

# 포스트코로나와 알고리즘 시대에 변화된 생활과 변하는 문화, 이에 대응하는 문화정책의 변화

- 글로벌라이제이션(C-lobalization), 공감, 팔들의 길이 원칙(Arms' length principle)

“Changed life, Changing culture, and the Policy to change in the age of Post-corona & Culture as Algorithm : with C-lobalization, Empathy and the Arms' length principle”<sup>1)</sup>

(김해보, 서울문화재단 정책협력실 전문위원)  
아부다비 문화서밋 2022 (2022.10.24., Abu Dhabi)

## [요 약]

이 발표문은 “인접성(proximity)”을 키워드로 하여 창조적 문화생태계를 활성화하고자 하는 분권지향의 문화정책의 적절한 실행구조와 태도에 관한 이야기입니다. 그리고 마침 코로나와 알고리즘 문명이 가지고 온 뉴노멀의 시대에, 더 이상 유효하지 않는, 탈중심의 분권 프레임을 버리고 새로운 문화정책 프레임을 생각해보자고 제안합니다. 제 제안은 여전히 중앙개념에 사로잡힌 분권화에서 <탈-분권화(De-De-centralization)>로 서비스 전달체계 정립보다는 로컬의 문화생산 주체 인식하기에 힘쓰고, 도시 공간과 행정 모든 측면에서 <공감행정>을 도입하여, 팔길이(arm's length)가 아닌 <팔들의 길이(Arms' length) 원칙>을 적용하자는 것입니다. 그리고 이들 모두를 아우르는 키워드로서, 글로벌라이제이션(G-localization)에서 <글로벌라이제이션(C-lobalization)>으로의 전환을 제시합니다.

한국에서는 2000년 이후 분권 지향의 지역문화진흥 정책이 추진되었고 2022년 현재 총 137개나 설립된 지역문화재단이 그 핵심 주체로 활동하고 있습니다. 그런데 약 20여 년 간 중앙정부가 리더한 지방분권지향의 문화정책은 지역문화생태계가 전방위적으로 공공행정시스템 안으로 포섭되어 제도화되고, 지역의 문화주체들이 시민들의 일상생활 속까지 파고드는 문화서비스전달 시스템 위에서 그 주체성을 상실하는 문제에 봉착하였습니다. 회사에서 열정적이지만 동료들을 소진시키고 실패하는 리더나, 정부가 지역분권정책을 통해 추진하는 “좋은 문화” 전달 서비스가 환영받지 못하는 매커니즘은 비슷합니다. 저는 권한도 지역으로 이양하고 현대화된 문화 인프라는 전국에 골고루 설립되고, 문화행정 시스템은 갈수록 치밀하고 투명해지는데 왜 다들 행복해 하지 않는지를 글로벌과 로컬 사이의 관계로 해석해보았습니다. 글로벌과 로컬은 지리적 스케일에 대한 상대적인 감각적 구분이면서 동시에 세상을 이해하는 인식론적 관점, 그리고 정책집행의 태도의 차이이기도 합니다. 저는 지리적 관점뿐만 아니라, “보편 원리”에서 “개별 행위자 사례”에 주목하는 “글로벌라이제이션(C-lobalization)”을 포스트코로나 시대의 문화정책을 위한 새로운 태도와 접근법으로 제안합니다.

1) This is un-edited version of the presentation at Abu Dhabi Culture Summit 2022 (23th-25th October 2022, hosted by Department of Culture and Tourism Abu Dhabi) by Hae-Bo Kim (Ph.D, Sociology, Adjunct professor at Department of Urban Sociology, University of Seoul. Advising Director at Policy & Strategy Division, Seoul Foundation for Arts and Culture)

글로벌라이제이션은 로컬의 문화적 맥락을 활용하고 유지하는 글로벌라이제이션입니다. 이제 로컬(close)하면서 글로벌 하고, 글로벌 하면서도 로컬(intimate)한 것들이 대박 인기를 끌고 있는 현상, 즉 ‘글로벌’한 것들이 출현하고 있습니다. 로컬하면서도 글로벌한 것이 글로벌 인기를 누리면서 여전히 그 로컬의 성질을 유지하는 것이 관건입니다. 글로벌라이제이션의 시작은 중앙과 지역을 위계적 관계로 보는 시각에서 탈피하는 “탈분권화 (De-De-centralization)”입니다. 이런 측면에서 회사의 리더십 수준이든, 정책 수준이든 우리는 이제 누군가를 변화시키려면 우선 로컬의 개별자의 주체성을 인정하고 공감할 수 있는 감수성을 키워야 합니다.

아울러 포스트코로나 시대의 새로운 문화정책을 준비하려면 코로나로 잠시 멈췄을 때 사람들이 정말로 무엇을 원했는지, 한발 빠른 자본과 기술은 어떻게 그것을 성공적으로 공략했는지를 살펴볼 필요가 있습니다. 통계자료들에 따르면, 사회적 거리두기로 인해 사람들의 이동성이 집안으로 제한되어 온라인을 통한 소비활동 뿐만 아니라 사회적 연결에도 더 적극적이었습니다. 이에 따라 더 소중한 오프라인 활동을 위해 안심할 수 있는 로컬의 중요성이 부각되었습니다. 코로나 팬데믹을 기회로 엄청난 속도로 우리 생활을 가상세계와 연결시켜 놓을 뿐 아니라 현실을 가상세계로 복제해나가고 있는 알고리즘 문명은 문화 자체를 알고리즘으로 바꾸고(culture as algorithm) 있습니다. 갈수록 더 많은 문화생활이 디지털 가상세계에서 일어나고 있고, 비인간 문화주체들이 가상세계에서 문화를 생산하고, 인간 문화활동의 결과물은 인공지능을 보다 인간답게 훈련시키는 데이터와 판별 기준으로 활용되고 있습니다. 그리고 이와 같은 문명의 변화에 따라 로컬과 글로벌에 대한 우리의 개념과 감각이 바뀌었습니다. 특히 코로나로 잠시 멈출 수 밖에 없었던 시간 동안, 사람들은 나와 나의 감정, 즉 가장 로컬한 것의 소중함에 눈을 떴습니다. 저는 이런 현상을 “모두가 자기 이야기를 발신하고 싶어 하는, <나의 문화(My culture)>의 시대”라고 해석합니다. 이런 시대에 기술과 자본은 정책보다 한발 앞서서 ‘글로벌라이제이션(C-lobalization)’의 원리로 사람들의 욕구를 공략하고 있습니다.

문화정책에서도 글로벌라이제이션을 새로운 시대의 정책 태도로 도입할 필요가 있습니다. 그것은 상대방의 입장을 고려하는 <팔들의 길이 : Arms' length> 원칙에 기반한 공감행정을 통해 구현될 수 있습니다. 공감을 통해 누군가를 자발적으로 움직이게 하는 것은 결국 문화정책의 효과성을 높이는 길이기도 합니다. 그리고 행정이 계량성과를 수합하고 집계하는 “How many” 접근법을 버리고 다양한 가치가 공존하는 세상을 평평하지 않고 볼륨감 있게 보려면 AI의 정확한 계산 능력이 아니라 인간 행위자의 상상력과 해석력이 필요합니다. 답을 찾는 기계가 아니라 <Arts-thinking>으로 질문을 던지는 인간이 필요합니다. 정부는 시스템 구축만 추구하는 제도화를 멈추고 행위자에게로 눈을 돌리는 <탈-제도화 (De-institutionalization)>에 노력해야 합니다. 포스트코로나와 알고리즘 문명시대에 기계와 구별되는 인간성이 무엇인지에 대해 질문하고 답을 찾아가는 AiH(Arts in Humanity) 관점으로 예술의 공공적 역할을 강조해야 합니다. 그것이 기계문명에 의해 알고리즘이 되어버린 문화의 시대에 인간을 위한 문화정책으로서 우리가 준비해야 할 것들입니다.

## [목 차]

1. 논의할 문제
2. 한국의 상황
3. 지역의 주체성 상실
4. 실패의 이유
5. 대안 제안
6. 성찰에 필요한 핵심개념\_글로벌과 로컬
7. 코로나가 만든 변화
8. 알고리즘이 되어버린 문화(Culture as Algorithm)
9. “나의 문화”의 시대
10. 글로벌라이제이션(C-lobalization)
11. 문화정책에서의 글로벌라이제이션
12. 공감 문화행정 적용 사례
13. 공공정책의 역할 선택
14. How-the-many 접근법과 Art-thinking



한글 및 영문버전 파일 다운로드  
<https://brunch.co.kr/@seaokof/18>

# 1. 논의할 문제 : 더 이상 유효하지 않은 문화정책에 대한 성찰과 대안 찾기

제 이야기는 문화분권 시대에 시민들의 생활 속 문화생태계 활성화를 지향하는 공공문화정책의 적절한 실행구조와 태도에 관한 이야기입니다. 이것은 2000년대 이후 현재까지 이어져 오는, 지역문화진흥 중심의 한국 문화정책이 봉착한 문제점들에 관한 이야기입니다. 그런데 이것은 또한 실패한 저의 리더십에 대한 이야기입니다. 굳이 별로 자랑할 것도 못되는 저의 개인적인 이야기를 꺼내는 이유는, 회사에서 열정적이지만 실패하는 리더십이나, 분권지향의 중앙정부의 “좋은 문화” 전달 서비스가 환영받지 못하는 매커니즘이 비슷하기 때문입니다. 그리고 그것은 “인접성(Proximity)”을 키워드로 문화정책의 지역화를 고민하고 있는 여러분들에게도 적용될 수 있기 때문입니다.

저는 이런 실패를 글로벌과 로컬의 변화한 의미를 되짚어보면서 분석해봤습니다. 그리고 코로나와 알고리즘 문명이 만든 뉴노멀의 시대에, 더 이상 유효하지 않을 옛 방식을 버리고 새로운 방식을 생각해보자고 제안합니다. 포스트코로나 시대의 새로운 문화정책을 준비하려면 코로나로 잠시 멈췄을 때 사람들이 정말로 무엇을 원했는지, 정책보다 한발 빠른 자본과 기술은 그것을 어떻게 성공적으로 공략했는지를 살펴볼 필요가 있습니다. 특히 코로나 팬데믹을 기회로 엄청난 속도로 우리 생활을 가상세계와 연결시켜 놓을 뿐 아니라 현실을 가상세계로 복제해나가고 있는 알고리즘 문명이 문화 자체를 바꾸어 놓는 현상을 제대로 이해해야 합니다. 오늘 저는 이런 새로운 문화현상 분석 결과 위에서 탈분권화, 공감행정, 팔들의 길이(Arms' length) 원칙, 그리고 이를 종합한 <글로벌라이제이션>이라는 키워드를 제시하며 저의 주장을 펼쳐보겠습니다.

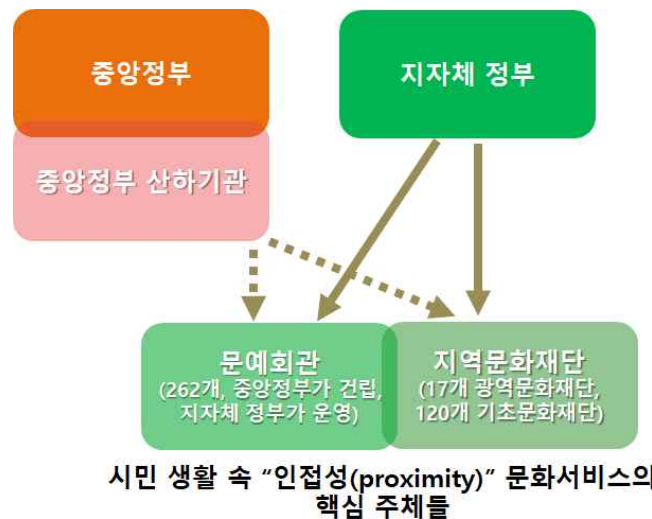
<포스트코로나와 Culture as Algorithm 시대의 새로운 문화정책 프레임 제시 키워드들>



## 2. 한국의 상황 : 분권과 자치를 향한 20여년의 여정, 그리고 핵심주체인 지역문화재단들

우선 제 이야기의 맥락적 이해를 돕기 위해 한국에서의 문화정책 실행 구조를 조금만 설명하겠습니다. 한국에서도 이번 서밋의 주제인 “문화서비스의 인접성(proximity)” 관점에서, 중앙정부의 보편적 문화복지 서비스가 시민들의 생활권역까지 전달되도록, 소위 “문화서비스전달체계”를 정립하는 것이 매우 중요한 과제입니다. 하지만 지방자치의 시대에 그 시스템을 누가 어떻게 정립할 것이며, 중앙-광역-기초 문화정책 주체들이 어떤 관계로 일을 해야 하는가가 끊이지 않는 논쟁 이슈입니다. 많은 분들이 그 해답은 “지역 분권”이라는데 동의하실 것입니다. 그래서 2000년 이후부터 한국의 문화정책의 핵심기조는 “지역분권화”를 통한 “지역문화진흥”이었습니다.

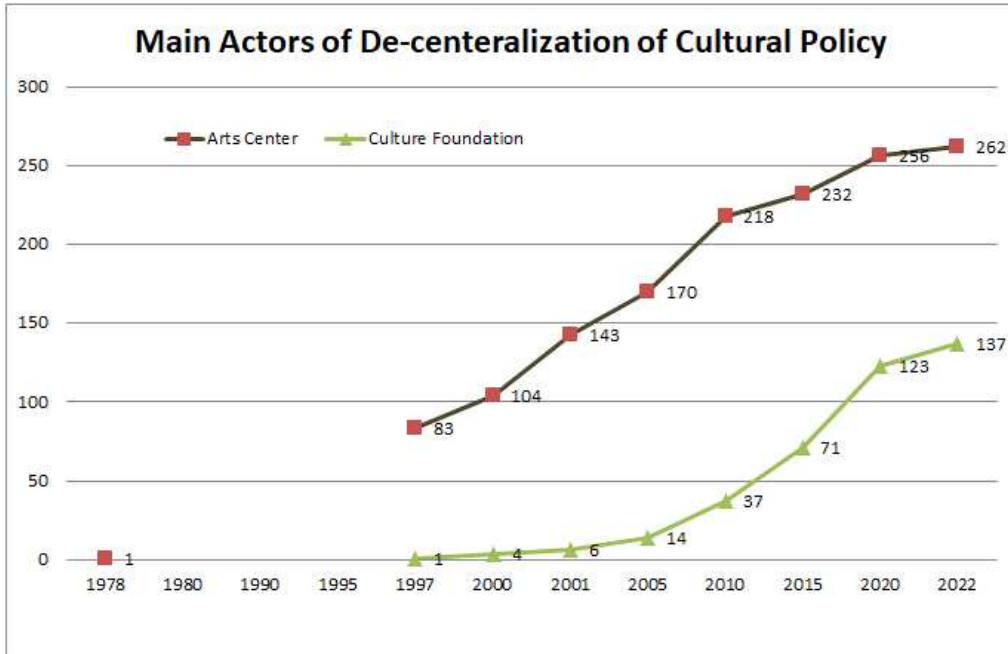
한국에서 시민들의 생활권에 인접하여 공공문화서비스를 전달하는 두 핵심주체는 공립 문예회관과 지역문화재단입니다. 2022년 현재 전국에 총 262개의 문예회관과 137개의 문화재단이 있습니다. 1990년대 말부터 지역문화진흥을 위해 중앙정부에 의해 전국에 설립된 <문예회관>이 문화분권을 위한 인프라라고 한다면, 2000년대부터 지방자치단체가 출연하여 출범한 <지역문화재단>들은 지역에서의 다양한 문화서비스를 전달하는 핵심 주체입니다.



한국에는 수도도시이며 특별시인 서울을 비롯하여 총 17개의 광역시도가 있고, 그에 속하는 총 17개 광역문화재단들이 있습니다. 그 광역문화재단들 간의 연합회가 결성되어 있습니다. 광역시도들 아래에는 총 226개 기초자치단체들이 있는데, 그 중에 약 120개<sup>2)</sup>의 기초문화재단이 설립되어 운영되고 있습니다. 서울특별시 안에는 총 25개의 자치구가 있고, 그 중 22개 자치구에 기초 문화재단이 있습니다. 서울문화재단은 서울특별시 정부가 출연하여 2004년에 설립된, 반관반민(半官半民)의 법인격을 가진 문화 기관입니다. 서울문화재단은 중앙정부와 서울시 사이에서 뿐만 아니라, 서울시와 기초자치단체 사이에서 일하고 있습니다. 이 관계는 오늘의 주제인 인접성(proximity) 문화서비스를 구현하는데 매우 중요한 것입니다.

2) 지역문화재단에 대한 법적 정의와 설립과정이 조금씩 달라서 통계가 일치하지 않음

물론 다른 나라의 수도 도시들처럼, 한국 내 다른 광역도시들에 비해 서울은 중앙정부에 대해 ‘아주 약간 더’ 독립적인 입장을 가집니다. 하지만 그 독립성은 국가수준의 정치적 지형에 따라 달라집니다. 그러나 행정집행 차원에서는 갈수록 국가에 의한 보편적인 행정 감시 기준이 강해지면서, 독립적인 입장을 내세우기는 어려워집니다.



### 3. 지역의 주체성 상실 : 국가의 ‘선의’와 결코 쉽게 변하지 않는 공공 행정 시스템의 실패가 가져온 폐착

이와 같은 한국 정부의 약 20여 년간의 지역문화진흥 노력의 결과는, 안타깝지만 “결코 바뀌지 않는 공공행정의 본성에 대한 불만과 피할 수 없는 정부 실패의 전국적 분산”이었다고 요약됩니다. 이것은 저 개인적인 평가라기보다는, 제가 작년에 책임연구진 중 한명으로 참여했던, 한국광역문화재단연합회의 공동연구로 진행된, 생활문화센터 실태조사 과정에서 연구진들이 공유한 것입니다<sup>3)</sup>. 모든 시민들이 문화의 주체가 되고 문화적 기본권을 충분히 누리는 상태를 목표로 하는 “생활문화진흥사업”은, 2000년 이후 한국 문화정책의 핵심 기조인 지역문화진흥정책 중에서도 핵심시책사업 중 하나였습니다. 그런데 중앙정부의 보조금 사업을 위임받아서 실행하는 전국 문화재단들이 쏟아내 놓은 불만들, 운영의 비효율, 정책 기조에 대한 근본적인 문제제기들을 종합하면, 그 성과가 긍정적이었다고 평가하기는 어려웠습니다. 정부는 최선을 다했지만, 아쉽게도 현실에서는, 보고된 숫자 이외에 변화된 “효과”를 뚜렷이 보여주는 것이 없습니다.

중앙정부는 여전히 “효율적인” 정책전달체계 정립에 목을 매고 있습니다. 숫자로 잡히는 순

3) “광역생활문화센터 현황분석 및 정책제안” (조정운·김해보 등, 한국광역문화재단연합회 한국지역문화정책연구소, 2021)

간 형식화되는, 그 “가치”가 중요한 문화에 대해서, 효율성을 높인다는 것은 무엇을 의미할까요? 산출되는 가치에 대한 해석능력이 제한되어 있을 때 효율을 높이는 방법으로 투입을 줄이는 것이 쉬운 대안으로 채택됩니다. 그래서 서비스 전달의 단계를 줄이거나 예산을 줄이는 것이 효율성 제고 조치로 먼저 고려됩니다. 하지만 효율적인 문화서비스로 시민들의 마음을 움직이는 변화, 즉 문화의 효과성을 높이는 것은 가능할지 의문이 제기됩니다. 중앙과 기초, 즉, 국가문화정책 차원에서 글로벌과 로컬 사이에서, 광역문화재단의 역할은 무엇이어야 할지, 풀기 어려운 문제가 몇 해째 이어져오고 있습니다.

중앙정부가 지역균형발전 차원에서 주도하는 지역문화진흥 정책은 “좋은 문화”를 모든 국민들이 누리도록, 개개인의 생활 속으로까지 전달하려고 합니다. 이것은 글로벌한 원리를 지역에 이식하려는 노력, 즉, 대표적인 ‘글로벌라이제이션(G-localization)’ 접근법입니다. 이런 프레임 안에서 중앙정부는 “서비스 전달체계” 정립을 중요하게 생각합니다. 하지만 아무리 민주적인 사회이더라도, 정부 시스템으로 선택된 “좋은 문화”가 시민들이 “좋아하는 문화”일 가능성은 매우 낮습니다. 그리고 시민 모두를 위한 서비스 전달시스템 정립이라고 말하지만, 사실 중앙정부는 그의 정책적 결심이 가장 변방까지 잘 전달되고, 그 성과의 통계 집계도 수월한 시스템을 원합니다. 공공정책이 ‘자율적인 창작’을 장려하며 지원하던 예술생태계도 이제는 공공정책이 지향하는 ‘좋은 문화’를 구현하는데 동원됩니다. 예술창작에 쓸 수 있는 자원을 시장영역에서 얻기는 어렵고, 공공 보조금으로 지급되는 자원이 많기 때문에 공공행정시스템 안으로 들어와야 합니다. 그 결과 문화예술생태계 구석구석까지 “행정시스템화” 됩니다.

‘팔 길이 원칙’으로 보장하겠다던 자율성은 사실 어떤 ‘악의’에 의해서 침해받는 것이 아닙니다. 약속된 성과의 배달을 각자의 시스템이 아닌, 보편적인 행정관리 시스템을 통해서 수행하게 함으로써 모든 시민들에게 투명하게 공개하겠다는 ‘선의’에 의해, 그리고 결과만 챙기는 것이 아니라 과정까지 함께하겠다는 행정가의 ‘열정’에 의해 침해받습니다. 천명된 정책기조인 “팔 길이 원칙”이 아니라 아주 말단의 ‘보조금 사용 가이드라인’으로 아주 세세한 행위까지 통제됩니다. 전국의 문화생태계를 고르게 활성화시키겠다는 정부의 열정적인 문화정책은 문화생태계의 더 많은 영역을 행정시스템 안으로 끌어들이 지원합니다. 그 결과로, 신제도주의 입장에서 행위자들이 가치의 공유 수준이 높아지는 ‘제도화’가 아니라, 공공행정과 비슷해지는 현상(isomorphism)으로서 ‘제도화’의 수준은 갈수록 높아집니다<sup>4)</sup>. 그런데 행정문서가 만드는 가상세계대로 실제 현실세계가 굴러가는 것은 절대로 불가능하기 때문에 형식주의를 활용한 “제도적 디커플링”이 발생합니다.<sup>5)</sup> 창작활동의 실제와 행정을 일치시킬 수 없는 보조금 사용자들의 도덕적 딜레마는 깊어집니다.

4) “신제도주의 동형화 이론으로 파악하는 지역문화재단의 현재와 미래” (김해보·장원호, 문화정책논총 제29집 2호, 2015, 한국문화관광연구원) (Analysis of current situations and their future of the cultural foundations of local governments by applying the theory of Neo-institutional isomorphism, The Journal of Cultural Policy, vol 29(2), 2015, Korea Culture & Tourism Institute)

5) “문화정책의 형식주의화에 대한 제도주의적 이해 : 지역문화진흥법 사례를 중심으로” (김해보·장원호, 문화정책논총 제 31집 2호, 2017, 한국문화관광연구원) (The Institutional Understanding of the Formalism of Cultural Policy ; By the case study about the Legislation Process of the ‘Law for Promotion of Regional Culture’, The Journal of Cultural Policy, vol 31(2), 2017, Korea Culture & Tourism Institute)

한편, 지역문화진흥 정책에 따른 지역문화재단들의 설립 붐과 함께 문화도시가 되겠다는 도시들의 경쟁에도 불이 붙었습니다. 지금 이 시점에도 각 도시들이 문화도시 되기 경쟁 레이스에서 치열하게, 비-문화적으로 달리고 있습니다. 국가차원에서 보면 이것은 전 세계적인 흐름을 따라 잡으려는 노력입니다. 영국과 같은 일부 선두주자들, 특히 영어를 사용하는 국가들만 창조도시, 창조경제 등 자국의 멋진 정책브랜드를 세계적인 기준으로 만들기, 즉 “글로벌라이제이션(globalization)”에 성공했습니다. 그것을 따라가는 것은 “문화정책의 다양성( diversity of policy)”을 훼손하는 측면이 있지만, 글로벌화 된 시대에 따로 새로운 트랙을 만들지 못하는 후발주자에게 별로 대안이 없는 일입니다. 즉, 세계적인 창조도시가 되기 위해서나, 한국의 대표적인 문화도시 되기를 위해서라도, 탈중심 문화분권의 시대에 비문화적인 “글로벌라이제이션” 레이스에서 바쁘게 뛸 수 밖에 없는 것입니다.

<분권화를 지향한 한국의 지역문화진흥 정책이 봉착한 문제점 요약>

2000년부터 20여 년 간의 지역문화진흥 정책 노력	그 결과, 문화분권 정책의 교착된 문제
1)지역문화진흥을 위한 분권화	-탈-중심형 분권화(전국으로 분산된)된 행정 불만과 정책 실패
2)촉촉한 문화서비스 전달체계 정립	-문화생태계의 전방위적 행정 시스템화
3)글로벌라이제이션을 통한 글로벌 문화도시 만들기	-문화도시의 범용 기준을 지역에 구현하는 G-localization 접근 -관광객이 찾아오는, 글로벌 경쟁력을 갖춘 ‘문화도시’ 타이틀을 향한 비문화적인 경쟁
4)팔 길이(arm’s length) 원칙의 제도화	-현실을 반영할 수 없는 제도화로, 온갖 형식화된 팔길이 원칙 자치 제도 -팔길이 원칙보다는 말단 지침과 투명한 전산시스템으로 세밀한 통제 -누군가가 설정한 “좋은 문화” 구현을 위해 동원되는 예술가 에이전트 양산 -네트워크 시대에 아무도 가지지 못하는 자율성과 독립성 논쟁만 지속
5)계량성과 중심으로 문화정책의 정당성 만들기	-문화정책 영역 안에서, “How Many” 접근법으로 계량성과 집계에만 집중하는 행정 -문화정책의 효율성 높이기 위해 투입을 먼저 줄이는 경영마인드 접근



#### 4. 실패의 이유 : 회사에서 실패하는 “열정 리더십”과 국가의 환영받지 못하는 “좋은 문화” 서비스전달시스템의 공통점

문화사업에 참여하는 예술가들도, 중앙정부의 분권정책을 위임 받은 지자체 직원들도, 풍성한 자원을 제공받는 문화기관의 직원들도, 한목소리로 불만을 제기합니다. 현대화된 문화 인프라는 전국에 골고루 설립되고, 문화행정 시스템은 갈수록 치밀하고 투명해지는데 왜 다들 행복하지 않을까요? 얼핏 들으면, 지역의 주체들은 이제 네트워크 시대에 그 어떤 존재도 가지고 있지 않은 ‘자율성과 독립성’을 지속적으로 요구하는 것처럼 들립니다. 하지만 사실 그것은 멋대로 하게 해달라는 것이 아니라, 독립된 존재로서 ‘주체성’을 인정해달라는 것입니다. 분권화되고 투명한 시스템 위에서 행위자는 중앙에서 정해져서 내려준 원칙을 구현하는 부속품처럼 느껴집니다. 자율성에 특히 민감한 예술가가 아니더라도, 나를 부속품으로 만드는 회사의 리더나 중앙정부나 공공행정시스템 자체에 반감이 드는 것은 당연한 마음일 것입니다.

서두에 소개했듯이 한국의 분권형 지역문화진흥 정책과 저와 같은, 친절하지만 너무 열정적인 리더들의 실패에는 공통점이 있습니다. 감수성과 공감능력의 부족입니다. 그들은 공통적으로 “이것은 좋은 것”이라고 말하고 “나는 그것을 위해 필요한 모든 것을 제공했고”, “나는 최선을 다했다”고 이야기합니다. 하지만 그와 함께 일하는 회사의 동료나 지역의 문화주체들 입장에서는 “그것은 당신이 정한 좋은 것이지 내가 좋아하는 것은 아니고”, “내가 당신에게 나의 것을 전달하고 싶고”, “나는 당신의 최소한만을 원한다”는 것입니다.

##### <Good leadership이 아닌 Good leader's ship과 공감 리더십의 차이>

실패한 Good leader's Ship	행복하지 않은 동료의 반응	감수성 높은 공감 리더십
이건 좋은 것이야. (보편 기준) (It is good)	그건 당신이 생각하는 좋은 것 (It is the good you think)	이게 좋을까요? (당사자 기준)
난 최선을 다했어. (나의 열정) (I do my best.)	나는 당신의 최소한을 위해 (I want your least.)	당신에게 결정권이 있습니다. (상대의 열정 살리기)
필요한 모든 자원을 제공했어. (분권과 배분) (I brought all you need)	내가 말하고 싶은 게 있어요 (I want to bring you mine.)	내가 무엇을 제공하면 좋을까요? (욕구 물어보고 반응하기)

반면 열정적이고 자원을 아낌없이 나누어주고, 심지어 권한까지 이양했다고 말하는 쪽은 억울해합니다. 마치 자식을 계도하는 너무 자상한 아버지 같이 말입니다. 그들은 좋은 생각과 좋은 의도를 가진 리더(good leadership)였다고 억울함을 주장합니다. 하지만 이들은 지금 시대에 필요한, 상대방의 입장을 인식하는 감수성이 부족했던 것입니다. 사실은 여전히 직원들이 본인의 의도대로 움직여주기를 바라는 “착한” 리더였습니다. 자신이 제시한 것은 좋은 일이니 “자발적으로”, 하지만 “반드시” 실행되기를 바랬던 것입니다. 상대의 주체성을 고려하지 않는 그들의 너무 넘치는 열정과 “그 만큼의 해야 할 일을 뜻하는 풍부한 자원(good leader's ship)”은 사람을 소진시킬 뿐입니다. 이것은 저와 같이 미움 받는 회사의 열정적인 리더의 이야기이면서 동시에 탈-중심적 분권화를 지향하는 공공문화행정의 실패에 대한 이야기입니다. 저는 저의 문제점을 최근 노자 도덕경(道德經) 같은 동양고전을 읽으면서,

공감리더십 수업을 들으면서 깨우쳤습니다. 사람들은 아무리 좋은 문화로라도 교화(文治教化)되어 변화하고 싶어 하지 않고 스스로 변화(自化)하고 싶어 하는 “주체적인 존재”인 것입니다.

## 5. 대안 제안 : 새로운 시대에 필요한 새로운 키워드들

문화정책 수준으로나 회사의 리더십 수준에서 이런 문제를 어떻게 극복할 것인지가 약 25년 동안 문화관련 일을 해오고 있는 저의 고민입니다. 이 발표를 통해 2000년부터 20여 년 간의 한국의 지역문화진흥 정책의 고착된 문제점 해결과 새 시대의 문화정책으로서 대안을 제안해보려고 합니다. 제가 제안하는 새로운 문화정책 프레임은, 분권화에서 <탈-분권화>로, 서비스 전달체계 정립보다는 <지역의 문화생산 주체인식하기>에 집중하고, 도시공간과 행정 모든 측면에서 <공감행정>을 도입하여, 팔길이가 아닌 <팔들의 길이 원칙>을 적용하자는 것입니다. 그리고 너무 많은 제도화에서 <탈제도화>로, How many 접근법으로 계량성과 집계하기에 목메기 보다는 <How the many> 접근법으로 가치 해석 능력을 키우고, <AiC에서 AiH로> 예술의 사회적 역할을 설정하자고 제안합니다. 그리고 이들 모두를 아우르는 키워드로서, 글로벌라이제이션(G-localization)에서 <클로벌라이제이션(C-lobalization)>으로의 전환을 제시합니다. 이제 저의 실패한 리더십에서 얻은 교훈과 코로나 기간 동안 벌어진 변화에 대한 분석 결과로 이 주장의 키워드들을 좀 더 설득력 있게 설명해보겠습니다.

### <한국의 지역문화진흥 정책이 봉착한 문제점을 극복할 대안 제안>

2000년부터 20여 년 간의 지역문화진흥 정책 노력	고착된 문제 해결과 새 시대의 문화정책으로서 대안 제시 (김해보의 제안)
1)지역문화진흥을 위한 분권화	-중앙-로컬의 위계 없는 <b>탈-분권화(De-De-centralization)</b>
2)촘촘한 문화서비스 전달체계 정립	-서비스를 전달할 시스템 구축보다 고유한 문화를 생산할 <b>지역의 문화주체 인식 및 인정하기</b>
3)글로벌라이제이션을 통한 글로벌 문화도시 만들기	-지역의 고유하고 독특한 사례를 글로벌 하면서도 친근한 트렌드로 만드는 <b>C-lobalization</b> 접근 -시민들이 편안하게 찾고 스스로 변화시키는 <b>공감도시</b> 만들기
4)팔 길이(arm's length) 원칙의 제도화	-행위자의 주체성과 내적 시스템을 인정하는 '팔들의 길이( <b>arms' length</b> ) 원칙'에 기반한 <b>공감행정</b> -시스템에 대한 규제와 허가권을 행사하는 제도관리에서, 가치 해석과 로컬의 주체인식으로 행위자에 의한 제도변화의 여건 제공하는 <b>탈제도화(De-institutionalization)</b> 행위자 역할
5)계량성과 중심으로 문화정책의 정당성 만들기	-“How many” 접근법의 계량 “성과 합계 행정”에서 <b>“How the many” 접근법</b> 으로 타 영역으로까지 확산될 수 있는 “가치 해석 행정”으로 -변화를 만들어 효과성을 높이는 <b>공감리더십</b> -포스트코로나와 알고리즘 문화시대에서 <b>AiC를 넘어 AiH</b> 를 추구하는 예술의 역할 설정 -정책의 답을 찾기 보다 포스트코로나와 AI 시대에 인간성에 대한 근본적 질문을 던지는 <b>Art-Thinking</b> 접근법

## 6. 성찰에 필요한 핵심개념\_글로벌과 로컬 : 변화하는 그 의미 및 글로벌(c-lobal)의 부상

저는 회사의 열정적인 리더나 국가의 분권형 정책전달 시스템의 실패의 공통점을 이해하기 위해 글로벌과 로컬의 의미와 이들 사이의 관계를 살펴봤습니다. 학술대회가 아니니 너무 철학적인 논의는 이 자리에서 적절치 않을 것 같습니다. 이번 세션의 키워드인 “인접성 (proximity)”과 연관 지어서 좀 더 지역분권형 정책의 실천에 필요한 이야기 중심으로 살펴봅시다.

우리는 흔히 지구촌 수준으로 세계화 된 시대에 전 세계의 많은 나라들이 공유하는 흐름을 ‘글로벌’하다고 이야기합니다. 이때 한 나라의 특성은 로컬한 것으로 이해됩니다. 그런데 사실 내가 사는 도시에 비해 국가는 ‘글로벌’하고, 우주에 비해 지구는 ‘로컬’합니다. 우주 밖의 것은 우리가 알 수 없으니 가장 보편적으로 글로벌 한 것은 ‘유니버설’하다고도 합니다. 이처럼 글로벌과 로컬은 우선 지리적 스케일에 대한 상대적인 감각 구분입니다. 이것은 동시에 세상을 이해하는 인식론적 관점의 차이이기도 합니다. 아주 보편적인 원리를 찾아가는 방식과 개별 사례들을 살피는 접근법의 차이입니다. 이 둘을 합쳤을 때, 가장 로컬한 것은 스케일적으로나 인식론적으로도 ‘나의 내면세계’, 그리고 절대 일반화 할 수 없는 ‘나의 감정’일 것입니다. 정책의 집행에 있어서도 중앙정부의 정책 기초를 보편원리로서 전국적으로 실현하는 것을 중요시하는지, 지역의 독특한 문화사업 사례를 찾아내서 이를 장려하는지 태도의 차이가 나타납니다. 그래서 글로벌, 유니버설, 제너럴, 보편적, 일반적이라는 말들이 서로 같은 뜻을 의미할 때가 있습니다. 우리는 이처럼 학문적 연구나 지역분권형 공공정책의 집행, 심지어 집에서 아이를 교육할 때도 무엇이 글로벌한(보편적 원칙에 맞는) 것인지, 그것을 어떻게 로컬(실생활)에서 실행할 것인지를 고민합니다. 결국 우리가 평소에 로컬과 글로벌을 이야기 할 때 지리적 감각 인식, 인식론적 세계관, 그리고 실천의 태도가 동시에 작동하게 됩니다.

### <글로벌과 로컬의 의미>



혼자 동떨어져서 살 수 없는 세계화 시대에, WTO, ISO 등이 보편적 기준을 만드는 활동, 즉 “글로벌라이제이션(세계화)”이 벌어지면 국가들은 이 글로벌 기준을 자기 지역으로 가져와 이식, 실행하려는 “현지화”에 바빠집니다. 그런데 중앙과 변방 사이의 위계관계에서 안에서 세상을 보는 사람에게는 진정한 “로컬라이제이션(localization)”은 찾아보기 어렵고 “글로벌라이제이션(G-localization)”, 즉 글로벌 기준을 지역으로 이식하려는, 또는 강제로 이식시키려는 노력이 주로 보입니다. 중앙정부가 인증하는 방식의 문화도시 되기 경쟁이 바로 글로벌라이제이션의 사례입니다. 마찬가지로 중심을 인식하는 세계관 안에서 탈중심화 분권화라고 하는 것도 사실은 “로컬라이제이션(지역화)”이라기 보다는 “글로벌라이제이션”의 한 형태입니다. 이처럼 문화정책은 여태까지 말로는 로컬을 지향한다고 했지만 사실은 글로벌 중심의 사고로 진행되어 왔습니다.

<글로벌라이제이션 vs. 글로벌라이제이션6)>



그런데 코로나 팬데믹 기간 동안 엄청난 속도로 우리 생활을 가상세계와 연결시켜 놓을 뿐 아니라 현실의 디지털 복제상을 가상세계에 만들어가고 있는 알고리즘 문명은 이 로컬과 글로벌에 대한 우리의 개념과 감각을 바꾸어 놓았습니다. 오늘 제가 이야기 하려고 하는 것은 로컬(지역적)하면서 글로벌 하고, 글로벌 하면서도 로컬(가깝고 친근한 : close)한 것들이 소위 대박 인기를 끌고 있는 현상, 즉 ‘클로벌’한 것의 출현, 그리고 ‘클로벌라이제이션(C-lobalization)’에 대한 것입니다. 그리고 이것은 단순히 지리적 관점의 변화만 이야기 하는 것이 아니라 보편적 원리, 글로벌 트렌드 보다는 개별적 행위자, 지역의 사례에 집중하는 인식의 변화로 고려할 필요가 있습니다.

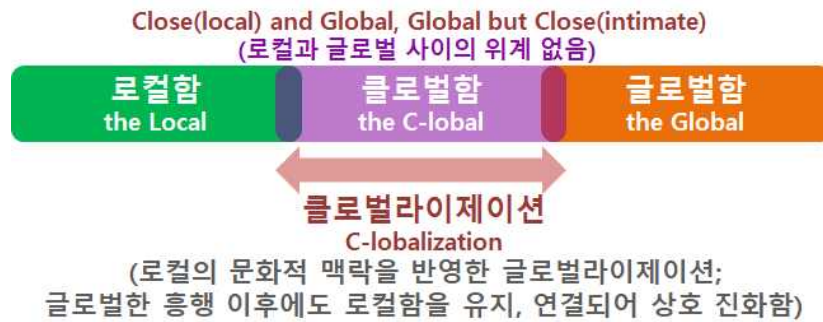
<클로벌(C-lobal) vs. 글로벌-로컬>



6) 본 발표문에서는 글로벌, 로컬, 클로벌이라는 단어의 어감이 주는 의미까지 살리기 위해 그냥 외래어 발음으로 표기함. “세방화” 등으로 번역한 사례가 있지만 그 뜻을 전하는데 더 적절한 우리말 발음이 필요함. 특히 이 글의 핵심주제어인 “클로벌라이제이션”은 단순히 지리적 특성 간의 관계성 뿐만 아니라 보편자와 개별자 사이의 관계를 적절히 설정하는 리더십의 태도에 대한 이야기를 하고 있는데, 적절한 한글표현을 찾기가 어려워 그냥 “클로벌라이제이션”으로 표기함

이런 현상의 원인은 우선 현실을 가상세계로 옮겨가는 알고리즘 문명에 의해 실제 세계에서 물리적 스케일의 차이가 의미 없어지기 때문입니다. 그리고 이제 사람들도 중심과 변방을 위계적 관계에서 보지 않기 때문입니다. 특히 코로나로 잠시 멈출 수 밖에 없었던 시간 동안, 사람들은 나와 나의 감정, 즉 가장 로컬한 것의 소중함에 눈을 떴기 때문입니다. 이런 변화를 빨리 이해하고 새로운 문화정책 프레임을 수립하지 않고, 여전히 문화는 보편적으로 좋은 것이고 좋은 문화를 모든 국민이 즐길 수 있게 분권화된 시스템으로 전달해야 한다는 시각에서의 노력은 보람 없는 일로 끝날 가능성이 큽니다.

<클로벌라이제이션(C-localization)>



7. 코로나가 만든 변화 : 나에 대한 공감이가 가장 중요한 시대

코로나로 잠시 멈춘 시간은 우리 문명과 사람들의 본심을 되돌아보는 기회가 되기도 했었습니다. 사회적 거리두기로 인해 사람들의 이동성은 집안으로 제한되었습니다.7) 그 영향으로 특히 문화예술 활동의 감소폭은 늘어난 여가시간이나 오히려 일부 호전된 것으로 착시까지 일으키는 다른 경제지수8)들의 변화 폭에 비해 상당히 컸습니다. 그래도 사람들은 온라인으로 소비활동 뿐만 아니라 사회적 관계에서도 더 많이 연결되기를 갈망하였습니다. 특히, 제한되었기 때문에 더 소중해진 오프라인 활동을 위해 안심할 수 있는 로컬의 중요성9)이 부각되었습니다.

- 7) 코로나 영향으로 인한 집콕 상황, 온라인 활동의 증가와 문화예술활동의 타격을 보여주는 통계와 기사들
  - 문화예술 및 스포츠 관람 횟수 2019년 8.4회에서 2021년 4.5회로 급감 (국민 삶의 질 2021, 통계개발원)
  - 2020년 전 국민 여가시설 이용률 43.5%로 코로나 발생 이전보다 29.9%가 감소, 골프장 이용자 수만 유일하게 2019년 보다 3.6% 증가 (2021년 한국의 사회지표, 통계청)
  - 코로나로 2020년 전 국민 인터넷 이용시간이 주당 20.1시간으로 2.7시간 증가, 반면 이동 중 이용비율은 79.1%로 20.7% 감소하여 집안에서 사용하는 경향 반영 (2020 인터넷 이용실태조사, 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원)
  - 코로나 기간 중 집콕 길어지자 온라인 문화활동 2배 증가 (2020.2~6월 상반기 문화누리카드 온·오프라인 이용내역 중 온라인 비율은 약 2배(6.4%→12.6%), 건수는 53%(약 19만건 → 약 29만건) 증가) (문화체육관광부 보도자료 2020.06.08.일자)
- 8) 경제부문과 일부 문화산업분야에서의 호황 및 양극화 현상을 보여주는 통계와 기사들
  - 콘텐츠 산업 매출액 전년 동기 대비 6.0% 증가, 수출액 전년 동기 대비 6.8% 증가 (『2021년 상반기 콘텐츠산업동향분석 보고서』, 한국콘텐츠진흥원, 2021.12.21.)
  - ‘돈 버락’ 맞은 자동차 업계…덜 팔았는데 더 벌었다 : 2021년 주요 완성차 그룹 실적 분석 1187만대 덜 팔고 78.7조원 더 벌어(한겨레신문, 2022.4.6.일자)
  - 서울시민의 문화예술스포츠 관람률은 2019년 75%에서 2020년 66.3%로 크게 줄어, 2021년 65.0% 이래 가장 낮은 수준이었지만, 예술관람 시 지출 금액은 전년대비 15%나 증가 (2021 서울서베이, 서울연구원)

그런데 문화정책이 코로나 기간 동안의 변화를 분석하면서 주목해야 할 것은, 줄어든 오프라인 활동, 늘어난 온라인 활동, 온라인으로 옮겨간 문화서비스에 대한 접근성의 차이, 문화활동의 양극화 같은, 예상 가능한 통계 수치만이 아닙니다. 통계 숫자 뒤에 숨은 의미를 파악해야 합니다. 더욱이 코로나가 만든 현상은 모든 이들에게 동일하게 영향을 미치지 않았고, 같은 현상도 모두에게 같은 의미를 가지지 않았습니다. 거리두기를 통해 집에 격리된 상황에서 어떤 이들은 ‘우울감’이 깊어졌고, 어떤 이들은 오히려 ‘여유시간’을 얻어서 ‘자기 성찰’의 시간을 가졌고, 어떤 이들은 ‘가족과 나를 재발견’을 확인했다고 합니다.<sup>10)</sup> 전 세계적으로 이혼율이 높아진 코비디보스(Covidivorce) 현상을 보이는 가운데, 한국은 독특하게 이혼율이 4.3% 낮아졌는데(2021 사회조사결과, 통계청, 2021), 그 이유로 시댁을 방문하지 않아도 되었기 때문이라는 분석이 설득력이 있습니다(이해준, 중앙일보, 2021.12.30.일자). “가족”이라는 말조차도 모두에게 같은 의미를 가지는 것이 아닙니다.

이처럼 코로나 기간 중에 나타난 사람들의 본심이 무엇을 원하는지, 어떤 것에 더 중요한 가치를 두게 되었는지, 그 가치 안에 문화예술은 있는지, 아니면 문화예술이 그런 가치를 어떻게 만들어낼지를 이해해야 합니다. 특히 자본과 기술이 공략하지 않지만 공공성이 확보되어야 할 영역은 무엇인지를 살펴야 합니다. 저는 코로나 시기 동안의 주요 데이터를 보면서 다음과 같은 몇 가지 사실을 정리해봤습니다.

<b>코로나 팬데믹 기간 중 문화와 소비 트렌드의 변화에서 확인되는 사실들</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▷ 사람은 천성적으로 사교적(social)이며, 어떤 목적을 위해서 사회적(societal)이 된다.</li> <li>▷ 코로나 이후 로컬리티의 중요성이 인식되는데, 가장 로컬한 것은 자기 자신의 내면이다.</li> <li>▷ 시민들은 자기 도시의 승리(Triumph of the City)를 싫어하지는 않는다. 하지만 그들 스스로의 마음의 안녕을 더 소중하게 생각한다.</li> <li>▷ 사람들은 자신의 이야기를 말하고, 공감 받는 관계 속에 머물고 싶어한다.</li> </ul>

9) 코로나로 제한된 이동성, 로컬의 중요성을 보여주는 통계와 기사들

- 2019년 대비 전국 문화생활시설 목적지 검색량 54% 감소. 공원은 12% 증가한 반면, 축제는 93% 감소 (T-Map 검색데이터, 한국문화정보원, 2021)
- 구글 “2020년 올해의 검색어(2020 Year in Search)” 분석 키워드 중 : 내가 사는 지역에 대한 관심과 공동체 의식 향상, 개인의 가치에 기반한 구매 결정, 팬데믹 상황에 대한 공감대를 반영한 착한소비 캠페인 (Marvin Chow, Kate Stanford, Shaifali Nathan, 마케팅과 미래, Think with Google, 2021년 6월)
- [포스트 COVID-19 시대 / 도시 ②] 국가만 재발견한 게 아니다, 우리는 동네도 재발견 했다 (모종린, 여시재, 2020.5.28.)
- [코로나 임팩트]“원격이민과 로컬의 시대” 세계 석학들이 말하는 미래 (하선영, 정종훈, 김태호, 중앙일보, 2021.01.01.)
- 신한카드가 선정한 2022년 트렌드 키워드 UNLICK (신한카드, 2022.2.10.) 중 3) Local Economy : 로코노미의 부상

10) 코로나의 영향이 균일하지 않고, 정서에 부정적 영향을 미치고 있다는 통계와 기사들

- 한국인 전체 평균의 전반적 행복감은 6.56점(응답 범위: 0~10점)으로 2020년(6.83점) 비해 통계적으로 유의하게 행복 수준이 낮아졌음. (2021년 한국인의 행복조사 주요 결과, 국회미래연구원, 2022)
- 전 국민의 2021년 휴일평균 여가시간은 5.8시간으로 2020년 대비 0.2시간 늘어났으나, 외롭다(2018년 16%=>2021년 22.2%) 아무도 나를 잘 알지 못한다(2018년 11.3% => 2021년 16.5%)는 사회적 고립감이 매우 증가했음 (2021 한국의 사회지표, 통계청, 2022)
- 구글 “2021년 올해의 검색어(2021 Year in Search)” 5대 키워드는 Digital main streamed, Live re-examed, Bridging distances, Truth seekers, Growing inequalities (Think with Google)
- Half of British people are seeing friends and leaving home less since the pandemic - new study (Bobby Duffy, The Conversation, 2022.3.30.) (새로운 연구결과에 따르면 영국인의 절반이 팬데믹 이후 친구를 만나고 집을 떠나는 횟수가 줄어)

이것들을 요약하면, 코로나 팬데믹 기간을 지나면서 사람들이 중요하게 생각하는 것은 “나를 향한 인간적인 공감”인 것 같습니다. 이런 변화에 대응하여 예술의 감수성과 표현력, 그리고 무엇보다 다양한 존재를 인정하는 태도가, 사람들의 공감을 향한 소통의 역량을 키워주는데 도움이 될 것입니다. 그리고 이것은 공공영역에서의 예술의 역할로서 강조되어야 합니다.

**<코로나 시기 문화, 소비활동의 주요 변화 통계 해석 요약>**

핵심요소	상 태	종합 요약 (사람들이 가장 원하는 것)
집 Home	격리된 distanced	인간적 공감 Human Empathy
온라인 on-Line	연결된 connected	
로컬 Local	안심되는 safe	
나 Me	공감받은 touched with Empathy	

**8. 알고리즘이 되어버린 문화(Culture as Algorithm) : 기계와 인간 모두  
오히려 더  
인간적으로 되려고  
애쓰는?**

코로나 기간 동안 벌어진 생활과 문화의 변화상은, 방역을 위한 거리두기라는 ‘제도’ 뿐만 아니라, 마침 진행된 인공지능 ‘기술’의 급속한 발전, 그리고 사람들의 새로운 욕망과 가치 추구 활동이 적절히 균형을 이루며 만들어낸 뉴노멀, 즉 “새로운 문화”가 도래한 것입니다. 특히 거리두기 상황 때문에 예전 같았으면 상당한 제도적 심리적 저항이 있었을, 새로운 기술과 소비 방식의 도입이 너무나 빠르게 진행되었습니다. 사람들은 일단 시도해본 그것에 만족하고, 예전으로 돌아가지 않을 것이라는 전망이 많습니다.<sup>11)</sup> 그래서 새로운 문화정책을 준비하려면 코로나로 잠시 멈췄을 때 사람들이 정말로 무엇을 원했는지, 정책보다 한발 빠른 자본과 기술은 그것을 어떻게 성공적으로 공략했는지를 살펴볼 필요가 있습니다.

11) **코로나로 인해 급속하게 도입된 제도 관련 기사들**

- "해보니 괜찮네" 코로나 끝나도 계속될 10가지 일상 (유지연, 중앙일보, 2021.02.14.) ①가정간편식(HMR) ②홈트레이닝 ③마스크 쓰기 ④위생수관 ⑤긱바이 저녁 회식 ⑥재택근무 ⑦작은 결혼식 ⑧실용주의 패션·메이크업 ⑨캠핑 ⑩혼자 놀기
- "출근 싫다" 재택근무 중독된 직장인들...기업들은 초비상 (임영신, 우수민, 매일경제, 2022.4.6.)
- '올 체인지' 워드 코로나 시대 개막 (김동현·홍승해, 포춘 코리아, 2021.12.21.)
- 코로나가 바꾼 집앞 편의점 소비 트렌드... "진화 가속화" (조현우, 뉴데일리, 2021.12.7.)
- 코로나가 바꾼 새로운 표준 '언.혼.슬.온' 뉴노멀이 온다 (박지연, 멩하경, 이소라, 한국일보, 2020)
- "코로나19 계기로 사회 비대면화·온라인화 가속" (연합뉴스, 2020.4.8.)
- 코로나로 의료영리화·원격의료 가속? 정부 규제혁신방안 발표에 시민단체 비판...원격의료법도 재추진 (최미라, 헬스포커스뉴스, 2020.5.6.)
- "기업 87.5%, 코로나19 이후 무인화 가속 → 고용은 더 줄어들 것" (사람인, 2020.10.19.)

코로나 기간 동안 급속히 발전한 알고리즘 기술은 독특한 문화현상을 만들어 냈습니다. 유명작가의 작품들이 불태워져 NFT로 만들어지고 국보급 문화재들도 가상화하여 판매하려는 시도도 있었습니다. 이제 잠도 자지 않고 스캔들 걱정도 없는 가상인간 모델과 가수들이 메타버스와 심지어 TV광고 시장을 활보하고 있습니다.<sup>12)</sup> 외로운 어르신들의 사투리까지 알아듣고 말벗이 되어주는 AI 스피커가 공공돌봄서비스에 투입되고 있고, 이 인공지능에게 사투리를 가르치기 위해 국가가 공동데이터 댐 구축 사업의 일환으로 사투리를 수집하고 있습니다<sup>13)</sup>.



알고리즘 기술에 의한 문화의 변화에 대해서 Ted Striphas(2015)<sup>17)</sup>, Tarleton Gillespie(2016)<sup>18)</sup> 등 미디어연구학자들이 “알고리즘형 문화 : Algorithmic culture”로, 추천 알고리즘이 만들어내는 문화의 특성 변화를 논의하고 있습니다만, 문화정책에서는 아직 문화 서비스의 온라인화 중심으로 논의<sup>19)</sup>되고 있는 상황입니다.

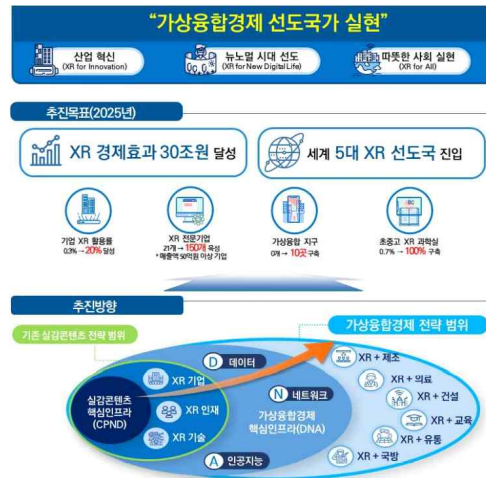
12) “[Her?헐!]@”사람도 아닌데...1년에 130억원 번다”(김근욱, 뉴스1, 2021.7.22.)  
 한복 댄스'로 中 한복공정 맞선 이 여성 정체...알고보니 (김다영, 중앙일보, 2022.4.4.) 등 참조  
 13) “워매 죽겠네잉~” 사투리 알아듣는 AI스피커, 홀몸어르신 돕는다 (정대하, 한겨레신문, 2022.4.7.)  
 독거노인 증가에 따른 ‘노인 돌보미 로봇’ 프로젝트 시행 (스페인 바르셀로나市) (진광선, 세계도시동향 제522호, 서울연구원, 2022.4.20.) 등 참조  
 14) “간송미술관, 훈민정음 NFT로 판매... “국보를 장삿속으로 이용” 논란“ (채지선, 한국일보, 2021.07.22.)  
[“사상 첫 '국보' 경매...시민, NFT로 100억 모아 입찰한다” \(임유경, 지디넷코리아, 2022.1.24.\)](#)  
 “뱅크시 그림, 불타 없어졌는데 4억원에 팔린 까닭?” (정상혁, 조선일보, 2021.3.12.) 등 참조  
 15) “아바타로 출발한 걸그룹 캐릭터, 합동 공연 넘어 독립적 존재감 드러내” (구희연, 주간동아, 2020.12.03.)  
 16) “내 사투리, 인공지능에게 팔고 돈 번다... 솔트룩스, ‘한국어 방언 AI 데이터’ 구축사업” (최광민, AI타임스, 2020.11.4.)  
 17) Algorithmic culture (Ted Striphas, European Journal of Cultural Studies, 2015, Vol. 18)  
 18) “Algorithmic Cultures-Essays on meaning, performance and new technologies” (Robert Seyfert and Jonathan Roberge, 2016)  
 19) “Transforming Culture in the Digital Age” (Estonian National Museum, 2010), “Supporting Culture in





반면 경제 분야에서는 가상과 현실을 결합하는 “실감경제”가 “창조경제”를 대신하는 새로운 흐름으로 부각되고 있습니다. 영국에서 “Immersive Economy”라는 정책브랜드로 새로운 흐름을 주도하고 있고<sup>20)</sup>, 한국을 비롯한 다른 나라들도 치열한 경쟁 레이스에 올랐습니다. 그러나 2000년대에 불었던 전 세계적인 창조도시 붐이 그랬듯이, 문화와 우리 생활의 전반을 경제활동의 대상으로 바꾸는 이런 변화에 대해 좀 더 깊은 논의는 부족한 것 같습니다. 문화 정책 영역에서도 포스트코로나 시대 준비를 위해서도 기술에 의한 문화의 본질적인 변화에 대한 고찰이 필요하다고 생각합니다.

**<실감경제(Immersive Economy)라는 새로운 경쟁레이스  
: 창조경제 이후 또 다시 문화와 삶을 경제영역으로 밀어 넣는>**



저는 최근에 일어나고 있는 이런 문화의 변화를 알고리즘 문명 위에서 문화가 알고리즘 자체가 되어가는 현상(Culture as Algorithm)이라고 분석합니다. 저는 “Culture on/by/for the Algorithm” 분석 틀 안에서, 주목할 현상들과 문화의 특징적 변화, 그리고 이와 관련된 정책적 이슈와 제도적 대응 상황들을 정리해왔습니다. 자세한 설명은 저의 다른 학회 발표자료들을 참조하시면 좋겠습니다<sup>22)</sup>. 이를 요약하면 이제 “알고리즘으로 존재하는 문

the Digital Age” (IFACCA, 2020), “Digital Inclusion and Exclusion in the Arts and Cultural Sector” (Good Things Foundation, Arts Council England, 2021), “In Real Life-Mapping digital cultural engagement in the first decades of the 21st century” (Australia Council for the Arts, 2021) 등 참조  
 20) “The Immersive economy in the UK”(NESTA, Innovate UK, 2017, 2018)  
 21) “디지털 뉴딜성공의 초석-가상융합경제 발전전략(Beyond Reality, Extend Korea)” (국정현안점검조정회의자료, 2020.12.10.)  
 22) [“Re-defining Culture for the Public Policy’s Agenda Setting in the Age of Culture as Algorithm”](#)

화”(Culture as Algorithm)는 “가벼워지고(on the algorithm)” “초개인화 되며(by the algorithm)” “진짜 인간다움을 추구하는(for the algorithm)” 특징을 보입니다. Culture for Algorithm이 가상현실세계에서 인간을 대신하여 문화를 창조하는 인공지능을 더 인간답게 훈련시키고 있고, 결국 실감경제도 극복해야 될 “불쾌한 골짜기(uncanny valley)”를 건너게 해주는 다리 역할을 할 것이라고 전망합니다.

<코로나 기간 중 알고리즘 기술 발전으로 인한 문화의 변화 양상>

Culture as Algorithm의 특징과 이슈		
Culture on the Algorithm	Culture by the Algorithm	Culture for the Algorithm
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털화와 가벼워짐</li> <li>- 시뮬라시옹 (가짜가 진짜 전복)</li> <li>- 새로운 문화부족의 경계선 출현과 고전적인 문화중력(cultural gravity)의 상실</li> <li>- 기술에 종속된 문화접변</li> <li>- 문화의 탈화폐화와 사유화, 상품화</li> <li>- 디지털 문화 불평등 문제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 알고리즘 추천에 의한 문화조작</li> <li>- 인간대신 문화를 창조하는 비인간 가상문화주체</li> <li>- 초개인화된 “나의 문화”(My Culture)를 문화로 오인, 문화중력의 상실</li> <li>- “옳아요” 보다 “좋아요” 추구하여 문화의 역인과성 상실</li> <li>- 문화 시공간의 비생체적 확장과 자본에 의한 조작 문제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ai를 인간답게 학습시키는 “데이터 자원”로서 문화</li> <li>- AI 편향성을 판단하는 윤리기준으로서 문화</li> <li>- 기계문명의 진짜 인간다움을 판별하는 “기준”으로서 문화</li> <li>- 알고리즘 문명의 원활한 작동을 위한 “윤활유”로서 문화가 실감경제의 언캐니 벨리(uncanny valley) 극복</li> <li>- AI 윤리의 보편성과 진짜 문화의 다양성 충돌 문제</li> </ul>

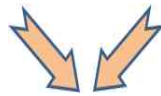
(알고리즘이 되어 버린 문화(Culture as Algorithm)의 시대에 공공정책 어젠다 설정을 위한 문화 개념의 재정의) (동아시아사회학회 제 2회 학술대회(2nd Congress of East Asian Sociological Association)), 2021.10.29.), “알고리즘 시대, 문화예술정책 전환의 필요성 (경기문화재단 GGCF 정책라운드테이블 발표자료, 2021.11.3.), “Culture as Algorithm 시대의 (지역)문화정책” (2022 지역문화정책포럼 “전환기 시대, 향후 지역문화정책의 방향”(2022.10.7., 한국문화관광연구원) 참조

## 9. “나의 문화”의 시대 : 모두가 자기 이야기를 하고 싶어 하고 기계가 그것을 들어주고 있는

저는 이와 같이 코로나와 인공지능 알고리즘으로 일상생활과 문화가 모두 바뀐 지금을, “모두가 자기 이야기를 발신하고 싶어 하는, 나의 문화(My culture)의 시대”라고 요약합니다. 천성적으로 사교적(social)이고, 특히 코로나 시기에 공감 받는 “나”를 가장 중요하게 생각하게 된 사람들은, 모두 자기 이야기를 하고 싶어 하는데, 정작 사람보다 소통하기 쉬운 AI가 그 이야기를 들어주고 있습니다. ‘문화라는 데이터’로 학습하여 ‘인간화된 알고리즘’이 사람들에게 “나의 문화(my culture)” 서비스를 제공하고 있습니다. 나보다 나를 더 잘 파악하는 알고리즘이 추천해주는 ‘나의 취향’ 맞춤 서비스로 문화는 선택되고 쇼핑됩니다. 나만의 “취향”이 아니라 온라인 상의 인간, 비인간 ‘문화부족’들과 공유되면서, “나의 문화”라는 착각을 만들어냅니다. 굳이 애써서 사람과 소통하며 우리(We)를 확인할 필요가 없고, 나(Me)만 있어도 덜 외로울 수 있는 시대입니다. 가상인간과 함께 내가 창조한 “세상” 안에서만 살면서도 나는 매우 문명화된 시민이라는 착각이 민주주의를 퇴보시키고 있습니다. 알고리즘이 된 문화의 이런 점은 매우 비판적으로 바라볼 필요가 있습니다.

### <코로나와 알고리즘 문화로 인한 변화 종합>

코로나 기간에 확인된 인간의 본심	알고리즘 문명이 인간을 공략하는 모습
<p>천성적으로 사교적(social)이고 어떤 목적을 위해 사회적(societal) 되는 인간은 공감 받는 “내”가 제일 중요하다.</p> <p><b>뉴노멀의 시대</b></p>	<p>문화 데이터로 학습하여 인간화된 알고리즘이 사람들에게 “나의 문화”를 제공한다.</p> <p><b>“Culture as Algorithm” 시대</b></p>



모든 사람은 자기 이야기를 하고 싶어 하고,  
AI가 그 이야기를 들어주고 있다.  
알고리즘의 추천으로 많은 사람들이 공감하는 “나의 문화”는 글로벌 트렌드가 된다.

**Age of “My Culture”**  
**“나의 문화”의 시대**

## 10. 글로벌라이제이션(C-lobalization) : 기술과 자본이 이미 활용하고 있는

그런데 알고리즘의 추천으로 많은 사람들이 공감하는 “나의 문화”가 한 순간에 글로벌 트렌드가 되는 현상의 긍정적인 측면도 인정할 필요가 있습니다. 예전에 한국 가수 사이의 “강남스타일”이 유튜브를 통해 갑자기 빌보드 차트를 석권한 우연도, 그것 보다는 한층 더 치밀해진 기획과 노력으로 전 세계에서 팬덤을 만들어 내고 있는 K-pop 아이돌 그룹의 인기도, 고전적인 미디어 환경에서는 불가능했을 것입니다. 할머니의 치매를 걱정한 손녀가 촬영하기 시작한 할머니의 일상생활 영상콘텐츠로 유튜브 골드플레이 버튼(2019년)까지 받은 박막례 할머니의 사례도 있습니다. 할머니는 세계적인 셀럽이 되었지만 여전히 자신만의 사투리로 자신의 세계관으로 젊은이들을 매료시키고 있습니다. 이처럼 가벼워진 만큼 어디로 흐를지 예측하기 어려운(사실은 알고리즘만 알고 있는), 알고리즘이 된 문화의 또 다른 특징이 있습니다. 이처럼 가장 로컬한 콘텐츠가 글로벌한 인기를 얻지만 여전히 그 친근한 로컬리티가 핵심요소로 유지되며, 서로 연결되어 계속 진화하는 현상에 주목할 필요가 있습니다. 앞에서 서술한 대로 저는 이런 현상을 ‘글로벌라이제이션(C-lobalization)’이라고 부릅니다. 일상 속의 가장 로컬하면서(local=close) 글로벌 하고, 글로벌(global)하면서도 친근한(local=intimate) 것입니다.

### <유튜버 박막례 할머니의 Korea\_Grandma>



<https://www.youtube.com/c/Koreagrandma>

인간의 본성을 공공정책보다 한발 앞서서 먼저 공략하는 자본과 기술은 이미 이런 글로벌라이제이션을 활용하여 큰 성공을 거두고 있습니다. 사용자 아이디어로 서비스 사용권한을 확인 받고 중앙집중형 서버에 접속하여 제공되는 게임 서비스를 즐기는 모델은 <글로벌라이제이션(G-localization)>이라고 볼 수 있습니다. 그런데 지금은 멀티페르소나를 가진 존재인 나의 아바타가 나의 세계관이 반영된 가상의 “세상”을 창조하고, 그곳으로 친구를 초대하고, 내가 게임의 룰을 만드는, 메타버스가 각광받고 있습니다. 잘 기획된 서비스 제공자가 승리하던 시대에서, 참여자의 행위를 모두 수용할 수 있는 융통성 있고 지탱 가능한 플

랫폼 제공자가 승리하는 시대로 바뀌고 있습니다. 글로벌라이제이션을 희망하는 사용자들의 자발적인 활동은 모두 그들이 활동하는 플랫폼의 콘텐츠가 되고 다시 다른 사용자들을 끌어들이는 것입니다. 하드웨어조차도 중앙집중형 서버 리소스에 기댄 클라우드서비스에서, 온-디바이스 엣지 컴퓨팅으로, 즉 글로벌라이제이션에서 글로벌라이제이션으로 변화하고 있습니다. 사실 초기 인공지능 기술이 고착된 문제를 해결한 머신러닝 기법 자체가 글로벌라이제이션 방식에서 글로벌라이제이션 방식으로 전환한 것이라고 해석할 수 있습니다. 컴퓨터가 개발자가 정해준 보편원리에 기대서 벌어진 상황에 맞는 정답을 산출하는 것이 아니라 개별 사례들 속에서 가정 적절한 통계적 해결책을 찾으며 보편 원리를 계속 수정해가는 것입니다.

**<시장영역에서 활용되고 있는 글로벌라이제이션>**

<b>G-localization</b>	<b>C-lobalization</b>
중앙집중서버 자원을 활용한 클라우드 시스템	온 디바이스 엣지 컴퓨팅
서비스 사용권한을 확인하는 ID	나의 세계관을 구현하는 멀티페르소나 아바타
접속하여 즐기기는 서비스 (Service to Access & Play)	나의 세계 창조하고 초대하기 (My World to Create & Invite into)
팔로우 해야 할 무대 위의 멋진 스타	내 주방에서는 내가 월드 스타
따라가야 할 핫 트렌드	내가 선택하는 My Culture
잘 기획된 서비스 제공자의 승리 (Organized service provider wins!)	융통성 있고 지탱가능한 플랫폼 제공자의 승리 (A rich & sensible platform provider wins!)
<관련 사례> 온라인 아케이드 게임, 테마파크	<관련 사례> 메타버스, 일상생활 브이로깅

**11. 문화정책에서의 글로벌라이제이션 : ‘팔들의 길이’ 원칙을 이해하는  
공감행정으로 구현해야 할**

이처럼 코로나와 알고리즘 문명이 바꾸어 놓은 시대정신으로서 포스트코로나 시대의 문화정책을 위한 새로운 프레임으로 도입한다면, 저는 “글로벌라이제이션(C-lobalization)”을 제안합니다. 로컬의 문화적 매력을 글로벌한 유행으로 만들고 여전히 로컬에서 사랑받도록 만드는 <성공한 문화마케팅>이나, 지역문화주체들의 주체성을 인정하여 그들 스스로 독특한 문화를 만들어내도록 하고, 그 중에서 보편성이 있는 것은 국가단위의 정책으로 채택하여 전국적으로 유행시키는 <탈-분권적 지역문화정책>, 직원의 욕구에서 출발하여 사업을 기획하고 실행하는 <공감 리더십>, 이것들은 레벨은 다르지만 모두 ‘글로벌라이제이션’이라는 말로 통하는 것입니다.

**<문화정책에서 글로벌라이제이션 적용 방안>**

G-localization	C-localization
탈중심형 분권화 (De-Centralization)	탈-분권화 (De-De-Centralization)
좋은 문화...누군가가 정한 (The Good Culture)	공감하는 가치 (Common Value)
해소되어야 할 발전 격차 (Gap to make Even)	존중되어야 할 존재의 다양성 (Diversity to appreciate)
서비스 전달체계로 목표한 현상 재현하기 (Public service Delivery system to realize the Ideal status)	로컬의 문화주체 인식으로 지역문화 스스로 생산 (local Actor with subjectivity to re-produce a culture)
시스템 상의 독립성을 위한 <팔 길이 원칙>	로컬의 주체성을 인정하는 <팔들의 길이 원칙>
사례 : 지역문화진흥정책, 문화도시 지정, AiE	사례 : 예술교육에서 AiC 접근법

이런 변화를 문화행정에서도 온전히 수용하려면, 여전히 중심을 상정한 “탈-중심형 분권화”가 아니라, 중심과 로컬의 위계를 인정하지 않는 세계관으로의 전환이 필요합니다. 이것은 중심 자체가 없는 “탈-분권화”입니다. 그리고 가장 로컬한 것은 인간의 내면세계라는 점을 이해하는 것입니다. 그래서 글로벌라이제이션의 시작은 로컬 주체에 대한 인식과 존중입니다. 공공정책에서 이런 변화는 행정의 팔 길이(Arm’s length) 뿐만 아니라 문화주체의 팔까지 포함한 ‘팔들의 길이(Arms’ length)’를 인식하는 ‘공감 행정’을 통해 구현 가능합니다.

“공감”은 상대의 입장을 이해해주는 능동적인 행위이며, 자신의 존재가 주체로서 이해받았다고 만족하는 상태입니다. 소수자 그룹에 대한 문화정치학적 고찰에서 “Emotional Turn (감성적 전환)” 개념을 주장한 Sara Ahmed(2004)<sup>23)</sup>, 최근 초국적이며 능동적인 팬덤 형성과 함께 로컬에서의 문화 재창조로 이어지는 한류 콘텐츠 소비 현상을 “공감 현상”으로 분석한 서울시립대학교 장원호 교수<sup>24)</sup> 등 사회학자들의 문화연구, 시민참여를 통해 도시를 시민이 좀 더 친숙한 공간으로 변화시키자는 Natasha Reid 등 도시계획연구자들의 “Urban Empathy”<sup>25)</sup> 개념 속에서, “공감”의 개념을 확인할 수 있습니다. 저는 민-관 협력, 지역분권이 중요한 문화행정에 “공감 리더십”의 개념을 적용하자고 주장합니다.

예를 들면, 중앙에서 지역으로 내려가는 서비스 전달체계 정립에만 온 힘을 다 쓰지 말고,

23) 『The Cultural Politics of Emotion』 (Sara Ahmed, 2004)

24) 장원호·송정은(2016) “글로벌 문화의 개념과 한류” (문화콘텐츠연구 제8호) (Jang, Wonho.Song, Jung Eun(2016) “The Glocal Culture and the Korean Wave”) 등 참조

25) 장원호·정수희(2019) “도시의 문화적 공감대로서 콘텐츠씬의 인식:콘텐츠 투어리즘 사례를 중심으로” (한국경제지리학회지 제22권 제2호) Wonho Jang·Suhee Chung(2019) “Awareness of Contents Scene as a Cultural Empathy of Cities: A case of ‘Contents Tourism’”, 서울연구원 [초연결사회+전환도시] 연구시리즈 (서울연구원, 2022.4.7.) 중 “(1) 생활방식의 전환 : 시민의 삶을 변화시키는 전환”, “함께하는 도시를 위한 무한한 가능성, 제3의 공간” (추민아, 월간도시재생, 서울특별시도시재생지원센터, 2021.11.30.) 등 참조

지역에서 스스로 문화를 만들어 내고 있는 문화주체들의 존재와 그 주체성을 인식하려고 노력해야 합니다. 상대의 주체성은 인식하고 인정할 것이지 인증의 대상이 아닙니다. 그래서 자원을 주는 쪽이 마음대로 굽혔다 펼쳤다하는 자기 ‘팔 길이’가 아니라, 받는 주체의 팔 길이(입장과 현재 상황)도 고려한, ‘팔들의 길이’를 인식하는 것이 바로 문화행정에서의 “공감”입니다. 공감이 공공행정의 대상이 되는 주체나 파트너에게 완전한 자율성을 보장하는 것은 아닙니다. 사실 지금처럼 연결되고 투명한 공공행정 시스템 위에서 완전히 독립적이고 자율적인 존재는 아무도 없습니다. 다만 공감은 행위자의 주체성과 그의 내면의 시스템을 인정하는 것입니다. 서로 합의한 성과가 행위자의 내면 시스템의 능동적인 작동으로 완성되어 나타날 때까지 기다리는 에티켓이 바로 공감행정의 태도입니다. 또한 그렇게 해서 나타난 변화의 의미와 가치를 이해하고 해석해주는 것이 공감입니다.



**팔 길이 대신 “팔들의 길이” 원칙**  
**<Arms' length> instead of <Arm's length>**

이렇게 공감행정의 태도는 길게 보면 문화행정의 효과성을 높이는데도 도움이 되는 합리적인 선택입니다. 효율성은 투입을 줄여서라도 올릴 수 있지만, 효과성은 결국 상대가 움직여서 나타나는 변화를 통해 확보할 수 있습니다. 상대를 진심으로 움직이는 것은 잘 정리해서 내려주는 ‘성과목표’도, 따라야만 하는 세세한 ‘지침’도, 지키지 않았을 때 받을 ‘불이익’도 아닙니다. 바로 자신의 존재가 공감 받았다는 느낌 위에서 사람들은 자발적으로 움직이고 변화를 만들어 내기 때문입니다. 문화정책이 축소지향의 효율성을 추구할지 공감력을 키워 효과성을 추구할지 적절한 선택이 필요합니다. 사실 행정이 계량성과를 수합하고 집계하는 “How many” 접근법을 버리고 숫자의 이유를 해석하는 “How the many” 접근법을 선택하면 산출된 가치를 해석하는 능력을 키워 효율성을 높여줄 수도 있습니다.

**<문화정책에서 효율성과 효과성>**

효율성	=	$\frac{\sum \text{산출}}{\sum \text{투입}}$	<p style="color: red; font-size: 0.8em;">← 가치에 대한 해석력과 상상력이 효율성을 높임</p> <p style="color: red; font-size: 0.8em;">← 투입의 축소가 순쉬운 효율성 제고 방안으로 먼저 고려됨</p>
효과성	=	$\sum \text{야기된 변화들}$	<p style="color: red; font-size: 0.8em;">← 사람들을 움직이는 공감이 효과성을 높임</p>

## 12. 공감 문화행정 적용 사례 : AiE에서 AiC로 전환 노력

제가 2021년까지 관할했던 AiC(Arts in Communication / Community / Commons) 관점의 예술교육사업들도 이렇게 공감을 중시했습니다. 학교 교실 안에서 선생님의 구구절절 “옳은 말”로 아이들을 움직이기에는 너무나 힘들다는 사실은 잘 아실 것입니다. 이들을 움직이는데도 “옳은 기준”이 아니라 공감이 필요합니다<sup>26)</sup>. 그래서 기존의 AiE(Arts in Education) 관점과 달리 AiC 관점에서는 예술가와 학생이 “서로 배움”의 소통과 공감을 강조했습니다.

### <서울문화재단 AiC 예술교육 사례>

#### (1) 서울예술교육센터 사례

- A-14 (Arts for teens) : 몸, 도구, VR기기 등 자신을 둘러싼 미디어로 자신의 세상을 표현하는 예술교육<sup>27)</sup>
- 아뜰리에로의 초대 : 청소년과 예술가의 공동창작 과정에서 서로 배움
- 감정서가 : 시민들의 감정을 수집하고 공유하는 공감공간과 예술 프로젝트



#### (2) 서서울예술교육센터 사례

- 문 앞의 예술놀이 : 예술가들이 디자인하여 배달한 예술놀이 키트로 아이들이 집에서 창작활동하고, 다시 그 결과물을 센터로 모아서 협업 작품을 완성. 아이들의 생활 속 소소한 이야기가 예술작품을 이루는 사례<sup>28)</sup>

26) 『교사의 마음리더십』 (김창오 외, 에듀니티, 2014)

27) [https://www.youtube.com/watch?v=8\\_MpwZkbb2I](https://www.youtube.com/watch?v=8_MpwZkbb2I) 참조

28) <https://www.youtube.com/watch?v=uTh0ViYsYSQ> 참조





### 13. 공공정책의 역할 선택 : 제도화와 탈제도화 (De-Institutionalization)

이와 같은 행정 태도의 전환을 넘어 정책 실천 차원에서 정부가 맡을 역할이 무엇인지 잘 선택할 필요가 있습니다. 우선 글로벌라이제이션을 지향하더라도, 정부가 민주적 합의를 통해 정책기조를 설정하는 것을 넘어서 실제 서비스 콘텐츠까지 기획하겠다는 마음은 버려야 합니다. 유능한 매니지먼트사에 의해 잘 기획된 글로벌라이제이션 빅 히트 사례도 일부 있지만, 독특하고 유일한 로컬 매력, 그 구동원리를 알 수 없어서 ‘블랙박스’라고 불리는 알고리즘에 의해 추천되면, 사람들이 “끌리고 쏘리고 들끓는” 글로벌 트렌드를 만들어내는 경우가 더 흔합니다. 이런 현상을 국가의 정책적 기획으로 만들어낼 수는 없다고 생각합니다. 전 세계적으로 호평 받는 ‘뜻밖의’ 한류의 성공에서도 정부의 역할은 제한적이었던 것이 학자들의 평가입니다<sup>29)</sup>. 무엇보다도 알고리즘이 되어버린 문화는 <웁야오> 보다는 <좋아오>를 추구하는데, 국가가 무작정 이를 추구하는 것이 옳다고 말하기도 어렵습니다. 그래서 정부는 시장의 주체와 함께 일해야 하지만 역할은 서로 달라야 합니다. 민간 기업들이 만드는, 거대하고 기술변화에 즉각 대응하는, 융통성 있는 온라인 플랫폼을 정부가 만들 수도 없으며, 국민들이 그 안에서 감시받으며 활동하고 싶어 하지도 않을 것입니다. 따라서 절대 성공할 수 없는 길을 나서지 말고 제대로 방향을 잡아야 합니다.

이제 알고리즘은 문화를 유통하는 미디어이면서 동시에 문화를 ‘창조’하는 비인간 문화주체입니다. 근대 초기에 라디오, 영화, TV와 같은, 당시로 치면 뉴미디어가 나왔을 때 보다 더 큰 혼돈의 시대입니다. 기존의 법률과 사회규범으로는 저작권자의 법적 지위, 문화유산의 정의조차 명확하게 할 수 없는 상황입니다. 이때 필요한 정부의 역할은 행위자들의 행위기준이 되는 제도를 정리하는 것을 도와주는 것입니다. 이것은 제도화 차원에서 필요한 정부의 역할입니다. 이미 인공지능의 윤리기준 만들기 문제는 범국가적인 이슈이지만 주로 과학기술계의 과제로만 인식됩니다. 그런데 새로운 문명의 새로운 성격과 함의를 이해하지 않고 만들어지는 제도는 지체현상을 보이게 됩니다. 문화정책에서 알고리즘이 되어버린 문화의 문제를 다루는 “영역을 법으로 만들어내는 제도화”는 정부의 몫입니다. 그 첫 걸음으로서, 문화부의 “문화영향평가” 제도를 활용하여 새로운 알고리즘 문명이 가져올 문화의 변화를 면밀히 분석하는, 소위 “인공지능의 문화에 대한 영향평가”를 실시하는 것이 필요합니다<sup>30)</sup>.

그런데 제도가 성립 된 이후에 정부는 규제와 허가권을 행사하는 제도관리자가 아니라, 기술발전에 따라 변화하는 가치체계와 기술의 문화적 의미를 해석하여 적절한 제도변화를 조율하는 “행위자”로서 역할을 강화해야 합니다. 이런 현상을 제도주의 관점에서 이름 붙인다면 “탈제도화”(De-Institutionalization)라고 부르겠습니다. (특히 법률적 강제력을 가진 공공행정) 제도가 행위자를 제약하는 것이 아니라, 반대로 행위자가 제도를 능동적으로 해체하고 바꾸어 나가는 현상입니다.

29) “한류문화산업에 대한 오해와 이해” (지식협동조합 좋은나라 이슈페이퍼, 2022.01.10., 김신동), “한류와 아시아 (5)한류의 세계화: 이해와 오해” (홍석경, 아시아브리프, 서울대 아시아연구소, 2021), “‘국뽕’ 걷어내고 ‘한류’를 바라본다면? : ‘한류, 다음’을 준비하는 문화 정책에 대한 상상”(프레시안, 2021.3.10., 이성민), “한류에 관한 여섯가지 질문 그리고 문화정책의 역할” (김정수, 문화정책, 2014) 등 참조

30) “2015년도 기술영향평가 : 제2권 인공지능 기술” (한국과학기술기획평가원, 2016)과 같이 과학기술 부처에서 주관하는 영향평가는 문화분야에 대해서 단편적인 한계를 보임

## 14. How-the-many 접근법과 Art-thinking : 답을 내놓는 기계가 아닌 질문하는 인간이 문화행정의 가치와 이유를 이해하기 위한

세상은 갈수록 평평하게 인식되고 있습니다. 공공행정에서 현실을 숫자로 파악하는 인식론이 세상을 평평하게 만드는 현상(김해보, 장원호, 2020)<sup>31)</sup>에 더 해서, 디지털 미래링으로 현실을 가상으로 투영하는 알고리즘 문명이 지리적 공간 스케일 감각을 무화시키고 있기 때문입니다. 다양한 가치가 공존하는 세상을 평평하지 않고 볼륨감 있게 보려면 AI의 정확한 계산 능력이 아니라 인간 행위자의 상상력과 해석력이 필요합니다. 이런 과제를 수행하는 데는, 주어진 문제를 잘 해결할 답을 찾아가는 Design-Thinking의 접근법은 한계가 있습니다. 답이 아니라 질문을 던지는 “Art-Thinking”(John Maeda, 2009)이 필요합니다. 인간의 소통을 도와주는 예술(AiC)에서 한걸음 더 나아가 포스트코로나와 알고리즘 문화시대에서 기계와 구별되는 인간성이 무엇인지를 묻고, 그 답을 찾아가는 AiH(Arts in Humanity)를 추구해야 합니다. 그것이 이미 인간의 뉴 노멀 공약에 성공한 시장과 기술과 경쟁해야 하는, 공공문화정책이 지켜야 할 공공성입니다.



Design is a solution to a problem. Art is a question to a problem.

오전 4:24 · 2009년 6월 7일 · Twitter Web Client

그리고, 의미해석능력을 키우기 위해서는, 기존의 성과주의 행정에서 강조되었던, 정해진 영역에 투입된 예산에 맞춰서 산출된 정량 성과를 수합하고 집계하느라, “How many”만 강조하는 태도에서 벗어나야 합니다. 칸막이처럼 나누어진 행정의 영역구분을 넘나드는 창의적인 문화기획으로, 어떻게 하면 더 많은 시민이 찾아올지, 또는 어떤 현상에서는 왜 더 많은 사람들의 관심이 쏠렸는지 이유를 해석하는, “How the many” 접근법이 강조되어야 합니다. 이를 위해서 문화행정은 행위자의 주체성을 인정하는 공감 리더십과, 로컬한 창의적 사례를 글로벌한 정책원리로 만들어주는 클로벌라이제이션을 추구해야 합니다. 이것이 결국 공공문화정책이 <좋아요>를 받을 수 있는 접근법입니다. 그리고 그것이 기계문명에 의해 알고리즘이 되어버린 문화의 시대에 인간을 위한 문화정책으로서 우리가 준비해야 할 것들입니다.

저는 지금도 실패한 리더에서 공감하는 리더로 거듭나기 위해 감수성 훈련을 계속하고 있습니다. 정부 정책의 진화를 위해서도 현장의 변화와 요구를 읽고 이해하는 감수성 훈련이 필요합니다. 함께 하지 않으시겠습니까? ([sea@sfac.or.kr](mailto:sea@sfac.or.kr))

31) “문화정책의 소통가능성 제고를 위한 비판적 실재론(Critical Realism) 적용 방안에 대한 시론적 연구” (김해보, 장원호, 문화정책논총, 제 34집 2호, 2020, 한국문화관광연구원) (Preliminary Study on Introducing Critical Realism As a Research Methodology to Increase Communicative Capability of the Cultural Policies, The Journal of Cultural Policy, vol 34(2), 2020, Korea Culture & Tourism Institute)