

지방시대 지역+문화+매력을 위한 지역문화정책

한국광역문화재단연합회 2025년 상반기 정책세미나

(2025.3.6.(목), 충북 증평 벨포레 리조트)

김 해 보

한국광역문화재단연합회 부설 한국지역문화정책연구소장

서울문화재단 정책협력실 전문위원

sea@sfac.or.kr

목 차

1. 지방시대 ... 진정한 지역문화의 시대?!
2. 지역-문화-매력-활력 증진 방안 ... 연구 요약
3. 한광연이 주목할 눈대목 ... 세 가지
 - (1) 문화-매력 ... 그런데 어떤???
 - (2) 지방시대 지역문화 → 문화정책의 재구조화
 - (3) 지역문화(관광)재단 = COM + DMO !



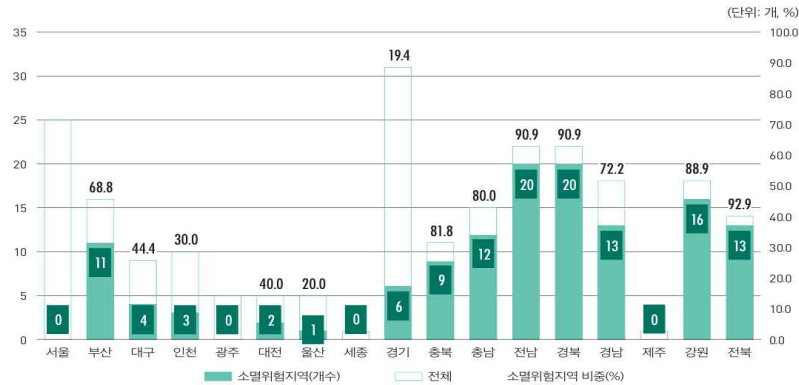
한광연 홈페이지
자료실 게시판
http://nafac.or.kr/sub.php?code=04_data02

지방시대 ... 진정한 지역문화의 시대?!

(1) 사실은 “지방 소멸” 시대

○ 지방시대의 현실은 절체절명의 소멸 위기

- 행정안전부에서 5년 마다 <인구감소지역> 고시, 이제 대도시까지 위협하기 시작
- 2024년 현재 89개 시군구 (228개 중 39%), 부산이 광역시 중 최초로 소멸위험단계에 진입한 상태



< 시도별 소멸위험 시군구 수 및 비중 > (2024년 3월 기준)

(출처 : 이상호, 2024)

자료: 국가통계포털(www.kosis.go.kr) 2024년 3월 「주민등록인구통계」 자료를 이용하여 산출함

○ 인구 끌기 위한 매력 만들기가 절실한 시대

- 지방도시 인구의 자연 감소보다 사회적 감소 요인이 더 큰 한국적 상황

지방소멸 요인	구분	한국의 현황
인구 감소	저출산	<ul style="list-style-type: none"> • 2022년 합계출산율이 0.78로 세계 최저 수준 (통계청, 2023) • 2039년부터 세종시 제외 16개 광역시도 모두 인구감소 (통계청, 2024)
	고령화	<ul style="list-style-type: none"> • 2022년 65세 이상 고령인구 비율 17.4% (2072년 47.7%로 전망) (통계청, 2023) • 15~64세 생산연령인구가 2022년 3674만명에서 감소 추세 (2072년 1658만명으로 전망) (통계청, 2023)
인구 유출	청년인구 유출	<ul style="list-style-type: none"> • 교육, 취업 등을 이유로 청년들의 수도권 이동으로 청년 인구비율 감소 (한국보건사회연구원, 2020)¹⁾
	수도권 집중	<ul style="list-style-type: none"> • 서울, 인천, 경기 지역 포함 수도권에 전체 인구의 약 50.7%(2천601만명) 거주 (행정안전부, 2023)²⁾
경제적 쇠퇴	지역경제 침체	<ul style="list-style-type: none"> • 농촌 및 중소도시들은 농업과 전통 제조업에 크게 의존하는데, 이들 산업의 경쟁력 약화로 지역활력 감퇴 (국토연구원, 2020)³⁾ • 한국의 농업부문 GDP 비중이 1.6%에 불과, 전체 인구의 5% 고용 (세계은행, 2020)⁴⁾
	산업구조 변화	<ul style="list-style-type: none"> • 자동화, 디지털화로 전통 제조업의 경쟁력 감소 (The Economic Forum, 2020)⁵⁾ • 전통 제조업 중심의 지방 경제가 새로운 성장동력 찾기 어려움 (한국은행 지역경제보고서, 2023)

1) 이상림, 2020, 청년인구 이동에 따른 수도권 집중과 지방 인구 위기, 보건복지 ISSUE & FOCUS 제395호, 한국보건사회연구원

2) 행정안전부, 2023, 주민등록 인구통계 (2023년 12월 기준)

3) 박세훈, 2020, 인구감소시대 지방중소도시 활성화를 위한 정책과제, 국회입법조사처

4) World Bank, 2020, "World Development Indicators", World Database

5) World Economic Forum, 2020, The Future of Jobs Report 2020, World Economic Forum

(2) 지역문화정책의 위기! 또는 기회?

○ 지방소멸은 지역문화의 위기!

- 지역은 문화를 담는 그릇, 문화 주체의 소멸을 뜻하는 지방소멸은 지역문화의 쇠퇴 위기
- 고유성 보다 <다양성의 소멸>, 그로 인한 지속가능한 문화활력 소실의 위기로 봐야 할 지방소멸
- 단순한 행위자 숫자의 축소가 아니라 지역 색깔과 취향의 다양성 축소에 대처해야 함

○ 기회가 될 수도 있는 위기

- 문화체육관광부와 지자체의 지방시대 지역문화정책 기조 재정립에 기여
- "지역-문화-매력-활력 증진 방안"은 주민의 삶에 기여하는 문화정책의 확장/다변화/진화에 기여 가능

○ 여전히 <지역 간 격차해소> 라는 진부한 전략으로 대응하면... 정말로 기회 없는 위기일 뿐!

문화로 여는 지방시대 지방시대 지역문화정책 추진 전략	
비전	함께 누리는 문화, 문화로 매력있는 지역
목표	문화로, 지역균형 문화로, 지역매력 문화로, 지역활력
	◆ 지역규모별 문화예술관람률 격차(22년 10.7%p) 및 여가생활만족도 격차(22년 9.2%p)를 2027년까지 5%p 내로 축소



○ 그런데 관광이 유일한 답인가?

- 지방시대위원회의 "로컬리즘(지방다움)" + 문화체육관광부의 "문화로 여는 지방시대"
- 문화를 매력자원으로 활용할 관광진흥을 지역활력 제고 중심 과제로 시행 중
- 정치적으로도 올바르고 멋진 슬로건으로 확대 재생산! 실제 전략은?!

로컬리즘(지방다움)을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성

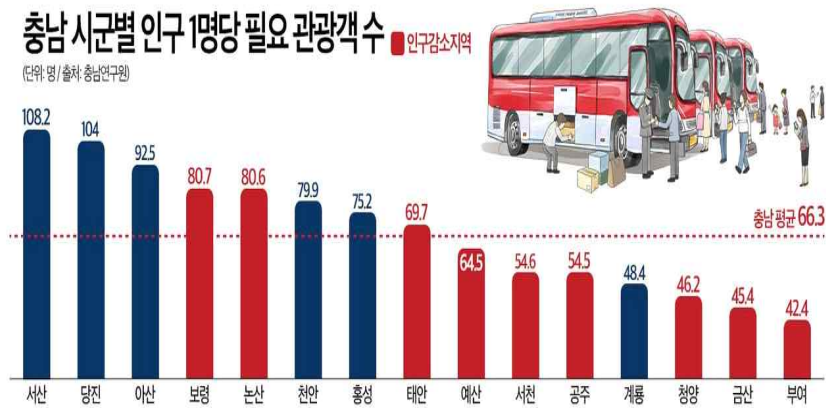
현재 모습 (As-Is)	지방 시대 (To-Be)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 지역간 문화 인프라 및 향유 기회의 불균등 지속 *지역규모별 여가생활만족도 격차 : 22년 9.2%p ■ 진입장벽 낮은 단순창업으로, 소상공인 생존율 저조 및 지역산업으로 발전 한계 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지역마다 특색있는 문화관광자원 발굴 통해 대한민국 어디서나 균등한 문화향유 환경 조성 *여가생활만족도 격차 : 27년까지 5%p 내로 축소 ■ 지역고유 자원을 활용한 로컬 브랜드 발굴 육성하여 新유형의 지역산업 창출

<출처 : 제 1차 지방시대 종합계획 : 2023 ~ 2027>



○ 숫자를 읽는 시각의 문제?

- 관광객 66명이 필요한가, 주민 1명이 필요한가?



인구 감소 따른 소비 위축 상쇄하려면
도민 1명당 관광객 66명 필요
(충청투데이, 김종근, 2023.10.5.)

○ 문화로 지역활력 제고, 또는 지방시대가 지역문화의 시대가 되기 위한 선결 과제

지방자치+지역문화의 시대에서
사반세기 뒤

지방소멸+로컬리티의 시대 ! vs. 진정한 지역문화의 시대 ?

2000년대 초반	⇒	2025년 현재	진정한 지역문화의 시대??
지방 자치 시대		지방 소멸 시대	
문화 분권 추구		지역 활력 추구	
지역문화(local culture) ~ 문화부의 업무범위		지역-문화(locality & culture) ~ 지역에서의 삶	
지역문화재단 최초 설립 (1997년 경기문화재단)		전국 총 149개 지역문화재단 (관광재단으로 변화 추세)	

<선결 과제>

- ① 지역활력에 기여할 수 있는 문화의 가치 공유하기
- ② 지역문화진흥의 성과와 한계 되짚어 보기
- ③ 지역의 문화주체들과 함께 변화 준비하기
- ④ 삶의 다른 영역 주체들과 협력하기
- ⑤ 문화-매력-활력의 연결 및 변화 매커니즘 이해하기

지역-문화-매력-활력 증진 방안 ... 연구 요약

(1) 지역-문화-매력-활력에 관한 통합적 정책 수립을 위한 기초 다지기

○ 연구주체 : 지방시대위원회 발주, 한국광역문화재단연합회 협력 연구 (이음스토리 용역수행)

구 분	성 명	소 속	비 고 (당시 직책)
책임연구원	김해보	한국광역문화재단연합회 부설 한국지역문화정책연구소 소장	서울문화재단 정책협력실 전문위원
연구원	조정윤	부산문화재단 생활문화본부장	한국지역문화정책연구소 연구위원
연구원	황용구	이음스토리 대표이사	
연구원	박정주	이음스토리 부설 아카이브연구소	
연구원	우사랑	서울문화재단 미래전략팀	한국지역문화정책연구소 연구위원
연구원	서해나	이음스토리 부설 아카이브연구소	

○ 연구기간 : 2023.12~2024.6월

○ 연구목적

- 지방소멸에 대응하여 지역의 고유함과 문화를 매력과 활력으로 활용하는 종합 정책 개발
- 지방소멸에 대응한 <지방시대 종합계획>과 연계 추진할 지방시대 문화정책의 기초 정립
- 지방소멸 대응 부처 간 통합 정책이 어떤 매력과 활력을 지향할 것인지 개념 설정 및 공유

○ 연구내용

세부 과제	① 요소 분석 (Understanding Elements)	② 사례 파악 (Exploring Practices)	③ 정책 제안 (Suggesting Policies)
연구 질문	Q1. 지역의 매력·활력을 이루는 요소는 무엇이며, 문화는 어떻게 지역 매력·활력에 기여할 수 있나?	Q2. 이미 지역의 매력·활력을 증진하고 있는 사례는 어떤 것들이 있고, 어떤 것들이 더 필요한가?	Q3. 문화를 활용한 지역의 매력·활력 증진을 위해 공공정책은 어떻게 협력하고 지원해야 하는가?



보고서 전문
<http://www.nafac.or.kr/>



요약본 슬라이드
<https://brunch.co.kr/@seaokof/85>

○ 보고서 목차 및 세부 내용

<p>Chapter I. 연구개요</p> <p>Chapter II. 연구배경</p> <p>1. 지방과 지역문화의 소멸 위기</p> <p>2. 지방시대 정책 대응</p> <p>3. 문화로 지역활력 제고를 위한 선결 과제</p> <p>Chapter III. 문화가 만드는 매력과 활력을 이해하는 새로운 틀</p> <p>1. 관광명소 선정 중심의 지역활력 증진 프로젝트들 현황 분석</p> <p>2. 문화-매력-활력 관련 정책지표 체계 비교분석을 통한 개념 정립</p> <p>3. 정책적 시사점</p> <p>(1) 지속가능한 활력, Scale-up 된 매력자원 개발이 필요</p> <p>(2) 정책이 관심 가져야 할 지역-문화-매력-활력의 개념과 요소들</p> <p>(3) 지역-문화-매력-활력의 전개 메커니즘에 대한 이해에 기반한 공공의 역할 설정</p> <p>(4) 매력과 활력의 성질에 맞는 정책지표 관리 및 활용 방향 설정</p>	<p>Chapter IV. 정책변화 방향 설정에 참조할 현장 사례와 목소리들</p> <p>1. 참조할 목소리들</p> <p>2. 문화로 매력-활력을 만들고 있는 사람과 사례들</p> <p>Chapter V. 지역-문화-매력-활력 증진을 위한 제언</p> <p>1. 왜(Why) : 더 많은 사람들이 지역에서 문화로 잘 살게</p> <p>2. 어떻게(How) : 문화로 연결하여, 로컬을 넘어서, 지속가능하게</p> <p>(1) <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로</p> <p>(2) 로컬과 글로벌을 넘어 클로벌(C-lobal)하게</p> <p>(3) 지역과 행위자에 쌓이는 역량으로 지속가능하게</p> <p>3. 무엇을(What) : 사람과 터를 “연결”하는 8개 실천 전략</p> <p>4. 연구의 한계 및 향후 과제</p>
--	---

(2) 주요 내용 발췌

○ 지방-지역-로컬에 대한 인식 변화 필요

- 전 근대 봉건시대의 관점과 보편적 합리성에 기반한 중앙집중 관리식 근대국가 행정 관점에서 <지방>을 부정적으로 인식
- <지역>으로 혼용되거나 <로컬>로 대체되는 <지방> vs. <국지성>에서 <장소성>과 <독립성>의 의미까지 확장하는 <로컬>
- <글로벌>에 대항하는 <글로컬 : G-local>, <그로벌 : Grobal>⁶⁾, 심지어 <로벌 : Lobal>⁷⁾이라는 신조어까지 만들어내며, <글로벌>에 대한 갈망과 반감을 드러내는 <로컬리티>의 이분법적 콤플렉스를 극복해야 함

전근대 (봉건왕조)	天圓(천원) : 하늘은 둥글고 원만함	地方(지방) : 땅은 각이 지고 모남
	천자(왕)가 있는 중앙 수도	백성들이 사는 모처의 땅 변두리
근대 (민족국가)	중앙집중식 효율적 전달시스템 필요 보편성(글로벌), 합리성 중시	<div>↓</div> 분산식 병렬처리 시스템 필요 개별성(로컬), 다양성 중시
탈근대 (연합체)		

<‘지방’이라는 말에 투영된 언중들의 인식 변화>

6) Ritzer, George, 2003, Rethinking Globalization: Glocalization/Grobalization and Something/Nothing, Sociological Theory Vol. 21, No. 3
 7) 류영재, 2006, '글로컬'과 '로벌'의 작지만 큰 차이, 머니투데이(2006.11.16.일자)

- 정책에 의해 좁아진 지역문화의 개념을 <지역-문화 : locality & culture>로 재확장 필요
 - 2000년 이후 한국 문화정책의 기초였던 지역문화진흥 정책에 의해 문체부 담당부서의 업무영역으로서 <지역문화 : Local Culture>로 좁아진 개념 틀 깨기

구분	정책 바깥의 문화	문화정책 안으로 들어간 문화				지방시대의 문화
문화의 개념	터 위에서 사는 인간 삶의 무늬와 흔적으로서 <문화들>	국가가 진흥·보전할 <좋은 문화>	국민의 권리로서 <문화적 삶>	지역을 기반으로 한 <고유한 문화>	국가가 지역에서 격차 없게 진흥해야 할 <좋은 문화>	지역의 매력과 활력이 되는 <지방다움을 담은 지역문화>
	cultures	the good culture	culture as human right	local culture	the good culture in the region	locality & culture
부르는 용어	문화 (〇〇지역문화)	문화예술 전통문화 민족문화	문화권	지역문화		(제안) 지역-문화
개념의 근거	문화주체들의 인식	문화예술 진흥법	문화기본법	지역문화진흥법		(제안) 지방시대 문화정책

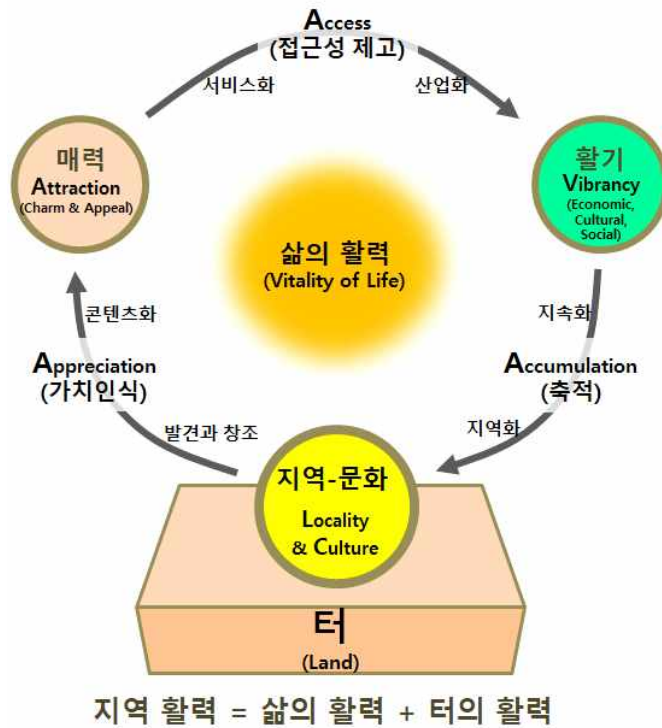
<국가 정책 안으로 들어가서 좁아진 문화의 개념 현황과 재확장 방향>

- 지역-문화-매력-활력의 전개 메커니즘 이해에 기반하여 지속가능한 활력 만들기에서 주목할 요소들 파악
 - <문화적 삶의 활력>은 지역의 문화/지역정체성/문화환경에 기반한 문화적 <매력>이 경제-사회-문화적 <활기>로 순환되는 과정으로 이해
 - 지역-문화 매력을 이루는 요소에 대한 새로운 인식과 관리 체계 갖추어야 함

지역-문화-매력-활력 정책이 관심 가져야 할 요소들 재구성					
요소 구분		개념 정리	세부 요소	관련 지표 사례	
지역 활력 (Local Vitality)	지역-문화 (Locality & Culture)	= 문화(culture) + 지역성(locality) + 삶의 환경(amenity)	문화·예술 요소	인구 대비 예비 문화예술인 비율(%) 등	
			관광·레저 요소	명소 및 랜드마크 수 등	
			사회적 요소	문화 간 관용도, 삶의 질 등	
			정치적 요소	문화 분야 주요 국제조약 비준 및 권고이행 수준 등	
	매력 (Attraction)	= 내재된 가치(charm) + 매혹하는 힘(appeal)	문화매력-평가된	UNESCO 세계유산(문화유산, 자연유산, 복합유산) 등재 점수(점) 등	
			문화매력-표현된	네비게이션 문화관광유형 검색량 등	
			지역매력-평가된	관광만족도 등	
			지역매력-표현된	미식/체험 여행 유형 SNS 언급량 등	
	활기 (Vibrancy)	(현재 표출되는 생기) = 경제적 활기(economic vibrancy) + 문화적 활기(cultural vibrancy) + 사회적 활기(social vibrancy)	경제적 활기	전체 수출액 대비 문화상품 수출액의 비중(%) 등	
			문화적 활기	문화활동 참여율(%) 등	
			사회적 활기	학령인구 수 등	

○ 지역-문화-매력-활력의 선순환을 위한 정책적 개입 활동으로서 <3-A 활동> 적절히 추진하기

- 로컬리티가 지속-순환하는 활력을 만드는 매력자원으로 활용
- 매력이 만든 경제적 활기 뿐만 아니라 사회, 문화적 활기가 지역에 축적되는 선순환 지향



선순환을 위한 3-A 정책개입	세부 활동
Appreciation (가치인식)	-지역-문화 가치 발굴 -지역-문화 가치 인정 -지역-문화 가치 정체
Access (접근성 제고)	-물리적 접근성 제고 -정보적 접근성 제고 -경제적 접근성 제고
Accumulation (축적)	-생태계 내 관계축적 -지역자산으로 자본축적 -지역정체성으로 문화축적

○ 무엇을(What) 보다 왜(Why)와 어떻게(How)를 중시하는 정책 전환 준비

- 기존의 문화정책 영역을 넘어서는, <총체적 삶을 바꾸는 정책>을 지향해야 함
- 적절한 목표설정과 태도의 전환이 중요

왜(Why) : 더 많은 사람들이 지역에서 문화로 잘 살게

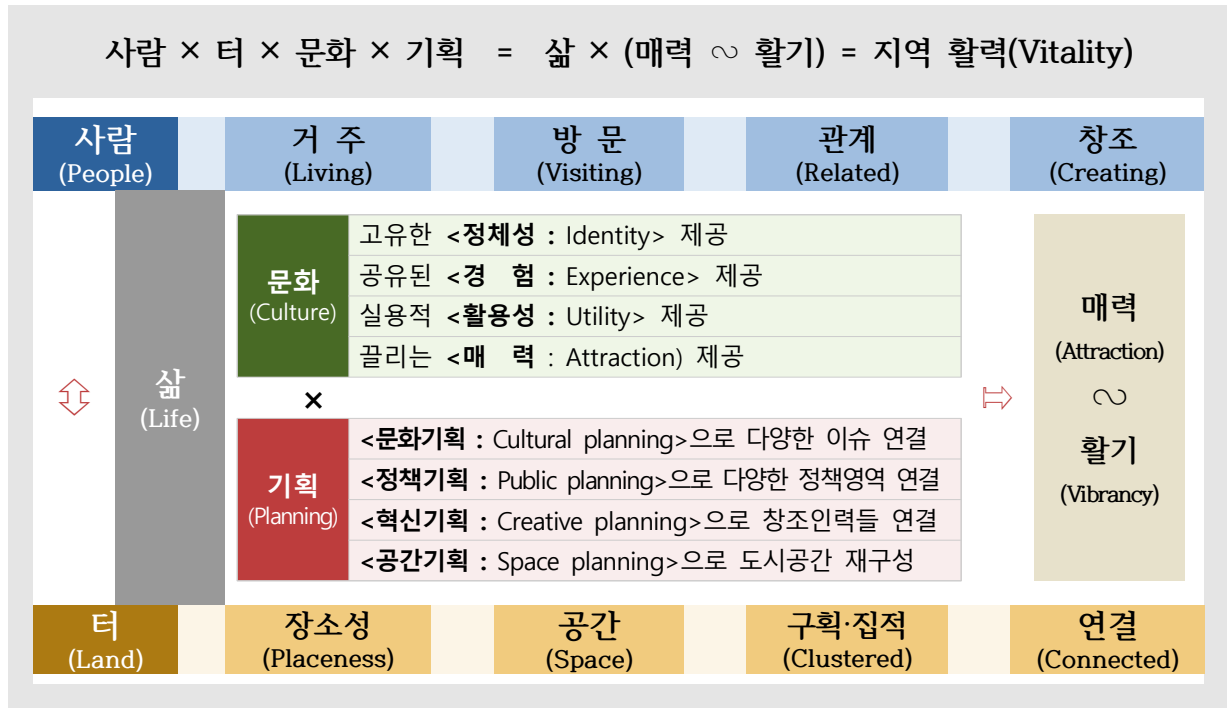
- (1) 지역에 다양한 리듬과 관계의 삶이 담기도록
- (2) 지역에 터 잡은 삶들이 문화로 활기차게
- (3) 위기를 기회로 삼아 삶과 연결된 문화정책으로 진화하게

어떻게(How) : 문화로 연결하여, 로컬을 넘어서, 지속가능하게

- (1) <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로
- (2) 로컬과 글로벌을 넘어 <글로벌(C-lobal)>하게
- (3) 지역과 행위자에 쌓이는 역량으로 지속가능하게





○ 문화를 매개로 사람을 터로 연결하는 기획으로 지역 활력 만들기 개념 정리

- 문화는 <연결하는 기획>을 가능하게 하는 자원이며 방법론임

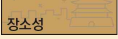

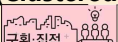



○ <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로, 지역활력 만들기 8대 전략, 20개 과제 제안

- 거주-방문-관계-창조하는 [사람]들의 핵심요소를 고려한 4대 전략

핵심요소들		8대 전략	20개 세부 실천과제
사람 (People)	거 주 (Living) 	전략 ① (거주×장소성) 주민들의 삶이 문화적으로 활기차게	①-1. <문화격차 줄이기+지역활력 키우기>로 지방시대 문화정책 재구조화 ①-2. CMO+DMO로서 지역문화재단들의 역할과 역량 확장 ①-3. 주민과 함께 문화활력을 만들 지역문화주체의 조직화 지원 제도 확대
	방 문 (Visiting) 	전략 ② (방문×장소성) 라이프스타일 취향저격 관광 활성화	②-1. 빅데이터 활용 취향저격 지역관광 컨설팅 확대 ②-2. 지역매력 Buzzing 활성화
	관 계 (Related) 	전략 ③ (관계×연결) 문화예술로 관계 맺기	③-1. 예술로 관계맺기, 취향으로 한달살이 ③-2. 창조의 로케이션이 되는 예술적 위케이션 기획지원 ③-3. 고향사랑문화 = 고향사랑기부제 × 문화이용권
	창 조 (Creating) 	전략 ④ (창조×연결) 로컬에 끌려 일해 볼 틈 만들기	④-1. 로컬-로컬 크리에이티브들이 고향에서 일할 틈 만들기 ④-2. 창조인구들이 지역에서 궁리해 볼 틈 만들기 ④-3. 창조인구들이 지역에서 살아볼 틈 만들기

- [터]의 장소성-공간-구획-집적-연결 효용을 활용한 4대 전략

핵심요소들		8대 전략	20개 세부 실천과제
터 (Land)	장소성 (Placeness) 	전략 ⑤ (장소성×창조) 지역 발견 × 매력 발명 지원하기	⑤-1. 지역문화-매력-활력자원 매핑 및 문화기획 역량 강화 ⑤-2. 숨기고 싶은 치부를 지역매력 자원으로
	공간 (Space) 	전략 ⑥ (공간×거주) 문화-콤팩트 시티로 공간 재구성	⑥-1. 콤팩트-문화-복지도시로 공간 재구성 ⑥-2. 대학교 및 유희공간의 문화적 활용 방안 개발
	구획·집적 (Clustered) 	전략 ⑦ (구획·집적×창조) 문화자유지구 조성 및 창조인구 확대 프로그램 확대	⑦-1. 문화혁신클러스터 조성 ⑦-2. 창조인구 확대 프로그램 개발
	연결 (Connected) 	전략 ⑧ (연결×방문) 로컬 매력을 글로벌 밸류 체인에 연결하기	⑧-1. 로컬매력의 글로벌 발신역량 강화 지원 ⑧-2. 지역 간 문화-매력-활력 연계 프로젝트 발굴·지원 ⑧-3. 글로벌 이슈와 로컬 문화매력 연결하기

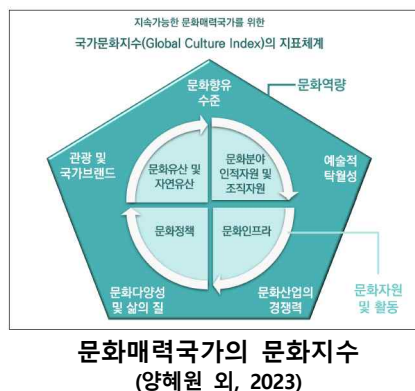
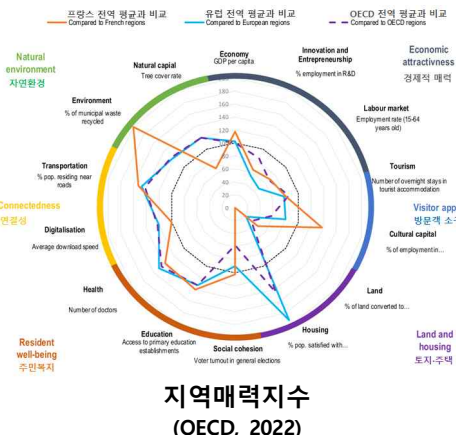
3.

한광연이 주목할 눈대목 ... 세 가지

(1) 문화-매력 ... 그런데 어떤???

○ 사람과 돈을 끌어올 매력과 그것이 만들 활력을 갈망하는 정책들

- 전 지구적 변혁에 대응한 “OECD의 지역매력지수(Attractiveness of Region)” 등



○ 매력 = 무언가를 이끄는 힘

- 돈(!)을 끌어오는 힘 : <5가지 경쟁 요인 모델 : Five Forces Model> (마이클 포터, 1979)
- 마음을 끄는 힘(!!) : 매력(魅力) - 「명사」 사람의 마음을 사로잡아 끄는 힘

○ 매력 = 무언가 할 수 있는 힘 ≈ 역량 ≈ 경쟁력 ?

- 뭔가 해내는 힘 (역량) vs. 남과 경쟁하고 비교하여 이기는 역량 (경쟁력)
- 남을 홀려서 나와 함께 하게 하는 힘이 중요한 시대
- 상품, 서비스, 체험, 정체성과 취향까지 파는 자본주의가 돈을 버는 핵심 요소 = <마음 움직이기>
- 매력 = <내재된 가치(charm)+매혹하는 힘(appeal)> = <권 있다>?



○ 설명할 수 없는 이끌림

- 합리적 가치 판단 보다는 감성이 반응하는 이끌림
- . <고혹(蛊惑)> = “뱃 속에 있는 알 수 없는 벌레(蠱)가 유혹한다”
- . “설득 이전에 감각할 수 있는 느낌인 매력”(이무열, 2024⁸⁾)은 현장에서 몸으로 감각되어야 하는 것.
- . 문화가 사람들에게 매력적이기 위해서는 돈 벌기나 실용적 가치를 내세우는 행정적 접근 보다는 마음을 먼저 움직이는 문화기획적 접근이 필요

8) 이무열, 2024, 지역매력 _ 문화로 발견하기 vs. 예술로 발명하기, 한국지역문화학회-한국광역문화재단연합회 춘계학술대회

○ 대중의 반응으로 재생산되는 매력

- 많은 사람들이 매력 있다고 말하면 더 매력 있게 되는, 가볍게 끌리는 디지털 세상
- 매력자원의 보유 여부뿐만 아니라 내재된 가치와 표현·평가된 매력도 자체를 측정할 필요성 인식해야

매력 (Attraction)	= 내재된 가치(charm) + 매혹하는 힘(appeal)	문화매력-평가된	UNESCO 세계유산(문화유산, 자연유산, 복합유산) 등재 건수(점) 등
		문화매력-표현된	네비게이션 문화관광유형 검색량 등
		지역매력-평가된	관광만족도 등
		지역매력-표현된	미식/체험 여행 유형 SNS 언급량 등

Buzzzzzz

vs.



○ 그런데.... 문화는 <놀고 싶은 사람>을 끄는 매력이 있나?

<가장 선호하는 관광활동> (중복응답, 1순위 기준 상위 5개, 단위 %)

현재			5년 후			10년 후		
관광활동	1 순위	1+2+3 순위	관광활동	1 순위	1+2+3 순위	관광활동	1 순위	1+2+3 순위
맛집/먹거리/식도락/음식	25.1	55.8	맛집/먹거리/식도락/음식	21.8	50.5	자연/자연 체험	17.2	26.7
쇼핑	18.4	45.1	자연/자연 체험	16.2	26.6	여가/휴식/휴양	14.2	21.2
자연/자연 체험	12.9	21.4	여가/휴식/휴양	8.8	15.9	맛집/먹거리/식도락/음식	13.6	42.7
여가/휴식/휴양	6.0	14.1	쇼핑	8.7	30.6	레저스포츠/운동	7.6	22
레저스포츠/운동	5.4	20.4	레저스포츠/운동	8.6	26.4	쇼핑	6.4	25.9

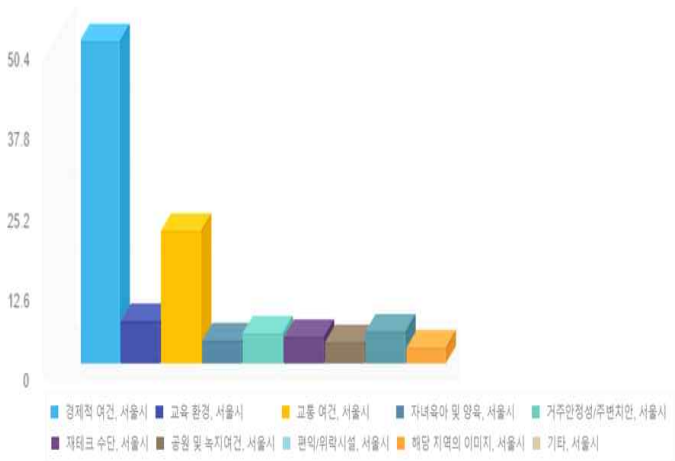
(출처 : 제 4차
관광개발기본계획
2022~2031
(문화체육관광부,
2023))

<관광 여행 시 여행지에서의 활동>

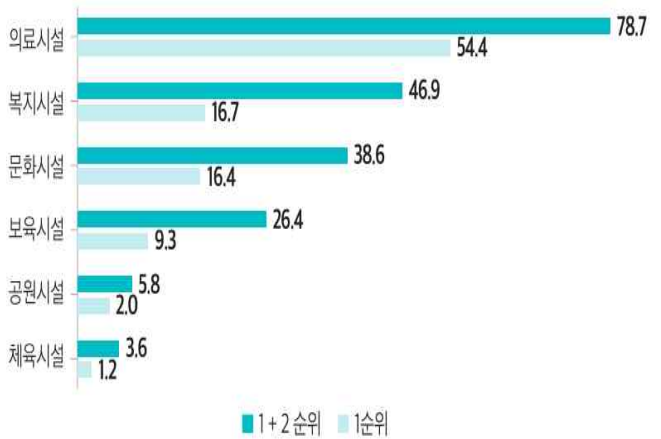
활동 내용	자연 및 풍경감상	휴식 휴양	음식 관광	가족친지 친구 방문	역사 유적지 방문	테마파크 놀이시설 등식물원 방문	쇼핑	야외위락 및 스포츠 레포츠활동	시티 투어	드라마 촬영지 방문	지역문화 예술공연 전시관람	지역축제 이벤트 참가	종교 성지 순례	온천 스파
% 중복 응답	78.3	60.8	60.2	13.7	9.7	7.9	6.1	6.1	5.4	3.9	3.5	2.7	2.5	1.6

(출처 : 국민여행조사-2023 통계편(문화체육관광부, 2024.6)(재구성))

○ 문화는 <살고 싶은 사람>을 끄는 매력이 있나?



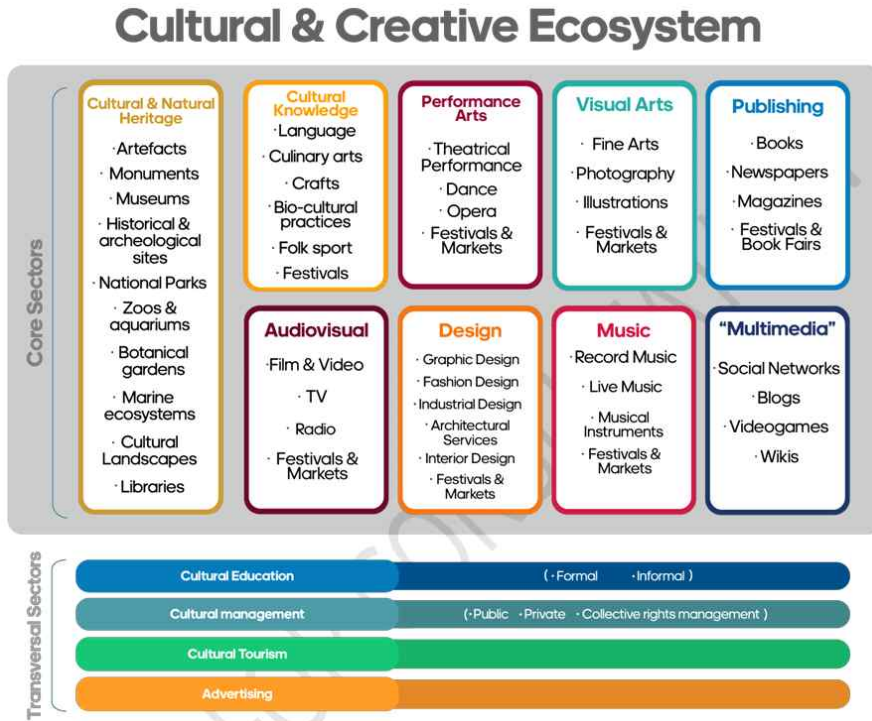
<서울시민의 거주지 선택 시 고려 요인 (2017년)>
(출처 : 서울시 도시정책지표조사
(서울 열린데이터 광장 2024.8.6. 검색결과, 자료갱신일 2022.7.18.))



<국민들에게 가장 필요한 생활 인프라 종류>
(출처 : 국토연구원(2024)) (N=1,000, 단위: %)

그럼 도대체 <어떤 문화>로 <어떻게 매력>을 만들어야 하나?

○ 유네스코가 새로운 틀로 계측하고 싶어 하는⁹⁾ “인간만의 문화” ~ GDP에 기여하는?



- 문화적 실천(practice)을 파악하는 것이 문화통계의 중요한 요소임을 고려하여, 문화는 인간의 경제활동으로 수행될 때만 (GDP에 기여하는) 국가 통계로서 가치 있게 고려함

- 예술창작 및 문화활동은 본질적으로 인간 예술가, 사회집단, 문화공동체 등의 전유물로 간주함

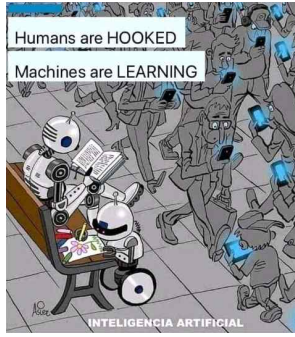
9) 2025 UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS (유네스코 문화예술통계 프레임 - 2025년 수정 예정 버전) (유네스코, 2024.7.12.) 참조

○ 기계가 주도하는 문화 !

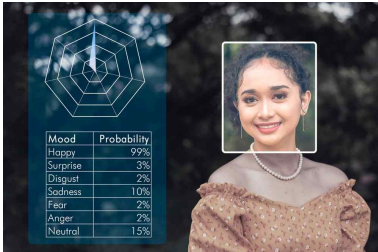
- **Culture as Algorithm** (알고리즘으로 존재하는 문화)(김해보, 2023)¹⁰⁾ 시대에 문화 주체의 역량이 역전되고 있는 상황 : AI의 생성형 예술창작 vs. 인간 문해력 감퇴
- AI는 인간과 감정까지 소통하는 기술을 발전시키고, 외로움을 달래는 반려AI에 디지털 애착장애를 보이고 AI에게 심리상담 하는, **인간의 소통 능력은 급속히 퇴화하는 지금**

구분	문화의 특징	정책적 이슈들
Culture as Algorithm (알고리즘으로 존재하는 문화)	Culture on the Algorithm	<ul style="list-style-type: none"> -디지털 문화에 대한 접근성 불평등 해소 (문화복지 차원의 문화소외) -빅테크 플랫폼의 독점과 공정성 제어 -끌리고 쏠리고 들끓는 가벼운 문화와 필터 버블로 분열된 사회 등 -공동체의 문화중력(cultural gravity)의 상실
	Culture by the Algorithm	<ul style="list-style-type: none"> -블랙박스 안의 "볼 수 없는 손"에 의한 조작과 통제 -AI의 저작권, 저작인격권 주체로서 법적 지위 -진본성 확인 불가. 이를 활용한 가짜뉴스, 딥페이크 포르노 등 범죄 등 -인간이 사회를 재생산하는 "문화적 역인과력(recursive casual power of culture)" 퇴화 (사회적 공통가치 상실) -기술에 맞춰 물개성화 되는 AI문화의 다양성 확보 문제 -AI의 문화 대량생산으로 인해 인간문화의 소외 발생
	Culture for the Algorithm	<ul style="list-style-type: none"> -비인간 문화주체의 학습데이터와 표현형의 편향성 문제 -기계의 문화 생산에 사용된 인간 데이터 보호 문제 -인류의 문화자원 사용에 대한 비용징수 문제 (디지털세 도입) -기존 법체계로 정의되지 않는 법적 문제들에 대한 기준 마련 (퍼블리시티권 등)

10) 김해보, 2023, 혼자 생각하는 용기와 예술하는 습성, 14th International Forum of NGOs in Official Partnership with UNESCO



출처 : 내 사투리,
인공지능에게 팔고 돈
번다... 솔트룩스, '한국어
방언 AI 데이터' 구축사업
(최광민, AI타임스,
2020.11.4.)



출처 : '인간 감정'
읽는 AI 구축...오픈
소스 데이터셋
프로젝트 시작 (박찬,
AI타임스, 2023.10.30.)



출처 : AI 로봇 아이다의
튜링 초상화 "AI God",
소더비서 15억에
낙찰..."미술 시장 신기원
열어" (임대준, AI타임스,
2024.11.9.)

○ <문화 기계 : Culture Machine>가 호응해 주는, <나의 문화 : My Culture>??

- 알고리즘 문화기계가 인간 문화 데이터로 학습하여 생산한 기계문화로 "취향저격 서비스"를 제공
- <나의 취향>이 온라인 상의 인간, 비인간 '문화부족'들과 공유되면서 <나의 문화>라는 착각을 줌
- 굳이 애써 사람과 소통하며 우리(We)를 확인할 필요가 없고, 나(Me)만 있어도 덜 외로울 수 있는 시대
- 단순히 나만을 중시하는 "개인주의"(Me-Culture)가 아니라, 문화와 개인과 사회의 관계가 바뀌는 현상

○ 매력을 잃어가는 공공 문화정책의 위기 ... <보편 가치>와 <개별 취향> 사이 균형잡기의 딜레마

- <나의 문화> 현상은 시민들을 만족시킬 개인화된 문화서비스 제공뿐만 아니라 사회유지를 위해 구성원들이 공감하는 문화적 가치를 찾아야 하는 문화정책이 당면한 딜레마적 상황
- 문화적 공론장을 통해 보편적 가치를 도출하지 못하고, 취향 저격 서비스에 길들여진 인간들에게 공공문화정책 서비스는 매력을 잃어감.
- 사(私)적인 <취향의 공공성>에 대한 이해로 극복해야 할 상황

트렌드 전망 서적들 종합분석 결과 요약되는 트렌드 키워드 = 나 + 취향

트렌드 전망 종합분석 사례	종합분석 통해 제시하는 트렌드 키워드	비고(중심 관점)
'진정한 나'를 찾는 2025년 (한경비즈니스, 2024.11월)	- 셀프-다독임 - 나의 발견 - 건강한 고독 - 취향 투자 - 기간제 커뮤니티	개인+사회
2025 주요 소비 트렌드 키워드 (대한상공회의소, 2025.1월)	- 라이프 DIY : 나만의 조합 찾기 - Ready to Use : 시성비 중요 - 미니멀 키트 : 소규모 장보기 - 웰업(Qual-Up) : 품질에 대한 기대감 - 리스크 프리(Risk-Free) : 실패 가능성 최소화 전략 - 아트슈머(Artsumer) : 기능을 넘어 예술적 감각과 미적가치 중시	개인+기술
챗GPT로 분석한 2025년 마케팅 트렌드 (디지털인사이트, 2024.10월)	- 개인의 가치와 감정 중시 - 지속 가능성과 환경 의식 강화 - 초개인화 및 맞춤형 서비스 - 일상 속의 작은 즐거움과 단순함 추구 - 디지털 기술의 인간화 및 융합 - 상호 연결성과 협력의 중요성 - 삶의 효율성과 낭만의 균형 - 안정과 무해함에 대한 요구 증가	개인+사회+기술
Trend 2025 글로벌 트렌드 9 (입소스 코리아, 2024.10월)	- 세계화 속 탈세계화 - 분열된 사회 - 기후 변화 - 기술 와우 - 건강에 대한 높은 관심 - 과거로의 여행 - 혁신적 허무주의 - 신뢰의 힘 - 나에게로 탈출	개인+사회+기술+세계

<출처 : 김해보(문화+정책 이슈페이퍼 Vol 2025-1, 서울문화재단, 2025.1.16.)> (인용된 문헌들 내용 저자 정리)

- <고유한> 문화의 가치만 부르짖지 말고 동시대인에게 어필하는 <매력>이 되어야 함
 - 매력을 전달(appeal)하고 인식(appreciate)할 수 있게 연결(connect)하는 문화기획적 역량 개발 필요
 - 몸소 경험하여 느낄 수 있는, 지금 여기에 있는 이유로서 <고유성>을, <지역-문화 : locality & culture> 자원을 활용한 문화기획으로 제공해야

지역의 <고유성>으로서 <지역-문화 : locality & Culture>가 지향할 의미	
固有性 고유성	굳게 지켜 온 오래된 것 !
故有性 고유성	고로 존재하게 하는 이유 ?

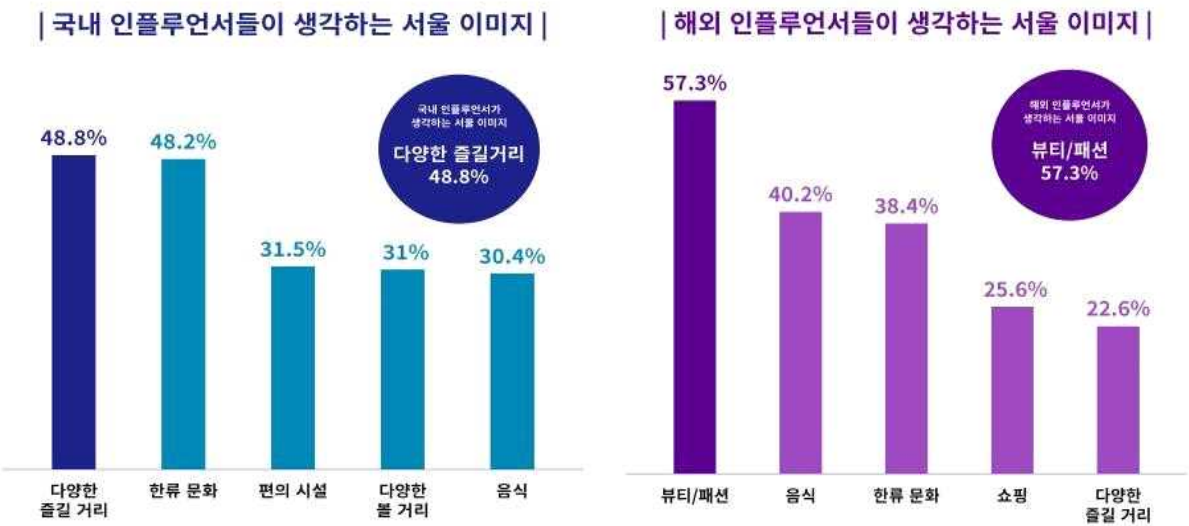
- 내가 인식하는 나의 고유성과 남이 인식하는 나의 고유성이 다름을 인정하는 것 부터...



김 한 장 나오지 않는
김천에서 김밥축제?...지역
축제 틀을 깨다 (이유진,
경향신문, 2024.11.2.)

서울경제진흥원 주최 ‘서울콘’ 참가자 설문(2023 서울콘 서베이(Survey) 결과 (서울경제진흥원 보도자료 : 2024.3.14.) 중

국내외 인플루언서 총 52개국 332명 응답 : 국내 168명, 해외 164명 (2023년 12월 23일 ~ 12월 31일)
 서울 하면 ‘뷰티·패션’ 1위 (57.3%), 음식(40.2%), 한류문화(38.4%), 쇼핑(25.6%), 다양한 즐길 거리(22.6%) 순
 (‘가장 소개하고 싶은 서울 콘텐츠’도 같은 순서)



<출처 : 2023 서울콘 서베이(서울산업진흥원, 2024)>

○ 정책언어 중심으로 문화를 이해하는 인식의 틀 전환 필요

- 문화는 국가-시장-개인 문화주체들 간 상호작용의 일시적 균형 상태일 뿐임을 인정해야 함
- 문화는 사회의 트렌드(風), 문명의 문물(品), 국가의 제도(文), 개인의 정체성(我)이 혼합된 현상이며 개념
- 국가가 선택한 보편 가치를 문(文~제도)에 기대 보급하기 보다는, 개인들의 개별적 풍(風~취향)에서 보편적 가치 찾아내고 진흥하기. 시장에서 팔리는 문물에 기품이 담기게 지원하는 역할을 자처해야 함

<주체에 따라 문화를 보는 다양한 시각과 지향점, 문화에 대한 표현>

다양한 문화주체들과 이들의 문화를 지칭하는 말들	<인간들>의 취향		<시장>의 문물		<국가>의 규범과 제도		<개인>의 정체성	
	습(習)		제(製)		덕(德)		자(自)	
	속(俗)		상(商)		치(治) ¹¹⁾		박(博) ¹²⁾	
지향점 →	풍(風)	류(流)	기(氣)	품(品)	문(文)	화(化) ¹³⁾	물(物)	아(我)

11) 한나라 유향(劉向)의 『설원(說苑)·지무(指武)』 중 “凡武之興，為不服也，文化不改，然後加誅” (계몽기 문화 개념의 운동성과 사회이론 (김현주, 소통과 개념 제 15호, 2015))
 12) 博我以文 約我以禮(文으로써 나의 식견을 넓혀주셨고, 禮로써 나를 얹어 주셨다) (論語 公治長))
 13) 道常無爲而無不爲 侯王若能守之 萬物將自化 (도는 언제나 無爲하지만 하지 못하는 것이 없다. 임금과 제후가 이를 지키면 만물은 저절로 변화한다) (道德經 왕필본 37장)

○ 국가의 우아한 통치를 위한 <文治教化>가 아니라, 기계 문화시대에 우리가 인간임을 알게 하고, 문화의 주체로 남게 하려면, <文明自化>로 <문화>개념 재설정 필요

- 기계 문화, 국가 문화 앞에서 <인간 문화>의 힘을 지키는 것이 중요한 시점
- 개취의 공공성을 이해하고 그 딜레마를 극복하는 것이 이 시대 문화정책의 과제
- 통치를 위한 <文治教化>에서 개인의 다양성을 존중하는 <文明自化>로 문화의 개념을 새로 정의해야함



(2) 지방시대-지역문화 → 문화정책의 재구조화

○ 지방소멸 위기를 기회로 삼아 <삶과 연결된 문화정책>으로 진화하기

- 문체부와 지자체의 지방시대 지역문화정책 기조 재정립에 기여할 <문화로 지역활력 증진> 전략
- 지방소멸의 위기를 기회로 활용하여 문화정책 영역의 다변화와 방법론의 진화에 기여 가능
- 제시된 실천 과제는 인구소멸 위기에 처한 지방 소도시의 활력 만들기뿐만 아니라 인구절벽이라는 보편적 사회현상이 가져오는 변화에 대응해야 할 대도시의 문화정책에도 고려되어야 할 것들임.

○ 지방시대 지역문화의 개념 재정의, 이를 중심으로 문화정책의 재구조화 및 역할분담 필요

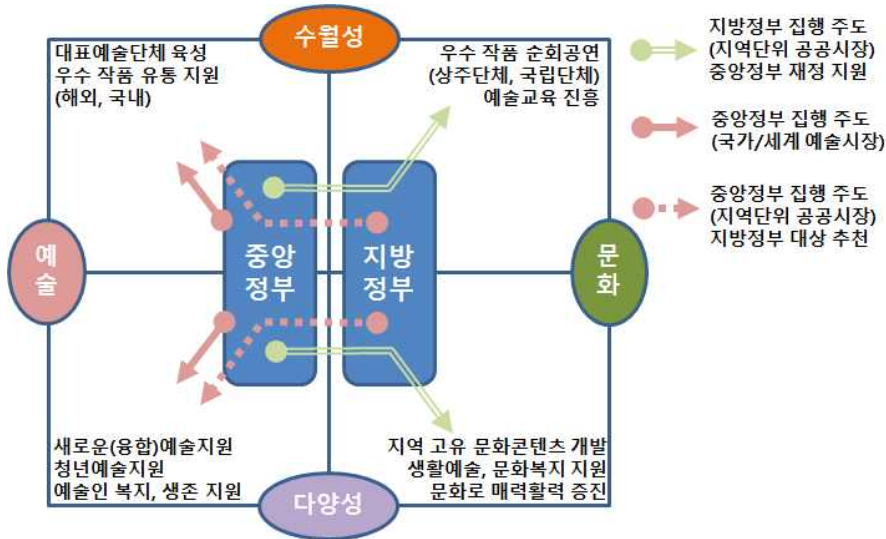
- 지역문화진흥 관점에서 중앙 주도로 문화예술 향유격차 해소에 집중하는 정부 정책의 한계 인식 필요
- 지방소멸 시대에 지역에서 <문화로 잘살기>를 위한 <문화정체성 + 문화경제> 담론 회복 필요
- 전국 단위 <격차 줄이기>의 <예술정책>과 지역 단위 <활력 키우기>의 <문화정책>으로 지방시대 문화정책 재구조화 및 역할 분담 추진
- <지방시대 문화정책>이 <지역문화 진흥정책>의 아류가 되지 않게, 신규 자원 확보 등 새로운 제도적 기반 만들기 필요

<지방시대 지역문화 정책의 재구조화 및 역할 분담 방안>

지방시대 문화정책 = 더 많은 사람들이 지역에서 문화로 잘살기				
격차 줄이기		활력 키우기		
중앙 주도 (문체부, 산하기관)	지역문화재단 (중간 지원 역할)		지방 주도 (지자체)	
예술정책 중심		예술교육 (예술-문화 연결)	문화정책 중심	
예술생태계 활성화 (전문예술단체 육성, 예술인복지)	시민문화 향유확대 (생활문화,여가,관광)		지역-문화-매력-활력 증진 (사회문제해결, 문화산업 등)	
문예진흥기금 (예술인복지에는 사회보장기금 활용)	복권기금 (관광진흥기금, 체육진흥기금 등 연계 활용)		별도 자원 확보 (지방소멸대응기금, 고향사랑기부제 등)	

○ 적용 예시 : 예술-문화 / 수월성-다양성을 고려한 중앙-지방정부 창작지원사업 역할 분담 방안

- 예술정책과 문화정책이 모두 각각 수월성과 다양성을 추구하는 측면이 있지만, 예술정책은 수월성, 문화정책은 다양성을 추구하는 경향이 더 강함
- 지방정부가 지역 예술생태계 육성을 통해 발굴한 우수 예술단체의 전국 단위 또는 글로벌 예술시장으로의 작품 유통 지원이 필요한데, 중앙정부의 예술 수월성 지원 사업에 이들을 추천하는 방식으로 협업할 필요가 있음
- 지방 정부가 지역예술생태계를 대상으로 창작지원 사업을 설계할 때 수월성과 다양성 중 어떤 목표를 지향할지와 각 영역에서 중앙정부와의 역할 분담을 고려하여 전체 지원사업들을 포지셔닝할 필요가 있음



(3) 지역문화(관광)재단 = COM + DMO !

○ 최근 지역문화재단에 축제-관광재단으로의 전환 압박 커짐

- 특히 기초 지자체에서는 축제, 관광을 통한 지역활성화 기여 요구 커져
- 2024.8월 기준 총 148개 지역문화재단 중 39개(26.5%)의 기관 명칭에 “관광”이 포함
- 2022년 연구 시 총 19건(141개 대비 13.4%) 대비 20건(건수로는 105%, 전체 대비 비중은 13.14%)이 증가

지역문화재단의 사업영역 : 문화예술														
정책목표 및 정책영역	예술 생태계활성화		시민 문화향유 기회확대			지역 문화진흥						문화정책 실행역량 강화		
세부영역 및 수행 방식	창작 지원	예술인 복지	문화 예술 교육	문화 기본권	생활 문화	축제 및 문화 행사	문화 공간 운영	지역문화	전통 문화	문화산업	지역 특화 사업	문화 정책	홍보 교류	정보화
시책 사업 (예산사업 사례들)	창작 지원 역량 강화 사상 제도	생계 지원 인권 지원 청년, 원로 예술인 지원	학교 예술 교육 사회 예술 교육 인력 양성 센터 운영	문화 이용권 문화향유 문화의날 문화 다양성	생활 문화 센터 예술 동호회	축제 개최 축제 지원 문화행사	문화 공간 문화 공간 문화 공간 문화 공간	문화보존 문화도시 문화자원 문화마일	전통보존 문화유산 문화자원 지역학연구	문화 콘텐츠 문화산업 문화산업	지자체 지정 특화 사업 예술단 운영	정책 개발 조사 연구 정책 협력 전략 기획 거버넌스	홍보 마케팅 출판 디자인 국제 교류 메세나	전산화 정보 서비스

+

지역문화재단의 사업영역 : 관광											
정책목표 및 정책영역	지역관광 마케팅							관광생태계 지원			
세부영역 및 수행 방식	지역 관광 홍보	관광단 유치	관광 축제 개최	테마투어 운영	관광거점 활성화	관광 기념품 개발	지역특화 사업	관광 업체 지원	인력 양성	MICE 산업 진흥	기타
시책 사업 (예산사업 사례들)	관광정보 사이트 운영 관광기자단 운영 국내외 관광 마케팅 관광콘텐츠 개발	특수목적 관광단 유치 관광 설명회 및 팬투어	문화축제 및 각종 행사 운영	시티투어 버스 운영 테마 투어 프로그램 개발 및 운영 (스마트투어 등)	관광거점 운영	관광 기념품 개발	지역특화 사업 (엑스포 유치, 크루즈 사업 등)	관광 서비스 업체 지원 관광 스타트업 육성	관광 전문가 양성	컨벤션 시설 운영 박람회 및 전시회 개최	관광 택시 운영 등

- CMO(Culture Management Organization : 문화활성화 기구) + DMO(Destination Management Organization : 관광활성화 기구)로 지역문화재단들의 역할 확장, 이미 진행 중
 - 지역관광조직 현황 조사 결과, 2023.3월 기준으로 총 94개 중 41개(43.6%)가 지역문화재단
 - 문체부 <지역관광추진조직> 지원사업 2024년 지원 22개 기관 중 11(50%)개가 지역문화(관광,축제)재단
 - 문화활성화 기구(CMO) + 관광활성화 기구(DMO)로 역할 확장 및 강화 필요
 - 한광연은 회원기관 대상 <작은 연구 지원> 등 자체 연구 노력 중
- 단순히 문화로 인구 유치와 지역 활력 키우기가 아니라 <문화로 잘살기> 정책의 주체가 되어야
 - 단순히 관광 산업적 관점보다는 지역의 문화전략 차원에서 보다 넓게 접근할 필요
 - 문화와 관광 사업의 통합 시너지 창출, 장기적 안목의 전략개발, 지역문화재단 관계자들의 인식전환, 제도 개선, 노하우 공유 등의 역량 강화 노력이 필요함
 - <터의 활력> 위에 <삶의 활력>을 더해서 <지역활력>을 키우는 실천 과제는 결국 “지역에서 더 많은 사람들이 문화로 잘 살기”를 지향해야 함
 - 관광업무를 통합하더라도 궁극적으로 주민들이 문화로 잘살기를 구현하는 정책주체로서 역할을 담당해야
 - 이를 위해 사회변화 차원에서 문화의 변화를 읽고 타 영역 공공 정책과 협력을 제안할 수 있는 정책적 역량 개발이 필요함

<참고 자료> 전국 지역문화재단 현황

: 행정안전부 지방공공기관 통합공시 <클린아이> 공시(2024.12월 현재) 기준 총 149개¹⁴⁾

전국 지자체별 지역문화재단 운영 현황 (2024.12월 현재)						
광역시도명	광역문화재단		기초문화재단			
	기관명 (가나다순)	설립 년도	설립 건수	설립 비율 (%)	기초 지자체 수 ¹⁵⁾	
강원특별자치도	강 원 문 화 재 단	1999	16	88.9	18	7시 11군
경 기 도	경 기 문 화 재 단	1997	23	74.2	31	28시 3군
경 상 남 도	경남문화예술진흥원	2010	10	55.6	18	8시 10군
경 상 북 도	경 북 문 화 재 단	2020	11	100.0	11	10시 12군
광 주 광 역 시	광 주 문 화 재 단	2010	1	20.0	5	5구
대 구 광 역 시	대구문화예술진흥원	2009	7	77.8	9	7구 2군
대 전 광 역 시	대 전 문 화 재 단	2009	1	20.0	5	5구
부 산 광 역 시	부 산 문 화 재 단	2009	2	12.5	16	15구 1군
서 울 특 별 시	서 울 문 화 재 단	2004	22	88.0	25	25구
세종특별자치시	세종시문화관광재단	2016	0		0	
울 신 광 역 시	울산문화관광재단	2017	2	40.0	5	4구 1군
인 천 광 역 시	인 천 문 화 재 단	2004	5	50.0	10	8구 2군
전북특별자치도	전북특별자치도문화관 광 재 단	2016	6	42.9	14	6시 8군
전 라 남 도	전 남 문 화 재 단	2009	11	50.0	22	5시 17군
제주특별자치도	제주문화예술재단	2000	0		0	2행정시
충 청 북 도	충 북 문 화 재 단	2011	5	45.5	11	3시 8군
충 청 남 도	충남문화관광재단	2013	10	66.7	15	8시 7군
총계		17개	122개	61.4%	200개	
			149개	64.2%		

14) 2025.1월 기준으로는 총 151개임. 이는 행안부 클린아이에 공시된 지자체 산하 기관 현황과 전국지역문화재단연합회 회원기관 현황 등을 종합한 숫자로서 문체부가 발간하는 전국문화기반시설 총람의 숫자와 차이를 보임. 지역문화재단은 지역문화진흥법에 명시된 지역문화와 지역문화재단의 개념 규정에 근거하여 숫자를 파악했음. 각 지자체를 대표하는 문화정책 관련 업무 수행 기관으로서, 문화정책의 업무영역을 축제, 관광, 문화산업, 전통문화까지 폭넓게 파악한 것임. 다만 광역지자체의 경우 관광과 문화재단이 따로 존재하는 경우 문화재단만 지역문화재단으로 인식했음. 광역2024.12월 현재 총 215개 기초 지자체 중 61.4%, 17개 광역지자체 중 100%, 광역+기초 전체 지자체 중 64.23%가 지역문화재단 운영 중임

15) 출처 : 행정안전부 내고장 알리미 사이트, 행정구역 현황(2025.1월 기준)
<https://www.laiis.go.kr/lips/mlo/wco/wholeCountryList.do>

경청해주셔서 감사합니다.

sea@sfac.or.kr

인용된 글들의 긴 원문은

[브런치스토리\(https://brunch.co.kr/@seaokof\)](https://brunch.co.kr/@seaokof)에서

다운로드 해서 보세요.

