

기본연구

2012 문화예술 트렌드

분석 및 전망

연구책임: 박소현(한국문화관광연구원 책임연구원)

공동연구: 안이영노(기분좋은트렌드하우스QX 대표)

연구보조: 김주현(중앙대학교 첨단영상대학원 박사수료)

목 차

제1 장 서 론	1
제1절 연구 배경 및 목적	2
1. 연구 배경	2
2. 연구 목적	2
제2절 연구 방법	4
1. 연구 방법의 설계	4
2. 연구 방법의 흐름	7
제2 장 2011 문화예술 트렌드 진단	11
제1절 트렌드 현상의 발전 및 지속 가능성	12
1. 단기적 및 중장기적 발전 가능성	12
2. 단기적 진단과 중장기적 진단의 불일치	14
제2절 2011년 환경 변화와 트렌드	17
1. 국제관계/정치경제 분야	17
2. 사회/라이프스타일/인구변화 분야	18
3. 기업경영/마케팅/소비문화 분야	20
4. 과학기술/디지털환경 분야	22
5. 2011 환경변화와 트렌드 발전 가능성	24
제3 장 2012 문화예술 트렌드	28
제1절 K-POP, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다	29
1. 스마트 환경의 진화	29
2. 신한류 2.0: SNS와 K-POP의 만남	36

3. 신한류에 대처하는 법: 국내의 동향	49
4. 신한류의 남은 과제	58
제2절 소셜미디어로 말하고, 소셜미디어로 창조한다	67
1. 소셜 미디어 아트에서 사회적 예술까지	67
2. 예술가의 트위터홀릭에서 소셜테이너까지	87
3. 시사점과 과제	94
제3절 불안한 미래의 창작자, 자립에서 길을 찾다	97
1. 공공 영역 주도 문화예술분야 일자리 창출은 지속	97
2. 크리에이터의 생존 위기: 문화산업의 수직계열화 심화	99
3. 창작자의 잇단 자살과 문화예술인복지	109
4. 예술대학 취업률 논란과 예술가의 불안한 미래	116
5. 자립을 위한 대안적 예술생산방식의 모색	126
제4절 TV, 바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다	150
1. 경제 불황과 국민여가로서의 TV 시청	150
2. TV 시청 환경의 변화	154
3. 시청자주권 시대	161
4. 예능 프로그램이 TV 문화를 주도	165
제5절 예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한 변신하다	185
1. 장르를 넘어선 융복합 예술의 활기	185
2. 복합문화예술공간, 라이프스타일의 컨버전스 유도	199
제6절 마이너리티의 힘이 문화예술의 주류를 이끈다	206
1. 청년 실업 600만 시대의 유쾌한 청년문화 ‘잉여짓’	206
2. 장애를 넘어선 가능성의 예술, 에이블 아트	216

3. 성소수자문화 홀릭, 문화다양성의 진화	224
제7절 예술로 사회를 치유한다	239
1. 문화테라피 또는 예술치료에의 관심 증가	239
2. 예술치료의 확장 및 전문화	242
3. 사회문제를 해결하는 예술치유	249
제8절 가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다	260
1. 주5일 근무제 및 주5일 수업제의 전면 시행	260
2. 다운시프트족이 이끄는 가족중심 여가문화	264
3. 걸쳐맘의 부상: 문화예술 체험학습형 가족여가 증대	268
제9절 문화예술, 낯은 도시에 매력을 입힌다	277
1. 도심 르네상스 프로젝트의 확산	277
2. 골목길 프로젝트로 원도심 재생	286
3. 산업시설/산업단지에 예술의 매력을	295
4. 예술가와 주민들이 함께 만드는 동네 문화	304
제10절 이제 환경운동은 문화예술로 한다	315
1. 기후변화와 식량위기	315
2. 환경을 생각하는 예술 프로젝트	318
3. 농촌 및 농사의 사회적·예술적 가치 발견	330
4. 환경파괴를 비판하는 예술행동	335
제4 장 결 론	339
부록 델파이 조사 설문지	357

제 1 장 서 론



제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

- 최근 문화예술의 사회적 역할과 관계가 확장되고, 문화예술과 관련된 사회적 환경이 급변하면서 이에 대한 정책적 대응의 중요성이 높아짐
- 또한 문화예술분야에서 정책 영역의 비중이 더욱 확대되고 있는 추세는, 문화예술정책의 사회적 책임과 소통을 한층 요구하는 증거로 볼 수 있으며, 이러한 현실에 부응하기 위해서는 문화예술분야의 변화와 수요를 파악하고 장기적, 단기적인 비전과 계획을 정립할 필요가 있음
- 이에 2010년부터 1년 단위의 단기적 트렌드 분석을 매년 실시하는 연속적 형태의 트렌드 연구가 기획되어 그 첫번째 결과물을 『2011 문화예술 트렌드 분석 및 전망』으로 발표하였고, 올해에도 그 연장선상에서 2012년의 문화예술 트렌드 연구를 시행

2. 연구 목적

- 문화예술 트렌드에 대한 단기적 예측분석으로 문화예술분야의 정책수요 및 과제를 파악하고, 장기적 정책접근을 위한 기초자료를 축적하고자 함
 - 단기적 예측분석은 1년을 단위로 하며, 이번 연구는 2011년에 나타난 문화예술분야의 변화의 징후나 트렌드 이슈들을 포착해 2012년의 문화예술 트렌드를 전망하려는 것임

- 1년 단위로 문화예술 트렌드를 선정, 분석, 전망함으로써, 문화 예술에 대한 사회적 관심을 높이고, 바람직한 미래상을 만들어 가기 위한 문화예술분야의 정책적 의제를 공론화하고 소통할 수 있는 재료로 활용함

제2절 연구 방법

1. 연구 방법의 설계

- 연구 방법은 기본적으로 2010년도에 설계한 트렌드 연구방법론을 적용하되, 작년의 조사연구과정에서 드러난 문제점 및 한계를 보완하는 형태로 진행¹⁾
- 마이크로트렌드로서의 문화예술 트렌드
 - 마이크로트렌드는 사소한 다수(trivial many)의 강력한 파워와, 이들이 만들어내는 니즈를 반영하는 다양한 형태의 트렌드에 대한 관심에 초점을 맞춤²⁾
 - 따라서 세상을 몇 개의 방식으로 단순화시켜 해석하기 보다는 개개인의 다양한 관점과 선택을 존중하는 마이크로트렌드 연구가 국내외에서 주목을 받음³⁾
 - 이러한 마이크로트렌드 연구는 메가트렌드의 시간 주기 및 관점으로 접근하기 어려운 문화예술분야 트렌드의 다양성과 유동성을 포착하는 데 적합함

-
- 1) 연구 방법의 기본 틀에 관해서는 박소현, 『2011 문화예술 트렌드 분석 및 전망』, 한국문화관광연구원, 2010을 참조.
 - 2) 『마이크로트렌드』의 저자인 마크 펜은 “세계가 어떤 몇 개의 큰 방향으로 나아가고 있지 않다. 이와 반대로 세상은 수백의 작은 방향으로 동시 다발적으로 빠르게 나아가고 있다. 작은 트렌드들은 서로에게 거의 경의를 표시하지 않는다”고 말하는데, 이러한 관점이 마이크로트렌드의 특징과 중요성을 압축적으로 설명해줌.
 - 3) Mark Penn, 『마이크로트렌드』, 해냄, 2008; 스가야 요시히로, 『롱테일 법칙』, 재인, 2006; 서일운, 『대한민국 마이크로트렌드』, 토네이도, 2009; 한서리·나건, 「아이덴티티 그룹 리서치를 통한 트렌드 예측 모델」, ; 박정현, 「마이크로의 눈으로 트렌드를 읽어라」, 『LGERI리포트』, 2009년 8월 26일; 필란티리 2020, 『우리는 마이크로 소사이어티로 간다』, 웅진씽크, 2008; 구정화, 『퍼센트 경제학』, 해냄출판사, 2011.

- 다만, 마이크로트렌드 연구가 다양한 통계자료를 바탕으로 트렌드를 형성하는 ‘마이크로 집단’ 을 가시화하는 방법을 취하는 반면(예: 미국의 사커맘, 통계청의 폴리슈머 등), 문화예술 분야의 특성상 통계자료의 분석만으로는 한계가 있어, 통계자료의 분석과 질적 방법의 병행이 필요함
 - 특히 문화예술분야의 경우 다양한 소수자들이 제기하는 이슈들과 실천들이 변화의 중요한 계기로 작용하나, 이는 통계처리가 불가능하고 오히려 사례별, 개인별 질적 접근을 요하므로, 작년에 비해 개별 인터뷰와 FGI를 보강하여 진행
- ‘2011 문화예술 트렌드’ 의 진단 필요성
- 2010년에 이루어진 ‘2011 문화예술 트렌드’ 연구의 경우, 마이크로트렌드를 지향하였음에도 불구하고 선행연구가 부재하는 관계로 1년 주기의 트렌드 연구 이상의 거시적이고 포괄적인 트렌드의 성격을 지니게 됨
 - 이처럼 ‘2011 문화예술 트렌드’ 가 애초에 설정한 1년 주기 트렌드 연구의 시간적 범위를 벗어나 향후 장기지속 가능성이 높은 메가트렌드적 성격을 띠고, 1년 주기의 트렌드 연구에 충실했다 하더라도 그 지속성과 영향력이 단년도에 그치지 않으므로, ‘2011 문화예술 트렌드’ 의 올해 발전 정도와 향후 지속가능성을 구체적인 사례와 이슈를 통해 진단함
- 트렌드와 트렌드 이슈의 구분
- ‘2011 문화예술 트렌드’ 의 메가트렌드적 측면과 트렌드 자체의 시간주기 설정이 곤란한 점으로 감안하여, 본 연구에서는 트렌드와 트렌드 이슈 개념을 구분
 - 일반적으로 트렌드는 특정한 시점에 징후로 출발하되 다양한 사회문화적 영역에서 광범위한 대중적 지지를 얻어 5년 이상의

시간적 주기를 가지고 필연적인 변화를 촉발하게 되는 사회문화 현상을 지칭함⁴⁾

- 그런 의미에서 트렌드 개념은 보다 구조화되고 안정적인 성격의 사회문화현상이라 할 수 있으며, 이러한 속성상 트렌드 자체로서 변화의 징후를 대변한다고 보기는 어려움
 - 따라서 문화예술분야의 변화의 징후나 계기에 보다 주목한다면, 트렌드로서 구조화되기 이전의 사건이나 사례, 이슈나 쟁점 등의 형태로 존재하는 트렌드 이슈, 즉 트렌드의 원재료를 수집하는 것이 필요
 - 이러한 관점에서 본 연구는 트렌드 연구이되 트렌드 이슈를 수집하는 데 중점을 두고 트렌드 이슈 간의 관계망을 파악하는 트렌드 이슈 매핑과, 트렌드 이슈를 바탕으로 한 전문가 델파이 조사를 통해 트렌드를 선정
- 문화예술분야 ‘정책 수요’의 파악이라는 관점에서 접근
- 2011 문화예술 트렌드에서는 정책 트렌드를 트렌드의 일부로 반영함으로써 정책적 지향과 트렌드로서의 전망이 동일시되는 결과가 다소 발생하여, 본 연구에서는 정책 자체의 트렌드가 아닌 정책 수요를 파악한다는 관점에서 트렌드 이슈를 수집
 - 이러한 관점은 기존의 시장 기반 트렌드 연구가 소비자의 라이프스타일 변화 등을 파악함으로써 소비자 욕구 또는 시장 수요를 파악하고 이에 대한 마케팅 전략을 수립하는 것과 유사함
 - 다만, 최근 문화예술분야에서 정책 주도형 트렌드의 비중이 증가하는 점을 감안하여, 정책 자체의 트렌드가 아닌 정책 주도형 이슈에 대한 세심한 고려가 필요함

4) 김경훈, 『트렌드 워칭-미래를 읽는 9가지 기술』, 2005.

2. 연구 방법의 흐름

- ‘2011 문화예술 트렌드’의 추이 검토
 - 본 연구가 1년 단위의 트렌드 분석을 기본으로 삼고 있는 관계로, 2010년에 추출한 ‘2011 문화예술 트렌드’의 변화추이 및 지속 여부를 검토하여 ‘2012 문화예술 트렌드와의 상관성을 파악

- 문화예술 트렌드 이슈 도출 및 정리
 - 기사 검색 및 문헌 조사: 2011년 1월 1일 이후부터 11월 30일 까지의 기간 동안 각종 미디어를 통해서 발표된 기사 검색 및 문헌 조사를 통해 문화예술 환경변화 및 문화예술분야 트렌드 이슈를 1차적으로 정리
 - 문화예술 환경변화의 경우 트렌드 연구에서 기본틀로 사용되는 STEEP 분석의 틀을 변형한 범사회적 트렌드 이슈를 조사하고, 문화예술분야 트렌드는 그와는 독립적으로 진행
 - 개별 심층 인터뷰 및 FGI: 1차적으로 정리한 트렌드 이슈를 바탕으로 문화예술분야 현장 종사자 개별 심층인터뷰 및 FGI를 실시하여 트렌드 이슈의 심화 정리(시각예술, 공연예술, 출판 및 독서문화, 대중문화(산업), 문화기획 및 정책 등 각 분야별 현장전문가 총 25명 대상)

- 문화예술 트렌드 선정
 - 델파이 조사: 트렌드 이슈의 범주화를 통해서 구조화된 설문지를 작성하여 문화예술분야의 세부영역별 현장전문가 대상 조사를 실시
 - 델파이 조사 설문지는 크게 (1)‘2011 문화예술 트렌드’의 2011년 동안의 발전정도 및 향후 지속발전 가능성, (2)STEEP분석

- 의 틀을 활용한 사회적 변화 및 이슈들의 문화예술분야에의 영향력 및 문화정책 관련 중요도, (3)문화예술분야 이슈의 트렌드로의 발전가능성 및 문화정책 관련 중요도라는 세 범주로 구성
- 각 범주의 항목에 대해 점수를 기입하는 방식을 통해 종합적으로 우선순위를 도출
- 델파이 포럼: 델파이 조사 결과를 바탕으로 트렌드 전문가 및 문화예술분야 전문가로 구성된 델파이 포럼을 거쳐 최종적으로 2012 문화예술 트렌드 선정

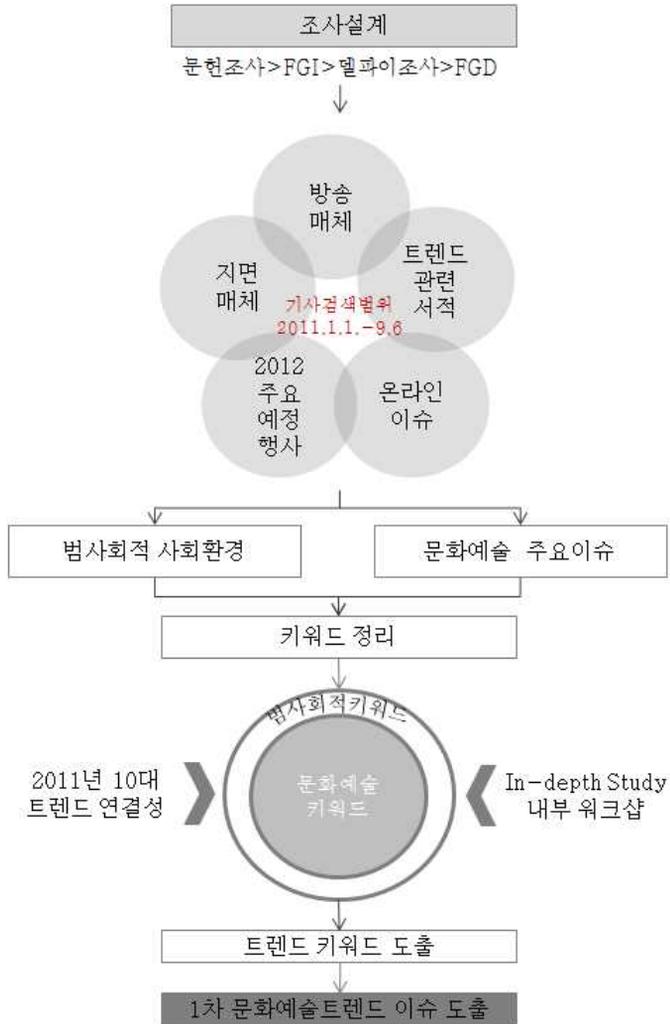
○ 델파이 조사 개요

- 조사기간: 2011.11.7(수)~11.20(일)
- 조사대상: 시각예술, 공연예술, 전통예술, 콘텐츠산업, 문화기획, 문화예술교육, 예술창작공간, 문화정책, 마케팅·소비자트렌드, 문학·출판, 소수자문화 등 각 분야 현장전문가 76명(응답율 약 40%)
- 조사응답자 구성

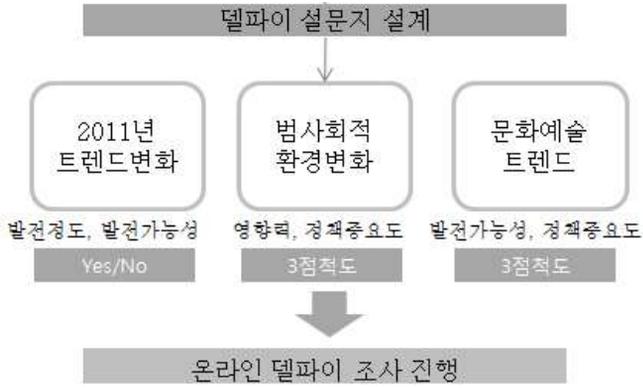
분야	수	분야	수
시각예술	4	콘텐츠산업	3
공연예술	4	문화기획 문화예술교육	3
전통예술	4	예술창작공간	2
문학·출판	2	소수자문화	3
마케팅 소비자트렌드	3	문화정책	3

- 델파이포럼: 델파이조사 결과에 대해 2회에 걸친 전문가들의 심층토론을 진행하여 트렌드 선정에 반영

<그림 1-1> 2012 문화예술 트렌드 이슈 도출과정 흐름도



<그림 1-2> 델파이조사 흐름도



<그림 1-3> 델파이조사 카테고리



제 2 장 2011 문화예술 트렌드 진단

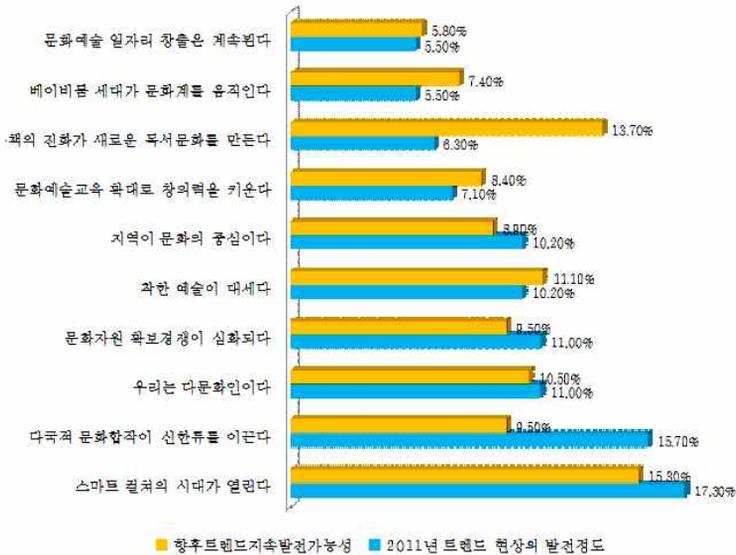


제1절 트렌드 현상의 발전 및 지속 가능성

1. 단기적 및 중장기적 발전 가능성

- ‘2011 문화예술 트렌드’의 추이는 일차적으로 델파이 조사를 통한 전문가들의 의견수렴을 통해서 순위를 정하는 방식으로 진단함
- 이때 각 트렌드의 (1)2011년의 발전정도(단기적 진단)와 향후 지속 및 발전가능성(중장기적 진단)이라는 질문을 통해 의견을 수렴함

<그림 2-1> ‘2011 문화예술 트렌드’의 발전 및 지속 가능성



<표 2-1> 2011 문화예술 트렌드의 단기적 발전 정도 순위

no.	내용	개	비율
1	스마트 컬처의 시대가 열린다	22	17.3%
2	다국적 문화협작이 신한류를 이끈다	20	15.7%
3	문화자원 확보경쟁이 심화되다	14	11.0%
3	우리는 다문화인이다	14	11.0%
5	착한 예술이 대세다	13	10.2%
5	지역이 문화의 중심이다	13	10.2%
7	문화예술교육 확대로 창의력을 키운다	9	7.1%
8	전자책의 진화가 새로운 독서문화를 만든다	8	6.3%
9	베이비붐 세대가 문화계를 움직인다	7	5.5%
9	문화예술 일자리 창출은 계속된다	7	5.5%

<표 2-2> 2011 문화예술 트렌드의 중장기적 발전 정도 순위

no.	내용	개	비율
1	스마트 컬처의 시대가 열린다	29	15.3%
2	전자책의 진화가 새로운 독서문화를 만든다	26	13.7%
3	착한 예술이 대세다	21	11.1%
4	우리는 다문화인이다	20	10.5%
5	문화자원 확보경쟁이 심화되다	18	9.5%
5	다국적 문화협작이 신한류를 이끈다	18	9.5%
7	지역이 문화의 중심이다	17	8.9%
8	문화예술교육 확대로 창의력을 키운다	16	8.4%
9	베이비붐 세대가 문화계를 움직인다	14	7.4%
10	문화예술 일자리 창출은 계속된다	11	5.8%

○ 2011년에 두드러진 트렌드 현상으로는 (1)스마트 기술의 발달에

따른 스마트 컬처 시대의 개막, (2)글로벌한 K-pop 열풍으로 대표되는 신한류의 확산과 다국적 문화협작의 가속화, (3)국내외적으로 문화자원 확보경쟁의 심화, (4)국내외 인구이동의 증가에 따른 다문화사회의 진전, (5)문화예술을 통한 사회기여활동인 착한 예술, (6)지역을 중심으로 전개되는 문화예술 등이 선정됨

- 중장기적인 차원에서 지속 및 발전 가능성이 높은 트렌드로는 (1) 스마트 기술의 발달에 따른 스마트 컬처 시대의 개막, (2) 전자책의 진화에 따른 새로운 독서문화, (3)문화예술을 통한 사회기여활동인 착한 예술, (4)국내외 인구이동의 증가에 따른 다문화사회의 진전, (5)국내외적으로 문화자원 확보경쟁의 심화, (6) 글로벌한 K-pop 열풍으로 대표되는 신한류의 확산과 다국적 문화협작의 가속화 등이 선정됨
- 단기적 진단과 중장기적 진단에서 모두 ‘스마트 컬처의 시대가 열린다’ 가 1순위를 차지하여 스마트 기술의 발달이 지속적으로 갱신되고 확산되면서 강력한 트렌드 현상으로 발전할 전망

2. 단기적 진단과 중장기적 진단의 불일치

- 단기적 진단과 중장기적 진단의 차이
 - 응답 결과에 따르면, 2011년 동안 트렌드 현상의 발전 정도와 향후 트렌드 지속 및 발전 가능성이 반드시 일치하지 않음
 - 전반적으로는 각 항목별로 단기적 진단과 중장기적 진단이 거의 비슷한 수준으로 도출되었으나, ‘전자책의 진화가 새로운 독서문화를 만든다’ 와 ‘다국적 문화협작이 신한류를 이끈

다' 가 큰 차이를 보임

- 단기적 발전 정도는 높고 중장기적 발전 가능성은 낮은 트렌드
 - **‘다국적 문화협작이 신한류를 이끈다’** 는 2011년에 비약적으로 발전한 트렌드 현상이라 할 수 있으나, 중장기적으로는 그에 못 미치는 발전 가능성이 지적됨
 - 그러나 이러한 결과는 올해 K-pop이 주도한 신한류 현상에 대한 응답으로서, 작년에 담론 상으로만 존재했던 ‘신한류’의 폭발적인 현실화에 따른 것이라 할 수 있음
 - 작년 시점에서 신한류는 여러 진단과 논의가 이루어지기는 했어도 그 구체적인 실체가 트렌드 현상으로서 가시화되는 수준은 아니었음
 - 오히려 ‘다국적 문화협작’이라는 현상이 두드러짐으로써, 이 두드러지는 현상이 아직 실체가 없었던 신한류를 견인할 것으로 전망한 것이었음
 - 올해 가히 폭발적인 성장을 보인 ‘신한류’는 다국적 문화협작보다는 K-pop이 유튜브 등의 소셜미디어를 통해 전세계로 확산되어 국제적인 팬덤 현상을 불러일으키는 형태로 가시화됨으로써, 내용면에서 작년 보고서에서 전망한 트렌드와 불일치하는 측면이 있음
 - 중장기적으로 지속 및 발전 가능성이 낮게 진단된 데에는 한류라는 개념 자체가 일시적인 유행 현상이라는 오래된 판단이 작용한 것으로 추정할 수 있음

- 단기적 발전 정도는 낮으나 중장기적 발전 가능성 높은 트렌드
 - **‘전자책의 진화가 새로운 독서문화를 만든다’** 는 2011년에는 크게 주목받거나 이슈화되지 못한 현상이나 중장기적으로는 크게 발전, 지속할 트렌드 현상으로 지적됨

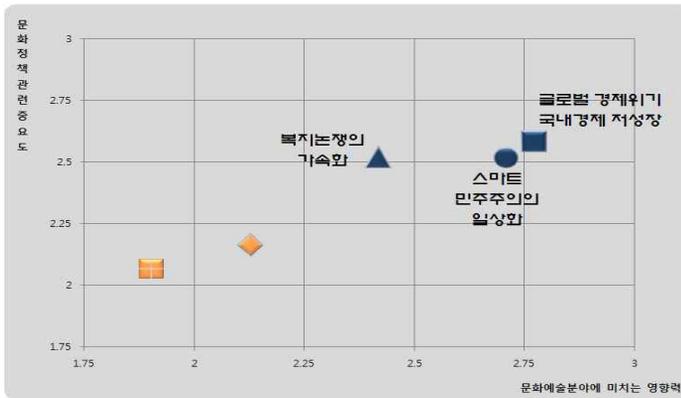
- 작년에 전자책과 관련된 논의나 전망이 두드러졌던 데 비해 올해 그러한 논의가 지속되거나 전망에 부합하는 기술적, 사회적 차원의 가시적 현상이 부재했던 점이 큰 요인이라 할 수 있음
- 반면 모바일 기기의 급속한 진화 속에서 전자책의 수요 및 독서형식의 변화, 기술적 발전 가능성에 대한 전망이 압도적으로 높게 제시되었다고 사료됨

제2절 2011년 환경 변화와 트렌드

- 환경 변화는 STEEP 분석의 틀을 약간 변형하여 국제관계/정치경제, 사회/라이프스타일/인구변화, 기업경영/마케팅/소비문화, 과학기술/디지털환경의 네 범주로 나누어 조사하고 델파이조사를 통해 문화예술분야에 미치는 영향력과 문화정책 관련 중요도가 높은 항목들을 추출함

1. 국제관계/정치경제 분야

<표 2-3> 문화예술 환경변화: 국제관계/정치경제 분야



- 글로벌 경제위기 및 국내경제 저성장
 - 미국발 경제위기 이후 유로존 국가들의 부도 우려로 글로벌 금융시장 불안이 지속되고, 정부부채가 급증하며 선진국의 경기 부양책 가능성이 제한적이어서, 강도 높은 재정긴축을 실시할 것으로 예상됨
 - 이러한 세계경제 부진으로 국내경제 성장 역시 둔화될 전망

○ 스마트 민주주의의 일상화

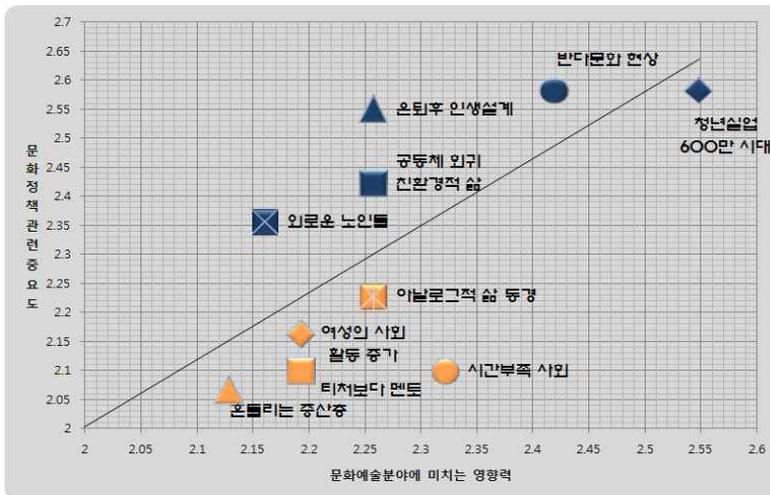
- 새로운 스마트 기술과 SNS를 통한 정치활동이 확산되면서 서울시장 재보궐선거를 비롯해 이어지는 총선, 대선에서 스마트 민주주의의 비중이 더욱 증가할 전망
- 최근 팍캐스트 방송 <나는 꼼수다>를 비롯해 1인 미디어의 대중화로 정보의 소통이 빠르고 쉽게 이루어지고, 월가 시위와 같이 SNS를 활용한 국제적인 플래시몹의 활용도 증가

○ 복지논쟁의 가속화

- 경제성장 둔화 및 재정위기 심화, 실업률 증가, 양극화 및 빈곤 문제 심화 등으로 복지문제가 중요한 정치사회적 이슈로 부각, 무상급식, 무상교육, 무상의료, 보편적 복지, 부유세 도입 등의 논의가 내년 대선을 앞두고 더욱 가열될 전망

2. 사회/라이프스타일/인구변화 분야

<표 2-4> 문화예술 환경변화: 사회/라이프스타일/인구변화 분야



- 청년실업 600만 시대
 - 경기침체로 인한 청년실업 증가와 관련해 이미 ‘88만원 세대’ 문제가 지적되어 왔으며, 이와 관련한 청년담론이 급증
 - 비정규직의 열악한 근로조건, 시간강사의 비애, 그로 인한 ‘패러사이트 싱글’, 비자발적 독신, 프리터 등의 증가가 심각한 사회문제로 부상
 - 관련된 신조어로 등골탑, 알부자족, 청년실신, 생활스터디, 삼포세대 등이 등장

- 국내거주 외국인 140만 시대, 반다문화 현상의 증가
 - 국제적인 이주가 증가하고 국내 저출산, 고령화가 심화되면서 국내 거주 외국인 140만 시대에 진입해 다문화가정에 대한 사회적, 정책적 관심도 증가
 - 반면 경제침체, 외국인범죄문제 등과 맞물려 반다문화 정서가 심화되고 관련 인터넷 카페 및 회원 수 증가 추세

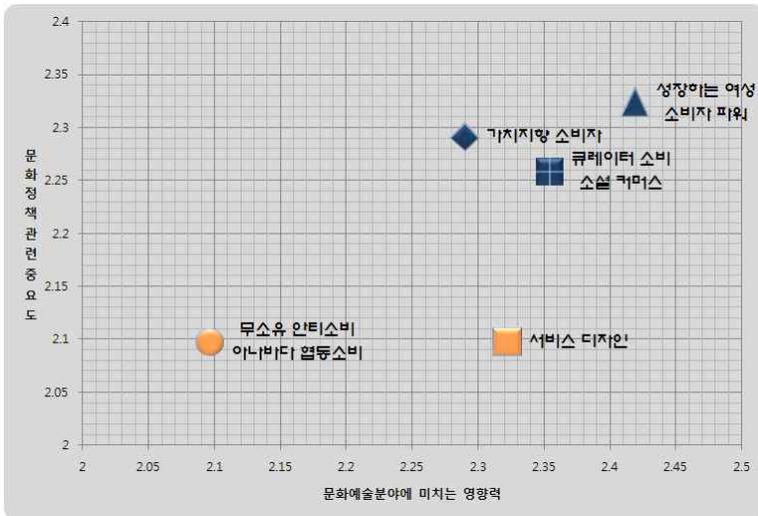
- 은퇴 후 인생설계에 대한 사회적 관심 증가와 외로운 노인들
 - 베이비 붐 세대의 은퇴가 시작되면서 연금재정 고갈, 정년연장, 근로시간 유연화에 대한 관심이 증가
 - 고령 인구의 증가로 세컨드 라이프 설계가 중요한 이슈로 부각하고, ‘골드실버’ 산업이 확장 추세에 있으나, 다른 한편 노후를 가족과 함께 지내는 대신 노인수용시설에서 보내는 노인 집단가구가 증가
 - 1인 가구가 증가 추세에 있으나, 그 중 빈곤한 독거노인층 비율도 증가하고 노인 자살률도 증가 추세

- 공동체 회귀 및 친환경적 삶의 추구
 - 농촌의 공동체적 삶을 지향하는 귀촌, 귀농 현상을 비롯하여

- 소집단 및 대안가족을 중심으로 한 공동체, 협동조합 등의 삶의 방식에 대한 관심이 증가
- 동시에 농촌관광, 생태체험, 농촌연계산업 등 경제와 산업의 자원으로 농촌 부각
- 또한 친환경적 삶에 대한 관심이 지속되면서 좀 더 불편한 삶을 감수하고라도 웰빙을 지향하는 생활운동이 활성화

3. 기업경영/마케팅/소비문화 분야

<표 2-5> 문화예술 환경변화: 기업경영/마케팅/소비문화 분야



○ 성장하는 여성 소비자 파워

- 여성들의 활발한 사회진출과 더불어 지속적으로 증가하고 있는 여성소비력에 따라 기업들의 마케팅 타겟이 여성들로 향하고 있음
- 특히 고학력, 저출산으로 육아에 대한 관심과 투자가 급증하고,

출산과 육아에 대한 부담 및 정보욕구가 증가함에 따라, 온라인, 오프라인을 넘나드는 알파맘 네트워크가 증식해 우리나라 소비를 주도하는 집단으로 급부상하며 시장경제 및 사회문화 전반에 영향력을 행사하는 신흥 권력집단을 형성

○ 가치를 지향하는 소비자

- 소유적인 소비를 넘어서 소비를 통한 경험의 질과 가치를 지향하는 소비경향이 강화되는 추세이며, 소유를 위한 소비에서도 기업의 비전이나 전략, 디자인의 가치 등이 중요한 소비결정의 판단기준으로 작용
- 지속가능한 삶을 위한 친환경 소비, 공정소비, 협동소비 등이 지속적인 강세를 보임

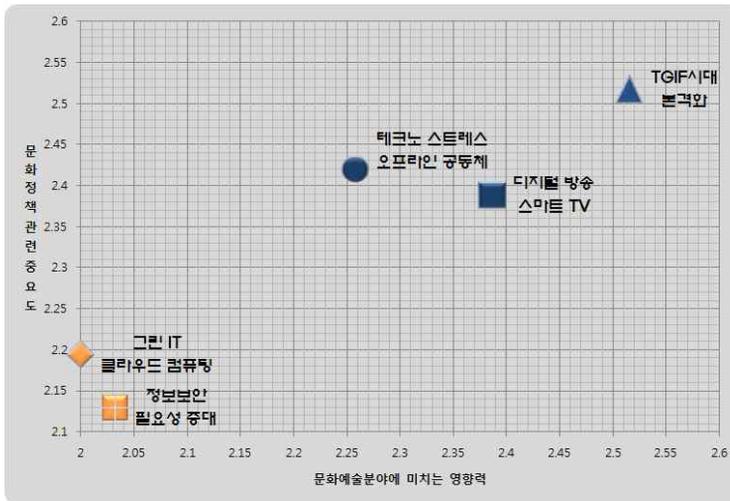
○ 큐레이터가 된 소비자, 소셜 커머스(Social commerce)와 큐레이터 소비의 확장

- 영국의 트렌드와칭닷컴은 ‘소셜라이트’ 를, 에텔만 디지털은 ‘디지털 큐레이터’ 를 2011년 트렌드로 선정
- 소셜미디어의 발전과 함께 정보소비방식의 변화, 과잉된 정보와 상품의 홍수 속에서 가치 있는 콘텐츠를 구별해내는 능력이 중요해짐
- 쇼핑 큐레이터(누군가를 위해 상품을 선별하고 추천해 주는 서비스 제공자)의 역량과 영향력 증대가 소셜 커머스를 통해 가속, 최근 그루폰 창업자는 소셜 커머스를 ‘큐레이터 역할’ 이라 규정
- 최근 경기침체와 물가급등으로 자신이 원하는 제품을 적절한 가격에 구입하기 위하여 사전조사에 적극적이고 쿠폰, 포인트 등을 활용하는 소비자가 증가
- 특히 젊은 계층을 중심으로 확산되는 이러한 소비경향에 맞춰

인터넷 구매 후기에 영향을 많이 받고 자신의 구매 후기를 퍼뜨리는 스니저의 파워가 증대

4. 과학기술/디지털환경 분야

<표 2-6> 문화예술 환경변화: 과학기술/디지털환경 분야



○ TGIF 시대의 본격화

- TGIF 시대란 Twitter, Google, Iphone, Facebook의 시대, SNS와 스마트폰이 대세를 이룬 시대의 은유적 표현
- 최근 모바일 기술의 혁신으로 이를 바탕으로 한 신종 소셜 네트워크 서비스 이용자 급증
- 움직이면서도 24시간 네트워크와 연결되어 지식습득 및 창조, 실시간 소통을 이루어내는 개인(디지털 노마드)의 증가
- 전통적 매체를 능가하는 정보 및 의견의 흐름 속에서 다수의 팔로워를 확보한 인간 허브들이 등장하면서 새로운 트위터 스

타의 등장 및 스몰시스터 파워의 일상화

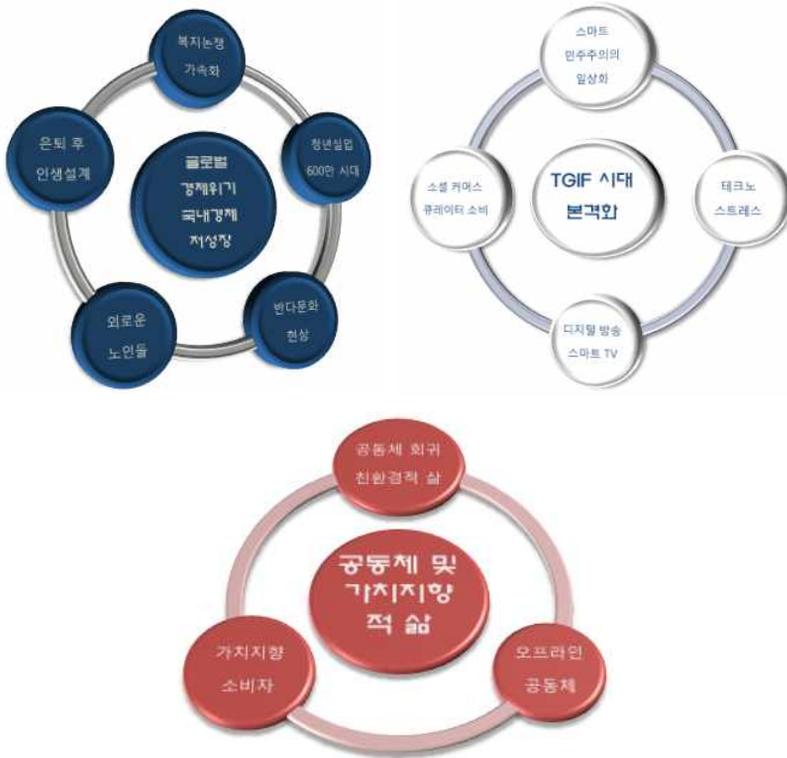
○ 디지털방송시대 개막과 스마트 TV의 일상화

- 2012년 12월 31일을 기점으로 디지털방송시대의 개막해, 인터넷 및 모바일 기기와의 연동으로 양방향 커뮤니케이션이 실현되고, 각종 부가서비스 개발로 관련산업 수익구조 변화 전망
- TV의 PC화로 소프트웨어 비중 확대, 콘텐츠는 초고화질, 3D 기반 실감형 콘텐츠로 진화, N스크린 서비스, 디바이스 협업, 클라우드 서비스 등의 진화로 방송 플랫폼의 경계 사라질 것으로 전망
- 이에 따라 지상파 방송사는 스마트TV환경 기반으로 콘텐츠 강화 위해 지상파 연합 플랫폼을 추진하고, TV교체수요의 증가와 내년 올림픽 특수를 노린 스마트TV 가격경쟁을 통해 스마트 TV의 일상화 가속 전망

○ 테크노 스트레스와 오프라인 공동체로의 회귀

- 안티소셜네트워킹, 역네트워킹, 온라인흔적지우기서비스 등 극대화된 온라인네트워킹으로 개인정보유출 등의 다양한 문제가 속출
- 기술발전의 가속화에 따른 테크노 스트레스의 증가와 함께 인간적 감성과 아날로그적 삶에 대한 관심이 증가하여 오프라인 공동체를 통해 진정한 네트워킹을 구현하고자 하는 움직임

<그림 2-2> 문화예술 환경변화의 삼원구조

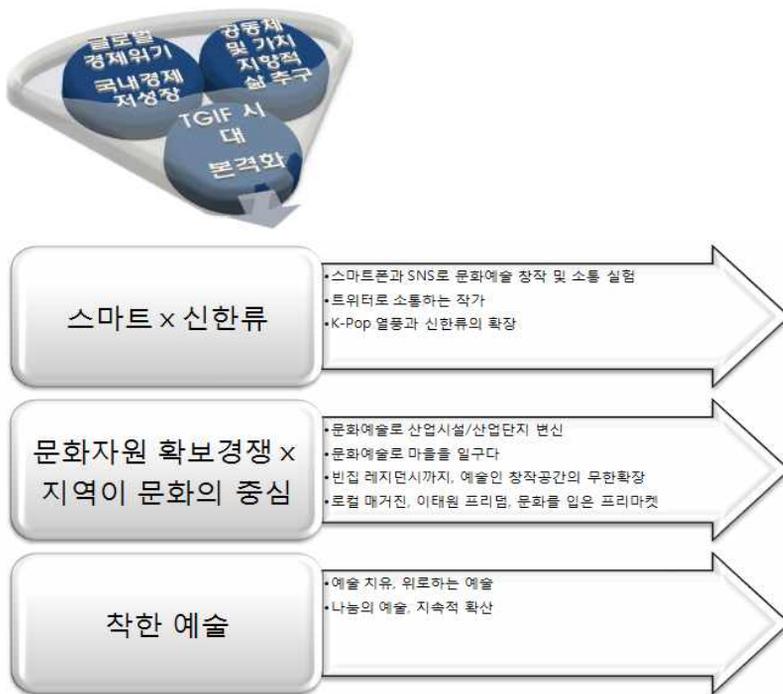


5. 2011 환경변화와 트렌드 발전 가능성

- 올해 조사한 문화예술 환경변화에 따라 작년에 선정한 2011년 문화예술 트렌드의 향후 진행 추이를 예상
- 글로벌 경제위기 및 국내경제 저성장, TGIF 시대의 본격화, 공동체 및 가치지향적 삶의 추구라는 세 가지 환경요인들의 영향으로 2011년에는 (1)스마트 기술 발전에 의한 스마트 컬처의 진

작이 두드러지고, 이와 함께 K-POP의 신한류 열풍이 거세게 인 것으로 볼 수 있고, (2)문화예술활동이 더욱 지역화됨에 따라 지역간 문화자원 확보경쟁 또한 국내외적으로 심화될 것이며, (3) 문화예술을 통한 사회공헌 및 나눔이 사회적, 정책적으로도 더욱 강조되어 일상화될 것으로 진단됨

<그림 2-3> 2011 문화예술 환경변화와 발전 가능성 높은 트렌드



○ 한편 환경변화와의 관계 속에서 발전 가능성이 뚜렷하게 예상되는 트렌드가 있는 반면, 보다 복합적인 요인들의 작용으로 발전의 형태에 대해 입체적인 고려를 요하는 트렌드도 존재함

○ 〈우리는 다문화인이다〉의 경우

- 이 트렌드 현상의 경우, 향후 발전 가능성은 높게 지적이 되었으나, 사회적으로 글로벌 경제위기, 국내경제 저성장이 주요 요인으로 작용하여 반다문화 현상이 가속화되고 있으며, 문화예술분야에서는 이태원으로 상징되는 다문화적 문화소비코드의 정착하는 다소 상반되는 경향을 보임
- 또한 공공적 차원에서 다문화 프로그램 보급이 증가하였으나, 국내 이주민의 경우 경제적, 생활적 차원의 문제해결이 우선시되므로, 프로그램 공급 과잉으로 인한 프로그램 참여자 모시기 경쟁, 지역 특성 및 수요와 거리가 있는 프로그램의 전국평준화 등이 문제점으로 지적됨

○ 〈베이비붐세대가 문화계를 이끈다〉의 경우

- 사회적으로 글로벌 경제위기, 국내경제 저성장이 지속되는 가운데, 은퇴 후 인생설계에 대한 관심과 불안이 증가하고, 노인 1인 가구로 집약되는 외로운 노인들은 증가하는 추세
- 문화예술분야에서는 문화소비 차원에서 레트로 취향이나 고전 리메이크 붐이 형성되고 영화 등의 블록버스터급 성공을 견인하는 데 베이비붐 세대가 기여하는 바가 큰 것으로 확인되나, 다른 한편으로는 문화소비를 지탱해 줄 수 있는 경제적 측면에서의 불안이 지속적으로 증가하는 추세
- 즉 베이비붐 세대의 전반적인 경제적 상황이 밝지 않은 상황에서 문화 소비력 또한 약화될 우려가 상존하며, 이 세대 내의 경제적 격차를 반영하는 문화 소비의 격차 또는 양극화 현상도 예상할 수 있고, 건강 등의 문제로 이동성이 제한되는 문제 역시 위협 요인으로 작용할 것임

- 환경변화로 인한 고려사항: 복지논쟁의 가속화와 문화예술정책의 수요
 - 글로벌 경제위기 및 국내경제 저성장이 지속되는 가운데, 2012년에는 총선과 대선을 앞두고 복지논쟁이 가속화될 것으로 전망되어, 문화복지 정책에 대한 논의도 증가할 것으로 예상
 - 그러나 보다 확장된 차원에서 사회적 차원에서의 문화예술정책 수요와 문화예술분야 내에서의 문화예술정책 수요 파악이 필요
 - 사회적 차원에서 은퇴 후 인생설계 및 외로운 노인들의 문제, 청년실업 문제, 반다문화 현상 등이 주요한 이슈로 지적됨
 - 문화예술분야에서는 예술가 및 창작자의 경제적 불안과 자립 문제, 성소수자, 장애인, 청년의 문화예술 생산과 향유 문제가 트렌드 이슈로 부상함

제 3 장 2012 문화예술 트렌드



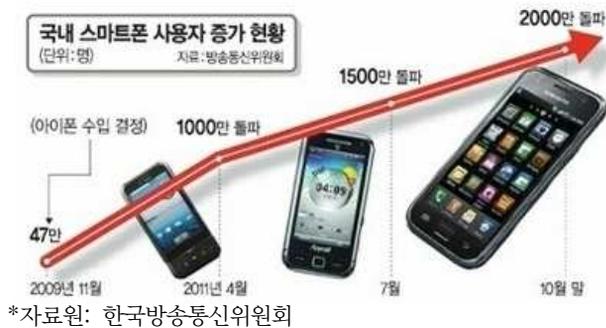
제1절 K-POP, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끈다

1. 스마트 환경의 진화

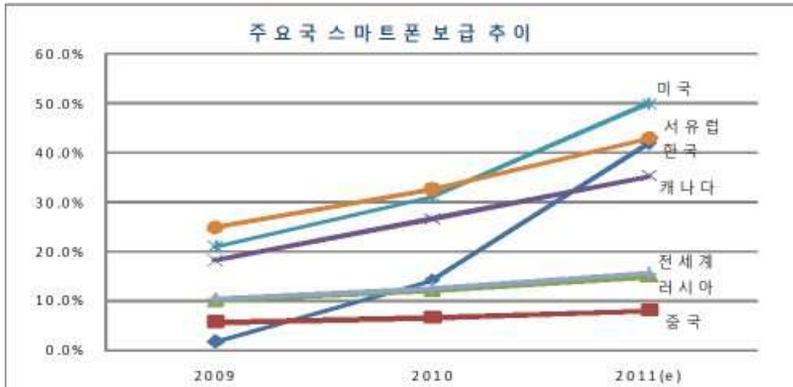
가. 스마트폰 이용자 2000만 시대

- 국내 스마트폰 이용자 2000만 명 돌파
- 2011년 10월 말 현재, 국내 스마트폰 이용자 수가 2000만 명을 넘어서면서, 스마트폰이 국민생활과 경제·사회·문화의 방식을 바꿔놓는 막강한 변화의 수단으로 등장
- 미국, 캐나다, 서유럽 등 주요국에서도 스마트폰 보급률이 가파른 상승세를 보이거나, 한국에서의 스마트폰 보급률이 전년 대비 가장 급격한 상승세를 기록함

<그림 3-1> 국내 스마트폰 이용자 증가 현황



<그림 3-2> 주요국 스마트폰 보급 추이



*자료원: 한국방송통신위원회

○ 스마트폰이 인류 생활의 변화를 주도

- 스마트폰은 단순히 새로운 서비스를 제공하는 IT기기의 차원을 넘어 ‘스마트 라이프’ 로 대변되는 인류 생활의 변화를 주도하는 역할 수행
- 스마트폰은 다양한 사회·문화적 편익을 제공하는 ‘종합 문화 서비스 플랫폼’ 으로 정보습득, 업무수행, 사회적 관계형성, 여가활용 등을 가능하게 하고 있음
- 업무수행 변화: 스마트폰 보급이 확대되면서 가정과 직장 등 시간과 장소를 가리지 않고 업무를 처리할 수 있는 스마트 워크 기반이 마련됨
- 사회·문화적으로는 스마트폰을 이용한 실시간 정보검색, SNS 등의 활성화로 일대다(1:N) 정보공유, 의사전달 등이 가능해지고, 파워 블로거, 애플리케이션 개발자 등의 프로슈머가 새로운 대중권력으로 등장함

- SNS의 정치·사회적 영향력 확대: 정치적 사안이나 사회현상에 대해 실시간으로 의견을 피력하고 일반 대중들과 공감대를 형성하여 여론을 형성하는 일이 일상화되는 스마트 민주주의 시대의 도래

○ 스마트폰이 IT산업에 지각변동 촉발

- 스마트 폰은 기본적으로 통신 서비스의 중심을 음성에서 데이터로 급격히 이동시키면서, 정보통신기술(ICT) 시장에서 플랫폼과 단말기의 영향력이 확대되는 등 ICT 시장 전반의 큰 변혁을 주도
- 구글이 휴대폰 관련 특허를 다수 보유한 모토로라를 인수하고, 삼성전자와 애플의 특허 전쟁이 치열하게 전개되는 과정에서 등 삼성전자와 마이크로소프트(MS)가 새로운 협력을 맺는 등 IT산업의 지각변동 거세짐
- 또한 스마트폰을 비 ICT 분야 기업의 생산·영업 활동에 접목, 기업의 업무 효율성과 생산성을 높이려는 움직임도 등장(예: 포스코는 제조공정과 안전관리 등에 스마트폰을 활용하고, 도시철도공사는 현장시설물 관리와 고장신고접수에 스마트폰을 이용)
- 스마트 폰이 ‘제2의 벤처 붐’ 전망: 스마트폰 확산이 벤처기업 창업 열기를 불러일으켜, 2011년에 국내 벤처기업 수가 2만 5000개를 돌파하고(예: 티켓몬스터, 카카오톡 등 소셜커머스나 SNS 관련 창업 증가), 벤처캐피탈 투자금도 증가(2009년 8300억 원→2010년 약 1조1100억 원→2011년 약 1조2000억 원)

<그림 3-3> 연도별 벤처기업 증가 현황



나. 스마트폰 열풍과 함께 SNS 가입자 수 급증

○ 국내 트위터 가입자 수 500만 돌파

- 오이코랩에 따르면 2011년 11월 13일 현재 한국인 트위터 계정 수는 5,267,503명으로 국민의 10%가 트위터를 사용하는 것으로 산정됨
- 2010년 8월에 100만 명에 불과했으나 스마트폰 열풍을 타고 급증하기 시작했으며, 스마트폰을 이용한 SNS 활용도가 높아지자 제조사들은 최신 스마트폰에 트위터 애플리케이션을 기본 프로그램으로 탑재함
- 글로벌 SNS 시장에서는 페이스북 가입자가 더 앞서지만 국내에서는 트위터의 영향력이 더 높은 것으로 지적됨. 특히 최근 서울시장 보궐선거 결과에 직접적인 영향을 준 것으로 평가될 만큼 영향력 급증
- 트위터는 매스미디어와 대별되는 소셜미디어로서 1인 미디어라고도 하며, 이러한 1인 미디어가 모여 집단지성의 힘을 발휘

하는데, 한국인 최초로 트위터 팔로워 100만 명을 돌파한 이외 수는 그 위력을 단적으로 보여주는 사례

- 트위터는 RT 기능을 통해 140자 이내의 콘텐츠를 팔로워들에게 동시에 전달하는 일파만파의 효과를 가지고 있어 그 위력이 다른 SNS에 비해 더 큼

○ 전세계 페이스북 사용자 수 6억 명 돌파

- 페이스북의 전 세계 가입자 수가 이미 2011년 1월에 6억 명을 돌파했고 2011년 11월 현재 7억 7,336만 8,320명인 것으로 나타남
- 하루 접속자 수는 5억 명이며 페이스북 사용자들은 평균 130명의 친구를 갖고 80개의 페이지와 그룹, 이벤트 등에 연결되어 있으며, 매일 20억 개의 ‘좋아요’와 댓글이 달리고 2억 5천만 개의 사진이 업로드되고 있는 것으로 알려짐
- 국내의 경우 지난 2월 기준으로 400만 명을 돌파했고, 2011년 11월 현재 448만 3,280명이 사용하고 있어 15세 이상 인구 10명 중 1명이 페이스북 계정을 갖고 있는 것으로 추정됨

다. 신한류의 주역, 유튜브의 급성장

1) 유튜브의 급성장

- 누구나 동영상을 쉽게 올리고 공유할 수 있는 사이트를 제공하기 위해 2005년에 설립된 유튜브는 설립 5년 만에 전세계 동영상 시장 점유율 1위를 차지하고, 2008년 한국시장 진출 후 2009년 11월에 국내 온라인 동영상 공유 사이트 1위를 차지함

- 현재 31개 국가에서 43개 언어로 서비스되고 있는 글로벌 사이트인 유튜브는 전세계적으로 일일 동영상 조회 수 30억을 기록하고 분당 48시간 분량의 동영상이 업로드되고 있음
 - 올해 초 튀니지, 예멘, 이집트 등 중동지역에서 일어난 시민혁명, 동일본대지진이 유튜브를 통해 전세계적으로 전달되었고, 국내 아이돌 그룹들의 뮤직비디오가 전세계에 소개된 신한류 열풍의 주역으로도 주목 받음
- <유튜브 3.0>과 구글의 온라인 채널 개설
- 올해 9월 초에 유튜브는 <유튜브 3.0>이라는 프로그램을 선보였는데, 여기에서는 프리미엄 파트너사 뿐만 아니라 일반 이용자도 유튜브 파트너십 프로그램을 통해 수익을 창출할 수 있다는 것이 골자를 이룸(특히 이를 위해 방송사들도 난감해 하는 기술적인 난이도가 있는 다양한 기능과 채널 운영 방법도 제공할 예정)⁵⁾
 - 또한 구글은 최근에 유튜브를 통해 가수 마돈나, 농구스타 샤킬 오닐 등 유명인사와 손잡고 온라인 채널 100여 개를 개설하겠다고 발표
 - 할리우드 제작사, 미디어 회사 등 76개 회사가 유튜브에 채널을 개설하고 하루 25시간 분량의 프로그램을 제공하는 방식이며, 이를 위해 구글은 콘텐츠 제작사들에게 광고수익 55%를 지급하기로 한 상태임
 - 이에 따라 시청자들은 통상 케이블방송 채널에서 보던 패션, 뷰티, 요리, 스포츠, 음악, 건강 등 19개 분야의 프로그램을 유튜브 채널을 아무 때나 접할 수 있게 됨
 - 또한 앞으로 나올 거의 모든 가전과 스마트 기기에는 유튜브를

5) 연합뉴스, 2011.9.6.

즐길 수 있는 기능이나 애플리케이션이 탑재되며, 구글은 음성을 실시간으로 문자로 바꿔주는 스크립트 생성 기술은 물론 실시간 번역 기술도 확보하여 전세계 모든 유튜브 이용자들이 다양한 언어로 번역된 자막을 보며 동시간 시청 경험을 가질 수 있을 것으로 전망됨⁶⁾

○ 유튜브와 월트 디즈니의 콘텐츠 제휴 계약

- 2011년 11월 23일, 유튜브는 월트 디즈니사와 콘텐츠 제휴 계약을 체결했음을 발표해, 앞으로 미국과 캐나다의 유튜브 이용자들은 월트 디즈니가 보유한 <카2>, <캐리비안의 해적> 등의 영화 콘텐츠를 감상할 수 있게 됨
- 유튜브 이용자들은 디즈니, 디즈니-픽사, 드림웍스 스튜디오에서 제작한 작품들을 볼 수 있으며 구글 TV로도 이들 영화를 시청할 수 있게 되었는데, 이에 앞서 유튜브는 소니, 유니버설 픽처스, 워너 브라더스와도 콘텐츠 제휴 계약을 체결하는 등 애플, 아마존, 넷플릭스가 장악하고 있는 디지털 엔터테인먼트 서비스 시장에 공세적인 움직임을 보임⁷⁾

2) 유튜브와 신한류

○ 유튜브와 신한류의 시너지 효과

- 유튜브는 전 세계적으로 하나의 플랫폼을 사용함으로써 신한류 열풍에 기여했다는 평가를 받고 있는데, 실제 2NE1, 빅뱅, 소녀시대, 슈퍼주니어, 2PM, 원더걸스 등 국내 아이돌 가수들의

6) 명승은(티엔엠미디어 CEO), 「중편보다 훨씬 무서운 유튜브 세상」, 시사인, 2011.11.17.

7) 아주경제, 2011.11.24.

뮤직비디오가 유튜브를 통해 소개되며 전 세계 사용자 사이에서 이들의 음악, 패션 등이 화제가 되고 있음

- 지난 한 해 동안 전 세계에서 유튜브 내 한국 3대 기획사(SM엔터테인먼트, YG엔터테인먼트, JYP엔터테인먼트) 소속 가수들의 동영상 조회 수는 무려 총 7억 9000여 건에 달하는 것으로 알려짐⁸⁾

2. 신한류 2.0: SNS와 K-POP의 만남

가. 신한류란?

○ 아이돌 그룹의 K-POP이 중심

- 동방신기·슈퍼주니어·소녀시대·보아·샤이니·f(x) 등이 소속된 SM엔터테인먼트(이하 SM), SM 소속 가수들은 물론 빅뱅·2NE1·세븐 등이 소속된 YG엔터테인먼트(이하 YG)와 원더걸스·포미닛·미쓰에이·2PM·2AM 등이 소속된 JYP엔터테인먼트(이하 JYP), 카라·SS501 등이 활동 중인 DSP엔터테인먼트 등이 신한류를 견인

○ 전세계에서 동시다발적으로 실시간 소비

- 또한 과거 한류의 기반이었던 일본과 동남아를 넘어 미국, 유럽, 기타 지역으로까지 동시에 확대되고, 단순한 문화 현상이 아닌 사회·경제적 이슈를 양산한다는 점에서 파급효과 큼
- 삼성경제연구소 정태수 선임연구원은 「아이돌 그룹이 이끄는 신한류 시대」에서 “과거에는 한국에서 인기 형성 후 해외로 전이되는 양상이었다면 최근에는 전 세계 동시다발적으로 소비

8) 디지털타임스, 2011.5.26.

되는 양상을 보이고 있다” 고 진단

- 한류의 태동이 중국에서부터 출발했고 일본으로 무게중심이 옮겨갔다면, 최근에는 대만 및 동남아 지역이 한류의 새로운 메카로 부상했으며, 대장금 열풍이 불었던 중동과 유럽까지 확장
- SM타운 라이브 월드 투어 인 파리(SMTOWN LIVE WORLD TOUR in PARIS)는 2011년 4월에 공연 티켓 예매가 오픈 15분 만에 전석 매진을 기록한 데 더해, 프랑스 팬 300여 명이 파리 루브르박물관 앞에서 추가 공연을 요구하는 플래시몹 시위를 벌여 추가 공연 실시함(이후 다른 유럽 지역과 페루·멕시코 등 남미 지역에서도 SM타운 콘서트를 볼 수 있게 해 달라는 팬들의 모임과 시위가 이어짐)
- 한류의 소비 지역도 일본과 동남아시아를 넘어 미국·유럽 등 전세계로 확대되어, 빅뱅의 미니 4집은 출시되자마자 미국·캐나다·뉴질랜드·호주·핀란드 등에서 아이튠즈 종합 차트 톱 10에 진입함
- 그보다 앞서 올 초에는 동방신기의 <왜>가 전 세계 앨범 판매량을 집계하는 독일 사이트 ‘미디어 트래픽’의 ‘유나이티드 월드 차트’ 4위에 오르기도 했고, 2NE1은 한국 외 다른 국가에서 정식 데뷔하지 않았는데도 프랑스의 한 K팝 사이트 조사 결과 한국 걸그룹 인기투표 1위를 기록하기도 함
- 한류의 기반인 일본과 동남아의 경우, 소녀시대가 오리콘 차트에서 각종 기록을 세웠으며, 일본의 대표 경제 주간지 닛케이 비즈니스가 소녀시대를 표지 모델로 선정하고 삼성·현대와 비교하며 소녀시대의 전략과 경제적 가치에 대해 높게 평가함
- 카라는 오리콘 사상 처음으로 해외 여가수가 싱글 발매 첫 주에 주간 싱글 차트 정상에 올랐고, 일본 데뷔 싱글 <렛 미 크라이(Let me cry)>를 발매한 장근석은 발매 직후 오리콘 데일리 차트 1위와 주간 차트 1위를 차지하는 아시아 기록 세움

- 중국·일본·태국·대만·베트남 등 아시아 전역에서 인기를 모으고 있는 슈퍼주니어는 히트곡 〈미인아〉로 대만의 음악 차트인 KKBOX에서 2011년 6월 현재 51주째 1위를 기록함

○ 유튜브 등 소셜 미디어 기반

- 드라마와 영화가 한류를 이끌었던 시기에는 해외수출 및 자국 TV를 통한 방영이라는 단순한 유통구조였으나, 신한류는 K팝의 장르 특성에 맞춰 유튜브, 아이튠스, 페이스북, 트위터, 블로그 등과 같은 SNS 미디어가 일차적인 유통기반이 됨
- K-POP이 전세계적으로 동시다발적인 소비가 가능한 것은 물론 SNS 미디어의 힘이 중요한 배경으로 작용했기 때문인데, 특히 유튜브로 대표되는 소셜 미디어의 확산은 별다른 프로모션 없이도 신한류 확산이라는 쾌거를 가능케 함
- SM·YG·JYP 등 주요 기획사들은 유튜브에 공식 채널을 개설하고 뮤직 비디오를 비롯해 다양한 퍼포먼스 영상을 제공하고 있을 뿐만 아니라 아예 유튜브에서 최초로 신곡을 발표하고 쇼케이스를 여는 등 홍보 마케팅 톨로 적극 활용
- 유튜브가 2008년 자막 삽입 서비스와 2009년 음성 자막 변환 서비스를 시작하면서 언어 장벽도 점차 낮아지고 있는 상황
- 2009년 9월 기획사 최초로 유튜브에 공식 채널을 오픈한 SM은 “SM 소속 가수들의 뮤직 비디오는 유튜브를 통해서만 2010년 한 해 전 세계적으로 무려 6억 뷰의 조회 수를 기록했으며 올해 1월부터 4월까지의 조회 수는 벌써 4억 뷰를 돌파, 올해는 연간 12억 뷰를 기록할 것으로 전망된다.” 고 밝힘
- SM 소속 소녀시대는 2010년 한 해 동안 국내 유튜브 사이트에서 가장 많이 본 영상 1위(Oh!), 2위(런데빌런), 9위(훗), 10위(Oh!의 댄스버전)를 차지함
- 유튜브 측은 이러한 현상에 대해 “소녀시대가 유튜브 채널을

- 통해 다양한 영상을 공개함으로써 팬들이 보다 쉽게 자신이 보고 싶은 콘텐츠에 접근할 수 있었기 때문” 이라고 분석
- SM 측은 “온라인 커뮤니케이션의 활성화로 정식 활동을 하지 않아도 고정 팬층이 형성되는 결과를 얻었고, 이를 기반으로 아시아는 물론 미주·유럽·남미 등에서까지 SM의 콘텐츠를 즐기고 가수들을 좋아하는 이들이 생겨 한층 더 글로벌해지고 있다” 고 진단함
 - YG는 유튜브에 아티스트별 특성에 맞는 채널을 별도로 만드는 등 유튜브를 가장 활발히 활용하는 기획사로, 현재 8개의 채널을 운영하며 소속 뮤지션의 신곡 뮤직 비디오 공개부터 라이브 스트리밍 등 다양한 방법으로 활용
 - YG 측에 따르면, 유튜브 채널 조회 수가 이미 4억6000만(460,704,653)을 넘어섰으며, 신한류의 세계적 확산과 함께 유튜브 조회 수가 급격히 늘어나는 추세
 - YG 측은 “새 뮤직 비디오를 공개하면 보통 이틀에 100만 조회 수를 기록했는데, 최근 공개한 2NE1의 〈LONELY〉는 100만 조회 수를 넘기는데 하루도 채 걸리지 않았고, 5일 만에 500만 조회 수를 넘는 기록을 세웠다(현재 7,035, 579)” 고 말함
 - 지난해 12월에는 빅뱅의 멤버인 G-드래곤(DRAGON)과 탑(TOP)의 첫 유닛 앨범 공개를 위한 쇼케이스가 유튜브를 통해 라이브로 공개돼 전세계 39만 명 이상이 〈월드 프리미어〉 쇼케이스를 시청했고, 빅뱅의 멤버 태양은 별도의 해외 활동 홍보 없이 유튜브를 통해 첫 솔로 앨범을 공개해 아이튠즈에서 아시아 가수 최초로 미국 내 R&B 판매 차트 2위, 캐나다 내 1위 기록을 세움
 - 소셜 미디어 상의 한국 아이돌 콘텐츠가 해외 언론이나 관련 업계에 노출돼 해외시장 공식 진출이라는 역할을 담당(예: JYP 소속의 원더걸스, 2008년 미국의 연예 파워 블로거인 페레즈

힐튼이 <노바디> 뮤직 비디오를 극찬하며 동영상을 올려 화제가 됐고, 이를 본 미국 최대의 에이전시 CAA와의 계약이 성사돼 미국 진출에 성공)

- YG 측은 “페이스북에서 300만 이상(3,31 2,556)이 YG 아티스트들이 올린 글을 구독하고 있으며 이 중 98%가 해외 팬”이라고 밝힘

○ 신한류의 저력, 아이돌 육성 시스템

- 삼성경제연구소 정태수 선임연구원은 최고를 키워내는 아이돌 육성 시스템에 신한류의 저력이 있다고 평가함
- 캐스팅(오디션)→트레이닝(연습생)→국내 데뷔→해외 진출 등으로 이뤄진 기획사의 철저한 단계별 전략과 연습생부터 시작해 해외 진출에 이르는 기업형 시스템으로 안정적인 콘텐츠 공급 방식 정착이 특징
- SM은 국내 음반기획사 중 체계화된 가수 육성 시스템을 처음 도입하고 정착시킨 곳으로, 국내 많은 음반기획사들도 최근 5년 사이 SM의 시스템을 적극적으로 벤치마킹하여, 그 결과 아이돌 그룹 시장이 질적, 양적 팽창을 이룸
- SM은 전세계에서 오디션을 거쳐 인재를 발굴하여 맞춤 교육을 실시한 뒤, 데뷔 전부터 해외 진출을 준비하고, 음악은 SM이 보유한 전세계 망을 통해 처음부터 월드와이드로 제작하며, 북유럽 최고 작곡가의 곡에 미국 유명 안무가가 만든 춤, 한국의 프로듀싱이 더해져 각기 다른 언어의 노랫말로 노래하게 함
- YG 측도 신한류 열풍의 이유에 대해 K팝의 질적 성장을 꼽음 (YG 전략기획실 최성준 이사, “세계 어디에 내놓아도 좋은 음악을 만들고자 한다” 며 “연습생 때부터 기본적으로 외국어 교육을 시키고, 해외 최고의 프로듀서, 유명 아티스트들과의 작업 역시 해외 팬들에 대한 접근을 더욱 쉽게 하는 요소 중 하

나” 라고 말함)

- K-POP의 음악적 세련미는 테디(YG) · 쉐지(SM) · 박진영(JYP) 등 2000년대 이후 해외파 작곡가들이 대거 대중음악 시장에 뛰어들면서 미국 팝을 한국적으로 해석하는 데 주력해온 데 기인하는 것으로 평가됨(이시하라 신 NHK 예능프로그램부 총제작자, “한국 아이돌 음악은 강렬한 중저음 비트가 특징적인 미국 팝을 기본으로 하면서도 다양한 리듬과 보컬, 안무가 더해져 파급력 있는 수준에 도달했다” 고 평가)⁹⁾

○ 일본 진출을 세계무대로의 교두보로

- 최근 아이돌그룹은 한국에서 인지도를 쌓고 일본에서 데뷔를 하던 기존의 데뷔 방식을 버리고, 데뷔 전부터 이미 일본 측과 계약하는 것이 보통
- B1A4의 경우 이례적으로 일본의 대형기획사 포니캐년과 계약을 맺었고, 마이네임은 데뷔 전부터 아빙과 계약을 맺는 파격 대우를 받았으며, 보이프렌드 역시 데뷔 전부터 NHK에 출연하는 등 연일 상승가를 달리고 있음
- 또 하나는 일본에서 먼저 데뷔한 후 한국으로 진출하는 역한류를 노리는 것(예: 에비스가든 내 'K 씨어터 도쿄'를 중심으로 활동을 펼치는 21인조로 화제가 된 에이피스, 한국보다 일본 활동을 중점적으로 펼치며 인지도를 쌓아가고 있는 초신성, 포커즈, 대국남아, 스매쉬, 슈아이 등)¹⁰⁾

○ 커버 현상: 관련 산업에의 경제적 파급효과

- 신한류가 단순히 팬덤으로 끝나지 않는 이유는 단순히 기획사의 수익 증대를 넘어 관련 산업에까지 파급효과를 미치기 때문

9) 중앙일보, 2011.1.21.

10) 조이뉴스24, 2011.11.17.

- 좋아하는 스타의 모든 것을 따라하고 싶은 소위 커버(COVER) 현상으로 인해 파생 상품이 불티나게 팔리고 한국식 패션, 뷰티 아이템에 관심이 쏟아짐
- 이에 삼성경제연구소는 13세의 나이로 일본 무대에 진출해 J-POP 시장에 우뚝 선 보아에 대해 ‘걸어 다니는 중소기업’이라며 1조원의 경제적 가치가 있다고 평가
- 음반뿐 아니라 CF와 각종 머천다이징 상품 매출을 포함하고 일본, 중국, 동남아 등 한류의 주요 시장까지 더할 경우 하나의 아이돌 그룹이 연간 1조원까지 벌어들일 수 있다는 추산 가능
- 신한류 고객층은 구매력이 높은 10~30대가 주류를 이뤄, 문화체육관광부에 따르면 신한류 영향으로 상반기 음악산업 수출액은 733억 원으로 전년 동기 대비 64.1% 증가함
- 신한류와 마케팅 연관성이 높은 전자제품과 화장품도 중국, 일본, 베트남, 태국시장에서 매출이 매년 30~40% 상승
- 관세청은 한류가 확산되고 있는 중동과 중남미, 중앙아시아 국가에 대한 한국산 소비재 수출이 2005년 이후 급증하고 있다고 발표(중동 지역에서 수출 100억 달러 돌파, 중남미 지역에서 수출 물량 50% 증가)
- 한류의 폭발력은 한류 국가와 비(非)한류 국가들의 수출을 비교하면 극명하게 드러나는데, 이란과 이라크에 대한 소비재 수출이 2005년부터 지난해까지 각각 234%, 7716% 늘어난데 반해 같은 중동지역에 위치하고 있는 비한류 국가인 아랍에미리트(UAE)는 같은 기간 수출이 17% 늘어나는데 그쳤으며, 중남미 역시 지난 5년간 페루에 대한 소비재 수출이 320% 늘어나는 동안 비한류 국가인 베네수엘라와 과테말라 등에 대한 수출은 오히려 감소
- 관세청은 기존 한류가 드라마를 중심으로 중장년층에 인기를 끌면서 승용차나 가전제품 중심으로 늘어나던 수출이, 최근에

는 케이팝을 통해 젊은 여성층을 공략하는데 성공하면서 화장품과 액세서리, 의류 등 생활용품 소비재로 범위가 확대되고 있다고 지적

- 따라서 "신한류 열풍을 확대하기 위해선 지역별 소비패턴을 고려한 상품을 개발하고 한류 불모지인 북미와 서유럽을 대상으로 한 문화 콘텐츠 개발이 필요하다"고 말함¹¹⁾
- 유튜브에는 <코리안 뷰티 시크릿 따라잡기> 등의 제목으로 동영상 대거 올라와 있으며 이러한 붐을 타고 미국의 한 유명 화장품 회사는 <코리안 시크>라는 주제의 신제품 라인을 출시하기도 했으며, 한국 업체들도 중국·일본·동남아 등을 돌며 한국 화장법을 알려주는 강좌를 개최
- YG는 이러한 팬들의 니즈를 일찍부터 파악해 문화를 리드하는 접근 방식을 시도했고, 최근에는 빅뱅과 꼬르소꼬모의 협업 상품이 출시하자마자 매진됐으며, 유니클로·닥터드레와의 컬래버레이션처럼 다양한 패션, 액세서리 업체들과의 협력을 통해 새로운 문화를 만들어내고 있음
- YG 측은 “음반이나 콘서트 시기에 맞춰 다양한 상품도 함께 출시 할 수 있도록 회사 안에 음반 프로듀싱·공연·디자인·MD 구성, 유통까지 다양한 시스템을 갖추고 있으며 아티스트들이 자신의 이름을 걸고 직접 참여하기 때문에 질적인 완성도도 높다” 고 말함
- 또한 아이돌 스타가 출연한 뮤지컬은 해외 팬들이 몰려 매진 사례를 빚고, 한국 뮤지컬 자체에 대한 관심을 유도하기도 함
- 한류 스타의 팬미팅에 참여하거나 좋아하는 스타의 공연을 보기 위해 한국 관광에 나서는 팬들도 점점 증가해, 전년 대비 2배가 넘는 3만 4000여 명이 방문했고, 최근에는 프랑스에서

11) 동아닷컴, 2011.6.24.

〈미술랭 가이드 한국 편〉이 발간됨¹²⁾

- 한국 방문 외국 관광객은 올해 사상 최초 1천만 명을 돌파할 것으로 전망되는데, 한국관광공사는 한류상품 등의 판매 호조로 인한 ‘한류효과’가 주요한 역할을 했다고 분석

○ 다양한 장르의 콘텐츠 점유율 상승

- 초창기 한류를 견인한 것은 단연 드라마였으나, 신한류는 방송 콘텐츠뿐만 아니라 음악을 비롯해 게임 장르 등 타 콘텐츠 점유율이 상대적으로 높아지고 있음
- 2009년, 그 전년 대비 게임은 13.4%, 그리고 음악 장르는 무려 89.7%가 성장했고, 문화체육관광부가 발표한 2010년 한류지수에서도 방송콘텐츠가 100인 데 비해 음악은 107, 게임은 101임
- 방송콘텐츠 내에서도 장르 다변화가 일어나, 최근 국내에서 폭발적인 인기를 끌고 있는 〈나는 가수다〉는 중국 대형 동영상 포털 사이트인 투더우왕, 쿠6 등지에서 중문판 동영상과 각 가수의 공연 동영상 캡처가 확산(투더우왕에서는 관련 동영상이 6월 25일 하루에만 17만 4000여 건이 검색되기도 함)¹³⁾
- 동시에 작년 11월에 선보인 드라마 〈장난스런 키스〉 유튜브 특별판이 오픈 3주만에 1000만 조회 수를 돌파하며 크게 성공한 점은 음악뿐 아니라 드라마도 유튜브에서 성공할 수 있음을 입증함
- 이 드라마를 기획한 배종명 PD는 “학원 로맨스물인 〈장난스런 키스〉는 주 시청자층이 10대인데, 10대는 TV보다 인터넷, 모바일을 선호한다. 온라인 전용 콘텐츠의 영향력이 여실히 드러났다.”고 지적했고, 주연배우인 김현중 또한 “한국 드라마가 아시아, 그리고 세계로 뻗어나갈 가능성이 있다는 것을 이

12) 한국경제매거진 809호, 2011.6.8.; 위클리공감, 2011.3.4.

13) ETNews.com, 2011.7.13.

번 유튜브관을 통해 확인할 수 있었다.” 고 말함

- 이에 구글코리아 이원진 대표는 “앞으로 쇼, 영화 등 한국의 모든 우수 콘텐츠가 유튜브를 통해 세계에 진출할 수 있도록 노력할 것” 이라고 밝힘¹⁴⁾

나. 신한류의 디지털 엔진, SNS

○ 한류가 디지털 엔진을 달다

- 최근 K-POP이 주도하는 신한류 열풍은 유튜브·페이스북 등 소셜미디어를 비롯한 디지털 환경을 기반으로 질주하기 때문에, 한국에서 인기가 형성된 뒤 해외로 퍼지는 게 아니라 전 세계에서 동시다발적으로 소비됨
- 이에 따라 국내 가요계에선 앨범 발표에 앞서 유튜브를 통해 뮤직비디오 등을 미리 공개하는 게 일종의 공식처럼 자리잡음
- 2NE1은 <캔트 노바디(Can't Nobody)>, <박수쳐>, <고 어웨이(Go Away)> 등 3개 타이틀곡의 뮤직비디오를 유튜브를 통해 미리 내보냈고, 공개 2주 만에 1000만 건(3개 동영상 합산)이 넘는 조회 수를 기록
- 또한 **외국에서 공식적으로 데뷔하거나 별도의 현지화 전략을 구사하지 않고도 대규모 팬을 확보할 수 있는 것도 디지털 파워 덕분**(김영민 SM엔터테인먼트 대표, “불과 얼마 전만 해도 한 가수를 정식 데뷔시키려면 TV같은 전형적인 미디어를 통하는 수밖에 없었지만 이제는 유튜브 같은 신매체를 통해 전세계 팬들과 손쉽게 만날 수 있게 됐다” 고 말함)¹⁵⁾
- 브라질 TV의 한 방송 진행자는 “한국 가수들은 쇼 한번 안 하

14) 동아닷컴, 2011.3.28.

15) 중앙일보, 2011.1.21.

고도 인터넷과 SNS 등의 매체를 통해 브라질 청소년의 새로운
우상이 됐다"고 지적함¹⁶⁾

○ SNS, 누구에게나 열린 진화한 마케팅 수단

- 동영상을 전문으로 하는 유튜브, 140자 이내의 글을 통해 소통하는 트위터, 구글과 함께 방문자 순위 세계 1~2위를 자랑하는 페이스북(Facebook) 등 온라인을 통한 음악 선전이 현대 음반 시장 거래의 필수가 되면서 SNS는 그중에서도 가장 민첩한 연계성을 가진 도구로 맹활약
- 가수들의 뮤직비디오를 홈페이지가 아닌 유튜브에 공개하는 등 디지털 미디어를 잘 활용한 결과, 소녀시대의 음악과 이미지는 이미 해외 팬들에게 익숙해져 현지화를 위한 새로운 콘셉트를 갖출 필요가 없었던 셈인데, 이를 위해 SM은 오래 전부터 고품질 서비스 영상을 공급했고 3D 촬영과 관련된 특허도 여러 개 보유하고 있음
- 또한 결과적으로 아이돌그룹뿐 아니라 SM 등의 브랜드 가치가 높아져, 아시아에서 활동하려면 SM을 통하라는 말이 나올 정도로 전세계 젊은이들이 오디션에 참가하고, 유튜브에 SM 카테고리를 론칭하자 전세계에 SM 팬이 생겨나는 한편, 해외 작곡가들이 아시아권의 저작권 수익을 고려해 SM에 곡을 주려는 경향 진작¹⁷⁾
- 소녀시대가 지난해 발표한 곡 〈훗〉의 뮤직비디오는 2011년 3월 현재 유튜브 조회수 1천만 클릭을 넘어서 그들이 이전에 발표한 곡 〈지〉, 〈오〉, 〈런 데빌 런〉에 이어 벌써 네 번째 1천만 클릭을 돌파해, 그 덕분에 소녀시대의 미국 팬 커뮤니티 ‘소시파이드’는 회원 12만 명에 하루가 다르게 증가

16) 서울경제, 2011.8.7.

17) 디지털타임스, 2011.11.2.

- 실시간으로 팬들에게 소식 전달 가능: 카라를 비롯한 대부분의 아이돌 그룹이 트위터로 팬들에게 자신들의 활동상황이나 심경을 전달함
 - 인적 네트워크를 형성하는 1인 미디어, 1인 커뮤니티가 보편화 되면서 소비자는 일방적인 자료 전달에 목매지 않게 되었는데, SNS는 자신이 만나고 싶은 사람을 지정할 수 있고, 알고 싶은 분야만 고를 수 있는 편의성을 갖춘 데다, 그곳에만 시간을 투자해도 모자랄 만큼 방대한 정보를 전달하는 장점을 지님
 - 이처럼 진화된 마케팅 수단의 등장으로 엔터테인먼트 관계자들은 바빠졌지만, 오히려 예전보다 적은 예산과 시간을 사용하여 효율적인 광고를 할 수 있게 됨
 - 하지만 SNS는 결코 주류 아이돌 그룹만이 누리는 혜택이 아니라, 전파 방송만큼이나 파괴력 있는 홍보에 목이 말랐던 인디 음악가들에게 본인을 알려주는 창구가 되고 있음
 - 실제로 음반 한 장 없이 길거리 연주를 하는 한 인디 음악가는 8만 명이 넘는 트위터 친구를 관리하며, 그 힘으로 홍대 클럽에서 단독 콘서트를 열기도 함¹⁸⁾
- K-POP은 왜 한국산업의 가장 잠재력 있는 무기가 되었나(미국 블룸버그TV 프로그램 <모노클>, 2011.2.20.)
- “삼성·현대·LG는 강력한 한국 최대의 수출 브랜드이지만, 지금 수많은 사람에게 실질적으로 어필하는 한국의 파워브랜드는 보아, 소녀시대, 에픽하이, 슈퍼주니어 등 K-POP 가수들”
 - K-POP의 선전은 디지털 미디어의 발전에 기민하게 발맞춘 덕분이라고 분석, 즉 디지털 시대로 접어들면서 서구 음악 사업은 어려움을 겪고 있지만 K-POP은 오히려 유튜브 등을 통해

18) 공감코리아, 2011.3.4.

외국 팬들에게 다가서며 전세계에 어필하고 있다는 것¹⁹⁾

○ SNS, 팬덤의 진화

- 한류 스타들은 직접 페이스북, 트위터, 미투데이 등을 통해 직접 자신의 이야기를 쓰고, 이야기들은 빠른 속도로 전 세계 네티즌과 공유됨
- **중간 매체를 거치지 않고 직접 스타들이 팬들과 소통하게** 됐다는 것은 대중문화계에서도 엄청난 사건으로, 인터넷이 있는 곳이라면 이제 누구든 어디서든 한류 스타와 대화하고 친구가 되는 시대가 열린 것
- 현재 트위터 등에서 가장 많은 팔로어를 자랑하는 연예인 대부분은 아이돌 스타로서, 국내에선 슈퍼주니어의 동해가 팔로어 32만 명으로 1위를 기록한 가운데, 김희철(3위·28만4000명), 최시원(4위·28만3000명·이상 슈퍼주니어), 닉쿤(5위·26만7000명·2PM) 등이 최상위권을 형성
- 미국 로스앤젤레스 스테이플스센터에서 SM엔터테인먼트 소속 가수들의 합동 콘서트가 열렸을 당시, 공연 전 북미 지역의 소녀시대, 슈퍼주니어, 동방신기 등 SM타운의 연합 팬클럽 회원 2000여명은 자발적으로 모여 공연장 인근에 위치한 LA컨벤션센터에서 팬클럽 단합대회를 했는데, 이 행사는 한 20대 미국인 여성 팬이 페이스북에 올린 글이 화제가 되면서 팬들의 자비를 들여 마련됨
- SM엔터테인먼트 김영민 대표는 “SM의 다양한 콘텐츠가 유튜브를 통해 시공간의 제약을 뛰어넘어 전 세계 팬들과 실시간으로 소통할 수 있게 됐다”고 강조하는데, 소녀시대가 이미 일본에 진출하기도 전에 수만 명의 팬이 일본 내에 결성되고 일

19) 위클리공감, 2011.3.4.

본 진출 쇼케이스에만 2만 2000명이 몰려든 데에서 단적으로 입증됨

- 이에 따라 유튜브에는 현재 일명 가요계 ‘빅 3’ 로 불리는 SM, YG, JYP엔터테인먼트는 물론이고 30여개의 국내 기획사들이 협약을 맺고 자신들만의 채널을 개설해 운영 중이며, MBC는 전 세계인을 대상으로 <스타오디션-위대한 탄생>의 오디션을 유튜브를 통해 진행하는 등 한류 팬들의 소통 창구로 이용²⁰⁾

3. 신한류에 대처하는 법: 국내외 동향

○ MBC와 유튜브(구글 코리아)의 한류 콘텐츠 유통 파트너십

- 2011년 10월 21일, MBC는 구글이 운영하는 세계 최대 동영상 공유사이트 유튜브와 한류 콘텐츠 유통 계약 체결
- 이를 통해 MBC는 구글과 유튜브 광고 수익을 나눌 수 있을 뿐만 아니라 전 세계 유튜브 이용자를 MBC 시청자로 확보할 수 있게 됨
- 내년부터 <무한도전>, <나는 가수다>와 같은 MBC 최신 예능 프로그램 뿐만 아니라 <여명의 눈동자>, <마지막 승부>, <질투> 등 1990년대 인기 드라마를 10분 이내 클립 형태로 유튜브를 통해 제공할 예정
- 케이팝(K-POP)을 필두로 전 세계적으로 한류 붐이 일면서 지상파 방송사들도 한류에 주목해 국내 지상파 방송사 공동 채널을 설립해 한류 콘텐츠 수출을 추진한다는 계획도 있었으나, 결국 MBC는 보다 강력한 유튜브 플랫폼을 선택하고, 본격 한류 붐을 조성하기 위해 콘텐츠 제공에서 한 발 더 나아가 내년

20) 해럴드생생뉴스, 2011.1.8.

미국에서 케이팝(K-POP) 콘서트를 개최하고 유튜브로 생방송할 계획

- 그 동안 유튜브는 사용자제작콘텐츠(UCC)를 중심으로 인터넷 이용자가 직접 만든 콘텐츠를 바탕으로 한 세계 최대 동영상 공유 사이트가 됐지만 앞으로 전문 콘텐츠까지 그 영역을 확대할 계획임(서황욱 구글 유튜브 파트너십 총괄이사, “처음 유튜브를 시작했을 때 UCC를 중심으로 한 콘텐츠 전략이 1세대에 해당하면 2세대 모델은 MBC와 같은 전문 콘텐츠를 시청할 수 있는 환경을 조성하는 것”)²¹⁾

○ K-POP 기반 토종 글로벌 플랫폼 시도

- SK플래닛, 카카오톡, 동영상 검색 벤처 엔써즈 등 토종 플랫폼들이 한류의 중심 콘텐츠인 K팝을 앞세워 글로벌 서비스 시도
- 한국콘텐츠진흥원, KT경제경영연구소 등에 따르면, 과거의 한류가 가수의 현지공연, TV 방영이나 드라마 CD·DVD 판매로 수익을 올렸다면, 최근 한류 콘텐츠는 유튜브, 페이스북, 트위터 등 글로벌 플랫폼 콘텐츠 관리만으로도 수입으로 연결됨
- SK플래닛은 미국 동영상 번역회사 비키에 전략적으로 투자하여, 비키의 브랜드 가치를 기반으로 선(先) 한류 콘텐츠 글로벌 플랫폼 구축, 후(後) 해외사업 확대를 기대
- 216개국 2500만 명의 가입자를 확보한 카카오톡은 지난달 SM, 무비위크 등 엔터테인먼트·잡지·방송업체 21곳과 제휴한 '플러스친구' 플랫폼을 개설했는데, 오픈 13일 만에 1000만 명 가입자를 확보하는 등 선전
- 엔써즈는 영어권 신한류 사이트 슌피닷컴(soompi.com)과 불어권 2개 사이트(kpop.fr, kpopfrance.com) 등 각국에 분산된 한

21) ZDNet Korea, 2011.10.21.

류 미디어 사이트를 인수해 신한류 콘텐츠 플랫폼으로 진화를 시도, 영어, 불어, 독일어, 일본어 등 버전을 확대해 연말 월간 방문자 수를 1000만 명까지 늘릴 계획

- 기존 모바일 미디어 플랫폼 및 개발업체도 신한류 콘텐츠를 글로벌 고객 확보 도구로 활용(CJ헬로비전의 '티빙', 판도라 TV '에브리온TV', LG전자 'K-POP존' 등은 한류 콘텐츠 저작권 확보를 위해 최근 국내 지상파3사와 파트너십을 체결했고, SK플래닛 'T스토어', KT '올레마켓'은 슝인슝 형태로 중국 차이나모바일 마켓에 진출해 '신한류 앱'을 선보임)
- 한편 SM엔터테인먼트, YG엔터테인먼트, JYP엔터테인먼트 등 국내 3대 기획사는 신한류 확산을 위해 현지 마케팅보다는 글로벌 플랫폼 콘텐츠 관리에 공을 들임²²⁾

○ **오디션 열풍과 합세: 韓·中·日·美 다국적 아이돌그룹 탄생**

- 한국, 일본, 중국, 미국 등 전세계를 타깃으로 하는 오디션 프로그램의 등장으로, 미국 레코드사 인터스코프(Interscope), CG엔터테인먼트가 함께 한국, 일본, 중국 등 아시아 출신 신인 가수 4명과 미국 출신 신인가수 1명으로 구성된 여성 5인조 그룹과 남성 5인조 그룹(가칭 다이너스티)을 탄생시킬 예정
- 다이너스티의 멤버는 한국, 일본, 중국, 미국, 제3의 동남아권 국가(필리핀, 베트남, 대만 등)에서 오디션을 통해 엄선되어, 선발되는 인원은 한국에서 3명, 일본 2명, 중국 2명, 미국 6명, 동남아권 국가에서 2명이 선발돼 총 15명이 선발됨

○ **K-ROCK 신한류: 인디밴드 갤러시 익스프레스**

- 록밴드 '갤러시 익스프레스'가 미국, 프랑스, 일본 등 해외

22) 파이낸셜 뉴스, 2011.11.20

유명 록 페스티벌 초청 게스트 1순위로 자리잡아 K록의 신한류 바람을 예고

- 갤럭시 익스프레스는 “외국인들은 한국에도 록음악이 있다는 사실을 아직 잘 모르는데, 일단 우리의 공연을 보면 매우 놀라워하며 좋아한다” 며 “K팝에 이어 K록도 충분히 신한류를 물고올 가능성이 높다” 고 말함
- 갤럭시 익스프레스는 2006년 베이스·보컬의 이주현(33), 기타·보컬의 박종현(29), 드럼·코러스 보컬의 김희권(29) 등이 모여 밴드를 결성했으며, 중·고등학생, 대학생, 직장인, 군인, 아줌마까지 전 연령층을 팬으로 확보하고 있음
- 20대 초반부터 홍대 클럽가에서 공연하기 시작했고, 2008년 정규앨범 1집 을 발매해 2009년 제6회 한국대중음악상 록 음반 부문 최우수상을 수상, 지난해 5월 정규앨범 2집을 발매하고 올해 2월에는 제8회 한국대중음악상 ‘올해의 음악인’ 상 수상함
- 김희권, “예전에 한국콘텐츠진흥원에서 인디레이블 육성 사업으로 앨범 제작비를 지원해 준 적이 있어요. 그때 저희도 지원받아서 1집을 냈고 한국대중음악상 록 부문 최우수상까지 받게 됐죠. 그런데 그 지원이 없어지면서 2집은 저희가 사비를 들여 제작했어요. 제작비를 줄이기 위해 연습실에서 MP3로 녹음작업을 했어요. 그 과정을 트위터에 올렸는데 네티즌 사이에서 상당히 화제가 됐어요.”
- 이주현, “비용 절감 차원도 있지만, 주변의 레코드 기기를 이용해 음악작업을 할 수 있다는 것을 보여주고 싶었어요. 노래방에서 녹음한 곡도 있어요. <나의 지구를 지켜줘>의 경우, 제가 방에서 혼자 통기타 치며 mp3로 녹음했어요.”
- 이러한 음반 작업은 홍콩에서도 화제가 되어, 2010년 홍콩에서 열린 국제 음악 콘퍼런스 ‘뮤직 매터스’ 에 공식 초청되고,

이들의 공연이 현지인 사이에서 인기를 끌면서 트위터 음반 작업 과정까지 현지 언론의 관심을 모음

- “처음엔 홍콩 사람들이 한국밴드가 록을 한다는 사실을 전혀 모르더라고요. 저희에게 ‘슈퍼주니어 노래할 줄 아느냐’며 한국 아이돌가수에게만 관심을 보였어요. 그런데 저희 공연을 본 후 홍콩 사람들의 반응이 완전히 달라졌어요. 한국의 록음악에도 관심을 갖기 시작한 거죠.” (이주현)
- 지난 3월 갤럭시 익스프레스는 한 달간의 북미 투어를 성공적으로 마쳤고, 캐나다 토론토의 ‘캐나디안 뮤직 위크(CMW)’ 페스티벌과 미국 텍사스에서 열린 ‘사우스 바이 사우스웨스트(SXSW)’에 참여하고 나서 뉴욕과 샌디에이고, 로스앤젤레스에서 총 9차례 공연을 가짐
- 해외 공연 시 대부분 한국어로 노래: 이주현, “록은 세계 공통적인 음악 장르예요. 가사의 뜻을 몰라도 함께 즐길 수 있는 것이 록이죠. 외국인들은 한국 록을 상당히 신선하게 생각해요. 악기 자체가 서양 것인데, 음악이 다르니까 신기하게 보는 거죠. 서양인이 가야금을 가지고 우리와 다르게 연주한다면 우리가 신기하게 느끼는 것처럼 말이죠.”
- 일본 아줌마들도 이들의 공연을 즐기러 가끔 홍대까지 찾아오고, 지난 6월 열린 ‘서울 도쿄 사운드브릿지’를 계기로 일본 팬이 더욱 증가
- 박종현, “K팝의 인기로 K록에 대한 관심도 점차 늘고 있어요. 저희 일본 팬도 원래 빅뱅 팬인데 한국 방송을 보다 저희를 알게 됐죠. 저희는 일단 노출만 되면 다들 좋아하기 때문에 K록도 충분히 신한류의 가능성이 있다고 생각합니다. 이번엔 정부가 다양한 인디음악 지원방안을 내놓았는데, 사실 인디밴드들에게 있어 가장 시급한 문제는 앨범제작비 지원이에요. 일단 앨범을 내야 대중에게 노출되는데, 그런 지원이 없어서 아쉬워

요.”

- 이주현, “K록의 신한류를 위해 비행기 값이라도 지원해 줬으면 좋겠어요. 홍콩 콘퍼런스에 참석했을 때 다른 나라 뮤지션들은 모두 국가지원으로 왔더라고요. 우리는 해외 공연에 초청돼도 자비를 들여 가야 하는데, 그런 점이 부담이죠.”
- 김희권, “정말 해외 공연 지원이 매우 필요합니다. 인디밴드들은 직접 곡을 만들기 때문에 해외 공연을 다녀오면 좀 더 다양한 음악을 배워올 수 있어 창작에도 상당히 도움이 됩니다. 이는 K록의 한류화에도 좋은 영향을 줄 거라 생각합니다.”²³⁾

○ 만화·애니메이션의 신한류 프로젝트(KOTRA×한국만화영상진흥원)

- 컴퓨터와 온라인 문화가 발달하면서 만화 임대산업은 최근 10년 사이 7분의 1 수준으로 쪼그라들었고 전체 만화 시장도 위축됨
- 하지만 세계 33개 나라에서 100만 권 넘게 팔리고 급기야 할리우드 영화로 개봉된 형민우의 <프리스트>, TV 드라마로 다시 태어난 박소희의 <궁>, 일본에서 애니메이션으로 제작된 양경일의 <신암행어사>, 온라인게임으로 거듭난 <열혈강호> 등은 우리 만화의 경쟁력을 과시
- 이런 상황에서 수많은 해외사업소를 가진 코트라(KOTRA)가 한국만화영상진흥원과 손을 잡고 만화를 드라마와 음악에 이은 새로운 한류 콘텐츠로 키우는 프로젝트에 돌입
- 공동창작을 하거나 공동투자를 해서 두 국가, 두 시장에 같이 소개할 수 있는 콘텐츠를 만드는 것을 목표로, 올해 부천 국제만화축제에 해외 만화 출판·유통 바이어들을 대거 초청하는

23) 위클리공감, 2011.7.6.

것으로 시작함²⁴⁾

○ **영화 로케이션 마케팅: 할리우드가 한국을 새로운 영화 촬영지로 주목**

- 맷 데이먼 주연 영화 <본> 시리즈 4편인 <본 레저시>가 서울 강남 지역에서 극비 촬영한 데 이어 할리우드 톱스타 키아누 리브스가 주연을 맡은 영화 <그라인더>가 서울 촬영을 신청
- 그동안 일본 도쿄가 할리우드 영화 촬영지로 각광받았다면 최근 서울이 할리우드 속 아시아 대표도시로 부상 중인데, 이 같은 변화는 최근 신 한류 열풍이 아시아를 넘어 유럽으로 번지고 있는 가운데 두드러진 현상
- 할리우드뿐 아니라 아시아 각국도 한국을 주요 촬영지로 삼는 일이 늘어나, 태국영화 <헬로 스트레인저>는 한국 을 로케이션으로 제작해 현지에서 흥행에 크게 성공했고, 중국에서는 CCTV의 시트콤 드라마 <심수상련>이 서울에서 촬영을 함
- 해외 각국들이 한국을 이처럼 주요 촬영지로 주목하는 것은 한류로 한국에 대한 이미지가 높아졌을 뿐더러 경제 발전으로 위상 또한 높아졌기 때문으로 진단됨
- 한 영화 관계자는 "해외 영화제에 나가보면 한국영화에 대한 관심 뿐 아니라 한국에 대한 관심이 높아졌다"며 "이런 작품들을 통해 한국에 대한 긍정적으로 변할 것"이라고 언급
- 한편 그동안 촬영지로 각광받던 일본에 대한 반사이익도 있는데, 스포츠브랜드 리복은 최근 도쿄에서 CF를 찍으려던 계획을 지진 이후 서울로 바꿨고, 미국 CBS 리얼리티쇼 <어메이징 레이스>도 지난해 서울에서 촬영을 마칩
- 이와 관련해 서울시 마케팅과의 노력이나 영화진흥위원회의

24) YTN, 2011.7.19.

〈로케이션 인센티브 제도〉를 통한 미국, 중국, 일본 촬영팀의 한국 촬영 지원 등이 숨은 공로자로 지적됨²⁵⁾

○ **문학 신한류의 확산: 신경숙의 〈엄마를 부탁해〉 신드롬**

- 〈엄마를 부탁해(Please Look After Mom)〉가 미국 아마존 베스트셀러 10위권까지 올라가면서 ‘제2의 신경숙’을 찾는 외국출판사들이 증가
- 〈엄마를 부탁해〉를 미국 시장에 수출한 이구용 KL매니지먼트 대표는 과거에는 한국문학을 소개하는 자료 자체에 눈길 한번 주지 않았는데 이제는 관심을 갖고 볼 정도로 이전에 비해 진도가 많이 나간 상태라고 지적
- 〈엄마를 부탁해〉는 최근 세르비아까지 번역판권이 팔리면서 25개국에서 출간되게 됐는데, 이런 추세라면 올해 말 30~40개국으로 수출될 전망
- 〈엄마를 부탁해〉의 성공은 이미 각국에 진출해 있는 한국문학 작품에 연속점화를 일으킬 가능성이 큰데, 최근 이정명의 〈바람의 화원〉이 유럽 판권에 팔렸고, 공지영의 〈우리들의 행복한 시간〉도 미국 계약을 눈앞에 두고 있음
- 또한 이미 10개국에 수출된 소설 〈혀〉의 작가 조정란의 〈빵 굽는 시간〉, 〈복어〉를 비롯, 한강의 〈채식주의자〉, 편혜영의 〈재와 빨강〉 등도 거래가 추진되고 있음
- 책 수출 역시 신한류 루트를 따라가서, 그동안 한류의 중심지였던 동남아 지역에서 어학책과 학습만화가 크게 인기를 얻었는데 이어 이젠 문학이 유럽과 북미시장을 공략하고 있음²⁶⁾

○ **신한류의 지역자원화 시도: 세종시, 고양시 등**

25) 스타뉴스, 2011.7.6.

26) 헤럴드경제, 2011.5.20.

- 세종시 최민호 행정중심복합도시건설청장은 현재같이 한류문화가 현대 대중음악을 한국적인 것으로 재해석해 세계인에게 공감시키는 방식에서 멈춰 선다면 미완성의 한류이고, 순수한 우리 전통문화를 현대적으로 또는 보편적으로 재창출해 세계인에게 어필하는 것이 진정한 한류문화의 완성이라는 견지에서, 세종시를 신한류 창조의 최적지로 간주
- 세종시는 온 도시의 이름이 한글로 돼 있고, 보도블록마저 한글 자형으로 디자인된 한글 도시라서, 가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것으로 어필될 수 있는 한국적인 문화 인프라가 마련된 도시라는 점 강조
- 또한 세종시에 조성될 ‘한문화마을’ (가칭)은 한국문화에 대한 교육 연구기능, 다양한 한국문화 전시 및 공연 공간, 그리고 체험공간을 종합하여 한국문화에 대한 정체성이 확립될 수 있는 중추적인 기능을 담당할 예정²⁷⁾
- 한편 고양시도 홍콩국제관광박람회(ITE HK 2011)에 참가해, 지난해 제작·유치한 KBS 드라마 <드림하이>를 소개하는 한편 고양에 소재한 MBC드림센터와 SBS제작센터의 방송콘텐츠 제작 여건을 적극 홍보함으로써, 신한류 문화중심도시로서의 위상을 강조함²⁸⁾
- 또한 고양시는 일산 호수공원에 한류와 영상문화 체험의 장인 ‘신한류홍보관’ 을 개관하고, 이 신한류홍보관이 고양시가 한류 콘텐츠를 통한 진정한 문화·관광의 도시로 거듭나는 촉매 역할을 할 것으로 기대함²⁹⁾

27) 최민호(행정중심복합도시건설청장), 동아닷컴, 2011.11.10.

28) 고양신문, 2011.6.14.

29) 중부일보, 2011.10.4.

4. 신한류의 남은 과제

가. 신한류 활성화를 위한 과제

○ 다문화적 코드의 반영 및 현지화 전략 필요

- SM엔터테인먼트와 JYP는 전략적인 그룹명과 닉쿤(태국), 엠버(중국), 지아(중국) 등 외국인 멤버 기용, 외국어 앨범 발매 등과 같이 외국 팬의 저변을 넓히기 위해 노력
- 정덕현 대중문화평론가는 신한류에 대한 반발 및 견제 심리를 지적하면서 “문화 흐름이 강제로 막아지는 것은 아니지만 한류 콘텐츠도 지나치게 한국적인 요소를 부각시켜 다른 나라 국민 정서를 자극하는 것은 피해야 한다.” 고 제안함
- 심상진 성신여대 문화커뮤니케이션학부 교수는 “현지 정서에 맞는 콘텐츠 개발, 합작 프로젝트 시도 등 반한 감정에 적극 대처하는 노력이 필요하다.” 고 강조³⁰⁾
- MBC 드라마 <장난스런 키스>의 경우, TV 드라마와 다른 내용을 담고 있는 7편의 유튜브 특별판을 제작, 보급해, 번외편, 메이킹 필름 등 31편의 동영상은 3주 만에 1000만 건의 조회 수 기록함
- 그 나라의 문화 존중 없이는 신한류 역시 존중받을 수 없기 때문에, 현지 가요계를 정복하겠다는 목표가 아니라 공생하는 방식의 정착이 가장 중요함³¹⁾

○ 프로그램 수출 단가를 높이려는 노력 필요

- 2010년 방송콘텐츠 수출단가를 산출한 자료에 따르면 전체 수출편수와 액수는 드라마가 높았지만 편당 수출단가는 오히려

30) 서울신문, 2011.12.9.

31) 조이뉴스24, 2011.11.17.

다큐멘터리와 프로그램 포맷이 높은 것으로 나타남(보도, 오락 등 1600달러, 드라마 4000달러, 다큐멘터리와 포맷은 각각 1만 4200달러, 2만 2000달러)

○ 통합적 마케팅

- 한류 콘텐츠 확대와 참가형 대형 이벤트를 적극 추진하는 등 통합적 마케팅을 통해서 지속적인 한류 수요를 창출³²⁾

○ 외국의 신한류 대응정책에 대한 대비책 필요

- 최근 대만은 한국 드라마 유입이 급증하자 한국 드라마에 20%의 수입관세를 부과할 것으로 전해짐
- 동시에 대만 국회의원들은 한국 드라마 등 외국 프로그램의 자국 TV 방영 비중을 40%에서 20%로 제한하는 내용의 ‘유선라디오TV법’ 개정안을 국회에 제출
- 이처럼 각국에서 앞으로 한류에 대응하는 다양한 정책이 강구될 것으로 예측되므로 이에 대한 대비책 마련 필요

○ 문화콘텐츠 산업 활성화 위한 국가 차원의 제도정비 및 지원

- 앞으로도 한류를 지속해나가기 위해서는 문화콘텐츠 산업의 중요성을 제대로 인식해, **저작권 보호**를 위한 체계적 장치 마련 등 국가 차원의 제도 정비와 지원이 절실히 요구됨
- 특히 1차 한류라 부를 수 있는 2000년대 초 한국 드라마 열풍은 그 이후 급조된 한류드라마의 범람과 각국의 보호주의에 막혀 스스로 막을 내리고 말았으므로, 신한류를 지속적으로 활성화하기 위해서는 우리나라 문화콘텐츠산업이 세계적인 콘텐츠 제작 경쟁력을 갖추어야 함

32) ETNews.com, 2011.7.13.

- 얼마 전 국회를 통과한 <웹하드 등록제> 관련 시행령을 준비함에 있어 실효성 있는 제도가 완비돼 불법으로 인한 콘텐츠 산업의 피해가 최소화되어야 함
 - 또한 콘텐츠 산업 분야의 기획개발에 대해서는 제조업의 R&D 분야 지원과 같은 국가적인 차원의 적극적인 정책이 마련되어야 함³³⁾
 - SM타운의 6월 유럽 공연 때 주프랑스 한국문화원이 큰 역할을 했다는 점을 감안할 때, 현재 중남미 지역의 경우 아르헨티나를 제외하고는 한국문화원이 없는 점은 취약점
 - 이에 정부도 중남미시장의 중요성을 뒤늦게 깨닫고 올 하반기 멕시코, 오는 2013년 브라질에 문화원을 개설할 예정(김종율 문화체육관광부 문화콘텐츠산업실장은 "조만간 대중문화팀이 따로 신설돼 한류를 총괄할 계획"이라며 "중남미 진출이 초기 단계인 만큼 정부가 업계와 리스크를 함께 감수한다는 각오로 지원하겠다"고 말함)
 - 온라인 플랫폼 구축: 중남미 팬들의 경우, K팝을 접하는 방법은 SNS와 불법 다운로드밖에 없는 상황이라, 저작권 보호도 문제지만 수익사업으로 연결할 수 없는 치명적 한계를 안고 있으므로, 음원 서비스를 세계적으로 이용할 수 있는 '온라인 K팝 플랫폼' 구축이 필요
- 저작권 보호 및 정당한 수익배분 통한 창작자 보호 대책 마련
- 문혜주 굿다운로더(good downloader) 캠페인본부 부위원장, "K팝, 영화배우, 연예인을 보호하고 아껴주는 방법 중 하나가 바로 저작권 보호" 라고 지적
 - 한국에서도 스티븐 스피버그, 조앤 K 롤링 같은 인재를 배출해

33) 이동훈(CJ E&M 영화부문 경영기획팀장), 콘텐츠코리아, 2011.7.11.

내기 위해서는 창작활동의 결과물을 제대로 보호하고 정당하게 수익배분이 이뤄지도록 해줘야 한다는 것

- 그러나 세계 1위를 지켜온 국내 인터넷 환경과 비례해 국내 저작권 침해규모는 커서, 문화체육관광부에 따르면 2010년 기준으로 국내에서 불법복제물로 인해 침해 받은 합법 저작물시장 규모는 약 2조1,172억 원에 달하는 것으로 집계됨(전체 콘텐츠 시장 규모의 19.2%에 해당)
- 국내 음반산업도 불법복제로 때문에 2002년을 기점으로 급격히 축소되어, 2009년 불법 음악저작물의 유통량은 온라인상에서 12억 6,279만곡, 오프라인에서 5억446만곡 등 총 17억 곡 이상이 유통된 것으로 집계됨
- 송병호 문화부 저작권보호과장은 “불법복제 방지와 저작권 보호는 창의적인 콘텐츠를 만들어내기 위한 기초 조건”이라며 “소비자가 불법복제 방지를 통해 대중문화를 더 활성화시킬 수 있다는 인식을 가질 때 세계시장에서도 한류가 더 뻗어나갈 수 있다”고 지적
- 정부는 콘텐츠산업 육성책의 일환으로 저작권 특별사법 경찰대폭 확대 등을 통해 불법복제물에 의한 합법시장 침해율을 2009년 21.6%에서 오는 2015년까지 15%로 개선할 계획
- 한류 확산을 위해서는 해외시장에서의 저작권 보호는 필수인데, 국제상공회의소(ICC)는 저작권 침해가 세계 경제사회에 미치는 비용이 2015년이 되면 1조 7,000억 달러에 달할 것으로 전망
- 한국 저작물의 침해는 특히 중국에서 매우 극심한데, 중국에서 성공적으로 증시에 상장한 인터넷 기업 가운데 다수의 기업들이 저작권을 외면하고 있는 것으로 국내 업계는 보고함
- 박준우 서강대 법학과 교수, “저작권은 시대에 따라 모습을 달리하지만 불변하는 원칙은 창작자와 각 분야 관련자, 소비자

모두를 만족시키기 위한 가장 최선의 방법으로 쓰여져야 한다는 사실” 이고, “신한류를 더 진화시키고 확산시키기 위해 국내 저작권 보호는 물론 국제공조를 통해 해외에서의 저작권 보호에도 손길이 미쳐야 된다.”³⁴⁾

○ 인터넷 팬덤에서 대중문화로의 도약: 개별 음악인과 음악 자체에 대한 투자 필요

- 프랑크 보르도 대학 홍석경 교수는 “현재 유럽에서 확산되고 있는 K-POP의 인기는 온라인을 기반으로 형성된 인터넷 문화다. 인터넷 활동을 활발하게 하는 한국 네티즌이 자생적으로 만들어낸 현상이라고도 볼 수 있다.” 고 분석
- 문제는 인터넷에 기반한 문화는 전파 속도는 빠르더라도 일반 대중에게까지 널리 파고드는 파급력에선 약해, 현재 유럽 내 K-POP의 인기가 팬덤 수준에 머물고 있다고 말할 수 있음
- 홍 교수는 “인터넷에서만 유통되는 문화는 매스컬처(Mass culture · 대중문화)로 확산되기 어렵다. 유럽의 K-POP 열기는 팬 현상이지 대중 현상으로 보기 힘들다” 고 설명함
- 이에 K-POP을 대중적이고 보편적인 문화로 끌어올리기 위해선 “한류라는 흐름에서 벗어나 개별 가수들에 대한 관심으로 옮겨가야 한다.” 는 지적이 제기되고 있음
- 한국콘텐츠진흥원 주최 ‘한류콘텐츠 활성화 컨퍼런스’에 참석한 인사이드 커뮤니케이션 마이클 브린 회장은 “한국 음악인을 한류라는 이름 아래 민족주의적 집합의 일부로 다룰 경우 자칫 유럽인의 반감을 부를 수 있다.” 고 지적하며, “한국 정부가 한류에 쏟고 있는 관심을 개별 음악인과 음악 자체에 대한 투자로 옮겨가야 한다.” 고 제안

34) 서울경제, 2011.8.11.

- SM엔터테인먼트 김영민 대표 또한 아직까지는 인터넷을 중심으로 형성된 팬 문화에 머물러 있음을 인정하고, “인터넷 쇼핑몰에서만 잘 팔린다고 되겠는가. 동네 편의점까지 진열이 돼야 대중적인 상품이다. 결국은 유럽의 기존 미디어들이 (K-POP 가수를) 다루기 시작해야 그 시장에 본격적으로 들어갔다고 볼 수 있을 것이다.” 라고 언급함³⁵⁾

나. 신한류의 이면 또는 문화생태계를 위한 과제

○ 문화생태계의 종 다양성을 위한 정부차원의 정책 필요

- 신한류를 이끄는 아이돌 그룹의 음악이 질적 향상을 하였으며, 대중음악계가 아이돌 음악 일색으로 재편되어, 사상 최고의 대중문화 융성기 속에서 심각한 문화적 빈곤 현상을 맞고 있음
- 이러한 문제는 제작사, 기획사, 방송국 등 시장의 문제로 귀결되는 것이라 할 수 있으나, 이로 인해 문화예술 생태계의 불균형과 불안이 초래되는 점은 심각한 문제인 관계로 정부 차원에서 문화예술 생태계의 종 다양성을 위한 정책적 노력이 필요³⁶⁾

○ 한국 대중음악산업의 수익배분구조 및 ‘노예계약’ 개선

- 파리의 케이팝 열풍 이후 공영방송 BBC는 서울 특파원발 기사를 통해 케이팝 현상의 빛과 그늘, 그중에서도 ‘그늘’에 초점을 맞춰 분석
- BBC는 케이팝 현상의 이면에는 국내 대중음악 산업의 취약한 수익 기반과 노예계약 같은 복합적 문제가 자리 잡았다고 보도
- BBC는 케이팝이 해외에서 선풍을 일으키는 현상을 디지털 음

35) 중앙일보, 2011.7.6.

36) 하재근블로그 TV이야기, 2010.12.2.

원이 지배하는 국내 대중음악 시장에서 수익을 창출하기 어려운 기획사들이 해외 진출로 돌파구를 마련하려는 과정이라고 분석

- 즉 싱글앨범 판매를 통한 안정적 수익 모델 확보가 더는 불가능해진 디지털 시대를 그 배경으로 꼽았는데, 한국의 소비자가 돈을 주고 디지털 음원을 구입하는 일이 드문 현실을 타개하려는 기획사들이 해외 투어에 사업 비중을 맞추는 것임
- 이 과정에서 해외 팬 입맛에 맞는 청소년 스타를 길러내려고 장기간 노예계약을 맺는 등의 문제가 발생한다는 사실도 강조함(동방신기가 SM엔터테인먼트를 상대로 냈던 노예계약 소송 등을 사례로 제시)³⁷⁾
- 실제로 ‘연예고시’ 라는 용어가 사용되는 만큼, 대형 기획사 공개 오디션에는 지원자가 수천 명씩 몰리고, 케이블 채널 Mnet이 주최하는 가수 오디션 프로그램 <슈퍼스타K 3> 지원자는 올해 6월 21일 현재 187만 9000여 명에 달함
- 이러한 오디션을 거쳐 대형 기획사의 연습생이 되면 가수 데뷔를 위한 무한경쟁에 돌입하기 때문에, 학교 수업을 조퇴하고 밤 늦게까지 연습하거나 아예 학교를 중퇴하고 전념하는 경우가 많고, 기획사는 연습실 출퇴근 기록 카드, 꼼꼼한 정기평가 시스템 등을 통해 실력과 열정을 점검함
- 기획사는 교육기간에 드는 레슨비와 식비, 운영비, 합숙훈련비 등을 전액 투자하고, 팀 콘셉트를 정해 그에 맞게 작사가, 작곡가, 안무가, 스타일리스트, 매니저를 조합해 팀을 짜며 멤버 개인의 개성을 잡아주는 일까지 하기 때문에 아이돌 그룹은 기획사가 아이디어에 따라 창조하는 일종의 상품으로 간주됨
- BBC는 “케이팝은 돈이 많이 드는 산업이다. 수준 있는 그룹

37) 동아닷컴, 2011.7.4.

을 만들려고 (멤버에게) 수년간 노래와 춤 수업을 제공하고 생활비를 부담해야 하며 매니저 팀, 안무가, 코디네이터 등도 고용해야 한다” 고 소개하면서, 이 과정에서 데뷔 후 연예인의 자유와 수입을 상당 기간 기획사에 유보하도록 하는, 이른바 ‘노예계약’ 이 맺어진다고 지적함

- 대표적인 사례로 거론되는 것이 JYJ 멤버들로, 전속계약 문제, 계약서 중 기획사 측의 스케줄 성실 이행 조항 문제, 불합리한 수익배분 문제 등이 복합적으로 얽혀 있음
- 이와 관련해 전문가들은 아이돌 그룹의 해외 진출이 이런 풍토에 변화를 가져올 것이라고 전망하기도 하는데, 대우증권 김창권 연구원은 “관건은 아이돌 그룹의 인기를 수익화하는 데 있다” 고 말함
- 또한 김 연구원은 **우리나라 음악시장은 가수가 돈을 벌 수 없는 구조**임을 지적하는데, 글로벌 시장조사기관인 PWC에 따르면, 세계 음악시장에서 국내 음악시장의 비중이 1.6%에 불과하며(일본의 17분의 1), 음반 가격은 일본의 약 2분의 1, 온라인 음원 가격은 최대 일본의 10분의 1에 그침
- **이런 상황에서 국내 기획사가 막대한 자금을 투자해 아이돌 그룹을 키우다 보니, 국내에서만 활동하면 수익 자체가 나지 않는 구조**라고 지적
- 그러나 지금은 해외 진출 초기이기 때문에 수익 배분에 잡음이 일지만, 장기적으로 일본·유럽·남미 등에서 아이돌 그룹의 인기를 수익으로 연결한다면 한국식 아이돌 산업은 지속적으로 성장할 것이라고 전망함
- 이에 대해 기획사 측에서는 “한국만큼 기획사와 케이팝 스타의 수익 분배가 잘 되는 나라가 없다” 고 반발하며, 연습생 제도 없이는 케이팝의 미래도 없다고 주장함
- 하지만 전문가들은 케이팝이 제이팝의 전철을 밟지 않으려면

1500여 개나 되는 군소 프로덕션에 대한 산발적 지원보다 시장 구조 자체에 손을 대야 한다고 주장함(방시혁, “음원시장을 장악한 통신사가 음원 산업의 수익구조 분배에 대해 고민해야 한다.” -콘텐츠 생산자가 대접을 받지 못하는 시장에선 창작 의욕을 고취할 수 없다는 의미)³⁸⁾

- YG엔터테인먼트의 최성준 COO 또한 정부가 “케이팝 기획사를 직접 지원할 필요는 없습니다. 국회, 정부가 한국 음악을 세계적 문화상품으로 키우는 데 도움을 주고자 한다면 SKT, KT 같은 통신사업자 중심으로 짜인 국내 음원시장을 정책과 법률을 통해 바로잡아야 합니다.” 라고 지적³⁹⁾

38) 동아닷컴, 2011.7.4.

39) 동아닷컴, 2011.7.4.

제2절 소셜미디어로 말하고, 소셜미디어로 창조한다

1. 소셜 미디어 아트에서 사회적 예술까지

- K-POP 열풍이 SNS를 새로운 문화산업 마케팅 수단으로 인식하게 해 준 중요한 계기라면, 기초예술분야에서도 SNS와 모바일 디바이스는 새로운 문화예술 창작 및 소통의 실험을 자극하는 촉매로서 각광을 받음
- 2011년에는 스마트폰과 SNS 사용자가 더욱 증가하면서, 인터랙티브한 디지털 아트, 미디어 아트, 웹아트에 대한 관심과 활동도 더욱 활발해짐
- 이러한 분위기 속에서 ‘소셜 미디어 아트’ 라는 신조어 또는 신흥 장르가 부상하고 있는데, “페이스북, 트위터, 플리커, 유튜브 등의 소셜 플랫폼을 사용하여 결과물을 만드는 떠오르는 장르” 로 정의됨
 - 유명한 예술가 An Xiao Mina는 다음의 4가지 법칙으로 소셜 미디어 아트를 설명: 1) 인터넷은 예술 홍보, 소싱 그리고 표현하기 위해 사용된다. 2) 관객들이 참여하기 때문에 이름도 소셜. 3) 예술계를 벗어나 모두에게 열려 있다. 4) 예술가의 뜻대로 다른 플랫폼에도 적응시킬 수 있다.
 - 그러나 소셜 미디어 아트는 창작과정만으로 정의하기 어려우며, 무엇보다 페이스북, 트위터, 유튜브 등의 소셜 플랫폼을 통해 소통하고 감상이 가능해졌으며, ‘관객참여’ 를 통해 창작과 감상의 경계나 위계는 붕괴

- 즉 넷아트 초기 단계에는 인터넷이 미리 만든 작품을 유통시키는 데 사용되었으나, 트위터와 페이스북은 창작과정 자체의 변화를 가져옴

가. 예술가의 영감을 확장시키는 모바일·소셜 미디어

○ **이용백의 휴대폰 퍼포먼스: “미디어 아트는 커뮤니케이션의 예술이다”**

- 2011 베니스 비엔날레 한국 대표작가로 선정되어 베니스비엔날레 한국관 개관 역사상 처음으로 전체 매진을 기록한 미디어 아티스트 이용백은 비엔날레에서 대표작인 <엔젤 솔저> 시리즈를 전시함
- 휴대폰을 이용한 퍼포먼스가 담긴 <엔젤 솔저>는 이용백이 100명의 자원봉사자들에게 꽃무늬 군복을 입힌 후 꽃밭 속에서 천천히 움직이게 하는 퍼포먼스, 꽃무늬 군복 100벌의 설치, 싱글 채널 비디오 등으로 구성되는데, 설치된 각 군복에는 휴대폰과 함께 유명 작가들의 이름과 휴대폰 전화번호가 적혀 있으며, 관객은 직접 그 휴대폰에 전화하여 유명 작가의 메시지를 듣고 자신이 원하는 메시지를 남길 수 있음⁴⁰⁾
- 올해 개최된 <제3회 DMZ국제다큐멘터리영화제>의 특별기획 전에도 이 <엔젤 솔저> 시리즈가 전시되어 세계적인 관심을 집중시킴

○ **손끝 하나로 즐기는 예술의 시대를 선도하는 미디어 아티스트**

40) <엔젤 솔저>의 영상작품은 미국 휘트니미술관 영상·사진위원회 소속 위원이자 뉴욕현대미술관(MoMA) 사진위원회 멤버로 전 세계 미술계를 움직이는 영향력 있는 미술인 가운데 하나인 마이클 제이콥스가 2만 5천 달러에 구매함으로써 세계적인 관심을 입증. (MK뉴스, 2011.5.11.)

이이남: 스마트폰으로 작업하고 앱으로 작품 유통

- 이이남은 2002년 하정웅 청년작가상 제 8회 광주미술상을 시작으로 2005년 신세계 미술상 대상, 광주시립미술관 올해의 청년작가상, 2009년 대한민국 미술인의 날 올해의 청년작가상을 받았고 2010년 제 22회 선미술상을 수상하고, 뉴욕 아모리쑈, 독일 쾰른 아트페어, 두바이아트페어, 북경 아트페어, 스페인 비엔날레, 런던 사치갤러리에 한국 대표작가로 참여하는 등 최근 가장 주목받는 미디어 아티스트 중 한 명
- 예술의 소통과 대중화라는 차원에서 큰 공적을 인정받는 이이남은 TV나 컴퓨터, 모바일폰 등 첨단 디지털 기술로 무장하고 있어, 삼성의 협찬은 물론 애플사의 앱스토어 엔터테인먼트 카테고리에 ‘새롭고 주목할 만한 앱’ 으로 선정되는 등 기업으로부터의 관심도 높음⁴¹⁾
- 미디어 관련 벤처기업인 아이디어토리(ideatory)가 이이남 작가의 대중화 작업을 위해 고유의 앱을 개발함으로써, 아이패드(ipad)를 통해 모바일 폰 사용자들이 직접 감상하도록 했고, 아이폰과 삼성전자의 갤럭시 탭(Gallexy Tat) 등에도 고유의 앱을 개발
- 이러한 기술적 친화성으로 인해 그의 작품은 아이패드에서 감상할 수 있으며, 고유의 앱을 통해서 광범위한 예술의 소통 가능성을 열어줌
- 이와 관련해 이이남은 “현대미술의 의미는 대중과의 소통입니다. 이제 거실이나 마트 등에서 누구나 손가락만 움직이면 예술을 감상할 수 있는 시대가 온 겁니다.” 라고 지적
- 고전과 디지털 기술의 만남, 또는 디지털 기술을 통한 고전 명

41) 이이남의 초기작품은 TV나 컴퓨터 모니터에 전통 한국화를 융합해 그림과 소리·애니메이션이 결합된 신개념의 작품인데, 이것이 대박이 나와 2009년 삼성 파브 LED TV에 작품을 담았고 삼성은 그에게 TV모니터를 제공함

화의 패러디를 시도해온 그의 작품은 “테크놀러지가 뛰어난 한국에서 나올 법한 작품”, “백남준이 아날로그 시대를 대변하는 작가라고 한다면 디지털시대 손끝의 예술, 새로운 패러다임의 변화를 주도할 작가는 이이남이 독보적” (윤진섭)이라는 평가를 받음⁴²⁾

- 올해 홍콩에서의 첫 개인전에는 미디어 작품 20여점과 아이패드, 아이폰 등의 모바일 기기들, 설치, 조각 등 여러 분야와 어울려 다매체의 시각경험을 제공하는데, 디지털 시대 예술의 새로운 패러다임 이동을 대표하는 작가로 평가받음
- 손끝 하나로 즐기는 예술 시대의 도래를 선도: 미술평론가 윤진섭은 이이남의 작품을 거론하면서 “이제 미술작품은 비단 전시장뿐만 아니라 전철이나 방 안에서도 감상할 수 있게 된 것이다. 모바일 폰 사용자들은 원하는 작품을 다운받아 감상하는 것은 물론, 감상의 소감을 댓글 형태로 전송하여 직접적인 참여를 할 수 있게 된 것이다. 그 뿐만 아니라 기술개발의 여하에 따라서는 관객이 모바일 폰을 이용하여 작품에 개입, 직접 작품을 만들거나 제작에 참여하는 '관객참여형 작품'이 등장했다. '손끝 하나로 즐기는 예술'의 시대가 도래했다.” 고 언급

○ **디지털 아티스트 송호준의 개인인공위성 프로젝트: 인터넷 오픈 소스의 힘**

- 송호준은 대학에서 전자공학을 전공하고 인공위성 회사의 인턴 생활을 하다가 대학을 자퇴한 뒤 예술가로 변신하여 2008년부터 개인인공위성 프로젝트를 추진, 2011년 6월 21일에 프랑스 파리 르부르제에서 정식으로 발사 계약 체결하여, 2012년 8월 31일 우주선 발사기지인 러시아 바이코누르에서 한국 최초의

42) 파이낸셜뉴스, 2010.10.7.

개인 인공위성이 발사될 예정

- 이 인공위성은 가로세로높이 모두 10cm 크기에 LED 조명을 달아, 별을 보듯 육안으로도 인공위성이 보내는 빛을 볼 수 있는데, 내부에는 통신 모듈이 탑재되어 지상과 통신도 가능
- 송호준의 인공위성 작업명은 OSSI(Open Source Satellite Initiative), 즉 오픈소스 인공위성 프로젝트로, 인공위성 제작의 전 과정을 홈페이지(www.opensat.cc)에 올려 누구나 만들어 볼 수 있도록 함
- 관련 특허 출원 여부에 대한 질문에 송호준은 “인터넷에서 다 찾은 지식인 걸요. 그걸 어떻게 제 권리라고 생각하나요? 비유하자면 디제잉(Djing)을 했어요. 그래서 저는 DJ라고 생각해요. 얻은 지식의 전달자 역할만을 할 뿐이죠. 내가 새로운 것을 개발한 것이 아니라 남이 가진 것을 잘 조합해서 새로운 문맥 속에서 보여준 거예요. 제가 누군가에게서 얻었듯이 다른 사람이 얻도록 홈페이지에 올린 거고요.” 라고 응답함⁴³⁾

나. 소셜 미디어 아트 또는 모바일 아트의 본격화

○ **아티스트 모바일 커뮤니케이터(Artist Mobile Communicator)**

- 언더그라운드아트채널과 오프도시(OFF°C)가 공동으로 추진한 커뮤니케이션 프로젝트로, **모바일 디바이스를 기반으로 작가와 관객을 연결하는 실험**
- AMC는 작가들과 함께 움직이며 통신하고 기록하며 국내외 거주하는 작가들의 창작신호를 리얼타임으로 받는 기지국이자 송신소 그리고 관객과 유목예술인의 통신을 위한 실험적인 공중전화 부스로 정의됨

43) 사이언스 타임즈, 2011.11.7.

- 2011년 7월에 이루어진 AMC의 첫번째 시도는 시민과 문화예술관련 종사자는 실험+공간 오프도시OFF℃를 방문 설치된 **모바일 디바이스를 통해 프로젝트에 참여하는 작가와 접속 일상적인 대화를 나누는 형태로** 진행됨
- 마치 친구에게 전화를 걸듯이 예술가의 작업현장을 둘러보면서 말 걸기를 시도하며, 작가는 작업과정과 결과의 공유 또는 지독한 고독을 느낄 때 AMC와 접속해 세상과 대화를 시도할 수 있도록 시스템 구성
- 이러한 일련의 실험적인 커뮤니케이션 시도는 지하파예술방송국 언더그라운드아트채널(www.undergroundartchannel.net)의 온라인 AMC로 실시간 전송되어, 시공간을 초월해 수많은 사람들이 웹을 통해 참여 작가들의 창작과정과 일상 그리고 관객과의 접속을 지켜보게 됨
- 또한 프로젝트의 전 과정은 오프라인에서 미디어 설치 형식으로 구성된 오프도시OFF℃ 공간과 내외부 스크린을 통해 실시간 프리뷰가 가능
- 그동안 창작물의 소개에 집중되어있던 주류 예술계의 관행과 관점을 예술가의 일상과 창작과정으로 이동시켜 현대예술의 새로운 소통 가능성을 모색하는 것이 주목적이며, 모바일 미디어가 가진 소통매개의 가능성을 실험하고자 함
- 다양한 분야 예술가들의 적극 참여해 독백, 대화, 창 밖 지켜보기, 망연자실, 스튜디오 소개, 작업 과정 공유, 예술가의 사건 사고 등 자유로운 내용으로 구성(참여 작가는 다중시각예술 조일형, 비정체 예술 박동명, 미디어 퍼포머 흑표범, 시각예술 고판이, 비정체 예술 김슬기, 금빛나, 미디어 아트 석성석 등 약 33명)⁴⁴⁾

44) 엘리스온넷, 2011.8.17.

○ **소셜네트워크아트 프로젝트(SNAP)와 소셜뮤지엄: 공공미술 프로젝트의 진화**

- 외국에서도 SNS를 활용한 아트 프로젝트가 다양하게 이루어지고 있는데, 주로 소셜게임이나 위치기반 서비스(LBS) 등의 특성을 활용하여 참여자를 끌어들이고 이러한 SNS의 메커니즘이 보다 직접적인 형태로 시각화되어 전시를 이루는 방식
- 작가이자 전시기획자이기도 한 유승덕은 이러한 전시의 유형을 보면서 소셜 네트워크를 기반으로 하는 프로젝트지만 여전히 기획자 1인이 만든 게임의 법칙에 의해서 과정이 만들어지기 때문에 ‘별로 소셜하지 못한 프로세스’ 라고 인식해 <소셜네트워크 아트프로젝트>와 <소셜뮤지엄>을 구상함
- 이 두 프로젝트도 최종적으로는 전시의 형태로 귀결되지만 기획자가 최소한의 기획 틀만 제시하고 세부적인 내용과 과정 그리고 전시 모두가 소셜 네트워크 서비스의 특성인 **인터랙션**을 통해 만들어짐
- 또한 전시 일정이 프로젝트 최종 단계에 잡혀 있긴 하지만 그것 자체가 목적이 아닌 진행과정에 더 비중을 둔 프로젝트인데, 이는 전시를 만들어 내기 위한 도구로서 SNS를 활용하는 단계를 벗어나 **상호관계에 기반을 둔 SNS 본연의 특성을 활용하여 네트워크 내의 모든 사람이 내용을 만드는 주체로서의 가능성을 열어 놓기** 위해서임
- 즉 참여, 공유, 개방을 표방하는 웹 2.0 시대의 특성을 예술창작에 적극 활용할 수 있는 가능성을 실험하기 위한 목적으로, **페이스북, 트위터, 네트워크 블로그, 유튜브 등을 사용하고, 이 중에서 참여자 모두에게 가장 접근성이 좋은 페이스북을 메인 인터페이스로 활용**
- 이전에도 공공미술프로젝트나 과정 중심의 아트프로젝트에 인

터넷 카페 등이 활용되었으나 카페는 상대적으로 접속자가 특정 목적으로 방문하는 고립된 공간이지만 페이스북은 프로젝트의 목적이 아니라도 쉽게 방문할 수 있는 열린 공간

- SNS는 정보공유 및 확장성에서도 탁월해 많은 사람들이 프로젝트에 참여하고 관심을 가질 수 있는 기회를 제공하며 별도의 오프라인 홍보 없이도 프로젝트 홍보효과를 가질 수 있음
- 게다가 SNS의 연동기능은 각기 다른 특성의 SNS의 장단점을 상호보완하며 자료 공유와 유통 기능을 강화시키는데, 가령 자료를 효율적으로 정리하고 아카이브하는 기능이 뛰어난 블로그를 접근성과 확장성이 뛰어난 페이스북 및 트위터와 연동시킬 수 있어 효율적
- <SNAP_연관검색어 美>: 현재 통용되는 美의 관점 혹은 견해를 SNS를 통해 탐색하는 프로젝트로서, 페이스북, 유튜브 등을 통해 참여작가들이 주변의 사물이나 사람들에게서 발견되는 일상에 관한 이야기, 예술가 자신의 작업이나 삶에 관한 이야기, 미학에 관련된 이야기 등 다양한 내용을 SNS를 활용해 담음
- <소셜뮤지엄_인천 중구>: SNS를 기반으로 한 동시대 예술가들의 실험적인 지역역사 쓰기 작업으로서, SNS를 활용해 인천의 근현대사를 비교적 잘 간직하고 있는 인천 중구라는 지역에 초점이 맞추어, 지역에 산재해 있는 작은 골목길 등에서 발견되는 대수롭지 않게 보이는 사물이나 시간의 흔적들을 미시적인 시각으로 관찰하고 작품화시켜 지역의 과거와 현재를 미학적으로 재조명
- 결과보다 과정에 비중을 둔 <소셜뮤지엄> 프로젝트는 참여자들의 페이스북 게시물과 댓글들을 시각언어로 전환하여 전시하였는데, 이야기의 <중구의 낮>, 오미경의 <오래된 나무와 노인과 그리고 헌책>, 이민의 <고현학적 산책>, 유승덕의 <삐에르 메나르의 소설 중구> 등 다양한 주제와 방법으로 구성됨

○ **대국민 미디어아트프로젝트 <나를 향한 응원>전: SNS로 공감과 치유의 공공미술프로젝트를**

- 2011년 8월, 아트센터 나비는 미디어 아티스트 아이잭 신과 미디어 아트 분야에서 공공미술프로젝트를 지향하는 도시설화 프로젝트 그룹 ‘스페이스 오페라’ 와 함께 대국민 미디어아트프로젝트 <나를 향한 응원>전을 개최⁴⁵⁾
- <나를 향한 응원>전은 나 자신을 위해 써놓았던 응원의 메시지를 SNS를 통해 보내면, 그것이 COMO의 스크린을 통해 전시되는 형식으로 진행됨
- 나만을 향한 메시지가 비슷한 꿈을 꾸는 타인들에게 전달되는 과정을 보여주면서 소셜 미디어를 통한 소통이 공감과 격려, 치유가 될 수 있는 가능성을 탐색
- <온라인 응원전>은 싸이월드, 블로그, 트위터, 페이스북 등의 SNS를 이용하여 시민들이 보내주는 응원의 메시지를 모아 프로필 사진과 함께 SKT-타워의 코모(COMO) 채널을 통해 전시하고, <오프라인 응원전>은 스페이스 오페라 회원들이 직접 보드를 들고 거리로 나가 시민들의 직접적인 참여를 유도하며, 모바일 통신 기기를 이용하여 현장의 모습을 동영상으로 담아 유튜브 등의 UCC 사이트에 등재함

○ **소셜 네트워크로 클래식 음악 만들고, 소셜 펀딩으로 후원 받고**

- 한국 현대 클래식 음악가 6명이 소셜 네트워크를 통해 사람들과 상호작용하는 프로젝트를 추진

45) 스페이스 오페라는 다양한 분야에서 활동하는 젊은 신인 예술가들의 모임으로 미디어아트 분야에서 공공미술프로젝트를 지향하고 있는 프로젝트 그룹. 도시의 이미지와 이야기를 아카이빙하고 이를 재구성하여 누구나 즐길 수 있는 전시, 공연, 워크숍 영상물 상영 등으로 실현하는 것을 목적으로 함.

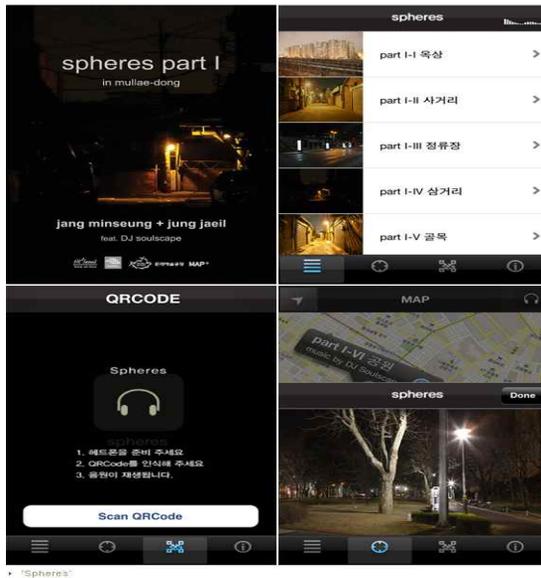
- 누리꾼들에게 사연을 받아 음악을 작곡하고, 인터넷 소셜 펀딩 (크라우드 펀딩) 사이트 <텀블벅>을 통해 후원을 받아 연주회를 열고, 이 음악들을 크리에이티브 커먼즈 라이선스(CCL)로 공유 배포
 - 이 프로젝트를 처음으로 제안한 김범기 작곡가는 현대 클래식 음악이 많은 사람들과 만나지 못하는 것을 항상 안타까워 하다가, 활발하게 활동 중인 비슷한 연배의 동료 성용원, 한경진, 이강규, 최원석, 유범석 작곡가와 이러한 고민을 공유하면서, 크리에이티브 커먼즈 코리아와의 만남을 통해 새로운 전기를 마련함
 - “크리에이티브 커먼즈 코리아에서 여러 분야의 아티스트들이 참여하는 행사인 ‘CC 아트 해프닝 운수 좋은 날’ 이란 행사를 기획중이라면서, 클래식 음악도 행사에 참여해달라는 제의가 들어왔어요. 클래식을 주제로 하되 일반인들도 참여할 수 있게 하자고 입을 맞췄죠. 사진으로 사연을 공모 받아 이를 주제로 작곡을 하고, 연주회도 열린 장소에서 누구나 볼 수 있게 하자고.” (김범수)
 - 일반인과 함께 하려다 보니 자연스럽게 소셜 네트워크를 활용하기로 결정했고, 프로젝트를 진행하면서 소셜 펀딩(크라우드 펀딩)을 알게 되어 텀블벅의 크라우드 펀딩으로 지원받음⁴⁶⁾
- **장소특정적 공공미술프로젝트 <스피어즈>: 스마트폰과 GPS로 예술작업 공간의 확장**
- 특정 공간의 역사적 의미와 개인의 기억을 연계하는 장소특정적 공공미술 프로젝트가 성행하는 가운데, 장민승과 정재일이 공동으로 작업한 <스피어즈>는 감상자가 스마트폰을 통해 프

46) 블로터넷, 2011.10.5.

로젝트 어플리케이션인 <spheres in mullae>를 내려받아 문래동 곳곳을 걸으며 열차, 기계소리 등이 음악 위에 덧입혀진 다층적 소리 풍경을 문래동 풍경과 함께 감상하게 함

- 이 어플리케이션은 내장된 GPS와 지도를 이용하여 문래동 내 여섯 개 지점으로 감상자를 안내하고 감상자가 각 지점에 이르면 저장된 음악 등을 자동으로 재생하도록 되어 있으며, 상황에 따라서는 각 지점에 부착된 QR코드 인식을 통해 수동으로 재생됨⁴⁷⁾
- 이미 해외에서 새로운 장르로 주목받고 있는 ‘GPS 아트’의 시도로 볼 수 있음

<그림 3-4> 스피어즈



47) 앨리스온, 2011.6.27.

○ 소셜 네트워크에서 발견하는 새로운 동네의 씨앗: 〈x-field seoul+neighboring effect〉전

- 트위터와 페이스북으로 대표되는 소셜 네트워크 서비스가 쉽고 빠르게 물리적 거리를 뛰어넘을 수 있는 가능성을 열어 주고 있는 가운데, 갤러리 팩토리가 한국-호주 수교 50주년을 맞이하여 한국의 건축가 조재원과 호주의 건축가 Sand Helsel의 공동작업으로 〈이웃효과 프로젝트(Neighboring Effect Project)〉를 진행함
- 호주 멜버른을 베이스로 진행되고 있는 새로운 문화 프로젝트인 〈X-Field〉를 서울에서 ‘이웃효과’로 재해석해 진행한 것으로, SNS를 통해 전통적 장소기반인 근거리의 이웃과 동네의 개념이 점차 그 기반을 이탈해서 자유로이 생성되고 있는 것, 그리고 그에 잠재된 새로운 예술과 문화의 가능성에 주목한 프로젝트
- 도시건축연구소 0_1 스튜디오 대표인 조재원 건축가는 이 “공통의 관심사와 가치를 중심으로 다양한 직업과 성격을 가진 개인들이 자연스럽게 가까워지는 역동적 네트워크”에서 새로운 동네와 도시의 씨앗을 발견
- 정재승 건축가는 SNS를 통해 “이웃의 범위가 넓어졌고, 서로 소소한 욕구를 나누며 접촉하는 것 같다. 그 미시적이고 일상적인 접촉이 공동의 가치와 이어진다. 각자 좋아하는 일을 이해와 상관없이 함께 도모할 수 있는 가능성이 높아진 것이다. 트위터 상에는 늘 그런 ‘기운’이 감돈다.”고 말함
- “누구나 포함될 수 있고, 사적인 접촉이 공적인 협력으로까지 이어지는” 이 역동적인 네트워크는 다섯 그룹의 프로젝트로 구성되는데, 재능기부 이벤트, 협업을 통한 미디어 아트, 새로운 방식의 농산물 브랜딩, 가로의 풍경, 국경을 넘는 학제간 네트워킹 프로젝트로 진행⁴⁸⁾

- 그 중 과학자인 정재승 교수의 트위터를 통한 제안으로 시작해 130여 명의 강의 및 지원 인원이 모이고 다양한 재능기부를 통해 전국 도서관에서 과학 강연이 이루어지기까지의 소통을 기록한 <10월의 하늘>은 SNS를 통한 새로운 이웃 관계 형성을 잘 보여주는 프로젝트임

○ SNS가 지역문화예술에 활기를: ‘창원당’ 에서 ‘페스티벌인 창원’ 으로

- SNS 활용이 활성화되면서 창원 내 SNS오프라인 모임과 지역 문화예술의 만남이 빈번해지고 있음
- 블로그, 트위터, 페이스북 등에서 온라인으로 지역 그룹을 형성한 이들이 오프라인으로 활동 영역을 넓히면서 문화와의 접점을 찾기 시작한 것
- 특히 이들 오프라인 모임에 지역의 문화예술인들이 직접 참여해 자신이 속한 단체 홍보에 적극적으로 나섬
- 이러한 움직임은 창원 내 SNS 오프라인 모임의 다양화, 활성화가 발단이 된 것인데, 현재 창원에는 ‘#Changwon(창원당)’ 으로 대표되는 트위터 모임, ‘창원시 그룹(페이비)’ 으로 대표되는 페이스북 오프라인 모임, 그리고 ‘갯남도 블로그’ 와 <100인 닷컴>을 중심으로 한 블로그스피어가 있음
- 트위터 ‘창원당’ 은 오프라인 모임 내에서 자체적으로 문화를 생산하고, 소비하는 형태를 띠는데, 지난해 7월 회원들끼리 재즈를 들으며 재즈의 역사와 종류를 주제로 공부한 ‘재즈랑 놀자’, 8월 러시아·프랑스·일본 등 8개국 24편의 영화를 감상한 ‘세계애니메이션 영화제’ 등은 창원에서 쉽사리 접할 수 없는 재즈와 애니메이션 문화를 접해보자는 취지

48) 주간한국, 2011.3.10.

- 9월에는 가곡전수관 공연을 관람하고, 12월에는 ‘나도 DJ’를 통해 회원들 인생에 길이 남은 음악 세 곡을 선정해 각자가 DJ가 되어 의미를 설명하고 감상하는 등 지역 문화예술단체가 만들어내는 콘텐츠를 누리면서도 색다른 문화 향유법을 생산
- 페이스북 ‘창원시 그룹’은 지역문화예술을 누리는 쪽에 초점을 맞춰, 회원들은 지난 창원 극단 미소의 〈아비〉 공연, 배달래 보디페인팅 퍼포먼스 등을 단체로 관람
- 이처럼 그룹 내에 지역문화예술에 대한 관심이 높은 이유는 지역문화예술인들이 그룹에서 활발히 활동하기 때문으로 풀이되는데, 보디페인팅 작가 배달래, 경남연극협회장 천영훈, 도예가 김은진, 가수 이경민, 무용가 박은혜, 무예인 노정인, 창원시립진해합창단원 김갑식 등이 대표적
- 천영훈 회장은 “지역예술이 발전하려면 지역예술인들의 노력과 지역민의 따뜻한 관심이 필요하다”면서 “페이스비에 관심을 두는 것도 지역연극인 한 사람으로서 많은 사람에게 연극예술을 알리고, 사람들이 관심을 뒤흔으면 해서다”라고 말함
- 창원시 그룹 대표 배수용은 “지역의 문화예술인들이 어려운 것은 지역에 이들을 수용할 시장이 형성되어 있지 않고, 시민들의 문화수준이 수도권보다 떨어지는 것이 사실이기 때문”이라며 “이를 조금이나마 없애는 방법을 생각한 결과 페이스북 창원시 그룹을 통한 홍보밖에 없어 자연스럽게 문화와의 만남을 주선하게 됐다”고 말함
- SNS의 효시 격인 블로그와 블로거들의 활동은 단순한 지역문화 소비 단계를 뛰어넘어, 블로그 기반 온라인 매체인 〈100인닷컴〉을 통해 직접 지역 문화와 관련된 의제를 찾아내는데 주력한 결과, 지역 장편 독립영화 〈조용한 남자〉 블로그 시사회, 극단 마산의 〈해피엔딩〉 시연회, 보디페인팅 작가 배달래 씨의 퍼포먼스와 인터뷰 주관까지 기획

- 현재 트위터 창원당과 페이스북 창원시 그룹은 회원 수가 각각 1500, 1000여 명을 넘어선 상태인데, 두 SNS 오프라인 모임 모두 주도 계층이 남성은 30~40대 직장인, 여성은 20~30대 직장인인 것이 특징
- 사회구조상 이들 대부분은 유년기와 청소년기에 문화예술을 쉽게 접하지 못한 세대이지만, 어느 정도 안정된 지위와 수입을 바탕으로 지난날 못다 핀 문화소비욕구 실현을 꿈꿀 수 있는 위치에 있어, 지역 문화예술인들과의 유대관계 형성은 이들에게 문화예술향유기회에 더욱 근접할 수 있는 조건이 되고 문화예술향유를 촉발함⁴⁹⁾
- 또한 창원시 페이스북 그룹인 ‘창원얼썬친구들’은 올해 <페이스티벌 인 창원(FACEtival in Changwon)>이라는 행사를 개최해, 페이스북을 통해 소통하던 시민들이 오프라인 공간에서 직접 만나 소통하는 문화예술축제를 만들
- ‘통통 FACEtival’을 주제로 한 이번 행사는 지역 예술가와 창원시민이 직접 만나 지역의 문화예술을 발전시키고 공감대를 형성하자는 취지임
- 문화행사는 ‘얼썬얼썬 여름콘서트’와 ‘세계와 통하는 프렌즈 갤러리’가 중심이 되고, 마술, 베히마당과 어처구니의 길놀이, 오광대 공연, 노래공연, 퓨전공연, 무예공연, 퍼포먼스, 미술전시, 가족과 함께하는 도심 물놀이 행사, 부대행사로 나눔장터 아름다운가게와페이비카페테리아가 운영됨⁵⁰⁾

○ 트위터 아트의 출현: 여균동의 트위터 영화 <수풀경계캠페인>과 <강정 로맨스>

- 2011년 8월, 여균동 감독이 4분짜리 트위터 영화 <수풀경계캠

49) 경남도민일보, 2011.5.18.

50) 경남도민일보, 2011.8.11.

- 페인)을 인터넷에서 개봉해 화제를 불러일으킴
- 여균동 감독이 “그냥 가볍게 트위터 친구들끼리 만든 영화”라고 언급한 이 영화는 트위터 세계의 표현의 자유를 옹호하는 메시지를 전달함
 - 여 감독이 직접 촬영하고, 시나리오, 연기, 편집 등은 트위터 친구들이 각자 분담해 제작했으며, 촬영시간은 3시간이 소요된 것으로 알려짐⁵¹⁾
 - 이어서 그는 <강정 로맨스>라고 트위터 영화를 제작, 개봉했는데, 이에 대해 여 감독은 “트위터 ‘맞팔 친구’ 들과 제주 강정마을에 내려갔다가 강정에 있는 사람들과 뜻이 맞아 우연히 찍게 됐다”고 전함
 - 스마트폰으로 촬영하여 트위터로 개봉하는 이른바 ‘트위터 단편영화’ 라는 장르를 모바일 디바이스와 SNS를 통해 “비록 소모품처럼 느껴질지라도 환기시키고 공유하는 문화예술의 중요한 기능” (여균동)을 증폭시킴

나. 소셜 미디어와 사회적 예술

○ 소셜 미디어 아트와 소셜 아트의 만남: 스마트 민주주의와 예술 행동

- 새로운 스마트 기술과 SNS를 통한 정치활동이 확산되면서 서울시장 재보궐선거를 비롯해 이어지는 총선, 대선에서 스마트 민주주의의 비중이 더욱 증가할 것으로 전망
- 특히 국제적으로 이러한 스마트 민주주의와 공감소통의 확산이 올해 두드러졌는데, 올 초 튀니지에서 시작된 민주화 혁명인 자스민 혁명이 SNS를 통해 전세계로 생중계되고 99% 시위가

51) 한겨레, 2011.8.5.

세계적인 소통을 통해 각지에서 벌어진 것, 또한 일본 열도를 덮친 동일본 대지진 발생시, 상상하기 힘든 고난을 겪는 과정에서 현지의 주민들이 끊임없이 트위터나 페이스북을 통해서 상황을 실시간으로 전 세계 네티즌에게 발신하고 생면부지의 트위터리안들로부터 응원의 메시지를 받은 사례가 대표적

- 국내에서도 최근 팟캐스트 방송 <나는 꿈수다>를 비롯해 1인 미디어의 대중화로 사회적 이슈에 관한 소통이 빠르고 쉽게 이루어지고, 비틀즈 멤버인 존 레논의 부인이자 행위예술가인 오노 요코가 트위터에서 “평화를 상상하라, 생각하라, 행동하라, 전도하라” 라고 강조하며 86만 8055명 팔로어들에게 평화와 관련된 작은 퍼포먼스를 제안하는 식의 예술행동이 활발해져, SNS가 새로운 사회적 예술의 장을 열어줌

○ 1인시위를 사회적 예술 퍼포먼스로: 사회적기업 <1인시위닷컴>

- 최근 시민정치운동이 활발히 전개되고 있는 가운데, 1인시위를 사회적 예술 퍼포먼스로 만들고자 하는 사회적 기업인 <1인시위닷컴>이 출범
- 화가 임옥상(임옥상미술연구소 대표), 국민대학교 언론정보학과 교수 이창현, 서울대 미술대학원 박사과정을 수료한 양은주 세 명이 공동대표를 맡고 있는 <1인시위닷컴>은 시민들의 자유로운 사회적 참여를 위해 원하는 사람들에게 누구나 1인시위를 할 수 있도록 도와주는 일을 함
- 시민들이 1인시위의 주제와 장소 등을 <1인시위닷컴> 누리집 (<http://1인시위.com>)이나 페이스북, 트위터 등을 통해 올리면, 이를 사회적 예술 퍼포먼스로 디자인해 1인시위를 실행할 수 있도록 돕는 방식
- 이창현 교수는 “예술적으로 승화된 1인시위를 통해 앞으로 일반 시민들이 직접 사회적 이슈를 만들어가는 역할을 할 수 있

을 것으로 기대한다.” 고 말함⁵²⁾

○ 한국사회의 아이러니한 현장을 찾아가는 <Riding by Riding>전

- 4명의 작가가 분단과 개발주의, 신뢰와 소통 부재, 다양한 가치를 획일화하는 자본의 논리 등이 드러나는 현장에서 퍼포먼스와 미디어 작업을 진행
- 현장성과 실시간 공유를 특징으로 하는 이 프로젝트에서 모바일 기기와 SNS는, 작가들이 사회적 현장을 구석구석 누비면서 작업에 이동성을 붙여넣고 미래적 가치를 공유하는 중요한 도구로 사용됨
- 이 프로젝트를 기획한 유비호 작가는 “예술이 사회적 현장에서 어떻게 작동할 수 있을지 고민하는 과정을 전달하기 위해 SNS라는 매체를 택했다” 고 말함
- 또한 무거운 주제를 세련되고 가볍하게 담아내기에도 SNS가 적합했다고 지적하는 이 프로젝트는 페이스북의 <Riding By Riding> 페이지(www.facebook.com/RidingByRiding)에서 중계되고, 프로젝트가 마무리되는 시점에 전시를 개최하는 형식으로 진행됨
- 박강아름의 <파업>: 2011년 7월, 한 쌍의 연인이 3일간의 파업 과정을 페이스북에 공개했는데, 각각 대형마트와 패스트푸드점에서 아르바이트를 하던 남녀가 유니폼을 입은 채로 뛰쳐 나와, 평소엔 꿈도 꿀 수 없던 시간에 서울 시내 곳곳을 평화롭게 행진하는 과정을 실시간 일지로 기록
- 작가 자신과 남자친구가 퍼포먼스를 벌이면서 그 과정을 실시간으로 SNS에 공개한 이 작품은 젊은이들이 대부분 비정규직으로 일하며 미래에 대한 불안에 시달리는 한국사회의 노동 환

52) 한겨레, 2011.6.14.

경을 풍자한 것

- 문명기의 <봄의 위선적 약속_영광의 땅으로>: 작가는 한 쌍의 연인과 함께 자신의 고향이자 원자력발전소가 있는 영광으로 가, 자신의 과거와 원자력발전소의 불안한 미래와 연인의 현재가 겹치고 넘나드는 여정을 실시간으로 SNS를 통해 공유하면서 인간-사회-환경 간 관계에 대한 고민을 담음⁵³⁾

○ **강정해군기지반대 예술행동 프로젝트 <동행>**

- 제주도 강정마을 해군기지건설 반대운동은 전국의 다양한 문화 예술인들이 참여하는 예술행동을 통해서 더욱 활발하게 진행되고 있는데 여기에도 SNS의 역할은 지대함
- 강정마을은 환경부 지정 멸종 위기 야생동물 2급인 붉은발말뚝계를 비롯해 전 세계적으로 희귀한 연산호 군락지이고, 문화재청 지정 문화재 보호구역(천연기념물 제421호 및 제442호)이며, 해양수산부(현 국토해양부)가 지정한 ‘생태 보전지역’이기도 함
- 그뿐 아니라 강정마을은 유네스코가 지정한 ‘생물권 보전지역’이자, 제주올레 7코스 구간으로 ‘올레꾼’ 사이에 풍광이 유려하기로 소문이 자자한 곳임
- 이러한 강정마을을 지키고자 제주 출신 소설가 현기영은 <지상에 손가락 하나>의 오래된 육필 원고를 한지에 담아 내놓았고, 화가 강요배도 기꺼이 자신의 그림 <달 실은 배>를 내놓았으며, 그 외 37명의 문화예술인이 나서서 그림·사진·도자기·판화 등을 기증⁵⁴⁾
- 특히 올 4월 영화평론가 양윤모가 구속되는 사건을 계기로 더욱 본격화되어 김세리·조성봉(영화감독) 부부는 제주 4·3항

53) 주간한국, 2011.8.17.

54) 시사인, 2011.7.2.

쟁을 다룬 다큐멘터리 〈레드헌터〉를 강정마을 주민과 나누고
돌아가려다 아예 강정마을에 정주하여 SNS를 통해 강정마을을
전국적 이슈로 만드는 활동을 벌임

- 또한 전국 각지에서 찾아온 문화예술인들의 축제가 이어져 올
6월에는 한국작가회의 소속 작가들(김근·황규관·김혜자·홍
기돈 씨 등)이 대거 참여했고, 또한 아트스페이스씨(관장 안혜
경)는 〈붉은발말뚝게와 그 친구들의 평화를 위해〉전을 마련해
강요배·고길천 등의 작가 37명이 강정마을을 찾아 보고 느낀
감정들을 작품에 담았고, 전시를 통해 모은 기금은 강정마을에
전액 기부함
- 9월에는 평화비행기를 타고 전국각지에서 강정으로 찾아온 사
람들과 제주도민, 다양한 문화예술인들이 어루러진 〈놀자 놀
자 강정 놀자〉 평화콘서트가 펼쳐졌는데, 강허달림, 허클베리
핀, 민속보존회 등의 공연과 다큐멘터리 상영으로 구성
- 10월에는 사진기자 ‘알파뉴베리’의 〈강정주민과 함께 지낸
어느 여름〉 보도사진 슬라이드쇼를 통해 외국인의 눈으로 바라
본 강정의 상황을 전하기도 했으며, 독립영화감독 8명이 강정
에 제주해군기지가 들어서기로 한 이후 벌어진 일들을 여덟 개
의 시선으로 만든 영화 〈잼 다큐 강정〉 상영회를 개최
- 최근에는 강정마을회와 탐라미술인협회가 공동으로 〈예술행동
프로젝트 동행2〉 전시를 개최하고 있는데, 이 전시는 강정마을
현장에서 직접 작업이 이뤄졌고 아마추어 미술가와 다른 지방
의 작가들도 참여함
- 이러한 문화예술인들의 사회참여에 대해 안혜경 관장(아트스페
이스씨)은 “아무도 개척하지 않은 야생의 길을 탐험하는 예술
가들이 길을 비추면, 그 뒤를 따르는 사람들이 의미를 해석하
고 되짚는 과정을 하게 된다”며 “강정의 갈등상황과 생명의
고귀함을 드러내는 작업을 지속적으로 시도한다면 많은 사람들

이 여러 측면에서 강정을 바라보고 이해할 수 있을 것이다. 그것이 예술인들의 책무” 라고 말함⁵⁵⁾

2. 예술가의 트위터홀릭에서 소셜테이너까지

가. 트위터홀릭의 예술가들

○ 소통을 넘어 창작의 도구로

- 영국 일간지 텔레그래프는 트위터를 “책 마니아들에게는 천국” 이라고 소개했는데, 자신이 좋아하는 작가의 글을 실시간으로 읽고 질문하거나 자신의 생각을 직접 전할 수 있기 때문
- 작가들은 트위터를 또 하나의 작업공간으로 인식하는데, SNS에서 글을 올리면 바로 독자들의 반응을 볼 수 있고, 트위터의 경우 다양한 분야의 전문가들과 소통할 수 있어 창작 활동에도 도움이 되기 때문이라 함
- 대중적인 스타인 아이들은 물론이고 이외수, 정이현, 김영하, 김수현 등은 이미 트위터에 빠진 대표적인 작가들로 잘 알려져 있음
- 또한 대형 기획사에 소속되지 않은 뮤지션들도 SNS를 통한 자기홍보를 적극적으로 하고 있어, 에픽하이의 타블로는 트위터를 통해 음반 출시 소식을 당당하게 알려 미국 아이튠즈 힙합 차트 1위를 기록하기도 함
- 나아가 가수이자 소설가인 이적은 자신의 트위터에서 단문 소설을 연재하고 있으며, ‘트위터 대통령’ 으로도 불리는 작가 이외수는 트위터에 자신이 남긴 323편의 글을 <아블류 시블류> 라는 제목의 책으로 엮어 발간해 트위터가 출판 콘텐츠가 될

55) 제주도민일보, 2011.11.23.

수 있음을 입증함

- 정이현 작가는 트위터에서 "침대에 누워 텅굴면서 스마트폰으로 글을 쓸 때도 있다. 새로운 커뮤니케이션 방식이며, 현대인의 생활과 딱 맞아떨어지는 부분이 있다"고 말함⁵⁶⁾
- 한 출판업자는 "작가들이 트위터를 선택한 이유는 책에서 다루지 못한 짧은 생각들을 정리할 수 있는 공간이기 때문"이라며 "휴대전화·컴퓨터 등으로 쉽게 접근할 수 있으며 실시간 반응을 얻는 과정에서 창조적인 생각을 할 수 있다"고 설명함⁵⁷⁾

○ 트위터리언 공지영과 <도가니> 열풍

- 영화 <도가니>의 개봉을 전후로 소셜 미디어에서 가장 화제가 된 작가는 소설 <도가니>의 저자 공지영으로 올해 9월 한 달 동안에만 책 관련 인물어 검색 1위(700건 이상)를 차지함
- 특히 영화 <도가니>의 유료시사회 당일에만 관련 글이 트위터에서 총 2316건이나 작성되며 화제를 모음
- 공지영이 트위터에서 주목받는 또 다른 이유는 트위터를 가장 적극적으로 활용하는 작가 중 한 명이기 때문으로, 트위터 상에서의 공지영 작가의 발언은 수백 회씩 리트윗되며 큰 공감을 얻고 있음⁵⁸⁾

○ SNS 스트레스?: 작가들의 SNS 중단 선언

- 작가들의 트위터는 많은 팔로어를 자랑하며 사회적 담론을 이어나가거나 새로운 방향을 제시하는 등 영향력을 발휘해 왔으나, 가벼운 글이 예기치 못한 파장을 일으키는 등 일이 생기면서

56) mk뉴스, 2010.3.29.

57) 천지일보,

58) 트렌드시크, 2011.9.21.

최근 들어 다소 거리를 두거나 아예 접는 경향이 나타남

- 한국 작가 중 거의 처음으로 1997년 인터넷에 홈페이지를 마련했던 김영하는 트위터를 통한 소통이 확장되자 트위터를 통해 소설을 연재하는 등 활발한 트위터 활동을 통해 3만 명 가량의 팔로어를 확보해 왔음
- 그러나 올해 1월부터 인터넷상에서 벌어진 예술가의 책임과 사회제도에 관한 논쟁이 고 최고은 작가의 죽음과 관련해 더욱 뜨겁게 전개된 이후, 최근 블로그와 트위터 절필 선언을 하게 됨⁵⁹⁾

59) 논쟁의 시작은 김영하씨가 지난 1월1일 ‘작가는 언제 작가가 될까’ 라는 글을 블로그에 올려 신춘문예와 작가 지망생에 대한 견해를 밝히면서임. 김씨는 이 글에서 “누군가를 작가로 만드는 것은 타인의 인정이 아니라 자기 자신의 긍지” 라고 했고, 이에 대해 조영일씨는 “외부의 인정과 상관없이 자신의 가치만을 끝까지 고수하는 것을 나르시시즘이라고 부른다” 며 반박. 다시 김씨가 “우리가 바꿀 수 있는 것은 당분간 오직 우리 자신뿐” 이라며 “무엇보다 중요한 것은 예술가 내면의 열정” 이라고 강조하자 조씨는 “자신만 바꾸려고 하는 사람은 결국 아무것도 바꾸지 못한다” 며 제도를 바꿔야 한다고 반박함. 예술가의 자율성과 자기 책임이나 아니면 사회와 제도냐를 둘러싼 두 사람의 논쟁은 시나리오 작가 최고은씨의 안타까운 죽음이 알려지면서 새로운 차원으로 접어들었다. 김씨가 12일 ‘어느 영민했던 제자의 죽음에 부쳐’ 라는 글에서 죽은 최씨가 자신의 제자(한국예술종합학교 영상원)였다는 사실을 밝히면서 “문학은 개인적인 예술” 이라고 다시 강조하자, 역시 그의 제자이며 김씨가 이 글에서도 언급한 소설가 김사과(27)씨가 13일 ‘무엇을 할 것인가’ 라는 글을 통해 논쟁에 가담함. “나의 입장은 조영일에 더 가깝다” 고 밝힌 그는 “각자 골방에 갇혀 순수하고 자폐적으로 창작욕을 불태우는 식으로는 불가능하다” 며 “(삶과 예술 모두를 포기하지 않는 것은) 개인들의 신뢰를 바탕으로 한 연대를 통해 가능할 것” 이라고 주장. 이에 김씨는 문제의 블로그·트위터 중단 선언 글에서 “논쟁의 파탄은 다 제 책임” 이라며 “이제는 제가 가장 사랑하는 책상 앞으로 돌아가 글만 쓸까 한다” 고 밝히면서, “(최고은씨의) 직접 사인은 영양실조가 아니라 갑상선기능항진증과 그 합병증으로 인한 발작이라고 고은이의 마지막을 수습한 친구들에게 들었다” 며 “그녀를 예술의 순교자로 만드는 것도, 알바 하나도 안 한 무책임한 예술가로 만드는 것도 우리 모두가 지양해야 할 양극단” 이라고 주장함.

- 김영하뿐 아니라 수많은 팔로어를 자랑하는 인기 작가들이 잇따라 트위터를 떠나고 있는데, 팔로어 1만 명을 거느린 인기 소설가 정이현은 그동안 트위터를 하며 거기에 일희일비했던 걸 씩씩해하며 앞으로 트위터에서 멀어질 것임을 시사함⁶⁰⁾
- 활발하게 트위터로 시청자들과 소통해온 김수현 작가 또한 최근 트위터에서 탈퇴하고, 소설가 황석영의 트위터도 개점휴업 상태임
- 이와 관련해 온라인상의 인간관계나 소통의 문제에 대한 논의들이 제기되면서, 그로부터 초래될 수 있는 ‘SNS 스트레스’ 대처방법에 대한 조언이 등장하기도 함⁶¹⁾

나. 소셜 미디어와 소셜테이너

○ 소셜테이너(socialtainer)의 시대

- 최근 노동자를 위해 희망버스를 타고 제주 강정마을에서 주민들의 인권을 대변하는 예술인이 매스컴에 자주 등장하고, 정치·사회와 예술·연예계의 경계가 허물어지는 양상이 두드러짐
- 이에 유명 연예인이 정치에 참여하는 초기 폴리테이너(폴리티션+엔터테이너) 시대를 넘어서 **작가, 화가 등 예술인이 사회**

60) 정이현은 대산문화재단이 주최한 <2011 서울국제문학포럼>에서 트위터에서의 글쓰기가 소설가의 진정한 글이 될 수 없음을 깨달았다고 밝혔는데, 자신의 트위터를 다시 돌아보게 된 계기는 트위터에 썼던 짧은 글들을 모아 책으로 묶자는 출판사의 제안이었다고 함. 트위터에 쓴 글이 문학이 되기 힘들다는 판단에서 자신이 쓴 글들을 하나하나 클릭해 지우고, “나에게 고독의 기회를 되찾아주기로 했다” 고 말하면서, 그래도 여전히 중독현상에서 완전히 벗어나지 못한 외래환자처럼 가끔 트위터에 접속한다고 고백. (헤럴드경제, 2011.5.25.)

61) 주간동아, 2011.2.28.

현상에 민감하게 반응하는 소셜테이너 시대가 왔다는 분석이
나옴

- 이처럼 사회와 예술의 경계가 흐려진 주된 이유로는 미투데이
와 트위터, 페이스북 등 SNS의 등장이 꼽히고 있음
- 방송인 김제동, 배우 김여진, 소설가 공지영이 트위터를 통해
민감한 이슈에 대해 거침없이 자신의 생각을 밝히는데, 이에
대해 가수 한대수는 “가수나 영화인 등 엔터테이너들도 공부
하지 않고는 소셜테이너가 될 수 없다. 정치기관은 우리가 직
접 다스려야 한다. 엔터테이너들이 합류한다는 사실이 좋다”
고 말하기도 함
- 한편 작가 김량은 페이스북에서 그룹 <포이동행복동>을 만들
어 포이동 상황을 실시간으로 알리고 있는데, 이러한 소셜미디
어 상에서의 예술행동은 오프라인상에서의 예술행동과 자연스
럽게 연결됨⁶²⁾
- 대중문화평론가 정덕현은 “소셜테이너라는 말은 결국 SNS의
‘소셜’ 과도 연관된 의미” 라고 설명했는데, 예전에는 몸은
움직여야 사회참여를 할 수 있다는 인식이 강했지만, SNS가
활성화되면서 순식간에 사회참여를 하는 게 쉬워졌다는 것
- 그는 “연예인들이 사회문제에 관심을 갖고 소신발언을 할수록
대중은 그에 더 반응하며 관심을 넘어 참여로 행동이 확대될
것” 이라고 말함⁶³⁾
- 이러한 분위기 속에서 YTN은 올 한해의 뜨거운 감자로 소셜테

62) 지난 6월, 90가구 중 75가구가 불에 탄 강남구 포이동 266번지(현 개포4동
1266번지)에는 주민들이 거주할 컨테이너 박스가 곳곳에 설치되었는데, 건
물 벽면마다 함박웃음을 짓는 가족, 산과 강 등 그림이 그려져 있음. 이제
곧 그 집에 들어갈 여주인은 “이곳을 찾는 화가에게 가족사진을 보여주며
그려달라고 했는데 (그려줘서) 마음에 든다” 고 만족해 함. (천지일보,
2011.12.4.)

63) 한국일보, 2011.6.26.

이너를 뽑았고, 이효리, 김제동, 김여진 등이 대학생 등록금 문제부터 위안부 할머니 집회까지 사회 각계 다양한 이슈에 힘을 보태 사회적 순기능을 하여 지지를 받는 한편, 민감한 사안에 관해서는 찬반 논란에 휩싸이며 대중 스타로서 절반의 지지를 잃을 위험도 있음을 지적

- 다만 최근 정치 풍자 코미디가 인기를 얻는 등 한국 대중이 유명인의 사회적 발언에 점차 관대해지고 있어 당분간 소셜테이너의 인기에는 이상이 없을 것으로 전망함⁶⁴⁾

○ 소셜테이너에서 소셜디자인그룹으로

- 폴리테이너와 구별해 사회 참여 연예인을 뜻하는 소셜테이너라는 말이 최근에는 더 넓은 뜻으로 재해석되어, 트위터·페이스북 같은 소셜 미디어를 활용해 대중과 소통하면서 사회 활동을 벌이는 연예인들을 가리킴
- 그러나 여기에서 그치지 않고 대표적 소셜테이너로 꼽히는 배우 김여진, 가수 박혜경의 경우 각각 <날라리 외부세력>과 <레몬트리 공작단>이라는 함께 활동하는 친구 그룹이 있음
- 김여진과 <날라리 외부세력>은 홍익대 청소 노동자를 돕기 위해 모금운동을 벌여 그 돈으로 일간지 광고를 내기도 했는데, 고재열은 이들을 ‘소셜디자인그룹’이라 칭하고, 이들을 이끄는 사람을 ‘소셜 코디네이터’라 부름
- 이러한 소셜 코디네이터와 소셜디자인그룹의 사례로는, <이웃효과> 프로젝트의 일환인 <10월의 하늘>을 기획한 정재승 교수가 꼽히는데, 이 프로젝트에 대해 정 교수는 “트위터의 잠재력을 느낀 순간이었다. 8시간 만에 300여 통의 멘션으로 강연기부, 운영기부, 책 후원을 약속받았다. 트위터는 신뢰네트워

64) YTN, 2011.12.15.

크라는 생각이 들었다. 팔로워들과 평소 맺어진 신뢰관계는 약하지만 효과적인 유대였다. ‘기억으로 가입되고 망각으로 탈퇴되는’ 집단이지만 유쾌하게 기적을 일궈낼 수 있었다” 라고 말함

- 탁현민 성공회대 겸임교수의 <탁현민의 시사콘서트>도 소셜미디어 팬덤을 소셜디자인그룹으로 잘 묶어낸 사례로서, 대중음악평론가 김작가와 함께 매월 시사 이슈를 테마로 이야기를 나누고 인디 밴드들의 공연을 듣는 이 콘서트는 트위터 등을 통해 예약을 받는 후불제 형식으로 진행됨
- 트위터의 원조 소셜디자인그룹으로는 트위터 닉네임 ‘번개킴’이 운영하는 <트위터 방송국>이 있어, 지난해 세 차례에 걸쳐 <온두라스 한지수 돕기 바자회>를 개최하고, 전 세계에서 동시다발로 열리는 트위터 축제인 <트웨스티벌> 한국 행사를 담당해 올해는 기부 물품을 모아 일본에 전달함
- 또한 이 <트위터 방송국>을 함께 운영하며 기부 봉사 프로젝트를 기획하는 김태연 목사는 올해 <고은소나타>라는 이름을 모임을 만들어 인디아티스트를 돕는 프로젝트를 시작했는데, ‘고은소나타’라는 이름은 최근 사망한 시나리오작가 최고은씨의 이름을 딴 것으로 어려운 창작환경에 있는 인디아티스트들을 돕기 위해 사람들을 조직해 다양한 활동을 기획하고 있음
- 만화가 고필현(메가쇼킹)의 경우, 제주도에 복합문화센터 겸 게스트하우스 <쫄깃센터>를 만들면서 트위터로 <쫄깃패>를 구성했는데, 쫄깃패에 참여한 이들은 다니던 직장을 그만두거나 장기휴가를 내고 제주도 쫄깃센터 건설에 참여함
- 고재열 또한 서울 안팎의 둘레길이나 산책로를 걷다가 쉬는 곳에서 인디아티스트의 즉석 공연을 관람하는 <산책콘서트>라는 모임을 만들어, 모임을 할 때마다 참가자들이 인디아티스트를 위해 후원도 하고 사진이나 영상을 제작해 제공하기도 함⁶⁵⁾

3. 시사점과 과제

- 이처럼 소셜한 소셜미디어아트와 확산, 소셜테이너의 활동 등은 문화예술분야의 사회적 소통이 활발해졌음을 입증하는 것이기도 한데, 이는 동시에 SNS를 통해 일반 국민의 문화예술에 대한 인식과 관계형성방식, 그에 따른 문화예술 생산과 소비·향유 방식이 크게 달라졌음을 의미함
- 무엇보다 관객 또는 관람객의 참여와 존재감이 크게 부상한 것이 SNS의 힘이라 할 수 있는데, 이는 올해 블록버스터급 흥행을 한 영화들에서도 확인됨
- 무엇보다 스마트 폰과 같은 모바일 기기의 확산은 영화 산업의 제작, 배급, 홍보, 유통방식의 변화를 가져오고 있는데, 영화 관람 행태에서도 평론가 집단보다는 관객들의 소셜 네트워크로부터 영화를 추천받는 경향이 증가
 - 관객들은 영화 선택시 영화 평론가 및 전문가의 평에 좌우되지 않고, SNS 접속을 통해 시사회에 다녀온 다른 관객들의 반응을 보고 영화를 선택
 - 또한 극장에서 영화를 고르던 소비자들은 이제 인터넷 등을 통해 영화의 정보를 찾아 고른 후(56.1%) 극장에서 표를 구매하는 것으로 통계조사 나옴⁶⁶⁾
 - 관객들의 주체적 힘의 전성시대: 영화는 관객들의 입과 사이버

65) 시사인, 2011.4.27.

66) '영화소비자조사'(2010)결과 집계 결과 임

상에서만 회자되는 것이 아니라, 트위터 같은 마이크로 블로그 상에서 회자되기 시작했으며, 이 장이 영화관객을 주체로 한 정보 확산의 새로운 패러다임을 가져옴

○ SNS를 통한 2차 관객이 영화 흥행의 주요 변수

- 이제 이전보다 훨씬 능동적이 된 관객이 소셜 미디어를 통해 영화의 주체로 등극하고 영화 흥행과 마케팅 방향에도 주요한 변수로 작용하는 시대가 도래
- <오싹한 연애>, <써니>, <마당을 나온 암탉>, <도가니>, <완득이>, <그을린 사랑> 등 올해 개봉한 국내외 영화들은 이른바 ‘개싸가리’ 난 영화라는 공통점을 지님
- ‘개싸가리’는 총무로 영화 관계자들이 쓰는 은어로, 첫 주 개봉 성적은 신통치 않았는데 둘째 주부터 입소문을 타고 관객이 늘어난 영화를 뜻함
- 이와 같은 흥행반전은 그다지 흔한 일이 아니라 일반적으로 1년에 한두 번 있는 일이라는 게 정설이었으나, 올 한해에만 7~8차례나 반복됨
- 가령 737만 관객을 동원한 강형철 감독의 <써니>는 개봉 당일(5월 4일)에는 5만5574명에 불과했던 관객 수가 시간이 지날수록 입소문을 타 한 달 뒤에는 하루 7만여 명 수준으로 증가
- 영화 관계자들은 올해 유독 ‘개싸가리’ 현상이 늘어난 이유로 "페이스북·트위터 등 SNS를 통해 영화를 선택하는 관객들이 늘었기 때문"이라고 진단(<오싹한 연애>의 마케팅 홍보사 관계자는 “첫 주말에 영화를 본 관객들이 SNS에서 호평(好評)을 쏟아내면서 관객 수가 수직 상승했다”고 말함)⁶⁷⁾

67) 조선일보, 2011.12.14.

○ 예술작품의 저작권 통제에 대한 입체적 접근 필요

- 불법 복제 시대의 예술작품의 저작권 보호를 위한 통제: 유통·배급 과정 내 대량 불법복제 방지위한 정보·지식의 이용 통제로 저작권 체제의 강화
- 창작물의 소비와 공유의 이용(자)에 대한 통제의 문제로 그치지 않고, 기존의 창작물을 참조하고 이용해 새로운 것을 만들려는 창작(자)에 대한 통제의 문제로까지 확산(특히 SNS를 활용한 프로슈머, 프로튜어, 혹은 크레슈머의 창작물에 대한 통제 문제)
- 저작권 보호가 생산(창작)비용 상승, 새로운 사상과 상상의 확산 속도 지연, 저작권의 법적 보호와 집행을 위한 전체 사회적 비용 증가 초래 문제를 초래할 수 있음
- 패션산업은 아예 저작권이나 특허 보호가 없고, 해적질은 이 산업이 발전하고 혁신하는 방식이 되었음
- 불법복제가 하나의 사업 영역으로 대두되는 등 부정적 영향: 영화는 손실을 받지만, 연관 산업이나 보조적 사업(캐릭터) 혹은 전혀 다른 산업(초고속 인터넷 장비 업체)에서 수익이 증가하기도 하고, 공짜 마케팅 방법으로 이용되기도 함
- 불법복제는 문화산업 일반의 ‘근본 독점(radical monopoly)’을 강화해, 예술다양성, 문화다양성의 해체 현상 등 부정적 영향을 끼치고 있다는 비판도 제기됨
- 그러나 문화예술 표현의 다양성이 축소되는 위기적 상황에 대해 저작권(법)이 위기를 심화시키는 핵심 요인이라는 지적도 함께 대두함
- 이에 따라 한편에서는 미학의 불법화라는 현재의 예술 창작 조건을 아예 예술행동의 전술로 삼은 ‘불법예술(illegal art)’이 등장하기도 함

제3절 불안한 미래의 창작자, 자립에서 길을 찾다

1. 공공 영역 주도 문화예술분야 일자리 창출은 지속

- 경제위기가 지속되는 가운데 문화예술분야에서도 문화예술 일자리 창출을 위한 지역별, 관련기관별 노력은 지속

- **경상북도의 지역 예술단체 및 예술인 지원**
 - 경상북도는 지역의 역사적·문화적 배경 등을 고려하여, 지역문화예술인들의 창작과 표현기회 확대를 위해 올해 340백만 원을 도내 예술단체 및 예술인에게 지원함
 - 문화예술기획지원 사업은 경북지역 거주작가, 안무가, 연출가, 배우, 연출기획자 등 지역문화예술 집중 육성과 지역의 문화적 역사적 배경을 소재로 한 오페라, 연극, 뮤지컬, 무용 등 창작 및 발표 작품을 공모, 2~8개 작품을 선정하여 작품당 최저 2천만원, 최고 8천만원의 경비를 지원함
 - 경북지역 내 시각예술(사진포함), 문학, 공연예술(연극, 무용, 전통), 다원예술, 문화일반 등 문화예술 전야의 활동과 입주 예술가의 창작 발표, 국내외 교류 및 지역주민 연계 예술교육강좌 등 커뮤니티 활동 등 레지던스 프로그램을 공모, 4~9개 문화예술인 및 문화예술단체를 선정하여 개소당 최저 2천만원, 최고 5천만원을 지원함

- **세종문화회관의 AIP연수단원제**
 - 올해 세종문화회관은 예술전공자 청년 일자리 창출을 위해 AIP 연수단원을 모집했는데, AIP 연수단원제는 세종문화회관

이 예술분야를 전공한 청년들에게 공연과 관련된 실무경험을 쌓을 수 있는 일자리를 제공해 문화예술 분야의 인재를 육성하기 위해 지난 2009년부터 시행해온 것

- 연수단원들은 8개월 동안 서울시 청년예술단 단원으로서 교육 프로그램에 참가해 공연 연습은 물론 공연에 직접 참여하거나 문화예술 행정지원과 관련된 실무 경험을 쌓을 수 있음

○ 전라북도의 예술뉴딜 프로젝트

- 2011년에 전북도가 추진한 예술뉴딜프로젝트는 문화예술체육 관광 분야에서 일자리 1,949개를 창출을 목표로 함
- 분야별로는 도서관 일자리를 비롯해 문화예술 분야 796개, 생활체육지도자 등 체육진흥 분야 578개, 문화관광해설사 운영지원 등 관광산업 분야 575개 등과, 예술관련 대학졸업자들로 구성된 상설 거리공연 예술단을 운영함으로써 청년 실업 해소는 물론 지역별로 특색 있는 즐길거리를 제공
- 그러나 문화예술체육관광분야 일자리 창출이 실질적인 일자리 창출인지에 대한 의문이 제기되고 있음
- 예술뉴딜 프로젝트가 신규사업은 적고 임시직이 대부분을 차지하는 등 실질적인 일자리 창출과 거리가 멀다는 것인데, 전북 지역에서 제시한 일자리의 경우, 총 1949개 가운데 약 67%에 해당하는 1308개가 임시직인 반면 괜찮은 일자리는 32.8%에 불과한 것으로 지적됨
- 이에 따라 임시직 양산 대신 정규직 비중의 확대 방안을 강구해야 한다는 목소리가 높음⁶⁸⁾

68) yestv, 2011.2.14.

2. 크리에이터의 생존 위기: 문화산업의 수직계열화 심화

가. IT산업의 양극화와 개발자의 열악한 환경

○ 스마트 열풍 속 IT 개발자의 열악한 근무환경

- 스마트 열풍에 가장 직접적으로 영향을 받는 IT업계가 별로 변한 게 없다는 지적
- 한국의 IT산업을 움직이는 논리는 건설업의 그것과 완벽하게 같다는 인식은 일반적인 것으로, 합리적인 일정 관리, 효율적인 업무 계획 없이 일단 노동력 투입만 늘리고 보는 구조이며, '갑을관계' 로 대표되는 하도급 구조 역시 견고
- 이에 따라 빠듯한 공기에 맞추려다보니 비교적 근로시간이 체계적으로 관리되는 대기업과는 달리 중소기업들에선 IT개발자들의 밤샘 근무가 다반사이며, 프로젝트가 연달아 하청구조를 타고 내려오니 항상 초죽음이 될 수밖에 없고, 건강에 이상이 생겨 퇴직하는 경우도 다수
- 문제는 정부 정책은 훌륭히 세워졌지만 지켜지지 않는다는 것으로, 중소 IT업체 관계자들은 공통적으로 "새 제도 개설이 필요한 게 아니다. 있는 제도가 제대로 지켜지도록 감독을 강화해달라"고 요구하는 실정⁶⁹⁾
- 또한 IT개발자들의 열악한 근무환경과 보수 수준, IT벤처 업체로 포장된 악덕 기업주들의 횡포, 발주처의 무리한 요구, 비전 부재에서 오는 자신감 상실과 정체성의 혼란 등이 지속적으로 제기됨

○ IT산업의 양극화: 대기업 위주의 시장재편

69) 프레시안, 2010.12.28.

- 대기업 위주의 IT시장 재편이 최근 몇 년간 가속화되고 여기에 중견, 중소 IT기업들이 대기업의 하청업체로 전락하고 있다는 우려가 적지 않음
- SI(시스템통합) 분야에서는 '저가 수주'로 실적을 올린 대기업들이 정작 프로젝트 진행 과정에서 협력업체들에게 고통을 전가하는 사례가 여전히 근절되지 않고 있음
- 최근 1~2년간 모바일 분야에서 대기업들은 중소 IT업체들로부터 SW 개발자를 블랙홀처럼 흡수하는 등 IT인력 시장의 왜곡을 일으켰다는 지적까지 제기

나. 음악산업의 수직계열화 심화

○ 문화자본의 독점화, 대중문화산업의 수직계열화 심화

- 미국과 일본, 유럽 등 문화가 산업적 가치로 받아들여지는 어느 사회나 독점화 경향은 있으나, 한국 문화자본의 독점화는 **문화콘텐츠의 생산과 유통 모두에서 획일화 방향으로** 진행되는 데 문제가 있는 것으로 지적됨(이동연 교수, “한국에서 문화자본의 독점화, 혹은 수직계열화가 갖는 또 다른 문제점은 **전근대적이고 봉건적인 문화관행과 불공정한 커넥션에 의해 심화된다는 것**” 이라고 지적)
- 이미 <트랜스포머>나 <아바타> 같은 미국 블록버스터 영화가 전국 2000여 스크린 중 절반 이상을 차지하고, 대중음악은 이동통신 자본에 포획되어 가요 차트를 장기 독점하는 건 소녀시대, 원더걸스, 2PM과 같은 아이돌 팝이며, <무한도전>, <1박2일>과 같은 연예오락 프로그램이 공중파와 케이블 방송을 통해 주당 평균 20여 차례 재방송됨
- 최근의 독점화는 **1강 체제로의 시장독점화, 엔터테인먼트 콘텐츠**

- 츠에 대한 통신자본의 전략적 흡수, 미디어 융복합에 따른 차세대 방송 시장의 지각 변동(종합편성채널) 등으로 특징지어짐
- 멀티플렉스 극장의 출현과 더불어 CJ, 롯데, 오리온 등 영화배급시장에 독립적인 대기업 계열사가 등장하면서 영화산업의 내적 자본 규모가 커졌고, 이 자본의 확대는 결국 영화기획제작과 영화배급, 영화상영업을 하나의 자본이 총괄하는 수직계열화 체제를 낳음
 - 음악산업도 음원 위주로 시장이 재편되며 자본의 우위를 점한 이동통신사 위주의 시장이 되어, SK텔레콤은 음원 서비스 경쟁에서 우위를 확보하기 위해 국내 대표음반사인 서울음반을 인수했고, LG텔레콤은 음원저작권 확보를 위해 한국음악산업협회에 100억 원의 음악발전기금을 지원하기로 합의하고, 2005년 6월까지 무료 음원 서비스를 제공하다 직후인 2005년 7월부터 뮤직온이란 브랜드로 유료 음원체제로 전환
 - KTF도 음원포털사이트 도시락을 개설해 스트리밍과 다운로드 서비스를 시행하고, 음원, 게임, 영화 등 부가서비스가 늘어나면서 이동통신사가 벌어들인 매출액은 2004년 18조 7000억 원에서 2009년 36조 3000억 원에 달함
 - 이처럼 문화자본의 형성과 축적, 문화콘텐츠가 유통되는 미디어 플랫폼이 독점화, 수직계열화되면서 대중이 문화콘텐츠를 소비하는 라이프스타일도 모두 획일화될 우려가 제기됨
- 거대 종합콘텐츠기업 CJ E&M의 출범과 음악산업계 구조변동
- 거대 종합콘텐츠기업 CJ E&M(대표 하대중)이 올해 3월 1일에 출범함으로써, CJ그룹 산하 미디어 계열사인 CJ엔터테인먼트, CJ미디어, 온미디어, CJ인터넷, 엠넷미디어 등이 통합돼 방송사업부, 영화사업부, 음악공연사업부, 게임사업부 등 4개 부서로 재편

- 이 가운데 국내 음악산업 전반에 막강한 영향력을 행사해왔던 음악종합엔터테인먼트 엠넷미디어는 원래 음악과 관련한 방송 사업(Mnet, KM), 음원 유통(엠넷닷컴), 음반사업, 공연사업, 매니지먼트 등이 하나의 동지 안에 수직계열화된 세계 유일의 음악종합엔터테인먼트였음
- 케이블 채널의 두 개 음악방송국을 모두 소유하고 있고 음원사이트 엠넷닷컴은 멜론에 이어 음원 시장 2위를 달리고 있으며, 음반유통의 경우 국내 시장의 30%를 점유하고 이효리, SG 워너비 등이 속해 있던 매니지먼트는 경영상의 이유로 정리함
- 또한 엠넷미디어는 지산 밸리 록페스티벌, 글로벌 개더링 등 국내 유수의 축제에 상당부분 지분을 가지고 있으며 곰TV를 운영하는 그렉텍의 최대 주주, YG 엔터테인먼트의 주주로 영향력을 행사
- 최근에는 엠넷미디어 산하의 공연사업부인 좋은콘서트에서 이글스(Eagles)의 공연을 주최하며 내한공연 시장에도 본격적으로 가세
- 하지만 CJ E&M 출범과 함께 엠넷미디어는 각각의 부서로 나뉘게 되는데, Mnet과 KM은 방송사업부 산하로 재편되고 엠넷닷컴, 음반사업부, 공연사업부는 음악공연사업부로 편입되어 사라지게 됨
- 이러한 재편성에 대해 CJ E&M 방송사업부 관계자는 “엠넷미디어가 사실상 흩어지기 때문에 총괄 담당자는 없어지지만 각 부서의 부문장들이 계속 유기적으로 협조해 나갈 것이기 때문에 기존 사업은 그대로 유지될 것” 이라고 밝히고, “오히려 기업이 힘이 세지기 때문에 기존 엠넷미디어의 사업들이 더 활발하게 진행될 것” 이라고 전망
- CJ E&M은 “콘텐츠의 글로벌화 모범사례 만든다” 는 기치를 내세우고, 기존의 방송, 영화, 음악, 게임 등 콘텐츠의 해외시장

을 더욱 적극적으로 공략하겠다는 의지를 표명⁷⁰⁾

○ 온라인 음원시장 활성화와 음악산업 수직계열화 가속

- 지난 2000년대 초 불법 다운로드로 음반 시장이 무너지며 수익 구조가 악화됐던 음악 시장이 온라인 유통 활성화와 스마트폰 등 새 유통 창구의 등장에 힘입어 되살아나고 있어, 문화체육관광부의 콘텐츠산업통계에 따르면 음악산업 총매출액은 2007년 2조3,577억원에서 2009년 2조7,407억원으로 꾸준히 증가
- 이 가운데 '온라인 음악 유통업'이 차지하는 비중은 5,696억원 (20.8%)으로 '노래연습장 운영업(48.9%)'에 이어 두 번째로 높아져, 무너진 음반 시장의 자리를 온라인 음원 시장이 대체하고 있는 셈
- 또한 스마트폰과 소셜네트워크서비스(SNS)의 등장은 음악 시장을 국내는 물론 해외로까지 확장시키는 신유통 창구 역할을 하여, 업계 관계자는 "스마트폰 애플리케이션을 이용해 음원을 다운로드 받는 비중이 점점 늘고 있어 음원시장은 더욱 커질 것"이라고 전망
- 이에 가수들의 영향력은 방송에 그치지 않고 뮤지컬과 연극 등의 주역을 맡을 뿐 아니라 영화에서도 주연 자리를 차지해, 아이돌을 소재로 한 공포영화 <화이트>는 걸그룹 티아라의 멤버인 함은정을 주연으로 내세워 일본 등 해외 시장 진출을 염두에 두고 제작됨
- 음악이 문화 콘텐츠의 중심에 서자 대기업들은 음악 산업 수직계열화 작업에 적극 나서고 있어, CJ와 SK는 연예 매니지먼트사 YG와 JYP의 주주이며 각각 소리바다와 멜론 등을 통해 음반 제작부터 유통까지 전 분야를 장악

70) 유니온프레스, 2011.3.1.

- 대중문화평론가 김작가는 “대기업들이 음악 사업 수직계열화를 진행하는 것은 음악이 빠른 시간에 다량의 소비를 이끌어낼 수 있는 폭발력 있는 콘텐츠이기 때문” 이라고 분석하면서, “그러나 고유성을 지닌 '작품'으로서의 음악이 아닌 산업 속에서 보편성을 지닌 '제품'으로서의 음악만 쏟아낸다면 어느 순간 대중의 피로도가 쌓여 한꺼번에 무너질 수 있다” 고 지적⁷¹⁾

다. 영화산업의 수직계열화 심화

○ CJ E&M의 출범과 영화산업의 수직계열화 심화

- CJ E&M의 출범과 함께 CJ가 영화의 기획제작과 투자·배급은 물론 멀티플렉스 체인 CGV를 통해 유통까지 거머쥐고 막강한 권력을 행사하는 것이 영화시장을 확대하는 게 아니라 위축시키고 있다는 우려가 더욱 거세짐
- 영화산업 전반에 걸친 수직계열화로 ‘공룡’ 이 된 CJ의 폐해는 국내 영화산업 발전에 저해 요인으로 작용하면서 관객들의 영화 선택권까지 제한하고 있다는 전망
- 영화는 정해진 모양대로 물건을 찍어내는 다른 제조업과 달리 끊임없이 변하는 관객의 문화욕구를 충족시켜야 하나, CJ는 흥행코드가 뚜렷한 영화에만 집중하고, 제작사와 감독들은 상영권까지 잡고 있는 CJ의 투자를 받기 위해 입맛에 맞는 작품을 내놓게 되니, 영화적 창의성이 점차 고갈되는 현상이 심화되고, 제작사는 CJ의 하청업체로 전락하고 있는 실정이 지적됨
- <워낭소리>를 제작한 스튜디오 느림보의 고영재 대표는 “CJ는 수직계열화를 통해 리스크를 줄일 수 있다. 영화를 개봉해 관객 반응이 시원찮으면 상영관을 잡고 밀고 가고, 아니면 케

71) 서울경제, 2011.6.6.

이블 쪽으로 돌려 수익을 맞출 수 있다”면서 “제작사 입장에서는 기왕이면 상영관까지 확보할 수 있는 투자사를 선호하게 된다. 다양성을 유지하려면 CJ 같은 대기업들이 수익을 일정부분 조정해야 하는데 CJ는 ‘내가 더 먹겠다’는 식의 무한 폭주기관차다”라고 설명함

- 최근 극장가 상황을 보면 CJ가 수입·배급한 <트랜스포머3>는 개봉 첫 주 전체 스크린의 61%를 장악했고, CGV에는 <트랜스포머3>와 CJ 영화인 <써니>, <슈퍼 에이트>, <화이트: 저주의 멜로디> 외에 다른 영화는 걸리지 않음
- CJ의 이런 횡포를 막기 위해 투자·배급·유통이 법으로 분리돼야 한다는 목소리가 높아지고 있으며, 이와 관련해 국회 문화체육관광방송통신위 전병헌(민주당) 의원은 “CJ의 수직계열화가 영화계 발전을 이룬 측면도 있지만 그 부작용과 폐해가 나타나고 있는 만큼 한국영화의 장기적 발전과 다양성을 위해 수직계열화 문제를 공론화할 때가 됐다고 본다”고 지적함⁷²⁾

○ 스크린 독과점 논란 재점화: 문화다양성이나, 시장논리나

- 올해 7월, 김기덕 감독은 대작영화들의 변칙개봉과 스크린 독과점을 비판하는 내용의 성명서를 발표했는데, 요는 장훈 감독의 신작 <고지전>이 약 180개 극장에서 2회씩 변칙 상영됨으로 인해 자신이 제작한 <풍산개>를 비롯한 작은 영화들의 피해가 우려된다는 것
- 이미 <트랜스포머3>도 전체 극장의 60%인 약 1400개 스크린을 독점하여 비난을 받았는데, 김 감독의 지적처럼 일부 영화가 개봉일을 하루 앞당긴 유료시사를 통해 변칙 상영이나 대규모 상영을 하게 되면 앞선 개봉작들은 황금시간대 상영 기회를 빼

72) 에이엠세븐, 2011.7.20.

앗기거나 심한 경우 조기 종영됨

- 김 감독은 2006년 <괴물>이 600여개 스크린, 전체 상영관의 30%를 확보하면서 논란에 휘말렸을 때도 <시간>을 개봉시키면서 같은 문제를 지적한 바 있는데, 당시 민주노동당 천영세 의원을 주축으로 스크린 점유율 제한 등을 골자로 한 법안을 준비하였으나 현실화에는 실패함
- 업계 일각에서는 부가판권시장과 해외시장의 안정 없이 영화산업의 수직계열화 문제를 해결하고자 할 때 자율적인 시장경제를 해치게 된다는 의견이 제기되기도 하였으나, 갈수록 심화되고 있는 영화계 양극화에 대해 시장에 일정부분 개입해 최소한의 다양성을 보장해야 한다는 목소리도 나옴
- 미국의 경우, 1940년대 독점금지정책인 반트러스트법(antitrust laws)이 제정되어 배급사가 극장 체인까지 소유하는 수직계열화를 금지시켰고, 이때부터 많은 독립영화제작자들이 출현하면서, 1980년대 레이건 행정부 때 독점화에 대한 법적 제동은 사실상 폐지되었음에도 스크린 독과점에 대해서는 스스로 자제해 나가는 분위기임
- 이에 영화진흥위원회는 극장 부율(영화관입장수입에 관한 배급사 대 극장의 배분비율) 개정과 영화의 최소상영일수 보장 등을 골자로 하는 ‘표준상영계약서’를 마련할 예정⁷³⁾

○ 벼랑 끝에 선 독립자본 영화제작자들

- 장서희 주연의 영화 <사물의 비밀>을 제작 연출한 이영미 감독과 <량강도 아이들>의 제작진이 극장과 배급사의 스크린 독과점에 반발해 공개성명을 발표함
- 이들은 독립, 예술영화 등 다양성 영화의 극장 상영 기회를 제

73) 더보이스, 2011.7.16.

도적으로 보장해야 한다는 주장 외에도, 개봉 영화의 2주일 이상 상영 보장, 대기업이 만든 자사 영화와 타사 영화의 예매 기간 및 전단배포 차별철폐, 영화계 투자-제작-배급의 수직계열화 문제 해결, 스크린 독과점에 따른 중소형 영화상영 위축 문제 해소 및 이를 해결하기 위한 협의회 구성 등을 촉구함

- 이들은 <사물의 비밀>과 관련하여 “개봉 일주 전까지 50~100개 관을 배급사와 함께 계획했는데 개봉 직전에 20개도 안 되는 극장수가 결정됐으며 그나마 ‘퐁당퐁당(교차상영. 일부 회차 상영)’ 이 돼 제대로 된 경쟁을 하지 못했다”고 주장함
- 이어 “현재 영화 유통과 배급은 작은 영화사와 배급사들이 알아서 할 수 있는 단계가 아니다. 공정위, 영진위 등이 나서서 문제를 해결해야 한다” 며 정부 개입을 촉구
- 아울러 지난 7월 영진위가 마련한 '표준상영계약서 권고안'에 담긴 영화 한 편당 최소 1주의 상영 보장 규정을 배급사와 극장 측이 무시했다고 설명함
- 한편 영화진흥위원회가 발표하는 올해 영화산업통계 자료(1-10월)에 따르면 CJ 영화사업부문(35.8%), 롯데엔터테인먼트(15.4%), 쇼박스(9.7%) 등 이른바 3대 제작·배급사가 차지하는 매출 비중은 전체의 60.9%에 이르고, CJ 계열인 CGV 등 대형 멀티플렉스 3개사가 스크린수와 좌석수의 70% 이상, 관객수와 매출액의 약 90%를 차지하고 있는 상황⁷⁴⁾

○ **영화산업의 수직계열화 및 스크린 독과점에 대한 대응: 한국영화동반성장협의회 출범**

- 스크린 독과점과 수직계열화 문제, 극장부울 등 영화계 난제를 풀기 위해 정부와 영화단체, 관련 기업이 한자리에 모여 한국

74) 연합뉴스, 2011.11.25.

영화동반성장협의회를 발족하고 활동 시작(최광식 문화체육관광부 장관, 김동호 부산국제영화제 명예집행위원장, 영화 단체와 업계 대표 등 영화계 대표 50명 참가)

- 이 협의회는 선언문을 통해 “영화산업의 경쟁력을 높이고 대기업과 중소기업 및 협력업체 간의 양극화를 해소하는 등 범 영화계가 동반성장 할 수 있는 제도적 환경을 만들기 위해 협의회를 발족한다”고 결성 취지를 밝힘
- 협의회는 “한국영화산업의 수직계열화로 인해 발생하는 구조적 문제의 해결방안을 논의하고 영화계 모든 부문에서 공생의 기틀을 마련하는데 최선을 다할 것”이라며 “영화의 스크린 수 배정에 있어서도 개별 회사의 이해관계에 따라 차별적인 대우를 하지 않고, 몇 편의 대형 영화가 일시에 스크린을 과다 점유하는 현상이 발생하지 않도록 작은 영화에도 상영기회를 보장하는 방안을 찾겠다”고 말함
- 또 한국영화가 예정된 예산과 기간 안에 제작 완성될 수 있도록 노력하고 영화의 수입과 비용을 투명하게 정산해 서로가 정보를 공유하는 등 영화산업의 신뢰도를 높이기로 협의
- 영화 연장인력 처우 개선에 대해서는 4대 보험 혜택과 영화 기술업체들의 경우에는 작업에 따른 적절한 대가를 받을 수 있도록 업종별 표준단가를 안내하고 계약방식도 개선하기로 함
- 출범일에 한 영화계 인사는 “업계 안에서 생태계 파괴라는 표현이 나올 정도로 충무로 토착자본이 힘을 잃은 상태”라며 “대기업은 대기업이 잘하는 방향으로 가고 우리는 우리가 잘하는 분야를 완성도 높게 해 나가자는 취지”라고 설명⁷⁵⁾

75) 경향신문, 2011.10.21.

3. 창작자의 잇단 자살과 문화예술인복지

가. <걱정 소나타> 감독의 죽음

○ 故 최고은 작가의 죽음

- 올해 초, 단편영화 <걱정 소나타>의 감독이자 시나리오 작가였던 최고은 씨가 설을 앞둔 1월 29일 경기도 안양의 월셋집에서 숨진 채 발견되었는데, 사망원인은 갑상선기능항진증과 췌장염을 앓던 최 씨가 수일째 굶은 상태에서 제대로 치료를 받지 못해 사망한 것으로 밝혀짐
- 이렇게 최 작가가 생활고와 질병에 시달리다 "남는 밥과 김치 있으면..."이라는 쪽지를 남기고 사망했다는 소식이 알려지면서 열악한 영화 제작 현실을 비판하는 목소리가 이어짐

○ 영화산업계의 구조적인 문제로서의 접근

- <말아톤>, <좋지 아니한가> 등을 제작한 정윤철 감독은 “**최고은 작가의 죽음은 시나리오 작가들의 어떤 구조적인 문제**”라며, “시나리오 한 편에 처음 데뷔하는 작가는 3000만 원정도 작가료를 받는데. 문제는 이게 영화가 다 완성되어야지만 완불이 된다는 것”이라고 밝힘
- 이어 그는 “제작자들은 투자를 받아야 돈을 줄 수 있다는 생각인데 그렇다면 투자가 이뤄졌을 때 더 보상을 해주거나 나중에 영화가 성공했을 때 인센티브로 보너스를 주던지 해야 하는데 그런 것은 전혀 없다”며 “**위험은 같이 부담하고 결과는 나누지 않겠다는 제작사에 전적으로 유리한 관행**을 하고 있는 것”이라고 비판
- 전국영화산업노조도 성명을 내어 “고인의 죽음 뒤에는 창작자의 재능과 노력을 착취하고, 단지 이윤창출의 도구로만 쓰려하

는 잔인한 대중문화산업의 논리가 도사리고 있다” 며 “**창작자를 죽음으로 내모는 산업 시스템과 함께 정책 당국의 책임을 묻지 않을 수 없다**” 고 지적

- 이들은 “영화 스태프가 생존을 위해 자기 목소리를 내기 시작할 즈음인 2000년도 연평균 소득은 337만 원, 10년이 지난 2009년도 연평균 소득은 623만 원으로 조사됐다” 며 “조금 나아지기는 했으나 월급으로 치면 52만 원이 채 되지 않는 액수로 여전히 최저생계비에도 턱없이 미치지 못하는 수준” 이라고 밝힘
- 이어 이들은 “**최소한의 생계를 위해 반복되는 실업기간 동안 실업 부조금을 지급할 수 있는 방안을 찾아보자는 요구를 수없이 해왔다**” 며 “**만약 실업부조제도가 현실화 돼 고인이 수혜를 받았더라면 작금의 상황은 벌어지지 않았을 것이다. 명백한 타살**” 이라고 주장⁷⁶⁾
- 현재 전국영화산업노동조합 측에서 운영하고 있는 ‘영화인 신문고’ 에 신고된 임금체불 관련 사건은 지난 2005년 18건에서 점차 증가해 지난해 48건으로 집계됐으며 피해자들이 신문고 존재 자체를 모르거나 신고 자체를 꺼려해 실질적인 피해 상황은 더 클 것으로 예상
- 이에 노동조합에 한 관계자는 “촬영 스태프, 작가, 단역배우들의 피해사례가 속출하고 있으며 작가와 단역배우들 경우 아예 전체 계약금 자체를 못 받은 경우도 있다” 고 설명

○ **영화산업의 수직계열화와 영화제작의 구조적 곤란**

- 현재 국내 영화계는 CJ엔터테인먼트, 쇼박스(주)미디어플렉스, 롯데쇼핑(주)롯데엔터테인먼트 등 메이저 빅3 투자배급사가 자

76) 프레시안, 2011.2.9.

리를 차지하고 있는데, 문제는 이 같은 대형 투자 배급사들이 흥행 실패에 대한 위험 때문에 전액 투자를 기피하며 영화 제작사에게 일정 금액 이상에 제작비를 갖추고 있을 것을 요구하는데 있음

- 이 때문에 제작사는 투자금 유치를 위해 무리하게 영화 제작에 나서게 돼 그것이 결국 배우, 작가, 스태프 등 영화 제작 종사자들이 열악한 환경에 놓이는 시발점이 된다는 것임
- 반면 헐리우드는 투자사, 배급사, 제작사, 극장, 매니지먼트 등이 각각 분리되어 있으며 스태프, 작가 등 관련 협회(길드)들이 잘 조성돼 문제 발생 시 파업을 감행하는 등 종사자들의 권익 보호를 하고 있고 제작사 또한 임금을 주급으로 지급 하는 등 명확하게 구분되어 있어 이 같은 문제들을 해결하고 있는 것으로 알려짐
- 이에 문학평론가 손종업 선문대 교수는 “과거 헐리우드 역시 최근 국내 영화 제작 구조의 문제점을 갖고 있었다” 며 “임금 체불은 물론 거대 투자배급사의 횡포로 좋은 영화들이 많이 사장되곤 했다” 고 밝히면서, “우리 영화 제작산업 구조가 헐리우드를 롤모델로 잡고 국내 사정에 맞게 변화할 수 있다면 지금과 같은 문제는 많이 줄어들 것이다” 고 의견을 피력함⁷⁷⁾

나. 예술인복지법

○ 예술인복지법(최고은법) 국회 통과

- 최고은 작가의 죽음을 계기로 고용·산재보험 혜택 등 예술인 지원방안 논의가 활발해져 올해 예술인복지법이 국회를 통과
- 당시 정병국 전 문화체육관광부 장관은 “(제가) 국회에서

77) 마이스타뉴스, 2011.2.14.

‘예술인복지법안’을 발의해 놓고도 상임위원장으로서는 처리 못한 것이 안타깝다”며 “영화산업 근로자의 처우 개선을 위한 제도적 장치를 마련하겠다”고 말함

- 전병헌 민주당 정책위의장도 “국회가 정상화되면 영화인 실업 구조제도 등 문화콘텐츠 산업 노동자의 기본권을 보장하는 정책과 법안을 최우선으로 다루겠다”고 밝힌 한편, 민노당과 진보신당도 논평을 통해 ‘예술인사회보장제도’ 등 대책을 요구
- 국회에는 정 장관과 서갑원 전 민주당 의원이 2009년 10월 각각 대표발의한 ‘예술인복지법안’ 2개가 제출돼 있었고, 두 법안 모두 △문화예술인을 근로자로 인정 △고용보험 및 산재보험 가입 △‘한국예술인복지재단’ 설립 및 기금 마련 등을 뼈대로 하고 있으나, 지난해 2월과 11월 논의된 이후 진전이 없는 상태였다가 최 작가의 죽음을 계기로 본격 추진됨⁷⁸⁾

○ 예술인복지법 논란

- 그러나 도중에 고용노동부가 예술인복지법안과 관련해 내용상으로 문제점이 많으며 사실상 반대 입장을 밝힘
- 이재갑 고용노동부 고용정책실장은 “예술인들에 대한 보호 필요성에는 동의하지만, 방법론적으로 고용보험에 편입시키는 것은 부적절하다”고 밝힘
- 이 실장은 “고용보험은 사용자와 사용 종속관계에 있는 근로자를 실업의 위험으로부터 보호하기 위해 마련된 제도”라며 “근로자가 아닌 예술인을 근로자로 의제하는(같은 사안으로 보는) 것은 영세 자영업자 등 타 취약계층 종사자와의 형평성 차원에서 문제가 있을 수 있다”고 말함(그는 “예술인에 대해 특례를 제공하는 것은 다른 직종의 노사가 부담한 고용보험료

78) 한겨레, 2011.2.10.

로 예술인을 지원하는 것”이라며 “보험 가입자인 노사단체 등의 의견 수렴도 필요하다”고 설명)

- 또한 “예술인들에게 고용보험이 적용돼 실업급여가 지급된다면 대상자가 5만 7천명이라고 추정할 때 지급액수는 연간 200억~250억원에 달할 것으로 예상된다”고 말하면서, “실업급여 수급 요건을 완화할 경우 다른 직종 노사들에게 고용보험 재정 부담을 가중시키고 소수 예술인들을 지원하기 위해 다수의 일반 근로자에게 부담을 전가하는 결과가 초래된다”고 지적함
- 다만 산재보험 적용에 대해서는 “업무상 재해가 발생했을 때 보상하는 것으로, 예술인들에게 적용하는 것은 합당하다고 생각한다”며 “방법론에 대해 검토를 하겠다”고 덧붙임⁷⁹⁾

○ 국회 통과 이후의 논점

- 최종적으로 올해 10월 28일 예술인복지법안이 국회 본회의를 통과했으나, 포괄적인 문화예술인 지원이라는 막연한 개념만 세운 상태에서 내후년 법시행을 앞두고 있어, 정부는 내년부터 공론화를 통해 시행령을 마련할 예정
- 이 법안은 사회보장법안의 사각지대에 놓여 있는 문화예술인들의 지원이라는 취지에서 마련됐지만 예술인의 범위와 지원대상, 재원마련 등에서 난관이 예상됨
- 11월 2일 진보신당 문화예술위원회 주최로 열린 문화예술인집담회 <밥먹고 예술합시다>에서도 현장 문화예술인들은 현장의 고충을 이야기했으나 구체적인 대안이 제시되지는 못함
- 우선 문화예술인 범위의 기준이 애매모호하다는 지적이 많았는데, 이 법안에 따르면 예술인은 창작, 실연, 기술지원 등의 활

79) cbs뉴스, 2011.6.23.

등을 증명할 수 있는 자로 한정됨

- 그러나 문화예술인의 활동증명을 결국 영화제작사, 음반사, 극단 등 문화예술 제작사가 발급하거나, 공신력 있는 단체에서 인정하는 자로 한정된다면 법안 취지나 목적에 합당하지 못하다는 지적
- 고인이 된 달빛요정역전만루홈런의 음악인 이진원씨는 독립음악인으로 제작사에 종속되어 있지 않았고, 시나리오 작가 최고은씨의 경우도, 이 법안에 따르더라도 지원대상이 될 수 없기 때문
- 특히 영화제작이 뒤로 미뤄지면, 시나리오 작가라는 증거를 낼 수 없는 관계로, 계약관행이 쟁점사항이 되지 못했다는 지적과 함께, 문화예술인들에게는 시장에서 균등한 경쟁과 제작유통사와의 합리적 권리관계가 필요하다는 입장이 제기됨
- 국내 문화예술 산업은 거대 대기업들이 유통사를 거머쥔 상태에서 제작사와 창작 종사자 등을 먹이사슬로 착취하는 구조가 일상화되어 있어 정부 차원의 개입이 절실한 상황이라는 인식이 지배적임
- 음원시장도 이렇다 할 기여도도 없는 대기업 유통사들이 판매 수익의 40~50%를 가져가고, 실질적으로 제작자와 창작자에 얻어지는 수입도 전체 음원수입의 10%에 불과한 형편
- 따라서 정부가 문화예술인 지원에 앞서 이와 같은 구조적 문제점에 주목해, 음원산업이든 영화산업이든, 시장 지배자 사업자를 독과점 업체로 지정, 업종 진출의 제한과 최소 수수료 가이드라인을 정해 일정 규모 이상의 수익을 얻지 못하도록 강제하는 제안도 이루어짐⁸⁰⁾

80) 프라임경제, 2011.12.12.

○ 공론화되지 않은 출판계의 고용 현황과 수익배분구조

- 출판계의 경우도 계약조건이 출판사들에게 유리하게 돼 있어, 표준계약서 있기는 하지만 있으나마나라는 얘기도 들리며, 책 제작 과정에서 출판편집자, 일러스트레이터, 디자이너 등의 처우는 형편없는 실정
- 또 그들은 출판사의 경영악화에 따라, 이직율도 높은 불안한 신분엔 있고, 일부는 출판사들의 프리랜서라는 일용직 하청노동자로 출판계에 종사하고 있으나, 이들에 대한 논의는 이루어지지 않은 상황임
- 작가들도 불안하기는 마찬가지로, ‘등단폐인’이라는 말이 나올 만큼 창작활동에 전업하는 예비 작가들의 수는 많지만, 생계를 위해 성인소설을 쓰거나 대필 작가 또는 운문작가로 연명하는 경우도 있음
- 40대 중반에 나이가 많다는 이유로 조기 퇴직한 출판편집자들의 경우에는 1인 출판사를 창업하거나 프리랜서로 출판계와 연을 이어가는데, 이들 역시 공평한 경쟁과 시장을 요구함
- 반면 미국 아마존사가 운영하는 <createspace.com>은 음악인과 작가, 영화인들이 자신의 콘텐츠를 직접 창작해 아마존을 통해 직접 판매하고, 유통사는 30%를, 창작자와 제작사는 70%를 가지고 서로 나누는 형태로 수익을 배분함
- 국내 전자책 시장도 유통사가 매출수수료 30%를 가져가는 구조가 정착돼 있으나, 다른 콘텐츠산업과 달리 국내 전자책 시장은 아직 성장단계에 있어 독과점 문제가 덜 불거졌다 뿐이지 안심하기는 이름
- 우리나라는 출판산업 육성을 위해 면세혜택을 주고 있는데, 출판업에도 부가세 도입을 검토하여 그 재원으로 출판계 종사자들 등 문화예술인 지원 자금으로 활용하자는 제안도 제기됨
- 디지털셀프출판사 <북씨>의 경우, 작가 인세 수입의 50% 중에

서 20%를 프리랜서 출판편집자들에게 인세로 나누어주는 방식을 취함

- 셀프출판 작가들은 비문 등 교정교열 문제와 마케팅, 판매에 한계가 많은데, 이들의 작품이 출판편집자들의 손을 거치면서 상품가치가 더 높아지므로, 셀프출판 작가들은 판매에도 큰 도움이 돼 환영하는 분위기로 전해짐⁸¹⁾

4. 예술대학 취업률 논란과 예술가의 불안한 미래

가. 예술대학 취업률 논란

○ 예술대학 취업률 평가의 불합리성 논란

- 최근 대학의 모든 정보가 공시되고 있는 현실 속에서 취업률의 공시 또한 당연히 시행되어야 하나, 예술대학의 취업률을 타 단과 대학과 동일하게 조사하는 것은 불합리함
- 예술대학에 속한 학과들은 대부분 기업에 취업하는 것과는 전혀 다른 개념의 취업을 하기 때문(취직 후 월급을 받고 4대 보험에 자동적으로 가입되는 것이 아니고, 실질적으로 예술대학의 주요 구성원을 이루는 음악, 미술, 무용, 연극, 영화, 디자인 등의 학과 출신 학생들은 대부분 프리랜서로 활동하기 때문)
- 또한 극소수의 국공립 예술단체가 있기는 하나 이런 곳에서 원하는 신입단원들은 상당한 기간의 경력을 요구하며, 최근 국공립 단체의 수도 오히려 감소
- 교과부에서는 프리랜서로 일하는 졸업생들의 경우에도 국세청 데이터베이스에 개런티를 주는 단체에서 등록하거나 일인 창업

81) 한겨레, 2011.10.7; 프라임경제, 2011.12.12.

- 으로 자진 신고하면 세금 감면 혜택과 더불어 취업으로 인정해 주겠다는 안을 올해 제시한 바 있으나 역시 현실과 동떨어진
- 왜냐하면 개런티를 주는 단체가 대부분 영세하기 때문에 3.3%의 세금을 떼고 국세청에 신고하는 경우가 거의 없기 때문
- 물론 여기에는 상당수의 사적인 예술단체가 비과세 대상이라는 점도 감안해야 하는데, 신고한다 해도 그 액수가 최저 임금에도 못 미치는 경우가 많아 이 정도의 개런티가 취업한 것으로 인정받는지에 대해서는 교과부에서조차 가이드라인이 없음
- 따라서 예술대 졸업생의 취업률 조사 방식은 4대 보험 가입이 가능한 정규직 취업이나 세금 납부 확인 방식이 아니라 프리랜서로 활동했다는 증명서만 갖고라도 취업을 인정해주는 방식으로 전환되어야 한다는 주장이 제기됨
- 반면 최근 대학가의 입시 때 최고의 신입학 경쟁률을 자랑하는 학과들은 모두 예술대 소속의 실용음악, 연기, 뮤지컬, 연예와 관련된 학과들인 점 또한 간과할 수 없는 현실이라는 지적⁸²⁾

○ 잇단 예술대학 평가기준 수정 요구

- 교과부는 최근 전국의 예술대학에 이메일을 보내고, 교수들을 만나 대학평가 지표 개선안(취업률 산정방식 등)을 논의해, 대학가는 예술대학의 취업률 산정방식에 큰 변화를 기대
- 예술대학 취업률 산정방식 변화는 인문·사회계열 취업률 산정방식에도 영향을 미칠 것으로 예상되어 더욱 관심의 대상이 됨
- 최근 교과부 관계자는 한 예술대학 학장과 만난 자리에서 “기준을 달리해서라도 평가는 해야 한다. (예술대학의 경우) 새로운 평가지표를 제안하면 검토하겠다” 라고 말해, 예술대학의 취업률 산정방식 개선안을 만들고 있음을 전달함

82) 임경식(서경대 예술대학장), 한국대학신문, 2011.11.4.

- 한편 올해 대학평가에서 취업률 산정방식을 비판하는 전국 50여개 실용음악과 교수들이 자발적으로 만든 **전국대학실용음악 교수연합회**(회장 이정선·동덕여대, 이하 전실련)는 교과부로부터 요청받은 ‘예술계열학과 취업률 평가 개선안’을 전달했는데, 전실련이 내놓은 개선방안은 건강DB 외 다양한 예술관련 경제활동을 취업으로 인정해 달라는 내용을 담고 있음
- 전실련은 현행 교과부의 취업률 산정기준(건강보험DB, 국세청DB, 개인사업자등록)을 포함해 총 7가지를 제안했는데, **대학평가의 취업률 비중 20%는 유지하되, △전시·기획 등 전공 관련 산업체(재직증명서) △예술단체 또는 기획사 소속 예술활동(가입서 및 계약서) △콘서트·전시회 등 작품활동(공연장 확인서) △녹음·방송·광고·영상 등 경제활동(주최기관 확인서) △작품집·음반 출품 및 디지털 음원 출시(제작사 계약서) △저작권 수입(저작권협회 확인서) 등 다양한 작품 활동을 경제활동으로 인정해 달라는 요구임**
- 전국 130여개 대학 학장들로 구성된 **전국 미술·디자인계열대학장협의회**는 정책대안의 수위를 한층 높여, 미술대학 평가에서 **취업률을 아예 빼달라고 요구함**(김영원 미술·디자인협의회장(홍익대 미술대학장), “예를 들어 갓 졸업한 미대생의 작품이 얼마나 팔리겠나. 예술대학 평가가 취업률을 고집하면 아마 추어만 양산될 건데, 경쟁력이 있겠나” 라고 반문함)
- 그러나 예술대학의 의견을 검토하고 있는 교과부는 형평성 논란이 부담스러운 상황으로, 권현준 교과부 취업지원과장은 “사업장이 영세해서 직장건강보험 가입이 어렵다는 점은 인문·사회·이공계 등 다른 분야도 마찬가지” 라고 언급함
- 또한 공연과 전시활동이 많은 예술대학 졸업생들의 협회가입을 취업률로 인정할 것인지 여부도 난감한 상황인데, 최근 교과부에 제안서를 제출한 한 사진관련 협회는 ‘개인전 혹은 단체전

을 열거나 이와 동등하다고 인정되는 사람' 을 협회가입 기준으로 삼고 있으며 '동등한 사람' 의 자격에 관련 학부 졸업생이 포함되는데, 이를 허용하면 관련 학과의 취업률은 100%가 되는 셈⁸³⁾

나. 예술대학 취업률과 청년예술가의 불안한 미래

○ 예비 청년예술가의 자살과 취업율: 한국예술종합학교 사례

- 올해 한국예술종합학교 학생 4명이 5개월 동안 잇달아 자살함으로써 사회적으로 큰 충격을 안김
- 국정감사에서는 이런 일련의 사태를 두고 전문상담 인력의 부족으로 보고 전문상담인력 확대를 해결책으로 내놓고 있지만 근본 원인은 “신자유주의 시대 ‘잉여’ 청년이 겪는 삶의 위기, 누구보다 청년 예술인들이 처한 위기의 삶” 이라고 교수협 의회는 지적함
- 게다가 낮은 취업률도 한 몫 한 것으로 지적되는데, 한예종의 취업률은 50%를 밑돌고 있으며 그나마 비정규직이 대부분임
- 학교 측은 “한예종 졸업생들은 프리랜서가 많아 취업률 통계가 어렵다” 고 밝힌 반면, 학생들은 “학교 측이 학생 취업을 외면하고 있다” 고 지적해 학교와 학생 간의 시각 차이를 보임⁸⁴⁾
- 한예종 총학생회는 최근 학내에서 지적되는 소통 부재와 성과주의, 그 근간에 자리한 총장의 리더십이 학생들에게 과도한 중압감을 안겼다고 주장함
- 총학생회는 “소통을 강조하며 취임했던 박종원 총장은 권위주

83) 교수신문, 2011.11.21.

84) KNS뉴스통신전북, 2011.10.7.

의와 관료주의로 일관해왔다” 며, **예술에 우열을 나누고 기존의 성과에만 안주하는 학교의 보수화, 졸업영화 분량을 10분으로 제한하는 식의 영화제 수상을 위한 계량화 등의 문제를 지적함**⁸⁵⁾

- **추계예술대학교의 부실대학 선정 반대시위: 취업률 기준 논란**
 - 교육과학기술부와 대학구조개혁위원회는 올해 정부의 재정지원이 1년간 제한되는 구조조정 대상 43개 대학의 명단을 발표했는데, 여기에 포함된 추계예대는 신입생이 등록금의 70%까지만 대출받을 수 있는 ‘학자금대출 제한대학’ 에도 지정됨
 - 추계예대가 구조조정 대상이 된 데는 ‘취업률’ 이 가장 중요한 원인으로 작용했는데, 추계예대의 2010년 취업률은 19.2%로, 기준치인 45%를 크게 밑돌았음(상대적으로 전임 교원 확보율(57.76%, 기준치 61%)과 교육비 환원율(86.42%, 기준치 90%) 역시 미달이었지만 기준치와는 약 3~4% 차이였고, 재학생 충원율은 105.62%로 기준치 90%를 가볍게 초과함)
 - 이에 추계예대 구성원들은 “종합대학이 아닌 예술대학을 ‘취업률’이라는 잣대로 평가하는 것은 부당하다” 며 강하게 반발하고 있음
 - 이들은 예술활동을 취업 여부로 평가하는 것 자체가 어이없다는 반응이며, 추계예대 총학생회는 공식입장을 통해 “4대보험이 보장되는 직업을 가졌다는 것만으로 예술활동을 평가할 수 없다. 모든 예술가들은 예술활동을 하고 있다는 점에서 모두 훌륭한 예술인들” 이고, “이번 사태의 핵심은 교과부에서 예술가들을 4대보험이 돼있나, 안 돼있나로 유직, 무직을 평가했고 더 나아가 예술을 평가했다는 데 있다” 고 주장함

85) 프레시안, 2011.10.17.

- <실미도>, <공공의 적2> 등의 각본을 쓴 김희재 시나리오 전공 교수는 자신의 페이스북에 “졸업한 그 해에 300만 관객을 동원한 감독, 시청률 40%의 초대박 미니시리즈를 쓴 작가가 나와도 교육부 입장에서는 ‘실업자’ 다. 장한나 같은 인재에게 레슨을 했다 해도 마찬가지로 100호짜리 그림으로 국전 당선을 했어도 실업자” 라면서, “미술학부, 음악학부, 문학부, 영상문화학부... 오로지 문화예술전공 학부만 있는 예술대학교의 취업률은 낮을 수밖에 없다” 고 지적함
- 학자금 대출 제한으로 추계예대가 당장 입게 되는 불이익은 그리 크지 않으나, 추계예대 구성원들이 가장 우려하고 있는 것은 ‘이미지 실추’ 라고 지적
- 최진욱 서양화 전공 교수는 “요새 하도 부실대, 부실대 하나까 재학생이 1200명의 아주 작은 예술대 하나쯤 부실대 만드는 거야 아무 일도 아닐 수 있겠지만, 우리대학으로서는 지난 40년간 수많은 훌륭한 인재들을 배출해냈고, 그들이 현재 각계각층에서 활동하고 있다” 면서 “대부분의 학생들이 나름대로의 자부심을 가지고 학교를 다니고 있었는데, 정말 모욕적이다” 라고 분통을 터뜨림
- 추계예대 학생들은 비상대책위원회 ‘뿔난 추계인들’ 을 꾸리고 학자금대출 제한대학 선정기준 변경 촉구제 나서, 서울역에서 1인 시위를 한 데 이어 인사동에서 퍼포먼스와 함께 서명운동을 벌였고, 전임교수들도 전원사태 등의 행동에 나섬⁸⁶⁾

86) 오마이뉴스, 2011.9.14. 예술대를 취업률로 평가하는 기준 자체가 바뀌어야 한다는 것이 이들의 주장. ‘뿔추’ 들은 ‘예술대 평가기준 수정’ 을 요구하면서 서울역, 광화문, 인사동 등에서 퍼포먼스와 함께 서명운동을 벌임. 1인시위를 벌인 한 재학생은 “순수예술이 뭔지, 실용예술, 응용예술이 뭔지도 모르는, 그런 무지한 사람들이 교과부에 앉아서 대학구조조정을 하고 있어요. 지금 다른 학교들 보면 ‘경쟁력’ 이 없다는 이유로 순수예술학과가 사라지고 있어요. 순수예술학과가 학교 점수를 깎아먹는 골칫거리가 된 거

- 한편 ‘부실대학’ 으로 선정된 지 한 달만에 대학본부 측은 전국 1위였던 등록금을 2012년부터 10% 인하하고, 재학생에게 주는 장학금은 2학기부터 15% 인상하며, 2014년까지 장학금 확충과 전임교원 확보 등 직접 교육비로 80억 원을 투입하는 등 자구책 마련에 나섬

○ 청년 예술가의 불안: 예술 해서 밥 먹고 살 수 있나

- 한예종 윤상정 총학생회장은 “영화과와 방송영상과 학생 대부분이 피디(PD)나 감독을 지망하죠. 그리고 대부분은 독립 영화, 독립 다큐 저널리즘의 길을 고민해요. 돈 안 되는 일이죠. 꿈은 창대했는데, 졸업할 때가 되면 막막해지는… 조형예술과도 마찬가지로요. 고독을 안고 고민해야 하죠. 자기 세계에 대해 계속 고민하다가, 어느 순간 미래에 대한 불안감이 와요. ‘이렇게 해서 밥 먹고 살 수 있을까’ 하는. 아시잖아요?” 라고 언급
- 이와 관련해 전규찬 교수(영상원)는 “예술이 소수 천재적인 사람의 업적으로만 기억되죠. 그런데 현실은 아니라는 거죠. 집단 노동과정이 수반됩니다. 당장 영화를 보세요. 감독과 배우만 있는 게 아니잖아요? 그런데 소위 말해 우리나라에서 가장 잘 나간다는 이 학교를 나온 아이들 대부분의 미래는 영화 현장 스태프죠. 비정규직에다, 박봉에 시달리고, 미래는 불안하고, 누구도 알아주지 않죠. 교육받은 내용과 현실 사이에서 엄청난 괴리를 느끼게 돼요.” 라고 지적함
- 윤상정 총학생회장은 “학생회 차원에서 비상대책회의를 한 결과, 이번 사태와 관련해서 공통적인 고민이 있는 것 같다” 면서, “내가 ‘예술을 해서 밥 먹고 살 수 있나’ 라는 고민이 있

죠. 이런 식으로 가게 되면 순수예술학과가 다 없어질지도 몰라요.” 라 함.

다. 굉장한 경쟁구도 안에서 서로가 좁을 문을 뚫으려다 보니까 ‘내가 하는 작업이 과연 예술이 맞는 건가’ 라는 근본적인 고민이 드는 거다. 구조적인 문제도 있다. 예술이라는 게 A라는 인풋(Input)을 넣는다고 B라는 아웃풋(Output)이 나오는 게 아닌데 정부나 학교는 당장 콩쿨 수상 실적을 요구한다. 그런 작업을 하지 않는 학생들이 대부분인데 거기에서 생기는 열패감이 있다.” 고 말함

- 또한 그는 추계예대 사태 역시 이러한 구조적 문제와 맞닿아 있다고 지적했는데, “추계예대 사태만 보더라도 정부에서 예술대학을 취업률로 평가하는 것은 예술가를 노동자로 본다는 거다. 연초에 최고의 선배의 죽음으로 인해 예술인복지법이 환기됐지만, 결국 정부와 여당의 반대로 물건너 간 상황이다. 예술인은 노동자가 아니기 때문에 예술인복지법을 시행할 수 없다는 거다. 이는 모순된다. 문화예술을 보는 척박한 시선이 느껴지는 것 같아서 가슴이 아프다.” 고 덧붙임
- 추계예대의 이현정 학생은 “좋아하지만, 선부르게 선택할 수 없는 게 이 길이에요. 돈을 많이 벌고 싶어서도 아니고 적게 벌어서도 아니고 먹고 못 살까 봐 못해요. 내 밥은 내가 책임질 수 있어야 하는데... 요즘 ‘88만 원 세대, 88만원 세대’ 하지만 88만 원도 못 벌까 봐 못해요. 제 동생이 홍대 미대를 나왔는데 한 달 실수령금이 100만 원도 안 돼요. 2년차 됐는데 연봉이 1500만 원도 안 돼요.” 라고 말함
- 추계예대 사태 이후 추계예대에서 개최된 <졸업 후 진로와 미술현장>이라는 특강에 나선 추계예대 출신 흥경한 미술평론가(월간 <퍼블릭 아트> 편집장)는 후배들에게 “여러분들, 취업 목적으로 대학 온 거 아니잖아요. ... 여러분, 먹고 살려면 작가하려고 생각하지 마세요. 한 해 여러분 같은 예술 전공하시는 분들 3만 명 정도가 배출돼요. 그림, 처음에는 많이 그려요. 그

런데 나중에는 손가락에 꼽아요. 왜? 돈 때문에. 생활고 때문에. 물감, 요즘 비싸요. 하나에 3~4만 원씩 해요. 그런데 예술가가 수입을 얻을 수 있는 구조는 너무 뻘해요. 그림 파는 게 목돈이 돼요. 그런데 지금처럼 경기가 안 좋으면 그림 안 사요. 그렇기 때문에 살아남는 사람이 별로 없어요. 그림 필로 살아야 하나. 하나밖에 없어요. 자존감. 굶어죽어도 마음은 지켜야 해요. 그러니까 먹고 살려면 그림 그리지 마세요.” 라고 충고함

○ 예술전공자의 수입 수준

- 예술전공자 상당수는 정규직 취업을 하지 못하고, 고정 수입이 없을 뿐더러 4대 보험에서 제외되며, 그나마 있는 수입수준도 매우 낮음
- 이와 관련해 작년 전국영화산업노동조합과 한국영화제작가협회, 영화진흥위원회가 공동으로 실시한 영화노동자 실태조사 결과를 보면, 영화산업노동자들의 최근 1년간(2009년 기준) 평균 연소득은 1221만 원에 불과했는데, 그마저도 회사대표(평균 소득 4186만 원)가 포함된 결과로, 감독(1518만 원) 이하의 현장 스태프로 한정할 경우 평균소득 수준은 심각할 정도로 낮음
- 수습 스태프의 연소득은 274만 원에 불과했으며, 세컨드는 615만 원을 벌었고, 이 임금마저 영화노동자의 45.1%는 제때 받지 못함
- 음악 전공자나 미술 전공자 대부분은 졸업 후 대학원 진학을 하지 못한다면 음악강사로 ‘레슨 알바’ 를 하는 등 정상적인 생활을 영위할 수 있는 길은 극히 좁음
- 이에 한예종 교수협의회는 “현 상황은 상담실, 상담요원, 상담 시간 확대와 같은 단순 대책으로는 제대로 해소할 수 없는 참으로 위급한 상황” 으로, 예술인을 기르는 교수들에게 “누구보다 청년 예술인들이 처한 위기의 삶” 을 해소해야 할 의무가

- 있다고 자성하는 내용의 성명을 발표함
- 정지영 감독은 “국민이 예술을 향유하는 것도 복지고, 예술가들은 국민의 복지를 높여주는 노동자” 라며 **“정부의 복지기금을 문화예술 종사자에게 적극 활용해야 한다”** 고 강조함
 - 또한 최진욱 영화산업노조위원장은 “영화와 방송 관련 학과생 대부분이 연출로 진로를 택한다. 이들 졸업생 중에서 감독이 될 수 있는 확률은 20%도 안 된다. 감독이 된다 하더라도 새로운 영화를 다시 할 수 있는 확률은 50%도 안 된다. 연달아 영화를 찍을 수 있는 확률은 거의 전무하다고 보면 된다. 이 때문에 예비 영화인들이 먹고 사는 문제에 대해 가지는 부담감은 이루 말할 수 없다.” 고 말하며, **“기존 공무원, 정규직 노동자를 중심으로 만들어진 노동법을 바꾸어 예술가도 노동자로 인정하고, 이 광범위한 노동자 다수가 처한 열악한 현실을 개선해야 한다.”** 고 주장함
 - 이어서 “감독, 배우 등 잘 나가는 영화인들은 ‘우리 안의 민주주의’ 부터 돌아봐야 한다. 만날 다른 부문 문제에만 목소리를 높이면 뭐 하나? 영화노동자들이 감수해야 하는 고강도 노동과 수없이 이뤄지는 임금체불을 해결하자고 목소리 높이는 이가 누가 있나?” 라고 비판함⁸⁷⁾

87) 프레시안, 2011.10.11.

<그림 3-5> 영화노동자 임금수준



*자료원: 2010 영화노동자 실태조사(프레시안, 2011.10.11.에서 재인용)

○ **예술의 사회적 존재증명: 예술행동과 자립에의 관심**

- 올해 한예종과 추계예대 사태를 지켜보며 학생들 사이에서 일어나는 변화에 대해, 한예종 윤상정 총학생회장은 “우리 학교가 그간 사회적 문제에 전혀 목소리를 내지 않았다. 이에 반성하는 분위기가 학생 사회 바닥에 형성되고 있다. 그간 개별적으로 희망버스에 참여하던 학생들이 5차 희망버스에는 깃발을 들고 합류했고, ‘자립음악생산자조합’과 교류가 생겼고, 학생 사회의 교류를 돈우기 위한 ‘영감다방’도 만들었다. 학생회 차원에서도 생협을 만들기 위한 시도를 지속하고 있다.”고 말해, 예술의 사회적 존재를 증명하고 **사회적인 예술행동과 예술가로서의 자립을 위한 모색이 결합된 움직임이 일고 있음**을 시사함

5. 자립을 위한 대안적 예술생산방식의 모색

가. 사회적 제작 혹은 소셜 펀딩

○ 문화예술분야로부터 활기를 띠는 소셜 펀딩(social funding)

- 소셜 펀딩은 아이디어나 프로젝트를 인터넷에 미리 공개해 일반인의 투자를 받아서 제품이나 예술품을 제작하는 방식으로 크라우드 펀딩, 마이크로 펀딩, 커뮤니티 펀딩이라고도 함
- 초기에는 수익금 배당이 아닌 완성품이나 문화행사로 후원자에게 보상하는 것이 특징이었고, 분야도 공연, 출판, 엔터테인먼트 등 문화예술분야 위주였으나 최근에는 수익을 얻는 투자기법으로 확대되는 추세임
- 이미 미국이나 해외에서는 킥스타터나 인디고고와 같은 성공사례들이 급속도로 만들어지고 있는 상황으로, SNS의 확산으로 인해 소셜커머스와 함께 부상하는 사업방식
- 문화예술분야에서는 자신의 아이디어나 생각 그리고 재능을 실현하기 위해 SNS를 통해 다른 사람에게 알려서 필요한 자금을 후원받고 동시에 자신의 아이디어나 재능이 실현가능한지 또는 경쟁력이 있는지를 미리 테스트를 해 볼 수도 있고, 아울러 고정 팬을 만들 수 있는 홍보툴로도 쓰일 수 있다는 점에서 향후 더욱 성장할 것으로 전망됨
- 순수 예술이나 창작활동을 하고 싶은 이들에게는 제한된 공간과 시간을 넘어 자신이 알지도 못하는 이에게서 후원받고 생각을 나눌 수 있는 매우 매력적인 온라인 공간임⁸⁸⁾
- 국내에서는 올 1월 디스이즈트루스토리를 시작으로 콘트리트, 한국문화예술위원회의 크라우드 펀딩, 펀듀, 텀블벅, 업스타트 등이 잇따라 서비스를 개시하였고, 5월에는 방송통신위원회가 크라우드 펀딩을 육성해 SNS 창업을 적극 지원하겠다는 방안을 제출함
- 올해 4월, 신인 작곡가 소원석씨는 자신의 첫 디지털 싱글 앨범

88) 디지털타임스, 2011.8.16.

을 발매했는데, 앨범 제작비 215만원은 모두 소셜 펀딩 서비스인 디스이즈트루스토리를 통해 69명의 후원자에게 투자를 받아 해결함

- 소원석 작곡가는 자신이 구상한 아이디어를 온라인 게시판에 올리고 SNS를 통해 홍보해 앨범 제작비를 내줄 후원자를 모았으며, 이 후원자를 소극장에 초청해 약속대로 미니 콘서트를 열고 자신의 앨범을 선물함⁸⁹⁾

○ 신인 예술가 스타트업 기반을 만드는 새로운 예술후원방식

- 올해 국내에서 첫 선을 보인 소셜 펀딩 서비스들은 SNS를 통해 익명의 다수 후원자들로부터 자금을 조달하는 방식으로서, 예술가나 예술단체가 펀딩 사이트에 자신의 프로젝트 계획과 이를 실행하기 위한 모금 목표액을 올리면 일정 기간 동안 모금을 진행함
- 이때 목표액 달성 시에만 모금액이 예술가나 예술단체에 전달되어 프로젝트가 실현되며, 목표액에 도달하지 못한 경우에는 후원금을 다시 돌려주는 방식으로 운영됨
- 문화산업의 양극화 및 수직계열화, 기초예술 지원제도 변화에 따른 예술가들의 불안한 생존 현실 등이 더욱 부각되고 있는 현재에 소셜 펀딩은 특히 미래에 대한 불안을 안고 있는 젊은 예술가나 창작자들에게 좋은 대안으로서 주목을 받음

○ 예술가의 자립 생태계를 위한 온라인 베이스캠프: 한예종 학생이 만든 소셜 펀딩 <텀블벅>

- 올해 3월, 한국예술종합학교 재학생들이 시작한 텀블벅(www.tumblbug.com)은 독립적인 문화창작자들을 위한 온라

89) 금융/경제인사이드, 2011.9.2.

- 인 펀딩 사이트로, 새로운 프로젝트나 영화, 전시를 하고 싶은 사람들이 후원을 요청하는 글과 사진을 텀블벅에 올리면 후원자들이 텀블벅을 통해 계좌로 자동이체를 하는 방식으로 운영
- 지금까지 영화 <뉴타운 컬처파티>, <네버다이 버터플라이>, 웹툰 <김인성과 내리의 IT 이야기>, 책 <원순씨 사용설명서> 등 56개 프로젝트가 텀블벅을 통해 기금을 모음
 - 텀블벅은 창작자들이 작품을 만들 때 일일이 아는 사람에게 손 벌리기보다는 자신의 구상을 공공연히 게시하고 후원을 요청해야 한다는 문제의식으로 고안된 사이트로, 포털 사이트의 기부 프로그램과 다른 점은 익명의 후원자를 기대하는 것이 아니라 프로젝트 창작자가 적극적으로 알리고 후원을 요청한다는 점
 - 한국예술종합학교 영상원 2학년에 재학 중인 텀블벅 멤버 겸 대표인 “장차 영화를 만들고 싶은데 기존 산업에 들어가지 않고 창작할 수 없을까, 금전적 부담이나 미래에 대한 불안을 덜 수 없을까 하는 문제를 고민하다 보니 창작자들의 개인 네트워크를 온라인으로 들여오는 방법을 찾게 됐다” 고 말함
 - 겸 대표의 꿈도 자립을 꿈꾸는 다른 사람들과 마찬가지로, “우리는 창작하는 사람들에게 무기를 쥐어주자는 모토로 만들고 있습니다. 단지 펀딩만이 아니라 소통하고 유통할 수 있는 생태계를 만들고 싶다는 것이 최종 목표죠. 그래서 온라인 배이스캠프라고 스스로 부릅니다.” 라고 강조함⁹⁰⁾
 - 여기에는 올해 잇단 한예종 학생들의 자살로 사회적 이슈가 된 예술대학 학생들 또는 젊은 신진 예술가들의 불안한 미래가 배경으로 작용하였으며, 스스로 자구책을 마련하기 위한 시도로써 의미가 큼

90) 한겨레21, 2011.11.14.

○ <뉴타운컬처파티>의 사회적 제작

- 대규모의 인력, 긴 제작 시간이 필요한 영화는 언제부터인가 자본과 떨어져서 생각할 수 없는 예술로서, 이러한 사정은 독립영화도 예외는 아님
- 몇몇 스타 독립영화 감독들을 제외한다면 영화 제작비를 마련하는 일은 쉽지 않은데, 이러한 현실에 대해 ‘독립영화는 진정한 자본으로부터 독립할 수 없는 것일까. 사회적인 메시지를 담은 독립영화를 지원할 수 있는 시스템을 만들 수는 없을까.’ 라는 물음으로부터 <뉴타운컬처파티>의 사회적 제작 등장
- ‘독립영화 희망씨앗’ 이라는 사회적 제작의 형태로 만들어진 <뉴타운컬처파티>는 올해로 7회를 맞는 제천국제음악영화제에서 첫선을 보임
- <뉴타운컬처파티>를 프로듀싱한 이상욱 독립영화 전문PD에 따르면 “ ‘독립영화 희망씨앗’ 은 공공의 자금으로 영화를 제작하고, 저작권 또한 공공의 목적으로 환원한다는 문제의식에서 출발” 해, 영화의 소유권까지 공공에 환원함으로써 “단순히 돈을 기부하는 것에서 끝나는 것이 아닌 개개인이 스스로 제작을 했다는 의식을 가지자는 것” 이 의도라고 밝힘
- <뉴타운컬처파티>에 참여하는 방법은 1만원 이상의 후원금을 내는 방식 이외에도 제작, 배급, 홍보 활동에 참여하는 것으로 직접 제작에 참여할 수 있는데, SNS를 통해 홍보하는 것으로도 활동에 참여가 가능함
- 후원금을 내는 방식도 (1)완전 기부, (2)100% 환급, (3)독립영화제작지원금 출연 방식의 세가지로 이루어지는데, 100% 환급의 경우 영화의 수익이 날 경우 100%까지 돌려받는 방식으로, 영화 제작자로서 소유권에 대해 가지는 정당한 권리를 행사할 수 있음을 의미하고, 다른 방식의 경우 수익금을 각각 공공의 목적(인권센터 창립기금, 철거민, 인디음악 공연사업비)과

또 다른 독립영화를 위한 지원금으로 출연하는 것임

- ‘독립영화 희망씨앗’의 목표는 단순히 <뉴타운컬처파티> 한편의 제작으로 끝나는 것이 아니라, **“단순 공동체 차원의 기부를 넘어서 독립영화 제작을 지원하는 시스템을 지향”** 하는 것임(이상욱 PD는 “두터운 사회적 네트워크를 가지고 있는 오피니언 리더의 발언이나 행동은 큰 주목을 받는다. 그런 경우 후원이나 기금 마련도 쉽게 이뤄진다. 그러나 그러한 네트워크를 가지지 못한 사람, 특히 아마추어 독립영화감독이 기본적인 지원을 받을 수 있는 대안적인 구조가 필요하다고 생각했다. ‘독립영화 희망씨앗’의 목표는 이러한 시스템을 정착시키는 것”이라고 설명)
- ‘독립영화 희망씨앗’에는 현재 대학생, 직장인, 문화 예술 인사들을 포함한 400여명의 개인회원과, 한국작가회의, 인문사회과학출판인협의회를 비롯한 18개의 단체가 참여하고 있으며, “앞으로 사회적으로 무게감 있는 메시지를 던지는 독립영화와 다큐멘터리를 더 제작하고 싶다”는 포부를 가지고 있음⁹¹⁾

○ 소셜 펀딩으로 만드는 대안예술축제 <소셜아트페스타>

- 올해 대구에서는 대구자립예술가네트워크(대구민예총, 꿈꾸는 공작소, 문화나눔 옷골, 대구YMCA 대구총판, 스페이스 우리, 인디053, 작은공간이소, 대안공간쌈, 깨비예술시장, 길머리예술시장, 논다니프로젝트, 대구경북독립영화협회, 연극자리 소풍, 어색하지 않은 창고, DFC, 생태예술교육연구소, 청소년교육문화센터 반딧불이) 외 대구의 많은 자립예술인들)의 주최로 예술가들의 집단지성과 별난 감성으로 만드는 대안예술난장 <2011 대구자립예술가축제-소셜아트페스타 SOCIAL ART FESTA>

91) 대학경제, 2011.8.31.

가 개최됨

- 이 행사는 “예술가들의 상상력을 연출자들이 갈무리하고, 기획자들이 이를 도와 현실화시키는 아래로부터의 기획과 연출로 만들어가는 이색적인 시도로, 늘 동원되고 요구받던 예술가들이 주체가 되는 실험”으로 기획되었으며, 200여명의 자립예술가, 비주류예술가, 인디 아티스트들이 모여 퓨전국악, 버스킹밴드, 인디밴드, 스트릿댄스, 마임, 퍼포먼스, 거리전시, 예술체험, 예술시장, 커뮤니티아트 등을 진행함
 - 예술가들의 자발적 참여를 통해 만들어진 축제는 무료로 진행하는 대신, 이를 실현시키기 위해 축제의 운영자금을 소셜 펀딩을 통해 마련하는 방식을 취함
 - 후원인에게는 축제정보와 자립예술가들의 활동을 메일링과 문자서비스 등으로 공유하고, 2012년도 축제 진행시 후원인으로 기재하며, 1만원 이상 후원시 소정의 기념품과 함께 축제에 참여하는 각각의 예술가들이 ‘게릴라식 특전’을 제공
 - 축제 프로그램은 예술가텐트촌, 논다니 난장, 우리는 느리게 만들자, 자립예술의 상상력관, 잠수하수열전, 소셜아트 난장, 커밍아웃 오브 인디 등으로 다채롭게 구성됨
- 소셜 펀딩이 지역 인디밴드에 날개를 달다: <The Beginning>
- 많은 사람들은 인디밴드라고 하면 홍대 인디밴드를 기억하지만, 지역 인디밴드들의 음악 실력도 절대 무시할 수 없는데, 특히 광주의 경우 프로를 지향하는 인디밴드와 대학, 청소년 그리고 직장인 밴드 등 음악을 사랑하는 사람들이 다수
 - 광주 인기 인디밴드 그룹 중 <The Beginning>은 “음악은 정말 사랑하지만 현실에서는 대중들에게 음악을 선보일 기회가 그리 많지 않다. 왜냐하면 공연을 하기 위해서는 그들만의 무대가 있어야 하며, 무대를 마련하기 위해서는 많은 비용이 들

기 때문이다.” 라고 말함

- 이러한 문제점을 해결하는 방법으로 소셜 펀딩에 착안하여, 올해 펀딩(<http://www.fundu.co.kr>)와 함께 후원금 모으기에 동참해 목표액이 달성되면 음악을 사랑하는 많은 대중들에게 공연하고 즐거움을 제공할 계획
- 그 외 남성 5인조 밴드인 <The EmBed>와 자마이칸 로맨스 로맨스용 또한 대중들과 더 가까이 소통하기 위해 펀딩을 통해 소통하고 있는 중인데, 로맨스용은 “우리가 바라는 점이 있다면 많은 팬들이 우리 음악과 공연을 즐겼으면 좋겠고, 기타 컷팅 소리와 노래가 많은 사람들을 통해 은연중에 흥얼거릴 수 있게 되는 것이 목표이다” 라고 간절함을 말함
- 소셜펀딩은 많은 사람이 각각의 적은 돈만 내도 창의적인 작품 활동을 도울 수 있다는 장점과 재정적 어려움을 겪고 있는 미래의 예술가에게 창작의 기회를 열어주고 있으며, 음반뿐만 아니라 영화나 발명 같은 실험적인 분야까지 인터넷을 통해 빠르게 확산되고 있어, 새로운 나눔의 문화이기도 한 소셜펀딩이 문화 예술계에 신선한 활력소가 되고 있음⁹²⁾

○ 한국문화예술위원회의 크라우드 펀딩: 기부와 투자 사이

- 올해 한국문화예술위원회(위원장 오광수)가 마련한 <문화예술 나눔의 밤> 행사에서는 그동안 기업의 거액 기부 중심으로만 진행됐던 예술 분야에서 본격적으로 일반 대중의 소액 후원을 통한 기부의 중요성을 알리는 시간을 마련
- 이 자리에서 한국문화예술위원회는 크라우드 펀딩 출범식을 열고, 대중이 함께 만들어가는 예술 창작과 기부의 새로운 시스템의 시작을 알림

92) 정경뉴스, 2011.6.22.

- 현재 기부영수증 발급 등 세제 혜택도 마련되고 있지만, 무엇보다 소액이라도 기부자들에 대한 감사 표시의 방안도 마련되고 있는 점이 기존의 기부와는 다른 측면인데, 첫 번째 프로젝트에 참여하는 박기원 설치미술가와 이원국발레단의 경우도 향후 작품 발표를 통해 후원자들에 대한 감사를 표현
- 박기원 작가는 조명전문회사 필룩스와 공조해 대학로 예술가의 집 옥상에 '떠오르는 태양'을 형상화한 작품을 설치해 사회환원의 의미를 강조하고, 후원금을 서울 노원문화예술회관에서 6월 경 열리는 <돈키호테> 공연 의상비로 사용한 이원국발레단은 공연 오픈 리허설에 후원자를 초대하고 무대 투어의 기회를 주는 등 후원자에 대한 예우를 마련
- 지난해를 문화예술 기부 확산의 원년으로 삼아 기부 활성화 사업을 추진해온 한국문화예술위원회는 올해 별도의 전담부서인 예술나눔부까지 신설하고 자체 사이트 내에 별도의 기부 공간(fund.arko.or.kr)을 마련하는 등 민간 기부 활성화 프로젝트에 주력하고 있는 상황
- 오광수 한국문화예술위원회 위원장은 “크라우드 펀딩이 성공할 경우 지원금이나 자체 후원 조성에 어려움을 겪는 예술인과 예술단체는 새로운 채널을 얻게 되고 대국민적으로도 소액 기부에 대한 중요성을 인식하고 참여도를 높이는 계기가 될 것”이라고 말함
- 따라서 한국문화예술위원회에서는 기부나 나눔문화의 관점에서 접근하고 있으나, 지원금에 대한 의존도가 높은 순수예술 또는 기초예술의 특성상 소셜 펀딩은 기부 이상의 의미, 즉 예술가의 미래를 위한 값진 투자의 의미를 지님
- 이러한 측면은 최근 소셜 펀딩이 기초예술분야에 한정되지 않고 IT 관련 개발자나 프로젝트를 지원하는 문화산업적 차원에 까지 유망한 투자방식으로 확산되는 경향에서 확인됨

- 그러나 단순 기부 이상의 투자로서의 의미는 투자에 대한 사회적 환원이나 투자자에 대한 보상의 측면을 보다 구체적으로 설계해야 할 과제를 던져 줌

나. 예술가의 상호부조, 생협에서 자립의 길을 찾다

○ 자립음악생산자조합?

- 사회적 제작으로 만들어진 영화 <뉴타운컬처파티>의 줄거리는, 공항철도공사로 인해 지구단위계획에 지정된 홍대 칼국수집 ‘두리반’ 이 철거 위기에 놓이자 항의 농성이 시작되고 그들을 돕기 위해 인디밴드들이 나섰다, 그 과정에서 인디밴드들이 <자립음악생산자조합>을 조직한다는 것
- 두리반 철거는 음악가들에게 ‘다음은 우리 차례’ 라는 위기의 식과 함께 정치적 각성을 안겨주었다고 전해짐
- 2010년 11월, <달빛요정 역전만루홈런>의 이진원씨가 생활고에 시달리다 뇌출혈로 사망한 것을 계기로, 올 1월에 KT상상마당에서는 ‘한국 인디 음악의 미래는 있는가?’ 라는 토론회가 개최됨
- 이 토론회는 제2, 제3의 ‘달빛요정 사건’ 이 나오지 않도록 인디 음악계 대안을 모색하는 자리였는데, 이날 발제자로 참여한 이동연 교수(한국예술종합학교)는 “대형 연예 제작사나 이동통신 자본으로부터 독립하려면 인디 음악 시장도 자생력과 자기자본 형성 능력을 갖춰야 한다” 라며 대안 시장 모델로 ‘인디문화생협’ 을 제안함
- 인디문화생협은 인디 음악 생산자·유통자·소비자를 하나의 공동체로 만듦으로써 더 많은 인디 음악 콘텐츠들이 대중에 접근할 수 있게 한다는 취지로, 생활협동조합이 대안적 먹을거리

- 를 소비자에게 직접 전달하듯이 인디문화생협은 대안적 놀 거리인 인디 음악을 독자적으로 유통시키기 위한 것
- 그러나 서정민갑 대중음악 평론가는 “인디문화생협은 그들만의 리그가 될 가능성이 있다” 라고 지적했는데, 주류 시장의 획일화된 질서를 깨려 하지 않고, 자기들끼리 대안 시장을 만들겠다고 하면 현재 인디 레이블이 거두고 있는 성과 이상을 내기 어렵다는 의미
 - 인디 뮤지션들을 지원하는 방식에 대해서도 의견 차가 있었는데, 이재영 진보신당 정책위의장은 “프랑스처럼 문화예술계에 종사하는 사람들에게는 보통 노동자들이 실업급여를 받을 때 필요한 까다로운 조건들을 완화해야 한다” 라고 말한 반면, 13년차 인디밴드 <와이낫>의 리더 진상규씨는 **“인디 음악이라고 무조건 지원해주는 건 반대한다. 그보다 인디 음악이 인디 음악으로서 경쟁할 수 있는 장을 마련해달라”** 고 요구함⁹³⁾
 - 그러나 이 토론회 이전에 이미 2009년, 크리스마스이브에 강제 철거 당한 뒤 1년 넘게 생존권 보장을 요구하며 농성을 이어온 두리반을 알리는 행사로 작년 5월에 72개 인디밴드가 모여 <2010 뉴타운컬쳐파티51+>를 열었고, 이때 모인 음악가들이 ‘인디생협’ 을 구상하고 1년여 준비 끝내 오는 올해 4월, 자립음악생산자조합 발기인 대회를 개최함
 - 여기에 마포구 동교동 걷고싶은거리 일대의 주차장건설에 반대하는 음악인의 목소리(이른바 ‘걷고 싶은 거리’)가 더해져, 발기인 대회는 홍대 앞에서 활동해온 음악가와 라이브클럽 대표, 음악평론가, 공연 기획자들이 참여하는 토론회, 홍대 앞을 주무대로 활동하는 70개 인디밴드의 공연이 함께 이루어짐
 - 인디생협은 **“지역에서 활동하는 소규모 밴드들이 협업하거나**

93) 시사인, 2011.2.9.

경제적으로 도우면서 활동하는 생활협동조합”으로, 소규모 인디밴드들이 연대해 조합비를 모으고, 이 기금으로 각 지역의 독특한 공연문화를 지켜가려는 것임(“인디문화 최전선이라는 홍대 앞이 최근 10년 간 급속도로 자본화됐어요. 주차장 거리가 상권으로 변하면서 문 닫는 클럽도 늘었고요. 공연 장소가 협소한데다 그나마 안정적이지도 않습니다. 인디밴드들이 타개책을 생각하다가 ‘공금을 출현해서 리스크를 분산시키자’는 의견을 모았죠.”)

- 인디생협의 구체적인 활동에 대해 단편선 조합원은 “우선 공연 장소인 클럽, 녹음 공간인 스튜디오, 합주 공간을 공동으로 만드는 데 주력할 계획입니다. 한편 비슷한 인디밴드들이 함께 공연할 수 있는 프로젝트를 기획하고, 음반 발매하는 것을 도울 거고요.” 라고 말함
- 이후 대전, 대구, 부산 등 말 그대로 지역 인디밴드들과 네트워크를 이뤄 시너지 효과를 얻는 <팔도 자립 네트워크>를 출범시킬 계획이며, 발기인 대회와 <2011뉴컬처파티 51+>에 대한 자세한 정보는 곧 오픈될 공식 홈페이지와 트위터(@nt_party51) 그리고 페이스북 팬페이지(<http://on.fb.me/dYISZ7>)를 통해서 실시간으로 공개됨⁹⁴⁾

○ <달빛요정> 이진원의 죽음과 음원유통시장 구조의 문제점

- 온라인의 등장은 문화 상품이 생산 유통 소비되는 사이클 가운데 유통이란 고리에 혁명적 변화를 가져와, 음악의 경우도 10년 전만 해도 레코드의 형태로 발매되는 정규 음반이 전체 발매 음반의 80%가 넘는 비중을 차지했지만 지금은 주로 디지털 음원으로 소비되는 싱글음반의 비중이 절반에 육박함

94) 주간한국, 2011.4.20.

- 문제는 디지털 음원의 수익이 배분되는 구조가 유통 루트인 거대 이동통신 업체와 포털사이트에 일방적으로 유리하게 만들어져 있다는 점
- 한국음악저작권협회, 한국음원제작자협회, 한국음악실연자연합회의 음원 징수 규정에 따르면 음원 한 곡 매출액 중 음악 생산자(저작권자 저작인접권자 실연권자)에 돌아가는 몫은 40% 정도로, 곡당 일반적 다운로드 가격인 600원 중 240원 가량을 작사·작곡가, 음반 업체, 뮤지션이 나눠 갖는 셈
- 하지만 이는 그나마 제값을 받았을 경우의 일이고 200곡 정액제, 1개월 무제한 정액제 등 휴대폰 가입자 사이에 일반화한 요금제가 적용될 경우 분배 액수가 푹푹 떨어져, 뮤지션의 입장에서 내 노래가 누구에게 얼마나, 얼마의 가격에 팔리고 있는지 짐작하기 힘든 시스템
- 아이돌 그룹과 달리 음악 외엔 먹고 살 길이 없는, 엔터테인먼트 산업의 바깥에 있는 인디 음악인들에게 이런 유통 구조는 절망적 여건으로 지적됨
- “한 해 1,000만원만 벌 수 있으면 계속 음악을 하겠다” 던 이진원은 생전 이런 불합리한 배분 구조에 직설적 불만을 토로해 온 것으로 알려짐
- 대중음악평론가 김작가는 “디지털 음원 시장은 커지고 있지만 **정당한 값을 치르고 음원을 사는 사람은 갈수록 줄고 있다**”며 “**인디 음악인들이 개인 교습과 행사, 아르바이트를 하지 않고는 생계를 이을 수 없는 구조가 고착화하고 있다**”고 지적⁹⁵⁾

○ **인디음악의 성장과 대중적 인기: 인디음악 자립 가능성의 조건**

- 한국에서 인디음악은 자신만의 음악세계가 뚜렷하고 실력 있다

95) 한국일보, 2011.1.17.

는 평가와 함께 쉽게 익숙해지지 않는 거칠음과 고집스러운 반향, 자폐성 같은 것들을 연상시키면서 대중음악 마니아들만의 특별한 취향으로 여겨져 왔음

- 1990년대 후반, 한국의 인디 음악은 다른 음악, 다른 유통이라는 개념과 함께 노 브레인(No Brain), 자우림, 크라잉 넛 같은 1세대 인디 스타들을 탄생시키며 주목받았지만 그 후로 오랫동안 어떤 인디 뮤지션도 앨범 판매고 10,000장의 벽을 깨지 못하고 홍대 앞 클럽에만 머물러야 했고, 독자적 유통의 자존심 역시 초기 인디음반 유통을 전담했던 레이블 인디가 폐업하고 소규모 음반 숍들이 줄줄이 폐업하며 희미해졌음
- 그러다가 장기하의 <싸구려 커피>를 계기로 2008년부터 인디 열풍이 불기 시작해, 인터넷에서 시작한 장기하의 인기는 TV와 방송 매체까지 확산되고, 홍대 앞 얼짱 뮤지션이라는 외모 마케팅을 병행하기도 했던 오지은, 요조(Yozoh), 타루(Taru), 한희정 같은 여성 인디 뮤지션들 역시 인디 음악의 대중화를 이루어냄
- 이러한 인디 음악의 약진은 때마침 히트한 독립영화 <퐁파리>, <워낭소리>의 성공과 맞물려 인디문화의 열풍이라는 낙관적 전망을 낳음
- 이후 인디 뮤지션과 인디 레이블의 증가로 일부 장르에 편중되었던 인디 음악은 갈수록 풍성해졌으며 TV나 방송에서 듣지 못한 좀 더 새로운 음악을 듣고 싶어하는 팬들은 점점 인디 음악에 주목했고, 때맞춰 조금씩 다른 취향을 만족시킬 수 있는 라이브 클럽들이 늘어났고 대자본격인 KT&G까지 홍대 앞으로 진출
- 동시에 음원 사이트와 메신저, 싸이월드, 블로그 등을 통해 음악이 손쉽게 퍼져나갈 수 있는 환경이 구축되고 여러 대중음악 축제를 통해 음악을 소개할 수 있는 계기가 늘었으며, 소위 주

류의 음악들이 관성에 빠져 해외의 다양한 음악들을 꾸준히 들어온 음악 팬들을 만족시킬 수 없는 상황에서 완성도를 높인 인디 음악이 대안적인 역할을 함

- 그 결과 인디 씬에서 마의 벽처럼 여겨졌던 10,000장의 판매가 불가능한 것만은 아니게 되었으며, 파스텔 뮤직 같은 레이블은 TV와 방송에 적극적으로 진출하며 외형적인 성장까지 이뤄냈고, 이제는 뮤지션들이 스스로 레이블을 설립하거나 팬들이 직접 공연을 기획하고 진행할 정도로 활발해짐
- 이러한 인디 씬 내외부의 변화는 한국 인디음악의 성장을 대변해주고 있으며, 이에 따라 인디음악의 정체성에 대한 논란이 최근 활발하게 이루어지기도 함⁹⁶⁾

○ 인디음악 차트의 출현

- 올해 6월, 드럭레코드 · 미러볼뮤직 · 윈드밀미디어 등 인디 음악산업 종사자들이 힘을 모아 <인디고차트>를 창간했는데, 격주로 2000부씩 찍어 홍대 앞 레코드점과 라이브 클럽에 비치하고 방송국 피디들에게도 전달함
- 김용 드럭레코드 대표는 “인디 음악에 관심은 있지만 뭘 들어야 할지 막연해하는 분들께 정보를 주려고 만들었다” 며 “정기구독 문의가 쏟아지는 등 예상보다 관심이 뜨거워 놀랐다”고 말함
- 인디고차트는 예스24, 인터파크, 알라딘 등 인터넷 음반 쇼핑몰과 향뮤직, 미화당레코드 같은 서울 홍대 앞 레코드점, 음반유통사 윈드밀미디어의 인디 음반 판매량을 집계하고, 다음 음원 판매 차트와 미러볼 음원 판매 차트도 실음
- 일종의 ‘대안 차트’에 관심이 쏠리는 건, 기존 인기 차트에

96) 서정민갑, 보다, 2010.4.3.

- 대한 시상합에서 기인하는데, 주말 지상파 방송의 순위 프로그램은 권위를 잃은 지 오래로 아이돌 그룹의 신곡이 나오자마자 1위를 차지해도 대중들 사이에 반향이 없는 경우가 다반사임
- 대세가 된 디지털 음원 차트 흐름을 봐도 예능 프로그램 음원과 아이돌 가수 음원에 대한 쏠림 현상이 심하고, 상당수 사람들이 자신의 취향에 맞는 음악을 찾아 듣기보다는 인기 차트 상위권 음원들만 내려받아 듣는 경우가 많아, 인기 차트가 특정 음악에 대한 쏠림 현상을 더욱 공고히 하는 셈
 - 이에 대해 대중음악평론가인 김작가는 “음악시장 전체를 아우른다는 몇몇 인기 차트는 음악 자체보다 자본과 홍보의 힘에 좌지우지되는 측면이 있다”며 “(지금 현실에서) 미국 빌보드처럼 공신력과 권위를 갖춘 차트를 만들지 못할 바에야 차라리 다양한 성향의 차트를 꾸준히 만들어 대중이 취향별로 취사선택할 수 있도록 할 필요가 있다”고 말함⁹⁷⁾

○ 흥대라는 장소성의 회복 또는 극복

- 흥대 인근에 지역적인 근거를 둔 인디레이블 및 라이브클럽에서 활동하는 뮤지션들의 음악을 소위 인디음악이라 불러 왔으나, 최근 인디음악에 대한 대중의 관심이 높아지면서 그 정체성에 대한 논란이 발생
- 인디생협 창립설명회에 앞서 개최된 <흥대앞과 인디음악, 스스로에게 묻다>라는 토론회에서도 붕가붕가레코드의 고건혁 대표는 “솔직히 우리 회사에서 나오는 대부분의 음악이 인디가 아님에도 주류음악시장에 없기 때문에 인디음악이라 불리는 것 같다”며 “우리의 경우 언더그라운드를 추구하기보다 지금과 전혀 다른 오버그라운드를 만들고자 한다”고 밝힘

97) 한겨레, 2011.7.27.

- 한편 인디생협 대표 단편선은 “인디는 곧 인디펜던스를 말하는데 현재 인디뮤지션들이 독립적인 방식으로 음악을 생산하는지는 의문”이라며 “인디뮤지션도 대개 정부의 지원이나 자본의 도움 없이 자립적으로 앨범을 제작하기 힘든 상황으로 중립적인 활동이 어렵다”고 말함
- 이어서 그는 “최근 인디뮤지션들도 일반 대중가수와 마찬가지로 미디어 노출을 통해 활로를 모색하는데 이것이 일면 긍정적인 부분도 있다. 하지만 태생적으로 미디어에 나올 수 없는 ‘원죄’를 가진 인디뮤지션을 위한 방편도 필요하다”며 자립음악생산자조합의 필요성을 역설함
- 자립음악생산자조합은 설립 목적에 대해 “자립해 음악을 생산하는 음악가들의 생산수단을 스스로 마련해 자본에 종속되지 않는 문화적 토대를 만드는 것”이라고 밝혔으며, 그 일환으로 현재 한국예술종합학교 학생회관 지하에 클럽 <대공분실>, 문래동 클럽 <로라이즈>를 열어 조합원이 작업할 수 있는 공간으로 활용함
- 이와 함께 자립음악생산자조합은 자립적인 음반제작지원 및 공연에 나서, 조합의 공동기금 중 일부를 조합원의 음반제작에 무담보 소액대출 형태로 지원하는 50만원 대출제를 시행하고 향후 지원금의 110%를 돌려받는 사업을 진행하고 있음(노 컨트롤의 <유 해브 노 컨트롤(You Have No Control)>, 앵클어택&밤섬해적단의 <더 스플릿(The Split)>, 하현진의 <개> 등 지원 예정)
- 또한 음원유통플랫폼의 일환으로 ‘송페어(Songfair)’ 프로젝트를 운영하는데, ‘송페어’는 음악가와 소비자의 1대1 이메일 전송 방식을 통해 음원을 판매하고 수익의 90%를 음악가에게 제공하는 사업으로 현재 10개의 타이틀을 유통하고 있음
- 단편선은 “조합으로서는 음원을 소비자에게 보내는 것 이상의

노동의 대가를 주장할 수 없다” 며 “음악가에게 수익의 90%가 돌아가는 것이 올바르다” 고 설명하면서, “현재 운영되는 음원사이트를 통해 유통을 해봤자 어차피 수익을 기대할 수 없기에 자체적인 유통이 훨씬 유리하다” 고 덧붙임

- 자립음악생산자조합은 “홍대 땅값이 너무 올라서 클럽을 새로 여는 것은 고사하고 유지도 힘든 상황” 이라며, 인디음악의 중심지인 홍대 인근을 넘어서 서울의 타 지역, 서울 밖의 지방과도 연대를 구축할 방침(“장기적으로 봤을 때 홍대앞을 벗어나는 것이 당연하다. 타 지역의 뮤지션들과 유기적인 관계를 맺음으로서 미디어를 통하지 않고도 다양한 팬을 만날 수 있는 장을 마련해야 한다”)⁹⁸⁾
- 자립음악생산자조합 추산으로 홍대 거리에는 1천 팀이 넘는 인디밴드가 있고, 그 중 꾸준히 활동하는 팀만 해도 300~400팀인데, 단편선은 “자립음악생산조합의 활동이 홍대 앞에 국한되기를 원하지 않는다” 며 “석관동 연습실인 대공분실, 문래동 클럽 로라이즈처럼 서울 곳곳에 지역 네트워크를 넓히려 한다” 고 밝힘
- 이들은 인디밴드 음악을 동네의 정서와 풍경을 간직한 구멍가게에 비유하며, “커다란 클럽이나 대형 기획사의 음악이 대중 음악을 점령하더라도 우리는 구멍가게 같은 특징 있는 음악으로 지역을 지키겠다” 고 피력
- 홍대 앞에서 여러 해 동안 <녹색광선>이라는 카페를 해온 김승재는 홍대 거리 한가운데에 창작자들의 베이스캠프를 차릴 계획인데, 창작자들이 공동으로 한 건물을 임대해 자신의 작품을 창작하고 전시하고 판매하는 공간임
- 집주인들이 경쟁적으로 월세를 올리면 속수무책으로 밀려날 뿐

98) 유니온프레스, 2011.5.2.

이던 예술가들이 버틸 수 있는 진지가 돼야 한다는 구상으로, 홍대 앞 <제너럴닥터> 카페, 삼청동 <커피방앗간> 등을 디자인한 김승재가 이 공간을 먼저 임대해 단장하는 동안 이곳에 들어오겠다는 사람은 50명이 넘음

- 김승재는 “음악가라면 음반이 아니라 티켓을 팔 수도 있고, 조형예술가라면 작품 만드는 과정을 전시할 수도 있다. 소비자 처지에선 상품이 아니라 이곳에서만 볼 수 있는 특별한 창작물을 가져갈 것이고, 창작자 처지에서는 다양한 장르와 교류하고 특별한 작업실을 얻을 수 있을 것” 이라고 말하면서, “창작자들이 자신의 작품이 팔리도록 아이디어를 보태는 가게를 구상했다” 고 덧붙임⁹⁹⁾

○ 문화체육관광부의 인디음악 지원: 한류의 저변 확대

- 문화체육관광부는 올해 6월 <대중문화 산업 글로벌 경쟁력 강화 방안>을 발표
- 이 계획은 최근 유럽의 K-POP 열풍 등 한류에 대한 높은 관심을 계기로 마련되었으며, 대표적 한류 콘텐츠인 케이 팝의 경쟁력 확보, 한류 지속 확산을 위한 인프라 확충, 비즈니스 우호적인 글로벌 환경 조성, 해당 지역과의 상호 호혜 교류 환경 조성, 대중문화 산업 지원을 위한 정책 기반 강화 등 5대 추진 전략을 담고 있음
- 대중음악 다양성 확보를 위한 인디음악 지원: 최근 아이돌 그룹을 중심으로 케이 팝에 대한 인기가 높지만 케이 팝의 지속적인 발전을 위해서는 우리 대중음악의 다양성 확보가 무엇보다 중요하며, 이를 위해 인디음악 창작 기반 지원을 확대
- 구체적으로는 올림픽홀 소공연장인 ‘뮤즈라이브’ 와 ‘홍대

99) 한겨레21, 2011.11.14.

인디클럽' 을 인디음악 활성화 거점으로 삼을 계획인데, '뮤즈라이브' 는 주 1회 정기 인디음악 공연 및 인디음악 경연 대회 개최를 통해 인디음악의 산실로 육성하며, 인디음악의 인큐베이터인 홍대 인디클럽 활성화를 위한 방안으로 티켓팅·마케팅 등 기능을 수행하는 통합지원센터 구축, 무대·음향 개보수 및 안전 점검 지원, 우수 클럽에 대한 공간 임대 지원 등 정책을 추진

- 양질의 콘텐츠 배출 환경 조성을 위한 음원 시장 개선: 음원 권리자 등의 창작 의욕을 제고하여 경쟁력 있는 콘텐츠를 생산하기 위한 방안으로 음원 시장 수익 구조 개선을 추진(대기업 및 음악제작사 등이 참여하는 상생 협의체를 운영하고 이를 통해 자율 개선 방안을 도출)
- '글로벌 뮤직 벨트' 등을 통한 케이 팝 해외 진출 활성화 지원: 세계적으로 케이 팝 공연에 대한 수요가 높은 점을 감안, 전 세계 지역을 '글로벌 뮤직 벨트' 로 묶어 케이 팝 해외 진출을 지원함¹⁰⁰⁾

다. 미술작품의 직접유통을 위한 시도

○ 온라인을 통한 신진 작가와 대중의 연결: 온라인 미술장터 <아트폴리>

- 2008년 이노무브는 미술 작가와 대중을 직접 연결해 주는 서비스인 아트폴리(www.artpoli.com)를 시작
- <아트폴리>는 아직 대중들에게 널리 이름이 알려지지 않은 작가에게 대중들과의 접점을 마련해 주고 미술 작품을 쉽게 접하기 힘들어 어려움을 겪는 대중에게는 그 통로를 마련해 주겠다

100) 문화체육관광부 보도자료, 2011.6.23.

는 취지에서 기획됨

- 이 서비스를 만든 이노무브 장효곤 대표는 서울대 경제학과mf 졸업하고 미국 노스웨스턴대의 켈로그 스쿨(Kellogg School)에서 MBA를 받아 미술과는 무관한 경력의 소유자이나, “2007년 어느 봄날 갤러리를 운영하는 후배와 커피를 마시고 있었습니다. 그날도 기존 미술 시장의 한계와 새로운 시도의 필요성을 얘기하고 있었고, 문득 ‘인터넷으로 미술 작가와 일반 대중을 연결하면 어떨까’ 라는 아이디어가 떠올랐습니다.” 라고 계기를 밝힘
- 그는 “앞으로도 미술은 사람들이 계속 오프라인에서만 접하게 될까. 미술 작품을 보려면 꼭 현장에 가서 감상하는 방법밖에 없을까. 그렇지 않을 것이다.” 라고 판단했고, 미술시장은 수요와 공급 모두 대중화에 대한 욕구가 큰 만큼, 가급적 많은 작가들이 그림을 올리고 많은 대중들이 새로운 작품과 작가를 만나는 기회를 제공하고자 함
- 아트폴리가 핵심 타겟으로 하는 작가들은 “평소엔 ‘내가 작가인가?’ 라고 생각하는 사람들이죠. 미술가가 되고 싶은 꿈은 있는데 다른 일을 하고 있는 사람들. 자기 작업실도 갖고 있고 그림도 종종 그리지만 다른 일(이를테면 가르치는 일이라든가 등등)을 병행하는 사람들. 회사에서 전혀 다른 직종에 종사하면서 미술 작가의 꿈을 포기하지 않고 있는 이들, 작가가 되려고 하는 진지한 이들을 대상으로” 하고, 아트폴리에 작품을 올린 작가들이 기뻐하는 것은 자신의 작품에 누군가 댓글을 달고 관심을 보여준다는 점
- 아직까지 수익구조가 확립된 것은 아니지만, 장기적으로 아트폴리를 통해 매매나 작품 의뢰가 발생하면 이노무브가 수수료 수입을 얻는 형태를 계획
- 무엇보다 작가가 온라인에서 직접 새로운 고객을 확보하고 사

람들은 저렴한 가격에 자신이 좋아하는 작품을 만날 수 있다는 장점이 미술관에 가기 힘들 만큼 생활이 바빠지는 가운데 SNS가 활성화됨으로써 온라인을 통해 작품을 감상하고 주문하는 일이 증가할 것이라는 전망¹⁰¹⁾

- 또한 올해에는 **온라인 졸업전시**를 진행함으로써 신진 작가들이 보다 많은 대중과 만날 수 있는 기회를 제공하고 있는데, 이들의 작품은 위젯 블로그, 아이폰 어플, 트위터, 페이스북 등을 통해서도 감상 및 주문이 가능함

○ **젊은 예술가를 입양하세요: 아트 프로젝트 <슈퍼까마귀>의 <베이비붐 2011>**

- 젊은 예술가들로 구성된 아트프로젝트 그룹 <슈퍼까마귀 (Super Crows)>는 올해 6월 청계천에서 예술 프로젝트 <베이비붐 2011> 게릴라 행사를 진행함
- 슈퍼까마귀는 젊은 예술가들의 문제를 젊은 예술가가 스스로 해결하려는 문제의식을 가지고 있으며, 이 프로젝트 그룹의 탄생 배경을 “관객들은 아직 드러나지 않은 다양한 예술까지 누릴 권리가 있다, 작가들은 더욱 능동적인 태도로 관객과의 소통이 필요하다, 미술계는 편중된 작품이 아닌 좀 더 다양한 작가와 작품을 소개해 줄 의무가 있다” 라는 명제로 밝힘
- 슈퍼까마귀는 현 상황을 1950~60년대에 베이비붐 시대가 겪어야 했던 국가 및 사회의 인프라 부족과 제도적 모순, 나아가 이로 인한 국제입양 증가에 비유했는데, 관계자는 “이 프로젝트는 젊은 아티스트들의 절반 이상이 기존 제도권에 흡수되지 못한 채 미술계를 떠나고 있는 현실의 안타까움에서 시작됐다”고 밝히며 “보다 많은 아티스트들이 대중과 만날 수 있는 열

101) 한국경제매거진, 2011.1.

- 린 공간을 제공하고자 <베이비붐2011>을 기획했다” 고 전함
- 이 프로젝트는 작가와 그들의 작품을 ‘아기’ 와 같은 존재로 설정하고, 대중을 그들의 ‘부모’ 로 지칭함으로써, ‘부모’ 가 ‘아기’ 를 입양하는 행위를 통해 대중들을 현대미술에 참여 혹은 협업하는 주체로 이끌어냄
 - 이를 위해 설치미술, 드로잉, 회화미술 등의 다양한 분야에서 활동하고 있는 신진 작가 5인이 입양 대상으로 선정되었으며, 슈퍼까마귀가 직접 디자인한 아기 모형의 열쇠고리와 해당 작가 프로필 및 입양 계약서가 포함된 베이비붐 패키지를 제작함
 - <베이비붐 2011>은 누구나 참가할 수 있는 오픈 이벤트 형태로 참가자는 베이비붐 패키지를 무작위로 선택, 그 안에 동봉된 입양계약서에 서명을 함으로써 입양작가에 대한 지속적인 관심을 약속하게 됨
 - 슈퍼까마귀는 추후 소셜네트워크 및 다양한 오프라인 행사를 통한 작가와 대중의 지속적인 커뮤니케이션을 갖도록 하는 것이 최종 목적이라고 설명했는데, 그 첫 번째 단계로 입양부모들을 해당 작가와의 오프라인 만남을 주선하는 ‘아티스트 데이’ 를 개최함(‘아티스트 데이’ 에 입양 계약서를 소지하고 참여하게 되면 작가가 손수 제작한 그들의 소형 작품을 직접 증정, 입양과 지속적인 관심에 대한 감사의 마음을 전달)¹⁰²⁾
 - 이러한 아트 프로젝트 그룹을 통한 활동은 개별적인 활동보다 대중으로부터의 주목도가 더 높고, 작가 개인의 관심과 고민을 공유할 수 있는 장점을 가지고 있다고 밝힘
 - 그러나 작가로서의 안정적인 수입이 없는 현실로 인해 이들의 아트 프로젝트가 지속적으로 이어지지는 못하고 개별적으로 아르바이트 등을 통해 작업을 위한 자금을 마련하고 다시 모여

102) 문화저널21, 2011.6.13.

프로젝트를 추진하는 방식으로 운영됨

- 〈베이비붐 2011〉은 이러한 젊은 작가들 본인의 현실과 고민, 그로부터 자립이 가능한 대안적 미술시장을 모색하려는 움직임의 산물이라 할 수 있음¹⁰³⁾

103) 슈퍼까마귀 인터뷰, 2011.10.13.

제4절 TV, 바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다

1. 경제 불황과 국민여가로서의 TV 시청

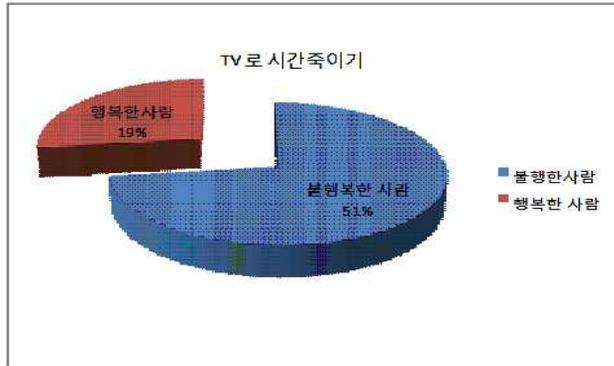
○ 경제 불황에 따른 TV 시청 증가 전망

- 세계 금융위기로 촉발된 경제위기 국면이 전개되면서, 경제불황에 따른 실업률 증가 현상이 TV 시청행태를 변화시키고 있음
- 미국 메릴랜드 대학 연구팀은 4만 5천명을 대상으로 조사한 결과 자신이 행복하지 않다고 느끼는 사람은 행복하다고 느끼는 사람보다 TV시청 시간이 30% 긴 것으로 나타남
- 연구책임자인 로빈슨(John P. Robinson) 박사는 “텔레비전 시청은 일시적인 현실도피로 수동적이고 소극적인 방식” 이라고 설명하면서, 금융위기가 장기화될 경우 TV를 보는 사람이 자연스럽게 증가할 것이라고 전망¹⁰⁴⁾
- 워터 쿨러 이펙트: 스마트폰 급증으로 트위터 등 SNS 와 TV를 동시에 이용하는 사람들이 많아지면서 실시간 SNS 대화(Back Channel)의 증가가 TV 시청 (Front Channel) 증가로 이어지는 효과를 의미함¹⁰⁵⁾

104) 미국 메릴랜드 대학 연구팀 사회적 지표 리서치(Social Indicators Research) 결과, 2008.12.

105) NY Times, 2010.2. 미국에서 스포츠와 시상식 등 대형 이벤트들의 시청률이 이례적으로 증가한 원인 중 하나로 꼽히고 있음. 방송국들은 자체 웹 플랫폼을 보유했음에도 타 미디어 업체와의 독점 콘텐츠 공급을 통해 워터 쿨러 이펙트를 통한 온라인과 TV의 시너지 효과를 창출함.

<그림 3-6> 행복과 TV시청의 관계



*자료원: 미국 Social Indicators Research

○ 여가활동 중 TV 시청에 가장 많은 시간 할애

- 통계청의 생활시간조사(2009)에 따르면, 10세 이상 인구의 주말(토, 일요일) 생활시간 중 교제 및 여가활동 시간은 약 5~6시간이며, 그 중 TV 시청이 가장 많은 시간을 차지(2시간 반~3시간)
- 문화체육관광부의 『2010년 국민여가실태조사』에 따르면, 여가활동 유형 중 TV 시청을 포함한 휴식이 36.2%로 가장 높고, 휴식 중에서는 TV 시청이 42.4%로 가장 높음
- 서울시민여가생활통계(2010)에서도 15세 이상 서울시민 중 48.1%가 주말이나 휴일에 여가활동으로 TV 또는 DVD를 시청한다고 응답함

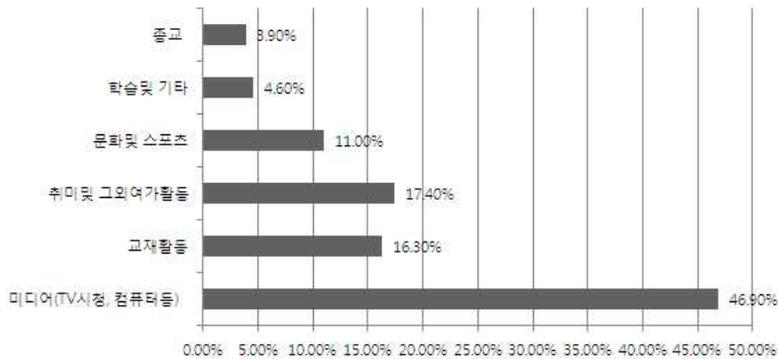
○ 가족과 가장 많이 하는 여가 활동, TV 시청

- 2010년 제2차 가족실태 조사에 따르면, 1일 여가생활시간 총 5시간 1분 중 가족과 함께 가장 많이 참여한 여가 활동은 평일과 휴일 모두 TV시청이 가장 많았음¹⁰⁶⁾

106) 경기도가족여성연구원 <이슈 브리프> 29호; 일간연예스포츠신문,

- 전통적 엔터테인먼트 수단인 지상파 TV 대신 케이블과 인터넷, 위성방송 등 다양한 대안 매체로 젊은 층의 관심이 이동되고 있는 추세임
- 시청률 조사기관인 TNmS에 따르면, 지난 2001년에는 일일 공중파 TV 가구시청 시간이 케이블 TV보다 5시간 13분 많았지만, 2010년에는 일일 공중파 시청 시간이 케이블보다 불과 1시간 55분이 많은 것으로 조사됨
- 일일 케이블 TV 가구 시청시간은 지난 2001년에는 38분, 2010년에는 2시간 56분을 기록해 10년 동안 2시간 18분이 늘어난 반면, 공중파 TV는 2001년 5시간 51분에서 2010년 4시간 51분으로 1시간 감소함¹⁰⁷⁾

<그림 3-7> 가족과 함께 하는 여가시간 활용



*자료원: 경기도 가족 여성 연구원 이슈 브리프 29호

○ 중간계층의 예술행사 관람률 감소

- 『2010년 문화향수실태조사』 (한국문화관광연구원)에 따르면,

2011.6.28.

107) 이투데이, 2011.4.15.

가구 월평균 소득 100만원 미만의 저소득층의 예술행사 관람률은 2008년 대비 증가(19.3%→24.6%)했으나, 가구 월평균 소득 100만원 이상 400만원 미만의 중간계층의 경우 2008년 대비 감소(100~199만원:48.3%→46.6%, 200~299만원:70.5%→66.4%, 300~399만원:79.4%→75.3%)

- 예술행사 항목: 문학행사, 미술전시회, 클래식음악회/오페라, 전통예술공연, 연극, 무용, 영화, 대중가요콘서트/연예(예술행사 관람률은 영화가 60.3%로 가장 높음)

○ 시간부족과 경제적 부담이 장애요인

- 『2010년 문화향수실태조사』(한국문화관광연구원)에 따르면, 예술행사 관람희망률에 비해 실제 관람률이 매우 저조하며, 장애요인은 시간부족(41.5%), 비용부담(29.3%) 순으로 높게 나타남
- 문화체육관광부의 『2010년 국민여가실태조사』에 따르면, 15세 이상 국민의 휴일 여가시간은 7시간이나, 전체 국민의 50.3%가 현재 여가시간이 부족하다고 느낌
- 동 조사에 따른 15세 이상 국민의 한달 평균 여가비용은 약 16만8천원이나 전체 국민의 66%가 여가비용이 부족하다고 응답
- 이에 따라 여가생활에 대한 불만족 이유로는 시간부족인 45.9%, 경제적 부담이 45.6%로 가장 높게 나타남
- 서울시민여가생활통계(2010)의 경우도, 희망하는 여가활동은 여행, 자기계발학습, 문화예술관람, 스포츠활동 순이었으나, 경제적 부담(52.8%)과 시간부족(32.3%)이 가장 큰 장애요인으로 지적됨

2. TV 시청 환경의 변화

가. 스마트 TV¹⁰⁸⁾ 시대의 개막

- 다양한 뉴미디어 매체의 등장: 즐기는 TV의 시대로
 - 커넥티드 TV: 디지털 기술의 발달로 방송과 통신의 융합이 가속도를 내면서 IPTV의 급속한 확산과 스마트 TV의 등장은 라이프 스타일을 바꾸고 있는데, 과거의 TV 시청 형태(lean back)를 유지하면서도 인터넷에 기반한 다양한 서비스를 즐길 수 있는 TV를 ‘커넥티드 TV’ 라고 함
 - 능동적 TV 시청 욕구 증가: 인터넷과 모바일 플랫폼에 경쟁력을 가지고 있는 구글의 스마트 TV 출현으로 TV에 대한 소비자들의 수요가 변하게 됨
 - 케이블 TV의 소비자가 기계를 작동하는 방식을 알아야 다양한 채널 중 원하는 채널을 선택할 수 있으나, 스마트TV의 경우 인터넷 검색만 할 줄 안다면 TV가 소비자의 수요를 읽고 원하는 프로그램을 찾아주는 역할을 함
 - TV, 컴퓨터, 스마트폰, 태블릿 컴퓨터, PMP 등 다양한 기기를 통해 제공되는 비디오는 점점 늘어나고 있으며, 소비자의 시청 시간 역시 계속해서 증가 추세¹⁰⁹⁾
 - N스크린 서비스가 TV 시청률을 압도: KBS는 자사 N스크린 서비스 플랫폼 <K플레이어>로 보는 시청률이 TV 수상기를 통한 시청률을 10배까지나 상회한다고 발표¹¹⁰⁾

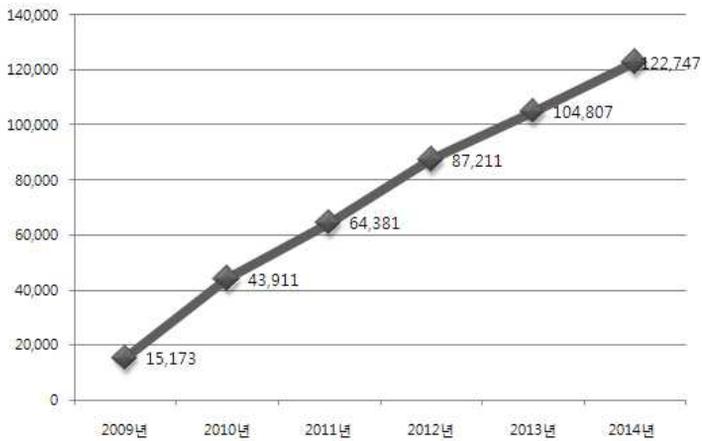
108) 스마트 TV는 TV와 휴대폰, PC 등을 자유자재로 넘나들며 데이터를 끊임 없이 이용할 수 있는 TV로, 가정용 TV에 인터넷과 스마트폰 기능이 더해짐.

109) 전자신문, 2011.6.20. 시장조사기관 닐슨은 크로스 플랫폼 리포트를 통해 미국인들의 비디오 시청 시간에 대한 조사 자료를 공개함.

110) 유니온 모바일, 2011.11.22.

- ‘즐거는 TV’ 로의 변화: 소비자의 수요와 라이프스타일의 변화를 주도하는 것은 결국 스마트 TV의 소프트웨어인 콘텐츠로서, 구글의 스마트 TV, 애플의 아이 TV등 간에 기업에게는 스마트 TV 시대에 콘텐츠를 어떻게 개발하고 확보하느냐가 그 어느 때보다 중요한 과제가 됨¹¹¹⁾

<그림 3-8> 전 세계 커넥티드 TV 시장 규모 추이



*자료원: 디스플레이 서치

○ 스마트 TV업계의 콘텐츠 경쟁

- 과거 TV 제조사들은 흑백에서 컬러로, SD(디지털 표준)에서 HD(고선명)로, 화질이나 디자인 등 하드웨어 중심의 경쟁을 벌여 왔으나, 스마트 TV는 보는 TV에서 즐기는 TV로 패러다임을 바꾸어 하드웨어가 아닌 인터넷 서비스와 앱 같은 소프트웨어로 경쟁하는 체제로 탈바꿈하게 된 것
- **손바닥 TV 앱:** 스마트폰 애플리케이션 및 포털사이트 다음의

111) 동아일보, 2011.4.11.

tv팟, 유튜브, imbc, 판도라tv 등을 통해 방송되는 것으로, 콘텐츠는 모두 실시간 인터랙티브 방식으로 진행하며 시청자와 적극적으로 소통하는 방송을 만들어 가고 있어, 스마트 기기만을 위한 콘텐츠 자체 제작을 통해 새로운 방송 장르를 개척한 사례로 볼 수 있음¹¹²⁾

- 이처럼 다매체, 다채널 시대의 본격화로 방송콘텐츠의 다양화와 전문화가 필수적인 요소로 부각되고, 방송사업자들은 시청자를 확보하기 위해 콘텐츠의 차별화 및 새로운 콘텐츠 개발에 힘쓰고 있음¹¹³⁾
- 특히 미디어 매체 간에 TV 시청률이 높은 킬러 콘텐츠¹¹⁴⁾ 확보 경쟁이 심화되고 있는데, 각 미디어 본부에서는 킬러 콘텐츠 확보를 위해 별도의 전담팀을 꾸리고, 사업 협력과 판권 확보에 전력투구하고 있음(삼성전자와 LG전자는 3D 스마트 TV의 킬러 콘텐츠로 VOD를 꼽고 있음)
- TV 사업의 수익성이 전자업계의 고민으로 다가오는 가운데 스마트 TV와 같은 프리미엄 제품의 판매추이는 사실상 사업의 성패를 가르는 중요한 이슈가 됨
- 영화, 스포츠, VOD 서비스 등 가정 내에서 즐길 수 있는 다양한 콘텐츠 제공으로 보는 TV에서 즐기는 TV로 TV 시청 패러다임 전환을 주도하게 되면서, 스마트 TV 풀 라인업과 함께 스마트 TV 콘텐츠 리더십 확보에 주력
- 서영재 LG전자 스마트TV팀장 상무는 “최근 MBC와 스마트 TV 콘텐츠를 협력하기로 했는데, 아직 지상파 방송사들도 스

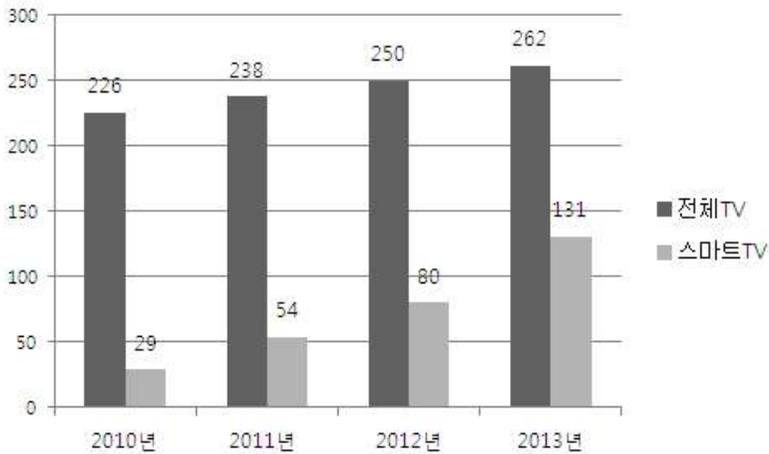
112) 아이뉴스24, 2011.11.25.

113) 김원제, 『콘텐츠 실크로드 미디어 오디세이』, 2009.

114) 킬러 콘텐츠(killer contents)란 그 사이트가 아니면 볼 수 없으면서 엄청나게 인기 있는 콘텐츠로, 많은 사람들로 하여금 하루에도 여러 번 필요로 하는 서비스, 방문자로부터 충성도나 구매를 야기시켜 비즈니스 모델을 실현시키는 콘텐츠를 의미함(KT경제연구소).

마트TV에 대한 준비가 잘 안 돼 있는 것 같다” 며, “일단 전자업계에서 주도적으로 관련 노하우를 전수하고 있다” 고 함
 - 다양한 콘텐츠 확보를 위한 과제: 네트워크 용량, 콘텐츠 보안, 시청자의 시청 형태 등 많은 변수를 고려하여 다양한 콘텐츠 확보에 전력으로 다양한 콘텐츠 확보가 성공의 관건이 됨

<그림 3-9> 국내 스마트 TV 시장 규모 추이(단위: 1000대)



*자료원: KT경제경영연구소

○ 쌍방향 커뮤니케이션과 맞춤형 스마트 TV

- 스마트 TV는 갤럭시S, 아이폰 4에 트위터, 페이스북 등 SNS 서비스가 더해지면서 미디어 생태계의 큰 변화를 예고
- 특히 방송과 통신이 융합되고 개인 컴퓨터(PC), 휴대전화, 디지털 카메라, 캠코더 등 다양한 기기와 연결되면서 쌍방향 커뮤니케이션 수단으로 각광받음
- 가령 스마트 TV를 보면서 친구와 트위터나 페이스 북을 하고, 드라마에서 배우가 입었던 옷을 실시간으로 검색해 홈쇼핑에서

구입할 수 있게 됨

- 맞춤형 스마트 TV의 등장에 따른 본격적 홈 엔터테인먼트 환경 구축: 소비자가 라이프 스타일에 맞춰 원하는 콘텐츠를 직접 선택할 수 있는 맞춤형 스마트 TV가 등장함으로써, 가정에서도 영화, 드라마를 시청하는 것 외에 대한민국 대표 놀이문화인 노래방 서비스를 TV 대형 화면으로 언제든지 이용 가능
- 스마트 TV, 블루레이 플레이어, 스마트폰, 태블릿, 노트북PC 등 다양한 스마트기기를 ‘올쉐어(All Share)’ 기능으로 연결해 사진, 동영상, 게임 등 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 체험

나. 디지털방송으로의 전환

○ 세계적 흐름으로서의 디지털 방송 전환

- 1998년에 영국에서 최초로 지상파 디지털 TV방송을 시작하여 현재는 영국, 일본, 미국, 독일, 스웨덴, 룩셈부르크, 네덜란드, 이탈리아, 핀란드 등 세계의 50개 이상의 나라에서 지상파 디지털 TV 방송을 실시하여, 전 세계 방송사 프로그램 중 약 91%가 디지털 방송 프로그램이라고 함

○ 2013년부터 본격 디지털 방송 시대 시작

- 우리나라가 방송 기술 선진국으로 도약하기 위해서는 이 디지털 방송 전환이 필수로 논의되어, 2012년 12월 31일 전까지 디지털 TV로 교체하거나 아날로그 TV에 디지털 컨버터(일명 DtoA)와 안테나를 추가 연결하여야 시청이 가능해짐

다. 종합편성채널의 개국

- 국내 신문사가 주축이 된 다미디어·다채널 시대 미디어 전쟁
 - 국내 주요 신문사가 주축이 되어, 조선일보의 TV 조선, 동아일보의 채널 A, 중앙일보의 JTBC, 매일 경제의 MBN이 종합편성채널(중편)이라는 형태로 위성과 CATV, 디지털을 기본으로 한 정보화 시대의 다미디어·다채널 시대를 열게 됨
 - 기존 지상파 방송국들은 사실 콘텐츠의 한계에 직면해 왔는데, 스토리에 있어 새로운 시도나 드라마 시즌제 도입 등의 노력은 있었으나, 시청률과 광고주의 눈치를 보느라 신인 배우와 PD, 작가를 발굴해 내던 단막극은 폐지되고, 쪽 대본 드라마가 관행이 되었으며, 생방송으로 찍기 일쑤인 탓에 실수가 잦은 편집과 흐름이 끊겨 버린 드라마가 안방으로 배달되어, 그 한계의 부담은 오롯이 시청자의 몫이 되는 상황에 대한 비판이 제기됨
 - 그러나 방송 3사 간에 이루어지던 시청률 경쟁이 2011년 11월부터 중편 채널이 추가됨으로써 더욱 심화될 것으로 전망(총 7개 채널)¹¹⁵⁾
 - 전파의 한계로 인해 중편은 곧바로 지상파에 편성되지 않지만 케이블, 위성방송, IPTV 등을 통해 방송되고, 기존 지상파 이외 방송을 송신할 만한 전파가 마련되면 일정 시청률 보장이라는 수혜를 얻어내기 위해 기존 지상파 방송사 또한 경쟁이 심화될 것으로 예상됨

○ 중편 채널의 특징과 콘텐츠의 질 논란

115) 케이블과 달리 전파만으로도 송신이 가능하기 때문에 지상파는 언제나 일정 시청률을 기록하는 장점을 가짐.

- 지상파 방송이 VHF나 UHF등 종래의 공중파를 주축으로 하는데 비해, 종편은 CATV나 위성 방송을 주축으로 함
- 광고에 있어서 지상파 방송은 프로그램이 시작할 때와 끝날 때, 그리고 프로그램과 프로그램 사이에만 스포츠 광고를 할 수 있지만, 종편은 프로그램 중간 광고가 허용됨
- 광고 수주를 위한 시청률이 절대 기준이 되어 콘텐츠의 질 낙관 불투명: 종편의 24시간 방송이 제작자에게 다양한 프로그램을 만들 수 있는 공간적 자유를 준다고 해도, 새벽 시간은 심야 방송에 지나지 않음으로 시청률이 낮은 프로그램은 심야로 밀리고, 심야에 편성되더라도 시청률을 보장할 수 없는 단막극이나 코미디 프로그램은 제작을 기대하기 어려움
- 또한 시청률이 낮은 탐사보도 프로그램의 기획에 인력을 투입할 것인지, 뉴스보도 프로그램이 선정적으로 변질되지 않는지, 창의적인 자국 콘텐츠보다 해외 우수한 콘텐츠를 중시하지는 않을지, 스포츠 중계에 시청자보다 자본의 이익을 우선시하지는 않을지 등 콘텐츠와 관련된 우려가 지속적으로 제기됨

○ 지상파 스타 연예인 및 PD의 종편행 논란

- 우수한 미디어 전문 인력 확보를 위한 경쟁이 가속화되면서 지상파 스타 연예인 및 PD들의 종편행이 커다란 사회적 이슈로 대두함
- 지상파 3사에서 간판 예능 프로그램을 연출하던 PD들이 대거 종편행을 택하고, 그 외에도 유명한 방송 작가들, 톱스타들이 종편에 합류하면서 기존 지상파 방송국에 비상이 걸림
- 한 방송계 인사는 “출범 전부터 물밑 경쟁이 과열되고 있는데, 출범 이후엔 경쟁이 한층 치열해질 것이며, 이는 사실상 예정된 수순” 이었고, “종편 출범 이전에 지상파와 종편 모두 방송의 공익성을 제고하고 과열 경쟁을 막을 조치가 필요하다”

고 지적함¹¹⁶⁾

- 그러나 현재 방송계, 신문사 기자나 PD직을 원하는 취업자들에게 방송계 진출 기회가 증가하는 등 신입 미디어 인력 창출에 대한 전망은 현실적이지 못하다는 평가가 제기됨
- 방송통신위원회 중편 담당자는 중편은 대박 프로그램을 제작해야만 자리를 잡을 수 있다고 하나, 대박 프로그램은 베테랑 PD들에게 달려 있으므로 중편 방송사가 신입 PD를 뽑아 양성할 여유가 있을지 의문이며 보도국도 마찬가지 상황임

3. 시청자주권 시대: ‘보는 시청’에서 ‘참여하는 시청’으로

○ 시청자 주권 시대

- 단순히 시청하는 것으로 만족하던 과거와 달리 시청자가 직접 프로그램에 적극적으로 참여하고 의견을 개진함으로써 프로그램의 방향성까지 바꿔 놓는 힘을 과시
- 특히 인터넷과 같은 양방향 플랫폼이 확대되면서 시청자의 힘이 아주 강해지게 되어, 게시판에 시청 소감을 올리는 소극적 활동부터 프로그램 관련 커뮤니티나 웹진을 만드는 등 여론을 형성하며, 최근에는 프로그램 출연자는 물론이고 제작진을 교체 하는 세력으로서 등장하고 있음
- ‘시청자 주권’이란 전파의 진정한 소유자는 시청자라는 개념에서 출발하여, 시청자가 무엇을 볼 것인지, 어떻게 볼 것인지, 내 견해를 어떻게 전달하고 참여를 보장할 것인지까지, 시청자가 사실상 방송의 주인이 되는 행태를 보여, 방송이 시청자의 요구나 시청자의 일상에 부응해야 하는 측면이 중요해짐

116) www.ewhdu.com, 2011.10.17.

- 이것은 곧 시청자의 힘이 커진 것을 의미하는데, 제작진에게는 위기인 동시에 기회가 되어 시청자 목소리를 제대로 반영한다면 프로그램의 경쟁력이 그만큼 커질 수 있게 됨

○ 2011년에 시청자의 힘을 보여준 대표적 사례

- 인기 드라마인 <최고의 사랑>은 주인공 독고진을 살려달라는 시청자들의 의견이 폭주해 해피 엔딩으로 드라마 결말을 수정
- 안양방송은 보급형상품으로 제공되던 게임채널이 송출이 중단된 지 3일 만에 시청자의 빗발치는 항의와 민원으로, 결국 안양방송의 채널편성을 다시 바꾸어 게임 채널을 확보함
- <나는 가수다> 제작진은 김건모 탈락 이후 그의 재도전을 용기 있는 도전이라고 추켜 세웠으나, 시청자들이 도전 가수 중 사회자와 가깝고 가장 힘 있는 가수인 김건모에게 제작진이 특혜를 준 것으로 받아들여 비난이 쏟아짐으로써 담당 PD가 하차

○ 시청률 낮은 <탑밴드> 시즌2 제작과 시청자 자체기획 록페스티벌 개최: 역설적인 시청자의 힘

- 각종 서바이벌 프로그램의 인기 속에서 저조한 시청률을 기록했던 <탑밴드>가 시청자의 힘으로 새로운 시즌 제작에 돌입
- 24시간 내내 방송을 장악한 아이돌 음악에 질린 적잖은 시청자들이 소박한 사람들이 만드는 밴드 음악에 눈을 떠, <디시인사이드>는 이 방송에 열광한 이들의 자발적 움직임으로 <톱밴드 갤러리>가 생김
- 이 열혈 시청자들의 힘은 한국대중음악상 수상에도 전혀 알려지지 않았던 <게이트 플라워즈>가 단독 공연을 열게 만들었고, 이 방송에 출연한 적잖은 밴드들이 대형 레이블과 계약을 추진토록 했으며, 결승전 특별 심사위원으로 등장한 배철수 씨의 말대로 여전히 '긴머리와 고성'으로 대변되던 옛 록음악만이 가

꿈 나오던(지금도 나오고 있는) 공중파 프로그램에 “21세기 록 음악” 이 올리도록 함¹¹⁷⁾

- 또한 최근 <TOP밴드 갤러리>에서 출연밴드들이 총출동하는 <TOP밴드 록페스티벌(가칭)>을 개최하자는 의견이 모아지면서, 록페스티벌 개최를 열렬히 환영하는 수많은 시청자들의 의견이 설 새 없이 오갔고, 출연 밴드들과 공연 기획에 일가견이 있는 전문가들의 도움으로 점점 그 윤곽이 뚜렷해지고 있음
- <탑밴드> 프로듀서인 김광필 EP는 “프로그램 내에서도 전국 투어를 한다는 계획은 있으나 유동적이다. 여러분들의 의견이 더 좋으면 저희가 그 쪽으로 합세해도 된다” 는 글을 게재해 록페스티벌 개최에 힘을 보탬 의지를 밝히기도 함
- 현재까지의 계획에 의하면 <TOP밴드 록페스티벌>은 홍대 인근의 라이브 홀을 대관해 이틀간 페스티벌 형식으로 진행될 예정이고, 16강 진출 밴드를 비롯해 본선에는 진출하지 못했지만 강한 인상을 남겼던 로맨틱위리어, 쓰레기스트 등과 같은 밴드들도 초청할 계획
- 이에 대한 시청자들의 참여도 활기를 띠어, 식사-베이킹 팀과 자원봉사 팀으로 나누어 지원자를 모집하는 글에는 수많은 지원 댓글이 달리고 있고, 포스터, 티켓, 티셔츠 등의 제작에도 참여가 활발한 상태¹¹⁸⁾

○ 일반인들이 주인공으로 참여하는 <착한 예능>의 인기

- 일반인들의 참여를 중심에 두고 만들어진 착한 예능의 대표격인 <청춘합창단>은 최연소자가 52살, 최고령자는 84살로 단원 평균 연령이 62.3살로 예능프로의 새 드라마를 쓰게 됨
- 이들이 소싯적 간직했던 노래의 꿈을 살리려고 열심히 연습하

117) 프레시안, 2011.10.23.

118) 뉴스엔, 2011.9.10.

- 며 아이들처럼 즐거워하는 모습이 기분 좋은 웃음을 선사하면서 ‘착한 예능’으로 주목을 받음
- 이 청춘합창단에는 50대부터 90대까지 2500여명이 지원했고, 가수 김태원, 박완규, 개그맨 이경규, 김국진 등 <남자의 자격> 멤버가 심사위원이 되어 200명을 선발했으며, 최종 오디션으로 40명의 단원을 선정했는데, 이들은 올해 9월에 개최된 KBS 전국민합창대회에 참가함
 - 합창단원들은 김태원이 만든 합창곡 <사랑이라는 이름을 더 하여>를 하루 5~6시간씩 연습하지만, 누구 하나 힘들다고 불평하지 않고, 마치 잃어버린 청춘, 용기 없어 꿈을 접었던 청춘을 다시 사는 모습을 보여주고 있어 인기가 높음
 - 또한 최근에는 KBS 2TV <대국민 토크쇼-안녕하세요>가 일상에서 겪는 소소한 고민을 털어놓는 형식으로 인기를 끌고 있음
 - <안녕하세요>는 다양하고 독특한 사연을 가진 일반인이 프로그램의 주인공으로 나서 고민을 토로하고 MC들과 함께 그 문제를 생각해보는 시간을 가져보는 신개념 버라이어티 프로그램
 - 최근 예능 프로그램의 가장 큰 특징은 일반인의 참여로, 각종 오디션 프로그램은 물론, 화제를 몰고 다니는 SBS < 짹>, tvN의 <화성인 바이러스>, SBS의 <생활의 달인>, <세상에 이런 일이> 등 최근 인기 예능의 주인공은 일반인 출연자가 대부분임
 - 국민 예능으로 꼽히는 MBC <무한도전>과 KBS 2TV <해피선데이-1박 2일>도 일반인의 참여로 지지층을 넓힐 수 있었음
 - <안녕하세요>는 대중의 참여를 끌어들이는 최근 예능 트렌드를 반영하면서 다양하고 재미있는 레퍼토리까지 더해 호평을 받고 있는데, 여기에 일반인이 출연하는 예능에서 흔히 일어나는 조작논란이나 자극적인 편집도 없는 점이 인기의 비결로 거론됨

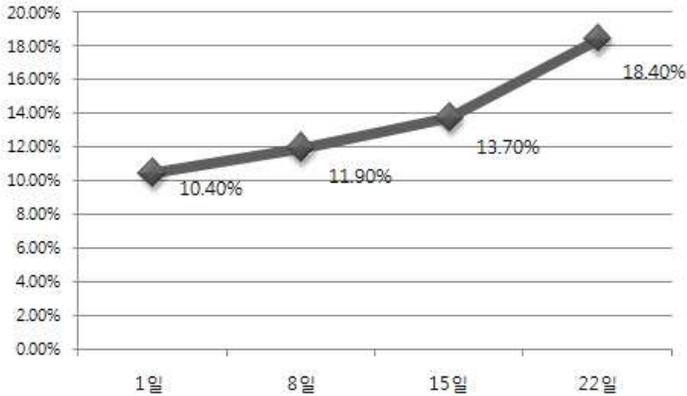
- <안녕하세요>는 다양한 주제와 다양한 세대의 고민을 통해 시청자와 소통하는 프로그램으로서, 연예인의 신변잡기가 아닌 일반인의 고민이라는 점에서 우선 시청자의 공감을 얻으며, 녹화에 참여한 방청객에게 자주 마이크를 넘겨 끊임없이 눈높이 토크를 시도하는 점도 강점으로 작용함

4. 예능 프로그램이 TV 문화를 주도

가. 예능 프로그램이 대세다?

- 대중이 공감하는 예능 프로그램이 대세
 - 2000년 중반 이후부터 예능 프로그램이 문화담론의 핵심적인 생산자 역할을 담당하게 됨
 - 과거에는 예능 프로그램이 짜여진 쇼, 각본 있는 프로그램이라는 인식이 강했지만, 현재는 우리 이웃의 이야기를 들여다보고 시청자들이 출연자들과 어울리는 느낌을 주면서 대중을 몰입시키는 힘이 가장 큰 장르로 자리를 잡음
 - 대중문화계를 이끌고 있는 주요 인물들이 대거 예능 프로그램을 통해 대중에게 ‘발견’ 되는 등, 스타의 등용문, 대중문화 콘텐츠, 이러한 콘텐츠들의 유통 등 대부분이 예능을 통해 구성되는 구조가 탄생함
 - 오랜 세월 각자의 분야에서 내공을 닦아온 고수들인 가수 임재범, 김범수, 박정현, 정재형, 배우 김정태, 김태원, 박칼린 등이 예능 프로그램을 통해 대중에게 발견된 사례라 할 수 있으며, <나는 가수다>는 이러한 측면을 통해 높은 인기를 누림

<그림 3-10> <나는 가수다> 시청률 변화(2011.5.)



*자료원: AGB 닐슨 전국 시청률 기준(언론에 나온 기준으로, <나는 가수다> 프로그램 자체 시청률, <광고 제외>, 코너별 시청률을 기준으로 함)

○ **최종 장르로서의 위력: 예능, 미디어 환경 변화에 가장 잘 적응한 장르**

- 이러한 현상은 방송 및 미디어 환경 변화에 가장 잘 적응한 장르가 예능이라는 분석을 낳고 있는데, 인터넷 매체가 폭발적으로 증가하면서 이를 채울 콘텐츠의 필요성도 증가했고, 이를 위해 TV 출연자들의 일상과 사생활, 사소한 발언까지 인터넷을 통해 확대재생산되는 구조가 자리 잡게 되면서, 예능프로그램이 대중문화를 장악하게 된 것으로 분석됨
- 예능 프로그램은 출연자의 일상과 말, 비하인드 스토리, 인간적인 모습 등에 주력하여, 현실감과 친근감을 주는 동시에 웃음 거리를 찾기 힘든 현실에서 벗어나 위로와 웃음을 찾는 욕구를 충족시켜 주고 있음
- 가학적인 재미, 폭로성 토크보다는 드러나지 않았던 인물을 되돌아보고, 감춰진 이면의 이야기를 통해 공감과 재미를 확보하는 등, 사람 중심의 구성이 긍정적으로 작용했다는 전문가들

의 분석이 제기됨

- 그 결과 인터넷 기사 및 댓글의 양과 같은 계량적 측면뿐 아니라, 음반 및 음원 판매량, CF 선호 등 소비 마케팅 측면에서도 체감 효과가 두드러지는 위력을 보여, 대중음악, 드라마 등을 하위 장르로 거르린 최종 장르로 부각되고 있음
- 방송사로서는 예능 프로그램이 제작비용 대비 시청률과 수익률을 극대화할 수 있다는 점에서 효자 콘텐츠로 인식하고 있어, 지상파 방송사의 예능편성 비율은 좀처럼 줄어들 기미를 보이지 않고 있으며, 최근에는 예능국은 물론 교양국에서조차 교양과 예능을 접목시킨 예능프로그램을 제작, 방송하고 있음
- 지상파 예능 스타 및 감독들의 종편 이적은 이러한 예능의 힘을 전면으로 내세워 시청자들의 시선을 사로잡으려는 전략에 의한 것으로 볼 수 있음
- 지상파와 종편간의 예능 전쟁이 본격화될수록 그에 따른 부작용도 우려되는데, 일차적으로는 예능 프로그램의 상업성과 선정성이 있으며, 지상파 예능 프로그램들의 강화로 공익성은 높지만 시청률이 낮은 프로그램들이 여전히 뒷전에 밀려날 가능성이 큼
- 방송계 전문가들은 “지상파간의 자존심 대결로 인해 막장드라마나 선정적 예능프로그램들이 탄생하게 됐다”며 “지상파 간 과열 경쟁 문제도 해결하지 못했는데, 여기에 예능을 전면에 내세운 종편 채널까지 등장한다면 막장 논란이나 선정성 논란은 더욱 심화될 수밖에 없다”고 지적함¹¹⁹⁾

119) www.ewhadu.com, 2011.10.17.

<표 3-1> 요일별 예능 프로그램 편성표

방송국 / 요일	KBS	MBC	SBS
월요일	위기탈출 넘버원 (월) 오후 08:55~	유재석 김원희의 놀러와 (월)오후 11:15~	힐링캠프, 기쁘지 아니한가 (월)오후 11:15~
	가요무대 (월) 오후 10:00~		
화요일	1 대 100 (화) 오후 08:55~	아름다운 콘서트 (화)오후 05:00~	강심장 (화) 오후 11:15~
	승승장구 (화) 오후 11:05~ 시청률8.4%(12.06)	TV특종 놀라운세상 (화)오후 06:50~	
수요일	비타민 (수) 오후 08:55~	황금어장 (수)오후 11:05~	한밤의 TV연예 (수) 오후 08:50~
목요일	해피투게더 3 (목) 오후 11:05~	주병진 토크 콘서트 (목)오후 11:05~	퀴즈쇼 곱하기 9 (목) 오후 06:30~
			스타부부쇼 자기야 (목) 오후 11:15~
금요일	뮤직뱅크 (금) 오후 06:10~	스타오디션 위대한 탄생 (금) 오후 09:55~	김병만 정글의 법칙 (금) 오후 11:05~
	스펀지 ZERO (금) 오후 08:55~		
	유희열의 스케치북 (금) 밤 12:15~	웃고 또 웃고 (금) 밤 12:40~	
토요일	세대공감 토요일 (토) 오전 09:05~	찾아라! 맛있는 ... (토)오전 11:00~	게임쇼 즐거운 세상 (토) 오전 02:00~
	영화가 좋다 (토) 오전 10:05~	쇼! 음악중심 (토)오후 04:00~	접속! 무비월드 (토) 오전 11:00~
	자유선언 토요일 (토) 오후 05:15~	우리 결혼했어요 ... (토)오후 05:15~	스타주니어쇼 붕어빵 (토) 오후 05:15~
	연예가중계 (토) 오후 09:05~		
	이야기쇼 두드림 (토) 오후 10:05~	무한도전 (토)오후 06:30~	놀라운 대회 스타킹 (토) 오후 06:30~

	개그스타 시즌2 (토) 밤 12:15~	세바퀴 (토) 오후 11:00~	개그투나잇 (토) 밤 12:00~
일요일	출발드림팀 시즌2 (일)오전 10:35~	해피타임! (일)오전 08:10~	도전 1000곡 (일) 오전 08:10~
	전국노래자랑 (일) 낮 12:10~	코이카의 꿈 (일)오전 09:25~	SBS 인기가요 (일) 오후 03:40~
	해피선데이 (일) 오후 05:10~	신비한TV 서프라이즈 (일)오전 10:45~	
	열린음악회 (일) 오후 05:35~	출발! 비디오 여행 (일) 낮 12:10~	일요일이 좋다 (일) 오후 05:00~
	개그콘서트 (일) 오후 09:05~	섹션TV 연예통신 (일) 오후 04:00~	
	콘서트 7080 (일) 오후 11:10~	우리들의 일밤 (일)오후 05:00~	

나. 새로운 예능 시청자, 7080세대의 부상과 세대간 공감

○ 세시봉 열풍과 세대간 소통

- 프랑스로 ‘아주 좋다’ 는 뜻의 ‘세시봉’ 은 최근 ‘추억’ 이나 ‘7080 문화’ 라는 의미를 대변하는 용어로 사용되고 있는데, 이는 작년 TV 예능 프로그램 <놀러와>를 통해 조영남, 송창식, 윤형주, 김세환 등 세시봉 가수들의 노래와 이야기가 전파를 탄 이후 올 초 설 연휴에 특별 콘서트가 마련될 정도로 시청자들의 폭발적 반응이 이어져, <세시봉 친구들>의 전국 순회공연이 매진 행렬을 보인 사태에서 연유함
- 세시봉 콘서트기획사 측은 “설 연휴 세시봉 특집방송이 나간 이후 예매율이 급격히 높아져, 대부분의 공연이 매진된 상태” 라고 전했으며, 일부 인터넷 카페 등에는 웃돈을 주더라도 세시봉 공연 입장권을 구하고 싶다는 글도 올라올 정도
- 이 같은 열기에 대해 정덕현 대중문화평론가는 “한동안 댄스

- 디지털 음원과 정형화된 무대 음악, 쇼프로에 익숙했던 대중들에게 아날로그적인 세시봉이 정서적 충격을 준 것”이라며 “요즘 가요계에서 보기 힘든 하모니와 창법, 즉흥적인 라이브의 묘미를 보여준 게 인기의 요인인 것 같다”고 분석함
- 전문가들은 특히 세시봉 열풍이 단순히 중·장년층의 추억을 되살리는 데 그치지 않고 젊은 세대 간 공감대를 확장시켜 주고 있다는 점에 주목함(이화여대 심리학과 양운 교수는 “세시봉은 ‘세대 간 소통’이라는 키워드로 급부상했다”며 “특히 젊은 세대가 포크음악에 관심을 가지면서 부모와 이해 폭을 넓혀간다는 점에서 고무적이다”고 강조함)
 - 한편 세시봉 열풍을 10대 아이돌 그룹 위주의 대중가요 판도를 바꾸는 계기로 삼아야 한다는 목소리도 높아져, 강태규 대중문화평론가는 “세시봉 공연은 중년층을 상대로 한 음악 콘텐츠가 탄탄함을 입증한 것”이라며 “중장년층 엔터테인먼트에도 지속적인 관심과 투자가 필요하다”고 주장함¹²⁰⁾

○ 세시봉 열풍과 음반시장의 변화

- 세시봉 친구들의 포크음악이 방송을 타고 새롭게 조명을 받으면서 그들의 히트곡을 담은 편집음반이 쏟아져 나오고 그들이 애창했던 올드팝들을 모은 음반도 급증
- 잊힌 음반, 혹은 절판된 음반이지만 명반으로 평가받는 포크 음반들이 재발매되거나 아예 새로운 음반을 발표하는 모습도 보임
- 그 범위는 세시봉 친구들에 한정되지 않고, 통기타 음반들로 확장되어, <친구야~소풍가자-7080 다시 듣고싶다>와 같이 1970~90년대의 포크음악을 중심으로 선곡한 앨범이 발매됨

120) 세계일보, 2011.2.20.

- 이러한 통기타 음반 열풍은 <세시봉>, <나는 가수다> 등 방송 예능 프로그램에 의해 30~50대의 문화적 욕구가 자극을 받은 데 따른 것으로, 1970~80년대 포크음악과 실력과 뮤지션들의 숨은 명곡들이 공개되면서 음원 차트 상위권을 차지함
- 전문가들은 “예능 프로에서 보기 어려웠던 가수들이 나와 가요의 진가를 드러냈고, 음원이 아닌 음반을 구매하는 데 익숙한 중년 음악팬들의 구매력이 움직인 것” 이라고 분석¹²¹⁾

○ 추억과 낭만을 다시 한 번: 낙원상가 매출 증가

- 세시봉 멤버들이 큰 인기를 끌면서 관현악기부터 음향기기까지 음악에 관한 거의 모든 하드웨어를 구비한 낙원상가의 280여 점포의 매출이 급증
- 고등학교 밴드부 시절 기타를 쳤던 김규용(61)씨는 통기타의 낭만은 잃어버린 첫사랑 같은 것이라고 말하며, 그 추억의 멜로디를 찾아 낙원상가에서 기타를 새로 구입해 가족들과 함께 통기타 연주를 시작한 사람들 중 한 명
- 20여 년 동안 낙원상가에서이곳에서 악기상을 운영해 온 박주일 사장은 30% 이상 판매량이 증가했다고 말하며, 어린 아이를 데리고 오는 부모, 취미거리를 찾으러 오는 젊은이들, 중장년층과 노년층에 이르기까지 다양한 고객층이 찾아온다고 분위기를 전함
- 그는 “디지털에 지친 사람들이 서정적인 옛 향수를 떠올리는 것이 중요한 몫을 하고 있는 것은 분명합니다. 50대 이상이 마음 편히 갈만한 곳 없는 요즘, 통기타 음악은 위안과 용기를 줬지요” 라고 말함
- 이미 2~3년 전부터 배철수가 진행하는 <콘서트 7080>, <슈퍼

121) 부산일보, 2011.4.14.

- 스타 K)에 출연한 장재인으로 인해 이러한 분위기가 조성되어, 세시봉으로 정점을 찍었다는 것이 상인들의 관측임
- 또한 기타 제조사 관계자에 따르면, 5년 전부터 해외로 통기타 수출이 늘기 시작한 뒤 국내 소비도 점차 늘어난 만큼 이러한 통기타 열풍이 세계적인 추세로 볼 수도 있음
 - 낙원상가 상인들은 초등학교 방과후 교실이나 지자체의 문화센터, 복지회관 등에서 마련하는 교육프로그램이 많아지는 등 기타의 저변이 넓어지는 추세를 생각하면 적어도 2~3년은 이러한 분위기가 이어질 것으로 보고 있으며, 이런 분위기를 이어가기 위해 낙원상가는 올 가을에 3번째로 가족밴드 부문을 포함한 직장인밴드 경연대회를 개최¹²²⁾

○ 통기타 붐: 7080 포크음악에 신·구 세대 함께 열광

- 60~80년대 음악인들은 통기타 하나로 트렌드와 상관없이 자기 음악을 만들고 노래를 불러 수많은 명곡들을 남겼지만, 90년대 이후부터 하나의 트렌드가 유행을 하면 대형 기획사에 의해 비슷한 음악을 쏟아져 나오면서 감동을 느낄 수 없게 됨
- 통기타 붐의 발단 MBC 예능 프로그램 <우리 결혼했어요>에서 통기타 장면이 화제가 되고¹²³⁾ <놀러와>에서 세시봉 특집을 방영하면서 7080세대들의 향수를 불러 일으킨 것
- 이를 계기로 아날로그 세대와 디지털 세대를 통합하는 연결고리로서 포크음악만한 음악 장르가 없는 한국 문화의 새로운 대세로 나타나게 됨¹²⁴⁾

122) 프레시안, 2011.3.7.

123) 낙원상가 측에서는 지난해 초 밴드 씨엔블루의 보컬 정용화와 걸그룹 소녀시대의 서현이 새로운 가상부부로 투입되면서 시작된 것으로 관측함. 두 사람이 만난 첫날 정용화가 서현과의 사이에서 어색함을 덜기 위해 통기타를 가르쳐주는 장면이 화제가 되면서 통기타 붐이 시작됐다는 것.

124) 시사코리아, 2011.9.23.

- 이어서 오디션 프로그램 <슈퍼스타K2>로 또 한 번 통기타 붐이 일어났는데, 오디션에 참가했던 가수 지망생 장재인이 통기타를 직접 연주하며 노래를 부른 영상의 비주얼과 스타일이 시청자의 마음을 사로잡음
- 세시봉의 유행주는 “재미없는 세대라고 생각하던 부모세대를 ‘세시봉’의 감동을 통해 새롭게 이해하게 됐고, 요즘 배틀(경쟁)하는 듯한 아이돌 문화와는 차원이 다른 소통과 상생이 있는 화음을 접하고 신선한 충격을 받았을 것” 이라고 말함
- 포크음악의 주요 팬층이었던 50~60대 베이비붐세대가 고령화 사회에 새로운 문화 주역으로 대두되는 요즘 분위기와 디지털 댄스음악에 식상한 10대 어쿠스틱 음악 문화가 결합하여 포크대세론이 형성됨
- 또한 재능 있는 신세대 통기타 가수들의 어쿠스틱(포크) 음악이 흥대 인디씬의 패러다임을 바꾼 가운데, 기존 가요 기획사 소속 가수들도 기존의 틀을 벗어나 색다른 음악적 시도를 해나가야만 할지도 모른다는 전망이 대두

○ <파주포크페스티벌>의 성황

- 올해 10월, 파주시가 주최하고 경기관광공사, 조이커뮤니케이션이 주관한 파주포크페스티벌’이 임진각 평화누리 야외공연장에서 개최됨
- 이 축제는 한대수, 세시봉, 정태춘·박은옥 등 한국 모던포크의 여명기를 일군 장인들부터 장필순, 한동준, 여행스케치 등 2세대, 그리고 장재인과 같은 새내기에 이르기까지 다양한 출연진으로 큰 주목을 받음
- 특히 1971년 ‘청평포크페스티벌’ 이후 본격적인 대규모 포크축제라는 점에서 의미가 깊은 것으로 평가되는데, 유행주는

“작년에 세시봉 바람이 불자 후배가 ‘꺼진 불도 다시 보자’ 라고 하더라” 며 “포크음악이 오랜 세월 사랑받아 너무 행복하다” 고 말함

- 이날 공연장에는 약 1만 5천여 명의 관객이 몰렸고, 특히 여느 페스티벌과 달리 40~50대 중장년층이 관객의 대부분을 차지함
- 주최 측은 매년 이 행사를 이어가 세시봉 열풍을 포크 붐으로 이어간다는 계획인데, 주관사인 조이커뮤니케이션 홍성규 이사는 “파주포크페스티벌을 통해 포크를 유행으로 흘려보내지 않고 현재진행형의 음악으로 만들 것” 이라 각오를 밝혔으며, 파주시는 ‘파주포크페스티벌’ 을 ‘자라섬국제재즈페스티벌’ 처럼 지역을 대표하는 축제로 키워나간다는 계획임¹²⁵⁾

○ 7080세대 맞춤형 라디오 등장

- 세시봉 열풍으로 SBS는 7080세대를 위한 맞춤형 라디오로의 대대적 개편을 시도함(SBS 파워FM(107.7MHz)는 20, 30대의 젊은 감각을 유지하고, 러브FM(103.5MHz)은 7080세대를 위한 음악으로 채움)
- 또한 평일에는 개그우먼 이성미의 <이야기쇼>(낮 12시 20분~2시), 가수 변진섭의 <희망사항 변진섭입니다>(오후 2시 20분~4시), 가수 구창모의 <브라보 라디오 구창모입니다>(오후 6시 5분~8시)가 새롭게 편성되어 7080세대 가수들을 앞세워 80년대 청년문화를 전달함
- 주말에는 개그맨 장두석의 <유쾌한 주말 장두석입니다>(오전 9시 5분~11시), <특별기획 라디오-시크릿 가든>, 배우 박해미의 <행복한 주말 박해미입니다>(낮 12시 5분~2시), DJ 김

125) 유니온프레스, 2011.10.2.

기덕의 <2시의 뮤직쇼 김기덕입니다>(오후 2시 5분~4시)가 전파를 타게 됨

- KBS 라디오 또한 2011년 1월에 개편을 통해 KBS 2라디오는 중장년층을 대상으로 음악과 정보 프로그램을 확대하여 7080 세대를 위한 프로그램이 주류로 부상함

다. 오디션 열풍의 무한 질주

○ 전 세계 방송계 트렌드를 이끄는 서바이벌 오디션 리얼리티 쇼

- MBC 김영희 PD에 따르면, 서바이벌 오디션 리얼리티쇼는 전 세계 방송계의 트렌드로서, 최근의 오디션 프로그램 붐은 우리나라만의 일시적 현상이 아니라 미국·유럽·중국 등 나라를 불문하고 시청자들이 방송에 적극적으로 참여하길 원함
- 오디션 프로그램은 카메라에 비친 현실을 신뢰하게 만드는데 크게 일조하여, 한국 사회가 간과하는 현실의 변화를 순간적으로 드러내는 매개 역할을 함
- 이에 텔레비전을 통해 현실을 바라보는 대중은 카메라의 조작 때문에 실감을 잃어버리는 대신 공감 네트워크를 형성하게 되면서 오디션 프로그램의 인기가 상승
- MBC의 <위대한 탄생>과 온스타일의 <프로젝트 런웨이 코리아 시즌3>가 현재 방송 중이고, 그 외에도 MBC의 <신입사원>, <나는 가수다>, SBS의 <기적의 오디션>, tvN의 <코리아 갓 텔런트>, <오페라스타 2011>, 엠넷의 <슈퍼스타K 3>, 아리랑TV의 <서바이벌 컨텐더스> 등이 올해 방영된 프로그램임¹²⁶⁾
- 케이블이 불을 지핀 서바이벌 오디션 리얼리티쇼는 공중파에서 기름을 붓고 또다시 케이블에서 탄력을 받고 있어, 방송가에서

126) 한겨레21, 2011.3.4.

는 “서바이벌 오디션 리얼리티 쇼는 어떻게든 된다” 는 말이
돌 정도임

- 또한 서바이벌 오디션 리얼리티 쇼는 기업에서도 지대한 관심
을 보이는 장르로 자리잡았는데, 특히 케이بل은 프로그램을 후
원하는 기업의 이름이나 상품을 적극적으로 드러내는 등, 미션
을 진행할 때 기업과 함께 기획해 해당 기업의 상품이나 마케팅
컨셉트를 살린 미션을 참가자들에게 주기도 하고, 미션 우
승자에게는 후원 상품을 주기도 함¹²⁷⁾
- 기업들은 ‘될 법한’ 서바이벌 오디션 리얼리티쇼에 먼저 러브
콜을 보내고 있는데, CJ 미디어 관계자는 <코리아 갓 탤런트>
의 경우 방송 시작 전부터 기업으로부터 광고 요청이 들어 왔
다고 함

○ 오디션 열풍의 사회심리적 근간

- 사회 부조리에 대한 대중의 저항심리: 공정함을 내세우지만 공
정하지 못하고, 능력을 중시여기지만 연줄이 더 중요한 사회의
부조리에 대한 반감은 오디션 프로그램의 백그라운드와 무관한
오직 실력과 능력으로 평가 받아 오직 실력과 노력으로 공정하
게 경쟁하는 서바이벌 게임은 대중에게 강한 대리 만족과 희열
감을 안겨줌
- 치열한 경쟁과정을 재미있는 오락거리로 즐기는 현상: 고도 자
본주의 사회로 갈수록 생존(서바이벌)에 의한 경쟁(오디션)에
익숙하고, 이에 대한 부정적 시각이 줄어들어 생존과 경쟁을
하나의 오락거리로 즐길 수 있게 됨¹²⁸⁾

127) 우승자에게 부상으로 주는 자동차 등의 상품 역시 프로그램 내내 수없이
반복해 소개되면서 괜찮은 광고 효과를 거둬. 우승하기 위해 열심히 뛰는 출
연자의 모습을 통해 해당 상품의 핵심 요소를 잘 드러낼 수 있다는 점이 기
업에는 무엇보다 장점으로 인식됨.

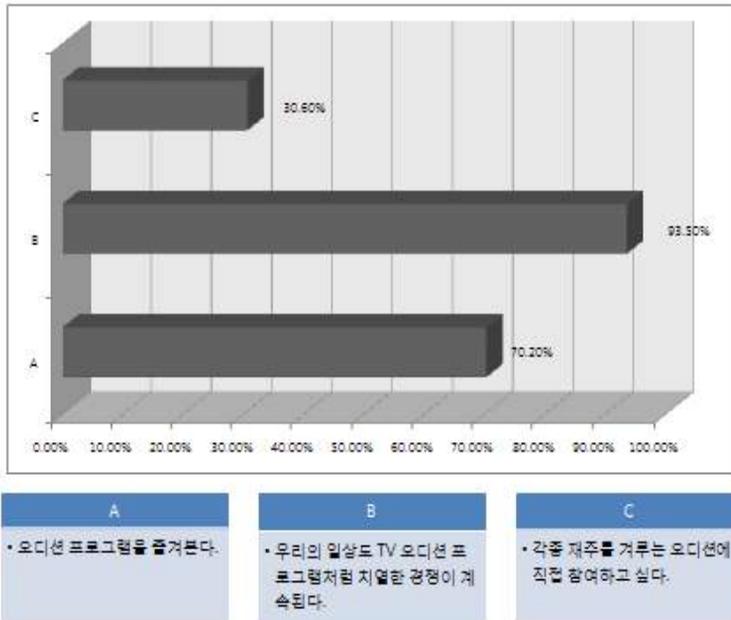
- (주)피플스카우트 임정우 대표는 “입사 면접에서는 TV 오디션 프로그램처럼 오랜 시간 다양한 미션을 주며 사람을 선발하지 않는다” 면서 “따라서 면접 대상자는 더 짧은 시간 안에 자신의 강점을 보여줘야 하기 때문에 그 경쟁이 더욱 치열해질 수밖에 없다” 고 강조함
- 면접에서 100여 차례 떨어져본 젊은이들에게 서바이벌 형태의 오디션 프로그램은 전혀 낯설지 않을뿐더러, 결선에 오르면 다양한 미션과 교육, 그리고 주목받을 수 있는 기회가 주어지기 때문에 즐기면서 참여한다는 것임
- 마크로밀의 설문조사 결과, 응답자 중 57.4%가 오디션 프로그램을 즐겨본다고 하였고, 이중 20대의 비중이 70.2%로 다른 세대보다 월등히 높게 나옴
- 또한 오디션 프로그램에 대한 20대의 반응에서 20대 중 93.5%가 ‘우리의 일상도 TV 오디션 프로그램처럼 치열한 경쟁이 계속된다’ 고 응답함¹²⁹⁾
- 이는 젊은 세대가 기성세대보다 치열한 경쟁에 익숙하기 때문에 오디션 프로그램에 열광하고 있으며, 가진 게 별로 없기 때문에 자신을 버리고 새로운 도전을 시도할 수 있게 되는 것으로 분석됨
- 오디뮤지컬컴퍼니 신성희 홍보 담당에 따르면, 각종 오디션은 10대 청소년부터 일반 직장인, 학원 강사, 간호사, 군인, 심지어 외국인까지 각양각색의 사람이 지원했으며, 생업을 버리고 자신의 꿈을 위해 ‘올인’ 한 사람부터 본인의 수준과 실력이 어느 정도인지 가늠하려고 온 사람, 순전히 재미만을 위해 참가한 사람 등 지원 동기가 다양하다고 함

128) 동아닷컴, 2011.04.04.

129) 마크로밀코리아가 주간동아의 의뢰로 2011년 3월 28일-29일간 전국 5대 도시 20-50대 남녀 500명 대상으로 설문조사 한 결과.

- 이주희 이화여대 사회학과 교수는 자본주의가 발달한 선진국일수록 다양한 포맷의 오디션 프로그램이 인기를 끌고 있다고 함

<그림 3-11> 오디션 프로그램에 대한 20대의 반응



*자료원: 마크로밀 코리아 설문조사결과

- 시청자-지원자-방송국의 3박자 만족을 위한 시대적 요구
 - ‘을’로 살지만 ‘갑’의 심정을 느끼고 싶은 시청자: 마크로밀 코리아 리서치 결과 중 시청자들의 오디션 프로그램의 재미있는 이유로 ‘심사위원이 된 것 같은 기분이 든다’가 20.4%를 차지
 - 시청자들은 ‘갑’의 입장인 심사위원의 입장에서 지원자를 평가하여 출연자들의 생존 경쟁에 직접 영향력을 발휘하는데 희

열을 느끼고 있다고 볼 수 있음¹³⁰⁾

- 재능을 기반으로 ‘신분상승’ 을 꿈꾸는 지원자: 청년실업 600만 시대에 실제 취업을 해도 비정규직이 대부분인 현실 속에서 젊은 세대가 밝은 미래를 꿈꾸기가 어려워지게 됨
- 20대 구직자의 35.4%가 아르바이트 중이며 이 중 29%가 아르바이트를 두 개 이상 하고 있으며, 정규직 일자리를 못 구해 아르바이트를 하고 있다는 응답자도 35%에 달하고 있음
- 아르바이트를 하면서 취업준비를 하거나 비정규직으로 취업했다가 그만둔 후 다시 생계형 아르바이트로 돌아오는 것을 반복되고 있는 실정
- 약 200만 명에 달하는 생계형 아르바이트생들 역시 사실은 청년실업자라고 봐야 하며, 이 생계형 아르바이트생들의 임금이 현실화되지 않은 조건과 청년실업 600만 명이라는 조건이 결합하면서 한국의 20대 청년들은 ‘비정규직’ 과 ‘생계형 아르바이트’ 를 오가고 있음¹³¹⁾
- 이러한 사회적 분위기는 재능과 실력을 기반으로 ‘신분 상승’ 을 할 수 있는 오디션 프로그램을 한 번쯤 도전해볼 만한 기회로 간주하게 하는데, 이것은 TV 오디션 프로그램에만 한정되지 않음
- 오디뮤지컬컴퍼니와 DSP 미디어가 공동 기획한 오디션 프로그램인 <뮤지컬 아이돌 프로젝트>에는 998명이 지원했는데 평소

130) 이와 관련해 연세대 신경정신과 손석한 원장은 응원했던 지원자가 실령 떨어지더라도 실제의 내가 아니기 때문에 안도감을 느끼는 게 대중의 심리로 시청자들은 출연자의 긴장하는 모습과 노력하는 자세를 멀리서 관조하면서 공감, 동정, 반감 등 다양한 반응을 표출할 수 있어 재미를 느끼게 되는 것이라고 함.

131) 조성주, 『대한민국 20대 절망의 트라이앵글을 넘어』, 시대의창, 2009.

오디션을 할 때 300명 정도 몰렸던 것에 비하면 기하급수적으로 늘어난 수치임

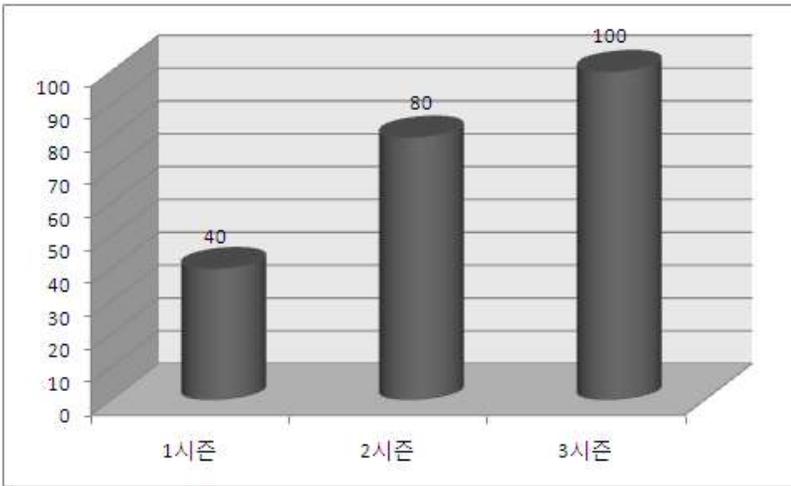
- 시청률 전쟁에서 승자가 되기 위한 방송국의 선택: 과거, 지상파 방송이 절대적인 우위를 점하며 안정적인 성장을 누려 왔지만, 최근에는 케이블TV, 위성방송에 이어, IPTV까지 가세하고, 종합편성채널 개국 등 ‘미디어 빅뱅’ 시대의 도래로 방송사의 시청률 경쟁이 더욱 치열해진 상황에서 오디션 프로그램은 시청률 보장 프로그램으로서 각 방송국마다 경쟁적으로 제작
- 지상파에서 몇 차례 시도했지만 별다른 호응을 얻어내지 못했던 오디션 형식으로 대단한 파급력을 얻어낸 <슈퍼스타K 2>의 성공은 지상파 방송사 입장에서는 충격으로 “웃음과 눈물, 긴장감과 이야기까지 있는 <슈퍼스타K 2>를 모델로 한 오디션 프로그램 제작 지시가 각 방송사마다 넘쳐나게 됨¹³²⁾
- 슈퍼스타K는 단순히 경쟁과 선발만 보여준 게 아니라 도전자의 개인사 및 성장 과정도 함께 다루어, 시청자는 도전자가 미션을 수행하면서 성장, 발전하는 모습에 뿌듯함을 느낌으로써 다음 회에 대한 기대가 크게 작용하여 시청률이 계속 상승곡선을 그리게 됨¹³³⁾
- 또한 <슈퍼스타K> 나 <프로젝트 런웨이 코리아> 같은 케이블 리얼리티쇼는 프로그램 참가자들, 특히 탈락자들의 불만까지 생생하게 보여주는데, 이처럼 리얼리티 요소가 강한 점도 인기 비결이 되고 있음
- 과거 케이블 TV에서 소소하게 만들었던 때와 달리, 대형 이벤

132) 한겨레21, 2011.3.04.

133) 프로듀서 겸 작곡가이자 김형석은 “ ‘슈퍼스타K 2’ 는 오디션을 소재로 한 드라마” 라며 “음악을 향한 젊은이들의 도전과 열정, 노력과 성장사가 어우러져 시청자의 공감과 감동을 이끌었기 때문에 인기를 끌 수 있었다” 고 설명함. <위대한 탄생> 등 오디션 프로그램은 지원자의 절절한 개인사와 스타로 성장하는 과정 속에서 멘토와 멘티의 인간적 유대 등을 함께 다룸.

트화한 지금의 오디션 프로그램은 제작비가 평균 50억 원 이상으로 수직 상승했고, 케이블 TV뿐 아니라 공중파에서도 간접 광고 규제가 사라져 기업들이 오디션 프로그램에 큰 관심을 보이면서 협찬 등으로 제작비를 충당하고도 수익이 남게 됨

<그림 3-12> 슈퍼스타K의 프로그램 제작예산 증가 추이(단위: 억)



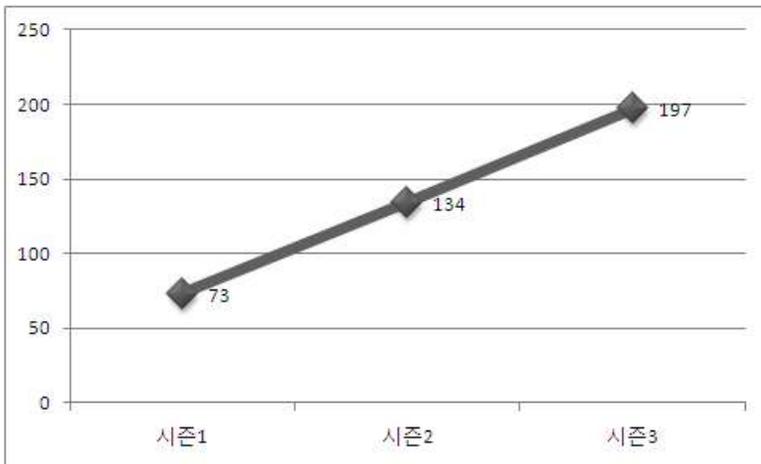
*자료원: 다음 <슈퍼스타K3>가 얼마나 대단한지 느껴보기에서 재구성

○ 2030세대, 스스로를 드러내고자 하는 시청자

- 오디션 프로그램에 참여하고자 하는 지원자 대부분이 20~30대로 이들은 1990년대 대중문화 중흥기를 경험하여 연예인 워너비(wannabe · 유명인을 동경) 현상이 강하고, IT의 발전으로 자신을 드러내는 데 익숙함
- <슈퍼스타K> 연출자 김용범 PD는 “시즌 3 접수 동영상을 보면 지원자의 재능과 실력, 끼가 한층 업그레이드됐음을 알 수 있다” 며, “요즘 젊은이는 자신을 드러내는 데 전혀 거리낌이 없다” 고 전함

- 과거 대중은 “특별한 사람만 TV에 나올 수 있다” 고 생각했지만, 지금은 “나도, 내 이웃도 출연할 수 있다” 고 믿는데, 그 중심에는 유튜브 동영상이나 SNS 등을 통해 자신을 가감 없이 드러내온 젊은 세대가 있음
- 오디션 열풍으로 오디션 프로그램의 성격이 재능 있는 일반인을 선발하는 국민 프로그램으로 확장되고, 선발분야 또한 가수, 연기자, 아나운서, 기자, 마술사, 댄서 등으로 다양해지면서, 이러한 젊은 세대의 욕구에 부응

<그림 3-13> <슈퍼스타K> 지원자 수 증가 추이(단위: 1만)



*자료원: 다음 <슈퍼스타K3>가 얼마나 대단한지 느껴보기.

○ 오디션 프로그램에 대한 우려

- **경쟁주의와 평가주의 증독 현상:** 서바이벌 형식의 오디션 프로그램이 스타를 발굴한다는 본의에서 변질된, 경쟁만 강조하는 현상을 만들고 있다는 우려가 제기됨
- 이와 관련하여 오디션 프로그램의 높은 시청률은 경쟁과 탈락, 그리고 평가라는 구도에 의한 것이어서, 사회 내 경쟁주의와

평가 만능주의 현상을 드러내는 데 일조하고 있다는 비판도 함께 제기됨

- 시청자 주권에 기반한 대중성과 스타성에의 치중으로 프로그램 취지 상실: 오디션 프로그램은 본래 실력 있는 스타를 발굴하기 위해 제작된 것이나, 대부분의 서바이벌 프로그램은 시청자들의 문자 투표로 판가름이 남
- 시청자들은 실력이 있는 참가자들도 선호하지만, 뛰어나 외모를 가진 대중성 있는 쪽을 선호하는 경우가 많아, 이러한 결과는 실력과 무관하게 대중적 스타성에만 치중하게 된다는 부정적 시각을 초래함
- 히트 프로그램만 추종하는 경향 가속화 및 시청자의 오디션 피로감: 시청자들은 인터넷 게시판을 통해 오디션 프로그램 피로감을 토로하고 있으며, 한 방송 관계자도 “방송사가 깊은 고민 없이 무조건 ‘히트 상품’을 따라가다가는 방송의 질을 떨어뜨리고, 프로그램 간 불필요한 경쟁만 커질 것”이라고 우려함¹³⁴⁾
- 심사위원의 전문성에 대한 우려: 문화평론가 김현식은 “대중 문화에 대한 정보가 별로 없는 일반인이 심사위원의 일방적 평가에 매몰돼 잘못된 지식을 쌓지 않을까 걱정된다”고 말하면서 음악을 비롯해 문화예술은 정답이 없고, 바라보는 관점에 따라 평가가 달라질 수 있는데, 가수로서는 훌륭하지만 체계적인 교육을 받지 않은 심사위원이나 멘토가 잘못된 지식을 전달할 수도 있음을 지적함
- 욕망의 대상으로 화한 오디션과 보컬 학원(TV오디션 대비 특별반) 성행 우려: 김형석PD는 “프로그램의 참여를 높이려고 방송사들이 지나치게 많은 상금을 걸면서, 오디션이 꿈보다는

134) 한겨레21, 2011.3.4.

육망의 대상이 된 것 같아 안타깝다” 고 전함

- 또한 이러한 분위기 속에서 한때는 대학입시 위주로 운영되었던 보컬학원이, 아이돌 스타를 꿈꾸며 대형기획사 오디션을 준비하는 연습소로 바뀌었는데, 최근에는 서울 강남 일대의 연예인 육성학원이나 실용음악학원 등이 각종 TV 오디션 대비 특별반을 내놓고 있는 상황임¹³⁵⁾

○ 오디션 프로그램은 계속될 전망

- 여러 우려에도 불구하고 전문가는 물론 시청자도 오디션 프로그램에 지지를 보내고 있는 상황
- 인디 밴드 전문 음반사인 붕가붕가레코드 고건혁 대표는 “(음악 관련) 오디션 프로그램이 많아지면서 (아이돌 위주의 편향된 음악이 아닌) 다양한 장르를 대중에게 보일 수 있고, 그로 인해 대중의 관심을 다각화할 수 있다는 점에서 이를 지지한다” 고 말함
- 오디뮤지컬컴퍼니 신춘수는 오디션은 투명하고 공정하게 재능과 실력을 가진 사람을 선발한다는 점에서 의미를 가지며, “방송이 아닌 실제 오디션에서의 경쟁이 더욱 치열하고 훨씬 잔인하다” 며 오디션 프로그램을 옹호함
- 일반적으로 오디션 프로그램은 한동안 드라마를 대체하며 상승세를 탈 것이라는 의견이 대부분이지만, “트렌드에 민감한 국내 방송 특성상 오래가지 않아 한계에 부딪힐 것” 이라는 지적도 공존함

135) KBS뉴스, 2011.10.7.

제5절 예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한 변신하다

1. 장르를 넘어선 융복합 예술의 활기

가. 새로운 예술의 탄생, 융복합 예술

○ 장르 파괴 또는 장르간 협업이 주도한 문화예술계

- 장르의 융합 또는 탈장르를 추구하는 융복합 예술이 모든 예술 장르에서 뜨거운 화두로 부상
- 가령 연극과 무용, 영상, 음악이 하나의 작품 안에서 섞이고, 무용과 미디어아트, 서커스, 음악을 한 테마로 엮는 식으로, 이에 따라 예술가 간의 경계도 무너져 배우가 연기와 함께 연주를 하거나 무용과 서커스를 병행하기도 함
- 융복합 현상은 프랑스, 독일, 벨기에, 네덜란드, 미국 등에서는 이미 포스트모던 시대를 기점으로 나타나기 시작했는데, 새로운 사조를 받아들이는데 가장 늦다는 영국도 최근 정책적으로 융복합 예술을 지원하고 있음
- 한국의 경우 여전히 장르주의에 치우쳐 있기는 하지만 최근 몇 년 새 융복합 형태의 공연들이 증가해, 한국문화예술위원회도 이를 다원예술로 분류해 별도 지원을 해옴
- 그러나 최근 이러한 융복합 예술은 더욱 활기를 띠고 있는데, 여기에는 경제 위기 및 예술지원체제의 변화, 문화예술 소비자의 취향 다변화, 그로 인한 문화예술계의 생존에 대한 고민이 복합적으로 작용함
- 이와 관련해 김태훈 세종대 문화예술콘텐츠대학원장은 융복합 예술의 부상 배경을 “탈장르를 통해 기존 장르예술이 가진 한계성을 극복하고 관객의 오감 만족과 상상력을 극대화할 수 있

기 때문”으로 설명함

- 김성희 계원디자인예술대학 교수는 “노래, 연기, 춤, 드라마 등이 융합된 곳 등 우리 조상들의 예술은 대부분 융복합 예술이었으나 근대 서양예술이 엄격히 구분된 장르의 틀을 가지고 유입되면서 우리도 프레임 안에서의 장르주의에 치우치게 된 것”이라고 지적하면서, “**융복합 예술은 현대예술의 중심**”으로서 “**이제 장르의 경계 극복 차원을 넘어, 무대와 현실의 경계까지 없애는 방향으로 진행되면서 보다 적극적으로 사회현상에 참여하는 경향으로 발전되고 있다**”고 말함¹³⁶⁾

○ **무용과 미디어아트가 결합된 <미디어퍼포먼스-이상한 나라의 앨리스>**

- 올해 한국공연예술센터가 YMAP와 공동 제작한 <미디어퍼포먼스-이상한 나라의 앨리스>는 드라마와 무용, 미디어아트가 어우러진 작품
- 아버지가 아들에게 동화책 <이상한 나라의 앨리스>를 읽어주자 아들은 상상의 나라를 펼치고, 이는 곧 무대 위에서 환상적인 미디어아트와 무용으로 시각화됨
- 최첨단 멀티 프로젝션 매핑(특정 지형지물에 복수의 빔 프로젝터를 쏘아 특정 화면을 연출하는 기법)을 도입해 앨리스가 토끼굴에 빠지는 대신 도심 빌딩 숲 속으로 날아가고, 숲 속 나뭇잎이 무성해지는 등 입체 영상이 등장하며, 앨리스로 분한 여섯 명의 무용수는 영상 안에서 연기자로, 또 하나의 오브제로 기능함

○ **연극과 전시가 합쳐진 서울국제공연예술제의 <히로시마-합천>**

136) 경향신문, 2011.9.21.

- 올해 개최된 <서울국제공연예술제>에도 융복합 예술 작품이 상당수 출품되었는데, 전시와 연극이 합쳐진 일본 마레비토 시어터 컴퍼니의 <히로시마-합천>, 무용과 신체극, 서커스를 넘나드는 호주 서르카의 <녹턴>, 무대 표면에 투사된 선·점·문자의 디지털 오브제들이 신체·몸짓과 결합하면서 시적인 공간을 만들어낸 프랑스 아드리앙 엠 컴퍼니의 <시네마테크> 등이 대표적
- 그 중 <히로시마-합천>은 1945년 원자폭탄이 투하된 히로시마와 히로시마로 강제 이주됐다가 종전 후 살아남은 이들의 귀향으로 ‘또 하나의 히로시마’로 일컬어지는 합천의 이야기인데, 관객들은 공연장 대신 전시장에 입장해 작품들을 감상함
- 전시작은 일본인 5명, 한국인 4명으로 구성된 배우들인데, 히로시마와 합천의 주민으로 분한 이들은 저마다의 사연을 대사와 영상, 몸짓 등으로 표현함

○ **전통예술분야에서의 융복합 바람: <꼭두-마지막 첫날>과 <수궁가>**

- 전통악기를 기반으로 한 음악집단 바람꽃이 LG아트센터에서 선보인 <꼭두-마지막 첫날>은 드라마와 소리, 춤, 빛이 혼합되어 전개됨
- 망자를 죽음의 세계로 안내하는 존재로 여겨진 꼭두는 상여에 꽃아 장식하던 나무인형인데, 한 남자가 꼭두들과 만나면서 일어나는 이야기를 담은 이 작품에서 안무가 정영두는 주인공으로 출연해 몸의 언어로 꼭두들과 만남
- 한국무용가 이해주는 꼭두의 세계를 관장하는 꼭두 ‘엄’으로서 근원적인 메시지를 춤사위에 담아내고, 바람꽃의 단원 등 연주자들은 연주뿐 아니라 꼭두 역할도 맡음
- 소리예술인 판소리에 미술과 조명, 의상 등 시각예술을 덧입힌

국립창극단의 〈수궁가〉도 이러한 융복합 경향을 반영

- 국립창극단이 독일의 오페라 연출가 아힘 프라이어와 손잡고 완성한 이 작품은 회화적인 무대와 파격적 비주얼, 가면 쓴 캐릭터들로 종전 판소리의 전형을 깨뜨린 것으로 주목을 받음

○ **문학과 연극이 공존하는 〈낭독극장〉의 유행**

- 작가들의 창작 공간인 서울 연희동 연희문학창작촌에서는 작년 부터 매달 마지막주 목요일마다 〈연희목요낭독극장〉이 개최됨
- 매달 특정 작가의 문학작품을 선정하여 배우들이 입체 낭독을 하는 형식으로 진행되고, 그 후에는 작가의 대담 및 노래 공연이 이어지는 총체극 형식을 취함¹³⁷⁾
- 작가나 연출가의 의도에 따라 배우들이 대본을 읽는 형식의 낭독공연은 조명이나 음향 등 무대장치를 최소화한 무대에서 언어의 힘만으로 관객들을 매료시키는 것이 힘으로 지적됨
- 올해 한국문화예술위원회의 실험적 예술 및 다양성 증진 지원 사업에 선정된 〈단편소설입체낭독극장〉은 젊은 소설가 김연수, 김애란, 김미월의 단편소설을 동세대 젊은 연출가인 추민주, 성기웅, 김한내가 참신한 방식의 낭독공연으로 연출함
- 〈단편소설입체낭독극장〉은 단순한 낭독공연에서 벗어나 낭독과 연극이 어우러지고 융합하는 공연을 지향해, 소설 작품의 문장은 그대로 전달하면서도 연극적 요소를 가미해 소설 문장을 보고, 듣고, 느낄 수 있게 해주는 방식으로 구성됨
- 단순히 배우의 음성으로 소설을 읽는 것이 아니라 시각과 청각, 후각과 미각까지 자극하는 공감각적 실험으로 독자 관객들의 상상력을 배가하겠다는 것
- 김애란의 〈칼자국〉을 연출한 추민주 연출가는 이번 공연에서

137) 한겨레, 2011.7.21.

- 소설 속 주인공의 '허기'에 집중해, 공연에 직접 출연해서 낭독하는 배우들 옆에서 칼국수를 직접 끓여 완성되면 배우와 관객과 나누는 등 소설을 입체적으로 느낄 수 있는 연출을 구상
- 이 공연의 홍보를 담당한 배정자 프로듀서는 “감정은 신되, 극적인 표현은 자제하는 이번 공연은 독자에게 주어진 상상의 여백을 해치지 않으면서도 소설의 행간에 숨은 재미와 의미를 새로운 상상력으로 재발견하게 해줄 것” 이라고 말함¹³⁸⁾
 - 낭독극장의 인기는 다양한 책 읽는 축제에서도 입증되었는데, 올해 개최된 <제1회 산울림 낭독 페스티벌>은 출판사의 주도로 신작을 낸 작가들이 열던 소소한 낭독회의 변신으로 시인·소설가와 함께 뮤지션, 영화감독, 미술가 등이 참여함
 - 올해 ‘책에, 취하다’ 라는 슬로건을 내걸고 개최된 <제7회 서울 와우북페스티벌>에서는 <에코 어린이 책 놀이터>를 따로 운영했는데, 여기에서도 북캐스터의 낭독극, 다문화 가정 엄마들로 구성된 에코팜므팀의 자국어 낭독극, 어린이 도서연구회의 책 공연 등 어린이를 대상으로 한 다양한 낭독극 프로그램이 진행됨¹³⁹⁾
 - 최근 제주시에서 개최된 <아름다운 책축제, 시와 음악으로 책을 읽다>에서도 시 <바다가 보이는 교실>로 유명한 정일근 시인과 함께 하는 북콘서트 <시월愛, 시와 음악>이 작은 클래식 음악 무대와 제주시사랑회의 시낭송과 함께 진행되었으며, 이어서 공연장에선 배우가 읽어주는 소설 <박완서, 배우가 다시 읽다: 그리움을 위하여>가 진행됨
 - 주최 측인 설문대여성문화센터 관계자는 “박완서 선생 특유의 담담하고 다감한 문체는 두 연극배우(김연진, 김지영)의 실감나는 낭독으로 더욱 팔딱이는 생동감으로 일반적인 독서와 다

138) 주간한국, 2011.8.30.

139) 베이비뉴스, 2011.9.28.

른 낭독극의 매력을 느끼게 될 것” 이라고 말함¹⁴⁰⁾

○ 국립발레단의 창작발레 프로젝트 <컨버댄스>

- 올해 국립발레단은 컨버전스(Convergence)와 댄스(Dance)를 합성한 ‘컨버댄스(CONVER DANCE)’란 제목으로 3개의 소품 공연을 선보임
- 춤과 다른 장르와의 결합을 시도한 컨버댄스 프로젝트의 특징은 두 명의 외부 안무가와 국립발레단의 무용수 한 명에게 발레작품을 창작해 보도록 함으로써 발레의 영역을 확대하고, 레퍼토리를 다양화한다는 데 있으며, 무용수들은 모두 국립발레단 단원들임
- 국립발레단(예술감독 최태지)이 이번에 처음으로 시도한 '컨버댄스' 프로그램에는 각기 20분 정도 길이의 작품 세 편으로 구성되는데, 연극과 춤이 결합된 'J씨의 사랑이야기'와 디지털 뮤직과 춤이 믹스된 '01', 재즈와 발레를 함께 녹여 만든 '스윙타임'임
- 현대무용가 박화경이 안무한 <+01>에서는 수석무용수 김주원이 무표정하게 흐느적거리는 동작으로 감정을 표현했는데, 아일랜드 음악 밴드 바드의 기타리스트인 루빈의 연주에 맞춰 켜기(on)와 끄기(off), 남과 여, 삶과 죽음 등을 연기함
- 현대무용가 안성수가 안무한 <스윙타임>은 스윙댄스와 발레 동작을 접목해 중견 발레리노가 매우 빠른 템포의 스윙재즈에 맞춘 현란한 기교와 코믹 춤을 선보임
- 중견 발레리노 정현옥이 안무가로 데뷔한 <J씨의 사랑이야기>는 20~40대의 각기 다른 사랑 이야기를 네오 클래식 발레와 대사로 표현함¹⁴¹⁾

140) 제주레저신문, 2011.10.20.

141) 한국일보, 2011.5.24.

○ 미술계에서도 통섭이 대세

- 2000년대 중반 이래 국내 미술시장을 좌우해온 극사실, 팝아트 회화는 크게 퇴조하고, 대신 건축·디자인·음악·연극 등 여러 장르와 통섭을 추구하는 다장르 다원예술, 미디어아트 쪽에 힘이 실릴 것이라는 예상이 적지 않음
- 서울 창성동 쿤스트독의 <우문현답>전, 갤러리 팩토리의 한국-오스트레일리아 디자인 아티스트 그룹 연합전, 서울시립미술관의 <세마(Sema) 2010 이미지의 틈>전 등에서는 디자인, 연극적 퍼포먼스, 사운드아트 등이 이미지와 결합된 실험적 작품들이 다수 선보임
- 도시 빈 공간에서 퍼포먼스를 하거나 밴드 활동도 함께 하는 <파트타임스위트> 같은 아티스트 콜렉티브는 문래동 예술공간 등에서 공연, 행위예술, 전시 등을 병행하는 파격을 선보임
- <아트인컬처>의 호경운 수석기자는 “예비 작가들의 작업실에서 시장 구미에 맞춘 팝아트 계열 작품들이 눈에 띄게 줄었다”며 “무용이나 연극 연출 등을 뒤섞은 혼성 흐름에 다큐처럼 이야기 구조가 있는 작품들에 관심이 쏠린다”고 전함
- 미술평론가 박영택 경기대 교수도 “지난 2월 화랑미술제에 가봤더니 많은 화랑주들이 거래의 동력을 상실한 팝아트를 대체할 새 유행을 고민하더라”며 “젊은 작가들의 물밑 작업 흐름이 화랑가에 얼마나 반영될지가 트렌드를 가늠할 것 같다”고 분석
- 통섭 흐름은 당분간 계속될 조짐으로, 김홍석 작가의 아트선재센터 개인전 <평범한 이방인들>은 작품 한 점 없이 이야기꾼 퍼포먼스를 동원하는 연극적 형식으로 꾸며지며, 홍성민 작가도 서울 화동 갤러리 플랜트와 인근 윤보선 전 대통령의 옛집을 연결하는 색다른 다원공간 프로젝트를 구상중인 것으로 전

해집¹⁴²⁾

○ 사비나 미술관의 융합형 전시 <다중감각>전

- 미술과 다양한 분야를 접목시킨 융합형 전시를 시도해 온 사비나미술관이 올해 첫 기획전으로 마련한 <다중감각>전은 정신분석학과 건축, 생활과학을 연계시킨 전시
- 꿈에서 여전사의 이미지를 자주 본다는 작가 다발킴은 꿈 속 이미지를 드로잉한 그림으로 자화상을 표현했고, 관객들의 움직임을 감지한 로봇이 팔을 움직이도록 설치한 왕지원의 작품은 이를 통해 작가 자신의 정체성을 이야기함
- 미술에 건축적 개념을 끌어들이는 작품으로는 스테인리스 스틸 선으로 3차원의 구조물을 만들고 이 구조물에 조명을 비춰 그림자가 마치 드로잉처럼 보이도록 한 김병주의 작품, 실제 생물학 연구소와 대형 마트의 설계 도면에 동물의 이미지를 드로잉한 이해민선의 작품, 건축물을 모델로 모형을 만든 뒤 이를 사진으로 찍는 이문호의 작품 등이 전시됨
- 또한 레이박과 정승, 채미현, 허수빈, 전지운 등은 레이저와 빛, 멀티탭, 홀로그램 등 일상 중에 쉽게 접할 수 있는 기술들을 이용한 작품들로 참여했는데, 이 중 전지운 작가의 <두 남자>는 아이폰이 있어야 제대로 감상할 수 있음¹⁴³⁾

나. 문학작품 중심의 원소스 멀티유즈

○ 출판계의 대세는 원소스 멀티유즈

- 네이버의 인기 웹툰을 소설로 만든 <노블레스>가 예약판매만

142) 한겨레, 2011.3.3.

143) 국민일보, 2011.3.7.

- 으로 인터넷서점 예스24의 주간 종합 베스트셀러 1위에 등극
- 소설 <노블레스>의 원작인 동명의 웹툰은 손제호 작가가 스토리틀, 만화가 이광수가 그림을 담당한 작품이며, 현재도 연재중으로 매회 300만 건 이상의 조회수를 기록하는 인기작
 - 소설 <노블레스>가 원작 만화에 힘입어 인기를 끄는 사례라면 <도가니>는 영화화된 작품이 화제를 모으며 다시 원작이 주목받고 있는 사례라 할 수 있음
 - <도가니> 역시 하나의 소재가 여러 장르로 제작되는 ‘원 소스 멀티 유즈(One Source Multi Use)’의 대표적인 예로 거론되는데, 영화 <도가니>의 성공이 2년전 출간된 소설 <도가니>에 대한 관심을 높이고 있음¹⁴⁴⁾
 - 총제작비 60억원 규모가 투입된 영화 <조선명탐정: 각시투구꽃의 비밀>도 올 2월 기준 총관객 수 400만명을 돌파해 극장 입장료 수입만도 제작비의 두 배 정도인 130억원 가량으로 추정됨
 - 이 영화의 원작은 소설가 김탁환의 <열녀문의 비밀>인데, 이처럼 소설이나 만화를 원작으로 영화나 연극을 만들거나 아이돌 가수가 드라마나 뮤지컬에 출연하는 ‘원소스 멀티유즈(OSMU)’가 올해 문화계에 활력을 불어넣고 있는 것으로 화제를 모음
 - 과거 OSMU 작품들은 원작을 그대로 옮기거나 기존 이미지를 반복해 실패하는 사례가 많았으나, 최근에는 영화계에 OSMU 성공사례가 속속 등장하고 있음
 - 웹툰을 영화화하면 실패한다는 속설을 깨고 강우석 감독의 <이끼>가 337만명을 동원했고, <조선명탐정>은 이른바 천만 감독들의 영화 <평양성>과 <글러브>를 제치고 3주 연속 1위를 차지

144) 유니온프레스, 2011.9.16.

함

- 영화 공동제작자인 최재원 위더스필름 대표는 “원작에서 추리 요소를 빼고 코미디를 살린 게 흥행요인”이라며 “소스가 다른 매체로 이동할 경우 그 매체의 특성을 살리는 것이 중요하다”고 분석함
 - <조선명탐정>의 경우 연출도 드라마 PD 출신이 맡아, TV 코미디에 익숙한 관객들에게 어필했다는 분석도 나옴
 - OSMU의 활성화로 인한 매체 간 인재이동도 활발해져, 키이스트·JYP엔터테인먼트 등 연예기획사들이 제작을 맡고 아이돌 가수 5명이 출연한 KBS2 드라마 <드림하이>는 시청률 15~17% 대로 인기를 얻었고, 가수 JYJ의 멤버 시아준수가 주연한 뮤지컬 <천국의 눈물>은 예매 시작 2분30초 만에 전석이 매진될 정도로 대박 행진을 함
 - 영화평론가이자 문학평론가인 강유정 고려대 교수는 “원소스 멀티유즈의 원조격인 미국의 <아담스 패밀리>는 시트콤·애니메이션·영화의 캐릭터가 모두 달랐다”며 “매체에 맞는 캐릭터에 대해 고민하는 것이 중요하다”고 지적함¹⁴⁵⁾
- <완득이>의 3단 뛰기: 사회현상 반영한 원소스 멀티유즈의 인기
- <완득이>는 32일만에 400만 관객을 돌파하는 기록을 세웠는데, 개봉 첫주부터 박스오피스 1위를 하긴 했지만 앞서 개봉했던 <도가니>처럼 관객을 휩쓸진 못했으나, 개봉 첫주보다 둘째주, 둘째주보다 셋째주가 흥행이 더 많아진 이른 바 3단 뛰기를 기록해 이목을 집중시킴
 - 흔히 개봉작들은 첫주에 관객몰이를 한 뒤 둘째주부터 관객이 줄어들기 마련이고, 흥행영화는 둘째주에도 관객이 늘곤 하지

145) 서울경제, 2011.2.18.

만 셋째주가 둘째주보다 관객이 늘어나는 것은 극히 드물기 때문(개봉주가 늘어도 꾸준히 흥행하는 것을 놓고 영화계에선 은어로 개싸라기가 난다고 하는데, <완득이>처럼 첫주보다 둘째주, 둘째주보다 셋째주가 더 관객이 늘어나는 것은 3단 뛰기라며 더 높게 평가함)

- <완득이>의 투자배급을 맡은 CJ E&M 이창현 홍보팀장은 “<왕의 남자> 이후 3단 뛰기를 한 영화는 <완득이>가 처음”이라고 밝힘
- 이런 <완득이> 흥행은 <도가니>에 이어 사회현상을 반영한 작품이 흥행을 이끈다는 트렌드가 다시 한 번 입증되었다는 점에서 주목을 받음
- 김려령 작가의 동명소설을 영화화한 <완득이>는 척추장애인 아버지와 집나간 필리핀 어머니를 둔 소심한 반항아 완득이와 그의 멘토 동주 선생의 이야기를 세심하게 그려내 호평을 얻었는데, <도가니>가 사회의 어두운 모습을 리얼하게 그려 반항을 일으켰다면 <완득이>는 밝고 희망적으로 그린 게 차이임
- <도가니> 같은 어두운 영화에 지친 관객들이 <완득이>처럼 밝은 영화로 몰린 것도 눈여겨 볼 지점이며, 극 중 그려진 선생님과 학생의 깊은 관계가 교권 및 학생들 시선을 사로잡아, 2주차부터 청소년들의 관람이 늘어난 데다 수능 시험 당일인 10일엔 평일인데도 불구하고 수능 전날인 9일보다 관객이 20% 이상 증가함
- <도가니>와 <완득이>의 연이은 성공은 재밌는 원작들의 수요를 더욱 늘게 만들어, 종편까지 시작되면서 TV드라마에서 불고 있는 원작 사재기 열풍이 충무로에도 더욱 크게 일고 있음¹⁴⁶⁾

146) 스타뉴스, 2011.11.20.

○ <마당을 나온 암탉>, 원소스 멀티유즈의 가능성 극대화

- 영화 <마당을 나온 암탉>은 황선미 작가가 쓴 동명의 베스트셀러 소설을 영화한 것으로 원작 독자층의 관심을 모았고, 이어 영화를 바탕으로 한 애니메이션 그림책 출간 소식으로 이목을 집중시킴
- 애니메이션 그림책은 원작자 황선미가 시나리오를 토대로 글을 쓰고 영화 <마당을 나온 암탉>의 애니메이션 제작사 오돌토끼가 그림을 그림
- 애니메이션 그림책은 출간 3일만에 2쇄 제작에 돌입했는데, 이외에도 영화 OST 앨범 발매는 물론, 아톰상사와 제휴하여 지우개, 색연필, 머그컵 등 각종 캐릭터 문구 상품을 선보이며 원소스 멀티유즈 콘텐츠로서의 위력을 과시함
- 또한 최근에는 <마당을 나온 암탉> 제작사인 명필름이 (주)한글과컴퓨터와 스마트 디바이스용 앱북 공동 제작 계약을 체결해 영화 <마당을 나온 암탉>이 앱북(애플리케이션 형태의 전자책)으로 출시될 예정
- 명필름은 영화 <마당을 나온 암탉>의 앱북 버전 스토리를 기획하고, 영상 및 디자인, 음악 등을 제공하며, 한글과컴퓨터는 자사가 보유한 인터랙티브 기술을 접목한 앱북 개발 전반을 담당
- 또한 IOS와 안드로이드 기반의 다양한 디바이스에 최적화된 버전으로 선보여질 <마당을 나온 암탉> 앱북은 국문과 영문으로 제작돼 글로벌 문화 콘텐츠로서 한국과 해외 시장 공략에 나설 예정임
- 이로써 <마당을 나온 암탉>은 한국 애니메이션 사상 최초 220만 관객 돌파라는 흥행 기록과 해외 우수 영화제 수상 등의 쾌거로 영화적 가치를 인정받은 데 이어, 원 소스 멀티 유즈 콘텐츠로 다양한 분야에서 재생산되는 등 부가가치 창출에 앞장서

고 있음

- 한편 극장용 애니메이션 최초로 제작되는 <마당을 나온 암탉> 애플북은 교육용 애플북 시장 내에서도 타깃층을 넓혀 유아뿐만 아니라 어린이와 부모층의 수요에 맞춰 기획되며, 내년 상반기 출시를 목표로 하고 있음¹⁴⁷⁾

○ 본격 원소스 멀티유즈 콘텐츠 제작사 출범

- 하정우, 지진희, 염정아, 김성수, 정겨운, 이천희, 정유미 등 톱 배우들이 대거 소속된 국내 최고 엔터테인먼트사 (주)판타지오가 본격적인 콘텐츠 제작 사업에 돌입
- 영화 <김종욱찾기>에 이어 <도가니>까지 연속 히트시키면서 영화제작업계의 기대주로 떠오른 (주)판타지오는 최근 영화 외에도 드라마, 각종 방송 프로그램, 뮤지컬 등 다양한 콘텐츠를 기획 개발 생산하는 제작사 판타지오 미디어를 신설, 명실상부한 종합 엔터테인먼트사로 탈바꿈할 중장기 플랜에 착수
- 배우 공유와 정유미가 주연으로 나선 영화 <도가니>의 흥행과 더불어 차기 제작 작품인 하정우, 공효진 주연의 <러브픽션>까지 세간의 관심을 모으고 있는 가운데 (주)판타지오는 이번 판타지오 미디어를 통해 다양한 장르의 영화는 물론 시청자들의 공감을 끌어낼 만한 유익한 드라마, 기획력이 돋보이는 각종 방송 프로그램 등을 제작해 공중파 방송사를 비롯해 종합편성채널, 케이블TV 등에 공급할 계획
- 지난 11월 출범한 판타지오 미디어는 최근 아시아경제신문 대 중문화부 차장을 거쳐 판타지오 마케팅실장 및 프로젝트개발팀 프로듀서를 역임한 문용성 대표이사가 진두지휘하고, 드라마 <주몽> <황진이> <파스타> 등으로 유명한 드라마 제작사 올리

147) 독서신문i, 2011.12.5.

브나인에서 지난 2005년부터 6편 드라마의 프로듀서를 맡았던 손옥현 PD가 제작본부장으로서 실무를 담당함

- 판타지오 미디어는 앞으로 국내 엔터테인먼트업계에서 명실상부한 영향력을 발휘하고 있는 지주회사 판타지오를 비롯, 십여년 간 연예전문 기자생활을 통해 구축해온 인프라와 장르를 뛰어넘는 다양한 드라마 제작을 통해 쌓아온 프로듀서의 탁월한 노하우를 십분 활용해 다매체시대에 알맞은 원소스멀티유즈형 콘텐츠 제작에 박차를 가할 방침
- 출범과 동시에 이와 같은 계획을 현실화시키기 위해 판타지오 미디어는 최근 국내는 물론 일본에서 폭넓은 인기를 얻어 작품성과 흥행성을 한꺼번에 인정받은 소설이나 만화 등 다양한 원작들의 확보에 주력하고 있으며, 우수 제작사와의 공동제작이나 영화 드라마 출판 등을 동시에 진행할 수 있는 원소스멀티유즈 프로젝트를 다양하게 기획 개발 중¹⁴⁸⁾

다. 아트 콜라보레이션 열풍

○ 자동차전시장의 아트 프로젝트

- 자동차 전시장이 단순한 차량 계약·상담을 위한 공간에서 고객들의 감성까지 만족시키는 복합문화공간으로 탈바꿈
- 유명 작가의 예술작품을 전시해 놓은 전시공간에 이어 최근에는 어린이들을 위한 키즈 카페로 꾸며진 전시장까지 등장
- 강남구 대치동에 위치한 현대차 대치지점 <H·Art 갤러리>는 자동차와 문화에 대한 새로운 생각을 통해 탄생시킨 이색 테마 전시장으로, <자동차로 달리고 싶은 공간>을 주제로 초원과 사막에서 촬영한 사진작가 김중만의 작품을 전시함

148) 스타뉴스, 2011.12.2.

- 또한 경기도 용인시 현대차 수지 <패밀리 테마지점>은 유아 인구가 많은 지역 특성을 고려해 애니메이션 캐릭터 <로보카 폴리>를 테마로 꾸며진 쇼룸임
- 이곳은 어린이 도서관, DVD 시청각 교육장, 로보카 폴리 조형물 전시 공간 및 키즈 카페 등이 마련돼 있어 온 가족이 즐길 수 있는 가족문화공간으로 변신
- 또 현대차는 지난달 커피와 차(車)가 공존하는 <현대차 에스프레소 1호점>을 오픈하는 등 다양한 이색 테마 전시장의 등장이 이어지고 있음
- 재규어 랜드로버 코리아의 한남동 전시장에서는 올해 한 달여 동안 예술작품 전시회인 <오픈 유어 아이즈>가 개최되었고, 한국 도요타도 전시장에 수중 세계 사진전과 대구 세계육상대회 기념사진을 전시하는 등 다양한 볼거리를 제공함
- 이처럼 자동차 업체들이 이색 전시장을 선보이는 이유는 고객들의 전시장 방문 없이는 판매도 이뤄질 수 없다는 신념이 바탕에 깔려있는데, 실제 현대차의 대치지점, 유성지점, 광주지점, 동대구 지점, 부산 동래 지점 등 5개 이색 전시장의 내방고객 방문은 평균 40% 이상 증가함
- 이와 관련해 현대차 관계자는 “기존 영업점이 갖고 있던 딱딱한 이미지를 탈피시키는 동시에 고객들의 오감까지 만족시키기 위한 전략” 이라고 설명함¹⁴⁹⁾

2. 복합문화예술공간, 라이프스타일의 컨버전스 유도

가. 문화 몰링: 몰링(Malling)이 이끄는 복합문화공간의 일상화

149) 이데일리, 2011.11.16.

○ **멈출 줄 모르는 몰링의 확산**

- 2010년 이후 유통업계의 큰 화두 중 하나는 몰링(Malling)이었는데, 몰링이란 복합 쇼핑몰에서 쇼핑뿐만 아니라 여가도 즐기는 소비 형태를 말함
- 즉 가족과 함께 쇼핑도 하면서 식사, 게임, 영화 등 다양한 문화 체험을 동시에 즐기면서 소비할 수 있는 형태가 몰링으로 정의됨
- 우리나라의 경우, 2000년 5월 코엑스몰이 개장한 이래, 2004년 10월에 용산 아이파크몰이 개장했으며, 2009년에는 영등포 타임스퀘어와 부산 센텀시티가 CGV, 이마트, 교보문고 등 각종 생활문화시설 및 메리어트 호텔까지 포함하는 엄청난 규모로 개장함
- 이후 일산 레이킨스몰, 라페스타, 문정동 가든파이버가 연이어 개관하고, 올해에도 신도림 디큐브시티와 김포공항 롯데몰(스카이파크), 일산 킨텍스 몰이 문을 열어 몰링 현상은 꾸준히 이어짐
- 최근 몰링의 가장 큰 특징은 다양한 상점들의 집적을 통한 쇼핑의 편의 향상에 그치지 않고 쇼핑 외의 놀이와 여가를 위한 다양한 서비스를 제공하는 ‘복합문화공간’ 을 표방하는 데 있음
- 옛 연탄공장 부지에 들어선 디큐브시티의 경우, 올해 8월 말 오픈 이후 100일 동안 총 700만 명이 방문해 매출 700억 원을 기록하는 등 가파른 상승세를 보이고 있는데, 쇼핑 공간 외에도 서울 서남권 최초의 뮤지컬 전용 아트센터를 갖춘 복합문화공간으로서 이목을 집중시킴
- 디큐브 아트센터에서 공연 중인 맘마미아는 130만 관객을 동원하며 다양한 연령대의 많은 호응을 얻어 최단기간 1,000회 공연을 돌파했으며, 디큐브 백화점 내에 위치한 보로로 테마파크

는 12월 현재 하루 평균 1500~3000명 정도가 찾을 정도로 높은 인기를 보임

- 디큐브시티 관계자는 "디큐브시티는 20, 30대 젊은 층, 가족단위의 고객을 중심으로 쇼핑과 문화생활, 휴식을 모두 즐길 수 있는 몰링 스타일로 인기를 얻고 있으며, 복합 쇼핑몰과 백화점의 변화에 롤모델을 제시한 것으로 평가 받고 있다"고 말함¹⁵⁰⁾
- 김포공항 스카이파크 또한 복합문화공간을 표방하며 개장했는데, 19만4874㎡(약 5만 9000평)의 부지에 쇼핑몰, 백화점, 마트, 호텔, 영화관, 커뮤니티 광장, 정원 등이 들어섬
- 성시철 공항공사 사장은 "김포공항이 공항이용객과 시민 모두가 함께 즐길 수 있는 테마파크와 다양한 쇼핑, 문화시설을 겸비한 신개념의 공항으로 변모해 나갈 것으로 기대한다"고 말함¹⁵¹⁾

○ 문화 몰링으로 기존 복합 쇼핑몰의 진화

- 복합 쇼핑몰이 끊임없이 진화하며 쇼핑과 엔터테인먼트 위주의 쇼핑몰에서 각종 공연, 전시 등 문화 체험이 가능한 공간으로 소비자들의 관심을 끌고 있음
- 쇼핑, 휴식, 레저를 즐기면서 하루 종일 다양한 문화 체험도 할 수 있는 **복합 쇼핑몰은 이제 도심 속 복합문화공간으로, 단순 몰링을 넘어 ‘문화 몰링’을 하는 곳으로 변화**하고 있음
- 가든파이브는 올해 초 가든파이브 아트홀을 개관해 1만~2만원대 합리적인 가격으로 관람이 가능한 연극·콘서트·뮤지컬 프로그램을 연중 선보임으로써, 단순한 쇼핑몰에서 벗어나 문화와 휴식이 접목된 문화예술공간으로 변모

150) 한국경제, 2011.12.20.

151) 한국경제, 2011.12.7.

- 또한 연중 진행되는 <문화숲 프로젝트>를 통해 무료 공연이나 전시 등 다양한 장르의 풍성한 문화 프로그램을 선보여 가족단위 및 연인 방문객도 눈에 띄게 증가함
- 이 밖에도 미술 체험 교육, 신진 아티스트와 소비자가 함께 참여하는 문화 프로그램도 계속 진행되어 '문화 몰링'을 즐길 수 있게 됨
- 가든파이버 관계자는 “올 초 아트홀 개관과 함께 무료로 즐길 수 있는 공연, 전시 등 문화 프로그램을 지속적으로 운영한 결과, 공연 관람을 위해 쇼핑몰을 방문하는 소비자들이 예년에 비해 증가했다” 며, “다양한 문화 프로그램을 지속적으로 운영해 고객 집객 뿐 아니라 문화 몰링이 가능한 공간으로 발전시켜 나갈 예정” 이라고 밝힘
- 경방 타임스퀘어에서는 매달 새로운 컨셉을 가지고 대규모 문화행사를 진행하고 있는데, 기존 쇼핑몰의 한정된 공간에서 진행했던 문화 공연을 방문객이면 누구나 즐길 수 있도록 해, 인기가수의 공연이 있는 날이면 방문객 수가 30~40%까지 증가
- 코엑스는 예술 공연이나 연극, 뮤지컬 등을 관람할 수 있는 코엑스 아티움이나 아트홀 외에도, 코엑스 내에 위치한 이벤트 코트나 G20광장에서 매달 수준 높은 무료 음악 공연을 선보이고, 합창단 공연에서부터 실버 악단, 심포니, 재즈 밴드, 직장인 밴드 등이 선보이는 다양한 음악 공연들에 이르기까지 일반 방문객들을 위한 문화 프로그램들을 진행하고 있음¹⁵²⁾

○ **영화관이 복합문화공간으로 변신: 멀티플렉스에서 컬처플렉스로**

- 서울 강남 신사동에 위치한 영화관 씨네시티 건물이 올해 복합 문화공간 CGV청담씨네시티(CGV청담)로 재탄생해, 프리미엄

152) 한경닷컴 키즈맘뉴스, 2011.11.3.

영화관을 포함해 공연과 파티를 즐길 수 있는 멀티 스튜디오, 패션 팝업 스토어 등을 한데 모은 라이프스타일 몰링을 선사하는 컬처플렉스이자, CJ의 대표 브랜드인 CGV, 비비고, 뚜레쥬르, Mnet, 퍼스트룩 등이 집결된 강남의 CJ 아이콘 타워로 변신함

- 그중 기존의 멀티플렉스 개념에서 벗어나 고급스러우면서도 개성강한 ‘부띠끄 시네마’를 선보이는 CGV청담은 디자인, 콜라보레이션(협업), 사운드라는 세 가지 콘셉트가 특징인데, 국내 최초로 극장 설계 시부터 ‘브랜드와의 협업’을 시도함¹⁵³⁾

나. 기존시설 및 도시 재생의 해법이 된 복합문화공간

○ <문화역 서울 284>, 복합문화공간으로 바뀐 서울역

- 구 서울역사가 복합문화공간으로 다시 태어나 올해 8월에 <문화역서울 284> 개관식이 개최됨
- 문화체육관광부와 한국공예디자인문화진흥원은 국가사적 284호인 구 서울역사를 지난 2년간 리모델링해 개관에 이른 것이며, 문화공간은 향후 5년간 진흥원이 문화부에서 위탁받아 관리, 활용할 계획임
- 새로 바뀐 역사의 1층 중앙홀은 공연·전시·이벤트·카페 등의 다목적 공간으로 사용되고, 일제 강점기 조선 최고 양식당으로 유명했던 2층 그릴은 공연·전시·세미나·회의 등을 위한 다목적 홀로 용도가 변경되었으며, 2층 나머지 공간은 아카이브, 기획전시실, 사무 공간으로 쓰이게 됨
- 개관식 행사는 성기완 작가의 <서울역을 위한 사운드 퍼포먼스: 세 겹의 현재>와 안은미 외 9인의 무용수가 펼치는 <가슴

153) 포커스신문사, 2011.10.4.

결례: 메이드 인 서울역> 등의 축하 공연과 함께 <문화역서울 284> 곳곳에 전시된 작가 24인의 작품을 감상하함

- 김성원 서울과학기술대 교수의 총감독 아래 계획된 <카운트다운(Countdown)>전은 국내 현대예술작가 35명이 ‘문화역서울 284’ 공간을 작품으로 점차 채워나가는 개관 프로젝트¹⁵⁴⁾

○ **장례식장을 복합문화공간으로: 서울시추모공원**

- 최근 서울추모공원 준공식을 맞아 서울시는 “추모공원은 주민들의 협조가 있어서 가능했던 시설”이라며 “이를 시민들이 함께할 수 있는 복합문화공간으로 활용할 것”이라고 전함
- 이정관 서울시 복지건강부장은 “유가족뿐 아니라 시민들이 언제든지 찾아올 수 있는 공간이 되어 한다는 생각에 공원 내에 시민공간과 갤러리를 만든 것”이라며 “여기에 오케스트라 연주를 꼭 한번 마련하고 싶다”고 말함¹⁵⁵⁾

○ **허름한 여인숙의 예술적 재탄생: 대전 대흥동 <산호여인숙>**

- 대전의 문화예술 1번지로 꼽히는 중구 대흥동에 10년 가까이 방치되던 허름한 2층 여인숙이 최근 외지 여행객을 위한 게스트하우스이자 대전의 문화·예술을 소개하는 사랑방으로 탈바꿈
- 주인 송부영은 대전에서 중·고교를 나오고 대학에서 건축을 전공한 뒤 공공미술을 기획하는 일을 하는 젊은 문화활동가로, “여행객들에게 부담없는 편안한 휴식처를 제공하면서 대전의 다양한 문화·예술·관광정보를 제공하기 위해 꾸민 시설”이라고 설명함
- 지상 2층인 여인숙 건물의 1층은 145㎡ 면적으로 다양한 전시

154) 천지일보, 2011.8.9.

155) 서울신문, 2011.12.15.

와 작업을 할 수 있는 문화복합공간으로 꾸며, 작은 문화원이
나 갤러리 같은 느낌을 주는데, 소극장, 갤러리, 예술카페 등이
밀집한 대흥동 문화예술 명소를 소개한 안내책자, 다양한 전
시·공연 자료를 비치하고, 한쪽에선 대전에서 활동하는 인디
밴드 음악을 담은 CD와 공연·전시자료를 감상할 수 있도록
함

- 서울에서 도시갤러리 프로젝트 등에 참여해온 송씨가 문화공간
을 겸한 게스트하우스를 운영하게 된 것은 지난해 열린 <대흥
동립만세축제> 때 자원봉사를 겸해 전시기획에 참여한 것이 계
기가 됨
- 여러 문화예술인들과 만나며 ‘대흥동에 문화예술인과 여행객
들이 부담없이 묵을 공간이 하나 있었으면 좋겠다’ 는 말을 듣
고 게스트하우스 운영을 결심하고, 주변 문화예술인들과 발품
을 팔며 방치되던 여인숙을 찾아내 송씨와 젊은 문화예술인들
이 합심해 색다른 공간으로 리모델링함
- <산호여인숙>은 지난 8월 중순 전시공간을 활용해 대전시립미
술관의 열린미술관 프로젝트 <대흥동 블루스Ⅱ-게스트 & 게이
트>전을 열면서 개장했는데, 12월에는 <대흥동아트프리마켓>
과 전시를 여인숙에서 열고, 내년부터 대흥동투어 프로그램, 전
시·퍼포먼스 등 다양한 프로그램을 선보일 계획임¹⁵⁶⁾

156) 조선닷컴, 2011.11.30.

제6절 마이너리티의 힘이 문화예술의 주류를 이끈다

- 소수자들의 문화적 권리 향상과 ‘플레랑스’ 시대로의 진입
 - 지금까지 다양한 문화적 욕구가 주류 문화에 의해 억압되거나 소외되어 왔고, 사회경제적 격차는 문화적 불평등으로 다시 환원돼 사회적 소수자들의 문화적 권리를 위축시키는 상황이었음
 - 그러나 사회적·문화적 소수자들이 문화예술을 통해 스스로의 목소리를 내고 즐기고 소통하는 것이 더 이상 ‘그들만의 리그’에 그치지 않고, 주류와 비주류의 경계를 넘어 새로운 문화예술 생산 및 향유를 자극하고, 주류 문화예술의 변화를 이끄는 힘으로 부상

1. 청년 실업 600만 시대의 유쾌한 청년문화 ‘잉여짓’

가. 청년 실업 600만 시대

- 최근 몇 년 사이에 ‘청년실업 600만 시대’라는 말이 빈번하게 사용될 만큼 청년실업문제가 심각한 사회문제로 거론되고 있으며, 이러한 실업난을 해소하기 위한 ‘일자리 창출’이 국가적인 과제로 떠오름
 - 2009년 기준 전세계 청년실업자(15-24세 기준)가 8천만 명을 돌파해 청년실업률은 13%대까지 치솟고, 취업한 청년 4명 중 1명은 직업이 있어도 빈곤을 벗어나기 힘든 저임금에 시달리는 등 청년취업문제가 세계적 현안으로 부상
 - 이에 세계노동기구(ILO)는 이 시대 청년들을 ‘잃어버린 세대 (lost generation)’에 비유하고, 제대로 교육을 받고 기술을 익혔지만 모든 노력을 다해도 취업의 문이 눈앞에서 닫혀버린

세대라고 설명¹⁵⁷⁾

- 통계청에 따르면 만 15세에서 29세까지의 청년층 인구는 960여만 명이고, 이 중 경제활동인구는 424만 명, 비경제활동인구는 527만 여명으로 조사됨(2011년 5월 기준)
- 경제활동인구 중 취업자 수는 393만명, 실업자 수는 31만명으로 전체 청년층 인구 중 취업자 수의 비중(고용률)은 40.3%에 그치며, 비고용인구 수가 558만 여명에 이르러 ‘청년실업 600만 시대’ 라는 말이 나오게 됨
- 이에 비해 실업자 수를 경제활동인구로 나눈 실업률은 실망실업자나 구직활동을 하다가 스스로 취업을 포기한 사람을 경제활동인구에서 제하해 실제보다 실업률이 과소추정되는 문제가 발생해, 통계상 고용률과 실업률의 격차가 나타남
- 취업난에 허덕이는 20대 사망률 원인 1위가 자살로, 대학생 다수가 청년실업으로 인한 우울증 등의 정신적 장애를 갖고 있고 심리치료센터에 몰림 현상이 나타남
- 대학생들이 1년에 600만 원 정도 2년 가량 학자금 대출을 받고 있지만, 청년실업으로 인해 졸업 후 직장을 갖는 데 1년이 소요되고, 졸업과 동시에 상환압박에 시달려, 구직활동에 여유를 느끼지 못한 채 비정규직으로 취업하게 됨
- 이에 따라 임금 수준이 떨어지고 이직이 잦아지며, 이러한 상황이 반복되면서 구직을 포기하고 장기간 취업 준비 상태를 유지하는 악순환이 생김
- 특히 취업준비기간이 늘어나면서 대학교에 다니는 기간이 평균 6.7년으로 증가하고, 재학기간 동안에도 전공학문보다는 취업을 위한 스펙 쌓기에 많은 시간을 투자하고 있음

157) 한국일보, 2010.8.12.

<그림 3-14> 세계 청년실업자 수 변화 추이



<그림 3-15> 청년실업률 및 고용률 추이



*자료원: 아젠다넷(시사이슈포털)

○ 청년실업의 세태를 묘사하는 신조어들의 출현

- 아르바이트 전문 포털 알바인에 따르면 비싼 등록금과 취업난 등 대학생들의 팍팍한 현실이 담긴 각종 신조어들이 잇달아 생겨남
- 삼포세대: 경제적인 이유 때문에 '연애와 결혼, 출산' 세 가지를 포기한 청년층을 뜻하는 신조어로, 학자금 대출로 빚을 떠안은

대학생들은 졸업 후 취업이 되어도 빚을 갚다 보면 목돈이 필요한 결혼, 출산은 엄두도 내지 못해, 과중한 등록금 부담과 취업난에 미래가 암담한 세대라고 자조적으로 표현할 때 사용

- 거마대학생: 등록금을 벌기 위해 다단계 업체에서까지 일을 하는 대학생들을 일컫는 말로, 주로 서울의 거여동과 마천동에 있는 다단계 업체의 숙소에서 숙식을 해결해 ‘거마대학생’ 이라는 말이 탄생함
- 등골탑: 예전에는 대학 등록금을 위해 소나 눈을 팔아 대학이 곧 ‘우골탑(牛骨塔)’ 이라는 말이 있었으나, 이제는 우골탑을 넘어 부모 등골을 빼는 ‘등골탑’ 이나 ‘인골탑(人骨塔)’ 이라는 신조어까지 낡음
- 청년실신: 대학생들의 취업이 늦어지면서 ‘청년 대부분이 졸업 후 실업자나 신용불량자가 된다’ 는 씁쓸한 신조어이며, 이와 비슷한 의미의 ‘실업예정자’ 는 졸업을 앞둔 ‘졸업예정자’ 를 대신해서 부르는 말로 사용되기도 함
- 생활스터디: 같은 목표를 가진 취업준비생들이 같이 살거나 하루의 거의 모든 일과를 함께하며 지식과 정보를 공유해 학습효과를 극대화시키는 것을 말하는데, 공무원이나 임용고시 준비생에서 일반 기업체 입사와 토익 점수 올리기까지 그 영역이 확대되고 있으며, 현재 취업카페에서는 ‘생스(‘생활스터디’의 줄임말) 구해요’ 라는 내용의 글들을 쉽게 찾을 수 있음
- 알부자족: 알부자는 원래 실속 있는 부자라는 뜻이지만 ‘알부자족’ 은 알바로 부족한 학자금을 충당하는 학생들에 대한 반어적 표현¹⁵⁸⁾
- 그 외에도 ‘20대의 90%가 백수’ 의 줄임말인 ‘이구백’ , 청년층이 취업을 위해 대학 졸업을 늦춘다는 것을 빗댄 ‘대학등지

158) 파이낸셜뉴스, 2011.9.16.

족’ , 니트(Not in Education, Employment and Training) 족,¹⁵⁹⁾ ‘캥거루족’ ,¹⁶⁰⁾ ‘잉여세대’ 등이 있음

나. 청년 담론의 팽창

○ 청춘 마케팅: 청년세대 위로 공감 코드의 유행

- 출판계에서는 20대의 열악한 사회경제적 조건을 진지한 사회적 공론의 장으로 끌어내는 각종 서적들이 대거 출판되었는데, 세대론에서 출발한 20대 담론이 점차 당사자 운동, 자기계발로 이동하는 추세
- 2011년에는 김난도 교수의 <아프니까 청춘이다>를 시작으로, <언니의 독설>, <방향해도 괜찮아> 등 잉여세대로 불리는 청춘들에 대한 위로 코드가 유행하게 됨
- <아프니까 청춘이다>는 국립중앙도서관의 ‘2011년 한 해 가장 많이 이용된 도서 20권’ 중 1위를 차지했는데, 낙관이 아닌 격려의 메시지로 젊은 세대의 공감을 산 이 책은 130만부 이상 판매됨¹⁶¹⁾
- 그러나 한기호 출판마케팅연구소장은 “<아프니까 청춘이다>에는 20대에 대한 인문사회적 성찰이 없다. 그게 문제다. 그런데 그런 성찰이 들어갔다면 밀리언셀러가 되지 못했을 것” 이라고 말했는데, 이러한 청춘에 대한 위로와 공감 코드가 사회적 성찰이 없는 자기계발서라는 비판이 제기되기도 함
- 성공회대 대학원생 최태섭은 “내용만 보면 20대를 대상으로

159) 영국에서 교육, 고용 혹은 훈련 과정에 속해 있지 않은 일종의 구직 포기 청년층을 의미함

160) 일본에서 부모에게 지속적으로 생계를 의존하고 독립을 하지 못하는 청년층을 가리키는 신조어

161) 뉴시스, 2011.12.22.

한 다른 자기계발서들과 다른 점이 없” 고, “당사자와 조연자, 야심가들이 만들어낸 ‘청춘담론’ 의 판에서 이전 책들이 깔아놓은 판돈을 <아프니까 청춘이다>가 가져간 형국” 이라고 지적함

- <아프니까 청춘이다> 이후 ‘청춘’ 을 전면에 내세운 책들이 쏟아졌는데, <청춘, 자신을 존중하고 축복하라>, <희망이 청춘에게 답하다>, <힘내라 청춘>, <청춘에게 안부를 묻다>, <청춘아, 너만의 꿈의 지도를 그려라>, <청춘, 너는 미래를 가질 자격이 있다>, <차갑지도 뜨겁지도 않은 청춘에게>, <김형의 청춘 고함: 돌아보지 마! 포기하지 마! 늦어도 괜찮아!>, <레알 청춘>, <덤벼라 세상아> 등이 있음

<표 3-2> 청년 담론의 단계별 진화¹⁶²⁾

단계별	연도	출판서적	내용
1단계	2007	<88만원 세대> ¹⁶³⁾ <혁명은이렇게조용히> <대한민국 이십대, 절 의 트라이앵글을 넘어>	기성세대가 20대의 문제를 발언함
2단계	2009 -2010	<고 어라운드> <요새 젊은 것들> <위풍당당 개청춘> <이십대 전반전> <우리 시대 젊은 만인보>	20대 스스로 자기 세대의 문제를 제기(기성세대의 진단이나 조연이 20대 문제를 제대로 드러낼 수 없다는 인식을 공유하는 이른바 ‘포스트 88만원 세대’ 담론)
3단계	2011	<아프니까 청춘이다> <언니의 독설> <방향해도 괜찮아>	20대 위로 공감

162) 주간경향 2011.09.06참조

163) 대중적으로 회자된 세대 명칭 중 ‘88만원 세대’ 는 독특한 자리를 차지하는데, 88만원 세대는 정치적 사건(6·3세대, 유신세대)이나 연령과 학번의 조합(386세대)이나 새로운 문화적 감수성(신세대)이 아닌, 사회경제적 조

○ 〈싸우는 20대 어디로 가는가〉 토론회

- 20대가 살아가는 방식이 너무나 다양하고, 20대 젊은이들 역시 모두 투쟁하지 않는 것은 아니며, 현재도 권력과 자본의 횡포에 맞서 싸우는 젊은이들이 많다는 인식에서 올해 1월 〈싸우는 20대, 우린 어디로 가는가?〉라는 제목의 토론회 개최
- 토론회에는 즐겁게 싸우는 청년, 싸우다 학교에서 잘린 대학생, 안 싸운 대학생, 비정규직 노동자 등이 한 자리에 모였는데, **“20대에 대한 일반화는 주변부에 대한 말소다. 우리를 무시 말아 달라”** 고 주문하기도 함
- 〈이것은 왜 청년이 아니라 말인가?〉의 저자 엄기호는 “어른들은 20대에게 ‘우린 열심히 도와줄 테니 당사자인 너희가 열심히 싸워야 한다’ 고 책임을 회피해 간다” 며, ‘당사자주의’를 경계해야 한다고 지적함

건(노동시장 평균임금 88만원)으로 세대를 규정. 청년 세대의 사회경제적 조건에 주목한 〈88만원 세대〉는 20대를 소비 주체가 아니라 노동 주체로 봤고, 그 결과 노동시장에서의 세대간 불균형, 불안정 노동, 청년 빈곤 등의 문제를 사회적 화두로 만들며 최근 몇 년 사이에 폭발한 ‘20대 담론’의 기폭제가 됨. 물론 이 책이 하나의 사회현상으로 자리잡을 수 있었던 것은 호응과 반론을 포함한 20대 독자층의 반향이 있었기 때문으로, 출간 초기 판매에 날개를 달아준 구매층의 40%가 20대였음. 〈88만원 세대〉 이후 비슷한 고민을 담은 책들이 꾸준히 나왔고, 〈88만원 세대〉 공저자인 우석훈 박사는 2008년 〈혁명은 이렇게 조용히〉를 펴냈는데, 〈88만원 세대〉에서 20대에게 ‘짱돌을 들라’ 고 주문했던 저자는 이 책에서는 20대들이 연대함으로써 세상을 조금씩 바꾸는 노력을 해보라고 권함. 〈대한민국 이십대, 절망의 트라이앵글을 넘어〉(2009)는 등록금 문제와 실업문제를 따지면서 등록금 후불제, 20대 노조 결성 등을 대안으로 제시해, 본격적인 20대 당사자 운동의 필요성을 제기함.

다. 디지털 네이티브의 창의적 ‘잉여짓’

- 한편 디지털 네이티브인 20대의 유희적 감수성과 집단적 창의성이 인터넷을 통해 ‘잉여짓’ 으로 표출되고, 인디음악, 영화, 웹툰 등에서 독특한 잉여문화를 생산해내면서 대중매체 및 대중문화시장에서도 주목을 받음

- **창의적 잉여짓, 새로운 청년 문화**¹⁶⁴⁾
 - ‘잉여’¹⁶⁵⁾와 ‘루저’ : 인터넷에서 유행했던 ‘우린 안 될 거야, 아마’ 시리즈는 냉소와 패배의 정서가 담긴 현상의 신조어로 거론되기도 함
 - 그러나 생산적인 일에 집중하지 않는 ‘잉여로운’ 시간은 예술가들의 창작을 위한 조건으로도 간주되는데, 가령 공연을 핑크 내는가 하면, 게을러서 첫 음반을 내는 데 반년이나 걸리는 모습들을 들 수 있는데, 이는 사회가 만든 기준 때문에 원치 않게 ‘잉여’ 가 된 이들에게 다시 한 번 행복의 진정한 의미를 깨닫게 해주는 순간이 됨
 - 흥대 마인드를 대표하는 뮤지션인 십센치는 기계로 찍어낸 것처럼 비슷해 보이는 아이돌들이 하루에도 몇 명씩 쏟아져 나오는 가요계에서 잉여의 일상에서 영감을 받은 〈아메리카노〉, 〈사랑은 은하수 다방에서〉, 〈오늘밤은 어둠이 무서워요〉 등을 발표해 인기를 모음
 - 대중의 폭넓은 사랑을 받고 있는 눈뜨고 코베인, 장기하와 얼굴들, 불나방스타쏘세지클럽, 아마도 이자람 밴드 등의 소속사인 붕가붕가레코드 고건혁 사장은 아예 자신들의 창의성이

164) 주간한국. 2011.8.23.

165) 하는 일 없이 빈둥거리고 있어도 그만 없어도 그만인 사람. 주로 취업에 실패한 청년실업자를 의미하는 신조어.

‘잉여짓’에서 나온다고 말함

- ‘아무것도 하지 않는 시간’에 가장 창조적인 작업이 이루어진다는 점에서 잉여는 새로운 창의성의 원천으로 평가받는데, 어느 음악인은 아무 일도 없을 때 방에 드러누워 배에 기타를 얹어놓고 똥똥거리다 보면 어느 순간 노래의 뼈대가 떠오른다고 하고, 다른 음악인은 수업이나 회의에서 판짓을 하며 노트에 끼적이던 것들로 노래를 만들기도 함
- 〈싸구려 커피〉가 한 시기를 풍미한 곡이 된 배경도 ‘잉여적 감성’에서 나온 것인데, 대단한 메시지도 없이 그저 무기력한 젊은이의 일과가 오롯이 담긴 노랫말은 실제로 비슷한 삶을 살고 있는 동시대 젊은이들에게 공감을 불러일으킴
- 영화 〈반드시 크게 들을 것〉은 타바코 쥬스의 멤버인 백승화가 찍은 ‘잉여뮤지션’이 이 시대를 살아가는 방식을 흥미롭게 조명한 영화로 한국영상자료원의 〈樂&DOCU: 음악다큐멘터리 특별전〉에서 재상영되기도 함
- 잉여문화 확산의 진원지 〈디씨인사이드〉: 온갖 잉여의 정서가 축적되어 인터넷 전반에 잉여문화를 확산시키고, 잉여적 삶을 받아들이며 가장 효과적으로 즐기며 사는 곳으로 알려져 있는데, 2010년에는 ‘성공한 디씨인’으로 평가받는 이응일 감독의 〈불청객〉이 제작되어, 온라인 속 잉여의 정체성을 인정하고, 이를 소재로 활용하여 상상력으로 승화시켰다는 점은 잉여의 잠재성을 보여주는 좋은 사례로 평가됨

○ 잉여는 좌절의 흔적이 아닌 공감의 키워드

- 잉여가 서식하고 있는 인터넷에서도 잉여적 행태는 처음에 부정적이었으나, 장시간 인터넷에 몰두하는 일종의 닫힌 문화현상이라는 점에서 반대로 잉여문화코드에 대한 이해가 새로운 공감의 바탕으로 인식됨

- 웹툰 <이말년 씨리즈>나 <패션왕> 등의 인기는 직설화법을 통해 기존 웃음 코드와는 전혀 다른 정서로 네티즌을 웃기며 공감을 이끌어냄
- 올해 발간된 잉여문화에 대한 연구서 <잉여의 시선으로 본 공공성의 인문학>에서 김수환 한국외국어대 교수는 이런 정서의 특징 중 하나인 ‘병맛’ 을 다루어 화제를 모았는데, ‘병신 같은 맛’ 의 준말로, 맥락 없고 어이없음을 의미하는 병맛은 작가와 독자가 공히 잉여라는 존재로 묶이고 그에 공감해 모종의 연대의식을 만들어내면서 폭발적 호응을 얻었다고 분석함

○ **잉여력에 날개를 달아준 장난감: 인터넷 사이트와 스마트폰**

- 스마트폰은 하루에도 여러 번 무료함을 느끼는 10~30대에게 없어서는 안 되는 장난감이 되었고, 이러한 현실 속에서 컴퓨터 앞에 앉아 수많은 창작물을 만들어내는 능력을 ‘잉여력’ 이라고 부르게 됨
- 컴퓨터나 스마트폰을 뒤적이며 ‘잉여짓’ 에 몰두하는 건 청년 실업자들뿐이 아니며, 아침에 출근해 야근까지 해내야 하는 직장인들도 때에 따라 ‘잉여공주’ , ‘잉여왕자’ 로 변신
- 심심할 때 손에 들고 있는 것은 마우스 또는 스마트폰으로, 하루 24시간을 컴퓨터나 스마트폰과 ‘연결’ 되어 지내는 이들은 때때로 무료함을 해결하려고 바쁘게 손을 움직여, 인기검색어를 좇아 포털사이트 연예뉴스를 검색해 보고, SNS 타임라인을 들여다 보고, 메신저에서 수다를 떨기도 함

○ **청년 인디문화에 대한 진지한 접근: 부산문화재단의 <회춘프로젝트>**

- 올해 부산문화재단은 도시공공예술 프로젝트 사업의 당선작으로 ‘대안문화행동 재미난 복수’ 의 <부산 회춘프로젝트>를

최종 선정해, 부산지역 문화예술 지원 사업 중 가장 규모가 큰 1억8000만원의 국비 및 시비를 지원

- 심사위원단은 “기존의 프로젝트들이 하드웨어 중심의 사업 계획을 펼친 데 반해 부산 회춘 프로젝트는 소프트웨어 위주의 사업 아이디어를 냈다”면서 “젊은 예술가와 단체의 커뮤니티를 중심으로 네트워크를 구축해 지속적인 발전 가능성을 보여준 점이 좋은 평가를 이끌어냈다”고 선정 이유를 밝힘
- 부산 회춘 프로젝트는 부산 청년문화의 중심지라고 할 수 있는 부산대 앞을 기점으로 문화 활성화를 이루기 위해, 금정구청, 상가연합회, 부산대 등 범사회적인 네트워크와 다양한 문화예술 단체 및 아티스트가 손을 잡고 시민중심의 공공예술 사업을 전개한 사업(부산 회춘 프로젝트에는 재미난 복수 외에 생활문화공간 통, 프로젝트팀 MADA, 호밀밭출판사, 아트마켓 아마존 등이 참여)
- 주요 사업내용은 부산대 일대를 청춘과 청년 문화 코드로 연결하는 ‘틈새 프로젝트’, ‘비가 오나 눈이 오나’ 릴레이 공연 100일 프로젝트, 온천천 문화살롱 프로젝트, 네트워크 페스티벌, 공연 배달 프로젝트 등으로 구성
- 남송우 부산문화재단 대표는 “청년문화 생태계 구축을 내세운 부산 회춘 프로젝트가 실질적으로 부산의 문화를 젊고 활기차게 바꿔나갈 수 있기를 기대한다”고 밝힘¹⁶⁶⁾

2. 장애를 넘어선 가능성의 예술, 에이블 아트

가. 등록장애인 250만 시대: 장애인 권리의식의 확산

166) 한국경제, 2011.5.6.

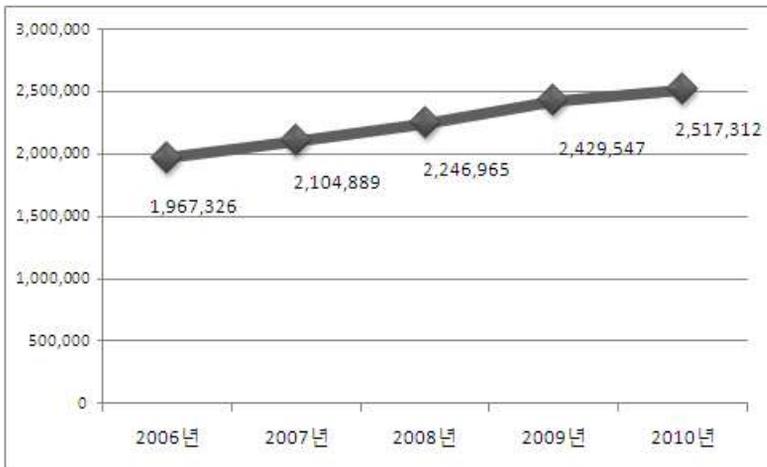
- 정부 인정 장애유형 확대 및 장애인 권리의식 확산으로 2010년 기준 등록 장애인 인구가 250만 명을 초과
 - 정부가 인정하는 장애유형이 원래는 지체, 시각, 청각, 언어, 지적 장애 등 5개였으나, 2000년 뇌병변, 자폐, 정신, 신장, 심장 장애 등이 추가되면서 10개로 증가해 등록 장애인 증가의 한 원인이 됨
 - 올해 중증장애인가족 지원 법안을 발의한 한나라당 이정선 의원은 12월에는 <중증장애인 직업영역개발을 통한 고용창출 활성화 방안 모색 정책토론회>를 개최해, 장애인에게 일자리가 꼭 필요한 이유에 대한 전반적 인식개선이 필요하다고 강조
 - 올해 (사)한국여성장애인연합은 여성장애인 모성권 확보를 위한 정책발표회를 개최했는데, 지난 1년간 총 209명의 여성장애인 출산지원금 지원실태를 분석한 결과를 근거로 여성장애인 모성권 사각지대를 해소하고 제도화 방법을 모색

- 계속되는 장애인에 대한 차별과 폭력
 - 그러나 2010년 장애인 인권 침해 예방센터 인권상담 사례 분석 보고회에서는 여전히 많은 수의 장애인들이 인권의 사각지대에 놓여 있다는 지적이 이루어졌는데, 가령 장애인 채용과정에서 장애인 구직자 10명 중 8명은 ‘차별을 느꼈다’ 고 응답함¹⁶⁷⁾
 - 장애인은 여러 영역에서 장애로 인한 차별이나 폭력 상황에 처해 있으며, 이러한 상황 발생시 피해 장애인은 매우 치명적인 결과에 직면할 수 있어 이에 대한 보다 전문적인 접근을 통한 지원이 필요하고, 장애차별의 문제도 장애인에 대한 기본권의 보장이라는 주권원칙에 의해서 접근되어야 함
 - 한국지체장애인협회중앙회 강인철 기획조정실장은 “장애인

167) 에이블 뉴스, 2011.11.29

고용은 장애인의 경제적 자립과 사회통합을 위해 반드시 이뤄져야 할 과제”라며 “중증장애인의 고용이 장애인의 능력향상으로만 초점이 맞춰져 개인의 문제로만 치부되는 것은 경계해야 할 지점이라 생각한다. 중증장애인 고용 및 고용유지를 위한 근로환경 조성 과 인신개선이 필요하다” 고 말함

<그림 3-16> 우리나라 등록 장애인 인구수



*자료원: 보건복지부

나. 에이블 아트의 인프라 확충 활성화

○ 에이블 아트?

- 장애인의 삶의 질을 향상시키기 위한 ‘에이블 아트’ 운동이 국내에서도 일어나 2000년 초에는 장애인 전문극단(극단 휠)이 등장
- 1970년대 일본에서 처음 시작된 ‘에이블아트’ 운동은 이 같은 벽을 깨기 위한 대표적인 문화예술운동으로, ‘가능성의 예

술’ , ‘장애의 예술’ 이라는 뜻을 담고 있으며, 장애가 있는 사람이 무능력한, 불가능한(disabled) 존재가 아니며 그들만이 표현할 수 있는 예술세계가 있음을 강조하는 말이기도 함

- 일본의 대표적인 장애 예술 운동단체인 ‘민들레의 집’ 은 장애가 있는 사람들의 작품을 모아 전시하는 전람회를 개최하면서 전람회의 타이틀을 <에이블 아트>라 정했고, 이후 장애인 예술 활동을 지원하는 NGO를 조직해 ‘에이블 아트’ 라 명명
- ‘에이블 아트’ 는 한국의 장애 예술운동과도 활발한 교류 활동을 펼치고 있는데, 파라다이스 재단과 공동기획으로 에이블 아트 포럼을 두 차례 일본과 한국에서 개최한 바 있음
- 미국에서는 ‘베리 스페셜 아트(very special art)’ 라는 용어를 사용하고 있고, 영국에서는 ‘장애 예술(disability arts)’ 이라는 용어를 사용하고 있음
- 각 나라의 사회적, 문화적 배경에 따라 용어가 차이를 보이고 있으나 한국에서 용어의 사용은 아직 정립되지 않은 상태이나, 기본적으로 장애와 차이가 차별의 근거가 되는 것이 아니라, 세상을 바라보고 경험하는 새로움의 원천이 될 수 있다는 관점에서의 접근 필요
- 장애인의 예술은 여태껏 복지라는 관점에서만 존재해 왔기 때문에, 예술적으로 저평가되었으나, 최근 현대예술의 폭과 경계가 확장되면서 새로운 예술로서 주목을 받고 있음

○ 에이블 아트를 위한 인프라의 확장

- <한국장애예술인총람>의 발간: 올해 장애인문화진흥회는 문화체육관광부와 한국문화예술위원회의 지원을 받아 국내 최초로 <한국장애예술인총람>을 발간했는데, 여기에는 문학, 예술, 미술, 음악, 공연, 방송 분야에서 가장 활발하게 활동하고 있는 장애예술인 199명과 장애인문화예술사업을 시행하는 단체 67

곳이 수록됨(네 손가락의 피아니스트 이희아, 가수 조덕배, 동양화 구축화가 오순이씨, 한 손 마술사 조성진, 시인 김옥진, 시각장애 방송인 심준구, 성악가 최승원, 방송작가 방귀희 등 포함)

- 이번 총람 발간과 관련해 장애인문화진흥회는 “한국장애예술인총람은 장애인예술을 활성화시키는 수단이며, 최고의 인력을 공급할 수 있는 역할을 할 것” 이라고 의미를 부여함
- **국내 최초 장애인전용예술센터 개관:** 수원에서 장병용 등불감리교회 목사, 안병은 신경과 전문의를 비롯한 많은 사람들이 2000년부터 건립기금 마련을 위한 노력을 해온 끝에 올해 에이블아트센터가 개관함
- 장병용 목사는 “10여년 전만 해도 사람들이 에이블아트에 대해 이해하지 못했다. 장애인들이 생활도 힘든데 예술 운운하는 건 사치라며 비난하기도 했다” 고 하면서, “장애인들의 복지가 나아진 것은 사실이지만, 그들의 질적인 삶에 대해선 아직 우리 사회가 깊이 있게 접근하지 못하고 있다” 고 말함
- 에이블아트센터에서는 음악, 미술, 문학, 연극, 영화, 멀티미디어 등 장르별로 장애인들에게 문화예술을 가르칠 예정이며, 또 전문 예술가 양성작업, 장애인과 비장애인이 함께하는 통합문화예술 활동도 펼쳐나갈 예정
- 이를 통해 국내 장애인문화예술운동의 구심점 역할은 물론 세계적 장애인문화예술단체들과 네트워크도 마련할 계획이며, 궁극적으로는 장애인과 비장애인의 연대와 나눔, 소통의 공동체를 지향함
- **세계 최초 장애인 예술가를 지원하는 서울형사회적기업 <디자인마이러브>:** 2011년 서울형사회적기업으로 지정된 장애인 문화예술 기획사인 <디자인마이러브>는 장애인 예술가의 예술적 가치와 사회적 가치를 추구해 장애인 예술가의 일자리를 창출

하는 순환형 사업구조를 갖고 있으며, 장애인 예술가의 문화행사 기획 및 주최, 장애인 예술팀 운영, 장애인 예술가 매니지먼트의 사업을 추진

- 세계 최초로 장애인 예술가들을 지원하는 커뮤니티 사이트인 이곳은 국내에도 500여명이 넘는 장애인 예술가들이 존재하지만 장애인 예술시장 자체가 존재하지 않고 일반 예술가들의 복지도 어려운 상황에서 장애인 예술가의 복지는 더욱 열악하다는 점 등으로 고려해 장애인 예술가들이 재능을 펼칠 수 있는 무대를 만드는 데 주력¹⁶⁸⁾

다. 에이블 아트의 새로운 시도

○ 홍원석 작가의 <용암동 장애인 자립생활 아트 프로젝트>

- 스스로를 ‘흥기사’라 칭하는 서양화가 홍원석 작가는 청주미술창작스튜디오 입주작가인데, 예술향유에서 소외된 장애인의 예술이해를 돕기 위해 4개월 간 <용암동 장애인 자립생활 아트 프로젝트>를 진행
- 이 프로젝트는 장애인들을 예술 창작이나 생산과정에 적극적으로 개입시키며 참여자 사이에서 상호작용을 이끌어내는 것을 목표로 진행됨
- 택시운전을 하던 할아버지와 아버지에 대한 어린시절의 추억, 군 시절 엠블런스 운전병으로 야간운전을 했던 기억, 이후 생계를 위해 대리운전을 했던 경험 등 ‘운전’에 대한 다양한 기억은 작가의 평면회화를 통해 다양하게 표현되어 왔는데, 작년 10월 단기 입주작가로 청주 미술창작스튜디오에 들어간 작가는 용암동이라는 동네에 관심을 갖다 충북직지장애인자립생

168) MBN cnd, 2011.8.3.

활센터에 주목하여 이번 프로젝트를 시작하게 됨

- 그 과정에서 처음에는 낯설어 하던 장애인들도 2주에 한번 진행된 전시 관람과 작가와의 대화를 통해 저마다 좋아하는 작가도 생기고 그림에 대한 호기심도 커졌는데, 홍 작가는 “예술가로서, 시민으로서 예술이라는 방식을 통해 장애인과, 사회와 대화하고 싶었다” 며 “예술가로서 작게나마 소통한 것에 큰 보람을 느낀다” 고 말함
- 이번 전시는 장애인들과 전시를 관람하는 <용암동 미술관 가기>, 장애인들과 함께 주변 시설들을 다니며 불편한 점들을 인터뷰하는 <기적의 인터뷰 X>, 2010년 12월 서울에서 열린 전국장애인부모권리선언대회에 함께 참여하고 운전해주는 <홍기사 대리운전 프로젝트>, 크리스마스날 산타가 되어 선물을 나눠주는 <홍기사 크리스마스>의 네 주제로 구성됨
- 홍 작가는 “이번 프로젝트를 진행하며 절실히 느꼈던 것은 화려한 치장이 아닌 꾸준한 관심과 배려였다” 며 “단기성이 아닌 장기적인 프로젝트를 진행할 계획인 만큼 지역의 일반인들과 예술가의 적극적인 참여를 기대한다” 고 말함¹⁶⁹⁾

○ 극단 ‘파전’ 의 <매직타임>

- 기존 장애인예술이 담아내지 못한 예술양식과 관람방식에 대한 고민을 기초로 서울대, 선문대, 한국외대 등 여러 대학을 다니는 장애인·비장애인 학생 20여 명이 모여 극단 ‘파전’ 을 창단함
- 파전은 ‘깨뜨리자(破) 이전의 것들(前)을’이라는 뜻을 담고 있으며, 올해 제임스 서먼의 원작을 지난 1998년 장진 감독이 연출해 장기흥행에 성공한 <매직 타임>을 무대에 올렸는데, 다양

169) 대전일보, 2011.1.12.

- 한 몸에 대한 새로운 해석과 표현을 더한 공연으로 기획함
- 파전은 “파전의 매직타임은, 이제 원작의 걸쭉하고 유쾌한 매력과 더불어, 엄숙하고 정형화된 고전극 햄릿의 틈새를 다양한 몸과 표현을 통한 창조적 변주를 덧붙인다” 라면서 “이른바 ‘장애’ 라는 이름으로 수동적이고 열등한 존재로서 묘사되는 배우들의 몸을 당당하고 매력적인 고전극의 주인공으로 만들 것” 이라고 밝힘
 - 이번 공연의 제작 및 기획을 맡은 김원영 씨는 "장애 유무와 상관없이 각자의 배우들은 각각의 역할을 통해 가장 자연스럽게 아름답게, 새롭게 등장해야 한다"라면서 "따라서 장애가 있는 배우가 극 중에서 장애인 역을 맡거나 움직임이 덜한 역을 맡는 것으로 역할의 한계를 설정하지 않았다"라고 말함
 - 김 씨는 “예를 들면 극중극 형식으로 나오는 햄릿의 칼싸움 장면 등은 중증장애가 있는 배우는 소화하기 어렵다고 생각할 수 있다”라면서 "하지만 우리는 중증장애인 배우가 전동휠체어 동선을 이용해 박진감 있는 싸움 장면을 보여줄 수 있도록 이에 필요한 액션과 무대장치, 소품 등을 마련해 준비하고 있다” 라고 전함
 - 즉, 파전은 공연을 통해 장애가 있는 몸에 부여되었던 기존의 통념들에 새로운 해석의 가능성을 제시하고, 장애 유무를 떠나 각자의 배우들이 미적 성취를 이루도록 함으로써 장애인예술의 새로운 단계를 모색하는 것을 중요한 목표로 삼음
 - 또한 장애의 유무를 떠나 누구나 즐길 수 있는 공연을 만들고자, 청각장애인을 위해서는 스마트폰의 채팅기능을 이용해 배우들의 대사와 동시에 해당 메시지를 전달하고, 시각장애인에게는 스마트폰과 이어폰을 이용해 해당 장면과 상황을 전달함¹⁷⁰⁾

3. 성소수자문화 홀릭, 문화다양성의 진화

- 성소수자 차별금지법 반대 논란, 성소수자 차별금지 조항을 담은 학생인권조례 논란 등이 사회적 이슈로 제기되는 한편, 패션, 드라마, 영화 등 다양한 문화예술 장르에서는 게이문화가 활발하게 다루어지고, 게이클럽에 가는 것이나 게이취향이 세련된 문화코드로 인식되는 경향은 확산될 전망
 - 이에 최근 대중문화에서 동성애 코드가 주요 소재로 빈번하게 등장하면서 시민들의 거부감이 많이 줄었으나, 여전히 영화 <친구사이>(2011)의 청소년 관람가 판정 등 뜨거운 논쟁이 지속되는 경향
 - 그러나 한편에서는 <LGBT(레즈비언, 게이, 바이섹슈얼, 트랜스젠더) 영화제>등 성적 소수자들의 목소리를 담은 창작물이 여러 분야에서 꾸준히 제작, 발표되고 있음

가. 성소수자 인권의 사회적 이슈화

- 2011년 국민인권 의식 실태조사 보고서¹⁷¹⁾
 - 15세 이상 일반 시민들은 집단별 인권 존중도에서 ‘인권이 존중되지 않는다’는 응답 비율이 높은 집단은 성매매 여성(84.7%), 전과자(80.3%), 노숙자(81.2%), 구금시설 수용자(76.7%), 병력이 있는 사람(76.7%), **성소수자(76.1%)** 등이라고

170) 비마이너, 2011.12.13.

171) 서울경제.2011.12.7. 본 실태조사 보고서는 서울대학교 사회발전연구소가 인권위 의뢰를 받아 5월부터 11월까지 전국에 사는 만 15세 이상 국민 1,500명과 인권 관련 전문가 225명을 대상으로 설문조사해 작성한 것임.

답함

○ 성소수자 차별금지법 논란

- 법무부가 지난 2007년 10월 입법예고한 차별금지법은 "「헌법」의 평등이념에 따라 성별, 장애, 병력, 나이, 출신국가, 출신민족, 인종, 피부색, 언어, 출신지역, 용모 등 신체조건, 혼인 여부, 임신 또는 출산, 가족형태 및 가족상황, 종교, 사상 또는 정치적 의견, 범죄전력, 보호처분, 성적지향, 학력(學歷), 사회적 신분 등을 이유로 한 정치적,경제적,사회적,문화적 생활의 모든 영역에 있어서 합리적인 이유 없는 차별을 금지하고 예방하며 불합리한 차별로 인한 피해자에 대한 구제조치를 규정한 기본법을 제정함으로써, 헌법 및 국제 인권규범의 이념을 실현하고 전반적인 인권 향상과 사회적 약자, 소수자의 인권보호를 도모함과 아울러 궁극적으로 사회통합과 국가발전에 기여할 수 있도록" 하기 위한 법적 근거로 간주되었으나, 이에 대한 기독교계의 반대 등으로 이후 차별금지법안의 차별금지대상에서 '성적지향' 을 비롯하여 '학력, 가족형태 및 가족상황, 병력, 출신국가, 언어, 범죄 및 보호처분의 전력' 등 7개 항목이 삭제되고 2008년 17대 국회 회기 만료와 함께 법안이 폐지됨
- 2009년 유엔은 차별금지법안이 심의도 없이 폐기된 뒤 포괄적인 차별금지법이 아직도 채택되지 않은 점, 차별금지사유 중 일정한 차별사유만을 포함하고 국적과 성적 지향 등과 같은 사유를 배제하고 있는 것에 대해 우려를 표시하며 포괄적인 차별금지법 채택을 촉구
- 2010년 법무부는 '차별금지법특별분과위원회' 를 설치해 '성적 지향을 포함한' 다양한 영역에서의 차별을 금지하는 것을 뼈대로 '차별금지법' 발의를 준비해 왔으나, 여전히 기독교계 등의 반대운동이 강력하게 전개되고 있어 현재까지도 논란이

계속되고 있음

- 법무부 관계자는 “미국은 민권법, 독일은 평등대우법 등 인간의 평등권을 광범위하게 보장한 기본법이 마련돼 있다”며 “차별금지법도 사람을 존중하는 성숙한 사회로 나아가기 위한 것인데, 동성애에만 관심이 쏠려 법률 도입의 취지가 제대로 알려지지 않는 것 같아 아쉽다” 고 말함¹⁷²⁾

○ 서울학생인권조례의 성소수자 인권 보장 항목 논란¹⁷³⁾

- 올해 12월, 서울시의회 교육위원회는 서울시민 9만7천여 명의 발의로 시작된 ‘서울학생인권조례’ 수정동의안을 통과시켰는데, 쟁점이 됐던 ‘차별받지 않을 권리’(5조)는 ‘임신 또는 출산’, ‘성적지향, 성별정체성’ 등을 차별금지 요건으로 명시해 원안의 취지와 내용이 그대로 통과됨
- 반대토론에서 김덕영 교육위원은 "합의도, 대세도 아닌 내용으로 학교를 실험장으로 만들고 있다"며 "동성애를 하게 되면 48%가 에이즈에 걸린다는 통계가 있다"며 반대의사를 밝힘
- 회의 전후로 인권단체와 보수단체가 농성을 벌여 인권운동가, 성적 소수자 및 지지자 50여 명 “학생인권조례는 최소한의 인권저지선이다” 라고 통과를 촉구했고, 보수단체 측은 “나쁜 인권, 나쁜 조례, 폐기하라” 며 “헌법이 행복추구권과 인간의 존엄성 등 인권에 대해 규정하고 있는데 왜 또 조례를 만드냐” 고 비판함
- 그러나 이미 2005년 한국의 13~23세의 청소년 동성애자를 대상으로 실시한 조사결과에 의하면, 조사 대상자의 70% 이상은 자살을 고민해 본 경험이 있고, 45.7%는 실제 자살을 시도해, 청소년 동성애자들이 자신의 성적 지향을 드러내는 과정에서

172) 조선일보, 2010.12.14.

173) 연합뉴스, 2011.12.14.

- 수용 정도, 아웃팅, 반동성에 폭력경험 등의 사회적 반응으로 우울과 자살 위험성에 중요한 영향을 받은 것으로 밝혀짐
- 2011년 성소수자 인권단체들로 구성된 ‘학생인권조례 성소수자 공동행동’은 “성소수자라는 이유로 학교에서 따돌림, 괴롭힘, 폭언, 폭력 등에 시달리는 청소년들이 있다”며 “성적 지향과 성별 정체성으로 인한 차별을 금지하는 조항이 학생인권조례안에 꼭 포함되어야 한다”고 주장함
 - 이미 작년에 채택된 경기도 학생인권조례와 광주시 학생인권조례에는 차별받지 않을 권리 조항에 성적 차별을 금지하는 내용을 포함하고 있는 상태임

나. 게이컬처홀릭과 논쟁들

○ 트렌드세터로 화한 게이문화와 게이 마케팅

- 과거 동성애는 대중 문화를 선도하는 소수 트렌드세터의 세련된 취향 정도로만 통용되었는데, 게이 디자이너와 스타일리스트 등이 나와 촌뜨기 남성 이성애자를 멋쟁이로 바꿔놓는 <퀴어 아이>. 부잣집 미남 게이들의 얽히고설킨 애정 행각을 그린 <퀴어 애즈 포크>. 레즈비언의 사랑을 다룬 <L 워드> 등 미국 오락 프로그램과 드라마가 국내로 수입되면서 형성되기 시작
- 그러나 전세계 유행의 흐름이 게이에서 일반 여성, 대중의 순으로 전파된다는 것은 마케팅 업계에서는 이미 널리 알려진 사실이라, 경제학자들은 게이들의 공격적인 소비성향을 두고 ‘핑크머니’라 칭하고 게이 마케팅에 주목하였으며, 최근 국내에서도 이러한 게이 마케팅이 자리를 잡아가는 추세
- 특히 해외 유명 디자이너들이 대다수 게이이며 공공연히 게이 코드들을 패션과 실생활에서 드러내면서 게이는 하이패션(최첨

단의 유행)의 동의어처럼 인식되는 경향

- 패션 잡지, CF, 리얼리티 프로그램을 통해 화려하고 세련되게 비쳐지는 게이들의 모습은 문화 분야에서 구매력이 높은 20~30대 여성의 소구 대상이 되었는데, 이런 경향을 낳은 대표적인 <섹스 앤 더 시티> 주인공들의 패션과 삶이 욕망의 대상이 되면서, 그들 주변의 잘 나가는 게이 친구에 대한 판타지도 널리 확산됨
- 최근 우리나라에서 흥행한 드라마나 영화 광고에는 이미 게이 코드가 상당수 포함돼 있고, 게이 패션이 아이돌 그룹의 의상으로 다시 태어나거나 국내외 유명 가수가 게이 페스티벌에 참가하는 일도 일반화되고 있음
- 패션 칼럼리스트 황의건은 양지로 나오고 있는 게이 문화에 대해 긍정적으로 평가하면서, “처음에 시작한 돈을 벌기 위한 것이지만 궁극적으로 소통의 계기가 되고 의식이 전환이 되서 균형적으로 열린사회가 되는데 공헌한다고 생각한다.” 고 말함
- 요컨대 게이 문화는 따라잡고 싶고 열광할 만한 마케팅 코드로 안착했고, 패션계나 광고계에서 ‘셀러브리티’ 로 여겨지는 게이들도 등장함에 따라, 한 블로거의 말처럼 “게이 클래스는 수적으로는 마이너리티이지만 사회적 위상으로 볼 때 메이저리그 급” 으로 부상하고 있음
- 이와 관련해 “그것은 게이 문화라기보다 게이 판타지에 가깝다” 고 선을 긋는 입장도 있는데, 한 미술 작가는 “게이가 모든 이성애자 남성을 좋아할 거라는 환상, 게이들은 모두 예쁘고 아름다울 것이라는 환상 등 각자를 위한 ‘게이 환상’ 이라는 측면에서 논의되어야 할 것” 이라고 말함¹⁷⁴⁾

174) 프레시안, 2011.4.22.

○ 게이 컬처?

- 게이 컬처의 원류는 게이라는 단어가 탄생한 제2차 세계 대전 이후 미국에서 찾을 수 있는데, 그 즈음부터 남성 동성애자와 그 그룹, 문화를 일컫는 일반적인 형용사이자 명사가 된 ‘게이’가 독특한 하위문화를 만들어내는 원동력이 됨
- 샌프란시스코와 뉴욕의 바(bar) 문화, ‘캠프’(노동자 계급 게이 남성의 미적 취향이나 행동) 스타일로 변형시킨 오페라, 트루먼 카포티의 문학부터 재스퍼 존스의 미술에 이르기까지 다양한 게이 컬처가 축적됨
- 1950~60년대만 해도 동성애는 일종의 정신병이며 치료를 통해 정상으로 돌아올 수 있는 질병이란 견해가 의학계에서도 정설로 받아들여지고 제도적으로도 불법이었으나, 1960년대 중반부터, 성 해방 움직임과 히피 문화가 요동치면서 게이 컬처는 더 뚜렷한 윤곽선을 갖고 전면에 등장하게 됨
- 이후 게이 컬처는 문화예술계 혹은 게이들의 일상 속에만 갇힌 것이 아니라 세상의 왜곡된 통념을 바로잡는 데 기여하면서, 1989년 덴마크에서 시작해 특별법 제정을 거쳐 1990년대 유럽 각국에서 동성애자 결혼이 인정받게 됨
- 한편 30년 전까지만 해도 한국 사회에 게이는 “존재하지 않는 존재”로서, 주류 사회, 대중 매체, 도시의 공적 공간으로부터 존재를 부정당해 왔으나, 1980년대에는 지하철 종로3가역 근처 낙원동 일대에 4~50개에 게이바가 자리를 잡았고, 이곳에서 자생적인 게이 문화들이 싹트기 시작해 1990년대 중후반부터는 젊은 게이들이 ‘터널’, ‘스파르타쿠스’ 등 이태원 게이 클럽에 모여 들면서 종로와는 또 다른 커뮤니티 문화를 형성함
- 2000년에는 배우 홍석천의 커밍아웃이, 2001년에는 트랜스젠더 연예인 하리수의 등장이 있었으며, 그 이후 현재 2011년에는 극장과 영화제에서 <친구사이?>, <후회하지 않아>, <종로의

기적) 등 게이 영화인의 작품을 대중적으로 만날 수 있음

- 올해 발간된 <게이컬처홀릭>의 편집인 이종걸에 따르면 “성 소수자에게는 성적 지향이 자신을 이해하는데 대단히 중요한 사항이라고 강조” 하면서, 그는 게이 커뮤니티·게이 컬처의 특징에 대해 “잘못된 억압에서 자유롭고자 하는 정신, 차별에서부터 벗어나고자하는 평등의 정신” 일 것이라고 말함

○ 여성 동성애 다룬 드라마 <클럽 빌리티스의 딸들>(2011) 논란

- 올해 여성동성애를 전면으로 다룬 KBS 드라마스페셜 <클럽 빌리티스의 딸들>은 여성동성애클럽을 운영하고 있는 50대 중년의 박명희(최란)와 최향자(김혜옥), 30대 커리어우먼 강한나(한고은)와 이영은(오세정), 10대 여고생 김주연(진세연)과 윤여경(안지현) 등 각 세대를 대변하는 다양한 여성동성애자들의 사랑 이야기를 그린 드라마로, 드라마 제목은 동성애자의 권리를 찾기 위해 1955년 설립된 미국의 첫 여성동성애단체인 ‘빌리티스의 딸들(Daughters of Bilitis)’이라는 조직명에서 따옴
- 이 방송이 시작된 직후 시청자들은 비난과 옹호 의견으로 나뉘어 뜨거운 논쟁을 벌이고 있는데, 비난하는 의견은 주로 공영방송에서 다루기엔 부적절한 주제였다는 것과 동성애 자체에 대한 혐오감 표시로 모아짐
- 반면 옹호하는 쪽에서는 다양성에 대한 존중을 보여줬다며 방송 자체만으로도 의미 있었다는 평가를 내리고 있는데, 제작진은 방송 전에 “이번 드라마에 ‘동성애는 신이 허락하고 인간이 금지한 사랑’이라는 대사가 있다. 남들과 조금 다르다는 이유로 남들보다 조금은 힘든 그들의 삶과 사랑, 사실 그들도 우리와 다를 것 없는 사랑을 하고 있다는 것을 시청자에게 보여주고 싶다” 고 기획의도를 밝힘
- 이번 논란은 앞서 SBS 드라마 <인생은 아름다워>에서 게이 커

플 이야기가 방송 내내 논란이 된 것과 비슷하면서도 다른데, 당시엔 반대 의견만큼 동성애에 대한 재인식과 우리 사회의 포용력을 넓히는 계기가 됐다는 목소리도 높았으나, <클럽 빌리티스의 딸들>은 집중포화에 가까운 비난에 시달리고 있음

- 이에 대해 한 방송 관계자는 “남성동성애는 <왕의 남자>, <쌍화점> 같은 흥행영화를 통해 종종 접해왔지만, 여성동성애는 상대적으로 면적이 덜 되어 있어 이번 작품의 더 파장이 큰 것 같다” 고 분석함¹⁷⁵⁾

○ 영화 <친구사이?>(2010)의 청소년 관람가 판정 논란

- 영화 <친구사이?>는 20대 게이(남성 동성애자)의 사랑과 커밍아웃을 그린 영화인데, 영상물등급위원회는 이 영화가 선정성이 높고 청소년의 모방위험이 높다는 이유로 청소년관람불가 등급 결정을 함
- 이에 이 영화를 제작한 한국게이인권운동단체 ‘친구사이’와 ‘청년필름’의 대표이자 이 영화의 감독인 김조광수 감독은 영등위의 결정은 동성애를 차별하는 결정이라고 반발해, 영등위를 상대로 법원에 청소년관람불가 등급분류 취소소송을 제기했고 올해 4월에 원고 승소 판결이 내려짐
- 서울행정법원은 “동성애를 내용으로 한 영화라는 이유만으로 청소년의 일반적인 지식과 경험으로는 이를 수용하기 어렵다고 단정할 수 없다. 동성애를 유해한 것으로 취급하여 그에 관한 정보의 생산과 유포를 규제하는 경우 성적 소수자인 동성애자들의 인격권·행복추구권에 속하는 성적 자기결정권 및 알 권리, 표현의 자유, 평등권 및 헌법상 기본권을 지나치게 제한할 우려가 있다.” 며 원고의 손을 들어줌

175) 스포츠조선, 2011.8.8.

- 그런데 영등위가 1심의 청소년관람불가 취소 결정이 부모들의 자녀교육권을 침해한다고 주장하며 항소를 했으나 다시 서울고등법원의 판결은 1심의 원고 승소 판결을 인정한 것임
- 이와 관련해 천근아 소아청소년정신과 교수는 “성적 지향에 대한 결정은 청소년기 이전에 생물학적으로든 환경적으로든 이미 결정되어있을 것이라는 여러 연구결과에 비추어 본다면 동성애 표현물 자체가 청소년기의 성적 지향의 방향을 바꾸는 것은 아니며 이미 결정되어있던 성적 지향에 영향을 주는 정도일 것” 이라고 밝히고, “동성애에 대한 혐오, 동성애자들에 대한 사회적 편견으로 인하여 청소년기에 동성애 표현물을 제한하는 것은 바람직하지 않다고 본다. 단지 이성애적 음란물 사이트나 표현물들을 19세 이하에서 제한하는 것과 마찬가지로 동성애 관련 인터넷 사이트나 표현물 등에도 등급을 정하여 포르노나 음란물에 대해서는 규제할 필요가 있다고 생각된다” 는 의견을 제시함¹⁷⁶⁾

○ **너의 색을 밝혀라: 성소수자들의 목소리를 담은 2011 서울 LGBT영화제**¹⁷⁷⁾

- 서울LGBT(Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender)영화제는 국내 유일의 성소수자 영화축제로 성 소수자의 자긍심 고취와 자아실현에 초점을 맞추면서 일반관객이 함께 향유할 수 있는 영화제로의 변신을 시도함
- 올해 11회를 맞아 일주일 동안 총 11개국의 장편영화 14편, 중편영화 2편, 단편영화 6편들이 상영되었으며, 올해는 전과 달리 8개의 기업으로부터 후원을 받아 성소수자 영화제의 위상이 달라짐을 입증¹⁷⁸⁾

176) 이데일리, 2011.4.21.

177) 주간한국 2011.05.24

- 퀴어 영화의 상영 기회 확대 및 다양성에 기여: 영화제작의 질적 향상에도 힘을 실으며 영화적 다양성에서도 기여하여 영화 외적으로도 ‘무지개 정신’을 실천하고, 성소수자뿐만 아니라 한국 사회에서의 다양한 소수자들과의 연대를 시도
- 대중 확보를 위한 노력: 김조광수 집행위원장은 “새로운 영화, 새로운 사람, 새로운 경험을 통해 성소수자를 포함한 우리 모두가 자신의 진정한 색을 찾을 수 있는 기회가 되기를 바란다” 며, “올해 영화제 내실을 닦은 후, 앞으로 지방에서도 성소수자영화제가 열릴 수 있도록 노력할 것”이라고 말함

<표 3-3> 2011서울LGBT영화제의 색깔별 주제구성

주제색	작품
올해의 주목할 만한 이슈 Hot pink 부문	〈마린 스토리〉,〈백서〉
표현수위가 높은 강렬한 영화들 Red 부문	〈아이즈 와이드 오픈〉
평화와 공동체를 주제로 한 감동적 이야기 Green부문	〈밀크〉 〈하비 밀크의 시대〉
해피 엔딩을 담은 Yellow 부문	〈바이올렛의 취향〉
새드 엔딩을 담은 Violet 부문	〈창피해〉
청소년 성장영화를 모은 Blue 부문	〈사랑은 100℃〉
사회성이 짙은 진지한 영화들 orange부문	〈대한철강〉 〈레즈비언 팩토리〉

*자료원: 서울LGBT영화제 홈페이지에서 재구성

○ 동성애를 말한다: 영화 〈종로의 기적〉, 〈창피해〉

- 〈종로의 기적〉은 ‘진짜 게이’ 들의 이야기를 영화화한 것으로, 한국게이인권운동단체 친구사이와 성적소수자문화환경을 위한 모임 연분홍치마가 공동 제작한 ‘국내 최초 게이 커밍아웃 다큐멘터리’ 임

178) 맥스뉴스, 2011.6.3.

- 커밍아웃이 끝나지 않는 숙제 같다는 영화감독 문준과, 마음껏 사랑하고 싶어 동성애자인권운동을 한다는 인권활동가 병권, 뒤늦게 게이 커뮤니티를 만나 인생의 황금기를 맞은 영수, 그리고 HIV 감염자인 파트너와 아름다운 사랑을 나누는 율 등 네 게이들의 진솔한 삶과 고민들을 담음
- 하지만 영화를 통해 커밍아웃을 한 사람은 주인공 네 명뿐이 아니라, 게이 커뮤니티에서 활동하는 수많은 게이들이 모자이크처럼 없이 카메라에 얼굴을 비춤으로써 커밍아웃을 했고, 이들의 당당하고 경쾌한 삶은 결국 카메라 뒤에 숨으려 했던 게이 감독까지 커밍아웃을 결심하게 만들어 화제를 모음
- 이혁상 감독은 ‘게이 감독의 게이 영화 만들기’ 를 편견과 왜곡에 맞선 게이들의 자기 역사 쓰기라고 설명하고, 다큐를 ‘논설’ 에 비유함
- 2010년 부산국제영화제에서 피프메세나상을 수상했고 지난 12일 열렸던 제15회 인권영화제의 개막작으로 상영돼 많은 이들에게 호평을 받고, CGV무비플라자관, 상상마당 등 전국 스무 개의 상영관에서 개봉함
- 올해 서울LGBT영화제 개막작이었던 영화 <창피해>는 영화 <귀여워> 이후 7년 만에 메가폰을 잡은 김수현 감독의 작품으로 김모의 자살을 시도하던 윤지우(김효진 분)와 지하철에서 소매치기를 하다가 경찰에 들켜 도주하던 강지우(김꽃비 분)의 운명적인 사랑을 그린 영화임
- 배우 김효진은 동성애를 특별하다거나 다르다고 생각하지 않는다고 밝히며, “동성애에만 초점을 맞추지 말고 사람과 사람이 사랑을 할 때 생기는 감정을 봐주셨으면 좋겠다” 고 말함
- 올해 베를린국제영화제 파노라마 부문 초청, 부산국제영화제 뉴커런츠 부문 경쟁 등 영화제에 초청되기도 하는 등 영화제에서 세계적으로 주목을 받음

○ **캘리포니아와 동성애 영화들**

- 한편 올해 미국 캘리포니아 주에서 동성애 결혼이 합법화되고 샌디에고 캘리포니아주립대학에 동성애학과과 개설되는 등 캘리포니아가 동성애와 관련된 주요 이슈를 제공하는 한편, 올해 서울LGBT영화제에는 캘리포니아의 동성애 문제와 관련된 영화들도 대거 출품됨
- 1985년 아카데미 장편 다큐멘터리 상을 받았고 지금도 80년대 미국의 대표적인 다큐멘터리로 불리는 로버트 앵스타인 감독의 **<하비 밀크의 시대>**는 게이 활동가로는 최초로 샌프란시스코의 시정 감시관에 선출됐던 하비 밀크의 이야기를 다루면서, 미국의 대표적인 퀴어 공동체인 샌프란시스코 공동체의 역사를 소개함
- 데이빗 와이즈만이 만든 **<우리는 여기에 있었다>**는 샌프란시스코에 처음 에이즈가 발병하면서 그 에이즈가 공동체에 어떤 영향을 미쳤는지를 그린 작품으로, 에이즈가 주민들에게 어떤 영향을 끼쳤고 그들이 어떻게 대응했는지를 보여주면서 공동체가 에이즈를 극복해가는 과정을 그림
- 리드 코완 감독은 **<모르몬 발의안>**은 2008년 캘리포니아에서 그동안 합법이었던 동성결혼이 모르몬교에서 결혼을 이성 간의 결합으로 정의하는 주민 발의안을 제출하고 주민투표 결과 52%의 지지로 발의안이 통과됨으로써 무효가 된 사건이 일어났는데, 영화를 통해 모르몬교가 법을 통과시키기 위해 어떻게 대규모의 자원과 인력, 미디어를 동원하는지를 보여줌

○ **트랜스젠더를 다룬 연극 <나비뻥스>**

- 극단 소울메이트의 연극 <나비뻥스>는 트랜스 젠더들의 자화상을 통해 한국사회의 단면을 그리고자 한 작품으로, 다소 대

중성이나 흥행성과는 거리가 먼 것으로도 거론되나 감동의 영향이 성적 소수자뿐 아니라 모든 소수자들에게도 파급될 것으로 점쳐짐

- 연출자 최무성은 “이 연극의 기본 노선은 멜로예요. 단, TV 멜로가 아닌 연극만의 멜로를 보여주겠어요. 다른 사랑 이야기 말이죠.” 라고 말했는데, 통속적 흥미와 선정성을 가진 대중극이라는 멜로의 정의에 비춰 본다면 트랜스젠더라는 예외적 개인들을 내세워 멜로의 의미를 되새기게 하는 그의 새 무대는 우리 사회의 정서적 하부 구조와 직결돼 있다고 할 수 있음
- 게이바에 나와 쇼를 펼치며 완벽한 성전환의 꿈을 꾸는 4명의 게이를 따라가는 이 연극은 동성애의 본고장, 샌프란시스코를 이름으로 딛 바를 무대로 펼쳐지는데, 전체적으로 한국 사회가 가진 남성성과 가부장의 문제를 돌이켜 봐 줄 것을 요청
- 연출가 최무성은 모 여성지에 실린, 성전환 수술로 여성이 된 작가의 소설에 착안해, 블로그에 들어가 보충 취재하는 등의 방식으로 무대를 엮어냈는데, 마초남(사장)과 트랜스젠더의 사랑을 통해 현재 한국의 풍속도를 그리려 했다는 의도를 밝힘¹⁷⁹⁾

○ 책으로 읽는 게이문화의 생생한 기록들과 고민들: <게이컬처홀릭>, <후천성 인권결핍 사회를 아웃팅하다>, <브라보 게이 라이프>, <난 그것만 생각해>

- 국내 최초로 게이들이 직접 만든 게이문화 가이드북으로서, 문화적 다양성 측면에서 게이컬처 코드가 대중문화와 순수예술에 미친 영향과 그의미를 살펴봄으로 성소수자들이 사회 구성원으로서 공존할 수 있는 바탕을 제공함

179) 한국일보, 2011.1.25; 유니온 프레스, 2011.1.20.

- 또한 전문 인터뷰어 지승호가 동성애자인권연대 회원들을 인터뷰한 <후천성 인권결핍 사회를 아웃팅하다>와 동성애자인권연대 활동가 정윤의 자전적 에세이 <브라보 게이 라이프>도 올해 함께 출간됨
- 이 책들은 동성애 관련 책이 극히 드문 한국에서 불특정 대중을 상대로 하는 일반 단행본 형태로 출간됐다는 점에서 주목을 끄
- <브라보 게이 라이프>의 저자이자 <종로의 기적>에도 출연한 정윤은 “성소수자들의 사회적 커밍아웃은 이전에도 있었다. 그러나 주목받지 못했다. 시대가 그것을 억눌렀다” 며 “최근에는 몇 가지 충돌지점이 생기면서 부각돼 보이는 것 같다” 고 말함
- 또한 그는 “왜곡된 형태의 동성애가 아니라 진짜 동성애가 될지, 현실의 동성애자는 어떤 모습인지를 보여주자는 것” 이라며 “결국 우리 사회가 성소수자들이 사회적 커밍아웃을 감행하지 않으면 안 될 정도로 차별적인 상황이라는 것을 역설적으로 보여주는 것” 이라고 덧붙임
- 한편 청소년 도서 <난 그것만 생각해>는 주인공 이스마엘이 레즈비언 선생님을 이웃사촌으로 두고 친구들에게 으스대기 위해 앙글레 선생님의 레즈비언 정체성을 아웃팅(성소수자의 성적 취향을 동의 없이 공개하는 것)했다가 친구들로부터 ‘호모’라고 놀림을 받게 되고, 급기야 수업에 들어가지 못하는 상황에 이르게 되면서 ‘내가 진짜 호모가 아닐까?’ 라는 질문에 쉽게 답을 할 수 없어 괴로워하다가 선생님의 도움으로 곤경에서 벗어나는 줄거리를 담은, 청소년 성 정체성에 관한 이야기로 주목을 받음

○ 게이합창단 <G-Voice>의 사회적 커밍아웃

- 2003년에 국내 최초로 결성된 게이 합창단 <지보이스>는 올해 성소수자들의 연대를 상징하는 무지개 깃발을 들고 ‘퀴어버스’를 타고서 희망버스에 참가하는 등, 성소수자의 성정체성 문제뿐 아니라 사회적 이슈에 대한 적극적인 발언을 통해 사회적 커밍아웃을 실천함
- 이들은 집회 참여를 통한 사회적 연대를 사회적 커밍아웃의 중요한 부분으로 보는데, 정율은 “억압적인 사회에서 약자의 입장에 있는 서 있는 모든 이들의 문제는 곧 성소수자의 문제이기도 하다”고 말함
- 3차 희망버스 행사에 참가한 성소수자들은 밤새 천을 오리고 이어붙여 대형 퀼트 작품을 만들었는데, 희망버스 위로 무지개가 떠있는 모습으로, 무지개처럼 다양성이 공존하는 세상을 작품을 통해 주장함¹⁸⁰⁾

180) 주간경향, 2011.8.30.

제7절 예술로 사회를 치유한다

1. 문화테라피 또는 예술치료에의 관심 증가

- 행복한 삶과 정신적 가치(영성)의 추구, 친환경 및 웰빙에 대한 관심 증가 등과 함께 대인관계로 인한 스트레스, 자살과 우울증 급증, 현대인들의 심리적 불안을 예술을 통해 치유하는 예술치료에 대한 관심이 증가
 - 예술치료는 원래 정신지체나 자폐증, 치매 등 장애를 가진 사람들의 치료방법으로 이용되었으나, 최근에는 현대인들의 스트레스를 해소하는 방법으로 자리매김
 - 한국 미술계의 거목 중 한 명인 박서보 화백은 “21세기는 디지털 시대라서 변화속도가 빠르다. 이 속도에서 추락하지 않으려고 스트레스 받고 또 추락한 사람들은 스트레스에 찌들어 허우적거린다. 21세기가 스트레스 병동으로 변하는 것도 이 때문이다. 예술은 이런 사회변화에 반응해야 한다. 토해내고 쏟아내던 20세기까지의 표현방식과는 달리 이제 예술은 치유의 예술로 전환해야 한다.” 고 주장
 - 박 화백이 말하는 ‘치유의 예술’이란 예술가도 작품 활동을 통해 스트레스를 해소하고, 감상자 역시 작품을 통해 치유와 안정의 정서를 느낄 수 있어야 한다는 것임
 - 카투니스트로 활동하다가 힐링 아트로 전업한 힐링 아티스트 강일구의 경우도, 남들과는 다른 예술가의 길을 선택하고 그 중에서도 보편적 예술가의 길을 포기하면서 선택한 힐링 아티스트란 직업이 결국 나와 너 모두를 만족시키는 “스스로를 치유하는” 길이자 내면을 치유하는 방법이라고 볼 수 있음¹⁸¹⁾

○ 문화테라피 산업의 부상

- 최근 대인관계로 인한 스트레스를 예술치료로 극복하는 현대인들이 증가해, 2000년대 초 본격적으로 한국에 알려진 예술치료의 인기는 나날이 더해져 최근 2~3년 사이에 생긴 예술치료센터만 300개가 넘는 상황
- 예술치료센터 아트앤마인드의 이영옥 실장은 “최근 20~30대 젊은 직장인들의 문의가 크게 늘었다” 며 “2005년만 해도 한 달 30건에 그쳤던 상담이 지금은 100건이 넘는다” 고 말함
- 미국, 유럽 등 선진국에서는 이미 100년 전부터 예술치료가 화두였으며, 최근 국내에서도 현대인들의 스트레스를 해소하는 방법 중 하나로 자리매김해, 음악치료, 미술치료에 이어 무용치료, 연극치료 등으로 확대되면서 치유를 넘어서 하나의 문화로 까지 인식되는 추세
- 윤태원 한국예술협회 회장은 “경쟁사회에서 삶의 무게가 버거운 현대인들에게 인간의 본능에 쉽게 접근할 수 있는 예술치료가 어필한 것” 이라며 “예술치료는 몸과 마음을 건강하게 하는 데 큰 도움이 된다” 고 말함
- 정동훈 원광대 예술치료학과 교수는 예술치료를 “비타민 C를 보충하기 위해 먹는 야채와 같다” 고 표현했는데, 예술을 체험함으로써 가슴 깊숙한 곳에 쌓아두었던 억눌린 감정을 끄집어 내면 걱정거리가 사라져 정신건강을 풍요롭게 하고, 이는 곧 경직된 근육을 풀어줘 생리기능을 원활하게 하는 데도 도움이 된다는 설명

○ 힐링 뮤직 또는 음악치료의 인기

- 예술치료 중 가장 인기가 높은 분야는 힐링 뮤직(heal through

181) 한국미술신문. 2010.12.21.

- the music)이라 불리는 음악치료인데, 예술치료센터를 찾지 않고도 스스로 실행에 옮길 수 있기 때문임
- 음악계에선 이미 그린뮤직, 뉴에이지 등 ‘힐링 뮤직’ 이 새 장르를 형성했고, 대표적인 뉴에이지 뮤지션으로는 국내에서만 앨범이 50만 장 이상이 판매된 노르웨이의 <시크릿 가든>, 일본의 3중주 그룹 <어쿠스틱카페>, 캐나다 피아니스트 <스티브 바라캣> 등이 있으며, 한국에서도 오카리나 연주자 한태주, 힐링 뮤직 연주그룹 노튼 등이 힐링뮤직을 선도하고 있음
 - 음악치료의 치유효과는 힐링 뮤직만의 높은 진동수(Hz)에 있는데, 평상시에 우리가 듣는 소리는 대개 2000Hz 미만인 반면 뉴에이지, 클래식 등 힐링 뮤직의 진동수는 2000~5000Hz로 다양해, 평상시에 느끼지 못한 다양한 진동수가 청세포를 자극해 감정을 쾌활하게 해줌
 - 배명진 숭실대학교 소리공학연구소 교수는 “소리는 귀로만 듣는 것이 아니라 신체로도 들을 수 있다” 며 “발마사지할 때 시원한 느낌이 나는 건 드르륵 거리는 소리가 내부의 힘줄과 근육을 자극하기 때문” 이라고 설명함
 - 음악치료는 음악을 듣는 것에 그치지 않고 피아노, 징 등 악기를 사용하는 즉흥연주도 있어, 배 교수는 “분노나 증오, 사랑이나 동경과 같은 원초적인 감정이 즉흥연주를 통해 드러나 감정을 순화시켜 준다” 며 “즉흥연주는 올바른 자아의식을 확립시키는 가장 확실한 방법” 이라고 강조함
 - 최근에는 음악을 한의학과 결합시켜 치료하는 한방음악치료도 주목받고 있는데, 한방의 목화토금수 오행원리를 음악치료에 접목한 것으로 체질별, 증상별로 효과가 있는 음악을 들려주거나 악기를 연주하는 것임

- **교육과 접목된 예술치료의 인기: 유치원 대신 예술치료센터로**
 - 예술치료가 창의성 증진 및 대인관계 개선에 효과적이라는 게 알려지면서 예술치료를 교육과 접목한 예술치료센터가 인기를 끄는데, 대표적 사례가 부천 상동에 위치한 아트퍼포먼스 아카데미의 미술치료임
 - 박선영 아트퍼포먼스 아카데미 원장은 미술치료를 단순 미술교육과 다른 차원에서 이해해야 한다고 말하는데, 그림을 잘 그리도록 기술을 알려주는 게 아니라 스스로 갖고 있는 생각을 마음껏 표현하고 창작할 수 있는 틀을 마련해준다는 점에서 아이들의 창의력이 발달된다는 것
 - 대인관계 개선효과에 관해서도 박 원장은 “아이들은 그림을 통해 자기의 마음을 표현하고 욕구를 해소하려는 경향이 있다”며 “자신을 탐색하는 과정에서 상대방을 수용하게 된다”고 말함
 - 최근 학부모들 사이에 입소문이 나면서 유치원 대신 예술치료센터를 찾는 사례가 늘어나 아트퍼포먼스 아카데미를 찾는 학부모들의 문의가 3년 전보다 70% 이상 증가했다고 덧붙임
 - 교육에도 진출한 예술치료의 잠재력에 관해 정동훈 교수는 “현대인의 정신건강이 중요하게 인식되는 만큼 향후 문화테라피 산업은 성장 가능성이 높다”며 “북지가 낙후된 중국·베트남·필리핀 등에 진출하면 충분히 경쟁력이 있을 것”이라고 전망함

2. 예술치료의 확장 및 전문화

○ 예술치료 영역의 무한 확장

- **인문치료:** 인간의 행동과 심리가 지닌 모순과 딜레마가 만든 다양한 이야기, 복잡하고 미묘한 감정과 관계의 뒤엉킴 같은 것이 문학의 오랜 소재였다는 점에서, 최근 문학을 통한 예술 치료가 관심의 대상이 됨¹⁸²⁾
- 작년 강원대 인문과학연구소 인문한국(HK) 사업단이 주최한 <2010 인문치료 국제학술대회>에 따르면, ‘인문치료’란 건강한 마음과 행복한 삶을 위해 인문학 각 분야와 연계 학문들의 치료적 내용과 기능을 학제적으로 통합해 사람들의 정신적, 정서적, 신체적 문제들을 예방하고 치유하는 이론과 실천을 말하며, ‘인문’에는 문학, 언어학, 사학, 철학, 종교학, 미학 등이 포함되고, 예술, 심리학, 의료인문학 등도 관련됨
- 특히 의과대학을 중심으로 의료인문학의 중요성이 점점 강조되고 있고, 의료계 외의 여러 곳에서도 인문학의 치유적 기능을 일찍 간파해 다양하게 차용하고 있으며, 문학의 치유적 기능은 상담학, 사회복지학, 아동학, 교육학 등에서 독서치료, 이야기 치료, 저널치료(쓰기 치료), 연극치료 등에 활용되고 있음¹⁸³⁾
- **시(詩) 치료:** 문학의 한 장르인 시가 의학이 고칠 수 없는 마음의 병을 고치는 새로운 예술치료의 장르로 주목을 끌고 있는데, 구체적으로는 시의 은유, 이미지, 소리, 리듬, 활동적인 동사들, 줄 바꿈, 패러독스, 침묵, 운율 등 시적 요소들은 활기찬 삶을 이끌어주는 치료제가 될 수 있다는 것
- 미국의 크리에이티브 라이팅 센터의 세리 라이터는 시 치료에 대해서 “반드시 시여야만 시 치료가 되는 것은 아니다”라며 “이야기, 만화, 인용구도 시 치료가 될 수 있다. 심지어 영화도 대본을 필요로 한다. 시 치료에 임하는 최선의 방법은 열린 마음으로 이야기와 시를 경험하는 것” 이라고 말함

182) 매일경제, 2011.12.16.

183) 한국일보, 2010.7.21.

- 한국 최초 예술치유 사회교육원 1호 교수인 김하리 시인은 자칭 ‘시 치유사’ 로, 예술 치유를 이성이 아닌 감성으로 치유해야 한다고 강조하면서 오래 전부터 시라는 매개체를 통해 치유를 체험했으며 많은 사람들에게 적용시켜 옴
- **철학치료:** 철학상담 혹은 철학치료는 1980년대부터 독일에서 시작되어 미국과 우리나라를 비롯한 여러 나라에서 이루어지고 있는데, 최근 역사학계에서도 정신분석학적 역사학 등을 토대로 역사적 트라우마를 치유하려는 움직임들이 논의되고 있음
- 대만 보인대의 버나드 리 총장은 “인간 치료의 핵심은 기본적으로 철학상담에 근거해 구성되어야 한다” 고 주장하며 “철학적 카운슬러가 철학적 언어와 논리에 있어서 좋은 능력을 갖고 있을 때, 사람들이 스스로 사고방식이나 삶을 변화시키도록 영향을 미칠 수 있다” 고 강조함
- 철학치료는 주로 생철학, 현상학, 실존주의 철학의 성과를 활용해 게슈탈트 심리치료나 로고테라피(Logotherapy) 등으로 활성화되고 있음
- 분야별로 치료 과정은 다르지만 인문치료의 공통점은 ‘글쓰기’ 인데, 글을 쓰면서 자신의 혼란을 분명히 인식하고 머릿속을 정리하는 데 도움이 되기 때문임
- **푸드아트테라피:** 푸드아트테라피는 음식으로 예술놀이를 하면서 생명체를 살리는 테라피인데, 우리 문화에 배어있는 전통적인 동양사상과 공동체적인 정신을 바탕으로 살림, 생활, 테라피를 통합적으로 해나가는 셀프힐링에 초점을 두고 있음
- 국내에서는 이정연 목포대 교수에 의해 지난 2005년 이론과 실제 기법 등이 개발돼 현재 전국 각지의 여러 현장에서 다양한 프로그램으로 진행중인데, 한국푸드아트테라피학회 회원들은 주로 아동, 청소년, 가족 상담분야의 상담전문가들과 영양교사, 아동요리조리사 등 음식 관련 전문가들로 구성되어 있으며, 이

외에도 놀이치료, 예술치료 등과 접목해 방과후교실, 청소년인터넷중독예방센터, 노인주간보호기관, 건강가정지원센터, 드림스타트센터 등에서 활동함

- 또한 매년 교육청 교육연수원에서 주관하는 영양교사 직무연수, 자율연수 프로그램에도 보급돼 초중고등학생들을 대상으로 한 영양상담에도 적용가능성이 확대되고 있고, 음식이 가진 보편성으로 인해 마음열기와 마음 나누기에 효과적이어서 미혼모, 한부모가정, 다문화가정 등 상담활동에도 효율적으로 활용되고 있음
- 이정연 회장은 “자연주의 테라피 FAT는 식품 재료 자체가 지닌 감성적 요소와 음식이 주는 심리적 위로의 기능, 요리과정 전반에 걸친 즐거운 체험활동이 어우러져 정겨운 한마당을 즐기고 나누는 과정으로 진행된다” 며 “이는 인류가 해온 가장 오래된 테라피이면서도 기존의 예술치료요법들이 지닌 한계를 보완하는 새로운 테라피” 라고 말함

○ **대학 학부과정에 예술치료학과 개설: 부산예술대학 통합예술치료학과**

- 부산예술대학은 부산, 경남을 통틀어 하나밖에 없는 예술 특성화 대학인데, 올해 국내 최초로 학부과정에 예술치료학과를 설치해 화제를 모음
- 사회적으로 예술치료에 대한 관심이 많이 증가하고 있는 추세이지만 지금껏 대학의 학부 과정에서는 개설되지 않아 일반인들에게는 생소한 학과였음
- 한국통합예술심리치료협회 회장인 이창안 교수는 “예술치료는 갈 곳을 잃은 많은 사람들에게 희망을 갖게 하고 치유하고자 하는 동기부여를 하는 긍정의 치료방법” 이라고 전하면서, “시대의 흐름인 예술치료를 하는 전문가를 양성하는 것은 마

땅히 부산 예술대학에서 앞장서야 한다고 판단해 통합예술치료 학과를 신설하게 되었다” 고 밝힘

- 이창안 교수는 “예술치료학 자체는 참으로 광범위한 학문이다. 예술과 상담학, 심리학, 사회복지학, 그리고 정신의학 등이 접목되어지는 차세대형 학문” 이라면서 “부산예술대학 통합 예술치료학과에서는 다양한 창작활동을 통해서 내담자의 부정적인 증상을 완화시키고 한 개인으로서 원만하고 창조적인 삶을 살도록 도와주는 예술심리치료 전문가를 양성한다” 고 설명
- 예술치료는 다양한 예술활동을 통해 인간이 불안정하고 병적인 심리상태에 있을 때 일어나는 여러 가지 문제 증상들을 감소시키는 치료 방법으로서 미술, 음악, 역할극, 인형극, 이야기, 놀이, 독서, 무용 등을 통해 심리적 문제점들을 자연스럽게 자극해 의식 밖으로 끌어내고, 이를 심리학적으로 분석하고 상담학과 정신치료학 등을 응용해 치료효과를 증진시킨다고 설명함

○ 국내 최초 종합예술치료센터 개소: 관동대 의대 명지병원

- 올해 관동대 의대 명지병원은 환자들에게 예술적 감성을 통한 전인적 치유를 제공하기 위해 국내 처음으로 종합 예술치유센터를 개소함
- 이 병원의 예술치유센터는 암, 만성신부전, 소아질환 및 산부인과 등의 의학 분야에서 음악, 미술, 연극 등 다양한 예술 활동을 질병 치료, 마음과 영혼의 치유 및 회복에 접목한 것임
- 그동안 음악과 미술 치료는 정신건강 보조치료나 입원 환자들의 정서적 안정을 위한 일회성 프로그램에 이용됐으나, 명지병원은 모른 진료과 환자들을 대상으로 음악 미술은 물론이고 무용 문학 연극 등 다양한 예술 활동을 치료 과정에 넣는 ‘통합적인 예술치유 프로그램’ 을 개발, 운영함
- 최근 외국에서는 예술을 통한 치료가 면역세포 NK 세포(암세

포를 직접 파괴하는 면역세포)를 늘린다는 연구 결과가 나와 눈길을 끈 적이 있는데, NK세포는 암세포를 직접 파괴하는 세포임

- 이 병원의 예술치유단은 치유음악회를 전담하는 전문예술가 그룹과 음악 미술 동작 문학 연극 등 다양한 예술치료 프로그램을 운영하는 예술치료사 그룹 등 총 3개 그룹으로 구성되어 있으며, 음악학 박사인 이소영 교수(센터장)와 1급 음악치료사 자격을 갖춘 전문 코디네이터가 센터에 상주하고, 환자 대상 치료프로그램 뿐만 아니라 직원대상 심신 프로그램, 예술치유의 임상적 연구 등의 활동을 펼침
- 현재 암, 혈액투석, 소아과 환자들에게 통증 완화, 불면 극복, 통찰, 회복 등 4가지를 주제로 시 음악 동작을 활용한 치료 프로그램을 운영하고 있으며, 수술 환자들에게는 마취 전부터 회복실까지 불안감 해소와 자연치유력을 높여주기 위한 맞춤형 음악 프로그램을 제공함
- 또한 소아병동 환아들이 매일 음악 미술 동작 문학 프로그램을 체계적으로 접할 수 있는 <어린이 예술교실>을 개설하는 한편, 병간호에 지친 부모들을 위한 <부모 예술교실>도 동시에 운영
- 이 교수는 “독자적인 예술치료 활동과 의료행위가 결합되는 ‘예술과 의술’의 만남이라는 새로운 영역을 개척하는 데 앞장서는 동시에 예술치유사들이 많은 경험을 쌓고 활발한 활동을 할 수 있는 연구와 실험의 장으로 발전시키겠다”고 말함
- 올해 개최한 <힐링 콘서트>는 문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 재단법인 전통공연예술진흥재단 등의 후원으로 진행했으며, 판소리의 대가 남상일 명창, 민속악회 수리, 가야금 창작계의 셋별 콰수은 등이 열연함¹⁸⁴⁾

184) 뉴시스, 2011.12.8.

○ 대단위 힐링 리조트 개발

- 경주시의 치유목적형 관광도시 힐링랜드 계획¹⁸⁵⁾: 최양식 경주시장은 취임과 동시에 역점시책으로 추진하고 있는 ‘건강치유의 도시 경주 조성 마스터플랜’을 추진중
- 경주시는 지난 12월 16일 가족공동체 회복운동지원랜드 조성사업의 타당성검토 및 기본계획 중간보고회를 개최했는데, 최시장은 시민들의 건강에 대한 관심이 날로 높아지고 있어, 웰빙 생활을 근간으로 한 삶의 가치추구 변화에 능동적으로 적응하고, 경주만의 관광인프라와의 시너지 효과를 접목시키는 동시에, 붕괴되어 가고 있는 가정과 인간관계 회복의 핵심역할을 수행할 수 있는 프로그램을 마련하는 것을 특히 강조
- 이에 힐링랜드 계획은 가족구성원 모두가 심신을 치유하고 건강한 가족관계를 회복할 수 있는 종합 힐링 리조트를 조성한다는 기본방향 하에, 가족관계 개선의 치유형 목적지이자 일반적인 휴양의 치유형 목적지로의 개발방향을 잡고, 단지 내 주요 시설로 가족지킴이센터(상담/교육/세미나), 유기농 레스토랑, 아트케어센터, 치유의 숲, 숲속 뮤지엄, 숙박시설, 전망대 등으로 구성한다는 계획을 내용으로 함
- 경주시 담당자는 세계문화유산과 정신적인 풍요를 아우르는 <경주 힐링랜드(가칭)>를 2017년까지 단계별로 조성할 계획이며, 그 1단계 사업인 <가족공동체 회복운동지원랜드 조성> 예정지를 보문관광단지와 주변에 30만m² 규모로 추진하겠다고 밝힘
- 국내 최초 에코힐링리조트 <리솜포레스트>¹⁸⁶⁾: 현재 분양을

185) 경주 조은뉴스, 2011.12.19.

186) CNB뉴스, 2011.4.8.

진행 중인 리솜포레스트는 자연바위, 계곡, 야생화, 150년 이상의 노송 등 청정 원시림으로 둘러싸인 웰빙(힐링)리조트의 컨셉으로 조성됨

- 리솜포레스트 서환석 대표는 “국민소득 3만 달러 국가의 휴양 문화는 스키, 워터파크, 골프와 같은 동적 휴가가 아니라 정신적 풍요로움을 얻는 재충전으로 요약된다” 며 “편안히 쉬면서 몸과 마음을 보양해 다시 뛰고 싶은 에너지를 발휘할 수 있는 진정한 의미의 ‘쉼’ 을 제공하고 싶어 조성하게 됐다” 고 밝힘
- 리조트 단지에 들어서면 체크인센터에 주차를 하고 단지 내에서는 도보 이동을 권장하며, 겨울에는 안전을 위해 제한시속 14km로 특수 제작된 친환경 전기자동차를 이용해 이동함
- 단지 내에는 소소리 바람길, 가재기는 골짜길 등의 산책 코스가 마련되어 있고, 풍욕, 명상, 트레킹, 한방테라피 스파, 그 외 각종 힐링프로그램을 한국슬로시티협회, 한방병원, 생태조경 관련 전문가, 약선요리 전문가 등의 자문을 받아 구성함
- 또한 각종 문화예술 관련 부대시설도 갖춰 리조트 내 전문 아트센터에는 각종 문화예술 공연과 갤러리, 도예체험, 영화 등을 즐길 수 있으며, 천문대와 박물관, 와인셀러 등의 문화공간도 마련하여 운영

3. 사회문제를 해결하는 예술치유

가. 사회적 치유를 위한 예술치료의 적극 활용

- 그동안 개인의 특정한 상황에 맞춰 개별적으로 접근했던 예술치료가 최근 인간의 삶을 위협하는 여러 사회현상과 맞물려 사회

적 치유나 집단갈등의 치유 차원으로 확장됨

○ **공공갈등 치유를 위한 예술치료의 가능성**

- (사)공공정책연구소 김석운 대표는 제주 사회에서 증폭되고 있는 여러 갈등을 지적하면서, 주로 절차적 미비에서 발생하는 공공갈등을 치유하기 위해서는 예방적 차원에서 접근해 ‘제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법’에 의한 ‘제주특별자치도사회협약위원회’의 실질적 역할을 제고할 것을 제안함
- 이 위원회가 단순한 자문을 넘어서 ‘공공기관의 갈등 예방과 해결에 관한 규정’처럼 도내 구성원 사이에서 발생하는 갈등의 예방과 평화적 해결, 사회통합을 높이기 위해서는 좀 더 실질적인 조직이 되어야 하는데, 그러기 위해서 예술치유를 통한 개인의 회복과 사회통합적 기능을 적극 활용할 것을 제안¹⁸⁷⁾

○ **강릉 도박중독예방치유센터 개원¹⁸⁸⁾**

- 관동대 부설기관으로 운영될 강원 도박중독예방치유센터는 국무총리실 산하 사행산업통합감독위원회 소속으로 올해 12월 28일에 개원해 상담 및 재활사업, 예방교육, 기초조사연구, 치유전문성 강화 사업 등을 수행할 예정
- 이를 위해 도박중독예방치유센터는 강릉시 교동 청사에 심리학과 사회복지학, 간호학 등 관련분야 전문연구원 8명을 배치한 데 이어, 개인·집단 상담실, 명상실, 표현예술치료실, 강의실, 세미나실, 운동실, 요리교실, 북카페, 요가실 등을 운영할 예정

187) 제주도민일보, 2011.9.22.

188) 강원도민일보, 2011.12.20.

이며, 국내유일의 내국인 카지노인 강원랜드로 인한 피해를 최소화하기 위한 치료 및 예방활동을 병행 추진할 계획임

- 최정현 센터장은 “도박중독은 개인뿐만 아니라 가족과 사회에 매우 심각한 문제를 야기하는 만큼, 도박중독 피해를 최소화하기 위한 예방교육과 홍보, 도박중독 무료상담, 재활지원 등 다양한 사업을 진행할 예정” 이라고 말함

○ 노인보호전문기관의 어르신 치유프로그램¹⁸⁹⁾

- 제주특별자치도 노인보호전문기관은 2011년 12월에 학대피해 노인전용쉼터와 함께 어르신 치유프로그램을 진행
- 이 프로그램은 미술프로그램(화분 만들기, 문패 만들기), 표현 예술프로그램(찰흙, 호일을 통한 자기표현), 나들이프로그램, 건강관리프로그램(발마사지 체험) 등으로 구성돼 어르신들의 내적치유/스트레스 해소 및 여가 선용의 기회를 제공
- 프로그램 중 특히 미술프로그램 및 건강관리프로그램은 어르신들로부터 큰 호응을 받았는데, 이러한 어르신 치유프로그램은 현재 제주도뿐 아니라 전국적으로 노인보호전문기관을 통해 진행되고 있는 중임

○ 예술을 통한 이민 상처의 치유

- 미국 라크라센타에 있는 로템연구소 양영준 소장과 극단 TAL 김영란 연출가 부부가 예술을 통한 전인치유에 모든 힘을 쏟아 붓고 있는데, 남편은 상담으로, 아내는 연극 드라마로 사람의 마음을 어루만져주고자 함
- 2003년에 <LA, 빈방 있습니까?>를 선보인 모임 극회의 연극이 로템연구소 활동의 출발이며, 이후 해마다 이슈에 맞게 각

189) 미디어 제주, 2011.12.20.

색해 공연을 했고 2008년 이민자의 실정에 맞게 이중언어 뮤지컬 공연으로 발전시킴

- 문제의 심각성을 느낄 여유도 없이 하루하루 살아가는 이민사회에 대해 로템연구소는 바쁜 이민자들에게 상담과 예술을 통한 치유로 개인과 가정, 지역사회의 건강한 삶과 행복을 찾는 것을 목표로 함
- 이들 부부는 관객을 대상으로 한 연극 공연 외에도 여성을 위한 드라마와 치유, 그리고 성장 워크숍 <잃어버린 나를 찾아서>, 자서전 쓰기 모임 <부스러기 모아 열두 광주리> 등을 주관하고 있는데, 인원을 15명으로 제한한 소모임으로 원하는 교회나 단체가 있으면 어디든지 달려감¹⁹⁰⁾

○ **김천 소년교도소 소년수형자 합창단 멘토, 이승철¹⁹¹⁾**

- 가수 이승철은 SBS 스페셜 <기적의 하모니-1부 소년수형자의 고백>에서 음악이 가진 사회적 치유의 힘을 전하고자 김천 소년교도소 소년수형자 합창단의 멘토로서 3개월 간 그들과 교감하고 소통하고 호흡하는 모습을 선보임
- 이 방송은 소년 수형자들과 멘토 이승철의 만남, 그리고 그들의 편지를 바탕으로 한 곡 <그대에게 드립니다>가 만들어지기까지의 과정, 노래를 통해 자신의 생애 이정표를 만드는 수형자들의 의지와 집념, 그리고 노래를 매개로 한 치유의 과정을 통해 시청자들에게 감동을 안겨줌
- 이미 이승철은 지난 11월 김천시 문화예술회관에서 열린 <이승철과 함께 하는 드림스케이프 사랑콘서트> 무대에서 지휘자로 무대에 올라 파란 수의 대신 양복을 입은 기적의 합창단과 함께

190) 한국일보, 2011.5.25.

191) 조이뉴스, 2011.12.19.

공연을 펼쳐 뜨거운 박수를 받았음

- 이승철은 공연 직후 “처음 아이들을 만났을 때부터 공연을 하기 위해 수많은 걸림돌을 넘어가던 과정, 수많은 사람들의 희생, 아이들의 눈물이 파노라마처럼 스쳐지나가며 감동할 수밖에 없었다” 고 말하며, “단순히 한 번의 공연이 중요한 게 아니라 교정 문화 자체도 좀 달라져야 하고 국민들의 의식도 달라져야 한다. 마음을 열고 사랑으로 보살펴주는 것이 중요하다. 희망의 반대말은 절망이 아니라 포기다. 이젠 사회 전반이 좀 바뀌어야 한다” 고 발언함¹⁹²⁾

나. 기업 메세나활동의 진화: 예술나눔에서 예술치유로

- 예술치료에 대한 지자체 및 기업 메세나의 관심도 높아져 지역 산업 활성화 및 사회문제 해결형 예술치료 메세나 활동이 증가하는 추세
- **한화그룹과 한국메세나협회의 공동심포지엄 <기업은 왜 문화 예술교육을 지원하는가>**¹⁹³⁾
 - 한화그룹과 한국메세나협회가 3년간 진행한 저소득층 문화 예술 교육 <한화예술터하기> 프로그램을 통해 기업의 문화공헌 활동의 중요성과 그 효과를 되돌아보는 취지에서 마련된 심포지엄
 - <한화예술터하기> 프로그램은 지난 2009년부터 시작해 전국 45개 지역아동센터, 보육원, 복지관 소속 860여 명 어린이들을 대상으로 국악, 음악, 미술, 연극 4개 분야 교육을 진행했는데,

192) 한국경제, 2011.12.19.

193) 웰페어뉴스, 2011.12.15.

예술전문강사와 전국 48개 한화사업장 임·직원 자원봉사자 3,000여 명이 참여

- 한국메세나협회의 이병권 사무처장은 “최근 기업들은 문화예술을 통한 사회공헌활동에 굉장히 관심이 많다. 문화예술은 기업의 품격을 높임과 동시에 사람의 마음을 치유하는 힘이 있기 때문”이라며, “우리사회에 가장 큰 문제로 떠오른 양극화 문제, 심리적인 어려운 문제 등을 문화예술로 간격을 좁히고 좀 더 밝게 할 수 있다”고 사업 배경을 밝힘
- 천안 새솔지역아동센터에서 한화예술터하기 프로그램에 참여한 진영재(12) 학생은 “3년간 장구를 치고 있는데 칭찬도 많이 받고, 자신감과 목표도 생겼다. 이제는 학교 가는 게 편해졌고 집중이 좀 잘 된다. 앞으로의 꿈은 사물놀이단을 만들고 김덕수 선생님처럼 훌륭한 사람이 되는 것”이라고 소감을 전함
- 해당 사업과 관련해 한화그룹과 한국메세나협회가 3차례에 걸쳐 포커스 그룹 인터뷰와 설문조사를 병행한 결과, 우울증(최고 18점)은 16.15점에서 10점으로 낮아졌고, 친사회적 행동(160점)은 22.23점에서 23.37점, 창의적 인성(140점)은 104.09점에서 116.11점, 자아지각(120점)은 86.52%에서 95.77%으로 올라감
- 연구책임자인 숙명여자대학교 경영학부 김소영 교수는 “가족 기능이 취약한 수혜어린이에게는 심리·정서 및 정신건강 측면의 적응력 향상에 기여하고, 참여직원에게는 조직 만족과 조직 시민행동에 긍정적인 영향을 미친다는 인과 관계를 규명한 괄목할 만한 성과”라며 “문화예술을 활용하는 기업의 사회공헌적 문화경영 활동의 장기적 투자 중요성과 함께 전략적이고 체계적인 기획의 필요성을 보여주는 의미 있는 결과”라고 밝힘

○ **엘 시스템마형 ‘예술교육×사회적 치유’ 의 확산**

- 조선일보 더나은미래와 문화체육관광부, (사)문화예술사회공헌네트워크가 2011년 10월에 매출액 상위 기업 중 대외적으로 사회공헌 활동을 하고 있는 기업과 기업 출연 재단 330곳을 대상으로 실시한 ‘기업 문화예술 사회공헌 현황조사’에 따르면, 기업 100곳 중 76곳이 현재 문화예술 사회공헌을 하고 있다고 응답해, 기업의 사회공헌활동이 사회복지나 교육·장학사업과 같은 전통적인 분야에서 문화예술 영역으로 확대되고 있음
- 또한 정부 차원의 엘 시스템마형 지원사업의 확산은 기업의 사회공헌활동 형태에도 영향을 주었는데, 문화체육관광부는 2010년부터 전국 8개 지역에서 지역문화재단을 거점으로 소외 아동을 위한 ‘꿈의 오케스트라’ 사업을 추진해왔고, 교육과학기술부의 학생오케스트라 사업은 교육지원청을 거점으로 36개 초등학교, 22개 중학교, 7개 고등학교 등 총 65개의 오케스트라 운영 학교를 선정해 진행되었는데 향후 100개 규모로 확대할 예정임
- 정부 관계자는 “문화 예술 인프라가 부족한 지역의 학생들에게 오케스트라 단원으로 활동할 수 있는 기회를 제공해 이들의 예술적 능력과 인성을 함양하고, 문화 격차를 해소하기 위한 것”이라며, 예술교육을 통한 소외계층 청소년의 사회적 치유 및 문화격차 해소라는 사회문제 해결의 취지를 밝힘
- 이에 따라 기업의 사회공헌활동도 소외계층 청소년들이 문화예술의 향유만이 아니라 창작활동에 참여케 함으로써 사회적 치유형 문화예술교육 또는 문화복지모델을 다양한 형태로 개발해 진행함
- **삼성생명의 <드림클럽> 창단:** 올해 삼성생명은 엘 시스템을

모델로 흥겨운 타악(打樂)을 활용해 청소년들이 스트레스를 해소하고 정서 순화를 할 수 있도록 중학교에 모듬북을 지원하는 청소년 문화예술 프로그램을 진행

- 이를 위해 삼성생명(사)세로토닌문화와 협약식을 갖고 전국 공모방식을 통해 올해 40개 학교, 내년에 추가로 60개 학교를 지원할 계획이며, 내년까지 총 100개 중학교에 학교 모듬북과 난타연주 교본을 지원할 예정임
- 드림클럽 지원사업의 재원은 임직원들이 자발적으로 매월 급여에서 일정액을 공제하여 적립하는 ‘임직원 하트펀드’로, 향후 각 지역 학교와 전국 방방곡곡에 있는 지역단이 자매결연을 맺고, 지역사회의 청소년 문화활동을 위해 지속적으로 지원할 계획임
- 하이원리조트의 <하이원 드림플러스>: 하이원리조트가 주최하고 한국메세나협회가 주관하는 <하이원 드림플러스>는 올해 강원도 폐광지역 4개시, 영월, 태백, 정선, 삼척등 폐광지역 11개 초등학교 어린이 241명을 대상으로 진행된 문화예술교육사업으로, 국악, 무용, 미술, 음악 중 학교별 1개 장르를 선택해 문화예술교육 12회, 문화예술 체험 1회, 예술캠프 1회 등을 통합적으로 진행해, 소외지역 아동들에게 정서적 안정을 제공하고 지역 내 예술인과 지역 내 학생들이 함께 참여하는 자리를 마련하여 지역 문화예술 활성화를 도모함
- 해비치 써니스쿨: (재)현대차 정몽구재단과 (사)한국메세나협회가 함께 문화적으로 소외된 전국 초등학교 분교 아동들에게 다양한 문화예술교육을 실시하여 아동의 상상력, 창의성, 문화 향유 능력을 배양하고, 대도시 아동들과의 문화적 양극화 해소에 기여하고자 마련된 프로그램으로, 해당지역 예술대학 및 예술단체와 매칭하여 예술교육을 실시함

- 기업 메세나 활동이 아닌 경우에도 엘 시스템마형 모델은 큰 호응을 불러일으켜, 문화예술을 통한 새로운 재능기부의 확산을 예고했는데, 그 대표적 사례가 비영리복지단체 ‘도네이티’의 뮤지컬 <웰컴맘>이라 할 수 있음
- 2010년에 성남아트센터에서 첫 공연을 올린 비영리복지단체 ‘도네이티’의 두 번째 공연이 올해 영등포 아트홀에서 개연했는데, 뮤지컬 <웰컴맘>은 저소득층 아이들을 대상으로 꿈과 희망을 키워주기 위해 영등포구청의 후원으로 대영초등학교 학생들을 대상으로 5개월여 방과 후 수업으로 연기와 노래연습을 하였으며 전문적인 배우들과는 한 달 반가량 공연 연습을 하여 무대에 올려짐
- 뮤지컬 <웰컴 맘>을 준비한 비영리복지단체 ‘도네이티’의 최영준 교수, 이연호 교수, 장베드로 교수는 “작년과 같이 올해도 아이들이 쉽게 경험하지 못하는 뮤지컬을 경험하고 준비하면서 정서적인 면과 자립심, 협동심 등이 발달되기를 희망하고 매년 새로운 아이들에게 기회를 주어 ‘도네이티’를 통해 행복한 아이들이 생겼으면 좋겠다”고 설명함¹⁹⁴⁾

○ 본격 예술치료 메세나 활동의 활성화

- (주)화승그룹×세계예술치료협회의 <엄마 쿵! 아빠 짹!> 겨울 캠프: 세계예술치료협회(WATA, www.wata.or.kr)가 화승그룹 후원으로 장애아동과 그 부모를 위한 예술치료 프로그램인 <엄마 쿵! 아빠 짹!>이라는 겨울캠프를 개최
- 세계예술치료협회는 예술치료의 실현과 사회복지의 발전에 기여하고 특히 소외계층이나 장애아동들에 대한 예술치료 지원, 캠프, 등의 문화 활동 사업에 주력해온 단체임

194) 뉴스브릿지신문, 2011.9.27.

- 이 캠프는 장애아동을 가진 부부가 서로에게 맞추고 한마음이 돼 그동안 쌓였던 불만을 함께 해소하는 기회를 제공했는데, 장애아동을 가진 부모들의 고통은 아이가 아픈 것이 나 때문인 것만 같다는 죄책감과 왜 나에게 이런 일이 일어나야만 하는 건지에 대한 분노, 갑자기 아이를 더 이상 돌봐주지 못할 상황이 닥칠 수도 있다는 미래에 대한 불안감 등 심리적인 요인이 크게 작용하기 때문¹⁹⁵⁾
- **해비치재단의 연평도 학생 대상 외상 후 스트레스 장애 치료 프로그램 <Heart in Art>**: 외상 후 스트레스 장애(PTSD, Post-Traumatic Stress Disorder)는 신체적인 손상과 생명의 위협을 받은 사고에서 정신적으로 충격을 받은 뒤에 나타나는 질환으로, 납치, 강간, 폭행 등 개인적인 사고나 비행기, 기차 등에 의한 대형사고, 삼풍백화점이나 성수대교 붕괴 같은 참사를 겪은 뒤에 발생함
- 스트레스 장애라는 점 때문에 종종 가벼운 병으로 간과하기도 하지만, 이 질환의 무서운 점은 통제가 안 된다는 점이며, 그 자신이 당시의 공포로부터 언제까지 벗어나기 어려우므로 결국 정상적인 사회생활이 어렵다는 치명적인 점도 있음
- 최근 이 외상 후 스트레스 장애의 치료법 중 하나로 예술심리 치료가 활용되고 있는데, 올해 해비치 사회공헌문화재단이 연평도 포격 피해 지역 학생들을 위해 예술심리치료 프로그램을 진행해 의미 있는 성과를 거둠
- 특히 해비치 재단은 지난해 말 포격 피해를 입은 연평도 지역 학생들을 대상으로 외상 후 스트레스 장애 예방을 위한 통합 예술 치료프로젝트인 <Heart in Art>를 추진함
- 이 프로젝트에는 예술심리치료 전문집단인 ‘아트 앤 마인

195) 데일리노컷뉴스, 2011.2.10.

드'의 전문 예술심리치료사들이 참여해 미술, 무용, 연극, 마임 등 다양한 예술 기법을 통해 포격 피해로 심리적 충격을 받은 학생들의 정서적, 신체적 안정감 회복을 도와주는 프로그램으로 구성됨

- 각 예술심리치료는 기존의 예술치료 원리와 방법을 담은 예술 놀이로 구성되었는데, 미술치료에서는 <안전한 상징물 만들기>, <집 만들기>, <우리 마을 그리기>, <색으로 말하는 마음>, <신문지 인형 만들기>, <성장 저널 만들기>, <나만의 아지트> 등을 통해 **아이들이 표현한 작품 속에서 심리 상태를 파악**하고, 몸을 활용하는 무용치료와 연극치료, 마임치료에서는 '나'라는 존재의 자각을 유도하는 수업들이 주종을 이루었는데, 특히 **움직임을 통해 내부의 갈등을 해소하고 건강한 상태로 만들려는 성격의 수업들로 구성됨**
- 이 프로젝트는 연평도 지역 주민들이 현재 머물고 있는 김포시 아파트 단지와 인천 영어마을, 인천 해군기지 등에서 단계별로 다양한 주제로 실시되었고, 대상 학생들은 20회가 넘는 다양한 예술심리치료 프로그램에 참여하며 차츰 심리적 안정감을 되찾고 있음
- 아트 앤 마인드의 김현진 원장은 “처음에는 그런 상황을 처음 겪은 학생들의 외상 후 스트레스 장애를 많이 걱정했다”며 “예술 수업을 통해 예전의 밝고 명랑한 모습을 찾아가고 있어 우리들도 뿌듯했다”고 소감을 밝힘
- 한 예술심리치료 전문가는 “**예술을 통해 인간의 심리적인 문제를 해결하는 것은 예술가와 심리치료 전문가들의 공통의 관심사**”라고 설명했는데, 이처럼 그동안 개인의 특정한 상황에 맞춰 개별적으로 접근했던 예술심리치료가 최근 사회 현상과 맞물려 더 많은 주목을 받고 있음¹⁹⁶⁾

제8절 가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다

1. 주5일 근무제 및 주5일 수업제의 전면 시행

- 2011년 7월 1일부터 주5일 근무제가 전면 시행되고, 2012년부터 전국 초·중·고교의 주5일 수업제가 전면 시행됨에 따라, 여가 시간이 증대되고 가족여가를 즐기려는 욕구가 더욱 증가
 - 이미 주5일 근무제 도입으로 가족 중심의 여가활동이 증가하는 경향을 보였던 만큼, 주5일 수업제가 함께 시행될 경우 가족여가는 더욱 확대될 것으로 전망됨

가. 주5일 근무제 전면 시행

- 2011년 7월 1일부터 상시근로자 20인 미만 사업장에도 주40시간제가 의무적으로 시행됨
 - 우리나라는 1953년 이후 시행되어온 주48시간 노동시간을 1989년에 주44시간으로 변경했고, 2004년 7월 공공·금융·보험 및 1,000인 이상 사업장에서 가장 먼저 주40시간 근무제를 도입
 - 1963년 세계 ILO총회에서 주휴 2일, 주40시간 근로제를 권고 사항으로 채택하면서 선진국은 주5일 근무를 주류로 단계적으로 실시했고, 한국은 2004년 7월 법정 근로시간을 주40시간으로 개정하고 업종·규모에 따라 단계적으로 적용함
 - 2010년 기준으로 한국은 OECD 국가 대비 1인당 연평균 노동

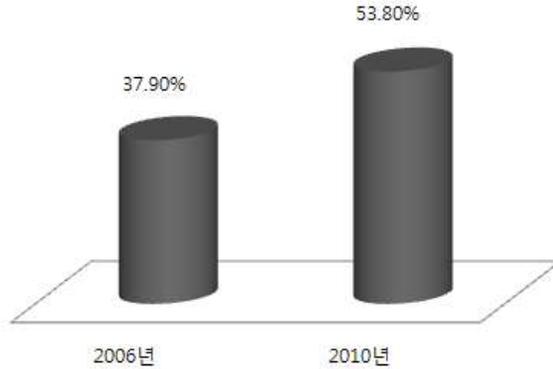
196) 주간한국, 2011.2.8.

- 시간이 1위, OECD 국가의 연평균 노동시간 1,749시간과 비교해 한국은 2,193시간으로 연평균 444시간이 더 많음
- 주5일 근무제의 단계적 적용으로 주5일 근무제 시행 사업장이 2006년 37.9%에서 2010년 53.8%로 4년 동안 1.4배 상승함
 - 2011년 주40시간제를 적용받는 5인 이상 20인 미만 사업장은 20여 만 곳으로 200여만 명의 근로자가 근무하고 있어, 5인 이상 사업장까지 주40시간 근무제가 적용됨에 따라 건전하고 바람직한 여가문화 정립이 사회적 현안으로 부상함

<주40시간제 시행과 함께 변경되는 사항>

- 월차 휴가 폐지
- 생리휴가는 무급화
- 연차휴가 부여 방식이 1년 만근 시 10일
- 1년 추가근속마다 1일씩 가산하는 방식에서 1년 만근시 15일
- 추가 2년 근속시마다 1일씩 가산으로 조정되며, 또한 법정 주40시간제가 적용됨에 따라 '중소기업 근로시간단축 지원금' 제도는 2010년 말로 종료됨
- 3년 이상 근로한 경우 최초 1년을 초과하는 계속 근로 연수 매 2년에 대하여 1일을 가산한 유급휴가를 주도록 됨(근로 기준법 60조)
- 기존의 시간급 통상임금이나 임금수준이 저하되지 않도록 해야 한다는 포괄적인 내용의 규정이 있으며, 주휴일 1일 유급부여는 주 5일 근무제 시행 이후에도 동일함
- 1주일 중 공휴일이 있는 경우 이를 유급으로 할 것인지 여부는 회사의 취업규칙 등은 규정에 정하여 놓고 그에 따라 실시하면 됨

<그림 3-17> 주5일 근무제 시행 사업장 비율(2006/2010)



나. 주5일 수업제 전면 시행

- 주5일 근무제가 전면 시행된다 하더라도 부모와 자녀가 함께 할 수 있는 가족여가의 확산을 위해서는 주5일 수업제의 전면 시행이 함께 이루어져야 한다는 요구가 증대되어옴
- 2006학년도부터 월2회 시행되어온 주5일 수업제가 2012학년도 1학기부터 전면 도입될 예정
 - 주5일 수업제 운영으로 다양한 체험학습 활동 기회가 많아 학생들의 창의적이고 자기주도적인 학습능력 및 문제해결능력이 신장될 것으로 진단됨
 - 전국 초·중·고 대상의 주5일 수업제는 2004년 시범을 거쳐 2005년 월 1회, 2006년 월 2회 실시된 후 2012년 3월부터 월 4회로 전면 확대할 예정
 - 이에 인천시교육청의 경우, 2011학년도 2학기부터 6개월간 운

영할 주5일 수업제 시범운영학교를 선정·발표했고, 시범운영 학교 우수사례를 일반화하여 2012학년도에는 주5일 수업제가 성공적으로 정착될 수 있도록 지원할 계획

〈인천시교육청 주5일제 성공적 정착을 위한 주력방침〉

1. 교육과정 편성·운영의 측면에서는 주5일 수업제가 전면 도입되어도 학교의 원활한 교육활동 및 기초·기본 학력 보장 등을 고려하여 기존 수업시수는 준수
2. 토요 돌봄 및 교육 프로그램 확대: 토요 돌봄교실 운영을 확대하고, 토요 방과후학교 운영 확대 및 질 제고 방안을 마련할 계획, 또한 학교 토요 Sports Day 운영, 학교-가정-지역사회와 함께 하는 다양한 체험 활동을 강화할 계획
3. 주5일 수업제의 안정적인 시행을 위한 지원체제를 구축하기 위해, 시교육청과 지역교육지원청 단위의 주5일 수업제 시행추진단을 구성·운영할 계획이며, 학부모와 학생들의 이해도 제고를 위해 홍보활동도 강화
4. 향후 주5일 수업제 시행추진단 정례협의회 개최, 주5일 수업제 홍보 리플릿 제작, 시범운영학교 담당자 워크숍, 주5일 수업제 학교장 연수, 시범운영학교 운영결과보고회 등을 개최할 계획

○ 주5일 수업제 전면 시행에 대한 기대

- 2005년에 교육인적자원부가 시행한 <주5일제 전면 시행 대비 교육과정 편성·운영 방안 연구>에 따르면, 2006년도에 월2회 이상 주5일 수업제를 실시할 것을 원하는 비율이 88%로 나타났고, 2007년도에는 월2회 실시 희망이 45%, 월3~4회 희망이 49%인 것으로 파악되었으며, 2008년에 전면 실시를 해야 한다는 의견은 45%로 나타남
- 주5일 수업제를 월1회 실시 중인 일반 학교와 월2회 실시 중인 우선시행교 학생과 교사, 학부모 총 4,952명을 대상으로 주5일 수업제 전반에 대한 설문 조사를 실시한 결과, 주5일 수업에 대한 인식이 전체적으로 긍정적인(93%) 것으로 파악됨
- 당시 주5일 수업제의 효과로는 다양한 체험 활동을 통한 학습 경험 확대, 과중한 학습 부담으로부터의 여유 확보 등으로 나

타남

- 2011년 4월, 한국교원단체총연합회가 실시한 설문조사에 따르면, 자녀가 토요일에 하기를 바라는 활동으로 가족과 함께 여가활동(37.7%)과 체험학습(25.4%)이 가장 높게 나옴

2. 다운시프트족이 이끄는 가족중심 여가문화

- ‘근로시간 단축이 야기하는 뉴 트렌드(2000)’의 복합적 확산
 - 이미 2000년에 LG경제연구소는 근로시간이 단축하는 새로운 여가 트렌드로 시간소비형 여가로 전환, 가족중심주의 여가의 확산, 여가의 문화화·학습화 현상, 디지털화와 脫디지털화의 공존, 참여형·체험형 여가의 증대를 제시함
 - 시간소비형 여가로의 전환은 별다른 준비없이 주말을 소일하거나 즉흥적 여가를 영위하던 자세에서 벗어나 적극적으로 주말을 설계하는 계획적 여가풍조의 확산을 의미
 - 가족중심주의 여가의 확산은 핵가족화의 진전, 맞벌이 부부의 증가가 역설적으로 가족과 여가를 보내야 한다는 필요성을 강화시켜 주말에 가족동반으로 종합리조트, 오토캠핑, 주말농원 등을 찾거나 부모와 자녀가 함께 스포츠클럽이나 취미 동호회에 참여하는 사례가 증가할 것을 의미함
 - 여가의 문화화·학습화 현상은 문화적 여가 수요의 증대를 가리키는데, 문화적 생활방식도 영화 일변도에서 탈피하여 콘서트, 클래식, 연극, 재즈, 뮤지컬, 발레, 국악 등으로 다양화할 것이라는 전망
 - 학습형 여가도 크게 증가해 사후세계/공포/외계인 연구, 오지 탐방, 고고유적지 탐사, 인디언문화 연구, 별자리 탐사, 조류 생

태계 연구, 전통문화 연구, 요리 코디 등 다양한 영역에서 아마추어적 관심의 차원을 넘어선 연구활동이 여가의 한 형태로 등장한다는 것

- 또한 디지털 혁명의 가속화로 각종 신서비스, 신제품에 대한 수요 확대, 가상공간을 활용한 교류 등이 활성화 되는 반면, 점증하는 디지털 스트레스로 자연회귀형 여가, 정신적 안식과 향수를 자극하는 여가 추구경향이 발전할 것으로 진단함
- 참여형·체험형 여가의 증대는 보고 즐기는 수동적 여가에서 직접 참여하고 체험하는 능동적 여가 패턴이 주류를 이루어 특히 스포츠 여가가 확산될 것이라는 전망¹⁹⁷⁾
- 이러한 여가 형태의 변화는 최근 개별적으로 진행되기 보다는 복합적으로 가속화되어 가족중심 여가문화를 특징짓는 중요한 요소로 자리잡음

○ 주5일 근무제 실시 이후 가족중심 여가로의 변화

- 과거 ‘나’ 중심에서 ‘가족’ 중심으로 변화하면서 기존의 외식·놀이문화 등이 가족단위로 자연스럽게 변화했고, 각 지자체 등에서도 가족을 테마로 실시하는 다채로운 행사를 개최하면서, 단순히 눈으로 즐기던 관광문화가 교육적 가치에 비중을 둔 체험관광에 더 많은 관심이 쏠리기 시작함
- 가족을 테마로 한 방 문화의 변신: 과거 음지의 문화공간으로만 여겨졌던 DVD방에서 탈피해 가족단위를 겨냥한 웹서핑이 가능한 PC는 물론 각종 잡지 및 미니바까지 구비하는 등 웬만한 극장 로비 못지않은 편의시설을 갖춘 새로운 DVD방의 출현, 서점, 헬스장, 노래방, PC방, 야외휴게실 및 옥상공원, 안마시설, 피부관리실, 네일아트 등 다양한 편의시설이 갖추

197) LG주간경제, 2000.11.8.

고 가족단위 문화공간으로 급부상한 ‘다목적 웰빙 찜질방’의 출현

- 지자체의 가족단위 여가시설 증가: 전통테마마을로 지정 운영되고 있는 남해 다랭이 마을, 산청 예담촌, 의령 산 천렵마을 등은 주5일근무제 정착 이후 온 가족이 함께 방문하는 수가 꾸준히 증가했고, 수림이 울창하고 풍광이 뛰어난 경기도 내 산림지역에도 다양한 여가·휴양시설이 잇따라 조성되었으며, 강원도의 경우 전통민속공연 및 전통문화체험장 등 강원도만의 차별화된 관광자원을 적극 활용하는 등 지자체에서 가족단위 여가시설 및 프로그램이 증가하고 이를 활용하는 이용객도 증가함¹⁹⁸⁾

○ 다운시프트족의 증가와 가족여가의 의미 증대

- 주5일 근무제 및 주5일 수업제의 실시로 여가시간이 늘어나면서 삶의 질을 높이려는 욕구가 높아져, 일과 여가의 균형을 통해 삶의 질과 행복지수를 향상한다는 사회적 공감대가 확산
- 연봉이 낮아도 삶의 여유를 중시하는 다운시프트(Down Shift)족이 급증하고, 여가의 확대가 삶의 질 향상과 직결된다는 분위기가 형성됨¹⁹⁹⁾
- 올해 온라인 취업포털 사람인(www.saramin.co.kr)이 직장인 1,406명을 대상으로 ‘본인이 추구하는 삶’에 대해서 조사한 결과, 직장인 10명 중 7명은 고소득이나 빠른 출세보다 삶의 질과 여유를 중요하게 생각하는 다운시프트족이 되기를 희망함
- 특히 ‘삶의 질과 여유’를 선택한 응답자가 71.6%로 ‘돈과 명예’를 응답한 28.4%보다 무려 2.5배 이상 많았는데, 연봉 수준에 따라 살펴보면 ‘5,000만 원대 이상’ (83.8%), ‘4,000

198) 시사매거진, 2009.5.18.

199) BDI웹진 359호, 2011.9.29.

만 원대' (77.1%), '3,000만 원대' (70.7%), '2,000만 원대' (70.2%) 순으로, 소득이 높을수록 삶의 질과 여유를 중요하게 생각함

- 이 중에서 '삶의 질과 여유' 가 더 중요한 이유로는 '즐기며 살 수 있을 것 같아서' (55.5%, 복수응답)가 1위를 차지했으며, 다음으로 '마음의 여유가 생길 것 같아서' (49.1%), '가족, 친구와 보낼 수 있는 시간이 많아져서' (40.1%), '스트레스를 덜 받을 것 같아서' (38.6%), '건강하게 살 수 있을 것 같아서' (33.7%), '돈을 버는 목적이 여유를 위한 거라서' (32.2%), '돈버는 기계가 되고 싶지 않아서' (21.7%) 등으로 나타남
- 그러나 실제로 자신이 추구하는 삶을 살고 있는 직장인은 전체 응답자 중 31.6%에 불과하고, 삶의 만족도 역시 평균 51.4점으로 낙제 수준인 것으로 나타남²⁰⁰⁾
- 다운시프트족 중에는 중산층 전문직이 많은 것도 특징 중의 하나로 증권금융업이나 법조계, IT업계종사자들이 많은데, 엄청나게 스트레스를 받는 이들이야말로 느리게 산다는 것의 의미를 피부로 느끼는 탓으로 진단되며, 연령층은 가족에 더 큰 가치를 두고 자기만족적 삶을 민감하게 받아들이는 30대와 4대가 다수를 차지함

○ 오토캠핑 붐: 다운시프트족의 여가문화

- 캠핑은 원래 동호회를 중심으로 애호가들이 즐기는 여가 중 하나였으나 최근 3040 부부를 중심으로 아이를 동반한 가족단위 오토캠핑이 인기를 끌며, 전국 캠핑장은 빈자리를 찾기 힘들 정도로 붐비고 텐트, 캠핑카 등의 장비 시장도 급속도로 확장

200) 서울디지털신문, 2011.7.12.

- 여기에는 TV 예능 프로그램의 영향도 크게 작용해, <우리 결혼했어요>의 이장우-함은정 커플이 신혼집 대신 캠핑카를 타고 여행하는 모습이 시청자의 호평을 받고, <1박2일> 등의 여행 프로그램의 영향으로 국내단기여행의 확산이 두드러짐
- 업계에 따르면 현재 캠핑 활동을 즐기는 국내 인구는 전국적으로 100만 명 규모로 추정되고, HS애드 트렌드보고서에 따르면, 국내 캠핑용품 시장 규모는 지난해 2000억여 원으로 전년도 (1100억여 원) 대비 80% 이상 증가했고, 올해는 3000억 원 선으로 50% 가량 증가할 전망
- 캠핑족이 증가하자 특급호텔에서도 캠핑존을 열어 고객 유치에 힘쓰고 있는데, 호텔 캠핑존은 주간에 야외에서 바비큐 등을 즐기고 잠은 편안하게 호텔 객실을 이용하는 컨셉으로 구성됨²⁰¹⁾
- 이에 주5일제 시행과 함께 가족여가의 가장 직접적인 수혜를 볼 것으로 전망되는 여행 및 레저업계에서는 국내 단기여행 상품 개발이 활발하게 이루어지고 있음

3. 컬처맘의 부상: 문화예술 체험학습형 가족여가 증대

- 여성의 소비력 및 가정 내 구매결정권 증대, 아이들의 문화적 욕구와 감성을 채워주는 데 주력하는 ‘컬처맘’의 부상, 체험과 놀이 위주의 유아교육 확산에 따른 체험교육 수요 증가 등이 복합적으로 작용하여 문화예술을 통한 체험학습형 가족여가의 증가도 기대

201) 스카이벤처 데일리트렌드, 2011.10.10.

가. 여성의 소비력 및 가정 내 구매결정권 증대

○ **이브올루션: 3040 여성 소비자 파워 증대**

- 미국의 미래학자 페이스 팝콘은 21세기 트렌드 중 하나로 ‘이브(Eve)’와 ‘진화(Evolution)’의 합성어인 ‘이브올루션(Eveolution)’을 언급했는데, 이미 선진국에서는 구매자 및 구매 의사 영향자(Influencer)로서 여성의 중요성이 점점 커지고 있으며, 국내 소비 시장에서도 3040 여성 소비자의 파워가 증대
- 미국의 여성 소비자가 한 해 쓰는 돈은 무려 3조 7천억 달러에 이르며, 가계 지출의 80%를 여성이 주관하며, 미국 ABC 방송사에 따르면 신규 자동차를 구입할 때 여성이 결정권을 행사한 경우가 무려 80%에 이른다고 함
- 일본에서도 장기 불황 속에 소비 수요가 침체된 가운데 여성 의류 산업은 지속적인 성장세를 보이는가 하면, 거품 1세대로 불리는 40대 여성 소비자의 특별한 소비 성향이 주목을 받음
- 국내에서도 여성 소비자의 파워가 급성장해, 대형 인터넷 쇼핑몰에서는 여성 의류가 수년간 매출 1위를 유지한 컴퓨터를 제치고 새롭게 1위 자리를 차지했고, 이 같은 추세는 여성 이용자의 비중이 높은 인터넷뿐만 아니라 금융·이동통신 분야에서도 보편화되고 있음
- 20대 학업을 마치고 사회에 진출하면서 경제력을 확보하고, 결혼 후에 혹은 결혼을 미루면서 일에 몰입하는 여성이 늘고 불황 속에서도 비교적 안정적인 소비 성향을 보이는 동시에 새로운 소비 트렌드를 창출한다는 점에서 최근 3040 여성이 중요한 소비주체로 주목을 받음
- 나아가 3040 여성은 동반 소비 효과를 톡톡히 발휘하는데,

‘엄마 마케팅(Mom Marketing)’의 선구자인 마리아 베일리는 “엄마의 소비 성향이 가족 구성원의 소비 습관을 형성하고 구매를 결정하는 데 영향을 미친다”고 주장함

- 또한 싱글이든 기혼 여성이든 ‘입소문(World of Mouth)’ 효과도 큰데, 자녀 양육을 위해 전업 주부가 된 경우에 전업 주부끼리의 네트워크와 입소문 효과의 영향력이 매우 막강해 인터넷을 통한 커뮤니티나 블로그 활동에 적극적인 주부 블로거를 가리키는 **와이프로그(Wifellogger)**라는 신조어도 등장함
- 2009년 대홍커뮤니케이션즈에서 발행하는 애드와플매거진에 따르면, 통계청이 집계한 국내 전업 주부 수는 총 540만 명이고, 이 중 약 60%가 인터넷을 이용하는 것으로 나타나, 기업들도 전업 주부를 대상으로 한 체험단을 운영하거나 기획 단계부터 주부의 제안을 수렴하는 프로슈머 마케팅을 적극 도입²⁰²⁾
- 올해에도 이러한 여성 소비자 파워를 공략하려는 기업들의 다양한 여성 마케팅이 활발히 전개되었으며, 그 범위 또한 식품과 생활가전제품을 넘어 자동차, 전자, 금융, 여행, 스포츠 등 전방위로 확산되고 있음²⁰³⁾

○ 교육시장의 파워 소비자 알파맘

- 한국방송광고공사(KOBACO)가 2010년 13-64세 6,000명의 소비자를 대상으로 소비자행태조사(MCR)를 실시해서 토출한 5대 트렌드에 따르면, 실질적인 가계 활동의 소비주체로서 경제활동은 물론 가사와 자녀양육 모두 담당하는 알파맘(alpha mom)이 2011년의 파워 소비자 중 하나로 부상
- 이 조사에 따르면 알파맘은 학업과 운동, 리더쉽 등 모든 면에서 남자에게 뒤지지 않는 엘리트 소녀를 의미하는 알파걸

202) 애드와플매거진, 2009.7.24.

203) 서울경제, 2011.6.19.

(Alpha Girl)에서 파생된 용어인데, 가사/자녀양육 및 직장생활을 병행하는 기혼여성으로서, 전체 기혼여성대비 분명한 인생 목표를 가지고 있으며, 건강보다는 일을 중시하고, 자녀의 교육에 적극적 투자 의지를 가지고 있고, 패션이나 유행에 민감하며, 얼리어답터적인 성향을 가짐

- 이러한 알파맘의 소비력을 입증이라도 하듯이, 올해 홈쇼핑 GS샵은 교구, 도서, 교육용 디지털기기 등 교육상품 매출이 1200억 원을 넘었다고 밝힘
- 홈쇼핑 업계에서 교육상품 매출이 1000억 원을 돌파한 것은 이번이 처음으로, GS샵의 2009년 교육상품 매출액은 570억원이었다. 2년 만에 매출규모가 2배 이상으로 급증한 셈
- GS샵은 이 같은 매출급증의 요인이 최근 늘어난 ‘알파맘’ 때문으로 분석했는데, 공보성 GS샵 교육문화팀장은 “맞벌이 부부에 자녀가 1명뿐인 외동이 가정이 늘어나면서 자녀 교육에 적극적으로 참여하고 투자를 아끼지 않는 알파맘도 점점 늘어나고 있다” 며 “이러한 알파맘을 잡기 위해 해외 유명 놀이교구와 도서를 대폭 강화했고, 이 같은 전략이 맞아 떨어졌다” 고 말함
- 이에 따라 GS샵은 편성 전략도 바꿨는데, 2~3년 전만해도 교육상품의 핵심 고객을 전업 주부로 봤었기 때문에 주로 오전 시간대에 방송했지만, 2년 전부터는 직장생활을 하는 알파맘을 잡기 위해 평일 밤과 공휴일 방송횟수를 늘려 매출이 평균 20%이상 크게 증가했다고 함
- 공 팀장은 “알파맘들이 홈쇼핑을 선호하는 또 다른 이유는 자녀를 둔 쇼핑호스트들이 알파맘의 입장에서 상품의 특징과 활용법, 실제 체험기 등을 자세히 설명해 주기 때문” 이라며 “교육 시장은 경기에 큰 영향을 받지 않는데다 알파맘은 모든 홈쇼핑 상품의 주요 고객인 30~40대 여성층과 일치한다” 고 설명함²⁰⁴⁾

나. 문화예술 체험학습의 증가

○ 알파맘은 컬쳐맘이다?: 자녀의 체험학습 중심의 가족여가문화

- 최근 입시정책이 계속 변화하고 복잡해지면서 ‘엄마의 정보력이 자녀의 대학 간판을 좌우한다’ 는 말이 더욱 힘을 얻고 있는 가운데, 올해 한 여성지가 스마트 알파맘의 온·오프라인 아지트를 소개한 기사에서도 학교 밖 체험학습 관련 정보사이트가 추천 대상이 됨
- 예를 들어 <준비됐나요>는 주로체험 활동과 견학 정보를 다루는 카페로, 놀이 체험, 연극·예술 체험, 생태 숲 체험, 박물관 견학, 역사 기행 문화 답사, 캠프 등 아이들이 체험하고 견학하는 데 필요한 정보가 총망라돼 있고, 유아부터 중학생까지 연령별 체험 활동이 소개되어 있어 맞춤형 활동 선택이 가능하며, 체험·견학 시 회원들 간의 직접 교류가 가능해 오프라인에서 생생한 육아·교육 정보를 주고받을 수도 있음
- 또한 교육전문기업 휴넷이 ‘행복한 자녀 교육과 친화적인 가족’ 을 모토로 만든 온라인 가정경영 교육 사이트인 <휴넷가정 행복발전소>처럼 자녀교육에서 부모나 가족의 역할을 강조하는 부모코칭 프로그램이 주종을 이룸²⁰⁴⁾
- 이는 알파맘의 교육시장에서의 소비 파워가 가족관계 및 가정 내 문화 전반에 영향을 미치고 있음을 시사하는데, 그럴 경우 자기주도학습과 창의·인성교육을 강조하는 교육정책 및 입시정책의 변화에 맞춰, 주5일 수업제 전면 시행 이후 자녀의 체험 학습을 중심으로 한 가족여가가 더욱 지배적인 문화현상으로

204) 한국경제, 2011.12.26.

205) 여성중앙, 2011.11.23.

발전할 것으로 예상됨

- 신조어 ‘컬쳐맘’의 등장: 문화예술체험을 통한 자녀교육 붐
 - 이미 2010년에는 ‘컬쳐맘’이라는 신조어까지 등장했는데, 컬쳐맘이란 자녀의 문화적 욕구와 감성을 채워주는 교육에 열심인 엄마를 뜻함
 - 이러한 컬쳐맘의 등장은 최근 어린이 박물관과 미술관이 늘어나고 음악회·뮤지컬 등 공연과 체험학습들이 풍성해진 배경과 무관하지 않음
 - 문화아이콘 정유란 대표는 “교과서로 배운 지식은 곧 잘 잊어버리지만 문화 활동을 통해 얻은 배경 지식은 기억에 오래 남는다”며 “문화적 소양은 생각하는 힘을 키우는데 큰 도움이 된다”고 설명하고, “아이의 문화적 취향이 편중되지 않게 하려면 마당극은 물론 발레까지 다양한 문화 장르를 두루 섭렵하도록 배려해야 한다”고도 덧붙임
 - 자녀와 미술관을 자주 찾는 한 컬쳐맘은 “예술작품에는 정해진 답이 없다”며 “아이가 자유롭게 솔직하게 자기 생각을 표현하도록 격려하는 것이 중요하다”고 조언함
 - 또 다른 컬쳐맘의 경우, “고학년이 되면 여학생들은 역사와 과학을 어려워한다”는 선배 엄마들의 충고에 딸을 박물관에 부지런히 데리고 다녔는데, 평소 딸의 학습자료 검색을 위해 인터넷을 자주 사용하는 그는 다양한 교육정보 사이트에 가입, 게시판에 올라오는 체험학습과 박물관 전시일정을 매일 체크하고, 국립중앙박물관과 민속박물관, 서대문자연사박물관 등 서울시내 주요 박물관은 아예 메일링 서비스를 신청함
 - 정보를 수집한 뒤에는 달력에 방문일정을 꼼꼼히 기입해 학원스케줄과 겹치지 않도록 하고, 딸과 박물관에 가기 전 반드시

시 관련 자료를 함께 훑어보지만, 박물관에선 팸플릿이나 자료를 보지 않고, 딸이 흥미를 보이는 유물부터 자유롭게 관람하도록 내버려둠으로써 충분히 보고 스스로 느끼고 생각하도록 함

- 또한 그는 딸이 박물관을 친구들과 함께 가는 습관이 들 수 있도록 딸과 관심사가 비슷한 친구들을 그룹으로 묶어 함께 박물관에 데려가기도 함²⁰⁶⁾

○ 경기도 어린이박물관의 인기: 주말 문화시설 체험 증가 예고

- 올해 9월에 국내 최대 규모이자 최초의 독립형 어린이 전용 박물관인 경기도 어린이박물관이 개관
- 어린이박물관은 수장고와 자료실 뮤지엄숍, 교육실, 강당, 공연시설, 어린이도서관, 영유아전시실, 기획전시실, 상설전시실 등 지하 1층부터 지상 3층까지 어린이들만을 위한 공간으로 꾸며졌으며, 10개의 전시실은 호기심 많은 어린이, 환경을 생각하는 어린이, 튼튼한 어린이, 세계 속의 어린이 등 4개의 대주제로 나눠 스포츠, 과학탐구, 인체탐구, 환경, 다문화생활체험 등 어린이들의 자발적인 체험과 학습이 동시에 구현될 수 있도록 구성됨
- 또한 1층에는 유아들을 위한 '자연놀이터'와 '튼튼놀이터'가 들어섰고, 2층에는 한강을 중심으로 자연환경과 물의 중요성을 알아보는 '한강과 물' 전시장이 설치되어 실제 물의 흐름과 힘, 댐과 수력발전의 원리 등을 체험할 수 있음
- 3층 전시장에는 재활용품을 활용한 작품을 만들며 환경보호의

206) 중앙일보, 2010.2.22.

- 중요성을 생각하는 ‘에코아틀리에’, 다양한 의상을 입고 관객들 앞에서 연극배우가 될 수 있는 ‘미니씨어터’도 마련됐고, 다문화 사회를 이해할 수 있도록 중국, 베트남, 일본, 인도네시아 가정을 재현해 놓은 전시실 ‘내 친구를 소개합니다’가 들어섬
- 뿐만 아니라 어린이박물관 곳곳에는 강익중, 박미경, 김동원, 김용관, 양주혜 등 유명 작가들의 예술작품이 설치되어 있으며, 건물 외벽에 한글로 전래동요를 형상화한 1천여 장의 유리타일 벽화, 대형 오르간과 타악기 등으로 만들어진 9m 높이의 대형 키네틱아트 작품도 설치됨
 - 박물관은 전시 콘텐츠와 박물관 안팎의 예술작품을 어린이 스스로 찾아다니며 체험할 수 있도록 다양한 교육프로그램을 제공할 계획이며, 입장료도 도내 만 3세 이상 어린이와 성인은 2천원, 타 시·도 어린이와 성인은 4천원으로 타 어린이 체험학습 시설이나 프로그램에 비해 저렴함
 - 이러한 장점 덕분에 경기도 어린이박물관은 예약제로 운영함에도 불구하고 개관 40여일만에 관람객 10만명을 돌파하며 연일 매진을 기록
 - 이경희 관장은 “평일 2000여 명, 주말 3500여 명이 옵니다. 경기도에서만 오는 게 아니라 제주, 부산에서 일부러 오는 가족도 있어요”라고 말함²⁰⁷⁾
 - 특히 주말 가족단위 관람객 수가 평균 2천 명인 평일 관람객 수를 상회하는 3000~3500명으로, 주5일 근무제 및 주5일 수업제 전면 시행으로 박물관·미술관과 같은 문화시설 이용이 증가할 것으로 기대됨
 - 이미 주5일 수업제 전면 시행 발표와 함께 각종 문화시설에서는 주말 체험학습 프로그램을 개발하여 시범운영에 들어갔으

207) 동아닷컴, 2011.10.27.

며, 롯데월드 등의 엔터테인먼트업계에서도 에듀테인먼트에 초점을 맞춘 체험학습 프로그램 개발에 돌입

제9절 문화예술, 낯은 도시에 매력을 입힌다

1. 도심 르네상스 프로젝트의 확산

- 문화예술을 통한 지역재생 프로젝트가 여전히 지자체의 중요한 화두로 지속되는 가운데, 특히 도시산업구조의 변화로 오래된 도시의 구도심 또는 원도심이 공동화되는 현상을 막고 도시 균형발전을 위해 문화예술을 통한 도심 르네상스 프로젝트가 두각을 나타내고, 구도심에 자리잡은 예술창작공간 입주작가들이 지역주민과 함께 원도심 재생 및 활성화에 적극적으로 참여

- 인천의 구도심 르네상스: 마을기업 ‘히트앤드런’의 <제물포 리폼 프로젝트>
 - 인천대 이전과 도시재정비촉진지구 해제로 상권이 어려운 형편에 처한 제물포 지역 재생을 위해 마을기업 ‘히트앤드런 (Hit&Run) 제물포’를 설립
 - 사단법인 ‘함께걷는길벗회’를 주축으로 한 남구 마을기업인 ‘히트앤드런 제물포’는 제물포 지역에 있는 현 건물을 허물지 않고 옛 건물을 활용해 다방면의 문화예술을 접목시켜 발전하는 구도심재생사업을 올해 1월부터 운영
 - 지난 3월부터는 제물포 북부역을 중심으로 문화예술사업으로 ‘제물포 리폼프로젝트’를 수행해오고 있으며, 지난 4~6월에는 제물포에서 ‘쥬크박스’라는 이름으로 인디밴드 공연을 진행했고, 8월부터는 제물포 프리마켓(벼룩시장), 제물포 문화전시회를 시작함²⁰⁸⁾

208) 인천인, 2011.9.21.

○ 창원시의 <마산 원도심 재생 마스터플랜>

- 마산지역은 1971년 수출자유지역이 들어서고 양덕동에 한일 합섬이 본격 가동되면서 근로자 수 5만 명, 전국 7대 도시의 명성을 얻은 경남 제1의 도시로 성장해, 당시 국내 최초로 설치된 외국인 전용공단의 근로자 수가 3만7천여 명에 육박했고, 섬유산업이 활황일 때 한일합섬 단일 공장의 종업원 수만 3만4천여 명에 달하는 등, 서울, 부산, 대구 등에 이어 우리나라 수출을 견인하는 최대 전진기지로 평가됨
- 그러나 1983년부터 기업들이 인근 도시로 이전하면서 도시공동화 현상이 나타났고 이후 인구가 꾸준히 감소해 1989년 50만5466명이었던 인구가 올해 41만4602명까지 감소
- 마산이 창원·진해와 통합된 지난해부터 마산의 쇠락을 가만히 보고만 있을 수 없다는 창원시와 시민의 공통적인 목표가 생겨나, 창원시는 최근 ‘마산 원도심 재생마스터플랜’ 사업계획안을 발표함
- 이 사업은 마산원도심권의 역사와 문화를 살려 도시의 정체성과 경쟁력을 확보해 나간다는 계획으로, ‘창동 예술촌’ 조성 또한 추진할 예정인데, 이 예술촌 조성을 위해 창원시는 뒤편 골목길 230m에 비어 있는 점포를 대상으로 2년간 예술인들이 무료로 입주해 작품활동을 할 수 있도록 할 방침
- 창원시 도시재생과 유경중 주무관은 “예술촌 조성사업은 쇠퇴한 마산 원도심권에 문화·예술의 새로운 가치를 부여하는 사업이”라며 “그 가치를 통해 사람들이 모이고, 상권이 활성화되어 최종적으로 도시를 재생하는 것이 시의 최종 목표”라고 강조함
- 통합 창원시는 미래발전에 대한 새로운 비전으로 지역특성을 살린 균형발전 3대 프로젝트인 창원 스마트, 마산 르네상스, 진해 블루오션을 추진하고 있으며, 이에 따라 마산권역에서는 마

산만 워터프론트 조성사업과 원도심 재생사업, 구산해양관광단지 조성 등이 진행되고 있음²⁰⁹⁾

○ 근현대 건축물을 활용한 목포의 원도심 재생 프로젝트

- 2008년 정부는 ‘서남권 종합발전계획’을 최종 확정하고, 전남 목포와 무안, 신안 등 서남권이 2020년까지 환황해권 시대를 선도하는 인구 60만 명의 신 성장거점 및 자족형 중핵도시권으로 육성할 계획을 추진
- 이에 따르면 2020년까지 목포 등 서남권에 무안국제공항 활주로 확장 및 호남고속철도, 무안~광주 고속도로 등 교통 인프라와 사회간접자본시설을 구축하고 복합관광클러스터와 신재생에너지, 물류거점, 지역특화사업을 집중 육성하게 됨
- 이를 통해 이 지역 인구를 60만 명으로 늘리는 등 서남권을 자족형 중핵 도시화한다는 방침으로, 정부는 복합관광 등 각 분야별 지역발전사업에 정부 재정 5,000억원과 민자 9조3,000억원을 유치하는 등 모두 9조8,000억원을 투입하고 산업기반과 인프라 여건, 시장형성 등을 고려해 3단계로 추진키로 함
- 주요 지역발전사업을 보면 복합관광 분야에 목포권 문화·관광기반 조성 및 창포호 자연생태공원, 건강휴양 종합테마파크, 다도해 해양관광 복합레저단지, 크루즈 전용부두, 대형복합 쇼핑단지 조성 등 6개 사업이 추진되고, 신재생에너지 분야에는 태양광 발전단지 조성 및 부품소재 R&D기반 구축, 조류발전단지 조성 등 5개 사업이 포함됨²¹⁰⁾
- 이어 2010년 정종득 목포시장은 민선5기 2010년 시정운영 방향에 대한 포부를 밝히면서, ‘원도심 활성화를 위한 도시 재생·재창조 정책 추진’을 발표했고, 2011년에도 구(구)중앙시장

209) 조선닷컴, 2011.8.25.

210) 한국아이닷컴, 2008.1.10.

주·상·관 복합건물 신축, 대성지구 공동주택 재개발, 청소년 문화예술공원 조성, 도시가스 공급 등 원도심 재생·재창조사업을 중단 없이 추진할 것을 밝힘²¹¹⁾

- 이러한 원도심 재생 프로젝트의 일환으로 목포시는 옛 도심에 있는 근현대 건축물을 복원하고 활용하는 방안을 추진해왔는데, 개항기인 1897년 지어져 국가사적으로 지정된 옛 목포 일본영사관을 근대역사관 1관으로 쓰려고 20억원을 들여 개축하고, 옛 동양척식회사 목포지점을 근대역사관 2관, 옛 호남은행 목포지점을 목포문화원, 옛 절집인 동본원사 목포별원을 문화센터로 탈바꿈시킴
- 목포시 관계자는 “옛 동본원사 터는 애초 주차장으로 쓰려다 시민의 의견을 듣고 문화센터로 바꿨다”며 “역사와 애환이 깃든 건물에 대한 시민의 관심이 높아지고 있다”고 전함²¹²⁾
- 그러나 한편에서는 지자체들의 원도심 공동화 해결 방안이 걸리고 있다는 지적이 나오고 있는데, **지자체들이 도시재생을 고심하면서도 공공기관의 신도시 이전으로 공동화를 가속화**시키는 우를 범하고 있다는 내용임
- 목포시의 경우도 대표적 구도심인 용해동이 올해 5월 광주지법 목포지청과 광주법원 목포지원의 옥암동 신도시 이전으로 상권이 약화되고 있으나 특별한 대안을 수립하지 못해 지역주민들의 비난을 받고 있는 것으로 알려짐
- 이와 관련해 전문가들은 재정자립도가 50%가 안 되는 지자체가 전국 지자체 중 87%에 달해 원도심 공동화 현상은 계속 심화될 것으로 예상하고, 지방재정 악화로 인해 지자체 역량만으로는 원도심 활성화가 어려우므로 원도심 활성화를 위해선 중앙정부의 예산지원이 뒷받침돼야 한다고 주장함

211) 뉴시스, 2011.2.15.

212) 한겨레, 2010.4.25.

- 김성환 동아대학교 경영학과 교수는 “원도심 활성화에 지자체가 100% 재정을 투입하는 것은 현실적으로 불가능하다” 며 “재원마련이 어려운 상황에서 중앙정부가 사업비 50% 이상을 지원하는 등의 예산지원이 절실하다” 고 말함²¹³⁾

○ 수원의 <마을 르네상스>: 시민이 주인되는 마을 만들기

- 수원시는 주민이 주체가 되는 마을 리모델링 사업을 골자로 올해 마을 르네상스를 본격 추진하기 시작했는데, 마을 르네상스 사업은 먼저 마을조사, 교육·체험 등 주민자치와 역량 강화 프로그램을 진행하고, 이어 시설 조성사업과 공간조성사업을 추진함
- 저탄소 녹색마을의 경우 정겨운 마을마당 쌈지공원 만들기 등의 시설조성과 서호천 야생화 탐방로 조성, 생태하천 복원사업 등 공간조성사업이 추진되며, 문화예술마을 사업으로는 나혜석 문화예술제 등의 프로그램과 행궁동 옛거리 공방 조성, 동네 작은 박물관·마을소극장 만들기 사업 등이 진행될 계획
- 대표적인 사업으로 꼽히는 골목경제마을은 1시장 1대학 자매결연 전통시장 특화사업, 로데오거리·벼룩시장·웨딩거리 등 테마거리 조성 등으로 전통시장을 활성화해 일자리를 창출할 예정임
- 돌봄마을은 복지와 여성에 초점을 맞춰 공동 육아 프로그램과 마을카페 조성, 여성이민자 문화의 거리 만들기 등의 사업을 진행할 계획²¹⁴⁾
- 올해 6월에 발표된 수원시 마을르네상스 기본계획에 따르면, “도시재생을 통해 사람의 가치가 존중되는 휴먼시티 수원을 구현하고자 마을·도시에 대한 관심을 증대시키고 이웃 간 신

213) 세계일보, 2011.9.30.

214) 휴먼경제, 2011.6.7.

뢰와 공동체를 회복하는 한편 환경수도, 인문학 도시, 화성 르네상스, 여성친화 도시를 조성한다” 는 목표로 연도별·단계별 추진전략을 수립함

- 첫 단계인 지역 문화와 마을 공간을 새롭게 구성하는 현재의 지역형 마을르네상스 단계에서는 마을 공동체 구축, 공모사업 추진, 운영 매뉴얼 구축 등을 통해 시민의 자발적 참여체계를 마련하고, 2단계 수원형 마을르네상스 단계에서는 지역별 마을르네상스 사례와 프로세스 및 시스템을 구축하고, 마을 르네상스 사업을 공동체에서 마을재생, 나아가 도시재생으로 확대 추진하는데, 이 단계에서는 마을 르네상스 콘테스트도 개최
- 3단계 한국형 마을르네상스 단계는 수원형 모델을 대한민국형 선진 도시 모델로 보급하는 단계로 마을르네상스 콘텐츠를 보급하고 민·관 협력 네트워크 사업을 추진하며, 전국 마을르네상스 콘테스트 및 마을르네상스 국제학술대회를 개최할 예정
- 이를 위해 시는 마을만들기 추진단과 마을르네상스 행정협의체를 통해 창의적이고 효율적으로 기획·지원하고 온·오프라인 시민포럼, 마을학교, 도시대학 등을 운영하며 마을 르네상스의 역량을 강화해 나가고 있음
- 염태영 시장은 “행궁동, 율전동과 같이 주민들이 먼저 시작해 힘들게 가꿔 온 마을만들기를 마을르네상스라는 이름으로 행정 이 적극적으로 지원하고 협조하고자 한다” 며 “주민 모두가 적극적으로 참여해 이를 축제처럼 즐긴다면 수원의 마을르네상스는 대한민국 마을만들기의 롤모델이 될 것” 이라고 말함²¹⁵⁾
- 이와 함께 수원 주민들의 활동 역시 활발한 것으로 전해지는데, 수원 율천동에는 주민들이 직접 조성한 쉼터인 밤나무 동산이 만들어져, 이 동산에서 '밤밭축제'라는 마을잔치가 열렸으며,

215) 수원일보, 2011.6.22.

수원YWCA는 장안구 정자2동에서 '정자동 DIY(Do It Yourself) 아나바다 매장' 사업을 벌이고, 권선구 금호동의 마을소식을 담은 <칠보산마을신문>이 창간되는 한편, 지동 새마을3단체는 팔달구 지동에서 '수원화성(華城)과 지동 골목길과의 반가운 동행'이라는 마을르네상스 사업을 추진²¹⁶⁾

○ 전주 르네상스: 아트폴리스를 만드는 <오래된 미랫길> 사업

- 2007년부터 전주시는 가장 한국적인 전통문화 도시 이미지에 걸맞는 <전주 르네상스> 사업을 본격적으로 추진했는데, 도내 문화예술인 뿐만 아니라 국내, 나아가 해외 여러 나라의 문화 예술인들이 자유롭게 창작 활동을 하며 다양한 전통 문화예술을 정착시켜 나갈 수 있는 무대를 마련한다는 것임
- 이러한 구상은 이탈리아 피렌체시에서 영감을 받은 것으로, 한옥마을 일대나 전통·현대적 문화 예술 활동이 활발한 지역에 예술인촌을 조성해, 시인, 서예가, 전통음악, 고전문학, 화가 등 각 분야별 최고의 예술인들을 초청, 상주시키며 활동을 적극 지원해 나간다는 방침임
- 이와 관련해 송하진 시장은 “최근 이탈리아 피렌체시에서 경험한 유럽 사람들의 문화유산에 대한 보존·계승의 노력이 매우 인상적이었다” 며 “천년고도 전주의 전통을 살리기 위해서는 문화 예술 부흥운동을 적극적으로 전개해 나가는 것이 가장 근본적인 방안이 될 것이다” 고 말한 바 있음²¹⁷⁾
- 이후 2009년에는 전통과 현대가 어우러지는 아트폴리스 공공디자인 정책을 추진하고 그 연장선상에서 올해에는 다부서 협력체제로 <오래된 미랫길> 사업을 추진함
- 이 사업은 전통문화의 융합체인 한옥마을 문화적 경관 정비사

216) 중부일보, 2011.9.29.

217) 전북도민일보, 2007.4.4.

업, 현대적 삶의 애환이 있는 동문·풍남문 상점가 문화관광형 시장 조성사업, 미래 영화영상산업의 메카로서 자긍심이 되어 줄 영화의 거리 조성사업, 그리고 종합경기장 컨벤션, 팔복동 첨단복합단지²¹⁸로 이어지는 길로써 하나의 도시 안에 몇 시간 만에 천년의 시공을 공유하는 세계 속의 유일한 도시로 만들어가는 창조도시 디자인 프로젝트임

- 전주시 관계자는 “전주만의 특색을 살린 도시디자인에 대한 꿈을 담아 예술도시 조성을 핵심정책으로 추진하고 감성과 생태를 모티브로 오래된 미랫길 도시디자인 사업을 성공적으로 추진, 1등보다는 1호가 되는 전주, 전 세계인에 사랑받는 아트폴리스 전주를 만들 방침이다” 라고 말했는데, 이를 위해서 무엇보다도 시민의 능동적인 참여와 공생 등의 가치가 강조됨²¹⁸⁾

○ 대전 원도심 르네상스: ‘대흥동립만세’

- 대전의 원도심 르네상스는 마을의 거리미술축제를 통해 활기를 띠는데, 2008년부터 시작된 대전시 대흥동의 ‘대흥동립만세’가 그것임
- 작년에는 북중순·유근영·임재광 등 85명의 현대미술가가 참여한 ‘대흥동네미술제’가 스페이스 씨 및 대흥동 일대 10곳의 상점에서 진행됨
- 비영리예술매개공간 <스페이스 씨>는 ‘대흥동립만세’ 축제의 첫해에 미술 프로젝트-보따리프로젝트 전시를 했고, 이후 아트프리마켓 등을 운영하며, 전시공간을 작년 3월 대흥동으로 옮겨 <대흥동 마님과 사랑방 손님> 등 대흥동 원도심의 문화적 가치를 재조명하는 전시를 개최하기도 함
- 2010년의 전시 역시 그런 일련의 행사와 맥락을 함께 해, 10곳

218) 전주시청, 2011.2.21.

- 의 상업 공간에 적게는 2~3점 많게는 10여 점씩 작품을 전시, 단골 고객이 자연스레 작품을 향유할 수 있게 함
- 예술의 경계를 허물고 시민이 자연스레 예술을 접할 수 있도록 하기 위해 전시장을 개방한 시도인데, 윤 큐레이터는 “이 미술제를 관람하기 위해 온 외부인은 ‘가이드 맵’ 을 가지고 대흥동 전시공간을 둘러볼 수 있다” 며 “전시공간을 돌며 대흥동 원도심의 가치를 다시 생각해보길 바란다” 고 피력함
 - 대전 동구 원동에 위치한 중앙시장에서 지역 미술인들에 의해 탄생한 <시장미술>이라는 장르 역시 꾸준히 지속되어, <SHOW>(2007), <시장보고, 미술보고>(2008), <어물전 공중전>(2010) 등으로 이어졌는데, 시장미술제는 전통 재래시장과 미술의 만남을 통해 침체된 중앙시장 활성화와 함께 시장과 예술이 공존하는 ‘퓨전아트’ 라는 새로운 예술을 모색하기 위한 행사임
 - 시장미술제 운영위원회 관계자는 “소통과 교류라는 시장 본연의 기능과 역할에 부응, 미술제를 개최하게 됐다” 며 “시장을 찾는 고객들이 예술작품을 통해서 문화적 향기를 느꼈기를 바란다” 고 말함
 - 올해에도 어김없이 개최된 동네 축제 <대흥동립만세>는 ‘전설의 동네 축제... 놀 줄 알아요?’ 를 슬로건으로 내걸고 원도심 거리 곳곳에서 각종 문화예술행사를 진행함
 - 대흥동립만세추진위원회는 축제를 위해 6월부터 매주 수요일마다 원탁회의를 열어 각 분야 참가자들의 의견을 수렴해, 10대 고등학생부터 지역 예술 원로까지 대흥동을 사랑하는 다양한 사람들이 모여, 축제를 보는 시선이나 콘텐츠에 대한 의견들이 다양하게 쏟아지면서 그만큼 다채로운 색깔을 담게 됨
 - 참가 업소도 작년보다 대폭 증가해 북카페 이데, 카페 비둘, 프랑스문화원, 소극장, 갤러리 등 기존 문화공간뿐 아니라 바

- (bar), 카페, 식당 등 상업공간도 참가해 각 업소의 콘셉트에 맞는 공연 및 전시 프로그램이 비상시적으로 펼쳐짐
- 축제 첫날에는 축제 자원봉사자인 ‘골목 대장’ 이 펼치는 놀이 퍼포먼스를 시작으로 마임, 댄스, 음악, 전통극 등과, 버닝햄 번, 라이징선, 마하트마 등 대전출신 유명 밴드의 공연이 펼쳐지고, 축제기간 중에는 참가 상점을 중심으로 자유로운 문화행사가 열림
 - 또한 축제의 하이라이트인 ‘새벽 난장’, 관객들도 함께 어울리는 ‘대흥동 쉼시봉’, 대전 평생학습관 앞 국악 한마당, 프랑스문화원에서의 독립영화 상영, 은행교 앞 길거리 힙합, 바카오산로드에서의 밴드 공연 등이 개최되고, 축제에 맞춰 본격 영업을 시작한 ‘산호여인숙’에서는 <2011 애니유랑단>이라는 독립애니메이션 상영회가 개최됨
 - 그 외 북카페 이데에서의 ‘당신들만 아는 옥상 콘서트’, ‘아트프리마켓’, 퓨전중화요리집에서 열리는 <근대건축물사 진전>, 대전문화연대가 진행하는 ‘대전부르스 노래부르기 대회’ 등도 열림
 - 대흥동립만세사업단의 서은덕씨는 “행정기관이 주축이 된 기존 축제와 달리 참가자들이 자발적으로 무대를 만들어 간다는 점에서 재미와 의미가 더해지는 것 같다” 고 말함²¹⁹⁾

2. 골목길 프로젝트로 원도심 재생

- 골목길 프로젝트 원조 대구: 새로운 혁신은 골목에서 일어난다
 - 이미 10여 년 전부터 시작된 대구의 골목길 프로젝트는 대구중

219) 대전일보, 2011.8.16.

구도시만들기지원센터 권상구 사무국장의 아이디어와 노력에서 시작된 것으로 알려짐

- “지난 10년 동안 대구를 떠난 사람의 80%가 18~39세 젊은이입니다. 대구에 일거리가 부족했기 때문이지요. 처음엔 제 스스로 대구에 사는 이유를 찾고 싶었어요. 그걸 찾다 보니 자연스럽게 대구에 뿌리내린 이야기와 흔적을 찾게 됐지요. 편집증적으로 대구에 관한 자료를 수집하고 시민들의 이야기를 듣기 시작했어요.” 라고 말하는 그는 지금까지 ‘대구 살리기’, ‘대구의 재발견’, ‘골목길 투어’ 등의 프로젝트를 추진해옴
- 그는 2001년 대구문화지도만들기 프로젝트를 기획하면서 <골목길문화가이드북>을 펴냈고, 2003년 거리문화시민연대를 발족해 아무도 거들떠보지 않던 대구의 골목길에 의미를 부여했으며, 이어 100년이 넘는 근대 골목 디자인 개선 사업에 본격 투신해 골목길문화해설사 양성과 새로운 골목길 투어 코스들을 조성함
- 또한 2007년 근대골목디자인개선사업을 필두로 동성로 공공디자인 개선사업, 봉산문화거리 개선사업, 종로·진골목·장관동 가로환경 개선사업, 2012년부터 시작될 대구읍성길 상징거리 조성사업 등의 코디네이터로 활동해옴
- 그는 “아직은 실험단계입니다. 따로국밥, 육개장, 약령시의 약선음식 등 골목투어를 문화공연과 더불어 주변 상권과의 결합을 시도하는 등 새로운 실험이 계속되고 있습니다.” 라며, “골목투어와 스토리텔링, 도시 캠페인적이면서도 교육적인 도심재생·도시디자인사업 등을 요소로 타 도시와 경쟁하지 않은 대구만의 독특한 문화를 만들고 싶습니다. 대구 도심재생사업의 경향은 일종의 장소성 개발과 역사문화자원에 기반한 도심활성화 사업이지요. ‘미래 도시일수록 과거에서부터 계획한다’는 미국의 창조도시 이론가 찰스 랜들리의 화두에서 많은 힌트

를 얻었습니다.” 라고 말함

- 그가 골목길에 주목한 이유에 관해서는 대구가 약 1조3000억 원을 들여 추진했던 밀라노프로젝트(섬유산업 업그레이드)가 실패하는 걸 보고 대구가 가진 자생적인 생태계에 관심을 갖게 됐다고 밝히면서, “관심 있는 건 분명히 대구의 미래이지만, 외부가 아닌 대구 안에서 해결책을 찾는 게 죽어가는 대구를 살리는 유일한 길” 이고, 새로운 혁신은 장소, 즉 골목에서 일어난다고 강조함²²⁰⁾

○ 대전시의 골목길 재생 프로젝트

- 대전시는 2011년 9월부터 2013년까지 낙후되고 침체된 원도심 골목을 전통과 문화가 살아 숨 쉬는 골목으로 재생시키는 골목길 프로젝트 사업을 추진하기로 함
- 대전의 원도심 공동화 현상은 심각한 수준으로 지적되고 있는데, 대형 건물은 공실이 많고 일부 재개발 지역은 사업지연으로 문 닫아 놓은 점포가 부지기수이며, 일부지역은 건물이 방치돼 우범지대로 전락하고 있는 실정이고, 특히 대전시 중구와 동구 일부 지역은 각종관공서와 은행 본·지점이 빠져나가 인근 상권이 몰락한지 오래인 것으로 알려짐
- 이에 대전시는 이같이 낙후되고 있는 원도심 골목을 재생시키기 위해 골목길 프로젝트를 역점사업으로 추진 중인데, 원도심 골목길을 특화거리로 조성한다는 것임²²¹⁾
- 이는 서울 삼청동 ‘디자인서울거리’ 처럼 구도심의 골목길을 ‘위대한 파괴’ 의 개념으로 접근해 세련된 골목으로 변화시켜 경제 활성화에 주력하고자 하는 것
- 이를 위해 시는 지역 내 주민과 사회지도층, 전문가, 행정이 함

220) 세계일보, 2011.12.15.

221) 금강일보, 2011.9.7.

께 참여하는 가칭 ‘골목재생추진위원회’ 을 구성 운영하여, 민간중심 총괄계획가(Master Planer)를 선정해, 사업의 전 과정을 의사를 모아 결정할 방침임

- 또한 공공시설물과 민간건물, 간판, 담장 등을 통합 디자인(Total Design)해 골목 전체가 조화를 이루는 세련되고 쾌적한 문화예술이 살아있는 특화거리로 조성하게 되는데, 주요 사업으로 마을골목길 조성, 가로시설물 정비, 폐 공가 및 공지를 활용한 주민쉼터, 공원녹지, 공동주차장, 벽화조성 등 지역 문화예술 공간을 조성해 걷고, 머물고, 즐기고 싶은 세련된 거리로 만들 계획
- 시 관계자는 주민이 주체가 돼 추진하는 이 사업은 지역 공동체를 복원하고 동네의 역사성과 정체성을 정립할 것이라며 골목문화 환경개선은 물론 삶의 질 향상과 원도심 활성화에 크게 기여 할 것이라고 밝힘²²²⁾

○ 전주시의 <골목길 디자인 프로젝트>

- 전주시는 올해 행안부의 공모사업인 ‘2011년 생활형 지역 공공디자인 시범사업’ 에 선정된 전주 구도심 특화거리와 연계한 <골목길 디자인 프로젝트> 사업을 본격 추진할 것을 발표함
- 올해 추진하는 골목길 디자인 프로젝트는 완산구 고사동 일원 특화 거리인 영화의거리, 청소년거리, 걷고 싶은 거리 내 골목길 7개 구간 900m에 대하여 8억원(특교세 4, 도비 1.2, 시비 2.8) 사업비를 투입하여 보행 네트워크를 완성하고 골목길 공간을 문화예술공간으로 탈바꿈하는 사업
- 이번 사업을 통해 전주시는 골목길을 연결함으로써 문화와 예술이 소통되고 사람들의 삶의 흔적들이 고스란히 묻어나는 골

222) 바른뉴스, 2011.8.13.

목길 지도를 만들어 끊어진 골목길을 소통시키고, 전주객사와 연계한 역사·문화 인프라 구축으로 구도심 활성화와 지역주민들의 삶의 질 향상을 꾀할 계획임

- 또한 전주시는 골목길 독자성(Identity)을 만들기 위하여 사업 대상 골목길 고유명칭을 직원 대상으로 공모해 “추억을 여는 다울길”로 정했는데, “하는 일마다 모두 복이 온다”라는 의미의 “다울길”을 통해 신도심 개발로 인구 감소 및 상권 위축으로 지역공동화 현상이 나타나고 있는 구도심 지역에 만복(萬福)이 깃들라는 기원을 담음
- 이 사업은 민관이 함께 하는 사업으로 성공하기 위하여 자발적인 주민 참여를 유도할 계획이며, 이를 위해 구간별로 주민협의회를 구성하여 다각적인 주민과의 대화를 통해 주민과 행정의 공생할 수 있는 발전적인 제안을 유도 하고 주민들과 친화적인 관계를 유지하면서 서로에게 이익이 되는 사업으로 완성될 수 있도록 추진할 방침²²³⁾

○ 수원시 지동, <골목길 탐방 프로젝트>로 마을 르네상스를

- 수원시 팔달구는 <수원화성 르네상스 전략사업>의 일환으로 지동 골목길 일대를 테마형 탐방코스로 개발하는 <성곽과 어울리는 골목길 탐방 프로젝트>를 추진
- 사업 구간은 창룡문 일대 약 2km 구간으로, 이곳은 문화재보호 구역으로 지정돼 개발이 어려운 관계로 1960~1990년대 건축된 다양한 형태의 주택들과 직선형·Y자형·S자형 등으로 이어진 골목길이 자리해 있는데, 팔달구측은 이곳을 관광상품화하는 프로젝트를 올해부터 5년간 단계적으로 추진, 거주 주민들의 생활환경을 개선하고 수원화성과 연계된 관광명소로 만들겠다

223) 뉴스와이어, 2011.10.11.

는 전략

- 이를 위해 올해는 골목길 현황 조사와 스토리텔링 발굴, 시범 골목(2개소) 정비, 골목길·전통시장 사진화보집 제작, 느티나무 쉼터 조성, 폐가를 활용한 북카페 개설 등을 추진하고, 내년 부터 2013년까지는 2단계 사업으로 테마형 골목 완성, 성곽 회 주도로 경사면 정비, 전망 좋은 개인주택 옥상 개방, 골목길과 전통시장을 연계한 관광코스 개발, 관광안내책자 제작 등을 진행할 계획
- 사업이 완성되는 2014~2015년에는 <성곽 조망골목>을 개발해 화성이 바라다 보이는 골목길에 벽화와 조형물, 화단, 보행 안전시설물 등을 조성하고, 관광안내소와 우리맛 체험장을 조성 하며, 골목길 및 전통시장을 안내할 해설사 과정도 운영할 예정
- 김충영 팔달구청장은 “이번 사업은 주민이 자발적으로 참여하는 <마을 르네상스> 사업으로 추진해 주민들의 힘으로 일궈낼 것”이라며 “다양한 콘텐츠 개발로 스토리가 있는 골목 관광 상품을 만들어 보이겠다”고 밝힘²²⁴⁾
- 이에 지동 주민들도 문화재보호구역 지정으로 인한 각종 규제 로 방치하고 있던 주거환경을 스스로 아름답게 가꾸고자 나서, 수원시 팔달구 지동 주민센터가 청년작가들과 함께 주민들의 생활실태를 조사하고, 주민들의 의견을 수렴하면서 마을 르네 상스 사업의 본격 추진을 위한 사전 준비작업을 해옴
- 이를 바탕으로 시범 골목 2개소를 선정했고 현재 골목길 거주 주민들과 함께 노후된 담장을 정비하고 벽화그리기 작업을 한 뒤 연말에는 골목축제를 개최할 예정
- 또한 수원시 지동 관계자는 “화성을 조망할 수 있는 전망 좋

224) 경인일보, 2011.7.8.

은 개인 주택 옥상을 개방해 마을 주민을 위한 작은 음악회를 개최함으로써 주민 소통 공간이자 마을 명소로 활용할 예정”이라고 밝힘²²⁵⁾

○ 진주시의 <골목길 아트페스티벌>

- 올해로 네 번째를 맞는 <골목길 아트페스티벌>은 진주시청의 이전으로 도심 공동화 현상이 심화된 중안동·동성동 일대를 문화예술이 넘치는 공간으로 재탄생시키고자 지난 2008년 시작됨
- 골목길 페스티벌을 기획하고 주도하는 사람들은 지역문화 예술계 젊은 사람들로, 지역문화 발전이라는 슬로건을 가지고 과감하게 현장으로 뛰어들어 ‘어두운 골목에 예술의 빛을 밝히다’를 슬로건으로 진주 구도심 골목길 일원에서 골목길 아트페스티벌을 마련함
- 특히 유휴공간의 문화적 활용과 열린 문화공간 조성을 통해 시민이 예술 창조자로 참여하는 기회와 예술과 문화를 통한 도심 재생을 목표로 시작됨
- 올해에도 진주 문화예술인들이 자발적으로 나서 골목의 다양한 지점에서 펼치는 거리 공연, 공공미술 프로젝트 등으로 관심을 유도했고, 진주YMCA 등 시민단체들이 합세해 문화예술축제로 규모를 확대해 진행됨²²⁶⁾
- 축제는 갤러리 카페 “AN”에서 골목길을 구성하는 상점들 저마다의 이야기를 담은 <골목길 소장전>을 개막전으로 하여, 이수연, 장서영 작가의 미술전시, 박정현 사진전 등이 다윈, 카페 숲, 부에나비스타, 커피포트에서 열리고 주변 상점들의 쇼윈도에는 골목길 고양이 이야기의 이야기가 아기자기한 그림으로 펼쳐짐

225) 코리아타임뉴스, 2011.9.1.

226) 경남도민일보, 2011.10.19.

- 골목길의 큰길 행사로는 큰들문화예술센터의 마당극 <효자뉘> 과 <순풍에 돛달고>, 무형문화재 27호로 지정된 <진주오광대> 공연, 새노리와 노리단이 시민들과 함께 악기도 만들어 직접 연주하는 퍼레이드 행사 등이 개최되며, 골목길 구석구석에서는 마임과 마술, 비눗방울 공연과 통기타 공연, 어쿠스틱 밴드 공연, 힙합댄스와 현대무용, 전통극과 현대극 등 거의 모든 예술 공연이 열림
- 시민들이 직접 참여할 수 있는 행사도 마련되어, 어른들의 어린 시절 추억을 떠올리게 하는 <시끌벅적 놀이터>, 골목길 주변 상점의 상품을 주민들이 직접 착용하고 선보이는 <소소한 골목길 패션쇼>, 전시장에 숨어있는 영웅을 찾는 <보물찾기>, 공연장 여기저기를 돌아다니는 <진짜 월리를 찾아라> 등이 진행됨²²⁷⁾

○ 부산 아트팩토리 인 다대포의 <미로미로 골목길 프로젝트>

- 아트팩토리 인 다대포 레지던스는 2008년 2월 부산의 다대동 무지개공단 기계2단지에 입주한 예술가들의 이색 창작공간으로, 작가들의 예술창작 스튜디오와 전시공간 그리고 일반인을 대상으로 한 공방 교육 프로그램을 함께 운영
- 1000평의 공간에 200평의 전시실과 3개의 공방, 그리고 10개의 개인 스튜디오가 자리 잡고 있는 다대포 레지던스는 삭막한 공단지대에 부산의 로컬 아트를 꽃피우고자 하는 움직임이 알려지면서 부산의 새로운 문화 명소로 자리 잡음
- 아트팩토리 인 다대포가 2010년에 진행한 지역문화사업 <미로미로 골목길 프로젝트>는 국비, 시비, 구비를 합해 총 3억 8000만 원을 투입해 부산시 사하구 감천2동의 빈집과 골목길에 예

227) 진주인터넷뉴스, 2011.10.12.

- 술적인 감성을 불어넣어 마을 전체를 예술촌으로 바꿔 서부산 원도심을 대표하는 특색있는 관광지로 변신시켰다는 계획
- 부산시 사하구에 위치한 감천동은 한국전쟁 당시 조성된 마을로, 부산시의 흔적과 기록을 그대로 간직하고 있는데, 감천동만의 특별한 마을 조성 배경과 바다가 내려다보이는 뛰어난 경관으로 문화적 가치가 높은 곳임에 착안하여, 다대포 레지던스와 사하구청, 감천2동 주민이 협력하여 골목길 프로젝트를 구상
 - 미로미로 골목길 프로젝트는 예술가의 작품은 물론, 주민 참여 작품을 전시함으로써 새로운 문화공간을 제시했는데, 실제 빈 집 5곳을 평화의 집, 빛의 집, 어둠의 집, 사진갤러리, 북카페 등 테마별 공간으로 조성한 <테마가 있는 집 프로젝트>뿐 아니라, 감천동 골목길 곳곳에 벽화와 예술작품을 설치해 마을 자체가 하나의 갤러리를 옮겨놓은 듯한 인상을 주는 <골목길 프로젝트>로 진행됨
 - 아트팩토리 인 다대포의 진영섭 대표는 **“마을의 외관을 꾸미는 것도 중요하지만 주민들이 자발적으로 커뮤니티를 꾸려 아름답고 활력 있는 마을로 재생시키려는 의지를 기르는 게 더 중요하다고 본다”** 며 **“지난해에 이어 올해도 진행되는 이 프로젝트가 그 밑거름이 되기를 희망한다”** 고 말함²²⁸⁾
 - 그러나 ‘부산의 마추픽추’ 를 표방한 <미로미로 골목길 프로젝트>로 전국적 관심을 모은 아트팩토리 인 다대포는 올해 초 4년 만에 운영난을 이유로 문을 닫게 되어 부산 문화계의 큰 충격을 줌
 - **아트팩토리 해산**의 주 이유는 모기업인 S사가 기장군 이전이 확정된 상황에서 지자체의 반대로 이전이 불투명해진데다, 부산시의 예산지원도 여의치 않아졌기 때문임(S사는 지난 4년간

228) 국제신문, 2010.6.20.

임대료를 포함한 20여억 원의 운영비용을 전액 무상으로 지원해 온 실정)

- 진영섭 대표는 “문화불모지였던 서부산권에서 지역 주민들을 대상으로 다양한 문화활동을 펼쳤으나 재정적인 문제로 더 이상 운영할 수 없게 돼 안타깝다” 고 말하고, “다른 장소로 이전도 고려했지만 운영자금을 대기가 힘들어 대안이 없다. 아트팩토리가 해체되더라도 그동안 추진해온 감천2동 공공미술 프로젝트 등은 차질 없이 진행할 것” 이라고 덧붙임²²⁹⁾

3. 산업시설/산업단지에 예술의 매력을

- 전세계적으로 폐산업시설이나 유휴시설을 문화예술공간으로 활용하는 경향이 활발한 가운데, 국내에서도 오래된 산업시설을 문화예술공간으로 활용하거나 문화예술을 통한 산업단지의 활성화를 꾀하는 사례들이 다양하게 전개됨

가. 낡은 산업시설에 예술의 생명력 주입

- **청주 연초제조창, 청주국제공예비엔날레장으로**
 - 청주국제공예비엔날레 조직위원회는 <2011 청주국제공예비엔날레>를 청주시 상당구 내덕동 옛 청주연초제조창에서 개최해, 17년 동안 방치된 담배 공장이 문화공간으로 변신
 - 청주연초제조창은 1946년 11월 건립돼 한때 국내 최대 규모의 담배공장이었으나, 1999년 원료공장이 폐쇄된 데 이어 2004년

229) 코리아아트닷컴, 2011.3.24.

제조공장마저 완전히 문을 닫고 방치됨

- 이에 비엔날레 측은 연초제조창 일대를 시민참여형 이벤트를 통해 공예의 거리로 변신시켰는데, 이와 관련해 변광섭 비엔날레조직위 총괄부장은 “쓸모없이 버려진 도심 공장건물이 문화산업의 요람으로 변신하는 과정을 지켜봐 달라” 고 말함²³⁰⁾
- 그 결과 2011청주국제공예비엔날레는 국내 첫 아트팩토리형 비엔날레의 새 장을 열었으며, 국내의 문화예술과 건축전문가, 해외 각국의 전문가들로부터 세계 최고수준의 문화공간이라는 평가를 받음
- 비엔날레 측은 행사기간 동안 비엔날레 행사장을 찾은 관람객 1016명을 표본 추출해 관람 만족도, 전시 평가, 행사 내용 분석 등 다양한 부분에 걸쳐 면접조사 방법으로 설문조사를 했는데, 그 결과 청주연초제조창 공간활용에 대한 질문에 55.4%가 부분적인 리모델링을 통한 문화예술공간 활용을 지지했고, 18%는 공간을 전혀 손대지 않고 문화공간화해야 한다고 응답함
- 이에 설문조사를 한 연구팀은 “전국적으로 자치단체마다 문화예술 사업을 강화하고 비엔날레와 유사한 사업을 경쟁적으로 추진하고 있기 때문에 이에 대한 대비책과 중장기 마스터플랜 수립이 시급하다” 고 진단하면서, “비엔날레 상설조직을 구성하고 상설관과 클러스터를 조성하며, 국제사회의 글로벌 네트워크 구축, 연초제조창의 문화예술 테마파크화, 지역 특색에 맞는 공예상품 개발 및 활성화 등이 앞으로의 과제다” 라고 제안함²³¹⁾
- 한편 중앙정부 및 지방정부에서 이러한 건물 활용에 높은 관심을 보여, 국토해양부는 연초제조창을 2011년 최우수 공공건축 대상으로 선정하고 지속적인 지원을 약속했는데, 국토해양부

230) 경향신문, 2011.6.23.

231) 중부매일, 2011.12.16.

관계자는 “4대강 사업이 종료되었기 때문에 향후에는 버려지고 방치된 건물에 문화콘텐츠를 담는 등 공간 활용이 정부의 중요한 정책과제가 될 것”이라며 “청주국제공예비엔날레가 좋은 모델이 될 수 있다”고 말함

- 또 국립현대미술관은 이곳을 수장고와 전시기능을 병행한 지방분원으로 조성키로 하고 실무 작업에 들어갔는데, 국립현대미술관 분원이 유치되면 국내 첫 지방 분원이라는 상징적인 의미 외에도 청주가 한국의 미술문화를 선도하고 세계적인 미술도시로 발돋움할 수 있을 것으로 전망
- 그 외 서울시, 경기도, 충청도 등 전국의 광역자치단체와 예산시, 전주시, 남원시, 담양군 등 전국의 180개 자치단체에서도 전시 관람과 벤치마킹을 위해 행사장을 방문해, 전국에 산재해 있는 유휴공간의 효율적인 활용방안을 모색하고 축제운영의 사례를 벤치마킹함
- 앞으로의 활용방안에 관해 한범덕 청주시장은 “담배공장을 보존하고 문화공간화하며, 미래지향적이고 생산적인 콘텐츠를 담는 것이 기본 방향”이라며 “각계 전문가의 의견을 수렴하고 정부의 예산을 지원받아 청주의 새로운 성장 동력으로 발전시키고 세계적인 문화쇼핑공간으로 조성할 것”이라고 밝힘²³²⁾

○ **옛 연탄공장을 복합문화카페로: 흥대 앞 <엔트러사이트>**

- 서울시 마포구 합정동에 소재한 <엔트러사이트(Anthracite)>는 외관만을 보면 커피를 만들고 파는 곳이라고는 짐작하기 어려웠는데, 길 건너에 있는 국내 최초의 화력발전소인 당인리발전소에서 ‘무연탄’이라는 뜻의 ‘Anthracite’라는 이름을 차용해 와 카페로 변신

232) 동양일보, 2011.10.30.

- 엔트러사이트가 위치한 곳은 원래 빠징코 기계를 만들던 공장이었고, 이후 전기 부품도 만들다가 공장으로서의 기능을 마치기 전까지는 신발을 만들던 곳이기도 해, 지금도 공장의 낡은 컨베이어벨트가 카페의 한 부분으로 자리하고 있음
- 엔트러사이트는 당인리 커피공장이라는 이름으로도 불리는데, 엔트러사이트를 만든 김평래 사장은 카페가 새로운 에너지를 얻는 공간이 되어야 한다는 생각으로 이곳을 만들었다고 함
- 김평래 사장은 “석탄을 때서 전기에너지를 만드는 것처럼, 문화적인 에너지를 만들자는 것이 카페의 키워드다” 라고 설명하고, “공연과 연극, 음악회 등이 열리는 문화적 공간으로 만들고 싶었다” 고 말함
- 다양한 문화적 기능을 공간에 담기 위해서는 규모가 큰 건물을 구해야했는데 도심 속에서 그만한 공간을 찾는 것은 여러 모로 쉽지 않아, “도심 속의 공간은 너무 비싸기도 하고, 못 쓰는 건물을 재생하면 좋을 것 같다는 생각이 들었다” 면서 방치된 공장을 카페로 변모시킨 이유를 밝힘
- 엔트러사이트는 육중한 철문과 투박한 바닥 등 기존 공장의 골격을 그대로 유지하고 있으며, 건물뿐 아니라 테이블과 의자 등도 버려진 물건들을 주워와 재사용한 것인데, 김 사장은 “최소의 자본으로 기존에 있는 것을 최대한 활용하거나, 직접 만들자는 재생프로젝트의 개념을 카페에 담았다” 고 말함
- 그는 홍대 문화가 변질되고 있는 이유를 문화적 재생이 아닌 소비만을 추구하고 있기 때문으로 진단하고 “먹고 마시고 춤추는 것만으로 끝나는 것이 아니라 술을 먹으면서도 함께 소통한다든가 문화적으로 소비하는 풍토가 전반적으로 형성되었으면 한다” 는 바람을 나타냄
- 엔트러사이트는 커피를 파는 공간만이 아니라 문화와 휴식이 있는 복합문화공간을 추구해 작은 갤러리를 함께 운영하고 있

는데, 지역이 가지는 의미를 중요하게 생각하는 김 사장은 각 지역색에 맞는 문화가 있어야 한다고 강조하면서 당인리도 그러한 지역색을 가져야 한다고 말함²³³⁾

○ 전주 한옥마을 봉제공장이 미술관으로

- 지난 2007년 개관한 전주의 교동아트센터는 1960년대 건축된 봉제공장 건물 일부를 원형 그대로 유지하면서 내부를 전시관으로 리모델링해 개관했는데, 작년에도 그 옆의 봉제공장을 다시 미술관으로 리모델링해 개관함
- 이 일대의 봉제공장들은 유명 내의업체인 BYC의 옛 상표인 백양표 메리아스를 생산했던 한흥물산 주식회사와 백양섬유 주식회사의 생산시설이 있던 곳인데, 1950년대와 이후 공장이 이전된 1980년까지 내의 공장터였음
- 현재 교동아트센터를 포함한 일대 약 8,250m²(2,500평) 규모로, 일부는 최명희문학과 중앙초등학교가 들어섰는데, 교동아트센터는 봉제공장, 중앙초등 부지는 직조편직공장, 최근 지어져 개관을 앞두고 있는 부채문화관 자리는 염색공장이었음
- 이처럼 전주 섬유산업의 발상지로서 섬유산업의 역사를 고스란히 간직한 옛 공장 건물과 터가 원형 그대로 예술공간으로 재탄생하고 있는 데 대해 큰 의의를 부여하는 분위기임
- 교동아트센터 관계자는 새로운 미술관에 대해 “이미 공장을 활용해 개관한 교동아트센터의 별관 개념으로 또 다른 명물로 기대된다” 며 “주변의 최명희 문학관, 부채문화관 등과 함께 관광객이나 시민들의 새로운 문화·휴식공간이 될 것” 이라고 말함²³⁴⁾

233) 디자인정글, 2011.11.7.

234) 새전북신문, 2010.3.23.

○ 대구 옛 연초제조창이 문화창조발전소로 내년 말 개관

- 대구시는 2008년 한국 최초의 담배 제조장인 중구 수창동의 케이티앤지(KT&G·옛 담배인삼공사)의 옛 연초제조창을 대구 문화창조발전소(가칭)로 리모델링하기로 결정함
- 이 연초제조창은 한국의 첫 담배 공장으로서 1923년부터 70여년 동안 담배를 생산해오다 1996년 문을 닫았는데, 대구시는 터 1만 5176㎡에 지하 1층, 지상 5층 건물 두 채를 2011년까지 새단장하고 야외공원도 만들어 2013년까지 문화생산 공간으로 재창조할 계획
- 이종호(한국예술종합학교 교수) 대구문화창조발전소 추진위원은 “대구의 연초제조창을 문화생산공간으로 변신시키고, 생생한 하위문화가 살아 있는 공간으로 만들어갈 계획”이라 말함²³⁵⁾
- 이미 2000년대 초 대구 지역 문화인들과 시민단체에서 산업유산을 문화공간으로 바꾸자는 논의에서 시작되었으며, 문화체육관광부로부터 ‘지역 근대산업유산을 활용한 예술창작벨트 조성’ 5대 사업 중 하나로 선정된 이 사업은 “2011년 대구 세계육상선수권대회에 맞춰 마무리할 계획”으로 추진되어, 올해 드디어 착공에 들어가 내년 12월에 개관할 예정
- 이곳에는 문화예술인이 작품 활동을 하는 창작공간과 스튜디오, 전시장, 공연장, 자료관 등이 들어설 예정인데, 전시장은 회화·조각 등 예술 분야의 기성·신진 작가가 상설전이나 특별전을 여는 공간으로, 공연장은 공연과 교육·이벤트 등 다양한 문화예술 프로그램을 체험할 수 있는 공간으로 계획²³⁶⁾
- 올해 9월에는 중국 자공공룡박물관과 천진자연사박물관의 국보급 소장품들이 최초로 한 자리에 모인 세계 최대 규모의 공

235) 한겨레, 2008.9.28.

236) 중앙일보, 2011.1.11.

룡전 <2011 하이 디노(Hi Dino) 공룡 엑스포>를 개최함

- 이와 관련해 아트앤브릿지 김동식 대표는 “이번 전시회는 도심 속에 유일하게 공룡의 발자국이 있는 도시인 대구의 미래 문화 중심지로 새롭게 태어날 문화창조발전소에서 열려 더욱 의미가 크다” 고 말했으나,²³⁷⁾ 한편에서는 이 공룡 엑스포에 대한 비판이 제기되기도 함²³⁸⁾

나. 산업단지공단에 문화예술 커뮤니티 조성

○ 문화소외지역으로서의 산업단지공단

- 지난 4월 한국산업단지공단 산업입지연구소 조사에 따르면, 단지 근로자들의 약 절반이 “문화강좌 청취 의사가 있다 (47.8%)” 고 응답했으나, 근로자들의 절대 다수는 문화생활 향유 기회가 “월 1회 미만(94.5%)” 인 것으로 나타나, 산업단지가 문화수요에 비해 실질적인 문화소외 지역을 보여줌
- 이에 산단공은 앞으로 많은 근로자가 산업단지에서 문화예술 사업을 즐기고 안심하고 아이를 맡기면서 일할 수 있도록 지원 정책을 확대해 나갈 예정²³⁹⁾

○ QWL(Quality of Working Life)밸리 조성 사업

- 올해 지식경제부와 한국산업단지공단은 2013년까지 1조 3700억원을 투입해 회색빛 공장지대인 전국 산업단지를 문화와 예술이 함께 숨쉬는 QWL(Quality of Working Life)밸리 조성 사업을 추진
- 이에 산업단지공단은 구미, 남동, 반월 시화 등을 중심으로

237) 대구신문, 2011.12.27.

238) 조선일보, 2011.10.3.

239) 한국산업단지공단 뉴스레터, 2011.12.8.

- QWL밸리 지역협의체를 출범했으며, 한국문화예술위원회, 산업단지경영자협의회연합회 등 기관과 제휴해 산업단지를 문화예술공간으로 변화시키려는 계획을 추진
- 구로디지털밸리(G밸리)의 경우, 우선 행정안전부의 예산지원을 받아 구로디지털단지에서 디지털단지 내 코오롱사이언스 빌딩에 이르는 4만9000㎡의 공간을 문화적인 거리로 바꾸는 사업을 추진
 - 이와 관련, 구로구 지역구 의원인 민주당의 박영선 의원은 “미국의 실리콘밸리나 일본의 첨단 산업단지는 녹지공간이 풍부해 근로자들의 창의성을 발휘하기 쉽다”며 “지식산업단지로 뻣뻣한 G밸리 역시 녹색산업단지로 바뀌어야 한다”고 말함
 - 이어 그는 “G밸리에는 IT산업을 상징할 수 있는 조형물이 전혀 없다”며 “구로디지털단지에서 산업단지공단으로 이어지는 공간에 G밸리를 상징하는 조형물이나 조각을 G밸리 기업들의 후원을 받아 여러개 설치하면 관광 명소로도 충분히 가치가 있을 것”이라고 제안함²⁴⁰⁾
- 올해 3월, 한국산업단지공단 및 한국산업단지경영자협의회연합회는 한국문화예술위원회와 양해각서를 체결하고, 문화예술과 산업분야의 교류 및 소통을 통해 근로자 삶의 질을 향상시키기 위해 문화예술 관련 사업의 개발과 추진에 공동 협력하기로 함
- 협약체결을 통해 세 기관은 산업단지 입주기업 근로자들을 위한 문화예술행사 공동기획 및 개최, 산업단지 문화예술 확대 관련 사업의 공동추진 및 홍보 협력, 근로자 문화예술 참여 프로그램 발굴, 문화예술경영으로 창의성과 기업 생산성을 제고하는 ‘CEO 대상 문화경영 아카데미’ 개최, 국내 유명 작가들

240) ETNews, 2011.5.2.

이 선정된 문학작품을 성우나 연극배우의 낭송과 플래시 애니메이션으로 보여주는 ‘문학집배원 서비스’ 제공, 문화예술 순회공연 사업, 문화예술교육사업 등을 추진하기로 함²⁴¹⁾

- G밸리는 한국산업단지공단과 문화예술위원회가 추진 중인 사업에도 적극 참여하자는 목소리가 높는데, G밸리 입주기관인 벤처기업협회의 이윤석 과장은 “현재 G밸리에는 CEO합창단과 G밸리 오케스트라 등이 결성되어 자발적으로 활동 중”이라며 “정부나 산업단지 지원 프로그램에 G밸리 기업이나 단체들이 적극 참여해 G밸리를 문화예술공간으로 변화시켜야 한다”고 주장함

○ 또한 올해 5월에는 한국산업단지공단과 한국문화예술교육진흥원이 산업단지 문화교육 확대를 위한 업무협력 협약을 체결

- 협약체결을 통해 양 기관은 산업단지 입주기업 근로자들을 위한 맞춤형 문화예술 교육 사업, 문화예술 교육성과 확산을 위한 행사의 공동 기획·개최, 산업단지 입주 기업을 직접 방문하여 공연하는 ‘런치 콘서트’, 유명 예술가를 강사로 초빙하여 진행하는 ‘문화예술 특강’, 기업의 창의성과 기업 생산성을 제고하도록 돕는 ‘CEO 대상 문화예술 특강’, 산업단지 근로자 대상 문화예술 교육 사업 등을 추진할 예정
- 특히 연말에 ‘산업단지 문화예술 한마당(가칭)’을 개최해, 문화예술교육을 받은 근로자들이 주인공이 되어 공연을 직접 만들고 참여하는 기회를 제공

○ 제1회 QWL 산업단지 가족 문화·예술 한마당

- 지식경제부와 문화체육관광부가 주최하고 한국산업단지공단과

241) 한국문화예술위원회 보도자료, 2011.3.25.

한국문화교육진흥원, 중소기업중앙회가 주관해, 올해 11월 24일에 개최되었는데, 이는 산업단지의 딱딱한 이미지를 개선하고 근로자들의 자긍심을 고취하여 일하고 싶은 산업단지를 만들기 위한 QWL밸리 조성사업의 일환으로 마련된 것

- 이 행사는 국립국악원 ‘창작악단’의 공연을 시작으로 각 산업단지 동아리 참가팀의 경연과 게스트 축하공연 순서로 진행되며, 경연에서는 서울 G밸리 근로자 밴드동아리를 비롯하여 합창, 아카펠라, 통기타 연주 등 전국 산업단지 대표 문화동아리 7팀이 참여
- 이번에 참가한 근로자들은 모두 지난 7월부터 문화교육진흥원의 지원으로 단지 내에 마련된 문화센터 등에서 예술교육을 받아 첫 공식 공연을 펼침
- 그 외 산업단지 홍보영상 시연, ‘제1회 올해의 문화인상’ 시상식, 서울 경영자협의회 CEO 합창단의 특별공연, 초대가수 크라이닝의 축하 공연 등이 펼쳐짐

4. 예술가와 주민들이 함께 만드는 동네 문화

- 최근 예술가와 지역주민들이 자발적으로 문화예술을 통해 동네 문화를 만들어가는 움직임 또한 곳곳에서 활발하게 벌어짐

가. 예술 벼룩시장 또는 예술시장 프리마켓의 전국적 확산

- **일상과 예술이 만나는 자생예술시장: 플리마켓(flea market)이 아니라 프리마켓(free market)!**
 - 자신의 물건을 팔거나 사면서 다른 사람과 교류하는 벼룩시장

- 이 문화예술로 소통하는 장소로 변신해 예술가의 창작물을 사고팔며 다양한 문화예술체험을 할 수 있는 공간으로 성향
- 이러한 변신을 함축적으로 보여주는 것이 명칭인데, 일상예술 창작센터의 설명에 따르면 중고물품을 사고팔거나 교환하는 장터인 플리마켓(fleamarket, 벼룩시장)이 아니라, 창작품과 창작 행위가 펼쳐지는 예술시장이라는 의미에서 프리마켓(freemarket)이라는 명칭으로 통용
 - 일상예술창작센터가 주최하는 홍대앞 예술시장 프리마켓은 2002년에 시작되어 올해 10주년을 맞이했는데, 거리와 공연 등 일상의 열린 공간에서 다양한 창작자들과 시민들이 만나 소통하고 교류하는 자생예술시장이자 축제로, 일상과 예술의 거리, 작가와 시민의 벽을 허물며 문화생산과 소비의 대안을 보여준다는 점에서 큰 의미를 지님
 - 또한 프리마켓을 통해 ‘생활창작아티스트’라는 신개념이 만들어졌는데, 이는 생활에서 창작을 실천하는 사람, 적극적인 소통을 꿈꾸는 사람, 사회를 위해 창조력을 발휘할 수 있는 사람으로 정의됨²⁴²⁾
 - 일상예술창작센터는 올해 신촌 창천공원에서 ‘창창’이라는 이름으로 예술시장 프리마켓을 시범운영하기 시작했는데, 창천공원에서 새로운 창작활동이 왕성하게 일어나는 모습을 일컬음
 - ‘창창’은 매달 한 번씩 열리는데, 생활창작워크숍, 기획전시, 창창 스테이지(공연), 서대문구 문화창고 등으로 운영됨

○ 전국으로 확산되는 프리마켓 열풍

- 프리마켓의 인기는 그 전국적인 확산에서 짐작할 수 있는데,

242) 홍대앞 예술시장 프리마켓 홈페이지.

- 부산 젊은이들의 거리 **부산대 앞 온천천의 ‘아마존’** 은 홍대 앞 프리마켓을 보고 2010년 7월부터 매주 개최되기 시작함
- 아마존은 ‘아트 마켓 존(Art Market Zone)’의 줄임말로 부산, 경남 지역에서 활동하는 다양한 분야의 수공예 작가들과의 새로운 문화 교류를 위한 노력이 출발점이 됨
 - 아마존의 전해정 대표는 “몇 해 전부터 부산 지역에서도 프리마켓이 생겼지만, 지속적으로 개최되지 못해 안타까웠다. 마침 북아트 분야의 수공예 작업을 하고 있었는데, 나와 같은 작가들을 모아 시작했던 것이 지금은 벌써 40회를 넘겼다”고 전하며, “수공예 분야뿐만 아니라 다양한 문화관련 프로그램 기획과 더불어 타 문화단체들과의 활발한 교류 활동을 통해서 부산 지역을 대표할 수 있는 새로운 문화교류공간으로 만들겠다”고 밝힘
 - 아마존 바로 옆에서는 온천천 문화살롱의 공연이 펼쳐지는데, 이 또한 6개월 기타를 배운 주부나 직장인 등과 같이 다양한 사람들이 생활예술을 실천하며 시민과 교감을 나눌 수 있어 온천천의 활기를 더함
 - 한편 부산에는 아마존 외에도 이미 짝수달 넷째 주 토요일 남포동에서 하는 ‘짝수달 프리마켓’, 매주 토요일 해운대구 달맞이 언덕 해월정에서 하는 ‘달맞이 프리마켓’이 운영중²⁴³⁾
 - **전주 프리마켓 ‘보따리단’** 역시 홍대앞 프리마켓을 인상적으로 보고 전북대 학생들이 시작한 경우인데, ‘보따리단’이라는 이름은 장소를 옮겨가며 판매하는 모습이 예전 붓짐장수와 비슷한데서 착안한 것
 - 보따리단의 독특한 점은 운영진 모두가 직함을 가지고 있다는 것으로, 보따리단 대행수, 대외업체와의 스폰을 관리하는 통신

243) 한국취업신문, 2011.7.9.

사, 판매자들을 관리하는 행수, 현장관리를 담당하는 교위, 온라인상에서 보따리단을 홍보하는 장이, 디자인을 담당하는 화원 등으로 불림

- 이들은 “예전부터 프리마켓을 원하는 사람은 있지만 나서서 만드는 사람이 없었다”며 “우리가 전주에서 새로운 문화를 만들고 있다는 생각에 뿌듯하다”고 말하지만, 한편 운영진 대부분이 4학년이라 취업에 대한 고민도 안고 있는 실정
- 그럼에도 불구하고 이들은 “앞으로도 보따리단을 이어나갈 계획”이라고 말하며, 보따리단이 하나의 문화공간으로 자리 매김한 흥대 프리마켓처럼 인정을 받아 시민들뿐 아니라 관광객들에게까지 문화터미널의 역할을 하고 싶다고 포부를 밝힘²⁴⁴⁾
- 이 외에도 하자센터에서 주최하는 영등포 ‘달시장’, 대전의 ‘별집 벼룩시장’, 광주 쿤스트할레에서 열리는 ‘광주야(夜) 벼룩시장’, 서초구에서 운영하는 ‘서초 토요일벼룩시장’, 제주도 이증섭거리에서 열리는 ‘서귀포 예술+벼룩시장’과 제주미협이 ‘참새방앗간’, 대전의 ‘닷찌 플리마켓’, 고양시 흰돌마을의 ‘별거별거 벼룩시장’, 청주의 ‘소나무길 예술장터’ 등이 운영 중인데, 이러한 인기로 힘입어 예술 벼룩시장 또는 예술시장 프리마켓은 향후 더욱 증가할 것으로 예상됨

나. 지역주민이 만드는 동네 잡지의 인기

- 지역주민이나 지역 거주 예술가가 자발적으로 동네 문화와 이웃들의 삶을 담아내는 로컬 매거진(동네 잡지)이 증가해, 문화매개자 역할과 문화공감대 형성에 큰 역할

244) 전북대신문, 2011.9.17.

○ 독립잡지 붐에서 동네잡지로

- 최근 2~3년 전부터 불었던 독립잡지의 붐은 2010년으로 정점을 찍고 경영난으로 인해 폐간되는 경우가 다수였음
- 독립잡지 붐은 유어마인드 팀을 중심으로 하여 독립잡지, 소규모 자주출판물의 오픈마켓으로 기능했던 <언리미티드 에디션>의 출현, 다양한 독립잡지들을 세상 밖으로 끄집어내는 역할을 한 문지문화연구원 사이에서 열린 <i Conference>, 상상마당의 <About Books>나 서교예술실험센터의 <독립잡지 전> 등으로 이어짐
- 그러나 독립잡지나 문화잡지들이 경영난을 이기지 못하고 창간호가 곧 폐간호에 되는 경우가 많았는데, 상상마당에서 발행했던 잡지 역시 제작지원이 끊겼으며, 그 외에도 많은 소규모잡지들이 사라져 가는 시점에서 <스트리트 H>와 같은 동네잡지는 상업광고의 힘을 빌지 않고 지역에서 의미 있는 잡지가 지속 발행할 수 있음을 보여주는 대표적인 사례로 간주됨²⁴⁵⁾

○ 동네 아티스트들이 만드는 동네신문, <Hello, 가로수길>

- 타블로이드 판형의 동네신문 <Hello, 가로수길>은 2008년 10월 말일에 처음 발행됐는데, 강남의 삼청동으로 불리는 서울 신사동 가로수길의 소소한 이야기를 담음
- 동네신문이라고는 하지만 매일 발행되지 않고, 계절에 한 번씩 발행하며, 무가지로 고정필자가 없는 대신, 자발적인 참여를 받아 원고를 받는, “가로수길 동네 사람들이 함께 만드는 비정기 프로젝트 신문” 이자 “많은 사람들의 자발적 기부로 진행되는 비영리 신문” 임
- 국내 1호 쇼핑칼럼니스트로 잘 알려진 배정현과 출판사 열린책

245) 타이포그래피 서울 매거진, 2011.5.30.

들에서 디자이너로 일하다 프리랜서로 독립한 북디자이너 박수진이 가로수길에 작업실 겸 카페 ‘WASH’를 내면서 의기투합해 공동으로 발행하기 시작함

- 가로수길 사람들뿐 아니라 트렌드에 민감한 다국적 기업들도 관심을 보여, 기업과 아티스트를 연결해 ‘브랜드와 함께하는 아트워크’ 프로젝트를 진행했고, 애플루트 보드카, 하이네켄, 르꼬끄 스포르티브 등의 회사가 2호부터 4호까지 각각 인쇄비를 댔으며, 일꾼으로 나선 작가들이 이들 회사의 브랜드를 재해석한 일러스트, 그래픽 작업 등을 진행하는 등 다양한 콜라보레이션이 이루어짐
- <Hello, 가로수길>은 보통 12쪽에서 16쪽으로 중철하지 않고 낱장으로 분리되는데 속지에 이 프로젝트의 결과물을 인쇄해, 기업으로서는 브랜드 인지도를 높이고 예술후원기업이라는 고급 이미지를 가질 수 있고, 작가들로서는 자유로운 실험이 가능해 모두가 만족하는 동네신문이 만들어짐
- 작은 지역커뮤니티에서 기획부터 제작, 발행, 배포가 자발적으로 이뤄지는 ‘동네신문’이라는 독특한 정체성이 새로운 지역 문화의 가능성을 내포하고 있기 때문에, <헬로우, 가로수길>은 점차 주목을 받았고, 홍대앞 소식지 <스트리트H>는 <헬로우, 가로수길>을 벤치마킹한 산물임²⁴⁶⁾

○ **홍대앞의 로컬문화매거진, <스트리트H>와 <홍대찾기>**

- <홍대찾기>는 홍대앞 마포구 서교동을 거점으로 지역주민들과 사회적기업이 매월 홍대앞을 소개하는 로컬 매거진을 제작한 것으로, 작년 4월에 창간호를 낸 이래 ‘홍대’라는 지역을 테마로 지역 주민들의 실생활에 꼭 필요한 정보뿐만 아니라 홍대

246) 경향신문, 2009.8.18.

앞에 숨어 있는 문화정보, 카페, 상점, 인물 등을 속속들이 찾아내 매월 셋째주 수요일 펴내고 있음

- 매월 5천부를 발간해 홍대 관광안내소, 상상마당, 서교동주민센터 및 자치회관 등지에 배포되고 있는데, 서교동주민센터는 홍대지역의 숨겨진 문화자원을 발굴하고 지역주민들 간의 소통을 유도하기 위해 문화예술분야 서울형사회적기업인 ‘하품’에 잡지 제작을 맡김
- 이와 함께 60세 이상의 지역주민들이 제작에 직접 참여해 ‘우리마을알리미’라는 기사단으로 활동하며 기획부터 취재까지 전반적인 활동을 하고 있어 더욱 의미가 큼
- 동 관계자는 <홍대찾기>가 주민들에게 다양한 지역 내 문화정보를 제공하는 한편, 지역 주민들 스스로 홍대의 현재 모습을 하나하나 기록해 나감으로써 단순한 정보지에서 한걸음 더 나아가 지역의 생활사료로 거듭날 수 있도록 하겠다고 말함²⁴⁷⁾
- <스트리트H>는 2009년 6월 첫 호를 시작으로 매월 15일에 발행되는 월간지인데, 마포구가 발행하고 디자인 스튜디오 203에서 기획, 제작하는 로컬 매거진으로 홍대앞 문화와 정보를 다루며, 홍대를 중심으로 카페나 상점, 관광안내소 등에서 무료 배포되고 있음
- 마포구는 홍대 주변 지역의 문화·관광 정보를 소개하기 위해 국·영문 혼용판으로 <스트리트H>를 내기 시작했으며, 외국인들의 관광편의를 돕기 위해 인터넷 맵서비스인 ‘홍대입구 닷컴’도 함께 운영함
- 마포구 관계자는 “자체적으로 설문조사 한 결과 홍익대 지역에 대한 정보부족으로 이곳을 찾는 시민들이 불편을 느낀 것으로 나타났다.”면서 “국내외 관광객들이 더 쉽고 편하게 지역

247) 시사프리신문, 2011.1.19.

의 문화와 명소를 둘러볼 수 있을 것” 이라고 말함²⁴⁸⁾

- 그러나 <스트리트H>는 **홍대앞을 사랑하고 오랫동안 머물러 온 에디터와 아트디렉터가 의기투합해 자비로 제작하고 있으며, 음악, 미술, 공연과 다이닝 문화 등 다채로운 문화 스펙트럼을 펼쳐 보인다는 점에서 가치가 큼**
- 또한 <스트리트 H>는 사진작가, 객원 에디터와 객원필자의 기고라는 재능기부로 이루어지며, 발행처인 디자인스튜디오 203의 디자인 스태프들 역시 매월 직접 돌아다니며 스트리트 인터뷰와 홍대앞 지도 업데이트를 진행하는 등 발품을 팔며 제작
- 올해 6월에는 창간 2주년 기념 전시회를 개최했는데, <스트리트 H>를 아껴준 홍대앞 사람들, 문화인사들의 축하메시지 영상과 인디밴드의 공연 등으로 동네잡지의 동네잔치로 마련하고, 2주년 기념 기념품도 제작, 판매함²⁴⁹⁾

○ 서촌의 <시웃>: **상업화로 변화하는 동네를 기록해두기**

- 효자동, 옥인동 등 조선시대 중인 계급이 주로 모여 살았고 근대 이후 문인, 화가 등 예술인들이 많이 거주해온 서촌에 사는 젊은 직장인들이 올해 3월부터 동네 소식지 <서촌 라이프>를 발행해오다 <시웃>이라는 이름으로 재창간함
- <시웃> 최용훈 편집장은 “예전의 인사동과 예전의 삼청동이 상업화된 동네의 전형적인 예로 (서촌도) 점점 변해가고 있는 게 느껴지더라고요. 정체성이 전혀 없어지는 쪽으로 변해간다는지 이런 것들을 많이 봐오다보니까..” 라고 창간 이유를 밝힘
- 마을이 간직한 옛 이야기들, 동네 곳곳에 산재해있는 문화유산을 기록에 담는 것도 중요한 업무인데, 이와 관련해 <시웃> 기획자인 윤성웅은 “서촌이 갖고 있는 느낌은 시간의 흐름이 되

248) 서울신문, 2009.7.1.

249) 타이포그래피 서울 매거진, 2011.5.30.

게 느린 편이거든요. 상업이 이제 막 밀려온다고들 하더라고요
이쪽으로도. 그런 것을 순간순간 놓치지 않고 담아두자는 게
저희가 갖고 있는 가장 큰 목적이거든요.” 라고 말함

- 서촌을 만들어가는 사람들에게는 중앙 일간지에 나오는 것보다
서촌 소식지에 나오는 것이 더 의미가 크다는데, 그 이유는 동
네에서 서로 잘 알고 지내는 사람들에게 인정받고 알려진다는
것에 보람을 느끼기 때문이라고 함²⁵⁰⁾

○ 문래동의 <문래동네>와 이태원의 <사이사이>: 신참주민 예술가
들이 만드는 동네잡지

- <문래동네>는 3년 전 문래예술창작촌에 입주한 시각디자인 예
술단체 비주얼컬처안테나가 독립영화 상영회 <문래동네, 씨네
문> 홍보를 계기로 만들기 시작한 것으로, 점차 창작촌 작가와
문래동 주민의 이야기를 담아 지금의 잡지 형태를 갖추었는데,
인터뷰를 해달라는 주민이 생길 정도로 호응을 얻고 있음
- 비주얼컬처안테나의 나태흠 작가는 “많은 지역이 상업화되어
가지만 그와 달리 꿈을 품은 사람들이 즐겁게 살아가는 이야기
를 하고 싶었다” 고 밝혔는데, 현재 <문래동네>는 문래예술공
장의 인쇄비 지원과 창작촌의 예술가들의 재능기부 형태로 제
작되고 있음
- 전시기획자 바이홍이 편집장으로 있는 <사이사이>는 올해 5월
에 창간준비호를 펴내고 2012년 봄에 정식 창간호를 발행할 예
정임
- 바이홍은 “이태원의 문화적 매개자 역할” 을 하고자 홍대에서
지난해 이태원으로 거주지를 옮겨왔는데, 밤 문화에 비해 낮
문화의 인프라와 매개가 빈약하다고 판단해 동네잡지 발행 의

250) KBS뉴스, 2011.10.24.

에도 동네 사생대회나 음악회 같은 다양한 문화 프로그램을 진행함²⁵¹⁾

○ 부산의 〈보일라〉, 〈안녕 광안리〉, 〈B-ART〉: 동네잡지를 넘어, 지역 독립예술가의 생존전략

- 2002년에 창간한 독립잡지 〈보일라〉는 애초 부산의 젊은 문화 예술인을 소개하고 공간과 활동을 알리기 위해 만들어졌으나, 젊은 문화예술인들이 지역을 버리고 서울로 향하는 것은 지역의 문화예술 기반이 약해서 전체 배부처의 50%를 서울이 차지
- 이에 〈보일라〉는 문화예술인들이 자신의 지역에서 활동하고 인정받아 그 영역이 전국으로 확대하는 것을 기대하였으나, 매체의 특성상 변화와 발전을 쫓다보니 지역을 가리지 않고 취재를 하게 되고 반응이 오는 곳에 배부를 하게 되니 배부 비율이 서울로 늘어남
- 그로 인해 지역잡지로서의 정체성에 충실하게 부산소식을 더 실어달라는 요구도 있으나, 기본적으로 〈보일라〉는 젊은 예술가들을 소개해서 데뷔를 도와주고, 젊은 예술가들이 활동하는 공간을 소개하고, 성과를 거두고 있는 젊은 문화예술인들을 소개해서 자극을 주는, 젊은 문화예술인들의 정보공유지로서의 성격을 띠고 만들어진 것²⁵²⁾
- 올해로 창간 10주년을 맞는 〈보일라〉는 ‘여기 있다’ 는 프랑스어 ‘부왈라(voilà)’ 의 의미와 삶의 온기를 더한다는 뜻에서 탄생한 이름이며, 이 잡지를 만드는 강선제 디자이너와 서진 작가 부부는 1990년대 후반 흥대 문화에 자극을 받아 부산에서 젊은 예술가들의 소통 공간을 만들어주려고 〈보일라〉를 만들기 시작²⁵³⁾

251) 한국일보, 2011.10.28.

252) 독립예술웹진 인디언밥, 2007.7.10.

- 현재 〈보일라〉는 부산은 물론 서울과 대전, 대구 등 전국적으로 배포되는 잡지지만 광고가 없는데, “광고주의 입김 혹은 몇몇 광고업체만의 잡지처럼 보여 본의를 흐릴 수 있다” 는 이유에서이며, 배포 또한 전국 무료 배부처를 통해 이루어짐²⁵⁴⁾
- 부산에는 현재 〈보일라〉 외에도 올해로 3년째 발행되고 있는 〈B-ART〉, 올해 6월에 창간한 〈안녕 광안리〉가 만들어지고 있는데, 〈안녕 광안리〉 또한 〈보일라〉처럼 부산의 젊은 예술인들이 서울에 가지 않고도 충분히 활동할 수 있는 문화의 메카를 광안리에 만들겠다는 포부로 창간함
- 그런 의미에서 〈안녕 광안리〉는 광안리에 사는 지역민을 위한 잡지임과 동시에 부산 문화판 전체에 새로운 모델을 만드는 문화잡지가 되고자 하는 실험으로 간주됨
- 2009년에 창간된 〈B-ART〉는 매달 50여 페이지 분량의 미술 문화잡지를 다섯명이 만드는 것인데, 미술계에 대한 비판, 세상에 대한 에세이, 미술이론, 부산에서 하는 전시 알림 등 다양한 코너로 구성됨
- 〈B-ART〉의 신양희 편집장은 광안리에 위치한 대안문화공간 〈반디〉의 큐레이터인데, “부산 미술계에 비어있는 반성과 비판 부분을 채우는 일, 기존의 편향성에 균형을 잡는 것이 〈B-ART〉가 하고자 하는 일” 이라고 말함
- 이러한 취지는 〈반디〉의 취지와도 일맥상통하는 것으로, 목욕탕 건물을 임대해 전시관 및 작업실을 운영하고 있는 〈반디〉는 전시할 작가를 선정할 때 참신성과 실험정신에 기준을 두어 새로운 작가를 발굴하는 데 역점을 두고 있음²⁵⁵⁾

253) 문화매거진 오늘, 2010.12.24.

254) 동아닷컴, 2010.8.12.

255) 한국해양대학교연론사, 2011.10.4.

제10절 이제 환경운동은 문화예술로 한다

- 기후변화, 식량 및 자원부족 등 전지구적으로 인간의 삶을 둘러싼 환경 문제가 최근의 세계 경제위기 속에서 더욱 첨예한 이슈로 제기되는 가운데, 환경문제를 다루어 생태학적 감수성을 일깨우는 예술활동이 증가

1. 기후변화와 식량위기

- 국제 경기불황의 직격탄을 맞은 기후변화²⁵⁶⁾
 - 세계경제의 위기로 국제 기후변화협상을 주도하던 유럽이 힘을 잃게 됨
 - 2011년 남아공 더반에서 열린 17차 유엔기후변화협약 당사국 총회(COP17)에서 교토의정서를 연장하겠다는 명목은 유지했지만, 미국에 이어 일본·러시아·캐나다도 교토의정서에서 탈퇴할 수 있다는 여지를 남겨 국제사회가 우려하고 있음
 - 그럼에도 불구하고 2012년부터 지구온난화를 막기 위해 모든 국가가 참여해 포스트교토체제를 논의한다는 ‘더반 플랫폼’이 도출됨
 - 국내에서는 2012년부터 본격적인 온실가스 감축활동에 들어가기 위해 2020년 국가중기온실가스감축 목표에 맞춘 부문·업종·연도별 목표를 수립했으나, 온실가스감축 정책의 핵심 프로세스라고 할 수 있는 ‘배출권거래제법’은 국회 본회의에 상정됐으나 산업계 반대로 계류중이어서, 정부는 올해 어떻게

256) 전자신문, 2011.12.20.

든 배출권거래제법 국회통과를 추진한다는 계획이며 만일에 대비해 온실가스감축목표 달성을 위해 목표관리제를 강화하거나 탄소세를 도입하는 등의 대안을 검토

○ 21세기 기후변화는 가속화될 전망

- 기후변화에 관한 정부간 패널(IPCC) 4차 보고서에 따르면, 21세기 기후변화는 가속화될 전망이다
- 현재와 같이 지속적으로 화석연료를 사용한다면 21세기 말까지 지구평균기온이 최대 6.4℃ 상승하고, 해수면은 59mm 상승할 것으로 예측됨
- 또한 IPCC 배출 시나리오에 관한 특별보고서(IPCC Special Report on Emission Scenarios)(SRES, 2000)에 따르면, 2000년에서 2030년까지 전세계 온실가스는 25~90%(CO₂-상당) 증가할 것이라고 함²⁵⁷⁾

○ 세계적인 식량위기: 식량전쟁시대의 도래?²⁵⁸⁾

- 지구 기후변화에 의한 생산량 감소, 육류 소비증가에 따른 사료용 곡물수요 증가, 경작지의 감소, 중국과 인도 등 신흥 경제권의 등장 등으로 인해 세계적 식량자원 확보가 주요과제로 부상
- 그간의 예측하기 어려운 일기와 자연재해가 세계 곳곳의 식량생산체계를 엉망으로 만들어 세계 식량 가격은 사상 최고점에 육박하는 등 각종 지표는 식량이 무서운 속도로 고갈되고 있음을 보여주고 있음
- 이와 함께 2009년에 국제투자은행 골드만삭스는 “향후 1년 이후 식품시장, 특히 농산물 부문이 위기국면에 진입할 것”

257) 환경부 홈페이지

258) 경남일보, 2011.6.8.

- 이라며 세계적인 ‘식탁의 위기’ 를 공개적으로 경고함
- 2010년부터 유엔 식량농업기구(FAO)와 세계은행· 주요 20개국(G20) 등은 지구촌 식량위기를 수차례 경고해 왔으며, 11월 프랑스 칸에서 열린 주요 20개국(G20) 회의에서도 ‘식량안보(food security)’ 가 주요 의제로 상정됨
 - 세계경제포럼(WEF· 다보스포럼) 또한 식량위기를 최우선 과제로 논의했는데, 실제로 올들어 옥수수, 밀, 콩 등 곡물들의 국제거래가 상승세는 예측을 뛰어넘는 수준임
 - 이러한 국제곡물 가격 폭등 및 원자재 값의 급등은 국내 물가에도 영향을 미쳐 우리나라 물가가 4개월 연속 3%대의 높은 상승률을 기록해 실제 생활물가는 10~40%정도 상승하는 등 기본적인 생활을 위협하고 있는 실정
 - 그 결과 세계적으로 식량부족에 따른 폭동이 아시아, 아프리카, 남미 등에서 일어났고 아랍권에서도 같은 이유로 불안이 증폭되고 있어 이집트와 파키스탄에서는 식량배급제를 20년 만에 부활함²⁵⁹⁾
 - 작년 여름 150년 만의 가뭄과 사상 최악의 산불로 곡물 생산량이 40% 가까이 줄어든 러시아는 최근 밀 수출 중단을 선언해 식량안보 문제를 피부로 느끼게 해주었는데, 한국의 식량자급률 또한 25.3%(한국농촌경제원 발표)로 OECD회원국 29개국 중 26위인 상태라 위기감을 가중시킴
 - 이에 농촌사회를 되살려야 미래가 보장된다거나 정부가 식량위기 비상체제에 돌입해 식량자급률을 높여야 한다거나 귀농을 적극 지원해 농업인구 및 경작지를 증대해야 한다는 제안들이 힘을 얻고 있음

259) 푸드투데이, 2011.8.16.

2. 환경을 생각하는 예술 프로젝트

가. 환경문제로 새로워지는 예술창작의 공간

○ 남극 세종기지 레지던시 프로그램 <Polar Sci-Art>: 극지에서 기후문제를 고민하다

- 한국문화예술위원회(ARKO)와 한국해양연구원 부설 극지연구소가 공동으로 추진하는 <Polar Sci-Art>는 극지과학에서 예술의 새로운 모티프를 모색하는 프로그램으로, 구체적으로는 예술과 과학의 융합 활성화를 위해 남극 세종기지에 예술가를 파견하는 레지던시 프로그램임
- 그 사전 워크숍으로 개최된 <아트-사이-아트(Arts-Sci-Arts)>는 남극으로 떠나기에 앞서 극지 환경에 대한 기본적인 지식을 습득하는 시간으로 마련됨
- ARKO가 자체 기획한 이번 레지던시는 극지연구소와 협력해 과학, 환경, 생태 이슈와 관련한 창작작업을 하는 예술가들에게 이제껏 없었던 새로운 창작 기회를 제공한다는 취지에서 출발했는데, 이와 관련 류재수 교류협력부 차장은 “우리에게도 극지 자원이 있음에도 불구하고 예술가들이 해외의 극지 창작 레지던시에만 참여하는 것이 안타까웠는데, 이번에 극지연구소와 잘 협력이 되어 이 프로그램을 추진할 수 있게 됐다”고 설명
- 오광수 ARKO 위원장은 “다양한 장르의 예술가들이 극지 환경에서 새로운 영감과 상상력을 얻어 새로운 차원의 작품을 만드는 데 이번 프로그램이 초석이 되기를 바란다”고 말함²⁶⁰⁾

260) 한국일보, 2011.7.19.

○ **친환경 융복합예술을 위한 창작공간, 홍은예술창작센터 개관**

- 올해 4월에 서대문구 홍은동 백련산 자락에 문을 연 홍은예술 창작센터는 11번째 서울시창작공간인데, 무용과 친환경 예술을 중심으로 한 창작공간이자 지역문화 공동체와 소통하는 문화공간으로서, 몸과 자연, 공동체라는 오브제를 통해 장르와 공간을 넘어선 융복합 문화예술을 지향
- 몇 년 전만 해도 이곳은 서부도로교통사업소가 자리해 대형 도로 보수와 장비들로 인한 소음과 먼지로 민원이 끊이지 않던 곳이나, 사업소가 상암동으로 청사를 옮기면서 유희시설로 전락하게 되어 리모델링을 하여 홍은예술창작센터로 거듭나게 됨
- 산을 등대고 하늘을 향해 길게 드리누운 형상의 2층짜리 건물과 넓은 잔디마당을 지닌 홍은예술창작센터는 주변 환경을 적극 고려한 ‘친환경 지향의 창작공간’ 인데, 자연으로서의 사람, 사람으로서의 자연이라는 순환을 고민하고, 예술창작과 재 활용을 통해 그 상생의 해법을 찾아보자는 의도를 나타냄
- 우선적으로 사람의 몸을 소재로 하는 무용가를 비롯한 공연예술가와 친환경을 소재로 하는 시각미술 예술가들에게 공간의 문을 열어, 공모를 통해 선정된 입주 예술가들은 무용(안무 포함), 사진, 영상, 설치미술, 디자인, 재활용(리폼) 등 다양한 분야의 예술가들로, 3개월에서 최대 9개월간 개인 스튜디오와 각종 공간 및 시설을 활용, 창작활동에 전념할 수 있음
- 현대예술이 ‘통섭’ 과 ‘소통’ 이라는 화두로 집중되고 있는 시점에서, 홍은예술창작센터는 공연예술과 시각예술이라는 장르 간의 융합(convergence)을 실험하고, 나아가 예술가와 주민 간의 협업 프로그램을 통한 지역사회와의 적극적인 소통을 통해 ‘융복합 예술창작센터’ 라는 새로운 공간 형성의 방향을 제시해줄 것으로 기대됨
- 개관에 앞서 진행한 시범 프로그램으로는 친환경을 주제로 한

현대미술 기획전 〈숨, 쉬는 입체정원〉, 주민체험 프로그램으로 는 쉽게 버려지는 생활용품을 활용해 예쁘고 실용적인 생활용품을 만들어보는 〈에코와 노닥노닥〉, 프리마켓 〈재활용 에코마켓〉, 공연창작집단 뛰다와 함께 인형극 〈쏟노인 풍당면〉에 인형 제작과 연극놀이로 참가할 문화유목민을 찾는 프로그램 등이 진행됨²⁶¹⁾

나. 환경문제를 주제로 다루는 문화예술

○ 〈현대사진의 향연-지구상상〉전: 환경위기를 체험하는 전시

- 올해 여름에 개최된 〈현대사진의 향연-지구상상〉 사진전은 다양한 어린이 관련 체험 프로그램이 준비되어 있어 어린이를 포함한 가족 단위 관람객이 많이 찾았는데, 환경문제를 주제로 한 여러 체험 프로그램들이 운영됨
- 일러스트 벽화로 에너지절약 실천 방법을 체험할 수 있는 〈에코라이프 실천 일러스트 체험〉, 환경재단 영상자료원 ‘그린아카이브’ 베스트 10 어린이 및 성인 대상 애니메이션과 영화 등이 마련되었으며, 사라져가는 우리 주변의 곤충과 동식물을 나무로 직접 만들어보는 〈나무곤충 목걸이 만들기〉, 풀잎·멸종식물·야생동물 도장을 직접 손수건에 찍어보며 체험하는 〈손수건 만들기〉, 기후변화 및 환경오염에 따라 우리가 느끼는 위기의 정도를 시곗바늘로 표시해보는 〈환경위기사계〉 등 어린이가 자연과 환경의 중요성을 인식할 수 있는 체험프로그램이 인기를 모음
- 전시팀 관계자는 “아열대성 태풍과 폭우 등 이상 기후로 모두가 환경에 대한 관심을 가질 때, 우리가 알지 못했던, 알더라도

261) 서울문화재단 흥은예술창작센터 홈페이지, 2011.4.1.

굳이 의식하고 신경 쓰지 않았던 ‘환경’ 과 ‘자연’ 에 대해 관심을 가지고 꼼꼼히 다시 생각해보고 실천하기까지 하는 지적인 관람객이 늘고 있다는 것은 상당히 고무적인 현상이다.” 라고 평가함²⁶²⁾

○ **녹색과학의 지혜를 예술로 체험하다: <과학이란 매력의 기본구조>전**²⁶³⁾

- 올해 최재천 이화여대 에코과학부 석좌교수의 주도로 마련된 <과학이란 매력의 기본구조>전은 한국연구재단의 학제간 융합 연구사업의 하나로 이화여대가 진행하는 <녹색과학 통역 프로젝트>의 일부로서, 생물·환경·생태를 다루는 녹색과학을 일반인이 쉽게 이해하도록 전달하려는 작업임
- 또한 생물학과 환경학 등 생명의 기본 원리를 탐구하는 녹색과학을 흥미롭고 아름답게 풀어내 도시인의 생태학적 감수성을 회복시키는 것이 목표로, 김산하 연구원은 “외국어를 한국어로 옮길 때 때로는 직역보다 의역이 더 정확한 것처럼 통역은 단순한 작업이 아니다. 우리도 과학과 예술의 다른 언어를 제대로 통역하는 데 초점을 맞추고 있다” 고 설명함
- 이 전시회는 대학 교정에 페인트로 지렁이 모양을 그려놓고 지렁이를 위한 응급키트를 설치한 <인도에 나온 지렁이를 대하는 방법>, 와인이 만들어지기까지의 포도의 일생을 보여주는 <병 생태학(Bottle ecology)>, 우리 주변의 새를 검색해보는 스마트폰 애플리케이션 <누구냐, 넌!>, 여성 과학자 4명이 펼치는 체험형 콘텐츠 <내추럴 걸(Natural Girl)> 등으로 구성됨
- 최재천 교수는 “올해는 미술로, 내년에는 음악으로 과학을 쉽게 느끼도록 할 겁니다. 과학 수업 때 들은 지식과는 다른, 피

262) 환경닷컴 키즈맘뉴스, 2011.8.9.

263) 주간한국, 2011.3.3; 조선닷컴, 2011.2.24.

가 되고 살이 되는 지혜를 얻을 수 있을 겁니다.” 라고 기획의도를 밝힘

- 이런 ‘통역’ 작업의 하나로 내년에는 영국 동물학자 제인 구달과 함께 한국에서 ‘생물 다양성의 소중함’ 을 알리는 음악회도 열 계획인데, “오스트리아에서 오케스트라 연주자들이 하나씩 빠져나간 연주회가 있었어요. 청중은 당황했지만 ‘생물 멸종’ 에 대한 경중임을 알고는 흐느끼기 시작했죠. 자연의 소중함을 뼈저리게 느낄 음악회를 우리도 준비하고 있어요.” 라고 덧붙임

○ **대구를 환경예술의 메카로: 한국환경노래보급협회의 <그랜드에코오페라합창단>**

- 한국환경노래보급협회는 대구를 환경 관련 종합예술의 중심으로 만들기 위해 1994년에 대구의 김황희 시인이 만든 단체이며, 박영호 대구시립합창단 지휘자가 이 협회의 회장을 맡고 있음
- 처음에 노래를 통해 환경운동을 하자는 취지로 만들어진 이 단체에는 현재 작곡가, 시인(작사자), 연주가 등 300여명이 참여하고 있음
- 박영호 지휘자는 1999년 말 성악 전공자 30여명으로 <그린환경합창단>을 조직했는데, 지금까지 학생들 위주로 계몽차원에서만 불리던 한계를 극복하기 위해, 성악을 전공한 '프로'들의 합창으로 환경노래를 예술로 승화시키자는 시도였으며, 지금은 이 <그랜드에코오페라합창단>으로 이름을 바뀌어 한국환경노래보급협회의 핵심을 이룸
- 2007년 노동부와 환경부의 지원금을 받아 한국 최초의 환경뮤지컬 <반디의 노래>를 만들고, 세계 유일의 환경합창단으로서 세계적 주목을 받음

- <그랜드에코오페라합창단>이 활기를 띠면서 이 협회는 비약적으로 발전해 성악전공자로 구성된 <그린환경중창단>, 주부들로 구성된 아마추어합창단인 <비둘기환경합창단>, 초등학생들의 <리틀그린환경합창단>까지 만들어짐
- 이 단체가 지금까지 내놓은 곡만도 현재까지 1천 100여 곡에 이르는데, 협회는 이 노래들을 책으로 만들고 CD에 담아 전국의 각급 학교에 보급하고, 전국 환경합창제, 환경예술축제 등의 행사들을 개최하고, 영어·일어·중국어로 된 환경노래를 세계 각국에 보내는 등 대구를 환경예술 운동의 세계적 중심지로 만들려는 노력을 해오고 있음
- 정부지원이 끝나는 시점에는 합창단을 사회적기업으로 전환하는 것을 검토하고, 궁극적으로는 국립환경합창단으로 승격되도록 환경부에 요청하고 있는 중임
- 또한 박영호 지휘자는 합창인구나 공연장 수에서 전국적으로 합창음악의 메카라 할 수 있는 대구를 무대로 <그랜드에코오페라합창단>을 합창, 뮤지컬, 오페라 공연을 모두 하는 환경문화예술단으로 만들어 대구가 환경예술의 메카가 되는 데에 일조하려는 계획을 밝힘²⁶⁴⁾

○ 댄스씨어터 창 의 <환경 프로젝트>

- 댄스씨어터 창은 올해 <환경 프로젝트>라는 주제로 7일간 4가지 작품을 아르코 예술극장 소극장에서 선보였는데, <미친백조의 호수 I, II>, <두통>, <패서비티>로 2011년 1월 (재)한국공연예술센터 기획공연에 선정된 작품들임
- 2009년 서울국제공연예술제와 2010년 피지컬씨어터 페스티벌을 통해서 각각 소개된 <미친백조의 호수 I, II>는 인간의 안일

264) 한국환경노래보급협회 홈페이지, 2010.5.6.

한 사고에서 점차 몰락해가는 자연의 모습을 보여줌으로서 환경오염이 다른 사람의 일이 아닌 바로 나의 삶의 질과 연결되어 있다는 것을 보여줌

- 〈두통〉은 2010년 5월 아르코 예술극장 소극장에서 초연한 작품으로 2010년 1월 아이티에서 발생한 대규모 지진을 모티브로 만든 작품이고, 〈패서비티〉는 지배자와 피지배자, 강대국과 약소국으로 나뉘어 약육강식의 세상을 살고 있는 우리사회에서 자신만의 이익을 위해 약자가 입는 피해를 전혀 생각하지 않고 행동하는 이기적인 인간의 모습을 그림
- 이번 공연은 더 이상 개인, 한 나라만의 문제가 아닌 전 세계적 이슈가 되고 있는 환경오염 문제와 관련해 ‘환경파괴의 주범은 누구인가’에 대해 관객에게 진지한 질문을 던지려는 것

○ 할아텍의 〈2012 자연사예술환경전〉: 근대화·산업화의 흔적 속에서 환경에 대한 예술적 성찰과 소통 시도

- ‘할아텍’은 2001년 새로운 미디어 환경의 변화를 수용하는 의미와 작가와 대중의 간격을 줄이려는 뜻으로 류장복, 이경희, 서용선 작가의 연합으로 시작된 단체
- 원래 할아텍은 서초조형예술원 내 미디어 연구실이 해체되자 설립된 것으로, 지방자치단체와의 산학협동과정에서 얻어진 다양한 관련 분야의 연구 경험을 살려 조형예술가들의 수평적 협력체제로 운영되는 비법인 문화활동단체임
- 명칭에서 ‘할’은 불교 선승들이 순간적 깨달음의 순간에 내뿜는 소리에 붙인 이름으로 의미 없는 탄성과 같은 것으로, 작품의 표현과 이해가 일치하는 순간을 의미하며, 새로운 미디어 시대의 순간적 소통에 대한 일치감을 표현하는 것이기도 함
- 또한 예술(art)과 기술(technology)에서 기술은 새로운 소통의 도구로서의 의미를 가져, 예술이 원래 가졌던 소통의 기능으로

새롭게 대중과 만나는 것을 의미함

- 할아텍은 조형예술가들의 창조적 사고와 아이디어를 현대 과학의 기술적 환경과 연결하여 구체적인 생활공간 속으로 전개시키고자 하며, 궁극적으로는 온라인상의 공간을 적극적인 소통의 장으로 활용하여 생활세계의 문화적 환경 개선과 관련된 학술연구 및 조형사업 등을 추진하고자 함
- 이러한 입장에서 할아텍이 근거로 삼은 곳은 철암인데, 철암은 한국 근대화의 밑바탕이 되었던 석탄산업의 현장으로서 전형적인 탄광도시였고, 1989년 석탄산업 합리화정책 이후 태백지역 석탄생산이 현격히 감소하며 도시 규모도 줄어 소멸에 가까운 변화를 겪음²⁶⁵⁾
- 할아텍은 2001년부터 매달 셋째 주말 폐광의 상흔이 남아있는 철암을 찾아 폐광으로 인해 소멸의 위기에 직면한 태백지역의 사회, 문화, 역사, 환경 등을 주제로 <철암그리기>를 진행하고, 전시 및 교육활동, 그리고 태백과 양평, 서울, 오사카를 잇는 트라이앵글 프로젝트 등을 벌이며 활발하게 활동
- 구체적으로 철암역사에는 갤러리를, 구와우마을에는 갤러리와 야외 조각공간을 만들었으며, 지난해에는 철암역 앞 콘크리트 벽과 인근 상가건물 벽에 철암과 석탄을 소재로 한 대형벽화 <기억의 벽>을 제작하는 한편, 지난해부터 현지 초중고교생을 대상으로 문화예술학교를 열어 운영하는 등, 근대화와 산업화의 역사를 간직한 폐광촌의 환경을 예술을 통해 재생하는 작업을 활발히 진행해옴
- 이번 <2012 자연사예술환경전>도 그 연장선상에서 근대화와 산업화를 주제로 하여 강원 태백과 전남 목포의 삶과 풍경을 담은 것으로 강원 태백고생대자연사박물관에서 개최됨

265) www.suhyongsun.com

- 이번 기획전은 할아택의 <철암그리기>와 목포대학교조형연구소의 <목포그리기>가 함께 전시되는데, 60여명의 예술가들이 태백과 목포지역의 삶과 풍경을 회화와 설치, 사진 등 다양한 장르의 작품 70여점으로 보여주는데, 이미 할아택과 목포대학 조형연구소는 2007년 <기억과 일상>을 시작으로 <시간, 장소, 사람>, <근대화의 명암 1>, <목포 그리기 4> 등 4년 동안 4차례 전시회를 개최해옴²⁶⁶⁾

다. 생활 속으로 다가가는 친환경 리사이클 아트/정크 아트

○ 임옥상 개인전: 생태적 소통을 위한 폐자재 예술

- 8년 만에 개인전을 가진 임옥상 화백은 “미술은 자연의 부름, 역사의 소리, 윤리의 외침에 귀 기울이는 작업입니다. 미술은 사회적, 정치적, 문화적 소통이며 또한 생태적, 공공적이기도 하지요.” 라고 주장
- 그의 작품 <벤타에코미르>는 환경 문제를 다룬 것으로, 물로 공기를 정화하는 청정기 필터를 활용한 높이 3m 가까이인 대형 작품인데, 제목은 필터 제조사인 벤타코리아에서 따온 것
- 이 작품을 임 화백은 “대개는 필터가 먼지를 빨아들이면서 공기를 정화하는데 이걸 물로 정화하니까 훨씬 더 친환경적이죠. 필터를 다 쓰고 나면 제품의 쓰레기가 부서질 수밖에 없습니다. 그걸 재활용했지요. 그 이미지를 극대화해서 물과 미르(용)를 접목한 겁니다. 용도 서양용, 중국용, 한국용이 있습니다만 이건 한국용이에요. 훨씬 역동적이고 힘이 있죠. 발가락도 4개입니다.” 라고 설명함
- 물의 정화 기능을 갖고 있는 <아쿠아마크>는 물 위의 랜드마크

266) 참뉴스, 2011.12.18; 한겨레, 2008.8.21.

라는 뜻으로, 예술과 환경, 기업과 사회, 공공미술의 의미를 동시에 녹여내는 작품인데, 용이 잡고 있는 여의주가 곧 물을 담은 청정기임²⁶⁷⁾

○ **한일 친환경 퍼포먼스 그룹 <티코보 & 노리단 ECO 콘서트>**²⁶⁸⁾

- 한일 양국에서 친환경 퍼포먼스 그룹으로 유명한 노리단과 티코보가 일본국제교류기금의 주최로 올해 한국에서 순회 콘서트인 <티코보 & 노리단 Eco 콘서트>를 개최함
- 일본의 폐품 타악기 연주집단인 티코보는 일상생활의 폐품을 악기로 만들어 독자적인 퍼포먼스를 보여왔는데, 야마구치 도모를 리더로 음악이란 ‘음을 즐기는 것’이라는 모토를 내걸고 독특한 연주활동을 계속해옴
- 한국의 생태주의 퍼포먼스 그룹 노리단은 2004년 결성돼 재활용을 중심으로 사회적 활력과 지속가능한 즐거움을 디자인하는 공공적 문화예술기업으로, 멤버들 각각이 사회에 의미 있는 일을 만들어서 자신을 고용하고, 버려진 것을 새롭게 활용하는 일을 실천하고 있는데, 이번 공연에서는 소형 오브제와 신체 움직임을 바탕으로 하는 소리 여행자가 됨
- 두 그룹의 조인트 콘서트는 한국에서 쉽게 볼 수 없는 ‘음을 통한 시추에이션 음악극’으로, 티코보는 수제드럼 ‘공간스프링’을 선보이며, 기존의 드럼, 피아노, 기타 등의 악기와는 전혀 다른 모습과 소리로 관람의 발상을 전환하고, 관객이 티코보 밴드와 함께 연주하는 시간도 마련했는데, 관객은 입장 시 받은 ‘신문지 악기’를 활용해 일상생활에서 음을 찾는 방법을 배움

267) 한국경제, 2011.8.26.

268) 주간한국, 2011.2.17.

- 한국환경공단의 <자원순환 정크아트 공모전>과 환경예술축제
 - 한국환경공단은 올해 <제6회 자원순환 정크아트 공모전>에서 자동차 폐자재로 공룡 랩터를 묘사한 강래구씨의 <랩터의 눈물>에 대상인 환경부장관상을 수상함
 - <랩터의 눈물>은 지방에서 카센터를 10년 넘게 운영해온 수상자가 자동차 폐기물로 공룡을 만든 것으로, 직업생활에서 나온 폐기물을 예술작품으로 탈바꿈시켰다는 데 큰 의의가 있음
 - 최우수상에는 폐의약품으로 물고기 머리의 신생아를 표현한 <어인>(송아론, 강민천)과 자전거 페달로 바람개비를 표현한 <바람꽃>(조용두)이, 우수상에는 아날로그 전자제품으로 믹스 미디어를 구현한 <공존과 공생의 시간>, 손가락으로 여성의 몸을 만든 <그린 비너스>, 페타이어로 코끼리를 묘사한 <상상> 등이 수상함
 - 2차 심사위원장을 맡은 김종승 성신여대 공예과 교수는 “많은 사람들이 공모전 취지를 이해하고 참여해 폐자원에 대한 인식 변화와 재활용에 적극 참여하길 바란다” 고 밝힘
 - 한국환경공단 박승환 이사장은 “정크아트는 말 그대로 쓰레기를 활용한 예술이다. 버려진 잡동사니와 기계부품 따위를 재활용하여 조형예술작품을 만들어 무분별한 과잉생산과 환경파괴에 대한 경고를 담거나 자원순환의 의미를 강조한다. 환경 문제로 지구가 몸살을 앓고 있는 시대에 정크아트는 우리에게 환경 문제를 알림과 동시에 희망의 메시지를 보여주고 있다.” 고 정크아트 공모전의 의의를 설명함²⁶⁹⁾
 - 한국환경공단은 <제6회 자원순환 정크아트 공모전> 시상식과 수상작 전시, 환경콘서트가 결합된 대규모 환경예술축제를 11월 8일 올림픽공원 체조경기장에서 개최했는데, 이번 콘서트는

269) 경향신문, 2011.11.6.

환경을 주제로 하는 대중공연을 통해 녹색생활을 실천하고자 하는 취지에서 추진됨

○ **울산시 환경미화과 직원들의 재활용 예술작품전: 예술가와 비예술가의 경계를 허무는 재활용 예술**

- 올해 울산시 동구청은 <새로운 생명을 주세요>라는 주제로 자원재활용 예술작품을 공모하고 전시회를 개최했는데, 시민들의 호응으로 전시기간을 연장하기도 함
- 동구청 관계자는 “이번 전시회는 관심만 있으면 폐자원도 훌륭한 예술작품이 될 수 있다는 것을 보여주기 위해 마련했다”고 말함
- 이번 전시회에는 공모전 당선작들과 함께 동구청 환경미화과 직원들이 폐품을 이용해 만든 기발한 작품 70여점이 선보였는데, 동구청 환경미화과는 이환용 환경미화 주무관의 주도로 올해 초부터 타이어와 가전제품 등 약 100종, 2톤 분량의 폐품을 수집했으며 휴일 등을 이용해 작품을 제작함
- 타이어로 만든 달팽이와 게, 샤워기 꼭지로 만든 타조, 골프채 가방과 청소기로 만든 공룡 등 기발하고 재미있는 작품이 전시되었으며, 전시기간 동안 인근 학교 및 어린이집에서 단체관람을 하는 등 환경교육의 일환으로도 활용됨²⁷⁰⁾

○ **전국 자치구에 스며든 나눔장터·예술장터: <환경예술장터> 이후**

- 2002년에 홍대앞 <예술시장 프리마켓>이 시작된 이후 서울시에서도 2004년에 상설 벼룩시장인 <뚝섬 아름다운 나눔장터>를 개장하는 한편, 2005년에 이 두 곳의 성격을 결합한 형태인 <환경예술장터>를 하이서울페스티벌에 도입하여 운영

270) 뉴스웨이브, 2011.8.22.

- 2005년 하이서울페스티벌에서 첫 선을 보인 <환경예술장터>는 시민이 직접 만든 아트 물품을 사고파는 문화의 장이되, 여기에 친환경적, 환경교육적 의미와 나눔의 의미를 더해 진행된 것으로 의미가 큼
- 그러나 2007년부터는 ‘환경’의 의미가 약화된 <서울예술체험장터>로 운영되었다가, 2008년에는 중고장터로, 2009년에는 <꽃분홍나눔장터>, 2010년에는 <에코마켓>으로 변화하면서 예술시장으로서의 성격은 약화되고 친환경 나눔장터로서의 성격을 띠게 됨
- 한편 서울시는 2008년부터 자치구별 재활용 나눔장터를 운영하기 시작해 2009년에는 모든 자치구로 확대 운영하였고, 이러한 나눔장터가 자치구별로 다양한 문화행사와 함께 특성화하여 운영되도록 함
- 또한 최근 몇 년 사이 전국 각 자치구에서 이러한 나눔장터와 예술시장 프리마켓을 도입, 운영하여 전국단위로 활성화되고, 그 과정에서 예술적 색채가 어우러진 나눔장터, 친환경적 나눔의 의미를 담은 예술장터가 증가하여, 축제기간에만 개최되었던 하이서울페스티벌의 <환경예술장터>가 일상 속에서 정착되는 경향을 보이며 이는 앞으로도 더욱 확산될 것으로 예상됨

3. 농촌 및 농사의 사회적·예술적 가치 발견

- 친환경적 가치에 대한 주목은 농사의 사회적·예술적 가치를 재발견하고 소통하려는 새로운 시도들을 낳고, 농촌마을과 함께 하는 지자체 예술창작공간의 증가, 시민들의 참여를 통한 ‘문화농부’ 프로젝트 등의 확산으로 이어짐

○ **농사가 예술이다: 짚지농부의 <논밭예술학교>와 도시농부체험
텃밭예술 마을만들기 프로젝트**

- 2010년 서울형 예비사회적기업인 짚지농부는 2008년에 짚지 천호균 전 대표가 짚지 안에 짚지농부팀을 신설하면서 시작됨
- ‘가치 있는 아름다움의 재발견’ 을 모토로 직접 농사를 짓기도 하고 농촌과 예술의 만남을 기획하면서 사회적기업으로 발전
- 천호균 대표는 지금 사회에서 주목해야 할 것이 농사와 먹을거리라는 생각으로 직접 텃밭을 일구고 농촌 디자인 컨설팅을 통해 기존과 차별화되는 새로운 농산물 유통을 진행
- 2010년부터는 파주 해이리에서 예술, 생태, 문화 전반에 걸친 교육프로그램을 진행하는 생태문화공간 <논밭예술학교>를 운영하기 시작했는데, 자연요리교실, 음식교육교실, 막걸리교실, 리사이클 디자인교실 등으로 구성됨
- 또한 올해 파주 해이리에 <농부로부터>라는 매장을 열었는데, 유기농 농산물을 연구해온 흙살림과 농사의 아름다운 가치를 재발견해온 짚지농부가 함께 만든 새로운 농산물 유통 브랜드로서, 소중한 우리 것 토종씨앗, 숨쉬는 먹을거리 발효식품, 못생겨도 맛있는 못난이 장터, 우리 아이를 위한 아이좋아, 가정으로 배달되는 친환경 꾸러미, 환경을 생각하는 착한 상품 ‘다지구다’ , 꿈꾸는 도시농부의 ‘도시텃밭’ , 농부의 믿음이 느껴지는 농부직판장 등의 8가지 영역의 상품들을 제공²⁷¹⁾
- 2010년에는 문화부의 지역사회 문화예술교육 활성화 지원사업의 일환으로 강원도 홍천에 거주하며 예술작업을 하는 지역작가들, 홍천 내촌면 어린이들과 함께 <와야마을 생태예술 함께하기> 프로젝트를 진행해, 생태적 관점에서 예술의 공공성을

271) 프레시안, 2011.6.14.

확립하고 지역 예술가와 주민들 사이의 교류의 장을 마련함

- 또한 2011년에는 마포구 성산2동 어린이들을 대상으로 <자연
을 꿈꾸는 어린농부 텃밭예술 프로그램>을 진행해, 자연과 친
한친구, 꼬마농부, 자연예술가, 체험학습, 전시회 등의 프로그
램을 통해 나와 가족, 이웃을 되돌아보고 환경과 사람을 배려
하는 인식 전환의 계기를 마련했는데, 이 프로그램의 일환으로
진행된 <도시농부체험 텃밭예술 마을만들기> 프로젝트는 아이
들이 옥상텃밭을 일구는 체험학습으로 진행됨

○ 문래동 도시농부 프로젝트 <Active Natural>: 농부가 된 예술가들

- 2010년 마리끌레르, 여성환경연대, 아비노가 문래동 예술가마
을에서 예술가들과 함께 허름한 옥상에 있는 쓰레기더미를 거
뒤내고 옥상텃밭을 가꾸기 시작해, 수확한 야채들은 오가닉 푸
드를 지향하는 홍대앞 카페 <수카라>에서 요리로 만들어져 판
매됨
- 이 텃밭은 문래동 지역을 중심으로 활동하는 예술가들의 커뮤
니티 <보노보C>의 대표 이소주를 비롯한 몇몇 작가들이 주축
이 되어 문래동 주민들과 함께 일궈가는 곳이며, 2주일에 한 번
씩 텃밭 워크숍이 열려 영화상영, 공연, 미술체험 등 각종 문화
예술활동이 이루어짐²⁷²⁾
- 올해는 <문래도시텃밭>이라는 이름으로 일반인 대상 프로그램
인 텃밭 멘토와 함께 하는 도시 텃밭 가꾸기, 텃밭건강강좌, 누
구나 예술가 in 도시텃밭 등의 프로그램을 진행함

○ 경기문화재단의 공공예술프로젝트 <논아트발아트>

- 올해 경기문화재단은 남양주시와 함께 광릉 숲둘레 마을 <논아

272) 마리끌레르, 2011.8.9.

트밭아트(Non Art But Art) 프로젝트를 진행함

- 광릉 숲둘레 마을 프로젝트는 국립광릉수목원 둘레를 숲 닳은 마을로 일구는 커뮤니티아트 프로젝트이며, 그 첫 번째 여정인 <논아트밭아트(Non Art But Art)>에서는 ‘철없는 논·답없는 밭’, ‘카페C’, ‘공작소R’, ‘소심정원’, ‘마을학교’ 등 다양한 프로그램이 오는 진행됨
- 광릉 숲둘레 마을 논아트밭아트 프로젝트는 일회적인 지역 문화서비스 프로젝트에 그치지 않고 상이한 집단·개인 간 소통, 비물질 자산 가치의 인식과 향유를 성숙한 시민의식으로 지속 가능하게 공존을 탐색하고자 함²⁷³⁾
- 국내 공공미술 1세대 작가인 박찬국 디렉터가 이끄는 프로젝트 팀은 올해 초 경기도 남양주시 진접읍내의 ‘광릉내 마을’ 3곳에 들어가, 원래 주차장 등으로 개발하려던 부평1리 광천마을의 시유지 하천부지를 공동정원과 연못, 마을학교, 텃논 형식의 자연생태 공공공간으로 바꾸려는 시도로, 하천 옆 빈터를 일궈 논으로 만들고 오리농법으로 농사짓고 텃밭을 꾸밈
- 부평1리 마을회관 뒤편 논에는 ‘철없는 논’이란 별명이 붙었는데, 이는 예술가들이 작물의 수확량을 염두에 두지 않고 오리농법으로 농사를 지으려고 하자 마을 사람들이 놀리며 붙여준 이름이라고 하며, 이 ‘철없는 논’ 한가운데 있는 ‘코르 뷔제 오봉지’ (오리와 봉어가 있는 연못)에서는 오리들은 미끄럼을 타고 논
- 이 색다른 공공미술 작업은 조선시대 왕가와 관련이 깊은 600년이나 된 커다란 숲과 광릉, 봉선사, 왕숙천이 있는 광릉내 주변에 대단지 아파트들이 들어서면서 옛적 자취, 자연과의 조화를 점차 잃어가고 있는 상황에서, 박찬국 디렉터가 이끄는 프

273) 수원일보, 2011.5.30.

로젝트팀이 문화예술을 매개로 서로 다른 이해관계가 얽힌 집단·개인 간의 소통을 만들어냄으로써 지속가능한 공존을 찾자는 취지에서 시작한 것임

- 박 감독은 “생활 방식이 다른 원주민과 이주민, 이주 노동자들에게 새로운 공동체 의식을 심어주려고 한다” 며 “광릉 숲을 공통 주제로 내세워 주민들이 서로 존중하며 상상력을 공유할 수 있는 작업” 이라고 소개함
- 그러나 최근 사유지인 하천부지 점유권을 주장하는 몇몇 주민들 반대에 부딪혀 ‘공작소R’ 과 밭 공원의 공사가 중단된 상태로 어려움을 겪고 있음
- 미술평론가 전승보씨는 “원주민과 신이주민들이 지역 구성원의 일원이라는 자부심을 찾아내고 심어주는 역할이 중요하다” 며 “꾸준한 소통을 통해 장기적인 프로젝트로 진행되어야 한다” 고 조언함²⁷⁴⁾

○ **광주문화재단의 <문화도시문화농부 프로젝트>: 도시농부 개념을 활용한 문화인력 양성사업**

- 올해 광주문화재단은 시민들의 적극적이고 자발적인 문화참여를 통해 문화창조도시 광주 발전의 동력을 만들고 문화예술에 적극 동참하는 시민문화를 확산시킬 수 있는 문화토양을 조성하겠다는 취지로, <문화도시문화농부 프로젝트>를 시작함
- 그러나 이 프로젝트는 직접 농사를 짓는 프로젝트가 아니라, 최근 확산되고 있는 ‘도시농부’ 의 개념을 적극 도입하여 도시 내에서의 시민문화를 토양으로 한 문화예술 가꾸기를 농부가 텃밭을 가꾸는 것과 같은 작업으로 간주하여 추진되는 사업
- 시민들이 ‘문화나무’ 를 가꾸는 ‘문화농부’ 가 되는 개념의

274) 한겨레, 2011.9.15.

이 프로젝트는 문화예술단체 및 대학 관련학과, 박물관, 도서관, 문화센터, 각 자치구의 자생적 문화모임, 각 학교 학부모독서회, 각 자치구 풀뿌리 문화네트워크 등과 연계해 광주의 문화인력을 1만명까지 양성하겠다는 계획으로 추진됨

- 노성대 대표이사는 “광주문화재단이 해야 할 일은 더 많은 시민들이 더 폭 넓은 문화를 향유할 수 있는 조건과 환경을 만드는 것”이라며 “광주의 문화나무를 가꾸겠다는 절박한 심정으로 일하겠다” 고 말함²⁷⁵⁾

4. 환경파괴를 비판하는 예술행동

- 최근 환경위기가 심각한 사회적 이슈로 논의되면서 산업화와 재개발 등으로 인한 자연훼손에 대해 비판적 메시지를 담은 예술 프로젝트나 예술행동도 활발하게 전개됨

○ 리스투더시티, 도시 재개발과 환경파괴에 대한 예술행동

- 리스투더시티는 모더니즘 예술의 틀에서 벗어나 예술가의 새로운 역할을 찾으려고 노력하면서 예술 외부적 조건들을 조금 더 자유롭게 사유하기 위해 조직된 창작/비평 공동체이자, 현대미술의 신자유주의화에 따른 갤러리나 큐레이터에 대한 작가들의 의존도가 높아지는 상황에서 예술가들이 자발적으로 사유하고 표현하기 위해 만들어진 독립예술가집단임
- 리스투더시티는 현대의 문화는 도시 안에서 탄생하고 변형된다는 인식하에 특히 도시문제에 관심을 갖고, 예술+도시 잡지인 <어반드로잉스>를 발간하는 한편 다양한 도시 및 환경문제와

275) 노컷뉴스, 2011.1.26.

관련된 다양한 예술행동을 펼쳐 주목을 받고 있음

- 리슨투더시티가 운영하는 <스페이스 모래>는 천성산 개발반대 운동을 홀로 이끌었던 지울스님이 조성한 곳으로, 조계사에 있다가 올해 두리반 뒤로 옮겨 재개관함
- 2010년에는 서울-리버풀 도시교환 프로젝트의 일환으로 <서울 관광프로젝트>를 30여 차례 진행했는데, 참가자들이 자신만의 방법으로 아카이브를 만드는 등 대형 자본에 의한 도시개발에 대한 문제를 기록하고 논의했고, 올해는 아트선재센터의 <City within the City>전의 일환으로 아트선재센터 라운지에서 <전국개발관광여행사>와 <관광기념품가게>를 운영하여 <개발관광 여행상품>으로 청계천 녹조 및 명동 개발 현장, 한강 르네상스 등을 도는 서울투어, 내성천을 답사하는 4대강 투어를 진행함
- 올해는 또한 <스페이스 모래>에서 강과 생명에 대한 전시를 지속적으로 기획해 전시하였으며, 두리반 도시영화제, 스페이스 명동 개발에 대한 전시 등을 통해 도시 재개발로 인한 환경 파괴 문제를 다루며, 현재 금천예술공장에 입주해 활동 중임

○ 제주도 강정마을의 평화미술: <동행2>전과 썸다큐 <강정>

- 산호초가 자라는 바다와 수억년 시간이 아로새겨진 용암바위, 멸종 위기에 처한 ‘붉은발 말뚝게’ 등 제주 강정마을은 천혜의 자연환경으로 인해 특별보전지역으로 지정돼 있음
- 올해 제주도 강정마을에서는 제주해군기지 반대운동의 일환으로 강정마을회와 탐라미술인협회가 공동으로 <동행2>전을 개최했는데, 이는 2007년 탐라미술인협회가 해군기지 싸움이 한창인 강정마을에 힘을 보태는 전시 <동행>을 진행했던 데 이은 두 번째 전시임
- 4년 전 전시와 달리 이번 전시는 강정마을 현장에서 작업이 진행됐고, 마을 주민들과 일반인 참여가 적극적으로 이뤄져 그동

안 강정마을 전체에서 행해진 미술작업들의 숫자와 규모를 전부 파악하기 힘들 정도

- 참여 작가인 고길천 화백은 “이번 전시는 미술인뿐만 아니라 일반인과 어린이, 마을 주민들의 작품들이 더해져 의미가 크다” 며 “제주해군기지 관련 문제에 대한 폭넓은 연대를 보여주는 전시가 될 것” 이라고 밝힘²⁷⁶⁾
- 특히 고길천 작가는 탐미협과 정정마을회 주최의 <강정해군기지 건설 반대를 위한 예술행동 프로젝트 동행>을 기획하며 전국의 미술인들의 참여를 이끌어낸 장본인으로, 올해 9월에는 세계적인 언어학자인 노엄 촘스키 교수를 만나 제주강정해군기지건설반대 투쟁에 지지와 연대를 이끌어 내기도 했으며, 미국 보스턴에 있는 보스턴 칼리지, 엔트워스대학, 뉴욕대학교, 뉴욕 신학대학 등에서 강정과 관련한 작품을 소개하며 평화 활동을 펼침
- 한편 **영화 <잼(Jam) 다큐 강정>**은 강정마을의 아름다운 풍광과 이 마을을 지키려고 싸우는 사람들의 얘기를 담은 다큐멘터리로, 경순, 홍형숙, 김태일, 양동규, 정윤석, 최하동하, 최진성, 권효 등 8명의 독립영화감독이 힘을 모아 만든 것임
- 이 영화는 강정마을에서 오랫동안 해군기지건설 반대투쟁을 하는 영화평론가 양운모씨로부터 비롯되어, 영화 도입부인 경순 감독의 <안녕 구럼비>는 감독을 비롯한 영화인들이 단식투쟁으로 병원에 입원한 양씨를 병문안하는 장면으로 시작됨
- 이를 계기로 강정마을에 관심을 두게 된 감독들이 마을의 이야기를 영화로 만들어보기로 뜻을 모아, 각자 한 가지 테마를 잡고 영상을 자유롭게 찍어 이어붙이는 방식으로 구성함
- 애초 강정마을의 얘기를 대중들에게 시급히 알리는 것이 목적

276) 제주의소리, 2011.11.20.

이므로 영화의 완성까지 주어진 시간은 100일이고, 촬영에 들
인 시간은 일주일 안팎에 불과함

- 이렇게 만들어진 104분 분량의 영화는 김태일 감독의 〈마을의
기억〉, 최하동하 감독의 〈코사마트와 나들가게〉, 권효 감독의
〈말뚝계의 사진수업〉, 최진성 감독의 〈중국집으로 간 항공모
함〉 등으로 구성되어 있음
- 경순 감독은 “작품의 완성도에 대한 고민보다는 빨리 만들어
서 알리는 것이 과제였다” 며 “많은 국민과 시민이 가보지 않
은 곳의 일에 대해 우리가 그랬던 것처럼 관심을 가져주길 바
란다” 고 전함²⁷⁷⁾

277) 연합뉴스, 2011.12.7.

제 4 장 결 론



- 본 연구는 작년에 이어 문화예술분야의 변화와 중요한 이슈를 트렌드의 형태로 파악하여 문화예술정책의 수요를 파악하기 위해 진행된 것임
- 이러한 목적으로 인해 일반적인 트렌드 연구, 즉 시장동향을 파악하고 소비자 트렌드를 읽어내는 연구와는 다소 다른 성격을 가질 수밖에 없음
- 이러한 측면은 올해 연구과정에서 심층인터뷰, FGI, 델파이조사 등에 참여했던 현장종사자 및 전문가들의 응답에서도 잘 나타나는데, 문화예술분야에서 부상하는 이슈나 현상이 반드시 문화예술정책상의 중요도가 높다고 볼 수 없는 경우가 발생함
- 이는 시장과 국가 사이의 역할분담이라는 의식이 다소 작용하고 있는 것으로 보이는데, 문화예술정책이 시장 활성화라는 측면과 시장으로부터 소외된 영역에 대한 지원이라는 측면 중에서 올해는 후자에 더 치중해야 한다는 의견이 지배적이었음
- 가령 신한류나 TV예능이 대세를 이루는 경향은 정책적 개입이나 정책의 역할이 없어도 자체적으로 이러한 트렌드 자체가 더욱 발전할 것이라는 관점이 전제가 되어 있는 것이며, 예술가의 자립 문제나 지역재생, 가족여가 등의 부분에 대해서는 보다 적극적인 정책을 통해 건전한 문화예술 생태계를 조성해야 한다는 가치판단이 작용한 결과라 할 수 있음
- 아울러 올해는 범사회적인 환경이나 미디어 환경의 영향이 문화예술분야에서 많이 확인되었는데, 이는 한편으로 문화예술분야에서 내재적으로 가지고 있었던 기존 예술형태에 대한 반성과

사회적인 소통에의 욕구가 그러한 환경변화를 적극적으로 활용할 측면도 크다고 할 수 있음

- 문화예술분야에서의 컨버전스는 이러한 욕구들의 적극적인 표출이라 할 수 있으며, 동시에 문화예술분야라는 한계를 넘어서 다양한 영역과의 협업이 확장되는 추세를 보이는데, 이러한 현상은 문화예술에 대한 범사회적 효용이나 가치가 더욱 커지고 이에 대한 공공영역과 시민사회영역에서의 인식도 높아진 것에 대한 반증이라고 할 수 있음
- 본 연구가 단년도의 마이크로트렌드를 파악하는 것을 기본적인 틀로 진행되어, 올해는 작년에 발견된 한계들을 보완하여 진행되었으나, 트렌드라는 개념 자체가 1년 주기로 급격한 변화가 이루어지는 것이 아닌 만큼, 이를 해결할 수 있는 관점과 방법면에서의 다양하고 입체적인 시도가 더욱 필요할 것으로 판단됨
- 그러나 한편으로는 매년 부상하는 여러 이슈들을 이 한 권의 보고서에 다 담지 못하는 아쉬움도 항상 남게 되는데, 본 연구에서 제시된 트렌드가 절대적인 우선순위나 중요도를 갖는다고 보다는, 무수한 여러 현상들을 그나마 구조화하여 문화예술정책 수요를 파악하는 데 일단을 제시한다는 측면에서 읽혀야 할 것임

참고문헌

국내 단행본

- 강원대학교, 『미디어융합의 전개과정과 사회문화적 파장』, 정보통신정책연구원, 2009.
- 강홍렬, 『메가트렌드 코리아』, 한길사, 2006.
- 개리 스몰, 지지 보건, 『아이브레인』, 지와사랑, 2010.
- 국제디자인트렌드센터, 한국트렌드연구소, 『Hot Trends 40』, 한국트렌드연구소, 2008.
- 권순우, 신창목, 『SERI 전망 2010』, 삼성경제연구소, 2009.
- 권순우, 『SERI 전망 2009』, 삼성경제연구소, 2008.
- 글렌 레이놀즈, 『다윗의 군대 세상을 정복하다』, 베이스캠프, 2008.
- 김경훈, 『대한민국 욕망의 지도』, 위즈덤하우스, 2006.
- _____, 『트렌드 워칭: 미래를 읽는 9가지 기술』, 웅진리더스북, 2009.
- 김경훈, 김정홍, 이우형, 『한국인 트렌드』, 책바치(와우밸리), 2004.
- 김광웅, 『국가의 미래 : 미래창조사회, 지식지도가 바뀐다』, 매일경제신문사, 2008.
- 김난도, 이준영, 권혜진, 전미영, 김희정, 『트렌드 코리아 2010』, 미래의창, 2009.
- 김난도·최인수·윤덕환, 『2011 대한민국 소비지도 : 소비자는 무엇을 원하는가』, 한국경제신문 한국BP, 2010.
- 김동선, 『야마토마치에서 만난 노인들』, 궁리, 2004.
- 김민주, 이마스, 『앞으로 3년 대한민국 트렌드 : 트렌드로 바라본 한국, 한국인의 미래』, 한스미디어, 2007.
- 김민주 외, 『창조경영 시대의 문화마케팅 : 문화예술을 만나 21세기

- 를 경영한다』, 한국메세나협의회, 2006.
- 김민주, 『컬덕 시대의 문화마케팅』, 미래의 창, 2005.
- 김봉석, 『컬쳐 트렌드를 읽는 즐거움』, 한겨레출판사, 2006.
- 김상훈, 『앞으로 3년 세계 트렌드』, 한스미디어, 2009.
- 김용섭, 『대한민국 디지털 트렌드』, 한국경제신문사, 2006.
- 김용섭, 전은경, 『시장권력의 중심 소비자가 진화한다』, 김영사, 2008.
- 김원석, 『디지털 생존 교양』, 갈리온, 2010.
- 김정환, 『21세기를 지배하는 문화의 키워드』, 김영사, 2001.
- 김종길, 『사이버 트렌드 2.0』, 집문당, 2008.
- 김찬호, 『휴대폰이 말하다 : 모바일 통신의 문화인류학』, 지식의날개, 2008.
- 닐 포스트먼, 『테크노 폴리』, 궁리, 2005.
- 다니엘 핑크, 『새로운 미래가 온다』, 한국경제신문사, 2008.
- 다케다 도루, 『열린 개인주의 트렌드』, 홍익출판사, 2002.
- 데이비드 트렌드, 『문화민주주의』, 한울, 2001.
- 데이비드 F. 노블, 『디지털 졸업장 공장』, 그린비, 2006.
- 돈 탭스코트, 앤서니 윌리엄스, 『위키노믹스 - 웹2.0의 경제학』, 21세기북스, 2007.
- 돈 탭스콧, 『디지털 네이티브: 역사상 가장 똑똑한 세대가 움직이는 새로운 세상』, 비즈니스북스, 2009.
- 로버트 J. 샤피로, 『2020 퓨처캐스트』, 랜덤하우스, 2010.
- 로빈 피셔 로퍼, 『나라는 브랜드를 사랑하라』, 한문화, 2005.
- 리즈 호가드, 『영국 BBC 다큐멘터리 행복』, 예담, 2006.
- 리처드 왓슨, 『퓨처 파일』, 청림출판, 2009.
- 리처드 플로리다, 『CREATIVE CLASS: 창조적 변화를 주도하는 사람들』, 전자신문사, 2002.
- 린 C. 랭카스터, 데이비드 스틸먼, 『밀레니얼 제너레이션: 향후 20

- 년간 기업과 사회를 지배할 새로운 인류에 대한 분석』, 더숲, 2010.
- 마누엘 카스텔·박행웅 역, 『네트워크 사회』, 한울, 2009.
- 마르쿠스 알베르스, 김영민 역, 『스마트 워킹』, 비즈니스맵, 2010.
- 마이클 실버스타인·케이트 세이어, 보스턴컨설팅그룹 서울사무소 역, 『여자는 무엇을 더 원하는가』, 비즈니스맵, 2010.
- 마크 펜, 키니 켈리슨, 『마이크로트렌드: 세상의 룰을 바꾸는 특별한 1%의 법칙』, 해냄출판사, 2008.
- 마티아스 호르크스, 『미래, 진화의 코드를 읽어라』, 넥서스, 2004.
- _____, 『미래에 관한 마지막 충고』, 스마트비즈니스, 2008.
- _____, 『미래에 집중하라』, 비즈니스북스, 2009.
- _____, 『위대한 미래』, 한국경제신문사, 2010.
- _____, 『테크놀로지의 종말』, 21세기북스, 2009.
- 미국 국가정보위원회, 『글로벌 트렌드 2025: 변모된 세계』, 예문, 2009.
- 미래기획위원회, 『녹색성장의 길』, 중앙북스, 2009.
- 박동석, 『고령화 쇼크』, 굿인포메이션, 2003.
- 박상철, 『노화혁명 : 고령화충격의 해법』, 하서, 2010.
- 박영숙, 제롬 글렌, 테드 고든, 『유엔미래보고서 2』, 교보문고, 2009.
- 박영숙, 제롬 글렌, 테드 고든, 『유엔미래보고서: 미리 가본 2018년』, 교보문고, 2008.
- 박영숙, 『UN 미래보고서』, 교보문고, 2006.
- 박영숙, 테드 고든, 『전략적 사고를 위한 미래예측』, 교보문고, 2007.
- 배리 리베트·존 스펙터, 김정수 역, 『나보다 똑똑한 우리』, 럭스미디어, 2001.

- 브루스 피아세키, 『세계주식회사』, 비즈니스맵, 2007.
- 빅토리아 D. 알렉산더, 『예술 사회학』, 살림, 2010.
- 삼성경제연구소, 『SERI 보고서로 읽는 미래산업』, 삼성경제연구소, 2009.
- 성공회대학교 사회복지연구소·조선일보 더 나은 미래·(주)플랜엄, 『2010 기업사회공헌 프로그램 평가지표』, GS칼텍스, 2010.
- 성균관대학교 하이브리드 컬처연구소, 『디지털 콘텐츠 표현양식과 다중정체성의 양상: 사례분석과 미래문화의 전망』, 정보통신정책연구원, 2009.
- 슈테판 클라인, 『행복의 공식 - 인생을 변화시키는 긍정의 심리학』, 웅진지식하우스, 2006.
- 스튜어트 브라운·크리스토퍼 본, 윤미나 역, 『플레이, 즐거움의 발견』, 2010.
- 스티븐 베이커, 『뉴머러티』, 세종서적, 2010.
- 신지은, 박정훈, 『세계적 미래학자 10인이 말하는 미래혁명』, 일송포켓북, 2009.
- 심광현, 『문화사회를 위하여』, 문화과학사, 1999.
- 심원섭, 『최근 관광트랜드 변화와 향후 정책방향』, 한국문화관광연구원, 2010.
- 안토니오 네그리, 『예술과 다중』, 갈무리, 2010.
- 앨빈 토플러, 『부의 미래』, 청림출판, 2006.
- 에드가 모랭, 『미래의 교육에 반드시 필요한 7가지 원칙』, 당대, 2006.
- 에릭 갈랜드, 『미래를 읽는 기술』, 한국경제신문사, 2008.
- 에릭 쉘먼, inm 역, 『소셜노믹스』, 에이콘, 2009.
- 엘리자베스 커리드, 『세계의 크리에이티브 공장 뉴욕: 뒷골목 아티스트들이 이끄는 뉴욕의 예술경제학』, 쌤앤파커스, 2009.
- 오수길, 『미래국가로 가는 길 뉴거버넌스』, 대영문화사, 2008.

- 오카다 토시오, 『오타쿠』, 현실과미래사, 2000.
- 와타나베 나나, 이정환 역, 『미래 사회를 여는 변화의 물결』, 에이지 21, 2008.
- 와타나베 히로요시, 『파괴적 트렌드 : 비즈니스의 미래를 바꾸는 10 가지 통찰』, 크리에디트, 2008.
- 울리히 벡, 『위험사회: 새로운 근대성을 향하여』, 새물결, 1997.
- 웨인 다이어, 『행복한 이기주의자』, 21세기북스, 2006.
- 유병선, 『보노보 혁명』, 부키, 2007.
- 이동연, 『대안문화의 형성』, 문화과학사, 2010.
- _____, 『문화부족의 사회: 히피에서 페인까지』, 책세상, 2005.
- 이영철, 『21세기 문화 미리보기』, 시각과언어, 1996.
- 이재정, 박은경, 『라이프스타일과 트렌드』, 예경, 2006.
- 이정덕, 『21세기 한국의 문화혁명』, 살림, 2004.
- 이종한 외, 『기업의 문화예술 지원과 방법』, 신구미디어, 1994.
- 이지평, 『주5일 트렌드』, 21세기북스, 2003.
- 이현승·김현진, 『늘어가는 대한민국-저출산 고령화의 시한 폭탄』, 삼성경제연구소, 2007.
- 자크 랑시에르, 『감성의 분할: 미학과 정치』, b, 2008.
- 자크 아탈리. 양영란 역, 『미래의 물결』, 위즈덤하우스, 2010.
- 전상인, 『한국 2030』, 에코리브르, 2007.
- 전영선, 김지니, 『북한 예술의 창작지형c과 21세기 트렌드』, 역락, 2009.
- 정균승, 『돈버는 소비자, 프로슈머의 시대』, 엔타임, 2010.
- 정완진, 김양하, 이석근, 민승기, 『1인 미디어의 힘』, 매경출판, 2008.
- 정용찬·이은민, 『미래 소비자 ‘20대’ 의 미디어 이용 트렌드』, 『KISDI 이슈리포트』, 정보통신정책연구원, 2010.
- 정운영, 『신세기 랍소디』, 산처림, 2002.

- 정정숙, 『고령화시대를 대비한 문화정책 개발 연구』, 한국문화관광연구원, 2009.
- 정진성, 이재열, 박경숙, 정재기, 남은영, 『한국사회의 트렌드를 읽는다』, 서울대학교출판부, 2009.
- 정호성, 『베이비붐 세대 은퇴의 파급효과와 대응방안 -주요국(미·일) 비교 포함-』, 삼성경제연구소, 2010.
- 제임스 데이터, 『다가오는 미래』, 예문, 2008.
- 제임스 마틴, 『제임스 마틴의 미래학 강의』, 김영사, 2009.
- 조상현·김현, 『소통혁명』, 황금사자, 2010.
- 조셉 나이, 『2020 대한민국 다음 십 년을 상상하라』, 랜덤하우스코리아, 2010.
- 조지 오초아, 멜린다 코리, 『Next Trend』, 한국경제신문, 2005.
- 조화선, 『디지털 거버넌스-국가·시장·사회의 미래』, 책세상, 2010.
- 조효제, 『신지식의 최전선 3』, 한길사, 2008.
- 존 나이스비트, 도리스 나이스비트, 『메가트렌드 차이나 : 새로운 세계를 이끌어가는 중국의 8가지 힘』, 비즈니스북스, 2010.
- 존 나이스비트, 『마인드 세트』, 비즈니스북스, 2006.
- 존 나이스비트, 『메가트렌드 아시아』, 한국경제신문사, 1996.
- 존 펠프리, 우르스 가서, 『그들이 위험하다』, 갤리온, 2010.
- 줄랑타 바크, 『미래사회코드 : 소비 트렌드를 창출하는 10가지 모자이크 키워드』, 디플BIZ, 2008.
- 주용중, 탁상훈 외, 『대한민국 뉴리더 2029 트렌드』, 해냄미디어, 2006.
- 주창윤, 『대한민국 걸쳐코드』, 21세기북스, 2010
- 최병식, 『미술시장 트렌드와 투자』, 동문선, 2008.
- 최재승, 『문화를 읽는다 미래를 본다』, 나무와숲, 2001.
- 최정호, 『새로운 예술론』, 나남, 2001.

- 캐서린 스푸너, 『다크컬처』, 사문난적, 2002.
- 켄 올레타, 『구글드: 우리가 알던 세상의 종말』, 타임비즈, 2010.
- 캘리 무니·이주미 역, 『오픈 브랜드』, 위키북스, 2009.
- 크리스 바커, 『글로벌 텔레비전』, 민음사, 2001.
- 팔란티리 2020, 『우리는 마이크로 소사이어티로 간다』, 웅진윙스, 2008.
- 패트리셔 애버딘, 『메가트렌드 2010』, 청림출판, 2006.
- 페로 미킵, 『프리즘 : 미래를 읽는 5가지 안경』, 쌤앤파커스, 2010.
- 페이스 팝콘, 애덤 한프트, 『미래생활사전 : 21세기를 위한 트렌드 키워드 1200』, 을유문화사, 2007.
- 피에르 레비, 권수경 역, 『집단지성』, 문학과 지성사, 2002.
- 피터 드러커, 『21세기 지식경영』, 한국경제신문사, 2002.
- 피터 슈워츠, 『미래를 읽는 기술』, 비즈니스북스, 2008.
- _____, 『이미 시작된 20년 후』, 필맥, 2005.
- 필립 코틀러, 안진환 역, 『Market 3.0』, 타임비즈, 2010.
- 한승진·박동욱·정재영, 『스마트 시대 핫 트렌드 33』, 토네이도, 2010.
- 한정원, 『문화예술 스폰서십』, 커뮤니케이션북스, 2005.
- 허버트 실러, 『정보 불평등』, 민음사, 2001.
- 홍성용, 『스페이스 마케팅』, 삼성경제연구소, 2007.
- 홍성욱, 『네트워크 혁명 그 열림과 닫힘』, 들녘, 2002.
- 황상민, 『디지털 괴짜가 미래 소비를 결정한다』, 미래의창, 2008.
- 황인선, 『컬처파워』, 팜파스, 2010.
- 황주성·최서영·김상배, 『소셜컴퓨팅 환경에서 집단지성의 사회적 생산 메커니즘 연구』, 정보통신정책연구원, 2009.
- A. 마이클 슈메이트, 『예술가로 살아남기』, 다빈치, 2008.
- C. 브릿 비머 외, 『떠오르는 트렌드 사라지는 트렌드』, 청림출판, 2001.

KOTRA, 『2010 블루슈머』, 청림출판, 2009.
MBC, 『2010 트렌드 웨이브』, 북하우스퍼블리셔스, 2009.
NHN, 『네이버 트렌드 연감 2009』, 시드페이퍼, 2010.

기관연구보고서 및 자료집

기분좋은트렌드하우스QX, 『다원예술 정책수립을 위한 기초연구』, 한국문화예술위원회, 2006.
문화재청, 『제1회 아·태무형문화유산 정책 포럼 자료집』, 2010.11.24.
문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단 · 호남대학교 다문화교육센터, 『창조적 다문화 시민사회 조성방안 연구』, 2008.
문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단, 『2009 아시아문화중심도시 백서』, 2010.
문화체육관광부, 『한-아세안 문화예술포럼 자료집』, 문화, 2010.10.6 롯데호텔.
미래기획위원회-미래기획단, 『미래예측 방법론』, 2009.
방송통신위원회 · 한국인터넷진흥원, 『2010_인터넷이용실태조사_요약보고서』, 2010.
서울문화포럼, 『서울다움』, 5호, 2010.
성균관대학교 하이브리드컬처연구소, 「삶의 질 2040: 함께 일구는 창조적 미래를 향하여」, 『미래네트워크 심포지엄』, 2010. 11. 23.
여성가족부 다문화가족과, 『2009 다문화가족 실태조사』, 2010.
전국경제인연합회, 『2008 기업 · 기업재단 사회공헌백서』, 2009.
정보통신정책연구원, 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(I) 총괄 보고서』, 2009.
정보통신정책연구원, 『미래예측방법론을 활용한 디지털 컨버전스의

- 미래 연구』, 2009.
- 정보통신정책연구원, 『IT 와 새로운 사회질서의 형성』, 2005.
- 한국문화관광연구원, 「문화·관광정책의 회고와 전망」, 『2010 한국문화관광연구원 개원기념 문화·관광정책 심포지엄 발표 자료집』, 2010, 12.1.
- 한국문화관광연구원, 「소셜네트워크서비스(SNS) 진화에 따른 문화 콘텐츠 산업의 변화와 정책적 시사점」, 『2010 한국문화관광연구원 문화산업연구실 세미나 발표 자료집』, 2010.11.4.
- 한국문화관광연구원, 『선진한국의 비전과 전략_문화부문』, 2008.10.
- 한국문화관광정책연구원, 『미래문화전략 2030』, 2006.
- 한국문화예술교육진흥원, 『해외 문화예술교육현장을 가다』, 2010.
- 한국인터넷진흥원, 『2010년_무선인터넷이용실태조사_요약보고서』, 2010.
- 한국정보문화진흥원, 『정보문화 국제 비교 연구』, 2009.
- 한국정보화진흥원, 『2009 정보격차 지수 및 실태조사 주요결과 분석 자료집』, 2010.
- 한국트렌드연구소, PFIN, 『핫트렌드 2010』, 리더스북, 2010.
- _____, PFIN, 『핫트렌드 2011』, 리더스북, 2010.
- _____, PFIN, 『핫트렌드 2010』, 웅진씽크빅, 2010.
- LG 경제연구원, 『2010 대한민국 트렌드』, 한국경제신문 한경BP, 2006.

해외 단행본

- AAM, *Demographic Transformation and the Future of Museums*, 2010.
- AAM, *MUSEUMS & SOCIETY 2034: TRENDS AND POTENTIAL*

- FUTURES*, 2008.
- NEA, *Audience 2.0 : How Technology Influences Arts*, 2010.
- DCMS, *Our creative talent: Building local voluntary and amateur arts participation*, 2008.
- OECD, *21st Century Technologies*, 1998.
- Paula Tiihonen ed., *Metropolises, Asia and General Culture*, the Committee for the Future, 2008
- Trend Watching.com, *15 TREND TIPS*, trendwatching.com, 2010. 10.

학술논문 및 비평문

- 권수한, 「직원의 마음을 움직이는 소통 ‘소셜미디어’」, 『SERI 경영노트』, 제53호, 2010.
- 김동률, 「국가 간, 언론사 간 인식 비교를 통해서 본 기업의 사회적 책임(CSR)의 정체성 및 정책적 함의」, 『KDI 정책포럼』, 제 228호 (2010-8), pp. 1-12.
- 김영순·윤희진, 「향토문화자원의 스토리텔링 과정에 관한 연구 - 인천시 서구 검단의 황곡마을을 중심으로 -」, 『인문콘텐츠』, 제17호, 2010, pp. 327-343.
- 김태현·강유리, 「eBook 서비스 동향과 활성화를 위한 시사점 논의」, 『저작권기술 동향 Biweekly』, (12월 1주), 저작권위원회 기술연구소, 2009.
- 김평호, 「미디어 환경개념의 정책적 함의 : 공익성 관련 논의를 중심으로」, 『한국언론정보학보』, 2008년 가을, 통권 43호.
- 김현미, 「소셜네트워크 환경에서의 저작권보호-현황 및 문제점을 중심으로-」, 『저작권기술 동향 Biweekly』, (11월 3주), 저작권위원회 기술연구소, 2009.

- 박정현, 「마이크로의 눈으로 트렌드를 읽어라」, 『LG Business Insight』, 2009 8 26, pp. 2- 19.
- 박혜경, 「전자책의 사회적 선택과 지식정보 생산양식의 변화」, 『사회과학연구』 제21권 4호(2010).
- 성대훈, 「전자책 산업의 저작권 쟁점 사항과 해결에 관한 연구」, 『계간 저작권』, 2010 봄호, pp. 26-137.
- 송대현, 박재완, 이철우, 「테이블탑 디스플레이 기반 사용자 중심의 실감형 상호작용 전자책」, 『한국콘텐츠학회논문지』, Vol. 9, No. 6, 2009.
- 신민경, 「컨텐츠퍼러리를 위한 대담한 선택」, 『Weekly 예술경영』, No. 64, 2010.01.28.
- 심상용, 「현대미술에 있어 트렌드화 현상과 다양성의 위기에 관하여」, 『현대미술사연구』, 2P 21집, 2007.
- 이주현, 「포스트디지털 세대, 따뜻한 디지털 세상을 이끈다」, 『Cheil Communications』, 006.6.
- 이태중, 「문화경쟁력 제고를 위한 역사문화자원 개발 정책방안:신라 문화권을 중심으로」, 『한국정책과학학회보』, 제13권 제1호 (2009. 3): pp. 235~261.
- 이호영·서우석, 「디지털 시대의 문화자본과 불평등」, 『문화정책 논총』, 제23집, 2010.
- 임학순, 「예술과 문화기술(CT)의 연계를 위한 문화정책의 과제」, 『예술경영연구』, 2010 제 16집.
- 장영준, 「독일 《마니페스타 IV》와 《카셀 도큐멘타 XI》를 중심으로」, 『현대미술관연구』, 통권 제13집 (2002. 12) pp.115-129.
- 전병화, 「디지털시대 저작권 기술」, 『월간 저작권문화』, 12월, pp. 28-29
- 정태수, 「아이돌 그룹이 이끄는 신한류시대」, 『SERI 경영 노트』,

- 제76호, 2010.10.14.
- 최재표, 「전자출판 산업 육성을 위한 정책 방안」, 『TTA Journal』, No. 130. 2010, pp. 34-39.
- 최훈환, 「2010년 트렌드 전략」, 『MARKETING』, 2010 . 3, pp. 28-41.
- 한서리·나건, 「아이덴티티 그룹 리서치를 통한 트렌드 예측 모델」, 『한국디자인학회 학술발표대회 논문집』, 2008.5, pp. 180-181.
- 홍일선, 「미래를 읽는 새로운 도구, 예측시장」, 『LG Business Insight』, 2010.10.20.
- 황금숙, 「전자책의 독서효과에 관한 실험적 연구-종이책과의 비교를 통하여」, 『한국비블리아학회지』, 제17권 제1회, 2006, pp. 47-62.
- Stanley N. Katz, 'Philanthropy's New Math', The Chronicle Review, Vol. 53, Issue 22, 2007. 2.

홈페이지

- 강원일보 <http://www.kwnews.co.kr/>
- 경기신문 <http://www.kgnews.co.kr/>
- 경북일보 <http://www.kyongbuk.co.kr/>
- 경인일보 <http://www.kyeongin.com/>
- 경향닷컴 <http://www.khan.co.kr/>
- 공감코리아 <http://www.korea.kr/>
- 광주인터넷신문 <http://www.gjinews.asia/>
- 내일신문 <http://www.naeil.com/>
- 뉴시스 <http://www.newsis.com/>
- 대전일보 <http://www.daejonilbo.com/>

더 데일리 포커스 <http://www.fnn.co.kr/>
데일리안 <http://www.dailian.co.kr/>
데일리안 <http://www.dailian.co.kr/>
데일리컬처 <http://www.dailyculture.co.kr/>
동아일보 <http://www.donga.com/>
디지털 타임스 <http://www.dt.co.kr/>
디지털데일리 <http://www.digitaldaily.co.kr/>
매일경제 <http://www.mk.co.kr/>
매일신문 <http://www.imaeil.com/>
머니투데이 <http://www.mt.co.kr/>
무비위크 <http://www.movieweek.co.kr/>
문화일보 <http://www.munhwa.com/>
부산일보 <http://www.busan.com/>
북모닝CEO <http://www.bmceo.co.kr/>
서울신문 <http://www.seoul.co.kr/>
세계일보 <http://www.segye.com/>
소년한국일보 <http://kids.hankooki.com/>
시사 뉴스피플 <http://www.inewspeople.co.kr/>
시사저널 <http://www.sisapress.com/>
아시아투데이 <http://www.asiatoday.co.kr/>
아이뉴스24 <http://www.inews24.com/>
아츠뉴스 <http://www.artsnews.co.kr/>
연합뉴스 <http://www.yonhapnews.co.kr/>
오마이뉴스 <http://www.ohmynews.com/>
위클리경향 <http://weekly.khan.co.kr/>
이코노미플러스 <http://economyplus.chosun.com/>
전자신문 <http://www.etnews.co.kr/>
조선일보 <http://www.chosun.com/>

주간한국 <http://weekly.hankooki.com/>
중앙일보 <http://www.joongang.co.kr/>
천지일보 <http://www.newscj.com/>
쿠키뉴스 <http://www.kukinews.com/>
프레스리안 <http://www.pressian.com/>
한겨레21 <http://h21.hani.co.kr/>
한겨레신문 <http://www.hani.co.kr/>
한국경제 <http://www.hankyung.com/>
한국경제 <http://www.hankyung.com/>
한국경제매거진 <http://magazine.hankyung.com/>
한국일보 <http://news.hankooki.com/>
헤럴드경제 <http://www.heraldbiz.com/>
mbn <http://www.mbn.co.kr/>
트렌드왓칭 <http://trendwatching.com>

2010 세계디자인수도 서울 <http://wdc2010.seoul.go.kr/>
2010 유네스코 세계문화예술교육대회 <http://www.artsedu2010.kr/>
대한무역투자진흥공사 KOTRA <http://www.kotra.or.kr/>
디자인 서울 <http://design.seoul.go.kr/>
문부과학성 ‘정책창조엔진’ 홈페이지 <http://jukugi.mext.go.jp/>
부산발전연구원 <http://www.bdi.re.kr/>
사회적기업 <http://www.socialenterprise.or.kr/>
삼성경제연구소 <http://www.seri.org/>
서울문화포럼 <http://www.scf21.org/>
아시아문화중심도시 <http://www.cct.go.kr/>
예술경영지원센터 <http://www.gokams.or.kr/>
유네스코 한국위원회 세계유산 <http://www.unesco.or.kr/whc/>
유네스코 <http://portal.unesco.org/>

전국경제인연합회 <http://www.fki.or.kr/>
하자센터 <http://www.haja.net/>
한국메세나협의회 <http://www.mecenat.or.kr/>
한국문화관광연구원 <http://www.kcti.re.kr/>
한국사립미술관협회 <http://www.artmuseums.or.kr/>
한국인터넷진흥원 <http://www.kisa.or.kr/>
한국정보통신기술협회 <http://committee.tta.or.kr>
한국콘텐츠진흥원 <http://www.kocca.kr/>
함께일하는재단 <http://www.hamkke.org/>
현대경제연구원 <http://www.hri.co.kr/>
AAM <http://www.aam-us.org/>
Department for Culture Media and Sport <http://www.culture.gov.uk/>
LG경제연구원 <http://www.lgeri.com/>
The Museums, Libraries & Archives Council <http://www.mla.gov.uk/>
The National Endowment for the Arts <http://arts.endow.gov>
voluntary arts network <http://www.voluntaryarts.org/>

부 록

2012 문화·예술 트렌드 분석 및 전망

<전문가 대상 텔파이 설문조사>

안녕하십니까?

본 설문조사는 한국문화관광연구원(KCTI)에서 수행중인 2011년 단기과제, 「2012년 문화예술 트렌드 분석 및 전망」에 관한 연구를 위한 것입니다. 본 설문은 최근 문화예술 분야의 경향과 추세를 파악하고 문화예술의 정책방향을 수립하기 위한 목적을 가지고 있습니다.

귀하의 의견은 문화예술의 경향과 추세를 파악하여 미래를 전망하고 대응하는 데에 귀중한 자료로 활용될 것입니다. 따라서 연구내용에 심도 있게 반영될 수 있도록 진지한 답변을 부탁드립니다. 설문조사에서 제시해주시는 의견은 연구의 목적으로만 사용할 것을 약속드립니다.

2011. 10

한국문화관광연구원 문화예술연구실

연구책임자 박 소 현

<텔파이 설문조사지 작성 시 참조사항>

1. 귀하께서 본 '2012년 문화예술 트렌드 분석 및 전망' 연구를 위한 텔파이조사에 참여하게 된 것을 진심으로 감사의 말씀을 드리며, 끝까지 참여하시어 좋은 결과를 얻을 수 있도록 도움을 주시기 바랍니다.
2. 본 텔파이조사의 응답자는 총 30인으로 신문·방송·미디어, 광고홍보, 문화기획, 문화관련 공공기관, 디지털·IT, 여가, 기업 문화재단 등의 담당자 혹은 전문가를 대상으로 조사를 진행합니다.
3. 텔파이조사는 e-mail을 활용한 온라인조사로 진행할 예정입니다. 본 텔파이조사가 진행되는 동안 귀하께서는 통상적인 설문조사의 이론이나 고정관념에서 벗어나 참여해주시기를 부탁드립니다.
5. 귀하께서는 특정 문항에 대하여 친구나 직장동료들과 상의할 수 있으며, 평소 이용하시는 정보원을 활용하셔도 됩니다. 단, 특정집단을 대변하는 의견의 제시는 삼가주시기 바랍니다.
6. 앞서 말씀드린 바와 같이, 설문조사와 관련된 내용은 연구의 목적으로만 사용할 것을 약속드립니다.
7. 원활한 연구진행을 위해 설문지의 답변은 **11월 18일(목)까지** 보내드린 e-mail 주소로 회송하여 주시면 감사하겠습니다.

■ 다음은 2010년에 선정한 '2011 문화예술 트렌드'에 관한 질문입니다. 각 트렌드별로 2011년 동안 해당 트렌드 현상의 발전정도와 향후 지속 및 발전가능성에 대해 해당하는 곳에 √하여 주시기 바랍니다.

구 분		2011년 동안 트렌드현상의 발전정도	향후 트렌드현상의 지속 발전가능 성
트렌드	주요내용		
1	스마트 컬처의 시대가 열린다	스마트폰 기술의 확산은 2010년 스마트폰 구입자들의 이용행태 등에 대한 조사결과 등을 통해 사회 전 분야의 강력한 변화를 가져올 것이라 예상되었음. 문화예술분야 또한 이러한 기술적 환경변화에 따른 변화를 피할 수 없으며 이에 대한 서비스 개발이 지속적으로 이루어질 것임	
2	전자책의 진화가 새로운 독서문화를 만든다	모바일 기술의 발달과 더불어 전자책 산업에 대한 출판계의 기대와 정부차원의 전자책 활성화 정책 추진으로 출판계의 급속한 지형변화가 이루어짐	
3	문화자원 확보경쟁이 심화되다	관광산업 및 문화산업의 발전과 더불어 전 세계적 또는 지역적으로 문화자원 확보를 위한 경쟁이 심화되고 있음에 따라 국제적으로는 약탈 문화재 반환, 세계문화유산 등재와 삭제 유네스코의 핫이슈로 부상	
4	다국적 문화합작이 신한류를 이끈다	음악, 영화, 드라마 등 한류를 주도하는 문화상품들이 세계시장을 타깃으로 한 다국적 제작형태로 변신함. 한국적인 것을 내세운 한류가 지속되는 한편, 세계적인 문화산업의 치열한 경쟁에서 살아남기 위해 다국적 자본과 기술의 협력시스템에 기반을 둔 세계 보편적 문화 욕구에 소구하는 문화상품 제작이 활발함	

5	우리는 다문화인이다	한국에 거주하는 외국인들이 지속적으로 증가하면서 정부 및 민간 영역에서 다문화 인구들의 소외문제 등 논의들이 활발히 이루어짐		
6	착한 예술이 대세다	예술가 및 예술단체의 재능나눔 등 사회공헌 활성화, 기업의 예술을 통한 사회공헌 활동인 메세나 등이 지속, 확대될 전망		
7	문화예술교육 확대로 창의력을 키운다	문화예술향수 및 문화예술 교육의 소득별 격차가 지속되고 있는 현실에서 정부가 공교육에서의 문화예술 교육 확대방안을 발표하는 한편, 기업에서도 직원 및 직원가족을 대상으로 한 문화예술 교육 사업 사례가 증가함		
8	베이비붐 세대가 문화계를 움직인다	한국의 베이비붐 세대(1955-1963년 사이 출생)의 거대집단은 인구규모면에서나 소득수준에 대한 소비력이 높음. 이들의 은퇴 후 라이프스타일에 대한 관심이 집중됨		
9	지역이 문화의 중심이다	한국문화예술위원회가 전담하던 예술창작지원프로그램이 상당부분 지역문화재단에 이관되었고, 기초단위 문화재단이 전국적으로 확산 가속화됨에 따라 지역문화의 활성화가 이루어짐		
10	문화예술 일자리 창출은 계속된다	2010년 정부차원에서 고용창출이 중요한 정책적 이슈가 되면서 예술계 고용 현황 문제가 지적되고 고용창출을 위한 정책적 노력이 이루어짐		

■ 다음은 사회적 환경변화에 관한 것입니다. 2012년의 문화예술분야에 대한 영향력과 문화예술정책 관련 중요도를 고려하여 점수를 기입하여 주시기 바랍니다. (3점-그렇다/2점-보통이다/1점 그렇지 않다)

구 분			문화예술분야에 미치는 영향력	문화정책 관련 중요도
분류	항목	주요내용		
국제관계 정치경제	글로벌 재정위기 심화, 국내경제 저성장	미국발 경제위기 이후 유로존 국가들의 부도 우려로 글로벌 금융시장 불안 지속, 정부부채 급증, 선진국의 경기부양책 가능성 제한적, 강도 높은 재정긴축 실시 예상, 세계경제 부진으로 국내경제 성장 둔화 전망		
	기후변화 및 에너지 문제에 대한 국제적 관심 고조	이산화탄소 배출로 인한 지구 온난화가 인간생존을 위협하고, 이상기후현상 및 자연재해와 재난이 속출하여 이로 인한 피해 및 사망자 수 증가, 지속가능한 미래를 위해 저탄소 녹색성장을 지향하는 그린정책 및 산업에 대한 국제적 관심 고조, 특히 일본 원전폭발로 인한 친환경에너지 개발 가속		
	복지논쟁의 가속화	경제성장 둔화 및 재정위기 심화, 실업률 증가, 양극화 및 빈곤문제 심화 등으로 복지문제가 중요한 정치사회적 이슈로 부각, 무상급식, 무상교육, 무상의료, 보편적 복지, 부유세 도입 등의 논의가 내년 대선을 앞두고 더욱 가열될 전망		
	글로벌 FTA 확대	한국은 현재 칠레, 싱가포르, 유럽자유무역연합과 FTA협약을 맺었고, 올해는 한-미 FTA 체결이 중요한 쟁점을 형성, 국내의 경기침체와 맞물려 FTA의 가능성과 문제점이 논의되는 가운데, 비준안의 서비스시장 개방문제, 의약품값 폭등과 국내 건강보험재정 붕괴, 자동차산업 및 농축산업 관세철폐 문제, 국내 공공영역의 자율성 문제 등을 둘러싸고 논쟁 지속		
	스마트 민주주의의 일상화	새로운 스마트 기술과 SNS를 통한 정치활동이 확산되면서 서울시장 재보궐선거를 비롯해 이어지는 총선, 대선에서 스마트 민주주의의 비중이 더욱 증가할		

		전망, 최근 팟캐스트 방송 <나는 꿈수다>를 비롯해 1인 미디어의 대중화로 정보의 소통이 빠르고 쉽게 이루어지고, 월가 시위와 같이 SNS를 활용한 국제적인 플래시몹의 활용도 증가		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)
사회 라이프스타일 인구변화	은퇴 후 인생설계에 대한 사회적 관심 증가	베이비 붐 세대 은퇴 시작, 연금재정 고갈, 정년연장, 근로시간 유연화에 대한 관심 증가. 고령 인구의 증가로 세컨드 라이프 설계가 중요한 이슈로 부각(웰에이징, 웰다잉)		
	청년실업 600만 시대	경기침체로 인한 청년실업 증가와 관련해 이미 '88만원 세대' 문제가 지적되었고, 비정규직의 열악한 근로조건, 시간강사의 비애, 그로 인한 '패러사이트 싱글', 비자발적 독신, 프리터 등의 증가가 사회문제화, 관련된 신조어로 등골탑, 알부자족, 청년실신, 생활스터디, 삼포세대 등 등장		
	하우스푸어, (House poor) 흔들리는 중산층	*하우스푸어: 집을 가지고 있지만 그 때문에 빈곤하게 사는 사람들 부동산 시장의 침체, 금리 동결 등으로 인해 가계대출로 허덕이는 하우스푸어가 심각한 사회문제로 지속, 부동산 자산에 의존도가 높은 중산층의 위기, 사회 양극화 심화		
	가족형태의 소규모화와 새로운 주거문화의 추구	1인가구 및 2인가구의 지속적인 증가로 소규모 가족형태가 일반화되면서, 가족의 주거공간에 대한 인식 및 수요가 변화. 이와 함께 장기적인 부동산시장 침체로 땅콩집 열풍 등 아파트에서 벗어난 새로운 주거문화 추구		
	티치보다 멘토, 정신적 지주를 찾는 멘토링 문화 확산	안철수/박경철의 청춘콘서트, 위대한 탄생의 김태원 등 멘토열풍이 거세다. 가치와 신뢰, 정의가 사라진 불안한 사회 속에서 정의로운 삶과 행복에 대한 관심이 표출됨		
	여성의 사회활동 증가, 그 빛과 그림자	기존 성역할의 고정관념을 깨는 여성들의 사회적 활동이 두드러지고, 여성의 대학진학율, 20대 고용율이 남성을 추월, 각종 고시, 공무원 시험 합격율도 작년에 여성 최다 합격율 기록, 그러나 30대의 취업율은 대폭 감소하여 출산, 육		

		아로 인한 경력단절 현상 심각, 이와 함께 장애인 여성, 이주여성 등의 취업률 및 처우 등도 저조하여 사회적 이슈가 됨		
외로운 노인들		고령인구의 증가로 한편에서는 '골드실버' 산업이 확장 추세에 있으나 다른 한편 노후를 가족과 함께 지내는 대신 노인수용시설에서 보내는 노인 집단기구 증가. 1인 가구가 증가 추세에 있으나, 그 중 빈곤한 독거노인층 비율도 증가. 노인 자살률도 증가 추세		
국내 거주 외국인 140만 시대, 반다문화 현상 증가		국제적인 이주가 증가하고 국내 저출산, 고령화가 심화되면서 국내 거주 외국인 140만 시대에 진입하면서, 다문화가정에 대한 사회적, 정책적 관심도 증가, 반면 경제침체, 외국인범죄문제 등과 맞물려 반다문화 정서가 심화되고 관련 인터넷 카페 및 회원수 증가 추세		
또 하나의 가족, 반려동물		미국 미래학회, "2035년부터 세계인구 증가세가 멈추고 반려동물이 급증할 것"이라 전망. 가족구조의 변동 속에서 애원동물이 소유물 개념을 넘어 함께 살아가는 새로운 인생 동반자로서 의미를 지님, 최근 펫 시장의 확대, 반려동물등록제와 더불어 반려동물SNS 펫러브즈미 등 다양한 앱서비스가 개발되는 등 반려동물의 역할인식이 확대됨 *반려동물: 2007년 동물보호법 개정 이후 국내에서도 공식적으로 사용		
어린이·청소년 인권 문제 및 삶의 질 수준 심각		이동을 대상으로 하는 성범죄의 증가와 범죄수법의 잔인성으로 인한 사회적인 충격을 안겨줌. 전자발찌 착용이 상용화되었음에도 불구하고 성범죄가 지속됨으로써 정책적인 대처와 사회적 관심 고조, 최근 도가니 신드롬과 함께 국회에서는 도가니 관련법 심의 본격화, 한국의 어린이·청소년의 '삶 만족도'가 OECD 국가 중 최하위		
공동체 회귀와 친환경 경적 삶의 가치 추구		농촌의 공동체적 삶을 지향하는 귀촌, 귀농 현상을 비롯하여 소집단 및 대안가족을 중심으로 한 공동체, 협동조합 등의 삶의 방식에 대한 관심이 증가. 동시에 농촌관광, 생태체험, 농촌연계산업 등 경제와 산업의 자원으로 농촌 부각, 또한 친환경적 삶에 대한 관심이 지속되면서 좀 더 불편한 삶을 감수하고라도 웰빙을 지향하는 생활운동이 활성화		
아날로그적 삶에 대한 향수와 동경		급격한 과학기술의 발달과 디지털 미디어 환경이 지배하는 속에서 이에 역행하는 아날로그적 삶에 대한 관심과 향수가 새로운 삶과 문화의 형태로 등장, 재개발 등으로 인해 사라져가는 골목길에 대한 관심 증가, 지나간 시대에 대한 향수를 자극하는 일상적인 것들의 가치 재발견		

	분주한 삶, 시간부족사회 도래	노동 강도가 높은 사회적 분위기와 노동 유연화로 인해 슬리프리스 노동자가 증가. 주5일제가 확산되었으나 휴일에도 일하는 경우가 많고 여가시간 확보 어려움. 기술발전과 생존경쟁의 가속화로 과거보다 노동량의 증가, 분주하게 시간에 쫓기는 삶에 대한 반대급부로 영성과 감성 추구 경향 심화		
	남성전업주부의 급증	최근 5년새 서울에서만 남성전업주부가 2.3배 급증, 전국적으로는 35% 증가, 대학생 10명 중 7명은 남성전업주부에 대해 긍정적으로 인식, 이는 여성의 사회 진출 증가와 연관, 가정생활에서 행복을 찾는 남성 증가		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)
기업경영 마케팅 소비문화	성장하는 여성소비자 파워	여성들의 활발한 사회진출과 더불어 지속적으로 증가하고 있는 여성소비력에 따라 기업들의 마케팅 타겟이 여성들로 향하고 있음 특히 고학력, 저출산으로 육아에 대한 관심과 투자가 급증하고, 출산과 육아에 대한 부담 및 정보욕구가 증가함에 따라, 온라인, 오프라인을 넘나드는 알파맘 네트워크 증식, 우리나라 소비를 주도하는 집단으로 급부상하며 시장경제 및 사회문화 전반에 영향력을 행사하는 신흥 권력집단을 형성, 헬리콥터맘, 인공위성맘, 매니저맘 등		
	가치를 지향하는 소비자	소유적인 소비를 넘어서 소비를 통한 경험의 질과 가치를 지향하는 소비경향이 강화되는 추세. 소유를 위한 소비에서도 기업의 비전이나 전략, 디자인의 가치 등이 중요한 소비결정의 판단기준으로 작용, 지속가능한 삶을 위한 친환경 소비, 공정소비, 협동소비 등이 지속적인 강세를 보임		
	큐레이터가 된 소비자, 소셜 커머스 (Social commerce)와 큐레이터 소비의 확산	영국의 트렌드와창닷컴은 '소셜라이트'를, 에텔만 디지털은 '디지털 큐레이터'를 2011년 트렌드로 선정, 소셜미디어의 발전과 함께 정보소비방식의 변화, 과잉된 정보와 상품의 홍수 속에서 가치 있는 콘텐츠를 구별해내는 능력이 중요해짐, 쇼핑 큐레이터의 역할과 영향력 증대가 소셜 커머스를 통해 가속, 최근 그루폰 창업자는 소셜 커머스를 '큐레이터 역할'이라 규정		

장	<p>최근 경기침체와 물가급등으로 자신이 원하는 제품을 적절한 가격에 구입하기 위하여 사전조사에 적극적이고 쿠폰, 포인트 등을 활용하는 소비자가 증가, 특히 젊은 계층을 중심으로 확산되는 이러한 소비경향에 맞춰 인터넷 구매 후기에 영향을 많이 받고 자신의 구매 후기를 퍼뜨리는 스니저의 파워가 증대(관련 용어: 트윈슈머)</p> <p>*쇼핑 큐레이터: 누군가를 위해 상품을 선별하고 추천해 주는 서비스 제공자</p>		
서비스 디자인에 주목	<p>진화하는 상품들의 경쟁 속에서 상품의 매력과 비견될 서비스의 매력이 새로운 경영전략으로 부상. 서비스를 어떻게 디자인할 것인가가 기업 이미지 및 브랜드 선호를 결정하는 요인으로 작용함</p>		
메가몰 (Mega-mall) 전성시대	<p>신도림 디큐브시티, 영등포 타임스퀘어 등 원스톱 쇼핑기능 외에 랜드마크라는 성향이 부각되고 있는 초대형 복합몰의 지속적인 부상. 이와 함께 고전적 형태인 백화점 갤러리가 새단장, 다양한 기획전을 통한 미술의 대중화, 미술과 쇼핑 공간의 적극적 접목</p>		
대형마트에서 명품쇼핑, 명품의 일상화	<p>지난 해 홈플러스를 시작으로 롯데마트 등 대형마트에 GUCCI(구찌), PRADA(프라다), COACH(코치), FENDI(펜디), BURBERRY(버버리) 등 명품숍들이 입점하기 시작했다. 많은 우려와 불안에도 불구하고, 서민형 명품의 보급이라는 명목으로 점점 더 많은 영업점으로 확장되고 있으며, 매출 또한 꾸준히 증가하고 있음</p>		
무소유·안티소비 확산, 아나바다의 재발견과 협동소비의 부상	<p>경기침체 및 물가상승, 과잉소비에 대한 반작용 등으로 최근 소비 자체를 절제하는 안티소비자들의 증가, 전국적인 아나바다운동과 중고시장 물품나누기, 대역소상공물 증가 및 대역서비스업 활성화, 미래 소비 키워드로 '덜 소유하기(own-less)' 주목, 21세기 신엘리트계층으로 온족의 부상</p> <p>이와 함께 인터넷의 피투피 커뮤니티, SNS를 통해 물품과 서비스를 교환, 대여, 임대, 공유하는 소비가 미래의 대안적 소비로 부상(협동소비는 의류 등부터 사무실, 자전거, 승용차 공유, 생협, 지역화폐, 카우치서핑 emdRK지 포괄)</p> <p>*안티소비: 구매력이 있음에도 개인적 경험이나 사회적 신념 등의 이유로 소비를 회피하거나 거부하는 현상</p> <p>*온족(Yawns: Young and Wealthy but Normal): 젊은 나이에 부를 축적했으나</p>		

		호화생활보다 자선활동에 관심을 기울이고, 가족과 함께 평범한 삶을 이어가는 신엘리트 계층		
	경기불안으로 인한 저가상품 브랜드 증가	경기악화와 생활물가 급증 등으로 다이소나 H&M과 같은 최저가 대형 브랜드나 유통업체가 시장을 장악하는 경향이 두드러짐 올해 국내 패스트패션의 선두로 SPAO런칭 등 중저가 패스트패션브랜드에 대한 국내 기업들의 진출 활발함		
	카페에서 일하는 코피족 증가	디지털 환경의 가속과 속에서 유비쿼터스 문명을 적극적으로 이용하는 사무형태의 변화로 사무실이 아닌 카페에서 회의를 하거나 일하는 사람들의 급증, 특히 직장인 절반 이상이 무선랜을 사용할 수 있는 카페에서 일하는 것 선호		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)
과학기술 디지털환경	디지털방송시대 개막과 스마트 TV의 일상화	2012년 12월 31일을 기점으로 디지털방송시대의 개막, 인터넷 및 모바일 기기와의 연동으로 양방향 커뮤니케이션 실현, 각종 부가서비스 개발로 관련산업 수익구조 변화 전망 TV의 PC화로 소프트웨어 비중 확대, 콘텐츠는 초고화질, 3D기반 실감형 콘텐츠로 진화, N스크린 서비스, 디바이스 협업, 클라우드 서비스 등의 진화로 방송 플랫폼의 경계 사라질 것으로 전망 이에 따라 지상파 방송사는 스마트TV환경 기반으로 콘텐츠 강화 위해 지상파 연합 플랫폼 추진, TV교체수요의 증가와 내년 올림픽 특수를 노린 스마트TV 가격경쟁을 통해 스마트 TV의 일상화 가속 전망		
	TGIF시대의 본격화	*TGIF시대: Twitter, Google, Iphone, Facebook의 시대, SNS와 스마트폰이 대세를 이룬 시대의 은유적 표현 최근 모바일 기술의 혁신으로 이를 바탕으로 한 신종 소셜 네트워크 서비스 이용자 급증. 움직이면서도 24시간 네트워크와 연결되어 지식습득 및 창조, 실시		

		간 소통을 이루어내는 개인(디지털 노마드)의 증가 전통적 매체를 능가하는 정보 및 의견의 흐름 속에서 다수의 팔로워를 확보한 인간 허브들이 등장, 새로운 트위터 스타의 등장 및 스피크스스터 파워의 일상화		
정보보안의 필요성 증대		최근 대규모 개인정보유출사건이 연달아 발생하면서 정부 및 기업 차원에서의 정보보안이 중요한 사회적 이슈로 부상, 개인정보수집 제한, 주민등록번호 폐지 가 제기되고 SNS 업체에서는 규제정책 마련 등이 이루어지면서 실명을 사용하 는 게임섀도우계가 개인정보유출의 복병이 될 수 있다는 문제제기도 이루어짐		
나노기술의 산업화 진전		소형화, 경량화를 추구하는 전자기술의 발전과 함께 이른바 미세기술로 알려진 나노기술이 다양한 분야에서 개발되면서 그 산업화와 생활화 가능성 증대, 올 해 최첨단 디스플레이산업을 비롯해 자동차부품산업, 탄소나노튜브를 이용한 바이오센서시스템, 태양광 유입량을 조절할 수 있는 탄소나노튜브(CNT) 등이 새로 선보임		
그린 IT, IT 융합 클라우드 컴퓨팅 (cloud computing)		인터넷 기반의 컴퓨터 기술로 정보가 인터넷 상의 서버에 영구적으로 저장되고 데스크탑이나 노트북, 모바일 등과 같은 클라이언트에게는 일시적으로 보관되 는 패러다임의 전환 컴퓨터 환경을 공공시설과 같이 이용하는 소비자 중심의 웹기반 형성. 컴퓨터 초기비용 등 컴퓨터 자원에 드는 비용 절감, 서버의 자원을 묶거나 분할하여 서 비스를 제공해 컴퓨터 가용율 향상, 모바일 등과의 호환성으로 IT 융합 용이 등		
자동차기술의 진보, 하이브리드카의 대중 화와 무인자동차 개발		친환경 및 녹색산업에 대한 관심이 증대하면서 에너지 테크놀로지가 새로이 각광을 받고, 하이브리드 카의 대중화 및 탄소연료를 전혀 사용하지 않는 전기차 산업이 급 부상 동시에 운전자가 아닌 차량이 스스로 주변환경을 인식해 목적지까지 안전하게 주행하 는 자동차 개발 활발, 자동차의 주요기능이 모두 IT와 접목되어 운전자는 이동시간에 다양한 디지털 문화를 향유하거나 독서를 하는 것이 가능, 자동차 안에 있는 시간을 생산적, 효율적으로 사용할 수 있는 가능성 열림		
테크노 스트레스와 오프라인 공동체로의 회귀		안티소셜네트워킹, 역네트워킹, 온라인혼적지우기서비스 등 극대화된 온라인 네트워킹으로 개인정보유출 등의 다양한 문제가 속출, 기술발전의 가속화에 따 른 테크노 스트레스의 증가와 함께 인간적 감성과 아날로그적 삶에 대한 관심		

		이 증가하여 오프라인 공동체를 통해 진정한 네트워킹을 구현하고자 하는 움직임		
	로봇, 포스트휴먼시대	세계적으로 로봇기술에 대한 관심과 기술경쟁이 심화되는 가운데 인간과 로봇이 함께 사는 포스트휴먼시대에 대한 예측의 현실화가 진전되는 조짐을 보임. 한국도 2013년 로봇 3대강국, 2018년 로봇선도국가를 추진 중으로, 교육용로봇 시범사업 성과 발표		
	바이오 미미크리, 생체모방기술로 지속 가능한 삶을 모색	갖가지 동식물이 보여주는 진기한 능력을 본떠 기계장치를 만들어내는 바이오 미미크리, 즉 생체모방기술 개발 활발, 녹색산업의 흑동고래 지느러미의 풍력발전 활용, 새 깃털을 이용한 레이저 제작 등, 디자인 분야에서도 지속가능한 디자인에 대한 고민 속에서 생명체의 형태, 기능, 시스템을 모방한 미래 디자인 개발에 투자 활발		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)

■ 다음은 문화예술 트렌드에 관한 것입니다. 2012년의 문화예술분야에 대한 영향력과 문화예술정책 관련 중요도를 고려하여 점수를 기입하여 주시기 바랍니다. (3점-그렇다/2점-보통이다/1점 그렇지 않다)

구 분		트렌드로의 발전가능성	문화정책 관련중요도
항목	주요내용		
예술가 창작자의 불안한 미래	원맨밴드 '달빛요정역전만루홈런', 최고은 작가의 죽음에 이어 한예종 예비예술인들의 잇단 자살이 사회적 이슈로 대두, 이에 따라 예비예술인 상담체계 강화, 창의적 인재육성 대책, 청년 취업난 해결, 예술인복지법, 불합리한 음원수익 배분구조, 대중문화산업 제작시스템 문제 등이 이슈로 제기됨		
예술가, 자립을 꿈꾸다	문화예술지원 공적재원의 한계, 경기 침체 등으로 예술가 및 예술단체의 '자립'이 중요한 화두로 등장, '인디문화생협'의 결성, 대구자립예술가족제 '예술상륙작전 공원카니발', '소셜아트페스타' 개최, 전국자립음악가대회 '뉴타운컬처파티51+', 제1회 인디펜던트 뮤직 페스티벌 개최 등의 노력이 적극적으로 이루어지는 경향, 한편 국립예술단체의 독립법인화에 의한 자립 경영의 문제점도 제기 됨		
대중문화산업의 수직계열화 가속화	영화산업에서 투자-제작-배급의 수직계열화가 심화되면서 CJ엔터테인먼트, 롯데엔터테인먼트, 쇼박스의 3대 투자배급사 중심으로 영화산업 재편, 이에 따라 문화부와 영진위는 한국영화동반 성장협의회를 발족하는 등 대응, 음악산업 또한 온라인음원시장의 형성으로 이동통신사가 막대한 수익을 가져가는 구조 및 수직계열화가 문제로 지적, CJ와 SK는 연예메니지먼트사 YG와 JYP의 주주이자 '소리바다', '멜론' 등을 통해 음반 제작부터 유통까지 전분야 장악, 특히 CJ E&M은 작년 오리콘 온미디어를 인수하여 국내 최대 종합 콘텐츠 기업으로 부상		
문화예술로 마을을 일구다, 커뮤니티아트에서 도시르네상스사업까지	*커뮤니티아트: 지역민의 주된 관심과 이슈를 예술적인 시각으로 조명하여 새롭게 발견하고 지역민의 적극적 참여를 통해 지역 문화권을 확대하는 예술 프로그램 경기도 광릉숲의 '논아트발아트프로젝트', 스폰치의 포천 '도롱이집 이주프로젝트' 등 마을이나		

	지역의 장소성을 살리고 이를 통해 지역민들간 소통을 이끌어내는 커뮤니티아트의 확산, 금천예술공장이나 아트팩토리 인 다대포(미로미로 골목길 프로젝트)와 같이 창작공간에서 마을과 함께하는 프로젝트도 활발, 한편 지자체에서도 문화예술을 통한 '도심 르네상스'(목포), '마을 르네상스'(수원), '전주 르네상스', '보물섬 르네상스 프로젝트'(남해군), 인천의 구도심 르네상스 등 추진		
빈집 레지던시까지, 예술인 창작공간의 무한확장	도심 유휴공간이나 폐교 등을 활용한 예술인 창작공간이 증가하면서 창작스튜디오 전성시대라는 말이 나오기도, 이러한 분위기 속에서 올해 제주도 서귀포시는 구도심 및 농어촌마을 공동화 현상 해소를 위한 대안으로 빈집들을 창작공간으로 활용하는 '예술인집 레지던시 프로젝트'(문화도시공동체 쿠키) 추진, 개인주택을 활용한 창작공간은 몽인아트스페이스(2007)가 이미 있으나 제주도의 경우 빈집을 예술로 채운다는 컨셉 적용, 그 외 성북동의 '오래된 집 재생 프로젝트'(서울시각교류협회 캔퍼우테이션), 울산 남구의 신화마을 빈집 활용한 레지던시&예술인촌 사업 등		
아트 액티비즘, 예술의 사회적 발언과 참여 확대	도시재개발의 역사를 주제로 한 <청량리 동시상영전>, 비정규직사회를 다룬 <바늘 하나 들어갈 틈>전, 홍기사 아트택시 프로젝트, 집회현장의 난장 공연 등 예술이 적극적 사회참여를 통해 역할을 규명하고자 하는 활동이 다양해짐. 이는 스마트기술을 기반으로 플래시몹 등의 형태로도 더욱 확산		
에이블아트, 장애를 넘어선 가능성의 예술로 발돋움	2000년 초에 장애인 전문극단이 등장하는 등 장애인예술이 새로운 장르로서 주목을 받기 시작, 올해 '한국장애예술인총람' 발간, 수원에서는 국내 최초로 장애인전용예술센터가 개관하여 장애인 전문예술인 양성사업, 장애인과 비장애인의 통합과 소통 등을 시도, 또한 서울형사회적기업인 '디자인마이러브'는 올해 세계 최초로 장애인 예술가들을 지원하는 커뮤니티 사이트 개설, 서울시창작공간인 장애인창작스튜디오도 올해로 5기 작가를 맞이하는 등 장애인예술을 위한 인프라 확장과 함께, 홍원석 작가의 '용암동 장애인 자립생활 아트 프로젝트'와 같이 장애인과 소통하는 예술 프로젝트도 전개		
트위터로 소통하는 예술가	자신만의 스타일과 사회적 발언을 통해 세계적 유명세를 탄 레이디가가 트위터 중독이라 불릴만큼 트위터에 열중, 국내에서도 연예인은 물론 이의수, 황석영, 김영하, 공지영, 은희경 등 스타급 작가들을 비롯하여 정치인들의 트위터 열풍이 거세며, 페이스북이나 트위터를 통한 예술가들의 국경을 넘는 소통 및 교류의 확대		
기업경영, 아트(art)DNA를	현대자동차나 현대카드사의 아트마케팅, BMW의 아트카 프로젝트, 패션브랜드의 아티스트와의 콜라		

주입하다	브레이션 등, 콜렉션을 넘어 상품 자체의 예술적 가치를 높이는 브랜드전략을 추구, 특히 최근 퍼플 오션 전략을 통해 문화예술을 통한 기업특성화와 마케팅 다변화를 꾀하는 기업이 증가		
케이컬처홀릭, 성소수자들의 목소리 담은 문화예술 증가	패션, 드라마, 영화 등 다양한 장르에서 게이문화가 다루어지고 게이클럽에 가는 것이나 게이취향이 강한 트렌드로 인식되는 경향, 한편 <LGBT(레즈비언, 게이, 바이섹슈얼, 트랜스젠더) 영화제>, <캘리포니아>, <나비팬츠>, <종로의 기적> 등 성적 소수자들에 대한 문화예술분야에서의 꾸준한 관심과 담론들이 이어지며 자신들의 목소리를 찾고자하는 다양한 노력들이 확산됨		
변화무쌍, 문화예술로 산업 시설/산업단지 변신	구(久)역사의 공간을 변형한 <서울역 문화공간 286>, 샘표간장공장의 샘표 아트팩토리 프로젝트, 대구 KT&G 창고의 문화창조발전소로의 변신 등 오래된 산업시설의 문화예술공간 변형 활발, 또한 올해 한국산업단지공단과 한국문화예술위원회는 산업단지에 문화예술 요소를 도입하는 내용의 업무협약 체결, 구로디지털벨리의 그래피티아트 경진대회 등 전국 산업단지에서 다채로운 문화예술 프로젝트 진행		
TV예능이 대세다	개그콘서트, 1박2일, 남자의 자격 등 뜨거운 예능의 인기가 지속되면서 종편전쟁에서의 조미의 관심사가 예능스타들의 영입에 집중됨, 또한 관광지 홍보에서도 TV예능 마케팅이 대세를 이루고, 주말 여가활동에서 TV시청이 큰 비중을 차지하게 됨		
나눔의 예술 지속적 확산	장기적인 경기침체 속에서 예술을 통한 나눔에 대한 정책적, 사회적 관심 증대, '감장훈밥' 등 개인 기부 문화 확산에 대한 제도적 대응, 미술작품의 구매를 통한 기부 및 생명나눔 콘서트 등 기부와 나눔을 목적으로 한 문화예술활동의 다양화, 문화예술을 통한 봉사동아리 증가 등		
예술치유, 위로하는 예술	대인관계로 인한 스트레스, 자살과 우울증 급증, 현대인들의 심리적 불안을 예술을 통해 치유하는 예술치료센터가 급증, '힐링뮤직'의 인기, 유아동 대상 아트퍼포먼스, 일반인 대상 문화테라피 산업(댄스테라피, 드라마테라피 등) 등 성장 예상, 화승그룹, 해비치재단과 같이 기업메세나활동으로도 확대		
명장의 인기, 프롤을 넘어 장인의 숨결을 갈구하는 대중	<나는 기수다>, <불후의 명곡> 등 기수들의 진정성을 TV를 통해 접하는 시청자들의 공감이 진품에 대한 감동으로 이어지면서 '명장', '진품'의 감동을 느끼고자 하는 열망이 부각됨, 고졸취업 붐에 따른 마이스터고 인기, 지역브랜드 활성화 등과 연관		
레트로, 세대를 넘어선 복고 열풍	썸시봉으로 물려온 복고열풍에 영화<써나>가 740만 관객을 기록하며 흥행에 성공. 80년대 인기 애니메이션 <개구쟁이 스퍼프>의 3D 영화화, 뮤지컬에서는 <광화문연가>, <젊음의 행진> 등 제작, SBS에서는 7080세대의 소외된 감성을 위하여 맞춤형 라디오 방송 제작, 예능에서는 <해피선데이 청춘합창단>이 인기를 끄는 등 복고열풍 강세		

고전 리메이크 붐	다양한 장르에서 고전을 재해석한 리메이크 작품들이 세계적으로 블록버스터급으로 제작, 흥행, 브로드웨이에서는 <베니스의 상인>이, 오프브로드웨이에서는 <올란도>가 공연. 국내에서는 <만추>, <하녀> 등의 1960년대 영화 리메이크되어 흥행에 성공, 국립발레단의 <로미오와 줄리엣>, 뮤지컬로는 <파우스트>, <꽃무늬> 등이 리메이크, 게임업계에서도 레이싱게임을 비롯해 다양한 고전 게임의 리메이크 활발		
환경을 고민하는 예술프로젝트	환경에 대한 전지구적 문제가 심각해지면서, 예술계에서도 이를 각성하기 위한 목소리와 활동들이 다양하게 전개, <티코보&노리단 ECO콘서트>에서는 한일 친환경 퍼포먼스 그룹이 만나 순회 콘서트 개최, <덴스이어터 창>은 환경과괴에 대한 문제를 제기하는 <환경프로젝트> 추진, 재활용에서 업사이클링으로 재생에 관한 디자인적 접근도 높아지는 추세		
장르를 넘나드는 컨버전스(융합), 멀티예술로 대중을 유혹하다	<단편소설 입체 낭독극장>을 통해 선보인 연극과 문학의 만남, 옷과 그림 조각 그리고 영상 분야의 15명의 디자이너와 15명의 작가가 만나 <패션인투아트>의 협업, 한국춤과 키네틱 기술의 접목, 연극과 발레, 무용과 판소리, 과학과 예술의 만남, 스크린으로 보는 오페라, 3D 연극, 음악+영화 프로젝트 등 다양한 장르 및 매체간 융합을 통해 대중에게 다가서려는 멀티예술의 실험 활발하게 전개		
인디취향시대, 개인주의의 확산과 문화소비코드의 다변화	젊은 층을 중심으로 개인주의적 가치를 중시하는 경향이 확산되는 동시에, 인디문화와 같은 비주류 문화에 대한 소비가 증가하는 등 문화소비코드의 다변화 또한 증가, 이들이 특정 장르에 국한되지 않고 다양한 장르에 걸쳐 일관된 문화소비행태를 보임에 따라 문화마케팅 또한 다변화, 세분화하는 경향을 보이며 복합문화공간이 증가		
K-pop 열풍과 신한류의 확장	미국 빌보드차트에 케이팝 차트가 신설되는 등 올 한 해 K-pop의 열풍은 거셌고 잇따른 해외공연은 연일 이슈를 만들어냄. K-pop의 열풍은 신한류로 이어져 문화와 뮤지컬 등 다양한 형태의 문화예술로 확장되고 있음		
네버엔딩, 오디션 열풍	<슈스케 1,2,3>엄청난 반향을 일으키며 진행 중. 각 공중과 방송국의 주요 예능프로그램들이 오디션방식을 채택. 가수부터, 밴드 연기자, 국민DJ,아나운서, 토론의 신 등 분야를 막론함		
다큐멘터리 전성시대	고품격 다큐멘터리 <다큐프라임>, <사랑>, <짜> 등 공중과 방송의 다큐멘터리 제작이 성황, <위낭소리>를 시작으로 제작방식과 배급 등 다양한 대안들이 시도되고 고품격의 프로그램에 목마른 소비자들의 취향을 만족시키며 성장가도를 달림		
잉여짓, 새로운 청년문화의 코드가 되다	올해 출판계에서는 김난도 교수의 <이프니까 청년이다>를 시작으로, <언니의 독설>, <방향해도 팬클럽이> 등 잉여세대로 불리는 청년들에 대한 위로 코드가 대세, 이와 함께 냉소적인 루저문화		

	를 의미하던 '잉여Zeit'이 올 한해 최대 검색 신조어를 차지하는 한편 잉여문화의 새로운 감수성으로부터 태어난 음악, 영화, 웹툰 등이 인기, 부산의 '회춘프로젝트'는 이러한 청년문화 코드를 본격적으로 다룬 사례		
스마트폰과 SNS로 문화예술 창작 및 소통의 실험	인터넷의 확장과 더불어 인터랙티브한 디지털 아트, 웹아트에 대한 관심과 활동의 활성화, SNS를 통한 문화예술 마케팅의 확대 등과 함께, 유승덕의 '소셜뮤지엄' 프로젝트, 예술가들의 QR코드를 이용한 길거리 포스터 영화제, 쌍방향 공공예술 등 새로운 문화예술 창작 및 소통의 실험이 적극적으로 이어짐		
예술후원의 변화, 크라우드펀딩의 확장	미국에서 도널드 밀러의 '블루 라이크 제즈'의 영화화를 위한 제작비 모금이 크라우드펀딩사이트인 '킵스타터닷컴'을 통해 이루어져 화제가 됨, 킵스타터닷컴의 지원을 받은 예술작품은 7천개를 넘고 최근 2년간 후원금액도 53백만달러, 국내에서도 디스이즈트루스토리, 콘크리트, 편두, 텀블벅, 팝펀딩, 머니옥션, 푸샵 등의 소셜펀드레이징사이트나 문화예술분야 크라우드 펀딩 사이트가 신설 운영중		
오픈소스, 문화예술창작의 토양으로 주목	개별적 문화예술활동 지원이 아닌 창작자들이 마음껏 활용할 수 있는 사진, 영상, 음원 등의 데이터를 축적하여 활용할 수 있는 재료의 공급을 위한 오픈소스가 논의됨, 이와 관련 라이선스 문제, 소스코드 복제 및 저작권 침해문제 등이 해결되어야 한다는 진단 제기 한편 작업방식과 기술에 대한 정보공유 등이 활발히 이루어지면서, 오픈소스 인공지능 프로젝트, 2011광주디자인비엔날레의 위키하우스 등이 선을 보이고, 로컬모터스(미국), 땅콩집 열풍 등과 같이 디자인이나 문화예술에 있어 적극적인 오픈소스 작업방식의 대중화 사례도 출현 *오픈소스: 소프트웨어 혹은 하드웨어의 제작자의 권리를 지키면서 원시코드를 누구나 열람할 수 있도록 한 소프트웨어 혹은 오픈소스 라이선스 통칭		
캔버스 아트의 성행, 생활예술시장의 확장	본업이 예술이 아닌 생활인들이 스스로 예술을 창작하는 아마추어 예술, 생활예술에 대한 관심 급증, 이와 함께 인테리어 용품으로 '캔버스 아트'가 일상화되어 자신이 직접 그린 그림이나 직접 찍은 사진을 캔버스에 제작해 주는 사업 성행		
3D콘텐츠의 성장	3D 기술이 TV, 노트북, 스마트폰, 카메라 등에 적용되는 IT업계의 필수요소로 정착, 최근 무안정기술의 상용화를 위한 기술개발이 진척되면서 3D의 일상화 전망		
과학예술융합교육으로 창조경제시대 인재 양성	21세기 창조경제시대에 대응하기 위한 창의적 융합인재 양성을 위해 정부는 과학예술융합교육(STEAM) 강화 제시, 시범학교 16개 선정하고 향후 확대 계획, 고등학교 교과과정에 융합형 과학 교과서 등장, 이는 미래인재 양성 방향을 융합교육에서 찾는 기본전제에 의한 것으로 다른 교과 및 분야의 융합으로 확산 전망		

하비홀릭(Hobby-holic)	직장인 밴드열풍, 통기타 및 악기 매출 급증, 각종 아카데미의 활성화 등 자신의 취미를 개발하고 집중하는 하비홀릭의 증가로 이와 관련된 신종 시장의 형성, 특히 아담중후군으로 불리는 40대 남성들의 우울증에 대한 문제제기와 함께 중년 남성들의 다양한 취미활동과 문화생활 등을 즐기거나 하는 형태가 나타남, 다른 한편 여전히 직장인의 문화생활비 지출이 슬값의 절반 수준이라는 조사결과도 나옴		
이태원 프리덤~ 문화예술인, 이태원에 주목하다	최근 홍대 등지의 비싼 임대료로 인해 이태원으로 작업실을 옮기는 예술가들이 증가, 골목에 디자이나우, 공방, 대안문화공간 등이 증가, 예술가와 주민을 연결하는 다양한 골목 프로젝트 등의 시도, 다문화가 새로운 문화(소비) 코드로 확산, 새로운 한류문화의 진양지 역할까지 담당		
가족중심의 여가문화 확산	캠핑관련 상품 판매 급증 등 자연에서 가족들과 여가를 함께하고자 하는 여가문화가 확산됨. '1박2일' 등의 영향으로 국내단기여행의 확산이 두드러지면서 지속적으로 캠핑 및 자연에서 즐기는 가족중심의 여가문화가 확산됨		
문화를 입은 프리마켓의 성황	최근 자신의 물건을 팔거나 사면서 다른 사람과 교류하는 벼룩시장이 문화예술로 소통하는 장소로 변신, 홍대 앞 놀이터 프리마켓, 신촌 예술시장 프리마켓 '창창', 광주 쿤스트할레의 '팡주야벼룩시장', 전주 프리마켓 '보따리단', 부산대 앞 '온천천 문화살롱', '찍수달 프리마켓', '달맞이 프리마켓' 등이 예술가의 창작물을 사고팔며 다양한 문화예술체험을 할 수 있는 공간으로 성황		
관객의 힘, 관객의, 관객에 의한, 관객을 위한 문화예술로	<슈퍼스타K>, <나는 가수다> 등 오디션 프로그램의 열풍과 함께 관객의 위상 및 비중 급부상, 공연계에서도 배우심사단, 관객평가단, 시민평가단 등 관객에 의한 평가시스템 폭넓게 활용, 기획 및 투자 단계부터 관객의 취향과 요구에 초점을 맞춘 펀딩 시스템도 등장, 관객모니터링 제도가 SNS를 만나 더욱 진화(트위터 시사회 등)		
부동의 국민여가 1위, TV시청	작년도 국민문화향수실태조사 결과에 따르면 중간계층의 예술행사 관람률 감소가 두드러지는데 이는 시간부족과 경제적 부담이 요인, 예술행사 관람희망률과 실제 관람률의 격차 큼 국민여가실태조사 결과에서도 여가시간 및 비용 부족으로 인한 여가 불만족 높음, 통계청 생활시간조사에 따르면 10세 이상 인구 주말 생활시간 중 TV 시청이 가장 많은 시간을 차지, 국민여가실태조사 및 서울시민여가생활통계에서도 같은 결과를 기록해 여전히 TV시청이 부동의 국민여가 1위를 차지		
로컬 매거진이 뜬다, 지역주민과 소통하며 동네 문화 담기	홍대앞의 '스트리트H'와 '홍대찾가', 서촌의 '시웃', 이태원의 '사이사이', '신사동 가로수길의 '헬로우 가로수길', 문래동의 '문래동네', 부산의 '보일라' 등 지역주민이나 지역 거주 예술가가 자발적으로 동네 문화와 이웃들의 삶을 담아내는 로컬 매거진이 증가, 문화매개자 역할과 지역주민의 소통을 통한 문화공간대 형성이 주된 목적, 여성포털 '줌마네'는 주부대상 글쓰기학		

교를 통해 주부들에 의한 동네잡지를 발간하는 등 관심 증가			
(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)
(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)
(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)