천이며 미래에 있어 그 중요성은 더욱 심화될 것으로 예측되는데 그 이유는 교육의 성장 및 계속적 부의 창출 때문이다. 창조산업은 지식경제 등장에 있어 가장 다이내믹한 요소들 중의 하나이다.
- ☞ 그러나 창조산업의 가치는 여기서 끝나지 않는다. 이는 각 나라가 그들의 표현적 가치를 나타내는 방법이며 각국의 성장은 이에 따라 증가하는 가치를 설명하게 된다. 위험을 수반하는 동시에 실험 및 상상력을 요구하는 가치표현의 과정은 넓은 단계적 효과를 가지고 있다. 국가의 창조핵심이 더욱 창의적이고 강력할수록 창조산업 전반 및 경제와 사회 모두가 더욱 창의적이고 왕성하게 활동할 가능성이 높다.
- ☞ 명심해야 할 것은 현재 창조력 및 창조산업을 성장시킬 수 있는 특별한

주도권이 존재하지 않는다는 것이다. 정책 제정자들은 창조산업 분야로의 투자 계획 시 창조산업과 그 외 산업 사이의 창조성 전달 메커니즘을 더 잘 이해하고 발전시키기 위해 창조성을 몰아넣어야 한다. 이와 더불어 정책 제정자들은 이의 효과를 모니터하고 필요할 경우 저작권 및 재정 구조 등 각종 정책 구조를 강화시켜야 한다. 이는 창조산업 내에서 견고한 비즈니스 모델을 설립하는데 필수적인 사항이기 때문이다.

- ☞ 가장 중요한 스텝은 창조산업으로의 지원이 보조금 등으로 이해되던 패러다임으로부터 중요한 경제/문화적인 회수를 포함하는 투자 측면에서 이해되는 패러다임으로 한 걸음 옮기는 것이다. 이를 위해서는 핵심 창조산업 들 내 그리고 창조 산업들 사이 더 나아가 넓은 경제 사이의 복잡한 관계 및 그 부작용까지도 확실히 이해해야 하므로 더 많은 일을 수행해야 할 것이다.
- ☞ 무엇보다도 창조성이 변영할 수 있는 조건이 축복받을 필요가 있다. 어떻게 영국이 교육법에 접근하였는지 그리고 어떻게 창조산업이 빠른 시일 내에 그 다양성을 확대하였는지 밝혀내는 것은 변화의 중요한 원동력이 된다. 참을성 있고 자신감 있으며 다양한 사회는 이러한 창조성을 받아들일 수 있는 구조를 가지고 있다.