

발제 : 군포시 문화예술발전을 위한 제언

Key Issue : 지역 주민 중심형 문화예술공간 조성 및 문화예술활동사업

■ 개요

지역 주민들의 문화예술에 대한 인식 수준과 참여 활동 욕구가 날로 높아져가고 있다. 국내 주요 방송사(legacy media)들의 ‘TV 프로그램의 주요 16개 장르 - (1) 뉴스, (2) 시사보도, (3) 다큐멘터리, (4) 생활정보, (5) 토론, (6) 교육과 문화예술, (7) 어린이, (8) 드라마, (9) 버라이어티 쇼, (10) 음악 쇼, (11) 퀴즈와 게임 쇼, (12) 인포테인먼트, (13) 영화, (14) 코미디, (15) 스포츠, (16) 광고’ 분야(주창윤, 2004, 한국방송학회 방송연구)의 프로그램 형식과 내용 등 방송 프로그램 트렌드만 살펴봐도 시청자의 위상과 역할 비중이 이전보다 매우 높아졌음을 보게 된다.

2010년대부터 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등의 소셜미디어의 실시간 방송 기능이 강화되며 일반인(=지역주민)들의 영상 콘텐츠 제작이 쉬워졌고, 장르를 넘나드는 형식과 제작 기법 사용 등 영상 콘텐츠 구성 능력이 전문 프로듀서 못지않다. 최근 생활정보, 연예, 쇼, 교육과 문화예술, 광고 등의 TV 프로그램을 보면, 일반인들의 역할이 단순 시청자가 아닌 프로그램 컨셉과 구성에 중요한 역할을 하고 있다. 과거와 달리 일반인들이 방송·언론 매체에 출연하는 것에 거리낌이 없으며 이는 국내 총 인구를 상회하는 스마트폰 사용자(과학기술정보통신부, <무선통신서비스 가입자 통계> : 2021년 4월 기준 국내 이동전화 가입회선이 약 7,127만 개, 스마트폰 회선은 약 5,259만 개, 참고로 같은 달 행정안전부 주민등록 총인구수는 5,170만 명)가 있는 것과도 밀접한 관련이 있다. 물론 방송·연예인들의 위상과 역할이 이전보다 낮아졌다는 것이 아니라 대중의 눈높이와 취향에 부합하는 캐릭터 설정과 연기, 스토리텔링 등 연출적 요소가 더욱 중요해 졌음을 의미한다.

문화예술 분야에서 일반인들의 위상과 역할이 과거 시대(=아날로그 문화)와 뚜렷한 차이점은 인터넷을 통해 콘텐츠를 직접 생산하고 유통하는 웹2.0 시대 주역이란 것이다. 현대의 일반인들은 콘텐츠를 소비하는 것에 만족하지 않고 콘텐츠 생산에 직접 참여하고 유통시키는 영향력을 발휘하고 있다. 문화예술 분야 역시 이미 컨슈머(consumer)의 시대가 막을 내리고 프로슈머(prosumer)의 시대의 중심에 서있고 이는 지역 문화예술이 어떤 방향으로 설계되고 발전 되어 나가야 하는지 중요한 지침이 된다.

먼저 군포시 지역 주민의 문화예술에 대한 인식과 욕구의 현 주소가 어떠한지 살펴볼 필요가 있다. 관람자로서 만족하는가? 아니면 참여자로서 만족하는가?에 대한 질문을 던져보고 답해 볼 필요가 있다. 또한 지역 주민들의 문화예술에 대한 ‘표현과 향유’를 위한 ‘참여 무대와 기회 제공’이 구체적으로 어떻게 마련되는 것이 지속가능성을 담보할 수 있는지에 대해 관계자들의 지혜

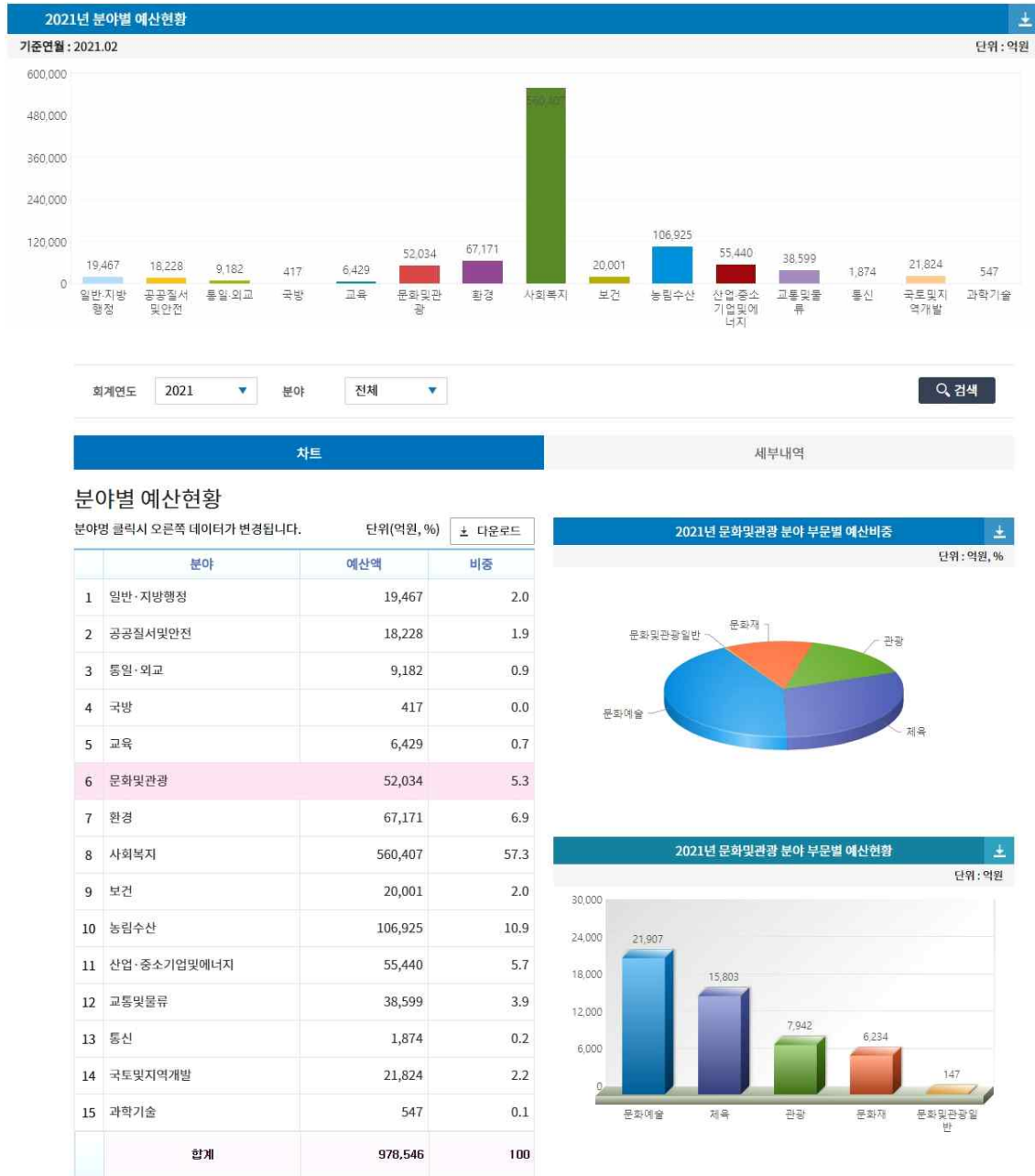


를 모아볼 필요가 있다. 지역 주민들이 문화예술에 대한 자유로운 표현과 소통이 가능한 무대를 마련해 나가는 과정에서 다양한 계층과 세대가 참여할 수 있어야 한다. 아울러 지역 주민들의 활발한 문화예술 활동의 촉진과 발전을 위한 제도적 뒷받침이 필요하다. ‘표현의 자유와 범위’, ‘장르 설정’, ‘전문예술인과 생활예술인의 역할과 조화’, ‘관련 전문인과 비전문인의 협업과 균형’, ‘문화예술분야 지역인재 발굴과 양성’, ‘지역에서의 문화예술의 역할과 기여’에 대한 구체적인 기준과 시대 흐름에 맞는 관련 지원 법령(조례)과 시의 정책, 민간의 역할과 참여 몫 역시 명확히 정의되고 근거가 마련되어야 할 것이다.

군포시 지역 주민을 위한 문화예술의 발전 방향이 어떠하면 좋을지에 대해 ‘국내 문화예술시장 사업 규모(공모시장 중심)’와 ‘경기도 문화예술활동 현황’, ‘타 지역 관련사례’ 등을 살펴보고 군포 지역주민을 위한 바람직한 ‘문화예술 발전 방향’을 모색해 보려 한다.

■ 본론 - 국내 문화예술사업 규모와 지역 문화예술 조직 및 현황(민간포함)

① 국내 문화예술 사업규모(공모사업 중심)



[e나라도움통계센터 : 2021 문화관광예산현황]

문화예술분야의 예술인, 전문예술단체, 비영리단체, 기획사, 이벤트 회사들이 지원 신청한 국가보조금 공모사업 결과들이 발표되고 있다. 문화예술분야 은수요 보다 공급이 압도적으로 많기 때문에 ^{*1)}공모사업 시장은 기본적으로 치열한 경쟁이 있을 수밖에 없다. (^{*1)}여기서 공모시장은, 민간기업 IPO 시장이 아닌 국가보조금이 투입되는 사업을 의미한다.) 공급과 수요가 균형을 이룬다면



더할 나위 없이 좋겠지만, 문화예술분야 역시 오래 전부터 수요자 보다 공급자가 훨씬 많았기에 기본적으로 경쟁시장이었다.

“2021년 현재 국가예산이 집행되는 공모사업 시장의 전체 규모는 얼마나 될까?” 그 가운데 문화예술 분야는 어느 정도 규모일까? 공모사업 시장에서 가장 큰 플레이어는 지방자치단체이다. 전체 예산 97.8조원의 76.4%를 차지하기 때문이다. 이 가운데 문화예술분야는 전체의 2%대로 2조원이 조금 넘고 문화관광, 문화재, 스포츠 분야를 포함하면 5.3%로 5조원이 넘는 규모이다.

②군포시 문화예술단체 및 조직 현황(영리/비영리)

● 군포시문화재단

- 부속기관 및 시설 : 군포문화예술회관, 군포시생활문화센터, 수리산상상마을, 군포시평생학습원
- 주요사업 : 공연전시, 평생학습, 예술진흥, 지역문화, 축제 / 대관

● 군포시청소년재단

- 부속기관 및 시설 : 군포시청소년수련관, 군포시청소년수련원, 당동청소년문화의집, 광정동청소년문화의집, 군포시청소년상담복지센터, 사회적가치혁신센터→청소년카페Teen터(부곡, 송부, 산본, 산1)
- 주요사업 : 청소년 활동사업, 청소년 교육사업

● 민간(전문예술단체, 대중문화예술)

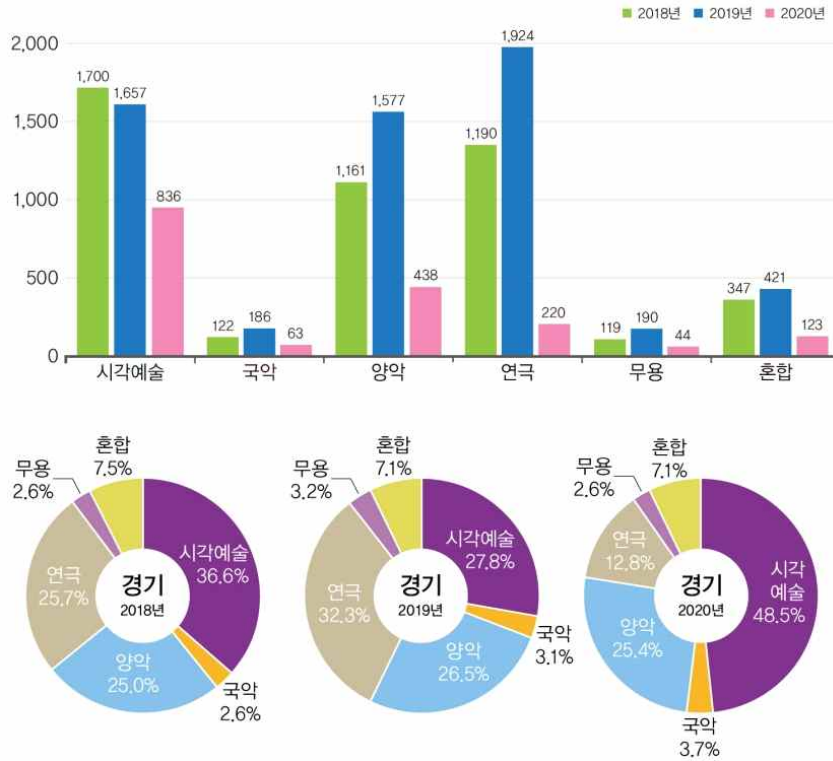
- 조직현황 : 공연장(5), 문화예술단체(5), 대중문화예술(9), 공연연극(4), 공예(2)
- 주요사업 : 문화예술교육, 공연전시, 대중문화예술인 양성, 대관 등

※ △위의 문화예술관련 민간단체와 기업체 현황은 한국콘텐츠진흥원(KOCCA) 등록 기업과 네이버 검색을 참조했음.

③경기도 문화예술활동 현황(2021년도) - 2021 문예연감 통계 분석

※ 문예연감은 1976년대부터 우리나라 문화예술활동을 수집 · 기록 · 분석해 온 사료집이며 2016년 국가승인통계(제433001호, 통계명 : 문화예술활동 현황조사)를 획득함. 2020년 문화예술활동 건수는 2019년 대비 51%에 그침.

〈그림 52. 경기도 문화예술활동 현황〉



〈표 59. 경기도 문화예술활동 현황〉

구분	시각 예술	공연예술						계
		국악	양악	연극	무용	혼합	소계	
2020년	활동 건수	836	63	438	220	44	123	888
	비율	48.5%	3.7%	25.4%	12.8%	2.6%	7.1%	51.5%
	10만 명당 활동 건수	6.2	0.5	3.3	1.6	0.3	0.9	6.6
2019년	활동 건수	1,657	186	1,577	1,924	190	421	4,298
	비율	27.8%	3.1%	26.5%	32.3%	3.2%	7.1%	72.2%
	10만 명당 활동 건수	12.5	1.4	11.9	14.5	1.4	3.2	32.5
2018년	활동 건수	1,700	122	1,161	1,190	119	347	2,939
	비율	36.6%	2.6%	25.0%	25.7%	2.6%	7.5%	63.4%
	10만 명당 활동 건수	13.0	0.9	8.9	9.1	0.9	2.7	22.5

[2021문예연감, 한국문화예술위원회]

- 위의 [그림31]과 관련해, “문화예술활동중 가장 많은 분야를 차지하는 ‘시각예술’ 공연 횟수는 시 단위는 공공기관 운영 문화 시설 전시가 1,804건(74.6%), 민간 운영 문화시설 전시가 613건(25.4%)으로 격차가 크게 났다.”

〈그림 31. 도시 규모별 문화시설 운영주체별 전시 건수〉



〈그림 33. 도시 규모별 공연예술 공연 횟수〉



- 위의 [그림33]과 관련해, “도시 규모별 활동 현황을 보면 공연예술 활동이 총 62,139회 발생했고, 그중 52,457회의 공연이 구 단위에서 발생했다. 시 단위 공연 횟수는 총 8,850회로 구 단위와 큰 차이를 보였으며, 가장 적은 공연이 일어난 곳은 군 단위(832회)로 나타났다. 장르별로는 연극이 구 단위 45,048회, 시 단위 6,277회, 군 단위 422회로 도시 규모별로 다소 큰 차이를 보였다.” [2021문예연감, 관련 부분 정리]



④타 지역 관련 사례 - 지역 주민 중심형 문화예술활동 조직

● 서천군 미디어문화센터



- “군산시민예술촌은 舊우일극장을 문화예술공간으로 리모델링하여 지역 예술인과 시민들이 함께 문화예술로 만나는 곳입니다. 문화의 힘으로 시민여러분들과 행복한 꿈을 꾸기 위하여 전시, 공연, 대관 및 다양한 프로그램을 운영하고 있으며 문화활동을 통해 소통과 활력을 찾고 싶은 누구나 참여 할 수 있는 열린 공간입니다. 지역문화 공동체를 만들기 위해 주민들이 적극 참여할 수 있는 프로젝트를 개발하는데 힘을 쏟고 지역 청소년 동아리들의 구심점이 되고자 노력하겠습니다”

● 군산시민예술촌



- “서천군미디어문화센터와 기벌포영화관은 미디어센터와 작은영화관이 한건물에 조성되고 통합 운영되고 있는 전국 유일의 복합지역 영상문화시설입니다. 영화, 영상, 라디오, 사진 등 감각적인 영상매체들로 주민들이 만나고 소통하는 친근한 문화놀이터 이고자 합니다. 비밀상성의 경험들이 주민들에게 활력을 불어넣어 함께 어우러지는 지역 공동체를 만들어 가고자 합니다.”



■ 결론 : 지역 주민을 위한 문화예술 공간조성과 문화예술활동사업

- 군포시 지역 주민을 위한 문화예술활동 공간과 문화예술활동 사업의 방향이 어떻게 설정되면 좋을지에 대해 구체적인 계획 수립과 실행을 위한 지역 주민과 전문 예술인, 생활예술인, 공연·전시 기획 전문가, 관련 전문가, 시 관계자 등 준비 모임(준비위 or 연구모임)을 구성하고 <이슈 진단과 분석>, <워킹그룹 조직>, <사업주체>등을 설정해볼 필요가 있다.

"예술과 과학은 우리나라를 번영시키고 나아가 인류의 행복을 꽃피우기 위해 반드시 필요합니다"

- (1788, 조지 워싱턴 美 초대 대통령), <『예술경영』, 2010, 김영사> <Mina@brunch, 문화예술의 가치와 크기>

●생각해 볼 점 7가지

1. 군포시 지역 주민에게 문화예술활동은 삶에 어떤 영향을 끼칠 수 있을까?
2. 군포시 지역 주민에게 필요한 문화예술활동 장르의 기준은 어떻게 정하면 좋을까?
3. 군포시 지역 주민을 위한 문화예술활동 공간의 사업 형태(업종)은 어떤 유형이 좋을까?
4. 군포시 지역 주민을 위한 문화예술활동 공간의 운영(사업)주체 선정 기준은 어떻게 정할까?
5. 지역 내 문화예술활동 조직(공공/비영리/영리)들과는 어떤 관계 설정과 협력을 해야 할까?
6. 타 지역의 문화예술활동 조직들과 협력망은 어떻게 구성해 나가야 할까?
7. 위의 활동을 통해 성취되는 바람직한 지역 문화예술활동의 목적은 무엇일까?