

국토정책 Brief

제 301 호
2010. 11. 22

EU의 문화·창조산업(CCI)s 정책 : 새로운 지역성장동력

박경현(국토연구원 책임연구원)

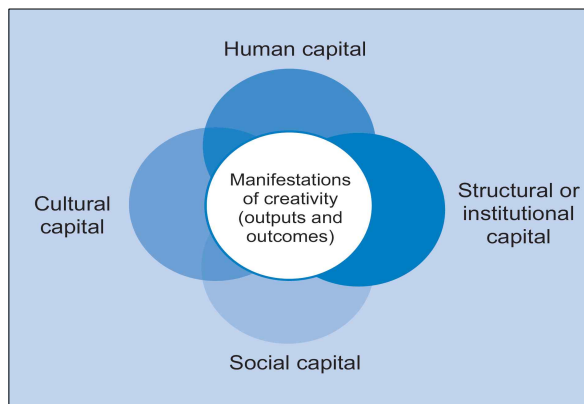
- 세계 각국은 급변하는 글로벌 경쟁에 대응하기 위하여 개인·집단의 창조성과 아이디어에 기반을 둔 문화·창조산업(Cultural and Creative Industries: CCI)을 적극 육성하고 있음
 - 문화·창조산업 정책은 지속가능한 지역발전에 기여하는 새로운 성장동력이 될 것으로 기대
- 2010년 7월 EU 집행위(European Commission)는 기존의 쇠퇴하는 산업을 대체하기 위하여 문화산업과 창조산업에 대한 새로운 정책방향인 ‘문화창조산업 잠재력 열기(Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries)’를 제시하였음
 - EU의 녹색(Green Paper)에서는 ① 실험·혁신·기업가 역량을 증진시킬 조력자를 적재에 배치, ② 문화·창조산업(CCI)이 세계적으로 성공할 수 있도록 지역단위 환경개선, ③ 문화·창조산업(CCI)의 확산효과(spillover)를 통한 창조경제(creative economy) 전환 등 다양한 전략을 제시
- 우리나라도 새로운 지역성장 동력으로서 문화·창조산업(CCI)을 적극 육성하기 위해 다음과 같은 전략을 검토할 필요가 있음
 - 지역별로 특색 있는 문화·창조산업(CCI)을 새로운 지역 성장동력으로 육성
 - 창조적 인재유치를 위한 새로운 창조공간을 조성 및 지원
 - 중앙정부-지자체 간 상호 협력적 문화·창조산업(CCI) 육성정책 추진
 - 지역의 지속적인 경제발전을 위한 창조적 파트너십(creative partnership) 구축

1. EU의 새로운 문화·창조산업(CCI)s 정책배경 및 개요

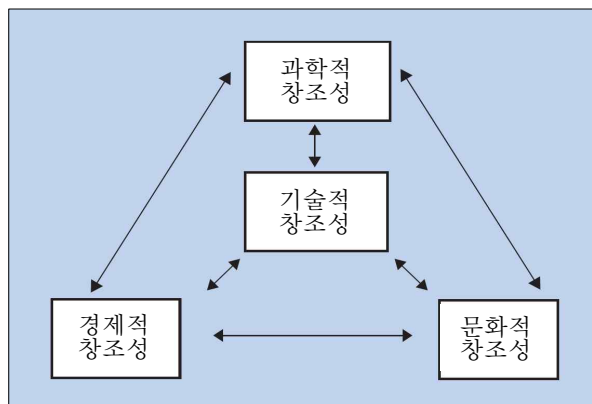
- 신기술의 급속한 발달, 급격한 세계화의 진전에 따라 EU를 비롯한 세계 각국의 전통 제조업은 “상상하고(imagine), 창조하고(create), 혁신하는(innovate)” 산업의 형태로 점진적으로 변화하고 있음

- 비물질적 가치가 물질적 가치를 결정짓는 신디지털 경제(new digital economy)에서 소비자들은 새로운 상품 및 경험적인 것을 더욱 중요시하게 되었으며, 이에 따라 사회적 경험과 네트워크를 창조하는 능력이 경쟁력의 주요 요인으로 각광받게 됨

【그림 1】 5C의 상호작용: Creativity + 4 Capitals



【그림 2】 현대 경제에서 창조성의 역할



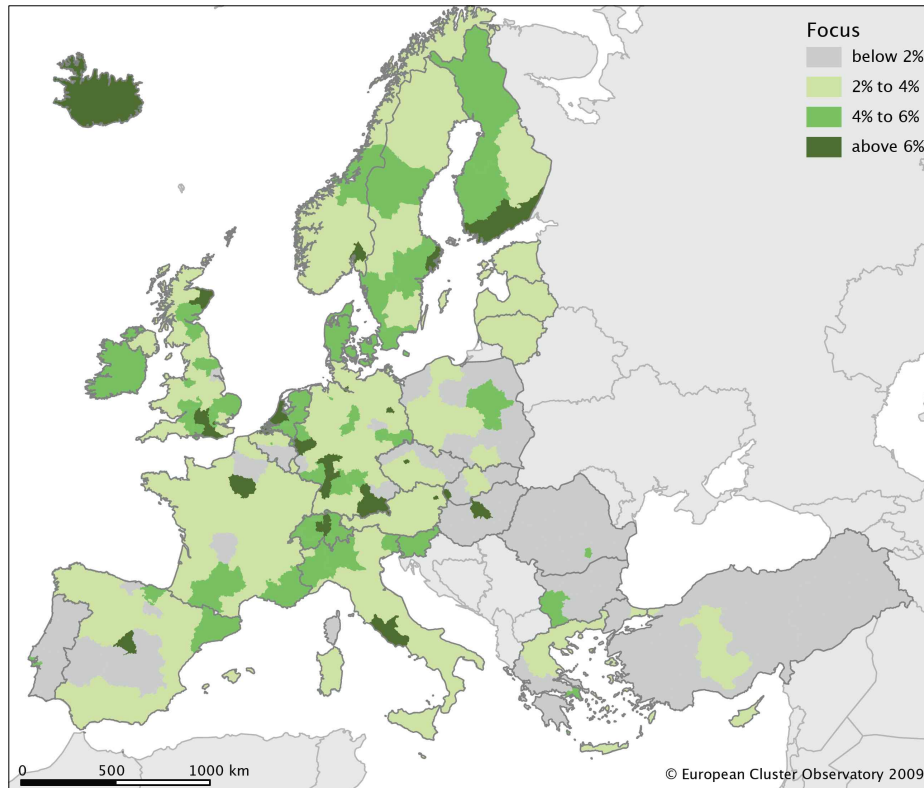
출처: UNCTAD, 2008, “Creative Economy”.

- EU도 글로벌 변화에 대응하여 창조성과 혁신과 관련된 제반여건의 강화 노력을 경주하고 있음
 - EU는 미래 성장을 위해서는 자원, 지식, 혁신을 창출할 창조적 인재의 육성, 풍부하고 다양한 문화를 활용하여 부가가치를 창조하는 새로운 방식의 도입, 문화자원의 공유, 다양성 확보 등을 동시에 추구할 필요성을 강조

- 특히 문화·창조산업(Cultural and Creative Industries: CCI)s은 새로운 일자리 창출 등을 통한 지역성장동력으로서의 잠재력이 매우 높은 분야로 주목하고 있음

- 문화·창조산업(CCI)s은 EU GDP의 2.6%를 차지하고 5백만의 고급일 자리를 제공하고 있으며, 문화적 콘텐츠는 관련 인프라 및 서비스에 대한 투자전인 같은 확산(spillover) 효과로 경제사회적 혁신을 선도하는 중요한 요소로 자리매김하고 있음
- 유럽 각국에서는 지역발전에 중요한 역할을 담당하는 창조산업 클러스터의 강점을 강화하는(strengthen the strengths) 정책을 시행 중임

〔그림 3〕 유럽의 창조산업 클러스터(종사자 기준)



출처: European Commission, 2009, “Challenges for EU supports to innovation in services”.

- 문화·창조산업(CCI)과 관련한 창조적·창의적 사고는 국가·지역·도시의 재 및 으로부터 학 을 위한 정보통신산업(Information and Communication Technologies: ICT)의 발전, 상품·서비스 혁신으로부터 소 녹색성장 및 지속가능한 경제발전, 세대 간 의사소통으로부터 문화 간 상호 의사소통과 같은 고 다양한 형태로 진화중임
- 2010년 7월 EU 집행위(European Commission)에서는 ‘문화·창조산업 잠재력 열기 (Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries)’ 녹색(Green Paper)를 통해 문화적 다양성, 세계화, 디지털화 시대에 대비한 문화·창조산업의 다음 세 가지 도전과제를 제시하였음
 - ❶ 실험·혁신·기업가 역량을 증진시킬 조력자(ena ler)를 적재에 배치하고 문화·창조산업(CCI)에 대한 기 조달 및 기술 을 지원
 - ❷ 문화·창조산업(CCI)이 세계적으로 성공할 수 있도록 지역단위의 제반 환경을 우선 개선
 - ❸ 창조경제(creative economy) 전환을 위하여 경제적, 사회적 전반에 문화·창조산업(CCI)의 확산(spillover) 효과를 진

2. 문화·창조산업(CCI)의 정의 및 정책 프레임

- 유럽에서는 이미 2000년 문화통계에서 8개 역(술적·기적 역사유산, 기록물, 도서관, 도서 및 출판, 시각 예술, 건축, 행위 예술, 각 미디어), 6개 기능(보존, 창조, 생산, 보급, 역·매, 유통) 등으로 문화의 역을 구분한 있음
- EU의 녹색(Green Paper)에서는 문화산업과 창조산업의 의미를 다음과 같이 광의적에서 정의하고 있음

문화산업(Cultural Industries)

상품·서비스의 상업적 가치 관계 이 문화적 을 구체화하고 전달하기 위해 특수한 속성, 목적에 기반하여 상품 및 서비스를 산·유통하는 산업

- 전통적인 예술 부문(행위 예술, 시각 예술, 역사문화유산 등)을 하여 화, D D, 비디오 게임, 미디어, 음, 도서 및 출판 등이 해당(이 정의는 문화적 의 다양성 보호 및 진에 대한 2005 UNE C 회의에서 제시한 문화 역 정의 유사)

창조산업(Creative Industries)

문화를 투입요소로 활용한다는 점에서는 문화적 역이라 할 수 있지만, 산출물은 기능이 위주가 되는 실용적인 산업

- 창조적 요소가 결 한 건축, 디자인 및 이들의 하위 역이라 할 수 있는 래 디자인, 디자인, 광고 등이 해당
- CCI의 일반적 의에는 관광, 신기술 등도 해당될 수 있지만, 녹색에서는 제 하고 있음

- 문화적 다양성, 디지털 시프트, 세계화 등은 문화·창조산업(CCI)의 성장을 더욱 가속화시킬 것으로 전 됨
 - 전 지구적인 ICT의 발전은 문화적 상품 및 서비스의 산, 보급, 소비의 가치체인을 변화시 으며, 물리적·지리적 제 을 어 산자 스스로 상품을 산하고 한 가격에 문화콘텐츠를 유통시 전통적인 산 및 소비 의 변화를 가
 - 문화적 다양성에 의한 산·소비 의 변화로 통신회사, 전자제품 제조업체, 기반 서비스 업체 등 문화·창조산업(CCI) 유관산업 및 은 중소기업, 프리서, 리고 수 적·수 적 계를 는 관기업들 지도 동반 성장하게 됨
 - 특히 중소기업은 새로운 인재의 발, 신 트 선도, 들어진 디자인 등을 통해 문화·창조산업(CCI)의 발전에 중요한 역할을 담당하고 있음

- 이러한 배경에서 EU 집행위에서는 문화·창조산업(CCIIs)의 지속적인 성장을 위해 다음 세 가지 정책 프 임워크를 동시 고 있음
 - **유럽 디지털 어젠더(the Digital Agenda for Europe):** 하고 지속가능하며 적 성장전략인 ‘Europe 2020’의 7가지 계 중 래 십(flagship)으로, 고속 인터 을 확 하고 가계 기업에 이 아 수 있도록 디지털 단일시장을 성한다는 계
 - **혁신연합(Innovation Union) 플래그십 이니셔티브:** 혁신 및 사회의 구조적 변화를 진하 기 위해 문화·창조산업(CCIIs)의 역할을 더욱 강화하는 계 으로, 지역, 국가, EU 단위 에서 문화·창조산업 클러스터를 조성하며, 국경적 협력을 통하여 문화·창조산업 (CCIIs)이 더 은 신상품을 개발하고 더 은 일자리를 창출할 수 있도록 지원
 - **지적재산권 전략(Strategy on Intellectual Property):** 문화·창조산업(CCIIs)과 관련된 산업의 경쟁력을 제고하고, 새로운 서비스 및 비 스 을 창조할 수 있도록 창조적 성과물을 보호 및 관리

3. EU의 새로운 문화·창조산업(CCIIs) 육성 전략

● 조력자·매개체(enabler)를 적재에 배치 및 운용

- 실험, 혁신, 기업가 정신을 구 하기 위한 문화·창조 부문의 신공간 창출
 - 산자 소비자 간의 장 이 어지는 신디지털 경제의 실을 고 하여 관련 ICT 산업부문을 지원하고 문화·창조산업 상품과 서비스에 대한 및 여방식을 다양화
 - 서로 다 술적, 창조적 행위 간의 을 물어 협력적 관계를 도 으로 혁신, 경제성장, 문화·창조산업(CCIIs) 부문의 공동발전을 색
 - 문화산업·창조산업(CCIIs) 클러스터를 조성·지원하여 협력적 관계를 강화시 으로 부문 간 계활동을 지원
- 문화·창조산업(CCIIs) 고급인력 양성 및 공급
 - 문화·창조산업(CCIIs)과 관련된 기업들의 기술향상 및 경쟁력 강화를 위하여 기술공급 이 필요한 기업들에게 해당 인력을 적시에 공급
 - 술·디자인 스 , 대학 등과 기업 간 계, 인 이 시스 구축, 전문적 기술을 전수하기 위한 peer coaching 도입 등을 통한 파트너십 구축으로 기술 및 인력수요에 효 적 대응

■ 문화·창조산업(CCIIs)에 대한 기 지원 및 활용성 증대

- 문화·창조산업(CCIIs)과 관련된 기업들 상당수는 가 은 중소기업이기 문에 기 조성 및 활용이 중요한 요소로 자리매김하고 있음
- 문화·창조산업(CCIIs) 부문에서 산되는 상품들은 높은 리스크를 고 산되는 제품 은 서비스이 로 문화·창조산업(CCIIs)의 비물질적 가치에 대한 적 한 가가 어 위 기존 기업경 에서 사용 재정적 유인책으로는 한계가 있음
- 이러한 문제점들의 해결을 위해 투자자 은행이 문화·창조산업(CCIIs)의 경제적 가치 잠재력을 인식할 수 있도록 보증시스 과 재정지원시스 을 구축하고, 국가 지역 차원에서는 투자자를 집 과 동시에 대중투자(crowdfunding)를 활성화

● 문화·창조산업(CCIIs)이 세계적으로 성공할 수 있는 지역단위의 환경 개선

■ 문화·창조산업(CCIIs)을 통한 적 지역발전 체제 확

- 문화·창조산업(CCIIs)은 신 일자리를 제공하고 지역의 매력도를 향상시 는 등 새로운 경제활동의 출 을 가능 하여 쇠퇴지역의 경제를 부 시킬 수 있음
- 은 지역에서 역사문화유적, 문화·관광인프라 및 서비스, 산학 계, 자 자원과 문화자원 간의 계 진 등을 통하여 지속가능한 도시발전을 하고 있음
- 개발정책(ural Development Policy)에서는 개발을 위한 업기 (European Agriculture und for ural Development: EA D)을 활용하여 지역의 활동 아 라 자 ·문화자원의 보호 등 문화적 을 지원
- 창조성, 혁신과 관련된 정책 및 지원방 은 각 지역의 특성에 는 지역고유의 자산을 활용하는 방향으로 진행하고, 문화·창조산업(CCIIs)을 사치스 (lu ury) 것이 아 지역의 경제발전 및 사회통 에 기여하는 것으로 육성

■ 문화적·창조적 품의 이동 및 환 진

- 문화·창조산업(CCIIs)의 요소인 술가 등 창조계 은 이동성이 매우 높아 축제 여, 관광, 국제적 전시회 가 등을 통해 새로운 시장을 개 하고 업능력을 고양시 는 경향이 있음
- 이러한 이유로 EU의 “European Agenda for Culture(2007)”에서도 이들 창조계 을 문화·창조산업(CCIIs)의 요소로 간주하고 있음

- 러나 비자 제, 사회적·재정적 (regime), 행정장 등으로 인하여 이들 계의 이동성은 제 받고 있는 것이 실인 것을 하여, 어 한 형태의 파트너십과 협력이 필요한 것인지를 단하고 지원 으로 문화·창조산업(CCIIs)의 글로벌 경쟁력을 강화하는 방 을 강구

■ 문화적 환 및 국제적 의 확대

- EU에서는 문화적 의 다양성을 보전하고 증진시킬 목적으로 형 문화적 환 및 국제적 협력을 강화하고 있음
- 제 세계 국가들과의 술적 는 문화적 다양성을 자극하는 매우 중요한 요소임
- 문화·창조산업(CCIIs) 상품 및 서비스를 육성하고 수출하기 위해 제 세계 국가들과의 계강화, 중소기업의 육성, 산업 간 계, 전 회 등을 개 하여 해 경쟁력을 제고

● 문화·창조산업 확산효과(spillover)를 통한 창조경제(Creative Economy) 전환 유도

- 문화·창조산업(CCIIs)은 디지털 디 이스, 네트워크 등 ICT의 발전에 필요한 주요 콘텐츠를 제공 으로 새로운 기술 , 신상품에 대한 새로운 발상 등을 가능
 - 경험을 중시하는 사회문화적 트 를 반 하여, 디지털 매체를 통한 소비자의 요구 에 각 대응할 수 있는 환경 조성
 - 문화·창조산업(CCIIs)이 제공하는 창조적인 혁신 서비스는 기업의 혁신활동 투입요소 로 동하게 되어 기업의 실 가능성을 사전에 차단할 수 있음
- 일반적으로 문화·창조산업(CCIIs)이 제공하는 상의 문화적 어 , 단서비스, 우수한 주 여건, 여건, , 지역고유자산 활용 등은 도시나 지역의 경쟁력을 강화하여 혁신환경을 조성하고 고급인력 및 기업을 유치하는 결과로 나 나게 됨
 - 술 및 문화는 자 환경에 대한 인간의 기 인식을 변화시 녹색일자리(green o s) 를 창출하고, 지구 화에 대응하여 녹색경제로의 전환을 가능
- 문화·창조산업(CCIIs)의 효과가 부문, 주변지역으로 지는 확산 효과를 진하기 위해 경제적, 사회적 도전에 대응할 수 있는 창조적 기술개발을 지원

4. 새로운 지역성장 동력을 활용한 창조지역 육성 전략

■ 첫째, 지역별로 특색 있는 문화·창조산업(CCIIs)을 새로운 지역 성장동력으로 육성

- 다 국가, 다 지역에서 시도되지 않은 창작 주제 소재를 발굴·활용하여 지역별로 특색 있는 문화·창조산업 육성
- 지역의 정체성을 제고할 수 있는 문화적·창조적 콘텐츠 개발로 형태의 고부가가치 상품 및 서비스로 전환 산

■ 둘째, 창조적 인재유치를 위한 새로운 창조공간을 조성 및 지원

- 창조계 의 창의적 활동이 문화·창조산업(CCIIs)으로 자 슥게 계·발전할 수 있도록 새로운 창조공간을 조성
- 우리나라 각 지역의 CCIIs 중 경쟁력이 있는 분야를 선별하고, 이들 산업이 더욱 성장할 수 있도록 문화·창조산업 클러스터 등 창조적 신공간을 구축 및 지원
- 공공공간 확 과 문화시 의 다양화, 문화적 어 , 단서비스, 우수한 주 여건, 여건, 창조적 조성과 같은 하 및 소프트적 투자를 행 실시

■ 셋째, 중앙정부-지자체 간 상호 협력적 문화·창조산업(CCIIs) 육성정책 추진

- 일적· 방적인 사업추진 관행을 극 하여 지역의 잠재력과 정체성 확 및 활력 있는 지역을 만들 수 있는 정책을 중앙정부 지자체가 상호 협력하여 추진할 필요
- 중앙정부 차원에서는 지역특성을 고 하여 별, 특성별, 단계별로 창조적 신공간 조성을 지원하고, 지자체는 주체가 되어 지역의 고유자산을 글로벌 가치를 지 자산으로 육성
- 인 이 및 기술 개발 프로 의 제공, 네트워 및 사업지원 서비스에 대한 공공 지원책 등을 중앙정부-지자체가 공동으로 련·추진

■ 넷째, 지역의 지속적인 경제발전을 위한 창조적 파트너십(creative partnership) 구축

- CCIIs, 육시스 , 기업, 행정제도 등을 조화 게 계하는 파트너십 구축
- 정부·관주도에서 하여 시 사회 의 협력적· 적 지역개발(사회적 기업, C (Community usiness), PPP(Private-Pu lic Partnership) 등)의 도입과 활성화

● 국토연구원 국토계획·지역연구본부 박경현 책임연구원 (khpark@krihs.re.kr, 031-380-0265)