

충남연구원 세미나 개최(CNI 세미나 2017-052)

충남의 영상 문화거버넌스 구축을 위한 세미나

2017. 06. 23

일시 ■ 2017년 6월 23일(금), 14:00~ 16:00

장소 ■ 충남연구원 4층 회의실



프로그램

□ 주제

- 충남의 영상문화 관련 협의체 발족식에 맞춰 관련 기관들의 문화거버넌스 형성을 구축하기 위한 세미나 개최

행 사 순 서	행 사 내 용	시 간
개 회	사 회 : 정지은 책임연구원 (충남연구원)	14:00~14:10
발 제	각 15분	
주제 1	영상문화 향유권 확대를 위한 정책적 제언 : 작은영화관을 중심으로 발 표 : 채지영 연구위원(한국문화관광연구원)	14:10~14:25
주제 2	지방 소도시에서의 영상문화 활성화 사례 : 일본 나라시를 중심으로 발 표 : 정인선 박사(동경대)	14:25~14:40
주제 3	충남 영상문화 활성화를 위한 공동 사업 및 협력 방안 : 전북 사례를 중심으로 발 표 : 최성은 이사장(전국미디어센터협의회)	14:40~14:55
휴 식		14:55~15:05
자 유 토 론	좌 장 : 변재란 교수(순천향대학교) 토 론 : 김제환 팀장(충남도청 문화정책과) 김용훈 본부장(영화진흥위원회 기반조성본부) 허경 사무국장(전국미디어센터협의회) 장성각 본부장(충남문화산업진흥원) 구재준 센터장(서천기벌포영화관) 박정배 교수(청운대학교)	15:05~16:00
폐 회		16:00~

목차

■ 발제

제1주제 : 영상문화 향유권 확대를 위한 정책적 제언 : 작은영화관을 중심으로 1

채지영 연구위원 (한국문화관광연구원)

제2주제 : 지방 소도시에서의 영상문화 활성화 사례 : 일본 나라시를 중심으로 25

정인선 박사 (동경대학교)

제3주제 : 충남 영상문화 활성화를 위한 공동 사업 및 협력 방안 : 전북 사례를 중심으로 43

최성은 이사장 (전국미디어센터협의회)

■ 자유토론

좌 장 : 변재란 교수 (순천향대)

토 론 자 : 김제환 팀장 (충남도청 문화정책과)

김용훈 본부장 (영화진흥위원회 기반조성본부)

허경 사무국장 (전국미디어센터협의회)

장성각 본부장 (충남문화산업진흥원 경영기획본부)

구재준 센터장 (서천기벌포영화관)

박정배 교수 (청운대학교)

01

영상문화 향유권 확대를 위한 정책적 제언 : 작은영화관을 중심으로

채 지 영 연구위원

한국문화관광연구원 콘텐츠산업경제연구센터

영상문화 향유권 확대를 위한 정책적 제언

- 작은영화관을 중심으로

2017년 6월 23일

한국문화관광연구원

목 차

- I. 영상문화 향유의 지역간 격차
- II. 격차 해소를 위한 사업 : 작은영화관 건립
- III. 작은영화관 사업의 효과
- IV. 작은영화관 사업의 보완점

I . 영상문화 향유의 지역간 격차

1. 영상문화 향유의 지역간 격차

■ 영화 인프라의 지역적 편차 심화

- 2016년 기준 서울과 경기도는 영화관 수 43%, 스크린 수 44%, 좌석 수 44%, 영화매출의 49.9%를 차지함
- 충남의 경우 영화관 수 4.9%, 스크린 수 3.9%, 좌석 수 3.2%, 매출 3.6%에 불과함
- 전남의 경우 영화관 수 3.4%, 스크린 수 3.2%, 좌석 수 2.8%, 매출은 1.9%
- 제주의 경우 영화관 수 1.1%, 스크린 수 1.2%, 좌석 수 1.0%, 매출은 1.0%
- 영화향유의 지역적 편차가 심하게 나타남

■ 영화 인프라의 지역적 편차 심화

- 수도권에 집중된 영화상영 시설과 그에 따른 관객 집중 현상이 되풀이 되면서 영화관이 없는 기초 지자체는 상대적인 문화 소외 지역으로 남게 됨

2. 장르간 격차



5

Ⅱ. 격차 해소를 위한 사업

- 작은영화관 건립 사업

6

1. 작은영화관 현황

작은영화관의 시작

- 2010년 전북 장수군이 자체적으로 설립한 작은영화관이 기초가 되어, 2013년부터 전국 기초 지자체에 본격적으로 설립되기 시작함

작은영화관의 지속적인 증가

- 2016년 상반기에 21개까지 증가하였고, 2017년 현재 총 27개가 개관하였음
- 향후 총 100여 개에 이르는 극장 부재 기초지자체에 작은영화관 설립을 목표로 하고 있어, 작은영화관은 향후 지속적으로 확대될 전망이다

작은영화관 설립 및 운영을 통해 지역 문화 향유에 기여함

- 국가와 지자체가 인구 2만~10만 명 미만의 극장 부재 기초지자체에 상설 상영관 조성
- 지역 영화 향유권의 격차를 해소를 목적으로 하며, 이를 통해 지역민의 문화생활 증진을 꾀함
※ 1인당 영화관람 횟수 서울 6회 vs. 전남 2회

7

1. 작은영화관 설립 현황

작은영화관 연도별 건립 현황 및 전국 분포도



8

1. 작은영화관 설립 현황

번호	지역 구분		극장 명	인구 (2016년 기준)	설립 연도	관 수	전체 좌석수	관별 좌석수
	광역시·도	시군						
1	전라북도	장수군	한누리시네마	23,254	2010.11	2	90	36/54
2	전라북도	김제시	지평선시네마	88,347	2013.09	2	99	65/34
3	전라북도	임실군	작은별영화관	29,306	2013.09	2	94	39/55
4	강원도	홍천군	홍천시네마	70,019	2014.04	2	98	57/41
5	전라북도	무주군	산골영화관	25,030	2014.06	2	98	57/41
6	전라북도	고창군	동리시네마	59,767	2014.06	2	93	62/31
7	전라북도	부안군	마실영화관	57,184	2014.08	2	99	54/45
8	전라북도	완주군	완주흥시네마	95,496	2014.10	2	90	36/54
9	강원도	화천군	산천어시네마	26,702	2014.12	1	125	-
10	인천광역시	강화군	강화작은영화관	67,646	2015.02	1	87	-
11	전라북도	진안군	마이골 작은영화관	26,156	2015.07	2	98	55/43
12	강원도	영월군	영월시네마	40,038	2015.08	2	146	47/99
13	울산광역시	울주군	알프스시네마	219,225	2015.10	1	109	-
14	전라남도	장흥군	장남진시네마	40,884	2015.10	2	99	60/39
15	강원도	평창군	평창시네마	43,256	2015.12	2	97	55/42
16	경상북도	고령군	대가야시네마	34,454	2015.12	2	97	53/44
17	전라북도	순창군	천재의공간 영화산책	29,368	2015.12	2	149	101/48
18	충청남도	서천군	기벌포영화관	56,429	2016.01	2	154	59/95
19	전라남도	고흥군	고흥작은영화관	68,181	2016.02	1	89	-
20	경상북도	영양군	영양작은영화관	17,764	2016.03	1	99	-
21	경상남도	남해군	보물섬시네마	45,479	2016.03	1	94	-
8개 광역시·도의 21개 시·군						36	2,322	

9

1. 작은영화관 설립 현황

작은영화관 건립비 현황

- 21개 작은영화관 평균 건립비는 약 13억 원
- 건립비는 매년 증가함 (수정평균 기준)
 - 7억 원(2010년)→8.37억 원(2013년)→8.42억 원(2014년)→9.3억 원(2015년)→14.5억 원(2016년)
- 10억 원 이상 건립비가 드는 영화관 비율이 높아지고 있음
 - 2014년 20% (1개소/5개소)⇒2015년 62.5% (5개소/8개소) ⇒ 2016년 75% (3개소/4개소)
- 신축인 경우, 40억 이상의 건립비가 소요됨 (영월 44억, 순창 45억)

연도	건립비	총액	평균	수정평균	비고
2010년	장수 7억	7억	7억	7억	
2013년	김제 10억, 임실 8.9억, 완주 6.3억	25억	8.37억	8.37억	
2014년	홍천 7.8억, 무주 8.4억, 고창 7.5억, 부안 8.4억, 화천 10억	42억	8.42억	8.42억	
2015년	강화 9억, 진안 18.1억, 영월 44억, 울주 10.4억, 장흥 12.7억, 평창 7억, 고령 8.3억, 순창 46억	155억	19.4억	10.9억	영월, 순창 제외 (신축)
2016년	서천 20억, 고흥 11.5억, 영양 2억, 남해 12.1억	34억	11.4억	14.5억	영양 제외 (기존시설 사용)
총 계		275.4억	13.1억	10.2억	

10

2. 작은영화관 운영 현황

개관 첫 해 매출 및 수익분석 (월평균 순)

지점(개관연도)	운영 개월수	매출	월평균 매출	지출	월평균 지출	순이익	월평균 순이익
영양(16.03.)	4	30,948,000	7,737,000	43,748,492	10,937,123	-12,800,492	-
임실(13.09.)	4	40,623,546	10,155,887	54,053,032	13,513,258	-13,429,486	-
평창(15.12)	1	17,518,000	17,518,000	27,956,820	27,956,820	-10,438,820	-
화천(14.12.)	1	22,377,300	22,377,300	4,562,829	4,562,829	144,064	144,064
고령(15.12.)	1	22,674,000	22,674,000	38,686,019	38,686,019	-16,012,019	-
완주(14.10.)	3	81,150,000	27,050,000	70,651,121	23,550,374	10,498,879	3,499,626
무주(14.06.)	7	192,817,700	27,545,386	150,006,836	21,429,548	42,810,864	6,115,838
진안(15.07.)	6	174,722,440	29,120,407	149,463,620	24,910,603	25,258,820	4,209,803
남해(16.03.)	4	121,443,000	30,360,750	111,523,523	27,880,881	9,919,477	2,479,869
부안(14.08.)	5	159,128,510	31,825,702	164,457,881	32,891,576	-5,329,371	-
고창(14.06.)	7	229,609,780	32,801,397	187,130,007	26,732,858	42,479,773	6,068,539
장흥(15.10.)	3	105,241,300	35,080,433	102,789,119	34,263,040	2,452,181	817,394
서천(16.01.)	6	218,536,496	36,422,749	206,018,696	34,336,449	12,517,800	2,086,300
김제(13.09.)	4	163,000,000	40,750,000	153,561,000	38,390,250	9,439,000	2,359,750
홍천(14.04.)	9	369,940,413	41,104,490	322,250,445	35,805,605	47,689,968	5,298,885
고흥(16.02.)	5	214,000,000	42,800,000	210,914,270	42,182,854	3,085,730	617,146
강화(15.02.)	11	477,344,300	43,394,936	371,011,770	33,728,343	106,332,530	9,666,594
영월(15.08.)	5	219,995,574	43,999,115	189,044,249	37,808,850	30,951,325	6,190,265
순창(15.12.)	1	54,142,500	54,142,500	52,760,239	52,760,239	1,382,261	1,382,261
총 평균	4.6	153,432,256	31,413,687	137,399,472	29,596,185	15,102,766	3,038,310

※ 장수는 2010년 개관하여 제외함

※ 올주는 매출이 일부분만 반영되어 제외함

11

2. 작은영화관 운영 현황

개관 2년차 매출 및 수익 분석 1 (월평균 순)

지점(개관연도)	운영 개월수	매출	월평균 매출	지출	월평균 지출	순이익	월평균 순이익
임실(13.09.)	12	269,636,825	22,469,735	243,351,599	20,279,300	26,285,226	2,190,436
고령(15.12.)	6	153,087,500	25,514,583	140,134,662	23,355,777	12,952,838	2,158,806
진안(15.07.)	6	164,039,000	27,339,833	157,196,165	26,199,361	6,842,835	1,140,473
순창(15.12.)	6	178,852,395	29,808,733	164,805,281	27,467,547	14,047,114	2,341,186
평창(15.12.)	6	182,965,000	30,494,167	176,817,585	29,469,598	6,147,415	1,024,569
무주(14.06.)	12	393,724,500	32,810,375	310,969,069	25,914,089	82,755,431	6,896,286
완주(14.10.)	12	440,859,500	36,738,292	408,638,858	34,053,238	32,220,642	2,685,054
장흥(15.10.)	6	221,095,000	36,849,167	196,741,315	32,790,219	24,353,685	4,058,948
부안(14.08.)	12	459,904,700	38,325,392	401,214,866	33,434,572	58,689,834	4,890,820
강화(15.02.)	6	245,182,400	40,863,733	202,660,167	33,776,695	42,522,233	7,087,039
화천(14.12.)	12	499,323,400	41,610,283	440,029,355	36,669,113	59,294,045	4,941,170
영월(15.08.)	6	258,999,300	43,166,550	235,216,374	39,202,729	23,782,926	3,963,821
홍천(14.04.)	12	528,840,100	44,070,008	432,726,100	36,060,508	96,114,000	8,009,500
고창(14.06.)	12	549,061,681	45,755,140	466,522,834	38,876,903	82,538,847	6,878,237
김제(13.09.)	12	609,830,000	50,819,167	465,059,000	38,754,917	144,771,000	12,064,250
총 평균	9	343,693,427	36,442,344	296,138,882	38,564,285	47,554,538	4,688,706

12

2. 작은영화관 운영 현황

개관 2년차 매출 및 수익 분석 2 (월평균 순)

지점(개관연도)	운영 개월 수	매출	월평균 매출	지출	월평균 지출	순이익	월평균 순이익
임실(13.09.)	12	269,636,825	22,469,735	243,351,599	20,279,300	26,285,226	2,190,436
무주(14.06.)	12	393,724,500	32,810,375	310,969,069	25,914,089	82,755,431	6,896,286
완주(14.10.)	12	440,859,500	36,738,292	408,638,858	34,053,238	32,220,642	2,685,054
부안(14.08.)	12	459,904,700	38,325,392	401,214,866	33,434,572	58,689,834	4,890,820
강화(15.02.)	6	245,182,400	40,863,733	202,660,167	33,776,695	42,522,233	7,087,039
화천(14.12.)	12	499,323,400	41,610,283	440,029,355	36,669,113	59,294,045	4,941,170
홍천(14.04.)	12	528,840,100	44,070,008	432,726,100	36,060,508	96,114,000	8,009,500
고창(14.06.)	12	549,061,681	45,755,140	466,522,834	38,876,903	82,538,847	6,878,237
김제(13.09.)	12	609,830,000	50,819,167	465,059,000	38,754,917	144,771,000	12,064,250
총 평균	11	444,040,347	39,273,569	374,574,650	44,442,117	69,465,695	6,182,532

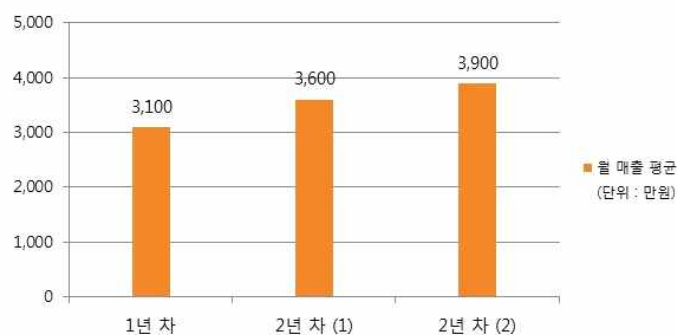
※ 개관 2년차라 하더라도 2015년 하반기에 개관하여, 2016년 6월까지 총 운영 기간이 1년 미만인 경우를 제외함

13

2. 작은영화관 운영 현황

개관 1·2년차 매출 및 수익 분석 3

- 개관 첫 해 차 월 매출 평균 : 약 3,100만 원
- 개관 2년차 월 매출 평균(1년 미만 운영점 포함) : 3,644만 원
- 개관 2년차 월 매출 평균 (1년 미만 운영점 미포함) : 3,974만 원
- 개관 첫 해 적자 : 영양, 임실, 평창, 장수, 고령, 부안 등 총 6개소
- 영양을 제외한 나머지 19개 소는 개관 2년 차에 흑자를 기록함
- 향후 3년 차 이후 성장트렌드 분석 필요



14

2. 작은영화관 운영 현황

작은영화관 운영 분석

- 개관 1년차 이후 경영 안정기 진입
 - 총 19개의 작은영화관 중 14개소에서 운영 개월 수와 관계없이 수익이 발생함
(개관 1년차 자료를 산출하기 어려운 울주와 장수를 제외하여 19개소 운영분석 하였음)
 - 영양, 임실, 평창, 고령, 부안 등 총 5개소의 작은영화관은 개관 첫 해에 적자를 기록하였으나, 개관 2년차에 접어든 15개소의 작은영화관은 전부 흑자를 기록하였으므로 개관 2년차 부터 경영 안정기에 진입하는 것으로 보임
- 지속적 수익 발생
 - 2016년 상반기를 기준으로 임실을 제외한 모든 작은영화관에서 수익이 발생하여, 작은영화관 운영이 안정화되고 있음을 알 수 있음

15

Ⅲ. 작은영화관 사업의 효과

16

1-1. 조사개요

조사 대상	• 작은영화관 이용객
조사 지역	• 인천, 울산, 강원, 경북, 경남, 충남, 전북, 전남
조사 방법	• 1:1 대면면접에 의한 설문조사
유효 표본	• 총 유효표본 1,149명
조사 기간	• 2016년 9월~10월
조사 내용	• 영화관람 실태 - 영화관람 장소, 거리, 시간, 횟수, 교통수단, 선택 이유 - 영화관람 시 하는 활동, 동행자 - 작은영화관 건립 전 후 영화관람 실태 비교 • 작은영화관 이용만족도 (만족, 추천, 재이용 의도) • 작은영화관 vs. 멀티플렉스 특성 비교 • 작은영화관 희망 시설 • 작은영화관 건립 후 삶의 변화 • Demo 요인(성별, 연령, 직업, 거주지역)

17

1-2. 응답자 특성

• 성별 : 유효 1117(97.2%), 결측 32(2.8%)
• 연령 : 유효 1127(98.1%), 결측 22(1.9%)
• 직업 : 유효 1079(93.9%), 결측 70(6.1%)

구 분				사례 수	%	구 분				사례 수	%
전 체				1149	100	전 체				1149	100
성 별	남	자		485	43.4%	지 역 별	장수			60	5.2%
	여	자		632	56.6%		김제			59	5.1%
연 령 별	10대			235	20.9%		임실			53	4.6%
	20대			199	17.7%		홍천			50	4.4%
	30대			216	19.2%		무주			50	4.4%
	40대			256	22.7%		고창			60	5.2%
	50대 이상			221	19.6%		부안			59	5.1%
직 업 별	학	생		294	27.2%		완주			60	5.2%
	주	부		185	17.1%		화천			49	4.3%
	회	사	원	304	28.2%		강화			60	5.2%
	농업·임업·수산업			58	5.4%		진안			49	4.3%
	자	영	업	83	7.7%		영월			54	4.7%
	무	직		32	3.0%		울주			56	4.9%
	기	타		123	11.4%		장흥			51	4.4%
							평창			53	4.6%
							고령			49	4.3%
							순창			38	3.3%
							서천			60	5.2%
							고흥			55	4.8%
							영양			55	4.8%
							남해			69	6.0%

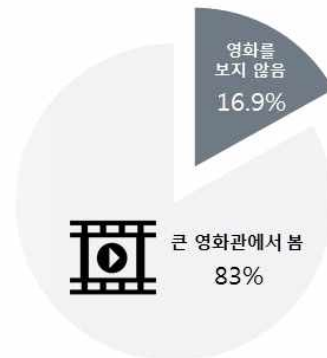
18

2. 영화 관람실태

작은영화관 건립 전 영화관람 장소

- 작은 영화관이 생기기 전 '가까운 멀티플렉스와 같은 큰 영화관에서 봤다'는 의견이 83%로 나타났으며, '영화관에서 영화를 보지 않았다'는 응답자도 16.9%나 되었음

	사례수	퍼센트
영화관에서 영화를 보지 않음	191	16.90%
가까운 멀티플렉스와 같은 큰 영화관에서 봄	938	83.00%
N	1129	
유효 결측	20	



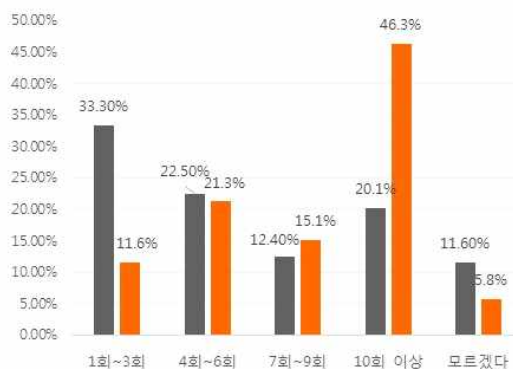
19

2. 영화 관람실태

작은 영화관 설립 전 · 후, 연간 영화 관람 횟수

- 작은 영화관 건립 전에는 연 1회~3회 정도 관람이 제일 많았으나(최빈치), 건립 후에는 연 10회 이상 관람이 46.3%로 가장 높게 나타나, 작은영화관 건립은 영화관람횟수 증가에 기여하였음

구 분	설립 전		설립 후	
	사례수	퍼센트	사례수	퍼센트
1회~3회	379	33.3%	133	11.6%
4회~6회	256	22.5%	244	21.3%
7회~9회	141	12.4%	173	15.1%
10회 이상	229	20.1%	531	46.3%
모르겠다	132	11.6%	67	5.8%



20

2. 영화 관람실태

작은영화관 관람 횟수

- 작은영화관 관람횟수를 조사한 결과, '오늘 처음 방문'은 7.9%이며, 63.4%이상이 재방문하였음
- 2회 이상 영화를 관람한 응답자를 대상으로 방문 횟수를 조사한 결과, 평균 8.8회로 나타남

구 분	사례수	퍼센트
오늘 처음 방문	90	7.9%
2회 이상	725	63.4%
모르겠다	327	28.6%

N 유효
결측

1142
7



21

2. 영화 관람실태

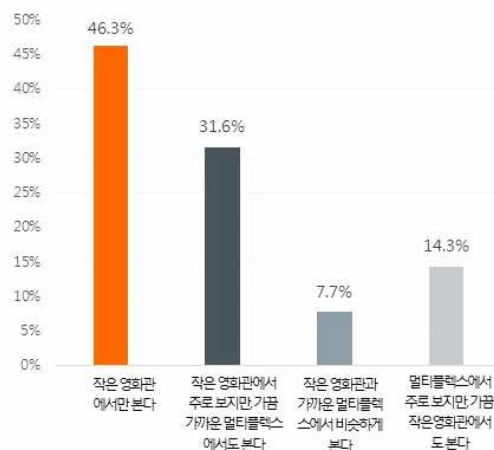
주 영화관람 장소

- 현재 주 영화관람 장소는 '작은영화관에서만 본다'는 비율이 46.3%이며, '작은영화관에서 주로 보지만 가까운 멀티플렉스에서도 본다'는 사람은 31.6%임
- 작은영화관이 주 관람 장소라고 답한 비율이 총 약 78%에 달함

구 분	사례수	퍼센트
작은 영화관에서만 본다	517	46.3
작은 영화관에서 주로 보지만, 가끔 가까운 멀티플렉스에서도 본다	353	31.6
작은영화관과 가까운 멀티플렉스에서 비슷하게 본다	86	7.7
멀티플렉스에서 주로 보지만, 가끔 작은 영화관에서도 본다	160	14.3

N 유효
결측

1116
33



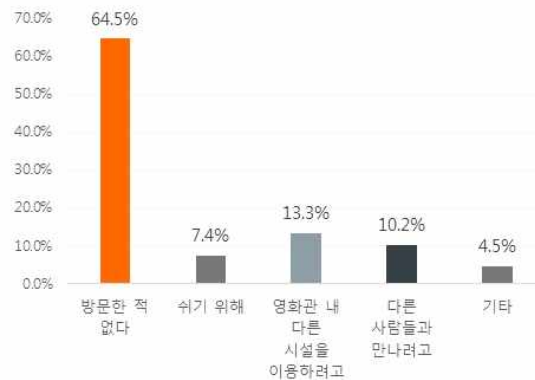
22

2. 영화 관람실태

영화관람 이외의 목적으로 영화관 방문 사유

- 영화관람 이외의 방문 목적이 있는지 조사한 결과, 64.5%가 '방문한 적 없다'고 답하였으나, 영화관 내 다른 시설을 이용하거나(13.3%), 약속이나 모임 장소(10.2%), 단순히 쉬기 위해서(7.4%) 등 35%정도가 영화관람 이외의 목적으로 영화관을 방문하였다고 답함
- 이는 영화관이 어느 정도 동네 사랑방 역할을 하고 있는 것으로 해석할 수 있음

구 분	사례수	퍼센트
방문한적 없다	697	64.5%
쉬기 위해	80	7.4%
영화관 내 다른 시설을 이용하기 위해	144	13.3%
다른 사람들과 만나려고 (약속·모임장소)	110	10.2%
기타	49	4.5%
N	1080	
유효 결측	69	

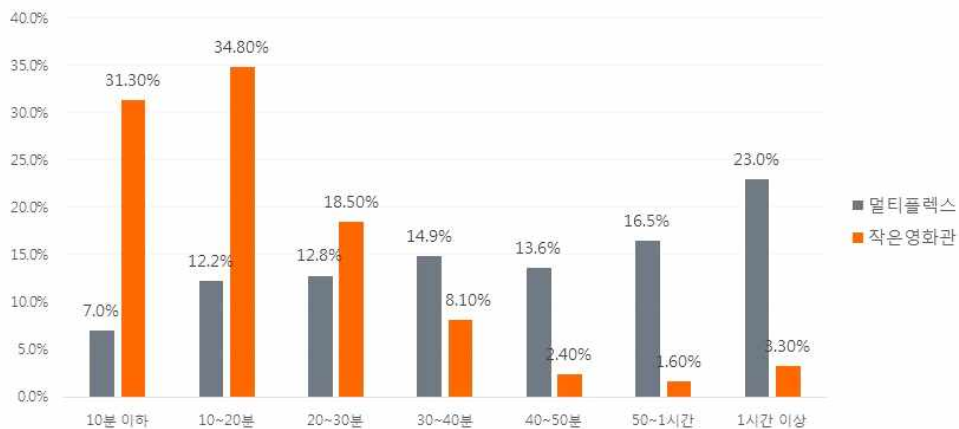


23

2. 영화 관람실태

영화관 접근성 (걸리는 시간)

- 멀티플렉스의 경우 40분 이상 걸린다는 응답이 53%가 넘으나, 작은 영화관의 경우 30분 미만인 약 85%에 달해, 멀티플렉스보다 작은영화관의 접근성이 우수함을 보여줌

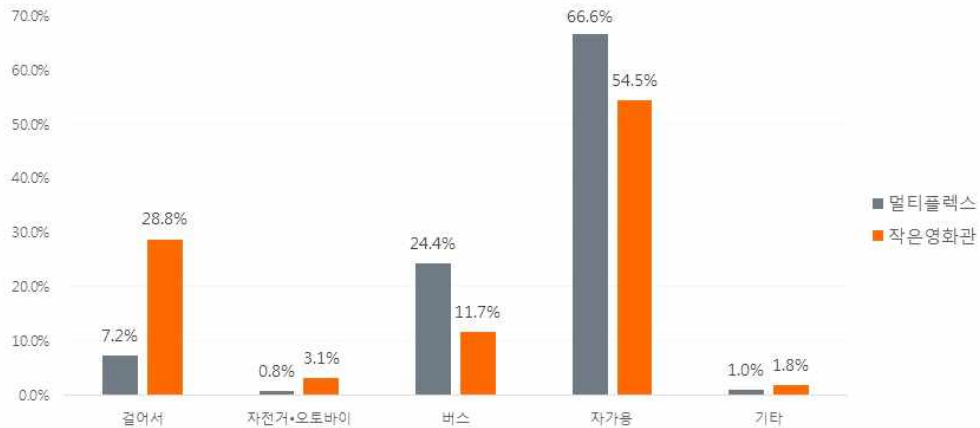


24

2. 영화 관람실태

교통수단

- 멀티플렉스의 경우, '자가용(66.6%)'과 '버스(24.4%)' 등 교통수단이 91%로 나타남
- 작은 영화관의 경우, '자가용'이 54.5%로 가장 높은 비중을 차지했으나 '걸어서'나 '자전거·오토바이'도 30%가 넘게 나타나, 작은영화관의 접근 편리성을 보여줌



25

3. 영화관 만족도

작은영화관 항목별 만족도

- 전체적으로 높은 만족도를 보였으며, 특히 '영화가격'에 대한 만족도는 최고로 나타남
- '영화가격' 외에도 '매점가격'이나 '주차', '친절', '접근성', '개봉시기' 등의 만족도가 높게 나타남
- 반면, '주변 놀거리(3.03)'나 '먹거리(3.01)'에 대해서는 낮은 점수를 보여, 주변 환경의 열악함을 보여줌
- '할인서비스'(3.43), '좌석'(3.91)이나 '음향 스크린(4.00)'도 다른 항목에 비해 높지 않게 나타남
- '영화 다양성(3.61)'도 매우 낮게 나타났는데 1~2개에 불과한 상영관 수로 인한 결과로 보임



	영화가격	매점가격	음향 스크린	좌석	주차	접근성	할인서비스	친절	다양성	개봉시기	주변 놀거리	주변 먹거리
평균	4.56	4.03	4.00	3.91	4.24	4.13	3.43	4.35	3.61	4.16	3.03	3.01
N	1122	1109	1114	1115	1119	1114	1074	1115	1114	1113	1111	1109
표준편차	0.764	0.986	0.961	1.062	0.983	1.075	1.249	0.86	1.14	0.969	1.224	1.199

26

3. 영화관 만족도

작은영화관 이용 만족도

- 작은영화관의 '이용만족도', '타인추천의향', '재이용' 등 모든 항목이 4점 이상으로 나타났음
- '재이용(4.51)'이 가장 높게 나타났으며, '추천(4.39)', '만족도(4.36)'가 뒤를 이었음

	평균	N	표준편차
작은 영화관 이용에 대해 만족한다	4.36	1139	0.801
작은 영화관을 다른 사람에게 추천하고 싶다	4.39	1131	0.774
기회가 된다면 다음에도 작은 영화관을 또 이용할 것이다	4.51	1130	0.715



27

4. 영화관 특성 비교

작은영화관 vs. 멀티플렉스 특성 비교

- '티켓가격'이나 '매점가격' 등 가격적인 측면에서 작은 영화관이 강한 경쟁력을 갖고 있음
- '접근성'과 '주차', '친절' 등도 작은영화관이 상대적으로 높은 점수를 보이고 있으며, '개봉시기'도 멀티플렉스와 큰 차이가 없음
- 그러나, '영화관 주변 놀거리'나 '먹거리' 등 주변 환경과 '영화의 다양성' 측면이 상대적으로 낮았음

구분	작은영화관		멀티플렉스	
	N	평균	N	평균
영화가격	1,122	4.56	980	2.42
매점가격	1,109	4.03	969	2.43
음향 스크린	1,114	4.00	971	4.07
좌석	1,115	3.91	974	3.79
주차	1,119	4.24	973	3.20
접근성	1,114	4.13	971	3.15
할인서비스	1,074	3.43	963	3.50
친절	1,115	4.35	968	3.69
다양성	1,114	3.61	968	4.16
개봉시기	1,113	4.16	965	4.25
주변 놀거리	1,111	3.03	969	4.04
주변 먹거리	1,109	3.01	969	4.09

28

5. 삶의 변화

작은영화관이 가져온 삶의 변화

- 작은 영화관 설립 후, '여가 즐거움(4.25)', '관람빈도(4.24)'가 높아졌으며 '삶의 여유(3.95)'가 생기고 전체적인 '삶의 질(4.0)'도 높아졌다고 느낌
- 또한 작은영화관으로 인해 '지역사회가 발전'하였으며(4.12), 그에 대한 '자부심(4.01)'과 '소속감(3.94)'도 높아짐



29

5. 삶의 변화

소비자 만족도 분석 결과

- 높은 이용 만족도
 - 작은영화관은 이용 만족도, 재이용, 타인 추천 의향 등 모든 항목에서 매우 높은 점수를 보였으며, 그 중 재이용에 대한 응답이 가장 높게 나타남
- 지역주민의 삶의 질 향상에 기여
 - 작은영화관 이용을 통해 여가의 즐거움, 삶의 여유가 증대되었으며 지역사회에 대한 자부심과 소속감이 높아졌다는 의견이 많았음
 - 이는 작은영화관이 지역사회주민의 생활 만족도에 긍정적 영향을 미칠 뿐 아니라 삶의 질을 제고하는 요인으로 작용하고 있음을 시사함

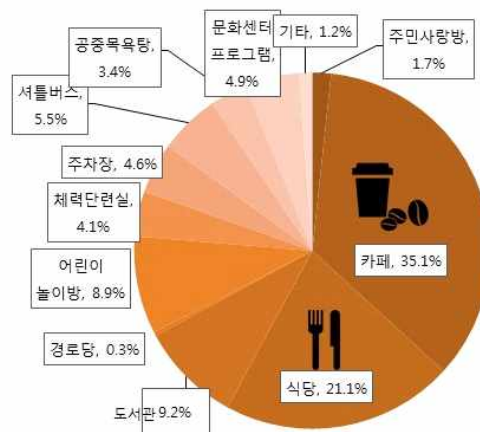
30

6. 작은영화관 희망시설

작은영화관 희망시설

- 작은 영화관에 함께 있으면 좋을 시설로는 '카페(35.1%)', '식당(21.1%)', '도서관(9.2%)', '어린이 놀이방(8.9%)', '서틀버스(5.5%)', '문화센터(4.9%)' 등이었음

구 분	사례수	퍼센트
주민사랑방	30	1.7%
카페	616	35.1%
식당	370	21.1%
도서관	161	9.2%
경로당	5	0.3%
어린이 놀이방	156	8.9%
체력단련실	71	4.1%
주차장	80	4.6%
서틀버스	97	5.5%
공중목욕탕	60	3.4%
문화센터 프로그램	86	4.9%
기타	21	1.2%



31

IV. 작은영화관 사업의 보완점

32

1. 건립 시 유의점

Ⅰ 입지 선정

- 지역민들의 생활권을 고려하여 지역주민의 접근성 및 이용편리성이 높은 곳에 입지
- 대중교통 이용의 편리성 (버스 정류장의 위치도 중요)
- 기초지자체의 중심에 위치
- 상권활성화 고려

Ⅰ 시설

- 작은영화관 건립은 지자체 관공서 유희시설을 리모델링한 곳이 대부분임
- 영화관 건립 경험이 전무한 비전문 지역 건축업자가 건립하여 문제가 발생
 - 좌석 간격, 냉난방시설, 환기, 동선, 조명, 엘리베이터, 에스컬레이터, 휠체어 경사 등 미비
- 영화관 건립은 영화관 시설 전문 건축업체에서 담당해야 함
- 비전문 건축업체일 경우, 조성과정에 필수적으로 전문 컨설팅을 받아야 함

33

2. 지역 일자리 창출

Ⅰ 인력 구성

- 작은영화관 운영 인력은 대부분 일용근로자(시간제)나 계약직임
- 21개관 작은영화관의 운영비와 인건비를 분석한 결과 인건비가 차지하는 비율은 평균적으로 32%로 나타났으며 전원 정규직 고용한 곳(29%)과 전원 계약직 고용한 곳(32%)의 인건비 비율의 차이는 크게 나지 않음
- 전원 정규직 채용을 운영 위탁의 조건으로 제시하거나, 장애인 고용을 확대를 의무화 하는 등 지역일자리 창출을 위한 노력을 기울여야 함

Ⅰ 지역 일자리의 질적 제고

- 또한 영사기사, 운영자 등은 전문인력을 고용하여, 지역 일자리의 질적 향상에 앞장서야 함

34

3. 작은영화관 공공성 강화

Ⅰ 공공영화관으로서의 작은영화관 역할에 충실

- 작은영화관은 극장 부재 기초 지자체에 국가와 지방자치단체가 조성하는 작은규모의 상설 영화관으로, 지역민의 문화생활 증진을 목적으로 조성되는 공공문화시설임
- 공공문화시설로서 작은영화관의 운영은 도시와 지역 간 영화 향유의 격차를 해소하고 지역민의 문화생활 증진을 꾀하는 데 기여하고 있음

Ⅰ 공공영화관으로서의 작은영화관 수익금 활용

- 작은영화관 수익금은 사적 회사의 수익금으로 처리되어서는 안되며, 작은영화관의 발전 및 지역문화발전에 활용되어야 함
- 수익금 활용에 대한 명확한 기준 마련 필요

35

4. 지역 문화생태계 발전을 위한 수익활용 방안

Ⅰ 수익 활용 계획 부재

- 2016년 상반기 운영결과 대부분의 작은영화관에서 수익이 나고 있으나 수익에 대한 구체적인 사용 계획은 1~2곳을 제외하고는 전무한 실정임
- 21개 중 15개 작은영화관을 운영하고 있는 작은영화관사회적협동조합은 2014, 2015년에도 수익이 났으나, 수익 활용 내역이 거의 없음
- 2016년에도 수익에 대한 구체적인 활용 계획이 제출되지 않았음

Ⅰ 수익 활용 계획 수립 필요

- 공공영화관으로서의 위상을 정립하기 위해서는 매년 전년도 수익에 대한 구체적인 활용 방안을 의무적으로 제출토록 해야 함
- 또한 다음 해에는 수익 활용 이행에 대한 관리 감독과 점검이 이루어져야 함
- 수익 활용은 지역문화발전에 활용함을 기본으로 함

36

5. 작은영화관 영화부금의 문제

■ 민간시장의 사회적 기여로 형성된 작은영화관 티켓 가격

- 작은영화관의 티켓 가격은 영화배급사 부금을 100% 보장하지 않는 것을 기반으로 책정된 가격이며(2016년 12월 초 현재 일반 영화단가의 69%만 지급하고 있음), 이는 현재 영화배급사 및 제작사의 사회적 공헌 사업으로 수용되고 있음
- 현재 작은영화관의 저렴한 티켓 가격은 민간 수익을 침해하면서 형성된 가격이라는 점에서 작은영화관 소비자 가격 및 영화단가 설정에 대한 재논의가 필요함

■ 민간시장 침해가능성 증대

- 작은영화관의 가격과 시설 경쟁력으로 지역민들의 문화향유제고라는 목적은 달성하였으나, 이로 인한 상업영화관의 관람객 및 수익 감소 가능성이 높아지고 있음
- 이용 편리성과 낮은 가격으로 인하여 도시 소비자들이 역으로 지역의 작은영화관을 이용하는 사례 증가
- 민간 영화 시장 질서의 혼란이 야기될 가능성이 높아지고 있음

37

5. 작은영화관 영화부금의 문제

■ 작은영화관 수익으로 인한 가격 재검토 요구

- 작은영화관의 수익이 증대되고 그 수익이 지자체의 세외수익 혹은 잡수익으로 처리되거나 위탁용역업체의 사적 수익으로 처리되고 있는 상황에서 민간 사업자들의 희생으로 형성된 작은영화관 가격을 지속하기 어려움
- 작은영화관의 경영 안정화가 이루어지면, 우선적으로 영화부금은 정상화 하는 것이 바람직함

38

IV. 영상문화 향유권 확대를 위한 제언

39

- 영상콘텐츠는 지역민의 여가 및 문화생활에 기여함이 큼에도 불구하고, 그 동안 예술이나 전통문화에 비해 정책적으로 소홀했음
- 새로운 정부에서 지역민의 영상문화 향유권 증대 정책은 지역을 기반으로 확대될 것임
- 그러나, 영상콘텐츠는 상업시장이 존재하는 콘텐츠로서, 콘텐츠의 배급을 시장에 의존할 수 밖에 없으므로, 기존 시장을 침해하는 경우 정책의 지속·확대는 불가능함
- 따라서, 기존 시장과 공존하는 범위 내에서 지역민 영상문화향유권 제고 방안 필요
- 정책 실행으로 인한 수익은 절대로 개별 사업자의 이익이 되어서는 안됨
- 작은영화관 사업의 공공성과 타당성을 유지하기 위해, 사업의 수익금은 작은영화관의 발전과 지역민 문화여가 발전에 활용되어야 함

40

בר
ע



02

지방 소도시에서의 영상문화 활성화 사례 : 일본 나라시를 중심으로

정 인 선 박사

동경대학교

지방 소도시에서의 영상문화 활성화 사례 : 일본 나라시를 중심으로

발표자 : 정인선



나라 (奈良)시 개요



- 인구 : 36만 여명
- 연간 관광객 1400만 명의 관광 도시
- 나라현 현청 소재지
- 오사카, 교토 인접

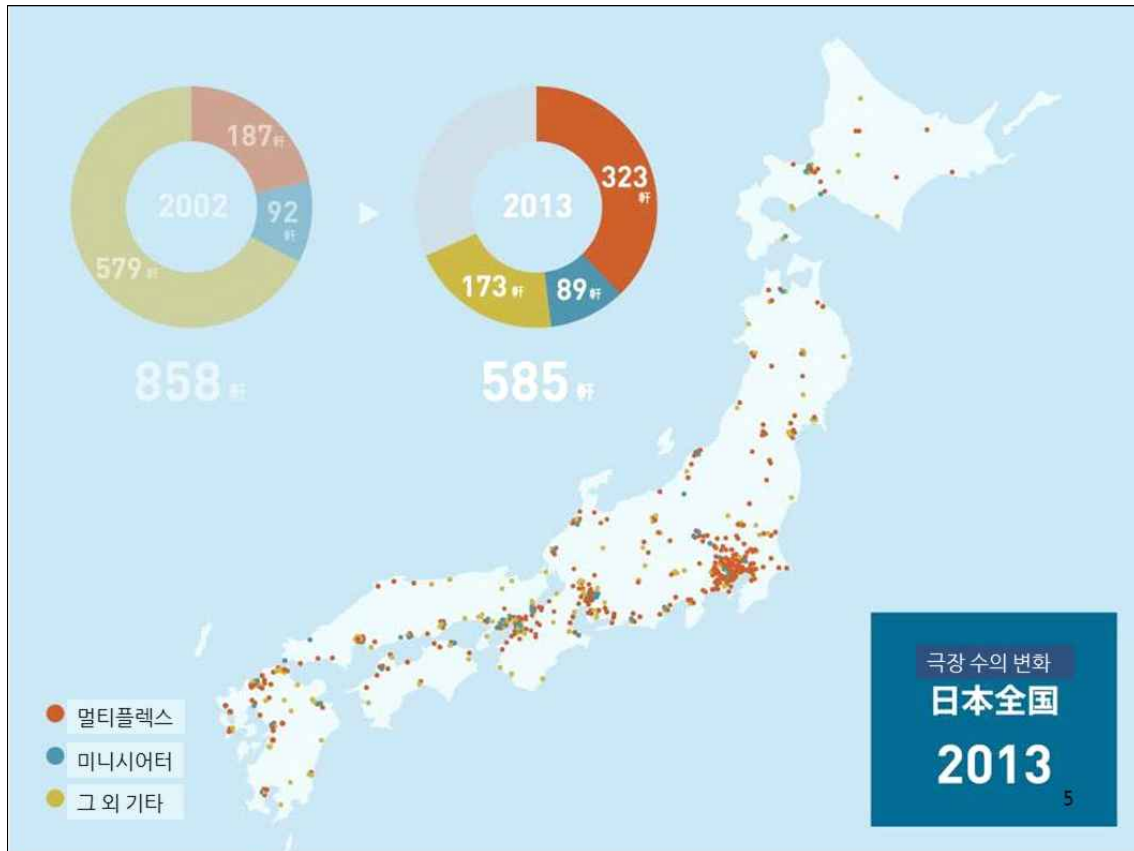
• 영화관이 한 곳도 없음

A. 일본의 영화관 공백 지역

〈일본 커뮤니티 시네마 회의(日本コミュニティシネマ会議)
자료(2015)에서

3





시민 영화관의 증가

- 다만, 미니시어터 수의 변화는 크지 않음.
- 폐관한 극장을 커뮤니티 스페이스로 재개관하는 사례가 증가.
- 마을 만들기 협의회, NPO 등의 공익법인 등 시민이 주체가 되어 ‘지역 활성화’, ‘마을 만들기’, ‘커뮤니티 강화’ 등을 목표로 재개관
- 2000년 이후 새롭게 문을 연 비멀티플렉스 극장 26곳 중 10곳이 NPO법인에 의해 탄생한 시민 영화관, 혹은 사회적 기업에 의해 운영 (2014년 기준)

9

어느날 남편이 영화관을 사왔다 : 도요오카극장(豊岡劇場)의 경우

- 효고현 북부의 도요오카: 인구 8만의 소도시
- 도요오카 극장은 1927년 개관.
- 당시 거리에는 4개 극장이 있었으나 2012년 도요오카가 폐관하면서 극장 공백 지역이 됨.
- 폐관의 가장 큰 원인은 디지털 시네마 도입 비용 문제



10

어느날 남편이 영화관을 사왔다 : 도요오카극장(豊岡劇場)의 경우

- 폐관 후 이시하라라는 영화 애호가에게 의해 극장이 인수, <도요게키 신생 프로젝트팀> 결성
- 2013년 9월, <일본 커뮤니티시네마 회의>에서 극장 재생 프로젝트의 기획서를 발표, 큰 호응을 얻음.
- 효고현립대학 경영학부 교수 및 학생들이 모여 지역 내에서의 영화관 비즈니스 모델을 함께 만들어나감
- 지역의 예술가들, 시네마클럽 등이 프로젝트 팀에 합류하여 공간 설계를 함께 구상
- 공간 수리 비용은 크라우드 펀딩으로 모금
: 110명에 의해 271만 6000엔이 모금 (기부자의 80%가 도요오카시 주민)
- 디지털 영사기 2대의 구입은 정보 보조금을 받아 1200만엔에 도입.
- 2014년 재개관

11

어느날 남편이 영화관을 사왔다 : 도요오카극장(豊岡劇場)의 경우

- 지역의 문화 거점으로서 낮에는 카페, 밤에는 바. 작은 홀은 이벤트에 이용. 로비에서는 여러가지 워크숍을 실시
- CINEMACTION : CINEMA+ACTION



12

어느날 남편이 영화관을 사왔다 : 도요오카극장(豊岡劇場)의 경우



시민영화관 모델 : 니이가타현 시네윈도

- 1985년 니이가타 현의 명화좌 라이프의 폐관 후 재개관 운동
- 시민 참가, 시민 출자 모금으로 시작.
- 1985년 5월, <니이가타 시민영화관 건설 준비회> 발족
- 회원수 5000인을 목표로 1인 1만 엔의 회비를 모금
- 같은 해 12월 <니이가타 시민영화관 시네 윈도우> 개관.



- 입장료 수입과 연회비로 경영. 회원 제도가 큰 도움이 됨.
- 2012년에 2천만엔을 목표로 디지털 시네마 설비 자금 프로젝트 실시. (1932만 엔을 모금).

B. 나라국제영화제

15

영화제의 시작

- 나라 출신의 감독 가와세 나옴(河瀬直美)의 오랜 숙원에 의해
2010년 1회 나라국제영화제를 개최 (격년)

제1회
영화제

2010년
예산 : 2000만엔
- 사업비 및 인건비로 나라현에서 1300만엔 지원 (1회 한정)

제2회
영화제

2012년
예산 : 2800만엔
- 나라시에서 1000만엔 지원

16

영화제의 전개

제3회
영화제

2014년
예산 : 3500만엔

제4회
영화제

2016년
예산 : 4000만엔
- 시의회와 나라시 시장의 갈등에 의해 시에 의한 영화제 보조금
전액 삭감

- 현재, 영화제의 인건비 및 경상비에 대한 지자체 및 중앙정부의 지원은 전혀 없는 상황
- 문화청, 일본국제교류기금, J-LOP(일본 콘텐츠 해외 전개 보조금), 기업 메세나 협회 등에서 사업비를 보조 받음.

17

후루사토 납세(ふるさと納税)

- 사업비 보조 이외에 후루사토 납세 제도를 통해 매년 약 500만엔의 지원을 받고 있음

후루사토
납세 제도

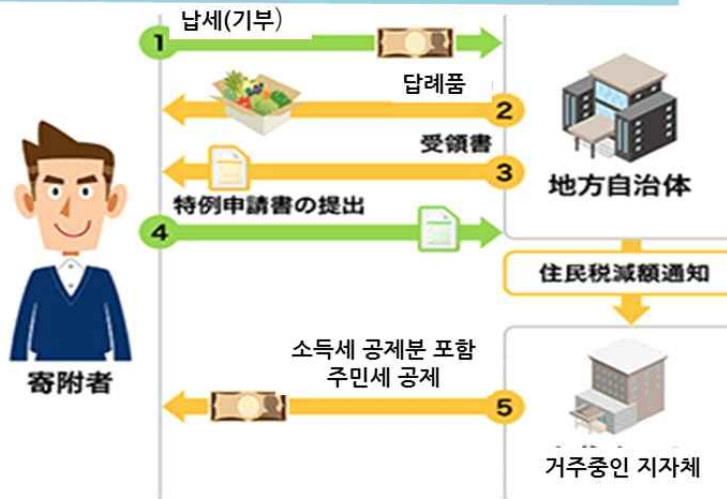
2008년 일본에 도입

자신이 선택한 지자체에 일정액을 기부한 경우,
기부액 중 2천 엔을 제외한 나머지 부분이 소득
세와 주민세에서 공제되는 제도

*현재 국내에서도 지자체의 재정 건전성과 재정 불균형 완화를
위해 '고향 사랑 기부제' 도입이 논의되고 있음

18

후루사토 납세(ふるさと納税)



- 내가 낸 세금이 어디에 쓰이게 할 지 주민이 직접 선택하게 하겠다는 취지
- 문화 부문에의 기부가 가능

19

후루사토 납세(ふるさと納税)

- 기부처를 직접 선택 가능. 지역 농특산물을 기부의 답례품으로 돌려받는 것이 일반적이나 나라국제영화제와 같은 문화, 스포츠, 공연 활동 등에 기부하는 것도 가능.
- 후루사토 초이스 <https://www.furusato-tax.jp>

나라국제영화제 지원



奈良の魅力を世界に発信する映画祭を支援します。
※寄附金の2分の1をなら国際映画祭の支援に活用し、残り2分の1は市の文化事業に活用します。

나라 지역의 기부 선택지 중 하나인 나라국제영화제 "기부금의 절반은 나라국제영화제 지원에, 남은 반은 시 문화 사업에 활용"

반비샤스奈良 지원



奈良唯一のプロバスケットボールチーム「バンビシャス奈良」を支援します。
※寄附金の2分の1をバンビシャス奈良の支援に活用し、残り2分の1は市のスポーツ振興事業に活用します。

20

후루사토 납세(ふるさと納税)

• 2016년 나라시의 기부금 활용(희망용도 기부금)

희망용도	건수	기부 금액 (엔)	사용 상세
문화재 보존 및 활용 사업	2,754	82,009,001	문화재 보호 활동 단체 지원, 매장문화재 긴급 조사 사업, 나라 공예 후계자 육성 사업 등
관광진흥사업	851	20,963,501	외국인 관광객 유치 촉진, 나라사슴 보호 육성, 환경 정비 사업 등
보육 사업	1,927	48,143,500	보육원, 유치원, 어린이집 발달 지원 순회 상담, 어린이 의료비 조성 확대, 피학대 아동 대책 강화 등
교육사업	586	17,310,500	왕따 문제 대책 지원, 왕따 대응 교원 설치, 초·중학교 도서 구입, 학교 도서관 사서 파견 등
자연 환경 사업	659	18,275,000	저공해차 도입 촉진 사업, 온난화 대책 사업 등
나라국제영화제 지원	282	10,348,000	나라국제영화제 개최 보조금(694만 엔), 문화진흥단체 사업 보조(849만 엔)
밤비셔스 나라/나라 클럽 지원	201	5,562,000	「Top Sports City 나라 보조(370만 엔), 나라시 홈타운 스포츠 촉진 파트너 사업(295만 엔)」
기타 나라의 매력 증진 사업	1,198	35,920,500	동아시아 문화도시 사업, 공가 대책 사업 등
합계	8,458	238,532,002	

자료 : 나라시 홈페이지 <http://www.city.nara.lg.jp/www/contents/1464673390052/index.html>

21

나라국제영화제의 지역 영상 문화 활성화 활동

- 영화제는 격년으로 이루어지기 때문에 영화제가 열리지 않는 해에 여러 가지 지역 영상 문화 활성화 활동이 이루어짐
- 사무국에는 직원 3명과 이사장 1명이 상근

1. 시네마 테크

- 나라시 내에는 영화관이 없음. 차로 20분 거리의 다른 시에 멀티플렉스가 있음.
- 예술 영화를 보려면 교토나 고베 등으로 나가야 함.
- 월1회 3일간(첫 주 금, 토, 일) 이동형 상영회 형태로 운영(상설 공간이 없기에 이동 상영 형태)
- 2013년에 첫 시작

22

나라국제영화제의 지역 영상 문화 활성화 활동

1. 시네마 테크

- 주 상영 공간은 나라여자대학의 강당, 나라마치센터(시 소유 주민센터), 지역 호텔의 시설
- 월 200-300명의 관객이 시네마테크를 통해 예술영화 감상



나라국제영화제의 지역 영상 문화 활성화 활동

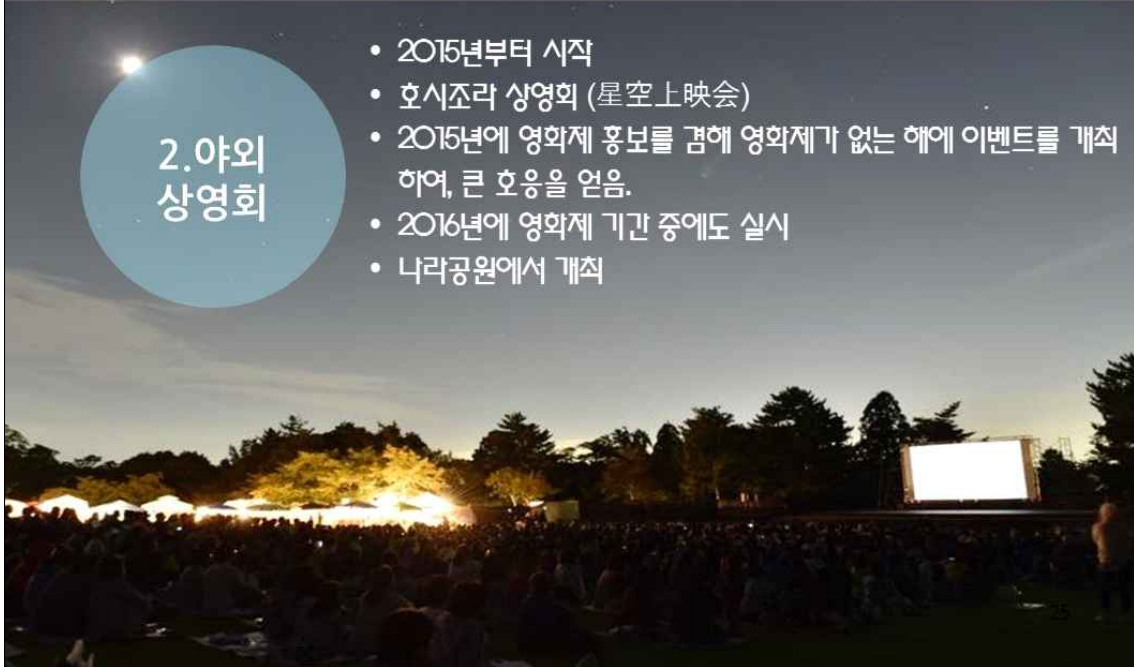
- 영화의 상영에는 게스트를 초청. 게스트는 주로 영화의 소재와 관련되어 있는 지역의 전문인이 초청



나라국제영화제의 지역 영상 문화 활성화 활동

2.야외 상영회

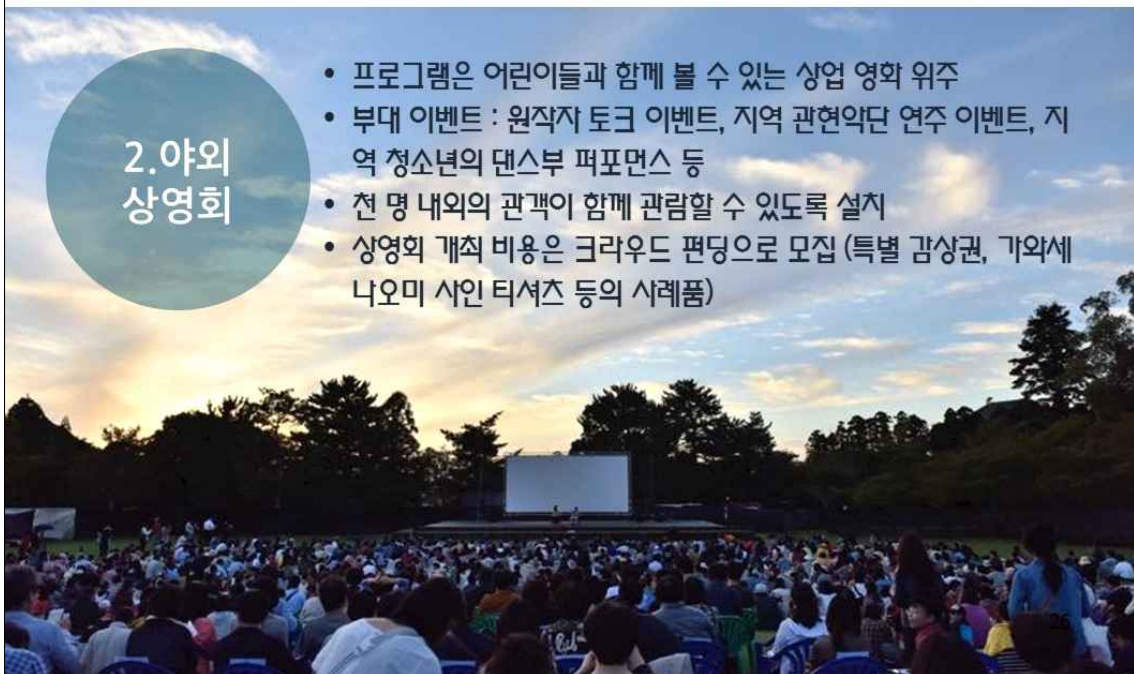
- 2015년부터 시작
- 호시조라 상영회 (星空上映会)
- 2015년에 영화제 홍보를 겸해 영화제가 없는 해에 이벤트를 개최 하여, 큰 호응을 얻음.
- 2016년에 영화제 기간 중에도 실시
- 나라공원에서 개최



나라국제영화제의 지역 영상 문화 활성화 활동

2.야외 상영회

- 프로그램은 어린이들과 함께 볼 수 있는 상업 영화 위주
- 부대 이벤트 : 원작자 토크 이벤트, 지역 관현악단 연주 이벤트, 지역 청소년의 댄스부 퍼포먼스 등
- 천 명 내외의 관객이 함께 관람할 수 있도록 설치
- 상영회 개최 비용은 크라우드 펀딩으로 모집 (특별 감상권, 기와세 나옴이 사인 티셔츠 등의 사례품)



나라국제영화제의 지역 영상 문화 활성화 활동

3. 영상 제작 워크숍

- 2014년부터 실시
- 나라시 초등학생들을 대상으로 한 영상 제작 워크숍
- 나라시 교육위원회의 협조를 구해 나라시 초등학교에서 워크숍 참가자를 모집



나라국제영화제의 지역 영상 문화 활성화 활동

3. 영상 제작 워크숍

- 초등학교의 강당을 빌려 사흘간 집중적인 워크숍 실시
- 장비는 애플사로부터 아이패드를 협찬 받음
- 가와세 나옴이 감독이 직접 강사로 아이들을 지도



나라국제영화제와 지역사회의 연계

- 지역 주민의 영상 문화의 증진, 영상을 통한 지역 사회와의 네트워크 강화



나라국제영화제로부터의 시사점

- 영화 관람 체험의 사회적 측면 : 시네마테크 활동 등에서 보듯이, 영화의 감상이라는 것은 한편으로는 문화복지의 차원에서, 또 한편으로는 지역 주민이 함께 영화를 감상함으로 지역 사회가 얻을 수 있는 커뮤니티성의 증진이라는 사회적 측면을 함께 가짐.
- 그런 점에서 영화관이라는 공간은 지역 사회에서 매우 중요. 다만, 나라국제영화제의 사례에서 보듯이 반드시 '극장'이라는 물리적 공간만이 중요한 것은 아님. 지역을 기반으로 한 상영 활동이 지속될 수 있도록 지원하는 것이 필요.
- 지역 사회와의 네트워크는 지역 영상 문화 활성화를 위해 무엇보다 중요함. 지역의 영상 문화 활성화는 단지 지역 주민이 영화를 많이 관람하는 데서 발생하는 것이 아니라 영화의 관람이 공공적이고 다분히 의식적인 행위로서 일어날 때 이루어지는 것임.

감사합니다

03

충남 영상문화 활성화를 위한 공동 사업 및 협력 방안 : 전북 사례를 중심으로

최 성 은 이사장

전국미디어센터협의회

충남 영상문화 활성화를 위한 공동 사업 및 협력 방안 - 전북 사례를 중심으로 -

2017년 6월 23 일
최 성 은

● 들어가기

❖ 최근 지역 내 영화영상 관련 주민 수요와 단체/시설의 증가

-> 지역주민의 문화향유권 강화에 긍정적 환경 조성

그러나 각 단체/시설간 협력의 필요성 증대.

| . 전북지역 영화영상 문화 현황

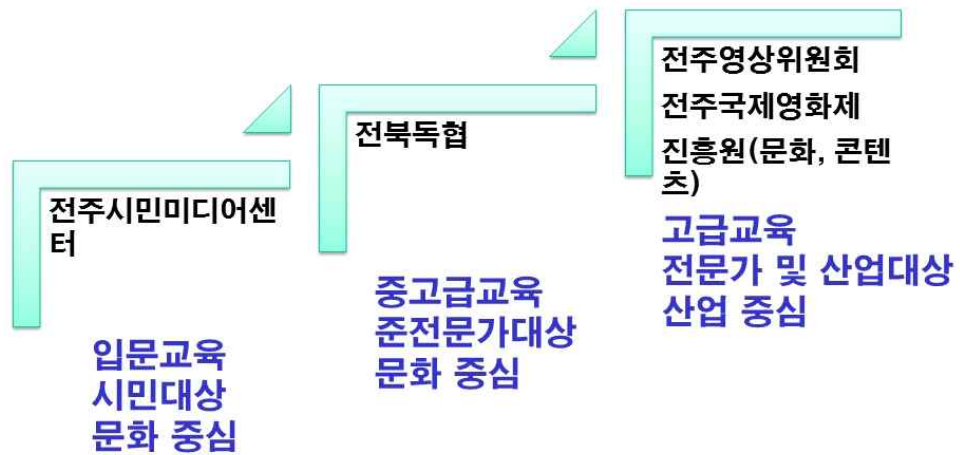
P2

1. 전라북도 영상문화 관련 주요 기관/단체/시설 현황

기관·단체명	영상관련 주요 사업	주요영역 및 대상
전북문화콘텐츠산업 진흥원	창작지원사업, 공간 제공	산업, 전문가
전주정보문화산업 진흥원	사운드마스터링 센터 운영	산업, 전문가
전주국제영화제	전주국제영화제 개최, 영화제작소 운영, 전북디지털독립영화관 운영	산업 & 문화, 전문가
전주영상위원회	촬영지원, 창작지원, 전주영화종합촬영소 운영, 장비대여	산업, 전문가
전북독립영화협회	단편영화제작스쿨, 시네비평교실, 전북독립영화제 등	문화, 준전문가
전주시민미디어센터 영시미	미디어교육, 시민대상 영화영상교육, 장비공간대여, 제작지원, 공동체미디어 등	문화, 시민
익산공공영상미디어센터 재미	미디어교육, 장비공간대여, 극장운영, 제작지원	문화, 시민
전주MBC 시청자미디어센터	미디어교육, 시민 영상제 등	문화, 시민
작은영화관	장수, 무주, 진안, 순창, 김제, 부안, 고창, 완주, 임실	문화, 시민

P3

2. 주요 기관의 역할 구분



지역주민들을 위해 각자의 역할인식 구분

P4

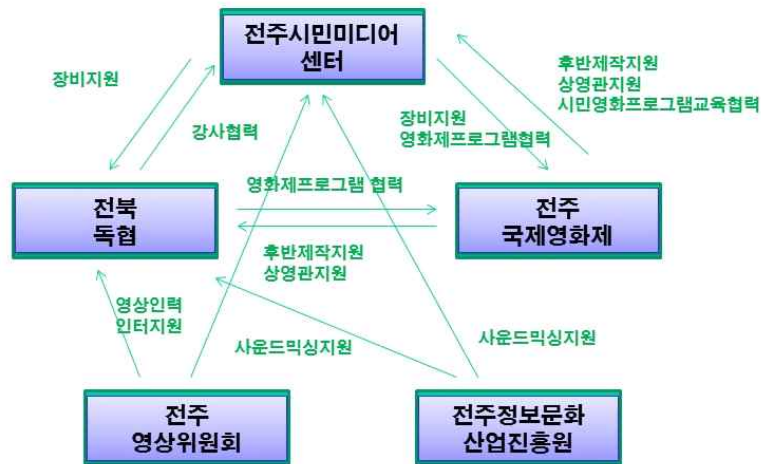
2. 주요 기관의 역할 구분



P5

3. 전라북도 영상문화 협력 관계

영상문화 유관 단체간 협력 관계

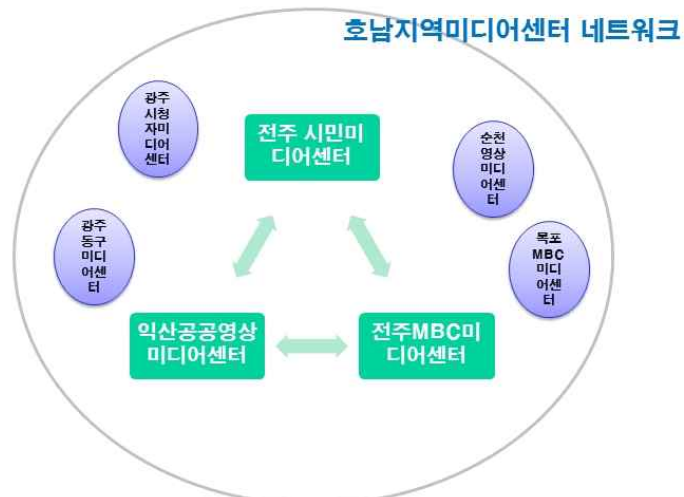


전북의 경우 각 단체간 자율적 파트너십에 의한 일상적 연대가 이뤄지고 있음

P6

3. 전라북도 영상문화 협력 관계

미디어 센터간 협력 관계



전북 지역 미디어센터간에는 호남지역미디어센터 네트워크라는 협력체계 하에서 교육, 제작지원, 장비협력, 퍼블릭액세스 활성화 등에서 협력

P7

II. 전북지역 영상 문화 공동사업 및 협력 사례

P8

● 1. 주민시네마 스쿨



● 주민시네마스쿨?

- 작은영화관과 연계한 지역주민들의 영화영상문화향유권 향상 프로그램
- 작은영화관이 단순히 영화(특히 상업영화)를 수동적으로 소비하는 공간이 아닌, 주민들의 참여가 이뤄지는 커뮤니티 공간화를 지향
- 2013년 작은영화관 활성화를 위해 전북도, 전주영상위원회, 전북독협, 전주시민미디어센터가 논의.
: 영화영상제작교육, 단편영화제작, 작은영화제 등 방향 설정

P9

1. 주민시네마 스쿨

2013년부터 논의 2014년 본격 시작



2014년 6개 시·군지역

2015년 9개 시·군지역

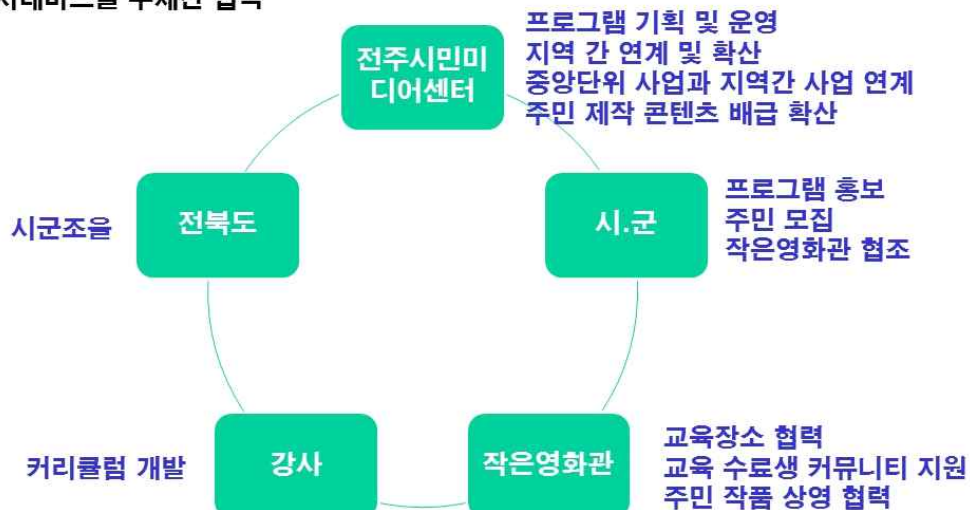
2016년 14개 시·군지역
- 작은영화관 없는 시지역도 진행

제작교육(기초, 심화), 특강, 관련주체 워크숍(강사, 지자체, 작은영화관), UCC 경진대회 등
각 지역 특성에 맞는 프로그램 진행

P10

1. 주민시네마 스쿨

주민시네마스쿨 주체간 협력



각 주체간, 상하반기 간담회, 워크숍 등을 통해 주민시네마스쿨 진행 사항을 공유하고 논의
UCC 대회 시상식과 상영은 작은영화관에서 순회 진행

P11

1. 주민시네마 스쿨

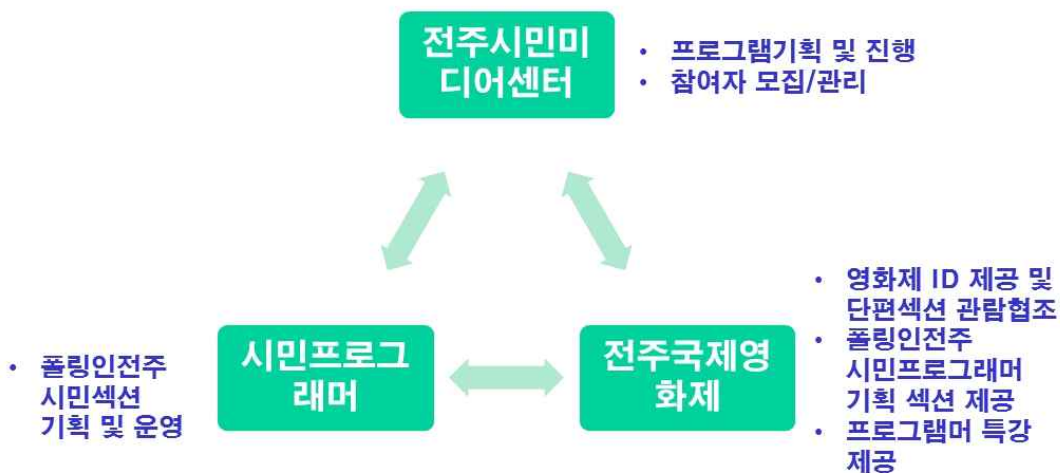
향후 추진 방향 및 과제

- 각 시군 지역내 영상 및 영화 동아리 활성화
- 작은영화관 공공성 확대를 위한 정책 개선
- 작은영화관 운영 주체 발굴 및 지원
 - 지역주민 주체들이 직접 참여 운영할 수 있도록 주민 역량 강화
- 작은영화관 활성화와 공공성 보장을 위한 지역 관련 주체간 거버넌스 체제 구축

P12

2. 시민영화프로그램어 양성

- ❖ 단순히 영화를 보는 시민에서 영화제를 기획하고 운영하는 시민을 양성하고, 시민과 함께하는 영화제를 만들고자 추진
- ❖ 폴링인전주 : 다시 만나는 전주국제영화제라는 타이틀로 전주국제 영화제 상영작품 중 일부를 가을에 재상영하는 프로그램



P13

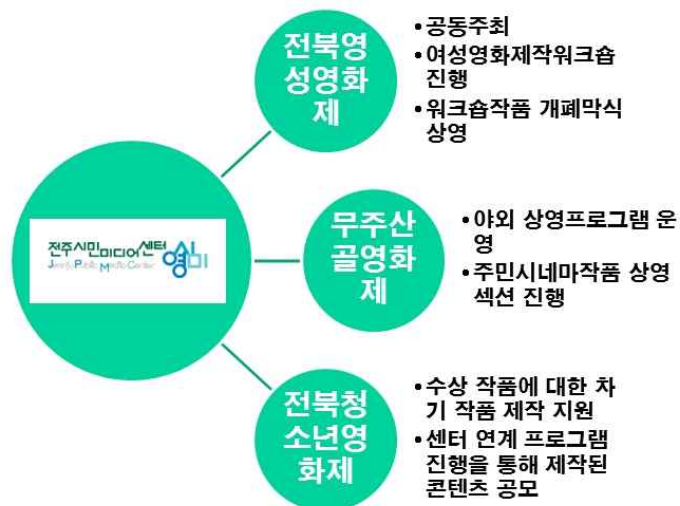
2. 시민영화프로그램어 양성

❖ 향후 추진방향

- 도내 다양한 영화제에 시민프로그램어가 참여하여 프로그램 개발
- 시민프로그램어가 기획하는 새로운 대안 영화제 추진
- 전주국제영화제 기간에 시민프로그램어 기획 섹션 진행 (영화제 공식프로그램)

P14

3. 도내 영화제 연계 협력



P15

4. 산학협력

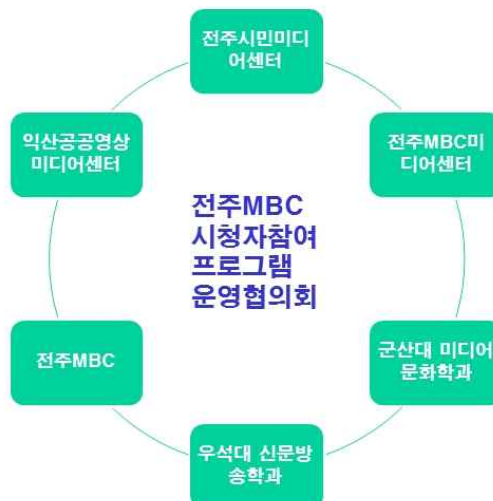


제작지원을 통해 나온 작품들은 센터가 주최하는 시민영상제에 상영

P16

4. 산학협력

퍼블릭액세스 협력

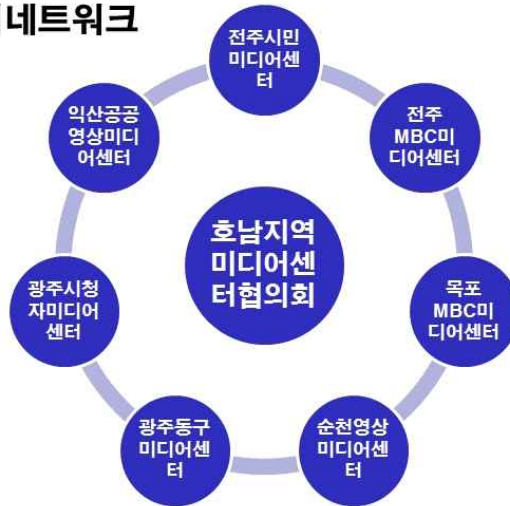


시청자참여프로그램 운영협의회를 구축하고, 매월 회의를 통해 프로그램 활성화를 위한 공동협력

P17

5. 센터간 협력

호남지역미디어센터네트워크



호남지역의 다양한 주체의 미디어센터가 수평적 연대를 통한 교류 협력 진행

P18

5. 센터간 협력

호남지역미디어센터네트워크 연계 협력 사례

- 정기적 네트워크 회의(분기 1회)
- 업무협약
- 공통미디어교육 실시
- 미디어교육 사례집 공동 발간
- 워크숍 개최
- 공동 정책연구 사업
- 장비협력
- 강사협력



P19

- ❖ 전북지역의 경우 영화영상 관련 단체간의 수평적, 자율적 일상적 협력 관계 형성을 통해 지역영상문화 활성화 추진
- ❖ 각 단체간의 강점을 기반으로 상호호혜의 관점에서 교류와 공동사업 시도
- ❖ 최근 작은영화관, 지역영상관련 시설, 지역영상문화 정책 수립과 관련하여 일상적 연대를 넘어선 공공적 거버번스 구축의 필요성 인식

P20

감사합니다!

04

자유 토론

김 제 환 충청도청 문화정책과 팀장

김 용 훈 영화진흥위원회 기반조성본부장

허 경 전국미디어센터협의회 사무국장

장 성 각 충남문화산업진흥원 경영기획본부장

구 재 준 서천기벌포영화관 센터장

박 정 배 청운대학교 교수

충청남도 영상진흥 사업추진 방향

김제환 | 충청남도 문화산업팀장(jekan@korea.kr)

I. 들어가며

1. '영상'의 의미와 道 영상진흥시책의 방향

1) '영상'의 의미

- 사전적 의미로는 콘텐츠중 하나로 '미디어의 내용물'이라 할 수 있음
 - * 콘텐츠 예시 : 영상콘텐츠, 문자콘텐츠, 웹툰, 부호 등
- 칸막이 생활*을 하고 있는 단절된 현대인의 삶에 하나의 공동체 형성의 가능성
 - 영상콘텐츠를 통해 대화가 이뤄지고 흥미도 나누고 삶도 풍족

2. 충남 영상진흥시책의 방향

- 지역민 영상문화향유기회를 높여 삶을 풍족하게 하자
- 여기에(이러한 네트워크에), 지역마케팅을 통해 관광 충남조성
- 작은영화관, 영상미디어센터 간 협의체 구성을 통한 영상산업 효과 거양

II. 주요 현황

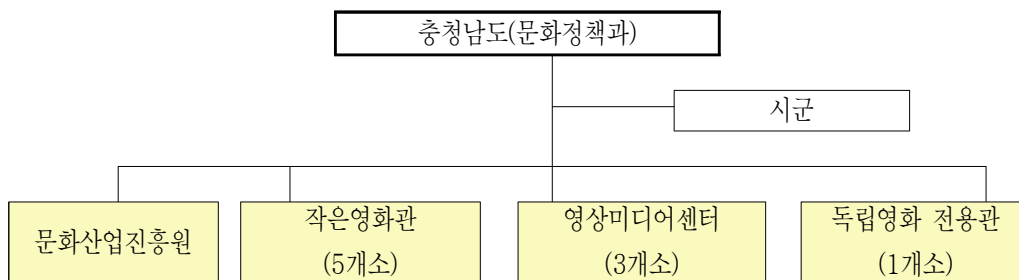
1. 제도적 기반

1) 충남영상위원회 설립 및 운영

- 설립목적 : 충남도 영상문화와 영상산업의 진흥, 영상관광을 통한 지역 경제 활성화에 기여하는 것을 목적으로 함.
- 출범시기 : 2015년 7월 21일 충남영상위원회 출범
 - ↳충남문화산업진흥원내 비상설 자문기구로 설립
- 위원현황 : 김인수 위원장 외 선출직 15명, 당연직 2명 구성 (*현, 18명)
 - 선출직 : 15명(영화제작자, 감독, 법조계, 학자, 기업대표 등)
 - 당연직 : 2명(문화정책과장, 문화산업진흥원 경영기획본부장)
- 예산규모
 - 2017년, 영상위 운영 4억원(도비) / 수목콘텐츠 개발 4천5백만원(도비)

2) 충청남도 영상문화시설 협의체 구성

- 설립목적 : 영상문화시설 관계자 네트워크 구축 및 시설 운영의 효율성 제고
- 대 상 : 영상시설 보유한 8개 시군(운영주체), 문화산업진흥원
- 추진상황 : 사전모임(3. 22), 협의체 구성 발족(6. 5) → 시군주관부서장 협약
- 역 할 : 영상문화시설 운영계획과 사업추진에 따른 정보제공 및 애로사항 건의 등
- 구성체계



2. 영상산업 추진상황('17. 06월 현재)

1) 로케이션 제작지원 사업(인센티브)

- 사업기간 : 2017년 3월~12월(상시접수)
- 사 업 비 : 1억2천만원(작품당 5천만원까지 지급가능)
- 현 황 : 6건 접수

구분	작품명	제작사	제작비	배급/개봉	도내촬영지	진행상황	인센티브
장편 영화	범죄 도시	(주)비에이 엔터테인먼트	47억	17년 9월 개봉 예정	천안 일대	협약완료 지급예정	2100만원
장편 영화	이월	(주)무비락	2천만원	17년 영화제 출품 예정	천안 일대	정산완료 협약예정	300만원 (예상)
드라마	당찬 우리동네	주식회사 마이조이	21억	MBC드라마넷 6월 방영 예정	당진 일대	접수완료	-
영화	검객	오피스픽처스	50억	17년 개봉예정	부여 일대	접수완료	-
드라마	모히또	(주)실크우드	60억	방송국 협의중	당진 일대	접수완료	-



* 영화<범죄도시> 촬영현장 스틸컷

2) 충남 체류형 시나리오 기획개발 사업

- 사업기간 : 2017년 3월~11월
- 사 업 비 : 2천만원(250만원~500만원)
- 현 황 : 6개 작품선정(완료)

구분	작품명	제작사	신청자	지원금액	진행상황
장편영화	프락치	레이징볼 필름앤씨어터	이광우	500만원	1차 공주시 계룡면 (17.4.19~25)
장편영화	우주인 김만춘	(주)영화사불	조정준	400만원	1차 태안군 안면도 (17.5.17~19)
장편영화	냉궁마마	(주)감독의집	윤재연	300만원	준비중
장편영화	로드킬	(주)스토리공감	이군선	300만원	준비중
장편영화	내친구 광택이	씨네주유한회사	엄주영	250만원	준비중
장편영화	봄밤	(주)오존필름	홍성은	250만원	준비중



* 17.4.12 / 6작품 기획개발 지원사업 협약 및 정산안내

3) 영상산업관계자 팸투어 추진

- 사업기간 : 2017년 4월, 9월, 11월(연 3회)
- 사 업 비 : 700만원
- 현 황 : 1차 영상관계자 팸투어 진행 완료(4월)
 - 개요 : 2017. 4. 20(목) ~ 21(금) / 2일간
 - 인원 : 35명(한국영화프로듀서조합, 충남영상위원회 및 초청인사 등)
 - 장소 : 청양, 공주 일원



* 17.4.20 / 청양 칠갑산장승공원



* 17.4.21 / 공주 중동성당

4) 촬영지 발굴·기록화(로케이션 DB)사업

- 사업기간 : 2017년 6월~11월
- 사업비 : 700만원
- 내용 : 「충남 로케이션 파트너」 6인 선정 및 활동 중
⇒ “빛·맛끼”와 특색있는 순간의 촬영명소 발굴(100곳 이상)

III. 향후 계획

1. 지역마케팅 등 영상산업 활성화지원시스템 구축(기획 중)

<영화드라마 제작 지원 관련된 사항>

- 영화드라마 제작계획의 내용을 따져 단계별(1,2,3)로 적용하되 제작 계획의 전문성 등을 고려, 영상위원회와 협조기관인 시군과 협의 결정
→ 도 내부적으로 구상안을 확정하고 2018년 시군 및 영상위원회와 협의로 확정 예정

2. 「영상협의회」 도민 영상문화 향유권 제고를 위한 공동사업 도출 포럼

- 때 · 곳 : '17. 10월중 / 천안영상미디어센터(예정)
- 대 상 : 도, 시군담당공무원, 지역영상미디어센터 및 작은 영화관 관계자 등
- 내 용 : 영상미디어센터 및 작은 영화관 등 영상시설 운영관련 도민 영상문화 향유권 제고를 위한 공동사업 도출

3. 「도민영상 공모전」 개최

- 시 기 : '17년 하반기 또는 '18년 중(계획)
- 내 용
 - 지역영상미디어센터 교육수료자의 영상제작역량 발휘 기회
 - 지역의 영상명소는 지역민이 가장 잘 알고 있다는 전제
 - 도민 모두가 참여하는 영상공모전 개최로 지역의 영상명소 발굴 및 영상제작역량 제고
 - 영상제작 능력 부족한 점을 보완할 수 있는 기회교육 실시

지역 영상문화 진흥 관련 정책방향

김용훈 | 영화진흥위원회 기반조성본부(dajoon@kofic.or.kr)

1. 배경

지역영상문화 증진 관련 영비법 개정 및 새정부 지역, 문화정책 등 추진에 따라 지역영상문화 진흥 관련 정책추진 방향 검토 필요

2. 최근 영상문화 관련법 제정 현황

- ‘국민의 문화적 삶의 질 향상’을 통한 국민문화복지를 증대하기 위한 법이 연속적으로 제정
 - * 문화기본법 제정(‘13.12.) : 국민 문화권 보장을 위한 신규법안 제정
 - * 지역문화진흥법 제정(‘13.12.) : 국가, 지자체의 지역문화 진흥 책무 지정
 - * 영비법 개정(‘16.2.) : 영화진흥기본계획에 ‘지역 영상문화 증진’이 신설
- 그러나, 이를 뒷받침할 정책과 예산확보는 더딘 상황
- 영비법 개정에 따른 영화발전기금이 영상문화 촉진을 위한 예산으로 상대적 부족

3. 주요 관련법의 내용

- ‘문화기본법’ 제정(‘13.12) : “국민 문화권” 보장을 위한 신규 법률 제정
 - ‘국민 문화 삶의 질 향상’을 위한 국가와 지방자치단체의 책무 규정
 - * (제5조)문화진흥에 관한 정책 수립·시행 및 재원의 확충과 효율적 운영
- ‘지역문화진흥법’ 제정(‘13.12) : “지역문화진흥”의 기본원칙 규정
 - ‘지역주민의 삶의 질 향상’을 위한 국가와 지자체의 책무 규정
 - * 지역문화진흥기본계획 수립(제6조), 지역문화전문인력양성(제10조), 지역문화실태조사(제11조), 지역문화재단(제19조) 등 세부적 규정
- ‘영비법’ 개정(‘16.2.3) : “영상문화 증진”을 법 목적·계획에 명시
 - (제1조) 목적 : (현행)영상산업의 진흥을 촉진→(개정)영상문화 및 영상산업의 진흥을 촉진
 - (제3조) 영화진흥기본계획 및 시행계획 : 11의 2. 지역 영상문화의 증진(신설)
 - (제38조의 2) 지역 영상문화 증진을 위한 영화제작 지역 주민이나 지역 영화관련 단체의 사업과 활동을 지원·제2항(신설) 문화체육관광부와 영화진흥위원회는 지역 영상문화 증진을 위하여 영화제작을 직접하는 지역 주민이나 지역 영화관련 단체의 사업과 활동을 지원할 수 있다.

4. 검토 사항

1) 지역 영상문화 활성화 사업추진 방안

- ① 영상문화활성화 사업의 지역간 격차 해소, 상향평준화 달성
 - 지역밀착·지역민 참여형 생활영상문화 시설 운영기반 조성
(광역 지자체 매칭, 영상미디어센터+ 공공전용관+ 찾아가는영화관)
 - 지역 영화창작·제작 기초인프라 구축 지원
(광역 지자체 매칭, 지역영화 창작 재정지원, 지역 로케이션 촬영 인센티브 지원)
- ② 영화발전기금의 지역 영상문화 활성화 사업 집행규모 확대
 - 영화진흥위원회 내 지역영상문화 활성화 사업 담당조직 확대
⇒ 실태조사·분석·연구, 사업기획·집행 확대, 지역 영상문화 활성화 사업 전국 네트워크 구축·운영(지자체, 수행 단체 등)
 - 영화발전기금 사업예산 중 지역 영상문화 활성화 사업 편성 확대
⇒ 지역자치 사업체계 구축, 지역간/지역-중앙간 네트워크 형성
- ③ 지역내 영상생태계 형성을 위한 협력체계 추진
 - 중앙정부(+ 영화진흥위원회)가 협력하여 광역·기초 지자체와 지역사업 기획·집행 체계 기본원칙 마련
⇒ 중앙정부와 지방정부간 ‘협약모델’ 도입, 영상문화 협력체계 구축
⇒ 중앙정부(+ 영화진흥위원회)는 지역 영상문화 시행체계간의 네트워크를 구축, 지역 간 연계를 통해 상향평준화 요인을 개발하여 제시하는 역할 수행
 - 중앙정부(+ 영화진흥위원회)는 지역 영화영상문화사업 생태계 조성을 위한 실무적, 재정적 지원을 담당
 - 지역별 추진사업과 추진방식, 사업수행주체는 관할 지자체가 주관하여 결정

2) 지역 영상생태계 활성화 방안

- ① 광역 또는 권역 단위의 영상산업/영상문화 거버넌스 구축을 위한 방안
 - 광역 또는 권역의 영상산업/영상문화 물적, 인적, 행정적 자원 현황 조사 연구
- ② 지역 영상생태계 활성화를 위한 지원 정책 및 제도 현황
 - 영상문화 향유권 증대를 위한 기반시설(영화도서관(씨네마테크)), 미디어센터, 작은영화관 등) 확충을 위한 정책 방향수립
 - 지역 영화(영상물) 기획개발 및 제작지원 사업의 현황 및 과제

3) 지역 영상생태계 활성화를 위한 중앙 정부(기관)와 광역(권역) 지자체의 유기적 관계 설정을 위한 구체적 방안

지역영상문화 +

허 경 | 전국미디어센터협의회 사무국장(reunion10@gmail.com)

I. 서론

새 정부의 문화정책 기조는 자본/권력 중심의 문화를 극복하고 ‘국민문화주권시대’를 여는 것으로, ① 문화다양성과 창의성 훼손하는 낡은 과거 혁신, ② 예술인 창작 자유 보장과 복지제도 등 창작 여건 강화, ③ 국민의 누릴 권한과 국민 참여 기회를 확대하는 국민 생활(문화)시대, ④ 중소기업의 문화산업 참여 확대와 공정한 문화(산업)생태계, ⑤ 지방분권 시대에 맞는 지역문화의 지평 확대 등이 5대 방향으로 제시됨.

지역영상문화는 국민문화주권의 주요한 분야로서 ③, ⑤와 긴밀하게 연계되어 있으며, 영상(영화)문화정책, 생활문화정책, 미디어교육(영화교육/문화예술교육)정책 등에 해당되거나 포함되어 있음.

문재인 대통령의 ‘연방제 수준의 지방분권’ 추진에 대한 발표 이후, 국정기획자문위원회는 여러 부처가 연관된 대형 복합과제인 ‘복합·혁신과제’의 4번째로 ‘자치분권과 균형발전’을 선정하였음.

국민문화주권으로 표현되는 새 정부의 주요 문화정책방향 역시, 지역문화분권을 통해 가능하며, ‘복합·혁신과제’로서 ‘지방분권’은 지역문화분권과도 긴밀한 연계해야 하는 상호촉진의 과제임. 특히, 기초자치단체 수준에서는 주민의 생활과 밀착되어 있는 도시재생, 사회적경제, 청년주거·일자리 등 정책과 지역문화·생활문화정책이 통합적으로 설계될 수 있어야 함.

II. 내용

- 영상문화 관련 문재인 후보 공약 현황

구 분	공약내용	
생활 문화	4차산업혁명시대에 필요한 문화기술 역량 제고	공공도서관 및 문화시설에 메이커스페이스, 디지털 미디어랩 조성
	동네 생활문화 환경 조성 및 생활문화 동아리 활성화	유희공간 활용 다양한 생활문화공간 조성(작은미술관/작은영화관/마을극장 등)
		실버극장 확충 및 어르신 문화프로그램 확대
		생활문화동아리에 대한 연습/발표 공간과 예술강사 지원

- 영상문화 + 생활문화

: 지역영상미디어센터는 지역문화진흥법 상 생활문화시설에 포함

: 완주작은영화관 운영법인은 ‘사단법인 완주군생활문화동호회네트워크’

: 전국 300여 개 영상문화미디어동호회(미디어센터 중심), 문화분야 생활문화동호회 9,000여개(문화재단 중심)
 : 영국(the UK and the Republic of Ireland)에서는 현재 거의 6,3000개의 동아리활동을 통해 약 1,000만명이 자발적인 문화예술활동에 참여하고 있음. VAN(voluntary arts network)은 이와같은 영국의 자발적 문화예술활동을 지원하고 자원공유 및 네트워킹을 지원하는 단체로 문화미디어체육부 등 정부의 지원을 받고 있음. 영국은 자발적/아마추어 문화예술활동을 전문적 문화예술활동의 하위개념으로 인식하지 않고 있으며, 시민들의 자발적 문화예술활동이 해당 지역과 공동체는 물론 국가차원의 사회적 자본을 형성할 수 있다는 확신을 가지고 있음.

- 영상문화 + 도시재생

: 1963년 개관하여 2006년 폐관한 강원도 원주시의 아카데미극장을 원주도시재생연구회와 원주영상미디어센터 등 인근 상인회 등과 협력하며 추진 중임.



- 영상문화 + 청년/일자리(사회적경제)

: 공동체상영을 위한 '협동조합 모두를 위한 극장'

포스트

인더스트리 X 팝업시네마

2016 상반기
개봉신작을 일곱

2016 상반기, 제작비 독립영화로 소개할 보너스

뉴스

2016 '포퓰러'

작품 찾기

인제영화

독립영화 '독후가 이나이드'

영화제작비 로드쇼

영화 제작, 감독, 주제가 검색

상세검색

상영시간대

탈북의 열

2016 개봉

김문현

2014 개봉

보통사람의 인생노동자

2007 개봉

스틸 클러치

2015 개봉

영화의 길

2011 개봉

서울의 풍경

2014 개봉

학교가 재능

2016 개봉

2016 개봉

2016 개봉

2016 개봉

2016 개봉

2016 개봉

소규모 영화 상영회와 공동체 상영을 위한 '영화-커뮤니티' 매칭 플랫폼인 팝업시네마(<http://popupcinema.kr>)를 운영 중인 '협동조합 모두를 위한 극장'은 영화를 좋아하는 청년조합원으로 구성되어 있으며, 지역영상미디어센터와 협력하여 시민프로그램 양성사업을 진행 중임.

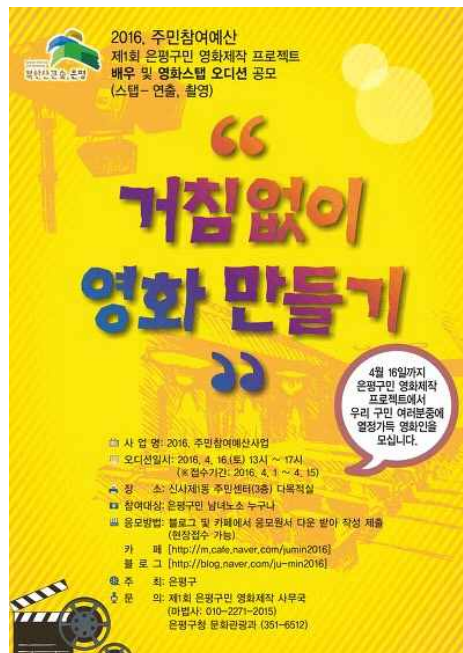
: 청소년 대상 영화교육 및 영상제작 사업을 하는 사회적협동조합 ‘모씨네’



자유로운 대화와 평등한 의사결정을 통해 민주적 커뮤니케이션 역량을 습득하고, 집단창작 속에서 만끽하는 긍정적 예술경험을 통해 공동체적 관계 형성을 체화하는 것을 목표로 청소년 대상 영화교육프로그램인 ‘모씨네 에듀’ 운영

- 영상문화 + 주민자치/마을공동체

: 은평구 주민참여예산 활용사례



: 광주 북구 중흥2동 주민자치위원회와 광주지역독립영화인과 함께 하는, '제2회 간땃골 영화제' (한편 중흥2동 주민자치위원회는 마을공동체 커뮤니티공간 조성 공모사업으로 선정된 ‘복닥복닥 사람냄새나는 간땃골 사랑방’을 조성, 향후 영화제 관련 배우 양성소, 시나리오 작업 및 주민들을 위한 영화상영 공간으로 활용할 계획이다.)

: 부산 감만동 ‘참살이마을행복센터’에서 매주 수요일 ‘마을극장’운영하는 등 전국적으로 운영되고 있는 마을 지원센터/단체 차원의 영화상영회 운영

III. 결론 및 시사점

- 주민(시민)참여 영상문화지원 정책 + 독립예술영화지원정책 등을 포괄/연계하는 지역영상문화정책 수립필요
- 향유/창조 등의 주민참여 영상문화활동이 지속적인 공동체활동/생활문화활동 등으로 연계될 수 있도록 하는 정책설계 필요(문화민주주의, 풀뿌리민주주의)
- 기초자치단체 수준에서는 주민의 생활과 밀착되어 있는 도시재생, 사회적경제, 청년주거·일자리 등 정책과 지역문화·생활문화정책이 통합적으로 설계될 수 있어야 함.
- 위의 것들이 가능한, 전국/지역 수준의 협치체계가 종/횡으로 구축될 수 있도록 문화행정의 혁신이 추진되어야 함.
- 지역영상문화정책의 추진을 위한 영화진흥위원회의 방향/정책/사업 및 운영방식과 민간협치 체계가 혁신되어야 함.
- 별도자료, 지역영상문화진흥을 위한 정책협력 체계 재편방안 참조.

|참고문헌|

지역문화와 생활문화 활성화에 담긴 과제들(2017년 6월 1일, '새정부문화정책, 문화사회를 향한 정책과제들' 토론회 자료집 중 김종휘 발제문)
단관극장 심폐소생술, 아카데미로의 초대(2017년 3월 3일, 전국미디어센터협의회 총회 자료집 중 변해원 발표자료)

작은영화관의 선순환구조 운영방식 도입에 관하여

장성각 | 충남문화산업진흥원(idea@ctia.kr)

영화 인프라의 지역적 편차가 심화되는 가운데 문화소의 지역이 발생되고 또 확대되고 있습니다. 이를 해소하기 위한 방안의 시작으로 2010년 전북 장수에 처음으로 작은영화관이 설립되었습니다. 하지만 현재 각 지역의 작은영화관은 각기 다른 방식으로 운영하다보니 안정적인 운영 체제를 만들어내야 하는 과제를 안고 있다고 하겠습니다.

즉, 도시 중심의 멀티플렉스가 수익구조를 만들어내는 접근과는 좀 다른, 작은영화관을 통해 주민들에게 영상문화 향유권을 지속적으로 제공하고 더 확대하기 위해서는 작은영화관의 수익이 선순환할 수 있는 지역의 영화 유통 생태 구조를 형성하는 것이 필요합니다.

충남도내 8개 시·군의 각 기초단체들은 지역미디어센터 및 작은영화관, 독립영화전용관을 운영하거나 설립 중에 있으며, 이들 기구는 대부분 위탁운영방식을 택하고 있습니다. 충남도는 지난해부터 관련 기초단체와 영상문화시설 운영을 하고 있는 위탁기관 현황을 파악하고 영상문화 향유권 확대의 필요성에 대한 공감대를 넓혀오고 있습니다. 그런 배경 하에 향후 충청남도 차원의 체계적인 정책수립방안도출을 위해 협의체를 제안하여 ‘충남영상문화시설운영협의체’를 구성한 바 있습니다.

특히 영상문화시설 운영방식에 대해서는 다양한 제언이 있어왔지만, 일부는 각 지역의 실정이 부합하지 않는 것도 있고, 또 나머지는 시의적절하지 않은 이상적인 것도 있습니다. 이에, 현재 충남도에 적합하다고 생각하는 영상문화시설 운영방식에 대해 제안하고자 합니다.

미디어센터에서 이루어지는 사업들은 마을공동체 중심으로 지역민의 영상문화복지 증진에 목적을 두고 사업이 이루어지고 있습니다. 실례로, 천안시영상미디어센터 비치는 천안시로부터 운영 및 사업예산을 교부받아 ‘마을미디어사업’을 진행하고 있습니다. 이 사업은 다양한 미디어를 통한 영상 제작 작업이 매개가 되어, 소원하던 주민들이 만나고 이야기를 나누는 마을소통 공동체의 거점 역할을 수행하고 있습니다.

‘마을미디어사업’이 지역민의 복지증진을 꾀하고자하는 목적을 가진 것과 달리 작은영화관은 영상문화 향유권 확대를 위한 지역민의 복지증진에 기여하기는 동시에 수익구조를 가지고 있다는 독특한 특성을 지닙니다. 특정 지역에서는 효과적인 운영을 통해서 적든 많은 간에 수익이 발생하고 있습니다. 하지만 이 수익의 사용은 각 지자체가 주먹구구식으로 처리하고 있고, 아직 그 용처에 대해 지자체가 가진 지속가능한 정책이나 비전이 없는 상태입니다. 일부 지역영화관은 그 수익금을 지자체와 위탁기관이 일정한 비율로 배분을 하기도 하는데, 종종 위탁기관은 일정금액 이상의 수익을 올려야만 작은영화관을 운영할 수 있기 때문에 운영을 둘러싼 문제점이 야기되고 있는 사례가 있습니다.

아시다시피 작은영화관은 멀티플렉스가 도시에 집중되는 사이에, 상영관이 없는 문화 소외 지역주민들에게 영상문화 향유권을 확대하는, 즉 인기 있는 상업영화를 비롯해 다양한 영화를 볼 수 있는 지역극장으로 자리 잡았습니다. 그러므로 이 영화관의 관객은 대다수 해당 지역주민이라고 자신 있게 말할 수 있습니다. 중장기적

인 관점에서 볼 때, 이러한 작은영화관이 지역민들과 보다 오래 더 나은 문화향유 공간이 되기 위해서는 체계적인 운영방식이 마련이 되어야합니다.

작은영화관은 수익 모델의 관점으로만 바라볼 것이 아니라 지역민의 영상문화 향유권 확대의 측면을 더 많이 고려한 운영방식이 도출될 필요가 있습니다. 2016년 상반기를 기준으로 보면, 한 곳을 제외하면 나머지 모든 작은영화관은 지속적으로 수익이 발생이 되고 있습니다. 이는 지역주민들이 점점 더 많이 이 영화관을 이용하고 있다는 의미입니다. 지역주민들의 사랑이 증가하는 만큼의 수익금이 발생이 한다면, 역시 이 수익금은 지역주민들에게 어떤 방식으로든 되돌려 주어야한다는 생각입니다. 이는 미디어센터가 설립되기 힘든 지역이라도 작은영화관을 거점으로 하여 미디어센터 기능을 도입해서 작은영화관 프로그래머, 작은영화관 모데레이터 양성 같은 지역주민들이 향후 자가지역의 영상문화를 보다 적극적으로 또 스스로 만들어갈 수 있는 주인공이 되는 데에 사용해야합니다.

그러기 위해서는 지역소재의 담당기관이 중심이 되어, 기본적인 운영 예산을 보장을 해주면서 해당년의 수익금이 익년도 지역주민들의 문화프로그램에 재투입되어 운영하여 지역 영상 문화 향유와 복지를 가능하게 하는 선순환구조를 만드는 것이 지역 영상문화시설의 핵심 역할이어야 합니다.

충남지역영상문화 활성화를 위한 실천적 대안

구재준 | 서천군미디어문화센터/기벌포영화관(anfangku@gmail.com)

I. 서론

1)서천군미디어문화센터와 작은영화관인 기벌포영화관의 센터장으로 근무해온 지난 16개월은 인구 56,000여명의 작은 지자체 주민들의 영상문화에 대한 갈증과 욕구를 확인해온 시기였습니다.

2)작은영화관의 필요성은 물론이고 미디어센터가 지역영상문화의 중심지로서 어떻게 기능해야 하고 어떻게 주민들과 소통해야 하고 영상문화로 주민들을 어떻게 네트워킹해야 하는 지를 시행착오를 겪으며 실제 체험하고 배워온 시간이기도 하였습니다.

또, 이러한 과정을 통해 주민, 마을 공동체, 지역 커뮤니티 등에 영상문화가 어떻게 접목될 수 있고 마을 공동체 및 지역 커뮤니티 활성화에 감각적이고 즉자적인 영상미디어가 매우 유용한 매체라는 것도 확인해오고 있습니다.

3)영상문화가 문화인가? 그 효용성이 있는 가? 등에 대한 돌아봄이 필요하다고 생각합니다. 그렇다면 왜 문화, 생활문화 등의 구체적 논의에서는 영상문화는 배제되고 있는 걸까? 등에 대한 근본적인 질문도 던져보아야 한다고 생각합니다.

4)지역영상문화라는 개념을 좀 구체적으로 정리해볼 필요도 있을 듯 싶습니다.

5)지역영상문화의 활성화를 위해서는 이를 수행 가능한 영상문화시설, 거버넌스 체계 및 소요예산 확보라는 3가지 축이 충족되어야 한다고 생각합니다. 이에 대한 구체적 논의도 필요하다고 생각합니다.

II. 내용

1) 영상문화가 지역문화 또는 생활문화의 주요 영역 중의 하나라는 인식이 뿌리내릴 필요성이 있다는 것입니다. 순수예술, 응용예술, 공연, 축제 등은 당연히 문화의 범주에 포함되어야 하고 중요하지만 영상문화는 문화진흥이라는 명제에서 배제되곤 하는 듯 합니다.

가장 감각적이고 즉자적인 매체이면서 주민의 광범위한 접근을 용이하게 이끌어 낼 수 있는 매체라는 점 등, 그 효용성과 소구력이 강한 영상문화를 배제한 채 논의되고 수립되는 지역문화, 생활문화 정책은 문제가 있을 수 있다고 생각합니다.

2)지역영상문화의 개념을 보다 구체화하고 큰 범주의 영역들 현황을 살펴보고 활성화의 필요성 및 나아갈 방향도 살펴보아야 합니다.

제 의견으로는 지역영상문화의 개념을 영화, 영상 및 사진, 라디오 등 크게 3가지 미디어 문화영역으로 구체화하는 것이 필요하다는 생각입니다.

첫째, 주민의 영화향유권이 충족 되어야 합니다.

현재 운영중인 서천군, 예산군 이외에 조성 중인 태안군, 금산군, 청양군에 작은영화관이 개관되면 충남 14개 시/군 전역에서 주민이 개봉영화를 관람할 수 있는 환경이 구축되게 될 것으로 보입니다.

고민해야 할 점은 작은영화관이 주민들이 영화를 수동적으로 관람하는 데 그치지 않도록 하는 노력이 필요하다는 것입니다.

직접적으로는 양질의 일자리를 만들어냄은 물론, 이를 통해 영화관을 운영할 역량을 보유한 지역주민들을 양성해내어 장기적으로는 주민조직에 의해 운영되도록 하는 것도 좋은 대안으로 고려되는 것이 좋을 듯 합니다.

해당 지자체들에서 경제적 이해관계만 바라보는 단기적 접근을 지양하고 장기적 관점과 지원이 필요한 부분이라고 생각합니다.

작은영화관이 영상 제작 체험/교육을 수행하는 공간이 되고 이를 통해

시민프로그래머, 영화감상동아리 및 영상제작동아리 모임 등이 활성화되도록 하여 주민들이 지역이야기를 영상으로 담아내고 표현해내도록 하는 커뮤니티 또는 공동체 활성화로 이어지도록 해야 한다는 것입니다.

이를, 작은영화관 단위조직 혼자서 이루어내기에는 한계가 있습니다.

운영 중인 천안, 서천 등 2개 미디어센터와 조성중인 서산, 홍성 등 총 4개 미디어센터를 활용하는 충남 전역을 아우르는 협업체계가 필요해 보입니다.

충청남도 광역 차원의 전략 수립 및 예산 지원이 필요한 지점이 될 듯 합니다.

둘째, 영상 및 사진 등 이미지를 다루는 분야에서 체험, 교육 등을 통해 주민들을 이끌어내고 이를 제작 동아리 모임 형태로 발전시켜 시민제작영상 및 사진 등 생산물을 양성해내도록 해야 합니다.

많은 노력과 긴 시간이 소요되는 일이나 해내야 할 일 이고 이를 통해 주민들은 영상미디어 읽기와 쓰기를 체득하고 이를 통해 지역이야기, 일상의 이야기들을 가장 감각적이고 소구력이 강한 영상미디어로 얘기하도록 해야 합니다.

영상미디어는 마을공동체 및 커뮤니티를 활성화하는 데 가장 효과적인 매체중의 하나입니다.

미디어센터가 있는 지역은 미디어센터가 이를 수행해갈 수 있으나 미디어센터가 없는 지역에 대해서는 지역 내에 있는 미디어센터들을 활용하여 충남 전역에 영상미디어문화가 스며들 수 있도록 충청남도 광역 차원의 정책적 노력이 필요하다고 생각합니다.

영화진흥위원회는 운영 중인 영상 체험 및 교육버스인 시네놀이 버스 2대를 2018년 중 광역지자체 2곳에 이 관계획을 갖고 있는 것으로 알고 있습니다.

이중 1대를 이관받아 미디어센터들의 역량을 활용하여 충남 전역에 영상 체험과 교육을 활성화시키는 것도 좋은 방안으로 생각합니다.

셋째, 라디오입니다.

공동체라디오, 마을 라디오, 시민라디오 등 명칭과 무관하게 주민들이 가장 용이하게 참여하고 만들어 갈 수 있는 매체가 라디오 방송입니다.

충남 전역에서 주민들이 만들어가는 방송이 풍성하게 넘쳐나도록 하는 것도 주요 과제가 되어야 할 듯 합니다.

이 부분에서도, 미디어센터들의 역량이 필요하고 이를 위한 충청남도 광역 차원의 정책적 접근이 필요합니다.

천안, 서천, 서산, 홍성을 제외한 나머지 10개 시군지역에도 미디어센터가 조성될 수 있도록 하는 노력이 필요함고 강조 드리고 싶습니다.

III. 결론 및 시사점

1. 무엇보다 거버넌스 체계 구축이 가장 시급하다고 판단됩니다.

1) 우선적으로 미디어센터 및 작은영화관 등 영상문화시설이 운영 중이거나 조성중인 기초지자체 8곳을 중심으로 가칭 “충남영상문화시설운영협의체”를 조속히 구성하여 운영되도록 해야 할 것으로 보입니다.

2) 충청남도, 8개 지자체, 관련 충남 공공공기관은 물론 논의의 실효성을 높이기 위해 지역영상문화시설을 운영하고 있는 위탁운영단체 또는 기관의 참여로 협의체 구성이 이루어지는 것이 좋을 것으로 보입니다.

2. 예산이 뒷받침 되어야 합니다.

1) 현재 지역영상문화시설 조성단계에서는 충남도의 지원이 일부 있는 것으로 알고 있으나 조성 이후의 운영 비용은 전적으로 해당 기초지자체의 부담으로 운영되는 것이 현실입니다.

광역 차원의 지원이 없이 지역영상문화시설들은 운영 측면에서 많은 어려움을 겪고 있고 이 부분이 다른 지자체들이 지역영상문화시설 조성을 주저하는 주요한 원인중의 하나라고 알고 있습니다.

지역영상문화분야에 충청남도 광역 예산 배정이 필요하다는 것입니다.

2017년 충청남도 예산 중 문화예술분야 예산은 총 568억원입니다.

568억원 중 영상문화 또는 미디어문화 진흥 또는 활성화를 위한 예산은 거의 찾아보기 힘듭니다.

2018년에는 문화예술분야 예산 중 적어도 3% 정도는 충남 지역영상문화 진흥 및 활성화를 위해 투여될 수 있도록 하는 것이 시급히 필요하다는 생각입니다.

영상문화는 최소의 지원으로 최대 효과를 거둘 수 있는 가장 효과적이고 감각적인 매체일수 있습니다.

작은 지자체인 서천군에서의 경험은 이에 대한 확신을 더욱 갖게 하고 있습니다.

다시 한 번 영상문화도 문화의 주요 영역 중 하나임을 늘 기억하고 새기자고 제안 드리면서 발언을 마치겠습니다.

충남의 영상 문화거버넌스 구축을 위한 토론(제언)

박정배 | 청운대학교(pjb@chungwoon.ac.kr)

I. 서론

정부의 영화분야 정책결정과정에서 관련 단체의 의견을 청취하는 방식으로 영화인들의 의견을 수렴할 뿐 아니라 그 내용을 실제로 반영하는 경우가 증가하였다. 이 시기에 많은 공적 기구들이 위원회라는 형태의 조직으로 개편된 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 위원회 형식은 권위주의적인 관련기구와 달리 현장과 유기적인 연계를 맺는 민간 전문가들로 구성된 합의체 행정기구로의 전환을 상징한다. 이는 국가 기구의 조직 구성 원리에서 시민사회를 포함시키는 절차적 민주주의에 대한 강조를 엿볼 수 있다.

1999년 영화진흥기구가 영화진흥공사에서 영화진흥위원회로 개편되고 영화심의기구가 한국공연예술진흥협의회에서 영상물등급위원회로 개편되었다. 이러한 변화를 바탕으로 2000년 3월 처음으로 영화계와의 협의를 통해 영화진흥정책에 대한 중장기 발전계획이 세워졌다. 한국영화진흥종합계획 이라고 명명된 이 계획을 통해 한국영화계는 계획에 입각한 진흥정책의 수립과 실행 그리고 평가가 가능해지게 되었다. 최근 관객 내지 수용자에서 이용자로 변모해가고 있는 영상매체에 대한 대중의 사회적 위치의 변화과정이 거세다. 이러한 변화과정은 하루아침에 저절로 이루어지는 것이 아니라 지나간 정치 경제 문화적 권리 투쟁의 과정을 동반하면서 형성되는 것이다. 한편 영상이란 영화와 드라마, 비디오, 움직이는 화면으로 이루어진 광고 등 화면을 주요한 표현 수단으로 삼는 매체를 일컫는다. 여기서 대중들이 일반적으로 보편적인 여가수단이나 문화상품으로 즐기는 영화와 드라마로 한정하는 것이 보다 타당할 것이다. 왜냐하면 영상문화 중 가장 대표적인 장르로서 드라마와 영화가 그 대표적인 예라고 할 수 있기 때문이다. 그런데 대한민국의 각 지자체에서 다양한 문화산업과 연관하여 지역을 발전시키려는 시도를 활발히 하고 있으며 그중에서도 영상문화산업은 최고의 성장산업으로서 이목을 집중시키고 있다. 지역에서 영상산업을 주목하는 이유는 영상산업이 지식과 아이디어 집약산업으로서 거대한 자본이나 생산설비 없이도 다양한 창구효과를 통해 부가 가치를 창출할 수 있는 산업이기 때문이다. 또한 영상산업은 지역 내의 관련 산업들과 연관효과 및 외부효과를 제공하게 된다. 그래서 지역의 정체성과 이미지를 제고시켜 지역 활성화의 원동력으로 작용하게 되는 것이다.

II. 문화거버넌스

거버넌스(governance)는 1980년대부터 대두된 통치 시스템의 개념으로 아직 정의에 대한 학문적 합의는 이루어지지 않았다. Pierre & Peters(2000)에 의하면 정책 결정에 있어 정부 주도의 통제와 관리에서 벗어나 다

양한 이해당사자가 주체적인 행위자로 협의와 합의 과정을 통하여 정책을 결정하고 집행해 나가는 사회적 통치 시스템으로 정의하였다. 문화는 국민생활에 기본이고 중요한 영역을 차지하고 있다. 문화는 지역을 중심으로 지역주민의 문화적 욕구를 충족시키지 못한 중앙정부와 지방정부의 문화정책은 사회문화적 변화에 대응하지 못하는 문화정책이다. 또한 지방정부와 주민 그리고 시민단체, 중앙정부가 동반자적인 역할 없이는 문화발전과 국가 경쟁력을 제고하는데 한계가 있다. 이러한 한계는 문화 분권의 필요성을 대두시켰으며, 문화 분권 없이 지역문화의 혁신과 문화산업의 활성화를 기대할 수 있으며, 이는 문화거버넌스로의 발전을 이끌고 있다. 즉 지역문화 활성화를 위해 지방정부와 중앙정부, 주민, 문화관련 예술단체 및 시민단체, 기업 간에 형성된 네트워크를 의미한다. 문화거버넌스는 권한배분이나 관련 사무에 대한 기능배분도 중요하지만, 문화거버넌스 구축을 위한 중앙정부와 지방정부간의 역할, 지방정부와 주민간의 동반 관계, 주민과 영상문화산업기관 및 단체 간의 협력 등을 통한 지역문화의 자생력을 키워내는 것이 무엇보다도 중요한 과제이다.

그러나 정부의 문화정책을 보면, 지역실정에 맞지 않은 일괄적인 사업이 추진되고 있으며, 도집행부/도의회 의 영상문화정책에 전문성도 부족한 실정이다. 따라서 충남의 영상문화 관련 협의체 발족식에 맞춰 관련 기관들의 문화거버넌스 를 구축하기 위한 것은 무엇을 위한 것인지에 대한 논의가 필요하다. 즉, 충남의 영상문화의 문화거버넌스를 구축하기 위해서는 문화정책을 추진하는 행위자들의 역할과 네트워크가 매우 중요하다. 충남의 영상문화정책을 추진하는 주요조직으로는 우선 충청남도도를 들 수 있으며, 다음으로는 중간조직으로 충남문화산업진흥원, 충남영상위원회, 충남콘텐츠코리아 랩 등을 들 수 있다. 마지막으로 민간문화단체, 영상문화단체를 들 수 있다. 이러한 문화정책의 추진하는 추진조직 간의 협력과 네트워크를 통해 문화거버넌스를 구축하는 것이 성공적인 문화정책으로 가는 방향일 것이다. 따라서 지역주민, 영상예술인, 영상예술기관, 단체들이 문화를 생산하고 향유할 수 있도록 문화정책추진체계를 고찰하고 문제점을 파악하고 기본방향을 제시하는 것이 중요할 수 있다.

따라서 중요한 것은 지역영상문화진흥을 어떻게 할 것인가에 대해서 생각하고 향후 발전을 위한 제도적, 정책적으로 검토하거나 반영해야할만한 사항을 위해 서로 토론하고 의견을 모아야 할 것이다. 특히 영상산업 발전을 위해서는 지역 내의 영상문화 기반 구축이 중요하다. 산업적 기반뿐만 아니라 영상문화발전을 뒷받침할 수 있는 행정지원체계가 마련되어야 하고 지역 내 혁신적인 분위기가 조성되어야 한다. 또한 산 관 학의 유기적 연계가 필요하며 지역의 영상문화산업 종사자들이 영상산업에 전념할 수 있도록 제도가 개선되어야 한다.

III. 결론 및 시사점

영상 문화산업은 지역경제의 성장을 주도하는 성장산업이자 고부가가치 산업이다. 따라서 영상 문화산업은 지역 내 관련 산업과의 연계성, 고용창출 효과, 관광산업으로서의 역할, 삶의 질 향상, 지역 이미지 개선 등의 효과를 창출 시킬 수 있어 중앙정부나 지방자치단체, 민간 기업 등이 많은 관심을 가지고 있다.

충남도 이를 뒷받침하듯 충남문화산업진흥원, 충남영상위원회, 충남콘텐츠 코리아 랩, 지역의 크고 작은 극장, 시민참여영상 등 영상 산업의 발전을 위해 다양한 각도에서 지원하고 있다. 그러나 아직까지도 효율적인 영상산업구조나 시설기반 구축은 미흡하며 지역의 영상산업 육성 정책 또한 서로 간의 연계 없이 계획, 시행되고 있어 분산적으로 위치하게 하는 결과를 초래함으로써 상호 시너지 효과를 발휘하지 못하는 등 효율적이지 못하다.

따라서 이와 같은 문제인식을 해결하기 위해서는 영상산업의 문화화거버넌스 구축을 위한 중앙정부와 지방정부간의 역할, 지방정부와 주민간의 동반 관계, 주민과 영상예술기관, 단체 간의 협력 등을 통한 지역문화의 자생력을 키워내는 것이 무엇보다도 중요한 과제이다.

이는 발표자들이 주장하는 영상문화 향유권 확대를 위한 정책적 제언, 일본 나라시 지방 소도시에서의 영상문화 활성화 사례, 영상문화 활성화를 위한 공동 사업 및 협력 방안의 전북 사례 외에도 충청남도의 영상산업 클러스터 효율적 육성방안이나 충청남도 영상산업발전실무협의회 구성 및 전담 추진 부서의 신설 등을 고민할 필요가 있다. 또한 영상문화의 중요성을 절감하면서 지방자치단체들은 지역발전전략의 일환으로 영상 현지 촬영 유치에 많은 노력을 기울이고 있는 점도 주목해야 할 것이다. 결국 산업적 지원뿐만 아니라 지역에서의 다양한 교육 프로그램 개발과 주민홍보를 활발히 하고, 영상문화의 문화거버넌스를 구축하여 지역성 고취에 힘써야 한다. 끝으로 충남의 문화정책과제는 ‘지원은 하되 간섭은 하지 않는다.’라는 원칙하에 충남 형(形)의 영상산업의 문화거버넌스를 구축해야 하며, 미래지향적인 문화정책의 패러다임으로 전환할 수 있는 문화정책 기획과 전략을 설계해야 할 것이다.

| 참고문헌 |

- 김지현, 한국 참여 영상 문화의 형성과 특징: 영상미디어운동을 중심으로, 2013, 중앙대학교 첨단영상대학원 박사학위논문, p.55
- 김호균·김용민, 정부 간 문화거버넌스 구축방안에 관한 연구: 문화정책추진체계를 중심으로, 2013, 한국정책학회 하계학술대회 겸 국제학술대회 자료집, p.483
- 류민호, 지역영상매체 육성방안에 대한 연구: 인터넷 방송을 중심으로, 2007, 한양대학교 대학원
- 류준호, 지방정부의 문화정책실태와 정책방향: 부산문화재단을 중심으로, 2011, 한국지방정부학회
- 류형진, 영화진흥위원회의 영화정책 연구: 2기 영화진흥위원회를 중심으로, 2005, 한국예술종합학교 영상원 예술전문사학위논문
- 박정배·최창현, 문화관광 융합 거버넌스의 국가간 비교분석, 2015, 한국디지털정책학회 2014춘계학술대회 자료집
- 서상아, 지역 영상문화 인프라 활성화 연구: 인천영상위원회의 위상과 발전방향을 중심으로, 2008, 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문
- 조황식, 지역문화거버넌스 형성에 관한 연구: 대구광역시 서구, 안동시, 의성군을 중심으로, 2007, 계명대학교 박사학위논문
- 정수복, 경기도 영상산업 클러스터 효율적 육성방안에 관한 연구, 2008, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 양수(Yang shu), 한류 영상문화콘텐츠관심도가 한국미용성형의료관광에 미치는 영향, 2014, 동명대학교 대학원 석사학위논문, pp.9-13
- 성결대학교 안양학연구소, 안양시 영화산업 육성방안, 2002, p. 104
- Applebaugh, John. "Governance Working Group". 2015, ISAF.
- Jon Pierre, B. Guy Peters. Governance, Politics, and the State, 2000, St. Martin's Press

Memo

[illegible]

Memo

[illegible]

Memo

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting or typing. There are no margins, text, or other markings on the page.

Memo

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting or typing. There are no margins, text, or other markings on the page.

Memo

[illegible]

Memo

[illegible]