

<매력이 도시경쟁력>인 <나의 문화(My Culture)> 시대에 지역문화재단의 변화 방향 찾기

(완주문화재단, 2025.03.28.)

김 해 보

sea@sfac.or.kr

서울문화재단 전문위원

한광연 부설 한국지역문화정책연구소장

이야기 거리

0. 지역문화재단의 변화란?

1. 지역문화재단 _ 변화의 시작점

- (1) 지역문화재단이란 ... 한국의 독특한 문화제도
- (2) 전국 지역문화재단 운영 현황
- (3) 최근 지역문화재단들이 당면한 이슈

2. 변화에 고려해야 할 흐름들 _ 국내외 문화정책 트렌드

- (1) 중앙정부 문화정책 기조 : 글로벌, 포용, 지방시대, AI.....?
- (2) 국내 문화정책 담론 주요 흐름들 : 사회문제 해결, 지방시대, 매력-활력 ...
- (3) 글로벌 문화정책 이슈들 : Evidence, 예술가의 생존, AI...

3. 변화의 방향 _ 욕구/요구/역량을 고려하여 선택할

- (1) 지역문화재단의 역할 변화 = COM + DMO !?
- (2) 상위 제도를 함께 바꾸는 변화

4. 변화준비 역량축적과 방향설정을 위해 제대로 파악할 것들

- (1) 지역-문화-매력 ... 그런데 어떤? 어떻게?
- (2) 글로벌에서 클로벌(C-lobal)로 ... 세상을 보는 관점의 변화
- (3) 문치교화(教化)에서 문명자화(文明自化)로 ... 정책이 다루는 문화 개념 변화



강의자료 다운로드

지역문화재단의 변화란?

지역문화재단의 변화 방향 설정하기 ~ 더 많이 할 일 선택하기

하고 싶은 일

- ▷ 보람 있는 일
- ▷ 창의적인/새로운 일

하면 좋은 일

- ▷ 변화에 대비해 미리 하는 일
- ▷ 성장에 도움 되는 일

해야 하는 일

- ▷ 주어진 일 (미션, 계약, 위임)
- ▷ 고객이 기대하는 일

직원 욕구 – 정책 트렌드 – 거시환경 변화 – 기관 미션 – 조직 역량 – 고객 요구

지역문화재단 _ 변화의 시작점

(1) 지역문화재단이란 ... 한국의 독특한 문화제도

- “지역문화진흥”을 위해 “지방자치단체가 설립·운영하는” “재단법인”
- 1997년 경기문화재단을 시초로 2000년대 들어 설립 시작, 2010년대 꾸준한 증가세, 2014년
지역문화진흥법 제정으로 기초문화재단 설립 봄
- 공법인과 사법인 사이의 “비영리 재단법인”으로서 독특한 법인격
 - 민간의 전문성, 공공행정의 투명성을 동시에 요구받음

지역문화진흥법 중 지역문화재단의 정의와 관련된 조항들

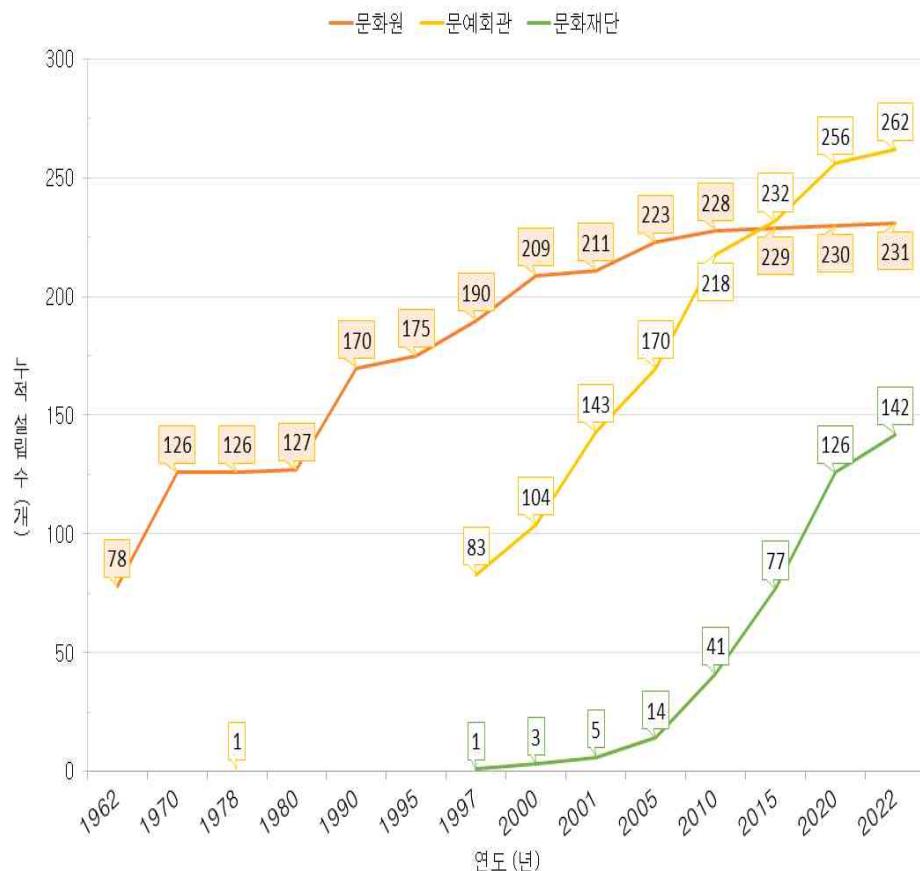
제2조(정의)

1. “지역문화”란 「지방자치법」에 따른 지방자치단체 행정구역 또는 공통의 역사적·문화적 정체성을 이루고 있는 지역을 기반으로 하는 문화유산, 문화예술, 생활문화, 문화산업 및 이와 관련된 유형·무형의 문화적 활동을 말한다.

제19조(지역문화재단 및 지역문화예술위원회의 설립 등)

- ① 지방자치단체의 장은 지역문화진흥에 관한 중요 시책을 심의·지원하고 지역문화진흥 사업을 수행하기 위하여 지역문화재단 및 지역문화예술위원회를 설립·운영할 수 있다.
- ② 지역문화재단 및 지역문화예술위원회는 법인으로 하되, 이 법에서 규정한 것을 제외하고는 「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다.

- 1970년대부터 2000년대까지 국가 문화정책을 지역에서 집행하는 주요 주체들이
지방문화원→문예회관→지역문화재단으로 변화해온 현상임



지방문화원, 문예회관, 지역문화재단의 차이			
지방 문화원	1960년대 부터	> 향토 고유문화 계승발전을 위해 > 지방문화원진흥법에 근거하여 > 국가 정책 안에 공식적 지원 근거를 마련한 > 민간 문화주체 (법인격은 사단법인에 준함)	
문예 회관	1980년대 부터	> 지방의 문화인프라 확충을 위해 > 문화예술진흥법 제5조에 근거하여 > 중앙정부 주도 정책에 따라 지자체가 국비로 조성한 > 공공 문화인프라 (법인격은 다양, 문화재단으로 운영위탁 추세)	
지역 문화 재단	2000년대 부터	> 민간 전문성과 문화자치에 기반한 지역문화진흥을 위해 > 지역문화진흥법 제19조에 근거하여 > 지자체가 설립하고 국가가 정책적으로 장려/통제한 > 지자체 출연기관 (법인격은 재단법인)	

<출처 : 지역문화재단의 현황분석 및 변화방향 연구(김해보 외, 한국광역문화재단연합회, 2022)>

(2) 전국 지역문화재단 운영 현황

○ 행정안전부 지방공공기관 통합공시 <클린아이> 및 인터넷 검색 결과, 총 156개 (2025.3월 기준)

전국 지자체별 지역문화재단 운영 현황 (2025.3월 현재)						
광역시도명	광역문화재단		기초문화재단			
	기관명(가나다순)	설립년도	기초재단 설립건수	설립 비율(%)	기초 지자체 수 ¹⁾	
강원특별자치도	강원문화재단	1999	18	100.0	18	7시 11군
경기도	경기문화재단	1997	23	74.2	31	28시 3군
경상남도	경남문화예술진흥원	2010	11	61.1	18	8시 10군
경상북도	경북문화재단	2020	12	109.1	11	10시 12군
광주광역시	광주문화재단	2010	1	20.0	5	5구
대구광역시	대구문화예술진흥원	2009	7	77.8	9	7구 2군
대전광역시	대전문화재단	2009	1	20.0	5	5구
부산광역시	부산문화재단	2009	2	12.5	16	15구 1군
서울특별시	서울문화재단	2004	22	88.0	25	25구
세종특별자치시	세종시문화관광재단	2016	0	0		
울산광역시	울산문화관광재단	2017	2	40.0	5	4구 1군
인천광역시	인천문화재단	2004	5	50.0	10	8구 2군
전북특별자치도	전북특별자치도문화관광재단	2016	6	42.9	14	6시 8군
전라남도	전남문화재단	2009	12	54.5	22	5시 17군
제주특별자치도	제주문화예술재단	2000	0	0	0	2행정시
충청북도	충북문화재단	2011	5	45.5	11	3시 8군
충청남도	충남문화관광재단	2013	12	80.0	15	8시 7군
총계		17개	139개	69.5	200개	
		156개				

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

○ 전국 지역문화재단 설립 현황 (2025.3월 현재)²⁾

- 전국 총 156개 운영 중 : 총 200개 기초 지자체 중 69.5%에 설립
- 기관 명칭에 <관광> 포함 비율 29.5%

광역문화재단		기초문화재단 (2025.3월 기준)			명칭 중 관광 축제	비고 (명칭변경, 설립추진 건 등)	기타 광역단위 문화관련 출연기관 현황
기관명 (가나다순)	설립 년도						
강원문화재단	1999	18	강릉문화재단, 춘천문화재단, 정선아리랑문화재단, 인제군문화재단, 원주문화재단, 동해문화관광재단, 홍천문화재단, 속초문화관광재단, 태백시문화재단, 영월문화관광재단, 양양문화재단, 고성문화재단, 양구문화재단, 철원문화재단, 횡성문화관광재단, 삼척관광문화재단, 평창문화관광재단(2025.1.22.), (재)나라	6		-명칭변경 : 영월문화(2023) -법인해산 : 평창문화도시재단(2023년 해산추진중) (재)나라 : 화천군 축제위원회로 2002년 출범, 2014년 출연기관 등록	
경기문화재단	1997	23	부천문화재단, 고양문화재단, 성남문화재단, 하남문화재단, 의정부문화재단, 화성시문화재단, 안양문화예술재단, 용인문화재단, 수원문화재단, 오산문화재단, 군포문화재단, 인천문화재단, 김포문화재단, 광명문화재단, 여주세종문화관광재단, 평택시문화재단, 구리문화재단, 괴산문화재단, 광주시문화재단, 이천문화재단, 양평문화재단, 포천문화관광재단, 파주문화재단(2024.10.8.)	2		-설립추진 : 남양주시, 양주시(문화관광 : 2025년), 파주시, 안성시(문화관광), 가평군	한국도자재단, 경기아트센터
경남문화예술진흥원	2010	11	거제시문화예술재단, 김해문화관광재단, 사천문화재단, 창원문화재단, 남해군문화재단, 거창문화재단, 통영한산대첩문화재단, 밀양문화관광재단, 진주문화관광재단, 고성문화관광재단, 산청축제관광재단(2023.1.31.)	6	1	-통영국제음악재단 미포함 -법인통합 : 경남문화재단이 진통원으로 통합(2013) -설립추진 : 양산시(2025.7월 목표), 합천군 -명칭변경 : 밀양문화(2022.6.30.), 김해문화(2024.7월)	경상남도관광재단
경북문화재단	2020	12	경주문화재단, 청도우리정신문화재단, 안동시한국정신문화재단, 봉화축제관광재단, 포항문화재단, 영덕문화관광재단, 영양축제관광재단, 영주문화관광재단, 예천문화관광재단, 청송문화관광재단, 칠곡문화관광재단, 경산문화관광재단(2025.3.5.)	8	2	-법인통합 : 경북문화재단과 군민진흥원 통합(2023) -법인해산 : 문경문화관광재단(2022년 문화관광개발공사로 합병) -군위군 대구로 전출 : 2023.7월	
광주문화재단	2010	1	동구문화관광재단(2023)	1			광주관광재단

2) 전지연 회원 123건 외 행안부 클린아이(지자체 설립 출연기관 경영공시) 공시 내용 및 인터넷 검색 결과 종합한 것임. 클린아이에 공지된 지자체 산하 기관 현황과 전국지역문화재단연합회 회원기관 현황 등을 종합한 숫자로서 문제부가 발간하는 전국문화기반시설 종류의 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 파악하되 한 지자체 당 하나만 지역문화재단으로 인식했음 (통영, 나주의 경우). 광역지자체의 경우 관광과 문화재단이 따로 존재하는 경우 문화재단만 지역문화재단으로 인식했음.

대구문화예술진흥원	2009	7	대구중구 도심재생 문화재단, 수성문화재단, 달성문화재단, 대구동구문화재단, 달서문화재단, 행복북구문화재단, 군위문화 관광 재단	1	-법인통합 : 대구문화재단이 진흥원으로 통합 (2022) -추진추진 : 대구남구(문화관광 : 2028년) -군위군이 대구로 편입 : 2023.7월	
대전문화재단	2009	1	대덕문화 관광 재단	1		대전디자인진흥원, 대전고암미술재단,
부산문화재단	2009	2	금정문화재단, 부산진문화재단		-추진추진 : 연제구, 수영구(문화도시), 영도구(문화도시), 남구(2025.9월 예정)	
서울문화재단	2004	22	중구문화재단, 구로문화재단, 마포문화재단, 강남문화재단, 성북문화재단, 영등포문화재단, 종로문화재단, 서초문화재단, 성동문화재단, 광진문화재단, 도봉문화재단, 강북문화재단, 은평문화재단, 금천문화재단, 동대문문화재단, 동작문화재단, 양천문화재단, 노원문화재단, 관악문화재단, 송파문화재단, 강동문화재단, 종로문화재단			서울관광재단, 서울디자인재단, 세종문화회관, 서울시립교향악단
세종시문화 관광 재단	2016	0		1	-명칭변경 : 세종시문화(2023)	
울산문화 관광 재단	2017	2	고래문화재단(남구), 울주문화재단	1	-명칭변경 : 울산문화(2023)	
인천문화재단	2004	5	부평구문화재단, 인천서구문화재단, 연수문화재단, 인천중구문화재단, 남동문화재단(2022)			
전북특별자치도 문화 관광 재단	2016	6	고창문화 관광 재단, 전주문화재단, 익산문화 관광 재단, 완주문화재단, 부안군문화재단, 군산문화 관광 재단	4	-명칭변경 : 익산문화(2018.12월), 군산문화(2024.7.30) -설립추진 : 전주관광재단(2025.3월 예정)	
전남문화재단	2009	12	목포문화재단, 영암문화 관광 재단, 담양군문화재단, 강진문화 관광 재단, 순천문화재단, 해남문화 관광 재단, 화순군문화 관광 재단, 무안 황토건축 문화재단, 흑평축제 관광 재단, 재단법인 예술섬 (신안), 장흥문화 관광 재단, 나주문화재단(2025.3월, 클린아이 미등록)	6	-나주시천연염색문화재단 미포함 -설립추진 : 여수(2025) -명칭변경 : 장흥축제관광(2025.2월), 영암문화(2022) -전남문화관광재단에서 분리(2020.7)	전남관광재단
제주문화 예술 재단	2000	0				제주콘텐츠진흥원
충북문화재단	2011	5	청주시 문화산업 진흥재단, 충주문화 관광 재단, 영동 축제관광 재단, 제천문화재단, 괴산군문화 예술체육 진흥재단*	2	-설립추진 : 생거진천(2024.11월 공청회) -명칭변경 : 충주문화(2024), 영동문화관광(2025.1)	
충남문화 관광 재단	2013	12	이산문화재단, 당진문화재단, 천안문화재단, 공주문화 관광 재단, 서산문화재단, 논산문화 관광 재단, 흥주문화 관광 재단, 계룡시문화 관광 재단, 보령 축제관광 재단, 백제 문화제 재단(부여) 금산 축제관광 재단, 서천문화 관광 재단(2025.1.13, 클린아이 미등록)	7	-명칭변경 : 충남문화(2023), 계룡군문화(2023)	충남역사문화연구원
총계	17	139	총 200개 기초 지자체 중 69.5% 17개 광역지자체 중 100%	46	전체(156개) 대비 명칭에 관광/축제 포함 비율 : 29.5% / 4.4%	
	156					

(3) 최근 지역문화재단들이 당면한 이슈

- 문화예술지원, 문화시설, 지역축제 개최, 관광 마케팅까지 폭넓은 업무영역을 담당하는 지역문화정책 집행의 핵심 주체로 성장

- 커지는 업무양과 범위에 비해 조직의 성장 속도는 크게 못 미치며, 비정규직화
- <지방자치단체 출자출연기관 운영에 관한 법률> 때문에 어려워진 지자체 산하기관 설립 여건 때문에 문화정책 이외 다양한 업무들까지 문화재단에 집중되는 추세

- 특히 기초 지자체에서는 축제, 관광을 통한 지역활성화 기여 요구 커져

- 2025.3월 기준 총 156개 지역문화재단 중 46개(29.5%)의 기관 명칭에 "관광" 포함
(2024.8월 기준 총 148개 중 39개(26.5%), 2022.12월 기준 총 141개 중 25개(17.7%))

기준 시점	2022.12월	2024.8월	2025.3월
전국 지역문화재단 설립 수 (개) (기초+광역)	141	148	156
기관 명칭 중 "관광" 포함 건수 (개)	25	39	46
비율(%)	17.7%	26.5%	29.5%

지역문화재단의 사업영역 : 문화예술

정책목표 및 정책영역	예술 생태계 활성화		시민 문화향유 기회 확대			지역 문화진흥					문화정책 실행 역량 강화			
세부영역 및 수행 방식	창작 지원	예술인 복지	문화 예술 교육	문화 기본권	생활 문화	축제 및 문화행사	문화 공간 운영	지역문화	전통 문화	문화산업	지역 특화사업	문화정책	홍보 교류	정보화
시책 사업 (예산사업 사례들)	창작 지원 역량 강화 시상 제도	생계 지원 인권 지원 청년·원로 예술인 지원	학교 예술 교육 사회 예술 교육 문화의 날 인력 양성 문화 센터 운영	문화 이용권 문화향유 문화의 날 예술 동호회	생활 문화 센터 축제 개최 축제 지원 문화행사	문화분권 문화도시 문화재생 문화마을	전통보전 문화유산 문화자원 지역학연구	문화 콘텐츠 관광 디자인	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	지역관광 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 팸투어	문화축제 및 각종 행사 운영	시티투어 버스 운영 테마 투어 프로그램 개발 및 운영 (스탬프투어 등)	관광거점 운영	관광 기념품 개발	지자체 지정사업 (엑스포 유치, 크루즈 사업 등)	관광 서비스 업체 지원 관광 스타트업 육성	관광 전문가 양성 박람회 및 전시회 개최	컨벤션 시설 운영 관광 택시 운영 등	

<출처 : 지역문화 매력-활력 증진방안 연구 (김해보 외, 2024, 지방시대위원회)>

변화에 고려해야 할 흐름들 _ 국내외 문화정책 트렌드

(1) 중앙정부 문화정책 기조 : 글로벌, 포용, 지방시대, AI...?

2025년, 국민의 삶이 이렇게 바뀝니다.

모두를 위한 문화, 세계를 잇는 문화강국

민생경제 회복을 위한 문화 소비를 확대하겠습니다.

- 소상공인·영세기업 지원
- 취약계층 문화복지 확대
- 문화 소비 조기 회복 지원

문화를 통해 지역균형 발전을 이루겠습니다.

- 지역 예술 생태계 혁신 지원
- 권역별 문화시설 거점 조성
- 문화로 발전하는 지역

성장과 수출을 견인하는 문화산업을 육성하겠습니다.

성장과 수출을 견인하는 문화산업을 육성하겠습니다.

- K-콘텐츠산업 혁신 성장지원
- 관광 수출&재도약 기반 마련
- 스포츠 글로벌 경쟁력 강화

문화로 새로운 미래를 만들어가겠습니다.

- 인공지능(AI)시대 대응
- 주요 계기별 문화행사
- 문화로 여는 포용 사회

우리 문화를 세계와 함께 나누고 확산시키겠습니다.

- 세계 무대 속 K-아트
- 한국아태권도·전통문화 세계 확산
- 글로벌 문화 교류 확대

성장과 수출을 견인하는 문화산업을 육성하겠습니다.

- K-콘텐츠산업 혁신 지원
- 관광 수출&재도약 기반 마련
- 스포츠 글로벌 경쟁력 강화

문화로 새로운 미래를 만들어가겠습니다.

- 인공지능(AI)시대 대응
- 주요 계기별 문화행사
- 문화로 여는 포용 사회

문화체육관광부

**출처 : 2025년
문화체육관광부
주요업무 계획**

- 11 -



출처 : 문체부 보도자료(2024)

문화한국 2035

문화로 여는 미래

문화로 빛는 미래

행복과 성장을 만드는 문화의 힘

◆ 사회, 경제, 기술 등 모든 영역의 변화가 다차원적 중층적 작동, 복합위기화

사회	경제	기술	국제
<ul style="list-style-type: none"> 저출생·초고령화 이주민 증가 지역소멸, 지역 간 격차 기후위기, 재난안전 위협 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 저성장, 고물가, 고금리 등 복합위기 일자리, 노동유연화 국가재정 악화 	<ul style="list-style-type: none"> 디지털·인공지능 대전환 로봇 등 기술혁신 가속화 글로벌 플랫폼(OTT, OTA) 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 新냉전, 보호주의 K컬처 확산 국익 중심 재편 남북관계 변화
<ul style="list-style-type: none"> 문화 인적자원 감소 고령층 일자리, 삶의 질 집단 간 차이와 혐오 사회갈등 요인 증가 지역 간 문화 격차 완화, 균형발전 필요 재난 안전 관심 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 新성장엔진 필요 일자리 창출 시급 문화재정 투자 여력 감소 	<ul style="list-style-type: none"> 산업간 융복합 가속화 창작·소비 방식 변화 디지털 격차·윤리 문화·체육·관광 산업 가치사슬 변화 	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 네트워크 확장 필요 한류 지속가능성 문화 분야 국제적 기여 제고 남북 문화교류 확대

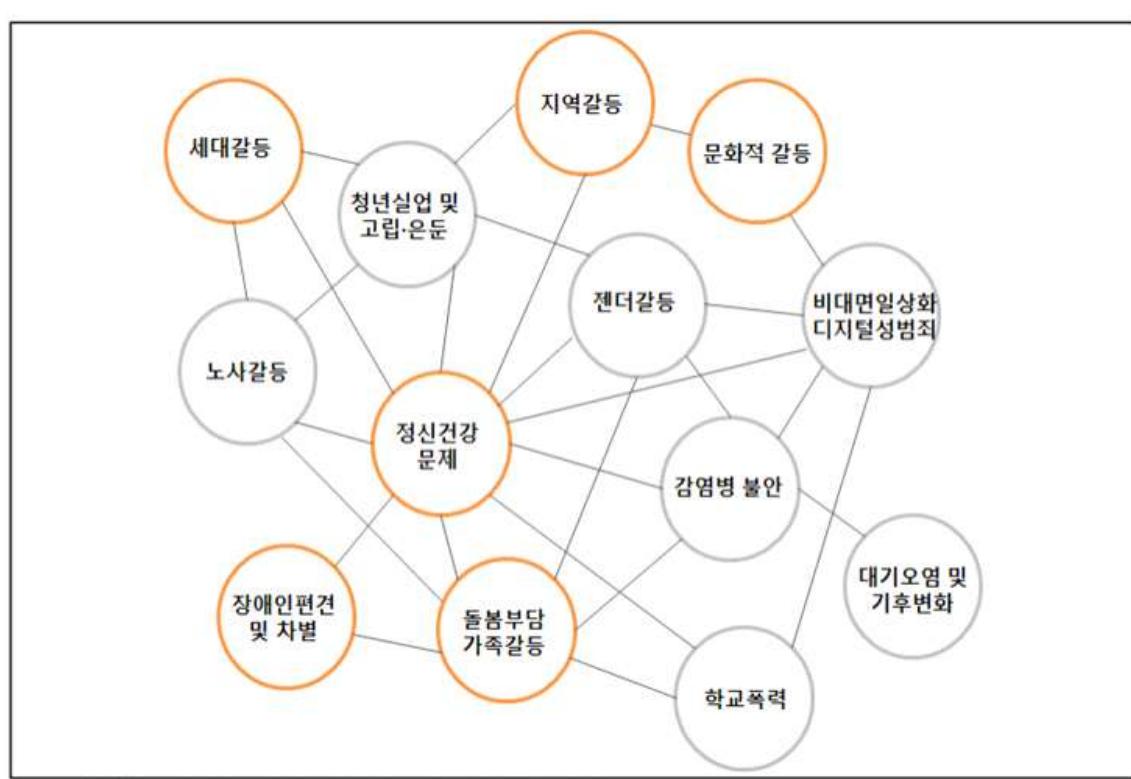
<출처 : 문화체육관광부, 2025>

비전	문화한국 2035			
목표	창의적 개인	행복한 사회	역동하는 경제	함께하는 세계
가치	창의 + 혁신	다양 + 포용	개방 + 융합	
핵심 과제	<p>■ 지역 문화 균형 발전</p> <p>① 국립예술단체·기관 지역 이전 및 협력 모델 재구축</p> <p>② 국립문화기관 지역 분관 확대 및 범인형 운영모델 개발</p> <p>③ 문화도시 3.0 추진</p> <p>④ 新 광역관광 개발 및 지역 생활인구 확대</p> <p>⑤ 중앙–지역 수평적 협력체계 구축</p>			
	<p>■ 저출생·고령화 등 사회 위기 문화적 대응</p> <p>① 수요자 중심 융복합형 문화시설 조성</p> <p>② 생애주기 생활체육 활성화</p> <p>③ 문화영향평가 제도 확대</p> <p>④ 문화다양성 정책 강화</p> <p>⑤ 문화·체육·관광 통합 안전 체계 구축</p>			
	<p>■ 콘텐츠·관광·스포츠 등 산업 생태계 혁신</p> <p>① 콘텐츠산업 국가경제 핵심산업으로 육성</p> <p>② 방한 외래객 3천만명 시대의 관광산업 체계 구축</p> <p>③ 스포츠산업의 고부가가치 성장산업화</p> <p>④ 시장 중심 문화예술 생태계 조성</p>			
	<p>■ 문화 분야 인공지능 대전환(AX)</p> <p>① AI 기술 대응 문화예술·콘텐츠산업 혁신</p> <p>② AI 시대 저작권 체계 전면 개편</p> <p>③ 문화예술·스포츠·관광 AX 지원</p> <p>④ 공공 데이터 구축·활용·개방 체계 마련</p>			
	<p>■ 글로벌 문화 리더십 제고</p> <p>① 재외 한국문화원 운영 혁신 및 한류 거점 기관화</p> <p>② 국제문화교류 전문인력 양성</p> <p>③ 수요 기반 문화 ODA 확대 및 권역별 협력체계 마련</p> <p>④ 국가이미지 제고 통합마케팅</p> <p>⑤ 남북 문화교류 전략적·단계적 추진</p>			
	<p>■ 문화 역량 제고</p> <p>① 독서·문학 진흥 및 인문 가치 확산</p> <p>② 사회 문화예술 교육 확대</p> <p>③ 예술·콘텐츠·관광 창의인재 양성</p> <p>④ 엘리트 선수 육성 시스템 선진화</p> <p>⑤ 문화예술 지원 방식 개선</p> <p>⑥ 장르별 진흥법 제정 및 지원체계 구축</p>			

(2) 국내 문화정책 담론 주요 흐름들 ... 사회문제 해결, 지방시대, 매력-활력...

□ 사회문제 해결 문화정책

○ 문화예술의 실용적 가치, 실증적 증거로 공공성 입증하기?



출처 : 『사회문제와 문화예술정책』 (정보람 외, 한국문화관광연구원, 2023.1.3.)

한국광역문화재단연합회 공동연구 2023-1

**사회문제해결
문화정책 현장_**
"지역문화재단들의
사례와 시사점"

Cultural Policy in Action Engaging with Social Issues_
"Cases and Implications from Local Foundations for Arts & Culture"
한국지역문화정책연구소

□ 지방시대 ... 지역문화정책의 위기! 또는 기회?

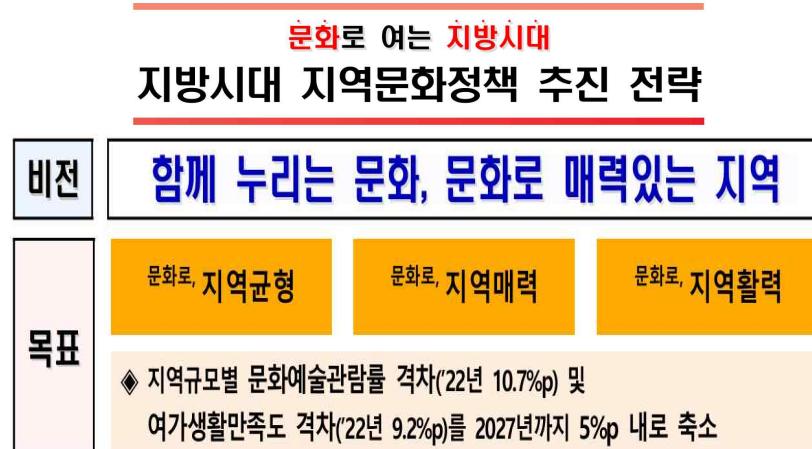
○ 지방소멸은 지역문화의 위기!

- 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!



○ 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 문화·관광자원 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, 김중곤, 2023.10.5.)

□ 『지역-문화-매력-활력 증진방안』 (지방시대위원회, 김해보 외, 2024)

- **연구주체** : 지방시대위원회 발주, 한국광역문화재단연합회 협력 연구 (이음스토리 용역수행)
- **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 기조 정립
 - 지방소멸 대응 부처 간 통합 정책이 어떤 매력과 활력을 지향할 것인지 개념 설정 및 공유
- **연구내용**

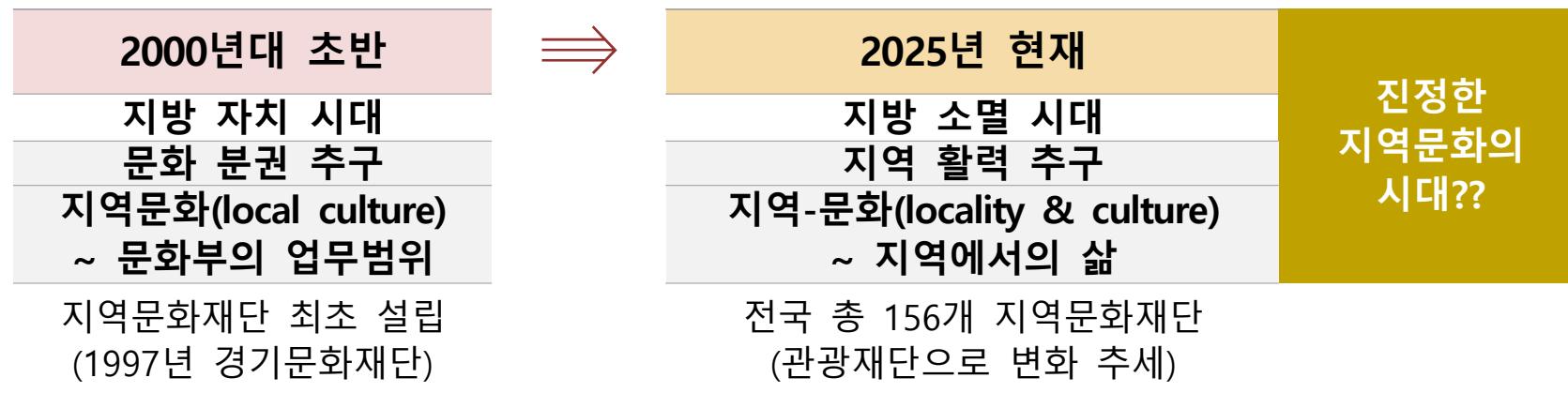
세부 과제	① 요소 분석 (Understanding Elements)	② 사례 파악 (Exploring Practices)	③ 정책 제안 (Suggesting Policies)
연구 질문	Q1. 지역의 매력·활력을 이루는 요소는 무엇이며, 문화는 어떻게 지역 매력·활력에 기여할 수 있나?	Q2. 이미 지역의 매력·활력을 증진하고 있는 사례는 어떤 것들이 있고, 어떤 것들이 더 필요한가?	Q3. 문화를 활용한 지역의 매력·활력 증진을 위해 공공정책은 어떻게 협력하고 지원해야 하는가?

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

지방자치+지역문화의 시대에서

사반세기 뒤

지방소멸+로컬리티의 시대 ! vs. 진정한 지역문화의 시대 ?



<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

○ 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>³⁾, 심지어 <로벌 : Lobal>⁴⁾이라는 신조어까지 만들어내며, <글로벌>에 대한 갈망과 반감을 드러내는 <로컬리티>의 이분법적 콤플렉스를 극복해야 함

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

<'지방'이라는 말에 투영된 언중들의 인식 변화>

3) Ritzer, George, 2003, Rethinking Globalization: Glocalization/Grobalization and Something/Nothing, Sociological Theory Vol. 21, No. 3

4) 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 기조였던 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 (OO지역문화)	문화예술 전통문화 민족문화	문화권	지역문화		(제안) 지역-문화
개념의 근거	문화주체들의 인식	문화예술 진흥법	문화기본법	지역문화진흥법		(제안) 지방시대 문화정책

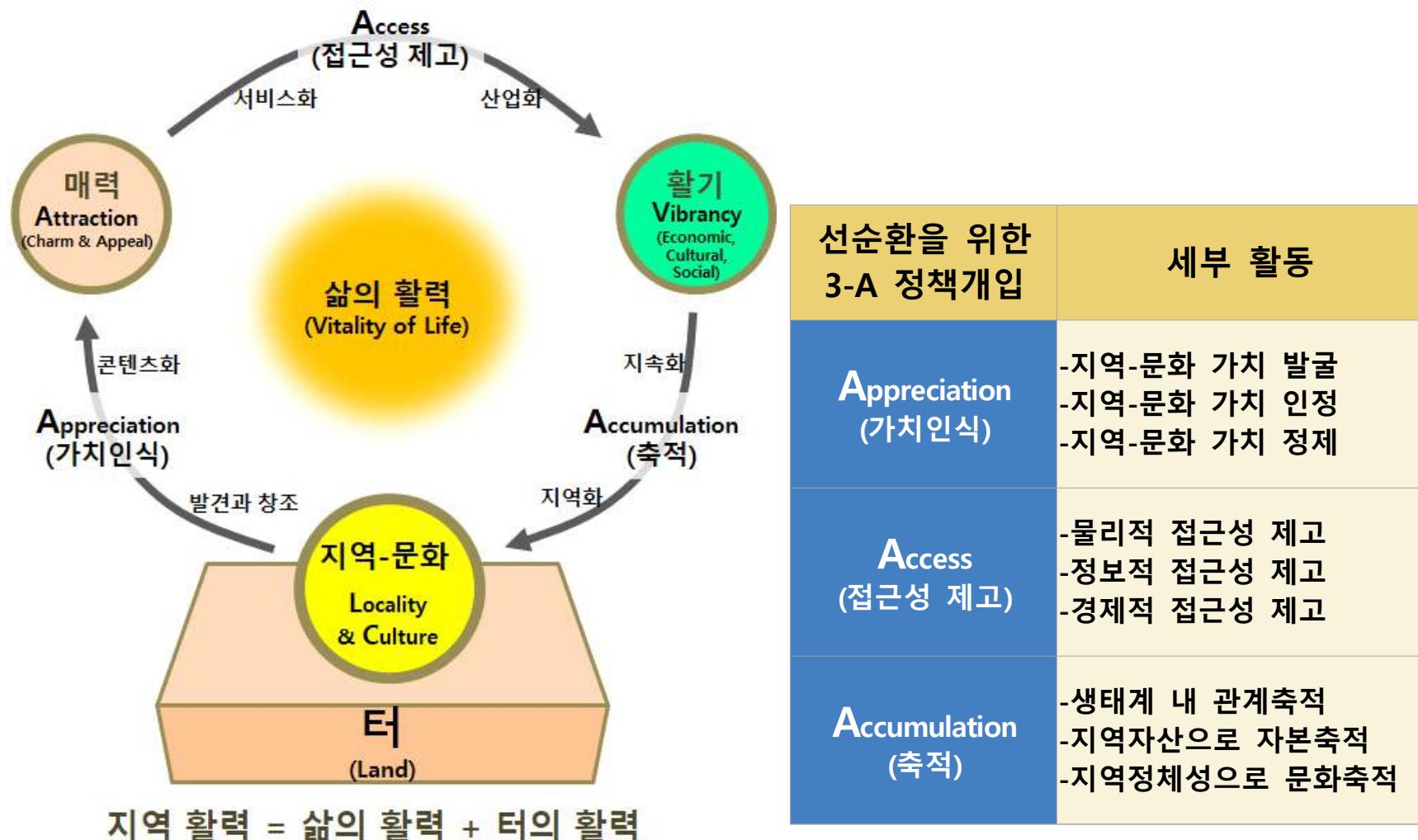
<국가 정책 안으로 들어가서 좁아진 문화의 개념 현황과 재확장 방향>

- 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



○ 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

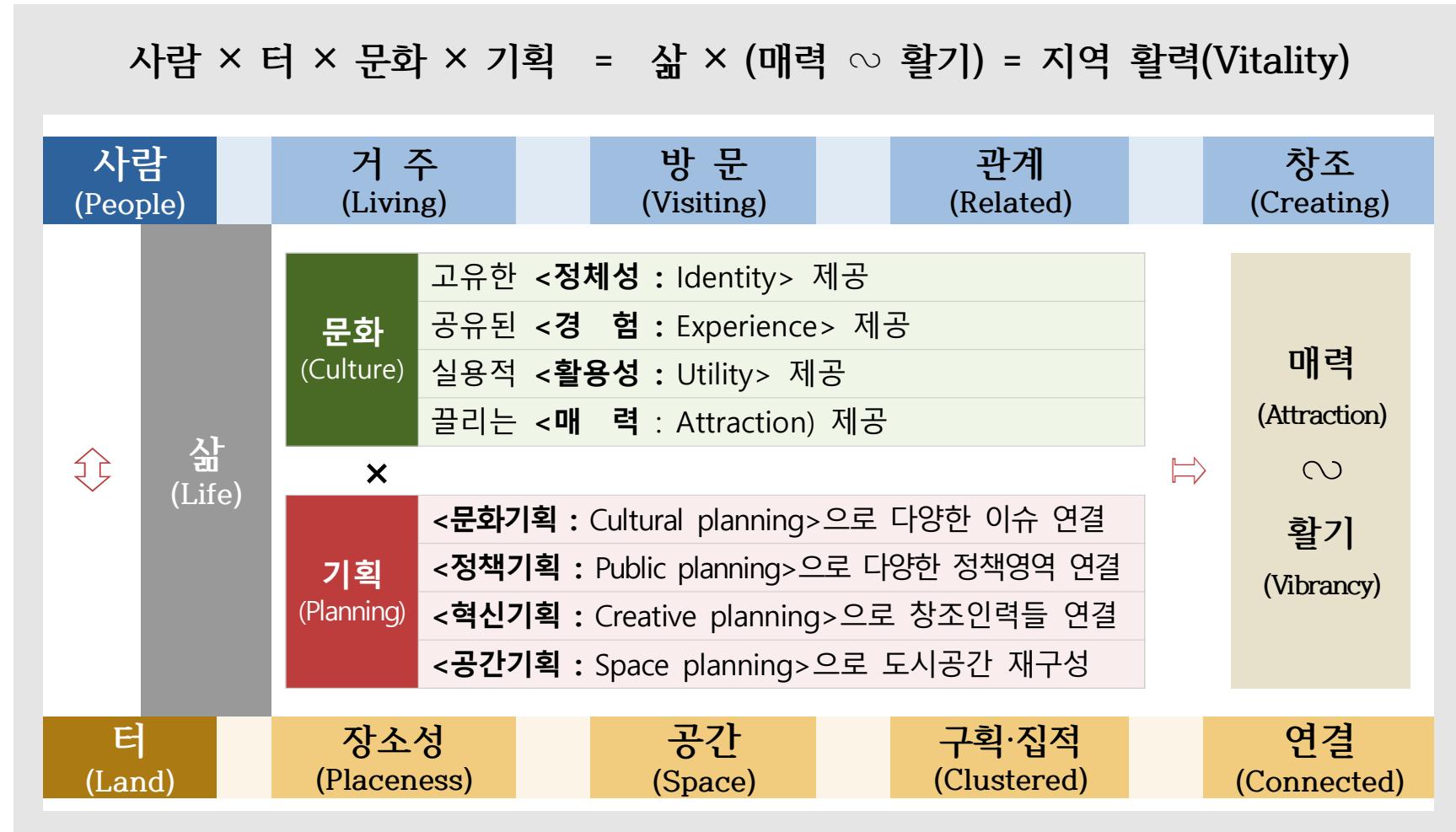
- (1) 지역에 다양한 리듬과 관계의 삶이 담기도록
- (2) 지역에 터 잡은 삶들이 문화로 활기차게
- (3) 위기를 기회로 삼아 삶과 연결된 문화정책으로 진화하게

☞ 어떻게(How) : 문화로 연결하여, 로컬을 넘어서, 지속가능하게

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

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

- 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	<ul style="list-style-type: none"> ❶-1. <문화격차 줄이기+지역활력 키우기>로 지방시대 문화정책 재구조화 ❶-2. CMO+DMO로서 지역문화재단들의 역할과 역량 확장 ❶-3. 주민과 함께 문화활력을 만들 지역문화주체의 조직화 지원 제도 확대
	방 문 (Visiting) 	전략 ② (방문×장소성) 라이프스타일 취향저격 관광 활성화	<ul style="list-style-type: none"> ❷-1. 빅데이터 활용 취향저격 지역관광 컨설팅 확대 ❷-2. 지역매력 Buzzing 활성화
	관 계 (Related) 	전략 ③ (관계×연결) 문화예술로 관계 맺기	<ul style="list-style-type: none"> ❸-1. 예술로 관계맺기, 취향으로 한달살이 ❸-2. 창조의 로케이션이 되는 예술적 워케이션 기획지원 ❸-3. 고향사랑문화 = 고향사랑기부제 × 문화이용권
	창 조 (Creating) 	전략 ④ (창조×연결) 로컬에 끌려 일해 볼 틈 만들기	<ul style="list-style-type: none"> ❹-1. 로컬-로컬 크리에이트들이 고향에서 일할 틈 만들기 ❹-2. 창조인구들이 지역에서 궁리해 볼 틈 만들기 ❹-3. 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 유휴공간의 문화적 활용 방안 개발
	구획·집적 (Clustered)  전략 ⑦ (구획·집적×창조) 문화자유지구 조성 및 창조인구 환대 프로그램 확대	⑦-1. 문화혁신클러스터 조성 ⑦-2. 창조인구 환대 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

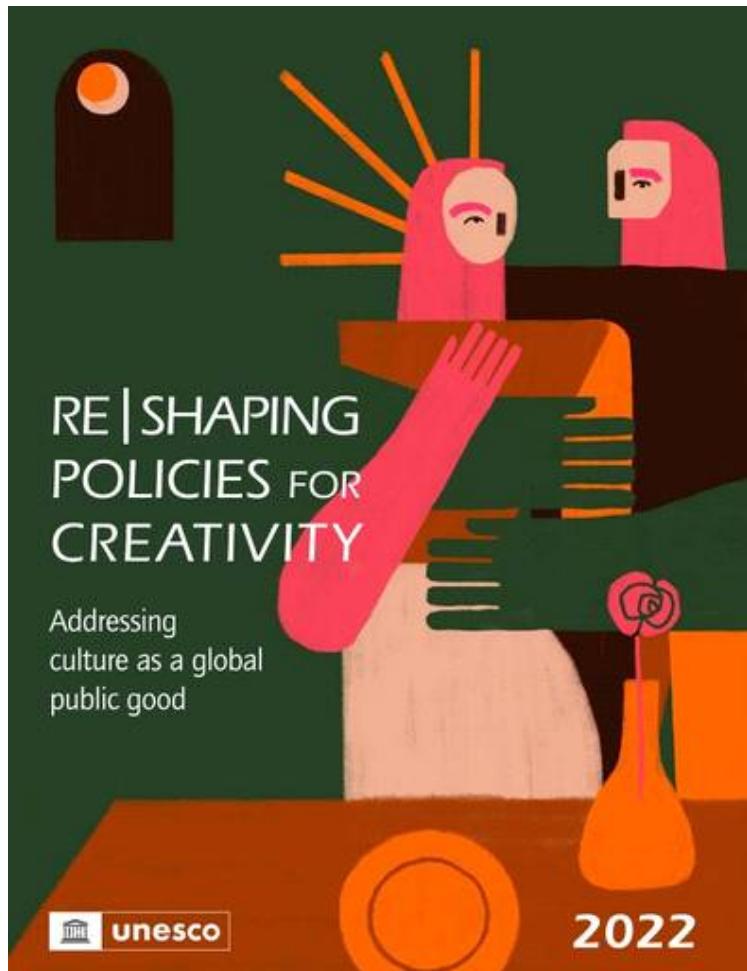
(3) 글로벌 문화정책 이슈들 : Evidence, 예술가의 생존, AI...

□ 글로벌 문화거버넌스 기구들이 집중해 온 이슈 키워드들 : 기후위기, 젊은세대, AI...

〈문화+정책 이슈페이퍼〉 분석 글로벌 문화정책 이슈 키워드5)		세계도시문화포럼(WCCF) 분석 세계도시 10대 문화 트렌드 키워드6)	
2023년		2024년	2025년
인공지능 (AI)	생형형 기술, 진본성, 저작권, 새로운 문화자본주의, 접근성, 인간의 역할, 제도화, 미래	9. 기술의 도전	2. 기술과 인공지능
기후 (Climate)	기후위기, 지속가능목표, 불평등, 미래세대, 문화예술의 사회적 역할	8. 미래희망과 회복력 10. 기후변화, 글로벌 개발	4. 기후 위기
건강 (Health)	웰빙, 문화예술의 사회적 가치, 문화기본권, 효과와 영향	1. 코로나 회복 2. 건강	10. 창의적인 건강
증거 (Evidence)	계량화, 통계, 빅데이터, 경제적가치, 효과와 영향, 증거기반정책, 합리적.공정한 자원배분		
문화정치 (Politics)	다양성, 포용, 리더십, 헤게모니, 젠더, 인종, 소수자, 거버넌스, 협력, 불평등, 원주민문화	3. 시민참여 민주주의 4. 불평등과 부정의 대응	1. 젊은이들 8. 모두를 위한 문화
도시 (City)	로컬, 문화경제, 야간문화, 관광, 창조지구, 문화유산, 문화공간, 도시계획, 메가이벤트	7. 24시간 도시	3. 글로벌 관광 5. 문화공간 보호 6. 야간문화 7. 문화유산
예술 (Art)	예술가, 창조산업, 표현의 자유, 융합, 저작권	5. 위기에 처한 문화 6. 창조인력 지원	
			9. 문화와 이주

5) 2023년 글로벌 문화정책 포럼들(WCCF, UCLG, IFACCA)의 세션 주제들 키워드 분석 결과

6) 전년도 WCCF 서밋에서 논의 결과에 근거하여 WCCF 사무국에서 종합정리하여 연초에 발표함



“문화는 글로벌 공공재”(culture as a global public good)라고 선언한 『Re|Shaping Policies for Creativity』(유네스코, 2022)

IFACCA(2024) 『Culture as a public good』 발간



□ 문화예술의 구체적인 효과 증명하기

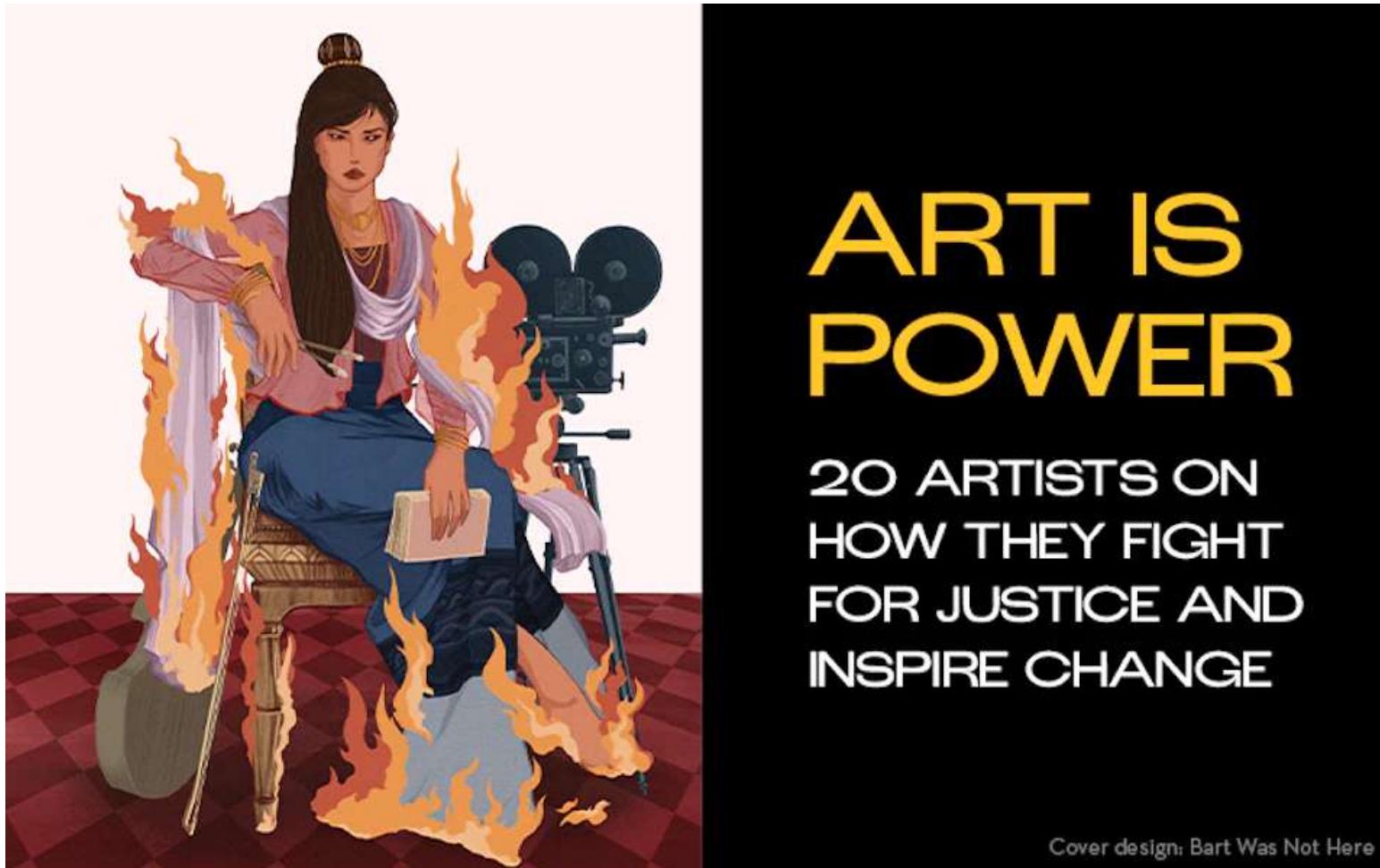


10 Reasons to Support the Arts in 2024

- (1) Arts strengthen the economy
- (2) Arts drive revenue to local businesses
- (3) Arts unify communities.
- (4) Arts strengthen mental health and wellbeing.
- (5) Arts and culture are tourism drivers.
- (6) Arts improve academic performance
- (7) Arts spark creativity and innovation
- (8) Arts have social impact
- (9) Arts improve healthcare
- (10) Arts for the health and well-being of our military



□ 예술가의 생존 : 그들의 자율성과 주체성을 존중해야만 활용 가능한 예술의 힘



“예술은 힘이다: 정의를 위해 투쟁하고 사회변화를 만드는 20명의 예술가들의 이야기” (Art Is Power: 20 Artists on How They Fight for Justice and Inspire Change) (출처 : ARC(위험에 처한 예술가 네트워크), 2023.6.28.)

□ Ai 예술 시대의 딜레마

- 예술가들의 권리 보호 vs. 시민들의 다양한 문화향유
- 인간의 고유한 문화 보전 vs. 기계문화를 통한 인간문화의 확장

☞ 예술가 3000명 "AI아트 경매 안돼" (송주희, 서울경제, 2025.1.11.)

AI 활용한 예술 작품 경매 예정에..."AI 모델, 저작권 허가 없이 학습"...'지불없이 인간 작품 이용해' 지적...크리스티 "작품확장 도구로만 써"

☞ AI작품 28점, 10억원에 팔렸다 ... 입찰자 절반 가량이 MZ 세대!, 크리스티 AI 예술품 경매 대박 (유형동.진광성, AI포스트, 2025.3.7.)

☞ "AI로 억양 다툼었다".."오스카 남우주연상 논란 (이정현, ZD넷 코리아, 2025.3.4.)

제97회 미국 아카데미 시상식....브루탈리스트의 편집자는 AI 음성 기술을 사용해 브로디와 공동 출연자 펠리시티 존스의 헝가리 악센트를 강화했다고 밝혔다. 이에 대해 일부 전문가들은 AI가 사실주의에 기반을 둔 영화에서 주인공의 연기를 바꾸는 데 사용하고 있다는 우려를 표했다.



이번 AI 예술품 경매에 출품된 홀리 헐든과 매트 드라이허스트의 작품 '임베딩 연구 1&2'. (사진=크리스티)

변화의 방향 _ 욕구/요구/여량을 고려하여 선택할..

(1) 지역문화재단의 역할 변화 = COM + DMO !?

- 최근 지역문화재단에 축제-관광재단으로의 전환 압박 커짐
 - 특히 기초 지자체에서는 축제, 관광을 통한 지역활성화 기여 요구 커져
 - 기관 명칭에 “관광”이 포함되거나 변경, 기관 통합 등 진행
- 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 (충북문화재단 2024년 연구 사례)

○ 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

○ 변화 준비를 위한 소통과 역량 축적 필요

- 기관 내부, 지자체, 문화예술 생태계 이해관계자들과 변화 필요성/방향성에 대한 공감대 형성 필요
- 변화에 필요한 조직/사업/재정적 역량 확보 필요 : 지자체/중앙정부의 지원

(2) 상위 제도를 함께 바꾸는 변화

- 지역문화정책의 중앙 종속성이 강한 한국의 특성 상 중앙정부의 정책 기조를 바꾸진 않고는 지방의 변화가 어려움

- 중앙정부의 문화정책 과제를 이양/위탁/보조 방식으로 지방으로 넘길 때 역할 합의 필요

- 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 <문화정책성 + 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 재원 확보 등 새로운 제도적 기반 만들기 필요

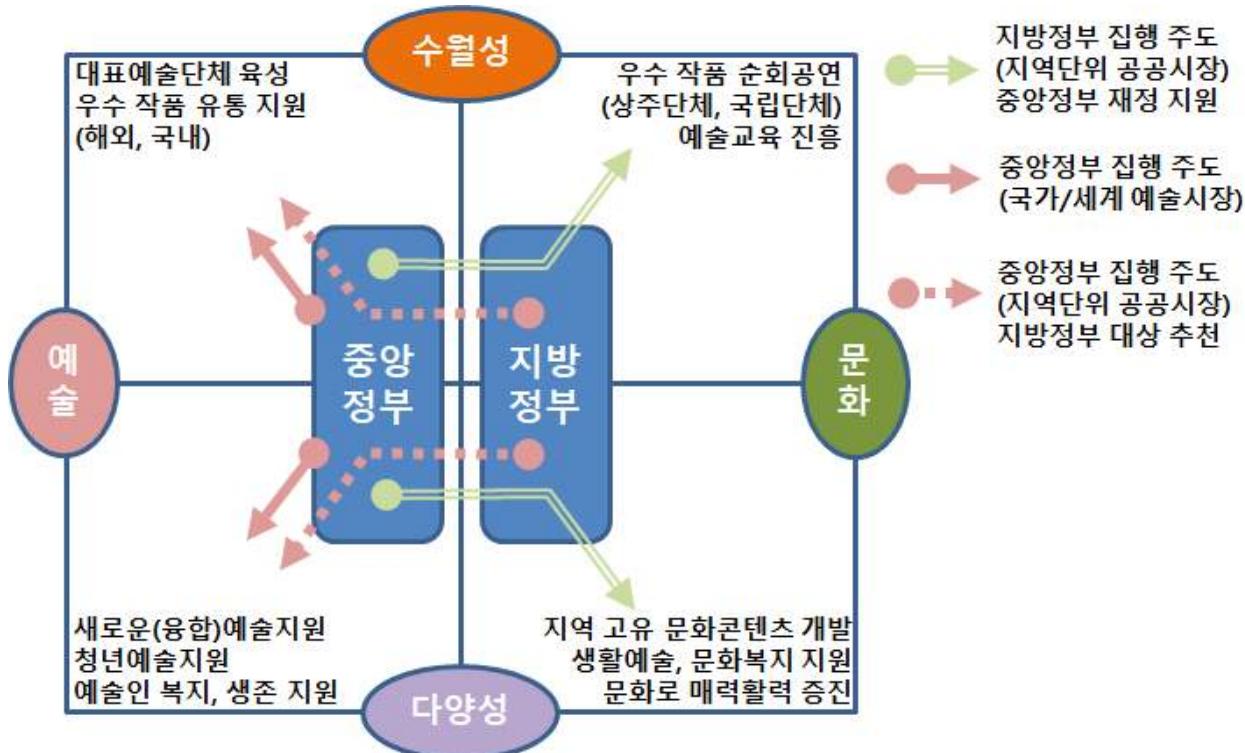
<지방시대 지역문화 정책의 재구조화 및 역할 분담 방안>

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 재원 확보 (지방소멸대응기금, 고향사랑기부제 등)

<출처 : 지역문화 매력활력 증진방안 (김해보 외, 지방시대위원회, 2024)>

<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

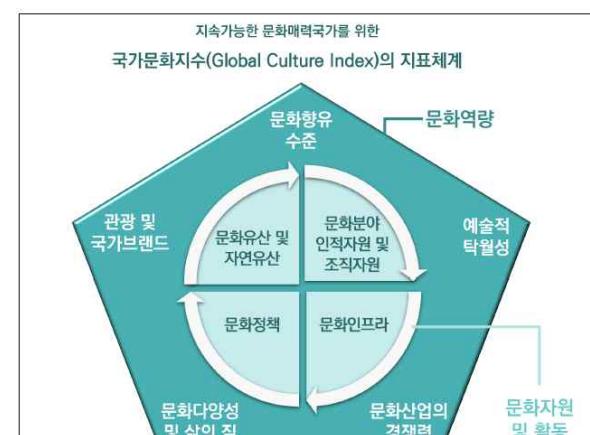
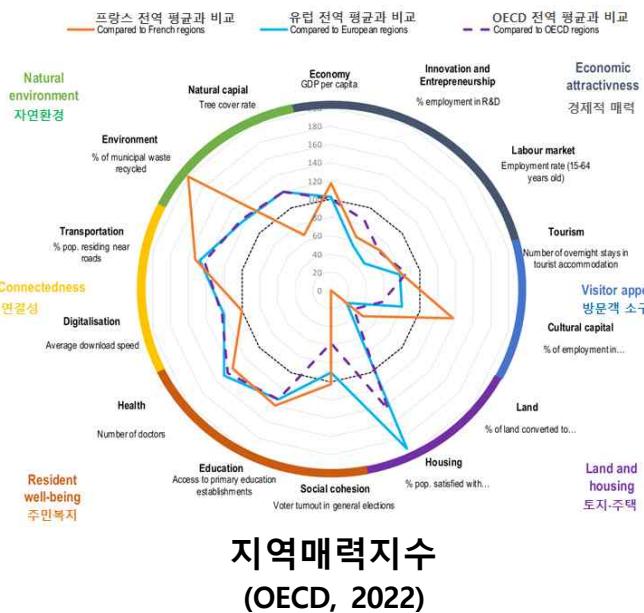


변화준비 역량축적과 방향설정을 위해 제대로 파악할 것들

(1) 지역-문화-매력 ... 그런데 어떤? 어떻게?

○ 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 훌려서 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(蠱惑)> = “뱃 속에 있는 알 수 없는 벌레(蠱)가 유혹한다”
 - . “설득 이전에 감각할 수 있는 느낌인 매력”(이무열, 2024⁷⁾)은 현장에서 몸으로 감각되어야 하는 것.
 - . 문화가 사람들에게 매력적이기 위해서는 돈 벌기나 실용적 가치를 내세우는 행정적 접근 보다는 마음을 먼저 움직이는 문화기획적 접근이 필요

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

Buzz Z Z

vs.



○ 그런데.... 문화는 <놀고 싶은 사람>을 끄는 매력이 있나?

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

관광활동	현재		5년 후			10년 후		
	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

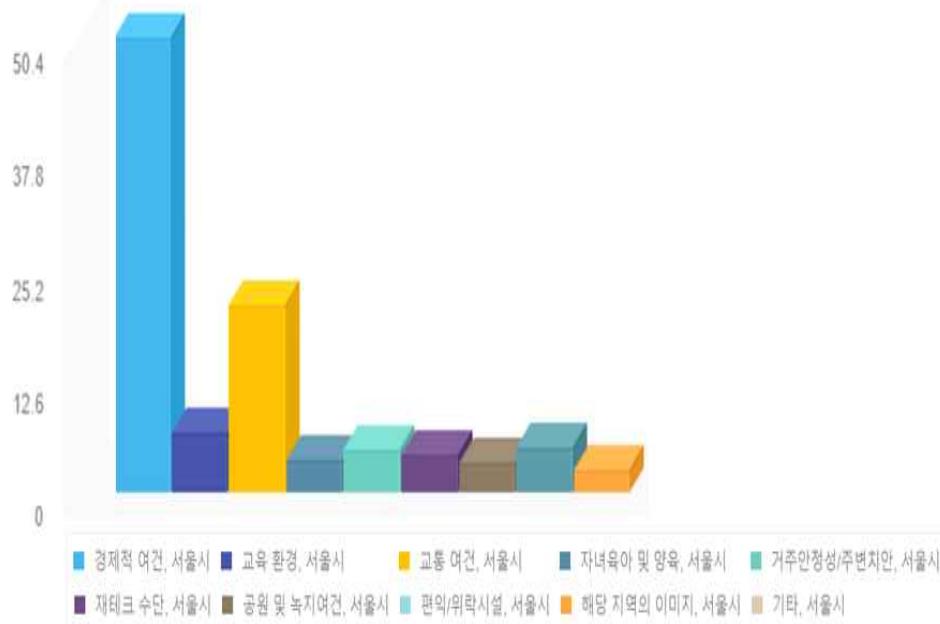
관광개발기본계획
2022~2031
(문화체육관광부,
2023))

<관광 여행 시 여행지에서의 활동>

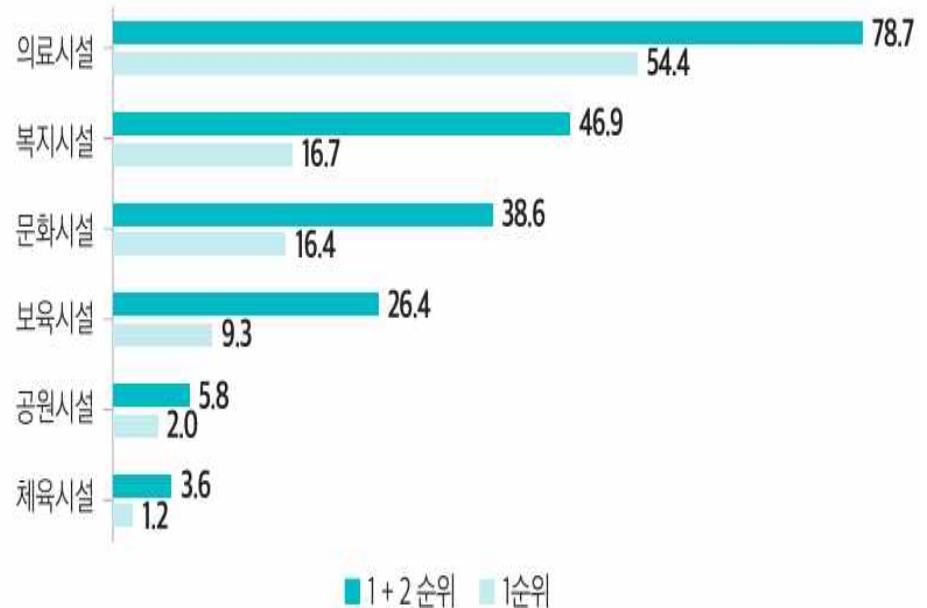
활동 내용	자연 및 풍경감상	휴식 휴양	음식 관광	가족친지 친구 방문	역사 유적지 방문	테마파크 놀이시설 동식물원 방문	쇼핑	야외위락 및 스포츠 레포츠활동	시티 투어	드라마 촬영지 방문	지역문화 예술공연 전시관람	지역축제 이벤트 참가	종교 성지 순례	온천 스파
% 중복 응답	78.3	60.8	60.2	13.7	9.7	7.9	6.1	6.1	5.4	3.9	3.5	2.7	2.5	1.6

(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: %)

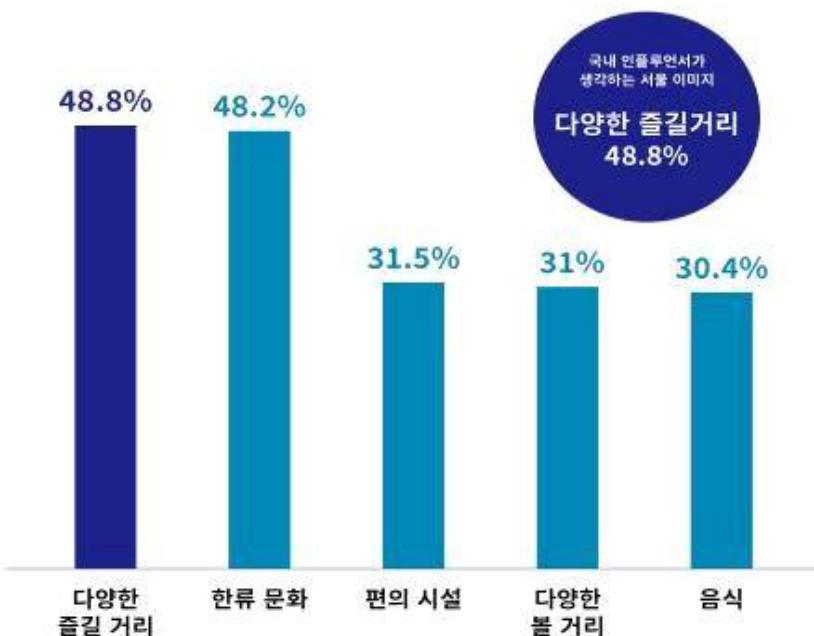
그럼 도대체 <어떤 문화>로 <어떻게 매력>을 만들어야 하나?

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

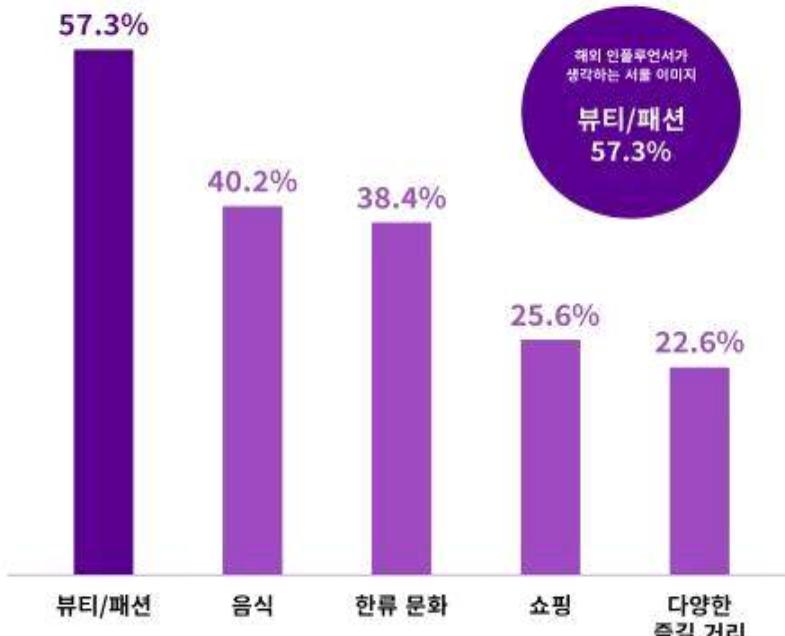
국내외 인플루언서 총 52개국 332명 응답 : 국내 168명, 해외 164명 (2023년 12월 23일 ~ 12월 31일)

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)

| 국내 인플루언서들이 생각하는 서울 이미지 |



| 해외 인플루언서들이 생각하는 서울 이미지 |



<출처 : 2023 서울콘 서베이(서울산업진흥원, 2024)>

○ <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.)

(2) 글로벌에서 클로벌(C-local)로 ... 세상을 보는 관점의 변화

○ 지금은 <하이퍼로컬리티 + 네오글로벌리즘>의 시대

“신-세계화(Neo-Globalization)”의 시대

= 20세기 오프라인에서의 “반-세계화(Anti-Globalization)”

+ 21세기 디지털 경제가 온라인 세계에서 확장하는 “초-세계화(Hyper-Globalization)”

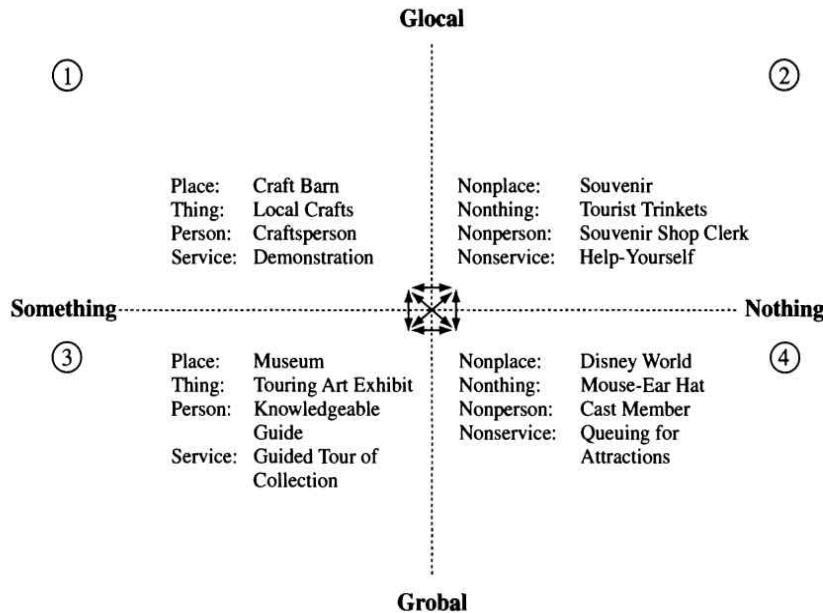
○ <글로벌>에 대항하는 <글로컬 : G-local>, <그로벌 : Grobal>⁸⁾, 심지어 <로벌 : Lobal>⁹⁾의 인식론적 한계 극복 필요

- 김기홍(2018)¹⁰⁾ : “세계화에 대한 안티테제로 제시된 글로컬이 세계화 논의의 하위개념이었다는 점이 난맥의 근본 원인”, “글로벌이 로컬에 위협이 된다는 전제의 글로벌/로컬 이분법을 기저에 둔 비생산적인 논의”

8) Ritzer, George, 2003, Rethinking Globalization: Glocalization/Grobalization and Something/Nothing, Sociological Theory Vol. 21, No. 3

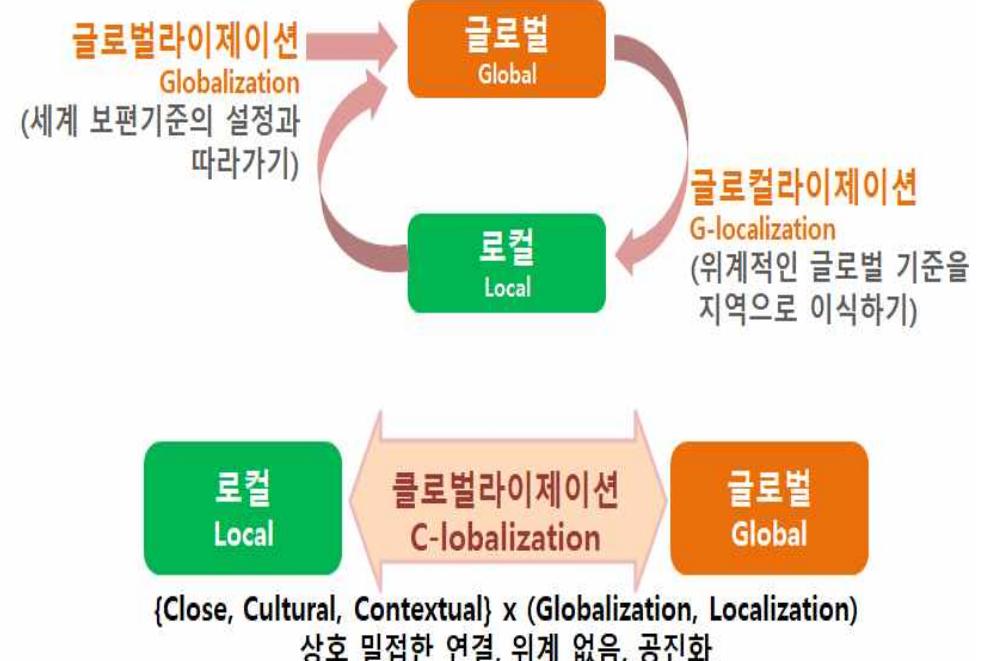
9) 류영재, 2006, '글로컬'과 '로벌'의 작지만 큰 차이, 머니투데이(2006.11.16.일자)

10) 김기홍, 2018, 글로컬 문학이론에 대한 소고, 인문사회 21 vol.9, no.5



glocal-grobal 및 something-nothing 사이의 관계 해석

<출처 : Ritzer(2003)>



<출처 : 김해보 외, 지방시대위원회(2024)>

○ 로컬과 글로벌을 넘어, 원리와 사례, 개별자들 간의 관계에 대한 재인식 필요

- 로컬-글로벌 개념을 인식론 차원으로 확장하고, 중앙-지방의 관계 재설정이 필요한 시대



지리적 개념에서 인식론으로 확장해야 할 글로벌과 로컬의 의미 (출처 : 김해보, 2023)¹¹⁾

11) 김해보, 2023, Be C-lobal : 글로벌 플랫폼 시대에 로컬콘텐츠의 매력 살리기 (Be C-lobal : way to increase the appeal of local content in the era of global platforms), 한국문화산업학회 2023년 춘계학술대회(2023.5.13., 시민청)

- <클로벌 : C-lobal> 한 것이 글로벌 인기를 끄는 현상에 주목해야

- 클로벌 : C-lobal = {close, cultural, contextual} × {global}

글로벌-로컬 이분법 vs. 클로벌(C-lobal)



Close(local) and Global, Global but Close(intimate)
(로컬하면서 글로벌함, 글로벌하면서 로컬함)

- 보편적 <제도>보다 로컬한 <행위자>의 주도성에 집중하는 정책의 인식론적 전환으로서 “클로벌라이제이션(C-localization)”

- 공공행정의 혁신, 중앙과 지방의 관계 설정에도 적용해야 할

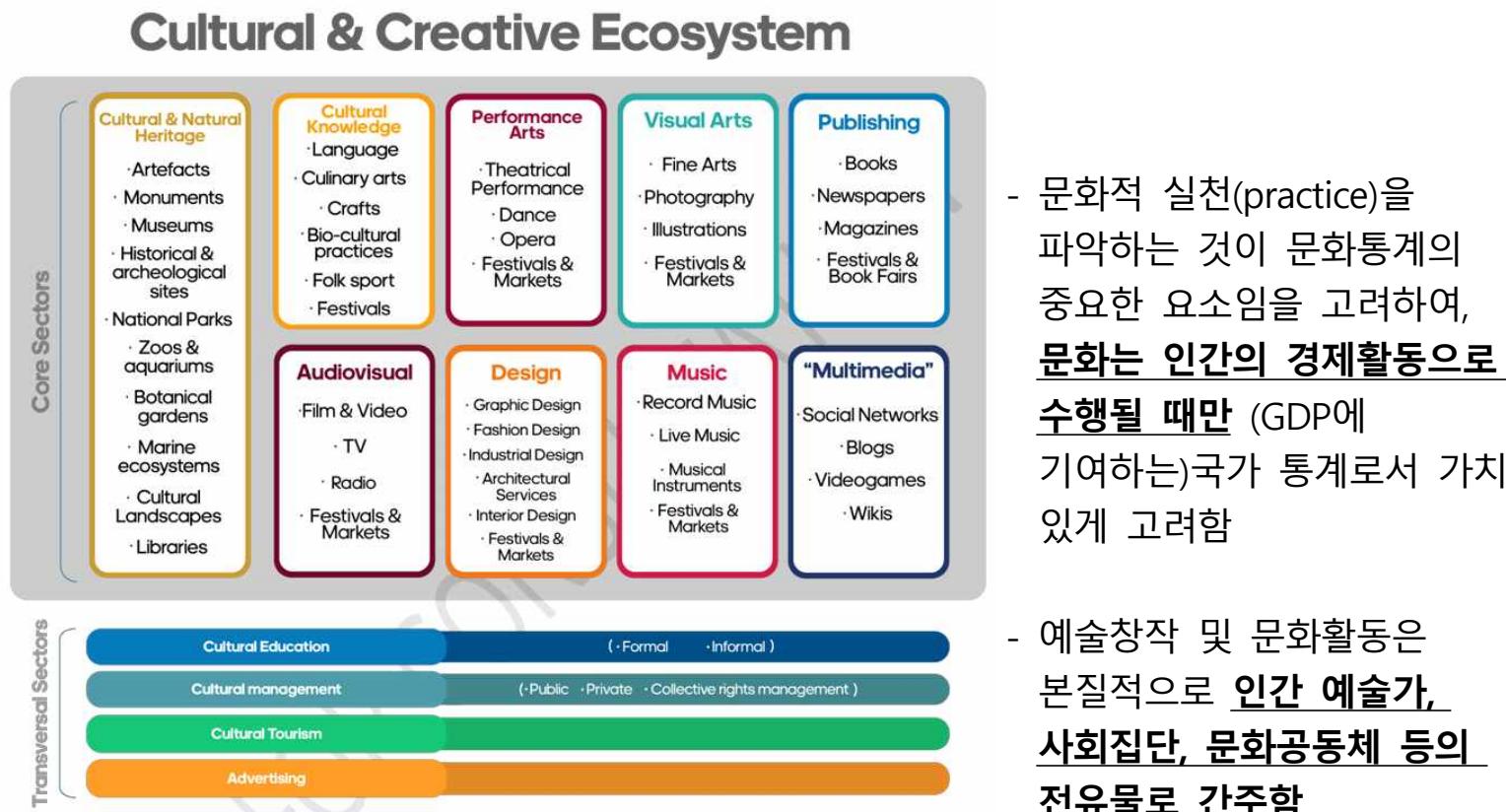
<글로컬라이제이션(G-localization)과 클로벌라이제이션(C-localization)의 차이>

구분	글로컬라이제이션 (G-localization)	클로벌라이제이션 (C-localization)	C-local의 키워드
글로벌-로컬 관계	위계적 (종속관계)	비위계적 (병립관계)	Close
	거시적 원리와 글로벌을 더 중시	미시적 일상의 사례와 로컬도 중시	
성공의 핵심요소	보편적, 효율적 시스템	독특한 콘텐츠 생산 행위자	Cultural
	합리적 통제	정동(精動)의 발산	
변화 양태	일방향 (전략집행, 일반원리 적용)	쌍방향 (피드백 반응, 맥락적 적용)	Contextual
	보편화 (표준화)	개별화 (다양화)	

(3) 문치교화(敎化)에서 문명자화(文明自化)로 ... 정책이 다루는 문화 개념 변화

○ 유네스코가 새로운 틀로 계측하고 싶어 하는¹²⁾

- 여전히 “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

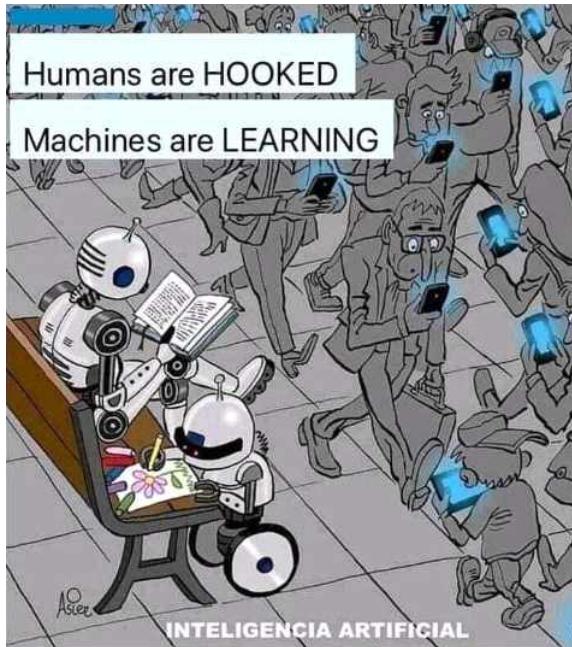
12) 2025 UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS (유네스코 문화예술통계 프레임 - 2025년 수정 예정 버전) (유네스코, 2024.7.12.) 참조

○ 하지만 현실은 이미 기계가 주도하는 문화 !

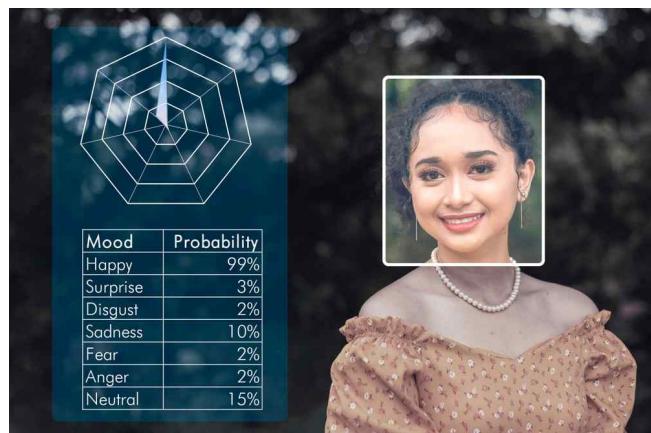
- **Culture as Algorithm** (알고리듬으로 존재하는 문화)(김해보, 2023)¹³⁾ 시대에 문화 주체의 역량이 역전되고 있는 상황 : AI의 생성형 예술창작 vs. 인간 문해력 감퇴
- AI는 인간과 감정까지 소통하는 기술을 발전시키고, 외로움을 달래는 반려AI에 디지털 애착장애를 보이고 AI에게 심리상담 하는, **인간의 소통 능력은 급속히 퇴화하는 지금**

구분	문화의 특징	정책적 이슈들
Culture as Algorithm (알고리듬으로 존재하는 문화)	Culture on the Algorithm	디지털화된, 가벼워지는 -디지털 문화에 대한 접근성 불평등 해소 (문화복지 차원의 문화소외) -빅테크 플랫폼의 독점과 공정성 제어 -끌리고 쓸리고 들끓는 가벼운 문화와 필터 버블로 분열된 사회 등 -공동체의 문화중력(cultural gravity)의 상실
	Culture by the Algorithm	기계가 만드는, 초개인화된 -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 causal power of culture)" 퇴화 (사회적 공통가치 상실) -기술에 맞춰 몰개성화 되는 AI문화의 다양성 확보 문제 -AI의 문화 대량생산으로 인해 인간문화의 소외 발생
	Culture for the Algorithm	인간다움이 관건인, 기계를 위한 -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)

13) 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> 시대?

- 알고리듬 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

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)	<ul style="list-style-type: none"> - 셀프-다독임 - 취향 투자 	<ul style="list-style-type: none"> - 나의 발견 - 기간제 커뮤니티 	<ul style="list-style-type: none"> - 건강한 고독 	개인+사회
2025 주요 소비 트렌드 키워드 (대한상공회의소, 2025.1월)	<ul style="list-style-type: none"> - 라이프 DIY : 나만의 조합 찾기 - 미니멀 키트 : 소규모 장보기 - 리스크 프리(Risk-Free) : 실패 가능성 최소화 전략 - 아트슈머(Artsumer) : 기능을 넘어 예술적 감각과 미적가치 중시 	<ul style="list-style-type: none"> - Ready to Use : 시성비 중요 - 퀄업(Qual-Up) : 품질에 대한 기대감 	개인+기술	
챗GPT로 분석한 2025년 마케팅 트렌드 (디지털인사이트, 2024.10월)	<ul style="list-style-type: none"> - 개인의 가치와 감정 중시 - 초개인화 및 맞춤형 서비스 - 디지털 기술의 인간화 및 융합 - 삶의 효율성과 낭만의 균형 	<ul style="list-style-type: none"> - 지속 가능성과 환경 의식 강화 - 일상 속의 작은 즐거움과 단순함 추구 - 상호 연결성과 협력의 중요성 - 안정과 무해함에 대한 요구 증가 	개인+사회+기술	
Trend 2025 글로벌 트렌드 9 (입소스 코리아, 2024.10월)	<ul style="list-style-type: none"> - 세계화 속 탈세계화 - 기술 와우 - 혁신적 허무주의 	<ul style="list-style-type: none"> - 분열된 사회 - 건강에 대한 높은 관심 - 신뢰의 힘 	<ul style="list-style-type: none"> - 기후 변화 - 과거로의 여행 - 나에게로 탈출 	개인+사회+기술+세계

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

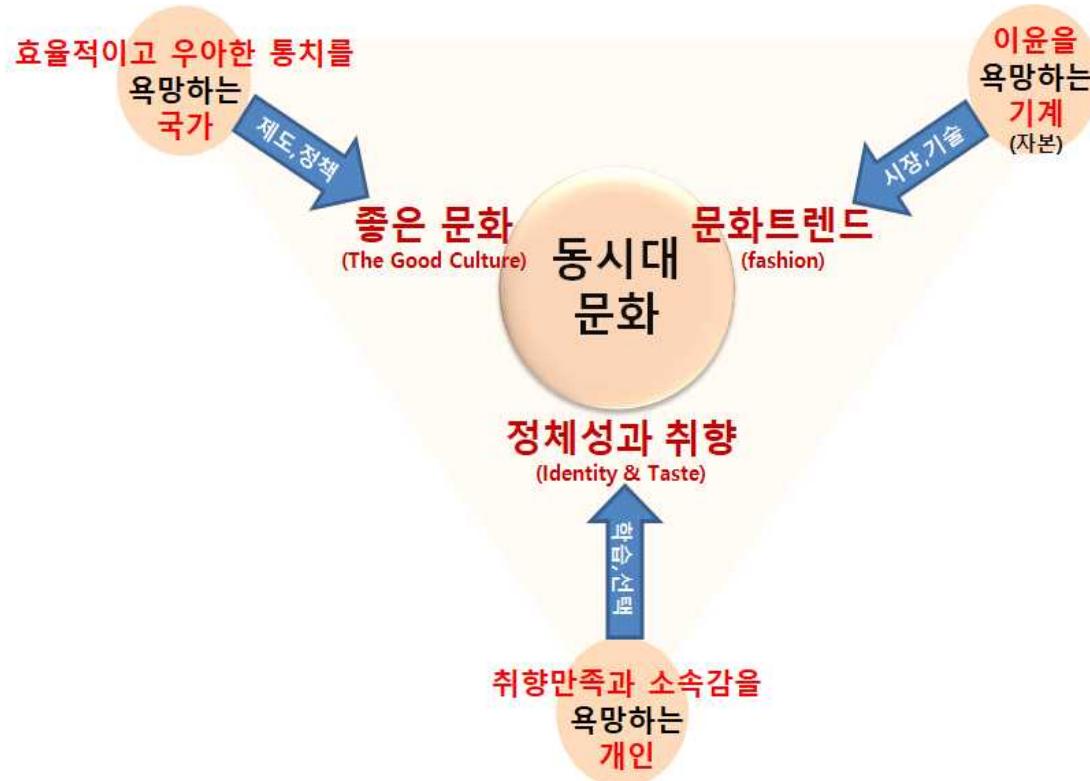
○ 매력을 잃어가는 공공 문화정책 ...<보편 가치>와 <개별 취향> 사이 균형잡기 딜레마

- <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

〈알고리듬 시대에 문화정책이 봉착한 딜레마〉		
구 분	가치 지향 서비스	취향 지향 서비스
봉사할 대상	국가, 사회	개인
궁극적 목표	국가와 사회 유지에 필요한 공통가치 창출	문화를 통한 개인의 행복 성취 (취향만족+소속감+역량개발...)
	정책의 공공성 확보	
서비스 접근법	공동체 가치에 부응	개별적 취향 만족
정책 커뮤니케이션	정량적 증거기반으로 보편적 합리성 제시	정성적 효능 설명으로 개별적 감성 움직이기
봉착한 딜레마	보편가치 지향의 공공 문화서비스의 매력 감퇴 공공성 달성을 성과로 내세울 수 있는 가치 합의 어려움 개인취향 만족형 공공서비스의 공공성 논란 행정시스템으로는 알고리듬 수준의 개인맞춤형 서비스 제공 불가	

○ 국가가 주도하는 기존의 문화 개념이 더 이상 유효하지 않은 시대

- 정책 중심으로 문화를 이해하는 인식의 틀 전환 필요
- 문화는 국가가 주도하는 제도화의 결과가 아니라 국가-시장-개인 문화주체들 간 상호작용의 일시적 균형 상태
- 사회의 트렌드(風), 문명의 문물(品), 국가의 제도(文), 개인의 정체성(我)이 혼합된 현상이며 개념
- 문화는 <문치교화(文治教化)>하려고 국가가 제시하고 개인이 따라야 하는 사회규범이 아님



○ 사(私)적인 <개취의 공공성>을 이해하는 문화정책이 필요한 시대

- 개취를 가진 인간 개인이 <기계 문화> 시대에 <인간 문화>를 지속하는 주체로 남을 수 있음
- 생활예술 동아리를 지원하는 이유가 <개취존중>으로도 충분히 공공성을 가질 수 있어야 함

<알고리듬 시대에 국가/인간/기계 문화에 대해 다시 생각해보기>			
	국가의 문화	인간의 문화	기계의 문화
문화의 주체	국가, 국민	개인, 공동체	알고리듬, 비인간 문화주체, (반응하는 인간)
문화의 성격	公共善으로 선택된 "좋은 문화" (the good culture)"	나의 문화(취향) + 공동체 문화 (My Culture+We Culture)	문화기계가 만든 콘텐츠와 트렌드 (Culture as Algorithm)
전달 방식	공공문화서비스	취사선택, 학습, 구매, 문화 재생산	취향저격 추천서비스, 판매
궁극적 목적	국가와 사회 유지를 위한 문치교화 (文治敎化)	개인적 취향 만족 공동체 소속감 및 정체성 확보	자본의 이윤 축적
문화에 대한 해석	공공선 가치 (Value)	삶의 의미(Meaning) 나의 정체성(Identity)	소비될 콘텐츠 (Contents)

○ 국가를 위한 문치교화가 아니라 인간을 위한 문명자화(文明自化)로 文化를 바꿔 불러야!

- 일본 지식인들이 <Culture> 개념을 번역하면서 채택한 <문치교화>는 탈아입구 시기에 동서양의 충돌, 식민지주의의 생존 경쟁 속에서 민족국가의 존속을 위해 채택된 개념임
- 개인을 압도하는 기계 문화, 국가 문화 앞에서 <인간 문화>의 힘을 지키는 것이 중요한 시점
- 우리가 인간임을 알게 하고 개인이 문화의 주체로 남게 하려면, <文治教化>에서 <文明自化> 필요



같이 생각해주세요
감사합니다.

sea@sfac.or.kr

인용된 자료들은
김해보@브런치스토리에서
다운로드 가능합니다.

