

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 격락된 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, 뻗은 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 마을축제이면서도 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·기획함으로서 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 대척점으로 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 지역의 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 문화예술기업 입니다.

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 직장과의 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.