

SFAC Issue paper_Culture + Policy

서울문화재단 [문화 + 정책] 이슈페이퍼

Vol. 2024-9 (2024.10.17. 발간)

『문화지표에 나타난/낼 문화예술의 변화 _ #1/2』

SFAC Issue paper_Culture + Policy 서울문화재단 [문화+정책] 이슈페이퍼

Vol. 2024-9 (2024.10.17. 발간)

『문화지표에 나타난/낼 문화예술의 변화』

작성자: 김해보(서울문화재단 정책협력실 전문위원)

1986년에 최초로 발표되었고, 2009년에 개정되었던 <유네스코 문화지표체계 : UNESCO Framework for Cultural Statistics(UNESCO FCS)>가 2025년 개편을 앞두고 지난 7월에 그 초안을 공개했습니다. 문화지표는 관심 대상인 문화 현상을 숫자로 표현하는 것입니다. 수집된 숫자에는 문화현장의 변화를 읽을 수 있는 단서가 들어있습니다. 특히 지표체계 개편을 시도하는 연구자들의 한발 앞선 고민에서 기술 변화로 하루가 다르게 변하는 문화예술 생태계를 어떻게 이해해야 하는지 힌트를 얻을 수 있습니다.

이번 달 이슈페이퍼는 『2025 UNESCO FCS』에 나타난 문화 현장의 변화와, 그런 변화를 포착해야 하는 문화지표 구축의 본질적 어려움에 대한 두 편의 시리즈 글로 준비했습니다.

이번 편에서는 <2025 유네스코 문화지표체계에 나타난 문화예술 생태계의 변화>를 주제로 먼저 『2025 UNESCO FCS(유네스코 문화지표체계)』의 주요한 변동 사항과 그 이유가 되는 문화생태계의 변화를 눈여겨 살펴봅니다.

< 목 차 >

#1/2. “2025 유네스코 문화지표체계에 나타난 문화예술생태계의 변화”

1. 주목한 현상 : 『2025 UNESCO FCS(유네스코 문화지표체계)』 초안
2. 눈여겨볼 사항 : 『2025 UNESCO FCS』 초안에 반영된 문화생태계의 변화

#2/2. “문화지표의 본질적 한계를 극복하는, 제한적으로나마 합리적인 선택”

3. 관련된 이슈들 : 문화지표는 변화하는 문화 현장을 제대로 파악하고 비교할 수 있나?
4. 곱씹어 볼 시사점 : 제한적으로나마 합리적인 문화지표 체계 구축을 위한 선택

* 본 이슈페이퍼는 『2025 UNESCO Framework For Cultural Statistics – Part 1 : Concepts and Definitions』(UNESCO, 2024)를 번역, 요약, 재구성한 것임. 번역 과정에서 개념어의 선택 등 한국적 상황에 맞춰 일부 편역한 부분이 있으므로, 정확한 표현은 원문을 확인하기 바람. 『2025 UNESCO FCS』 초안 원문 다운로드 ↗ [유네스코 홈페이지](#)

『문화지표에 나타난/낼 문화예술의 변화』

#1/2. “2025 유네스코 문화지표체계에 나타난 문화예술생태계의 변화”

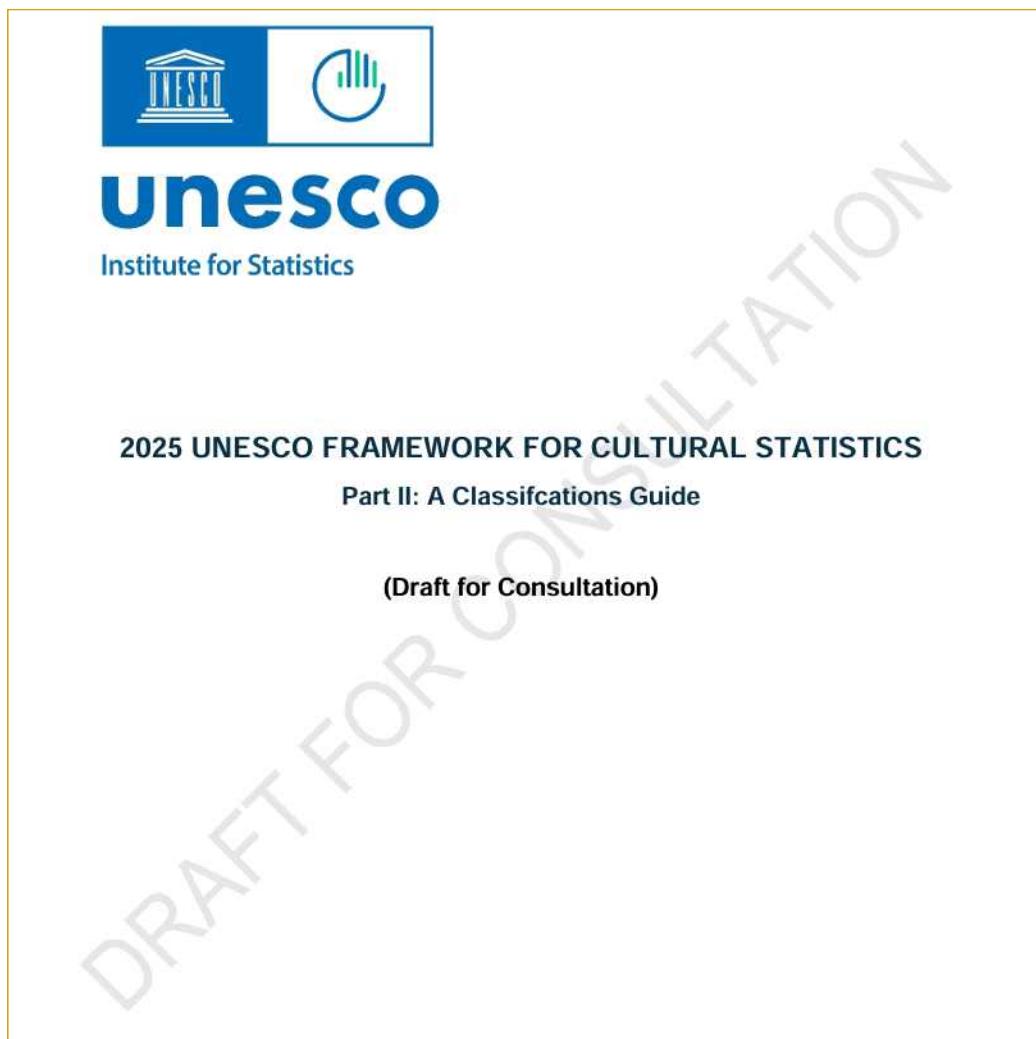
<UNESCO FCS>는 문화 및 창조 생태계(CCE : Cultural and Creative Ecosystem) 관련 통계구축과 사회경제학적 연구에서 국제적으로 <통용될 범위 : unified scope> 설정을 목표로 합니다. 『2025 UNESCO FCS』는 기존의 문화통계 영역 구분을 개편하여, 총 9개 하위 섹터로 구성된 <핵심 영역 : Core sector>과 4개 하위 섹터로 구성된 <횡단 영역 : Transversal sector>으로 나누었습니다. 2009년에 도입된 횡단영역에 <문화 경영>, <문화 관광>, <광고> 등 세 가지 하위 섹터가 추가될 예정이랍니다. 이는 공공, 비영리, 민간영역 매개자들 활동의 중요성을 강조하는 것입니다. 특히 2009 UNESCO FCS에서 문화순환의 과정을 이해하는데 적용했던 <가치사슬 : Value Chain> 모델을 관객의 문화 참여(participation)를 핵심으로 인식하는 <가치 생성 : Value Generation> 모델로 개편하였습니다. 아울러 간접적 사회경제적 영향 측정을 위한 지표 도입 등의 변화를 예고 했습니다.

『2025 UNESCO FCS』에서 강조한 문화 및 창조 생태계(CCE) 변화의 키워드는 <문화 참여 : Cultural Participation>와 <가치 생성 : Value Generation>, 그리고 이 모든 변화를 이끄는 <디지털 : Digital>입니다. 디지털화가 바꾸어 놓은 문화 참여와 가치 생성 프로세스 위에서, 문화 <생산 : production>의 양 측정보다 <참여 : participation>의 이유 파악에 집중한다고 합니다. 기존 모델이 지나치게 <생산> 활동에 집중하여 궁극적으로 문화의 GDP에 대한 기여분을 밝히는 통계로 경도되었던 점을 반성합니다. 그리고 예술 창작 후 사회문화 공동체와 다양한 이해관계자들의 참여로 가치가 생성되는 과정이 상업적 과정과 다르다는 점을 간과한 문제점을 인식하면서 도입한 변화입니다. 새로운 프레임 안에서 <문화 참여>는 단순한 문화 및 창조산업의 상품에 대한 접근과 소비 행동 이상을 의미합니다. 이 보고서는 문화 및 창조생태계(CCE)의 가치 창출 과정과 문화 및 창조산업(CCI)의 가치 사슬을 따라 관객이 <문화 간 협력적 연계 활동 : cross-cultural collaborative engagement>에 개입하는 것으로 <문화 참여>를 재개념화해야 한다고 주장합니다. 관객의 문화 참여는 가치생성 프로세스 전반에 걸쳐 나타납니다. 그리고 단순히 극장, 전시장 등 전통적인 문화인프라뿐만 아니라, 거리, 강변, 종교시설 등 다양한 생활 공간에서의 모든 다양한 문화적 소통과 지식 공유 활동들을 포괄하는 것으로 파악됩니다.

이 보고서에서는 디지털화로 변화한 문화의 특징을 <분절과 혼종 : segmentation & hybridity>으로 파악합니다. 디지털 환경 속 문화참여 변화의 네 가지 주요 요인 중 하나로 제시된, <첨단기술에 의해 문화창조산업(CCI) 가치 창출 시스템 안으로 새로이 등장한 행위자들>이 바꾸어 놓는 문화생활의 새로운 양상에 주목합니다. 생성형 인공지능은 콘텐츠 큐레이션, 문화 경험의 개인화, 문화 빅데이터 분석을 통한 트렌드 및 관객 선호도 분석을 지원하며 문화를 <분절>합니다. 반면 국내 및 국제적 이주 증가 추세 속에서 문화는 끊임없이 <혼종>을 만들어냅니다. 결국 인간의 개별적인 취향으로 잘게 쪼개서 <분절>된 <나의 문화 : My Culture>의 버블 안에 가두어 두려는 문화기계(culture machine)의 달콤한 유혹을 뿌리치고, 몸소 경계를 넘어 또 다른 인간을 만나는 문화적 <실천 : practice>이 문화의 <혼종>을 낳으며 인간의 문화를 늘 새롭게 이어가는 원동력임을 확인시켜줍니다.

『2025 UNESCO FCS』에서는 디지털화와 함께 생성형 AI 등장에 따른 문화의 변화를 중요하게 다루고 있습니다. 그런데, 문화적 실천(practice)을 파악하는 것이 문화통계의 중요한 요소임을 고려하여, 문화는 인간의 경제활동으로 수행될 때만 국가 통계로서 가치 있게 다룬다고 천명하고 있습니다. 하지만, 인물(物)과 사물(物)이 함께 만드는 문명세계에서 “인간적”이라는 것이 “인간에 의한” 것인지, “인간을 위한” 것인지 명확했던 적이 별로 없었다는 사실을 상기할 필요가 있습니다. 국민에게 봉사한다는 국가나 시장에서 이윤을 추구하는 기술이나 모두 <인간중심주의>를 강조하지만, 그것이 실제로 인간을 이롭게 하지만은 않았다는 것이 역사에서 확인됩니다. 다만 인간을 위한 문화가 되도록 계속 경계하고 고민하는 인간 개인이 필요할 뿐입니다. 『2025 UNESCO FCS』에서 인간의 삶을 풍요롭게 하는 진정한 “문화”를 제대로 파악하여 소통하고 진흥하려는 문화정책 연구자들의 고민과 한계를 공유하고 공감하는 것은 문화 현장을 이해하는데 도움이 됩니다.

<『2025 UNESCO FCS』 초안 표지>



출처 : 유네스코 홈페이지

『2025 UNESCO FCS(유네스코 문화지표체계)』 초안

□ 『2025 UNESCO FCS(유네스코 문화지표체계)』 초안 발표 (2024.7월)

○ 개요

- 1986년에 최초 발표, 2009년에 개정되었던 <UNESCO Framework for Cultural Statistics(UNESCO FCS : 유네스코 문화지표체계)>가 2025년 개편을 앞두고 지난 7월에 그 초안을 발표했음¹⁾
- 『2025 UNESCO FCS』는 2024년에 발표된 국제표준산업분류체계(ISIC) 개정 5판, 비공식적 문화활동의 증가, 생성형 인공지능 기술 발전 등의 변화를 반영함
- 이해관계자들을 대상으로 하는 FCS 글로벌 협의절차를 거쳐 2025년에 확정될 예정임

○ 『2025 UNESCO FCS』 초안에서 밝힌 세 가지 혁신 사항

- ① 문화 및 창조 생태계(CCE : Cultural and Creative Ecosystem) 관련 통계구축 및 사회경제학적 연구에서 <통용될 범위 : unified scope> 설정에 기여
: 용어와 개념, 통계방식(인구조사, 설문조사, 행정통계, 빅데이터 조사 등)의 표준화를 통해 각종 관련 통계 및 정보 시스템들 간의 차이를 조율하고 국가 및 국제 수준에서 데이터 비교 가능성을 높이는 것을 목표로 함.
- ② 문화다양성에 대한 인식과 존중의 의지를 강력히 표명
: 회원국들이 각자 고유한 문화적 맥락, 정책 우선순위, 통계적 전문성에 부합하면서도 인적-재정적 자원의 가용성을 고려하여 통계의 단위와 지표, 그리고 방법론을 선택할 수 있도록, <교차형 모듈식 접근법 : Cross-cutting Modular Approach>을 적용함
- ③ 두 개의 상호보완적 문서로 구성된 역동적 통계 툴 제공
: <개념적 구성요소 : The 2025 UNESCO FCS Conceptual Component>와 <통계 분류 가이드 : The Classifications Guide to the 2025 UNESCO FCS>로 구성됨

1) 유네스코 통계연구소(The UNESCO Institute for Statistics : UIS) 소관
UIS는 교육, 과학, 문화 및 커뮤니케이션에 관한 국제적으로 비교 가능한 공식적이고 신뢰할 수 있는 데이터의 출처를 지향함. 웹사이트 <https://data.uis.unesco.org>

□ <UNESCO FCS : 유네스코 문화지표체계>란?

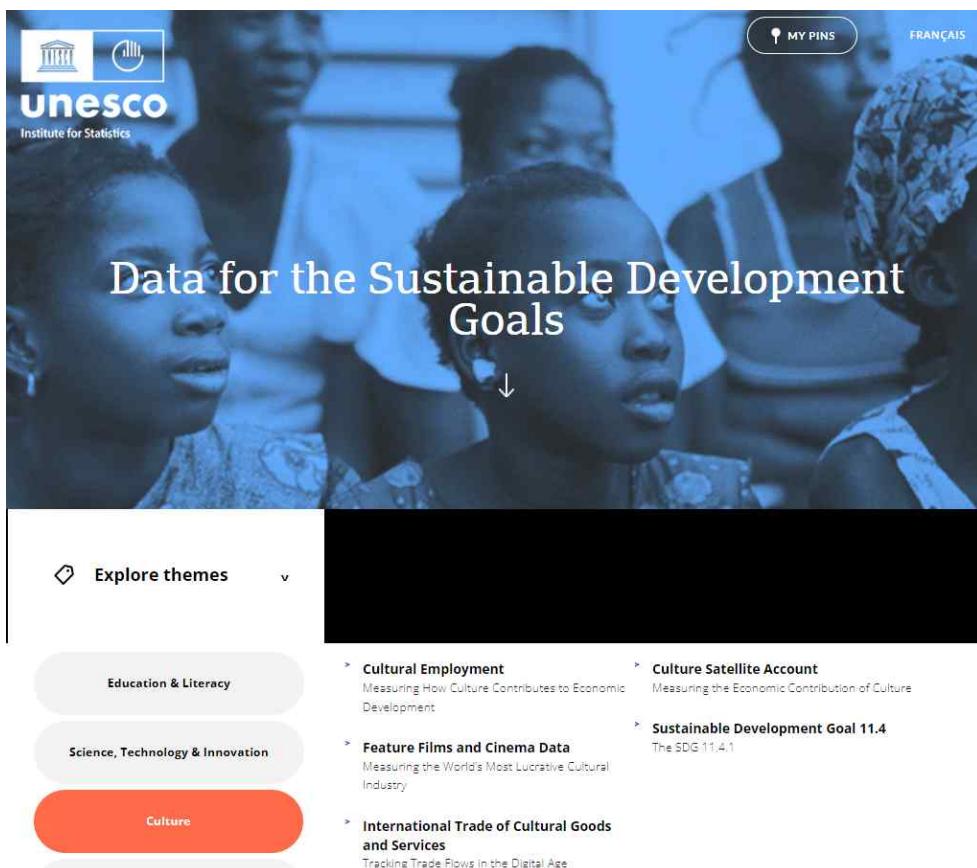
○ 유엔이 국제 비교를 위한 통계 표준화 사업 일환으로 시작

- 1972년에 문화지표의 체계연구를 시작하여, 1979년에 1차 안 발표 (OECD, 2023²⁾)
- 1980년 UNESCO 총회(10월 27일)에서 <문화 활동의 공공재적 통계의 국제표준화에 관한 권고 : Recommendation concerning the International Standardization of Statistics on Public Financing of Cultural Activities> 채택
- 1981~1985년 네 번에 걸친 FCS 워킹그룹 회의 개최

○ 1986년에 유네스코 문화지표체계(1986 UNESCO FCS) 최초 발표

- 문화활동을 11개 영역으로 구분
 - : 문화유산, 인쇄물과 문학, 음악, 공연예술, 시각예술, 영화와 사진, 라디오와 텔레비전, 사회문화적 활동, 스포츠와 게임, 자연과 환경, 문화행정
- 5개 기능 구분 적용 : 창작 및 생산, 전파 및 보급, 수용 및 소비, 보존 및 등록, 참여

<유네스코 통계연구소(UIS) 웹사이트 (<https://data.uis.unesco.org>)>

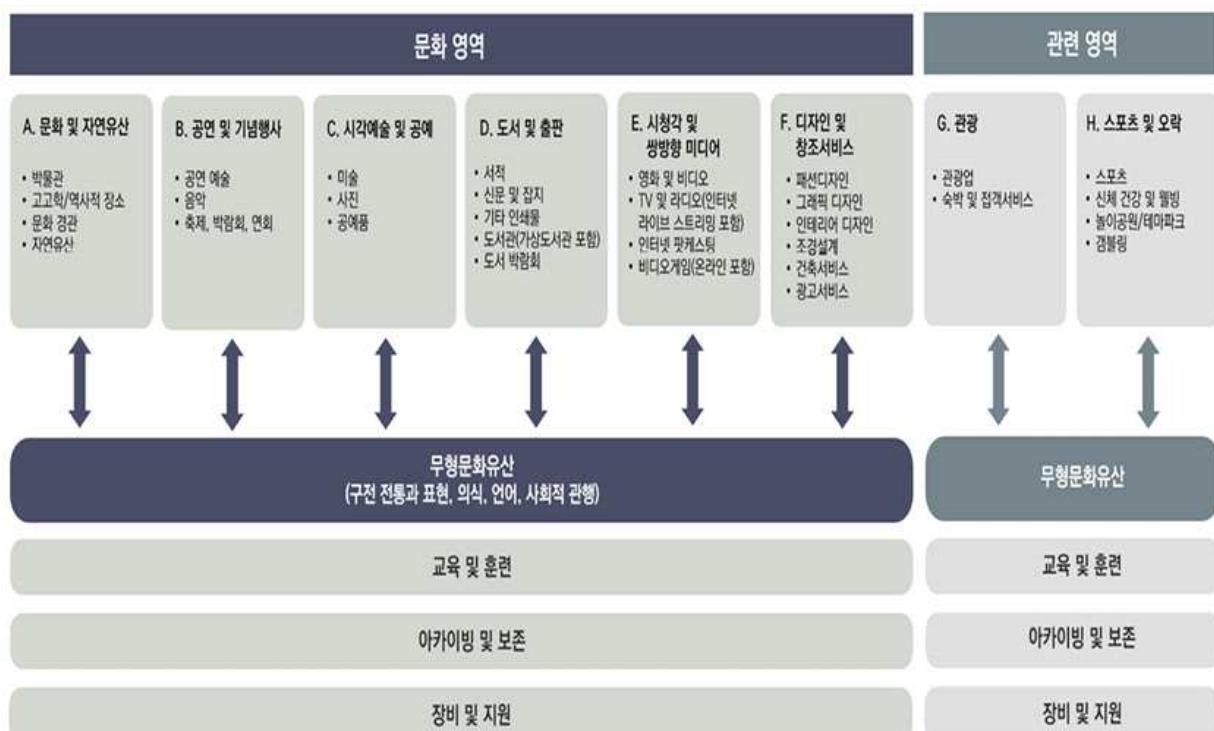


2) OECD (2022), 『The Culture Fix: Creative People, Places and Industries』

○ 2009년에 개정판『2009 UNESCO FCS』 발표

- IT 발전, 글로벌화, 문화의 산업화 등으로 인한 문화의 경제적 역할 증가 현상과 특히 문화의 사회적 영향까지 반영함
- <문화관련 영역 : Related Domains>까지 추가 고려
 - : <문화 영역 : Cultural Domain> 외에 일부 문화로 인식될 수 있는 경제, 사회적 활동을 포함하는 관광, 여가까지 포함함
- 문화활동을 6개 영역으로 재구성
 - : 문화 및 자연 유산, 공연 및 기념행사, 시각예술 및 공예, 서적 및 인쇄물, 시청각 및 인터랙티브 미디어, 디자인 및 창조적 서비스
- <횡단 영역 : Transversal Domain> 도입
 - : 교육, 아카이빙 및 보존, 무형문화유산, 지원 기자재 등 여러 문화 영역을 가로지르는 활동 고려
- 문화순환 모델 수정 : 창작→생산→보급→전시/수용/전달→소비/참여

<2009 UNESCO FCS의 영역 구분>



출처 : UNESCO(2009), 민경선·정남숙(2022)³⁾ 번역, 재인용

3) 민경선·정남숙(2022), 『인천 문화통계의 현황과 개선방향』, 인천연구원

2. 눈여겨볼 사항⁴⁾

『2025 UNESCO FCS』 초안에 반영된 문화생태계의 변화

□ 『2025 UNESCO FCS』의 주요 변동 사항

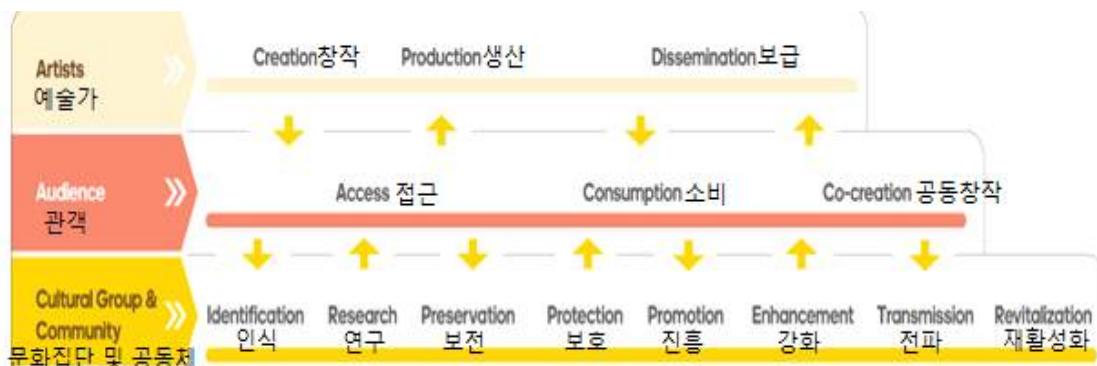
- <문화 및 창조 생태계 : Culture & Creative Ecosystem(CCE)>를 사회경제학적 연구의 대상으로 인식
 - 예술가, 사회집단, 문화 공동체, 관객 등 여러 주체들이 다양한 관계를 맺고 다양한 형태의 문화적, 경제적 가치를 창출하는 복잡한 생태계로 간주함
 - 이런 관점을 <The CCE - A Universe for Socioeconomic Analysis : 사회경제학적 분석이 필요한 세계>라는 말로 표현함
 - 당초 문화예술계 내의 상호의존적 관계를 설명하기 위해 도입되었던 <생태계> 개념이 최근 문화 및 창조산업(CCI) 관련 네트워크 안에서의 보다 다양한 행위주체, 상호작용, 자원, 연결관계를 이해하는데 활용되는 영향을 반영함
 - 관련 네트워크 안에서의 공식적 상호작용 외에 비공식적 상호작용도 고려함
- 생성형 AI 등장에 따른 변화를 고려하여, 인간의 <문화적 실천 : cultural practice>을 중시
 - 최근 기술의 발전이 문화예술의 공동 창작/생산/보급 양상을 완전히 바꾸어 놓고 있는 가운데, 특히 생성형 인공지능은 그 영향이 심대함.
 - 생성형 인공지능에 의한 직간접적 변화 예측은 단기적으로도 불분명하지만, 그 영향의 범위는 매우 광범위함. 문화적 표현의 다양한 영역과 이해관계자, 플랫폼 뿐만 아니라 국가와 제도까지 포괄함.
 - 챗-GPT, DALL-E, SORA 등 텍스트와 이미지를 생산하는 생성형 인공지능들은 문화콘텐츠 생산의 개념을 새롭게 정의하고 있음.
 - 이 기술들은 텍스트, 이미지, 음악 등 문화콘텐츠 생산에서 새로운 창조성과 혁신 가능성을 제시하며, 콘텐츠 큐레이션과 문화적 경험의 개인 취향 맞춤 서비스, 빅데이터 분석을 통한 관객 선호와 트렌드 조사에 활용될 수 있음
 - 이런 상황 속에서, 이 보고서는 문화적 실천(practice)을 파악하는 것이 문화통계의 중요한 요소임을 고려하여, 문화는 인간의 경제활동으로 수행될 때만 국가 통계로서 가치 있게 고려함
 - 즉, 예술창작 및 문화활동은 본질적으로 인간 예술가, 사회집단, 문화공동체 등의 전유물로 간주함 (UNESCO, 2024)

4) 아래 내용은 『2025 UNESCO Framework For Cultural Statistics - Part 1 : Concepts and Definitions』(UNESCO, 2024)를 번역, 요약, 재구성한 것임. 번역 과정에서 개념어의 선택 등 한국적 상황에 맞춰 일부 편역한 부분이 있으므로, 정확한 표현은 원문을 확인하기 바람.

○ 『2009 UNESCO FCS』의 문화순환 모델(cultural cycle model) 개편

- 현재의 문화활동 양상을 예전의 방식으로 이해할 수 없고, 보다 총체적(holistic) 관점에서의 사회경제적 기여를 파악할 수 있는 새로운 개념과 방법론 도입이 필요함
- 이를 위해 『2025 UNESCO FCS』는 이전의 <가치 사슬 : Value chain> 모델 대신 <새로운 가치 생성 모델 : New model of Value Generation>을 제시함
- 기존 모델이 지나치게 <생산 : production> 활동에 집중하여 궁극적으로 GDP에 대한 기여분을 밝히는 통계로 경도되었고, 예술 창작 후 사회문화 공동체와 다양한 이해관계자들의 참여로 가치가 생성되는 과정이 상업적 과정과 다르다는 점을 간과한 문제를 지적함
- <문화 참여 : cultural participation⁵⁾>를 단순히 문화 및 창조적 창작물을 소비하는 활동이 아니라 <문화 및 창조산업 : Cultural and Creative Industries(CCI)>의 가치 창출 과정과 문화 및 자연 유산의 보존에 기여하는, <문화 간 협력적 연계 활동 : cross-cultural collaborative engagement⁶⁾>로 재인식할 것을 촉구함(UNESCO, 2024)
- 『2025 UNESCO FCS』에서는 문화 및 창조적 생산물에 대한 관객들의 <접근 : access>, <소비 : consumption>, <공동 창작 : co-creation>로 구성되는 <문화 참여 : cultural participation>를 가치생성 프로세스의 가운데에 위치시킴⁷⁾.

<가치 생성 모델(New model of Value Generation) : 직선형 다이어그램>



출처 : UNESCO, 2024 (필자 번역)

5) 『2025 UNESCO FCS』에서는 <문화참여>의 개념이 최근 사상과 표현의 자유에 대한 권리로까지 확대되었고, 심지어 공공정책 및 집합적 사회행동의 기획과 실행, 자유롭게 선택할 권리를 표출하는 활동들에 대한 접근과 적극적 개입(access and active engagement)까지 포함하는 담론들을 포괄하여 다음과 같이 정의함.

“Cultural participation is thus defined as involvement in arts, crafts, and celebratory activities, which constitutes a fundamental human expression of culture, identity, and community, holding intrinsic value, whether through passive observation or active engagement” (UNESCO, 2024)

6) engagement를 participation의 행위성과 그로 인한 관계까지 고려하여(참여+관계) <연계 활동>으로 번역함
7) 개념어의 번역은 원 연구자의 의도를 반영하고 번역된 말을 사용할 언중들의 언어습관까지 고려해야 함. 특히

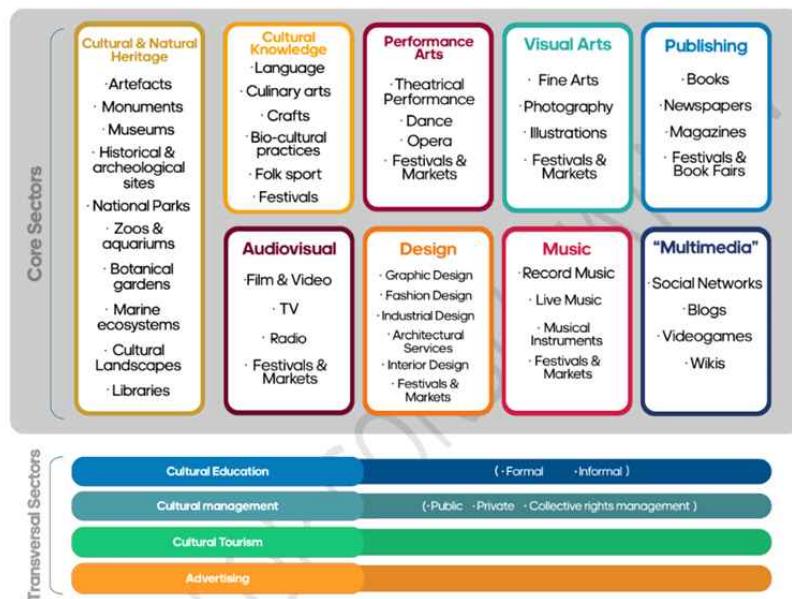
국제기구의 문서에 대해 공식화된 용어가 없는 경우 지나친 의역 보다는 직역이 적절하지만, 이 글에서는 2025 FCS 초안에 나타난 새로운 논점들을 제대로 전달하기 위해 주로 의역을 선택함. 문서 안에서 사용된 맥락에 따라 같은 용어도 다르게 번역될 필요도 있음. 예를 들어 <Co-creation>은 위의 가치생성 과정에서 주로 예술과 창조산업의 생산물을 고려하는 점을 반영하여 <공동창작>으로 번역하였지만, 이를 보다 포괄적인 문화생산 및 전파의 과정으로 본다면 <공동 창조>로 번역하는 것이 더 적절함. 마찬가지로 <audience>가 문화예술 콘텐츠의 소비자로서 <관객>으로 한정하기 보다는 문화를 공유하는 과정에서는 <문화향유자>로 인식될 필요도 있음. 추후 면밀한 번역과 토론을 통해 보다 적절한 개념어 번역을 확정할 필요가 있음.

○ 문화 및 창조 생태계(CCE)를 세부 <관찰 단위 : unit of observation>로 구분

- <핵심 영역 : Core sector>과 <횡단 영역 : Transversal sector>로 구분
- 핵심 영역은 크게 <문화 및 자연유산 : Cultural & Natural Heritage> 섹터와 <문화 및 창조산업 : CCI> 관련 8개 섹터들로 구분
- <문화 및 창조산업 : CCI> 관련 섹터 중 <문화지식 : Cultural Knowledge> 신규 도입
 - : 무형문화유산 부문의 사회경제학적 분석을 촉진함으로써, 지역사회, 소수민족, 지역문화공동체, 문화유산 관계자들을 지지하기 위한 목적으로 도입함.
- <멀티미디어 : Multimedia> 섹터 신규 도입
 - : SNS, 위키, 블로그, 비디오 게임 등의 경제 활동이 국제표준산업분류에 포함된 최근 동향을 반영함. “멀티미디어” 보다 적절한 용어를 찾고 있는 중이라고 밝힘
- <음악 : music>을 별도 섹터로 구분
 - : 공연예술 섹터에 포함하기 어려운 측면을 반영함
- <문화 경영>, <문화 관광>, <광고> 등 세 가지 횡단영역 신규 추가
 - : 규제, 재원 조달 등을 통해 문화 및 창조 생태계를 활성화 하는 공공, 비영리, 민간영역 매개자들의 활동 중요성을 강조함. 특히 콘서트, 전시회, 도서전 등 문화행사 참가 이외에 민속문화관광, 농촌관광, 음식투어 등 다양한 문화관광 활동들을 포함함

<2025 UNESCO FCS의 문화 및 창조 생태계(CCE) 영역 구분>

Cultural & Creative Ecosystem



출처 : UNESCO, 2024

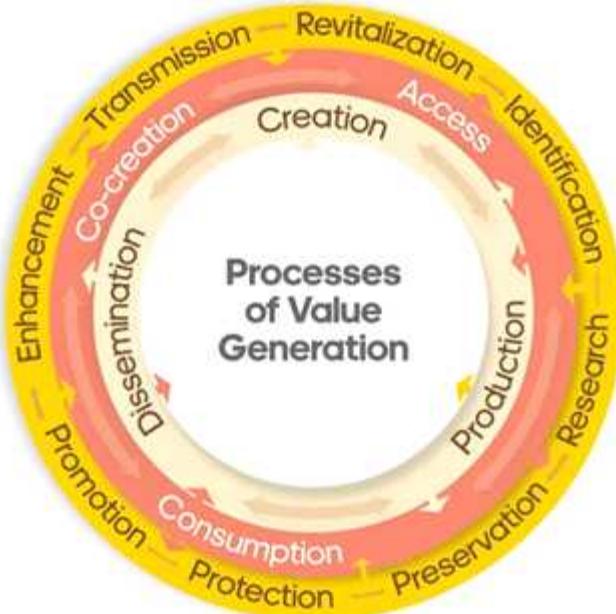
○ 기타 변동 사항 : CCE의 간접적 사회경제적 영향 측정을 위한 지표들 도입 등

- 포용적 경제성장, 사회통합, 복지증진, 환경보호에 대한 기여도를 설명할 수 있는 지표들 도입

□ 『2025 UNESCO FCS』에 나타난 문화생태계의 변화 _ ①문화 참여와 가치 생성

- 『2025 UNESCO FCS』는 문화 및 창조생태계의 주요 행위자(agents)를 세 가지로 구분
 - <중심 행위자 : Central agents> : 예술창작자, 실연자, 활동가, 사회집단, 문화공동체, 관객 등
 - <지원 행위자 : Support agents> : 개인 문화 후원자, 공식/비공식적 공공/민간 지원기관들 (대행사, 협회, 문화부, 마케팅업체, 연구기관 등 포함)
 - <연결된 행위자들 : Connected agents> : 은행, 온라인 판매플랫폼, 전자결제시스템, 펍테크 솔루션, 통신사업자 등 문화 및 창조적 가치 창출 과정의 도구로 사용되는 재화와 서비스를 촉진하는 주체들 (UNESCO, 2024)
- 관객의 문화 참여(participation)를 핵심으로 인식하는 <가치 생성 : Value Generation> 모델
 - 아래 <가치 생성 모델 : 원형 다이어그램>에서 볼 수 있듯이, <문화 참여>를 가치 창출 과정의 핵심에 두는 것은 관객이 CCE에서 수행하는 적극적인 역할을 인정하는 것임.
 - 단순한 문화 및 창조산업의 상품에 대한 접근과 소비 활동 이상을 의미하는 <문화 참여>는 문화 및 창조 생태계(CCE)의 가치 창출 과정과 문화 및 창조산업(CCI) 가치 사슬을 따라 관객이 <문화 간 협력적 연계 활동 : cross-cultural collaborative engagement>에 개입하는 것으로 재개념화되어야 함(UNESCO, 2024)
 - 이 프레임에서 관객의 문화참여는 가치생성 프로세스 전반에 걸친 개입으로 나타남
 - 이는 단순히 극장, 전시장 등 전통적인 문화인프라에서 활동에 제한된 것이 아니라, 거리, 강변, 종교시설, 예술축제, 전통음식 체험장 등에서의 모든 다양한 문화적 소통과 지식 공유 활동들을 포함함

<가치 생성 모델(New model of Value Generation) : 원형 다이어그램>



출처 : UNESCO, 2024

○ 문화 <생산 : production> 양의 측정보다 <참여 : participation>의 이유 파악에 집중

- 문화생산 활동을 핵심 측정 대상으로 삼았던 2009 FCS와 달리 2025 FCS는 예술가, 공동체, 관객들의 <문화 참여>를 결정하는, “숨겨진 이유”에 관심을 집중함
- 전통적으로도 수동적(passive), 적극적(active) 참여가 번갈아 가면서 일어나는 것으로 이해했음
 - . 가치 해석 : 대상의 미적, 정신적, 역사적, 상징적, 정통적, 교육적, 혁신적 가치 해석하기
 - . 수동적 참여 : 문화 및 여가 관련 행사나 제품을 수용, 이용, 구매, 관찰(receiving, using, purchasing, and observing)하는 행위
 - . 적극적 참여 : 예술적 행위를 만들고, 창조하고, 조직하고, 시작하고, 생산하고, 촉진(making, creating, organizing, initiating, producing, and facilitating)하는 행위
- 그런데 2009 FCS와 달리 2025 FCS는 <문화 참여>를 대중이 관객에서 인플루언서 또는 소비자로 변모할 수 있는 횡단적 과정으로 이해함
- 이런 관점에서 2025 FCS는 4개 층위로 문화참여 활동을 구분함
 - : 관찰(observation), 적극적 참여(enhanced engagement), 크라우드 소싱(crowdsourcing⁸⁾), 공동창작(co-creation) (UNESCO, 2024)

○ 디지털이 바꾸어 놓은 문화 참여와 가치 생성

- 문화참여를 가치생성 과정의 핵심요소로 보는 관점은 2009 FCS에서 도입했던 <적극적/소극적 참여 : active/passive participation> 관점에서 한발 더 나아가서, 최근 디지털 환경에서 변화한 문화소비 및 참여의 양상을 반영하는 변화된 인식 체계임.
- 디지털 환경의 등장은 디지털 영역뿐만 아니라 디지털 혁신과 지속적으로 상호작용하는 아날로그 영역에도 영향을 미치면서 사회적 행동을 근본적으로 재구성하고 변화시켰음
- “문화생산과 소비의 결정은 본인이 아니라 오히려 소셜네트워크 상의 다른 사람들에 의해 결정”(Potts 외⁹, 2008, UNESCO, 2024 재인용) 되지만, 동시에 문화생태계의 제도화된 영역 구분 방식에 따라 가치 재평가와 옹호의 과정을 거치게 됨
- 이때 가격을 결정하는 시장의 기능 외에 그런 경제 활동과 연관되는 <시장 기반의 사회적 관계망 체계 : market-based social network framework>의 역할이 매우 중요함(UNESCO, 2024)



한국은 “평점사회”

출처 : 김나윤(2021), “평점 높으면 대박, 낮으면 쪽박…‘별’ 하나에 올고 옷는다”, 중앙일보 2021.1.2.일자

-
- 8) 재원 조달뿐만 아니라 자원의 실시일반 행위까지 포함하려면 이것을 <울력>이라는 우리 고유의 개념으로 번역함이 적절하지만, 지금의 언중에게는 오히려 익숙하지 않은 말이므로 그냥 <크라우드소싱>으로 번역함
 - 9) Potts, Jason D., Cunningham, Stuart D., Hartley, John, & Ormerod, Paul (2008). Social network markets: a new definition of the creative industries. Journal of Cultural Economics, 32(3). UNESCO(2024) 재인용

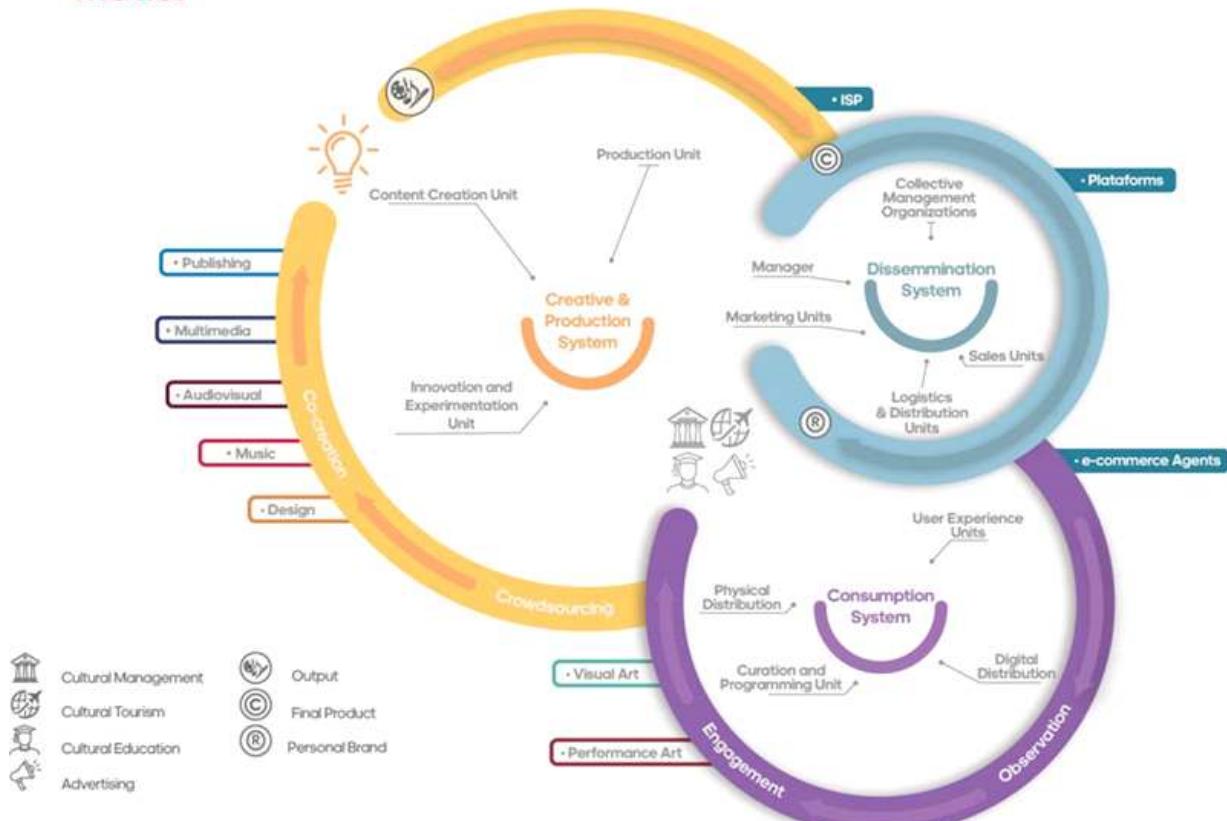
□ 『2025 UNESCO FCS』에 나타난 문화생태계의 변화 _ ②디지털화와 문화 변동

○ 디지털은 더 이상 단순한 문화의 전달 매체나 형식을 뜻하는 것이 아님

- 지금은 전 세계인이 이용할 수 있는 디지털 기기와 온라인 가상 채널의 확산으로 가능해진 공동 창작-생산-보급이 예술가와 관객의 역할을 변화시키는 디지털 환경에 직면함
- 크라우드 펀딩 플랫폼, 포털사이트, 전자결제시스템, 온라인 판매 대행 플랫폼, 핀테크 솔루션 등 새로운 전자상거래 주체들이 문화생태계 안에서 새로운 관계를 구축하고 있음
- 창작자들은 전 세계 관객을 사로잡기 위해 옴니채널(omni-channel) 경험 전략을 채택함. 보다 효과적인 관객 세분화, 다양한 결제 수단 제공, 고급스러운 온라인 예약 플랫폼 구축, 관객 경험 공유 플랫폼 제공이 필요함
- 박물관, 아카이브, 심지어 공원의 경우도 문화 및 자연 유산에 대한 새로운 형태의 서비스 제공을 위해 SNS와 웹페이지를 통한 온라인 서비스 뿐만 아니라, 관객들과 경험을 공유할 수 있는 디지털 전환 및 증강 현실의 도입 필요성이 강조됨

<문화 및 창조산업(CCI)에 적용한 가치 생성 모델>

Model



출처 : 유네스코, 2024

○ 디지털 환경 속 문화참여 변화의 네 가지 주요 요인

- 관객들의 다양한 문화적 표현을 통한 미적, 정신적, 교육적, 혁신적, 사회적, 경제적 가치 평가 방식을 근본적으로 변화시키고 있는 디지털 환경의 주요 요인을 다음 네 가지를 제시함

① 첨단기술에 의해 문화창조산업(CCI) 가치 창출 시스템 안으로 새로이 등장한 행위자들

- . 알렉사, 구글어시스턴트 등 가상비서는 이를 활용한 문화콘텐츠 활용양상을 크게 변화시켰음
- . 시청각 콘텐츠 및 출판물까지, 이런 기술들은 CCI의 창작, 생산, 유통, 소비 과정을 혁신하고, 관객들을 프로슈머로 변화시킴

② 문화의 상업화를 촉진하는 전자상거래 솔루션의 확산

- . B2B, B2C, B2G, C2C에 직접적으로 문화 상거래 채널을 도입했을 뿐만 아니라 새로운 이해관계자들이 문화 및 창조산업 생태계(CCE)에 진입하게 됨
- . 전자결제시스템, 포털사이트, 펍테크 기업과 같은 주체들은 CCE 이해관계자들 사이에 존재하던 복잡미묘한 균형 관계를 변화시킴
- . 이런 변화는 COVID-19 팬데믹 기간 중 각종 보조금 정책을 통해 촉진되었는데, 문화소비 결제방식이 다양화되었고, 온라인 플랫폼을 통한 공연, 박물관, 축제 입장권 구매가 일반화 되었음

③ 단순히 콘텐츠 유통 채널을 넘어서, 소비자의 공동 창작 촉진, 문화 콘텐츠 추천, 특정 콘텐츠 소비의 수익 모델화에 기여하는 통합된 소셜 미디어

- . 예를 들어, 페이스북은 온라인 VOD 서비스에 광고를 삽입하여 수익을 창출함

④ 여러 형태의 매체를 자유롭게 넘나들며 공유할 수 있도록 하는 아날로그 및 디지털 콘텐츠의 디지털 복제

- . 사이버문화 이용자들은 미디어 장치와 포맷의 차이를 넘나들며 새로운 형태의 창작, 생산, 접근, 유통, 소비 활동 양상을 보임 (UNESCO, 2024)



출처 : Medium, 2014¹⁰⁾

10) Giuseppe Granieri(2014), “Algorithmic culture. “Culture now has two audiences: people and machines”, A conversation with Ted Striphias, Medium 2014.5.1.일자)

○ 문화 변동을 이해하는 핵심 요소로서 <분절과 혼종 : segmentation & hybridity>

- 강화된 경쟁 속에서 관객의 주목을 끌기 위해서는 좀 더 독특한 경험을 제공해야 하는데, 이때 사회구조 변화와 디지털화에 따른 문화의 <분절 : segmentation> 현상은 문화 및 창조생태계(CCE) 내에서 새로운 차원의 요소로 작용함
- 디지털 플랫폼 위에 몇몇 지배적 언어가 존재하지만, 관객들은 각자 취향과 지역적 맥락에 맞고, 온나채널을 통해 감상할 수 있는 문화적 경험이 더 많아지기를 희망함
- 이때 생성형 AI의 등장 효과에 특히 주목할 필요가 있는데, 이는 단순한 보조 도구를 넘어 디지털 창작의 새 패러다임으로 활용되고 있고, 문화콘텐츠 제작 활동 자체를 재정의하고 있음
- AI는 콘텐츠 큐레이션, 문화 경험의 개인화, 문화 빅데이터 분석을 통한 트렌드 및 관객 선호도 분석을 지원하며 <분절> 현상을 촉진함
- 문화 및 창조생태계(CCE)는 국내 및 국제적 이주의 증가로 끊임없이 일어나는 문화 <혼종>화의 영향을 받음.
- 다문화주의, 상호문화주의, 초문화주의(transculturalism)와 같은 공공 정책이 선택한 기조와 상관없이, 표출된 문화적 표현들을 통해 나타나는 상호 공존과 대화의 분위기가 문화참여에 큰 영향을 미침.
- 인간의 개별적인 취향으로 잘게 쪼개서 <분절>된 <나의 문화 : My Culture>의 베를 안에 가두어 두려는 문화기계(culture machine)의 달콤한 유혹을 뿐리치고, 몸소 경계를 넘어 또 다른 인간을 만나는 문화적 <실천 : practice>이 문화의 <혼종>을 넣으며 인간의 문화를 늘 새롭게 이어가는 원동력이 됨.



#2/2. “문화지표의 본질적 한계를 극복하는, 제한적으로나마 합리적인 선택”으로 이어집니다.

* 이슈페이퍼 내용은 작성자의 견해일 뿐 기관의 공식 입장이 아님.

SFAC Issue paper_Culture + Policy 서울문화재단 [문화+정책] 이슈페이퍼

Vol. 2024-9 (2024.10.17. 발간)

『문화지표에 나타난/낼 문화예술의 변화 _ #1/2』

작성자: 김해보(서울문화재단 정책협력실 전문위원)

발행일 : 2024.10.17.

발행인 : 이창기

발행처 : 서울문화재단(www.sfac.or.kr)

기획·집필 : 서울문화재단 정책협력실 김해보 전문위원

편집 : 서울문화재단 미래전략팀

디자인 : 서울문화재단 홍보마케팅팀