

소셜 크리에이팅
: 온라인상에서의 예술가
네트워크 구축 방안

정진영
이선희

목 차

제 1 장 서론	5
제2장 이론적 배경	7
1. 창작촌 관련 연구	7
2. 온라인에서의 예술가 네트워크	8
제3장 방법론	10
제4장 연구 결과	12
1. 기존 인적 자원 활용 및 충원 방식과 문제점	12
2. 기존 물리적 자원(기술요소, 장비 등) 조달 방식과 문제점	13
3. 기존 창작촌 방식과 문제점	14
4. 소셜 크리에이팅 서비스의 전망	16
가. 창작활동에 대한 영향	16
나. 경제적 측면에서의 영향	16
다. 사회적 측면에서의 영향	17
제5장 결론	19
1. 연구 결과 요약	19
2. 함의	20
참 고 문 헌	22

표 목 차

<표 1> 전문가 인터뷰 참여자	10
<표 2> 전문가 인터뷰 질문	11

I. 서론

예술 작품은 혼자서 만들 수 없다. 하나의 극을 만들어내기 위해서는 연출가와 작가를 비롯해 수많은 스탭과 배우가 필요하며, 문학 작품이 책으로 출간되기 위해서도 출판사나 웹디자이너를 비롯해 많은 인력이 필요하다. 그런데 이 많은 인력을 개인 혼자서 충원하기란 쉬운 일이 아니다. 특히 연극이나 미술, 무용과 같이 대중적인 인기를 얻지 못하는 분야의 경우 인력 조달에 더 큰 어려움을 겪고 있다. 인력이 원활하게 조달되지 못하면 실제로 만들어지는 극의 폭이 줄게 되고, 이는 관객이 선택할 수 있는 극의 폭도 줄어들게 됨을 의미한다(김철리, 1993). 따라서 인력 조달의 어려움은 단지 예술 및 문화 산업 제작에만 영향을 미치는 것이 아니라 공급과 관객 동원에도 영향을 미침으로써 해당 산업을 더욱 악화시킬 수 있다. 문제는 인력 뿐만이 아니다. 정작 작품을 제작할 수 있는 인원이 충분히 모인다고 하더라도 극을 상영하거나 작품을 전시할 공간을 확보하지 못하면 작품은 선을 보일 수 없다. 이런 어려운 사정 때문에 연출가나 배우, 작가, 디자이너 등이 제대로 자신의 능력과 창의력을 발휘하기란 점점 어려워지고 있다.

상황이 이런데 반해 자신이 살고 있는 지역에서 문화를 즐기고자 하는 소비자는 점차 많아지고 있는 추세이다. 문화거리나 문화지구, 창조지구, 창작촌, 문화벨, 문화클러스터 등 도심 내 문화공간이 늘어나는 추세(김홍주, 박세훈, 2012)는 이를 반증한다. 서울의 대학로나 예술공장 등이 바로 그 예라고 할 수 있다. 특히 문화예술인들이 중심이 된 창작촌은 여러 가지 효과를 나타내고 있다(Newman, McLean, 2002). 먼저 예술가들은 저렴한 임대료로 넓은 작업공간을 쓸 수 있으며(김홍주, 박세훈, 2012), 고립된 상태에서 사고하는 것이 아니라 다른 예술가들과 상호 교류를 할 수 있게 되면서 창조성이 십분 발휘되는 효과를 낳게 된다(Becker, 2008). 또한 소비자의 입장에서는 문화를 향유할 수 있는 기회가 늘어나고, 지역사회는 관광자원 개발 효과와 새로운 정체성을 수립할 수 있는 계기를 만들 수도 있다(김홍주, 박세훈, 2012).

다매체 다채널 시대의 도립도 예술가간 네트워크 형성의 중요성을 높여준다. 예술 작품은 새로운 매체와 채널, 그리고 기술 변화에 영향을 받을 수밖에 없다. 영화라는 장르는 사진기라는 매체가 탄생하면서 생겨난 것이며, 또한 인터넷이 발전됨에 따라 인터넷 자체를 수단으로 영화를 제작하고 관람하는 현상도 생겨났다(권상희, 2006). 백남준은 TV 자체의 기계적 속성을 이용한 비디오 설치 작업을 함으로써 비디오 아트라는 새로운 예술의 영역을 개척했다(정소연, 이원형, 2011). 설치미술은 현재는 매우 당연하게 여겨지는 미술의 한 분야이지만 그것이 공식화된 것은 고작 30년 전인 1980년 제11회 파리 비엔날레에서였다(김장섭, 1988). 또한 매체와 기술의 융합이 화두로 등장함에 따라 예술 장르가 서로 융합하거나 서로의 영역으로 확장되는

모습을 쉽게 볼 수 있다. 예를 들어 소설이나 만화를 원작으로 한 드라마나 영화가 제작되기도 하며, 드라마나 영화 등이 연극이나 뮤지컬로 재탄생하기도 한다. 또한 영화에 주로 사용되던 3D 기술이 연극과 접목하여 마치 영화를 보는 것 같은 효과를 주는 연극도 탄생하였다(KOCCA, 2010). 위화(2007)는 이미 자신의 손에서 떠난 작품은 자신의 것이 아니라는 말을 남겼다. 다매체, 다채널, 그리고 다양한 기술이 새롭게 등장하는 현시대에서 이 말이 주는 시사점은 크다. 이제는 누군가가 만든 예술 작품이 다른 이의 손을 통해 장르가 전환되기도 하고, 다른 기술과 융합되어 재탄생하기도 하기 때문이다. 따라서 예술가들이 자신의 장르 영역을 넘어 보다 더 큰 창의력을 발휘하기 위해서는 창작촌과 같은 예술가들 사이의 네트워크 구축이 중요하다 할 수 있다.

하지만 이런 중요성에도 불구하고 오프라인에서 구축되는 창작촌은 몇 가지의 문제점을 갖는다. 먼저 시간이 갈수록 창작촌이 형성되어 있는 지구의 지가가 비싸져서 정작 창작촌의 중심이라고 할 수 있는 예술가들이 소외된다는 점이다(김홍주, 박세훈, 2012). 실제로 많은 예술가들이 처음에는 낮은 지가와 넓은 작업 공간으로 선택한 지구가 점차 땅값이 비싼 곳으로 탈바꿈하면서 작업실을 비우고 나가고 있다. 상업성 역시 또 다른 문제이다. 창작촌의 지가가 올라가는 원인 중 하나가 바로 상업성이다. 문화예술을 창조하는 공간이 인기를 끌면서 자연스레 사람들이 몰리게 되는데, 이 때문에 창작촌이 상업화되는 현상이 발생한다. 상업화된 지역은 지가상승 뿐만 아니라 문화예술촌의 본래 기능이라고 할 수 있는 순수한 문화를 생산하는 네트워크 구축의 기능과(Scott, 1999) 창조기능을 훼손한다는 점에서 또 다른 문제를 양산할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 오프라인의 창작촌이 갖는 문제점을 인식하고, 온라인에서 오프라인과 비슷한 기능을 할 수 있는 창작촌을 구축할 것을 제안하고자 한다. 특히 소셜 네트워킹 서비스(SNS)가 널리 사용됨에 따라 소셜 펀딩(혹은 클라우드 펀딩)이나 소셜 리크루팅처럼 작품 창작과 새로운 예술가 발굴을 위한 시도들이 이뤄지고 있다. 본 연구에서 제안하는 온라인 창작촌(일명 소셜 크리에이팅)은 단지 프로젝트를 위해 자금을 조달받거나 SNS를 통해 필요한 인력을 찾는 것을 넘어서서 다양한 장르의 예술가들이 지가 등 환경적 요인에 구애받지 않고 자유롭게 상호작용할 수 있는 플랫폼으로 나아가고자 한다. 따라서 본 연구는 먼저 온라인 상에서의 창작촌 구축의 시급성을 알아보고, 구체적인 개발 방향을 제시하며, 이러한 소셜 크리에이팅을 통해 예술가들의 작품활동을 어떤 식으로 지원할 수 있을지 논의해 보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 창작촌 관련 연구

창조성이 새로운 화두로 떠오르면서 창조도시(Creative City)에 대한 관심 역시 증가하고 있다(Scott, 2006; Florida, 2002). 이러한 분위기에 힘입어 유네스코(UNESCO)는 창조도시의 중요성을 강조하며, 2004년 문화적 다양성을 위한 세계연합(Global Alliance for Cultural Diversity)를 통해 창조도시 네트워크(CCN: Creative Cities Network) 구축 지원사업을 추진중이다(김홍주, 2011). 국내에서는 1997년 이후 폐교를 활용하여 전국에 29소의 문화예술 작업실을 조성하는데서 시작하여(김홍주, 2011), 2010년 기준으로 전국에 문화예술인들이 거주하는 창작촌 5개가 조성되었으며 10개가 조성중이다(김연진, 2010). 자생적·타생적 창작촌이 생겨나게 된 역사가 그리 길지 않고 전국적으로도 그 숫자가 매우 제한적이기 때문에 창작촌 관련 연구를 찾기는 쉽지 않다. 다만 국내 최초로 예술가들이 스스로 만들어낸 문래창작촌과 관련된 연구들은 몇 편 있었다(김홍주, 2011; 이순성, 2010; 박승애·윤준성·송관호, 2009). 문래창작촌은 서울시 영등포구 문래동에 형성된 예술가들의 집적 공간으로, 2007년 이후로 많은 예술가들이 모여들며 2010년에는 60여개의 창작실, 공연장, 전시공간 등이 들어섰고 170명의 예술가들이 거주하게 되었다(김홍주, 2011). 김홍주(2011)는 연구에서 창작실 예술가와 창작유통, 창작관련위원회, 철공소, 공공부문 등이 문래창작촌을 창조공간으로 형성하는데 중요한 기여를 하였으며, 이중 철공소는 문래창작촌에서 공간을 함께 사용하며 다른 예술가들과 공동작업을 하는 곳이라고 밝혔다. 그 밖에 문화다양성의 관점에서 문래창작촌을 평가하거나(박승애, 윤준성, 송관호, 2009), 문래창작촌의 문화적, 정치적 이슈를 공론화 한 연구들도 있었다(김윤환, 2008). 해외에서도 예술가들 사이의 네트워크에 관한 연구가 최근 들어 이뤄지고 있다(Stern, Serifert, 2007; Serifert, Stern, & Zaman, 2005). 펜실베이니아에서는 1997년부터 2001년까지 예술프로젝트(SIAP: Social Impact of the Arts Preject)가 열렸는데, 세리페트, 스텐, 그리고 자만(Serifert, Stern, & Zaman, 2005)은 이 프로젝트를 통해 예술가들이 예술단체나 후원단체, 유사예술가, 정부기관 등과 긴밀한 네트워크를 형성하였음을 밝혔다. 예술가들은 창작과정에서 평균 3명에서 6명 정도의 도움을 받고있으며, 창조과정의 단계에서 필요한 도움의 형태와 종류가 다르기 때문에(김홍주, 박세훈, 2012) 예술가들 간의 네트워크를 형성하게 되면 서로간의 교류를 증진시켜 창작 활동에 도움이 될 수 있다.

예술가의 창작촌이 예술가들 자신을 위해서뿐만 아니라 지역사회에 기여한다는 결과를 내놓은 논문들도 있다. 베이리시(Bayliss, 2007)는 덴마크의 코펜하겐에서 설립된 창조도시에 대해 연구하였는데 창조도시가 경제적 이익을 창출할 뿐만 아니라 코펜하겐이라는 도시의 이미지를

국제적인 수준으로 끌어올리는데 기여하였다고 주장하였다. 지멀맨(Zimmerman, 2008)은 밀워키(Milwaukee)가 창조도시 개발에 힘쓰면서 이미지 재고를 통해 단순히 맥주로만 유명하던 지역에서 창조적이고 멋있는 도시로 거듭날 수 있었다고 주장하였다. 뉴먼과 맥린은(Newman, McLean, 2002, 2004)은 예술프로젝트가 지역사회에 미치는 긍정적인 효과를 다음과 같이 요약하였는데, 예술가의 고립감 해소 및 행복감 증가와 지역사회의 자부심 증대, 타집단과의 연대성, 직업창출, 지역이미지 향상, 그리고 예술 프로그램에 대한 투자 확대가 그것이다. 마타라소(Matarasso, 1997) 역시 예술 프로젝트의 긍정적 효과에 대해 언급하며 예술프로그램을 통해 학생들의 성적 또한 향상될 수 있다고 밝혔다.

하지만 오프라인 상에서 구축되는 예술가들의 창작촌은 지가 상승이나 상업화(김홍주, 박세훈, 2012) 등 여러 가지 문제점들을 갖는다. 예술과 도시 사회 연구소(2008)는 문래창작촌의 형성 배경들 가운데 서울시내의 공간 임대료가 높다는 점과, 기존에 예술가들의 활동 무대로 주목을 받았던 홍대 주변 및 대학로 지역이 상업적으로 변질된 점을 꼽았다. 하지만 창작촌은 예술인에게는 창작을 할 수 있는 공간을 마련해주고, 시민들에게는 예술을 향유할 수 있는 공간을 제공한다는(최준, 구영민, 2009) 점에서 매우 뜻깊은 공간이라고 할 수 있다. 따라서 오프라인이라는 공간의 한계를 넘어 새로운 창작촌을 구성하는 것은 매우 뜻깊은 일이라 할 수 있다.

2. 온라인에서의 예술가 네트워크

사람들은 자신이 속한 집단이나 네트워크 자원에 접근하여 자산을 얻을 수 있다(Lin, 1999). 이런 인적 네트워크를 사회자본이라고 이야기하는데, 여러 선행연구들은 사회자본이 커리어에 영향을 미치며(Burt, 1992; Gabbay & Zuckerman, 1998), 취업에 도움을 주고(Granovetter, 1973), 지역의 생산망을 강화한다(Romo & Schwartz, 1995)는 것을 밝혀내었다.

인터넷이 발전하면서 이러한 인적 네트워크는 온라인으로까지 확장되었다. 선행 연구들은 사람들이 새로운 정보를 획득하고 타인과 관계를 유지하기 위해 인터넷을 이용한다고 주장하였는데(Davis, 1999), 이렇게 온라인상에서 정보를 유통함으로써 사람들의 사회참여 역시 증대될 수 있다(박진영, 강태영, 2011). 이를 통해 우리는 예술가들 사이의 인적 네트워크 구축이 어떠한 효과가 있을 수 있는지에 대해 추측할 수 있게 한다. 이러한 논의에 따르면 예술가들 간의 인적 네트워크는 예술가들의 커리어와 작업 활동, 그리고 생산망을 강화하며 작품 활동에 필요한 정보 공유를 원활하게 할 수 있을 것이다.

myspace(MySpace)는 뮤지션들의 프로모션 장소로 각광받고 있는데, 실제로 7백만 명 정도의 예술가들이 myspace에 자신의 계정을 만들어 놓고 있다(Fields, Casey, Jacobson, & Sandler, 2008). myspace가 이처럼 뮤지션들에게 각광을 받게 된 데는 myspace만의 차별점이 있었다. myspace의 아티스트 페이지는 일반인들이 사용하는 페이지와 다른

데, 뮤지션들에게는 오디오 플레이어 어플리케이션을 포함한 페이지를 제공하고 있다(Fields, Casey, Jacobson, & Sandler, 2008).

국내에서는 영화 관련 장소와 인력 정보를 나누는 필름메이커스(www.filmmakers.co.kr)라는 사이트가 있다. 하지만 필름메이커스 역시 기존에 온라인상에서 구인 활동을 하는 것과 크게 다르지 않다. 이러한 방법의 문제점 중 하나는 제작하는 사람이 자신이 어떤 인력과 기술, 장비를 정확히 알고 있어야만 제대로 구인구직 활동을 할 수 있다는 것이다. 즉, 이미 어느 정도 아웃라인을 잡아 놓지 않는다면 필요한 인력이나 장비를 제대로 구하기 어렵다. 또한 이것이 영화라는 단일한 장르에 국한되어 있어 다른 분야의 예술가들과 교류의 장을 만들기 어렵고, 다른 분야에서는 이와 같은 인적 교류가 온라인상에서 활발히 이뤄지지 않는다는 점 역시 문제라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다양한 분야의 예술가들 및 예술 관련 직업 종사자들이 서로 교류하고, 아이디어를 발전시키는 새로운 개념의 온라인 창작촌을 제안하고자 한다.

Ⅲ. 방법론

본 연구에서는 소셜 크리에이팅 서비스(Social Creating Service)의 구체적인 형태를 구성하기 위해 문화예술 업계에 있는 관계자들의 의견을 수렴하였다. <표 1>는 전문가 인터뷰 총 5명의 참여자들에 대한 정보이다. 현대무용안무가, 극단기획자, 영화감독, 작가 및 문화예술 웹진 운영자 등 예술, 공연, 영화 등의 분야에서 작품 활동을 하는 전문가 및 관계자들로 구성되었다.

<표 1> 전문가 인터뷰 참여자

구분	분야	직업
A	예술	현대무용안무가
B	공연	극단기획자
C	영화	영화감독/작가
D	예술	미술학도, 아마추어 작가
E	기타	청년 문화예술 관련 웹사이트 운영자

전문가 인터뷰를 위한 질문문항은 <표 1>과 같이 구성되었다. 크게 5가지 영역으로 구분하여 질문하였다. 첫 번째는 작품 창작 활동 전반에 관한 질문으로 작품 활동을 하면서 느껴왔던 어려움이나 문제점을 작품 기획 후의 진행과정에 초점을 맞춰 확인하였다. 이 부분은 창작활동에서 발생하는 어려움과 문제점을 확인하는 것으로, 소셜 크리에이팅 서비스의 기능을 향상시키는데 필요한 추가 사항을 확인하기 위해 포함되었다. 두 번째는 작품 창작 활동에서의 인적 자원에 관한 질문으로 타인과의 협력의 비중, 협업자 섭외/충원 방식, 섭외/충원에서의 어려움과 문제점이었다. 두 번째 질문 영역부터 소셜 크리에이팅 서비스와 직접적으로 연결되는데, 기존 방식에서의 문제점을 본 서비스에서 보완하기 위해 추가하였다. 세 번째 영역은 인적 자원뿐 아니라 작품 창작 활동에서 필요한 기술이나 장비(예. 카메라, 조명, 무대 장치 등)의 기존 조달방식에서 발생하는 문제점들을 확인하기 위해 작품 창작에서의 기타 자원(기술, 장비 등)으로 필요한 기술과 장비의 조달방식과 현 방식에서의 어려움과 문제점에 대해 물었다. 네 번째는 창작촌에 관한 질문들로, 현재 존재하는 오프라인 창작촌에 대한 생각과 문제점에 대해 질문하였다. 이 부분은 기존 오프라인 창작촌과 온라인 창작촌의 비교를 위해 포함되었다. 마지막 질문 영역은 온라인 창작촌에 관한 전망부분이었다. 이 영역에서는 본 연구에서 제시한 '소셜 크리에이팅 서비스'를 중심으로 본 서비스가 제공될 시, 창작활동에서 나타날 영향, 경제적/사회적 파급효과, 문제점, 고려 사항 등에 대해 질문하였다. 위의 질문지를 바탕으로 인터뷰를 실시하였으며, 2012년 8월 24일부터 30일까지 진행되었다. 이에 대한 답변을 바탕으로, 본

연구 결과 부분에서 소셜 크리에이팅 서비스의 필요성, 고려사항, 영향력 등을 제시하였다.

<표 2> 전문가 인터뷰 질문

구분	번호	질문
작품 창작 전반	1	귀하께서는 어떠한 문화예술 분야에 종사하고 계십니까? (예: 무용, 영화, 연극, 미술 등)
	2	귀하께서 작품 창작 활동을 하면서 느껴왔던 어려움이나 문제점에는 어떤 것들이 있습니까? (작품 기획 후 <u>진행과정을 중심으로</u> 말씀해주시오)
작품 창작에서의 인적자원 관련	3	작품 창작 활동에서 타인과의 협력이 많이 필요하십니까? (공동제작, 스텝 등 편당제외)
	4	귀하께서 작품 창작 활동을 하실 때 인력(공동제작이나 스텝)은 주로 어떤 방식으로 섭외 또는 충원하셨습니까? (예. 기존 인맥, 소개, 리쿠르팅 등 구체적으로 서술해주시오)
	5	귀하께서 작품 창작 활동을 하실 때 인력 섭외 또는 충원에 있어서 어려움이나 문제점은 없었습니까?
작품 창작에서의 기타 자원 관련	6	6. 귀하께서 작품 창작 활동을 하실 때 필요한 기술이나 장비는 어떤 방식으로 조달하셨습니까?
	7	귀하께서 작품 창작 활동을 하실 때 필요한 기술이나 장비를 조달하는 데 있어 어떠한 어려움이나 문제점이 있었습니까?
창작촌 관련	8	귀하께서는 오프라인 상에 구축된 예술가들의 창작촌(예: 문래창작촌, 연희문학창작촌)에 대해 어떻게 생각하십니까?
	9	오프라인 상에 구축된 창작촌의 문제점에는 어떤 것들이 있다고 생각하십니까?
온라인 창작촌 영향 전망	10	위의 소셜 크리에이팅 서비스가 생긴다면 예술가들의 창작활동에 어떤 영향이 있을 것 같습니까?
	11	위의 소셜 크리에이팅 서비스가 생긴다면 경제적으로 어떤 파급효과가 있으리라고 보십니까?
	12	위의 소셜 크리에이팅 서비스가 생긴다면 사회적으로 어떤 파급효과가 있으리라고 보십니까?
	13	위의 소셜 크리에이팅 서비스가 발생시킬 수 있는 문제점에는 어떤 것들이 있다고 생각하십니까?(예: 저작권 문제)
	14	위의 소셜 크리에이팅 서비스를 만들 때 어떤 점에 신경을 써야 한다고 생각하십니까?(예: 인력 충원용이, 지적재산권 보호, 판매할 수 있는 창구와의 연계 등)

IV. 연구 결과

1. 기존 인적 자원 활용 및 충원 방식과 문제점

소셜 크리에이팅 서비스에서 인적 자원을 방대한 인적 자원 풀에서 쉽게 섭외하거나 충원하기 위해 기존 방식을 확인하고 문제점을 보완하기 위해 전문가(문화 예술 관계자) 인터뷰를 통해 기존 인적 자원 충원 방식과 이에 대한 문제점을 확인하였다. 분야는 다르더라도 대부분 기존 인맥을 통해 협력자를 구하고 있었다. 서로의 인맥을 통해서 구하기 때문에 스케줄을 동시에 맞추거나 영화와 같이 장기/대형 프로젝트의 경우 일괄 관리의 어려움이 있었다. 또한 지원비(인건비)가 부족한 경우에는 부탁하는데도 어려움이 있지만 해당 기술에 대한 실력이나 능력이 뛰어난 사람을 섭외하기 어렵다는 점이 공통된 문제점이었다.

"타인과의 협력이 많이 필요하나 기존 인맥을 통해서 작업을 한다. 특히, 지원금이 부족하기 때문에 도와주는 사람에게 어렵게 부탁해야 한다는 점이 힘들다(현대무용안무가 A씨)."

"기존 인맥을 활용하는 편인데, 기존 인맥을 통해서 하는 것은 한계가 분명히 있다. 배우, 스태프들의 스케줄을 모두 충족시키기 어려워 함께 작업하지 못한 경우가 많다(극단기획자 B씨)."

"영화는 엄청나게 많은 인원이 필요하기 때문에 그 인원을 다 섭외하거나 충원할 수는 없다. 보통 감독이 촬영감독을 섭외하면 촬영감독이 조명감독을 섭외한다. 이런 식으로 각 파트의 장들만 섭외를 하면 그 일에 조수들은 각 파트의 장들이 알아서 팀을 조직한다(영화 감독/작가 C씨)."

"영화는 돈만 있으면 인원을 충원하는 데는 큰 어려움이 없지만 돈이 없을 경우에 주로 인맥으로 섭외를 하게 되는데 이런 경우 실력이 좋은 사람들을 만나기 쉽지 않다는 단점이 있다(영화 감독/작가 C씨)."

"창작은 혼자 하더라도 전시 기획에는 협력이 필요하다. 기존 인맥을 통해서 구한다. 자금이 부족해서 인력을 외부에서 충원하는 데 무리가 따른다. 다양한 사람들이 모이기 어렵다(미술학도 D씨)."

"웹진을 운영하기 때문에 인터뷰 할 사람들이 계속 필요하다. 인터뷰 한 사람에게 다음 사람을 소개받기도 한다. 아무나 섭외하는 게 아니기 때문에 섭외하는데 상당한 어려움이

있다. 지인만 활용하다 보니 질이 떨어지는 것 같다(문화예술 웹진 운영자 E씨)."

이와 같은 문제점을 소셜 크리에이팅 서비스에서 보완하기 위해서는 다음과 같은 점을 고려해야 한다. 인건비의 문제점은 온라인상에서도 마찬가지로 발생할 수 있다. 학생, 아마추어 작가, 제작자의 경우, 펀드나 대형 제작사의 지원을 받기 어려운 실정이다. 따라서 향후 서비스에서 지원을 받을 수 있는 소셜 펀딩의 기능을 추가하는 방안을 모색할 수 있으며, 소셜 크리에이팅 서비스에 올려놓은 아이디어와 작품의 질에 자발적으로 참여하고, 이러한 참여 경력들이 인센티브로 돌아올 수 있는 포인트제를 제공하는 방법도 고려할 수 있다.

또한 높은 기술력이나 능력을 가진 사람들을 섭외하기 어렵다는 단점을 소셜 크리에이팅 서비스에서 보완할 수 있어야 한다. 서비스에서의 풀이 증가하기 위해서는 학생과 아마추어 문화예술인뿐 아니라 해당 분야의 전문가와 유명 문화예술인들이 참여하고 활발한 활동을 할 수 있어야 한다. 이들의 단기, 단편, 단발적인 프로젝트를 시작으로 장기, 장편, 대형 프로젝트로 순차적으로 사람들의 소셜 크리에이팅 서비스에 대한 인식을 긍정적으로 전환시키도록 초기 투자와 홍보가 중요하다.

기존 인맥 활용에서는 위와 같은 공통된 문제점이 발생하고 있지만 분야에 따라 창작, 기획, 전시 등에 있어 인력의 필요성에는 차이가 있었다. 특히, 미술과 같이 창작 활동에 있어, 공동 작업보다 개인이나 소수가 참여하는 분야에서는 전시 기획에서 협력이 필요하기 때문에 소셜 크리에이팅 서비스에서 분야별로 창작, 기획, 전시 (영화에서는 기획-시나리오-제작-개봉)등의 과정을 고려하는 것이 중요함을 확인하였다.

2. 기존 물리적 자원(기술요소, 장비 등) 조달 방식과 문제점

다음은 인력 자원뿐 아니라 장비, 장치, 물리적 자원의 조달 방식과 이에 대한 문제점을 살펴해보았다. 소셜 크리에이팅 서비스에서 인적 자원뿐 아니라 물리적 자원을 네트워크 방식으로 쉽게 조달하기 위해 기존 방식을 확인하고 유사한 형태로 온라인에서도 가능한지를 확인하기 위해서이다.

인터뷰 결과, 장비 및 장치 등의 물리적 자원들은 앞선 인적 자원과 마찬가지로, 기존 인맥을 활용하기도 하였지만 자체적 제작해버리거나 개인적으로 구하는 경우가 많았다. 이러한 물리적 자원 충당이 자금과 연결되어 있기 때문이다. 외부에서 구매하거나 렌트하는 경우는 자금이 많이 필요하기 때문에 작품에서 원하는 장비보다 질이 좋지 않더라도 자체적으로 제작하는 방식을 택하는 것이다.

"이러한 장비 또한 지인을 통해서 구한다. 하지만 원하는 장비나 장치, 무대는 제작비의

부족으로 항상 한계가 있다(현대무용안무가 A씨)."

"자체적으로 제작한다. 제작비의 한계로 많은 것을 외부에서 제작할 수 없는 현실이 되었다(극단기획자 B씨)."

"촬영 감독과 조명감독이 감독과 상의한 내용들을 영상으로 구현할 수 있는 장비들을 알아서 각자 구해온다. 물론 여기서도 돈 액수에 따라서 장비의 질이 달라진다. 기술 스템이 (촬영, 조명, 크레인, 지미집 등)들이 장비를 공수해온다.(영화 감독/작가 C씨)."

"그냥 자비로 충당한다. 어려운 점은 제작비가 부족하다는 점이다(미술학도 D씨)."

위와 같은 문제점들을 소셜 크리에이팅 서비스에서 참고해야 한다. 직접적인 구매보다 장비 렌트의 용이성을 높이는 것이다. 무대 장소의 제공, 장비, 장치 등의 구매는 실질적으로 자금과 연결되어 있다. 기존 인맥에는 한계가 있기 때문에 렌트를 하기에 어려움이 있었다. 따라서 많은 현업인들을 참여하는 가운데 필요한 물리적 자원을 렌트해주거나 구하는 방식들을 공유한다면 자금을 최소화하는데 도움이 될 수 있다. 풀(pool)이 커지고 방식을 공유하는 사람들이 많아지고 장비를 렌트해주려는 사람이 많아질수록 이용자의 선택의 폭이 커지기 때문에 합리적인 결과를 나타낼 확률이 높다. 뿐만 아니라 역으로 자신이 구비하고 있는 장비, 장소, 물품, 기술 등을 제공할 수 있는 날짜를 한정해서 제시하고 추후 이용자들이 선택하고 경쟁하는 방식도 가능하다.

3. 기존 창작촌 방식과 문제점

기존 문래창작촌과 연희문예창작촌 빛고을공예창작촌(공예), 또따또가(무용, 미술, 독립영화, 인문학 등의 모임)등의 오프라인 상에서 각 분야의 예술가들을 만나는 모임이라면, 소셜 크리에이팅 서비스는 각 분야의 융합 작업을 가능하게 하고, 각 분야뿐 아니라 다른 분야까지 예술가들의 인맥을 넓혀, 자신의 작품 활동에 도움이 되는 것이 목표이다. 따라서 기존 창작촌에 대한 생각을 살펴보면, 이를 본 서비스를 정교화 하는데 도움이 되고자 하였다.

인터뷰 결과에서는 창작촌에 대해서는 예술가들에게 유용하고 필요한 곳이라고 생각하지만, 정작 창작촌에 대한 정보가 매우 부족함을 알 수 있다. 기성 예술가들의 모임이라는 편견을 가지고 참여하기 어렵다는 의견도 있었다. 창작촌의 취지는 긍정적이거나 정작 자신이 참여하기에는 창작촌에 대한 정보나 가입 조건이 충분치 않다는 것이다.

"오프라인 창작촌은 익히 알고 있지만 생소하다. 자세한 정보는 알 수 없다(현대무용안무가 A씨)."

"일단 문제점은 이러한 창작촌이 잘 알려지지 않고 있다는 점과 특별히 홍보를 하는 것도 아니다. 좀 더 예술인들에게 직접적으로 다가갈 수 있는 시스템을 마련해야 하지 않을까 생각한다(현대무용안무가 A씨)."

"꼭 필요한 곳이라고 생각은 되지만 예술가들 중 모르는 사람들이 대부분이어서 현재 충분히 활용되지 못하고 있다고 생각이 든다. 홍보할 필요성이 있다고 생각한다. 다양한 프로그램을 진행하고 있다고는 들었지만 예술가들에게 충분히 전달되지 않고 있기 때문에 활용도가 떨어진다.(극단기획자 B씨)."

"들은 적 있지만 참여에 실질적으로 어려움이 따른다. 거주지 옮기는 문제도 있고 기성작가들 위주로 모인다는 인식이 있다. 예술가들이 창작촌에 참여하는 것에 대한 정보가 부족하다(미술학도 D씨)."

이러한 정보의 부족은 오프라인의 한계를 보여준다. 이러한 창작촌 시스템이 후세대 예술가들에게 전달되기 어렵다면, 기존 세대의 예술가들의 모임으로 그칠 가능성이 높다. 정보가 자연스럽게 전달되고 모임이 온라인에서 파생이 된다면, 현재의 웹상에서 나타나는 네트워크 흐름과 같이 자연스럽게 온라인에서 오프라인으로 각자의 주제와 흥미에 따라 모임이 생성될 수 있다. 특히 온라인 창작촌은 예술가 개인이 가지고 있는 시간/비용의 제약을 극복하고 다른 예술가와의 교류를 높일 수 있는 방법이다. 이러한 온라인 모임에서 작품 활동을 지지하는 기능이 추가된다면 온라인 창작촌의 역할과 기능이 향상될 수 있다.

"오프라인 상 공간이다 보니 현실적 어려움이 있다(미술학도 D씨)."

기존 창작촌이 가진 문제점들을 바탕으로 소셜 크리에이팅 서비스를 제공하는 데 추가적인 사항을 고려할 수 있다. 기존 창작촌의 문제는 현 세대의 예술가들이 참여하기에 정보가 부족하다는 것이다. 기성 예술가들이 모이는 자리라는 인식이 드는 것도 확인하였다. 따라서 현세대와 기성세대 예술가, 또는 거장과 아마추어의 만남이 자연스럽게 이루어지고, 이들이 서로의 창작세계를 자극하고 배울 수 있는 기회를 만드는 것이 중요하다. 아마추어들만의 공간이 아니라 전문가들도 이 공간을 통해 얻을 수 있는 정보와 자원을 충분히 제공해야 한다. 예를 들어, 젊은 생각을 제공할 수 있거나, 새로운 연출방식을 배우는 공간, 기획이나 제작 트렌드를 빠르게 공유하는 공간이 되어야 한다.

4. 소셜 크리에이팅 서비스의 전망

다음은 소셜 크리에이팅 서비스에 대한 정보를 듣고 평가한 내용을 바탕으로 정리하였다. 크게 창작활동에 대한 영향, 경제적 측면에서의 영향, 사회적 측면에서의 영향이었다. 또한 서비스를 통해 나타날 문제점들에 대해서 전문가의 의견을 정리하였다.

가. 창작활동에 대한 영향

소셜 크리에이팅 서비스를 통해 각 분야의 예술가들의 도움이나 다른 분야의 융합으로 창작활동이 왕성해질 것이라는 의견들이 있었다. 다양한 사람들을 만나고 청년들이 일할 수 있는 기회를 찾을 공간으로서의 역할을 수행할 것으로 기대하였다. 또 다른 의견으로는 자신의 작품을 소개할 공간으로서 소셜 크리에이팅 서비스가 작용할 것으로 기대하였다.

" 좀 더 다양한 창작품을 생산해 낼 수 있을 것 같다(현대무용안무가 A씨)."

"다양한 사람들을 만날 수 있을 것 같고. 참여하는 데 오프라인(기존 창작촌)에 비해 심리적 벽이 낮을 것 같다.(미술학도 D씨)."

"작품을 만들어내는 것 자체로도(꼭 판매가 이뤄지지 않더라도) 리워드도 있어야 예술가들이 계속해서 작품 활동을 할 수가 있다. 자신의 작품을 소개할 공간이 많이 생겼으면 좋겠다(미술학도 D씨)."

"많은 청년들이 일을 할 기회를 찾을 것 같다(문화예술 웹진 운영자 E씨)."

하지만 작품의 진행상황을 공개하는 것은 어려운 일이기 때문에 공유보다 작품 홍보에서만 활용될 수 있다는 우려적인 측면도 나타났다. 이러한 점을 고려하면, 소셜 크리에이팅 서비스가 작품 아이디어 공개에 대한 저작권 측면을 보호할 수 있어야, 많은 예술가들이 자신의 생각을 공유하고 발전시키는 공간으로 발전시킬 수 있을 것이다.

"새로운 길이라고는 생각되지만 예술가들 특성상 진행사항들을 공개적으로 알리는 것을 꺼려하기 때문에 프로젝트나 아이디어를 공유하는 면으로의 활용도는 떨어진다고 생각된다. 공연 홍보 목적으로만 이용하지 않을까 생각된다(극단기획자 B씨)."

나. 경제적 측면에서의 영향

다음은 경제적인 측면에서 나타날 수 있는 영향력에 대해 의견을 제시한 부분이다. 인터뷰

결과 독창적인 작품들의 제작으로 관객들이 늘어날 것을 기대하였다. 특히, 아마추어들이 쉽게 진행하기 힘든 대형 프로젝트를 시도하는 기회가 될 것으로 기대하였다. 이것은 제작이나 기획에서 발생하는 시간, 공간 등의 비용을 줄여줄 것이라는 기대가 뒷받침되는 것으로 판단된다.

"시간 절약을 통해 자신들의 작업에 좀 더 집중할 수 있을 것 같다. 그로 인해 불필요한 에너지 소모가 많이 줄어들어 완성도 높은 창작품 생산할 수 있을 것 같다(현대무용안무가 A씨)."

"좋은 작품들이 나온다면 관객들이 더 찾을 수 있지 않을까 생각된다. 더 다양한 독창적인 작품들이 나오지 않을까 생각된다(극단기획자 B씨)."

"기획에 소요되는 비용을 줄일 수 있을 것이라고 생각된다(시간, 노력 포함)(미술학도 D씨)."

"특히 대관 문제가 항상 어려운데 예술가들 말고도 장비나 공간 대여하는 사람들도 참여할 수 있는 공간이 되었으면 좋겠다(미술학도 D씨)."

"아무래도 기성작가보다는 아마추어들이 많이 이용할 테니까 뭔가 새로운 문화적 기류가 형성될 것 같다. 엄두가 나지 않는 프로젝트도 시도할 수 있는 기회가 될 것이다(문화예술 웹진 운영자 E씨)."

다. 사회적 측면에서의 영향

다음은 사회적 측면에서 나타날 수 있는 영향력에 대해 의견을 제시한 부분이다. 인터뷰 결과, 이전보다 순수예술에도 관심을 가질 수 있는 기회로 작용할 것이라는 기대를 보였다. 또한 아이디어 공유가 새로운 작품으로 발전하는데 도움이 될 것이라고 생각하기도 하지만 한편으로 아이디어 공유가 작품의 저작권 분쟁을 일으킬 소지가 있다는 의견을 보였다. 따라서 앞서 제시한 바와 같이, 소셜 크리에이팅 서비스가 작품 아이디어 공개에 대한 저작권 측면을 보호할 수 있어야 한다. 또한 공동 저작권 부분에서도 서로의 저작권에 대한 합의나 계약이 협업 전에 이루어질 수 있도록 장치를 마련해 주는 것이 필요하다.

"아이디어들의 공유로 인해 작품이 완성 되었다면 그 저작권은 누구에게 갈 것이며 또한 그 아이디어 공유로 영감을 받아 다른 비슷한 작품이 나올 수 있다고 생각한다. 그렇기에 아이디어에 대한 보호도 필요하다고 생각한다(극단기획자 B씨)."

"사람들이 순수예술에 관심을 가지게 될 것 같다 (미술학도 D씨)."

"내 아이디어를 올려서 그걸 누가 카피하느냐보다 내가 발전시키고 싶은 프로젝트에 모인 사람들끼리의 지분 싸움이 더 클 것이다. 이런 싸움보다 서로 아이디어가 발전하는데 공유하는 정신을 발휘했으면 좋겠다(문화예술 웹진 운영자 E씨)."

IV. 결론

1. 연구 결과 요약

본 연구는 다매체 다채널 시대의 도립과 더불어 예술가간 네트워크 형성의 중요성이 커짐에 주목하여 온라인상에서의 창작촌, 즉 소셜 크리에이팅 서비스의 도입을 검토하기 위해 실시되었다. 다양한 매체 및 서비스의 등장은 예술가들에게 새로운 기회를 부여하였다. 한 예로 클라우드 펀딩을 들 수 있다. 클라우드 펀딩이란 군중이라는 의미의 클라우드(Crowd)와 자금모집을 뜻하는 펀딩(Funding)이 합쳐진 것으로, 현재는 온라인상에서 불특정 다수의 네티즌들로부터 자금을 모집하는 행위를 말한다(Howe, 2008). 클라우드펀딩은 클라우드소싱의 구조적 요소를 포함하고 있는데(윤민섭, 2012), 클라우드소싱과 다른 점은 클라우드펀딩은 오로지 자금에만 초점을 맞추며, 아이디어를 발전시키기보다는 이미 제출한 아이디어에 대한 지원을 받는 것에 관심을 둔다는 점이다. 하지만 하나의 문화예술 관련 작품을 창조하기 위해서는 자금뿐만 아니라 인력이나 기술, 장비, 유통 창구 등 다양한 분야에서의 도움이 필요하다. 또 때로는 아이디어를 제시한 당사자조차 무엇이 자신의 프로젝트, 혹은 작품을 위해 필요한지에 대해서 분명히 인식하지 못하는 경우가 많다. 예를 들어 독립 영화를 제작하려는 감독이 작품에 출연할 배우를 온라인상에서 구하는 경우는 지금도 비일비재하다. 하지만 이런 상황은 감독이 어떠한 배우가 필요한지를 분명하게 인지하고 있을 때에만 가능하다. 때로는 다른 영역에서의 아이디어가 작품을 더욱 풍요롭게 할 수 있으며, 출연할 작품을 고르는 배우들이 감독에게 새로운 배역을 주문할 수도 있다.

이러한 취지에서 본 연구에서는 각 분야(현대 무용, 연극, 영화, 미술, 문화예술 관련 웹사이트)에 종사하고 있는 문화예술인 5명과 전문가 심층인터뷰를 실시하여 현재 문화예술인들이 겪고 있는 문제가 무엇이며, 본 연구에서 제안하는 소셜 크리에이팅이 어떠한 방식으로 나아가야 하는가에 대한 조언을 얻고자 하였다.

인터뷰 결과 다섯 명의 모든 전문가 모두 작품 창작에 필요한 인력과 자원을 얻는 과정에서 문제를 겪었음을 알 수 있었다. 서로 분야는 다르지만 이들은 모두 인맥을 통해서 작품 창작에 필요한 인력을 구축하고 있었다. 따라서 본 연구에서 제안하는 소셜 크리에이팅 서비스에는 각 분야를 망라하는 예술가들이 자발적으로 프로젝트 공유 및 발전에 참여할 수 있도록 단단한 사이트를 구축하고, 이들이 서로 분야에 관계없이 소통할 수 있도록 대화의 창이 열려있어야 한다. 또한 문화예술인들의 참여를 독려하기 위해 참여 경력이 인력 및 자본 조달에 있어 인센티브로 돌아올 수 있도록 포인트제를 도입하는 것도 고려되어야 할 것이다.

인력 충원에 있어 가장 문제시되는 것은 높은 기술력을 갖춘 적합한 인재를 찾기가 어렵다는 것이다. 따라서 기성작가뿐만 아니라 학생이나 아마추어, 그리고 창작에는 관여하지 않지만

유통이나 창작에 필요한 장비 및 장소를 제공할 수 있는 사람들이 모두 참여하고 활발한 활동을 할 수 있게 해야 한다. 인터뷰에서도 홍보의 문제가 지적되었던 만큼 소셜 크리에이팅 서비스에 대한 긍정적 인식을 심기 위한 초기 홍보가 중요할 것으로 보인다. 또한 각 분야별로 필요한 인력에 조금씩 차이가 있는 만큼 각 분야의 창작 과정에 대한 고려가 있다면 더욱 많은 문화예술인들의 호응을 얻을 수 있을 것이라고 기대된다.

또한 기존 창작촌과 비교하여 소셜 크리에이팅 서비스는 높은 접근성을 바탕으로 여러 정보를 손쉽게 얻을 수 있으며, 아마추어와 프로 작가가 서로 자연스럽게 만날 수 있는 기회의 장이 될 것이라는 의견이 있었다. 따라서 소셜 크리에이팅 서비스는 젊은 생각을 제공할 수 있거나, 새로운 연출방식을 배우는 공간, 기획이나 제작 트렌드를 빠르게 공유하는 공간이 되어야 할 것이다.

마지막으로 소셜 크리에이팅 서비스에 대한 전망에 대해 전문가들은 이 사이트를 통해 작품 창작에 필요한 시간과 비용을 절감하는 효과를 기대하고 있었다. 특히 작품 창작 자체가 아닌 장소 대관이나 장비 대여 등의 문제로 허덕이지 않고 서로가 서로의 필요를 충족시켜주는 것이 이들이 가장 기대하는 것이었다. 따라서 소셜 크리에이팅 서비스는 이러한 필요를 충족시키는 공간이 되어야 할 것이라고 제안한다.

2. 합의

예술은 사회와 그 궤를 같이 하며, 따라서 새로운 매체나 채널, 기술 등이 등장하면 영향을 받을 수밖에 없다. 하지만 사회의 빠른 발전 속도와는 별개로 개인이 도달할 수 있는 능력과 할당할 수 있는 시간 및 노력에는 한계가 있다. 문화예술인 역시 마찬가지다. 작품을 창작하는 자체에도 타분야에 대한 고려가 필요하고, 또한 이것을 유통하는 창구에 대한 고민도 있어야 한다. 특히 요즘처럼 융합이 강조되는 때에는 다른 분야와의 연계를 통해 더 나은 작품을 탄생시킬 수도 있다. 하지만 아직까지는 이렇게 예술가들이 서로의 분야를 망라하여 도움을 주고 받을 수 있는 공간이 부족하다. 오프라인 상에서 여러 창작촌들이 생겨나고 있는 있지만, 오프라인 창작촌은 지가나 상업화 등 다양한 문제점을 갖는다. 또한 오프라인 창작촌은 거주 문제가 있기 때문에 실제로 여러 지역의 예술가들이 한 자리에 모이기는 어렵다. 따라서 본 연구에서는 소셜 크리에이팅이라는 온라인 상에서의 창작촌 도입을 검토하고자 하였다. 사회 자본(Social Capital)은 문화예술인들에게도 매우 중요한 것이다. 사람들은 자신이 가진 인적 네트워크를 통하여 다양한 행동을 하기 때문이다. 본 연구에서 제안하는 소셜 크리에이팅 서비스는 이러한 인적 네트워크의 지평을 확장하는 데 그 첫 번째 목적을 두고 있으며, 이렇게 확장된 인적 네트워크를 통해 더욱 발전된 형태의 예술 작품 창작이 궁극적 지향점이다. 미술이나 무

용 등 대중적으로 큰 인기가 없는 문화예술 분야의 경우에는 인력 조달의 어려움이 실제 만들어지는 극의 폭을 줄이고, 다시금 이것이 관객의 외면을 받게 하는 요인으로 작용하고 있다(김철리, 1993). 따라서 소셜 크리에이팅 서비스와 같은 온라인에서의 창작촌, 혹은 문화예술인들 간의 네트워크 구축은 양질의 예술 작품 창조를 촉발하여 대중들로 하여금 다양한 장르의 예술이 사랑받을 수 있는 기회를 제공하리라고 생각한다. 또한 다양한 장르를 망라하는 소셜 크리에이팅 서비스를 이용함으로써 예술가 개인이 자신의 장르 영역을 넘어 보다 더 큰 창의력을 발휘할 수 있을 것으로 기대한다.

참고문헌

- 권상희, 『인터넷 영화와 예술변형』 pp. 281~330, 사이버커뮤니케이션 학보, 2006.
- 김장섭, 탈장르화 예술성향. 『문화예술』, 115호.
(http://www.arko.or.kr/zine/artspaper88_01/index8801.htm). 1988.
- 김철리. 연극 제작의 문제점. 『문화예술』, 169호.
(http://www.arko.or.kr/zine/artspaper93_08/index9308.htm). 1993.
- 김홍주, 『문래창작촌의 장소성과 창조네트워크 특성』, pp. 207~219, 국토계획, 207~219, 2011.
- 김홍주·박세훈, 창작촌의 예술가 창조네트워크 비교: 문래창작촌과 또따또가 사례를 중심으로. 『도시행정학보』, 25권 1호, 181~200. 2012.
- 박승애·윤준성·송관호. 문화적 다양성을 위한 문래동 예술단지에 관한 연구. 『기초조형학연구』, 10권 6호, 191~199. 2009.
- 박진영·강태영. 매체 이용자 집단별 사회자본 상관분석: 미디어 레퍼토리 유형에 따른 사회참여와 인적교류에 관한 연구. 『사이버커뮤니케이션학보』, 28권 1호, 5~51. 2011.
- 예술과도시사회연구소. 문래창작촌 연구, 1~70. 2008.
- 윤민섭. 자금조달 수단으로서 Crowdfunding에 관한 법적 연구. 『기업법연구』, 26권 2호, 185~225.
- 위화. 인생. 서울: 백원담. 2007.
- 정소연·이원형. 시대적 변화에서 나타난 백남준과 그의 모순. 『한국콘텐츠학회논문지』, 11권 7호, 153~167. 2011.
- 최준·구영민. 도시재생의 관점에서 본 아트팩토리: 운동의 문제점과 대안에 관한 연구. 『대한건축학회 학술발표대회 논문집』, 53, 555~558. 2009.
- Bayliss, D. The rise of the creative city: Culture and creativity in Copenhagen. *European Planning Studies*, 15(7), 889~903. 2007.
- Burt, R. S. *The social structure of competition in networks and organizations: structure, forum and action*. Boston: Harvard Business School Press. 1992.
- Becker, H. *Art and the state. Art worlds*. Berkeley: University of California Press. 2008.
- Davis, R. *The web of politics: The Internet's impact on the American political system*. New York: Oxford University Press. 1999.
- Fields, B., Jacobson, K., Casey, M., & Sandler, M. Do you sound like your friends? exploring artist similarity via artist social network relationships and audio signal processing,

The Proceeding of Int. Computer Music Conference, August 2008. 2008.

Florida, R. The rise of the creative class, New York: Basic books. 2002.

Gabbay, S. M., & Zuckerman, E. W. Social capital and opportunity in corporate R&D: the contingent effect of contact density on mobility expectations* 1,* 2,* 3. *Social Science Research*, 27(2), 189~217. 1998.

Granovetter, M. S. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360~1380. 1973.

Howe, J. Crowdsourcing. Why the power of the crowd is driving future of business. New York: Three Rivers Press. 2008.

KOCCA. 문화기술(CT) 심층리포트, 2011년 7월호, 1~42. 2011.

Lin, N. Building a Network Theory of Social Capital. *Connections*, 22(1), 28~51. 1999.

Matarosso, F. *Use or ornament: The social impact of participation in the arts*. London: Comedia. 2002.

Newman, A., & McLean, F. Architectures of inclusion: museums, galleries and inclusive communities, in: R. Sandell (Ed.) *Museums, Society, Inequality* (London: Routledge). 2002.

Newman, A., & McLean, F. Presumption, policy and practice: The use of museums and galleries as agents of social inclusion in Great Britain, *International Journal of Cultural Policy*, 10(2), 167~180. 2004.

Romo, F. P., & Schwartz, M. The structural embeddedness of business decisions: The migration of manufacturing plants in New York State, 1960 to 1985. *American Sociological Review*, 60(6), 874~907. 1995.

Scott, A. J. The cultural economy: geography and the creative field, *Media, Culture and Society*, 21, 807~817. 1999.

Zimmerman, J. From brew town to cool town: Neoliberalism and the creative city development strategy in Milwaukee. *Cities*, 25(4), 230~242. 2008.

소셜 크리에이팅 : 온라인상에서의 예술가 네트워크 구축 방안

본 연구에서는 오프라인의 창작촌이 갖는 문제점을 인식하고, 온라인에서 기존 창작촌의 기능을 보완하는 창작촌을 구축할 것을 제안하고자 한다. 특히 소셜 네트워킹 서비스(SNS)가 널리 사용됨에 따라 소셜 펀딩(혹은 클라우드 펀딩)이나 소셜 리크루팅처럼 작품 창작과 새로운 예술가 발굴을 위한 시도들이 이뤄지고 있다. 본 연구에서 제안하는 온라인 창작촌(일명 소셜 크리에이팅)은 단지 프로젝트를 위해 자금을 조달받거나 SNS를 통해 필요한 인력을 찾는 것을 넘어서서 다양한 장르의 예술가들이 지가 등 환경적 요인에 구애받지 않고 자유롭게 상호작용할 수 있는 플랫폼으로 나아가고자 한다. 따라서 본 연구는 먼저 온라인 상에서의 창작촌 구축의 시급성을 알아보고, 구체적인 개발 방향을 제시하며, 이러한 소셜 크리에이팅 서비스(Social Creating Service)의를 통해 예술가들의 작품 활동을 어떤 식으로 지원할 수 있을지 논의해 보고자 한다.

본 연구에서는 소셜 크리에이팅 서비스 구체적인 형태를 구성하기 위해 문화예술 업계에 있는 관계자들의 의견을 수렴하였다. 전문가 심층 인터뷰 참여자는 현대무용안무가, 극단기획자, 영화감독, 작가 및 문화예술 웹진 운영자 등 예술, 공연, 영화 등의 분야에서 작품 활동을 하는 전문가 및 관계자들로 구성되었다.

전문가 심층 인터뷰 결과를 바탕으로 4가지 측면에서 소셜 크리에이팅 서비스의 필요한 기능과 고려사항을 확인하였다. 첫 번째는 기존 인적 자원 충원 방식과 문제점 부분이다. 대부분 기존 인맥을 통해 협력자를 구하고 있었다. 서로의 인맥을 통해서 구하기 때문에 스케줄을 동시에 맞추거나 영화와 같이 장기/대형 프로젝트의 경우 일괄 관리의 어려움이 있었다. 또한 지원비(인건비)가 부족한 경우에는 부탁하는데도 어려움이 있지만 해당 기술에 대한 실력이나 능력이 뛰어난 사람을 섭외하기 어렵다는 점이 공통된 문제점이었다.

이와 같은 문제점을 소셜 크리에이팅 서비스에서 보완하기 위해서는 다음과 같은 점을 고려해야 한다. 인건비의 문제점은 온라인상에서도 마찬가지로 발생할 수 있다. 학생, 아마추어 작가, 제작자의 경우, 펀드나 대형 제작사의 지원을 받기 어려운 실정이다. 따라서 향후 서비스에서 지원을 받을 수 있는 소셜 펀딩의 기능을 추가하는 방안을 모색할 수 있으며, 소셜 크리에이팅 서비스에 올려놓은 아이디어와 작품의 질에 자발적으로 참여하고, 이러한 참여 경력들이 인센티브로 돌아올 수 있는 포인트제를 제공하는 방법도 고려할 수 있다.

또한 높은 기술력이나 능력을 가진 사람들을 섭외하기 어렵다는 단점을 소셜 크리에이팅 서비스에서 보완할 수 있어야 한다. 서비스에서의 풀이 증가하기 위해서는 학생과 아마추어 문화예술인뿐 아니라 해당 분야의 전문가와 유명 문화예술인들이 참여하고 활발한 활동을 할 수 있어야 한다.

두 번째는 기존 물리적 자원 조달 방식과 문제점을 바탕으로 소셜 크리에이팅 서비스를 보완하고자 하였다. 인터뷰 결과, 장비 및 장치 등의 물리적 자원들은 앞선 인적 자원과 마찬가지로, 기존 인맥을 활용하기도 하였지만 자체적 제작해버리거나 개인적으로 구하는 경우가 많

있다. 이러한 물리적 자원 충당이 자금과 연결되어 있기 때문이다. 외부에서 구매하거나 렌트하는 경우는 자금이 많이 필요하기 때문에 작품에서 원하는 장비보다 질이 좋지 않더라도 자체적으로 제작하는 방식을 택하는 것이다. 이와 같은 문제점들을 소셜 크리에이팅 서비스에서 참고해야 한다. 직접적인 구매보다 장비 렌트의 용이성을 높이는 것이다. 무대 장소의 제공, 장비, 장치 등의 구매는 실질적으로 자금과 연결되어 있다. 기존 인맥에는 한계가 있기 때문에 렌트를 하기에 어려움이 있었다. 따라서 많은 현업인들을 참여하는 가운데 필요한 물리적 자원을 렌트해주거나 구하는 방식들을 공유한다면 자금을 최소화하는데 도움이 될 수 있다.

세 번째는 기존 오프라인 창작촌 방식과 문제점을 살펴봄으로써 본 서비스를 보완하고자 하였다. 인터뷰 결과에서는 창작촌에 대해서는 예술가들에게 유용하고 필요한 곳이라고 생각하지만, 정작 창작촌에 대한 정보가 매우 부족함을 알 수 있다. 기성 예술가들의 모임이라는 편견을 가지고 참여하기 어렵다는 의견도 있었다. 창작촌의 취지는 긍정적이나 정작 자신이 참여하기에는 창작촌에 대한 정보나 가입 조건이 충분치 않다는 것이다. 기존 창작촌이 가진 문제점들을 바탕으로 소셜 크리에이팅 서비스를 제공하는 데 추가적인 사항을 고려할 수 있다. 기존 창작촌의 문제는 현 세대의 예술가들이 참여하기에 정보가 부족하다는 것이다. 기성 예술가들이 모이는 자리라는 인식이 드는 것도 확인하였다. 따라서 현세대와 기성세대 예술가, 또는 거장과 아마추어의 만남이 자연스럽게 이루어지고, 이들이 서로의 창작세계를 자극하고 배울 수 있는 기회를 만드는 것이 중요하다. 아마추어들만의 공간이 아니라 전문가들도 이 공간을 통해 얻을 수 있는 정보와 자원을 충분히 제공해야 한다. 예를 들어, 젊은 생각을 제공할 수 있거나, 새로운 연출방식을 배우는 공간, 기획이나 제작 트렌드를 빠르게 공유하는 공간이 되어야 한다.

마지막으로 전문가들은 소셜 크리에이팅 서비스에 대한 영향력을 전망하였다. 소셜 크리에이팅 서비스를 통해 각 분야의 예술가들의 도움이나 다른 분야의 융합으로 창작활동이 왕성해질 것이라는 의견들이 있었다. 다양한 사람들을 만나고 청년들이 일할 수 있는 기회를 찾을 공간으로서의 역할을 수행할 것으로 기대하였다. 또 다른 의견으로는 자신의 작품을 소개할 공간으로서 소셜 크리에이팅 서비스가 작용할 것으로 기대하였다. 하지만 작품의 진행상황을 공개하는 것은 어려운 일이기 때문에 공유보다 작품 홍보에서만 활용될 수 있다는 우려적인 측면도 나타났다. 이러한 점을 고려하면, 소셜 크리에이팅 서비스가 작품 아이디어 공개에 대한 저작권 측면을 보호할 수 있어야, 많은 예술가들이 자신의 생각을 공유하고 발전시키는 공간으로 발전시킬 수 있을 것이다. 다음은 경제적인 측면에서 나타날 수 있는 영향력에 대해 의견을 제시한 부분이다. 인터뷰 결과 독창적인 작품들의 제작으로 관객들이 늘어날 것을 기대하였다. 특히, 아마추어들이 쉽게 진행하기 힘든 대형 프로젝트를 시도하는 기회가 될 것으로 기대하였다. 이것은 제작이나 기획에서 발생하는 시간, 공간 등의 비용을 줄여줄 것이라는 기대가 뒷받침되는 것으로 판단된다. 다음은 사회적 측면에서 나타날 수 있는 영향력에 대해 의견을 제시한 부분이다. 인터뷰 결과, 이전보다 순수예술에도 관심을 가질 수 있는 기회로 작용할 것이라는 기대를 보였다. 또한 아이디어 공유가 새로운 작품으로 발전하는데 도움이 될 것이라고 생각하기도 하지만 한편으로 아이디어 공유가 작품의 저작권 분쟁을 일으킬 소지가 있다는 의견을 보였다. 따라서 앞서 제시한 바와 같이, 소셜 크리에이팅 서비스가 작품 아이디어 공개에 대한 저작권 측면을 보호할 수 있어야 한다. 또한 공동 저작권 부분에서도 서로의 저작권에 대한 합의나 계약이 협업 전에 이루어질 수 있도록 장치를 마련해 주는 것이 필요하다.