



20

「2009 문화정책 대화모임」

우리 시민들의 문화예술 창조성을 어떻게 꽃 피울 것인가?

일시 : 2009. 12. 2(수) 14:00 ~ 18:00

장소 : 성남아트센터 컨퍼런스홀

09







20

「2009 문화정책 대화모임」

우리 시민들의
문화예술 창조성을
어떻게
꽃 피울 것인가?



성남문화재단
SEONGNAM CULTURAL FOUNDATION

09



The page features decorative line art of leaves in the corners. The top-left corner has a dense cluster of leaves, the top-right has a few scattered leaves, the bottom-left has a single long leaf, and the bottom-right has a small leaf tip.

창조도시가 열리고 있습니다.

시민의 창조적 역량이 21세기를 새롭게
열어 나가고 있습니다.

한국에서의 그 가능성을 여는 정책포럼을 통해
실천적인 전망을 함께 찾고자 합니다.

예술시민의 창조적 힘! 창조도시를 만들어 가는
대안입니다.



사회 | 박승현 (성남문화재단 문화기획부장)

프로그램 01

13:40-14:00 | 안내 및 접수
14:00-14:10 | 개회 및 인사



기조발제 02

14:10-14:40 | 한국에서의 창조도시는 어떻게 가능한가?
임상오 / 상지대학교 교수

발제 03

14:40-15:00 | 시민 참여를 통한 일본 창조도시의 흐름
위지연 / 전 예술경영지원센터 국제교류팀

15:00-15:20 | 18세기 조선의 문화예술 창조자들
김정이 / 지식에너지연구소 대표

15:20-15:40 | 휴식

15:40-16:00 | 미디어를 통한 참여하는 문화예술
박준표 / PINY연구원
이혜원 / 한국예술종합학교 예술경영전문사

16:00-16:20 | 성남시민주체의 창조도시 방향성
전수환 / 한국예술종합학교 교수

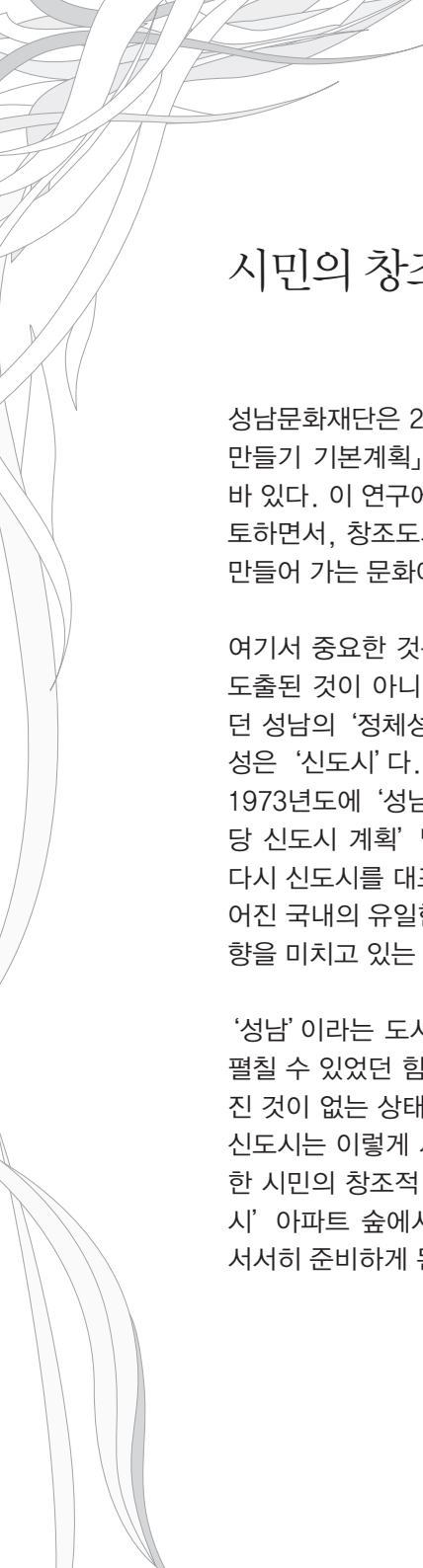


대화 04

16:20-16:45 | 손경년 / 상지대 문화콘텐츠학과 초빙교수
이승훈 / 메타기획컨설팅 대표
김유진 / 곰곰곰곰 실장
류이인렬 / 미디어교육연구소 이사장
전효관 / 전 전남대 교수

16:45-18:00 | 전체 대화
18:00 | 정리 및 폐회





시민의 창조성을 꽃 피우는

대화의 장을 기대하며...

성남문화재단은 2006년도에 '문화정체성 확립을 위한 「문화예술 창조도시 성남 만들기 기본계획」'을 통해 '문화예술 창조도시의 개념 및 도입'에 대해 연구한 바 있다. 이 연구에서 성남문화재단은 기존의 '문화도시론'과 '창조도시론'을 검토하면서, 창조도시론의 다양한 스펙트럼을 소개하고 창조적 주체로서의 시민이 만들어 가는 문화예술 창조도시가 성남의 비전이 될 수 있음을 제기하였다.

여기서 중요한 것은 성남의 '문화예술 창조도시'가 기존의 창조도시론으로부터 도출된 것이 아니라는 점이다. 그것은 바로 「기본계획」에서 일관되게 강조하였던 성남의 '정체성' 문제로부터 도출된 것이다. 성남이라는 도시의 핵심적 정체성은 '신도시'다. 대한민국 최초의 신도시가 1960년대 중반 이후에 계획되어 1973년도에 '성남'이라는 도시를 탄생시키게 된다. 그리고 1989년 정부의 '분당 신도시 계획' 발표와 함께 우리나라 '최고의 신도시'가 성남시에 들어서고, 다시 신도시를 대표하는 '판교'가 탄생한다. 즉, 성남시는 '신도시'만으로 이루어진 국내의 유일한 도시이며, '신도시'의 문제가 첨예하게 시민의 삶 속에서 영향을 미치고 있는 도시라고 할 수 있다.

'성남'이라는 도시가 처음 만들어질 때 도시에 정착했던 시민들이 그들의 삶을 펼칠 수 있었던 힘은 '개척' 정신이었다. 도시의 인프라가 아무것도 제대로 갖춰진 것이 없는 상태에서 오직 맨손으로 터전을 개척하며 일궈낸 도시! 성남이라는 신도시는 이렇게 시민들 스스로의 창조적 힘으로 도시의 첫발을 내딛었다. 이러한 시민의 창조적 에너지와 문화적 갈증은 20년 후 새롭게 들어선 '최고의 신도시' 아파트 숲에서 시민문화클럽이라는 새로운 문화공동체를 꽃피우는 토양을 서서히 준비하게 된다.



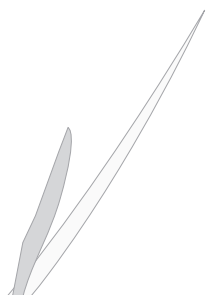
‘문화예술 창조도시, 성남’은 신도시를 스스로 창조해 나가는 시민들의 역동적 문화공동체를 바탕으로 하고 있다. 하나의 도시에서 1,000개가 넘는 시민 문화예술 동호회가 활발하게 움직이는 것을 직접 확인하고, 성남문화재단은 이러한 시민의 문화공동체가 바로 도시를 창조해 나가는 힘이라는 것을 알 수 있었다. 성남의 창조도시는 이렇게 탄생하였다. 아니 지금도 창조해 나가고 있는 과정에 있다.

오늘 「2009 문화정책 대화모임」의 화두는 “우리 시민들의 문화예술 창조성을 어떻게 꽃 피울 것인가?”이다. 세계의 수많은 도시에서 창조도시를 주장하고 있지만 한국에서의 창조도시는 어떻게 가능한가? 우리의 선조들은 그 창조성을 어떻게 꽃 피워 왔는가? 그리고 우리에게 새롭게 펼쳐지고 있는 21세기의 환경은 어떠한 미래의 가능성을 열어 놓고 있는가?

창조도시의 대안을 만들어 가는 대화의 장을 통해 무궁무진한 우리 시민들의 문화예술 창조성을 발현시킬 수 있는 계기가 마련되길 기대해본다.

2009. 12. 2

성남문화재단

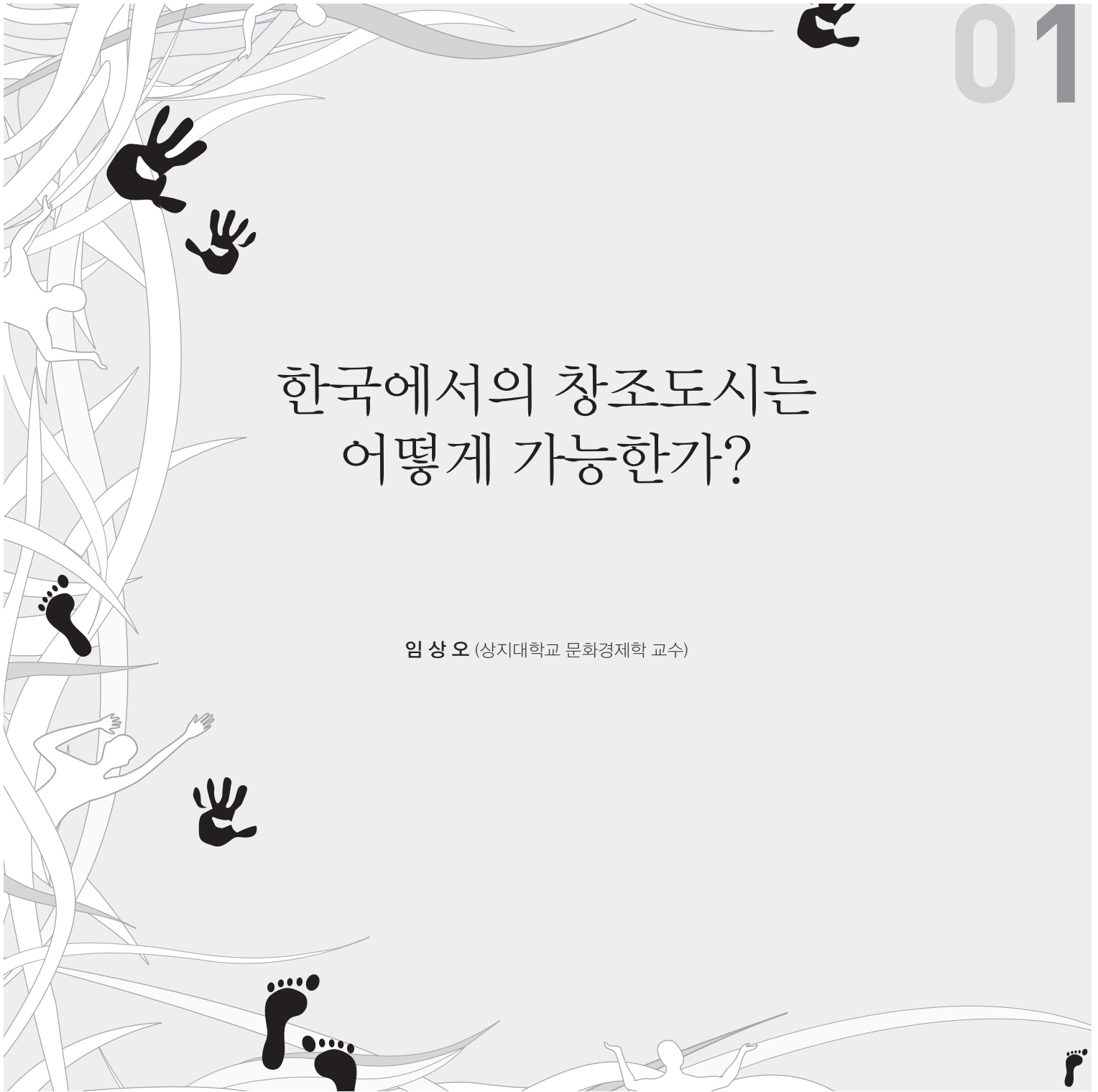


목 차

01	한국에서의 창조도시는 어떻게 가능한가?	11
	임상오 / 상지대학교 교수	
02	시민 참여를 통한 일본 창조도시의 흐름	27
	위지연 / 전 예술경영지원센터 국제교류팀	
03	18세기 조선의 문화예술 창조자들	47
	김정미 / 지식에너지연구소 대표	
04	미디어를 통한 참여하는 문화예술	67
	박준표 / PINY연구원 이혜원 / 한국예술종합학교 예술경영전문사	
05	성남시민주체의 창조도시 방향성	83
	전수환 / 한국예술종합학교 교수	

한국에서의 창조도시는 어떻게 가능한가?

임 상 오 (상지대학교 문화경제학 교수)



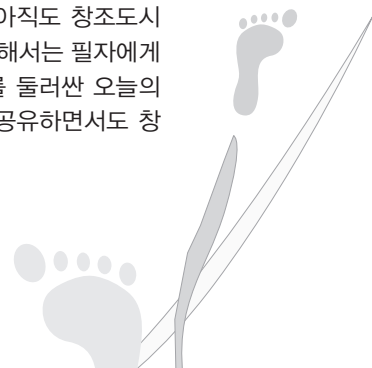


01 들어가는 말

창조도시라는 슬로건이 붐을 이루고 있다. 해외에서는 100개 이상에 달하는 도시들이 창조도시를 내세우고 있고, 국내의 경우에도 서울, 부산, 대구, 대전, 인천, 광주, 전주, 김해, 이천, 강릉, 영월, 원주 등 대도시와 중소도시, 농산어촌에 관계없이 많은 지역이 창조도시를 내세우거나 추진 중에 있다. 특히, 한국에서는 중앙정부(대통령 직속 지역발전위원회^❶) 차원에서 “모든 지역을 하나의 잣대로 평가하는 비교의 비극을 탈피하여 지역마다 차별화된 잠재력과 정체성을 살려 스스로 살고 싶은 지역을 만드는 과정”으로서 창조지역조성을 추진하고 있다. 종합할 때, 현 시점에서 요청되는 것은 창조도시라는 메타포가 21세기의 도시환경에서 어떤 역할을 수행하게 될 것인가를 진지하게 묻는 것이다. 창조도시는 21세기 도시발전의 새로운 패러다임인가? 혹은 새로운 발전전략인가? 그렇지 않으면 지난 정부의 혁신도시처럼 정권이 바뀌면 사라질 운명에 처하게 될 유행에 지나지 않는 것인가? 이러한 질문에 답할 수 있는 최소한의 것은 창조도시가 혁신도시의 재판(再版)이 될 가능성은 그다지 높지 않을 것이라는 전망이다. 그 근거는 창조도시의 지적 뿌리가 깊고, 그것을 둘러싼 국제 담론이 그 어느 때보다 풍성해지고 있기 때문이다. 한마디로, 창조도시를 둘러싼 국내외의 담론이 진화하고 있다는 것이다.

❶ 지난 정부의 국가균형발전위원회를 말한다.

창조도시의 국제 담론은 초기의 도시생존 및 성장전략에서 점차 도시문제 및 지구환경문제 등에 대한 창조적 해결방식, 최근의 사회소외계층에 대한 배려 등에 이르기까지 다원화되어 가고 있다. 국내의 경우에도 예외가 아니다. 2000년대 들어서면서 Charles Landry(영국), Richard Florida(미국), Masayuki Sasaki(일본) 등 학자들의 저서를 번역 소개하는 작업에서 창조도시에 관한 인문학적 비판, 창조도시에 관한 사회경제적 비판, 창조도시에 관한 정치경제학적 비판 등 그 논점과 시각 역시 다원화되고 있다. 이러한 양상은 대단히 바람직한 것에 틀림없다. 하지만, 아직도 창조도시에 대한 연구는 시작단계에 머물러 있다. 이러한 결과에 대해서는 필자에게도 일정한 책임이 있다는 것을 피부로 느낀다. 창조도시를 둘러싼 오늘의 정책적 담론이 창조도시를 둘러싼 국내외의 흐름을 함께 공유하면서도 창조도시를 성찰하는 계기가 되기를 간절히 희망한다.





창조도시가 갖는 매력은 창조도시라는 메타포에 대한 하나의 정의(definition)를 허용하지 않는다는 것이다. 이것은 Charles Landry의 『창조도시』를 국내에 번역·소개하면서 실제로 체험했던 것이다. 왜, 창조都市는 하나의 정의를 허용하지 않는 것일까? 그것은 창조도시라는 개념 속에는 창조성(혹은 창의성 creativity)이라는 인류의 오랜 지적 과제가 숨어 있기 때문이다. 창조도시담론은 우리로 하여금 창조를 둘러싼 다양한 의미(create, creative, creation) 앞으로 초대한다. 근대 이전 신(God)의 영역에 속했던 창조라는 개념이 오늘날에는 무엇을 의미할까? 『창조도시』(creative city)라는 메타포 속에는 『창조적 도시』라는 형용사적 의미와 『창조하는 도시』라는 동사적 의미가 동시에 내포되어 있다. 현재의 도시가 창조적인 모습으로 변화되어 간다는 것은 무엇을 의미할까? 어떤 조건이 갖춰지면 도시가 창조적으로 변화될까? 창조적인 도시를 만들 때 그 주체는 누구일까? 지금부터 우리는 이와 관련된 수많은 질문을 던져야만 하고, 그것에 답해야만 한다. 우리에게 이러한 질문이 중요한 의미를 갖는 것은 지금까지 우리의 삶이 감성과 영혼을 지닌 존재와는 너무나 동떨어진 것으로 변화되었기 때문이다.

이제 오늘의 주제로 들어갈 시점이 되었다. 창조도시의 추진방식과 주체는 누구일까? 한 마디로 말하기 어렵다. 그것은 지자체장일 수도 있고, 공무원, 사업가, NPO 리더 등 누구라도 될 수 있기 때문이다. 하지만 시민의 지지가 없다면 창조都市는 불가능하다. 창조도시를 추진하는 방식에는 위로부터 창조도시 슬로건을 내세우는 종래의 개발주의적 방식(top-down)이 있다면 다른 한편에서는 시민의 창조적 역량을 통해 도시를 창조적으로 변화시켜가는 풀뿌리 창조도시의 추진방식(bottom-up)이 있다. 국내의 도시들은 어디에 속할까? 특히, 성남은? 창조도시를 둘러싼 담론을 전개하면서 문화경제학을 전공하는 나에게 창조성을 지나치게 좁게 해석하는 경향이 있다고들 한다. 과연, 시민의 예술적 창조성은 창조성을 지나치게 좁게 바라본다는 지적에 대한 당신의 생각은? 이것은 예술의 역할에 관한 본질적 질문이다. 인간의 예술적 욕구는 인간 및 사회의 행동을 제어하는 규범이 될 수 있을까?





이 글에서는 창조도시가 우리에게 던지는 메시지를 문화경제학적인 관점에서 정리해본다. 그러한 작업이 부담된다면 다음 몇 가지로 요약하자. 첫째, 창조도시가 던지는 가장 중요한 메시지는 어떤 도시-거대도시, 대도시, 중소도시, 농산어촌 -라도 일정한 조건이 주어지면 창조적인 모습으로 변화될 수 있다는 것이다. 이런 점에서 창조도시에 대한 나의 시각은 낙관적이다. 둘째, 다만, 창조적인 도시로의 변화에 성공(?)한 어떠한 도시의 경우에도 그러한 변화를 가져온 전체적인 맥락(context-driven)을 놓여서는 그 의미가 사라진다는 것이다. 셋째, 창조도시란 외부자원이거나 힘에 전적으로 의지하는 종래의 개발주의적 방식과 달리 지역의 고유한 가치(잠재능력)에 주목하게 한다는 것이다. 여기서 동사적인 의미의 창조도시가 부각된다. 우리는 도시의 차원에서 과연 무엇을 창조할 것인가? 창조도시 사례가 중요한 의미를 갖는 것은 여기서 비롯된다. 최근 국내의 창조적인 커뮤니티 만들기(성미산 공동체 등)는 우리의 주목을 끈다. 특히, 나는 최근 영월과 원주에서 창조도시 만들기를 시도하고 있다. 영월에서는 박물관 창조도시 만들기이고, 원주에서는 생명문화 창조도시 만들기이다. 이들 프로젝트는 단기과제가 아닌 장기 프로젝트임을 깨닫게 해준다.

● Memo





02 창조도시가 던지는 메시지

창조도시에 관한 담론이 문화와 경제의 관련성을 연구하는 문화경제학 커뮤니티에 던지는 메시지가 있다고 한다면 그것은 도시의 다면적인 성격에 대한 이해와 함께 도시와 문화와의 관련성을 이해하는 본격적인 계기를 마련해 줄 것이다. 지금까지의 문화경제학 연구에서는 도시에 관한 것이 아주 제한적으로만 진행되어 왔지만 도시란 지역의 고유한 문화와 예술을 창조하는 공간일 뿐만 아니라 창조와 혁신 및 새로운 산업의 인큐베이터로서의 역할을 수행하게 된다는 점에서, 창조도시의 문화적 및 경제적 맥락에 대한 이해가 시급히 요청된다. 국제문화경제학계를 선도하는 Throsby 교수는 향후 문화정책과 경제정책의 공조가 요청되는 분야 가운데 하나가 문화와 지역발전이라는 전망을 내놓고 있다는 점(Throsby, 2006)도 이러한 전망을 뒷받침한다.

둘째로 창조도시에 관한 담론은 창조성에 관한 문화경제학계의 연구를 보다 확장시키는 역할을 수행하게 될 것이다. 창조성에 관한 경제학적 연구 그 자체가 시작단계에 지나지 않지만, 지금까지의 연구가 주로 예술적 창조성을 중심으로 그것이 합리성을 띠고 있는가의 문제, 저작권과의 관련성, 정부지원정책과의 관련성 등을 중심으로 진행되어 왔다. 하지만 향후에는 창조성에 대한 다면적인 이해와 함께 도시의 창조성이란 무엇이고, 그것에 대한 측정 등을 포함한 다면적인 연구가 진행될 것이다.

셋째로 창조도시에 관한 담론은 문화정책을 보다 분권적인 것으로 나아가게 할 것이고, 특히 지역고유의 창조환경조성과 문화정책과의 관련성을 보다 깊이 연구하는 방향으로 나아가게 할 것이다. 이처럼 문화정책이란 “창조환경을 정비하기 위한 공공정책이며, 지역사회와 도시 또는 기업과 산업에 내재하는 문화자원을 재평가하고, 이러한 것들을 창조환경 속에 자리 잡도록 하는 정책”이라는 시각과 맥을 같이 한다(고토 카즈코 역음, 2005). 이러한 맥락에서 마을 가구기와의 관련 속에서 창조환경과 문화정책을 위치지우는 일본의 경험은 우리에게 많은 점에서 시사적이다.





넷째는 창조도시에 관한 담론은 도시의 맥락에서 문화의 가치를 측정하는 개념과 방법을 문화경제학계에 시급히 요청하고 있다. 도시(지역)의 맥락에서 문화와 예술이 갖는 가치를 평가하고 그것을 측정하는 것은 문화경제학계의 아주 오래된 연구 주제에 속한다. 하지만 최근 국내에서 창의문화도시를 조성하기 위한 핵심 전략이자 21세기의 새로운 성장산업으로서 문화를 원천으로 고부가가치를 창출하고 도시의 경쟁력을 높이는 슬로건(culturenomics)은 이것에 대한 수요를 앞당긴다. 문화를 도시의 발전전략으로 내세우는 것은 누가 보더라도 미래 지향적이지만, 컬처노믹스와 같은 용어는 자칫하면 문화경제학의 본래적인 의미에 대한 오해를 불러일으킬 가능성이 크다.^② 문화경제학의 본래적인 의미는 문화를 통해 경제적 가치를 극대화하지는 것이 아니다. 문화경제학은 문화의 보이는 가치(경제적 가치)와 보이지 않는 가치(문화적 가치)를 균형 있게 밝히는 것이다. 이것은 문화경제학이란 문화의 경제적 맥락 못지않게 경제의 문화적 맥락을 균형 있게 밝히는 것을 말하고 있는 것이다.

② 문화경제학의 발전 과정 속에서 컬처노믹스의 의미를 파악하고 있는 글로서는 임상오(2008)을 참조하라.

다섯째, 창조도시에 관한 담론은 문화 관련 학회의 다면적인 연구를 촉진하는 계기가 될 것이다. 이것은 근본적으로 문화와 예술, 창조성, 도시, 문화정책 등은 다면적인 성격을 갖고 있다는 점에 기인하는 것이다. 이와 관련하여 창조도시 담론을 계기로 문화경제학과 문화(예술)경영의 긴밀한 협조가 요구된다는 주장(박신의, 2008)은 학제 간 연구를 사명으로 하는 많은 문화 관련 학계에 던지는 것이라고 해야 할 것이다.

마지막으로 최근 보다 의미 있는 창조도시가 되기 위해서는 젊은 계층 위주의 창조인력 못지않게 사회적 약자와 소외계층을 포섭할 수 있는 역량(창조성)의 필요성을 제기한다. 최근 일본 내에서 홀리스가 가장 많은 오사카 지역이 홀리스 문제 해결의 선구자가 되려는 움직임은 우리에게 많은 것을 생각하게 한다.

● Memo





03 창조도시의 시도 : 원주의 ‘생명문화 창조도시 조성 및 네트워킹 방안’을 중심으로

원주 지역은 장일순, 박경리, 지학순, 김지하 선생 등의 인물로 대표되는 우리나라 생명사상의 발원지일 뿐 아니라 한살림과 밝음신헌, 의료생협 등 다양한 협동조합운동을 통해 시민의 사회·경제·문화적 자립을 위한 전통이 뿌리 깊은 도시입니다. 이에 ‘생명문화 창조도시 포럼’(대표: 상지대학교 경제학과 임상오 교수)은 문화관광체육부 주최 2009년도 지방대학 활용 지역문화 컨설팅 사업의 공모 과제 선정을 통해 “생명문화 창조도시의 조성과 네트워킹 방안”을 컨설팅해 왔다. 다음은 그 보고 내용 가운데 일부를 소개한다.

질문 1 “왜, 창조도시인가?”

우선적으로 논의해야만 할 것은 이 사업을 추진하게 된 배경이다. 여기에는 외부적인 요인과 내부적인 요인으로 나눌 수 있다.

본 컨설팅 사업과 관련하여 가장 우선적으로 지적해야만 할 것은 본 사업은 문화부가 주최한 2009년도 『지방대학 활용 지역문화 컨설팅』사업의 공모 과제를 통해 선정된 사업이다. 동 사업은 컨설팅 사업이라는 것이 일반적인 사업과 다른 특성이다. 컨설팅에는 컨설팅 대상과 컨설팅 과정이 있게 마련이다.

외부적인 요인은 수요 측면과 공급 측면으로 나누어 파악할 수 있다. 첫째, 수요 측면에서는 지역주민의 욕구가 변화·발달되어 간다는 것이다. 인간이라면 누구라도 초기의 빵을 위한 생존욕구에서 점차 자신이 누구인가에 대한 욕구(즉, 정체성 욕구)로 나아가게 마련이다. 여기서는 인간의 이러한 욕구를 발달욕구라고 부르기로 한다. 인간의 발달 욕구라면 건강(의료)에 대한 욕구, 안전에 대한 욕구, 문화·예술(축제)에 대한 욕구, 생태적인 삶에 대한 욕구, 최근 국내에서 폭증하는 걷기 열풍도 여기에 속한다. 최근 신문지상을 장식하는 다양한 길(올레길, 둘레길, 산소길 등)의 탄생 역시 인간의 잠재된 욕구의 분출이다.



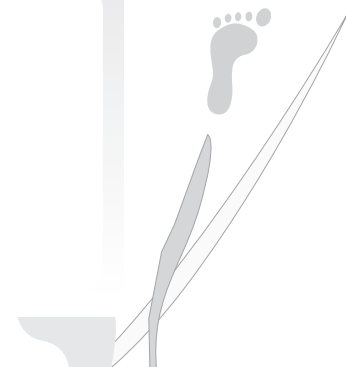


둘째, 공급 측면에서는 (도시)발전 패러다임의 전환이다. 많은 학자들이 20 세기가 ‘국가의 세기’ 였다면 21세기는 ‘도시의 세기’ 라고 한다. 또한 20세기가 양의 시대였다면 21세기는 질의 시대라고 한다. 이제 더 이상 사양 산업은 존재하지 않는다. 경제가 제1차 산업에서, 제2차 산업으로, 최종적으로 제3차 산업으로 발전한다는 ‘콜린 크라크 법칙’은 산업의 양적구성에 대해서는 정확한 진단을 했지만 질적 측면에 대해서는 타당하지 않다. 어떤 산업의 경우에도 문화와 예술과의 만남을 통해 질적 도약을 추구한다면 제 4차 및 제5차 산업이 될 수 있는 것이다. 이러한 현상은 본격적인 ‘문화경제시대의 도래’를 알린다.

최근 선진제국에서는 산업의 핵심 동력이 종래의 제조업에서 서비스산업, 특히 인간의 창조성에 기반 하는 산업(창조산업 or 문화산업)으로 변하고 있고, 이러한 산업에 종사하는 사람들(창조인력 creative class)이 경제의 성장 및 발전을 규정하는 시대가 되고 있다(Florida, 2002). 요약하면, 창조경제, 창조산업, 창조인력 등 메타포는 21세기가 인간의 창조성(creativity)이 핵심 역할을 수행한다는 것을 말한다.

셋째, 이상과 같은 수요 및 공급 요인과 함께 글로벌화라는 환경의 변화가 21세기를 살아가는 모든 도시로 하여금 새로운 결단을 요청한다. 과연, 이러한 변화의 소용돌이 속에서 지방자치단체는 어떻게 대처할 것인가? 민간 부문은? 중앙정부는? 이러한 과제에 정면으로 대응한 것이 창조도시전략이다. 창조도시는 외부의 자원과 돈을 끌어들이 지역발전을 추구하는 종래의 외생적 지역발전전략과 달리, 그 지역만이 갖고 있는 고유한 가치를 발견하고, 그것을 산업과 관광 등에 활용하는 새로운 발전전략이다. 창조도시의 이러한 발전전략을 문화경제학적인 관점에서 해석하면, 지역의 고유한 문화적 가치의 발견 및 재창조를 통해 지역의 사회적·경제적 가치 창출로 나아가게 하는 것이다. 결국, 창조도시는 “지역의 고유한 문화를 글로벌화된 환경 속에서 지속적으로 (재)창조하는 도시”를 말한다.

● Memo





질문 2 “원주는 어떤 문화를 창조하고자 하는가?”

흥미로운 것은 최근 중앙정부 차원(지역발전위원회, 과거의 국가균형발전 위원회)에서도 국내외 환경의 급속한 변화 속에서 지역의 고유한 개성과 잠재능력을 극대화시킬 수 있는 국가 차원의 방안(가칭, ‘창조지역 조성’)을 마련하고 있다.

지금까지 논의한 것이 ‘왜, 창조도시인가’에 대한 답변이라면 보다 중요한 질문은 ‘왜, 생명문화’인가 하는 것이다. 왜, 원주에는 생명문화인가? 본 컨설팅을 시작하면서 가장 먼저 부딪친 것은 생명문화라는 용어다.

여기서는 생명문화를 다음과 같이 정의하고자 한다.

첫째, “생명문화는 생명 가치를 우선하는 태도와 관습이다.”

둘째, “생명문화는 사람답게 살 수 있는 삶 그 자체다.”

셋째, “생명문화는 생명 가치를 우선하는 지적 · 도덕적 · 예술 활동과 작품이다.”

첫째와 둘째가 인류학적 의미의 생명문화라면 셋째는 생명문화를 예술의 관점에서 파악한 것이다. 여기서는 생명문화가 두 가지 의미를 모두 포괄하는 것으로 정의한다. 따라서 생명 가치를 존중하는 예술, 사상, 역사, 환경, 건강 및 안전 등은 여기서 말하는 생명문화의 범주에 포함된다.

질문 3 “원주에는 생명문화가 있는가?”

첫째, 원주에는 생명 가치를 우선하는 예술가(사상가)들의 작품과 그들의 사상이 계승 · 발전되고 있다. 장일순, 박경리, 지학순, 김지하, 문창모 선생 등이 대표적인 사례들이다.

둘째, 원주에는 오랜 협동조합의 역사와 전통이 있다. 특히, 이업종간 협동조합 네트워크인 ‘원주협동사회경제네트워크’는 국내를 넘어 해외(특히 OECD)에서도 주목의 대상이 되고 있다. 매년 약 1,000명에 달하는 협동조합 관계자들이 원주의 생명사상 및 협동조합운동의 발자취를 느끼기 위해 원주를 방문하고 있다.





셋째, 원주의료생협 등 ‘협동조합형 사회적 기업’이 왕성한 활동을 벌이고 있다. 이것은 협동조합이 최근 고용창출의 중요한 통로가 될 수 있다는 것을 말해준다.

넷째, 원주에는 옷과 한지 등 지역의 고유한 전통산업이 그 명맥을 유지해 오고 있다. 최근 원주시 차원에서 지역 전통산업을 육성하기 위한 노력이 다각도로 모색되고 있다. ‘원주전통산업진흥센터’가 이것을 단적으로 말해 준다.

다섯째, 원주에는 생명사상의 발원지라는 이미지를 가진 외부인들(out-siders)이 적지 않다. 이것은 이미 생명문화도시 원주라는 이미지가 원주 지역 외부에 어느 정도 구축되어 있다는 것을 말한다.

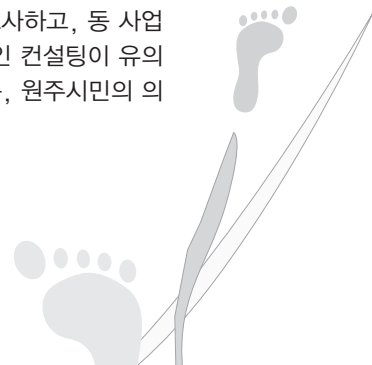
여섯째, 원주에는 자치단체 차원에서 생명의 가치를 우선하는 문화를 창조하는 전통이 있다. 원주시가 내세우는 슬로건들(건강도시, 안전도시, 첨단 의료기기도시, 녹색도시 등)이 이것을 단적으로 말해준다.

질문 4 “무엇을 컨설팅할 것인가?”

컨설팅의 수행은 생명문화 창조도시 포럼을 통해 이루어지고 있으며, 동 포럼은 대학(상지대학교, 연세대학교), 지역의 생명문화 활동가, 자문위원단 등으로 구성되어 있다. 컨설팅 팀은 다음 5가지 항목을 컨설팅 대상으로 선정하였다.

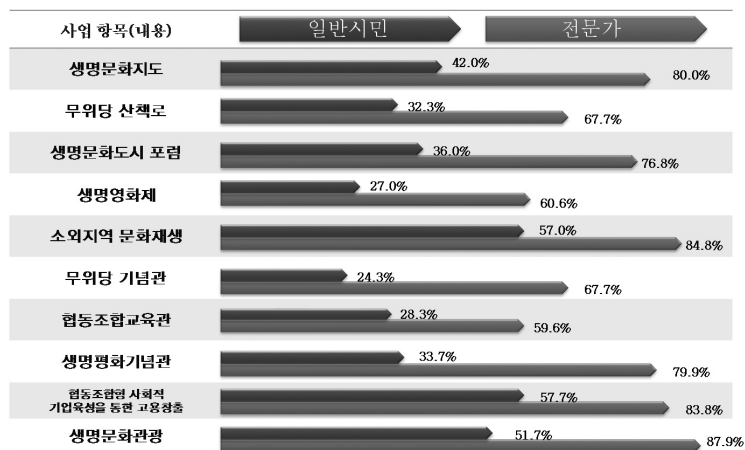
첫째는 ‘생명사상 및 생명문화’의 개념 규정, 둘째는 생명문화에 대한 시민 의식조사, 셋째 생명문화의 길 복원을 통한 생명문화지도 작성, 넷째 ‘문화의 거리’와 생명문화의 연계 방안, 다섯째는 협동조합 전담 부서 설치, 여섯째는 ‘(가칭)생명문화 체험 프로그램 개발’ 등이다.

여기서는 생명문화 창조도시에 대한 원주시민의 의식을 조사하고, 동 사업에 대한 시민들의 가치평가를 함으로써 동 사업의 전체적인 컨설팅이 유의미한 결과를 도출할 수 있을 것인가를 파악하는 것이다. 즉, 원주시민의 의식조사 및 가치평가결과를 논의하는 것이다.



일반 시민과 전문가 그룹 모두 생명문화도시 원주에 대해 긍정적인 반응을 보이고 있다. 다만, 일반시민은 생명문화를 의료, 녹색환경, 건강 등의 순으로 인식하고 있는 데 비해 전문가 그룹은 생명예술가의 사상, 자연환경, 무위당 선생, 박경리 선생 등의 순으로 생명문화를 인식하고 있다. 이러한 인식상의 차이는 일반 시민이 원주시(공공부문)의 지속적인 '생명정책'에 깊은 영향을 받고 있는 것에 비해, 전문가 그룹은 공공부문의 정책보다 민간의 뿌리 깊은 생명의 가치를 존중하는 사상에 기반하고 있는 것에서 기인하는 것으로 보아야 할 것이다.

※ 생명문화도시를 창조하는 사업의 중요도



생명문화도시를 창조하는 사업에 대해 원주시민(=납세자)은 재정지원을 할 용의가 있다는 의사를 표시하고 있다. 연간 가구당 추가 세금부담액은 약 46,140원이고, 이것을 원주시 전체로 환산하면 48억 3천 만 원에 달한다. 생명문화를 창조하는 사업에 대한 중요도(선호의 강도)는 일반 시민과 전문가 그룹 간 다르지만, 사업의 우선순위는 일치한다. 일반 시민은 협동조합형 사회적 기업을 통한 고용창출, 소외지역의 문화적 재생, 생명문화관광을 통한 지역 활성화, 생명문화지도의 작성, 생명문화포럼의 지속 등의 사업이 우선적으로 추진될 필요성을 제기하고 있다. 다음의 개념 규정은 컨설팅 하는 과정에서 도출된 것이다.



● 생명이란?

생명은 “사람이 살아서 숨 쉬고 활동할 수 있게 하는 힘”이다. (사전적 정의) 그러나, 여기서 말하는 생명이란 “자연을 거스르지 않고, 사람들과 서로 나누며, 남을 배려하는 평화의 마음가짐을 가지고 있는 힘”을 의미한다.

● 생명문화란?

생명문화는 “생명의 가치를 우선하는 태도와 관습, 예술 활동 및 작품 등”이다.

● 창조도시란?

창조도시는 “창조성을 기반으로 도시의 잠재능력과 정체성을 찾고, 문화·교육·복지·환경·경제 등의 연계 전략을 통해 지역의 발전을 도모함으로써 문화적·경제적 가치를 새롭게 창출하는 도시”이다.

● 생명문화 창조도시란?

생명문화 창조도시는 “생명문화의 길 복원을 통해 지역의 협동·사회적 잠재능력과 정체성을 회복하고, 지역의 문화적·경제적 가치를 새롭게 창출하는 도시”이다.

● Memo





04 결론을 대신하여

창조도시란 외국의 성공적인 창조도시를 모방하자는 것이 아니다. 창조도시란 도달해야 할 목표가 아니다. 그것은 신이 창조한 본래의 모습으로 귀귀하는 과정(process)이다. 창조도시란 도시의 잠재능력에 대한 그릇된 우리의 시각을 교정하는 나침반이다. 창조도시란 지역의 고유한 가치로 우리의 시각을 전환한다. 창조도시 담론은 도시의 체험을 전제로 한다. 도시에서 생활하면서 도시감각의 풍경을 경험하지 않으면 도시를 그저 피상적으로 바라볼 뿐이다. 따라서 나는 성남에 대해 이야기할 것이 많지 않다면 당신 역시 원주에 대해 이야기할 것이 많지 않을 것이다. 하지만 두 도시가 향후 어떻게 변화되어갈 것인가에 대해서는 공통의 관심사이다.

원주는 민간부문의 오랜 생명의 가치를 존중하는 전통(문화)에 비해 현재의 모습은 너무나 반대로 치닫고 있다. 지나치게 양적 성장에 함몰되어 있다. 강원도 유일의 30만 도시에서 조만간 50만 인구의 도시가 될 것이라는 희망이 점점 도시의 개성을 잃게 만든다. 성남은 어떤가? 추상적이면서도 정신적 가치에 해당하는 생명문화를 기반으로 원주를 창조적인 도시로 만들어보자는 우리의 주장이 더 이상 늦춰질 수 없는 것은 도시의 잠재능력과 현실의 갭이 점점 커지고 있기 때문이다. 특히, 도시의 장래를 중앙정부정책에 의지할 때 그 리스크가 얼마나 큰가를 최근의 경험은 웅변적으로 말해준다.

마지막으로 시민의 창조성을 꽃피울 수 있는 환경(조건) 못지 않게 중요한 것은 시민의 창조성을 가로막고 있는 것이 무엇인가를 탐색하는 것이다. 관용성과 개방성이 시민의 창조성을 꽃피우게 하는 조건이라면 시민 개개인의 윤리의식 역시 창조성을 떠받치는 인프라다. 사적 이득과 공적 이득을 조화시킬 수 있는 역량이야말로, 시민적 창조성의 핵심 콘텐츠다. 문화예술의 창조성이 지닌 사회적 역할은 여기에 있다. 예술에 대한 인간의 욕구가 중요한 이유도 같은 것이 아닐까?



시민참여를 통한 일본 창조도시의 흐름

위 지 연 (전 예술경영지원센터 국제교류팀)





01 아시아의 창조도시

아시아의 국가와 도시들은 전쟁, 식민지화 및 냉전체제를 통하여, 국토의 황폐화와 저 수준의 경제 상황을 겪음. 이에 따라 경제발전을 우선시한 급격한 산업화로 양적 팽창에 치중하게 되어, 기존의 전통 문화와 국민의 삶의 질은 상대적으로 보존 및 발전하지 못하게 됨.

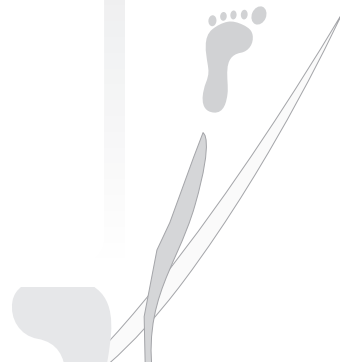
한편, 급격한 공업화로 인한 농업 인구의 도시 유입으로 인하여 대부분의 아시아 국가들은 도시와 농촌의 인구 격차 증대 및 농촌 공동화 현상을 겪어왔으며, 이에 따라 대도시와 중소도시의 인구 및 문화 격차가 두드러지게 나타남. 따라서 이에 대한 사회 문제의 해결과 국토의 균형적인 발전을 위하여 유럽, 미주 등 서구 선진국에서 발전된 창조도시의 개념을 국가적 차원 또는 지역적 차원에서 도입함.

아시아 지역의 특성

- * 국민들의 생활수준의 향상 등에 대한 강한 발전 욕구
- * 아시아 각 국가 고유의 전통 보유

아시아가 겪어온 정치, 경제, 사회적인 배경과 아시아 지역이 보유한 특성에 따라 아시아형 창조도시가 발전되어 오고 있음.

● Memo



1) 아시아의 창조도시 현황

1_북경

●798 예술구

베이징 조양구 다산즈 지역에 위치한 예술거리로, 1950년대 군수물자를 생산하던 공업 지역이었으나, 냉전이 종식되고 무기생산이 활력을 잃으면서 폐 공장 지역으로 변모하게 되어 이 지역에 전자타운이 조성될 예정이었음. 그러나 1995년 중앙미술학원이 인근 지역으로 이주해 오면서, 싼 값에 공장을 임대하여 넓은 작업 공간을 확보할 수 있게 되자 젊은 예술가들이 모여들어 예술 창작 및 전시 공간을 조성하고 예술행사를 개최하면서 전 세계적으로 주목을 받기 시작함.

현재, 중국 내 예술가들뿐만 아니라 전 세계 예술가들의 창작과 전시 공간으로서 400여개가 넘는 전문 화랑과 아트 숍이 들어섬에 따라, 세계적인 컬렉터들과 딜러들뿐만 아니라 하루 수 천 명의 관광객들이 찾는 베이징의 관광명소이자 문화 아이콘으로 부상하게 되고, 이에 중국 정부가 2006년 11차 경제사회발전 계획을 통해 이 지역에 5억 위안(한화로 약 600억)의 예산을 별도 배정하고 문화 창의 산업 특구로 공식 지정함.

2_상해

상해 시는 2006년 상해의 문화산업규모는 2,349억 위안(한화 약 40조원)에 달했고 2010년에는 3,000억 위안(한화 약 51조원)에 이를 것이라고 전망하고 있음.

●모간산루 50번지

1930년대 방직 및 제분 공장이었던 폐 건물에 건축 사무소가 들어 선 것을 계기로 현재 140개의 화랑, 건축사무소, 스튜디오, 미술학원 등이 밀집하여 'M5 예술촌'이 형성됨. 이에 상해 시는 이 지역에 창작 공간만 들어올 수 있도록 조례를 개정함.

●2010 상해 EXPO

2010년 개최되는 상해 EXPO의 경우, 오래된 공장 및 조선소를 전시관으로 리모델링 할 예정으로, 공장 내에서 발송하던 발전 시설과 굴뚝을 이용하여 전망대로 이용할 계획이라고 함.





3_항주

최근 중국은 전국적으로 조사된 통계조사에서 자국민의 중국산 애니메이션 선호도가 11%에 지나지 않는 점(일본 애니 60%, 구미 애니 29%)을 인지하고, 자국 애니메이션 산업의 진흥을 위해 13개 도시를 중국 애니메이션 기지로 지정함. 이에 항주는 항주 신기술개발구애니산업원 및 중국미술학원을 전진 기지로 하여 중국 국제 애니메이션 산업박람회 개최 등 국제 애니메이션 도시를 구축하기 위해 노력하고 있음.

4_홍콩

세계적인 영화 스타를 배출하고, 홍콩필름마켓, 홍콩국제영화제를 개최하는 등 아시아 영화 도시의 이미지를 구축해 온 홍콩은 중국으로 반환되면서 노동 시간과 보수 등 고용환경의 악화로 다수의 영화인이 해외로 이주하게 됨. 이에 홍콩 정부는 홍콩 영화의 해외 배급 활성화를 위하여 전문 인재를 육성하는 등 해외 시장 진출에 역점을 두는 한편, 2007년 영화발전국, 영화발전위원회 및 영화발전기금을 신설하여 3억 달러에 이르는 영화 제작 기금을 확보하고, 이 기금을 전 세계 영화인들이 이용할 수 있도록 문호를 열어놓아 아시아의 영화공동제작 허브 도시로서의 브랜드를 재구축하고 있음.

5_싱가포르

1989년 싱가포르정부 문화예술자문위원회가 싱가포르의 현 경제 개발 단계에서는 문화와 예술에 자원을 투입하여 국가의 생명력과 국민 삶의 질을 향상해야 한다는 보고서를 발표함으로써 문화예술을 통한 국가 발전을 시작하게 됨. 이후 1996년 싱가포르 미술관 건립, 1997년 아시아문명 박물관 건립, 2002년 다목적 공연장 에스플러네이드를 건립하여 문화 인프라를 구축함. 인재 교육이 국가 발전에 필수불가결하는 것을 일찍이 인지한 싱가포르는 1991년 경제 전략 계획에서 싱가포르 교육체계의 창조성과 혁신성 육성을 핵심전략으로 발표함. 르네상스 도시 보고서에 따르면 '싱가포르 시민 모두의 삶에 창조문화를 심어야 한다. (중략) 예술, 특히 학생들에게 타인의 작업을 존중함은 물론 스스로 창작할 것을 강조하는 예술은 창조력을 촉진하는 강력한 수단이 될 수 있다' 라고 서술하고 있음.

● Memo





02 일본의 창조도시

1) 일본 창조도시의 배경

일본은 제2차 세계대전 후, 산업화에 따른 농업 인구의 급속한 도시 유입으로 1950년대 전반기에는 구미제국에 비해 값싼 노동력으로 인한 가격경쟁력의 우위를 선점하는 한편, 달러 및 엔화 환율의 안정으로 고도 성장기에 진입 하였고, 1950년대 후 반기에는 산업 합리화, 기술 혁신, 대형 투자에 의한 일본 제품의 국제경쟁력 제고로 수출이 성장함에 따라 1960년대 들어 미국에 이어 GNP 세계 제2위 국가로 급부상하게 됨.

1962년 일본 정부의 '신산업도시 건설 계획'에 따라 일본 내 각 도시들이 석유 콤플렉스 등 대기업 유치를 통한 외래 형 개발 계획을 추진함. 그러나 1970년대 후반부터 석유 파동, 달러 및 엔화 폭등으로 이어진 세계 경제의 경기 후퇴로 제품 생산 기지를 해외로 옮기게 됨.

이에 따라 산업 시설의 유향 현상이 나타나고, 일자리를 잃은 공장 근로자들이 귀향하거나 새로운 일자리를 찾아 대도시로 이주함에 따라 산업중심 지역의 공동화 현상이 사회 문제로 대두됨. 이에 1970년대부터 각 도시들의 역사, 문화 등 지역 고유의 자산을 활용한 도시 계획 활동이 시작되어 현재에 이르고 있음.

2) 마치즈쿠리

“마치즈쿠리”란 ‘마을 만들기’를 의미하는 일본어로, 일본 도시계획 용어 사전에 의하면, ‘지역 주민이 생활하는 장소를 공동으로 혹은 지방자치단체와 협력하여 지역에 맞고, 살기 좋은 매력 있는 곳으로 만들어가는 활동’이라고 정의하고 있음.

이러한 마치즈쿠리를 목표로 하여 1990년대에 다수의 시민단체가 형성되었고, 이에 따라 1998년 마치즈쿠리 촉진을 위한 2개의 법 제도가 수립됨.

●특정 비영리 활동 촉진법

10명 이상으로 구성되어 정치, 종교를 제외한 특정 비영리 활동을 하는 단체를 지자체가 인정하는 제도





●마치즈쿠리 3법 (2006년도 개정판)

* 도시 계획법

토지의 이용 구역화(zoning)를 촉진하는 법. 연면적 1만 평방미터를 초과하는 대형 소매점포 등의 대규모 집객시설의 출점은 상업지역, 상업인근지역, 준공업지역에만 출점이 가능하고, 제2종 주거지역, 준주거지역, 공업지역에는 원칙적으로 출점이 불가능. 원칙적으로 출점이 불가능한 지역에 출점하기 위해서는 지방자치단체의 지역용도변경이 필요하며, 연면적 1만 평방미터를 초과하는 식당, 영화관, 스타디움, 오락시설 등도 대규모집객시설로 간주하여 규제대상에 포함함.

* 중심 시가지 활성화법

중심시가지의 공동화를 방지하기 위하여, 시가지의 정비개선 및 상업 등의 활성화 추진을 지원하는 법률. 중심시가지정비추진기구, 상공회, 상공회의소 등에 의해 조직된 중심시가지활성화협의회를 제도화함.

* 대규모 소매점포 입지법

주변 지역의 생활환경 보존(교통 혼잡, 소음, 폐기물 방지)을 위하여 일정면적을 초과하는 대규모 소매점포 건립 시 신설 계획을 신고하고, 지역주민 설명회를 통하여 신설 계획에 대한 주민 의견 및 지방정부의 권고를 수용하도록 하는 법 제도. 이에 따라 출점을 희망하는 기업은 출점 계획서, 지역 공헌 계획서 등을 제출하고 지역 주민의 의견에 따라 지역 생활환경 유지를 위한 시설배치와 운영을 조정 하는 등 출점의 제반 문제를 조정하여야 함.

❶ 지자체, 민간사업자, 상공회의소, 지역시민단체 등이 주식회사 형태의 조직을 갖추고 주차장관리, 가격 개선, 이벤트 등을 통해 고객의 접근성을 향상시키고 집객력을 높이는 제도. 1986년부터 시행.

❷ 상업 활성화를 위한 특별 지구로써, 지구 내 자산 소유자를 대상으로 부담금을 징수하고 이를 통해 조성된 재원으로 상업 활성화를 위한 기반 정비를 실시함으로써 지구 내부의 매상, 임대료, 자산가치의 상승을 통하여 부담금을 지불한 자산 소유자에게 그 이익이 환원되는 제도. 1970년 미국 로스앤젤레스에서 처음으로 실시되어 현재 미국 내 1,000여개의 BID가 지정, 운영되고 있음.

한편, 1998년 제정된 중심시가지활성화법에 따라 TMO (Town Management Organization) 시스템이 도입되어 마치즈쿠리에 다양한 주체가 참여할 수 있게 됨. TMO란 중심시가지의 업종구성, 점포배치, 기반정비 등과 관련된 운영과 관리를 담당하는 기관, 주체를 의미하며, TMO 시스템이란 지자체에서 주도하여 중심시가지의 상업 집적을 총체적으로 활성화시키는 체제를 의미함.

이는 영국의 TCM(Town Centre Management)⁹⁾와 미국의 BID(Business Improvement District)¹⁰⁾를 일본의 현실에 맞게 적용한 제도로써, 상공회의소, 행정당국, 시민, 사업자 등 다양한 주체가 파트너십을 이루어 TMO를 추진할 수 있음.





3) 일본 창조도시의 구분 및 현황

1_국제적 문화예술 축제 등 이벤트 개최, 아트센터 건립을 통한

지역 문화 수준 향상 및 활성화

예 삿포로, 벳부, 요코하마, 가나자와 등

2_문화예술 관련 기업, 학교의 지역 내 유치를 통한

창조산업 클러스터 형성과 지역경제 활성화

예 고베(디자인), 요코하마(영화), 가나자와(패션)

3_예술가 레지던스를 통한 예술도시 구현

예 모리오카

4_음악콩쿠르, 연극 제작소 건립을 통한 예술도시 구현

예 센다이

5_지역 내 기업의 문화 활동을 통한 문화도시 구현

예 북큐슈

6_역사적 건축물의 리모델링을 통한 예술가, 시민의 문화 예술 창작, 연습

공간 조성 및 문화도시 구현

예 가나자와, 요코하마

7_지역 전통 예술의 보존, 발전을 통한 지역 경제 활성화 및 도시 브랜드 구축

예 가나자와(공예)

● Memo





이중 6번과 7번의 사례가 일본 국내외로부터 가장 바람직한 창조도시 사례로 소개 및 벤치마킹 되고 있으며, 이에 따라, 일본 창조도시의 키워드는 선진국답게 아래의 세 단어로 요약될 수 있음.

- * 환경 친화
- * 전통의 보존 및 개발
- * 시민 참여 및 주도

일본 내에서 시민참여 및 주도를 키워드로 고려하는 이유는 시민 주도 창조도시의 '지속가능성 (sustainability)' 에 기인하며, 이는 대부분 정권이 교체되거나 시장(市長)이 변경되면 기존의 시(市)정책이 변화되므로, 관(管)주도에 따른 창조도시 발전의 경우, 정책의 일관성을 유지하기 어렵기 때문임.

따라서 일본 내 뿐만 아니라 전 세계적으로 가장 바람직한 창조도시 발전사례로서 환경 친화, 전통, 시민 참여로 창조도시 이미지를 구축한 가나자와를 많은 일본 국내외의 학자 및 정책 관계자들이 연구 대상으로 주목하고 있음.

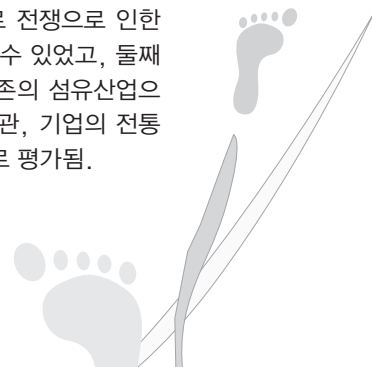
4) 일본의 도시, 문화와 시민자치

1_창조도시 사례 : 가나자와

가나자와는 지정학적으로 일본 중부의 호쿠리쿠(北陸) 지방에 위치한 해안도시로 인구 45만의 소도시이지만, 현재 창조도시로서 전 세계 지자체 및 언론 관계자 등 연간 7백 만 명이 찾는 도시로 자리매김.

고도 성장기 일본 지방도시의 대부분이 대량 생산=대량 소비의 물결에, “효율적 생산 현장”으로 탈바꿈되었고, 그 결과 전통 및 생활 문화의 “창조영역”을 잃어가는 가운데, “내발적 발전^{*)}”을 통해 개성적인 도시 문화와 자율적인 도시 경제를 이룸.

가나자와가 내발적 발전을 이룰 수 있었던 요인은, 첫째로 전쟁으로 인한 피해를 입지 않아 옛 유적과 마을의 모습을 그대로 보존할 수 있었고, 둘째로는 타 도시처럼 대규모 공업단지를 유치하지 않고도 기존의 섬유산업으로 지역 경제를 보전할 수 있었으며, 셋째로 지역 내 민, 관, 기업의 전통 보존, 환경 보호에 대한 중요성을 인식해왔기 때문인 것으로 평가됨.



④ 내발적 발전이라는 단어는 일본의 사회학자인 즈루미 카즈코가 1970년대 후반에 후진국 발전론을 연구하면서 처음 사용하였음. 내발적 발전론이란 '지역의 기업·조합 등 단체나 개인이 자발적 학습에 의해 계획을 세우고, 자주적인 기술개발을 기초로 지역 환경을 보전하면서 자원을 합리적으로 이용하며, 그 지역의 문화에 뿌리박은 경제 발전을 이루면서 지방자치제의 손으로 주민복지를 향상시켜 가는 지역개발'이라고 정의되며, 내발적 발전의 길을 현대 환경문제 해결을 위한 대안이라고 주장하였음. 한편 내발적 발전이 성공하기 위한 요건으로서 ① 지역의 산업·문화를 토대로, 지역 내 시장을 주 대상으로, 지역의 주민이 학습하고 계획·경영할 것 ② 환경을 고려하는 개발 하에 어메니티(amenity)·복지·문화의 향상을 중심 목적으로 하고 지역주민의 인권 확립을 꾀하는 종합성을 가질 것 ③ 지역 내 산업 연관을 중시하여 지역산업의 다각화와 부가价值的의 지역 내 귀속을 도모할 것 ④ 주민참가제도를 만들어 자치체가 자본이나 토지이용을 규제할 수 있도록 자치권을 확보할 것 등 5가지 요건을 제시하고 있음.

이에 따라 첨단 산업 유치 등 외래형 개발이 아니라 기존의 지역 내에 보유하고 있던 장인들과 함께 전통 공예 산업을 발전시켜 지역 경제를 활성화하였다는 점에서 높은 평가를 받고 있음.

●시민 참여형 문화 공간 <시민예술촌>

1996년 9월, 가나자와 시는 섬유산업이 가나자와 경제의 중심이었던 시대에 방적이 가동되었던 3만 3천 평의 폐업한 공장 터를 사들여 시민들이 요망하는 연극, 음악, 세미나 등의 공간으로 리모델링하여 제공함.

낮에 일하는 시민들이 심야에도 사용할 수 있게 해야 한다는 요청을 받아들여, 하루 24시간 일 년 365일 사용가능한 공간으로서, 네 개 동의 창고를 드라마, 음악, 에코라이프, 아트 공방으로 지정하고, 연습뿐만 아니라 공연도 가능한 시설로 리모델링 함. 운영 면에서는 각 공방마다 시민 2인씩 모두 8인의 책임자를 선정하여 시설 이용의 활성화, 독자 사업의 기획 및 입안 그리고 이용자 간의 조정 등을 자주적으로 하는 시민 참여형 문화시설로 운영함.

드라마 공방의 경우, 1995년 결성된 가나자와연극인협회에 집결한 21개의 아마추어극단이 자주적으로 운영 규칙을 정하여, 이듬해 10월부터 문학협회와 향토극단이 합동으로 공연한 “한 여름 밤의 꿈”을 시작으로, 25개의 단체가 68개의 공연을 하였으며, 14,057명이 무대에 올라 28,000명의 시민이 관람하여 큰 성공을 거둠.

아트공방의 경우, 지역예술가의 작품 전시회에 24,000명이 관람하였고, 뮤직공방은 만 5,000명이 넘는 관객들이 아마추어 뮤직밴드의 공연을 관람하였으며, 에코라이프 공방은 재활용 축제 등으로 18,000명이 찾아오는 등 전체적으로 오픈 후 6개월간 10 만 명의 시민이 참가함으로써 예술·문화·환경의 대제전이 되어, 이후 5년간 이용자수는 100 만명을 돌파함.

시민예술촌의 성공은 철저한 시민 이용자 중심의 운영에 기인하는 것으로 평가되고 있는데, 이는 시설 운영의 기본 이념을 시민이 스스로 설정, 실천하고 있기 때문임. 연습실은 6시간 1,000천 엔의 저렴한 비용으로, 화재 예방에 주의하고 쓰레기를 버리지 않는다는 약속을 지키면 누구든 사용이 가능함. 이시카와 현으로부터 연간 10억 엔의 운영비를 지원받으며, 연간 30만여 명 사용 중 외지인이 10%를 차지함.





〈시민예술촌〉 활동의 기본방침과 지향점

● 시민 참가형 예술 문화 활동을 통한 '지역문화의 거점'

시민들에게 창작 활동하는 즐거움을 선사한다.

- ① 연습, 제작, 연수
- ② 어린이, 일반 시민대상의 육성사업
- ③ 지역 예술문화활동의 정보수집 및 제공
- ④ 문화 자원봉사자의 육성

● 감상형 예술문화사업을 위한 '활기찬 예술활동의 거점'

시민들에게 새로운 예술문화의 식견을 발견하는 즐거움을 선사한다.

- ① 연습 성과의 발표
- ② 질 높은 연극, 음악, 무용공연
- ③ 새로운 표현을 중심으로 한 현대 미술전 개최

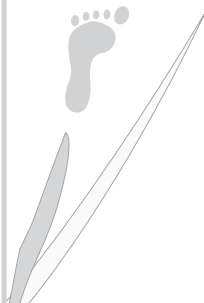
● 창조형 예술 문화 활동을 위한 '새로운 문화 창조의 거점'

뛰어난 예술작품과 새로운 아티스트가 탄생하는 장으로 기능한다.

- ① 높은 예술성을 목표로 한 제작 활동
- ② 프로를 지향하는 사람들을 위한 워크숍
- ③ 실험적인 예술 창조활동 전개

〈시민예술촌〉 연혁

- 1919 가나자와 방적 개업
- 1941 '다이와방적주식회사' 가나자와 공장 조업개시
- 1993.3 공장 조업 종료
- 1993.9 다이와방적과 가나자와시 간의 공장터 매매계약 조인 (12월말 인수)
- 1994.8 가나자와시 문화진흥과 내에 '다이와마치 창고군 이용 조사검토팀' 발족
- 1995.4 재단법인 가나자와시 공공홀 운영재단 내에 '가나자와 예술문화촌 개설 M준비실' 발족
- 1995.11 디렉터회의 발족
- 1996.1 정식명칭을 '가나자와 시민예술촌'으로 발표 (2,893통의 일반공모에서 결정)
- 1996.4 가나자와 시민예술촌 사무국 발족 (직원 전임 5명, 겸임 2명)
- 1996.10.4 개촌





- 1997.10 1997년도 통상산업성(현 경제산업성)
'굿디자인 대상' 수상
- 1999.4 다이와마치 광장 완성(비축창고, 임시 헬리포트,
급수설비 구축)
- 2000.4 '에코라이프 공방'신설 이전을 위해 '멀티공방'으로 개칭
- 2001.12 퍼포밍 스퀘어 완성
- 2006.1 재단법인 지역창조 JAFRA어워드(총무대신상)수상

※ 출처 : 에도시대 일본 제2도시, '문화'로 쇠락에서 부활 - 오마이뉴스

2_창조도시 사례 : 'Creative City 요코하마'*

1872년 도쿄-요코하마 간 철도가 부설됨에 따라 일본 최대의 항만으로서, 무역과 공업의 중심지 역할을 담당해 온 도쿄 인근의 항구도시인 요코하마는 1971년에 '기존시가지 수복(修復)형' 도시 공간 형성을 목표로, 관내에 도시디자인팀 (현 도시디자인실)을 일본 최초로 설립 함. 이후 3명의 시장을 거쳤음에도 불구하고, 팀 설립 당시의 담당공무원이 현재 같은 실에서 30여 년 간 업무를 담당함으로써 정책의 일관성을 유지한 사례로 주목을 받음.

● Memo





1986년에는 현 내 상공회의소, 관광협회 등과 공동으로 요코하마 야경 연출 사업 추진협의회를 설립하여 역사적 건조물을 중심으로 한 랜드마크 시설의 야경 연출을 실시하고, 1988년에는『역사가 살아있는 마치즈쿠리』요강을 제정하여 역사적 건조물의 등록 및 보전을 법제화함에 따라 2006년에는 174건에 이르는 건조물이 등록됨.

● 문화도시 추진과정에서의 주체별 역할

* 공공의 역할 (중앙정부, 지방정부, 공기업 등)

요코하마 시에서는 내셔널아트파크구상추진위원회(위원 12명)등 관련 분야 전문가로 구성된 위원회를 조직하여, 구상 및 사업을 실시하며, 이때 장소제공 및 운영비를 지급하는 최소한의 간섭을 행함.

* 민간의 역할 (시민사회단체, 지역주민 등)

해당 위원회에 의해 선정된 민간단체는, 해당 근대건축물의 운영 관리를 맡으며, 특히 문화예술 관련 프로그램을 운영하는 주체

* 전문가의 역할 (연구기관, 대학 등)

해당 사업의 기획 구상 및 사업 실시에 대한 연구 및 자문 역할을 수행하고 사업의 전개를 위해 요코하마국립대학, 동경예술대학 등 우수 대학의 문화예술 관련 분야 교수 및 전문가들이 참여하여, 시민들에게 관련분야의 지식 제공 및 강의, 실습 등을 실시

● 공설민영 <BankART1929>

2004년 개관된 BankART1929는 역사적 건조물을 문화예술에 활용하여, 도심지의 재생 기점을 구축하기 위한 요코하마 시 프로젝트의 일환으로, 1929년에 준공된 옛 은행을 예술 공간으로 개조한 데에서 BankART1929로 명명됨.

2003년 3월 시범 사업으로 시작하여 2006년부터 본격적으로 사업을 수행하고 있으며, 구 제일은행을 활용한 「BankART1929 요코하마」와 니혼유센 해안창고를 활용한 「BankART1929 Studio NYK」를 주요 거점으로 하고 있음. 당시 공설민영^⑥이라는 새로운 방식을 도입하여 민간의 참여를 유도하였는데, 2003년 11월에 시설 운영 단체를 공모하여, 공모에 응한 24개 단체 중 2개 단체가 선정 되었고, 현재 비영리기관으로 법인화하여 「NPO법인 BankART1929」라는 명칭으로 운영되고 있음.

④ 요코하마 시의 캐치 프레이즈로 다음과 같은 비전을 제시하고 있음 : '문화예술 분야에서 두드러지게 나타나는 인간의 창조력은 불안, 곤란 그리고 환경, 평화의 공존 등 글로벌 도전에 맞설 힘이 되며, 문화예술은 시민의 생활을 풍요롭게 할 뿐만 아니라 도시의 활성화 및 국제적인 경쟁력에 큰 효과를 가져 올 것이므로, 요코하마가 지닌 항구를 둘러싼 고유의 역사와 문화를 활용하여 예술과 문화가 가지는 독창성을 살리고, 도시의 새로운 가치와 매력을 만들어내는 도시 조성을 추진하는 것이 합당함. 즉, 문화 예술, 경제 진흥과 매력적인 도시 공간 형성이라는 소프트와 하드의 시책을 융합시킨 새로운 도시비전, 그것이 문화예술 창조도시 요코하마이다'

⑥ 公設民營. 설립은 공공이 하였으나, 운영은 민간이 담당한다는 뜻





⑥ Yokohama International Triennale of Contemporary Art. 요코하마 시에서 3년마다 개최되는 현대미술국제전시회로서 2001년부터 개최됨.

BankART1929에서는 요코하마 트리엔날레^⑥ 등 예술 이벤트 기획 운영 사업 이외에도, 2개월 단위로 예술가들에게 창작 공간을 대여해주고, 2주에 1회 정도 일반인들에게 작품을 공개하는 「Artist in Studio」, 2개월간 미술, 건축, 공연, 음악 등 각 예술 장르를 대표하는 예술가를 강사로 초청하여 일반인들을 대상으로 예술 강좌를 개최하는 「BankART School」, 예술 관련 서적이나 스쿨 강사의 저작 등의 예술 서적을 모은 「BankART Shop」을 운영하는 한편, 전시회의 내용을 DVD 등으로 출판하는 사업을 전개하는 등 다양한 사업을 통해 BankART 1929의 운영자금으로 활용하고 있음.

요코하마 시는 장소 임대료, 수도료, 전기료, 운영위탁비와 사업보조금(인건비, 설비비, 개보수공사비 포함)으로 연간 6,000만 엔(한화 약 8억 원)을 지원하고 있으며, BankART1929는 현재까지 수익사업을 통한 이윤으로 발생한 약 6,000만 엔을 재투자 하고 있음.

한편, BankART1929는 아티스트에 창작환경을 저렴하게 제공한다는 목적과 함께, 거리 아티스트의 육성을 목적으로, 매년 스튜디오 아티스트를 공모하여 서류심사, 면접을 통해 창작을 위한 스튜디오를 제공하고 있으며 지방 대학이나 해외 예술가의 레지던시 사업으로 현재 3만 명에 이르는 회원을 확보하고 있음.

3_민관 협치를 통한 마치즈쿠리 사례 : 미타카

1999년 지역기업과 시민단체, 대학의 협력을 통해 미타카시의 TMO로 (주)마치즈쿠리미타카를 설립하여, 주차장 철거지에 '미타카산업플라자'를 세우고 사무소로 사용하면서 SOHO사업지원시설, 지역정보센터, PC스쿨, 대여회의실, 상가를 갖춰 마치즈쿠리 거점 및 수익 사업 동시 실현함.

지역소재 시민단체 지원 및 네트워크 촉진, 지역의 환경문제, 복지제도, 교육제도를 주제로 토론하는 '마치즈쿠리 워크숍'을 개최하여 시민 참여를 중시한 마치즈쿠리를 추진하는 한편, 컴퓨터출장수리서비스, 주차장, 공원 및 커뮤니티 센터 관리 등 공공 및 기업의 업무 위탁으로 연간 약 8 억 엔의 수익을 창출하는 성과를 거둠.

일례로 미타카 시에서 지역 내 학교의 방법을 지역 시니어들에게 위탁하여 미타카 시는 저렴한 비용으로 방법 문제를 해결하고 시니어들은 일에 대한 보람 및 수익을 창출하는 윈윈 구조를 형성하여 가장 성공적인 TMO로 평가되고 있음.





4_시민주도를 통한 지역 재생 사례 : 구로카와

구로카와는 일본 구마모토 현 아소군 아소산 북쪽에 위치한 온천으로, 예로부터 유후인, 벳부 등 규슈 지역의 유명한 온천 중 하나로 알려져 있음. 1960년대 산간 고속도로 개통으로 붐을 이루었으나, 이후 벳부 등 대규모 온천이 성행하면서 관광객들의 발길이 끊어짐.

1970년대에 고향으로 돌아온 2세대가 여관 경영을 이어받아 세대교체가 이루어지게 되고, 이중 고객들의 성향을 주도면밀하게 분석한 한 여관이 성행을 이루자 이에 대한 노하우를 지역 내 다른 여관들이 벤치마킹하여 성공을 거둠.

이에 2세대 여관경영자들이 '구로카와온천관광협동조합'을 조직하고, 인근 타 온천 지역과는 차별화된 '자연'과 '전통'을 컨셉으로 한 온천 마치즈쿠리에 주력하여, 현재 다시 가고 싶은 온천 6년 연속 1위를 차지하는 인기 온천관광지로 부상함.

5_국민문화 향유 및 창조의 중요성 : 국민문화제

아마추어를 중심으로 한 국민의 문화 활동 (민속예능, 민요, 오케스트라, 합창, 취주악, 연극, 시, 문예, 미술, 영상, 다도, 식생활 등의 생활 문화 등)의 성장을 전국적 규모로 발표하고 경연하며 교류하는 기회를 제공하는 일본 최대의 문화 축전으로써, 국민 일반의 각종 문화 활동을 전국적인 규모로 발표하는 장을 제공함에 따라 국민의 문화 활동 참여 의욕을 고취하고, 새로운 예능, 문화 창조를 촉진하며, 지역문화의 발전을 도모함에 따라 국민생활의 질적 향상을 그 목적으로 함.

● Memo





03 제언

문화는 인간의 지혜이자 질서 있는 생활의 근본이므로, 국민들의 문화향유 및 창조활동이 곧 지역 및 국가 발전으로 이어진다는 일본 정부의 문화제 지원 취지를 국민문화제 심볼 마크에서 잘 나타내고 있음.

1977년 전국 고등학교총합문화제에서 시작하여, 당시 문화청 장관이던 미우라 쇼몽(작가)의 제창에 따라 문화청과 동경도의 공동 주최로 1986년 제1회 대회가 개최된 이후, 매년 각 지역을 순회하며 개최되고 있으며 문화제에 참가하는 국민들을 독려하기 위하여, 나루히토 황태자의 개막식 참석을 제1회 부터 전통으로 삼아오고 있음.

제1회 문화제가 1986년 동경에서 개최된 것을 시작으로 하여, 2009년 시즈오카 현, 2010년 오카야마 현, 2011년 교토, 2012년 미정, 2013년 야마나시 현에서 개최 예정임.

일본을 중심으로 한 아시아의 각 도시의 사례를 살펴본 결과, 중국과 홍콩 정부는 문화 콘텐츠 산업 기지 도시 선정 및 영화 펀드 마련 등 강력한 국가 주도를 통한 문화 콘텐츠 창조도시 만들기에 주력하고 있는 한편, 북경과 상해에서는 미술인들을 중심으로 예술가에 의한 창조도시를 만들어 중국 미술시장 활황에 탄탄한 뒷받침이 되어 주고 있음.

싱가포르의 경우는 다언어성과 다문화성으로 아시아 지역 중 가장 먼저 창조도시로 나아갈 수 있는 유리한 위치를 선점하고 있지만, 단일 정당이 지배하는 정부체계가 사회를 통제하면서 정치안정과 경제개발을 강력하게 추구하는 수직적 구조로 인해 태국 등 타 문화 유입에 유연한 사고방식을 가진 국가들에게 우위를 빼앗길 수 있는 위험에 처해 있음. 이외에도 중국 관광객을 대상으로 조세 수입을 늘릴 방책으로 마리나 사우스와 센토사 섬에 카지노와 휴양지를 하나로 합친 복합 리조트 건설 계획으로 손쉬운 돈벌이를 위해 본연의 모습을 포기하고 있다는 논란을 불러일으킴.





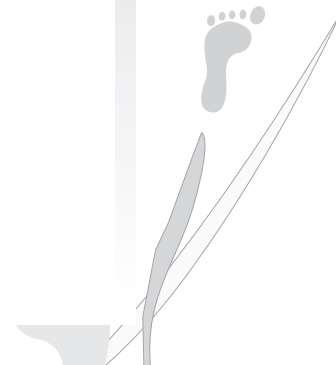
한편, 일찍이 산업화를 겪었고 창조도시의 개념을 먼저 도입한 일본의 경우에는, 현재 창조도시의 초기단계인 관(管)주도 형태에서 벗어나 시민참여를 통한 민관 협력, 나아가 시민 주도단계에 이르고 있으며 최근, 일본 내 창조도시 연구는 사회포섭, 즉 단순히 지역 시민만이 아니라 지역사회의 소외계층인 노숙자와 제3세계에서 온 외국인 노동자들까지 지역사회로 끌어들이는 노력을 보이고 있음.

그러나 현재 창조도시로서 주목 받고 있는 일본 도시들은 일본의 각 도시들이 겪은 과거의 실패사례를 통해 지금의 창조도시를 수립함. 예를 들어 오사카 시는 1970년대에 엄청난 규모로 개최된 오사카 EXPO의 성공 이후, 1980년대 오사카 미나토구 초대형 건립 계획, 1990년대 글로벌 도시를 표방한 월드트레이드 센터 건립 등 양적 성장 일변도의 정책으로 빗더미에 앉게 됨.

현재 창조도시로 성공한 가나자와와 요코하마의 경우에는 도시 정책 수립 초반부터 선견지명을 가진 시장과 관련 공무원의 적극적인 시민 교육과 참여 유도, 지역 내 경제 주체들의 환경을 생각하는 기업 운영, 지역 대학, 연구소의 자문 및 싱크탱크 역할 담당 그리고 시민들의 자발적인 참여로 현재의 창조도시를 구축함. 요코하마시의 경우에는 지원하되 운영은 민간에게 맡기고 간섭하지 않는 태도를, 가나자와시의 경우에는 운영을 민간에게 맡기되 분쟁과 조정을 담당하는 중재자 역할로 시민들의 참여를 유도함.

일본 내 창조도시 전문가들의 조언에 따르면, 도시의 규모가 클수록 시민의 참여가 어려워짐에 따라 관 주도 중심의 정책으로 진행될 수밖에 없으므로, 대도시의 경우에는 행정구역을 세분화하고 각 행정구역에 창조도시의 업무와 권한을 위임함에 따라 시민참여 및 주도를 통한 창조도시 정책을 시행할 것을 제안하고 있음.

● Memo



| 참고문헌

[서적]

宮本憲一, 遠藤廣一 編著, 地域經營と内發的發展 [지역 경영과 내발적 발전], 1998

佐々木雅幸, 創造都市への挑戦 [창조도시에의 도전], 2001

野中郁次郎, イノベーションの本質 [이노베이션의 본질], 2004

佐々木雅幸, 創造都市への展望 [창조도시에의 전망], 2007

野田邦弘, 創造都市・横浜の戦略 [창조도시의 전략], 2008

佐々木雅幸, 水内俊雄, 創造都市と社会包摂 [창조도시와 사회포섭], 2009

橋爪紳也, 創造するアジア都市 [창조하는 아시아 도시], 2009

찰스 랜드리 저, 메타기획컨설팅 역, 크리에이티브 시티 메이킹, 역사넷, 2009

[기관지 및 발표자료]

仲原正治, 地域政策研究 第37号 特集 [傳統的建造物群]

[지역정책연구 제3호 특집, 전통적건조물 군]

太下義之, 季刊 政策經營研究 2008 vol.1 Cultural Policies of Barcelona, the Creative City

[계간 정책경영연구 2008년 1호, 창조도시 바르셀로나의 문화정책]

Ikujiro Nonaka, The Knowledge-creating Organization & Leadership

[지식 창조 조직과 리더십]

J. Mitchell, Business Improvement Districts, Albany: SUNY Press, 2008

[상업 진흥 특구]

[website]

第24回 国民文化祭しずおか2009 ホームページ [제24회 국민문화제 시즈오카 2009 홈페이지]

<http://kokubun-shizuokacity.jp/>

第25回 国民文化祭・おかやま2010 [제25회 국민문화제 오카야마 2010 홈페이지]

<http://www.city.okayama.jp/shimin/bunka/kokubunsai/index.htm>

第26回 国民文化祭・京都2011 [제26회 국민문화제 교토2011 홈페이지]

<http://kokubunsai-kyoto2011.jp>

18세기 조선의 문화예술 창조자들

김 정 이 (지식에너지연구소 대표, 한양대 교육공학과 박사과정)





01 들어가며

포디즘(Fodism)의 퇴조와 세계화의 급속한 진전은 도시 및 지역간의 무한 경쟁 시대를 촉발하였다. 이로 인해 도시와 지역발전을 위한 새로운 전략이 필요하다는 의견이 제기되었고, 지금까지 지역발전의 원동력으로 인식되던 것들의 질적 변화에 따라 도시와 지역의 경쟁력을 결정한 새로운 무엇인가가 필요하다는 인식에 도달한다.

창의성이란 사고 그 자체와 마찬가지로 모든 인간에게 생물학적으로 그리고 지적으로 내재된 특성이다. 모든 인간이 가지고 있는 창조성이 발현되는 매커니즘과 전략을 발견하는 것은 보다 높은 생산성, 노동과 삶의 여건 개선 그리고 보다 지속가능한 개발 패턴으로 나아가는 핵심이다.

이처럼 새로운 질적 변화의 주요 동력으로 창의성이 경제 활동의 동력으로 인식됨에 따라 창조 경제의 발전은 새로운 아이디어를 끊임없이 창출하고 발전시키는 창조 계급의 부상을 토대로 한다.

리처드 플로리다에 의해 창안된 개념인 창조 계급은 경제활동 및 일상생활, 여가 활동을 근본적으로 변화시키고 있으며, 자신의 정체성을 실현시킬 수 있는 환경을 갖춘 곳으로 이주한다. 즉, 창조계급이 지역을 선택하며 창조 계급이 부상하는 지역이 성장도 가능하다. 이러한 사실은 정책적으로 중요한 시사점을 가지게 한다. 지역발전을 위해서 도시는 창조적 인력이 원하는 환경을 제공해야 한다.

● Memo





02 문명의 전환, 18세기

“창조적인 사람들은 한결같이 앞선 사람의 성취를 기반으로 삼는다. 누구도 무에서 유를 창조하지는 않는다. 모든 문명은 앞선 사회로부터 진화해온다(폴 존슨, 2006).”

18세기는 세계사적으로 문명의 큰 물줄기를 바꾸어 놓은 중요한 시기였다. 영국에서 시작된 산업혁명은 농업중심의 경제구조를 공업중심으로 전환시켰다. 와트의 증기기관의 발명에서 비롯된 이른바 ‘동력혁명’은 여러 가지 기술의 혁신을 가능케했고, 이로 인하여 엄청난 정치, 사회, 경제적인 파급 효과를 초래했다. 1776년에 나온 아담 스미스의 ‘국부론’은 산업혁명 초기 영국 산업자본의 성격을 대표하는 이론이며, 유럽의 18세기는 몽테스키외, 볼테르, 디드로, 루소 등이 활약한 계몽사상으로 특징 지워지는 시대이다. 이들은 반 형이상학적이고 반종교적 사상으로 무장하여 과학적 자연주의를 확립시켰다. 이들의 사상을 확장하고 보급시키기 위하여 기념비적인 백과전서를 출간한 것도 18세기의 일이다. 18세기 후반에는 칸트가 순수이성비판과 실천이성비판을 저술했고, 맬더스는 1798년 ‘인구론’을 세상에 내놓았다. 예술방면에서는 이 시기에 하이든과 모차르트가 그들의 대표작을 작곡했으며 괴테와 실러가 의욕적인 창작활동을 하고 있었다. 이렇듯 18세기 유럽은 산업혁명과 더불어 이른바 ‘이성의 시대’, ‘계몽의 시대’가 펼쳐진다.

❶ 운(韻)에 따라 분류, 편찬한 중국의 어휘집(語彙集).

❷ 중국 청(淸)나라 때에 출판된 자전. 오늘날의 한자자전의 체재(體裁)는 여기에서 정립되었다고 할 수 있다.

❸ 중국 청(淸)나라 때 편집된 총서. 수록된 책은 3,458종, 7만 9,582권에 이르렀으며, 경(經)·사(史)·자(子)·집(集)의 4부로 분류 편집되었다.

동아시아의 중심국가인 중국은 18세기에 이르러 강희, 건륭 치하의 전성기를 맞이한다. 이 시기에 청나라는 주변국들을 차례로 복속시켜 중국역사상 최대의 영토를 확보함과 동시에 정치, 군사적 안정을 바탕으로 학술면에서도 획기적 업적을 이룬다. 1711년 ‘패문운부(佩文韻府)’❶을 간행했고 1716년에 ‘강희자전’❷을 편찬, 1782년 역사적인 ‘사고전서(四庫全書)’❸가 완간되었다.

이렇게 볼 때 18세기는 유럽에서나 중국에서나 커다란 변혁의 시대였음에 틀림없다. 이런 세계사적인 흐름속에서 우리나라의 상황은 어떠했는가?





한국의 18세기 중 특히 정조시대(1776-1800년)는 일반적으로 조선왕조의 “문예부흥기” 내지 ‘우리나라의 르네상스기’로 평가된다. 그러나 이 시기에 있어 사회적 모순은 심화되어 다음 세기의 격동을 함축하고 있었다. 인구는 늘어나나 토지와 생산력은 이를 따라가지 못하는 데서 오는 모순이 심화되고, 토지에서 이탈된 농촌 인구의 유입과 상품화폐 경제의 발달로 서울은 그 도시적 양상이 크게 발전되었다. 바야흐로 새로운 변혁이 요구되고 있던 시점에서 토지개혁과 농민생활의 안정을 주장했던 경세치용학파(이익·정약용 등)와 상공업 발달 및 도시적 문제의식을 앞세운 이용후생학파(박지원·박제가·홍대용 등)의 실학이 대두된다.

18세기 문예부흥이 어떻게 이루어졌는가의 문제에 있어 한국의 18세기에 대한 종래의 접근은 주로 실학이란 코드에 한정되어 이루어져 왔다. 유득공의 ‘발해고’, 박제가의 ‘북학의’는 실학을 증명하는 대표적 저술이다. 그러나, 인터넷을 기반으로 한 18세기 관련자료 범위의 확대는 자연스레 관점의 확대와 논점의 변화를 불러 일으켰다(정민, 2008).

실학자인 박제가가 중국제 물건이면 사족을 못쓰는 당괴(唐魁), 당벽(唐癖)의 비난을 들었고, 아예 우리말을 버리고 중국어를 공용어로 하자는 주장까지 내세웠다. 담배에 대한 시시콜콜한 정보를 다 모아서 연경을 엮은 이옥은 실학자가 아니고, 집 비둘기 사육에 대해 정리한 유득공은 실학자라고 한다. 실학자의 정체성에 대한 질문을 새롭게 할만한 자료들이 쏟아져 나오고 있다.

이번 발제에서는 실학의 코드가 아닌 앞서 서두에서 제시한 ‘도시발전을 위해서는 그 원동력이 되는 창조적 인력이 원하는 환경을 제공해야 한다’는 논점에서 출발하고자 한다. 18세기 문명의 전환과정에서 발현된 조선 후기 문화예술 창조자들의 퍼포먼스는 새로운 문명의 전환을 겪고 있는 21세기의 맥락에서 창조적 인력이 원하는 환경에 대한 유의미한 방향을 제시해 줄 수 있을 것이다.

● Memo





03 18세기 조선의 문화예술 창조자들

조선의 건국과 함께 국가의 지도이념으로 채택된 성리학은 17세기 이후 지나치게 사변적인 경향으로 흘러 비생산적인 공리공론만 일삼게 된다. 뿐만 아니라 성리학은 집권층의 자기방어와 체제유지를 위한 도구로 이용되어 주자의 이름으로 정적을 탄압하는 사태에까지 이르러 이 시기에 이르면 성리학은 그 역사적 기능을 상실하고 하나의 교조적 이데올로기가 된다.

더불어 성리학의 입장에서 만주족에 의해 건국된 청나라는 무너뜨려야 할 전복의 대상이자, 떠받들어야 할 중국의 실체이기도 하다. 이처럼 이율배반적인 상황은 그동안의 절대적 명제들에 대해 새롭게 질문하게 함으로써 주체의 각성을 불러 일으켰다.

④ 화이관이란 중화중심의 국제질서론이자 명분론으로, 한대 이후로 유교가 중국의 통치 이데올로기로 자리잡게 됨에 따라 형성되었다. 중화 문화를 가진 중국인이 거주하는 곳을 세계의 중심이라는 세계관을 내세워 이민족에 대한 중국의 통치를 정당화 한 반면에 이민족의 잦은 침입에 굴욕을 당한 송대에는 화이관이 의리를 강조하는 명분론으로 강화되었다. 우리나라에서는 유교가 수용되었던 삼국시대부터 중국의 유교문화를 선진으로 여기고 있던 일부 유자들에 의해 화이관이 수용되면서 중국에 대한 소중화의식이 형성되었다.

화이관^④에 대한 비판은 18세기 사상의 가장 큰 특징이며, 새로운 세계관과 관련된 사고 양식 변혁의 근간이 된다. 실질적으로 화이관에 대한 비판 이면에는 주자에 의하여 집대성된 성리학 자체에 대한 질은 회의가 내재되어 있다.

“아아! 이 세상의 사물은 티끌같이 작은 것이라도 하늘이 내지 않은 것이 없다고 하지만, 하늘이 어찌 일일이 그렇게 했겠는가?”

이 글은 연암이 선무문안에 있는 상방에서 코끼리를 구경하다가 떠오른 생각을 기록한 것으로 성리학적 세계관의 근간이 되는 천관을 부정, 우주 삼라만상을 천리의 묘용으로 설명하는 종래의 이론을 비판하고 있다. 형이상학적 세계질서에 도전한다는 것은 유럽이나 중국의 경우처럼 문명의 새로운 전환을 위한 신호이다.





1) 18세기 조선 문화예술 창조자들의 자의식

● 古에서 今으로(과거에서 현재로)

현재(今)에 대한 관심은 당시 기존 규범의 절대적인 위치를 차지하고 있는 송고·상고주의가 변화하는 현실을 제대로 설명할 수 없다는 자각에서 일어난 반발이다. 당시까지 많은 사람들이 묵수하는 송고·상고주의는 공자의 대표적인 언명인 “옛 사람의 학술을 이어받아 새롭게 만들려고 하지 않으며, 믿고 따라서 옛사람의 자취를 좋아한다”를 일반적이고 보편적인 규범으로 삼아 따르는 것을 말한다. 이는 옛사람이 이미 이론 것을, 문예창작에 임한 지식인들이 지고무상하고 완전무결한 전형으로 삼아야 하며, 이 옛사람의 규범을 잃는다면 지식이라 할 수 없다는 입장이다.

본래 이러한 송고·상고주의는 옛사람의 정신을 강조하여 가볍고 천한 당대 사람의 정신을 비판하고 시정하고자 했던 노력의 일환이었으나, 후대로 갈수록 옛사람의 정신보다는 형식에 치중하는 결과를 낳았다.

● 雅에서 俗으로(형이상학에서 현실세계로)

雅라는 규범이 제약하고 있던 소재, 내용에서 탈피하여 대다수 사람들의 삶과 시정세태를 반영하고자하는 노력의 산물이다. 雅는 古를 함의하고 있고, 今은 俗을 포괄하고 있지만, 때로는 今 그자체가 俗을 지칭하기도 한다.

고전규범을 반대하고 자유창조적인 정신을 중시하는 문인들은 古로써 今을 규율하고 雅로써 俗을 비속하게 여기는 것을 반대하였다.

이덕무는 일상의 서정세태라고 무시한다면 그 속에 있는 지극히 가늘고 미세한 것이지만 오묘하고 조화로운 것을 발견할 수 없게 된다고 한다.

“어린아이가 울고 웃는 것이나 시장에서 사람들이 물건을 사고 파는 것 또한 보고 느낄 수 있으며, 사나운 개가 서로 싸우는 것이나 교활한 고양이 재물을 떠는 것을 가만히 관찰하면 지극한 이치가 그 속에 있다. 봄 누에가 뽕잎을 갹아 먹는 것이나 가을 나비가 꿀을 채집하는 것에는 하늘의 조화가 그 속에 움직이고 있다. 많은 개미들이 진을 치고 행진할 때 깃대와 북을 빌리지 않아도 절제가 잡혀 균형을 이루며 수많은 벌집은 기둥과 들보가 없는데도 칸 사이의 규격이 저절로 고르게 되어 있다. 이것들은 모두 지극히 가늘고 미세한 것이지만 거기에는 지극히 오묘하고 조화로운 것이 있다.”



●法에서 我로(규범에서 주체로)

특히 我의 중시는 개성적인 시, 독자적인 서체와 화풍의 출현을 가능하게 하였다.

自得은 시인이 자신의 폐부로부터 흘러나오는 진실한 감정과 회포를 다른 사람을 흉내 내지 않고 독창적으로 써내는 것을 말한다.

창작주체가 모든 진부한 규범과 누습을 씻어 버리고 전인의 면모를 일신한다는 것은 개성적인 자신을 성취한다는 말도 된다. 이덕무는 자신이 두보도 이백도 아님을 깨닫게 되고 나의 시는 내 얼굴이라고 말한다.

“제각기 다른 꿈을 꾸면서 한 평상에 자도 관찰지
우리는 두보 이백도 아니고, 이 시대는 당도 아니네
나의 시는 내 얼굴과 똑같다고 굳게 믿나니
남의 의관이나 그대로 입는 곽랑을 비웃네”

그런데 개성은 진(眞)·신(新)과 상관관계가 있다. 이른바 마음으로부터 흘러나온다는 것과 본색은 홀로 이론다는 것은 진의 의미를 함유한다. 이는 온갖 사물의 가치(진)는 스스로에 내재되어 있는 개성이다.

이처럼 창작주체가 나를 추구하고 확립하려는 진실한 감정과 욕구는 김홍도의 <마상청앵>이나 신윤복의 <미인도>등의 그림에 적실하게 드러난다. <마상청앵>은 녹음방초가 무성하고 천자만홍의 백화가 만발하는 늦봄 어느 화창한 날, 젊은 선비가 춘정을 이기지 못해 문득 말에 올라 봄을 찾아 나섰다. 길가 버드나무 위에 앉은 피꼬리 한쌍이 화답하며 노니는 것에 넋을 잃고 바라보는 장면을 그린 그림이다. 고송유수관 이인문은 이런 봄 냄새 물신 풍기는 그림에 제화시로 춘정에 공감하였다. “어여쁜 사람 꽃 밑에서 천가지 소리로 생황을 부는 듯 하고, 시인의 술동이 앞에 감굴 한쌍이 놓인 듯하다네. 어지럽게 금복은 버드나무 언덕을 누비며, 아지랑이 비석어 봄강을 짜내려고 하네” <미인도>는 어리고 앳된 둥근 얼굴에 열망을 담은 물오는 앵두 같은 붉은 입술로 할 말이 있는 듯하며 맑고 그윽한 눈빛으로 그리움 가득 담은 여인을 그린 그림이다. 그녀는 풍류세계에 봄담고 있는 기생이었을 것이다. 이런 그림에 신윤복은 스스로 제화시를 남겼다. “화가의 가슴속에 만가지 봄기운이 일어나니, 붓 끝은 만물의 전신을 그려내리라.”

기본적 지향은 창작 주체에 대한 확고한 자신감과 독창적인 세계를 바탕으로 한 신(新)이나 금(今)의 미감이다.





공재(恭齋) 윤두서는 중국 화보를 학습할 때 화본 자체만을 베끼지 않고 자신의 입장에서 주위 대상을 세밀하게 관찰하여 그림을 완성한다. 이처럼 공재가 화보라는 기존의 규범을 돌파하여 새로운 회화의 경지를 개척한 것은 주체의식의 각성 때문에 가능한 일이라 할 수 있다. 따라서 공재는 자신의 재주에 대한 자부심과 안목을 중시하여 그림에 대한 흥이 일어날 때만 그리는 당당한 태도를 견지하고 있다. 주체의식의 각성은 기존 규범과 질서에 대해 대단히 부정적일 경우가 많다.

이 시기의 주체의식의 각성으로 자신만의 미감을 창조한 문인들의 생활은 곤궁함이 지나쳐서 죽어서도 그 참혹함을 말하기가 어려웠던 것으로 보인다. 결국 이 시기의 개성적 인간의 등장은 주체에 의한 자각의식과 관련이 있다. 앞에서 언급한 것처럼 문인들은 자신의 사회적 처지와 경제적 곤궁 속에서도 전통사회의 규범적 질서에 벗어나 자신만의 개성을 발현하는 심미창조를 이루어낸다.

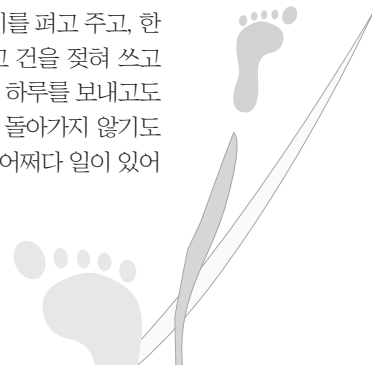
2) 지식 커뮤니티 기반 문화예술 창조

18세기 문화예술 창조의 특징 중 하나는 새로운 문학과 예술을 지향하는 ‘커뮤니티(同人的)’ 성격이 점차 강해지고 있으며, 보다 포괄적인 형태의 ‘그룹화’가 이루어진다는 점이다. 커뮤니티 활동은 도시생활로 말미암아 당파나 사회적 처지를 불문하고 상대방을 알아주는 지인(知人)이나 감상우(鑑賞友)를 중심으로 이루어지고 있다는 점이 주목된다.

새로운 문예를 추구하는 문인의 경우 자신을 알아주는 지인이나 감상우의 존재는 매우 소중할 수밖에 없다. 이들은 주요한 정보를 제공하고 서슴없이 비판할 뿐만 아니라 동지적 결속으로 새로운 문예창작에 기여하고 있다.

“성중(成仲, 김광수)은 내도재(來道齋)에 가서, 이문과 종정(鐘鼎), 고비(古碑)와 명향(名香)과 고저산(顧渚山)의 비 오기 전에 탄 차와 단계연(端溪硯) 흡주연(歙州硯) 호주의 붓, 휘주의 먹을 수장하고 있었는데, 나를 위해 일찍이 좋은 술을 차려 놓고 흥이 일어나면 문득 생각하고 생각나면 말을 보내 맞이하므로 나도 흔연히 찾아갔다. 문을 들어서면 서로 마주보고 손을 잡고 웃을 뿐 아무 다른 말이 없었다.

내가 책상 위의 책을 골라 두어 구절을 상쾌하게 읽고 나서 고지를 펴고 주고, 한 갈 두셋을 어루만지고 있노라면 벌써 성중은 손수 향을 피우고 건을 젓혀 쓰고 팔뚝은 드러낸 채 차를 달이는 것이었다. 서로 마시고는 기꺼이 하루를 보내고도 오히려 해질녘이 돼서야 집으로 돌아오곤 하였다. 혹은 며칠을 돌아가지 않기도 하고 돌아갔다가는 문득 다시 보고 싶으면 찾아가기도 하였다. 어쩌다 일이 있어 열흘이 지나도록 만나지 못하면 마음이 언짢았다.”



⑥ 백담파의 주된 멤버는 박지원, 박제가, 이덕무, 유득공, 서상수 등의 지식인이다. 지금의 탑골공원의 원각사지 10층 석탑을 백담이라고 하였는데, 박제가는 백담과 그 주위에 살던 박지원을 만났던 추억을 다음과 같이 기술하고 있다: “도회지를 빙 두른 성의 중앙에 탑이 솟아 있어 멀리서 바라보면 으쓱비쓱 눈 속에서 대나무 숲이 나온 것처럼 보이는데, 그곳이 바로 원각사 옛터다. 지난 무자년(1768), 기축년(1769) 여름에 내 나이 18, 19세 나던 때, 미중 박지원 선생이 문장에 뛰어나 당세에 이름이 높다는 소문을 듣고 탑 뒤편으로 선생을 찾아 나섰다. (...) 그 무렵 형암 이덕무의 사립문이 그 (백담) 뒤편에 마주 서 있고, 낙서 이서구의 사랑이 그 서편에 솟아 있었다. 또 거기서 북동쪽으로 꺾어지면 유금 유득공의 집이 있었다. 나는 한번 그곳을 방문하면 돌아 가는 것을 잊고 열흘이고 한달이고 머물렀다. 지은 시문과 책독(편지)이 곧잘 책을 만들어도 좋을 정도가 되었으며, 술과 음식을 찾으며 낮을 이어 밤을 지새곤 했다.” 박제가 지음, 백담에서의 맑은 인연, 안대희 옮김(2000), 궁핍한 날의 벗.

지식커뮤니티는 크게 두 종류, 즉 국가에 의해 주도된 전략적 커뮤니티와 재야의 자발적 커뮤니티로 나누어 볼 수 있다. 국가의 공식 커뮤니티로는 정조가 즉위하면서 만든 규장각과 홍문관, 성균관 등을 들 수 있다.

재야의 지식 커뮤니티로는 서울과 경기 지역을 중심으로 광범위하게 형성된 동호인 집단들이 있으며, 가장 큰 문인들의 집단 활동은 스승과 제자들로 이루어진 경우이다. 17세기 말부터 18세기 초반까지 백악산 아래 모여 시문, 서화 감상 등의 밀접한 교류로 ‘백악시단’이라 칭하는 동인들의 활동, 인왕산 자락 옥류계 부근에서 서리충과 중인들이 시를 짓고 교류하던 옥계사, 박지원, 박제가 등이 중심이 된 백담파^⑥ 등이 그 예이다.

18세기 조선의 문화예술 부흥이 왜 이런 커뮤니티를 통해 이루어졌가를 주목할 필요가 있는데, 이들은 서로의 지식과 예술에 동의하는 커뮤니티를 통해 우정에 기반하여 자신들의 존재를 확인해 나갔던 것이다.

중국의 고전 속에는 교우와 우정에 관한 고사들이 수도 없이 존재한다. 그 대표적인 것 가운데 춘추시대 관중과 포숙아 사이의 ‘지기’ 관련 고사와 백아와 종자기 사이의 ‘지금’에 관한 고사이다. 이러한 고사들이 유교적 교양 지식으로 자리 잡으면서 사람들은 감동적인 교우와 우정을 대인관계 실현의 중요한 지표 가운데 하나로 삼게 되었다.

유학자들의 교우론 속에 자주 등장하는 고전 글귀로는 무엇보다도 “군자는 글로써 벗을 모으고, 벗으로써 인을 돕는다”고 한 증자의 말이나, “선을 독려하는 것이 벗의 도이다.” 또는 “벗이라는 것은 그 덕을 벗삼는 것이다.”와 같은 맹자의 말들을 쉽게 꼽을 수 있다.

모든 삶의 영역에서 그래 왔듯이 유학자들은 친구사귀 역시 도덕 실현의 과제로 여겨왔고, 그러한 맥락 위에서 봉우 관계는 오류의 하나로 확립되고 이해될 수 있었다.

다른 하나는 봉우관계가 오류의 하나임에도 불구하고 군신, 부자, 부부 관계에 부차적인 것으로 전략하였다는 점이다. 이것은 아마도 한 대에 이르러 오류이외에 삼강이 확립되고, 군주의 전제권력이 사회를 줄곧 지배해왔던 사실과 무관하지 않을 것이다. 특히 건국초기부터 국가가 <삼강행실도>의 편찬 등을 통해 삼강의식을 강조하고, 정주학을 통해 끊임없이 그 이론적 정당화를 추구해왔던 조선의 경우 삼강의 이른바 ‘수직적’ 질서가 봉우관계의 ‘수평적’ 질서를 압도하는 것은 당연한 일이었다.

백담파의 우정론을 살필 때는 이 두 측면을 모두 고려하는 것이 필요하다. 그들이 교유는 한편으로 교우(친구사귀)의 중요성을 강조하는 문화적 전통 위에서 형성된 것이고, 그런 만큼 그것은 ‘새로운 것’이라기보다는 다만 ‘왕성해진 것’ 일뿐이라는 관점이 가능하다. 다른 한편, 그들의 왕성한 교유는 사회에 수직적 질서가 팽배해 있는 가운데 이루어졌고, 그런만큼 그





‘왕성함’의 이면에 그 나름의 내외적 요인이 있을 것이며, 나아가 이전 시대의 교유 양상과 다른 면이 있을 것이라는 추측이 가능해 진다.

교우론(交友論)은 마테오리치가 1595년 최초로 지은 한문서학서로서 교우와 우정에 관한 100항목의 서양 격언과 일화로 구성되어 있다. 교우론이라는 주제 자체가 중국인에게도 친근한 것이었고, 그리스도교적 세계관을 두드러지게 드러낸 것도 아니었기 때문에 그것은 처음부터 중국 지식인들의 호응을 크게 얻었다.

이 책을 처음 인지한 조선인은 이수광이다. 주청사로 북경에 다녀오기도 했던 그는 ‘지봉유설’에서 ‘천주실의’와 함께 ‘교우론’에 대한 언급을 남겼다. 그런데 그가 여기서 언급한 것은 구라파국의 풍속이 우의를 중히 여기고 사사로운 축적을 하지 않으며, 마테오 리치가 ‘교우론’을 남겼는데 초평에 따르면 ‘친구가 제2의 나’라고 하는 기묘한 말이 담겨 있다는 정도이다. 관련하여 박지원은 다음과 같이 말하고 있다.

“옛날에 벼를 말하는 자는 벼를 두고 혹 ‘제2의 나’라 하기도 하고 주선인이라고도 하였다. 이런 까닭에 글자를 만든 자가 우(羽)자에서 빌어와 붕(朋)자를 만들고, 手자와 又자로 友자를 만들었으니, 새에게 두 날개가 있고 사람이 양손이 있는 것과 같음을 말한 것이다. 그러나 말하는 자는 “천년전 옛날을 벗삼는다.”고 한다. 답답하구나, 이 말이여! 천고의 사람은 이미 변화하여 흩날리는 티끌이나 서늘한 바람이 되었는데, 장차 누가 나를 위해 ‘제2의 나’가 되며, 누가 나를 위해 주선한단 말인가?.....벗은 반드시 지금 당대에서 구해야 한다.”

● Memo





교우론의 측면에서 제일 많이 거론되는 양명좌파의 논의로 하심은과 이지의 사우론(師友論)을 들 수 있다. 하심온은 자신이 소속되어 있던 강학 공동체 취화당과 같은 사우의 모임을 지도자를 중심으로 모인 친구 집단으로 보았다. 그에게서 사우는 “서로 사귀어 벗이 될 수 있으나 벗으로 고정되지는 않고, 서로 벗하여 스승이 될 수도 있으나 스승으로 고정되지 않는” 수평적 관계로 표현되었다. 이지도 스승과 벗이 본래 하나라고 주장함으로써 하심은과 비슷한 견해를 드러내 보인다. 그는 세상 사람들이 “벗이 스승인 줄 모르고서 네 번 절하여 가르침을 받은 자만을 스승이라 하고, 스승이 곧 벗인 줄 모르고서 단지 친밀하게 사귀는 자만을 벗이라고 부른다.”고 개탄한다. 이상의 언급에 따르자면 두 사람의 사우론은 벗이 같은 부류, 즉 동렬의 존재라는 주장에 다름 아니다. 여기에 부부, 부자, 군신 등의 관계를 포함한 모든 사귀움 중에서 “봉우의 사귀움이 가장 극진하다”는 하심은의 생각을 결합하면, 그들에게서 사제와 봉우 사이는 같은 부류, 최고의 인간관계가 되는 셈이다.

백담파의 실천행동에서 우리는 이러한 사우론을 쉽게 찾을 수 있다.

박제가는 한번 백담 주변을 방문하면 달포가 넘도록 집에 돌아가지 않은 채 사우들과 함께 시문을 짓고 경사를 논하면 지내기 일쑤였다. 그는 결혼한 날도 처가의 말을 빌려 타고 백담 부근 철물정교 근처의 술집에 들러 벗들과 밤새도록 노닐다가 돌아갔다. 도대체 무엇이 그와 그의 동료들로 하여금 이토록 친구사귀에 열정적이게끔 하였는가? 마테오리치 교우론의 제2의 나라는 대목을 접하면서 박지원이 느낀 것은 무엇인가?

이러한 것들은 모두 교우를 통한 윤리적 정감의 새로운 발양과 맞대어 있다. 하심은이 “봉우의 사귀어야말로 지고의 사귀움”이라고 말할 때와 마찬가지로, 연암이 “벗 잃은 슬픔이 아내 잃은 아픔보다 심하다.”고 깨달을 때도 마음으로부터 두드러지게 배어나오는 것은 새로운 윤리적 정감이다. 그것이 ‘윤리적’인 것은 어느 경우에도 현실적인 이해관계가 이상적 가치를 압도하지 못하기 때문이고, 그것이 ‘정감’인 것은 어느 경우에도 그들이 ‘정감’을 넘어 ‘이지(理智)’를 강조하지 않기 때문이다. 그들은 양명좌파의 이 지에게서만큼 천리에 대한 반성적 태도를 드러내지는 않지만, 그렇다고 하여 종래의 성리학자들처럼 아무 때나 천리를 끌어와 욕구를 구속하려 하지 않았도 않았다. 그들에게서는 천리와 인욕을 분변하는 기능으로서의 이지는 더 이상 중요한 문제가 아니었다.

그러면 정감의 발현은 언제나 도덕적인가? 도대체 정감의 도덕적 발양은 어떻게 보장할 수 있는가? 어떻게 하면 정감의 도덕적 발현 능력을 배양할 수 있는가?





양명좌파의 이지는 “그저 호인으로 기분 좋게 어울릴 상대로 말하자면 향원이 으뜸이지만, 함께 도를 받들고 천성의 철학을 계승할 상대로 말하자면 ‘미치광이’와 ‘고집불통’을 제외하고서 논할 수 없다.”고 하였다. 여기에서 미치광이란 낡은 습관을 따르지 않고 지난 경험에 의존하지 않으며 견식이 아주 높은 사람을 말하고, 고집불통이란 불의를 한번 행하거나 죄없는 이를 한사람 죽여서 천하를 얻는다고 해도 결코 하지 않을 사람을 말한다. 이지가 보기에는 이들이야말로 자신의 신념을 실현하기 위해서 노력하는 당당한 주체의식의 확립자에 가까운 사람들이고, 그렇기에 벗으로서 적절한 사람이었다.

이와 비슷한 주장이 박제가에게서도 보여 이목을 끈다. 그는 “사람이 편벽됨이 없으면 쓸모없는 사람일 뿐”이라고 하였다. 그에 따르면 편벽됨이란 한편으로 병임에 틀림이 없지만, 홀로 곳곳한 정신을 갖추고 전문적인 기예를 숙달하는 것은 종종 이 편벽된 자만이 가능하다고 한다. 물론 박제가는 이 편벽된 자를 예술창작의 책임자로 언급한 것이지, 교유의 적절한 상대로 지목한 것은 아니다. 그러나 지금 우리가 ‘편벽된 자’에 대한 설명을 수정하여 그것을 이지가 찬양했던 바 ‘주체의식의 확립자’로 바꿔 이해한다고 해도 박제가의 본의에 크게 어긋나는 것은 아닐 것이다. ‘편벽된 자’란 ‘주체의식의 확립자’ 이면서 동시에 예술적 창조 능력 또는 고도의 심미적 안목을 갖춘 자라고 할 수 있는 것이다. 요컨대, 박제가를 포함한 다수의 북학파 지식인들은 그들 스스로 예술 창작에 종사했던 사람들이고, 일종의 심미적 안목을 사람의 중요한 덕목으로 간주했던 사람들이라 할 수 있다.^⑨ 이 ‘심미적 안목’과 앞서의 ‘윤리적 정감’이 결코 배타적인 것이 아닌 이상, 우리는 양자의 조화로운 통일을 상정해 볼 수 있다.

어쩌면 정감의 도덕적 발현을 보장하는 것은 고도의 심미적 안목 이외에 다른 것이 아닐 것이다.

⑨ 이덕무는 이와 관련하여 “기묘하고 수려한 기운이 죽으면 어느 것이나를 막론하고 속물 구덩이로 빠져버리고 만다.”고 표현하였다. 위 박제가의 글과 이덕무의 글에 대한 설명은 안대회, 백담시파의 연구 참조.

● Memo





3) 탈근대 패러다임으로서의 우정론

“연암 박지원이 작고하였다는 소식을 듣고 상심한 끝에 초정 박제가 또한 그해에 세상을 버린 것으로 알려져 있다(한국실학학회, 2005).”

패러다임의 변화는 한순간에 급작하게 이루어지지 않는다. 하나의 패러다임에서 다른 패러다임으로의 전환은 긴 시간동안 혼용되어 이루어지며, 현 21세기는 근대 패러다임에서 탈근대 패러다임으로의 변화가 격렬하게 일어나는 시간대이다.

21세기와 더불어 ‘시간의 선형성’은 해체되었다. 과거, 현재, 미래는 더 이상 일직선상에 위치하지 않는다. 그것을 일렬로 세운 것은 전적으로 근대적 역사관념의 투사일 뿐이다. 진보의 신화, 유토피아라는 목적론이 개입될 때에만 그것은 유효하다. 탈근대는 더 이상 근대이후에 도래하는, 어떤 시대에 대한 명칭이 아니다. 근대라는 장으로 환원되지 않는 ‘외부적인’ 것들이다. 따라서 근대에는 물론 근대이전에도 얼마든지 존재 가능하다(한국실학학회, 2005).

❶ 조선 후기 실학자 홍대용(洪大容)이 지은 자연관 및 과학사상서로, 1766년(영조 42) 초 60일 동안 베이징[北京]을 다녀온 저자가 자신의 경험과 사상을 토대로 쓴 책이다. 인류의 기원, 계급과 국가의 형성, 법률·제도 등에서부터 천문·율력(律曆)·산수·과학·지진·온천·조석(潮汐)·기상현상 등에 이르기까지 다양하고 폭넓은 논의를 담고 있다. 특히, 지전설(地轉說)이 처음 동양에서 분명하게 주장된 것은 이 글에서였다.

홍대용이 의산문답^❶에서 한 일은 어떤 새로운 도그마, 사상적 지향을 확립한다기보다 기존 지식사회에서 절대적인 것으로 간주되던 범주구분을 상대화시킨 것이며 이러한 경향은 장자의 우화와 호질에서도 비슷하게 나타나 는 경향이다. 홍대용과 박지원의 사유는 근대와 전근대, 중화주의와 민족주의 등의 구도로는 쉽게 포착될 수 없는 지점에 위치해 있다.

18세기 실학이라는 문예부흥을 이끌어낸 지식커뮤니티는 가치에 기반한 새로운 형태의 우정에 기반하여 발현되었다. 기존의 우정의 담론은 군신과 부자, 스승 아래 충위에서의 수직적 충위에 기반한 상부의 가치를 그대로 이어받아 상부의 가치를 익히고 강화하는데 있었다면 새로운 우정론은 가치에 기반하여 평등적 관계의 틀로 재편성된 질적으로 새로운 형태의 우정으로 변화한다.

새로운 형태의 우정에서 중요한 것은 기존의 질서속에서 배척받을 수 밖에 없는 새로운 가치에 대한 공유된 인식(shared mental)이다.





“우도가 오류의 끝에 놓였다고 해서 낮은 것이 아니다. 그것은 마치 오행 중의 토의 기능이 고루 사시의 바탕이 되는 것과 같다. 부자군신, 부부장유간의 도리는 신의가 없으면 어떻게 될 것인가. 사람다운 도리 및 사람답지 못한 도리를 우도가 다 바로잡아 주는 것이 아닌가. 우도가 끝에 놓인 이유는 뒤에서 인류를 통섭케 하려는 것이다”

일찍이 임형택(1976)은 이 대목을 주목하여 “등차(等差)적 신분주의적 규범 도덕에 대한 윤리적 반성”의 의미가 들어있음을 지적하였고, 연암이 추구한 우정을 두 가지 방향으로 특징 지원 파악한 바 있다. 그 두 가지 방향이란, 첫째가 ‘동인적 결합에 의한 창조적 문학예술의 추구’요, 둘째가 ‘동지적 결속에 의한 창조적 행동의 추구’라는 것이다. 이러한 지적은 백담파의 리더였던 연암의 생애 전체를 파악할 때 매우 중요한 의미가 있다. 누구에게나 인간관계는 그 인생의 변화를 불러일으키는 도화선이 되지만, 연암의 삶에서 친구, 즉 벗들과의 만남은 유난히 특별한 의미를 지닌 것으로 여겨진다. 연암의 인간관계의 특징을 고찰해 볼 때, 동인적 결합은 젊은 시절의 교유 특징에 부합되고, 동지적 결속은 중장년 시절의 교유특징에 그대로 부합된다고 할 만하기 때문이다.

연암은 젊은 시절부터 문명(文名)을 떨쳤음에도 불구하고, 스스로 과거시험을 단념하고 응시를 거부했다. 종종 벗들과 모여 글 짓고 술 마시며 질탕하게 놀았으며(과정록), 민간의 이야기꾼을 통해 세상소식을 듣는 일에 흥미를 느끼고 기분을 전환하곤 했다. 뿐만 아니라 서화와 고동을 감상하고, 악기를 연주하며, 음악을 감상하고 여행을 다니고 하며 지냈다. 연암의 교유는 중장년에 비하면 젊은 시절이 더 폭넓고 다양했던 편이다. 젊은 시절에는 대단히 친했다고 일컬어지는 사람들만도 이민보, 윤득관, 김상숙, 김상정, 이운영, 유의양, 유언호, 김이중, 신광은, 심염조, 김노영 등을 꼽았을 만큼 여러 사람과 어울렸으며, 일반 서민이나 하층민의 삶에도 관심을 기울이는 등 개방적 자세를 보였다.





하지만, 중년이후로는 사귀는 벗도 많지 않아 소위 ‘연암그룹’ 이라 불리는 몇몇 사람들과 왕래하였다. 연암의 고백에 의하면 ‘중년이후 세상일에 대해 마음이 재처럼 되어 점차 골계(滑稽)를 일삼으며 이름을 숨기고자 하는 뜻이 있었으나, 말세의 풍속이 견잡을 수 없어 더불어 말을 할만한 자가 없었고 마음은 항상 우울하여’(과정록) 즐겁지 못했기 때문에, 아마도 뜻이 맞는 매우 소수의 지기들과 만나서 고금의 치란과 흥망에 대한 일로부터 선비의 절의, 정책과 제도, 학문에 관해 논했을 것이다. 연암이 연암골에 있을 때 담헌 홍대용에게 보낸 편지에는 덕망과 자체를 헤아려 모두 벗으로 허락하는 폭넓은 교유를 했으나 명예와 권세와 잇속을 추구하는 사람들을 물리치고 벗을 찾으니 한사람을 얻기도 어렵다는 탄식이 있다.

그런 까닭에 중년이후에는 줄곧 홍대용, 정철조, 이서구, 박제가, 이덕무, 유득공 같은 인물들과 어울려서 학문과 현실의 문제를 논했다. 이들과 밤낮을 잊고 계절을 잊은 채 취미와 호기심을 살려 전문적 지식체계를 만들고 그 전문 지식을 모아 백과사전적 저작을 하고, 그러한 박학함으로 현실개혁의 비전을 제시하는 글을 쓰는 것이 연암의 생활이었다.

연암은 이들 벗들이 기존의 유학자의 관점에서는 사소해보이는 문제에 매달려 전문적 저작을 하는 것에 대하여 주의할 점과 장려할 점을 함께 생각해보곤 하였다. ‘녹앵무경서, 류씨도보서, 형언도필첩서, 순패서, 녹천관집서, 영처고서, 필세설’ 이 바로 그에 해당하는 내용들이다. 이런 글들은 연암이 18세기에 새로운 문화적 기운 속에서 어떻게 방향을 제시하였는가를 보여 준다. 연암의 이런 활동은 그의 독특한 학문관과도 관련이 깊다.

“학문이란 별 다르게 아니다. 한가지 일을 하더라도 분명하게 하고, 집을 한 채 짓더라도 제대로 지으며, 그릇을 하나 만들더라도 규모있게 만들고, 물건을 하나 감식하더라도 식견을 갖추는 것, 이것이 모두 학문의 일단이다.”

연암의 생애에 있어 예술적 취미생활과 학문 그리고 우정은 탈근대적 패러다임의 매우 뚜렷한 특징으로 부각된다.





04 문화예술 창조역량을 만들어내는데 있어 18세기가 주는 함의

“어째서 전방위적 편집 역량을 갖춘 다산 같이 탁월한 지식경영자는 더 이상 나오지 않는가(정민, 2008)?”

웰빙이나 마니아 코드로 들여다 본 18세기의 문화현상들은 그때나 지금이나 사람사는 일에 조금도 다를 게 없음을 확인시켜 준다. 흥미로운 것은 앞서 든 모든 종류의 저작들이 실학이든 웰빙이든, 아니면 다산이 경학 정리에 동원한 그 엄청난 작업까지도 모두 한결같이 정보검색과 편집의 똑같은 프로세스를 거쳐 이루어지고 있다는 점이다. 다산과 관련된 최근의 공개된 자료들 우이도에서 새롭게 발견된 이강회의 유암총서, 강진에서 공개되니 윤종진의 순암총서와 순암수초, 윤종삼의 춘각총서와 춘각수초, 황상의 치원총서, 황경의 양포총서 등의 자료들은 다산 학단의 자료정리 방법과 학문 특성을 일관된 방식으로 증언한다.

근대적 관점을 벗어나 사이를 강조한 박지원과 백담파들에게 있어 새로운 형태의 우정이란 친구와 스승간의 이분법적 구도가 아닌 관계의 본질을 추구하고, 같은 지향과 그에 대한 실천적 행동을 의미한다. 이 같은 커뮤니티에 속한 지식인들에 의해 예술은 더욱 풍성해졌고 세계관은 한층 더 열려질 수 있었다. 특히 우정의 개념을 동지를 넘어서 목숨과도 같이 소중한 존재로 인식한 배경에는 절박한 현실인식이 자리하고 있다.

지식 커뮤니티에 의해 남겨진 18세기의 다양한 성과들은 개인이 아닌 집단적 총동이 사회의 운동적 에너지로 변화해가는 과정의 증거물이다.

이들 지식커뮤니티에 속한 18세기 문화예술 창조자들은 새로운 시대가 이미 도래했음을 피상적으로 인식했던 것이 아니라 직접적인 실천경험을 통해 인지했으며, 실천적으로 더욱 강력한 행동동기로 연결되었다.





“창조적인 사람들은 전통적인 이유 때문에 이곳으로 이주하는 것이 아니다. 대부분의 도시들이 주력하는 건설부문, 즉 스포츠 스타디움, 도시 고속도로, 도시 쇼핑몰 그리고 테마공원과 같은 관광 및 위락지구 등은 실제로 창조계급 사람들에게는 무의미하거나 그들의 욕구를 충족시켜 주지 못한다. 그들이 지역사회에서 구하는 것은 풍부한 양질의 경험, 모든 종류의 다양성에 대한 개방성 그리고 무엇보다도 창조적 사람으로서 자신의 정체성을 인정받는 기회 등이다 (Florida, 2008).”

만일 조선후기 사회가 18세기 문화예술 창조자들을 적극적으로 수용했다면, 아니 적어도 문체반정을 통해 새롭게 일어나는 기운을 억누르지 않았다면 한국의 근현대사는 많이 바뀌지 않았을까 생각해본다. 그러나 역사에 만일(if)은 없다. 지금 여기서의 문제로 고민해야 한다. 패턴으로 읽으면 흐름이 드러난다.

현재, 세계화, 지역, 예술경영, 지식경영, 창의, 상상 등 한국사회에서의 거의 모든 이슈들에 대한 접근은 서구 중심의 역사와 관점, 이론에 치우쳐져 있다. 그러나 볼 것을 못 보면 못 볼 것을 본다는 말이 있다. 무엇을 볼 것인가? 어떻게 볼 것인가?의 문제에서 조선의 18세기는 우리의 오래된 미래이다.

창조경제의 등장으로 전통적인 옛 가치체계는 탈물질적인 가치체계로 진화한다.

18세기 조선의 문화예술 창조자들, 그들은 자신의 정체성을 인정받기 위해 제도를 넘어선 지식커뮤니티를 자발적으로 구성, 송고·상고주의에 따른 우정이 아닌 나이와 신분을 뛰어넘는 동지적 결속에 의한 창조적 행동을 추구해 나갔다. 경제적 궁핍함 속에서도 그들은 새로운 가치에 대한 공유된 인식 속에 수많은 문화예술을 창조해 냈다.

도시의 환경은 가치의 다양성을 인정하는 성숙한 공간이 되어야 한다. 공유된 가치에 기반한 커뮤니티들이 참된 우정을 쌓아나갈 수 있도록 지원한다면 도시는 창조계급들로 넘쳐날 것이다.





Ⅰ 참고문헌

- 김태준(1991). 교우론의 18세기적 전개. 동국대학교 일본학연구소.
- 나종면(2009). 18세기 조선시대의 예술론. 한국학술정보.
- 박성순(2001). 우정의 윤리학과 북학파의 문학사상. 국어국문학 129집.
- 박성순(2005). 우정의 구조와 윤리-한중 교우론에 대한 문학적 사유. 한국문학연구 28집
- 박수밀(2002). 18세기 우도론의 문학, 사회적 의미, 한국고전연구 8집.
- 박수밀(2007). 18세기 지식인의 생각과 글쓰기 전략. 서울: 태학사.
- 박현모(2006). 정조의 지식경영 연구: 18세기 지식커뮤니티와 정조의 규장각 운영방식. 숙명리더십연구, 3.
- 서울시립대학교 도시인문학연구소 엮음. 김동우, 박미선, 심혜련, 이승일, 장윤정, 정인숙, 홍준기(2009). 도시적 삶과 도시문화. 메이데이.
- 유승호. 문화도시: 지역발전의 새로운 패러다임
- 임형택(1976). 박연암의 윤리의식과 우정론의 성격, 한국한문학연구 1집, 한국한문학연구회
- 임형택(1988). 박연암의 인식론과 미의식.
- 정민(2007). 18세기 조선지식인의 발견. 서울: 휴머니스트.
- 정민(2008). 18세기 한문학 연구와 문화사적 시야. 한국한문학연구. 41.
- 한국실학학회, 한국한문학회, 경기문화재단(2005). 18세기 조선 새로운 문명기획: 박지원, 박제가 서고 200주년 기념국제실학학술회의.
- 마테오 리치(1595). 교우론 스물다섯 마디 잠언 기인집편. 서울대학교출판부.
- Paul Johnson(2006). 창조자들 Creators. 서울: 황금가지.
- Richard Florida(2008). 도시와 창조계급 Cities and the Creative Class. 서울: 푸른길.



미디어를 통한 참여하는 문화예술

박준표 (PINY 연구원)

이혜원 (한국예술종합학교 예술경영전문사)





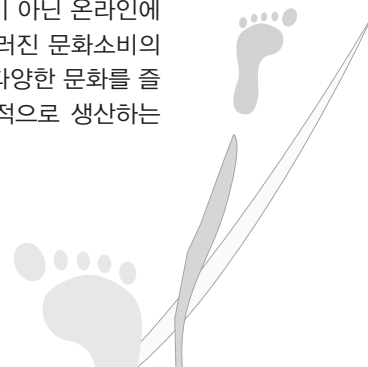
지난 9월 영국의 로얄오페라하우스는 새롭고 혁신적인 오페라 프로그램을 소개하는 딜로이트 페스티벌에서 140자 단문으로만 작성하는 마이크로블로그 트위터를 통해 팬들이 오페라 제작에 참여한 세계최초의 ‘트위터 오페라’를 공연하여 화제가 되었다.

트위터라는 소셜미디어를 창작까지 활용한 로얄오페라하우스의 사례는 웹 2.0으로 대표되는 디지털 환경변화가 예술창작의 영역까지 파고들고 있다는 것을 시사한다. ‘개방, 참여, 공유’로 대표되는 인터넷에서의 웹 2.0의 흐름은 사회전반의 패러다임을 바꾸면서 영향력이 확대되고 있다. 특히 문화예술의 생산, 소비, 유통의 전 과정에 지대한 영향을 끼치고 있으며 사용자 친화적인 다양한 미디어와 기술의 발전으로 인해 이용자들의 보다 적극적인 문화소비를 가능케 하고 나아가 생산자로서의 소비자가 되는 이른바 프로슈머로의 전환을 보여주고 있다. CNN은 최근 일련의 사례들을 다루며 다수의 아이디어와 노력을 통해 창출된 ‘온라인 협업 예술’이 전통적인 예술 창작 방식을 바꿔놓았다고 전하면서 예술의 변화를 비중 있게 다룬 바 있다.

I 디지털 환경변화에 따른 문화예술변화

지난 몇 년간 문화창작과 문화향유 및 경험에 있어 새로운 미디어와 기술의 영향은 지속적으로 증가해 왔다. 기술의 발전 및 변화에 따라 문화예술분야에서도 전통적으로 분리되어 있던 생산·유통·소비하는 방법이 통합되고 새로운 형태의 예술 및 문화가 생겨나기 시작했다.

한국인터넷진흥원이 조사한 정보화실태조사를 살펴보면 이용자의 86%가 인터넷을 통해 음악, 게임, 영화 등 여가활동을 하고 있다고 응답하였다. 이러한 결과는 문화향유가 더 이상 오프라인 상의 수치만이 아닌 온라인에서의 활동도 비중 있게 다뤄야 함을 시사하고 있다. 두드러진 문화소비의 변화로 인해 인터넷, 휴대폰, 디지털 미디어 등을 활용해 다양한 문화를 즐길 뿐만 아니라 수동적인 문화수용자에서 벗어나서 적극적으로 생산하는 주체가 되기 시작했다.





인터넷의 발전은 기존에 절대적인 세력불균형 상태에 있었던 생산자와 소비자 간의 관계에 큰 변화를 가져왔다. 향유와 소비자체가 훨씬 적극적, 쌍방향적으로 일어나게 되면서 수용자가 생산 및 창작과정에 깊이 개입할 수 있게 해주었고 보다 많은 일반인과 아마추어가 직접적인 생산자 집단이자 아티스트로 참여할 수 있는 가능성도 커지게 되었다. 이로써 예술가의 경계가 모호해지고 전문가와 아마추어의 경계도 무너지게 되었다. 문화적 중심이 해체되고 분산화 되었으며 문화민주주의 이상이 실현되는데 한발짝 다가서게 된 것이다.

예술계 전반에 전문 작가와 수용자의 경계를 뛰어넘는 '웹2.0 현상'이 가속화되면서 예술의 주도권이 다중(多衆)에게로 돌아갔다. 이런 웹2.0 현상은 음악, 미술, 영화 등 예술 전반에 전방위적으로 나타나고 있으며 문화예술계의 지형을 바꾸고 있다 해도 과언이 아니다. 디지털을 통한 새로운 배급 유통모델로 원하는 때와 장소, 원하는 방식으로 문화예술 콘텐츠를 접할 수 있게 되었고 다양한 미디어를 이용해서 폭넓은 계층에게 소비될 수 있게 되었다.

인터넷이 기존의 미디어에 비해 더 많은 정보를 축적하고, 더 빨리 더 넓은 범위 안에서 유통시키게 되면서 디지털 환경은 개인의 정보 추구하고 자기표현과 창조적인 작업을 가능하게 하는 새로운 장소가 되었다. 블로그 등을 통해 개인은 자신만의 예술작품을 올리고 누구나 예술가가 되어 작품을 만들고 다른 사람들에게도 보여줄 수 있고 명성이 높아지면 아마추어도 작가로 데뷔할 수 있게 되었다. 소수의 마니아적인 취향을 갖더라도 온라인 공간에서 마음에 맞는 친구들을 찾을 수 있고 함께 향유할 수 있는 시대가 되었다. 문화생활에서 온라인이 차지하는 비중과 영향력이 급속하게 커지고 있는 추세로 인해 온라인의 문화 활동이 오프라인 문화까지도 영향을 미치게 되었다.

● Memo



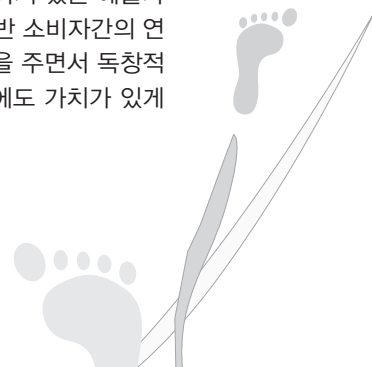


I 협업과 교류수단으로서의 소셜미디어(Social Media) 성장

소셜 미디어(Social Media)는 사람들의 의견, 생각, 경험, 관점들을 서로 공유하기 위해 사용하는 온라인 도구나 플랫폼을 말한다. 블로그, 소셜네트워크(Social Networks), 메시지보드(Message Board), 팟캐스트(Podcast), 위키(Wiki), 블로그(Blogs) 등이 그것이다. 소셜네트워크에는 페이스북(Facebook)이나 마이스페이스(MySpace) 등의 회원제를 통한 커뮤니티 기반서비스를 포함하여 사진공유, 동영상 공유서비스까지 총괄하며 블로그에는 트위터(Twitter), 미투데이(m2day) 등의 마이크로블로그 등이 포함되어 있다.

소셜네트워크는 일반적인 교류의 수단에서 새로운 생산모드로 변모하였으며, 특히 음악, 비디오, 소프트웨어 등에서 나타난다. 소셜네트워크의 성장은 대화를 촉진시켰으며 새로운 형태의 협력을 가능하게 했다. 이는 창작과 협력에 긍정적 영향을 미쳤다. 아티스트들은 지역적 한계를 벗어나 전 세계 아티스트와 소통하게 되었으며 지역을 넘어선 세계적인 예술작업을 가능하게 하였다. 이를 통해 전세계 동시다발적으로 일어나는 예술 운동이 가능하게 되었다.

소셜 네트워크가 갖는 진정한 가치는 마이스페이스와 페이스북 등이 음악을 비롯한 문화예술에 대한 다양한 기호에 따라서 사람을 불러 모으는 능력을 갖고 있다는 데 있다. 웹을 통해 개인은 다른 사람들과 관심사를 공유하고 사회성을 계발하는 활동을 더 쉽게 수행할 수 있다. 같은 기호와 취미를 공유하면서 네트워크를 만들고 많은 사람들과 문화적 실천을 할 수 있게 된 것이다. 그동안 소셜미디어가 성장하면서 집단의 힘은 더욱 커졌으며 문화예술에 나타난 주된 특징인 '집단적으로' 소비하는 것과 마찬가지로 '집단적으로' 생산하게 되었다. 이는 소셜미디어가 소통하고 상호작용 할 수 있게 하는 커뮤니케이션 도구로서의 역할이 커지게 된 것을 의미하며 이는 협력을 낳았다. 웹을 근간으로 한 협업 아트는 많은 실패사례가 있기도 했지만 최근 들어 성공적 결과물이 나오고 있다. 전 세계에 흩어져 있는 예술가와 예술가의 연대, 예술가와 아마추어의 연대를 비롯한 일반 소비자간의 연대는 문화적 배경과 가치관 등이 다르지만 서로에게 영향을 주면서 독창적 영역을 개척할 수 있게 한다는 점에서 결과만큼의 '과정'에도 가치가 있게 되었다.





1 사용자 친화적이며 쉬운 미디어 도구의 발달

사용자 친화적인 다양한 기술은 이용자들의 보다 적극적인 문화소비와 문화생산을 가속화 하였다. 웹사이트는 단순히 정보를 기록하는 도구 그 이상의 도구로 고객과 양방향 대화의 기회를 만들어주는 커뮤니케이션 도구이다. 인터넷을 통해 유례없는 문화의 접근성과 표현의 자유를 만끽하게 된 문화수용자들은 자신이 원하는 것을 찾아 행동하고 있고 능동적으로 표현하고 있다.

인터넷 기술을 사용하여 예술작업을 만드는 것은 인터넷 초기부터 있었던 것으로 새로운 것은 아니지만 성공적인 작업은 매우 드물었다. 하지만 최근 웹이 소셜미디어로 더욱 발전하면서 온라인 집단 창작물의 수준이 과거에 비해 한층 향상되었다. 이는 초창기보다 많은 네티즌들의 온라인 참여가 늘어나고 그만큼 창작의 원천이 되는 인터넷 콘텐츠의 양도 팽창했기 때문이다.

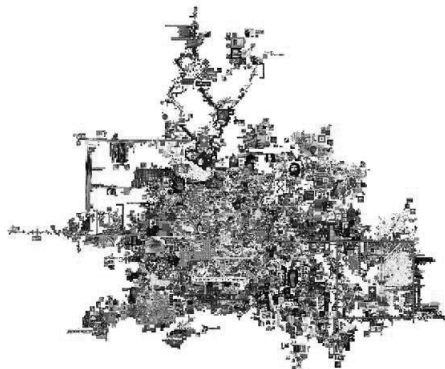
위키(Wiki)와 저렴한 비디오편집 소프트웨어 등 간단한 인터페이스 도구 같은 수단들이 이러한 창작 기회를 높여주고 있다. 일반인이 접하는 이러한 도구와 기술들이 프로페셔널 아티스트가 사용하는 도구와 점점 더 공통점을 갖게 될수록 누구나 이런 도구를 이용하여 새로운 예술을 만들 수 있게 되는 것이다. 실제로 웹은 보다 사용자 친화적이고 어려운 작업을 쉽게 사용할 수 있도록 변화하고 있으며 이를 통해 전문적 도구에 대한 진입장벽이 낮아지고 있다. 기술과 미디어를 확보하는 기회가 다수에게 열려있고 민주화됨에 따라서 모든 사람들이 쉽게 이용할 수 있게 되었다.

가장 대표적인 창작의 형태는 콘텐츠를 혼합하는 '매쉬업(MashUp)'이다. 미국의 한 발표에 의하면 인터넷을 사용하고 있는 미국의 10대 4명중 한명은 온라인에서 어떤 형태로건 예술적인 표현물을 창조하기 위해 콘텐츠를 혼합하고 있다. 국내에서도 패러디 동영상, 이미지를 붙여 작업하는 다양한 형태의 창작물이 생산되고 있다. 일반적 소비자는 쉽게 도전할 수 있는 매쉬업 작업을 통해 인터넷을 통해 쏟아지는 다양한 콘텐츠를 창작의 원천으로 활용하면서 많은 창작물을 양산하고 있다. 이처럼 디지털 기술이 주도의 생산도구의 대중화와 인터넷을 통한 직접적 배급망의 확보에 힘입어 소비자는 그동안 기성아티스트들에 의해 일방적으로 주도되었던 문화예술의 중요한 요인으로 등장하였다. 인터넷은 유용한 도구로서 기능하지만, 특히 아마추어 예술가의 경계를 허물고 향유자인 대중의 입지를 현격히 변화시켜놓았다는 점에서 시사하는 바가 크다.



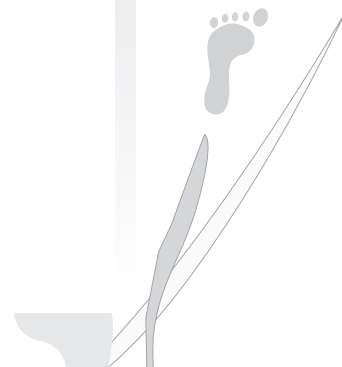


I 미술계의 변화



웹2.0으로 제작 '주체'가 가장 다중화한 곳은 미술계로 미술가로 정평 난 작가가 아니더라도 그래픽 프로그램에 익숙한 누구나 웹상에서 미술 작품을 만들어 올릴 수 있게 되었다. 작품의 형식도 미디어를 통해 다채로워졌다. 다양한 뉴미디어를 활용하는 미디어 아트の場合は 인터랙션이라는 특징을 기반으로 일반인의 참여를 기반으로 하는 작품이 대다수다. 또한 미디어 아트의 한 분야로 웹과 디지털을 기반으로 하는 넷아트(NetArt)의 경우 웹을 통한 창작 사례는 더욱 많다. 가장 대표적인 사례인 웹 사이트 '커뮤니마주(communimage)'는 사용자가 직접 만들어 보낸 그림이 모여 하나의 미술 작품이 되는 온라인 협업예술 프로젝트다. 1999년부터 시작된 온라인 프로젝트로 작품들을 다시 모아 하나의 거대한 콜라주로 완성하고 전시하였다. 이처럼 미디어아트의 본질은 미디어를 통해서 예술의 내용을 바꾸려는 것이 핵심이며 미디어아트의 발전에 따라서 보통시민들의 예술에 참여할 수 있는 가능성이 더욱 증가할 것이다

● Memo



1 음악, 영화 등 문화산업계의 변화

가장 먼저 디지털화되어 산업의 변화를 겪고 있는 음악산업의 경우 소비자 혁신은 다방면에서 이루어지고 있다. 소비자의 영역은 단순한 소비를 넘어서 무료 음원 등을 갖고 편집 및 작곡을 할 수 있는 창작(ex. Musicshake)에서 좋은 아티스트를 발굴하여 음반제작을 돕게 하는 투자(ex. Sellaband)까지 확장되었다. 이뿐만이 아니라 마케팅과 홍보영역을 넘어 유통도 참여하게 되었다. 마케팅도구(ex. ReverbNation)에서 인디뮤지션의 체계적인 음악홍보플랫폼(ex. Bandcamp, iLike 등)이 생겨났고 아티스트가 직접 유통하고 소비자가 마음대로 가격을 정하는 유통혁신(라디오헤드)까지 이루어지면서 생산·유통·소비의 모든 가치사슬에 소비자의 참여가 가능해졌고 산업전반의 패러다임이 바뀌면서 '음악2.0'으로 불리기까지 하였다.

그 동안 창작은 이미 UCC를 통해서 널리 확산되었지만 단순히 따라부르기나 연주 수준이었다. 여기에 음악을 믹스하는 등으로 발전하였고 온라인 작곡프로그램이 생겨나면서 새로운 곡을 창작가능하게 하였다. 온라인으로 직접 믹스 등을 할 수 있는 기술이 지원되고 샘플 음원 등이 자료화되어 누구나 손쉽게 작곡이 가능하게 하였다. 단순한 연주나 노래 부르기가 아니라 음악을 작곡한다는 의미는 보다 적극적인 창작의 형태가 되며 본인이 만든 곡을 소유하거나 벨소리 등의 다른 장르로 편집도 가능하게 하였다. 이외에도 큐베이스(Cubase), 프로툴(Pro Tools) 같은 작곡 프로그램을 누구나 다운 받아 손쉽게 음반을 제작할 수 있는 환경이 된 것이다. 이로써 보다 많은 아마추어 고객은 아티스트가 되면서 인디아티스트로 발굴되었고 소비에서부터 창작까지의 역할의 확대로 산업의 변화를 이끌어 냈다.



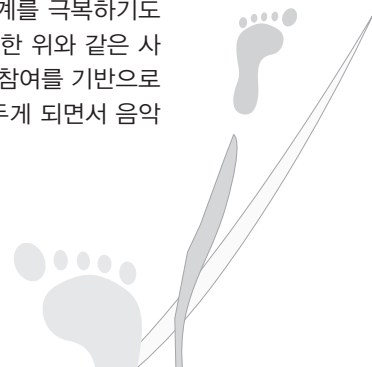


I 창작미디어 도구를 통한 음악협업 사례



‘인다바뮤직(Indaba Music)’은 협업을 통한 창작을 하는 뮤지션들의 소셜 네트워킹 플랫폼이다. 시공을 초월한 온라인 교류를 통해 창작물을 공유하면서 새로운 창작을 시도할 수 있게 하는데 목적을 두고 있다. 음악창작에 초점을 맞추어 아마추어가 쉽게 사용할 수 있는 미디어 도구를 제공하면서 하나의 음악스튜디오로서 기능한다. 콘솔, 믹싱 시스템, 채팅 도구 등이 플래시형태로 되어 있어 쉽게 이용할 수 있게 하였다. 웹기반이므로 빨리 리뷰해 볼 수 있고 동시에 대화하면서 협업할 수 있는 장점이 있다.

세계적인 첼리스트 요요마가 2008년 10월 자신의 앨범 〈Songs of Joy&Peace〉를 발매하면서 Indaba Music을 활용하여 창작하는 “Celebrate & Collaborate with YO-YO MA” 이벤트를 실시한바 있다. 앨범 수록곡인 “Dona Novis Pacem”을 주선율로 걸어 대선율(카운터 멜로디)을 자유롭게 창작해서 올리도록 하는 콘테스트를 진행하였는데 수상자에게는 요요마와 함께 음반 작업을 할 수 있는 기회가 제공되었다. 전 세계의 일반인 및 뮤지션들이 참여하였으며 다양한 악기와 변주곡들이 응모되었는데, 기타와 핸드벨 연주가 최종 선발되었다. 요요마의 곡은 연주곡이기 때문에 창작의 폭이 더 넓어 단순한 리믹스를 넘는 협업의 결과물로서의 가치가 컸으며 실제 음반으로까지 나오면서 온라인 협업의 한계를 극복하기도 하였다. 작곡과 편곡 등의 전문화된 영역까지 창작을 확대한 위와 같은 사례는 단순 협업을 뛰어넘는 혁신이었다. 이와 같은 자발적 참여를 기반으로 하여 협업을 확대시킴과 동시에 이에 따른 홍보효과도 거두게 되면서 음악 산업 전체의 효율성을 높였다는 평가도 얻었다.





또한 음악창작뿐만 아니라 영상편집 도구 등의 발달로 팬뮤직비디오 참여가 활발해졌으며 라디오헤드의 경우 공식 뮤직비디오로 팬이 직접 만든 뮤직비디오를 쓰기도 하였다. 일본 인디밴드 '사우어'는 최근 미니앨범의 뮤직비디오를 전 세계 네티즌들이 웹카메라로 촬영한 장면을 결합해 비디오를 제작하여 유튜브에서 100만건이 넘는 조회수를 기록하며 화제가 되었다. 수십 개 이상으로 분할한 각 화면을 전 세계에 흩어진 사우어의 팬들이 자발적으로 신청하여 시나리오 가이드에 따라 각자의 개성에 맞게 창작하여 독특하면서도 재치있는 '예술창작'을 만들어 냈다.

1 오픈소스 제작도구를 활용한 영화창작 사례

영화산업계에도 창작의 변화가 나타나고 있는데, 온라인으로 보급된 편집도구를 편하게 사용할 수 있다는 점이 이런 변화를 이끌었다. 온라인에서 '프리미어(Premiere)' 같은 동영상 편집기를 내려 받아 편집 프로그램에 전문적 지식을 갖추지 않은 사람들도 영화를 제작할 수 있는 환경이 되었기 때문이다.

팬들이 <Star Wars: A New Hope> 시리즈를 다시 만드는 온라인 협업 영화 프로젝트가 진행중이다. '스타워즈 언컷(Star Wars Uncut)'이라는 프로젝트는 전체 영화를 15초단위로 473개의 씬으로 나누어 아마추어들이 직접 개별 씬을 재구성하여 참여하여 만드는 것으로 현재까지 89%가 진행되었으며 개성있는 작품으로 화제가 되고 있다.

● Memo





이 외에도 블렌더 재단(Blender Foundation)과 네덜란드 미디어아트연구소가 공동으로 참여한 공개영화 프로젝트를 통해 탄생한 〈코끼리의 꿈〉의 경우 3D 애니메이션 제작도구인 블렌더란 오픈소스 그래픽 소프트웨어를 통해서 누구나 무료로 사용할 수 있는 제작파일만을 갖고 세계 최초로 공개 영화를 만들었다. 특히 제작 영상 소스를 모두에게 공개하여 누구나 쉽게 새로운 애니메이션 영화를 만들 수 있게 하였다. 이외에도 〈트레이시 : 파편들〉이라는 영화는 영화제작자가 되고 싶은 사람들을 대상으로 영화의 기성화면을 다운로드 받아 음악 비디오 및 영화 예고편으로 편집하게 하거나 전체 영화를 다시 만들 수 있도록 하기도 하였다. 이를 통해 가장 잘 만든 영화를 DVD에 보너스 영화로 삽입하기도 하였다. 이처럼 영화산업도 웹 2.0의 결합에 의해 조금씩 변화를 겪고 있다. 인터넷을 통한 유통의 변화 외에도 도구의 발달에 의한 제작의 변화는 일반인의 참여로 인해 창작형태의 다양화를 이끌고 있다.

대표적인 소셜미디어인 페이스북을 통해서도 아마추어가 함께 하는 공동 애니메이션 제작 사례도 있다. 글로벌 공동 협업 애니메이션인 'Live Music'은 단편 애니메이션으로 락앤롤 기타가 사랑에 빠지는 내용을 다루고 있다. 전세계 101개국 5만8천명의 지원자 가운데 17개국 51명의 최종 작업에 포함되었으며 높은 수준의 작품으로 2009년 11월 20일에 극장을 비롯한 온라인과 모바일에서 개봉되었다. 이는 전세계를 대상으로 하는 협업사례로 애니메이터와 애니메이션 팬들이 하나가 되어 페이스북이라는 소셜미디어를 통해 교류하면서 작품을 완성하였다. 매스애니메이션(Mass Animation)이란 이 프로젝트는 향후 게임 영상도 이와 같은 방식으로 진행할 예정에 있다.

I 소셜미디어를 활용한 공연예술 공동창작 사례





세계 최대 온라인 동영상 공유 사이트인 유튜브(YouTube)가 기획한 세계 최초의 온라인 협업 오케스트라 프로젝트이다. 음악을 매개로 전 세계 다양한 커뮤니티의 참여와 협력을 이끌어내기 위해 기획되었으며 '유튜브 심포니 오케스트라' 채널을 개설하고 2달간 지정곡 '탄둔(譚盾)'의 '인터넷 심포니 에로이카 (Internet Symphony Eroica)'와 자유곡을 연주한 전 세계 70여 개국에서 4,000여 개의 동영상을 접수받았다. 2주 동안 세계적인 클래식 전문가들의 심사를 거쳐 200명의 본선 진출자를 선정했으며, 유튜브 사용자 투표와 최종 검토를 거쳐 총 90명의 유튜브 심포니 오케스트라 (YouTube Symphony Orchestra) 단원을 선발해 2009년 4월15일 뉴욕 카네기홀에서 샌프란시스코 심포니의 마이클 틸슨 토마스(Michael Tilson Thomas)의 지휘 아래 성공적인 연주를 선보인바 있다. 지원자들의 동영상은 새롭게 편집되어 공연 당시 배경영상으로 활용되어 연주뿐만이 아닌 영상창작의 소스로 활용되기 까지 하였다. 유튜브 오케스트라는 나이, 국적, 학력, 인종, 언어 구분 없는 다양한 구성원이 참여하여 물리적 공간의 제약이 없는 인터넷에서 만국 공통어인 음악을 활용해 창의적인 시도를 함으로써 오케스트라의 대중화에 크게 기여한 것으로 평가된다. 관객에 머물렀던 소비자의 자발적 참여를 이끌어냈으며 프로와 아마추어의 경계를 허물며 새로운 소통과 협업의 가능성을 열었다.

영국의 로얄오페라하우스가 시도한 '트위터 오페라'는 트위터를 이용한 세계최초 온라인 공동 오페라 대본 작성 공모 프로젝트이다. 약 3주 동안 900명의 트위터 사용자들은 트위터의 포맷에 맞추어 한 번에 최대 140자 이내로 대본에 들어갈 내용을 올렸으며 올린 내용 중에서 연출자가 문자를 선택하여 프로 무대감독 헬렌 포터(Helen Porter)와 전문 작곡가와 마크 테이플러(Mark Teipler)가 사흘 동안 작곡을 하고 그 결과로 만들어진 총 러닝타임 약 20분가량의 미니 오페라를 영국 로열오페라 하우스에서 2009년 9월 6일 공연했다. 가장 엘리트 예술로 여겨지는 오페라에 시민의 아이디어와 참여를 도입한 트위터 오페라 제작 사례는 오페라에 대한 편견을 깰과 동시에 젊은 층을 수용하려는 노력이었다. 작품을 제작하고 서비스하는 과정에 대중을 참여하도록 개방하여 생산 효율을 높이고 참여자에게는 예술 창작과 체험의 기회를 제공할 수 있는 사례로 풀이된다.





I 미디어를 통한 창의성 증진

문화예술계는 디지털화가 빨리 이루어지고 있는 음악, 영화 등의 문화산업 분야에서 변화를 가장 빠르게 흡수하여 진화를 이루었다. 열정적 소비자층이 기존 소비자의 영역을 넘어서 생산자가 되는 등의 활동력을 높였고 이러한 소비자 변화는 문화예술 전반의 가치사슬의 변화를 이끌게 된다. 자발적 참여를 통해 소비자의 역할이 확대되었고 이는 산업 전반의 효율성을 제고하였다. 또한 예술가간의 협업의 확대는 생산성을 강화시키고 상호교류를 통한 시너지를 갖게 되었으며 이는 곧 혁신을 이루게 되었다. 무엇보다 웹의 발달로 다양한 문화향유에 노출되었던 관객이 창작자가 되는 등의 한 단계 올라간 형태의 진화를 보이게 된다. 문화의 접근성과 표현의 자유를 만끽하게 된 문화수용자들은 자신이 원하는 것을 찾아 행동하고 있고 능동적으로 표현하면서 문화생산까지 참여하게 되었다.

웹2.0의 대표적인 소셜미디어는 소비자의 역할을 확대하고 개방된 기회의 장을 열어줌으로서 혁신을 이끌었다. 새로운 미디어 도구의 등장으로 다양한 협업예술이 나타나면서 예술작품이 다양화 되고 있다. 소셜미디어 등을 통해서 교류를 통한 지역적 경계없는 협업 예술이 가능해졌고 특별한 교육 없이도 쉬운 도구를 활용하여 작품창작을 할 수 있는 환경이 되었다. 또한 경제자본력이 부족한 아마추어 예술가들에게 큰 비용 없이 누구나 홍보마케팅 할 수 있는 툴이 지원되었고 작품제작도 쉽게 할 수 있게 되면서 경쟁에 유리한 환경이 조성되었다. 이는 전문예술인들의 창작영역이 아마추어에게도 열리게 되었으며 인터넷이라는 새로운 무대이자 유통창구를 통해 소비도 다양화될 수 있게 되었다. 편중화 되었던 기회는 평등해지게 되었으며 작품은 롱테일(Longtail) 등으로 다양화 되었으며 이는 전체적인 문화생산의 증대 및 다양화를 초래하고 있다.

● Memo





웹2.0의 새로운 흐름들은 유튜브 오케스트라 사례처럼 클래식 등의 순수예술 장르까지 영향을 미치고 있다. 기존에 고급문화로 인식되어 체험의 기회가 제한적이었던 클래식도 웹2.0적 흐름에 합류하는 다양한 사례가 나타나고 있으며 보다 많은 관객을 발굴함과 동시에 참여자로 이끌어 내려는 시도가 나타나고 있다. 예술가는 향유자와 대화하기 시작했으며 예술단체도 향유자와 디지털 공간을 통해 관계를 맺게 되었다. 이는 보다 다양한 문화예술 분야로 확대될 것으로 예상된다. 하지만 긍정적 변화에도 불구하고 아마추어와 대중에게까지 창작자의 영역이 확대되고 보다 많은 창작물이 생산되면서 이에 따른 저작권 문제, 예술의 상업화 및 쏠림현상으로 대표되는 대중화 문제 등 고려해야 할 문제가 많이 남아있다.

기술의 발전과 인터넷을 통한 패러다임의 변화는 일시적 현상이 아닌 새로운 시대를 여는 사회문화적 변화이자 세계적 변화이다. 보다 많은 젊은이들은 세상을 소비가 아닌 창조의 장소로 보고 있으며 미디어 도구를 친숙하게 다루는 창조세대로서 살면서 인터넷은 선택이 아닌 필수가 되어 가고 있다. 이러한 변화는 문화정책에 있어 새로운 도전과제를 남기게 되었다 해도 과언이 아니다.

사람들은 이제 지속적 참여 특히 실질적이고 적극적인 참여와 기회를 요구하고 있으며 문화 참여에 대한 갈증이 확대되고 있다. 하지만 문화단체와 문화행정가들 사이에서 소셜 미디어나 미디어 도구의 발달을 비롯하여 이를 통해 나타나는 다양한 문화예술 창작형태 등에 대한 변화에 대한 인식은 부족하다. 디지털 공간을 온라인 박물관 등 문화예술에 대한 접근성을 확대하는 계기를 마련했던 과거에서 다양한 문화향유의 장이자 이제는 문화창작의 장으로 시선을 전환해야 할 것이다. 또한 그동안 향유자 중심의 예술 지원을 해왔던 정책에서 벗어나 창작자로서의 문화 활동을 지원함으로써 스스로 주체적 창작활동을 수행할 수 있게 하여야 한다. 일부 영상미디어센터 건립 등을 통해 지역주민들로 하여금 스스로 영상문화활동을 수행할 수 있도록 향유, 교육, 창작을 지원하는 등의 시도가 있었으나 극히 일부였다. 이제는 교육도 인터넷이 대체하고 있을 뿐만 아니라 쉬운 미디어 도구로 인해 창작의 문턱이 낮아졌으므로 이에 대비해야 한다.





이를 위해 디지털 환경의 변화에 대한 인식을 공유하고 시민이 새로운 디지털 환경에 적응할 수 있게 함과 동시에 새로운 기술과 미디어 도구가 제공하는 기회와 혜택을 활용할 수 있게 하여야 할 것이다. 미디어를 통해 창의적인 아이디어와 예술표현이 샘솟게 하는 환경을 마련하고 소셜 미디어 등을 통한 예술가와 향유자 그리고 단체와의 소통과 교류도 확대하여 다가오는 미래와 예술의 변화에 대처해야 할 것이다.



성남시민주체의 창조도시 방향성

전 수 환 (한국예술종합학교 교수)





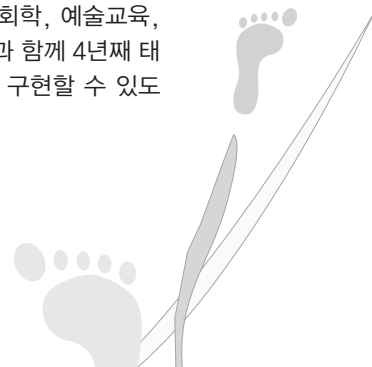
I 들어가며

성남문화재단은 시민 주체의 창조도시를 지향하고 이에 대한 지원 정책을 선도하고 있다. 특히 창조도시의 개념을 아마추어 문화예술을 통해서 시민의 창조성이 계발되는 도시로 파악하고 시민예술가를 육성하고 성장시키는 보다 체계화된 지원체계를 확립하기 위해 노력하고 있다.

그동안의 성남시의 시민주체의 문화도시에 관련된 노력은 크게 시민주체를 창조도시 추진의 핵심으로 파악하여 시민을 중심으로 창조도시를 추진하려고 했던 것과 사랑방-사랑마루-사랑마당의 지원체계를 정립한 것으로 정리할 수 있다. 따라서 본 발제에서는 성남에서 시민주체 이슈가 문화정책추진에 있어서 중심으로 자리 잡게 된 과정과 시민들의 문화예술창조역량을 높이기 위한 지원체계의 현황과 향후 지원방향을 제시해보고자 한다.

I 성남시의 문화예술을 통한 시민 창조성 육성 정책개발 과정

성남문화재단에서는 아마추어 예술의 가치를 선도적으로 인식하고 2006년부터 주체적 문화시민 육성을 위한 아마추어 예술 지원사업을 중점적으로 추진하고 있다. 이러한 아마추어 예술지원은 시민의 문화향수 기회의 확대와도 연결되므로 문화창달 활동을 통한 시민의 문화복지 구현에 이바지하고자 하는 성남문화재단의 정책 목표와도 부합된다. 이에 따라 성남문화재단은 아마추어 예술클럽이 도시의 새로운 문화정체성 확립에도 기여할 것으로 기대하며 문화클럽 지원 사업을 시작하였다. 또한 성남문화재단은 문화클럽 지원정책을 기획하기 위하여 문화정책, 경영학, 사회학, 예술교육, 공공미술, 지역개발, 연구조사 등 다양한 분야의 전문가들과 함께 4년째 태스크포스를 운영하면서 성남시에 적합한 정책을 기획하고 구현할 수 있도록 노력하고 있다.





2006년에 태스크포스는 제일 먼저 문화클럽에 대한 실태조사를 착수하였다. 실태조사를 통하여 연구자들은 성남시 안에 총 1,103개의 문화클럽들이 존재하는 것으로 확인하였다. 아마추어 예술과 관련된 문화예술 프로그램 수도 1,940개로 집계되어 이미 생활 속 자발적 예술의 규모가 상당한 규모로 성장한 것을 알 수 있었다. 문화클럽 활성화 정도를 알아보기 위하여 조사한 설문에 의하면 81%가 월1~2회 오프라인 모임을 갖는다고 응답하였으며 51.8%가 주 1회 이상 모임을 갖는다고 응답하여, 문화클럽들이 상당히 활성화되어 있음을 알 수 있었다. 또한 문화클럽 약 70%가 온라인 사이트가 있다고 응답하였는데 이를 통해 대다수의 문화클럽들이 이미 온라인 환경에 익숙한 상태이고, 구성원들이 연령불문하고 문화클럽에 속한 이들이 자신들의 온라인 사이트를 이용하여 모임을 구성하고 정보를 공유하고 있다는 것을 알 수 있었다.

문화클럽에 대해서 정책이 지원해 주기를 바라는 시민들의 주요 요구사항은 크게 ❶ 클럽 모임공간에 대한 지원 요구, ❷ 상호소통을 위한 네트워크 운영에 대한 지원 요구, ❸ 지역사회에 대한 공헌 활동에 대한 지원요구로 나눌 수 있었다. 첫 번째, 클럽 모임공간에 대한 지원 요구는 문화클럽들이 자체적인 모임 공간을 갖지 못한 경우 성남시에 있는 여유 공간들을 문화클럽의 모임 공간으로 활용할 수 있는 지원정책을 마련해 달라는 것이었다. 두 번째, 네트워크에 대한 지원 요구는 문화클럽 활동을 지원할 수 있는 전문예술가, 예술경영자, 예술행정가와의 전문가들과 타 클럽과의 교류를 할 수 있는 네트워크 운영을 통해서 성남의 아마추어 예술의 성장할 수 있는 기회를 갖고 싶다는 것이었다. 세 번째 공헌활동에 대한 지원 요구는 문화클럽이 전시회, 공연 등을 통해 지역 사회에 공헌하기 원하며 그것을 위한 지원체계를 마련해 달라는 것이었다. 이러한 요구사항을 만족시키기 위하여 개발된 지원 체계로 사랑방-사랑마루-사랑마당 지원정책이 개발되었다.

● Memo





1 사랑방 지원정책 : 생활예술의 유비쿼터스화

첫 번째 클럽 모임공간에 대한 지원에 대한 요구를 만족시키기 위하여 사랑방(Sarang-Bang) 지원정책이 마련되었다. 전통적으로 사랑방은 남자주인이 기거, 침식, 독서, 휴식, 예술행위, 손님 접대에 이용하던 공간으로 사대부 문화의 중심지로서 여자의 공간의 안채와 구별되어 기능하였다. 이러한 전통적 사랑방 개념을 확대하여 일상생활 속에서 예술을 매개로 하여 모든 시민이 서로 만나고, 학습하는 공간을 일컫는 이름으로 사랑방을 새롭게 정의하였다. 또한 사랑방들이 도시 생활공간 곳곳에 편재되어 시민들이 일상적으로 문화를 접할 수 있도록 도시 환경을 조성하는 것을 정책 목표로 삼게 되었다.

생활 속 문화클럽의 만남이 일어나는 공간인 사랑방을 공공적으로 확산시키기 위하여 성남문화재단은 2007년에 '성남시 문화공간 실태조사'를 실시하여 문화공간자원을 조사, 발굴하였다. '성남시 문화공간 실태조사'는 성남 내 160여개의 활용 가능한 문화공간을 확인하여 데이터베이스로 축적하였다. 성남문화재단은 이러한 자료를 활용하여 시험적으로 몇 곳의 사랑방 문화공간을 지정하여 사랑방 문화클럽들의 활동공간으로 이용할 수 있도록 하였다. 향후에는 자발적으로 공간을 사랑방활동을 위해서 공유하려는 의지를 지닌 공공 기관, 민간 기관, 기업, 아파트 단지, 개인 작업실, 교회들을 대상으로 사랑방을 확대하기 위한 캠페인을 펼쳐나갈 것이다.

산업화 시대의 한국 사람들은 획일화된 라이프스타일을 갖고 있었고 창조적 에너지를 그다지 필요하지 않았다. 하지만 일정 정도의 경제적인 충족을 경험하고 난 이후 한국인들을 삶의 질에 의문을 갖게 되었다. 여가활동을 통해서 결핍된 것을 채우고 싶어 하고 무엇보다 나는 누구인가에 대해 질문을 던지기 시작하였다. 이러한 상황에서 항상 내가 구경꾼이기만 한 예술은 더 이상 내 삶에서 의미를 주기는 어려워졌다. 또한 창의성이 요구되는 시대변화에 맞추어 숨겨져 있던 자신들의 잠재력을 발휘할 필요성을 느끼게 되었다. 또한 노령화 사회가 진행되면서 늘어난 인생을 적극적으로 계발하고 싶은 욕구도 커지기 시작하였다. 이에 따라 시민들은 자신이 직접 주인공이 될 수 있는 아마추어 예술활동에 참여하기 시작할 것이며 이러한 참여를 촉진시키기 위해서 도시 내 일상공간을 문화공간으로 변화시키는 방향성이 필요하다.





1 사랑마루 지원정책 : 시민 주체의 거버넌스 형성

두 번째 네트워크에 대한 지원 요구를 만족시키기 위하여 사랑마루 (Sarang-Maru) 지원정책이 마련되었다. 마루는 전통가옥에서 집안구성 이 모두 만날 수 있는 장소를 의미하는 것이므로 사랑마루는 분산되어 있는 사랑방 문화클럽들이 서로 만나 소통함으로써 문화정책의 시민자치를 실현 하는 공간이다. 또 방과 마당을 연결하는 기능을 마루는 하고 있는데 사랑 마루는 상호교류를 통하여 시민들의 문화예술 커뮤니티 활동을 숙성시키는 역할을 수행한다. 또한 동시에 수평적 네트워크를 통해 문화민주주의를 지원 하는 정책 인프라로서 작용하게 된다.

성남문화재단은 사람들 간의 네트워크와 함께 관련 문화정책들간의 네트워크도 함께 추진하였다. 성남문화재단은 2006년도에 5대 주요 문화정책 사업을 계획하였는데, 5대 주요 문화정책사업은 ❶ 문화도시 성남시 정체성 구축 사업, ❷ 문화클럽 지원 사업 ❸ 우리동네 문화공동체 만들기 사업 ❹ 성남 시민의 창작활동 진흥 사업 ❺ 문화통화 사업이다. 성남 문화재단은 이러한 5대 주요 문화정책사업 중에서 주체적 문화시민 육성을 위한 문화클럽 지원사업을 가장 중심에 두고 있었지만 각각 운영되고 있었다. 이를 극복하기 위한 5대 사업간 연계전략에 대한 모색은 2007년에 수행되었던 “성남문화재단 5대 정책 연계발전 방안 연구” 사업을 통해 시작되었고 2008년도 “성남문화재단 5대 정책 2단계 5개년 종합발전계획 연구”를 통해서 통합 체계를 만들어 냄으로써 정책 간 유기적 협조체계가 마련되었다.

아마추어 예술에 대한 관심이 높아질수록 기존 전문 예술창조자들을 지원 하기 위한 예술경영과는 차별화되어 아마추어 예술 창조자들을 체계적으로 지원하기 위한 새로운 예술경영 이론과 사례 개발의 필요성이 새롭게 제기 될 것이다. 우리는 집단지성의 시대를 맞이하여 보통 사람들의 협업이 한 뛰어난 천재의 개인작업 보다 더 위대할 수 있음을 경험하고 있다. 사회가 복잡계를 닮아갈 수록 소수의 리더가 통제와 명령을 통해서 조직을 운영하 기 보다는 직원들은 자율적으로 행동하고 스스로 연결하면서 자발적으로 행동한다. 아무도 계획하지 않고 지휘하지 않지만 스스로 진화하고 조직화 되는 새로운 조직 체계, 그것이 자발적 커뮤니티이고 우리 사회의 새로운 희망은 이러한 자발적 시민의 역량을 촉진시킬 수 있는 환경을 제공함으로써 찾을 수 있을 것이다. 사랑마루 지원 정책은 이러한 문화예술정책에 있어서 자발적 시민의 역량을 기반으로 지속가능성을 확보하는 방향으로 발전할 수 있을 것이다.





1 사랑마당 지원 정책 : 공동체 개발을 위한 아마추어 예술 진흥

세 번째 기여활동에 대한 지원요구는 사랑마당(Sarang-Madang) 지원정책으로 구현되었다. 마당은 전통가옥에서 외부와 만나는 열린 공간으로 사랑마당은 문화클럽의 역량을 표출하는 장으로 지역사회를 위한 사회적 공헌 활동이 수행되는 공간으로 재해석되고 있다. 상시적으로 열리는 공연, 전시(작은 사랑마당)에서부터 일 년에 한 번씩 열리는 문화클럽 축제(큰 사랑마당)까지 사랑마당은 다양한 규모로 존재할 수 있다. 사랑마당을 통해서 아마추어 예술은 커뮤니티 수준을 넘어서 지역 공동체의 문화적 발전에 직접적으로 참여하게 된다.

사랑마당에 대한 개념은 미국 오하이오 지역 공동체 축제인 'COMPEST' 사례 등에 대한 벤치마킹을 통해서 확립할 수 있었다. COMPEST는 38년의 역사를 갖고 있는 미국 오하이오 주의 지역 공동체 축제인데 지역에서 활동하는 공연 팀과 자원봉사들이 온라인을 통해서 참가신청을 하여 자발적으로 축제를 운영하며 선언문을 통해서 축제가 개인의 경쟁과 이익 추구가 아닌 협력과 공익을 추구하며 자연과 조화된 건강하고 민주적인 삶을 지향하고 있었다. 이와 같이 사랑마당은 지역에서 활동하는 문화클럽들이 자발적 예술이 추구하는 공동체 개발이라는 공유 목적 아래서 집단 예술(Collective Arts)을 달성하는 문화공간인 것이다.

● Memo





성남시에서 사랑마당은 2008년 5월부터 10월까지 본격적으로 시도되었는데 성남 전역에서 42개의 지역사회를 위한 공연들이 열려 노인, 청소년, 이주노동자, 장애우 및 성남시민들을 위하여 다양한 문화공헌 활동을 수행하였다. 이러한 사랑마당에 참여함으로써 클럽 간 네트워크의 확장, 공정한 기금지원 체계 확립, 사랑방클럽축제의 동력과 운영조직 토대 마련, 개별 클럽과 운영위원회의 결속력 강화 등이 자연스럽게 이루어졌다. 큰 사랑마당인 1회 사랑방 문화클럽 축제는 2007년 10월 11일부터 14일까지 열렸는데, 축제에 참여한 사랑방문화클럽의 수는 33개, 출연자는 710명에 이르렀다. 축제는 크게 공연, 체험, 전시 분야로 나누어져 진행되었고 성남아트센터와 율동공원이 축제의 장소로 활용되었다. 2회 사랑방클럽축제는 2008년 9월 23일부터 9월 28일까지 성남아트센터, 남한산성, 중앙공원 야외음악당 등 성남 곳곳에서 78개 클럽 1,300명의 아마추어 예술가들이 출연진으로 참여하여 시민들을 위한 다양한 이벤트를 펼쳤고, 만 명이 넘는 성남 시민들이 관람객으로 참여하는 성과를 거두었다.

사랑마당은 2007년의 축제 중심에의 일회적 마당형성에서 2008년도에는 축제(큰 사랑마당)와 일상적 문화공헌(작은 사랑마당)이 융합된 형태로 발전하였다. 또한 우리동네 문화공동체 만들기 사업은 2006년 골목길 유형 태평 4동, 2007년 아파트 유형의 사업 대상이었던 은행 2동 주공아파트와 2008년 시장 유형으로 선정된 상대원 시장에서 총 3회의 문화공헌 지원 프로젝트 행사가 열림으로써 우리동네 문화공동체 만들기 사업과 사랑방문화클럽 지원 사업 간의 연계체계는 시작되었고 이후 통합 사업 추진이 가속화될 전망이다.

사랑마당이 지원정책에 있어서 핵심적 위치를 차지하는 것은 최근 등장하고 있는 아마추어 예술의 효용성에 대한 인식 때문이다. 아마추어 예술은 일반 시민들이 자기 개발, 사회적 유대, 여가와 유희의 목적으로 수행하는 비전문적 예술을 의미하는 것인데, 이러한 아마추어 예술에 대한 효용성을 이해하고 정책개발이 활발한 나라 중의 하나는 영국으로, 영국의 문화미디어체육부(Department for Culture, Media, and Sport)는 전국 규모의 아마추어 예술에 대한 조사를 수행하여 약 5만 여개의 단체와 6백만 명에 달하는 인구가 아마추어 예술에 참여하고 있음을 발견하였다. 이러한 아마추어 예술의 효용은 건강, 복리, 공동체의 결속이라는 비영리적 가치뿐만 아니라 영국 경제에 약 5천만 파운드에 달하는 경제적 가치를 창출하는 것으로 주목받고 있다. 비슷한 예로, 미국에서는 아마추어를 의미하는 유사



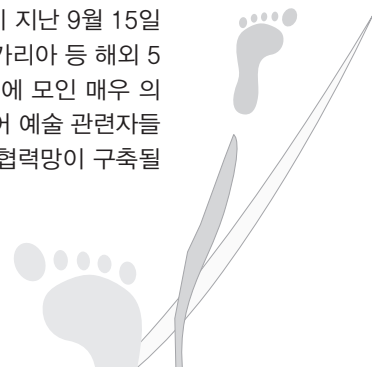


한 개념으로 비공식 예술(Informal Arts) 또는 참여 예술(Participatory Arts) 등이 대두되고 있고 그 사회적인 효용에 대해 주목하고 있다. 두 개념 역시 아마추어 예술이 참여자의 정체성 증진, 집단적 유대, 공동체 구축, 문화적 전통의 고수, 경제적 가치 창출 등 공동체의 사회, 정치, 경제, 문화 발전에 기여하는 것에 주목하고 있다. 이에 따라 성남문화재단에서는 사랑 마당에 대한 지원은 아마추어예술에 대한 지원이 예술 자체의 발전 자체를 목적으로 하기 보다는 시민들이 속한 공동체의 문화를 발전시키는데 초점을 두고 있는 방향성을 일관되게 추구하고 있다.

1 나오며

성남시는 도시 형성과정에서 상대적으로 짧은 역사를 갖고 있기 때문에 문화정체성 확보에 어려움이 있었다. 이러한 문제를 문화정책으로 해결하기 위하여 '시민주체의 문화도시'라는 생소한 화두를 갖고 2006년에 정책수립과정에 착수한 후 실태조사에서 성남시 안에 이미 천개가 넘는 아마추어 문화예술 커뮤니티가 존재하고 있고 시민들이 아마추어 예술에 대한 문화정책의 개입을 요청하고 있다는 사실이 확인할 수 있었다. 이로서 시민주도의 창조도시를 가꾸는 일이 시작되었다. 이후 아마추어 예술을 지원하기 위하여 사랑방-사랑마루-사랑마당의 지원 모델을 수립하게 되었고 2007년부터 실제 정책 구현 단계에 착수하였다. 그리고 2007년과 2008년도에 걸쳐 지원모형을 구현하는 경험을 갖게 되었고 2009년부터는 2단계 발전을 모색하고 있다.

이제 아마추어 예술의 진흥을 통해서 시민의 문화예술 창조역량을 육성하는 창조도시에 대한 비전은 성남을 넘어서 공유되기 시작한 것으로 보인다. 예를 들어, 문화체육관광부와 인천광역시가 공동주최한 <2009 문화의 달>을 기념하여 10월 16일에 개최한 학술대회의 주제는 "시민이 창조하는 문화의 세기: 문화예술발전과 국가경쟁력"이었다. 이는 정부 문화정책의 흐름이 서울 중심에서 지역 중심으로, 전문예술중심에서 시민 일상예술의 시대로 변화하고 있음을 의미한다. 따라서 지역에서의 시민 주체의 문화예술 활동 지원이 더욱 확대될 것으로 예측된다. 성남문화재단이 지난 9월 15일 개최한 <세계문화클럽포럼>은 영국, 미국, 일본, 독일, 불가리아 등 해외 5개국의 시민주체의 아마추어 예술 활동 전문가들이 한자리에 모인 매우 의미 있는 자리였다. 이번 모임을 계기로 국제적으로 아마추어 예술 관련자들의 시민 주체의 창조도시에 대한 비전과 지식이 공유되는 협력망이 구축될 전망이다.





그간 성취를 바탕으로 공유된 비전을 갖고 있는 국내외 도시 및 국가간의 자생적이고 수평적인 협력체계의 매개자 역할을 수행한다면 성남시는 시민 주체의 문화예술창조도시 생태계에 의미 있는 기여를 할 수 있을 것이다. 이에 따라 이제 국내에서 확산되고 있고 국제적으로 검증받은 우리 시민들의 문화예술창조역량을 더욱 육성하기 위한 노력이 필요할 때이다. 따라서 시민 주체의 창조도시의 성공적인 포지셔닝을 위한 전략 수립 및 실행 프로그램에 대한 지속적인 노력이 필요할 것이다.

효과적인 전략수립을 위해서는 아마추어 시민들에 대한 지원정책이 가능하기 위해서는 문화정책 개발을 통해서 새로운 예술 패러다임에 대한 연구가 필요할 것이다. 따라서 전문 예술창조자들의 예술을 매개하기 위한 예술경영과는 차별화된 새로운 아마추어 예술경영 이론 개발의 필요성이 제기될 것이다. 실무적인 차원에서는 아마추어 예술 증진을 위한 체계적인 정책구현방법론을 정립할 필요성이 요구될 것이다. 따라서 성남시가 그간 성취를 바탕으로 공유된 비전을 갖고 있는 국내외 도시 및 국가간의 자생적이고 수평적인 협력체계의 매개자 역할을 수행한다면 시민 주체의 문화예술창조도시 생태계에 의미 있는 기여를 할 수 있을 것이다.

● Memo



「2009 문화정책 대화모임」
우리 시민들의 문화예술 창조성을 어떻게 꽃 피울 것인가?

발 행 인 | 이대엽 · 이종덕

편 집 인 | 노재천

기획총괄 | 박승현

기획진행 | 오희영

발 행 처 | 성남문화재단

경기도 성남시 분당구 야탑동 757번지 성남아트센터

www.sncf.or.kr / www.snart.or.kr

인 쇄 | 맥스커뮤니케이션

발 행 일 | 2009.12

© 성남문화재단



