

<크리에이티브 플랫폼 작동 개요>

레이블의 디지털 플랫폼화 :
프로세스화 시킬 수 있는 것들은 전부 플랫폼으로 대체할 수 있다.

- 편향적으로 매니지먼트가 크리에이터들에게 이익이나 작업물에 대해서 개입하지 않는
- 플랫폼을 통해 레이블 없이 독립 창작자들이 쉽게 협업하여 창작활동 후 수익 배분

주요내용

- 창작자의 주체적 활동, 소속사의 통제 배제
- 서로의 신뢰를 기반한 활동과 수익 배분
- 갑과 을의 소멸을 통한 건전한 창작 생태계
- 기존의 시스템 파괴가 아닌 새로운 시스템 제안이 목적
- 창작자의 활동 수준에 수익이 결정,
- 새로운 프로세스의 적용 범위
- 창작, 오로지 전업이 아닌 부업 위주로 생태계 확장
- 첨언 : Jeanz(구 NewJeans)가 새로운 창작 생태계의 열쇠일 수도

2024.12.16

박준서



창작자의 주체적 활동

현재 한국 문화예술 생태계에서 가장 두드러지는 것은 소속사(또는 레이블)과 아티스트 또는 크리에이터 사이의 계약에서 발생하는 암묵적 갑을 관계와 창작활동에 있어서의 권한 행사이다.

창작은 창작자로부터 이뤄지며 한명의 사람 또는 다수 사람의 집합이다. 창작자라는 사람이 표출할 수 있는 영역은 다양하다. 단순히 결과물을 떠나서 말과 행동, 행보와 행적등에서 아티스트를 표출할 수 있다.

매니지먼트와 계약관계일 경우 최대한의 수익 창출을 목표로한다. 창작자는 팬을 확보해야하며 팬층의 소비로 장사하는 팬 커머스의 경우에는 팬덤의 이탈을 막는것이 중요하다. 경험이 쌓인 매니지먼트는 사람들의 심리를 파악해 암묵적 을 관계에 있는 창작자들의 행동과 언행을 통제하기도 한다.

이러한 과정이 문화예술 생태계에 건전치 못함을 나타낸다고 주장한다.

예술은 한 인간이나 집단의 경험, 사상등이 당연히 녹아든다. 대표적인 케이스가 싱어송라이터이다. 하지만 우리나라는 미국과 다르게 더이상 싱어송라이터를 찾기가 힘들다.

이는 소속사들이 어린 재능있는 인력들을 빨아들인 후 아이돌이라는 매니지먼트 시스템 속에서 투자자 및 제작자들의 의견을 투영한다. 이 과정이 과하게, 또는 사회의 많은 인원에게 연속적으로 시행되며 우리는 더이상 창의적이고 주체적인 하나의 페르소나를 가진 아티스트를 만나보기 힘들다.

소속사들이 아티스트를 기업의 사업 프로세스에서 투자하는 재화, 보유중인 자산 위치에 놓고 프로세스를 진행하고 있기 때문이다.

서로의 신뢰를 기반한 활동과 수익 배분

매니지먼트(소속사)와 계약하는 이유는 창작자가 활동에 있어서 모든 것을 완벽히 수행해내기에는 물리적, 금전적 등 여러가지 제약이 있기 때문이다. 그런데 소속사들은 그 부분을 창작자들의 약점으로 파악하였다. 크리에이터들은 열악한 자본, 그리고 부족한 부분으로부터 오는 활동중의 어려움을 압박감으로 받아들이며 소속사들과 계약하기 쉽다.

또한 기존에 매니지먼트들과 계약하여 성공한 사례가 많으니 그 외에는 사회가 문화예술에서 성공 방식에 대한 탐구나 갈망을 하지 않는다. 이것은 비교적 검증된 길을 선택하는 사람의 습성에 기인하기에 당연한 일이지만 이런 방식은 어느 틀에서 획일화된 창작물들을 만들어내는 사회가 되고 이것은 경쟁력 약화를 의미하며 전체적인 산업의 약화또한 유도한다.



아이돌을 들여다보자. 레이블이 기존에 하는 것들이 작곡가, 퍼포먼스 디렉터, 뮤비 감독들과 연계하여 여러가지 사항을 결정하고 이를 아이돌 멤버들이라는 하나의 매개체에 담아내는 일이다. 그 외에 소셜 미디어 관리, 마케팅, 법무등을 담당한다.

이를 통해서 법원이 앞선 소속사와 아티스트 관계를 갑을 관계가 아닌 동반자라고 판단한 것과 관계없이 수익 배분과 의견 행사 과정에서 암묵적 갑을, 상하관계가 생긴다.

이는 투자 후 회수라는 기업의 기본적 사업 시스템이 적용되었기 때문이며 창작할 능력이 있는 창작자보다는 정량화 할 수 있는 가치인 돈에 가치 중점을 두었고, 그리고 그것을 가장 많이 투자한 게 소속사인 까닭으로 발생한다.

수익창출의 근본인 판매 후 수익

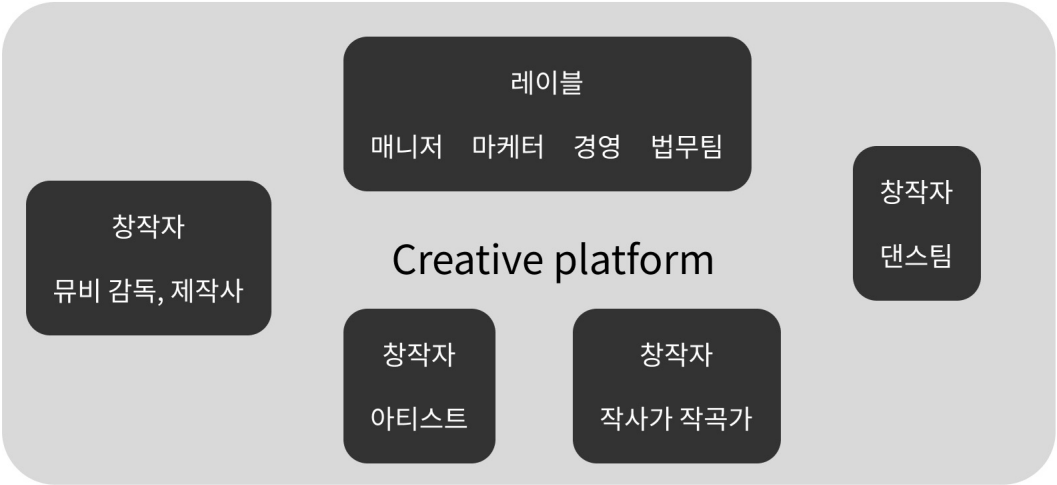
그러나 수익은 창작자의 활동수준에 달려

창작자들이 협업하든 혼자 만들든 해서 창작물을 만들고 그것 만큼 수익을 올리는 것, 그리고 참여한 인원이 다 수라면 모두가 창작물에 대해 자신의 역할에서 최대한의 기여를 했을것이라 가정하는 신뢰속에서 수익을 일정하게 배분하는 것. 그것이 새롭게 제안하는 크리에이티브 플랫폼 시스템이다.

하지만 초기 거대자본의 투자가 없었기 때문에 퀄리티가 높지 못하거나 수익이 많지 않을 수 있다. 그것을 극복하는 것은 크리에이터의 몫인데 수익을 높이기 위해 콘텐츠를 많이 만들수도 있지만 그것은 창작자들에게 업무 과중을 초래한다. 하지만 이 또한 창작 주체에게 선택권이 간다는 것이 이 시스템이 기존 생태계에서 전환하고자 하는 바이다.

이 시스템에서는 매니지먼트도, 소속사도 참여할 수 있다. 하지만 수익 배분이나 창작물에 대해서 절대적으로 간섭할 수 있는 힘을 행사할 수는 없을 것이다. 이 프로세스에서 소속사와 창작자는 기업과 보유자산이 아닌 서로의 능력을 통해 목표 달성에 기여하는 동반자로 진정 거듭날 수 있다.

1



2

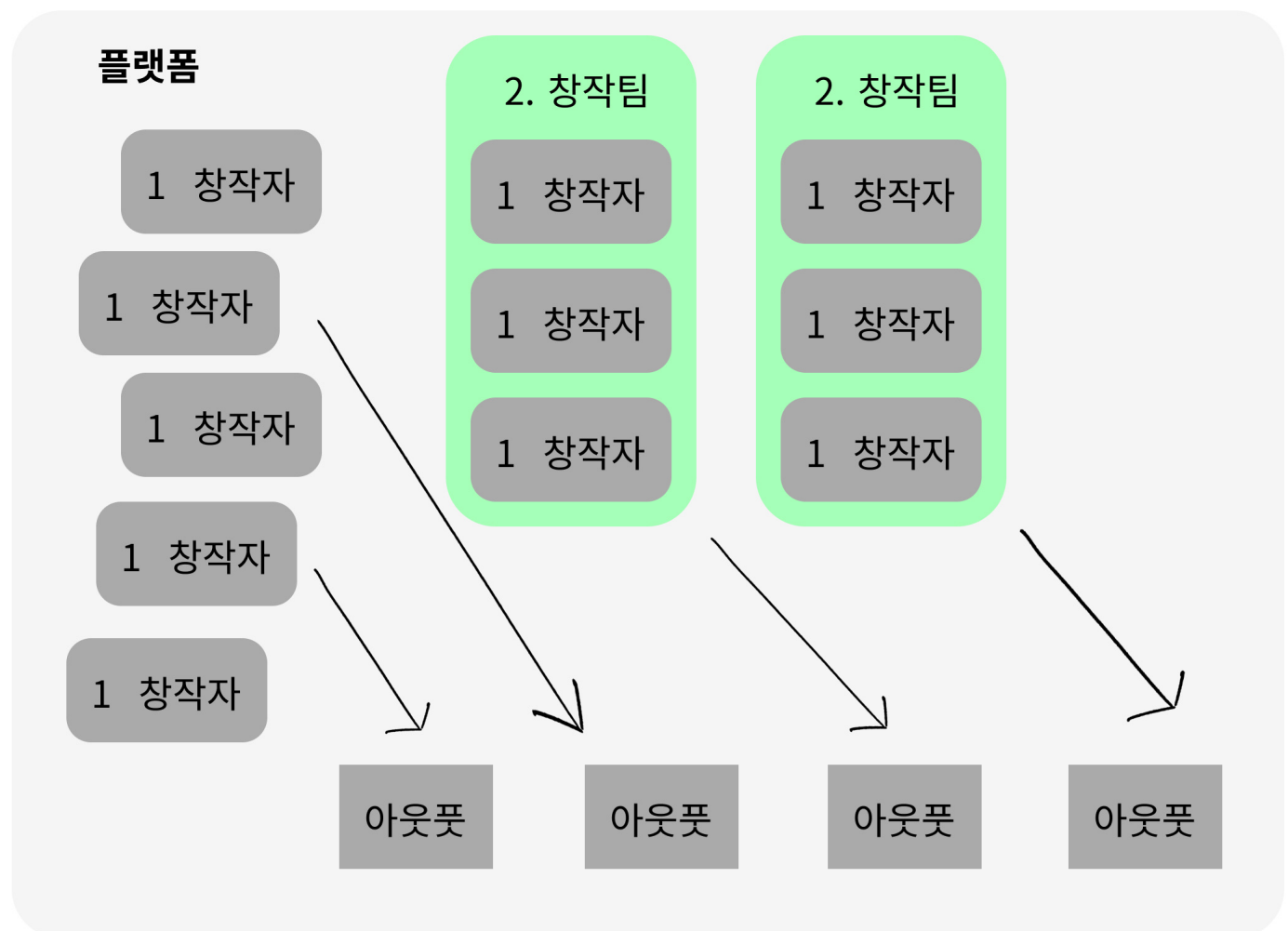


새로운 창작 생태계 구축을 위한 프로세스 적용 범위는?

이런 형태의 창작 집단운영과 그런 집단을 돕는 프로세스를 제공하는 플랫폼은 누구를 타겟팅 하는가? 몇가지의 형태를 들 수 있다.

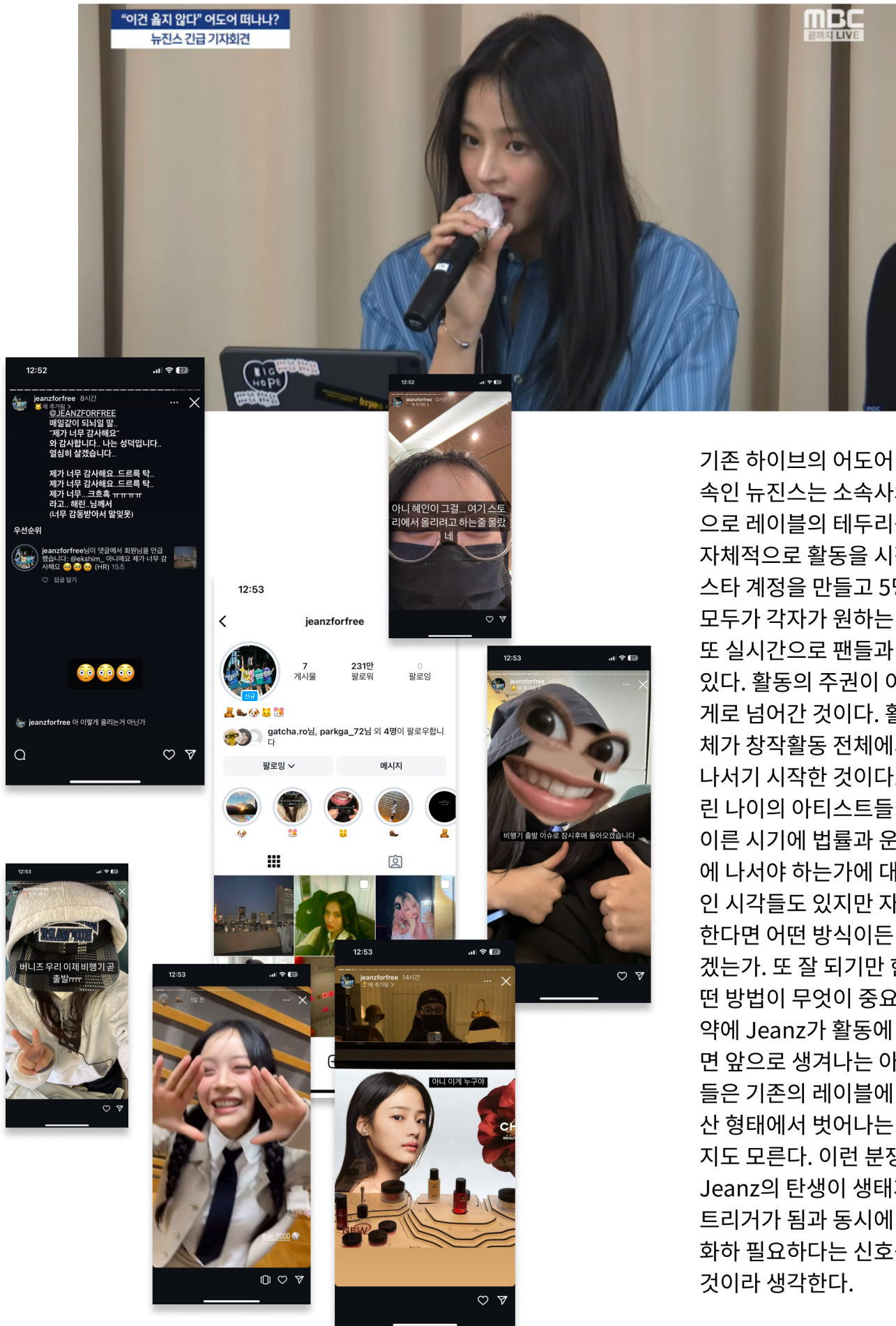
- 혼자서는 창작활동을 할 역량이 부족한 영세한 창작자
- 한 분야에서만 재능이 출중해 다른 재능있는 창작자와 협업이 필요한 창작자
- 이미 성공하여 새로운 분야와의 융합이나 기존 시스템과 관계의 개선이 필요한 창작자

그리고 이 프로세스가 가능한 이유, 세상이 이전과 변화했기때문이다. 사실 창작활동의 본질은 크게 변하지 않았다. 어느정도의 협업을 기반으로 하며 역할 분담을 하는 것 등등. 그것 외에 변화한 것은? 세상이 초연결 사회로 바뀌었다. 기술 발전으로 시공간의 제약을 받지 않고 협동이 가능하며 AI나 일반 프로그램등으로도 정형화시킬 수 있는 것들, 특히 매니지먼트 같은 부분은 사람 없이 기술로 대체 가능한 수준까지 왔기 때문이다. 이제 급격한 기술로 인한 변곡점의 시작에 왔을 뿐. 변화는 앞으로 계속 될 것이다.



첨언 :

Jeanz(구 New Jeans)가 새로운 창작생태계의 열쇠일수도



기존 하이브의 어도어 레이블 소속인 뉴진스는 소속사와의 분쟁으로 레이블의 테두리를 벗어나 자체적으로 활동을 시작했다. 인스타 계정을 만들고 5명의 멤버 모두가 각자가 원하는 방식으로, 또 실시간으로 팬들과 소통하고 있다. 활동의 주권이 아티스트에게로 넘어간 것이다. 활동의 주체가 창작활동 전체에서 전면에서 나가기 시작한 것이다. 물론 어린 나이의 아티스트들이 이렇게 이른 시기에 법률과 운영에 전면에서 나서야 하는가에 대한 회의적인 시각들도 있지만 자신들이 원한다면 어떤 방식이든 원할 안 되겠는가. 또 잘 되기만 한다면 어떤 방법이 무엇이 중요한가. 만약에 Jeanz가 활동에 성공한다면 앞으로 생겨나는 아이돌 그룹들은 기존의 레이블에 종속된 자산 형태에서 벗어나는 추세가 될지도 모른다. 이런 분쟁을 통한 Jeanz의 탄생이 생태계 변화의 트리거가 됨과 동시에 산업이 변화하 필요하다는 신호를 보낸 것이라 생각한다.

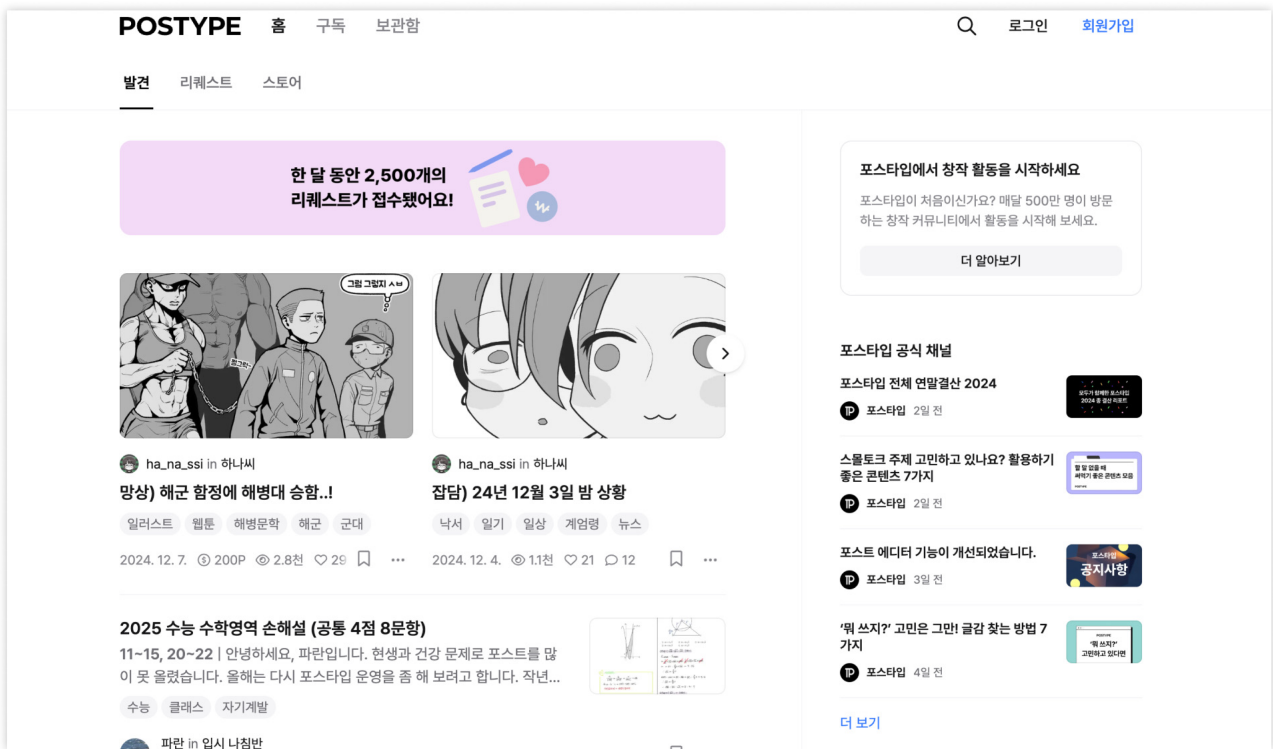
창작의 전업, 경계해야 하는 부분 : 부수입 창작 문화의 활성화

굳이 창작을 전업으로 하는 사람뿐만 아니라 모든 사업이 그러하듯이 선택받지 못하면 생존하지 못하고 투자 대비 단가가 맞지 않을 경우 수익이 많지 않을 수도 있다. 또한 그러한 부분을 극복하고자 과도하게 활동한다면 창작자가 건강상의 불이익을 얻게 되거나 주객전도가 되는 상황이 발생할 수 있다.

창작활동에서 특징이라고 하면 하기 싫는데 하는 경우는 찾기 힘들다는 것이다. 고뇌나 창작 과정의 힘듦 안에서 결과물이나 그 과정에서 발생하는 행복이 있다. 그리고 창작의 과정과 결과가 행복해야 좋은 결과물과 건전한 창작 생태계가 만들어진다. 전업으로 해서 고난을 겪는것도 행복하다면 다행이겠지만 대부분의 사람들은 그런 것을 원치 않는다. 하지만 다수의 사람들이 창작에 대한 욕구는 가지고 있다.

이 크리에이티브 플랫폼 프로세스를 제시하면서 제안하고픈 또 하나는 사람들이 창작활동의 활성화를 전업 창작의 유행으로 받아들이지 않았으면 좋겠다. 세상은 이제 생업인 본업 하나만으로 살아가기 어려워졌지 않은가. 부수입의 일종 정도로 창작활동을 받아들이고 그것을 돕는 플랫폼과 프로세스를 통해 마음껏 창작활동을 시도해보길 바란다.

그렇다면 이게 도대체 누구에게 어떤 도움이 되느냐? 전업이 아니더라도 창작자의 증가는 산업 전체의 파이를 키우게 될 것이다. 하다가 잘 되면 전업으로 전환할 수도 있다. 그런데 결국 다같이 생존하려면 영원히 파이를 키워나가는 수밖에 없다.



사람들은 나의 것을 하고 싶어 한다

돈까지 되면 더 좋고

아이돌같은 일종의 메이저 창작자로 여겨지는 대상을 가지고 이야기 해보았지만 결국 창작 플랫폼의 주체는 일반 대중과 지금 인스타, 트위터, 유튜브에서 활동하고 있는 수많은 크리에이터들이다. 시대가 변하면서 평생 직장이라는 단어가 사라졌다. 그리고 소속을 선호하지 않는 사람들이 늘어나며 프리랜서나 부업등을 하는 사람들이 늘어났다. 그리고 앞으로 회사에서 사람들이 하던 단순한 일들은 전부 AI가 대체할 수 있게 될것이다. 먼 미래가 아닌 사실 지금 대중은 AI의 발전으로 인한 삶의 변화를 피부로 느끼고 있다. AI가 대체할 수 없는 것은 무엇일까에 대해 진지하게 고민하는 시대가 와버렸다. 결국은 대체될 수 없는 '나의 것'을 해야 하는데 그 나의 것이 어느 종류이든 결국 크리에이터로서의 활동이 된다. 아이디어를 내는 것. 사람들은 앞으로 그런 삶을 살아야 할 것이다.

이 크리에이티브 플랫폼 프로세스를 제시하면서 제안하고픈 또 하나는 사람들이 창작활동의 활성화를 전업 창작의 유행으로 받아들이지 않았으면 좋겠다. 세상은 이제 생업인 본업 하나만으로 살아가기 어려워졌지 않은가. 부수입의 일종 정도로 창작활동을 받아들이고 그것을 돕는 플랫폼과 프로세스를 통해 마음껏 창작활동을 시도해보길 바란다.

그렇다면 이게 도대체 누구에게 어떤 도움이 되느냐? 전업이 아니더라도 창작자의 증가는 산업 전체의 파이를 키우게 될 것이다. 하다가 잘 되면 전업으로 전환할 수도 있다. 그런데 결국 다같이 생존하려면 영원히 파이를 키워나가는 수밖에 없다.

2024.12.16

박준서

