

2012년 경기도 문화원
네트워크 구축사업
워크숍

2012. 9. 6~9. 7
수원 화성 사랑채

경기도사이버도서관



AEM004369



한국문화원연합회 경기도지회

2012년 경기도 문화원
네트워크 구축사업
워크숍

2012. 9. 6~9. 7

수원 화성 사랑채



한국문화원연합회 경기도지회

목 차

■ 문화비전 선언	2
■ 2012년 경기도 문화원 네트워크 구축사업 워크숍 개요 및 일정	3
■ 렉처 콘서트 I 지역축제의 이해와 전략	7
■ 네트워크 파티 I 경기도 문화원의 현안 공유	21
■ 렉처 콘서트 II 1. 현대사회와 예술 2. 문화예술이 지역발전에 미치는 영향	27
■ 렉처 콘서트 III 문화예술교육의 출발점과 지속가능성 모색	63
■ 참가자 현황 및 숙소	73

2007 문화비전 선언

문화는 삶을 담는 그릇이다. 우리는 문화시대에 살면서 세계인과 한가족으로 인류문화의 발전에 이바지할 책무를 지닌다. 지방문화원은 전통문화예술의 발굴과 육성, 문화예술교육 기회의 제공, 문화자원의 확보와 활용에 앞장서 온 지역 문화발전의 주역임을 자랑스럽게 여긴다. 이제 인간의 창의성 계발, 우리 문화의 세계화, 지방분권화에 따른 문화적 책임 등 시대적 요청에 부응하고 새로운 문화환경을 선도하는 문화원이 되기 위해 역할의 재정립을 가다듬어야 한다. 지방문화원은 도약을 다짐하는 뜻에서 ‘문화원의 날’을 제정하고 우리의 공고한 의지를 모아 다음과 같이 실천할 것을 선언한다.

하나, 지방문화원은 지역의 여러 문화 주체들의 힘을 모으는데 주도적인 역할을 한다.

하나, 지방문화원은 이 시대 주민들에게 필요한 지식정보와 다문화 시대의 매개자가 된다.

하나, 지방문화원은 문화 소외층이 없도록 함께 나누며 찾아가는 문화활동을 펼친다.

하나, 지방문화원은 일회적·단기적인 사업을 지양하고 지속적·장기적인 활동을 추진한다.

하나, 지방문화원을 문화경영의 전문조직으로 적극 육성한다.

2007. 10. 10

대한민국 227개 지방문화원 임직원 일동

2012년 경기도 문화원 네트워크 구축사업 워크숍 개요 및 일정

□ 사업개요

- 목 적 : 경기도민의 문화향유 증진과 지역문화발전을 위해 각 지역에서 활동하고 있는 경기도 문화원 사무국장을 대상으로 지역문화현장에 필요한 문화정책 및 네트워크 활성화 관련 워크숍 진행
- 일 시 : 2012년 9월 6(목) ~ 7일(금) (1박 2일)
- 장 소 : 수원화성사랑채
(수원시 팔달구 남창동 14번지, 031-254-5555)
- 대 상 : 경기도 지방문화원 사무국장
- 주 최 : 한국문화원연합회 경기도지회
- 공동진행 : 경기도문화원 사무국장협의회
- 후 원 : 경기도, 경기도의회

□ 추진방향

- 연수주제 : '경기도문화원 전문역량 강화 및 네트워크 활성화'
- 운영방향 : 지방문화원에서 지역문화정책 생산, 지역 문화 네트워크 형성 등의 역할을 담당하는 사무국장들에게 필요한 다양한 정보를 제공하고 지방문화원의 주요 현안에 대한 공유, 토론을 통해 지식정보 네트워크를 구축하고자 함

□ 전체 일정표

*세부일정은 사정에 따라 변동할 수 있습니다.

9월 6일(목, 1일차)		
10:00~11:00	○ 오리엔테이션	진행 : 최영주 사무처장 인사말 : 정상종 지회장
11:00~12:00	○ 사무국장 협의회	진행 : 사무국장협의회
12:00~13:00	○ 중식	숙소 내 식당
13:00~15:00	○ 렉처콘서트 1 -주제 : 지역축제의 이해와 전략 -강사 : 권순석(문화컨설팅 대표)	회의실
15:00~17:00	○ 네트워크파티 1 -경기도 문화원의 현안 공유 『경기도 문화원 중장기 발전방향 수립을 위한 실태 및 요구조사 연구』 보고서를 중심으로 -진행 : 최영주 사무처장	회의실
17:00~18:00	○ 석식	숙소 내 식당
18:00~20:00	○ 렉처콘서트 2 -주제 : 1. 현대사회와 예술 : 창조도시 전략에 대한 이해와 정책방안 2. 문화예술이 지역발전에 미치는 영향 -강사 : 라도삼(서울시정개발연구원 창의시정연구본부 연구위원)	회의실
20:00~22:00	○ 렉처콘서트 3 -주제 : 문화예술교육의 출발점과 지속가능성 모색 -강사 : 이춘아(한밭문화마당 대표)	회의실
22:00~	○ 네트워크파티 2 -경기도 문화원의 현안 공유 -진행 : 사무국장 협의회	-

9월 7일(금, 2일차)

08:00~10:00	○조식 / 체크아웃 준비	숙소 내 식당
10:00~12:00	○평가 및 발표	회의실
12:00~13:00	○중식 및 해산	숙소 내 식당

여 백

렉처 콘서트 I

지역 축제의 이해와 전략

문화컨설팅 바라 대표

권순석

축제 교육자료

잘 된 축제, 잘 안된 축제-

지역축제의 이해와 전략

문화컨설팅 바라 : 권순석

축제란 무엇인가?

축제 이야기 1

⊕ 김치축제 ??? vs 김장축제 !!!!!

문화컨설팅 바라

축제와 지역문화

축제와 지역문화가 된다는 것은?

☞ 강릉단오제와 할머니, 그리고 DNA

문화컨설팅 바라

축제와 지역문화

축제와 지역문화가 된다는 것은?

☞ 지역문화 : 文 + 化 (되다, 따르다, 인정하다)

그 가치에 대해 믿어 의심치 않는 상태에 도달하는 것

문화컨설팅 바라

축제와 지역문화

축제가 지역문화가 된다는 것은?

● 국사성황행차

이 모습은 오래 전부터 우리민족에게 전해오는 행위예술이다. 일사귀조차 들성들성 했던 단풍나무는 인간들의 소원을 담은 예단으로 치장하면서 풍격이 달라진다. 혼란 속에서 만들어 낸 장쾌한 퍼포먼스, 민중의 희망을 담고 신목, 국사성황신이 탄생하는 현장이다.

국사성황은 대관령 자락을 따라 내려와 구산에 도착한다. 국사성황이 인간계로 들어서면서 처음 맞는 구산서낭은 아들서낭이라고 한다. 보통 서낭당에는 토지,여역, 성황신을 모시는데 구산에는 영산신 환분을 더 모신다. 아마도 민중들은 이비를 맞는 자식의 마음을 구산서낭당에 풀이 놓은 것으로 보인다.

민중에게 있어서 신은 인간과 다를 것이 크게 없다. 신도 혼자 있으면 외로워 부인도 있어야 하고 그러다 보면 자식도 생기는 것이다.

신목은 자신이 태어난 학산에 들렀다가 국사여성황당으로 향한다. 드디어 부인을 만나는 것이다. 그 절차를 봉안제라 한다. 그곳에서 보름 동안 머물며 한해의 회포를 풀다. 옛날에는 강릉시민들이 구산에서 행복을 즐기고 신목을 맞았고, 영산홍가를 부르면서 강릉으로 향했다고 한다.



문화컨설팅 바라

축제와 지역문화

축제가 지역문화가 된다는 것은?

✦ 춘천마임축제와 강릉단오제의 차이

문화컨설팅 바라

축제를 개최하는 이유

명분과 당위 그리고 존재의 이유

- 지역 이미지 제고
- ⊕ 지역경제 활성화
- 다양한 문화적 향유기회 제공

문화컨설팅 바라

축제를 개최하는 이유

명분과 당위 그리고 존재의 이유

- ⊕ 축제개최의 목적과 부대효과는 다르다.
- ⊕ 축제개최목적은 명확하고 구체적이어야 하며 구성원 모두가 동의하여야 함

문화컨설팅 바라

누구를 위한 축제를 만들 것인가?

모두가 즐거운 축제가 전락이자 목표



문화컨설팅 바라

축제는 만병통치약인가?

축제가 지역발전의 원동력이 되려면.....

✦ 에딘버러 페스티벌과 ETAG

Edinburgh Festival & Edinburgh Tourism Action Group

✦ 화천산천어축제와 상품권

농산물상품권 & 내고장 사랑 상품권

문화컨설팅 바라

축제는 만병통치약인가?

축제가 지역발전의 원동력이 되려면.....

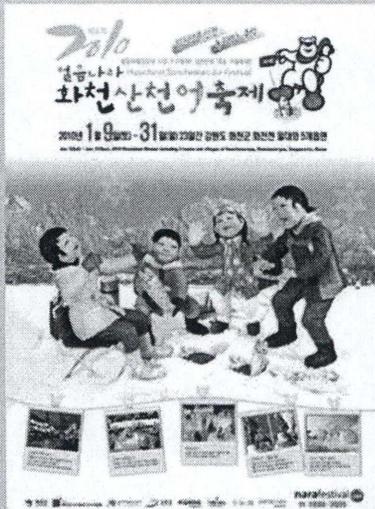


에디버러 프리지 페스티벌

문화컨설팅 바라

축제는 만병통치약인가?

축제가 지역발전의 원동력이 되려면.....



경제의 흐름
'7,000만원의 수익' VS '7,000만원의 손해'

축제의 효과 : 공간적·시간적 개념을 도입하면?
'사랑방 마실과 계곡소풍'

문화컨설팅 바라

축제 프로그램의 개발

축제 킬러 콘텐츠의 발굴

☞ 축제여서 가능한 것들

문화컨설팅 바라

축제 프로그램의 개발

축제 킬러 콘텐츠의 발굴



<http://news.naver.com/main/vod/vod.nhn?oid=214&aid=0000179082>

문화컨설팅 바라

축제 프로그램의 개발

축제 킬러 콘텐츠의 발굴

- ❖ 형식의 독특함...
- ❖ 일상에서는 할 수 없는 것들...
- ❖ 공연형과 전시형

문화컨설팅 바라

축제, 한 장의 이미지로 승부를 걸다!

축제 홍보

- ❖ 축제명이 의미하는 것은?
축제, 한 장의 사진이 좌우한다.

문화컨설팅 바라

축제, 한 장의 이미지로 승부를 걸다!

축제 홍보



보령머드축제 대표이미지
머드, 외국인.....

문화컨설팅 바라

축제, 한 장의 이미지로 승부를 걸다!

축제 홍보



와천산천어축제 대표이미지
얼음, 사람, 낚시.....

문화컨설팅 바라

축제, 한 장의 이미지로 승부를 걸다!

축제 홍보



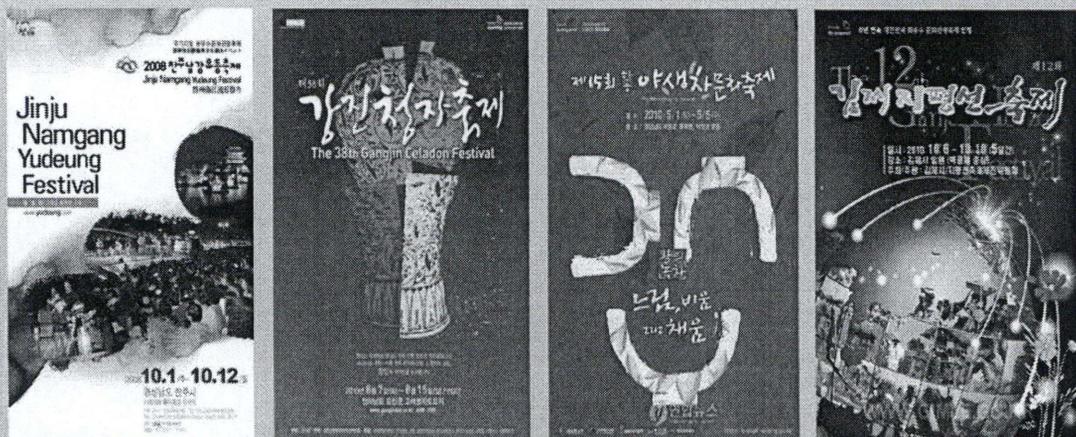
와천산천어축제 대표이미지
얼음, 사람, 낚시.....

TIME지, CBS뉴스 등

문화컨설팅 바라

축제, 한 장의 이미지로 승부를 걸다!

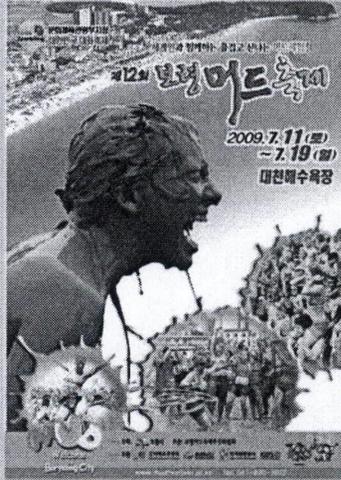
축제 홍보



문화컨설팅 바라

축제, 한 장의 이미지로 승부를 걸다!

축제 홍보



문화컨설팅 바라

축제에서의 홍보마케팅

PR & MKTG

- ✦ 주민참여형 홍보툴 개발
- ✦ 춘천마임축제 사례연구

문화컨설팅 바라

축제에서의 홍보마케팅

PR & MKTG

- ✦ 홍보도 이젠 프로그램이다. (플래시몹)
- ✦ 립더브(LipDub) 활용하기

문화컨설팅 바라

여 백

네트워크 파티 I

경기도 문화원의 현안 공유

- 「경기도 문화원 중장기 발전방향 수립을 위한 실태 및 요구조사 연구」 보고서를 중심으로 -

한국문화원연합회 경기도지회 사무처장
최영주

경기도 문화원 중장기 발전방향 수립을 위한 실태 및 요구조사 연구

연구책임자 구신자 국제교육문화연구소 소장

공동연구원 오문의 한국방송통신대학교 중어중문학과 교수

연구보조원 안지향 국제교육문화연구소 연구원

황혜성 국제교육문화연구소 연구원

신희영 국제교육문화연구소 객원연구원

【 연구 개요 】

▣ 연구 배경 및 목적

- 21세기에 들어 문화 및 창조의 시대로 진입하고 있음에 따라, 지방문화원도 이에 적극 대응하기 위해 새로운 비전 수립과 역할기능의 재정립이 요구되고 있음
- 본 연구의 목적은 경기도 문화원의 발전을 위한 정책적 처방을 제시하기 보다는, 경기도 지방문화원의 정확한 실태와 문제점을 보다 정밀하게 진단하고 경기도 지방문화원의 발전을 위해 문화원의 요구사항을 파악하기 위한 것임
- 본 연구는 경기도 지방문화원의 문제점을 ‘어떻게 개선할 것인가’ 보다는 ‘무엇이 문제인가’ 를 조사 분석하는 데에 초점이 맞추어져 있음
- 경기도 지방문화원의 실태와 요구조사에 대한 심층적인 분석 결과를 토대로 향후 경기도 문화원의 중장기적 발전 방향과 방안을 수립할 때 좌표가 될 수 있는 정책적 고려 사항을 도출하고자 하였음

▣ 연구 방법

■ 심층면담 개요

항 목	내 용
조사 방법	심층면담
조사 대상 문화원	전수조사(경기도 전체 31개 문화원 중 30개 문화원)
심층면담 대상자	경기도 문화원 관계자 30명

- 온·오프라인 관련 자료 문헌분석
- 심층면담 내용 분석 시 지방문화원 관련 정량적 자료
(문화체육관광부, 한국문화원연합회 자료로 보완)
- TF팀 운영

항 목	내 용
TF팀원(5명)	문화원연합회 경기도지회 직원 2명, 경기도 문화원 사무국장 3명
업무	심층면담 질문지 영역 및 문항개발 컨설팅 지원

▣ 연구 내용 및 결과

■ 선행연구 분석 및 시사점 도출

- 기존의 지방문화원 현황 및 발전방안 관련 정책연구 분석을 통해 연구의 한계 및 시사점 도출
- 선행연구와 본 연구의 차별성 논의

■ 경기도 문화원의 시설 현황 개요

- 정량적 자료를 토대로 경기도 문화원 인력, 시설, 주요 프로그램 및 사업, 재원 등의 현황을 일목요연하게 표로 제시

■ 경기도 지방문화원의 실태조사 및 요구조사 분석

- 경기도 지방문화원의 실태 및 요구에 대한 심층면담 내용을 5개 영역과 각 영역에 대한 세부항목을 다음과 같이 구분하여 분석을 실시하였음

영역	세 부 항 목
문화원의 역할 및 기능인식	문화원의 고유한 역할 및 기능
행정제도 및 조직운영	문화원 지원육성조례 제정
	사무국 인력
	근무환경 만족도
	경상비 대 사업비 비율
	봉사단체 운영
	이사진의 참여
사업개발 및 운영	문화원의 주요 이용 계층
	중점사업
	성공적인 사업
	대표적인 문화학교
	지역인물활용 프로그램
	사업기획 방식
	주민의 수요조사
	수익사업
	다양한 계층의 참여를 위한 방안
	홍보수단
	지역기관과의 네트워크
지자체와의 관계	
유관기관과의 협력사업	
문화원 발전방안	자체종합발전계획
	개별 문화원의 개선 사항
	각 기관에 대한 요구
	전국의 지방문화원이 발전할 수 있는 정책순위

▣ 결론

■ 실태 및 요구조사를 통해 도출된 경기도 문화원 중장기 발전 계획 수립 방향

- 위의 조사 내용을 바탕으로, 경기도 지방문화원의 중장기 발전방향 수립을 위한 정책적 고려사항을 다음과 같이 9가지로 제안하였음
- 이 9가지 고려 사항 및 주요 쟁점을 간략히 정리하면 다음 표와 같음

영역	세부항목
1. 지방문화원의 명확한 비전 수립과 공유	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화의 전국적·세계적 브랜드화를 위한 비전 수립 및 인식 고취시킬 방안 모색 • 한국문화원연합회, 경기도지회의 적절한 조치 필요
2. 다양한 세대를 위한 보다 젊은 문화원 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 계층과 연령층을 유인할 수 있는 참신하고 창의적인 프로그램 개발 방안 모색 • 문화원이 세대 간의 원활한 의사소통의 장을 마련해주는 거점 역할 강화
3. 지방문화원 발전을 위한 정책 연구 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 주기적·정기적인 문화원 점검 및 발전방안 연구 강화
4. 지방문화원의 역량강화	<ul style="list-style-type: none"> • 문화원의 자생력, 자율성, 특성화 필요
5. 정부와 지자체의 지방 문화원에 대한 지원강화	<ul style="list-style-type: none"> • 정부와 지자체는 직원의 처우개선, 직원의 신분보장, 안정적인 재원 확보 차원에서 지원해야 함
6. 지역 네트워크 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 네트워크를 강화하여 문화원 전체가 참여할 수 있는 사업 방안 모색 • 문화원 관련 자료의 DB 구축 필요
7. 다문화 대상 사업 개발 및 보급	<ul style="list-style-type: none"> • 다문화가정, 주한 외국인, 외국인 관광객을 대상의 프로그램 개발 방안 모색
8. 다양한 영역의 사회교육 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 문화원이 창의·체험학습을 위한 공교육 및 사회교육 프로그램 개발 및 확대 보급 방안 모색
9. 경기도 지역문화의 세계화	<ul style="list-style-type: none"> • 지구촌을 무대로 한류의 지속을 위한 한국의 정신적 미덕과 가치 발굴 및 전수 방안 모색

여 백

렉처 콘서트 II

1. 현대사회와 예술

: 창조도시 전략에 대한 이해와 정책방안

2. 문화예술이 지역발전에 미치는 영향

서울시정개발연구원 창의시정연구본부 연구위원
라도삼



현대사회와 예술
: 창조도시 전략에 대한 이해와 정책방안

2012. 7. 27.

연구위원 라도삼

서울시장개발연구원
SEOUL DEVELOPMENTS INSTITUTE



왜,
예술인가?

현대사회는?

산업사회에서 정보사회를 넘어 창조사회로 진화

산업사회

제조업
Product
Market
re-Sources



정보사회

IT 산업
Contents
Network
Infra



창조사회

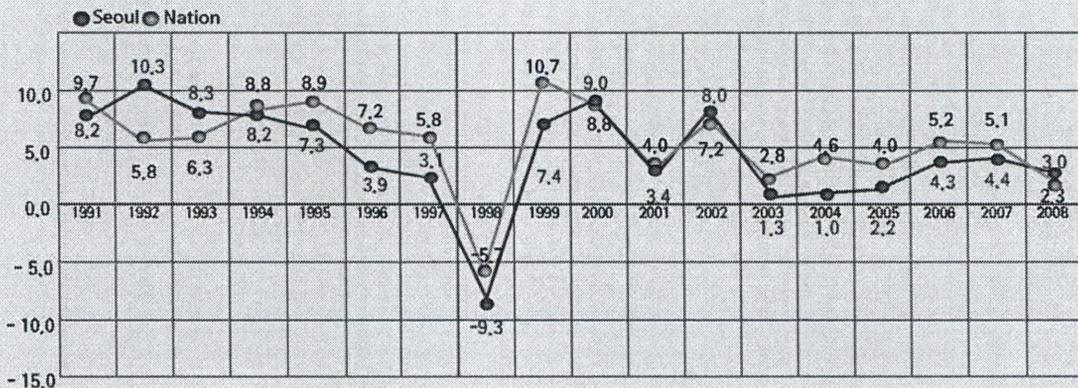
예술산업
Creative
Communication & Convergence
Human & Eco;ogy

사회변화의 현실

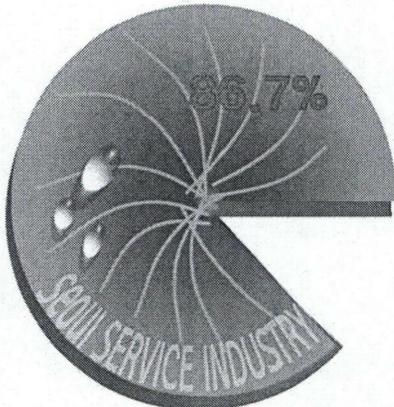
4.4%

1999~2008년 사이 서울의 평균 성장률

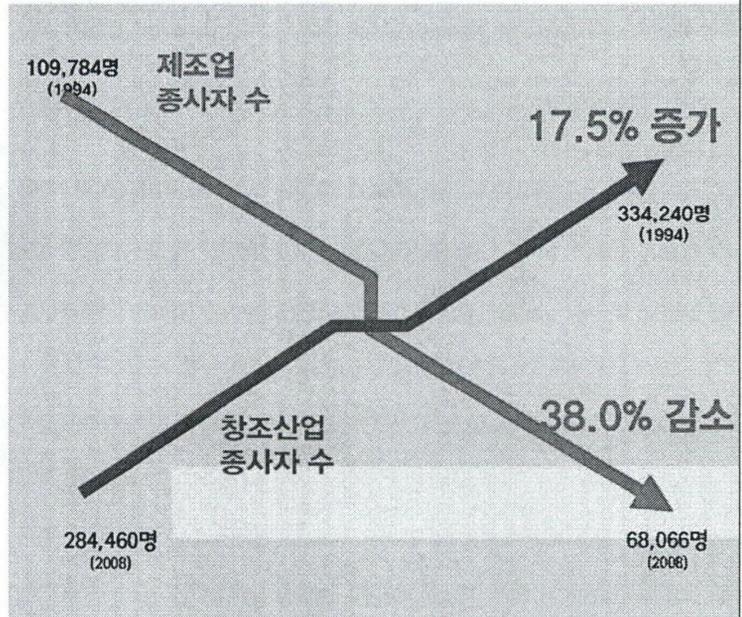
국가성장률인 5.5%에도 못 미쳐 오히려 국가성장률을 까먹고 있는 상황



사회변화의 현실

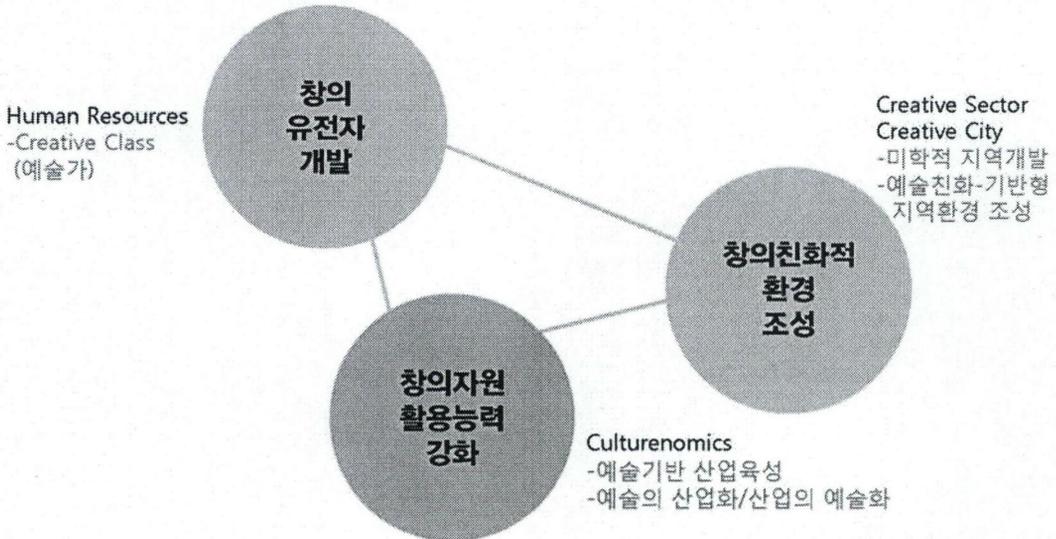


서울경제에서 서비스산업의 비중



창조사회를 위해선?

창조성의 환경과 인프라의 확충 필요



창조도시의 조건



사사키 마사유키

1. 도심 구 시가를 활용한 창조적 문화공간 개발
2. 역사와 전통을 보존하면서 쾌적한 도시공간 리모델링
3. 지역적 특성과 전통에 바탕을 둔 고부가가치 산업
4. 지속가능한 발전과 도시민의 삶의 질을 높이는 광역적 환경관리
5. 지역민의 자발적 참여를 바탕으로 한 도시역량의 창조적 발전
6. 시민의 창의성을 높이는 매력적인 생활문화공간 조성
7. 전통산업의 노하우를 승계한 세계적 산업 육성
8. 시장변화에 빠르고 유연하게 대응할 수 있는 혁신시스템 구축

Key Word	Strategy
창조적 문화공간	역사/전통 ↓ 창조적 리모델링 ↓ 세계화 고부가가치
고부가가치산업	
매력적 환경	
시민자발성	
혁신시스템	

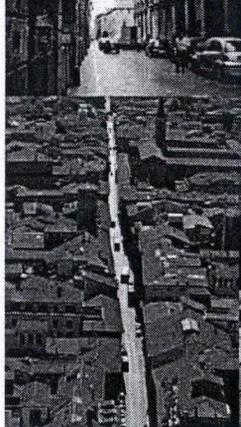
창조도시의 사례 : 사사키



볼로냐

옛 도심을 복원한 공방 조성

- 1970년대 도심 교외지역에 기계 공장이 발전되면서 도심 공동화
- 역사적 시가지 재생이라는 이른바 '볼로냐식' 도심재생전략 추진
 - _ 시청 앞 마조레 광장 주변 골목길을 활용, 예술기반형 공방들이 자리를 잡으면서 세계적 명품 생산 = 볼로냐식 명품 개발
 - _ 작은 공방모임인 CAN 네트워크 구성 - 공동마케팅 추진
- 유럽 문화도시 지정과 더불어 <볼로냐 2000 프로젝트> 추진
 - _ 주식거래소: 디지털 도서관화
 - _ 중세 귀족저택: 이벤트 공간화
 - _ 국제아동도서전시회, 인터리어전시회 등 각종 전시회 개최, 컨벤션 도시화



옛 그림 복원 공방

금속 공예 공방

그림 복원 공방

창조도시 사례 : 사사키

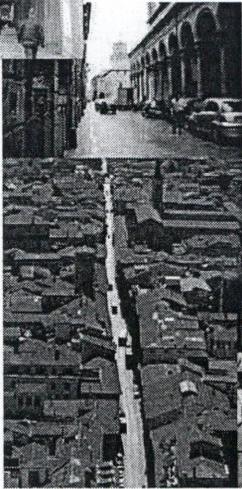


볼로냐

옛 도시심을 복원한 공방 조성

사사키 마사유키의 Comment : 볼로냐로부터 배우기

- 창의인구가 자유롭게 일하며 존경받는 분위기
- 자기혁신 능력이 충만한 도시경제시스템
- 도시의 과학과 예술을 지탱하는 대학과 연구기관, 문화시설
- 창조적 일을 지원하는 각종 협동조합 및 협회 등 비영리부문
- 산업합력과 생활문화, 즉 생산과 소비의 균형
- 역사성과 인간성이 살아있는 아름다운 도시경관
- 행정에 대한 주민참가 시스템
- 광역적 환경관리체계
- 재정자주권과 정책형성 능력이 높은 자치단체 직원



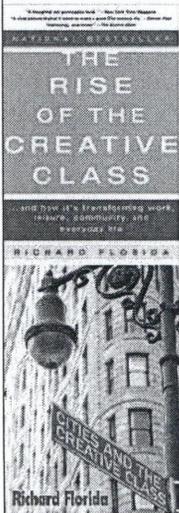
옛 그림 복원 공방

금속 공예 공방

그림 복원 공방

창조도시의 조건 : 플로리다

...창조적인 사람들은 단지 일자리가 있는 곳으로 모이지 않는다. 그들은 창조성의 중심지역 그리고 그들이 또한 살고 싶은 곳에 모인다. 창조성은 항상 특정지역에 몰린다." -Richard Florida



“혁신적인 아웃사이드들”
-이민자가 많은 도시
(실리콘 밸리의 4이 외국태생)

도가니 지수
(melting pot metros)

게이지수
(gay index)

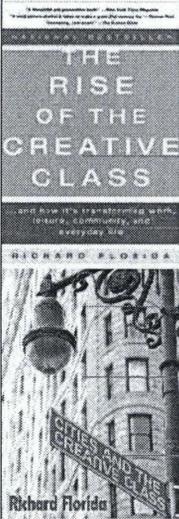
보헤미안 지수
(bohemian index)

“창의적 인구나 다양성”
-지역의 개방성과 포용성
(하이테크 지역은 게이 지수가 높아)

“창의적 예술인구”
-작가, 디자이너, 음악가, 배우,
감독, 화가, 조각가, 사진가,
무용수...,

창조도시의 조건 : 플로리다

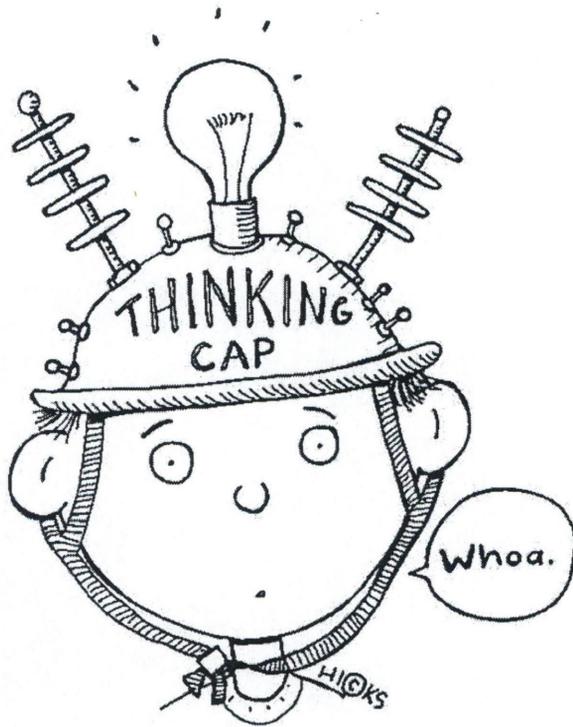
...창조적인 사람들은 단지 일자리가 있는 곳으로 모이지 않는다.
그들은 창조성의 중심지역 그리고 그들이 또한 살고 싶은 곳에 모인다.
창조성은 항상 특정지역에 몰린다." -Richard Florida



1. 두터운 노동시장 _ 같은 회사에 오래 머무르지 않으면서 수평적 성공가도를 돕는 고용시장
2. 생활양식 _ 휴식과 충전을 위한 문화, 밤늦이가 가능하고 안전하고 믿음만한 근무후의 교통이 보장된 곳
3. 사회적 상호작용 _ 좋은 친구, 생생한 대화, 사회활력을 제공하는 집이나 직장이 아닌 '제3지역'
4. 다양성 _ 다양한 영향을 받을 수 있는 환경과 이방인에 대한 관용이 보장된 도시
5. 진정성 _ 독특하고 독창적인 경험을 제공하는 도시환경
6. 독자성 _ 지역이 하나의 공동체로서 독자적인 특질을 가진 도시
7. 지역의 질
 - _ 매력적인 요소를 갖고 있는 지역
 - 무엇이 있는가? - 창조적 삶의 추구를 위한 적절한 환경
 - 누가 있는가? - 다양한 종류의 사람과 상호작용
 - 무슨 일이 일어났는가? - 거리생활, 카페문화, 예술 · 음악의 활력

유네스코 창조도시 네트워크

영역	선정기준	지정도시
문화 (5)	편집의 독창성, 출판사의 질적·양적 다양성 문화적 도시환경 및 축제 도서관, 서점, 문화센터 보존	에든버러(04), 엘버른(08), 아이오와시티(08) 더블린(10), 레이카비크(11)
디자인 (10)	디자인 산업, 디자인학교 및 연구센터 디자이너 활동범위 디자인박람회 등 이벤트 개최경험	베를린(05), 부에노스아이레스(05), 몬트리올(06) 나고야(08), 고베(08), 선전(08) 서울(10), 상하이(10), 쉑타이엔트(10), 그라즈(11)
음악 (5)	음악창조 활동공간 조성, 전문 음악학교 유무 국제적 음악축제 및 행사개최 독특한 장르의 음악 및 음악산업	볼로냐(06), 세비아(06) 글래스고(08), 켄트(09) 보고타(12)
공예/민속 (5)	독특하고 전통있는 민속공예 공예작가와 지역예술인 확보, 예술인양성센터 박물관, 수공예품상점 등 기반시설	아스원(05), 산타페(05) 가나자와(09), 아천(10), 황주(12)
음식 (4)	미식관련 전문가, 커뮤니티 형성 전통지역요리 노하우 전통음식시장 활성화, 산업화 생물다양성 보존계획 포함	포파안(05), 청두(10), 외스터부드(10) 전주(12)
미디어 (1)	디지털기술의 창조산업화 미디어아트 프로그램 IT와 대중매체 활성화	리옹(08)
영화 (1)	영화촬영소 세트장 영화인양성센터 등 기반시설 영화제작 배포, 상업화 정도 기록보관소, 신작발표회 등	브래드포드(09), 시드니(10)



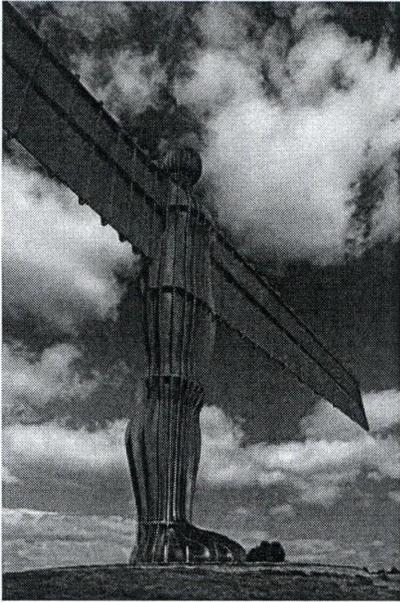
어떻게,
할 것인가?

전략 1 : 상징과 드러냄

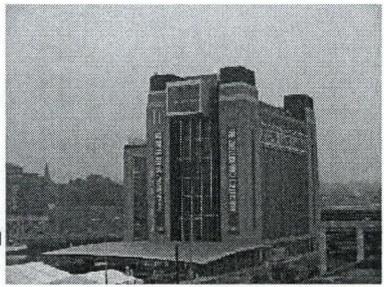


Eiffel Tower (Paris)

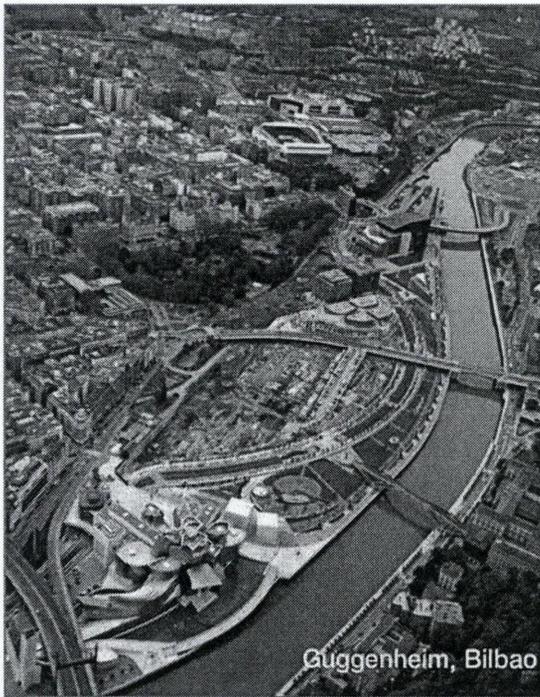
전략 1 : 상징과 드러냄



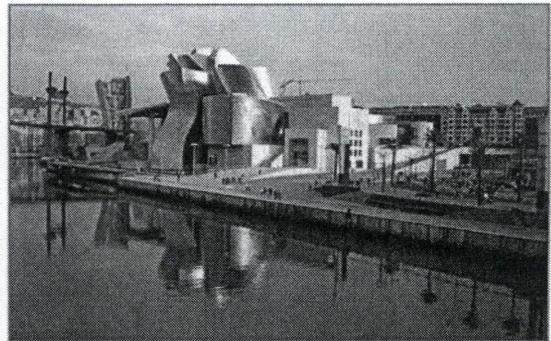
Angel of the North, Gatehead
By Anthony Gormley



전략 1 : 상징과 드러냄



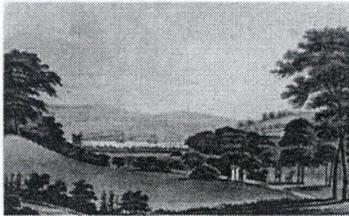
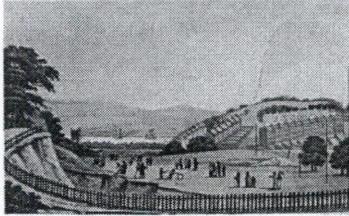
Guggenheim, Bilbao



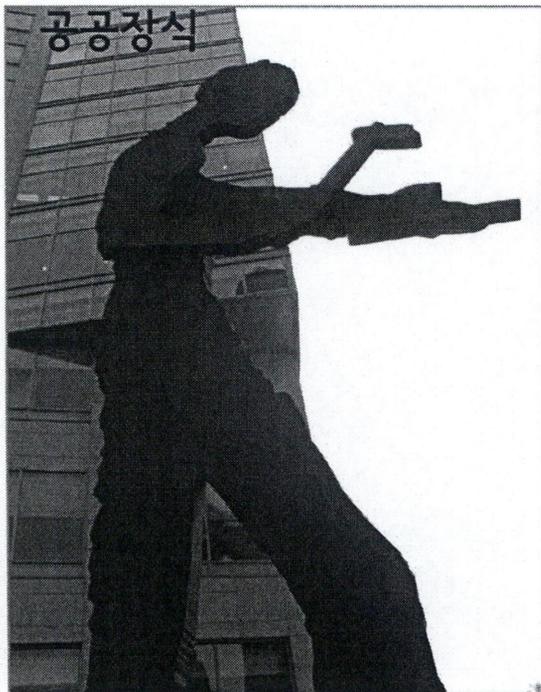
전략 2 : 감춤과 가림

홍함의 감추기

Humphry Repton (1752-1818)
Before-and-After drawing presented
by Repton to his top clients in « Red Books »



전략 2 : 가림과 감춤



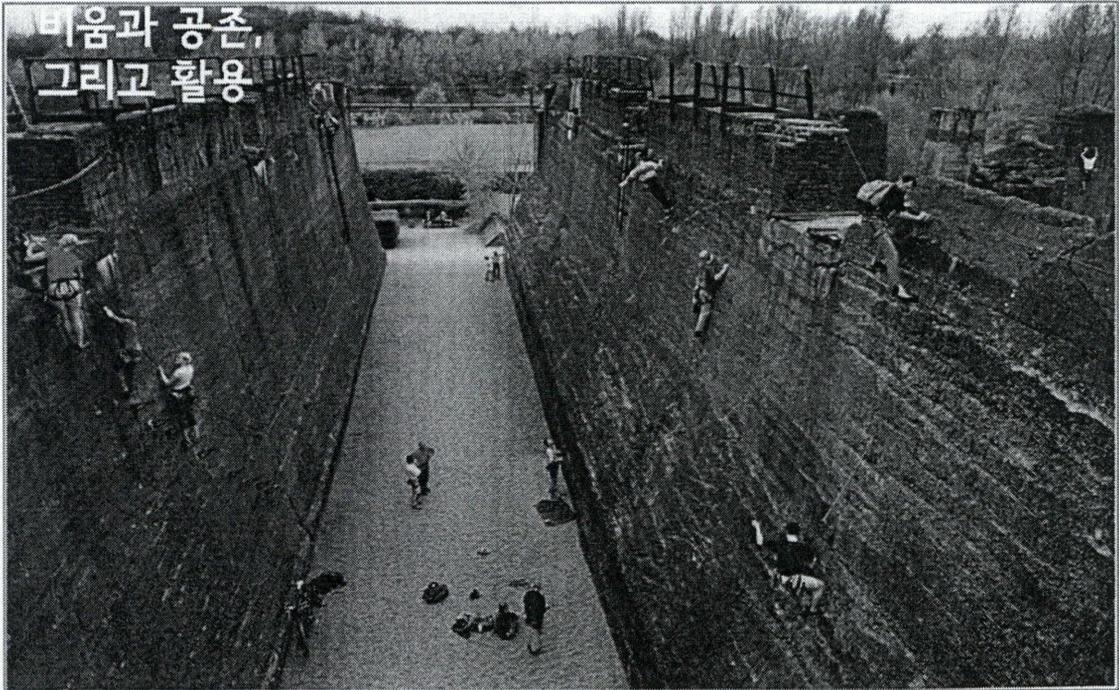
Messetum (Frankfurt)



Flowering Structure -
Amabel (Seoul)

Hammering Man (Seoul)
by Jonathan Borofsky

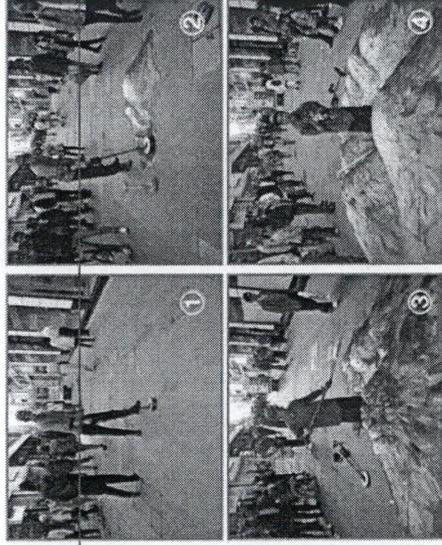
전략 3 : 공존과 창의



전략 3 : 공존과 창의

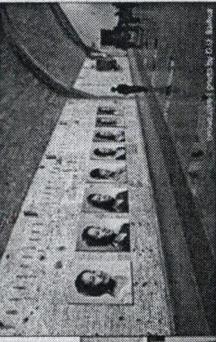
• 발틱미술관(계관소) • 데이트모던(발전소) • ZKM(공정) • 티센(계철소) • MSO(공정) • 마산호798(공정)
 • 매트리스팩토리 (매트리스공정) • 미국 • 뉴욕 • 영국 • 독일 • 프랑스 • 중국 • 일본 • 카나리아 • 코트 • 대만 • 남아프리카공화국 • 요하네스버그
 • 고도아트센터(메고) • 시민예술촌(공정) • 아미스트빌리지(시청사) • 터빈홀(화학공정) • 벤시(와인저장고) • 라발레르(도축장) • 뷔아디에울렐고 • 오르세미술관(역사)

전략 3 : 공존과 창의



Julian Beever
프랑스, 영국, 독일 등에서 유명한 거리예술가

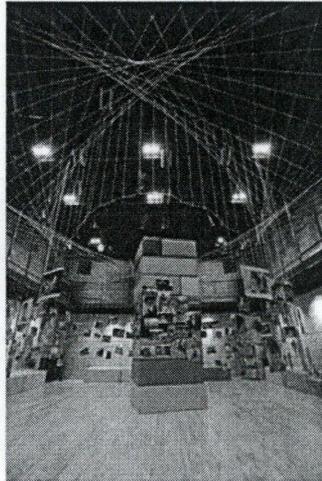
전략 4 : 클러스터 조성

<p>북경</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 다산쯔 지역 외 5개 창의예술특구 조성  
<p>홍경</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문화산업단지로서 구룡반도 개발 - 총 15개의 문화시설 집중 배치  
<p>동경</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 룩본기 아트 트라이앵글 조성 - 산토리미술관, 모리미술관, 국립현대미술관 등을 잇는 갤러리 밀집지역 

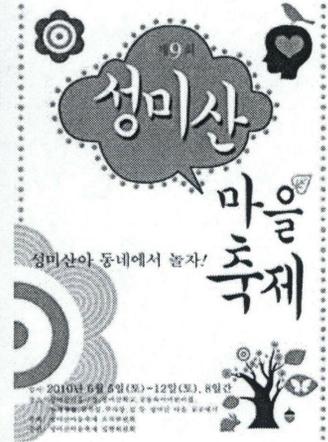
전략 5 : 시민성의 강화

성미산마을극장

- 2009년 2월 개관
- 주거 권 내 문화예술 공간
- 시민공간 나루(여성 민우회, 녹색교통, 시민행동, 환경정의)에서 공간 제공
- 연극, 음악, 밴드, 국악, 영화 상영 가능 복합공간



염리동 마을극단
By 생활문화공동체사업



전략 5 : 시민성의 강화



수원 못골시장_줄마불평합창단
by 문전성시프로젝트



대구 방천시장_문화의 길 조성
by 문전성시프로젝트

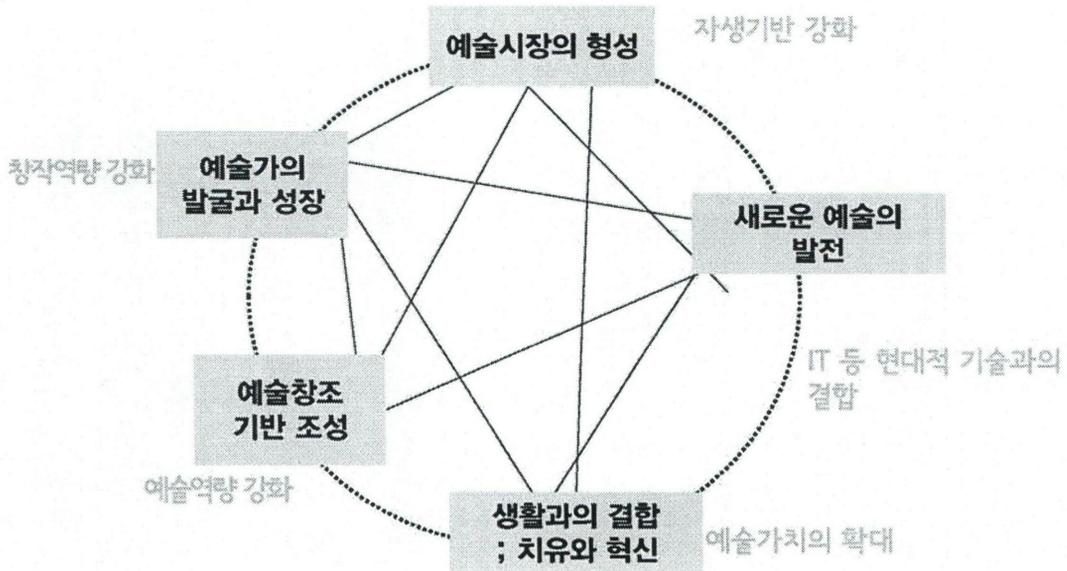


우리에게 요구되는,
것은 무엇?

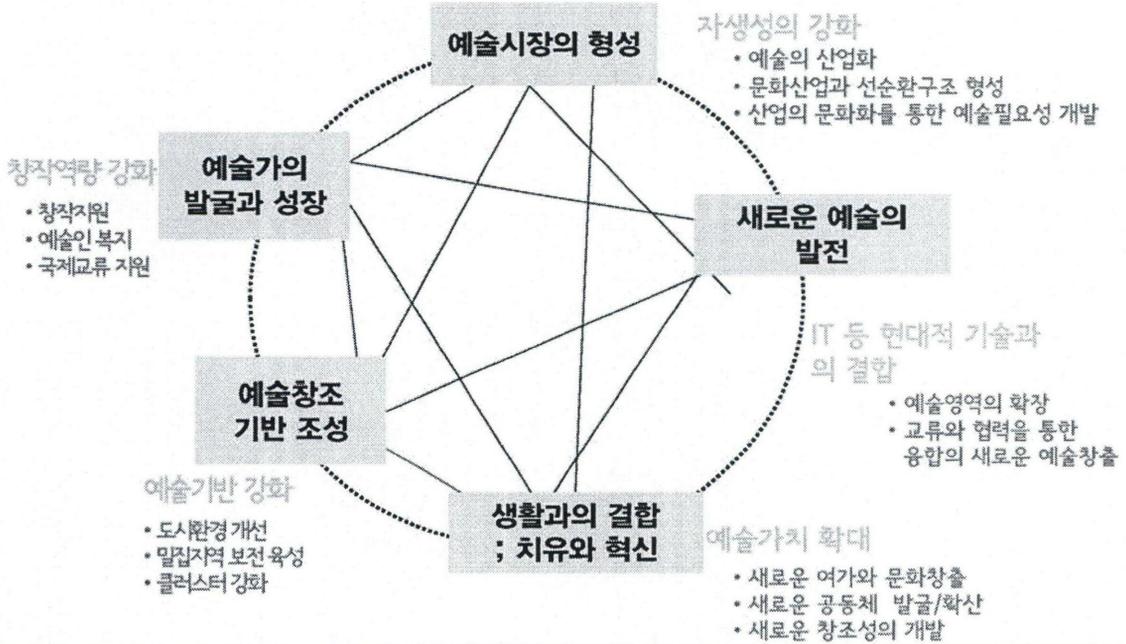
Answer!

culture

창조성이 발굴·육성되기 위해서는?

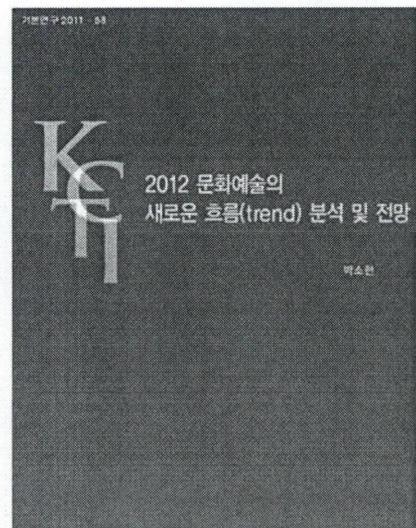


창조성이 발굴·육성되기 위해서는?



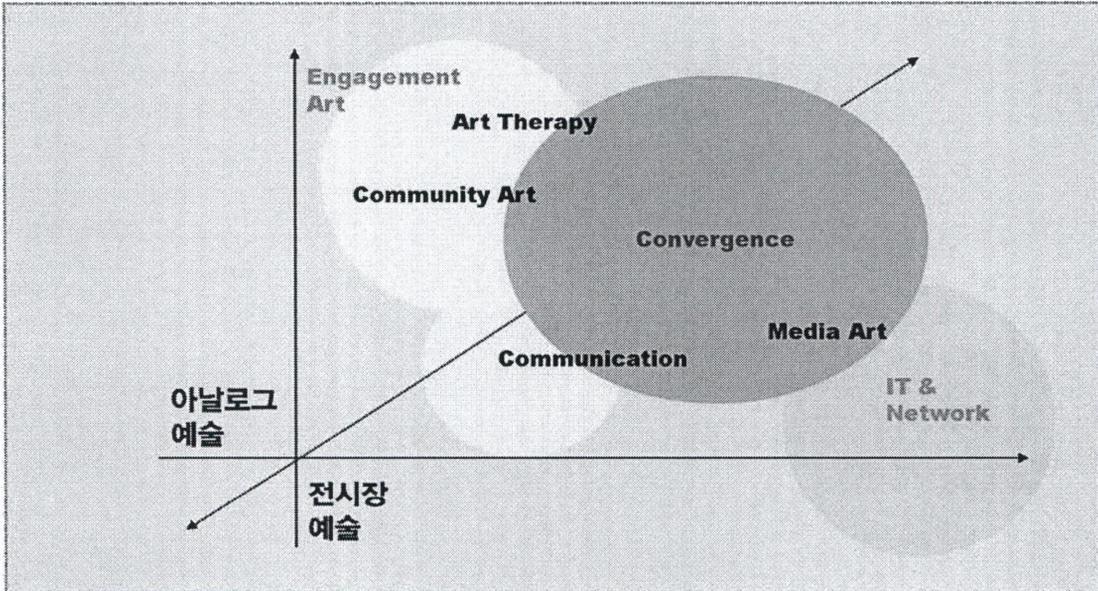
실제로 2012년 트렌드로 예측된 것은?

1. k-pop, sns와 유튜브를 타고 한류를 이끈다.
2. 소셜미디어로 말하고 소셜미디어로 창조한다.
3. 불안한 미래의 창작자, 자립에서 길을 찾다.
4. TV, 바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다.
5. 예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한 변신하다.
6. 마이너리티의 힘이 문화예술의 주류를 이끈다.
7. 예술로 사회를 치유한다.
8. 가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다.
9. 문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다.
10. 이제 환경운동은 문화예술로 한다.



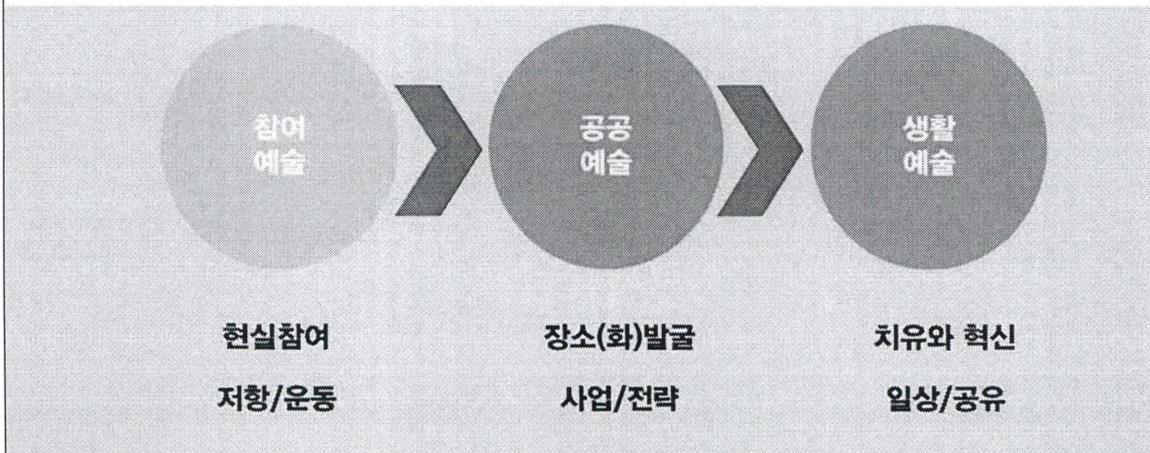
창조성 발굴·육성을 위한 과제와 의제

새로운 예술에 주목

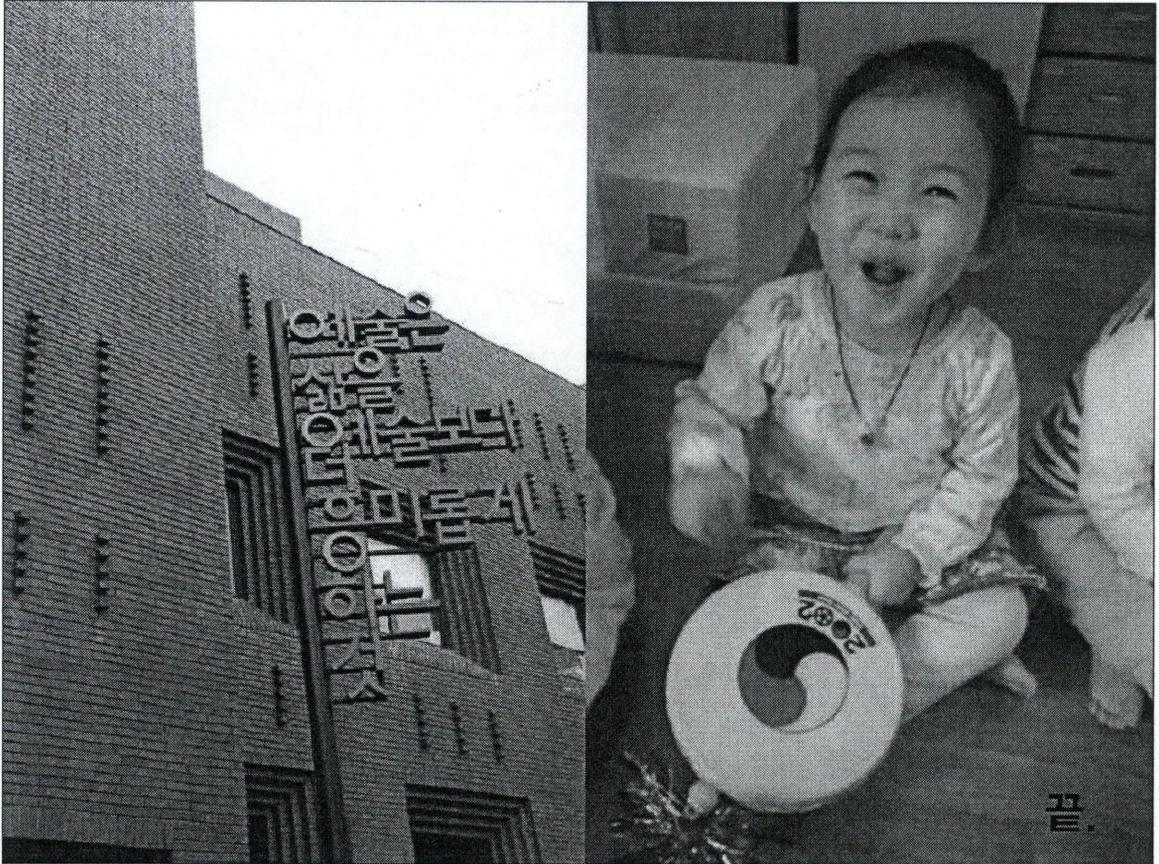


창조성 발굴·육성을 위한 과제와 의제

도시(지역)와 예술의 결합



지역과 더불어 어떠한 예술을 창출할 것인가?



문화예술이 지역발전에 미치는 영향¹⁾

라도삼(서울시정개발연구원 연구위원)

1.

모든 사업은 지역발전에 영향을 미친다. 돈을 들였는데, 그것이 아무런 영향을 미치지 않았다면, 그건 적당한 사업이라 할 수 없다. 다만, 다음과 같은 가정 하에서 우린 논란이 될 뿐이다. 첫째, 그 사업이 끼친 ‘영향의 종류’는 무엇인가? 쉽게 말해 어떤 영향인가? 그 영향의 종류에 따라 사업은 달라질 수 있다. 영향의 종류에 따라, 다시 말해 어떤 영향을 미칠 것이냐에 따라 사업의 종류는 달라지며, 그 내용과 성격 또한 달라진다.

둘째는 그 영향이 적절했는가 하는 것이다. 사업을 하면 영향이 미치는데, 그 영향이, 예컨대 다른 사업을 했을 때의 효율성과 비교해 봤을 때 어느 정도냐는 것이 두 번째 질문이라 할 수 있다. 영향의 종류가 똑 같은데, 다른 사업에 비해 그 영향이 미미했다면, 그것은 적절한 사업이 아니라 할 수 있다. 예컨대, 한 마을을 발전시키는데, 다리를 놓을 수도 있고, 말 그대로 마을을 문화적으로 개선할 수도 있다. 그런데 마을발전이라는 기준에서 보았을 때 어떤 게 영향이 높을까? 여기에 사업타당성 조사를 하게 되고, ‘경제적 편익’의 문제를 따지게 된다. 전자가 후자에 비해 크다면, 당연히 전자의 사업을 해야 한다. 그런데 후자의 사업을 했다면? 그것은 적절한 사업이 아니다. 바로 이렇듯, 그 영향이 적절한가를 따져 사업적절성 여부를 측정하는게 두 번째 중요한 논쟁거리라 할 수 있다.

세 번째 종류는 그 영향으로 인해 나타난 효과-결과성에 대한 문제다. 예컨대 그 지역에 다리를 놓고, 문화적으로 무슨 일을 했건 지역이 활성화 되었다고 가정하자. 그 경우, 지역은 분명 어떤 변화가 있을 것이다. 지가의 변동, 임대료의 상승, 주민들과의 관계변화, 지역 내의 정서성 등 그 변화는 매우 다양하고 복잡하다. 또 때론 지역 자체가 변하는 ‘젠트리피케이션’(gentrification) 현상이 일어나기도 한다. 문제는 과연 이를 어떻게 처리했느냐 하는 것이다. 원래 그걸 목적으로 했다면, 별 문제는 아니다. 그런데 그게 아닌, 현 거주민의 더 나은 삶과

1) 이 글은 한국유네스코 <문화와 발전>라운드테이블에서 발표한 글이다.

복지를 생각해서 했다면, 그건 문제다. 과연 그 결과를 어떻게 처리했는가? 우리는 변화와 관련하여 이 세 가지 점을 주목해서 보아야 한다.

2.

문화를 통한 지역재생 사업은 정말로 다양하게 추진되고 있다. 사업주체도 너무도 다양하다. 우선 중앙정부 차원에선 <문화체육관광부>와 <국토해양부>, <중소기업청>, <지식경제부>, <행정안전부>(산하 지역진흥재단 등) 등 여러 부서에서 추진하고 있다. 그 사업은 각각 목적은 다르지만, '문화'를 매개체로 활용한다는 점, 그리고 지역 활성화를 꿈꾼다는 점에 있어선 거의 동업자적인 의식을 갖고 있다. 2000년 초중반부터 이른바 '창조지역과 도시재생'이라는 큰 흐름이 나타난 현실에서, 무엇보다 4대강을 비롯한 건축·토목분야에서 남다른 노하우와 의지를 갖고 있는 정권의 특성 상 이러한 사업은 매우 적극적이고 정부 주도적으로 추진되고 있다.

[표 1] 국내 지역대상 문화사업 정책의 특징

주관부처	사업명	정책목표 및 특징	지원/사업대상	사업의 특징
문화체육 관광부	문전성시 시범사업	시장문화 활성화 공동체문화 활성화 서민경제 활성화	전통시장	대상지 공모 후 주관단체(PM) 중심 실행, 컨설팅단(자문) 및 사무국의 지원
	생활문화공동체 만들기 시범사업	주민의 예술창작 주체화 공동체회복	지역주민	기관/단체 공모 후 공동체적 예술작품 창작 및 지역예술가 연계 동아리 형성
	마을미술 프로젝트	공공미술 활용 문화예술공간화	마을 소규모 거점지역	대상(지) 공모 후 미술감독 중심 실행
	지역문화 아카데미	문화예술인력 재교육	공무원, 기획인력	연수과정별 전문가 튜터제도
중소 기업청	문화관광형시장 육성사업	전통시장과 문화관광자원 연계	전통시장 상점가	중앙의 추진단에서 추진하며 사업시행자(PC)가 사업시행, 컨설팅단 운영
	상권활성화 지원사업	시장과 상권을 연계 활성화 지역 커뮤니티 공간 창출	시장, 상업지역	기반인프라 구축 및 경영개선 중심 지원
행정안전 자원부	희망마을 만들기	생활구심점인 복합공간 창출	영세민 밀집지역	지자체 중심 공모 및 추진 주민협의체 구성
	생활형 지역 공공디자인 시범사업	공공디자인을 통한 공간조성	주거지역	지자체 대상 공모 후 지역주민협의체 구성, 지역공공디자인 포럼위원의 점검 및 자문
한국지역 진흥재단	지역인적자원역 량강화	지역리더 양성 브랜드마케팅 전문역량 강화	공무원, 관계자	세미나, 워크숍, 현장체험 등의 프로그램 진행
국토해양 부	도시활력증진지 역 개발사업	지역의 경제, 사회, 문화적 활력 증진 지역 커뮤니티 복원	도시, 지역	도시활력증진지역에 대해 '살고싶은 도시만들기' 등 16개 사업을 묶어 포괄적으로 지원, 지역 거버넌스 구축

문화를 통한 지역재생이란 테마를 가지고 간단하나마 그 역사를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 가장 첫 번째 단계는 이른바 ‘공공미술 단계’라 볼 수 있다. 2000년대 초반, 관성적인 나눠주기식 예술지원 사업에서 벗어나, 의도적-목적 지향적으로 사업하고, 무엇보다 국민들의 삶의 질이나 지역의 환경을 개선하는 등의 사업수혜 혜택을 보편화하자는 측면에서 제기되기 시작한 이른바 ‘공공예술’사업은 2004년 로또기금이 <문화예술진흥기금>에 유입되면서, 지역과 마을을 대상으로 한 예술사업으로 펼쳐지기 시작한다. 지역과 예술을 결합하는 이른바 ‘Art in City’ 프로젝트로 사업명칭은 “소외지역 생활환경 개선을 위한 공공미술사업”이다. 이 사업을 통해 △사회양극화 해소를 위한 문화나눔을 실행하고, △쾌적하고 문화적인 환경에서 생활할 권리를 구현하는 한편, △공공미술의 새로운 모델을 개발하는 것이 사업목적이었다.

2006년부터 시행되기 시작한 이 사업은 전국 각지를 대상으로 말 그대로 대단히 폭넓게 펼쳐진다. 2006년에서 2007년도까지 총 27개 지역을 대상으로 사업이 펼쳐진다.

유사한 사업은 서울시가 추진한 <도시갤러리>사업이다. 이 사업 또한 ‘도시가 작품이다’(city is oeuvre)라는 슬로건 하에 도시의 공공장소를 미술적으로 바꾸고, 지역의 이야기를 예술화하거나 지역의 상징을 만들어 가는 사업으로 추진된다.

그런데 이들 사업은 ‘예술이 도구화 된다’는 비판과 더불어, 과연 이러한 프로젝트가 지역사회에 도움이 되는가라는 비판을 받게 된다. 이와 관련하여 프랑수아 파리8대학 조형학부 교수인 Phillip Nyy교수는 관련하여 매우 재밋고, 의미있는 얘길한다. 그가 보기에 조경적인 문제는 크게 3단계를 거쳐 진행되어왔다. 그리는 예술과 건축, 도시 내에서 문화가 갖는 미학의 문제를 ‘피쳐레스크’(picturesque)란 개념으로 풀어내는데, ‘피쳐레스크’란 아름다움과 흥함에 드러나는 ‘그림같은 경관’이란 의미다.

그에 따르면, 역사적으로 경관의 발전은 이 아름다움과 흥함 사이에서 이것을 어떻게 관계짓느냐에 따라 이루어져 왔다고 본다. 초기, 근대 르네상스 시기에 있어 이 ‘그림같은 경관’은 거대한 자연 자체를 인공적으로 조경하는데서 나타난다. 자연 자체가 갖는 지저분함, 어지러움을 인공적인 미로 체계화시키고, 정리해왔다는 것이다. 거대한 영국식 정원의 탄생, 오스만의 파리계획 등은 바로

이런 초기 단계의 ‘피쳐레스크’를 보여준다. 그는 이 시기를 ‘미의 드러내기’ 시대라 부른다.

두 번째 단계는 근대 공업화가 진행된 이후, 점차 흥함을 드러내는 도시 속에서 나타난다. 공업의 발전을 도시를 엄청나게 훼손시켰다. 오죽했으며, 1920년대 보스턴에서는 지나치게 더러워지는 도시를 보고, 예술적 시설물을 건물마다 장식해 도시의 미관을 높이자는 얘기가 나왔겠는가?2) 그 결과 당시의 미학, ‘피쳐레스크’는 ‘흥함을 감추는 수단’으로서 활용된다. 건축물에 대한 장식, 조경을 통한 가리기 등이 그와 같은 예 중 하나다.

<표 2> picturesque의 개념과 거리예술

	근대 이전	근대산업도시	탈산업주의 도시
picturesque	-미의 드러내기	-흥함의 감추기	-공존과 공생하기
주요기능	-자연에 드러낸 미학 -미학적 건물과 예술적 장식물의 조형	-도시의 더러움을 감추는 수단으로서 예술	-산업폐기물의 미관화 -폐허된 도심 복원통로
예술적 형태	-기념물, 정원	-건축물 장식	-공간예술, 도시 재생
대표사례	-Blenheim Castle and Park Woodstock (U.K.)	- Humphry Repton의 <Red Book> - 환경조형물	- Manchester City의 Center Master Plan - Barcelona시 Southeast Coastal Park

그리고 이어진 마지막 단계에서 Phillip Nyy 교수는 현대에 와서 이 흐름은 ‘공존의 방식’으로 바뀌었다고 주장한다. 즉, 흥함을 버리거나 감추는 것이 아니라, 그대로 드러나도록 함으로써 오히려 그 자체가 독특한 경관-미학을 갖도록 하는 것이 오늘날의 방식이라는 것이다. Nyy교수는 이러한 적절한 사례로 ‘엠서파크’를 든다. 제철소를 리모델링한 이 공원은, 제철소 당시 사용했던 모든 시설물들을 그대로 존치시켰다. 조경 또한 제철소의 건물을 넘거나 그것을 가리는 형태로 조성하지 않았다. 모두가 그 건물을 드러내도록, 그보다 작게 설계되었다. 또한 환경계획도, 프로그램 운영계획도 제시하지 않았다. 그것은 자연환경이

2) 이 주장은, 아시다시피, 1950년대 프랑스에서 받아들여져 건축물 미술장식품제도로 등장하였고, 현재는 많은 국가와 도시에서 ‘건축물 1%법’이라는 닉네임으로 시행되고 있는 상태다. 우리 또한 이 제도를 시행하고 있다.

그것을 스스로 어떻게 치유해가며 복원해가는가를 관찰하도록 했고, 사람들이 주어진, 있는 그대로의 시설을 사용하는 방법을 ‘스스로’ 알아가도록 했다. 모두가 시간의 경과를 통해 ‘스스로’ 새로운 미학을 창출해가도록 한 것이 ‘엠서파크’ 사례가 주는 시사점이다. 이를 통해 Nyy교수는 현대적인 조형이 추구해야 할 전략으로서 ‘공존’을 제시했고, 그를 통해 지역사회가 스스로 변해갈 수 있는 환경을 조성해야 한다고 주장했다.

바로 이런 측면에서 보았을 때, ‘Art in City 프로젝트’나 ‘도시갤러리’ 사업 등은 모두, 가림 등의 형태에 해당하는 사업이다. 그 추구의 목적은 분명 ‘공존’의 방식에 있으나, 그 실행의 방식은 예술을 통한 ‘가림’에 있었고, 커뮤니티 전략으로 나아가지 못한 채 ‘공공장소’ 내에 예술을 배치하는 데 한계를 드러내야 했다. 공동체 복원의 대상으로서, 주민 혹은 지역 속에서의 가능성과 잠재된 자원을 발굴하는 것이 아니라, ‘예술적 대상으로서’ 혹은 ‘지역발전을 위한 전략’으로서 예술이 채택되었던 것이다.

이러한 문제를 극복하기 위해 2008년 시도되었던 것은 ‘문화를 통한 전통시장 활성화 사업’ 이른바 <문전성시>사업이다. 물론, 이 사업은 문화적인 계획, 문화사업의 발전구조 속에서 탄생하진 않았다. 그것은 ‘재래시장 활성화’라는 전(全)정부적 정책추진에 대한 대응이었고, 그 한 방편으로 추진된 사업이었다.

그러나 그럼에도 <문전성시>사업이 갖고 있는 차별화 된 측면은 이전 공공미술 사업과 달리 단지 ‘가림’의 사업이 아니라, 지역사회를 활성화하는 전략 속에 펼쳐진 사업이었다는 점이다. 쉽게 말해 시장이라는 공간을 활성화시키는데, 그 하나의 전략적 단위로서 ‘문화(예술)’³⁾가 개입된 셈이고, 문화는 이제 본격적으로 지역재생이나 활성화의 전략으로 채용되기 시작한다.

이어진 <생활문화공동체> 사업(2009)은 그런 점에서 ‘Art in City’를 이어받는 동시에, <문전성시>사업이 갖고 있는 지역활성화-커뮤니티 구성 등의 과제를 안게 된다. 그리고 이어 ‘마을미술프로젝트’ 등과 같은 여러 가지 프로젝트들이 이전 사업을 이어받거나 신규로 개발되어 추진되게 되고, 2010년부터 본격적으로 <문화체육관광부> 외 다른 부서에서 ‘문전성시’ 사업 등의 영향을 받아 문화사업들을 과감하게 채택하면서, 문화는 지역활성화의 촉매제이자 중요한 하나의 사업수단으로 등장한다.

3) 엄밀히 따져 그것은 예술의 개입이다. 그러나 ‘예술의 개입을 통해 시장이 갖고 있는 문화를 활성화시킨다’는 점에서 여기서는 차별하지 않고 개념을 사용하기로 한다.

3.

그럼 대체 문화를 통한 지역활성화 사업은 어떤 효과가 있을까? 이미 여러 도시 및 지역에서 다양한 사례를 놓고, 그 성공요인과 효과에 대해서 다양한 얘기를 한 적 있다. 그것은 이미 1990년대 후반 이후, 아니 정확히 말해 1970년대 공업단지를 문화(산업)단지로 바꾸었던 시절부터 지속되었던 얘기다. 다만, 1990년대 이후 프로젝트는 공업단지 지역이 아닌, 도심지역을 중심으로 한 말 그대로 지역재생모델로 전환하면서, 프로젝트 자체가 이전에 비해 문화성이 강화됐고, 업목적 또한 문화산업 등과 같은 문화의 발전이 아닌, 지역발전을 목적으로 했기에 이전보다 더 다양한 형태로 여러 가지 사례들에 대한 많은 얘기가 논의되었다.

가장 많이 얘기된 것은 유희시설을 활용해 문화시설로 리모델링한 사례다. 대표적인 유형으로 얘기된 건, 영국 런던의 <테이트 모던> 사례였는데, 발전소를 리모델링해 현대미술관으로 바꾼 <테이트모던>은 인근에 ‘세익스피어극장’을 유입하는 한편, 템즈강을 따라 서덕지역 자체를 리모델링한 효과를 창출, ‘테이트 효과’(Tate Effect)라는 이름으로 명명되었다. 자료에 따르면, 테이트모던이 주변 반경 20마일 이내에서는 8%의 경제성장률이 나타난 것으로 조사되었고, 반경 70마일 이내에서는 3%의 경제성장률을 기록한 것으로 나타났다. 인근 지역 115명의 상인을 대상으로 한 인터뷰조사에서 또한 개관 이전에 비해 거래량은 5%, 판매량은 20% 정도 증가한 것으로 나타났다.⁴⁾

그 밖에도 <테이트 모던>은 지역 관광객을 증진시킨 효과, 고용증가, 지역 이미지 개선 등의 효과가 있는 것으로 조사되었다. 1993년 개관된 해의 조사에 따르면, 이 지역에 연간 7만명의 관광객을 유입시켰고, 이 중 65%는 런던을 처음 방문한 여행자였다. 더불어 BBC에 따르면, 50~70만 파운드의 경제적 효과와 3,000여개의 일자리를 만드는 것으로 나타났으며⁵⁾, 영국 미술관 박물관의 관람객을 20% 이상 증가시킨 것으로 나타났다.⁶⁾

<테이트 모던>과 더불어 가장 많이 얘기되는 곳은 영국 북부의 작은 도시 ‘게이츠 헤드’(Gateshead)다. ‘게이츠헤드’는 본래 뉴캐슬에 붙어 있는 작은 도시로 원래 인구 20만의 탄광촌이었다. 19세기 말 타지역으로의 공장이전과 1960년대 공황을 겪으면서 지역경제가 붕괴되었고, 도시는 그 존재감 자체를 잃어버렸다.

4) Landry et al, 1996, The Art or Regeneration - Urban Renewal through Cultural Activity, Da Costa Print, London

5) BBC News, 2003. 5. 12. 방송

6) <Emars>, 2005, 영국 현대예술의 자존심, Tate Modern Gallery(e-Book)

이 도시가 오늘날 지역재생에 성공하며, ‘창조도시’로 급부상한데는 1990년 ‘국제가든페스티벌’과 1996년 ‘시각예술의 해’ 사업이 성공하고 나서부터다. 이 사업의 성공으로, 과거 광산도시가 남긴 황폐한 토양 위에 꽃과 빛의 향연을 펼쳐 보이자며 도시의 아이콘으로 ‘북쪽의 천사’(곰리)라는 조각상을 세우며, 게이츠 헤드는 도시재생을 위한 본격적 사업에 뛰어든다.

프로젝트는 세 가지다. 그 하나는 오래된 발전소를 리모델링해 미술관으로 만드는 <발틱미술관> 건립과 <세이지음악당> 조성, 그리고 이를 잇는 다리인 <윙클 아이 브리지>를 건립하는 것이다. 이 사업을 통해 게이츠 헤드는 연 관광객 100만명이 찾는 도시가 되었고, 연간 230억원(1,200만 파운드)의 경제적 효과를 창출하는 도시가 되었다.

더불어 지역 내 파급효과는 더욱 커 지역 내 관광일자리 2,815개(2004년 기준)가 만들어졌고, 뉴캐슬과 게이츠헤드 지역에 3,700개의 창조적 일자리가 만들어진 것으로 조사되었다. 무엇보다 문화르네상스가 성공적으로 이루어지며, 2000년 <뉴캐슬-게이츠헤드 창의기구>(NGI)가 만들어졌다는 점은 지속가능성의 관점에서 큰 성과라 할 수 있다.⁷⁾

다른 한편, 문화시설을 건립, 입주시켜 지역을 활성화 한 사례도 많다. 그 중 대표적인 것은 스페인의 빌바오(Bilbao)라 할 수 있다. 스페인 빌바오는 스페인 북부에 위치한 도시다. 알다시피 스페인은 마드리드를 중심으로 한 ‘카스티야 지방’과 바르셀로나를 중심으로 한 ‘카탈루냐 지방’, 그리고 북부 탄광지역을 중심으로 한 ‘바스크 지방’으로 분류된다. 그 결과 이 지역은 바스크지방 독립을 위한 분리주의자들의 테러가 들끓으면서 테러로 유명해지고, 여기에 탄광산업이 맥을 끊기면서 도시의 핵심이었던 철강, 조선 등이 붕괴, 실업률이 무려 25%에 치달는 ‘쇠락의 도시’로 변질되어 간다.⁸⁾

이 도시를 살린 것은 1997년 구겐하임이 건립되면서부터다. 건축가 프랑크 게리(Frank O. Gehry)의 작품으로 더 유명한 빌바오 구겐하임 미술관은 건립되자마자 엄청난 관광객을 끌어들이는다. 자료에 따르면, 구겐하임 미술관 개관이후 한 달 평균 관광객의 차이는 약3만명이었다. 특히 외국인 방문객은 약1만명 정도 차이나는 것으로 조사되었다.⁹⁾ 특히 1박 이상 체류자는 4만명 이상 증가된

7) Culture & Creativity Clusters Centre for Cultural Policy Research, HKU, 2007, Consultancy Service for the Study on the Relationship between Museum and Performing Arts, and Creative Industries for the West Kowloon Cultural District Development in Hong Kong

8) Bratriz Plaza, 2000, Evaluating the Influence of a large Cultural Artifact in the Attraction of Tourism : The Guggenheim Museum Bilbao Case", Urban Affairs Review, Vol 36., No.2.

9) 위의 글

것으로 나타났고, 호텔 점유율은 8% 증가하였다.

가장 크게는 지역이미지 변화였다. 미국 네바다 주 주민들을 대상으로 설문조사 한 결과, 1991년에는 85% 이상의 시민이 빌바오를 바스크분리주의자들의 테러도시라 응답했으나, 빌바오 건립 이후 대부분의 북미대륙 사람들은 ‘예술의 도시’라고 응답한 것으로 나타났다.¹⁰⁾

이로 인해 2003년 한 해를 기준으로 빌바오 구겐하임이 벌어들인 경제적 효과를 살펴보면, 1억5400만 유로, 우리 돈으로 2천억 원 이상인 것으로 나타났다. 1997년 이후 2003년까지 6년 동안 경제적 효과를 추정하면, 10억 7천만 유로, 약 1조5천억원 이르는 것으로 나타나, 미술관 건립에 소요된 비용 5억 달러에 비해 부가가치는 무려 3배에 달하는 것으로 조사되었다.¹¹⁾

4.

그 밖에도 여러 사례는 많다. 그러나 그 많은 사례를 분석해 본다는 것은 불가능하다. 다만, 여러 사례에서 제시된 문화가 지역활성화에 미친 영향을 종합해보면, 다음과 같다.

첫째, 가장 많이 얘기되는 것은 ‘경제적 효과’에 대한 것이다. 문화시설을 건립한다던가 혹은 문화적인 지역이 형성되면, 그 지역을 중심으로 한 지역경제권이 활성화 된다는 얘기가 그것이다. 여기에는 지역이미지 개선을 통한 관광객의 증가, 그로 인한 지역 일자리의 창출 등이 주요한 효과로 지적된다.

둘째, 다른 한편 많이 얘기되는 것은 지역의 재생, 환경개선 효과다. 문화시설이나 문화적인 지역이 조성됨으로써 지역환경이 개선되고, 장소의 질이 좋아지는 한편, 범죄율 하락 등과 같은 개선효과가 있다는 얘기다.

그리고 세 번째로 얘기되는 것은 삶의 질 개선효과다. 예술에 대한 접근성이 강화되고, 지역 내 여가 및 생활을 위한 인프라가 확대되며, 정신적 빈곤이 해소된다는 것이다. 그에 따른 지역만족감 및 행복감 증가 또한 같이 얘기되는 항목 중 하나다.

네 번째로 얘기되는 것은 공동체 강화효과다. 지역민에 소속감이 강화되고, 정주성이 강화되며, 이로 인해 주민 간 관계가 개선되고, 주민 사이 활동이 늘어난다는 것이다.

10) Prytherch D. & Huntton L., 2005, Entrepreneurial Regionalist Planning in a Rescaled Spain : The Cases of Bilbao and Valencia, GeoJournal 62. 동 보고서에 따르면, 빌바오 거주 주민들 사이에서 또한 지역에 대한 자긍심이 높아진 것으로 나타났는데, 2002년 조사결과 97% 이상의 주민이 지역에 대해 자랑스럽다라고 응답한 것으로 나타났다.

11) 한국경제신문, 2004. 11. 29.

마지막으로 얘기되는 것은 지역이미지 개선효과다. 지역환경이 개선되고, 브랜드가 생겨나면, 해당 브랜드를 중심으로 지역의 이미지가 형성되어 지역 자체에 대한 하나의 기호가 형성, 정체화 된 문화와 이미지를 갖게 된다는 것이다. 이와 같은 여러 사례를 보여주는 보고서는 아래의 표와 같다.¹²⁾

<표3> 다양한 사례에서 나타난 문화환경이 지역가치에 미치는 영향

사례	지역효과
캐나다 창의도시네트워크	▷경제적 효과, ▷도시재생과 활성화, ▷공동체 강화, ▷지역에 대한 긍지, ▷삶의 질 개선, ▷장소의 질, ▷사회적 발달
예술을 위한 1%	▷장소화 효과, ▷예술감상 기회 제공, ▷지역 정체성 강화, ▷이미지 가치제고, ▷경제적 효과, ▷공동체의 유대와 강화
도시르네상스	▷경제적 효과, ▷환경개선, ▷주민참여 유도, ▷공동체 강화, ▷지역정체성 제고
공공미술위원회 (한국)	▷정신적 빈곤의 해소, ▷지역개발 효과, ▷문화민주주의 실현에 기여, ▷지역정체성 강화, ▷주민 간 사회적 융합의 강화, ▷삶의 질 향상
뉴욕사례 (매킨지 컨설팅)	▷경제적 효과, ▷지역이미지 개선, ▷문화예술 접근성 강화, ▷개인창의성 강화, ▷공동체의 회복 및 주민 간 관계 형성
빌바오 구겐하임	▷고용효과, ▷지역경제 활성화, ▷관광객 증대, ▷지역 이미지 개선, ▷지역에 대한 긍지
테이트 모던	▷경제적 효과, ▷고용효과, ▷관광객 증대, ▷지역경제 활성화, ▷지역이미지 개선, ▷예술향수권 제고, ▷공동체 강화, ▷지역에 대한 자긍심 강화
에던버러	▷관광객 증가, ▷지역경제 활성화, ▷지역이미지 개선
YBC프로젝트	▷관광객 증가, ▷지역경제활성화, ▷지역이미지 개선
헤이타운	▷관광객 증가, ▷지역이미지 형성
골목길 프로젝트	▷주민 간 관계개선, ▷지역사회에 대한 참여, ▷소속감 부여
페컴 도서관	▷지역이미지 개선, ▷문화접근성 증대
딕백스 지역	▷지역활성화, ▷예술에 대한 관심 증대, ▷지역재생
볼티모어	▷관광객 증가, ▷도시이미지 변화, ▷범죄율 하락(지역환경 개선), ▷정주성 강화
시드니	▷관광효과, ▷지역이미지 창출

12) 자세한 내용은 라도삼, 2006, <문화환경이 지역가치에 미치는 영향 연구>, 서울시정개발연구원, 참조

그러나 이는 어쩌면 문화사업이란 이런 효과를 목표로 해야 한다는 것을 오히려 역설적으로 설명하는 것과 같다. 즉, 다시 말해, 문화사업 시행 시 사업목표는 △지역경제의 활성화, △지역환경의 개선, △삶의 질 개선, △공동체의 강화, △지역이미지 개선 등으로 잡고, 그와 같은 목표체계 달성을 위해 합목적적인 형태로 구성되어야 한다는 것이다. 그런 점에서 앞으로의 문화사업은 이러한 목표를 적절히 달성했는가를 중심으로 평가할 수 있다. 즉, 앞서 제시한, 문제1 사업의 영향은 적절하였는가에 대한 대답은 바로 여기서 구할 수 있다.

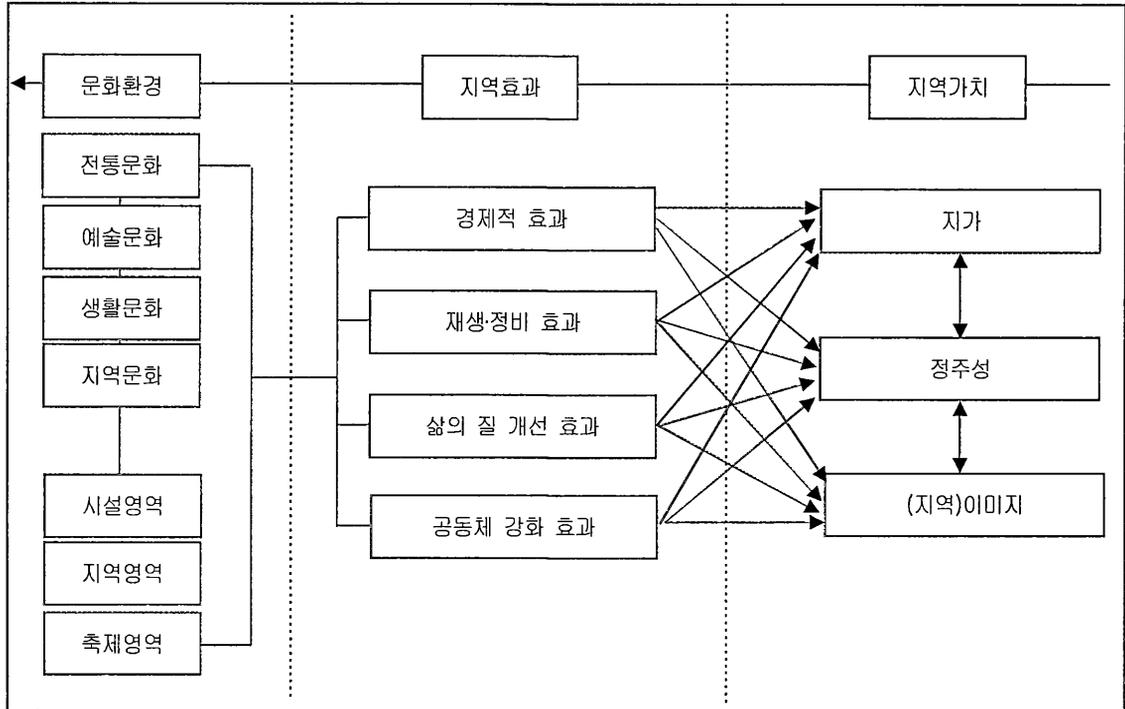
5.

실제 그와 같은 성과가 창출되었는지는 의문이다. 이에 본 발표자는 2006년도에 이와 같은 효과가 나타났는지를 측정하기 위한 연구를 시도한 바 있다.¹³⁾

연구의 모형은 다음과 같이 구성하였다. 우선, 다양한 문화적 지역재생 사례를 바탕으로, 문화가 창출할 수 있는 효과를 △경제적 효과, △재생 및 정비효과, △삶의 질 개선효과, △공동체 강화 효과로 넣었다. 이를 통해 지역 자체가 변하리라는 것이 연구의 가정이었는데, 이를 측정하기 위해 ‘지역가치’라는 항목을 별도로 두고, △지가, △정주성, △지역 이미지 등에 어떤 영향을 미치는지 조사하고자 하였다. 즉, 문화사업이 어떤 효과를 가지고 있으며, 그 결과 지역의 가치는 어떻게 달라지는가가 연구의 주요한 목적이었다.

이를 위해 문화사업 -문화환경- 의 영역을 전통문화와 예술문화, 생활문화, 지역문화 등으로 나누고, 이를 다시 시설과 지역, 축제영역 등으로 분류, 각 사업의 특성을 고려하여 6가지 대상을 추출하였다. <광진나루아트센터>(문화시설 건립), <상암월드컵경기장>(지역재생), <명륜동 접는미술관 프로젝트>(지역문화환경조성), <북촌>(지역보전), <서울 숲>(생활여가) 등이 그것이다. 즉, 이 6가지 대상을 기초로, 각 사업이 창출한 효과를 살펴보고, 그로 인한 지역의 가치가 어떻게 변했는지를 측정하는 것이 연구목적이었다.

13) 라도삼, 2006, 위의 책



<그림1> 문화환경이 지역가치에 미치는 영향에 대한 연구모델

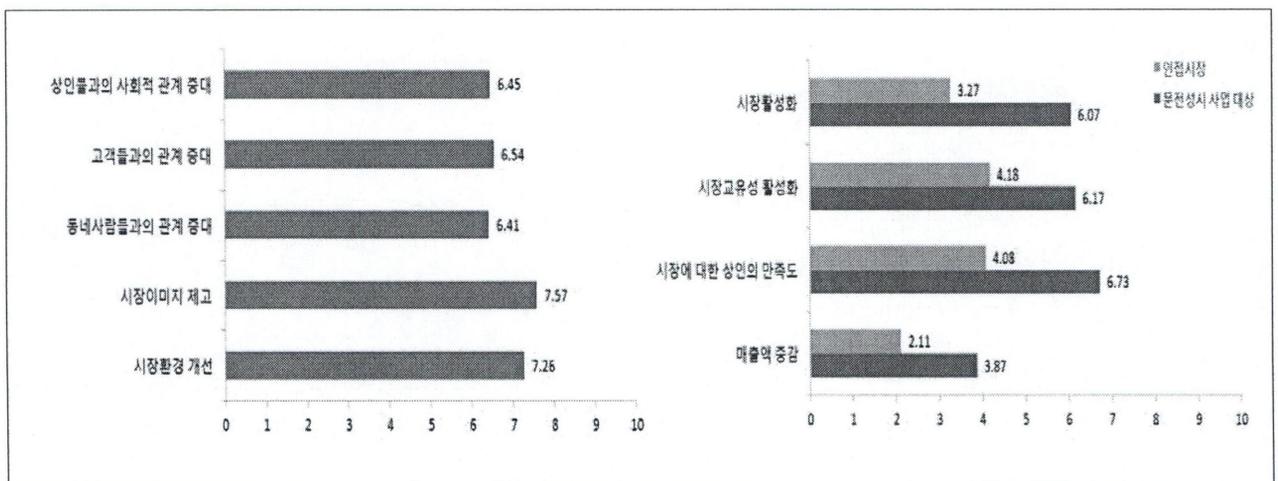
연구는 결론적으로 말해 그다지 성공적이지 못했다. 너무나 많은 대상을 정했다는 점, 변인이 지나치게 복잡하고, 분석방법 또한 정확하지 못했다는 점 등 여러 가지 요인이 있지만, 연구자가 그다지 충분히 학습되지 못한 상태에서 연구했다는 점이 가장 주요했던 요인 중 하나다. 그러나 그래도 부족하나마 분석결과를 제시하면, 문화사업은 <지역환경 개선효과><삶의 질 개선효과><공동체 강화효과><경제적 효과> 등의 순으로 그 효과를 창출하는 것으로 나타났다. 즉, 지역재생을 통한 환경개선효과가 크게 나타난 반면, 경제적 효과는 가장 낮은 것으로 조사되었다. 다른 한편 지역가치를 분석한 결과, 문화사업은 <지역이미지 개선효과><정주성 강화><지가상승> 순으로 지역에 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

문화환경 조성으로 지역가치가 가장 크게 변화한 곳은 <서울 숲>이었다. 그 다음은 월드컵경기장 건립이었고, 그 다음이 <대학로 문화지구 지정> 등이었다. 그런데 중요한 사실은 조성비가 많다고 해서 그로 인한 효과가 높은 것은 아니라는 점이다. 663억원의 조성비가 투입된 <서울 숲>의 경우, 2,059억원이 투입된 <상암월드컵경기장>보다 지역가치가 높게 나왔고, 1천만원이 투입된 <명륜동 접는미술관 프로젝트>의 경우, <서울숲>이나 <상암동 월드컵경기장>등과 비슷한 정도의 지역가치 상승효과를 기록, 투입 대비 지역활성화 효과는 매우 큰

것으로 나타났다. 문화사업의 경우, 그것을 어떻게 구성하느냐에 따라 결과가 달라진다는 것으로 연구과제 2번, 즉 다른 사업과 비교하여 그 효과가 큰 것인가를 설명하는 것이다.

다른 한편, 이와 유사한 연구방법으로 <문화를 통한 전통시장 활성화>사업을 모니터링한 적 있다.¹⁴⁾ 문전성시 사업이 이루어진, 총19개 시장을 대상으로, 문전성시 사업이 시장활성화에 어떤 영향을 미쳤는지 살펴본 동 연구는 우선 사업 성과의 결과를 △시장의 경제적 활성화, △시장의 이미지 개선, △공동체적 관계개선, △시장의 환경개선 등으로 나누고, 10점 만점으로 상인과 방문객을 대상으로 조사, 그 성과를 측정하는 방식으로 이루어졌다.

조사의 객관성을 위해 조사는 사업을 실시하지 않은 인접시장과 비교하는 방식으로 이루어졌다. 조사 결과, 가장 성공적인 요소는 ‘시장이미지를 개선’한 것이었다. 이어 시장환경 개선>공동체적 관계개선 등의 순으로 나타났다. 경제적 활성화 측면에선 기대한 바의 성과가 나타나지 못했다. 매출액 증감의 경우, 10점 만점에 3.87로 변화에 대한 체감도가 매우 낮은 것으로 나타났다. 다만, 시장에 대한 상인의 만족도>시장고유성의 활성화 정도>시장자체의 활성화 등은 일어난 것으로 조사됐다. 인상적인 것은 사업을 하지 않은 시장과의 비교인데, 거의 대부분의 값에서 사업하지 않은 시장에 비해 높은 점수를 보여, 문전성시 사업이 시장의 활성화, 이미지 개선, 시장에 대한 상인들의 만족도를 제고하는 데 일정 정도 기여한 것으로 나타났다.



14) 조경진·라도삼, <문전성시 사업의 성과분석 및 향후 발전방향 수립 연구>, 서울대 환경계획연구소, 문화체육관광부·시장과문화컨설팅단, 2011

6.

이처럼, 문화사업은 여러 측면에서 다양한 효과를 창출한다. 아직은 분석기법이 정밀하지 못하고, 그 시스템 또한 다른 부처나 기관이 인정할 정도로 과학적인 것이 아니어서 크게 주목받고 있지 못하지만, 분명 다른 어떤 분야에 비해 높은 사업성과가 있는 것만은 분명한 사실이다. 더구나 문화에 대한 중요성과 관심이 점점 늘어나고 있기에, 사업에 대한 동의정도가 늘어날 수밖에 없어 사업에 대한 동의도 및 효과에 대한 체감도 높아져 사업의 효과성은 더욱 더 늘어나리라 본다.

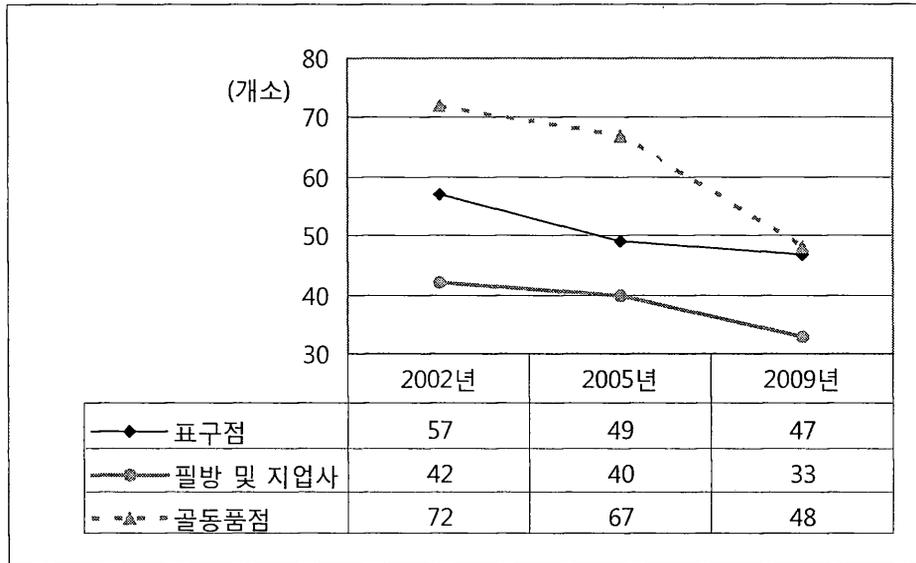
이제 이 시점에서 우리가 답하고 주목해야 할 것은 세 번째 문제다. 즉, 그 변화로 인한 영향이 어떠한가? 그리고 그에 어떻게 대응해야 할 것인가? 이른바 ‘젠트리피케이션’에 대한 대응의 문제다.

이러한 현상을 가장 잘 보여주는 것은 인사동과 그 주변지역이다. 인사동과 그 주변지역, 특히 인사동 지역은 전통예술의 생성 창구보전 차원에서 2002년 서울시에 의해 문화지구로 지정되었다. 인사동이 지니고 있는 전통예술의 생성성, 즉 고미술과 골동품을 중심으로 한 전통예술의 생성과 유통창구로서의 역할을 강화하고자, 그리고 또 일부 이를 활용한 관광활성화를 기하고자 인사동을 문화지구로 지정했던 것이다.

문화지구로 지정한 결과, 인사동을 방문하는 방문객 수는 크게 늘었다. 2008년 평가결과 1일 방문객 수는 무려 10만 명에 가깝다. 인사동 거리가 폭 10m에 690m인 점을 감안하면, 얼마나 많은 인구가 이 곳에 집중되는지 알 수 있다. 서울관광객 중 대부분은 이 곳을 지나가고, 매년 발행되는 관광통계에서 보면, 항상 5위 내에는 포함되어 있다.

관광객의 증가는 인사동 자체를 크게 바꿔 놓았다. 우선, 보전하고 유지해야 할 시설인 전통예술 생성과 유통관련 시설은 크게 줄었다. 골동품점, 필방/지업사, 표구점 등은 거의 반토막 났다. 그 자리를 차지한 것은 공예(품)점이다. 말이 공예품이지 그건 기념품에 지나지 않는다. 대부분 관광객을 상대하다보니 싼 값은 기념품을 팔 수밖에 없고, 그 결과 인사동 전체가 저급해지는 현상이 나타나기 시작한 것이다. 변화는 초기 순응적 적응으로 나타난다. 기존 공예품점 등이 기념품을 파는 가게로 점점 바뀌는 것이다. 그러다, 이후 단계는 적대적 적응 단계로 나타난다. 기존 업소가 떠나고 그 자리에 기념품 업소가 등장하는 매우 적대적 형태의 반응이 나타난 것이다. 인사동은 여기서 한 걸음 더 나아간다. 건물이

리모델링되고, 그 자리에 커피숍 등과 같은 현대적 형태가 등장한다. 거리 자체가 전통의 거리에서 점차 관광상가 형태로 변질되는, 형질변환의 위기에 처한 것이다. 2008년도에 나타난 현상은 본격적인 젠트리피케이션 현상이다.¹⁵⁾



<그림2> 인사동 전통업종 업소의 증감현황

그 인접한 삼청동 또한 말할 것이 없다. 한옥경관 보전사업으로 추진된 북촌마을 만들기 결과, 오늘날 삼청동은 파스타집, 다시 말해 우리의 전통이 아닌, 유럽 전통(?)의 음식점 거리가 되었다. 우리의 전통보다는 유럽이 가지는 전통을 더 존중하고, 그 소비를 통해 유럽적 문화를 흡입하고 싶어하는 우리의 태도 상 삼청동은 정말 어이없게도 우리의 전통이 아닌, 유럽의 전통에 우리의 전통을 내어주는 결과를 내었던 것이다.

이런 젠트리피케이션 현상은 북경의 다산쯔와 같은 사회주의 국가에서도 일어난다. 토지에 대한 소유권은 인정하지 않지만, 사용권을 인정함으로써 사회주의 국가인 중국의 북경 내에서도 젠트리피케이션이 일어나고 있으며, 이를 통해 지역의 형질이 변화하는 현상이 여기저기서 나타나고 있다.

과거와 달리 이 젠트리피케이션이 달라진 점은, 과거의 그것이 뉴타운 형태의 이른바 재개발, 재건축 방식이었다면, 오늘날의 형태는 그 외관은 보관하되, 그 내부는 달라한다는 것이다. 그것은 계급론적 입장에서라도 그대로 쓰여지는 말이다. 다시 말해 외관, 즉 건물을 놓아두되, 내부, 그 안에서 활동하는 업소와 그

15) 라도삼, 2008, <인사동 문화지구 외부평가 연구>, 종로구청

와 관련된 계층들은 완전히 바꾼다는 얘기다. 이 현상은 지금 우리 현실 속에 만연되어 있다.

문제는 이로부터 싸울 무기가 많지 않다는 것이다. ‘문화지구’란 제도는 본래 그와 같은 젠트리피케이션 현상을 막기 위해 만들어졌으나, 결과적으로 오히려 젠트리피케이션을 부추하는 것으로 귀결되었다. 오늘날 인천의 근대 개항지를 보면, 그것은 거의 중국집 거리다. 파주 헤이리는 관광지로 변해, 이젠 갤러리나 아뜰리에 거리에서 벗어난 상태다. 과연 이것을 어떻게 받아들여야 할지.

7.

문화사업으로 인한 지역의 변화는 매우 역동적이고, 분명한 코드를 갖고 있다. ‘쓰레기장을 깨끗이 하려면, 미술가를 영입시켜라’라 란 말이 있듯, 분명 예술은 지역을 매우 미학적으로 변형시킨다. 건축이나 도시계획가의 행동이 깨끗함, 정비 등을 이뤄낸다면, 예술가는 거기에 존재하는 그것들이 새로운 의미를 갖고 존재하도록 하는 특별한 재주를 갖고 있다. 이것이 공존과 공생, 재생의 전략이다.

그런데 이 재생의 결과로 나타나는 것은 쫓겨남이다. 외부는 그대로 있고 그 내부를 변질시켜버리는 젠트리피케이션 현상으로 인해, 정작 그곳을 만드는 ‘그’는 타인이 되어 거기를 떠나는 것이다. 그런 점에서 예술을 통한 지역 활성화는 늘 같은 문제를 제기한다. 과연 어느 점에서 이걸 끝내야 하는 것이냐는!

불행히도 변화의 출발은 그것을 멈추도록 만들지 않는다. 변화는 탄력을 받는 시점부터 매우 빨라진다. 그 변화를 멈추는 유일한 것은 ‘중간계’를 갖는 것이다. 개발될 수도, 그렇지 않을 수도 있는 그런 지역을 갖는 것!

문래동은 또 다른 측면에서 그런 가능성을 가진 지역이다. 영등포구 철공단지 는 이곳은 준공업지역으로 늘 소음과 분진으로 문제가 되는 곳이다. 때문에 지역에서는 늘 개발되길 원했고, 남아있는 철공소들은 그나마 유일한 수익창출로 지속적으로 영업을 한다. 바로 이곳에 예술가들이 입주해 살기 시작했다. 지금은 약 300명 정도의 작가들이 이 지역에서 작품 활동을 하는 것으로 보고되고 있다.

이 지역이 만약 재개발이 완전히 철회되었다면, 분명 내부개발 방식으로 개별 건물별 임대료가 올라 작가들이 쫓겨나는 방식으로 젠트리피케이션의 길을 걸었을 것이다. 그런데, 지금 현재는 산업뉴타운 지구로 지정되어 있다. 그것은 개발

된다는 것이다. 그런데 문제는 돈이다. 부동산 시장이 위축된 지금, 도시계획 상 개발은 허용되었어도 개발은 이루어지지 않는다. 그 결과 이 지역은 가장 안정적인 자리에 놓여 있다. 외부의 개발도, 내부의 개발도 이루어지지 않는, 폭풍전야 속의 고요상태!

도시의 전부가 이럴 수 없다. 그러나 중장기적인 측면에서 이러한 전략을 어떻게 사용할 것인가 하는 것은 고민해 볼 필요가 있다. 다른 한편, 중요한 것은 지역 사회 내에서 그 가치를 인정받는 방식이다. 주민들 속에서 그것(예술)이 있는 가치를 인정받고, 그 스스로 보전토록 노력하도록 하는 방식인데, 아직 도시 내에서 이런 예가 없어 이상론에 가깝긴 하다. 그러나 폐쇄된 근대적 장소들이 예술에 의해 점유되고, 점거되어 재사용되는 예를 보면서, 우리는 그런 꿈을 꾸기도 한다. 예술이 공간을 점유하고, 점거하는..., 그게 일순간의 신기루 같은 오아시스일지라도.

여 백

렉처 콘서트Ⅲ

문화예술교육의 출발점과
지속가능성 모색

한밭문화마당 대표
이춘아

문화예술교육의 출발점과 지속가능성 모색

이춘아 한밭문화마당 대표

I. 지역특성화 문화예술교육을 한다는 것

2006년부터 시행되었던 사회문화예술교육 지원사업이 2010년부터 지역사회 문화예술교육 활성화 지원사업, 2012년 지역 특성화 문화예술교육 지원사업으로 명칭이 변경되었다. 사업명칭 변경의 핵심은 학교문화예술교육과 구분하기 위한 ‘사회문화예술교육’ 과 개별단체(기관) 중심으로 이루어지던 사회문화예술교육에서 벗어나 지역사회, 지역문화라는 개념을 도입한 것에 큰 특징이 있다.

구 분	2011년	2012년
사 업 명	지역사회 문화예술교육 활성화 지원사업	지역 특성화 문화예술교육 지원사업
지원내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일반공모 : 개별 프로그램 지원 ○ 기획공모 : 문화예술교육 네트워크 지원 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일반공모 : 개별 프로그램 지원 ○ 기획공모 : (폐지)
심사방식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1차심사 : 교육진흥원 주관 ○ 기획워크숍 및 2차 심사 : 광역센터 주관 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1차심사 및 기획워크숍 : 광역센터 주관 ○ 2차심사 : 교육진흥원 광역센터 공동 주관
사업관리	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업평가 : 단체별 역량평가 시행 ○ 기타 사업관리는 광역센터별 자체 계획에 따라 시행 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업평가 : 단체별 현장모니터링 및 지원사업 종합 성과평가 시행 ○ 기타 사업관리는 광역센터별 자체 계획에 따라 시행

시기적으로 명칭도 바뀌었지만, 내용도 바뀌어가고 있는 추세이다. 이는 2010년과 2011년 한시적으로 시행되었던 기획공모 사업의 영향도 반영되었다고 볼 수 있다. 그 핵심에는 지역사회와 지역문화라는 구도를 그릴 때 당연히 고려되

어야할 지역사회내 네트워크 인식이다. 이는 자원사업 단체(기관)로 선정되면 정된 거점단체(기관)를 중심으로 협력기관과 수혜기관으로 구분하여 네트워크를 이루어 지역의 독자적인 문화예술교육을 만들어내는데 초점을 두고 있다.

‘지역문화’ 라는 용어가 공식적으로 사용된 때가 2001년 지역문화의 해 였다. 2001년 지역문화의 해 사업을 통해 중앙문화와 대별되는 지역문화가 아닌 지역 속의 문화, 지역특성화가 담보된 지역문화가 지역속에서 중요한 담론이 되었고, 2003년 지역문화네트워크라는 단체가 만들어지면서 네트워크의 중요성을 누구나 말하게 되었지만, 정작 네트워크를 어떻게 해야 하는지 그 해법을 찾기 어려웠다.

2010년 처음 시작된 ‘지역거점 네트워크 문화예술교육’ 사업이 진행되면서 가장 어렵고도 재미있는 부분이 ‘네트워크’ 를 어떻게 할 것인가 였다. 물론 선정된 단체(기관) 모두 나름의 네트워크를 어떻게 할 것인지 사업계획을 잘 명시하여 운영하였다. 하지만 ‘지금·바로·여기’ 에서 시작되는 네트워크의 의미는 각각 다르고 이해하는 방식이 서로 달랐다.

II, ‘네트워크’ 어떻게 할 것인가

거점 네트워크 사업 컨설팅을 하면서 가장 어려웠던 점은 네트워크 사업의 취지를 재확인하는 것이었다. 왜 네트워킹을 해야하는지? 라는 물음에 대한 정답은 모두 알고 있었지만 문제는 어떻게 하는 것이 진정한 네트워킹인가 였다.

내가 문화예술교육을 어떻게 잘할 것인가에서 ‘우리가’ 살고 있는 지역 현실에서 어떻게 하면 문화예술교육을 꽃 피울 수 있을 것인지를 넘어가는 과정이 어려웠다. 내 단체(기관)가 잘 하는 방법에만 익숙해 있던 곳에서 우리 지역 사회를 인식하고 어떻게 하면 우리가 공생할 수 있을 것인지 방법을 찾아가는 것

이 네트워크 사업이었다. 그것은 형식적인 협조관계에서 실질적인 협력관계로 질적 변화를 갖고자하는 것이었다.

그러기 위해서 거점기관으로 선정된 곳에서 노력해야 할 부분은 우리 함께 성장할 수 있는 방안을 프로그램화하는 것이었다. 선정된 곳 대부분은 사회문화예술교육 영역에서 위상을 갖추고 있는 곳이었기에 개별 프로그램 자체는 크게 문제될 것이 없었다. 개별 사회문화예술교육 프로그램을 많은 단체(기관)들이 협조하여 많이 하는 것이 목적이 아니었음에도 불구하고 프로그램 수가 평균 6개나 되었다. 상대적으로 네트워킹을 위한 프로그램은 저조할 수밖에 없었다. 거점 네트워크 사업은 협력기관과 수혜기관 간의 네트워킹 프로그램을 어떻게 했는가를 우선시 하고 있다.

네트워크 사업을 운영한 결과 대체로 몇 가지 유형으로 나눌 수 있었다.

첫째, 거점 네트워크 사업의 취지를 지역사회에 알려내기 위해 워크숍 등을 활발하게 운영하여 지역의 사회문화예술단체와 사회복지기관 등을 포괄하여 네트워크 체제를 구축하는데 주력한 유형이다.

둘째, 통합적 문화예술교육을 만들기 위해 협력단체들과 강사들의 역량강화에 주력한 유형이다.

셋째 장기적으로 지역의 단체와 기관들이 직접 문화예술교육을 운영해 나갈 수 있도록 협력기관과 수혜기관들을 지원해나가는 네트워킹 프로그램에 주력한 유형이다.

이들 유형들 중 어느 것이 우수하다고 단정지을 수는 없다. 지역의 현 실정에 맞춰 단계를 설정하는 것이 중요하다.

지역의 문화예술교육이 자생적으로 뿌리내리기 위해 ‘우리’가 해야 하는 과정이 중요하다는 공공성과 당위성을 갖지 못하면 내가 왜, 내 단체(기관)이 왜 고생만해야 하는가 의문을 갖게 하는 사업이었기 때문이다.

네트워크 사업에 대한 인식부족으로 인한 시행착오는 있었지만 참가기관 모두 헌신적으로 노력해 주었다. 그 가운데 지역의 현 실정을 정확하게 분석해내고 사업의 취지를 잘 살려 네트워킹 프로그램을 진행하기 위한 실천사례를 살펴본다.

III. 성공적인 네트워킹을 위해

비전과 목표설정: 지역의 문화예술교육을 활성화하는 것이 궁극적 목표라면 이를 위해 달성해야 할 비전과 목표를 구체화해야 한다. 이때 비전은 3년에서 5년 내에 이를 중기 비전이어야 하고 이를 위한 목표는 구체적이고 세부적이어야 한다.

협력기관 탐색과 네트워크 구성: 목표를 함께 이룰 수 있는 협력기관(강사진 포함하여)을 타진해내고 교육 대상 기관과 네트워크를 구성한다.

인식공유와 관계 형성: 비전을 공유하고 목표를 달성하기 위한 과정으로서 네트워킹 프로그램을 만들어간다. 이때 서로 필요한 부분을 명확히 하여 이를 프로그램화한다. 네트워크 사업의 가장 중요한 대목일 수 있다. 갑과 을의 관계가 아니며, 서로 아는 처지에서 단순 협조 차원의 관계가 아닌 비전달성의 동력자로서 진정한 협력 관계이어야 한다. 이 부분이 네트워크 사업의 승패를 가름하는 잣대가 아닌가 싶다.

네트워크 활동: 문화예술교육 시행기관의 강사들과 문화예술향유의 대상 기관 담당자, 그리고 향유자(교육대상자인 학생, 시민 등 향유층)가 포함된 다양한 네트워킹 프로그램을 운영함으로써 목표로 한 문화예술교육의 질적 변화를 가져오게 하는 활동이다. 주요 방식은 사례발표 형식으로 사회문화예술교육 강사진

들의 강의발표 및 토론이다. 강사는 자신이 진행하고자 하는 교육과정과 방법에 대해 설명하고 좋은 교육을 위한 의견을 수렴할 수 있어야한다. 이러한 과정에 대한 피드백으로 도움 받을 수 있는 전문가 초청 강의를 있을 수 있다. 또한 아동센터, 장애인 노인복지관 등 교육대상 기관의 실무자 역시 교육대상자에 대한 이해를 높이기 위한 사례발표를 할 수 있다. 이는 현재 문화예술교육에서 가장 취약한 부분인 대상층에 대한 이해를 높일 수 있는 기회가 되어 장애인, 노인, 이주여성, 외국인노동자, 청소년, 어린이에 대한 정확한 이해를 도와줄 수 있다. 네트워킹 프로그램을 통해 교육기관과 교육대상기관간의 소통이 일어나고 또 다른 일들을 도모해 낼 수 있는 힘을 기를 수 있다.

결과로서 성과: 사업의 성과는 협력기관의 범위를 넓혀나감으로써 문화예술교육의 영역을 넓혀나갈 수 있으며, 다양한 문화예술교육 프로그램을 개발하고 지역의 독자적인 문화예술교육의 방법을 만들어갈 수 있다.

<첨부자료>

문화예술교육기획자는 지역사회에서 무엇을 실험하였는가?

- 충남지역 2010년 사례를 중심으로 -

이춘아 한밭문화마당 대표

누가: 충남지역에서 2010년 사회문화예술교육을 지원 받은 기관과 단체는 모두 22곳이며, 23개 프로그램을 운영하였다. 이들은 두 가지 유형으로 나뉜다. 문화예술장르를 갖고 있는 예술단체들이 하나의 유형이며, 또 하나의 유형은 문화원, 도서관, 박물관, YMCA, 사회교육협의회, 청소년수련관, 평생학습관 등 사회문화단체(기관)들이다. 문화예술단체들은 각자의 전문성을 토대로 지역사회와 연대하여 문화예술을 보급하는 동시에 지역민들의 문화향수층을 확대하는 것에 목표를 두고 다양한 교육방법을 도입하고 있으며, 사회문화기관(단체)들 역시 지역사회의 문화복지 향상을 위해 교육프로그램을 운영하였다. 하지만 장르중심의 예술단체에 비해 기관(단체)들이 매년 사회문화예술교육을 시행하고 있음에도 불구하고 전문성이 축적되지 못하고 있는데 그 이유는 담당자가 자주 바뀌거나 강사를 매번 교체해서 운영하고 있기 때문인 것 같다. 따라서 지역사회에서 평생학습 또는 지역사회연계 교육의 차원에서 문화예술교육을 운영하기 위해서 ‘문화예술교육전담팀’을 꾸려 지속적인 자체 프로그램으로 정착되길 기대해본다.

언제: 지역별로 교부기간이 조금씩 다르지만 대체로 2010년 4월부터 12월까지 사업을 운영하고 있다.

어디서: 이들 교육주관단체(기관)은 문화예술교육의 학습대상자들을 아동/청소년, 노인, 장애인, 그리고 일반 지역주민들을 대상으로 하였고, 아동이 대상일 경우 아동센터, 도서관 등의 기관소속 또는 이용자들이었고, 청소년들의 경우는 도서관 또는 청소년수련관 이용자들이었다. 노인들의 경우 경로당 등 찾아가는 교육이 대부분이며 간혹 주관기관의 공간으로 와서 교육받기도 하였다.

무엇을: 서양음악, 국악, 타악(난타), 풍물, 무용, 미술, 도자기, 공예, 연극, 영화 등의 장르 중심으로 교육을 하였고, 최근 몇 년 사이에 통합이라는 이름으로 교육의 목적에 따라 장르간의 결합으로 교육을 하는 추세가 늘고 있다. 하지만 여전히 다양한 장르 맛보기를 통합이라고 여기고 있어 문제점으로 남았다. 지역사정에 따라 문화예술에 대한 접근이 거의 없었던 곳에 다양한 장르 맛보기식 문화예술교육이 효과가 없었던 것은 아니다. 하지만 또다시 왜 문화예술교육을 해야 하는가? 라는 물음 앞에 기획자들은 ‘통합’의 목표가 무엇인지 고민해야하는 대목이다.

왜: 2006년부터 시작된 사회문화예술교육 지원 사업은 소외계층 우선으로 문화복지 차원에서 시작되었다. 소외계층 또는 취약계층 위주로 운영되다보니 교육의 목표가 개인의 심성치유와 관계소통 중심으로 이루어졌고 현재도 많은 부분이 그렇게 운영되고 있으며, 장르 중심의 문화예술교육을 받게 되면 소외가 사라진다고나 취약부분이 해소될 것으로 믿어왔다. 문화예술의 특징적 성격상 실제로 그러한 성과들이 있어왔다. 하지만 최근 들어 학습대상자 개인과 개인을 둘러싸고 있는 지역사회의 정체성 회복이 우선시 되면서 지역의 인적 물적 자원과 연계하면서 지역사회를 알아가는 문화예술교육 프로그램이 두드러지고 있다. 하지만 교육의 기본방향은 문화예술을 통한 자기발견과 창의성의 고양, 그리고 문화향수층의 확산을 통한 전 국민의 문화력 향상이다.

어떻게: 예컨대 한 무용단체는 무용/춤이라 장르의 동작을 단순히 습득하게 하는 것이 아니라 결혼이라는 주제를 가지고 이야기를 끌어내고 관련 스토리가 있

는 트로트 가사를 이용하여 연극적인 요소를 끌어내고 ‘바리데기’ 이야기를 엮어 장면을 구성하면서 신체동작을 가르친다. 그러한 치밀한 기획과 준비로 구성된 교육과정을 통해 어르신들은 자연스럽게 춤을 익히게 되고 그 과정의 결과가 작품이 되게 한다. 물론 이러한 과정이 기획된 것만큼 쉽게 되는 것은 아니나 학습자의 눈높이에 맞춘 교육이 되도록 노력하는 과정 자체가 교육자가 지향해야 할 궁극적 목표이기 때문이다. 또 한 음악단체는 야코디언을 노인학습자가 잘 기억할 수 있는 방식으로 악보를 재구성하여 악기를 쉽게 접근하도록 함으로써 음악을 즐기면서 공연을 다니는 수준까지 되었다. 또 어떤 단체는 장애인과 장애인가족들이 갖는 어려움을 해소하기 위해 함께 미술작업 등을 하면서 서로 이해하고 소통하는 과정을 갖기도 한다. 박물관은 지역민과 연계를 지을 수 있는 방안이 무엇인지 욕구조사 결과를 토대로 프로그램을 짜서 운영하기도 한다. 지역(마을)의 설화 민담 등을 갖고 마을지도를 만들고 마을사진과 영상물을 이용해 극을 만들기도 하고 애니메이션도 만들어보는 과정을 통해 살고 있는 동네가 살아가기에 재미있는 곳으로 느끼도록 한다. 장애인 대상프로그램을 통해 그들이 도와주어야만 하는 대상이 아닌 그들만의 감수성을 찾아내어 오히려 주변 사람들을 놀라게 하면서 편견을 사라지게 한다.

사회문화예술교육 주관기관(단체)들은 남들이 알지 못하는 어려움 속에서 기획된 뻘뻘한 일정을 꾸려왔다. 사업이 마무리될 때 다시는 하고 싶지 않다는 생각하기도 하지만 사업공모기간이 되면 또다시 기획서를 준비하게 되는 쳇바퀴 속에 있다. 어려움도 많았지만, 스스로 문화예술교육의 새로운 시도로 방향을 고민하며 이런저런 시행착오 속에 나아가고 있다. 프로그램 기획자와 강사 그리고 학습대상자와 대상기관들이 함께 그려나가는 조합들이 다음 해에는 어떤 모양으로 나타날지 기대된다.

여 백

참가자 현황 및 숙소

숙소	성명	소속	연락처	비고
405	김경민	포천문화원		
	김장환	용인문화원		
	류연일	고양문화원		
	김진영	광주문화원		
	주인군	수원문화원		
304	박용철	동두천문화원		
	이현우	안산문화원		
	이준용	연천문화원		
	김정진	성남문화원		
	유종대	오산문화원		
305	이흥귀	가평문화원		
	하세용	시흥문화원		
	이동준	이천문화원		
	최의열	부천문화원		
	이명재	김포문화원		
	남기태	화성문화원		
303	이상덕	안양문화원		
	장경호	과천문화원		
	서교송	파주문화원		
	최영주	경기도지회		
302	류완희	평택문화원		
	윤승민	구리문화원		
	박정근	의정부문화원		
	장기명	군포문화원		
301	백영옥	하남문화원		
	장세영	경기도지회		
	박해정	경기도지회		
무숙	오세진	의왕문화원		
	박재홍	양주문화원		
	전봉진	양평문화원		
	정선희	광명문화원		팀장
	이미경	이천문화원		과장
	김숙이	화성문화원		과장