

창의문화 수도를 위한 서울시의 7대 과제

2008. 1. 14 제3호

나도삼 / 서울시정개발연구원 연구위원

〈 목 차 〉

요약

- I. 부상하는 창의문화도시 : 컬처노믹스
- II. 세계 주요 선진도시의 창의문화도시
추진 사례
- III. 비람직한 서울 창의문화도시 전략

요 약

1990년대 중반이후 문화산업의 성장으로 문화를 활용하여 도시가치를 높이기 위한 문화전략, 이른바 컬처노믹스(culturenomics) 개념이 부상하고 있다. 문화와 경제를 융합한 이 말은 코펜하겐 대학 피터 듀룬트(Peter Dulong) 교수가 제안한 개념으로, 초기에는 외국 문화에 대한 이해가 경제적 부가가치의 원천이 될 수 있다는 말로 해석되었으나, 최근에는 문화의 상품화와 문화를 통한 창의적 차별화를 강조하는 새로운 도시발전 논리로 부각되고 있다.

이미 세계 주요도시들은 창의문화도시로의 전환을 위한 컬처노믹스 계획을 추진하고 있다. 문화적 자원이 풍부한 뉴욕은 높은 지가와 도시 안전문제를 극복하고 현재의 문화 네트워크를 보전하기 위해 로우 맨하탄 지역을 창의친화적인 공간으로 개발하는 등 다양한 계획을 추진하고 있다. 런던은 창의 산업에 의한 도시 경제 활성화를 바탕으로 세계문화중심도시로서 런던의 위상을 견고히 하기 위해 세계적인 문화상징 건립과 브랜드화에 주력하고 있다.

문화적 기반이 취약한 아시아도시들 또한 마찬가지다. 동경은 취약한 인프라를 강화하기 위해 도시 환경 전반을 개선하는 「10년 후 동경, 창의문화를 낳는 도시」 계획을 수립하고, 부족한 문화자원 및 인력 확보를 위해 세계의 예술가를 모으는 '플랫폼' 조성 및 아트트라이앵글 조성 사업을 추진하고 있다. 북경 역시 국가 차원에서 창의문화산업을 육성하고자 '소프트 파워' 진흥정책을 발표하고, 다산쯔 등 자생적 예술촌에 대해 집중적인 육성 정책을 펴고 있다.

세계 주요도시의 컬처노믹스 전략이 보여주는 시사점은 도시여건에 맞춰 적절한 맞춤형 전략을 구사하고 있다는 점이다. 세계 중심인 뉴욕은 현재의 문화예술 네트워크 보전에, 런던은 도시 브랜드 강화에, 동경은 도시인프라 개선 및 국제교류에, 북경은 자생적인 클러스터 보전을 통한 경쟁력 강화에 초점을 맞추고 있다. 스페인 빌바오, 영국 게이츠헤드 등 중소도시 또한 선택과 집중을 통해 도시를 문화도시로 이미지화함으로써 창의문화도시에 도전하고 있다.

문화산업의 잠재력은 있으나 예술적 기반이 취약한 서울은 종합적인 빅 푸쉬(big push)가 필요하다. 우선 자체 문화적 자산을 충분히 활용할 뿐만 아니라, 예술적 재능을 키우는 정책을 통해 현재 3%에 불과한 창의문화산업 비중을 최소 10% 이상 키울 필요가 있다. 앞으로 서울이 창의문화수도로 기능을 활성화하기 위해서는 ①세계 창의인구를 유치하기 위한 전략적 지원, ②창의인구가 활동할 수 있는 도시환경 창출, ③창의문화도시로서 도시브랜드 강화, ④도시 미관 및 디자인 개선, ⑤세계적 이벤트 개발, ⑥창의성을 일깨우는 시민문화서비스, ⑦장기적 계획수립과 체계적 추진 등 7대 과제의 적극적인 추진이 필요하다.

I . 부상하는 창의문화도시 : 컬쳐노믹스

21세기 세계도시정책의 화두, 컬쳐노믹스

□ 1990년대 중반이후 문화산업의 성장으로 컬쳐노믹스가 부상

- 문화와의 융합을 통해 기존 산업이 고도화되는 한편, 낙후 지역을 재생하여 새로운 성장발판을 만드는 현상이 확산
- 도시의 창의적인 예술인구를 중심으로 문화자산을 기반으로 한 관련산업이 부상하고 IT산업 등 타산업과 창조적인 융합이 확산
- 테카르트(Tech-art), 하트스토밍(heartstorming) 등이 컬쳐노믹스를 상징하는 개념으로 등장

□ 문화(culture)와 경제(economics)를 융합한 컬쳐노믹스는 코펜하겐 대학 피터 듀룬트(Peter Duelund) 교수가 제안

- 초기에는 타국의 경제방식이나 경영이 자국 내와 다른 만큼, 그 나라의 국민성이나 소비성향, 사고방식 등 문화를 이해해야만 경제적 부가가치를 창출할 수 있다는 현지화의 개념으로 이해
- 1990년대 이후 소득수준의 향상으로 문화자산의 가치를 창출하면서 문화산업 자체가 성장하기 시작
- 2000년 이후에는 문화와의 창조적 융합을 통한 타산업의 부가가치 창출로 확산되는 현상이 일반화

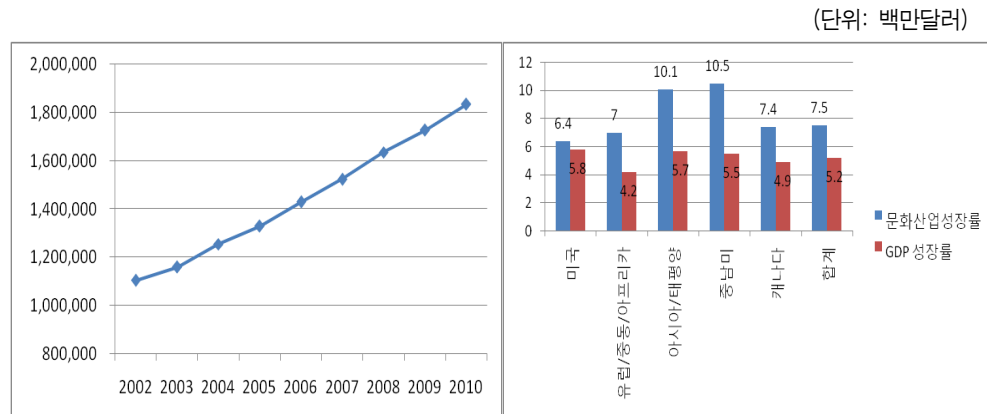
<표 1> 컬쳐노믹스의 진화

	1990년대 초반	1990년대 후반	2000대 이후
개념	해당 국가의 문화에 대한 이해가 경제적 부가가치 창출	문화의 부가가치 창출	문화를 통한 가치 제고
전략	현지화	문화산업 육성	Artware 창출
방향	현지인 고용 현지브랜드 개발	OSMU를 통한 고부가가치 창출	데카르트(Techart) 육성 하트스토밍의 등장

급팽창하는 세계문화산업

□ 2010년까지 세계 문화산업은 연평균 6.3%나 고성장할 전망

- Price Waterhouse Coopers의 전망에 따르면, 문화산업의 시장규모는 1조 8천억 달러에 이를 것으로 예측
- 2007년 세계 반도체 시장규모 2,700억 달러의 6배를 상회
- 특히 아시아/태평양 시장은 세계에서 가장 문화산업의 고성장 지역으로 부각



Price Water Coopers, Global Entertainment Global Outlook ; 2006-2010

[그림 1] 세계문화산업시장규모 및 성장률

- 창의문화산업은 크게 공연·전시 등 예술분야와 미디어·컨텐츠 분야, 건축·디자인 분야 등으로 분류가능

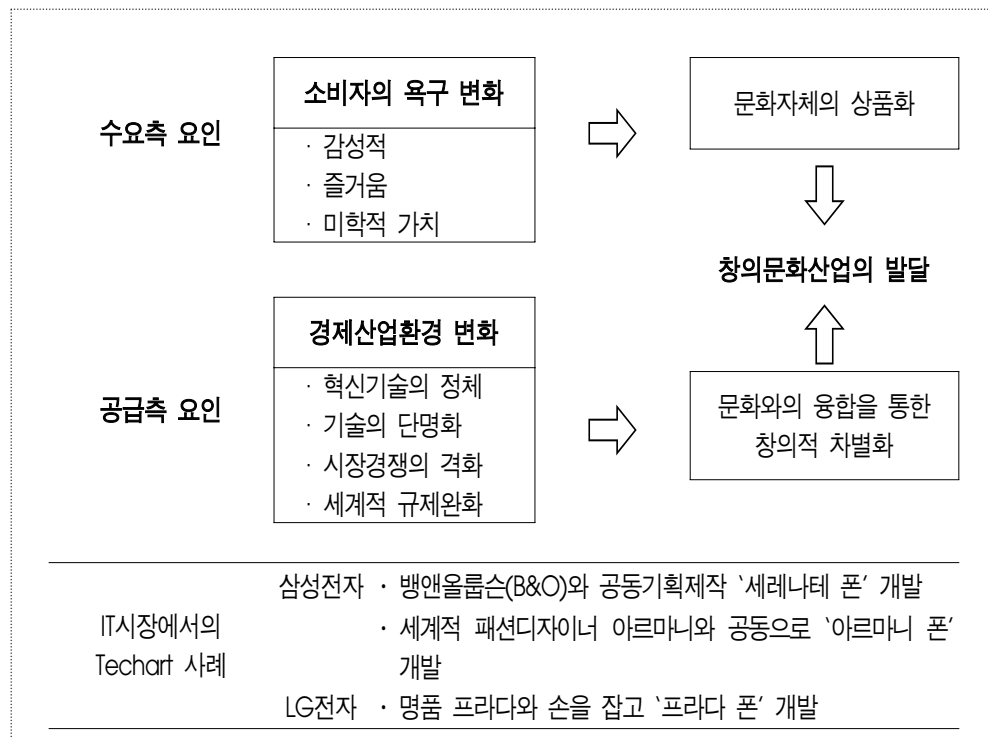
<표> 창의문화산업 분류체계

영국	광고, 건축, 미술품·골동품, 공예, 디자인, 패션, 영화·비디오, 오락소프트웨어, 음악, 공연예술, 출판, SW/컴퓨터 서비스
호킨스 (Hawkins)	연구개발, 출판, 소프트웨어, TV·라디오, 디자인, 음악, 영화, 장난감과 게임, 광고, 건축 공연예술, 공예, 비디오 게임, 패션, 미술
싱가폴	IT·소프트웨어, 광고, 방송미디어, 출판, 인터레리어, 그래픽스, 패션디자인, 건축서비스, 미술·공예품, 공연예술, 영상서비스, 산업디자인, 사진
한국	영화·비디오, 애니메이션, 음악, 게임, 만화, 에듀테인먼트, 모바일컨텐츠, 캐릭터, 출판, 방송, 광고, 공예, 공연, 디자인

21세기 왜 창의문화산업인가?

□ 최근 복합적인 경제환경의 변화가 창의문화산업의 부상을 초래

- 수요적 측면에선 산업화 이후 소득 증대에 따른 생활수준 향상에 따라 소비자의 니즈가 변화
 - 감성과 미학적 가치를 추구하는 방향으로 일상적인 경제생활에서도 문화 상품 자체의 수요가 증가
- 공급적 측면에선 2000년대 말 IT 버블이 붕괴된 이후 정보통신분야에서 혁신 기술이 나타나지 않는 정체상태에 진입
 - 기술이 단명화되고 글로벌 경쟁에서의 경쟁이 심화되면서 문화와의 융합이 전산업에 걸쳐 차별화의 주된 전략으로 부상



[그림 2] 창의문화산업의 등장배경

II. 세계 주요 선진도시의 창의문화도시 추진 사례

뉴욕 : 기존 창의문화네트워크의 유지·복원에 주력

위기에 처한 뉴욕의 문화산업

□ 세계 최고 수준의 문화예술 도시 뉴욕이 갖는 문제는 기존 창의네트워크의 와해

- 뉴욕은 본래 세계적인 문화예술가가 머무르고 있는 창의문화도시
 - 미국 건축가의 78%가 몰려 살고 있으며, 배우의 45%, 패션디자이너의 27% 등이 뉴욕에 거주
- 이런 기반을 바탕으로 세계 도시 뉴욕의 위상을 지킬 수 있었으나, 1998년 대 말부터 위기감 고조
 - 세계 광고계 본사 중 절반 이상이 뉴욕에 위치해 있었으나 그 규모가 1/3로 급격히 감소
 - 또한 비싼 임대료로 인해 창의인구들이 떠나면서 911 테러와 더불어 언제 쇠락한 도시로 변할지 모른다는 위기감이 확산

□ 뉴욕은 위기에 맞서 기존 네트워크를 보존할 수 있는 다양한 해법을 강구

- 뉴욕주는 'New York City ; A Legacy of Supporting the Arts'라는 계획을 통해, 예술조직을 지원하고, 창의적 예술가를 육성하여 2015년까지 5천만 명의 관광객을 끌어오는 것을 목표로 정책을 추진
- 이를 위해 로우 맨하탄(Lower Manhattan)을 재건함에 있어 창의인구가 머무를 수 있는 환경을 조성

- Economic Development Working Group이 작성한 「로우 맨하탄 창의 도시 뉴욕」은 창의의 중심지로 뉴욕을 재건할 것을 제안하면서 그 방안으로 창의인구가 선호할 수 있는 도시환경과 예술가가 거주가능한 여건을 마련해 줄 것을 주장
- 로우 맨하탄 재건 시 높아진 지가로 인해 창의적 예술가가 뉴욕을 떠나는 일이 없도록 예술가를 위한 공간제공 및 세제상 혜택 등을 강조

<표 2> 창조계층이 선호하는 로우 맨하탄 재건방안

범주	창조계층의 선호	로우 맨하탄 재건 방향
쾌적환경 조성	창조적 노동자는 관광객처럼 도시 활보	살고 일하고 배우고 노는 경계 희미. 소비, 경험, 오락의 도시
문화시설 예술활동	창조계층은 바쁜 일정에 참여가능한 오락 선호	공원, 자전거 보행자 도로 등 매력적인 도시 건설
주택공급	임대료가 비싸도 창조계층은 기꺼이 비용 지불	더 많은 주택·빌딩 건설 필수
Compact City	모든 것이 가까이에 있어서 시간절약 가능한 도시	혼합용도지구 개발 도모
질 높은 교육환경	대학은 기술생산자, 인재 유인장소, 창조적 시대 주요 토대	대학·기관간 창조적 상호작용 강화. 새로운 동맹 뿌리내림
교통여건	통근시간 업무 또는 휴식 가능한 빠른 운송수단	철도, 수상교통 개발

자료: Rivlin, A. & Scanlon, R., 2002, Economic Development Working Group Report: Prepared for the Civic Alliance to Rebuild Downtown New York

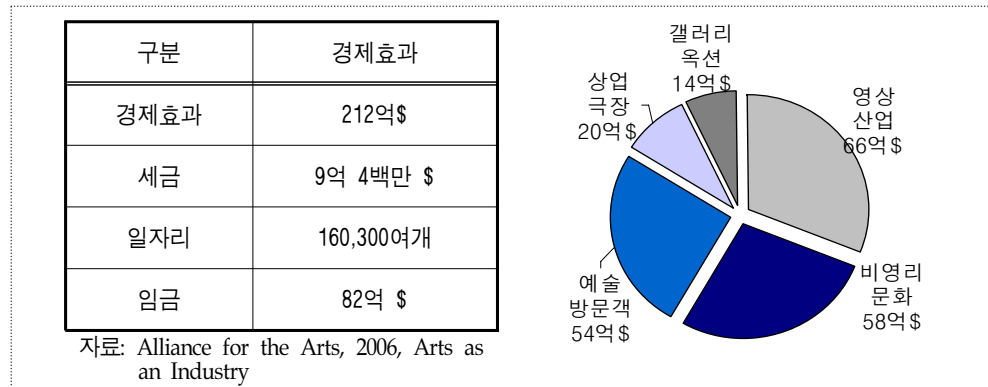
화려하게 되살아난 뉴욕의 문화산업

□ 예술에 대한 지원과 창의로운 도시환경 조성으로 뉴욕은 세계 창의예술산업을 주도

- 뉴욕의 창의문화산업 경제효과는 1982년 114억 달러, 1992년 132억 달러, 205년 212억 달러로 급증

- 2005년 경제효과는 총 212억 달러에 달하며, 160,300개의 일자리, 82억 달러의 임금, 9억 4백만 달러의 세금 납부

<표 3> 뉴욕 예술산업의 경제적 효과



- 지속적인 창의인구 증가로 창의문화도시로서 세계적 명성을 유지
- 2005년 문화예술 산업체 총 수가 4.07% 증가
- 특히 예술학교와 서비스, 공연예술분야의 성장세가 두드러짐.

<표 4> 뉴욕 예술 산업 사업체수

분류	산업		증감율(%)
	2004	2005	
박물관 및 컬렉션	231	240	3.90%
공연예술	4,470	4,722	5.64%
시각예술/사진	8,423	8,568	1.72%
영화, 라디오 및 TV	4,044	4,262	5.39%
디자인 및 출판	5,731	6,000	5.02%
예술학교와 서비스	642	689	7.32%
총합	23,523	24,481	4.07%

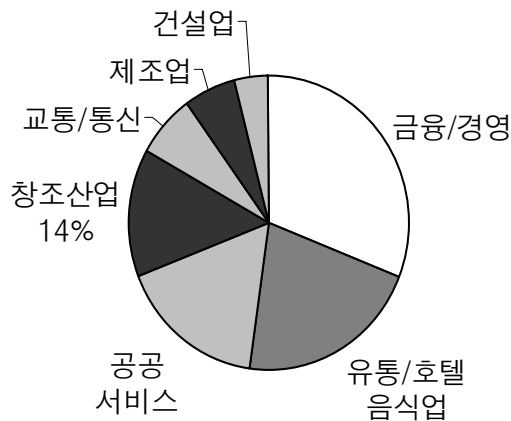
자료: Americans for the Arts, 2005, The Creative Industries in New York City

런던 : 세계창의문화도시의 중심지로 브랜드화

성장정체에 걸린 런던, 창의문화산업으로 탈출

□ 런던은 1998년부터 '성장정체'라는 선진국 질병에 시달리자 창의산업 육성에 주력

- 런던의 창조산업은 광고, 건축, 미술·골동품(교역), 수공예, 디자인, 패션, 비디오·영화·사진, 음악·시각·공연예술, 출판, SW·컴퓨터 게임·전자출판, 라디오·TV 등으로 구성
- 런던 일자리 중 14%는 창의문화부문
 - 총 일자리 수는 632천개로 제조업과 건설업을 합친 것보다 많음.



자료: Greater London Authority City Hall, 2004, London's Creative Sector

[그림 3] 런던 일자리 산업별 비중(2002년)

<표 5> 런던 창의종사자 수(2002년)

구분	일자리
광고	69,900
건축	19,800
순수예술(Arts)	-
공예	24,900
디자인	28,800
패션	11,700
양방향 레저 소프트웨어	87,600
영화·비디오	14,700
라디오·TV	26,900
음악·공연예술	48,200
출판·인쇄	37,500
전체	370,300

자료: Greater London Authority City Hall, 2004, London's Creative Sector

런던을 세계창의문화중심도시로 브랜드화

□ 런던은 2004년 이후 「세계문화수도 런던」으로 브랜드화하기 위한 계획을 수립하여 시행

- 수월성(Excellence), 창의성(Creativity), 접근성(Access), 가치(Value) 등으로 4개의 전략적 목표 하에 총 12개의 과제를 추진
- 다양한 문화적 공간을 개발하여 주민의 접근성을 높이고, 더 높은 가치를 획득하도록 유도

<표 6> 세계문화수도 런던계획

방향	목표	과제(12개)
수월성	- 런던을 문화의 세계도시로 진흥	- 런던의 문화시설과 이벤트 수준을 세계적으로 높임 - 런던이 지닌 문화적 다양성을 장려하는 문화지원체계의 개선 - 런던브랜드 개발, 세계 문화도시이자 관광목적도시로 판촉
창조성	- 런던 성공을 위한 핵심, '창조성' 진흥	- 창의성은 런던경제의 중요요소이자 성공의 핵심 - 교육·평생교육은 창조성 양성, 고용 제공의 핵심역할 담당
접근성	- 런던주민의 문화적 접근성 확보	- 문화에의 접근은 모든 런던주민의 권리 - 문화는 런던의 모든 공동체에 힘을 주는 수단 - 공공공간의 문화적 가치와 잠재력 개발 - 고품격 문화인프리를 런던 곳곳에 확산 - 런던 개발과 재생을 위한 문화적 활동 장려
가치	- 모든 런던시민이 문화적 자원으로부터 훌륭한 가치를 획득함	- 인구학적, 경제적, 공간적 수요에 적합한 문화 제공 - 지역 간 시너지 효과 창출, 주민참여를 보장하는 제도 구축

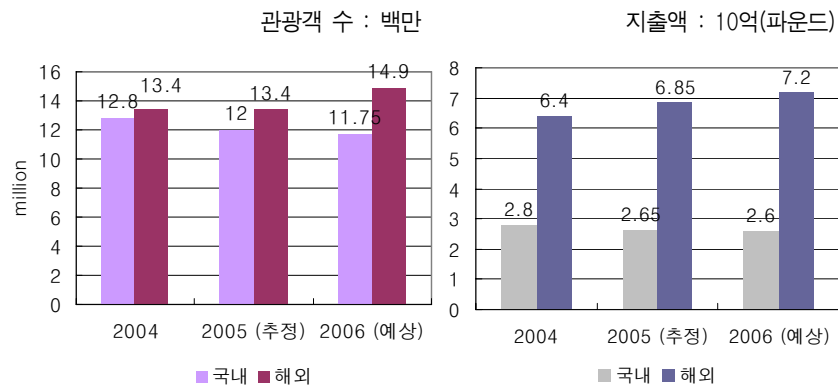
□ 영국예술대학(University of the Arts London)의 제안으로 창의산업관측소(Creative Industries Observatory) 설치

- 창의관측소는 창의산업에 대한 고품질 정보를 수집·해석하는 역할을 담당

- 국제창의센터는 베이징, 홍콩, 뭉베이, 상해, 뉴델리 등 중국과 인도 도시 내 국제창의기업센터를 설치하여 '기회의 네트워크' 창출에 주력

□ 이와 같은 전략으로 런던은 예술지향관광객이 찾는 도시로 성장

- 런던의 창의산업은 1997년과 2004년 사이 연 5%나 성장
- 2004~2006년 사이 런던을 찾는 해외 관광객 수는 꾸준히 증가하여 1,500만 명을 넘었으며, 총 72억 파운드의 비용을 지출



자료: LDA, 2006, Strategies for creative spaces: London Case Study

[그림 4] 런던 관광객 수와 지출액

동경 : 취약한 기반확충과 국제교류에 주력

창의문화기반이 근본적으로 취약한 동경

□ 동경은 서울과 그리 다르지 않은 여건

- 문화향수율은 서울보다 높으나 뉴욕, 런던 등 선진도시보다 크게 낮은 편
- 동경 주민의 문화관람율은 영화 48.4%, 미술 32.4%, 음악 30.3%, 연극

17.1% 수준. 그러나 1년 간 문화활동을 경험한 적이 없다는 사람 또한 27.6%에 달하는 상태

- 도쿄도민 중 문화활동에 참여하는 인구 또한 미미
- 지난 1년 간 취미로 스스로 연주하거나 창작활동에 참여한 비율이 21%에 불과하고, 연간 문화활동에 1만엔 이하로 지출한 사람이 65.5% 상당

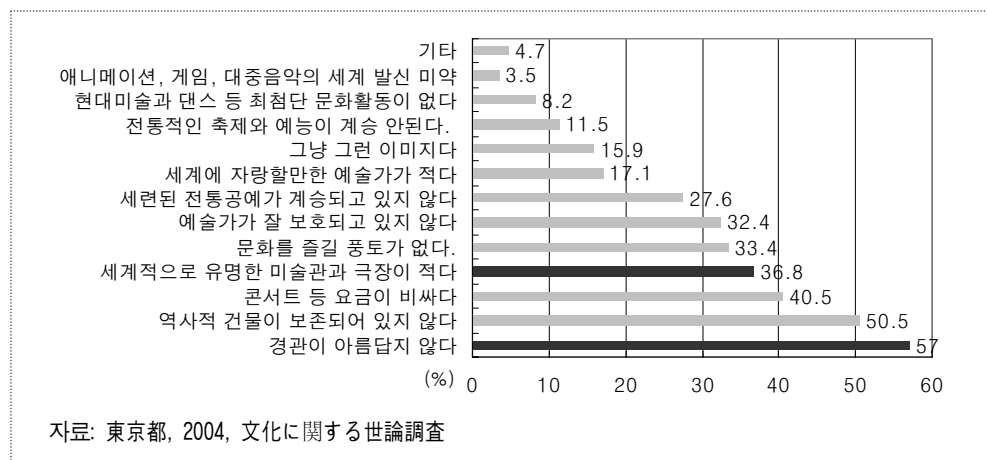
<표 7> 도쿄 도민의 1년간 문화소비 비용

비용	응답	비용	응답
사용 안함	28.1	2만엔-4만엔	11.6
5천엔 미만	20.1	4만엔-6만엔	3.6
5천엔-1만엔	17.3	6만엔 이상	2.9
1만엔-2만엔	16.2	무응답	0.1

자료: 東京都, 2004, 文化に関する世論調査

□ 대부분의 도쿄도민은 도쿄를 문화도시로 생각하지 않는 경향

- 도쿄도민 중 도쿄가 문화도시라고 응답한 비율이 30% 미만
- 특히 '도쿄의 경관이 아름답지 않다'라는 응답이 57%로 최다



[그림 5] 도쿄가 세계적인 문화도시가 아닌 이유

취약한 도시환경개선과 국제교류 확대에 주력

□ 도시환경개선을 위해 「10년 후의 동경, 창의적인 문화를 낳는 도시」계획 수립

- 아름다운 경관으로 도시의 가치를 높이고, 도쿄의 매력적인 잠재력을 살리기 위해 6개 분야에 걸쳐 활성화 방안 마련
 - ①도시경관 시책, ②동경의 매력적인 잠재력 살리기, ③창의산업을 통한 도쿄의 가치 제고, ④대규모 문화행사와 거점 형성, ⑤1,000만 명 관광객 유치, ⑥창의기반 도시형 산업 중점 육성 등이 주요 내용

□ 국제문화교류 활성화 차원에서는 「Tokyo Wonder」계획을 추진

- Tokyo Wonder World : 젊은 예술가를 발굴하는 동시에 국제적인 예술가들이 교류할 수 있도록 홍고(Hongo), 시부야(Shibuya), 아오야마(Aoyama) 등 세 곳에 예술인이 체류하는 국제 플랫폼을 조성
 - Tokyo Wonder Wall : 현대 예술분야에 재능있는 예술가를 발굴하기 위해 매년 100명이 아티스트를 선정, 현대미술관(MOT) 및 동경도 청사에 전시
 - Tokyo Wonder Seed : 젊은 예술가의 작품과 미술애호가들이 만날 수 있는 장을 개발, 젊은 작가들이 작품을 팔 수 있는 창구를 마련
- 록본기 힐즈의 모리미술관(2000)과 국립신미술관(2007), 산토리미술관(2007)을 잇는 아트트라이앵글 조성노력도 병행
 - 대형미술관을 축으로 다양한 갤러리와 각종 예술활동을 밀집하여 세계적인 예술교류의 창구로 활용하고자 노력

북경 : 오랜 잠에서 깨어난 아시아 최대 예술시장

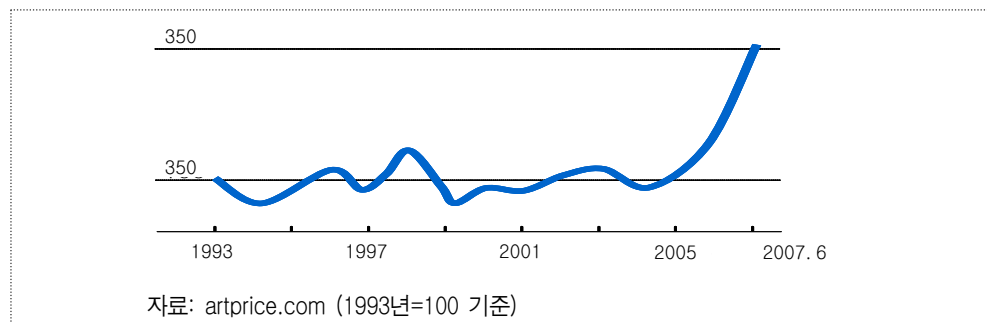
중국의 문화산업의 잠을 깨운 다산뜨

□ 외국인의 주도로 자생적으로 형성된 다산뜨 문화예술특구

- 2002년 폐허된 공장에 로버트 버넬이 입주하면서 예술지역으로 리모델링
 - 주변지역에 중국 명문 '중앙미술학원'이 있고, 화가들이 집단거주지였던 '화지다'가 있어 버넬은 현대 미술과 디자인, 건축 등의 예술잡지로 가득 찬 서점을 개설
 - 이를 바탕으로 예술가들이 모여들기 시작, 동서 1km, 남북 700m 규모에 달하는 이 지역은 갤러리와 작업실, 예술전문 출판사, 디자인 회사, 광고 회사로 가득 찬 상태
 - 이에 북경시는 2006년 1월 약 5억 위안의 예산을 별도로 배정하여 지원

□ 다산뜨 효과로 급성장한 중국 예술시장

- 미술경매시장에서 세계적 수준으로 급성장
 - 2005년 900만 달러를 목표로 한 소더비의 중국 예술품 경매에서 낙찰 총액이 그 두배를 기록하고, 중국 현대미술 가격지수도 2005년 이후 급등 추세



[그림 6] 중국 현대미술 가격지수 변동추이

중국정부의 문화산업에 대한 새로운 인식

□ 급속히 성장하는 문화산업에 맞춰 후진타오 주석은 '소프트파워 증진'을 강조

“문화는 점차 국가적 응집력과 창조성의 중요한 요소가 되고 있으며, 전반적인 국력에서 경쟁력을 성장시키는 요인이 되고 있다. 우리는 사람들의 기본적인 문화적 권리와 관심을 더 잘 보장하기 위해 우리의 소프트 파워로써 문화를 진흥해야 한다.”

권두연설, 중국 공산당 제17차 전국대표회의(CPC), Beijing Review, 2007. 10. 17.

- 문화진흥을 위한 다섯 가지 전략

- 첫째, 대중을 올바르게 인도하고 건강한 사회를 만들어 인쇄·출판·라디오·영화·TV·문학·예술의 개발을 강화
- 둘째, 인터넷 문화를 개발·관리하고 좋은 사이버 환경을 조성
- 셋째, 문화적 권리와 관심을 보장하기 위해, 비영리 문화프로그램을 지속적으로 개발하고, 도시와 농촌에 문화시설을 건설
- 넷째, 문화산업을 강력히 개발하여 산업의 국제경쟁력을 제고
- 다섯째, 훌륭한 문화예술인을 존경하는 국가적 시스템을 구축

북경은 창의문화클러스터 조성에 주력

□ 북경은 제11차 5개년 계획(2006~2010)을 통해 창의문화산업 육성계획을 본격 추진

- 계획의 주요한 요체는 5개의 창의산업특구와 9개 예술촌을 개발하는 것임.
- 북경시는 GRDP의 10%를 점하고 있는 중국의 문화산업을 2012년 12% 규모로 확대하고자 노력하고 있으며, 이를 위해 <문화산업인큐베이터>를 설립

<표 8> 북경의 예술촌

촌명(村名)	특성
다산쯔	군수공장지대 예술지역화
허거창	고급 빌라촌과 인접한 스튜디오 중시의 신생지역
썬자촌	농촌지역의 소규모 작가촌
지우창	양조장 지대를 계획적으로 재개발
환티에	철도 구역 안의 물류기지 재개발
차오창디	대형 갤러리와 스튜디오가 개발되고 있는 신지역
관인탕	화랑만으로 구성된 중국 최초의 거리
쑹창	가난한 작가들이 먼저 모여든 농촌지역
페자이촌	농촌지역의 소규모 작가촌

선진 중소도시들 : 선택과 집중을 통한 도시역량 집중

랜드마크와 클러스터 구성에 주력

□ 빌바오, 게이츠헤드 등은 랜드마크 구성을 통해 창의문화도시로 부상

- 빌바오는 구겐하임 박물관 건립으로 테러도시에서 문화도시로 재탄생
 - 10년 간 986만명 방문하여 16억 유로(약 2조 1,000억원)의 수입을 창출
 - 연간 6천만 유로(약 788억원)를 투입하여 향후 10년 간 또 다른 기적을 준비
- 게이츠헤드는 '세이지음악당', '밀레니엄 브리지', '볼틱미술관' 등을 새롭게 건설
 - 인구 20만의 탄광촌 도시에서 연간 1백만명이 찾는 관광도시로 급부상
 - 연간 230억원의 경제효과를 창출하는 한편 3천개의 창의일자리를 창출

- 홍콩, 볼로냐 등은 창의문화도시를 위해 클러스터 조성을 적극 추진
 - 홍콩은 주룽(九龍)반도를 문화단지로 개발하는 계획을 추진
 - 향후 8년 동안 192억 달러(약 2조 2,900억원) 투입하여 공연장, 전시장 등 15개 문화시설을 건립
 - 볼로냐는 도심 골목길을 창작공방으로 보전하여 창의문화클러스터를 조성
 - 1985년부터 도심을 6개 구역으로 나눠 역사적 건축물을 보전하는 계획을 수립하는 한편, CAN이란 네트워크를 구성, 골목길 작은 공방형 중소기업을 집중 육성

III. 바람직한 서울 창의문화도시 전략

다양한 세계도시들의 맞춤형 문화산업 전략

- 21세기 들어 세계 주요도시들은 맞춤형 도시전략을 통해 창의문화산업 육성
 - 뉴욕 : 풍부한 문화자산을 보유한 장점을 바탕으로 네트워크 유지·강화에 주력
 - 창의친화형 도시공간 개발 및 창의인구를 위한 공간 제공, 세제 감면
 - 런던 : 경쟁력 있는 창의산업을 바탕으로 세계문화중심도시 브랜드전략을 강화
 - 세계적인 문화시설 건립 및 이벤트로 세계문화중심도시 런던 계획을 추진
 - 동경 : 문화기반이 취약한 여건을 감안, 인프라 개선 및 국제교류를 통한 창의문화 거점도시화 추진
 - 도시환경 개선을 위한 「10년 후의 동경」계획 추진 및 국제교류 확대를 위한 플랫폼 조성·운영

- 북경 : 자생적으로 밀집된 예술촌을 육성하여 세계적인 미술시장 창출
 - 다산쯔 예술특구 등 총 9개의 예술촌 육성
- 중소도시 : 선택과 집중을 통해 문화산업의 성장 동력 창출
 - 빌바오 · 게이트헤드 - 랜드마크형 창의문화도시
 - 홍콩 · 볼로냐 - 클러스터형 창의문화도시

<표 9> 세계 주요도시들의 맞춤형 문화산업전략

도시명	여건	핵심외제	전략
뉴욕	- 풍부한 문화자원 · 창의인구와 창의 자본	- 현재의 창의네트워크를 어떻게 유지할 것인가?	- 창의인구에 대한 전폭적 지원 · 창의공간 및 거주공간 제공 · 창의인구 선호형 도시공간 개발
런던	- 1998년 이래 창조 산업 집중육성	- 현재의 창조산업을 도시경쟁력으로 창출할 것인가?	- 세계창의문화도시로서 브랜드화 · 세계적 문화상징 건립 및 축제 개최
동경	- 취약 창의문화 인프라	- 어떻게 도시환경을 개선하고 인프라를 확충할 것인가?	- 세계적인 국제교류의 거점도시화 · 국제예술 플랫폼 조성 · 아트트라이앵글 개발
북경	- 자생적인 예술클러스터 형성	- 예술의 자생력을 어떻게 산업경쟁력으로 끌어올릴 것인가?	- 다산쯔 등 예술클러스터 확대 조성 · 국제예술제 개최 등 총체적 지원
빌바오 등 중소도시	- 낙후된 도시이미지 · 취약한 산업경쟁력	- 도시의 경쟁력을 어떻게 끌어올릴 것인가?	- 선택과 집중을 통한 위기극복 · 랜드마크 및 클러스터 조성

서울은 문화산업진흥을 위한 종합적인 대책이 필요

☐ 서울은 세계적인 예술적 재능과 산업적 인프라 보유

- 2001~2006년 사이 B-Boy 세계대회 7회 우승, 1987~2007년 사이 국제영화제 총 21편 수상, 2005년 한해 국제콩쿨 총 70명 수상(2002년 이후 매년 50명 이상 수상), World Cyber Games 대회 연속 우승 등 세계적인 창의

문화역량을 보유

- 그러나 그동안 제조업 위주의 성장전략으로 문화자산이 제대로 활용되고 있지 못하는 것이 현실
 - 한류 등 영화·영상, 광고·드라마, 음반, 게임 등의 분야에서는 세계적 수준이나 예술가들의 수입은 월 55만원에 불과할 정도로 시장여건이 미비(2005년, 한국문화관광연구원, 문화예술인실태조사 결과)
 - 서울은 기본적인 문화산업 여건에서부터 네트워크, 브랜드 등 종합적인 문화산업 진흥 전략이 필요

☐ 서울의 창의문화산업 성장잠재력은 충분

- 현재 서울시 창의문화산업 비중은 3%에 불과(뉴욕 8.1%, 런던 14%)
 - 2003년~2005년 평균 85.9%의 높은 성장률 기록(서울시정개발연구원)

서울 켈쳐노믹스를 위한 7대 과제

☐ 과제 1 : 글로벌 창의인구 유치에 위한 전략적 지원 강화

- 서울은 몇몇 세계적 예술재능을 보유하고 있지만, 기초체질이 약한 도시
 - 특히 음악, 미술, 디자인 등 기초예술분야에 해외 우수 인력 유치
- 서울은 매력적인 시장이 아닌 만큼 서울에 올 수 있게 하는 유인책을 적극 시행
 - 창작스튜디오의 건립, 거주 공간 제공, 각종 세제 감면, 세계적 프로젝트의 추진 등 특단의 조치가 필요

□ 과제 2 : 창의인구가 활동할 수 있는 도시환경을 창출

- 뉴욕의 사례에서 보듯 창의인구가 활동하기 위해서는 적합한 도시환경이 필요
 - 예술가를 위한 작업공간, 쾌적한 도시환경 조성, 창의계층이 좋아하는 놀이공간 및 개방된 공간 조성, 좋은 주택 공급, Compact City, 질 높은 교육환경, 편하고 창의적인 교통수단 개발 등이 그 요체
- 서울 또한 창의인구가 선호할 수 있는 도시환경 조성 필요
 - 특히 다른 도시에 비해 개방성이 취약한 만큼, 도시의 개방성을 높이는 창의지대 조성 필요
 - 홍대, 대학로 지역 등 문화자원 밀집지역을 창의공간으로 조성하는 한편, 창의인구가 좋아할 만한 오락과 놀이공간, 24시간 창의지대 조성 필요

□ 과제 3 : 창의문화도시로서 도시브랜드 창출

- 창의문화인구가 선호하는 도시는 문화적 브랜드와 이미지를 갖춘 도시로 세계 도시들은 창의적인 도시 브랜드 창출을 위해 노력
 - 런던 : 런던아이(London Eye)를 건립하는 등 새로운 상징 창출을 위해 노력
 - 뉴욕 : 창의문화지구로서 로우 맨하탄 지역개발
- 서울의 경우, 창의문화도시로서 도시 브랜드가 매우 취약한 실정
 - 도시의 이미지를 혁신하는 상징적 자원 개발 및 랜드마크 조성, 도심부 및 한강 개발 등이 필요

<표 10> 서울 도시브랜드 위상

브랜드 가치		당신은 얼마나 환대받을 것인가?		건물이나 공원 등은 얼마나 매력적인가?		쉽게 즐길거리가 있는가?	
시드니	1	뉴욕	1	파리	1	파리	1
런던	2	런던	2	로마	2	로마	2
파리	3	시드니	3	시드니	3	런던	3
로마	4	샌프란시스코	4	런던	4	뉴욕	4
뉴욕	5	LA	5	바르셀로나	5	시드니	5
서울	44/60	서울	53/60	서울	54/60	서울	51/60

Anholt, City BrandIndex(www.citybrandindex.com)

□ 과제 4 : 도시의 미관 및 디자인에 대한 근본적 개선

- 서울이 지니고 있는 가장 핵심적 문제는 압축성장에 따른 도시미관의 훼손
 - 다양한 예술프로젝트를 통한 치유와 복원, 재창조 필요
- 서울시는 2010년 디자인 수도로 지정하는 등 도시디자인 개선을 위해 노력
 - 디자인 서울 가로, 도시갤러리, 상징조형물, 상징색, 상징서체 개발 등 다양한 프로젝트 추진

□ 과제 5 : 세계적 이벤트의 개발

- 콘텐츠가 취약하고 문화에 대한 시민의 관심도가 낮은 만큼, 이들을 끌어올릴 만한 세계적 이벤트 개발 필요
 - 창의문화의 기반이 약한 유럽의 중소도시(스페인 빌바오, 영국 게이츠헤드 등)나 아시아 도시들은 거의 대부분 세계적 예술프로젝트를 통해 창의문화도시 이미지 창출
- 서울 또한 세계적 관심을 일으킬 만한 프로젝트 추진 필요
 - 가능한 프로젝트 : 세계적인 뮤지엄이나 공연센터 등 예술시설을 유치하거나 세계적인 콩쿠르 등 예술축제 개최를 검토

□ 과제 6 : 창의성을 일깨우는 시민 문화서비스 제공

- 창의문화도시로서 서울이 가장 취약한 것은 안정적인 시장기반
 - 10% 초반에 그치는 문화향수 인구로는 컬처노믹스 불가능(영화제외)
- 문화향수 증대를 위한 지속적인 정책개발 및 지원 필요
 - 3만 달러 시대에 준하는 고급의 문화예술서비스 제공, 직장인 밴드 등 아마추어 문화활동에 대한 지원, 문화교육의 내실화 등

□ 과제 7 : 장기적인 계획수립과 체계적 추진

- 문화의 발전은 단기간에 이루어질 수 없는 것이 현실
 - 최소 10년을 내다보며 서울의 문화를 발전시키는 정책 필요

나도삼 | 서울시정개발연구원 연구위원

02-2149-1257

kuber21@sdi.re.kr