

Future Strategy

F O R U M

2012 ARKO 미래전략 대토론회



지역문화 창조포럼



호남권 광주



지역고유 문화브랜드
개발 및 지역문화
협력체계 구축

2012.
10.31.
WED

place

빛고을시민문화관
4층 다목적실

주최



한국문화예술위원회
Arts Council Korea



광주문화재단
Gwangju Cultural Foundation

주관



후원



문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism



Future Strategy

F O R U M

2012 ARKO 미래전략 대토론회



지역문화 창조포럼



호남권 광주



지역고유 문화브랜드
개발 및 지역문화
협력체계 구축

2012.
10.31.
WED

place

빛고을시민문화관
4층 다목적실

주최



한국문화예술위원회
Arts Council Korea



광주문화재단

주관



후원



문화체육관광부

2012 ARKO 미래전략 대토론회
PROGRAM
 지역문화 창조포럼 호남권(광주)

지역고유 문화브랜드 개발 및 지역문화 협력체계 구축

일시 : 2012년 10월 31일(수) 14:00~ 16:40

장소 : 광주 빛고을시민문화관 4층 다목적실

1부

14:00-15:20

사 회 이무용 한국문화예술위원회 위원

개 회 개회사 및 오프닝 공연

14:00-14:30

발제 1 아시아문화중심도시와 빛가람혁신도시 연계협력을 통한
 지역고유 문화브랜드 개발
 김광욱 광주발전연구원 연구위원

14:30-14:55

발제 2 한국문화예술위원회 지역이전에 따른 역할 재정립과 지역협력체계 개편
 윤성진 아르코 지역협력형사업 평가 책임연구원

14:55-15:20

Intermission

15:20~15:35

2부

15:35-16:35

종합 토론 지역고유문화브랜드 개발과 지역문화협력체계 구축 방안

이무용 (진행) 한국문화예술위원회 위원
 김상윤 지역문화교류호남재단 상임이사
 김진엽 문화체육관광부 지역민족문화과 사무관
 문안식 전남문화예술재단 문화사업팀장
 박호재 광주문화재단 문화정책실장
 이영철 아시아문화개발원장
 조상필 전남발전연구원 지역발전연구실장



목차 CONTENTS

03	프로그램
07	1부
09	발제 1 아시아문화중심도시와 빛가람혁신도시 연계협력을 통한 지역고유 문화브랜드 개발 김광욱 광주발전연구원 연구위원
19	발제 2 한국문화예술위원회 지역이전에 따른 역할 재정립과 지역협력체계 개편 윤성진 아르고 지역협력형사업 평가 책임연구원
35	2012 ARKO 미래전략 대토론회 공개행사 안내

2012 ARKO 미래전략 대토론회

공개행사 프로세스

대 토 롬 회	창의성의 시대, 문화예술의 미래	10.17(수) 대한상공회의소 국제회의장
정책세미나	예술지원정책 현황 및 전망	10.24(수) 예술가의집 다목적홀
전문가포럼	새로운 문화예술, 통섭과 융합	10.26(금) 아르코미술관 세미나실
지 역 포 럼	지역문화창조	10.30(화)~11.5(월) 대전, 광주, 부산(3회)

2012 ARKO 미래전략 대토론회
지역문화 창조포럼 호남권(광주)

지역고유 문화브랜드 개발 및 지역문화 협력체계 구축



1부



발제 1

아시아문화중심도시와 빛가람혁신도시 연계협력을 통한
지역고유 문화브랜드 개발

김광욱 광주발전연구원 연구위원

발제 2

한국문화예술위원회 지역이전에 따른 역할 재정립과
지역협력체계 개편

윤성진 아르고 지역협력형사업 평가 책임연구원

1부

발제 1

아시아문화중심도시와
빛가람혁신도시
연계협력을 통한
지역고유 문화브랜드 개발

김광욱 광주발전연구원 연구위원

I. 어려운 단어, 지역고유문화브랜드

주제의 핵심 키워드인 ‘지역고유문화브랜드’에 대한 이해를 시작으로 이야기를 풀어나가려 한다. 중심단어는 ‘문화’일 것이며, 그 문화는 국가적 범주가 아닌 ‘지역’을 대상으로 하되 ‘고유성’이 있는 것을 선별하여 브랜드화 하려는 의도가 담겨진 합성어라 추측된다. ‘문화’를 순수문화예술로 한정하는 것은 무리가 없을 것 같지만, ‘지역’과 ‘고유’가 결합할 경우 중의적인 면이 있어 고민이 필요하다. ‘특정 지역의 고유한 문화’인지, ‘특정 지역의 고유성을 담보하는 문화’인지가 애매한 점이 있다.

후자의 예로 <광주브랜드공연>을 들 수 있다. 광주를 대표하는 역사적 사건인 5.18을 서사로 구성하여 공연물로 제작한 것이다. 공연제작과정을 보면 문화예술 역량을 끌어올리기보다 현재의 역량으로 5.18이 담고 있는(혹은 재해석한) 메시지를 전달하는데 방점이 찍혀있다는 느낌이 든다. 2011년에 무대에 올린 <자스민 광주>의 경우, 에딘버러 페스티벌에서 별 5개의 평가를 받았음에도 불구하고 무대에 오를 횟수는 초라하다. 하지만, ‘에딘버러 페스티벌’에서 실연되었다는 점과 ‘별 5개’라는 호평이 뉴스에 자주 오르내리면서 광주의 인지도를 높이고 궁극적으로 ‘민주·인권·평화’의 도시로서 브랜드 정체성 확립에 기여하기도 했다. 공연 횟수와 상관없이 어느 정도 성과를 거둔 셈이다. 그러면서도 과연 이런 방식으로 광주의 문화예술 역량을 끌어올릴 수 있을지 의문이 남는다.

전자로는 ‘임방울 국악제’를 들 수 있다. 광주출신의 임방울은 판소리사에서 빠지지 않을 정도로 우리나라를 대표하는 명창으로 그가 성취한 예술성과 인지도는 브랜드화할 가치가 충분하다. 임방울이라는 국창을 브랜드화 하는 방법으로 콘테스트 형식의 국악제를 매년 개최하고 있는데, 경쟁방식으로 참가자들의 예술적 역량을 끌어 올리는 체계를 갖추었다는 점과 우리나라에서 손에 꼽을만한 국악대회라는 점에서 ‘임방울 국악제’도 의의를 확보하고 있는 셈이다. 다만, 오늘날 판소리가 처한 문화적 환경을 감안할 때 장기적 관점에서 바람직한 방법인지 의문이다. 끊임없이 대중들과 소통하며 해를 거듭할수록 판소리 애호가들이 늘어나고 문화저변이 두터워지는 단계까지는 나아가지 못하고 있는 것은 불편하지만 인정할 수밖에 없

는 현실이다.

다시 처음으로 돌아가서 한국문화예술위원회의 특성과 주어진 주제의 맥락을 고려할 때, 특정지역의 고유한 문화를 브랜드화 한다는 뜻으로 추측되나, 지역의 입장에서 지역의 고유성이 담보되어 도시 브랜드를 제고하는 상황이 더 중요할 수도 있다. 다른 듯 유사한 이 둘의 차이를 연결하는 것이 연계협력의 시발점이 아닐까 한다. 요컨대 ‘품격 있는 문화(예술성)’와 ‘소통하는 문화(대중성)’을 동시에 성취할 수 있는 방안을 모색하는 것이 이 글의 목적이다.

II. 지역고유문화브랜드를 어떻게 개발할 것인가?

1. 매칭펀드 VS 역할분담

지자체 고유사업은 찾기 드물다. 대부분 국비를 받아서 하는 사업이며, 국비도 시비 매칭을 조건으로 지원해주는 것이 일반적이다. 이러한 방식이 효율적인지 검토해 볼 필요가 있다. 산업을 지원하는 사업일 경우 전액 국비일 경우 위험성이 높고 사업의 가시적인 효과를 얻기 어려울 수 있으므로 매칭펀드 방식이 바람직하다고 볼 수 있으나, 지역고유문화브랜드 개발에서 매칭펀드가 어떤 효율성을 담보할 수 있을지 의문이다. 사업진행 과정에서 국가지원의 부담을 줄인다는 것 외에 별다른 장점이 없다. 오히려 재원부족으로 시달리는 지자체의 부담을 늘리고 결과적으로 사업의 파행만 불러오는 폐해가 더 크다.

문화예술의 브랜드를 논하는 시점에서 프레임을 바꿔볼 필요가 있다. 기존에는 문화예술인만 놓고 보았다면, 이제는 문화를 품고 있는 지역(커뮤니티, 문화생성 공간)과 그 문화를 끊임없이 소통하며 포장하는 마케팅까지 포함해서 넓게 봐야한다. 지금까지 문화지원사업은 이들을 하나의 개체로 보지 않고 문화인을 지원하는 데만 집중해온 것이 사실이다. 그러다보니 예술인은 정부지원에 눈이 집중되어 있고, 그들이 정작 소통해야 할 시민들과 괴리가 있거나, 설사 시민들과 소통하려 노력한

다 해도 그들이 마케팅이라는 큰 덩어리는 감당하기에 전문영역이 되어버렸다. 누군가는 마케팅을 지원해야 하고, 누군가는 예술인을 지원해야 하며, 누군가는 지역을 지원해야 한다. 지원의 주체들은 면밀하게 협력하여 역할분담을 해야 한다. 이제 ‘내가 돈을 낼 테니 너희들도 돈을 내라’라는 방식이 아니라 ‘내가 이 부분을 맡을 테니 너희들이 다른 부분을 맡아라’는 방식으로 바뀌어야 한다.

2. 수평연계전략과 수직연계전략

브랜드화하려는 대상이 정해지고 브랜딩 전략을 수립할 때, 수직적 연계와 수평적 연계를 동시에 구사하는 것이 효율적이라 생각한다. 수직적 연계는 동일 문화예술 장르 혹은 진행방식의 유사성으로 묶을 수 있는 다른 도시의 경쟁상대 간의 연계를 말하며, 수평적 연계는 특정 지역의 다양한 계층과 장르를 아우를 수 있는 여러 문화형태들 간의 연계를 말한다. 부연하자면 장소를 기준으로 다른 도시들의 자원들이 연계되면 수직적 연계, 동일 도시 내의 자원들이 연계되면 수평적 연계이다.



〈그림1〉 임방울 국악제의 수직연계와 수평연계

임방울 국악제의 경우 남원의 춘향국악제, 전주의 전주대사습 등을 경쟁상대로 꼽을 수 있다. 이들 간의 연계를 통해 국악 예술인들의 역량강화 방안과 국내 흐름을 공유하며 문화예술 역량을 제고할 수 있다. 수직적 연계는 동일 장르일 경우에만 가능한 것이 아니라 동일 목적 즉, ‘지역고유문화브랜드’로 지정된 각 도시의 문화간 연계도 포함된다. 그리고 이는 한국문화예술위원회나 한국콘텐츠진흥원 등 빛가람혁신도시의 직능 군에서 구사할 수 있는 전략이다.

반면 아시아문화중심도시는 광주라는 지역적 범주 내에서 문화적 도시환경 조성부터 인력양성과 콘텐츠 제작까지 포괄적으로 진행되는 특성이 있다. 때문에 ‘임방울’의 브랜드 잠재력을 추출하여 관광코스로 개발하거나 상설 공연프로그램 및 체험 프로그램을 운영하며, 자라나는 세대들을 위하여 임방울의 스토리를 애니메이션으로 제작하여 방영하는 것이 가능하다. 이는 매체를 다양화하여 수용자 층을 폭넓게 확대할 수 있으며, 임방울에 대한 인지도를 높여 궁극적으로는 시민들로부터 사랑받는 브랜드로 키워갈 수 있다는 장점을 지니고 있다. 물론 아시아문화중심도시추진단에서 일괄적으로 추진할 수 없으며 특성에 따라 광주관광컨벤션뷰로, 광주문화재단, 광주정보문화산업진흥원 등의 지역 내 기관들 간의 연계를 통해 가능하다.

	수직 연계 전략	수평 연계 전략
기준	다른 도시 간 자원 연계	특정 도시 내 자원 연계
목적	문화예술(혹 브랜딩) 역량 제고	시민 인지도/참여도 제고
적정사업	빛가람혁신도시(직능)	아시아문화중심도시(도시)

〈표 1〉 수직연계전략과 수평연계전략의 비교표

3. 체계적인 브랜딩을 위한 거버넌스 구축

아시아문화중심도시와 혁신도시는 개별 사업만으로도 규모가 매우 커서 두 사업 간의 연계 협력 방안을 마련하는 것만으로도 쉬운 일은 아니다. 그만큼 의사결정과

정과 실행단계가 복잡하고 의외의 변수가 많기 마련이다. 여기에 광주시의 상황에 맞게 일을 추진한다는 것은 전문성 여부를 떠나 상당한 인내심을 요하는 조건이다. 지역고유문화브랜드를 개발하기 위해서 관련 기관 간의 협의체를 구성하는 것이 정해진 수순으로 보여진다. 협의체의 구성으로 우선 문화브랜드 개발위원회를 두었다. 위원회는 브랜딩 전략을 수립하고 브랜드 콘텐츠를 개발하는 일을 총괄하는 의사결정 주체이자 추진 주체로서 역할을 하게 된다. 위원회를 기점으로 지원기관과 실행기관을 크게 대별하여 네트워크를 양분하였다. 지원기관은 광주의 문화브랜드를 선정하고 지원하는 역할을 맡는 기관들로 광주시, 한국문화예술위원회, 한국콘텐츠진흥원, 아시아문화중심도시추진단 등이 있다. 다만 한국문화예술위원회와 한국콘텐츠진흥원의 경우 기관 특성상 공모방식을 통해 사업을 관리하는 측면이 강해 네트워크 구성원으로서 실질적인 역할에 의문이 있을 수도 있지만 사업 추진과정에서 제외할 수는 없으므로 구성원으로 포함하였다.



〈그림 2〉 지역고유문화브랜드 협의체 구성안

실행기관은 지역에 기반을 두고 구체적인 사업을 추진하는 기관들로 직접적으로 관련이 있는 광주문화재단, 광주정보문화산업진흥원, 그리고 컨벤션 뷰로와 방송국 등을 구성원으로 포함시켰다. 이들 기관들은 시설 및 프로그램을 계획하고 실행하며, 브랜드 마케팅 활동을 적극적으로 펼치는 역할을 맡게 된다.

끝으로 <그림2>에 포함시키지 않았지만, 가장 중요한 구성원인 ‘시민’이 있다. 지역고유문화브랜드를 개발하는 것이 기존의 가치 있는 문화를 전승하거나 계승한다는 차원이 아니라 시민과 소통하는 문화로써 그 자체로 새로운 문화를 창달하는 의미를 지니고 있다고 보여진다. 따라서 문화의 수신자이자 새로운 송신자로서 ‘시민’이 중요한 한 축을 담당해야 한다. 다만, 지역고유문화브랜드를 특정할 수 없기에 ‘시민’의 참여형태도 특정할 수 없었지만, 문화예술가 그룹은 물론이고 아마추어, 애호가 그룹까지 다양한 형태의 시민사회까지 포용한 거버넌스를 구축하여 문화브랜드를 개발하도록 밑그림을 그리는 것이 바람직하다.

Ⅲ. 아시아문화중심도시와 빛가람혁신도시의 한계와 기대

아시아문화중심도시와 빛가람혁신도시의 공통점은 지역의 고유 역량에 따라 내발적으로 진행된 사업이 아닌 외발성 사업이라는 점이다. 외부에서 ‘광주시를 지원해 준다’는 전제로 사업을 진행하면 광주의 내부 기대치와 갭이 발생하고 이 갭은 줄곧 지역사회의 심각한 갈등을 유발해왔다. 얼핏 좋은 기회로 여겨지는 ‘아시아문화중심도시’와 ‘빛가람혁신도시’는 광주의 내재된 불만을 터뜨리게 하는 기폭제가 될 수 있으며 이런 측면에서 위기 요소로 전복될 가능성이 있다.

광주의 내재적 역량과 동력에 의해 시작된 사업이 아니라는 태생적 한계를 벗어나기 위해 근본적인 차원에서 진정성을 가지고 연계협력을 해야 한다. 지원기관이 지원의 조건으로 제약과 간섭을 해온다면 광주의 내부 동력을 잠재우는 역효과가 발생하게 된다. 문화가 본디 우러나오는 표현이고, 동감하면서 수용하는 것인데 제약과 간섭으로 감정의 소통이 방해된다면 문화로 살아남기를 기대하는 것은 어려운 일이다. 광주의 잠재력을 충분히 이해하고 지역사회와 부단히 대화를 하면서 아젠

다를 설정하고 ‘같이 해보자’는 파트너가 되어야 한다. 그러한 전제 위에서 연계협력이 추진되어야 광주의 역량으로 자발적 진행이 이루어짐과 동시에 다른 도시와의 차별성이 확보되고 지역고유문화브랜드가 가능해 진다.

거듭 강조하지만 지역고유문화브랜드 개발은 기존의 것을 계승하는 것이 아니라 새로운 문화예술을 창달하는데 그 목적을 두어야 한다. 계승은 기존의 문화형태에 중심이 있는 것이며, 창달은 시민소통에 중심이 있다. 몇 년 전 B-boy팀과 창극팀의 배틀로 이루어진 무대를 관람한 적이 있었다. 예술적 완성도는 떨어졌지만 학교폭력의 문제점을 춤으로 형상화한 B-boy팀의 공연과 완성도는 높았지만 교범에서 한 치도 벗어나지 않으려는 창극팀의 공연을 본 관람객들의 반응은 확연히 달랐다. 이 시대를 살아가는 시민과 함께 울고 웃을 수 있는 문화가 진정한 문화임에는 이론의 여지가 없다. 2011년 광주디자인비엔날레의 주제를 응용하여 마무리를 할까 한다. 문화가 문화면 문화가 아니다.

1부

발제 2

한국문화예술위원회
지역이전에 따른
역할 재정립과
지역협력체계 개편

윤성진

전남대문화전문대학원 겸임교수, 아르코 지역협력사업 평가 책임연구원

1. 들어가는 말

2008년 마련된 현 정부 지역문화지원정책의 변화로 2009년부터 지역협력형 사업이 본격적으로 확대 시행되면서 현재 추진되고 있는 4대사업 중심의 지역협력형 사업이 시작되었다. 이 사업의 평가를 4년째 맡아오고 있는 이유로 본 주제를 맡게 되었으나, 평가연구자의 관점은 평가연구의 특성상 극히 제한적일 수 밖에 없다는 것을 미리 전제하고 싶다. 정부 문화정책의 변화, 빠르게 변화되고 있는 사회 문화 트렌드, 예술인들의 창작환경 변화에 따른 다양한 요구에 반응하며 발전해 온 예술위원회의 활동과 다양한 사업들을 지역문화예술진흥 사업을 평가하는 관점으로 지켜보아 온 필자의 입장이 갖는 한계가 있을 수 있다는 것이다. 16개 시도 예술인들을 직접 만나면서 가능한 예술인들의 편에서 그들의 이야기에 귀를 기울이고, 공무원과 재단 관계자들의 편에서 예술위의 지원정책의 문제점에 대해 토론을 해 볼때도 있지만, 주로 지원주체인 예술위의 관점에서 시도의 지원서비스를 평가하는 평가자의 입장에서 평가항목과 평가지표라는 틀로 지역문화예술진흥 사업을 바라보아 왔던 것이 사실이다. 이러한 관점이 갖는 한계를 고백하면서 예술위원회의 지역이전에 따른 역할 재정립 및 지역협력체계 개편이라는 어려운 주제에 대한 소견을 제시해본다. 2012 아르코 미래전략 대토론회의 일환으로 마련된 이번 포럼에 앞선 여러차례의 정책 세미나와 전문가 포럼을 통해 이미 충분히 많은 의견이 개진되고 토론되었기 때문에 본 발제문에서는 ‘예술’과 ‘지원’의 관계, ‘예술가’의 범주 등 원론적이고 이론적이며 철학적인 가치판단이 필요한 논의는 가급적 자제하고 현장 중심의 문제와 몇 가지 개선방안들을 제시해보고자 한다.

〈들어가는 말〉

- 평가항목, 평가지표, 측정지표의 관점에서 사업을 바라볼 수 밖에 없는 평가자가 갖는 지역문화사업 이해의 한계가 존재함.
- 아르코 미래전략 대토론회를 통해 예술위원회 지역이전에 따른 위상과 역할에 대해서, 지원정책과 지원제도의 개선방향에 대한 다양한 의견이 개진되면서 토의가 이뤄져 오고 있음.
- 발제문은 다음 논의로 좁혀서 발제 진행
 - 예술위 지역이전이 갖는 의미
 - 지역협력사업의 관점에서 본 예술위의 역할 재정립
 - 광역 및 지역재단들과의 역할분담
 - 지역협력형 사업의 현황과 개선방향

2. 한국문화예술위원회 지역이전의 의미

먼저, 2013년 이전이 확정된 한국문화예술위원회(이하 예술위원회)의 나주(빛가람 혁신도시) 이전이라는 사실을 문화예술계에서는 어떻게 받아들이고 있으며, 이러한 예술위원회의 지방이전이 무엇을 의미하는 것인지 생각해보자. 1973년 설립된 문예진흥원은 한국문화예술위원회로 이름을 바꾸면서 40년의 장구한 세월을 대학로 중심으로 활동해왔다. 그 기간동안 ‘서울’은 문화예술 분야에서도 명실상부한 ‘중심’이었고, ‘중앙’이었다. 이제 예술위원회 입장에서는 문화예술에 있어서 ‘중앙’과 ‘지역’이라는 경계가 모호해지는 상황에 처하게 되면서 새로운 정체성을 정립할 것을 요구받고 있는 것이다.

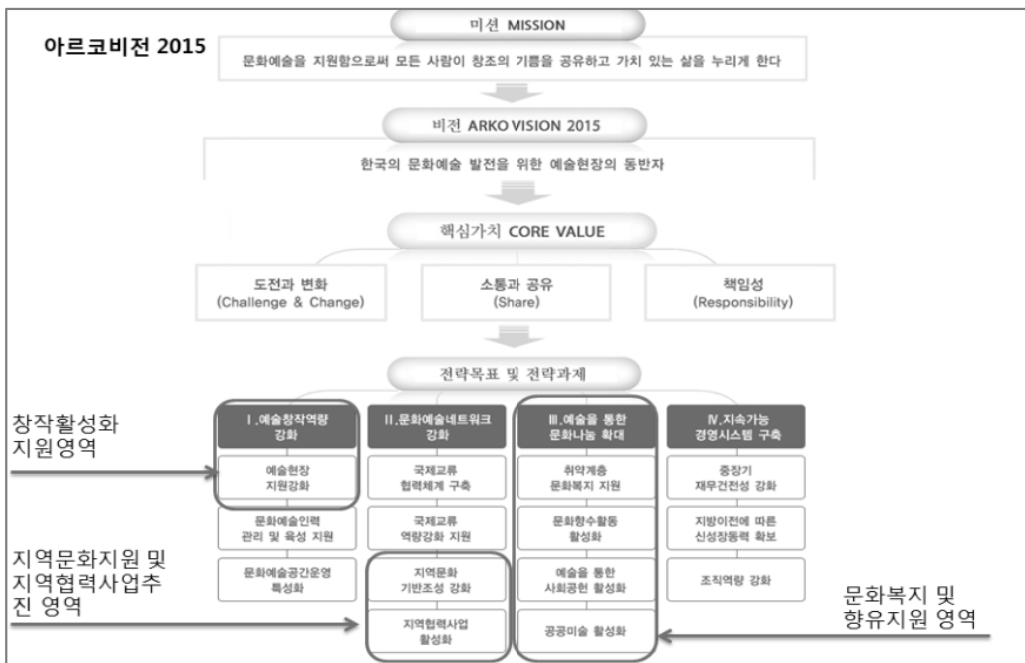
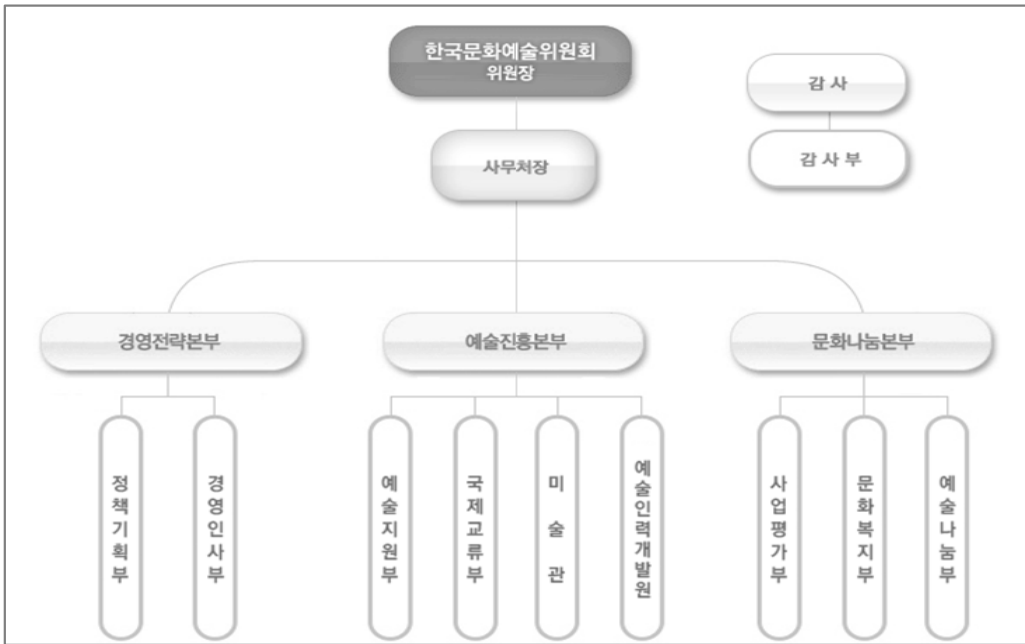
예술위원회의 지역이전은 정부 공공기관의 지역이전으로 단순히 사업 근거지의 변경을 의미하는 것이 아니다. 점차 그 영향력이 줄어들고는 있지만, 지난 40여년간 중앙과 지역의 예술계에 막대한 영향력을 발휘하면서 한국의 문화예술 환경의 변화를 주도하면서, 문화예술발전에 기여해 온 예술위원회의 이전은 한국 문화계에 큰 이슈가 되고 있다.

아래 표에서 볼 수 있듯이 한국문화예술진흥원으로 출범했던 예술위원회는 지난 40여년의 기간동안 임무 및 기능, 설립목적이 변화되어 왔다. 한국문화예술진흥원의 출범 초기 임무 및 기능과 예술위원회로의 전환 직전의 설립목적은 보면, 문화예술창작과 보급 지원에서 점차 문화예술향수, 국제교류, 지역문예진흥, 데이터베이스구축, 인력양성 등 진흥원의 업무영역이 확장되면서 그 임무와 기능이 확대되었음을 볼 수 있다.

아래 두 도표를 통해서 예술위원회의 조직구성을 통해 드러나는 다양한 임무와 기능, 아르크 2015비전을 통해 문화복지와 향유영역의 확장을 조망해볼 수 있다. 상대적으로 지역문예진흥과 활성화를 위한 기능이 두드러지지 않고 있음을 볼 수 있다.

예술창작에 있어서 예술가나 예술단체가 소재하고 있는 지역의 역사, 문화, 자연, 인문적 특성은 예술가의 지속적인 이 예술창작에 어떤 영향을 미치는 것인가는 굳이 말하지 않아도 될 정도인데, 한국의 문예진흥을 주도하면서 모든 예술가나 예술단체에 영향을 주는 지원금을 설계하고 지역에 지원해 온 예술위원회가 소재지를 옮긴다는 것은 단순히 ‘이사’를 하는 것과는 다른 의미를 가질 수 밖에 없다. 일례로, 예술

위원회가 주최가 되어 개최해 온 다양한 문화예술행사, 포럼, 세미나, 워크숍, 설명회 등의 개최장소의 상당부분이 나누로 옮겨지고 연중 개최되는 심사와 평가에 전남과 광주의 문화전문가와 예술인들의 참여할 가능성이 높아지게 된다.



특히, 아시아문화중심도시를 건설하기 위해 ‘한국의 문화수도’를 표방하면서, 아시아 문화전당을 건립하고 있는 광주광역시와 광주-전남이 공동으로 조성하고 있는 나주 빛가람 혁신도시에 문화지원기관들이 대거 이전하면 빛가람 혁신도시가 지역문화의 중심지가 될 것으로 기대하고 있다.

예술위의 지역이전은 ‘지역문화진흥법’, ‘지역문화창조’ 등 지역 고유성과 지역문화에 대한 관심이 고조되고 있는 지역 2.0시대에 새로운 도전이자 기회가 될 수 있다. 지역 예술인들에게도 예술위와 지역에서 만난다는 것은 새로운 도전이며 서울·수도권 지역의 예술인들도 달라진 환경 속에서 자생력을 강화해야 하는 도전에 직면한 것이며, 동시에 지역 예술인들은 국내의 예술인들과의 경쟁을 넘어서 국제적인 경쟁력을 키워나가는 기회를 요구받게 될 것이다. 이렇게 다양한 도전에 직면하는 여러 상황을 종합해 볼때 예술위의 지역이전은 한국 문화예술계의 체질개선을 시도해볼 수 있는 새로운 기회라고 할 수 있다.

3. 한국문화예술위원회의 역할 재정립을 위한 과제

예술위원회는 2013년 4기 예술위원회 위원을 구성하고 새 정부의 문화정책과 예술지원정책의 청사진을 제시해야 하며, 달라진 국가 문화환경에 따른 지원의 틀을 짜야 하는 과제를 안고 있다. 거기에 덧붙여서 지역문화에 대한 국가적 관심이 집중되는 지역 2.0 시대를 맞이해서 그 역할을 새롭게 정립해야 하고, 지역이전으로 인해 변화되는 지역과의 관계를 재정립해야 하는 큰 과제를 동시에 해결해가야 한다.

지역문화계의 입장으로 볼 때, 예술위의 지역이전은 지역문화계로서는 10년전만해도 상상할 수 없었던 사건으로 공공기관 지역이전이 결정되고 몇 년을 숙원하며 기다려 온 반가운 일이다. 예술위의 지역이전으로 ‘중양’이라는 개념이 없어질 리는 없지만, 적어도 예술위의 전국구 지원은 ‘서울 예술인’들의 몫이라는 고정관념이 사라질 것으로 기대되며, ‘지역 예술인’들의 상대적 박탈감이 극복될 수 있을 것이다. ‘지역예술인’과 ‘중양예술인’의 구분없이 서울도 16개 시도의 하나로 예술위의 지역사업의 대상이 된다면 지역협력형 사업이 확대되면서 서울예술인들이 오히려 상대적 역차별을

당해왔다는 주장도 해소될 수 있는 근거가 마련될 수 있을 것이다.

예술위의 역할을 재정립한다는 것은 두가지 의미를 갖는다. 그동안 관계해 왔던 지역과 서울 수도권과의 관계를 새롭게 맺어야 한다는 것과, 스스로의 역할비전을 다시 세우고 새로운 시대에 부응하는 정체성을 확립해나가야 한다는 것이다.

40년의 서울시대를 통해 가져왔던 ‘모든’ 문예진흥 활동 - 창작지원, 문화예술교육, 문화복지, 문화유통, 문화향유 등 - 에서 선택과 집중이 필요한 상황이 되었다. 새정부 예술지원의 4대 원칙 중 가장 중요한 원칙인 ‘선택과 집중’이 예술위의 큰 역할에 있어서도 적용되어야 할 때가 되었다. 이미, 문화예술교육진흥원, 예술경영지원센터 등 교육과 국제류 등 각 분야에서 예술위보다 더 집중적인 역할을 담당하는 기관들이 활동해 온지 오래되었다.

이제 예술위원회는 본연의 본질적 활동인 예술창작력의 제고와 예술창작활동의 방향 제시라는 중심 기능에 집중하면서 지역에서 예술위원회의 역할을 담당하고 있는 광역 문화재단의 역할모델로 정신적 지주로서의 역할을 회복해야 한다.

지역과의 관계재정립을 위해 예술위원회는 우선, ‘지역’, ‘지역문화’의 개념을 새롭게 정의해야 할 필요가 있다. 2010년도 문화정책백서에 따르면 지자체 전체예산에서 문화예산이 차지하는 비율은 매년 3.3~3.8%를 유지하고 있는데, 2008년 지자체 문화예술사업비 현황에 따르면 총 세출예산대비 문화예술 사업비의 비중은 전국 평균 1.34%인데, 지역별 편차가 매우 심해 가장 높은 지역과 가장 낮은 지역이 3배 이상의 차이를 보인다. ‘문화’의 관점에서 볼때 ‘지역’은 공간적, 장소적 개념이 아니라, 하나의 실체로 묶어낼 수 없는 각기 다른 다양한 문화유기체를 총칭하는 개념 정도로 재정의 되어야 할 것이다.

문예진흥기금의 지역배분사업에서부터 지역협력형 사업으로 변화 발전되어 오는 과정에서 ‘지역’은 단순히 ‘중앙’에 대응하는 ‘중앙이 아닌 곳’ 이었다. 적어도 지원금 배분을 위한 관점에서 볼 때 관념적으로 ‘지역’은 하나의 실체였다. 하지만, ‘지역’은 하나로 묶일 수 없는 다양성을 갖고 있다. 16개 시도를 하나의 ‘지역’으로 ‘溜劉劉◆ 볼 때 지역문화예술 지원을 위한 실질적이고 구체적인 방안을 찾아내는 것은 어려워

진다. 지역을 하나로 보는 것이 아니라 각각이 독특하고 차별화된 하나하나의 ‘지역’으로 그 실체와 만나야 할 필요가 있다.

지금도 동일한 지역문화예술육성지원사업(이하 육성사업)내에서도 심의체계, 선정률, 세부 지원설계 분야 등이 너무나 다르다. 25%의 선정률을 보이는 지역도 있는가 하면, 88%의 선정률을 보이는 지역도 있다. 이 두 지역은 예술인들의 창작활동의 활력, 지역민들의 문화향유권, 문화수요에 대한 의지, 지자체의 문화지원의지와 투자 등 모든 지표들에서 현격한 차이를 보인다. 같은 지원체제로 두 곳을 동일한 ‘지역’으로 보아서는 실질적인 지원효과를 달성할 수 없다.

수십년 ‘지역문화예술’을 위한 지원을 해오고 있고, ‘지역협력형사업’을 통해 ‘다각적인 사업을 구체적’으로 지원해오고 있지만, 여전히 예술위원회는 지역과 직접 만나고 있지 못했다. 이제 ‘지역’에 대한 ‘지역문화’에 대한 실제적 이해를 통해 비로서 ‘지역’을 제대로 만날 수 있는 기회를 맞이 하게 된 것이다.

예술위 대내외적 환경변화

예술위원회의 기능이 변화되어 옴

창작지원, 육성기능에서 네트워크강화, 매개자 및 수요자 확대 및 강화

국가 문화예술정책의 변화

중앙정부, 서울.수도권중심에서 지역, 균형발전, 지역문화중심, 관리위주 정책에서 촉진 및 지원위주 정책, NGO.NPO 육성 등

지역 자체 문예진흥역량의 강화

광역문화재단(12개), 기초문화재단(30여개), 지역거점 예술활동 강화, 지방자치제 이후 시민요구의 정책반영 영역의 확대

문화발전을 위한 지원영역의 분화

문화예술교육부문, 문화상품의 유통부문, 문화산업부문, 문화복지부문 등

IT환경과 국제적인 트렌드의 변화

정보의 민주화, 문화의 민주화 확산, 실시간 국제교류 및 소통, 다문화, 다국적 문화 활동 확산, 융합과 통섭.



예술위 역할 재정립의 방향

예술위 기능의 선택과 집중

창작활성화, 연구조사, 정책수립, CEO연수, 국제교류 등 집중영역을 선택

지역에 대한 획일적 관점 탈피

235개 기초지자체, 16개 광역지자체를 각각 다른 문화유기체로 인식하고 대응. 획일적 평가틀의 극복. 지역자율성 강화

파트너로서의 공동협력관계 구축

상하관계가 아닌 공동협력관계로서의 역할분담과 통합적 사고를 통한 공동과제의 달성. 단계별 지원인프라의 구축

지원의 관점 변화

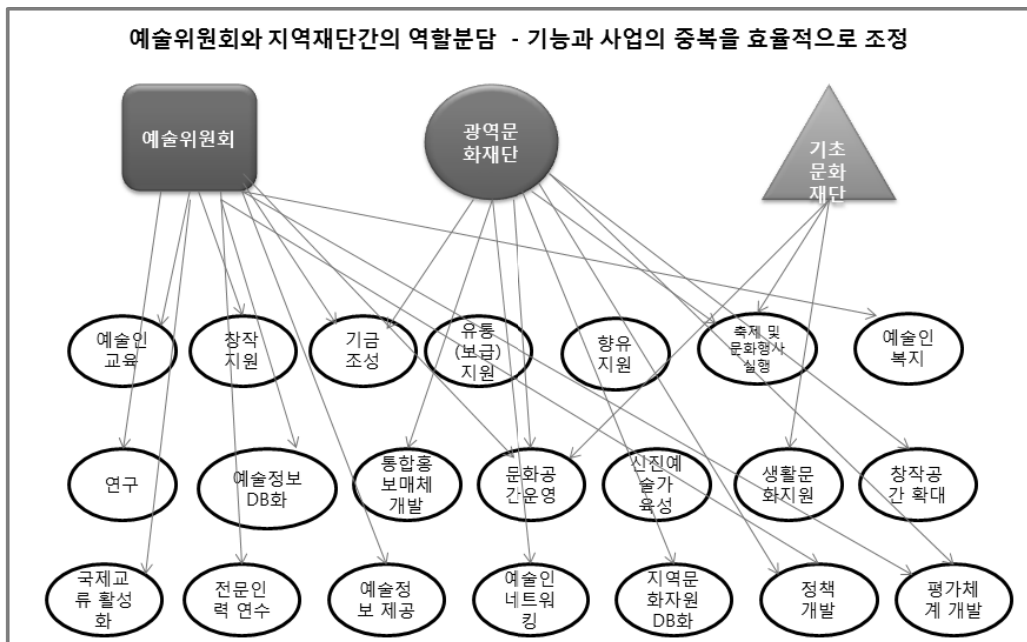
기금확대, 기부활성화를 위한 촉진활동, 인프라 구축, 사업비 지원을 넘어선 창작인프라의 확대 강화를 위한 공공협력

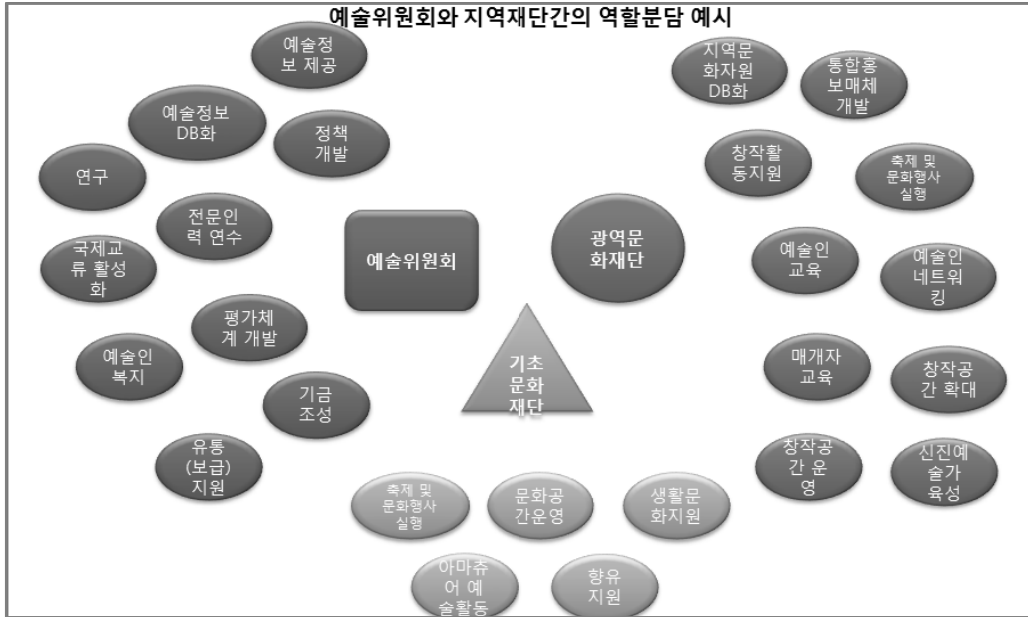
네트워킹을 위한 DB공유

DB공유를 통해 IT시대를 주도하는 통합, 교류, 협력 활동의 촉진 // 반작용으로서의 지역밀착형, 아날로그식 예술활동의 지원을 병행

마지막으로 예술위원회와 광역문화재단, 기초문화재단의 역할 구분을 통한 협력체계를 구축해야 한다. 광역문화재단의 설립이 2000년 이전 3개, 2004년 3개, 나머지 6개 문화재단이 2009년 이후 설립되었다. 현재 12개의 문화재단 중 50%가 지역협력형 사업이 확대되고, 지역문화재단 설립 지역에 성과 평가 가산점을 주기 시작하면서 설립되었다. 이 것은 정부의 지역문화정책의 변화가 지역에 직접적인 변화를 유도해낼 수 있음을 보여주는 사례라고 할 수 있는데, 예술위원회가 전국 단위의 전략과 모델을 제시하고, 기금의 방향성을 설계 한다면, 광역문화재단은 예술진흥의 본질적인 과제를 지역에서 주도적으로 담당하면서 예술위원회에서 제시한 큰 틀의 방향성과 전략내에서 지역별 상황에 적합한 기금활용의 구체적인 분야와 규모, 대상을 설계하고 지원할 수 있어야 한다. 주로 실행기능이 많은 기초 지자체는 시민 생활문화 지원, 아마추어 예술활동 지원, 지역 문화공간 및 창작공간의 운영 등 실행기능에 집중하도록 유도하면서 3단계의 지역 문화지원체계를 정립하는 것이 필요하다.

이러한 역할재정립은 ‘예술지원’의 관점에서 관념으로서의 ‘지역’을 바라보는 것이 아니라 구체적이고 살아있는 ‘지역’과 ‘지역민’의 관점에서 ‘예술’과 ‘예술지원’을 바라보는 데서부터 출발해야 한다.





4. 지역문화예술지원사업(지역협력형사업)의 추진 현황

예술위원회는 지역과 지역협력형 사업을 통해 만나왔다. 다른 지원사업을 통해서도 지역예술인들에 대한 지원을 해 왔지만, ‘지역 문화 지원’의 관점에서 지역과 만나온 것은 지역협력형사업을 통해서였다. 예술가 창조역량강화, 문화예술 공간운영, 생활속 예술활성화, 예술의 사회적 가치제고와 함께 예술위원회의 5대 사업의 하나인 지역문화예술진흥 사업은 2009년부터 본격적으로 확대되면서, 1.5배에서 2배까지 증가해왔다.

지역협력형 사업의 확대는 중앙 위주의 집권화된 예술지원행정의 극복, 예술지원 중복성의 배제, 중앙과 지역의 협력강화, 중앙과 지역의 지원정책 특성화를 통한 효과성 제고, 수도권과 지방간 문화의 균점화 등의 목표를 가지고 추진되었는데, 지역협력형 사업은 기존의 지역문화예술지원사업이외에 지역문화예술기획지원사업, 공연장 상주단체 육성지원사업, 레지던스 지원사업 등을 추가되면서 변화되고 확대되어 왔다.

〈연도별 지역협력형사업의 예산규모 변화〉

구분	2008년 (지역배분형사업)	2009년	2010년	2011년
지역협력형사업	9,800	18,300	19,300	16,491
시도 매칭액	17,800	25,524	30,685	26,438
합계	27,600	43,824	49,985	42,929

2013년도 지역협력형사업 기금배분 기준

○ '지역문화예술특성화지원사업' 배분은 예산총액(9,890백만 원) 중 서울 12.5%를 배정한 후, 15개 시·도(서울시, 세종시 제외)는 한지협외의 배분기준 개선안(2011년 성과평가 결과 20%, 인구수 30%, 재정의존도 역산 30%, 시·도 매칭 정도 20%)에 의해 배분, 단 서울과 경기를 제외하고 타 시·도의 배분금액이 전년 대비하여 줄어들지 않게 조정

○ '공연장상주단체육성지원사업'은 한지협외의 배분기준 개선안(2011년 성과평가 결과 20%, 공공 공연장수 10%, 공연예술 단체수 30%, 재정의존도 역산 20%, 시·도 매칭 정도 20%)을 적용하여 배분

4대사업으로 구분되었던 지역협력형사업중 문화부정책지원사업의 성격을 갖고 있는 공연장 상주사업을 제외한 나머지 사업 '지역문화예술육성지원사업, 지역문화예술기획지원사업, 레지던스 지원사업'을 하나의 특성화 지원사업으로 통합시켜 지원함.

=> 지역 자율권의 강화, 지역별 여건에 맞는 지원설계 가능.

2008년도 지역협력형 사업의 예산합계를 살펴보면 매칭예산을 포함하여 27,600백만원이었고 2010년은 49,985백만원 약 181%, 2011년에는 42,929백만원으로 155%에 달했다. 지역협력형 사업은 예술위의 지원사업 중에서도 가장 큰 성과를 보이고 있는 사업이지만, 여전히 지역에선 매칭율의 문제, 사업 자율성의 문제 등 여러 문제점들이 지적되고 있으며, 개선이 요구되고 있다.

예술위원회는 2009년도 시범평가를 시작으로 매년 16개 시도의 지역협력형 사업에 대한 평가를 통해 지역 예술계의 지원역량의 동반상승을 유도해오고 있는데, 단순히 평가에서만 끝나는 것이 아니라, 지역별 맞춤형 컨설팅을 전제로 한 권역별 평가 워크숍과 종합워크숍을 통해서 지역의 지원시스템과 평가체계의 개선요구들을 수용함

과 동시에 지역별 개선 과제들에 대한 컨설팅을 병행해왔다. 평가단을 통해 예술인들과 지역의 의견을 수렴하면서 매년 지역협력형 사업을 조금씩 개선해오고 있다. 한국지역문화지원협의회(이하 한지협)의 주도로 이뤄지고 있는 지역협력형 사업의 평가 시스템은 서면평가와 현장평가, 심화인터뷰와 4차례의 워크숍 등이 포함된 다면 평가로 발전되어 왔는데 3년간 기본적인 평가항목과 평가틀을 유지하면서 내용적인 진화를 통해 지속적으로 평가시스템을 발전시켜왔다. 지역협력형 사업의 출발과 함께 시작되어 지난 4년간 지역협력형 사업의 변화와 함께 진화해왔다. 지역협력형 사업 평가의 특징은 지역의 지원체계의 설계 및 운영, 평가 및 평가환류 전 과정을 평가대상으로 하면서, 선정.심의보다 평가 및 평가환류의 중요성을 강조해왔으며, 공급자 관점이 아닌 수요자관점에서 예술지원서비스를 제공할 수 있도록 지역문화지원 주체들의 지원 마인드의 개선을 유도해왔다.



지역협력형사업 평가 프로세스 (기본종은 QX)

5. 지역협력체계 개편을 위한 개선과제

예술위원회의 지역협력체계의 개선을 지역협력형 사업 개선의 관점에서 몇가지 제시해본다.

먼저, 예술위원회의 지역협력사업을 주도하고 있는 한지협의 역할 재정립과 기능강화를 통한 지역 협력체계의 재편이 필요하다. 한지협은 16개 시도(시도 문화재단)와 예술위원회가 함께 만든 협의체로서 지역협력사업의 체계를 개선하고, 지역협력사업 추진의 성과를 관리하고, 평가를 주관하는 역할을 담당해왔다. 지역과 가장 긴밀한 소통체계를 유지해온 협의체로서 지금까지는 예술위원회의 입장을 대변하고 성과관리를 담당하는 기능에 머물러 왔다면 앞으로는 실질적인 협의체로서 적극적으로 지역의 의견들을 수렴하고 조율하면서 예술위의 지원정책 수립을 위한 양질의 정보를 제공하는 기능을 회복할 필요가 있다.

두 번째, 지역문화협력관 시스템의 강화이다. 현재 예술위원회는 호남권, 영남권, 중부권 협력관을 파견하여 각각 부산, 대전, 광주 문화재단에 상주하면서 지역 문화재단과 시도의 지역협력사업을 자문하고, 컨설팅하며, 평가에 협력하는 역할을 담당하고 있다. 초기 협력관 제도에 대한 다양한 우려가 있었지만, 협력관 시스템을 통해 진흥원과 예술위에서 15년 이상 지원사업을 주도해 온 전문가급 직원들이 직접 지역 예술인들과 예술현장을 접하면서 지역을 파악하고 지역현장을 이해하는 지역 전문가로 성장할 수 있는 중요한 기회를 맞이하고 있다. 예술위는 실시간으로 지역현장의 의견들을 수렴하는 안테나를 갖추고 있는 셈이다. 예술위원회의 지역이전 이후에는 이 역할을 담당하는 협력관의 수를 늘리고 파견지역을 늘려 지금보다 더 긴밀한 소통채널을 유지할 필요가 있다.

세 번째, 지역예술인들과의 소통강화를 통해 지역현장의 의견을 직접 들어볼 수 있는 기회를 마련함과 동시에 예술위원회의 지원정책을 각 지역에 직접 전달하고 공유할 수 있는 채널을 확대해야 한다. 예술위원회에서는 2013년도 지원사업을 안내하는 설명회를 권역별로 개최하여 큰 반향을 불러일으켰다. 단순히 안내하는 것에 그

치는 것이 아니라, 사업분야별로 개별 상담을 할 수 있는 창구를 만들어서 궁금한 내용에 대해 현장에서 해결할 수 있도록 하였다. 지금까지 공급자 관점에서 지원사업을 추진해 왔다는 지적을 받아왔다는 것도 사실인데, 이러한 소통 채널을 지속적으로 마련하게 되면 예술위원회에 직접 지원을 하는 지역 예술인들의 수도 늘어나고, 예술위원회가 예술인들을 위한 기관이라는 것을 지역 예술인들에게 인식시킬 수 있는 좋은 기회가 될 수 있다.

네 번째, 10월 26일 시도문화재단대표자 협의회가 발족을 하고, 기초문화재단들의 협의체도 구성되었다. 이외에도 다양한 문예지원기관들이 문화유통, 문화교육, 문화복지, 문화향유 차원에서 활동하고 있다. 이들 기관들과 눈높이를 낮춰 소통하면서, 예술인들이 다양한 지원사업에 참여할 수 있는 기회를 확대할 수 있도록 양질의 정보를 제공하면서 공동 협력사업들을 개발할 필요가 있다.

지역협력체계 개편을 위한 개선과제

한지협의 역할재정립과 기능강화

- 시도문화재단 대표자 협의회 발족
- 예술위 지역이전때 따른 지역협력기능 강화 필요
- 새로운 지역2.0시대의 지역네트워크 필요

지역협력형 사업의 개선

- 현장중심의 개선방안 마련
- 지역 자율권의 확대를 통한 지역지원사업 설계
- Bottom Up 방식의 지원사업 개선의견 수렴 및 반영

지역문화협력관 시스템의 강화

- 지역문화협력관 제도의 확대와 역할 구체화
- 예술위와 예술단체(예술인)와의 소통채널 기능 강화
- 예술현장 모니터링 기능 강화

지역협력형 사업 평가시스템의 개선

- 워크숍 및 컨설팅 기능의 강화
- 현실성 있는 평가예산의 마련
- 연중 상시 모니터링 기능의 마련
- 그룹별 평가 등급제의 도입 검토
(서울-수도권/ 광역시/광역시/광역도/재단미설립 시도)

지역예술인들과의 소통강화

- 지역예술인들이 참여하는 예술위-예술인 직접 소통채널 확보
- 상시적인 예술현장의 민원 수렴을 위한 정보소통 기능 활성화
- 지역문화재단의 지역현장 예술인들과의 소통채널 유지 권고

지역문예지원기관들과의 협력 네트워크 강화

- 시도문화재단 대표자 협의회와의 협력
- 기초문화재단 협의회와의 협력
- 문화예술교육진흥원, 한문연 등과의 효율적 네트워크 유지

지역문화재단 담당자 및 예술인(단체)의 지역협력사업에 대한 개선 요구안 및 대안

- 지원사업 설계 및 지원방침의 경직성 해소 ⇨ 지역여건에 맞는 융통성있는 적용가능성을 인정, 지역별 지원설계 재량권을 확대함.
- 예술인·예술단체를 수동적 시혜자로 만드는 지원사업을 극복 ⇨ Top down 방식의 지원사업 기획의 한계 극복을 위한 지역 예술인들과의 소통채널 마련 및 지역 자체사업 기획여건의 마련
- 국가문화예술지원시스템의 현실적인 활용도를 제고
⇨ 사용자 여론수렴을 통한 지속적인 보완 추진
- 신진예술인들의 지원사업 접근 가능성의 확대 ⇨ 지원사업 설명회 개최, 지원사업 상시 상담창구 운영, 신진예술가 참여 유도를 위한 별도 사업분야 신설, 협회 및 기관단체 지원 건수 제한
- 전문예술인에 대한 역차별을 극복할 수 있는 방안 마련 ⇨ 시민문화활동 및 아마추어 예술활동 지원과 전문예술육성지원 사업의 지원주체 분리, 지원조건의 명확화, 전문예술인 인증 제도의 마련
- 지역별 여건을 고려하지 않은 전국단위 평가시스템의 개선 필요 ⇨ 16개 시도를 4개 그룹으로 구분하여 그룹내 등급부여 등 시도별 지원 여건과 역량수준에 맞는 평가시스템의 개선
- 지원기관(예술위, 재단)과 예술인들과의 상시적인 소통채널의 마련 ⇨ 지역별 상시 소통채널의 마련 권장, 예술위 차원의 예술인 의견수렴 장치의 마련.
- 통합홍보, 공연장 대관 행정지원, 지원금 지급시점의 현실화 등 ⇨ 각 지역재단의 간접지원 인 프라 구축 및 통합홍보채널 마련 권고

6. 맺는 글

무차별한 계획속에서 이루어지는 지방이전이지만, 단순히 공기관의 지방이전이라는 것을 넘어서, 국가 문화정책의 변화, 지역 문화환경의 변화를 함께 고려해야 한다. 이제 예술위원회는 새로운 ‘지역문화’에 대한 이해를 바탕으로 지역문화재단과의 협력을 통해 한국 문화예술 생태계의 건강한 발전과 소통을 주도하는 역할을 담당해야 한다. 2005년 출범당시 예술위원회가 출범했던 목표가 예술지원정책의 결정권을 정부에서 민간으로 이전한다는 의미가 있었다. 이제 출범당시의 목표를 상기하면서 지난 8년의 예술위 활동을 통해 경험한 많은 시행착오들을 거울삼고, 지역이전을 통해 만들어진 새로운 지역2.0시대를 위한 진정한 전국구 예술지원활동을 전개해나갈 수 있기를 바란다.

지면의 한계상 시도 관계공무원들과 예술인들이 직접 이야기했던 예술위 개선과제와

민원사항들을 정리하여 제시하지 못하는 것이 아쉽기는 하지만, 2009년 시범평가 기간을 포함하여 4년간 16개 시도를 매년 순회평가를 하면서 체감해 온 현장 중심의 이야기들을 바탕으로 제시하는 대안이 예술위원회의 지역협력체계 구축에 작은 힌트라도 줄 수 있기를 기대해본다.

지역문화 창조포럼

**“지역고유 문화브랜드 개발 및
지역문화 협력체계 구축”**

지역문화 창조포럼 영남권(부산)

2012년 11월 5일 (월) 14:00~16:40
부산시청자미디어센터 공개홀 (2층)

사회 임 호 (부산발전연구원 선임연구위원)

1부 14:00-15:20
개회 개회사 및 오프닝공연

발제 1 청년문화를 통한 지역문화의 정체성 형성 및 발전전략 :
부산 청년문화수도 프로젝트 사례를 중심으로
이승욱 ('안녕 광안리' 발행인)

발제 2 국제교류를 통한 글로컬(glocal) 지역협력체계 구축 :
부산 문화예술, 지역과 세계를 넘는 길
오재환 (부산발전연구원 지역재창조연구실장)

2부 15:35-16:35
종합토론 지역고유문화브랜드 개발과 지역문화협력체계 구축 방안
임 호 (진행) (부산발전연구원 선임연구위원)
김원명 (경성대학교 교수, 음악평론가)
김현정 (한국민족예술인총연합 부산지회 정책위원장)
민병욱 (부산대학교 교수, 연극평론가)
최학림 (부산일보 논설위원)
황해순 (부산예술대학교 교수)



Future Strategy

F O R U M

2012 ARKO 미래전략 대토론회



지역문화 창조포럼 호남권 광주

지역고유 문화브랜드 개발 및 지역문화 협력체계 구축

주최



한국문화예술위원회
Arts Council Korea



광주문화재단
Gwangju Cultural Foundation

주관



2012 ARKO
미래전략포럼
준비위원회

후원



문화체육관광부
Ministry of Culture, Sports and Tourism