

Issue Paper

2006. 12. 22.

新문화도시 전략과 시사점

목차

요약

I. 현행 문화도시 구상의 한계

II. 문화도시의 개념

III. 한국의 성공사례

IV. 新문화도시 전략

V. 시사점

작성 : 전영욱 수석연구원(3780-8133)
jeonyo@seri.org

감수 : 김재윤 수석연구원(3780-8297)
jyk@seri.org

《 Executive Summary 》

이 보고서는 ① 현행 문화도시 구상의 문제점과 문화도시개념을 파악하고 ② 한국의 성공사례를 분석하여 ③ 기존의 문화도시 전략과 차별화된 한국적 新문화도시 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

한국 내의 문화도시 논의는 국민의 문화적 욕구 상승과 맞물려 2000년부터 본격화되기 시작하였다. 그러나 문화도시라는 목표는 명확한 데 반해 어떻게 하면 문화도시를 만들 수 있는지 그 전략이나 방법론에 대한 고민이 부족하여 이벤트성 대규모 문화시설이나 산업단지 조성에 그치고 있다.

따라서 한국의 현실에 적합한 문화도시를 건설하기 위해서는 유럽식의 물리적 문화환경 이미지에서 벗어나 한국적 특수성을 반영한 도시문화콘텐츠에 주목할 필요가 있다. 산업화와 도시화로 문화적 토양이 상당부분 훼손된 한국도시에서 자생하고 있는 도시문화콘텐츠는 해외 선진사례보다 시사하는 바가 훨씬 크다. 자생적 도시문화콘텐츠의 대표적 성공사례로는 미술대학을 중심으로 창조적인 문화지역이라는 가치를 발굴한 서울 홍대앞 클럽문화와 국제적 현대음악가 윤이상의 고향이라는 가치를 재발견한 통영국제음악제가 있다. 아울러 문화적 가치를 이식하여 성공한 경우로는 문화적 연고가 없는 지방에 문화예술마을 공동체를 조성한 과주 헤이리 아트밸리와 서울이 아닌 부산에서 국제영화제를 개최하여 정착시킨 부산국제영화제가 해당된다.

한국적 新문화도시 전략은 오랜 시간에 걸쳐 형성된 문화토양 위에서 성장한 유럽의 문화도시와는 다르게 도시문화콘텐츠를 문화동력으로 삼아 逆으로 문화토양을 배양하는 것을 목표로 한다. 한국인의 역동적인 문화경험을 통한 자신감은 문화콘텐츠를 재생산하고 문화토양을 단시일 내 축적하는 바탕이 될 수 있다. 한국적 新문화도시를 위한 전략은 첫째, 도시문화콘텐츠를 생산할 수 있도록 문화가치를 발굴하거나 새롭게 이식하는 것이다. 발굴할 만한 가치가 있는 문화콘텐츠는 쉽게 공감대를 형성하고 강한 추진력을 획득한다. 또한 문화적 자산이 부족한 경우에는 적합한 문화가치의 이식을 추진할 수 있는데, 이때 지속가능한 성공을 위해서는 무엇보다 강력한 리더십이 필요하다. 둘째는, 시간·공간과 결합하는 방안을 모색하여 도시문화콘텐츠를 동력화하는 것이다. 시간과의 결합은 축제와 같이 반복적으로 도시문화콘텐츠를 풀어놓는 방식으로 한국적 문화인프라인 다양한 '판'을 벌이는 것이 중요하다. 공간과의 결합은 도시문화콘텐츠가 형성된 이후 이에 적합한 시설이나 단지를 조성하는 것이 핵심이다. 셋째는, 도시문화콘텐츠의 확산을 위해 다양한 분야를 융·복합하는 것이다. 문화와 도시계획의 융합, IT와 결합된 창조지대의 조성, 문화를 통한 교육 등이 해당된다.

향후 문화도시는 그 조성과정을 문화운동으로 승화시켜 시민, 문화예술인, 기업의 참여를 더욱 확대할 필요가 있다. 또한 '先 도시문화콘텐츠 개발-後 문화시설 건립'이라는 단순한 원리가 철저히 지켜지는 가운데, 다양한 문화산업과 IT분야의 집적으로 자연스럽게 산업 활성화로 이어져야 할 것이다.

《 요 약 》

I. 현행 문화도시 구상의 한계

- 문화도시라는 목표는 정해졌으나, 어떻게 하면 문화도시가 될 수 있는지에 대한 명확한 전략이나 방법론은 미비
 - 한국에서 문화도시는 국민의 문화적 욕구 상승과 맞물려 2000년부터 본격적으로 논의되기 시작
 - 대책사업인 광주의 '문화중심도시조성사업'을 비롯하여 대부분의 지방자치단체가 문화도시를 주요 비전으로 채택
 - 그러나 한국적 도시의 특수성을 이해하지 못함으로써 이벤트성 대규모 문화시설이나 산업단지가 양산되고 있는 실정
 - 경제 수준 향상에 따라 높아진 국민의 문화적 욕구를 해소할 수 있는 장(場)으로 거듭나도록 한국적 특수성에 적합한 새로운 전략수립이 시급

II. 문화도시의 개념

- 현재의 한국도시 또한 그 자체로 한 시대를 반영한 문화적 소산이라는 전체하에 문화도시를 새롭게 정의하는 것이 필요
 - 지금까지 사용된 문화도시 개념은 유럽의 문화도시 사례와 같이 풍부한 문화자원과 문화적 환경을 갖추고 있는 도시를 의미
 - 이러한 물리적 환경을 중시하는 관점에서 벗어나 문화도시를 "도시인이 즐길 수 있는 다양한 문화콘텐츠가 풍부한 도시"로 새롭게 정의
 - 도시라는 공간을 전달매체로 한 문화콘텐츠를 '도시문화콘텐츠'로 정의
 - 도시문화콘텐츠가 많아지면 자연스럽게 문화도시로 발전하는 것이 가능

III. 한국의 성공사례

- 新문화도시 전략은 국내에서 성공한 자생적 도시문화콘텐츠의 유형을 분석하는 것에서부터 출발
 - 한국도시의 특수성을 감안할 때, 자생적 도시문화콘텐츠는 해외 선진사례보다 시사하는 바가 큼

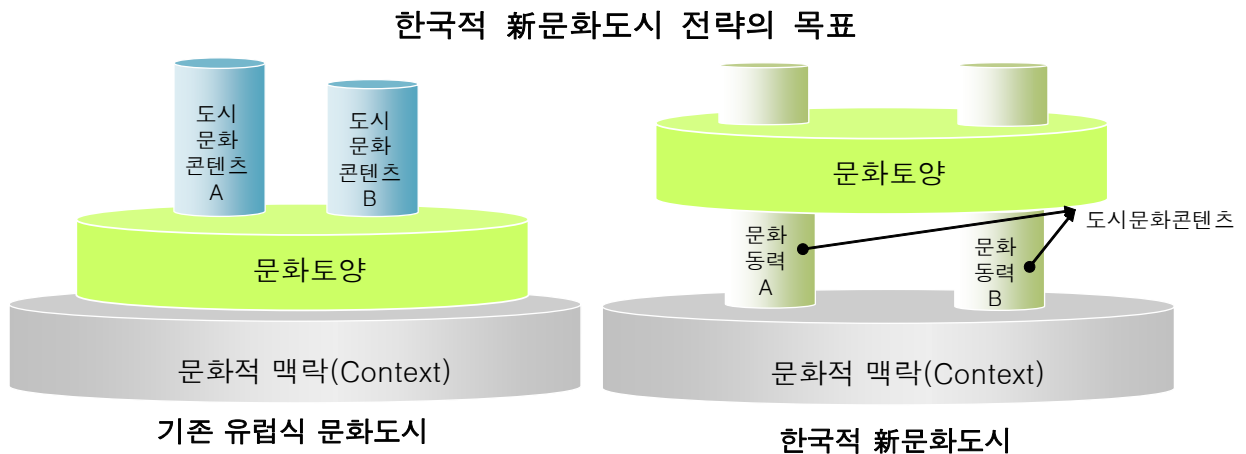
성공사례 분석

구분	성공사례	특징
문화적 가치의 발굴	공간과 결합 서울 홍대앞 클럽문화	<ul style="list-style-type: none"> - 미술대학에서 시작된 창조적인 젊은 예술인의 문화지역이라는 가치를 발굴 - 월드컵은 '홍대앞'의 클럽문화를 확산하는 계기가 됨 - 자연스럽게 발생한 거리벽화를 통해 '홍대앞'만이 가진 독특한 도시경관을 형성 - '홍대앞'은 미술, 음악뿐 아니라 문화전문업종이 밀집하면서 산업적 측면에서도 경쟁력을 갖추기 시작
	시간과 결합 통영 국제음악제	<ul style="list-style-type: none"> - 국제적 현대음악가 윤이상의 고향이라는 가치를 재발견한 뒤, 음악제라는 시간적 속성과 결합 - 윤이상이 가지고 있는 국제적 명성은 음악제가 세계적 위상을 가질 수 있도록 견인차 역할을 함 - 민관의 힘을 모아 재단을 설립하고 이를 중심으로 다양한 콘텐츠 개발에 집중 - 통영의 뛰어난 자연환경을 배경으로 지속성을 갖춘 축제로 성장
문화적 가치의 인식	공간과 결합 과주 헤이리 아트밸리	<ul style="list-style-type: none"> - 같은 뜻을 가진 370여 명의 예술인이 참여하여 다양한 문화 장르가 한 공간에서 소통할 수 있는 문화예술마을을 조성 - 문화의 생산뿐 아니라 문화비즈니스의 현장으로 활용 - 강력한 리더십을 바탕으로 전통적인 공동체정신을 실현 - 상호협조를 통해 개별 건축물을 아름답게 디자인하여 고품격 단지를 건설
	시간과 결합 부산 국제영화제	<ul style="list-style-type: none"> - 영화제가 전무하던 시절, 서울이 아닌 부산에서 몇몇 리더의 헌신적 노력으로 국제영화제를 성공리에 정착시킴 - 민간전문가 위주로 구성된 조직위원회가 영화를 선택하고 프로그램을 기획하는 등 운영의 효율성을 극대화 - 국제영화제의 성공으로 부산 전역에 자신감이 형성 - 단순한 축제에서 한 단계 나아가 필름마켓을 운영하는 등 생산적 영화제의 성격을 동시에 확보

IV. 新문화도시 전략

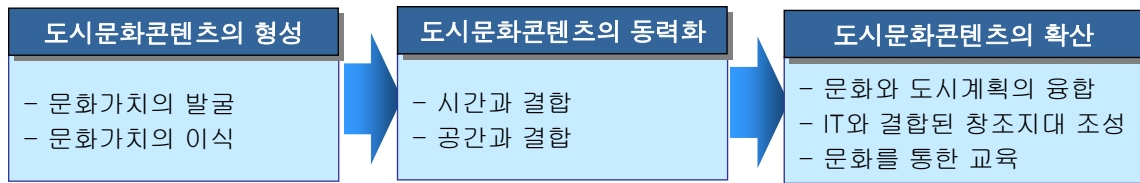
- 지난 5년간 한국적 도시의 특수성을 이해하지 못한 채, 유럽의 문화도시를 벤치마킹하여 전략을 수립
 - 자연스럽게 형성된 유럽의 문화도시와는 달리, 한국은 급격한 산업화·도시화로 문화토양과 도시문화콘텐츠가 파괴되어 있는 상황
 - 문화토양과 콘텐츠를 복구하는 데 많은 시간이 소요되므로 기존의 문화도시전략은 이벤트성 대규모 문화공간을 조성하는 데 치중

- 한국적 新문화도시전략은 자생력 있는 도시문화콘텐츠를 발굴하여 이를 동력원으로 삼아 逆으로 문화토양을 배양하는 것이 목표
 - 역동적인 문화경험을 통해 얻은 자신감은 도시문화콘텐츠를 재생산하고 문화토양을 단시일 내 축적하는 데 밑거름으로 작용할 것으로 기대



- 도시문화콘텐츠를 형성하고 이를 동력화하여 확산시켜나가기 위한 새로운 문화도시 전략을 도출

新문화도시 전략의 도출



□ 도시문화콘텐츠의 형성을 위해서 문화가치를 발굴하거나 새롭게 이식

- 발굴된 문화가치는 도시문화콘텐츠를 구성하고 향후 도시 전체에 지배적인 영향력을 행사함으로써 강력한 추진력과 공감대 형성이 가능
 - 'Zoom-in Process'와 'Zoom-out Process'를 활용
- 국내외적 인지도를 얻을 수 있는 문화적 자산이 부족한 경우, 국내외 문화 트렌드와 문화적 욕구를 파악한 뒤 적합한 도시문화콘텐츠를 기획
 - 이식된 문화가치가 지속가능성을 가지기 위해서는 강력한 리더십이 필요

□ 도시문화콘텐츠의 동력화를 위하여 시간이나 공간과 결합하는 방안을 강구

- 시간과 결합하는 방식은 시민들이나 방문객과 약속된 시간에 도시문화콘텐츠를 풀어놓는 것으로 반복적으로 일어날 때 더욱 효과적
 - 한국인의 문화감성을 표출할 수 있는 다양한 '판'을 벌이는 것이 중요
 - '판'은 한국적 문화인프라로서 한판이 끝나고 나면 다시 일상적인 생활 공간으로 환원하는 것이 가장 큰 특징
- 공간과 결합하는 방식은 시간의 제약 없이 같은 장소에서 같은 유형의 도시문화콘텐츠를 즐길 수 있도록 항상성을 보장하는 것
 - 도시문화콘텐츠가 형성된 이후 이에 적합한 시설이나 단지를 조성하는 것이 핵심

□ 도시문화콘텐츠의 확산을 위하여 다양한 분야 간의 융복합이 필요

- 문화와 도시계획의 융합: 미술관과 같은 제한된 공간에서만 즐길 수 있던 전시 분야를 도시계획과 결합하여 도시 전체에 확산
- IT와 결합된 창조지대의 조성: 문화예술과 과학 분야의 공통된 창조성에 주목하고 도시문화콘텐츠와 IT 분야를 결합할 수 있는 방안을 모색
 - 문화예술과 IT 종사자들을 끌어들이기 위한 다양한 소통창구와 작업장을 조성
 - 이후, 이들의 창조적인 활동을 통해 지역발전의 기반을 자연스럽게 지식 기반형 산업으로 전환하는 것이 가능
- 문화를 통한 교육: 문화가 가지는 순환구조에 따라 장기적인 안목에서 문화생산 및 소비계층을 확대하는 효과

V. 시사점

- 문화도시 조성과정을 문화운동으로 승화시켜 시민, 문화예술가, 기업이 기여할 수 있는 방안을 모색
 - 한 도시를 상징할 수 있는 건축물, 공원, 거리 등을 조성하고 참여와 기부운동을 확산시켜 모든 시민이 사랑하는 명소로 완성
- '先 도시문화콘텐츠 개발 - 後 문화시설 건립'을 추진
 - 도시문화콘텐츠가 어느 정도 궤도에 오를 때까지 시민들이 많이 모이는 거리, 광장 등을 활용하며, 기존의 소규모 공연장 등을 지원
- 도시별로 주요 산업 분야를 나누어 지원하는 등 문화산업에 대한 단편적인 접근을 지양
 - 문화산업은 여러 분야의 인재들이 모여 창조의 과정을 거쳐 완성되는 것으로 다양한 분야가 집적되어야 성공 가능성이 높음

I. 현행 문화도시 구상의 한계

일반 시민의 문화욕구 급상승

□ 2000년 이후, 시민들의 문화에 대한 욕구 표출로 크게 성공을 거두는 대형 공연이나 전시회가 등장

- '오페라의 유령(2002)'은 약 7개월 동안 유료관객점유율 94%, 연간 관객 30만 명으로 당시 140억 원의 뮤지컬시장에서 192억 원의 매출을 달성¹⁾
- '맘마미아'는 2004년 초연 이후 48만 명의 관객을 동원하였으며, 2006년 공연은 107회 동안 100% 객석점유율을 기록²⁾
- "대영박물관 한국전(2005)"은 서울에서만 약 38만 명의 관람객을 동원³⁾
- 부산에서는 약 18만 명, 대구에서는 약 12만 명이 방문

□ 전시, 공연, 연극, 영화 등 일반적인 문화예술행사 관람률도 높아지고 있는 추세

- 문화예술행사 관람률은 2000년 54.8%에서 2006년 65.8%로 증가하였으며, 연평균 관람횟수도 같은 기간 3.3회에서 4.7회로 많아짐

연간 문화예술행사 관람률

구분	2000년	2003년	2006
문화예술행사 관람률(%)	54.8	62.4	65.8
연평균 관람횟수(회)	3.3	4.5	4.7

주: 문화예술행사는 문학, 미술전시, 클래식·오페라, 전통예술, 연극(뮤지컬포함), 무용, 영화, 대중가요콘서트·연예를 포함

자료: 한국문화관광정책연구원, "문화향수 실태조사", 2000, 2003, 2006

1) 고정민, "산업화에 접어든 공연예술", 삼성경제연구소, 2003, p.44

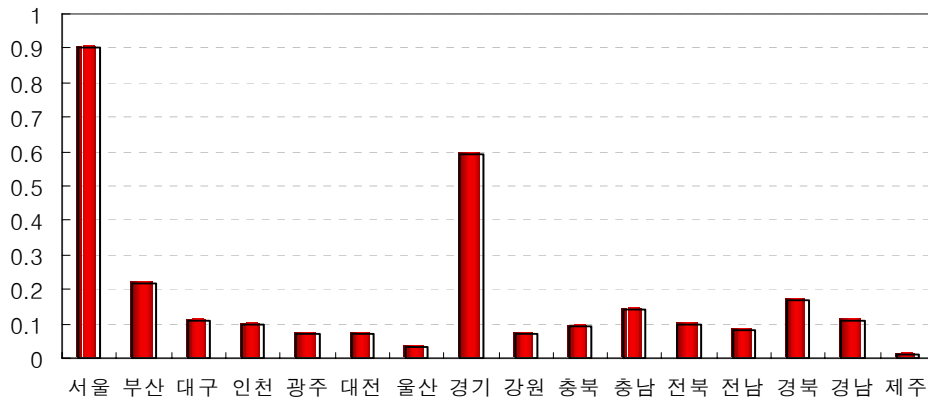
2) [http://www.mamma-mia.co.kr/\(2006.10\)](http://www.mamma-mia.co.kr/(2006.10))

3) 대영박물관 한국전 주최 조선일보사 내부자료

혼선을 거듭하고 있는 '문화도시' 전략

- 한국에서 문화도시는 국민의 문화적 욕구 상승과 맞물려 2000년부터 본격적으로 논의되기 시작
 - 문화를 신성장동력원으로 인식하고 인위적으로 문화도시를 조성하고자 하는 시도
 - 2002년 대통령 공약과 국가균형발전 차원에서 시작된 광주의 '문화중심도시' 조성을 국책사업으로 추진
 - 향후 전주전통문화도시, 경주역사문화도시 조성도 추진할 계획
 - 대부분의 지방자치단체가 문화도시를 표방하고 있으며, 이를 주요 비전으로 채택
- 문화도시라는 목표는 정해졌으나, 어떻게 하면 문화도시가 될 수 있는지에 대한 명확한 전략이나 방법론은 미비
 - 5년간 채택된 전략은, 이전부터 추구해온 방식인 문화예술 지원에 덧붙여 문화환경 조성과 문화산업 활성화가 단순조합을 이루고 있는 형태
 - '문화환경 조성'은 유럽도시와 같은 문화적 품격을 지닌 도시환경으로 바꾸고자 하는 것
 - 아름다운 도시경관, 역사환경 보전 등의 문제를 중요시하고 있으나, 실질적으로는 대규모 문화시설 건립, 이벤트성 축제 등으로 나타남
 - '문화산업 활성화'는 도시경제 활성화를 위해 문화산업을 이식하고자 하는 노력
 - 수도권을 제외한 지역의 문화산업 발전기반이 아직은 열악한 가운데, 각 도시의 산업환경에 적합하지 않는 문화산업클러스터 조성 사례가 속출

문화산업 특화환경 종합절대지수 비교



주: 문화산업 특화환경지수는 문화산업 발전기반을 파악하기 위한 목적으로 연관산업, 지원산업, 인력양성, 문화자산으로 구분하여 도출

자료: 문화관광부·한국문화콘텐츠진흥원, "문화산업클러스터 지형도 작성을 통한 지역문화 산업육성방안", 2006. p.220

□ 한국적 도시의 특수성을 이해하지 못함으로써 자생력 없는 문화공간이 양산되고 있는 실정

- 이벤트성 대규모 문화시설 건립은 시민의 자발적 참여를 이끌어내기 어렵고, 일반인과 괴리된 박제문화(剝製文化)로 전략할 우려가 높음
- 콘서트홀, 오페라하우스, 미술관 등 대규모 문화시설이 자생력을 가지지 못할 때 도리어 도시재정을 압박하는 요인으로 작용
- 경제 수준 향상에 따라 높아진 문화적 욕구를 해소할 수 있는 장(場)으로 거듭나도록 한국적 특수성에 적합한 새로운 전략 수립이 시급

최근 계획된 주요 복합문화공간

구분	개관연도	연면적(만 평)	총사업비(억 원)
광주 국립아시아문화전당	2010(예정)	4.3	7,174
고양 일산아람누리	2007(예정)	1.6	1,236
고양 덕양어울림누리	2004	2.2	2,357
안산 문화예술의 전당	2004	1.4	974

주: 총사업비는 추정치

자료: 광주아시아문화중심도시 홈페이지, 고양시청 홈페이지, 안산시청 홈페이지 등 (2006.9)

II. 문화도시의 개념

도시 자체가 문화의 산물

- 지금 우리가 살고 있는 도시는 인간의 삶이 반영된 문화의 소산
 - 문화란 협의로는 고급문화나 예술을 의미하기도 하나, 광의로는 생활양식, 사회적 관계를 포함한 인류 삶의 모습을 통칭
 - 한 시대만을 반영하는 예술품이나 유명 건축물, 유물과는 달리, 도시는 오랜 기간에 걸쳐 축적된 인간의 삶을 보여주는 살아 숨쉬는 작품
 - 오래된 석조건축물로 둘러싸인 유럽의 도시나 급격한 도시화·산업화의 과정을 겪은 한국의 도시도 모두 문화적 산물
- 도시의 현재 모습은 그 물리적 형태뿐만 아니라 그 속에서 살고 있는 사람들의 생활양식, 문화풍토, 행정의 효율성 등에 의해 결정
 - 유럽의 도시는 역사적 산물인 아름다운 도시공간을 개인적으로 활용하기 보다는 공공적 차원에서 보존하고 전수하고자 한 문화풍토에 기인
 - 한국은 급격한 산업화와 개인적 상업주의에 의해 문화적 정체성이 훼손되면서 현재의 도시경관을 형성

문화도시의 개념 정립

- '문화도시'라는 용어는 1980년대 중반 유럽에서 구체적으로 사용하기 시작
 - 1970년대 이후 유럽의 도시는 도심 외곽에 들어선 공장지대로 인해 공해가 사회적인 문제로 등장
 - 역사적 건축물로 이루어진 구도심까지 위협받는 상황에 직면

- 공단과 슬럼으로 변한 도심을 재생하기 위한 프로젝트에 예술가의 참여를 유도하고 '문화'를 변화의 핵심요소로 인식
- 영국의 항구도시를 문화도시로 재건한 리버풀, 음악과 영상단지를 만든 셰필드, 프랑스 탄광도시인 낭시의 세계실험연극제 등이 대표적

비틀즈의 고향, 영국의 리버풀

- 영국의 항구도시 리버풀은 1970년대 이후 경제적 낙후로 도시재건이 필요한 시점에 비틀즈가 탄생한 도시로서 문화자산을 적극 활용하여 성공
- 중심지역에는 비틀즈의 맥을 이어가는 카페, 클럽을 유치
- 1980년대 알버트 독(Albert Dock) 재개발을 통해 비틀즈 박물관인 비틀즈 스토리, 현대 화가들의 작품을 전시해둔 테이트 리버풀, 해양박물관인 머지사이드 패러다임 뮤지엄 등이 입지

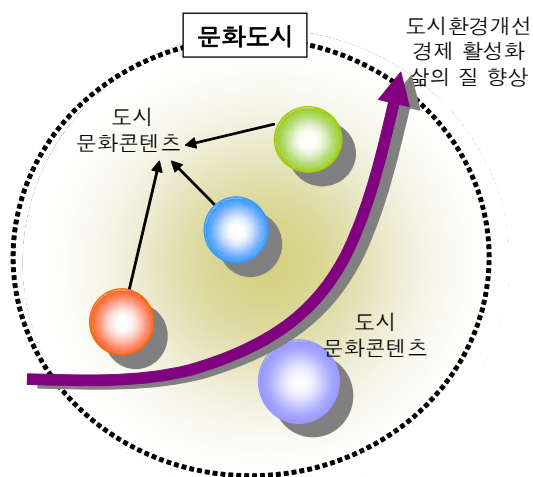
자료: 문화관광부·문화중심도시조성추진기획단, "해외문화도시사례분석", 2006
서울대 환경계획연구소, 『문화환경가꾸기 매뉴얼』, 문화관광부·한국문화관광정책연구원, 2003

- 이러한 사회적 분위기 속에서 유럽의회에서는 '문화유산의 보존과 유럽의 문화적 통합에 기여한 도시'를 매년 문화도시로 지정
 - 1985년 그리스 아테네를 문화도시로 지정한 이후 매년 1개 도시 이상을 선정
- 지금까지의 문화도시 개념은 풍부한 문화자원과 문화적 환경을 갖추고 있는 도시를 의미
- 유럽의 문화도시 사례와 같이 문화를 매개로 한 도심지 리모델링, 아름다운 경관 보존, 문화시설 건립 등 물리적 환경 조성이 주된 내용
 - 아울러 문화예술에 대한 효율적인 정책지원과 문화산업을 성공적으로 육성한 도시까지를 포괄

□ 현재의 한국도시 또한 그 자체로 한 시대를 반영한 문화적 소산이라는 전제하에 문화도시를 새롭게 정의하는 것이 필요

- 물리적 환경을 중시하는 관점에서 벗어나 문화도시를 "도시인이 즐길 수 있는 다양한 문화콘텐츠가 풍부한 도시"로 새롭게 정의
 - 도시라는 공간을 전달매체로 한 문화콘텐츠를 '도시문화콘텐츠'로 정의
 - 도시문화콘텐츠에는 공연, 음악, 미술 등의 문화예술 분야뿐만 아니라 도시민의 라이프스타일, 디지털 문화콘텐츠까지도 포함
- 도시문화콘텐츠가 많아지면 자연스럽게 문화도시로 발전하는 것이 가능
 - 다양한 도시문화콘텐츠는 공간과 결합하면서 도시환경을 개선하고, 이를 즐기려는 사람들을 집적시켜 산업화의 토대를 형성
- 도시문화콘텐츠를 바탕으로 한 문화도시조성은 삶의 질 향상은 물론 문화, 관광 및 관련 융·복합산업의 발전을 도모하는 것이 목적

문화도시와 도시문화콘텐츠



Ⅲ. 한국의 성공사례

- 新문화도시 전략은 국내에서 성공한 자생적 도시문화콘텐츠의 유형을 분석하는 것에서부터 출발
 - 한국도시의 특수성을 감안할 때, 자생적 도시문화콘텐츠는 해외 선진사례보다 시사하는 바가 큼
 - 한국의 많은 도시에서는 민간 주도로 자연스럽게 발생하거나 민관협력으로 만들어진 도시문화콘텐츠들이 속속 등장

도시문화콘텐츠의 유형과 사례



- 자생적 도시문화콘텐츠는 그 지역에 내재되어 있는 문화적 가치를 발굴하는 경우와 새롭게 이식하는 경우로 크게 구분
 - 문화적 가치를 발굴하는 경우는 누구나 공감할 수 있는 공유가치 형성이 쉬워 성공할 가능성이 높음
 - 미술대학에서 시작된 창조적인 젊은 예술인의 문화지역이라는 가치를 공간과 결합한 서울 홍대앞 클럽문화
 - 국제적 현대음악가 윤이상의 고향이라는 가치를 재발견하고 음악제라는 시간속성과 결합하여 성공한 통영 국제음악제
- 문화자산이 부족함에도 불구하고 문화적 가치를 이식하여 성공하는 경우는 강력한 리더십이 성공의 열쇠

- 문화예술마을 공동체를 조성하기 위하여 관련 인사들의 자발적 참여를 이끌어낸 파주 헤이리 아트밸리
- 영화제가 전무(全無)하던 시절, 서울이 아닌 지방에서 국제영화제를 성공리에 정착시킨 부산국제영화제

1. 문화적 가치의 발굴

1) 서울 홍대앞 클럽문화

월드컵을 계기로 홍대앞의 문화적 가치를 재발견

- '홍대앞'이란 홍익대학교 미술대학과 이와 관련된 화방, 공방, 미술학원, 작업실, 갤러리 등이 모여 형성된 공간
 - '홍대앞'은 남녀노소를 불문하고, 미대를 중심으로 한 문화지역이라는 인식이 강함
 - 1955년 홍익대학이 현 위치로 이전한 후, 1980년대를 거치면서 홍대정문을 중심으로 한 거리에는 미술과 관련된 공간들이 등장
 - 이 지역은 마포구 상수동, 서교동이라는 행정구역명보다 '홍대앞'이라는 명칭이 더 일반적으로 통용
- 홍대 미대가 가지고 있는 문화계의 위상과 더불어 창조적인 젊은 예술인이나 학생들이 자연스럽게 모일 수 있는 분위기를 형성
 - 1990년대 이후, 대중음악의 상업적이고 획일화된 음악에서 탈피하고자 하는 음악인을 중심으로 언더그라운드 클럽문화를 형성
 - 특히 홍대지역의 댄스클럽은 작가들의 작업실을 모태로 음악, 춤, 음료가 가미되면서 클럽으로 발전한 것

- 2001년 월드컵 개최를 앞두고 서울 월드컵 경기장과 인접해 있으면서 외국인의 방문이 많은 '홍대앞'을 관광상품으로 재인식
 - 2001년 3월 '클럽데이(Club Day)'라는 행사를 성황리에 개최
 - 이후 매월 넷째 주 금요일에는 티켓 한 장으로 모든 클럽을 이용할 수 있는 형식으로 정착
 - 언론을 통해 클럽이 대안적 문화공간으로 소개되면서 클럽에 대한 문화적 인식이 확산

클럽문화

- 클럽은 사람들이 정기적으로 만나서 공통된 관심사를 이야기하는 장소로서 음악과 밀접한 관련을 맺으면서 발달
- 영국의 문화학자 사라손튼(S.Thornton)은 클럽문화를 청년하위문화로서, 댄스클럽과 클러버(Clubber, 클럽문화를 즐기는 사람들)를 중심으로 사운드와 스타일이 끊임없이 제시되고 변화되는 특정 공간과 관련된 문화로 규정
- 클럽문화의 성격은 고유의 음악과 춤으로 대표되지만 사람과 대화가 공존하는 복합문화공간으로서 역할을 수행

자료: 이무용, 『지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략』, 서울: 논형, 2005, pp.167-174

- 월드컵을 통해 광장문화를 경험한 세대에게 홍대의 클럽문화는 또 다른 문화적 도전으로서의 가치를 형성
 - 현재 클럽데이에는 매회 1만 명에 가까운 인파가 몰려들고 있으며, 2004년 시작한 사운드데이(Sound Day)에는 2,000명이 넘는 관객이 방문⁴⁾
 - 사운드데이는 재즈, 록, 펑키, 실험적인 크로스오버 공연까지 장르를 초월한 공연을 한 장의 티켓으로 즐길 수 있는 행사

4) 클럽문화협회대표 인터뷰(2006. 8. 22.)

클럽데이와 사운드데이 로고



자료: 클럽문화협회 홈페이지(2006. 9)

서울의 중요한 문화창조지대로서의 역할을 수행

- 자연스럽게 발생한 거리벽화 등을 통해 '홍대앞'만이 가진 독특한 도시경관을 형성
 - 획일화되지 않은 다양한 거리경관은 홍대앞의 정체성을 강화하는 장치로서 기능

홍대앞 거리경관



- '홍대앞'은 미술, 음악뿐만 아니라 연극, 디자인, 출판, 광고, 패션 등 문화 전문업종이 밀집하여 산업적 측면에서도 경쟁력을 갖추기 시작
 - 작업실 219개, 미술학원 102개, 출판사 92개, 소극장 및 갤러리 21개소 등이 입지(2004년 기준)⁵⁾
 - '홍대앞'은 젊은 예술가, 문화인을 위한 문화인큐베이터로서의 역할을 수행

5) 이무용, 『지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략』, 서울: 논형, 2005, p.158

□ '홍대앞' 지역의 상권 활성화와 클럽데이 및 사운드데이의 산업화를 위하여 클럽문화협회 주도로 다양한 프로그램을 시도⁶⁾

- 공간문화센터와 클럽문화협회를 중심으로 클럽데이 행사를 기획하고 클럽연대조직을 강화
- 클럽문화주체들의 비전 공유 및 참여 채널 역할을 수행

클럽문화협회 창립 과정

- 2001. 3. 제1회 클럽데이 행사 개최
- 2001.12. 공간문화센터와 클럽데이 소속 클럽 공동으로 클럽데이추진위원회를 구성
- 2002. 2. 공간문화센터는 홍대지역의 월드컵 관련 지역행사에 대한 서울시의 행·재정지원계획을 공식적으로 이끌어냄
- 2003.12. 시민단체, 도시문화전문가, 클럽주회의, 공간문화센터를 중심으로 클럽문화협회 발족
- 2004. 4. 라이브 클럽 음악축제인 사운드데이 시작

자료: 클럽문화협회, 『클럽문화백서 2006』, 서울: 클럽문화협회, 2006, p.35

- 클럽과 연계된 '홍대앞'의 상권을 통합하기 위하여 카드사 제휴 등을 통해 멤버십 체계를 구축하는 방안을 모색
- 사운드데이 오디션을 거쳐 선발된 인디뮤지션 중 5~7개의 팀을 선정하여 스폰서와 협력해 음원제작을 실현

2) 통영국제음악제

국제적 현대음악가 윤이상을 재평가

□ 통영은 세계적인 음악가 윤이상(1917~1995년)의 고향이라는 문화적 자산을 발굴

6) 클럽문화협회대표 인터뷰(2006. 8. 22.)

- 윤이상은 1920년 통영으로 이주하여 보통학교를 마친 뒤, 서울과 일본에서 수학한 후 통영으로 돌아와 교사생활을 시작
 - 1950년대 다시 프랑스를 거쳐 독일로 유학하여 음악가로서 활동하였으며, 유럽 현대음악계의 주목을 받기 시작
- 1967년 "동베를린 간첩단사건"에 연루된 이후 사상범으로 평가절하되었으나, 1998년부터 음악가로서 국제적 명성을 인정받기 시작

윤이상의 편지

"내가 고국에서 할 수 있는 일은 무엇이였을까. 내가 20년이나 15년만 일찍이 고국에 자유로이 갈 수만 있었더라도 나는 많은 일을 할 수 있었을 것이다. 작곡을 가르치고 외국과의 교류나 남북 간의 음악교류, 그 밖에 나의 오랜 소망인 남도창을 현대화하는 작업이다."

(죽기 1년 전, 한국 음악계의 대대적인 윤이상 음악축제 기획이 무산될 즈음)

자료: 윤이상 평화재단 홈페이지(2006. 9)

- 1999년 '윤이상 가곡의 밤'과 2000, 2001년의 '통영현대음악제'를 거쳐 2002년부터 '통영국제음악제'를 시작
 - 국제 윤이상협회 한국위원회 사무국장은 당시만 해도 부정적 이미지가 강했던 지역 출신 예술가에 대한 가치를 재평가하는 데 견인차 역할
 - 윤이상의 생애를 다큐멘터리로 제작한 마산 MBC PD 등과 윤이상 음악제를 구상
 - '윤이상'에 대한 새로운 가치 발굴로 지방 소도시에서 열리는 음악제라는 벽을 뛰어넘어 통영 이외 지역 사람들의 높은 참여를 이끌어냄
 - 통영 시민 외에 타 지역에서 방문하는 비중이 60.8%를 차지하였으며, 그 중 서울과 경기도에서 방문하는 비중이 16.1%(2004년 기준)⁷⁾

7) 백선혜, 『장소성과 장소마케팅』, 서울: 한국학술정보, 2005, p.260

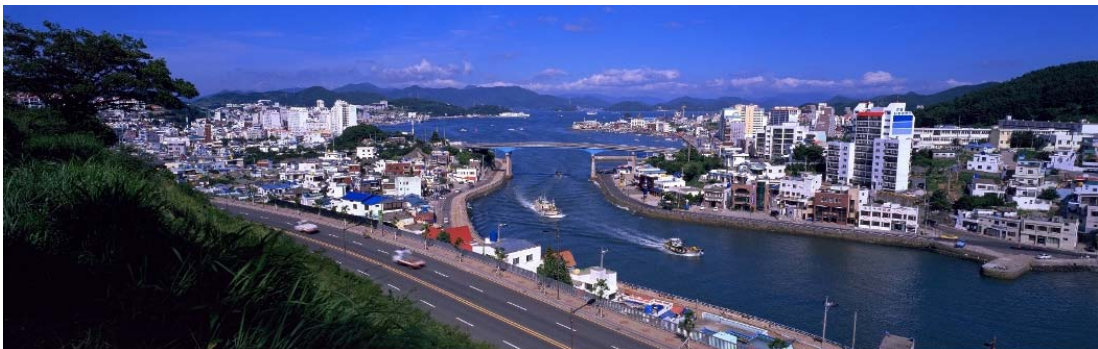
□ 음악가로서 윤이상⁸⁾이 가진 국제적 명성은 통영국제음악제가 세계적 위상을 확보할 수 있게 하는 든든한 기반으로 작용

- 미국의 저명 작곡가인 스티브 라이히(Steve Reich)를 비롯하여 세계적인 음악가들이 윤이상 고향에서 열리는 음악제에 참여
 - 지금까지 정명훈, 하인츠 홀리거(Heinz Holliger), 주빈메타(Zubin Mehta) 등의 유명 음악가들이 방문
- 통영국제음악제 가을 시즌에 개최되는 경남국제음악콩쿠르는 2006년 5월 UNESCO 산하 국제음악콩쿠르 세계연맹의 정식 가입자격을 획득
 - 국내에서는 첫 번째, 아시아에서 두 번째로 세계연맹이 가입을 승인⁸⁾

통영의 뛰어난 자연환경을 배경으로 지속성을 갖춘 축제로 성장

□ 우수한 자연경관을 갖춘 통영항은 음악이 흐르는 아름다운 도시로 자리매김하는 데 크게 역할

통영운하 전경



자료: 재단법인 통영국제음악제

- 현재 통영국제음악제가 열리고 있는 통영시민문화회관은 남망산공원 내에 위치하여 통영항 조망이 가능
 - 통영시민문화회관은 대공연장(880석)과 소공연장(290석)을 갖추고 있으며 지금까지 통영국제음악제의 메인 음악홀로 사용

8) 통영국제음악제 홈페이지 보도자료(2006. 9)

- 한려해상국립공원에 해당하는 통영의 아름다운 자연환경과 풍부한 해산물은 음악 외적인 경쟁력으로 작용

- 민관의 힘을 하나로 모아 재단을 설립하고, 이를 중심으로 다양한 콘텐츠 개발에 집중
 - 2002년 통영국제음악제의 시작과 함께 재단법인 통영국제음악제를 설립
 - 조직 전체를 총괄하는 이사회와 재단 주관 행사의 프로그램을 결정하는 사무국으로 구성

 - 재단은 아시아권 현대음악의 노하우를 축적하고 통영국제음악제를 통해 음악관계자들이 모이는 장소로서의 역할을 수행하기 위해 노력

 - 더 많은 음악 콘텐츠를 만들어내기 위하여 2001년 TIMF 앙상블을 창단하여 운영
 - TIMF 앙상블은 통영국제음악제의 홍보대사 역할을 수행
 - 한국을 대표하는 현대음악 전문 연주단체로서 한 해에 20회 이상 국내외 연주회를 가짐

 - 1년에 1회 개최되는 음악제에서 탈피하여, 2004년부터 연중 열리는 음악제를 기획
 - 봄, 가을의 2개 시즌과 국제 윤이상아카데미를 포함한 다양한 행사들로 구성

- 통영국제음악제의 높은 객석점유율과 일반인들이 참여하는 프린지 페스티벌의 확대로 문화저변을 확충
 - 통영국제음악제의 공식공연은 2002년 1회부터 2006년 5회까지 매년 평균 9,583명이 관람하여 객석점유율 79%를 유지

- 통영시내 곳곳에서 열리는 프린지 페스티벌의 관람객 수는 2002년 2만 400명에서 2006년 7만 9,800명으로 지속적인 증가 추세

관람인원 및 객석점유율 추이(공식공연)

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	평균
관람인원(명)	9,292	7,877	11,313	11,876	7,556	9,583
객석점유율(%)	75	70	83	75	92	79

자료: 재단법인 통영국제음악제 내부자료

프린지 및 야외행사 관람인원 추이(비공식공연)

연도	참가팀 수(개)	공연횟수(회)	관람인원(명)
2002년	30	50	20,400
2003년	37	52	28,700
2004년	43	57	41,100
2005년	54	69	59,300
2006년	71	108	79,800

자료: 재단법인 통영국제음악제 내부자료

2. 문화적 가치의 이식(移植)

1) 파주 헤이리 아트밸리

문화예술마을 공동체 실현을 실험 중

□ 같은 뜻을 가진 370여 명의 예술인이 참여하여 다양한 문화장르가 한 공간에서 소통할 수 있는 문화예술마을을 조성

- 1997년 발족된 헤이리 아트밸리 건설위원회는 15만 평 규모의 부지를 공동구매하여 주택, 작업실, 박물관, 갤러리 등을 건축
 - 한국토지공사에 의해 조성된 '통일동산 개발촉진지구' 내 한 블록을 구입한 후, 헤이리 아트밸리를 조성

- 2003년 입주를 시작하여 2006년 8월 현재 준공된 건축물이 94개소, 신축 중인 건축물이 34개소로, 분양된 필지의 40%가 완성된 상태⁹⁾
- 이 밖에 설계 중인 건축물이 31개소, 건축심의 중인 것이 9개소, 건축허가가 난 것이 51개소에 달함

- '헤이리'라는 이름은 경기 파주지역에 전해오는 전래농요인 '헤이리 소리'에서 따옴

헤이리 아트밸리 토지이용 현황

(단위: 평)

구분	주거지구	비즈니스지구	생활편익시설	녹지	도로	주차장	기타	합계
면적 (%)	11,996 (7.9)	74,479 (48.9)	1,619 (1.0)	43,667 (28.7)	15,798 (10.4)	4,580 (3.0)	143 (0.1)	152,282 (100.0)

주: 생활편익시설 면적은 커뮤니티하우스(마을회관) 부지를 포함

자료: 김종규·김준성, 『헤이리건축설계지침』, 헤이리 아트밸리, 2001을 참조

□ 헤이리 건설을 통하여 새로운 형식과 내용의 문화예술적 실험을 시도

- 문화예술인이 구상한 문화프로그램과 사업아이템, 문화예술정신을 펼치기 위하여 헤이리 아트밸리를 조성
- 향후 문화의 생산뿐만 아니라 다양한 교류가 이루어지는 문화비즈니스 현장으로 활용할 예정
- 헤이리의 공간적 특성에 맞추어 각기 특화된 문화상품을 생산하고 유통하는 장으로 활용

- 음악가, 미술가, 건축가 등 다양한 분야의 문화예술가가 한 곳에 모임으로써 시너지 효과를 기대할 수 있게 됨
- 여러 예술장르가 결합하는 크로스오버 현상이 국제문화예술계의 공통된 이슈

9) 헤이리 아트밸리 사무국 인터뷰(2006. 9. 8.)

- 궁극적으로 헤이리 아트밸리는 세계를 향한 문화발신지로서 자리매김하는 것이 목표
 - 2007년부터 벌어질 국제적 규모의 종합예술축제인 '판 페스티벌'에 앞서 시범적으로 '2006년 프레 판 페스티벌'을 개최
 - 미술과 음악, 무용과 연극, 재즈와 국악, 동양과 서양이 어우러지는 30여 편의 공연과 10여 건의 전시, 심포지엄 등으로 구성
 - 판 페스티벌 등 여러 형태의 국제교류행사를 진행하여 헤이리를 중심으로 세계 문화예술계와 네트워크를 구축

강력한 리더십을 바탕으로 한 공동체 정신의 부활

- 헤이리 아트밸리의 성공적인 조성은 문화예술계 인사의 자발적 참여를 끌어낸 리더십의 결과
 - 헤이리 초대 이사장을 중심으로 1997년 헤이리위원회를 발족하고 370여 명의 서로 다른 문화예술인의 뜻을 하나로 모음
 - 건설위원회, 환경디자인위원회, 생활문화경영위원회 등을 구성하여 현재의 체계를 갖추
- 헤이리 아트밸리 조성 과정에서 전통적인 공동체 정신이 부활
 - 회원가입 신청 시 문화적 도시경관을 조성하기 위한 건축지침 준수 등에 동의하는 절차를 거쳐 입주민의 적극적 참여를 유도
 - 조성 취지에 맞는 문화시설을 본인 소유 건물에 3분의 2 이상 설치하여 유지하는 것을 의무화¹⁰⁾
 - 간판의 규격, 디자인, 색상도 헤이리의 자체 환경디자인위원회의 심의를 거쳐 결정

10) 헤이리 아트밸리 사무국 인터뷰(2006. 9. 8.)

- 매달 주민회의를 개최하여 헤이리의 성공적인 조성방안 및 향후 문화예술행사 등에 관해 지속적으로 논의
- 상호협조를 통해 개별 건축물을 아름답게 디자인하여 고품격 단지를 건설
- 원래 있던 산지와 자연수로 등 자연지형을 그대로 살리면서 문화예술을 주요 테마로 하여 공사를 진행
 - 국내외 대표 건축가가 대거 참여하였으며, 건축물 간의 조화를 위해 건축 코디네이터가 건축지침을 마련
 - 건물은 용적률 100% 이하, 건폐율 50% 이하, 층수 3층 이하로 제한하며, 자연환경과 조화롭게 외관을 디자인하고 간판을 최소화하는 데 주력
 - 건축이 가능한 최대범위와 위치를 건축지침 속에 포함하여 이를 입주민이 준수하도록 유도

헤이리의 다양한 건축물



2) 부산국제영화제

서울이 아닌 지방에서 성공한 국제영화제

- 한국 영화산업의 중심지인 서울이 아니라 부산에서 국제영화제를 성공리에 개최할 수 있었던 것은 리더십의 산물

- 부산지역에서 아시아 영화를 연구하던 젊은 연구자들과 이들과 뜻을 같이한 영화평론가 등이 국제영화제를 만들기 위한 노력을 시작
- 1992년 이탈리아 페사로 영화제 한국영화특별전에 참석한 뒤, 부산국제영화제를 기획
- 1995년 국제영화제 준비팀을 구성하고 집행위원장을 중심으로 제1회 부산국제영화제를 준비
- 강력한 비전과 끊임없는 설득으로 부산광역시와 후원자의 재정적 지원을 끌어내는 데 성공

1995년 당시 서울과 부산의 영화산업 비교

구분	서울	부산
사업체 수(개)	1,183	212
종사자 수(명)	11,146	693

자료: 통계청 사업체 기초통계조사

- 1996년 2월 부산국제영화제 조직위원회가 사단법인으로 발족하여 영화제의 개최와 운영을 담당
 - 민간전문가 위주로 조직위원회를 구성하여 운영의 효율성을 극대화
 - 전문 프로그래머가 영화를 선택하고 프로그램을 기획
 - 부산광역시는 예산지원, 대시민 홍보, 관련 기관 협조 등의 간접지원에 주력
- 부산국제영화제 예산은 국고보조금과 부산시의 예산지원, 민간의 스폰서십으로 조달
- 1996년 제1회 행사를 시작한 이래, 아시아 영화의 최신작과 능력 있는 감독을 발굴하여 아시아를 대표하는 영화제로 부상

- 상업적인 할리우드 영화를 배제하고 아시아 영화를 중심으로 운영하여 영화제의 정체성을 확립
 - 메인 섹션인 '아시아 영화의 창'에서 세계적으로 주목받을 만한 아시아 영화를 엄선해서 소개
- 초청 작품 수가 제1회 31개국 169편에서 제11회 63개국 245편으로 증가
 - 2006년 제11회 영화제까지 연평균 약 17만 명의 관객이 참여
- 2003년 제8회 영화제에는 칸느, 베니스, 베를린영화제의 집행위원장들이 모두 방문하는 등 국제적으로 영화제의 위상이 제고

부산국제영화제 개최 현황

구분	상영작품 수	관람객 수(명)
1회(1996)	31개국 169편	184,071
2회(1997)	33개국 163편	170,206
3회(1998)	41개국 211편	192,547
4회(1999)	53개국 207편	180,914
5회(2000)	55개국 207편	181,708
6회(2001)	60개국 201편	143,103
7회(2002)	55개국 226편	167,349
8회(2003)	61개국 243편	165,103
9회(2004)	63개국 262편	166,164
10회(2005)	73개국 307편	192,970
11회(2006)	63개국 245편	162,835

자료: 부산국제영화제 홈페이지(2006.11)

국제영화제의 성공으로 부산 전역에 자신감이 형성

□ 영상문화도시로서 부산의 위상이 높아지자 시민의 인식도 변화

- 국제영화제로 높아진 도시브랜드를 바탕으로 2005년 APEC 정상회의를 성공적으로 개최하는 등 점차 세계적인 도시로 성장

- 해운대구 센텀시티 개발을 통해 시네포트(Cine-Port)단지를 조성하고 영상산업을 활성화하기 위한 노력을 경주
- 국제영화제 기간 중에 일시적으로 만들어지는 수준 높은 도심경관이 점차 부산시 전역으로 확산
 - 수영만 요트장에 5,000석 규모의 야외상영시설을 설치하여 개·폐회식장으로 활용함으로써 인상깊은 영화제로 자리매김¹¹⁾
 - 남포동과 해운대구 일대의 상업영화관을 임대하여 출품작을 상영하고 있어 이 일대가 축제의 장으로 변화

부산국제영화제 개최기간 중의 경관요소



자료: 부산국제영화제 홈페이지

- 단순한 축제에서 한 단계 나아가 부산국제영화제 기간 동안 필름마켓을 운영하여 생산적 영화제의 성격을 동시에 확보
 - 2006년부터 기존의 PPP(Pusan Promotion Plan)와 BIFCOM(Busan International Film Commission) 등을 통합하여 아시안필름마켓으로 개최
 - 2006년 40개국 총 562개 회사에서 온 관계자 3,500명이 참가¹²⁾
 - PPP는 1998년 제1회를 시작으로 부산국제영화제 기간에 운영되어온 국제필름마켓

11) 현재 부산국제영화제의 전용관 역할을 할 부산영상센터(두레라움) 건립을 추진 중

12) 부산국제영화제 홈페이지(2006. 11)

- 아시아권 감독·제작자와 유럽 및 북미시장의 투자자, 배급사를 연결하는 프리세일즈(Pre-Sales) 마켓으로 출발
- 2006년의 PPP에서는 40편의 공식 프로젝트에 총 710회(2005년 600회)의 미팅이 성사

- 2001년부터 시작된 BIFCOM은 북미와 유럽, 아시아 주요 도시의 필름커미션, 장비업체, 스튜디오업체가 참석하여 로케이션에 대한 미팅을 개최
 - 로케이션 외에 후반작업 관련 유치 및 상담도 이루어짐

- 배우들과 매니지먼트사, 캐스팅 디렉터를 연결해주고자 2006년 처음으로 '스타 서밋 아시아(Star Summit Asia)'를 도입

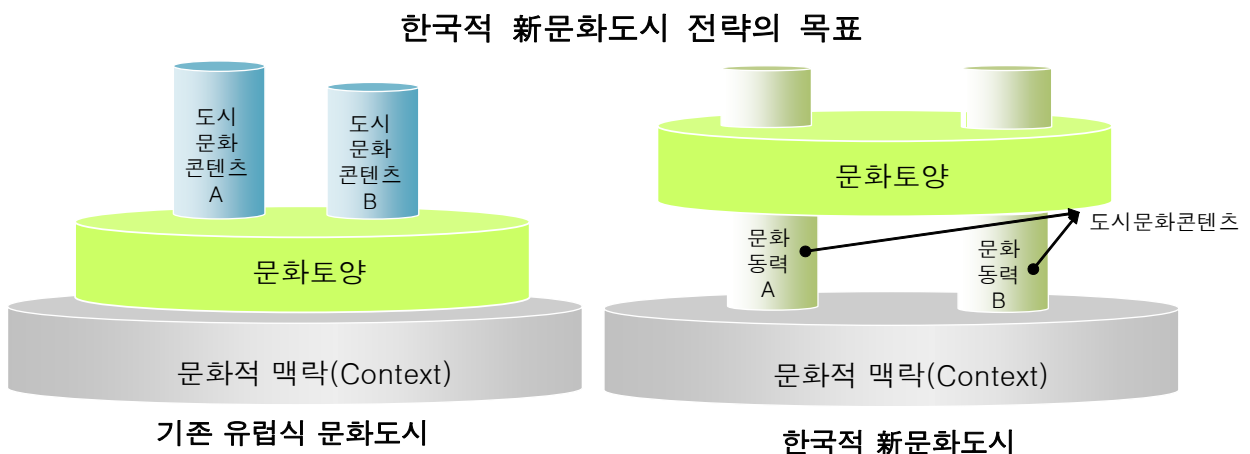
IV. 新문화도시 전략

1. 자생적 도시문화콘텐츠의 활용

□ 지난 5년간 한국적 도시의 특수성을 이해하지 못한 채, 유럽의 문화도시를 벤치마킹하여 전략을 수립

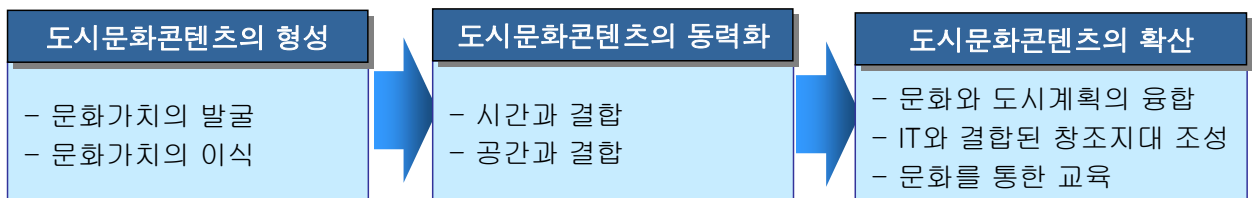
- 유럽의 문화도시는 문화적 맥락(Context)을 바탕으로 문화토양(문화준중 풍토, 문화적 환경 등)이 자연스럽게 형성된 도시
 - 이를 바탕으로 다양한 도시문화콘텐츠를 수용하고 여기에 문화거점으로 서 박물관, 공연장, 문화거리, 문화산업클러스터 등이 곳곳에 입지
- 한국의 도시는 오랜 역사를 가지고 있지만, 급격한 산업화와 도시화로 인해 문화토양과 도시문화콘텐츠가 파괴되어 있는 상황
 - 기존의 문화도시 전략은 파괴된 문화토양과 콘텐츠를 복구하기 위하여 도시 전체의 환경을 정비하고 문화예술 교육 등을 실시하는 것이 목표
 - 그러나 문화토양과 콘텐츠의 복구에는 오랜 시간이 소요되어 대부분 이벤트성 대규모 문화공간 조성 등 가시적 성과에 집중함으로써 혼란이 가중

□ 한국적 新문화도시 전략은 자생력 있는 도시문화콘텐츠를 발굴하여 이를 동력원으로 삼아 逆으로 문화토양을 배양하는 것이 목표



- 역동적인 문화경험을 통해 얻은 자신감은 도시문화콘텐츠를 재생산하고 문화토양을 단시일 내 축적하는 데 밑거름으로 작용할 것으로 기대
- 도시문화콘텐츠를 형성하고 이를 동력화하여 확산시켜나가기 위한 새로운 문화도시 전략을 도출
 - 도시문화콘텐츠의 형성을 위해서 문화가치를 발굴하거나 새롭게 이식
 - 도시문화콘텐츠의 동력화를 위하여 부산국제영화제, 통영국제음악제와 같이 시간과 결합하거나 홍대앞 클럽문화, 헤이리 아트밸리와 같이 공간과 결합하는 방안을 강구
 - 도시문화콘텐츠의 확산을 위하여 다양한 분야 간의 융·복합이 필요
 - 문화와 도시계획의 융합, IT와 결합된 창조지대의 조성, 문화를 통한 교육 등이 해당

新문화도시 전략의 도출



2. 전략별 주요 내용

1) 도시문화콘텐츠의 형성

① 문화가치의 발굴

- 해당 도시의 구성원과 방문객 모두가 인정할 수 있는 문화가치를 발굴하는 것이 문화도시 성공의 첫 번째 조건

- 발굴된 문화가치는 도시문화콘텐츠를 구성하고 향후 도시 전체에 지배적인 영향력을 행사함으로써 강력한 추진력과 공감대 형성이 가능
- 미술대학이라는 지역적 특수성을 강화한 홍대앞 클럽문화나 윤이상의 고향이라는 문화적 가치를 발굴한 통영국제음악제에서 잘 나타남

영암군에서 발굴된 도기파편

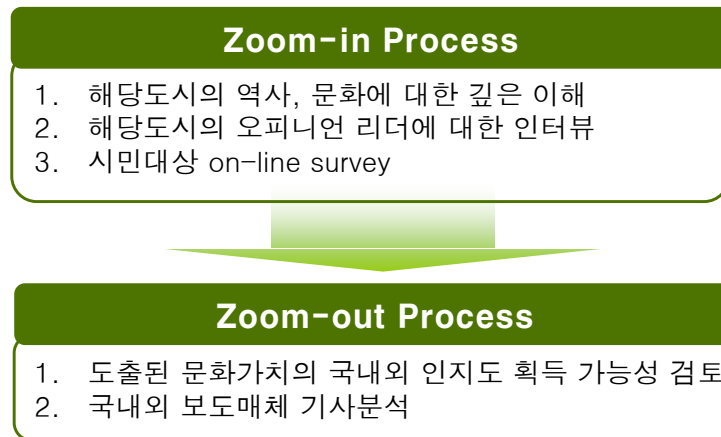
- 1986년 이화여대 박물관 팀은 영암군 구림리 일대 가마터에서 일본의 시유도기(施油陶器: 유약을 칠한 도기)보다 200년 이상 앞선 통일신라시대의 도기파편을 발굴
- 이를 계기로 영암군은 폐교를 활용하여 도기문화센터를 개관하고 이화여대 박물관과의 긴밀한 협조 속에서 다양한 프로그램을 운영
- 2003년 전통장작가마 영암요를 복원하고 영암 도기 브랜드 '돌샘'을 개발하여 새로운 도기문화의 발생지로서 주목을 끌

자료: 영암도기문화센터 홈페이지, <http://www.tourlab.com/>(2006. 10)

□ 문화가치 발굴은 해당 도시의 세세한 면을 이해하는 과정을 거쳐 국내외에서 인정을 받을 수 있는지 여부를 분석하는 것이 중요

- Zoom-in Process: 영화에서 줌 렌즈를 조정하여 촬영 대상에 접근하는 것처럼 해당 도시의 문화적 맥락과 세세한 면을 들여다보는 과정
 - 해당 도시의 역사, 문화에 대해 깊이 이해하고 오피니언 리더 및 시민들을 통해 문화가치를 발굴
- Zoom-out Process: 줌 렌즈로 촬영 대상으로부터 멀어지게 하여 배경까지 보이도록 하는 방법과 같이 넓은 시각에서 재검토
 - 발굴된 문화가치가 국내외적 인지도를 얻을 수 있는지 검토하는 과정

문화가치 발굴 프로세스



② 문화가치의 이식(移植)

□ 국내외적으로 인지도를 얻을 수 있는 문화적 자산이 부족한 경우, 새롭게 문화가치를 이식하는 것이 가능

- 국내외 문화트렌드와 시민의 문화적 욕구를 파악한 뒤, 그 도시에 적합한 도시문화콘텐츠를 기획
- 새로운 도시문화콘텐츠를 기획하기에 앞서 문화예술이 시민에게 무엇을 해줄 수 있는지에 대해 숙고
 - 시민은 문화소비의 주체이면서 고객이라는 인식의 전환을 통해 고객(시민) 중심으로 사업모델을 구성

□ 부산국제영화제와 헤이리 아트밸리와 같이 이식된 문화가치가 지속가능성을 가지기 위해서는 강력한 리더십이 필요

- 열정과 비전은 물론 이식 과정에서 발생할 수 있는 문제점에 대하여 신속하게 대응할 수 있는 전문성을 가진 리더십이 성공의 관건
- 민간 주도의 리더십을 확대하고 지방자치단체 등은 이를 지원하는 형태가 효율적

- 프로그램 기획, 운영 등 전문성이 필요한 부문은 민간이 담당
- 지방자치단체는 예산, 홍보, 관련 기관 협조 등 간접지원에 주력

2) 도시문화콘텐츠의 동력화

① 시간과의 결합

□ 도시문화콘텐츠를 효율적으로 일반 시민에게 전달하기 위해서 시간과 결합하는 방안을 강구

- 시민들이나 방문객과 약속된 시간에 도시문화콘텐츠를 풀어놓는 방식으로 반복적으로 일어날 때 더욱 효과적
 - 대표적인 방법으로 매년 정기적으로 진행되는 축제, 이벤트와 장기공연 등이 이에 해당
 - 통영국제음악제의 경우 1년에 봄과 가을 두 시즌으로 나누어 국제음악제와 경남국제음악콩쿠르를 진행하여 시간적 반복성을 강화
- 행사가 일어나는 현장뿐 아니라 일시에 많은 사람들이 모여 공감대를 형성하므로 그 주변지역까지 영향력을 확대하는 것이 가능

거창국제연극제

- 1989년 경상남도지역 연극의 발전방향을 모색하기 위해 시작된 시월연극제가 모태가 되어 국제적 규모의 연극제로 발전
- 여름 피서철마다 열리는 야외연극축제로서 시원한 계곡과 자연 속에서 진행되어 관객의 큰 호응을 얻고 있음
- 2006년 18회 때에는 10개국 47개 팀이 참가하였으며 유료관객 약 4만 명을 포함하여 17만 명의 관람객을 동원



자료: "거창국제연극제, 최고 연극축제", 『연합뉴스』, 2006. 8. 16., 거창국제연극제 홈페이지(2006. 10)

□ 시간과 결합하는 방식은 한국인의 문화감성을 표출할 수 있는 다양한 '판'을 벌이는 것이 중요

- 도시문화콘텐츠를 효과적으로 전달하기 위해서는 대규모 문화시설보다 길거리, 공원 등이 더 중요한 역할을 수행
- 그 안에서 이루어지는 독특한 문화활동으로 변화와 역동성을 보유

한국적 문화인프라 '판'

- '판'은 '일이 벌어진 자리나 장면'을 의미하는 순우리말에서 유래
- '판이 벌어진다'라는 말에서 알 수 있듯이 신명난 놀이가 펼쳐지고 문화를 즐길 수 있는 친밀한 장소를 지칭
- 공연장과 같은 한정된 건축공간을 뛰어넘어 길거리, 광장, 시장 등 이용하는 등 사람들의 경험이나 기대가 스며든 장소면 어디든 가능
- 한 '판'이 끝나고 나면 그 공간은 다시 일상적인 생활공간으로 환원하는 것이 한국적 문화인프라의 장점

□ 그 시간을 기다리는 사람들이 점차 증가할 수 있도록 양질의 콘텐츠와 서비스를 지속적으로 제공

- 초기에는 홍보 및 마케팅이 필수적이거나 이를 통해 매니아층을 확보하면 점차 이들이 핵심적인 역할을 수행
- 재원을 안정적으로 확보하기 위해 지방자치단체의 지원을 활용하는 것은 물론 기업메세나 활동과도 연계할 필요가 있음

② 공간과의 결합

□ 도시문화콘텐츠가 공간과 결합하는 것은 그 장소에 가면 항상 비슷한 유형의 문화콘텐츠를 접할 수 있음을 의미

- 시간의 제약 없이 같은 장소에서 도시문화콘텐츠를 즐길 수 있는 항상성(恒常性)을 보장
 - 홍대앞에 가면 항상 클럽문화를 즐길 수 있으며, 헤이리 아트밸리에 가면 언제든지 전시회와 문화상품을 접할 수 있다는 것을 의미
- 문화시설 건립 후 콘텐츠를 개발하던 기존의 문화도시 전략에서 탈피하여 도시문화콘텐츠가 형성된 후 이에 적합한 시설을 건립하는 방법을 적용
 - 도시문화콘텐츠의 유형에 따라 적합한 규모의 시설이나 단지조성이 핵심

비보이 전용극장

- 비보이는 '브레이크댄스를 추는 남자'를 의미하는 말로, 청소년의 뒷골목 놀이 문화에서 새로운 도시문화콘텐츠로 등장
- 특히 2000년 이후 비보이가 세계적 댄스대회에서 우승을 하면서 새로운 한류로 각광받기 시작
- 비보이 열풍이 계기가 되어 2005년 홍대앞에 전용극장이 만들어졌으며, "비보이를 사랑한 발레리나"를 성황리에 공연

자료: "비보이 공연", 『매경이코노미』, 2006. 9. 6.

□ 도시문화콘텐츠가 공간과 결합할 때에는 디자인 개념을 도입하여 문화시설뿐 아니라 주변지역의 환경을 개선하는 효과를 기대

- 각각의 도시문화콘텐츠에 맞는 도시경관을 연출하는 것이 중요
 - 순수예술과 같이 우수한 디자인의 공간이 필요한 경우도 있으나, 대중문화의 경우에는 삶의 모습을 있는 그대로 표현하는 것도 필요
 - 헤이리의 예술적 감각의 건축물로 이루어진 단지경관과 홍대앞의 자유분방한 거리경관은 각각의 특성을 반영한 결과
- 주변의 광장, 공원, 거리 등도 도시문화콘텐츠에 따라 새롭게 디자인

3) 도시문화콘텐츠의 확산

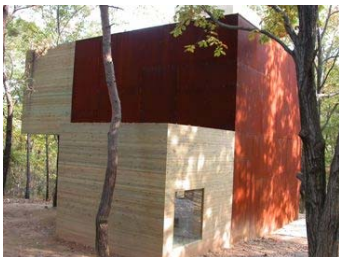
① 문화와 도시계획의 융합

□ 미술관이나 화랑과 같은 제한된 공간에서 즐길 수 있던 전시 분야를 도시 계획과 결합하여 도시 전체에 확산

- 시각예술을 통해 인간적인 도시공간을 창조하는 공공미술은 현재의 도시 환경문제를 개선하는 데 매우 적합한 수단이 될 것으로 전망¹³⁾
- 미술가가 도시디자인팀의 일원으로 활동할 수 있도록 제도를 정비하고 도심재개발사업 등에 공공미술개념을 도입

안양 공공예술 프로젝트

- 도시 리모델링에 건축, 조경, 미술 등을 결합하여 예술가들이 직접 참여하는 ‘공공예술 프로젝트’를 추진 중
- 첫 번째 사업으로 세계 25개국 저명작가 90여 명이 참여하여 첨단 설치작품과 건축물을 만들어 안양유원지를 예술공원화하는 데 성공
- 향후 안양시 전체를 아트시티(Art City)로 만들어나가는 것이 목표



자료: <http://apap.anyang.go.kr/>(2006.10)

□ 조각공원으로 대표되어왔던 공공미술 분야가 그 영역을 넓힌다면 다양한 환경 창조가 가능

- 아파트 단지의 도색이나 벽화를 단순한 장식화 수준에서 벗어나 환경그 래픽 수준으로 향상될 수 있도록 유도

13) 문화관광부, 『공공미술이 도시를 바꾼다』, 2006 참조

- 현대적인 도시 이미지에 부적합한 전통사회 풍경이나 민속화 등을 직설적으로 표현하는 것은 지양
- 기념조각이나 건물 앞에 획일적으로 만들어진 환경조각을 환경디자인과 일체화할 수 있도록 개선
- 벤치, 가로등과 같은 가로시설물에도 디자인 개념을 적극 도입하여 수준 높은 거리환경을 조성
- 영상과 뉴미디어를 활용하여 도시전광판이나 야간경관조명 등에 예술적 이미지를 투사

하노버의 버스정류장

- 1994년 "International Design Project Hannover"에 따라 유명한 건축가와 디자이너들에게 버스정류장 디자인을 의뢰하여 공공시설물을 예술품으로 격상



자료: <http://www.uestra.de/>(2006. 10)

② IT와 결합된 창조지대의 조성

- 문화예술과 과학 분야의 공통된 창조성에 주목하고 도시문화콘텐츠와 IT 분야를 결합할 수 있는 방안을 모색
- 특정 분야를 떠나 디자인센터, 음악 스튜디오, 컴퓨터 그래픽 작업실, 소프트웨어개발·창작공방 등이 다양하게 집적할 수 있는 여건을 마련
- 문화예술과 IT 분야 종사자들의 다양한 소통창구와 작업장을 조성

□ 문화예술과 IT 분야의 인력은 창조적 계층으로 분류할 수 있으며 이들을 얼마나 끌어들이 수 있는가가 성공의 관건

- 창조적 계층(Creative Class)¹⁴⁾이 지닌 창조성은 도시에 활력을 불어넣고 경제적 가치를 창출하는 데 기여
- 창조적 계층을 끌어들이기 위해서는 격식에 얽매이지 않는 자유로움 속에서 다양한 커뮤니티 활동을 할 수 있는 장소가 필요

레이 올덴버그의 제3의 장소

- 레이 올덴버그(Ray Oldenburg)는 저서 『위대한 장소』에서 직장·학교와 집이 아닌 제3의 장소에 주목
- 제3의 장소는 집에 있는 것과 같이 안정감을 주는 동시에 집과는 달리 재미를 줄 수 있어 사람들이 정기적으로 방문하게 되는 장소를 지칭
- 주로 사람들을 만나 공통된 관심사를 이야기하며 사회적 활력을 얻는 곳으로서 카페, 바, 커피숍, 책방, 커뮤니티센터, 미용실, 쇼핑센터 등이 해당

자료: Ray Oldenburg, *The Great Good Place*, New York: Marlowe & Company, 1997

- 라이브 음악을 향유할 수 있는 공연공간은 물론 야간시간에도 다양한 문화적 활동이 가능한 장소를 마련
 - 규모가 크지 않아도 감각 있는 디자인과 시설로 창조 계층을 유인하는 것이 가능
 - '홍대앞'과 같은 경우 IT 분야와 접목하면 시너지 효과가 기대
- 야외활동이 가능한 공원·녹지에 대한 접근성을 높이고 레크리에이션을 위한 쾌적한 환경을 조성

14) 리처드 플로리다(Richard Florida)는 저서 『창조적 계층의 부상(The Rise of the Creative Class)』(2002)에서 미국을 중심으로 한 선진 산업사회 변화의 핵심으로 창조적 계층의 등장을 주장하였으며, 창조핵심계층과 창조적 전문가계층으로 구분. 핵심적인 창조적 계층으로는 문화예술, 엔터테인먼트, 미디어 등의 종사자는 물론 컴퓨터, 건축, 생명과학 등에 종사하는 사람들이 포함

- 이후 창조적인 사람들을 통해 지역발전의 기반을 자연스럽게 지식기반형 산업으로 전환하는 것이 가능
 - 문화산업이나 IT 기반의 기업체를 유치하는 것에 앞서 이들이 모여들 수 있는 창조지대를 형성하는 것이 더 중요
 - 지방자치단체와 지역연고 기업체는 프로젝트 단위의 다양한 사업을 기획하여 창조적 인력을 끌어들이는 방법을 병행

베네통의 파브리카

- 파브리카는 색채의 혁신을 일으킨 이탈리아 의류회사 베네통이 1994년 세계의 젊은 예술가들을 후원하기 위하여 설립한 커뮤니케이션연구센터
- 세계 각국에서 지원한 25세 이하의 다국적·다문화의 젊은 예술가, 연구자들 중 해마다 50명을 선발하여 음악·영화·출판·사진 같은 다양한 분야에서 워크숍을 실시
- 파브리카 연구생은 '창의성'에 가장 크게 중점을 두어 선발하며, 이들은 이탈리아 트레비소에 위치한 파브리카를 중심으로 하나의 창조지대를 형성

자료: "호기심으로 일군 패션의 제국", 『이코노미스트』, 2006. 10. 23.

③ 문화를 통한 교육

- 문화를 통한 교육은 문화가 가지는 순환구조에 따라 장기적인 안목에서 문화생산 및 소비계층을 확대하는 효과
 - 문화는 '창조→전달→소비→학습→방문→창조'로 이어지는 순환구조를 가짐
 - 어린이와 청소년이 문화공연 또는 작품 등과 만날 기회를 많이 가질 수록 문화생산 및 소비계층으로 성장할 가능성이 높음
 - 문화생산과 소비계층의 확대는 자연스럽게 문화산업 활성화로 이어짐

가나자와 21세기 미술관

- 가나자와 시는 2004년 현(縣) 청사의 이전으로 도심공동화 현상이 나타날 것에 대비하여 '가나자와 21세기 미술관(마루비:マルビー)'을 건립
- 예술은 창조성 넘치는 장래의 인재를 양성하는 미래에 대한 투자라는 생각 아래 시내의 초·중등학생 전원을 초대하는 '박물관 크루즈' 사업을 시행



자료: 사사키 마사유키, "창조도시의 세기와 아시아," 인천광역시 문화정책토론회 자료집, 2006. 9, pp.22-23, 아시아문화중심도시 홈페이지 사진자료(2006. 9)

□ 소외계층을 대상으로 하는 문화복지와는 별도로 도시문화콘텐츠를 적극 활용한 다양한 대안교육프로그램을 모색

- 홍대앞의 클럽문화협회는 클럽문화교육프로젝트를 기획
 - 2005년 서울시대안교육센터와 함께 문화소외지역 청소년들에게 다양한 문화를 접할 기회를 제공하고자 클럽문화교육을 실시
 - DJing, B-Boying, VJing 등을 커리큘럼으로 청소년들에게 다양한 문화적 표현방식을 교육
- 도시 내 미술관, 박물관 등의 어린이 대상 교육프로그램을 활성화하고 거점 예술대학을 적극 활용
 - 미술관, 박물관은 대부분 주변보다 세련미를 더한 건축물과 정원을 갖추고 있으므로 자주 방문할 수 있는 기회를 가지는 것만으로도 효과적
- 생활거점으로서 공원과 커뮤니티센터를 문화예술교육과 연계하는 방안을 강구

V. 시사점

문화도시 조성과정을 문화운동으로 승화

- 문화도시의 중요성에 대해서는 이미 공감대가 형성되어 있는 만큼 시민과 문화예술인, 기업인이 기꺼이 참여할 수 있는 방안을 모색
 - 한 도시를 상징할 수 있는 건축물, 공원 등을 조성하고 이 과정에서 참여와 기부운동을 확산시켜 모든 시민이 사랑하는 명소로 완성

스톡홀름 시 청사 조성 과정

- 1911~1923년에 완공된 스톡홀름 시 청사는 스웨덴에서 가장 뛰어난 건축물 중 하나로서 노벨상 만찬회장으로도 사용되고 있으며, 스웨덴 시민은 물론 많은 관광객이 방문하는 명소
- 스웨덴 예술가들이 직접 참여하여 벽화를 그렸으며, 내부 곳곳을 공사에 참여한 인부들의 흉상, 기증자의 초상화 등으로 장식



- 순수한 문화운동으로서 참여 자체에 자부심을 가질 수 있도록 분위기를 조성하고 역사적으로도 의미가 깊은 작업으로 승화
 - 많은 사람이 참여하더라도 정제되고 세련된 형태의 작품으로 남을 수 있어야 함
 - 서울시 新청사 건립 등과 같은 사업에도 적용이 가능
- 한번 시작된 문화운동은 자연스럽게 문화도시로서 문화풍토를 고취하는데 유리

先 도시문화콘텐츠 개발, 後 문화시설 건립

- 지금까지의 문화도시 전략은 도시문화콘텐츠를 고려하지 않은 채 새로운 시설이나 행사를 만들어내려는 시도가 대부분
 - 도시문화콘텐츠는 어느 정도 궤도에 오를 때까지 시민들이 많이 모이는 거리, 광장, 재래시장, 쇼핑몰 등을 활용하는 것이 가능
 - 먼저 시설물부터 짓고 있는 광주 국립아시아문화전당 등은 기존에 적합한 도시문화콘텐츠가 부족하여 운영에 어려움이 예상
 - 실제 한정된 공간 안에서 시연하는 것보다 일상생활 공간과 결합하는 것이 도시문화콘텐츠의 발신력을 강화하는 방법 중의 하나
 - 대규모 문화시설을 건립하는 경우보다 지방자치단체의 재정적 부담을 줄일 수 있을 뿐 아니라 문화예술적 감각을 보급하는 데에도 효율적
- 도시문화콘텐츠의 산실이 되어온 소규모 공연장 등에 대한 지원책을 마련
 - 지가 상승으로 인해 밀려나는 소극장, 공연장 등을 보호하여 기존의 문화시설이 상업시설로 바뀌는 것을 방지
 - 많은 재원을 들여 대규모 문화시설을 새로 짓는 것보다 기존의 시설을 보호하는 것이 지속적인 도시문화콘텐츠 형성에는 효과적

명동 舊국립극장 복원의 아이러니

- 명동의 舊국립극장은 1934년 바로크 양식으로 건립되어 영화관으로 쓰이다가 1957년부터 국립극장으로 사용되면서 국내 최초로 베르디 오페라 '춘희'가 무대에 올려졌던, 문화예술사적으로 의미가 큰 장소
- 명동은 국립극장을 중심으로 1960년대 문화의 중심지로 부각하였으나, 급속한 상업화로 인해 지가가 상승하면서 많은 문화공간이 사라짐
- 국립극장이 장충동으로 이전한 후 1975년 민간에 매각되어 상업건물로 사용되다 헐릴 위기에 처하자, 명동의 활성화를 위해 문화관광부가 국가매입방침을 정하고 공연장으로 다시 복원 중

- 부족한 문화시설을 보완하기 위해서 기존의 유희건물이나 역사적 건물을 적극 활용하는 것도 의미 부여에 큰 역할
 - 산업사적으로 의미가 있는 공장, 창고, 발전소나 역사적 건축물 등을 문화적 용도로 전환하는 것을 적극 고려
 - 서울역사 등을 문화시설로 활용하고자 하는 계획은 좋은 사례가 될 것으로 기대

문화산업에 대한 단편적인 접근으로는 경제 활성화에 실패

- 문화도시 조성에 따른 경제적 효과는 여러 측면에서 고려할 수 있으나, 문화산업 활성화에 집중되고 있는 실정
 - 현재의 문화산업클러스터 정책처럼 도시별로 주요 산업 분야를 나누어 지원하는 것은 실패의 위험성이 상존
 - 문화상품은 여러 분야의 인재들이 모여 창조의 과정을 거쳐 완성되는 것으로 다양한 분야가 집적되어야 성공 가능성이 높음
 - 문화는 기본적으로 관용성(tolerance)을 그 특징으로 하며, 여러 분야 간의 예상치 못한 융·복합으로 새로운 상품의 개발이 가능

8개 지방문화산업단지 현황

(단위: 만 평)

구분	대전	춘천	청주	광주	전주	부천	대구	부산
주요산업	첨단영상 게임	애니메이 션	에듀테인 먼트	CGI 캐릭터	모바일 콘텐츠 HD영상	출판만화 애니메이 션	게임 모바일 콘텐츠	영상 콘텐츠
단지규모	3.8	3.2	2.7	6.5	0.3	1.3	3.6	11.4

자료: 문화관광부, 『2005 문화산업백서 연차보고서』, 2005

- 문화도시 조성 과 연계해 자연스럽게 문화산업 활성화를 꾀하는 것이 바람직
 - 창조적 계층의 유입을 위한 인프라를 확보하지 못한 지방자치단체가 국비 지원 예산 확보 차원에서 경쟁적으로 사업에 참여하는 것은 지양되어야 함

참고문헌

- 고정민, "산업화에 접어든 공연예술," 삼성경제연구소, 2003
- 김종규·김준성, 『헤이리건축설계지침』, 헤이리 아트밸리, 2001
- 라도삼, "문화도시의 요건과 의미, 필요조건," 도시문제, 대한지방공제회, 2006
- 문화관광부, 『2005 문화산업백서 연차보고서』, 2005
- 문화관광부, 『공공미술이 도시를 바꾼다』, 2006
- 문화관광부, "지방문화산업클러스터 조성현황 및 기본운영계획(안)", 2004. 8
- 문화관광부·문화중심도시조성추진기획단, "국립아시아문화전당 기본구상연구", 2005
- 문화관광부·문화중심도시조성추진기획단, "해외문화도시사례분석", 2006
- 문화관광부·한국문화콘텐츠진흥원, "문화산업클러스터 지형도 작성을 통한 지역문화산업육성방안", 2006
- 백선혜, 『장소성과 장소마케팅』, 서울: 한국학술정보, 2005
- 부산광역시, 『부산영상도시육성을 위한 종합계획』, 2005
- 사사키 마사유키, "창조도시의 세기와 아시아," 인천광역시 문화정책토론회 자료집, 2006. 9
- 서울대학교 환경계획연구소, 『문화환경가꾸기 매뉴얼』, 서울: 문화관광부·한국문화관광정책연구원, 2003
- 이무용, 『지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략』, 서울: 논형, 2005
- 클럽문화협회, 『클럽문화백서 2006』, 서울: 클럽문화협회, 2006
- 한국문화관광정책연구원, "문화도시육성방안 연구", 2004
- 한국문화관광정책연구원, "문화향수 실태조사", 2000, 2003, 2006
- 한국문화정책개발원, "문화벨트 및 문화도시 조성방안 연구", 2000
- Ray Oldenburg, *The Great Good Place*, New York: Marlowe & Company, 1997
- Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, 이길태 역, 『Creative Class: 창조적 변화를 주도하는 사람들』, 서울: 전자신문사, 2002

"거창국제연극제, 최고 연극축제", 『연합뉴스』, 2006. 8. 16.

"비보이 공연," 『매경이코노미』, 2006. 9. 6.

"호기심으로 일군 패션의 제국", 『이코노미스트』, 2006. 10. 23.

고양시청 홈페이지(2006. 9)

부산국제영화제 홈페이지(2006. 11)

아시아문화중심도시 홈페이지(2006. 9)

안산 문화예술의 전당 홈페이지(2006. 9)

윤이상평화재단 홈페이지(2006. 9)

클럽문화협회 홈페이지(2006. 8)

통계청 홈페이지(2006. 10)

통영국제음악제 홈페이지(2006. 9)

거창국제연극제 홈페이지(2006. 10)

영암도기문화센터 홈페이지(2006. 10)

<http://www.tourlab.com/>(2006. 10)

<http://www.mamma-mia.co.kr/>(2006. 10)

<http://apap.anyang.go.kr/>(2006. 10)

<http://www.uestra.de/>(2006. 10)