

【사회적경제 융복합 연속포럼 #1: 사회적경제로 **해**보다】

사회적경제 활동으로 지역문화를 가꾸다 :

서울 창신동과 충남 부여군 사례를 중심으로

2017년 10/23 월요일

14:00-17:30

충남연구원 1층 회의실

목 차

발제 1	지역문화와 사회적경제는 어떻게 만나는가? - 전지훈(충남연구원 초빙책임연구원)	7
발제 2	지역 문화예술을 통한 창신동 공동체 활성화 사례 - 신현길(사회적기업 아트브릿지 대표)	31
발제 3	생활문화를 통한 마을공동체 재생사례: 부여군 사례를 중심으로 - 노재정(부여마을문화학교 상임이사)	43

포럼 계획

분류	시간	프로그램	행사 내용
개회	14:00-14:20	등록	
	14:20-14:30	포럼 소개 환영사	-전지훈 (충남연구원 초빙책임연구원) -강현수 (충남연구원장)
주제 발표	14:30-15:00	주제 발표	지역문화와 사회적경제는 어떻게 만나는가? -전지훈 (충남연구원 초빙책임연구원)
	15:00-15:30		지역의 문화예술을 통한 창신동 공동체 활성화 사례 -신현길 (사회적기업 아트브릿지 대표)
	15:30-16:00		생활문화를 통한 마을공동체 재생사례 -노재정 (부여마을문화학교 상임이사)
휴식	16:00-16:20	Break Time	
종합 토론	16:20-17:30	좌장	-박춘섭 (충남연구원 사회적경제연구센터장)
		종합 토론	-박철희 (충남연구원 문화관광디자인연구부장) -김제곤 (충남문화산업진흥원 책임연구원) -서원주 (사회적기업 이음 대표) -임병덕 (충남문화예술협동조합 이사)

주 제 발 표 1

지역문화와 사회적경제는 어떻게 만나는가?

전 지 훈 | 충남연구원 사회적경제연구센터 초빙책임연구원



지역문화는 사회적경제와 어떻게 만나는가?



충남연구원 사회적경제연구센터

전지훈(행정학박사)

2017. 10. 23.



목 차

- 사회적경제의 이론과 특성
- 지역문화의 개념과 변화
- 지역문화와 사회적경제의 현황
- 문화 & 사회적경제의 사례
- 지역문화와 사회적경제의 연관성





사회적경제의 이론과 특성



사회적경제의 배경

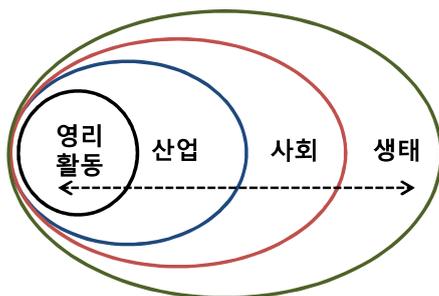
사회적 경제



사회(Social) + 경제(Economy)

● Karl Polanyi의 '거대한 전환'

- 실질적 경제(substantive economy) : 살림살이 경제, 생계유지가 목적
- 형식적 경제(formal economy) : 자본주의 경제, 이윤/효용극대화, 개인이익 극대화



경제의 영역



경제의 구조





사회적경제의 배경



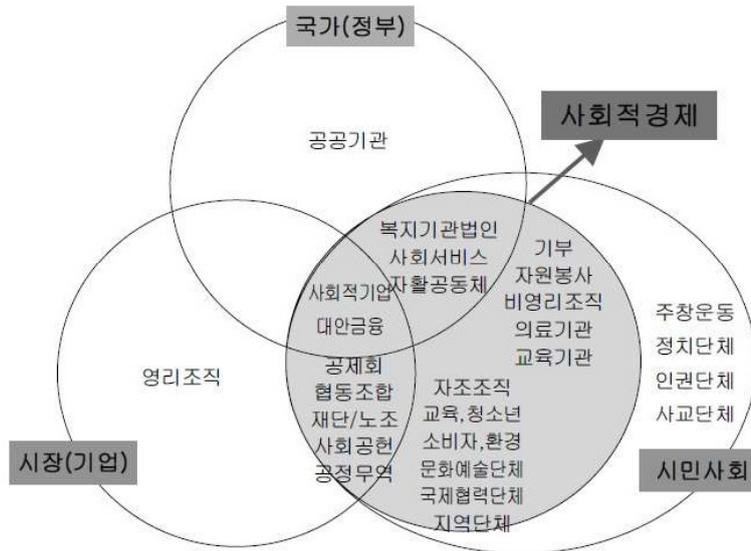
사회적경제의 배경

“사회적경제의 성장”





사회적경제의 배경



제3섹터에서 사회적경제 등장

- 복지 축소로 인한 복지혼합
- 공동체, 지역사회기여를 목적으로 하는 경제조직



사회적경제의 의미

K. Polani

인간의 경제행위 가운데 상호배려에 입각한 호혜성의 원리와 나눔의 원칙에 따라 재분배 원리가 작동하는 경제

EU

공동 욕구를 가진 사람들에 의해 만들어진 기업들로 구성된 이해 당사자 경제로서 협동조합, 상호공제조합, 민간단체, 재단 포함

Quebec

이윤보다 공동체를 위한 운영, 국가로부터 자율성, 1인1표 민주적 운영, 구성원 참여와 권한부여의 조건을 만족시키는 상호부조의 결사체

Defourny

공동영리보다 사회적 관계를 강조하며 사회적 목적을 실현하기 위한 경제활동 영역으로 협동조합, 공제조합, 시민단체 활동영역

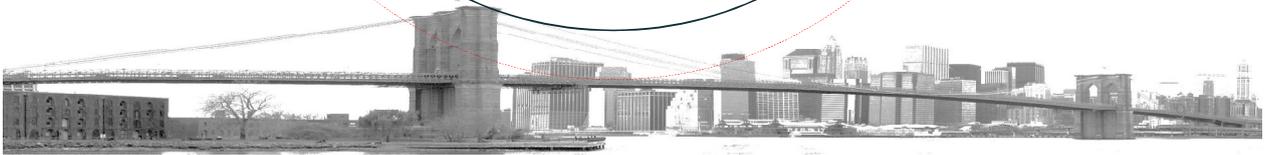
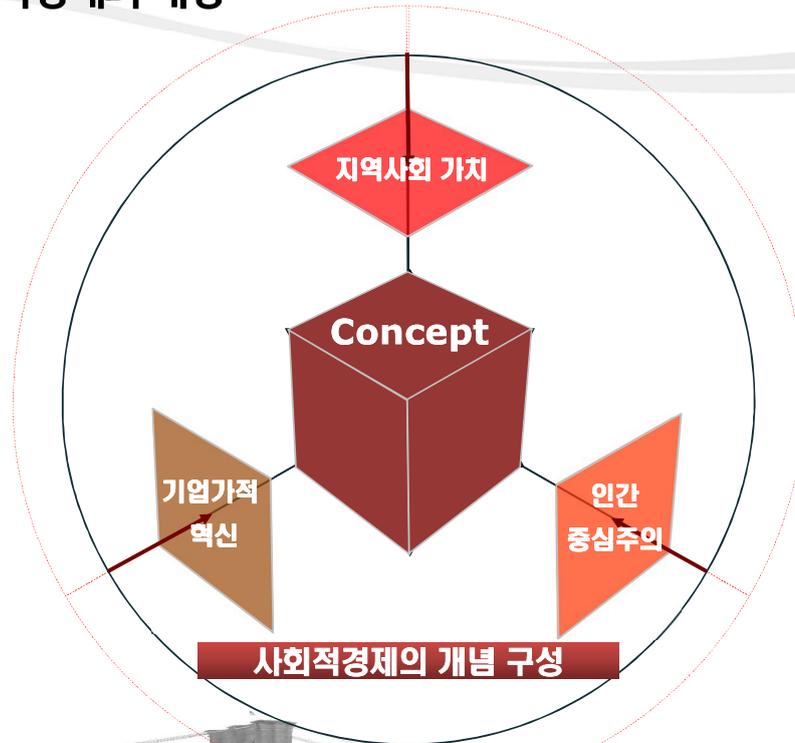
장원봉

공동시장과 국가에 대한 대안적 자원배분을 목적으로 하며 시민단체, 지역주체들이 다양한 생활세계 필요를 충족하기 위해 실천하는 호혜적인 참여방식의 경제





사회적경제의 배경



지역문화의 이론과 개념화





지역문화의 의미



지역문화의 의미 구성



지역문화



지역(Local) + 문화(Culture)

지역사회

지역: 정치, 경제, 문화적 특성을 공유하는 일정한 공간 영역
지역사회: '지역성'과 '공동체성'의 요인이 결합된 사회적 영역

문화

- 사회를 특징짓는 정신적, 감성적 특성의 종합체의 개념
- 예술을 포함하여 삶의 방식, 가치체계 전통과 신념의 총체

지역문화

지역공간에 거주하는 주민이 공동체생활을 영위하는 과정에서 형성된 특징적 생활양식



지역문화의 의미

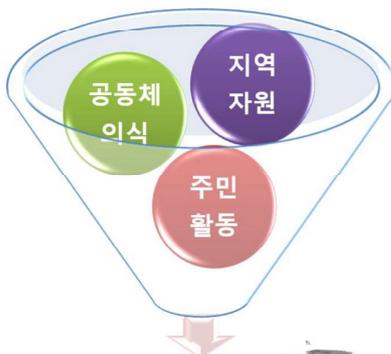
지역문화진흥법

제2조2항

역사적 경험과 공동체 의식을 공유하는 시공간 단위인 지역의 문화예술 활동, 문화적 유산, 생활문화, 문화산업 관광산업 및 이와 관련된 활동과 결과물의 총체

이종인

일정 지역주민이 오랜 세월 동안 공동체 생활을 영위하는 과정에서 이루어진 특징적인 생활양식을 의미



지역문화의 구성

지역문화의 의의

- 주민의 지역 자긍심과 소속감 유발
- 문화다양성 기반한 국가적 자원
- 문화향유권의 보편적 확대
- 지역불균형 극복과 삶의 질 증진
- 지역사회발전의 활력소(원동력)





해외 지역문화정책의 배경

지역문화를 활용한 지역발전 패러다임의 변화

정부실패와 시장주도

시장실패와 시민사회 부각

1970

1980

1990

2000

2010

산업주의 쇠퇴
산업질병 발생

도시재생
•공장지대의
문화지대화

문화도시 제안

문화산업 급성장 IT 혁명

창조도시 등장

생활예술

삶의 질에 대한 관심

창조산업

주민역량강조

장소마케팅 등장

인간화
도시성의 회복
환경복원

글로벌리즘

글로벌리즘

도시경쟁력

장소마케팅

- 문화를 지역발전의 도구적 인식
- 문화시설, 이벤트 등 문화자원 활용
- 문화 활용한 지역발전 전략 인식
 - 서구 산업도시들의 재형성과 수단
 - 도시선도물이나 대형사업실시 폐해
 - 도시관측 목적으로 지역주민 소외

문화도시

- 1985년 멜리나 메리쿠리 주장
 - 매년 문화도시 선정(유럽의회)
- 주요가치와 이데올로기
 - 인본주의, 민주주의
 - 역사와 도시미학 강조

창조도시

- 2000년대 리처드 플로리다, 찰스 랜드리 주장
 - 주요가치와 이데올로기
 - 지속가능한 성장이 가능한 산업구조
 - 창조적 계급과 관용(Toleration)적 사회
 - 창의적이고 문화친화적 도시기반 및 환경



국내 지역문화정책의 배경

국내 지역문화정책의 변화

문민정부 수립

국민의정부

참여정부

이명박정부

박근혜정부

1990

1995

2000

2005

2010

국가중심의
문화정책 방향

지방자치 실시

지역문화재단 설립
(경기문화재단 이후)

지역문화의 해(2001)

문화예산 1% 달성
(2000년)
문화콘텐츠산업
육성(1999)

지역활성화 수단 부각

문화예술교육정책
(2003)

한국문화예술위원회
출범(2006)

광주, 경주, 전주 문화도시
조성

문화마을가꾸기사업

창작공간지원사업
생활문화공동체사업

지역문화진흥법(2014)

문화기본법(2013)

창조경제

생활문화센터

지방문화행정 도입

- 중앙중심에서 지자체로 방향전환
- 지방문화시설, 축제 등 개발지원
- 지방문화예술진흥기금 조성
- 지역 공연장, 박물관 등 기반 조성

문화를 통한 지역발전

- 지역문화형성과 지원정책 기초수립
- IMF로 고급예술보다 지역문화 강조
- 기초지자체 중심 1시1문화회관 지원
- 지방자치 이후로 지역발전 수단으로
문화관광이 급부상함

생활문화 중심의 문화정책

- 지역 및 생활공간 중심의 문화기반조성전략
- 문화예술교육, 지역공동체 기반 지원
- 지역특색 중심의 수요자 중심 문화활동
- 지역주체기반 문화활동 산업화, 융합화 추진

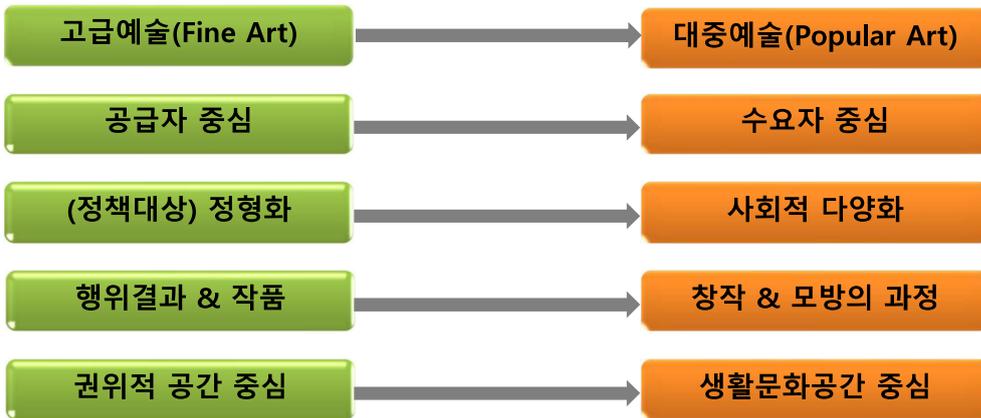




문화정책 패러다임의 변화



문화민주주의에 의한 변화



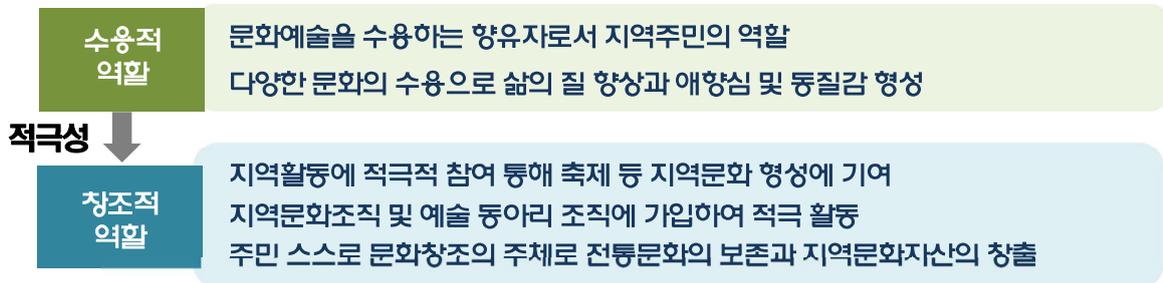
Community Art
Public Art
참여예술과 생활문화



지역문화와 지역주민



지역문화활동에서 지역주민의 역할



지역문화행정의
원칙

이종인(2011)

- ✓ 문화의 생산자는 주민이며 주민활동을 지원하는 행정의 원칙
- ✓ 획일적 행정형식을 탈피하여 지역특성을 살리는 감성, 개성적 특성추구
- ✓ 지역 풀뿌리문화, 생활문화 중심을 지향하는 지방분권의 문화행정
- ✓ 특정분야가 아닌 주민생활 전체를 포괄하는 종합적인 성향 추구

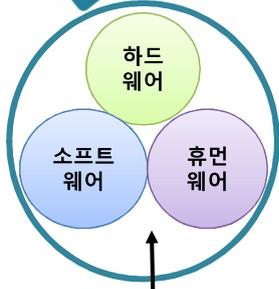




지역문화의 구성주체



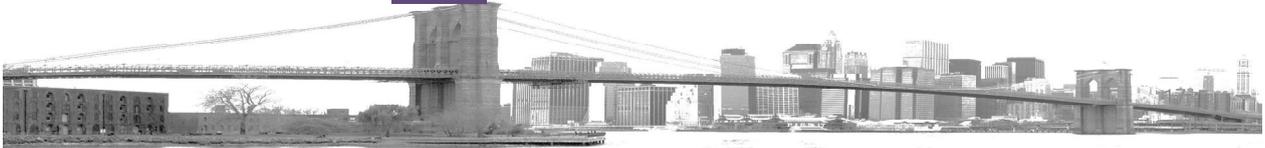
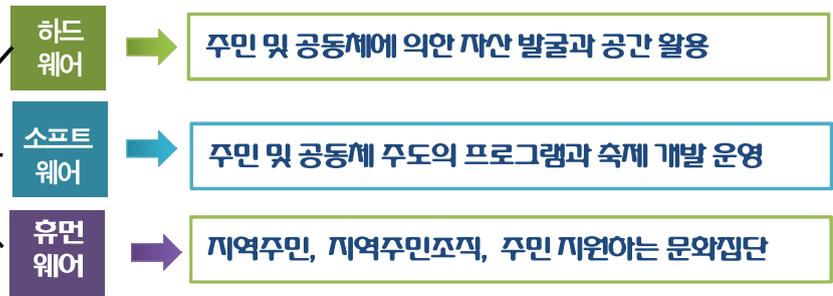
지역문화의 주요 구성요인



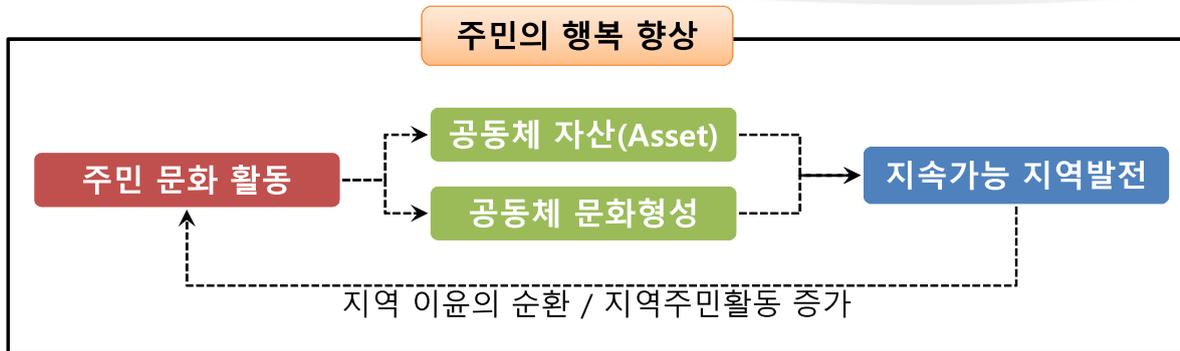
하드웨어: 지역공공공간, 문화시설, 마을공동체 자산

소프트웨어: 전통문화유산, 축제 등 문화행사, 문화프로그램

휴먼웨어: 지역주민, 지역예술인단체, 행정역량



문화와 지역발전의 관계



Matarasso(1997):

문화 중심 커뮤니티에서 발생하는 주민참여 문화의 지역재생은 사회통합을 강화하고 공동체성을 증진시킴.

Pratt(2009):

지역 공동체 성격 기반의 특징적 문화적 실천으로 도시발전 전략의 문화계획(Cultural Planning)을 지향하는 것이 진정한 문화도시 발전.





지역문화발전을 위한 전략들



지역문화 창조를 위한 전략

지역문화 창조전략

활력있는 주민활동의 **거점공간 및 조직의 기반** 형성: 주민집단의 문화활동 활성화

주민 및 생활밀착형 지역문화의 **잠재역량, 자원조사 기반의 독창성** 마련

지역에 존재하는 예술가, 문화창조집단 위한 **예술촌, 이텔리에** 등 지원

지역주민과 예술가 주도의 **지역 문화예술공간** 활성화

주민생활과 공동체 중심의 **지역특색을 내포하는 지역축제**의 기획과 운영

전략의 키워드

주민 문화활동

지역 문화자산

예술가, 문화집단

문화공간과 축제



지역문화 & 사회적경제의 현황





지역문화와 사회적경제의 관련 법(목적, 정의)

지역문화진흥법(2014)

- ✓ 지역간 문화격차 해소, 지역문화다양성 추구
- ✓ 지역주민의 삶의 질 향상 추구
- ✓ 생활문화가 활성화될 수 있는 여건 조성
- ✓ 지역문화의 고유한 원형의 우선적 보존

사회적기업 육성법(2007)

- ✓ 우리사회에 사회서비스 확충과 일자리 창출
- ✓ 사회통합과 국민 삶의 질 향상에 이바지
- ✓ 사회적기업의 정의:
- ✓ 취약계층에 사회서비스 제공과 지역사회 공헌 사회적 목적에 부합하는 재화와 서비스 생산 판매

문화기본법(2013)

- ✓ 문화진흥의 정책수립과 이를 위한 재원 확충
- ✓ 지역문화격차 해소를 통한 균형있는 문화 발전
- ✓ 문화소외 계층 향유기회 확대와 문화장려 추구
- ✓ 문화영향평가를 통한 문화적 가치의 사회적 확산

협동조합 기본법(2012)

- ✓ 자주적, 자립적, 자치적 협동조합 활동 촉진
- ✓ 사회통합과 국민경제의 균형있는 발전에 기여
- ✓ 협동조합의 정의:
- ✓ 재화 및 용역 구매, 생산, 판매 등 협동으로 영위 조합원 권익을 향상하고 지역사회에 공헌하는 조직



지역문화와 사회적경제의 관련 정책제도



문재인 정부 사회적경제 활성화방안 발표(10/18)

● 사회적경제 생태계 조성을 위한 진출 분야: **문화예술** 등 (6개 분야)

창작환경기반 지원

- ✓ 사회적경제기업 시장진입 여건지원(재원조달, 홍보, 판로, 사업개발 등)
- ✓ 안정적인 창작기반 위한 유휴, 공간시설 지원
 - 공유재산 임대료 할인, 공간사용료 할인, 우선권부여 등

사회적경제 중심 프로그램 확대

- ✓ 문화시설, 프로그램 운영 위탁선정시 혜택, 홍보 및 컨설팅 지원
- ✓ 주민협동조합 중심 지역관광전문인력 및 사업체 선발 혜택, 자금등 지원
- ✓ 생활체육관련 사회적경제조직 연계한 체육시설 및 스포츠클럽 활용
- ✓ 공공기관, 공공부문 행사시 공연위탁으로 사회적경제조직 참여 유도





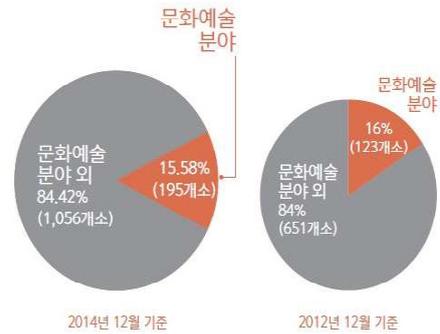
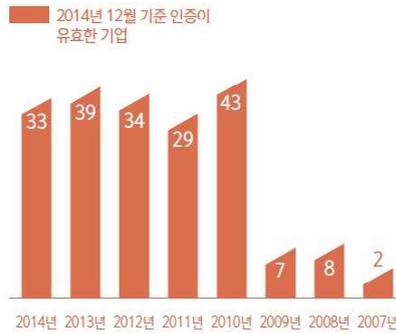
문화분야 사회적경제기업의 실태

(예술경영지원센터, 2015, 문화예술분야 사회적기업 실태조사 참조)

연도별 문화예술분야 사회적기업 인증 현황

| 연간 문화예술분야 사회적기업 인증 추이 |

| 문화예술분야 사회적기업 비율 |



최근 3년간 문화예술분야 사회적기업 현황

연도	전체 사회적기업	문화예술분야 사회적기업	비율
2014년	1,251	195(33개소 인증)	15.58%
2013년	1,080	162(39개소 인증)	15.00%
2012년	774	123(34개소 인증)	15.89%



문화분야 사회적경제조직의 실태

문화예술분야 사회적기업의 장르별 분포 현황
* 2014년 기준



2012·2014년 장르별 분포현황 비교

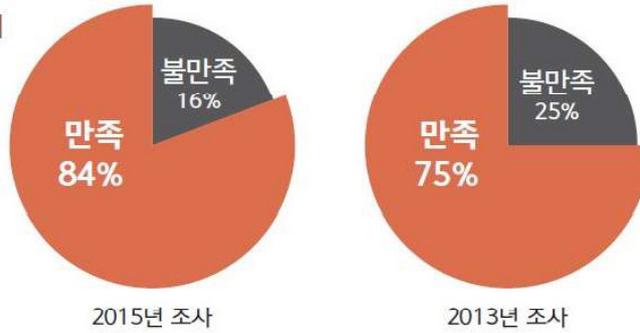
구분	2014년	2012년	2010년	전년대비 증감
기타	54(27.69%)	32(26.02%)	26(27%)	증가
음악	36(18.46%)	22(17.89%)	21(22%)	증가
복합	26(13.33%)	2(1.63%)	2(2%)	증가
전통	25(12.82%)	26(21.14%)	17(18%)	감소
연극	18(9.23%)	11(8.94%)	7(7%)	증가
시각·미술	15(7.69%)	6(4.88%)	9(9%)	증가
영화·영상	10(5.13%)	6(4.88%)	6(6%)	증가
뮤지컬	5(2.56%)	4(3.25%)	3(3%)	증가
무용	4(2.05%)	-	-	신규
문학	2(1.03%)	-	-	신규
다장르	-	14 (11.38%)	5(5%)	-
계	195개	123개	96개	





문화분야 사회적경제조직의 실태

| 사회적기업의 만족도 |



사회적기업 운영에 만족하는 이유

구분	비율
문화예술의 사회적 가치를 실현하고 확장시킬 수 있기 때문에	39.08%
인건비 지원 등 단체사업운영에 도움을 받을 수 있었기 때문에	22.41%
사회와 취약계층에게 공익적인 서비스를 제공할 수 있기 때문에	21.84%
우리단체의 문화예술활동에 도움이 되기 때문에	12.07%
동종업계 다른단체와 차별될 수 있기 때문에	4.60%
계	100%



문화분야 사회적경제조직의 실태

장르별 만족도 및 단계 비교

구분	만족도		단계		
	만족	불만족	초기	성장	성숙
무용	1.64%	1.64%	0.82%	1.64%	0.82%
뮤지컬	1.64%	0.00%	0.00%	1.64%	0.00%
복합	12.30%	1.64%	1.64%	7.38%	4.92%
시각/미술	8.20%	0.82%	1.64%	4.92%	2.46%
연극	6.56%	1.64%	0.00%	5.74%	2.46%
영화/영상	6.56%	0.82%	0.00%	5.74%	1.64%
음악	15.57%	2.46%	2.46%	10.66%	4.92%
전통	12.30%	2.46%	0.82%	10.66%	3.28%
다장르	0.82%	0.00%	0.00%	0.82%	0.00%
기타	18.02%	4.91%	2.45%	15.56%	4.91%
계	83.61%	16.39%	9.84%	64.75%	25.41%





문화 & 사회적경제의 사례



일본: 나가하마의 사례

● 나가하마시의 역사적 배경

1573년 도요토미 히데요시의 나가하마성 축조로 도시 형성

1960년대까지 상업적으로 번성했던 지방 대도시 ➡ 교통수송수단 발달로 쇠퇴

1970년대 후반 대기업 대형마트 입점에 반대하며 공동체 활성화의 고민이 시작

● 나가하마시의 주민중심 마을만들기

1983년 전통유산 나가하마성 재건사업의 지역주민들의 자발적 기금모금

나가하마 출세축제(出世祝祭)의 개최- 주민간 연대와 교류의 장 형성





일본: 나가하마의 사례

● 나가하마의 구로카베 건물 매입

1988년 구로카베 은행건물 보존운동으로 본격적인 지역공동체 활동 시작

구로카베: 1900년 건축된 서양식 흑벽건물로 지역은행으로 활용된 공동체 역사자산

지역공동체와 주민이 주도로 자산보존과 관리를 위해 **구로카베(주) 사회책임** 설립

지역기업, 시민단체, 주민모금, 정부기금 등 활용하여 1억 3,000만 엔으로 건물 매입



29



일본: 나가하마의 사례

● 구로카베 건물 활용

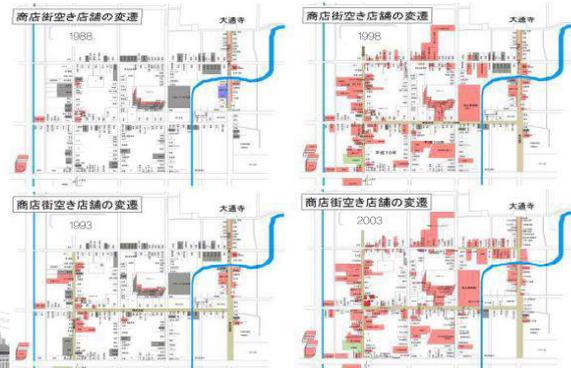
✓ 구로카베(주)는 건물 매입후 리모델링하여 유리세공품 전시관, 유리공방, 레스토랑으로 개점 지역에 활기를 불어넣어 220만명 관광객 유치, 주변 상점가 활성화



✓ 구로카베 건물 주변 상점의 매입과 연대를 통해 전통유리공예 중심의 구로카베스퀘어 건립 주변 빈상점 활용하여 고령자 대상으로 반산공방, 야채공방, 찻집 구성된 플라티나 프라자 건립



✓ 재활용된 공간들은 히키야마 축제, 라쿠이시라쿠자 예술제 등 지역 전통 예술 축제와 연계 이 결과로 1988, 2001년 전문가대상 역사와 전통, 문화예술, 매력적 경관 동네 1위(니혼게이자이 신문)



임상연, 2017, 도시재생과 사회적경제 발표자료



캐나다: 몬트리올의 사례

● 몬트리올의 지역적 특성

1959년 세인트로렌스 수로 개통으로 기존 운하 및 관련산업 쇠퇴, 인구 33% 감소

그리핀타운으로 예술가들의 창작촌 형성(1980년대)이후 활력 → 몬트리올 시, 주정부 창조지구 지정



● 지대상승에도 도심지 작업실 선호(예술가 특성)

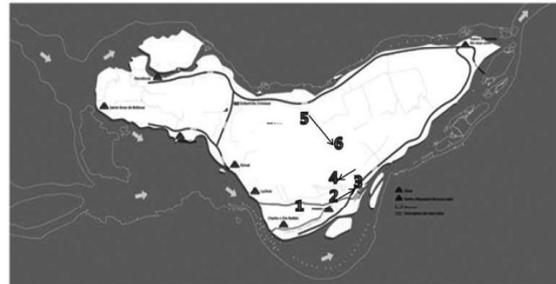
-퀘벡주 시각예술 46%가 몬트리올에 집중

주거공용작업실 확보를 위한

주택협동조합 형성

협동조합 레자르

주택협동조합 서클카레



1. 라신 운하(Canal de Lachine)
2. 그리핀타운(Griffintown)
3. 오슈라가-메종뇌브(Hochelaga-Maisonneuve)
4. 푸앵트 생 샤를르(Pointe-Saint-Charles)
5. 아헨쉴 카르티에빌(Ahuntsic- Cartierville)
6. 플라토 몽 르와얌(Plateau Mont-Royal)



캐나다: 몬트리올의 사례

● 몬트리올 크리에이티브 아틀리에 (ACM)

2007년 수립된 비영리법인(사회적기업)으로 예술가와 문화예술 단체에 작업실과 주거공간 제공

2004년 Grover공장 프로젝트 이후 지역문화인을 위한 공간 필요성 공감



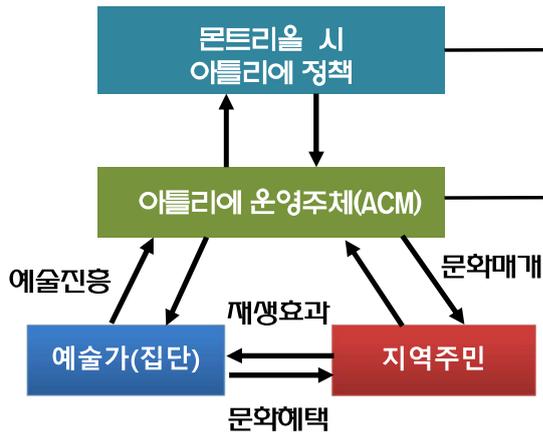
ATELIERS
CREATIFS





캐나다: 몬트리올의 사례

● 몬트리올시 아틀리에 정책



- ✓ 도심내 아틀리에 임대료 안정화
- ✓ 지역적 특수성과 필요 고려
- ✓ 문화지구 연계하여 건물용도제한 조례
- ✓ 예술가(집단) 및 공공소유의 건물 대상
- ✓ 공간 매입보다 내부 인테리어 대상 지원

- ✓ **협동조합 등 비영리 기반**의 작업실 공동소유 체계
- ✓ 5년이상 부동산 및 관련공간 운영 경험
- ✓ 공간의 비영리 방식으로 30년간 장기임대
- ✓ 관련 연구조사 및 운영프로그램 계획 수립



지역문화 & 사회적경제의 관계





사회적경제 조직의 지역문화 연관성



지역문화 활동기반의 사회적경제 조직

● 경제주체로서 사회적경제 조직

- ✓ 주민중심의 “마을살이” 조직으로 지속가능한 마을경제활동 추구
- ✓ 지역경제활동의 수익에 대한 지역순환을 추구하는 경제적 조직체

● 공동체성 기반의 효과적 지역문화 창조 활동

- ✓ 주민조직은 지역문화와 정체성 구성하는 가장 주요한 주체
- ✓ 사회적 목적을 추구하는 대표적 주민조직은 사회적경제(협동조합) 조직
- ✓ 사회적경제조직은 지역사회의 기여가 주요한 목적(협동조합 7원칙)

● 공동체 중심의 문화적 기본권 확보 활동

- ✓ 지역자산의 주민주도를 통한 지역문화전략의 핵심 주체
- ✓ 문화 향유, 문화 창조 등의 문화적 권리확보 통한 주민 삶의 질 향상 기여
- ✓ 문화전략으로 인한 젠트리피케이션의 가장 효과적 대응 주체(주민자산화 기반)

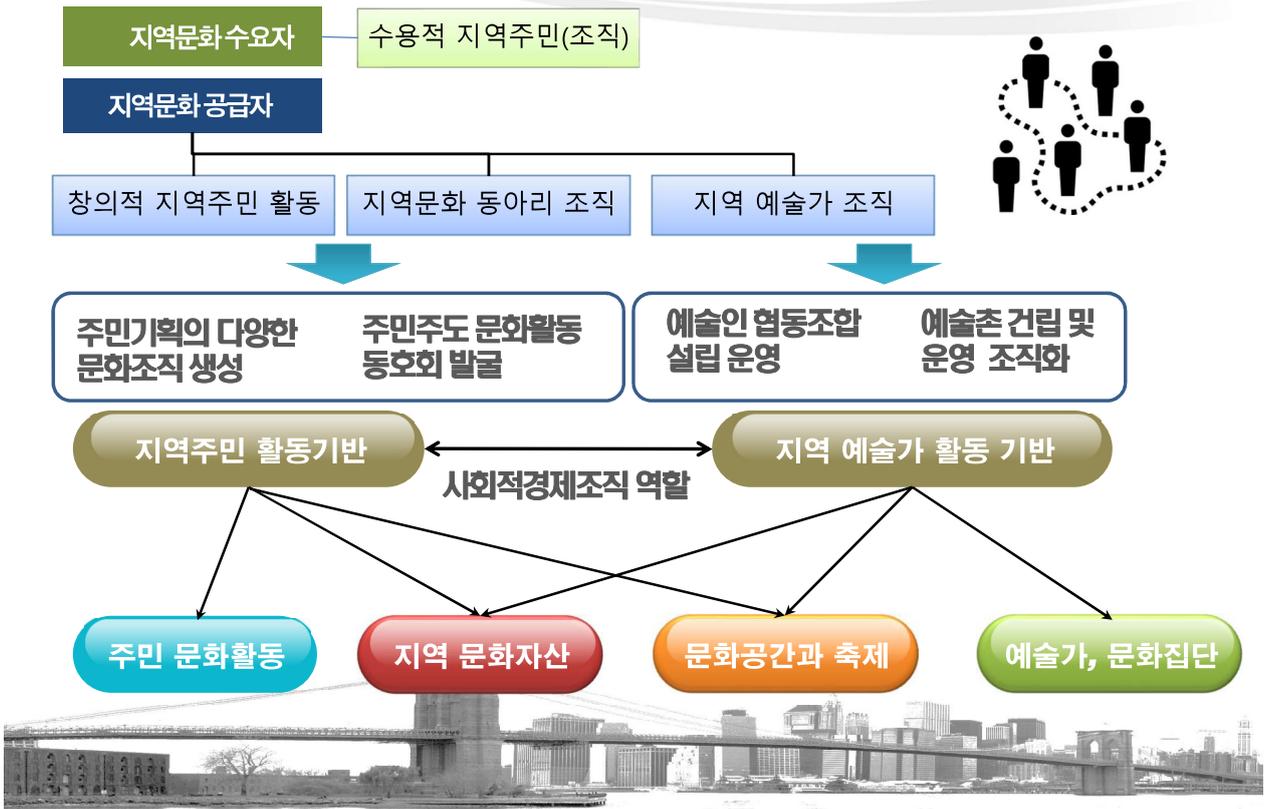


사회적경제와 지역문화형성의 주요관계





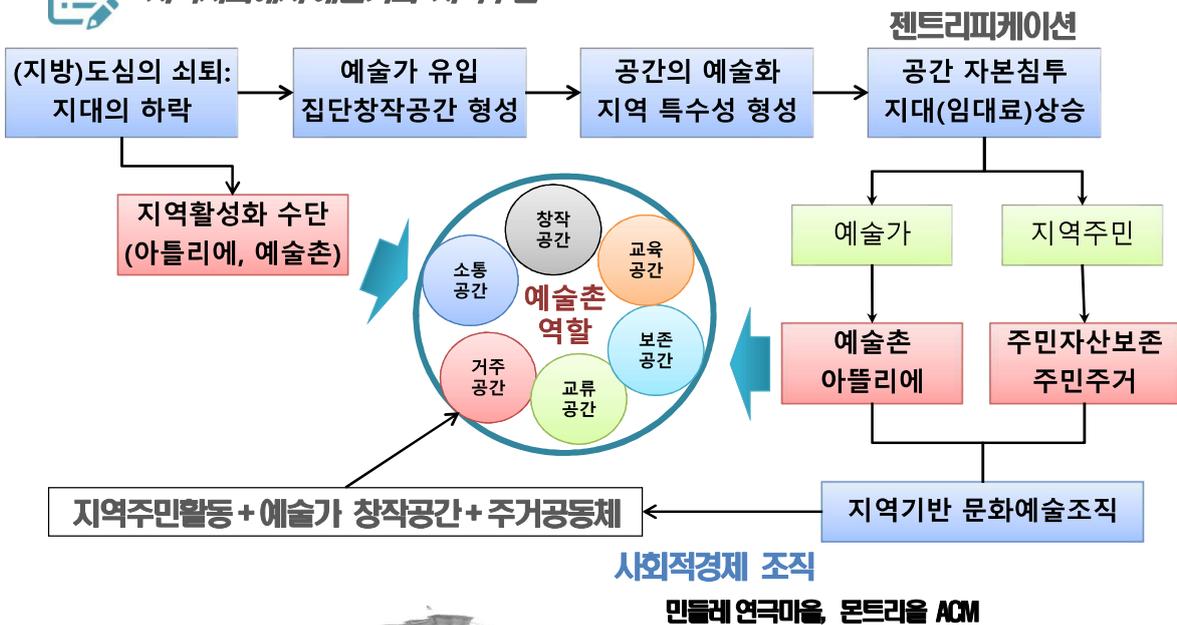
지역문화활동의 주체 역할



사회적경제의 주민과 지역예술가 융합



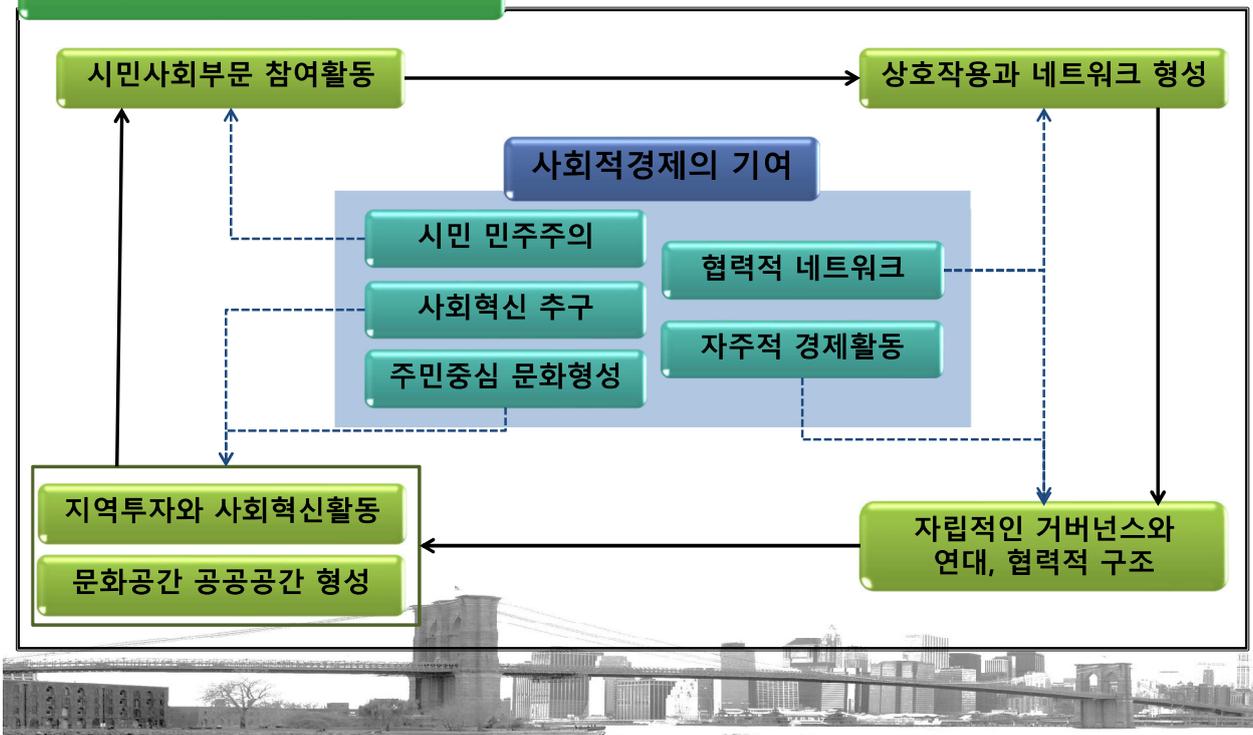
지역사회에서 예술가와 지역주민



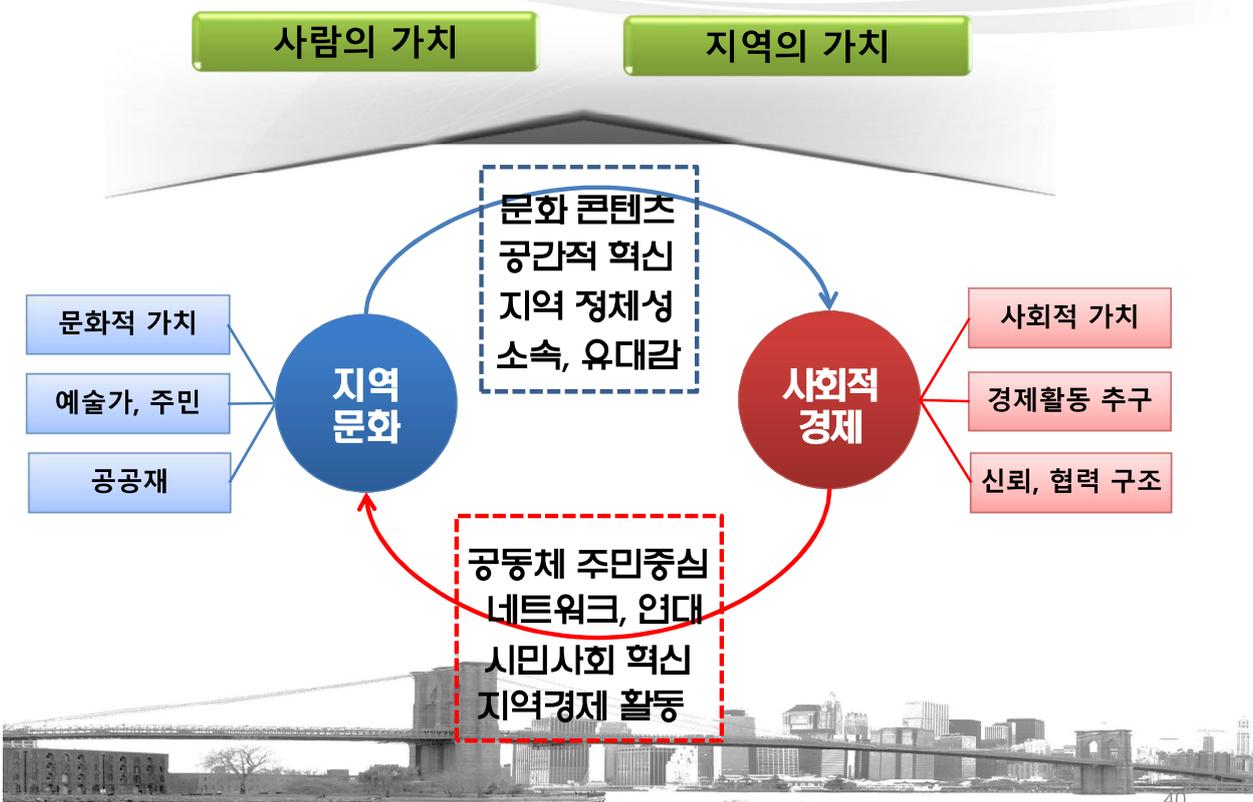


주민주도 사회적경제의 창의문화도시 형성 전략

창의문화도시의 발전 매커니즘



지역문화와 사회적경제의 선순환 관계



감사합니다.



주 제 발 표 2

지역의 문화예술을 통한 창신동 공동체 활성화 사례

신 현 길 | 사회적기업 아트브릿지 대표

박골관은
날아있다



마을에서 세상을 꿈꾸다!!

아트브리지
Art bridge



아트브리지, 창신동을 만나다!
**뭐든지 예술학교, 꼭대기장터,
문화밥상, 나도 배우다 등.**

아트브릿지 지향점

“ 비전 : 문화예술을 통한 사회적 행복 창조! ”

지향점

우리 **역사와 인물**, **아시아 문화**를 소재로 연극과 체험, 놀이가 결합된 새로운 형태의 콘텐츠 제작

가치 지향점

역사를 아는 아이가 역사를 쓰는
어른으로 자랍니다.

문화를 이해하는 아이가 문화를 창조하는
어른으로 자랍니다.

마을을 사랑하는 아이가 사람을 사랑하는
어른으로 자랍니다.



아트브릿지 콘텐츠

▶ 우리 역사·인물 탐험연극 시리즈
: 선사시대, 박물관은 살아있다 고구려-고분탐험, 신라-화랑탐험, 백제-예술탐험, 소년 이순신 무장을 꿈꾸다, 세종 인재를 뽑다, 정약용과 함께하는 실학여행, 내가 인조라면, 암행어사 박문수 등 총 10여개 작품.

▶ 국악뮤지컬
: 세종과 장영실 이야기 “천상시계”, 가족음악극 “꼭두랑” 총 2개 작품.

▶ 아시아문화탐험연극 시리즈
: 베트남, 중국, 일본, 몽골, 인도, 아랍, 필리핀 총 7개 작품.

▶ 꿈다락 토요문화학교 뮤지컬교실, 삼국 역사 놀이러 프로그램, 레츠 고 아시아 등 문화예술교육 프로그램

▶ 창신동 문화박상, 꼭대기 장터 등



아트브릿지와 창신동

2012년 아트브릿지,
한국문화예술교육진흥원 시민대상학대문화예술교육프로그램
“별별솔루션”으로 창신동에 발을 디디다.

2013년 “뫼든지 예술학교”를 만들다.
“종로구민회관” 상주예술단체 선정.

2014년 “아트브릿지” 사무실, 창고 창신동으로 이전.
“창신,송인 도시재생선도지역” 선정.

2015년 “뫼든지 예술학교” 서울시 혁신형 사업으로 선정.
“꼭대기 장터” 시작.

2016년 “꼭마루 아틀리에” 한국문화예술위원회 창작산실 선정.

2017년 문화가 있는 날 “창신동 문화밥상” 선정.



아트브릿지와 창신동

문화예술교육프로그램 “뫼든지 예술학교”

- 지역기반형 어린이 연극교육 “조선배우학교” : (2012년~2016년)
- 엄마연극 교실, 주민뮤지컬 교실 <나도 배우다> 운영 : (2015년~2016년)
- 그림책원에 융합교육프로그램 “맘껏그린핑거” : (2012년 ~2014년)
- 찾아가는 연극 “배우, 배우다.” : (2015년 ~ 2016년)
- “꼭대기 장터” 참여 및 운영 : (2015년 ~ 2016년)

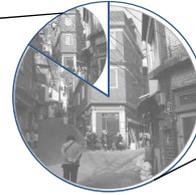


지역조사 - 창신동은 어떤곳인가요?



창신동 인구 현황

창신동
16%
(26,080명,
11,524세대)



종로구
84%
(139,127명,
75,659세대...)

- 창신동 인구는 종로구의 15.7%.
- 동인구수 1위, 세대수 1위
- 종로구 지역아동센터 수 1위.

* 자료출처: 종로구 2014 구정현황(2013년 기준 정리)

지역조사 - 창신동은 어떤곳인가요?



달동네



봉제공장



쪽방촌

	창신1동	창신2동	창신3동	합계
주택(호)	2,463	3,526	1,174	7,163
인구(명)	7,100	12,526	8,979	28,605
봉제사업장 수	246	2,820	375	3,441

지역조사 및 마을자원 활용 - 풍부한 역사,문화 자원



1925년 한국최초의 연극영화배우 양성전문학교



단종과 정순왕후



박수근



박수근



백남준



전태일

아트브릿지의 창신동 활동 지향점

문화소외지역에서의 다양한 문화예술활동을 통해서
지역공동체에 활력을 불어넣고 연극, 춤, 음악 등 다양한 예술가들이 주민들과 함께
결합하여 활동할 수 있도록 노력하고 있다.
현재 북극곰예술여행, 극단 달빛사냥 등



지역주민의 문화예술교육



지역예술가와와의 결합



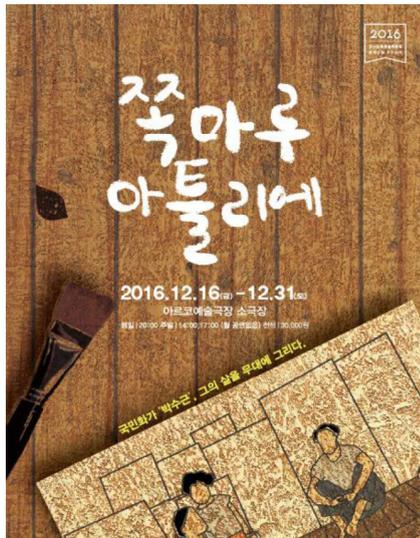
지역의 역사와 문화를 바탕으로 한 문화 예술프로그램

주민들의 문화커뮤니티 공간

대학로 배우와 창신동 주민들의 결합

문화격차 해소

창신동은 아트브릿지의 콘텐츠 연구소 - 마을의 이야기를 전국적인 콘텐츠로 ~



박수근
《죽마루 아틀리에》



어린이 연극교실 <조선배우학교>



단종과 정순원후
《창신동 붉게 물들었다》



네팔 외연이야기
《실 끝애》

아트브릿지 지역커뮤니티 활동



뭐든지 예술학교

공연 활동

창신동 문화밥상

창신마을넷



꼭대기 장터



배우, 배우다



전기수 시리즈



뭐든지예술잔치



조선배우학교

마을 주민들의 문화커뮤니티 만들기.



꼭대기장터 회의



나도 배우다



문화발상 참여



배우, 배우다

커뮤니티 만들기



꼭대기 장터

(2015년부터 창신마을넷 산하 꼭.장 기획단이 주도한 작은마을축제)



창신동 문화밥상!!



누나, 고마워요.

봉제 체험프로그램.

주민참여 전시프로그램.

추억의 영화극장.

행복한 문화밥상.



세 개의 징검대는 역사, 문화, 예술교육을 상징합니다.

주 제 발 표 3

생활문화를 통한 마을공동체 재생사례: 부여군 사례를 중심으로

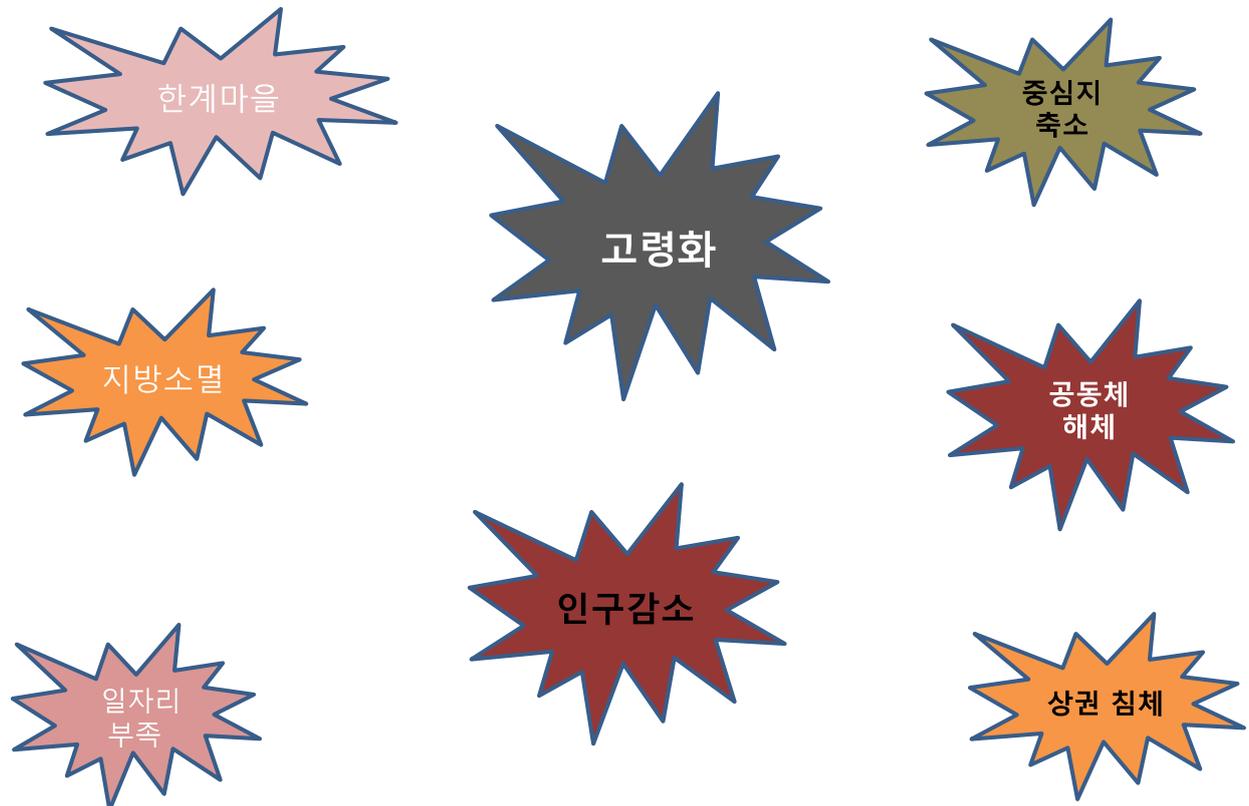
노 재 정 | 충남 부여마을문화학교 상임이사

생활문화를 통한 마을공동체 재생사례

-부여군 사례를 중심으로-

노재정(부여마을문화학교상임이사)

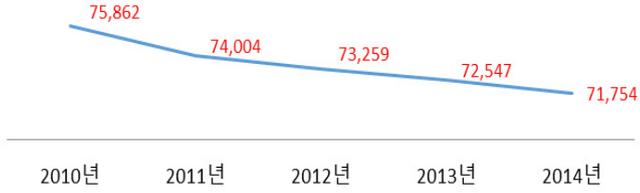
부여가 당면한 문제



부여군의 인구 구조 및 사회학적 변화

인구변화추이

- 최근 인구추이를 살펴보면, 부여군의 전체 인구는 감소추세 (2017년 9월 현재 69,502명 .인구 최고점 1964년 195,873)

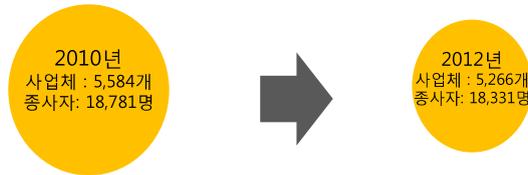


인구구조의 변화

- 2014년을 기준으로 15~64세의 생산연령인구가 62.3%, 65세 이상의 노령 인구가 28.0%인 **초고령 사회**

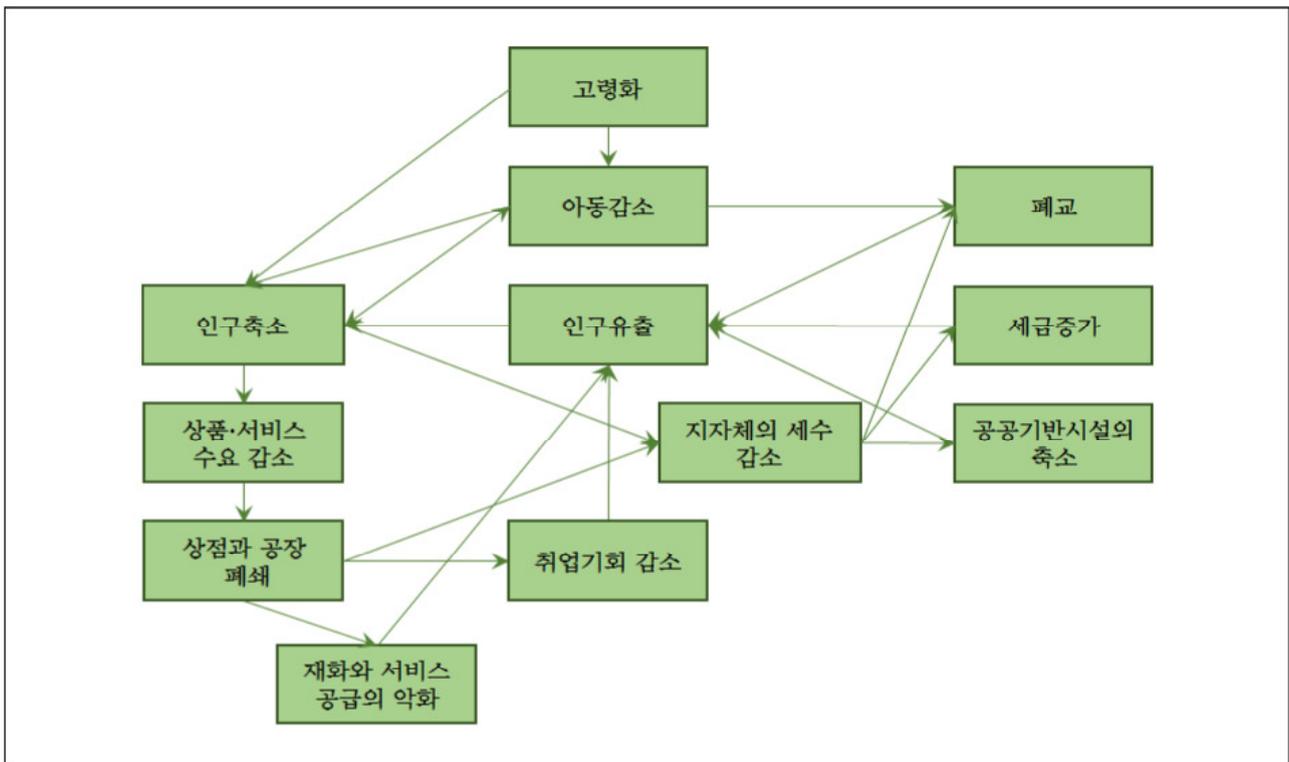
사업체 종사자 수

- 중심 상권 사업체 및 종사자 수 감소



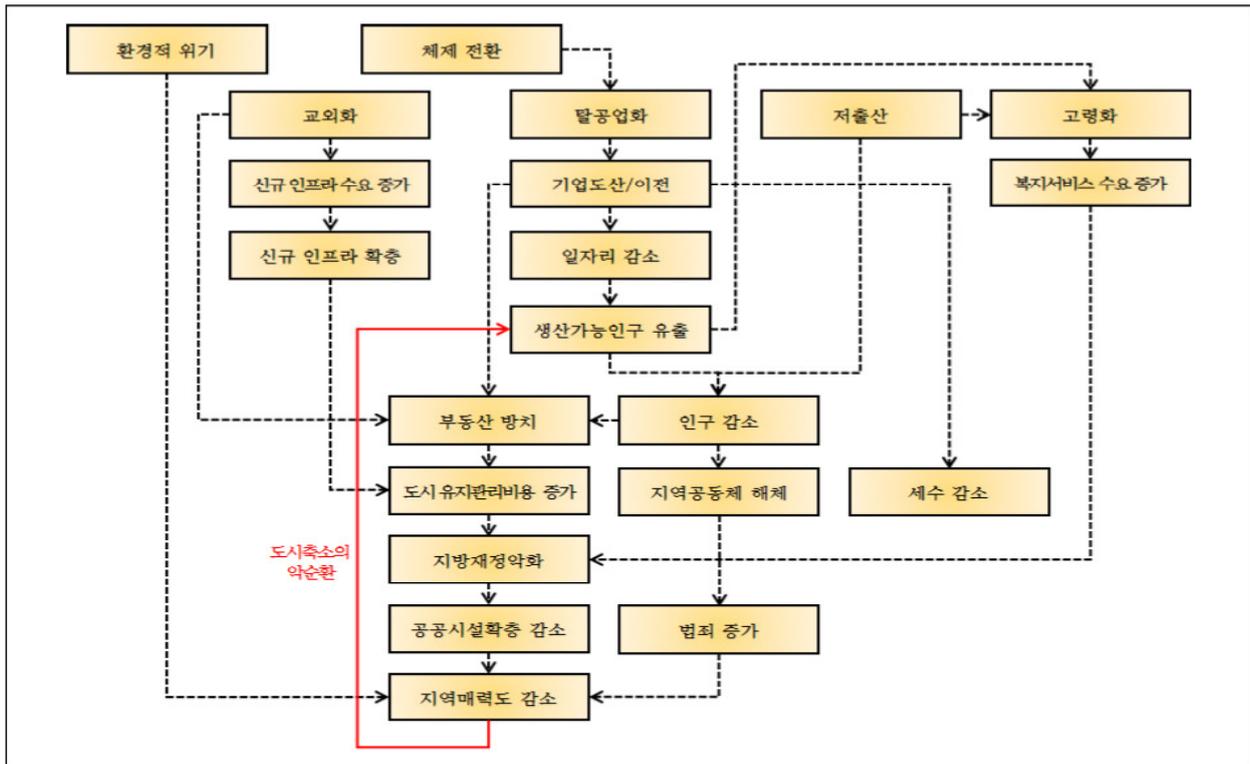
[3]

고령화가 지역사회에 미치는 영향



출처: 저성장시대 도시축소와 정책방안 연구, 구형수

도시축소의 매커니즘

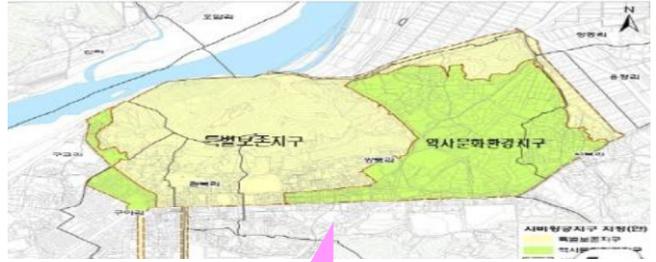


출처: 저성장시대 도시축소와 정책방안 연구, 구형수

부여군상권활성화사업을 통해서 본 생활문화공동체 사례

부여 중심상권축소 진행 원인

- 부여군 인구감소 및 상인 고령화
- 고도보존 사업으로 인한 상권 축소
- 규암면 대규모 주거지 조성
- 부여롯데아울렛 입점



부여 중심상권 연령분포

구분	중앙시장 구역		부여시장 구역		터미널 인근 구역		전체 구역		
	빈도	백분율	빈도	백분율	빈도	백분율	빈도	백분율	
상인 연령	20대	7	1.9%	1	1.1%	-	-	8	1.5%
	30대	46	12.3%	6	6.8%	5	8.6%	57	11.0%
	40대	105	28.1%	7	8.0%	8	13.8%	120	23.1%
	50대	116	31.0%	25	28.4%	16	27.6%	157	30.2%
	60대 이상	100	26.7%	49	55.7%	29	50.0%	178	34.2%
	합계	374	100%	88	100%	58	100%	520	100%

전국 5대 시장 중 하나였던 부여시장을 비롯하여
부여군의 경제를 이끌어 왔던 부여 중심상권의 침체



부여 상권활성화사업 소개

사업 비전

상생과 혁신의 백제담은 상권 조성을 통한
상권 활성화와 지역경제 동반성장 견인

사업 목표

지역 커뮤니티기반 한 상생 순환 상권 조성
역사문화자원에 기반한 관광상권으로 혁신

추진 전략

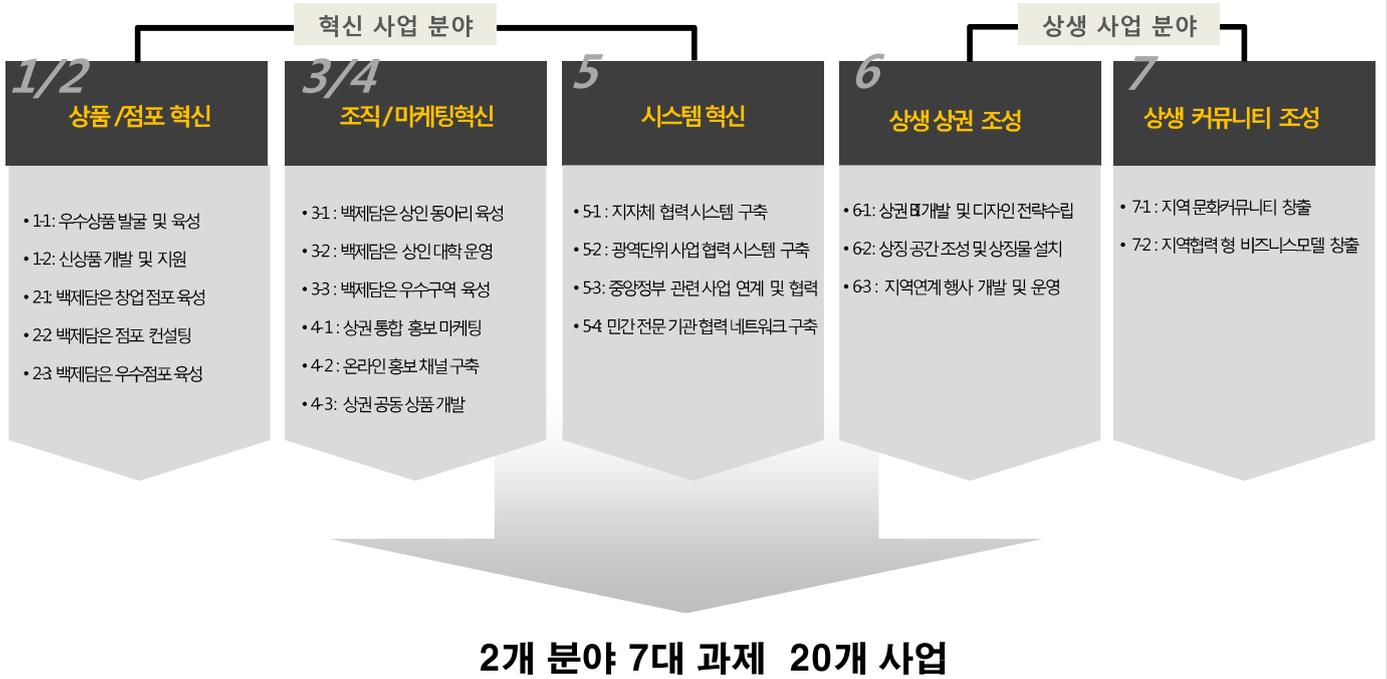
상인주도의혁신을
통한상권 경쟁력 확보

관광수용태세 확충을
통한 관광상권으로 혁신

차별화와 협력을
통한 상생 상권 조성

부여 상권활성화사업 소개

사업기간: 2014년~2016년
사업예산: 총 21억



구역별 육성 방향



사례1: 지역문화공동체 창출 사업

[추진 배경]

- 상인 공동체의식 부족
- 상인간의 경쟁의식 심화
- 낮은 직업적 자존감
- 여가를 위한 시간 부족
- 지역과 상권과의 소통

사업 내용

3년간 4개 상인 동아리 지원

부여시장 난타, 부여중앙시장 생활체조, 새탐말 바투카다, 청년상인 캘리크라피, 부여시장 라디오



사업 내용

상인 직접 문화행사 기획 지원

1차년도 부여중앙시장 설날 행사, 2~3차년도 백제문화제 연계, 백마강달밤시장



사업 효과

- 상인간 만남과 유대 강화
- 상인 공동체 강화
- 지역과 문화적 소통 증대
- 상인 주도성 및 자율성 강화

사례2: 지역기반 비즈니스 모델 발굴

시장 내 문화공간 조성

여행자 안내센터, 라디오방송국, 전통주카페 조성



17

문화공간을 활용한 프로그램 운영

문화교육프로그램, 시장체험프로그램



18

사업 효과

- 지역민과 상권과의 소통강화
- 상권(시장)이 갖는 문화적 장소성 회복
- 지역과 상권의 공동체성 강화

사례3: 청년창업 점포 육성 사업

[추진 배경]

- 기존 상인 고령화
- 상품 구색 다양화
- 상권의 혁신 동력 확보

사업 내용

청년 창업팀 3년간 25팀 창업 육성
'부여시장 12팀, 부여중앙시장5팀, 부여상권7팀'



21

사업 효과

- 젊은 고객에 맞는 상품 및 서비스 제공
- 고령화 및 침체된 상권에 활력부여
- 상권 및 지역과 연계 협력 사업
- 자발적이고 혁신적인 활동

사업을 추진하면서 발생한 문제점

- 청년 창업자들과 상인들과의 갈등
- 청년창업자들과 건물주와의 갈등
- 청년창업자들과 행정과의 갈등
- 청년창업자들과 지역과의 갈등
- 청년 창업자들 사이에서의 갈등

문제의 원인 진단

- ▶ 청년이라는 외부 주체의 투입 과정에 있어 예상되는 갈등에 대한 예방책이 부족
- ▶ 청년간 공동체성과 일상적 관계 맺음에 대한 방향 제시 부족(경제적 성공 중심)

상권 재생과 일상의 생활문화

- ▶ 시장은 단순한 경제적 공간이 아니다
 - 시장이 갖고 있었던 경제적 역할 이외에 역사적 기억과 문화적 기억을 오늘에 어떻게 되살릴 것인가가 먼저 고민 되어야 하며
 - 자본주의가 강제하는 경제적 공간을 넘어서기 위해서는 상권이 갖고 있는 문화적 장소성을 회복시켜야 함
- ▶ 자본주의를 통해 잃어버린 공동체적 감수성의 회복이 필요
 - 신자유적 경제가 강제하는 문화적 감성(경쟁, 타율, 단절, 승자독식)을 넘어서 사회적 경제가 지향하는 문화적 감성(자율, 협력, 호혜)의 개발과 일상적 학습이 필요
 - 장소와 기억의 회복을 통한 문화적 동질성, 유대감, 정체성 강화와 새로운 일상적 관계의 복원과 창조를 위한 노력이 필요

지역 상권은 경쟁과 욕망의 공간이 아닌 모두에게
지금 보다 더 나은 삶을 위한 공간이 되어야 함

종합 토론

박 철 희 | 충남연구원 문화관광디자인연구부장

김 제 곤 | 충남문화산업진흥원 책임연구원

서 원 주 | 세종시 사회적기업 이음 대표

임 병 덕 | 충남문화예술협동조합 이사

토 론 문 1

김제곤 (충남문화산업진흥원 책임연구원)

주제발표에서 소개된 일본 나가하마, 창신동과 부여군의 사례에서 사회적경제와 문화영역 둘 다 앞으로 더 나아갈 수 있는 전략과 통찰을 읽어낼 수 있었다.

그러나 우선 '지역문화'와 관련된 익숙한 명제와 키워드들(주민주도, 공동체, 문화예술활동) 잠시 보류하고 한 가지 근원적일 수 있는 질문을 던져보자. "과연 지역은 있는가?" 이제 우리 사회에서 정치·경제·문화적 특성을 공유하는 것은 '공간'의 단위가 아닌 평소 즐겨 쓰는 SNS나 선호하는 TV 채널, 금수저 흙수저의 문제로 옮겨가지 않았다. '지역'을 구별하는 식별표는 4, 5년마다 다가오는 선거 개표방송의 지도에 칠해진 색깔 정도만 남은 것은 아닐까. '지역'을 자기 정체성의 하나로 받아들이는 사람은 지역명이 들어간 단체에 소속된 사람들 정도가 아닐까. 우리 주변 갑남을녀에게 '지역'이 그다지 중요한 문제가 아니라면 과연 '지역문화'라는 것은 어디서 존재론적 지위와 정당성을 얻을 수 있을까?

전지구적 네트워크망의 구축과 디바이스, 플랫폼의 발전 등으로 가치가 날로 상승하고 있는 콘텐츠산업은 아쉽게도 '지역문화'에 별로 관심을 두지 않는다.(소재에만 관심이 있다) 또한 보다 개인화·상품화 되어가는 대중문화는 일상에서 실체를 가진 존재 간 관계로부터 결락된 가벼운 유희꺼리에서 좀처럼 더 나아가지 않는다. 그러므로 우리는 콘텐츠산업과 대중문화의 뚜렷한 몇 가지 경향성으로부터 '지역문화'가 취해야 할 미덕과 특성을 거꾸로 추려낼 수 있을 것이다. 가령, 지역문화는 가장 가까운 사람들과의 관계와 활동에 집중한다. 비단 문화예술 활동에 한정짓지 않으면서 생활(문화) 속으로 더욱 착근하는 전략. 본래 '문화적'인 것은 남들과 다르게 보이고 싶은 차별화의 욕구, 지금 여기를 개선하고자 노력, 뻘한 것들을 다르게 보는 것에서 출발한다. 결론적으로 매일 얼굴을 마주하며 희노애락을 나누고, 때로는 소소한 경제적 실리가 오갈 수 있는 관계 안에서 '지역문화'의 시작과 끝이 있다. 이는 문화 영역에서 사회적경제의 패러다임과 방법론이 더욱 주목받아야 하는 이유이다.

처음의 질문으로 돌아가면, “지역은 문화적인 무언가로 배양되거나 존재하는 것들로 인해 정의되고 존재하게 된다”고 말하고 싶다. 지역문화란 오래전부터 전해 내려온 전통(혹은 근대)문화유산의 한 자락이나 관습 같은 것뿐만 아니라, 우연히 자리 잡고 유명세를 타게 된 동네 명물이나 인물, 취미활동, 명소 같은 것으로부터도 가능하며 여기에 문화 정책과 행정 이 놓치지 말아야 할 포인트가 있다. 가령 이제는 문화 행사가 진행될 때, 얼마를 들여 개최한 행사에 얼마의 사람이 모였느냐가 아니라, 어떤 누가 왔으며(단 한명이라도) 그 사람의 미래 가치가 어떻게 구현될 것인가에 집중해야 한다. 앞으로 점점 더 지역문화는 ‘미시적’인 시각에서, ‘내러티브’적으로 이해하려 할 때 포획되고 발전의 실마리를 찾을 수 있을 것이다. 그런 점에서 지속적인 활동을 가능하게 하는 사회적경제의 안전망과 동기부여, 다소 엉뚱해 보이는 시도와 실패를 용인해 줄 수 있는 관용성과 공동체라는 울타리, 많은 사람들의 참여를 촉구하는 사회적 가치를 함양해야 우리의 지역문화는 나름의 개성을 찾으며 건강하게 뿌리내릴 수 있을 것이다.

토 론 문 2

서원주 [사회적기업 예술창작소 이음 대표]

1. 토론에 앞서

현재 우리나라의 사회적경제 활동은 자신들의 생태계와 사회환경에 맞춰 정체성과 방향성이 정립되어진 국가 및 문화권에 비해 아직은 다양한 활동과 시도를 통해 우리나라에 최적화된 사회적경제 형태를 만들어가는 과정이라고 생각합니다. 그 과정안에서 정책적으로 활발한 움직임이 있었던 실질적 경제에 밀접한 분야들은 그 성숙도가 높아져있는 반면, 공동체 및 지역사회 기여를 목적으로하는 실질적 사회적경제의 핵심이 되어야하는 분야의 성숙도는 매우 낮다고 생각되어집니다.

오늘 포럼에서 다루는 지역문화 활성화에 대한 부분이 후자에 해당되어집니다. 발표되어지는 부여군의 시장상권의 문화적 측면에서의 접근이나 아트브릿지가 주축이 되어 진행되고있는 창신동 마을(도시)재생의 문화적 접근 모두 훌륭한 사례라 생각되어집니다. 하지만 사회적경제 영역 안에서 문화는 이제 걸음마를 떼고 있는 단계라는 생각에서 좀더 원론적인 이야기와 이 분야에 해당하는 문화예술인들의 역할과 태도에 집중하여 이야기하고자 합니다. 아무쪼록 우리가 속한 사회적경제에서의 문화라는 분야에서 많은 이야기를 나눌 수 있도록 발제해주신 아트브릿지 신현길 대표님, 부여상권활성화재단 노재정 매니저님, 충남연구원 전지훈 초빙책임연구원님께 감사의 말씀드립니다.

저는 오늘 포럼과 토론을 통해 사회적경제 안에서 우리는 어떤 준비와 활동을 해야하는지, 그리고 문화라는 요소가 지역에 어떠한 사회적경제 비전을 제시할 수 있는지에 대해 집중해 보고자 합니다.

2. 고민 : 서울 창신동과 충남 부여군 사례를 통해

1) 지역사회에서의 문화예술에 대한 원론적 고민

아트브릿지의 서울 창신동 사례는 도시재생, 마을공동체 그리고 최근 많은 관심을 받고 있는 도시재생 뉴딜정책에서의 화두가 되고있는 '문화재생과 지역문화공동체만들기'의 선두점에 서있는 한국형 성공사례가 아닐까합니다. 제가 한국형 성공사례라고 이야기하고 있는 가장 큰 이유는 해외 성공사례를 결정적 모델로하는 우리 사회의 인식 때문입니다. 사회적경제 관점 안에서 중요한 것은 성공사례의 벤치마킹을 통한 성공사례의 재창출이 아닌 각 지역 시민사회의 공감대 형성에서 창출되는 성과가 아닐까합니다.

우리가 흔히 지역문화에 대한 이야기를 할 때 빠지지않고 등장하는 단어가 바로 주민참여형, 주민주도형이라는 두 단어입니다. 지역문화의 성공사례를 찾는데 있어 실제 문화예술을 향유하는 지역의 주민들이 '참여하였는가?' 또는 '주도하였는가?'라는 질문이 그 사업의 성공과 실패를 판단하는 매우 중요한 기준이 되었습니다. 물론 문화를 소비하고 체험하는 주민이 지역문화를 만들어내는데 참여하고 주도하는 형태보다 이상적인 것은 없다고 생각합니다. 하지만 과도기적 현 상황과 성숙단계로 가기위해 다양한 모색을 시도하고있는 시점에서 성공사례들의 완성된 기준으로 모두를 판단하기에는 무리가 있다고 봅니다. 마치 성장하는 아이에게 성인사회의 잣대를 들이대는 획일화된 기준점이라는 생각이 들기 때문입니다.

예를들어 유럽의 다양한 성공사례들은 주민의 역량이 충분히 축적된 사회에서 삶의 질에 대한 관심이 문화적 관점으로 접근되었을 때 건강한 지역문화가 정립되고 이를통해 지역 사회에 다양한 파급효과를 가져올 수 있는 문화산업 또는 사회공동체들이 직접 참여하는 축제 등이 성과물로 나타나 그 성과점이 다시 지역사회로 오롯이 공유되는 순차적 과정입니다. 그 과정에서 수없이 많은 실패와 재시도가 이루어집니다.

또는 결과는 비슷하지만 그 과정과 방법에서 차이가 있는 일본은 각 마을마다 그 마을을 대표할 수 있는 장인문화가 있고 그 문화를 지역문화로 확대시켜주는 '마쓰리'문화가 있습니다. 일본의 '마쓰리'는 마을축제가면서도 하나부터 열까지 주민들이 준비하고 만들어내는 것을 원칙으로 하는 공동체 문화입니다. 그 마을의 대표적인 콘텐츠를 '마쓰리'라는 주민 참여활동을 통해 확산시키고 발전시키는 형태입니다. 그리고 그 성과물은 지역문화를 통해

마을의 공동체의식과 경제적 산물로 선순환되는 구조를 갖게됩니다. 이또한 다양한 형태의 문제들을 안고있지만 그간의 과정들을 통해 얻은 경험치는 문제해결의 근간이 되어줍니다. 그들 역시 충분한 시간안에서 과정을 진행해왔기에 지금의 성과들을 만들어낼 수 있었습니다.

이렇듯 각 국가와 지역들은 다양한 과정과 형태를 가지고 자신들만의 지역 문화를 만들어가고 있지만 우리나라는 가장 선두에 정책이 있습니다. 그리고 국가적 지원하에서 다양한 모델들이 만들어지고 시도되어집니다. 여기에서 해외 성공사례들에 대한 정보가 제공되어집니다. 우리나라의 실정에 맞는 조사·연구 또는 노하우를 쌓아가는 과정도 실패가 되어버리는 중간단계가 없는 벤치마킹이 시작되는 것이지요. 이론의 시작은 우리나라가 아닐지언정 그 이론을 우리나라에 적용시킬 때에는 충분한 정착과 최적화를 위한 과정이 필요합니다. 그런면에서 우리는 이미 만들어져있는 결론을 향해 나가야하는 것이 아니라 그 결론을 지향하더라도 지금은 그 과정을 만들어가야한다고 생각합니다.

우리 문화예술인들 역시 책임을 가지고 있습니다. 정책의 테두리 안에서만 활동하려는 모습을 가지고 있다는 것인데, 이는 문화예술분야 자체가 갖는 공공성을 스스로 인식한데서 오는 소극적 역할론이라 보여집니다. 사회적경제로의 진입 역시도 마땅히 받아야할 지원이라고 생각하는 것이 아니라 근본적으로 문화예술을 통해 사회적경제로 진입시 무엇을 할 것인지, 어떠한 목적성을 갖는지, 나아가서 나의 문화예술활동이 지역사회에서 어떤 담론을 형성할 수 있는지까지도 고민해야 지역사회에서의 문화적 공감대를 형성할 수 있다고 봅니다. 이러한 적극적 역할에서 좀더 공공적이고 주민들이 함께 참여할 수 있는 문화예술콘텐츠를 생산·기획함으로써 전문가와 주민들의 이해 폭을 좁히고 역할인식과 참여의 다각화를 통해 과정이 충분히 연습되어진다면 우리 사회에 가장 적합한 주민주도형 지역문화가 만들어질 수 있지 않을까 생각되어집니다.

2)문화예술의 지역경제로의 이식

부여군의 시장사업을 보면서 지역경제로의 문화예술의 진입은 위의 공공적이고 원론적인 고민보다 훨씬 실질적이고 예민한 과제라 생각됩니다. 현재 전국의 다양한 시장사업에서 공통적으로 나타나는 문제점은 특성없는 문

화콘텐츠를 가진 시장 표방, 외부에서 유입된 청년창업자들에 대한 기존 상인들의 경계심과 이질감입니다. 소제목에서 정착이 아닌 이식이라는 단어를 쓴 의미도 이와 다르지 않습니다.

저는 여기서 두 가지의 이야기를 하고 싶습니다.

첫째, 지역특성에 대한 고민을 통해 지역을 문화적으로 대변할 수 있어야 합니다. 지역의 이야기와 지역의 문화적 특성을 기반으로 문화콘텐츠를 생산하고 그 가치를 통해 지역의 문화정체성을 확산시킬 수 있어야 한다는 것입니다. 이러한 지역에 대한 고민은 다양한 네트워크를 통해 활용되어지며, 자연스러운 지역사회와 경제적 영역으로의 진입을 유도할 것입니다.

두 번째는 청년창업자들에 대한 인식입니다. 부여의 사례에서뿐 아니라 푸드트럭 등에서도 청년창업자들은 문화적 관점으로 주민들에게 다가섭니다. 정확히 말하면 대부분이 문화적 측면과 사업적 측면 두가지 모두를 가지고 있습니다. 그렇기에 이들은 문화예술적 성향도 가지고 있습니다. 소비층이 이곳에 눈길이 가는 것은 어쩌면 당연할 수도 있습니다. 당연히 기존의 상인들은 생계에 관련된 문제이니만큼 첨예하게 대립할 수 밖에 없습니다. 이것은 기존상인과 청년창업자 양쪽에게 모두 양보하지 못할 이유라고 생각합니다. 단지 아쉬운 것은 청년창업자들을 소비계층이 선호한다하여 무조건 선진적, 혁신적으로 바라보는 사회의 시선입니다. 그 시선은 기존 상인들의 대안 또는 대책점으로 만들어버리는 부정적 결과를 낳습니다. 청년창업자들 역시 그런 구도를 원하지 않을 것입니다. 이들 역시 지역경제의 한 구성원이며, 상인이고 사업가이며 이 시대문화의 대변자이기도 합니다. 기존상인도 청년창업자도 모두 지역공동체에 필요한 자원임을 인식할 필요가 있습니다. 사회적경제의 핵심요소는 서로간의 이해와 배려를 통한 지역공동체 형성과 이를 통한 지역 사회에 대한 기여입니다. 공동체 형성의 필요성 인식과 장기적 관점에서 지역상권 활성화를 위한 서로간 이해와 배려, 그리고 지역사회로의 환원, 이 일련의 과정들이 다시금 지역경제로 돌아오는 순환적 구조임을 알아야 할 것입니다.

3. 맺음

우리는 아직 우리가 원하는 시민사회와 사회적경제를 온전히 경험해보지

못했습니다. 특히 문화예술분야는 사회적경제 측면에서 다른 분야들보다 후발주자임이 분명합니다. 하지만 그 자체가 가지고 있는 공공성과 사회에 대한 역할로 보았을 때 반듯이 지역사회와 함께 변화하고 발전하며 주민들의 곁에서 함께해야하는 요소임은 분명합니다. 지금은 그 과정을 온전히 경험해가고 각 지역의 특색과 문화적 정체성을 만들어가며 방향성과 필요성에 대한 담론을 형성해가고 있는 단계라고 생각합니다. 이미 문화적 주민참여가 성숙해지고 있는 곳이 있는가하면 아직은 공연을 보는 것으로 만족하는 지역도 있고, 문화라는 단어에 이질감을 느끼는 지역도 있습니다.

하지만 우리는 이러한 과정안에서 우리 사회와 지역을 위한 지역문화공동체의 올바른 성과물들을 도출해내기 위해 다양한 시도와 연습이 필요합니다. 그 과정에서 쌓이는 공감대와 경험치가 결과적으로는 우리 시민사회를 한층 성숙시킬 것이라 믿어 의심치않기 때문입니다.

사회적경제와 지역문화의 공존과 연계라는 쉽지않은 이야기를 시작할 수 있는 오늘의 토론이 분명 큰 씨앗이 될 것이며, 지속적으로 고민의 자리가 만들어졌으면 합니다.

토 론 문 3

임병덕 (충남문화예술협동조합 이사)

충남예술문화협동조합은 지역 문화예술 가치를 증진시키고 문화예술인들의 일자리를 창출하는 목적으로 2015년 설립하였습니다. 대표사업은 콘텐츠 제작으로 영상제작, 공연제작, 축제 제작, 인쇄 디자인을 하고 있으며 충남 유일의 민간 소극장을 운영하며 지역 문화예술 성장에 힘쓰며, 사회적기업가 육성사업, 예비사회적기업을 거쳐 현재 사회적기업 인증을 준비 중인 3년차 문화예술기업입니다.

충남에서 문화예술을 업으로 지역사회와 함께하며, 회사가 성장하고, 안정적인 일자리를 제공하고 싶은 새내기 기업의 바람을 적어 봅니다.

충남은 2013년 이후 제조업 성장 침체, 농업 쇠퇴, 서비스업 부진이라는 현실에 당면하였고, 도시재생, 문화도시 등 국책사업들에 문화&예술이라는 키워드가 속속 등장하여 문화, 예술 산업에 관심을 기울이고 있습니다.

그러나 충남 산업발전 10대 산업(2015년~2024년)에 “자동차 부품, 디스플레이, 화학소재, 금속소재, 기계부품가공, 이차전지, 청정에너지, ICT융합, 라이프케어, 기능성식품”이 지정되어 문화예술 관련 산업은 배제되어 있습니다.

2004년 국가균형발전 5개년 계획시 충남은 영상미디어산업을 시작으로 영상미디어, 디지털 영상콘텐츠산업으로 지속 성장시키며 충남의 지역산업으로 영상 산업을 육성하였지만, 이제는 그마저 빠진 상황입니다.

천안, 아산은 충남 인구의 40% 이상을 차지하고 있고, 인구증가가 지속적인 젊은 도시이며, 대학교가 많은 지역이지만, 고부가가치를 창출하는 지식기반 서비스 업체 비중은 7.4%에 불과하여 젊은이들이 원하는 직장과 미스매치 현상이 일어나고 있습니다.

2010년 지역별 고용조사에 따르면 충남 소재 대학졸업자 22.4%만이 충남지역 내에서 취업하여, 도내 고학력자의 타 지역 유출 비중이 지나치게 높습니다.

이런 현실을 타개하기 위한 첫 번째 방안으로 천안, 아산을 중심으로 지식서비스산업 육성 전략지역으로 지정하여, 충남 소재 대학졸업자가 지역 내에서 취업할 수 있는 여건 조성이 필요합니다.

두 번째 방안으로 문화예술 기업의 성장책입니다. 지방자치제의 대한민국은 국책사업을 통한 국비 확보에 많은 노력을 기울이고 있습니다. 하지만 국비는 하드웨어 중심 또는 믿을 수 있는 수도권 업체로 흘러가, 소프트웨어 중심의 지역 문화예술기업에게는 참여 기회가 적은 것이 현실입니다. 또한 실적 위주의 행정은 산업 육성이 아닌 창업 중심의 00개 창업의 현실 목표를 설정고 있으나, 창업과 산업 육성의 적정한 조율이 필요합니다. 실제 일자리 창출은 300~2000만원 창업 자금을 받은 1인 기업이 아닌 기업들이 맡고 있기 때문입니다. 도내의 문화예술기업 육성책 -> 좋은 일자리 창출 -> 기존 산업과 경쟁할 수 있는 창업의 선순환 구조가 일어날 수 있기를 기대합니다.

마지막으로 사회적경제와 지역의 결합입니다.

충남문화예술협동조합의 소셜 미션인 지역 문화예술 가치를 증진은 지역 콘텐츠 발굴이 1순위가 아닙니다. 지역 주민은 대중문화의 경험치가 적습니다. 서울의 인디밴드 문화도, 대학로의 소극장 문화도 충남에서는 누릴 수 없습니다. 지역의 문화예술기업은 지역주민에게 수도권 주민들이 누리는 문화예술 경험을 누릴 수 있도록 문화예술 기회 저변을 넓히고, 이를 통해 기업의 성장된 콘텐츠 제작력으로 지역의 특화 콘텐츠까지 만드는 것이 최종 목표인 것입니다.

사회적경제의 가치를 통해 지역 문화예술기업의 성장 -> 지역 주민의 문화예술 향유 기회 증진 -> 매출 성장 -> 양질의 일자리 창출의 선순환이 될 수 있는 충남을 기대합니다.

M E M O

A series of horizontal dotted lines for writing, spanning the width of the page.

