

# Culture as Algorithm 시대의 문화-예술 직(職)과 업(業)에 대한 이야기

2025.01.23(목), 홍익대학교

김 해 보

(문화정책연구가, 사회학 박사)

sea@sfac.or.kr

# 이야기 거리1)

## 1. 문화-예술 직(職)에 대한 정보

- (1) 일 할 자리 : 지역문화재단과 공공기관 중심으로<sup>2)</sup>
- (2) 주로 해야 할 일 : 최근 문화정책의 중점 과제들<sup>3)</sup>
- (3) 중시하는 가치와 인재상 : 창의적인 문화기획자의 공공성?

## 2. 문화-예술 업(業)에 대한 이야기

- (1) 이제 어떤 문화, 어떤 예술 : Culture as Algorithm?
- (2) 인간의 일(業) : 인간의 문화와 인간의 예술
- (3) 새로 공유해야 할 문화의 개념 : 개취 존중 문명자화<sup>4)</sup>



<https://brunch.co.kr/@seaokof/86>

- 
- 1) 예술경영지원센터 주최 일자리 박람회(2024.12.2. 아트코리아랩>에서의 강의 내용에 일부 내용만 수정한 것임
  - 2) 『지역문화재단의 현황분석 및 변화방향 연구』(김해보 외, 한국광역문화재단연합회, 2022), 『사회문제해결 문화정책 현장\_지역문화재단들의 사례와 시사점』(김해보 외, 한국광역문화재단연합회, 2023)를 재구성
  - 3) 『지역문화 매력-활력 증진 방안』(김해보 외, 지방시대위원회, 2024)를 재구성.  
위 보고서 원문들은 한광연 홈페이지에서 다운로드 가능합니다. ([http://nafac.or.kr/sub.php?code=04\\_data020101](http://nafac.or.kr/sub.php?code=04_data020101))
  - 4) “혼자 생각하는 용기와 예술하는 습성” (김해보, 2023, 14th International Forum of NGOs in Official Partnership with UNESCO)를 재구성

## 문화-예술 직(職)에 대한 정보

### (1) 일 할 자리 : 지역문화재단과 공공기관 중심으로

#### □ 지역문화재단의 개념과 현황

#### ○ “지역문화진흥”을 위해 “지방자치단체가 설립·운영하는” “재단법인”

#### 지역문화진흥법 중 지역문화재단의 정의와 관련된 조항들

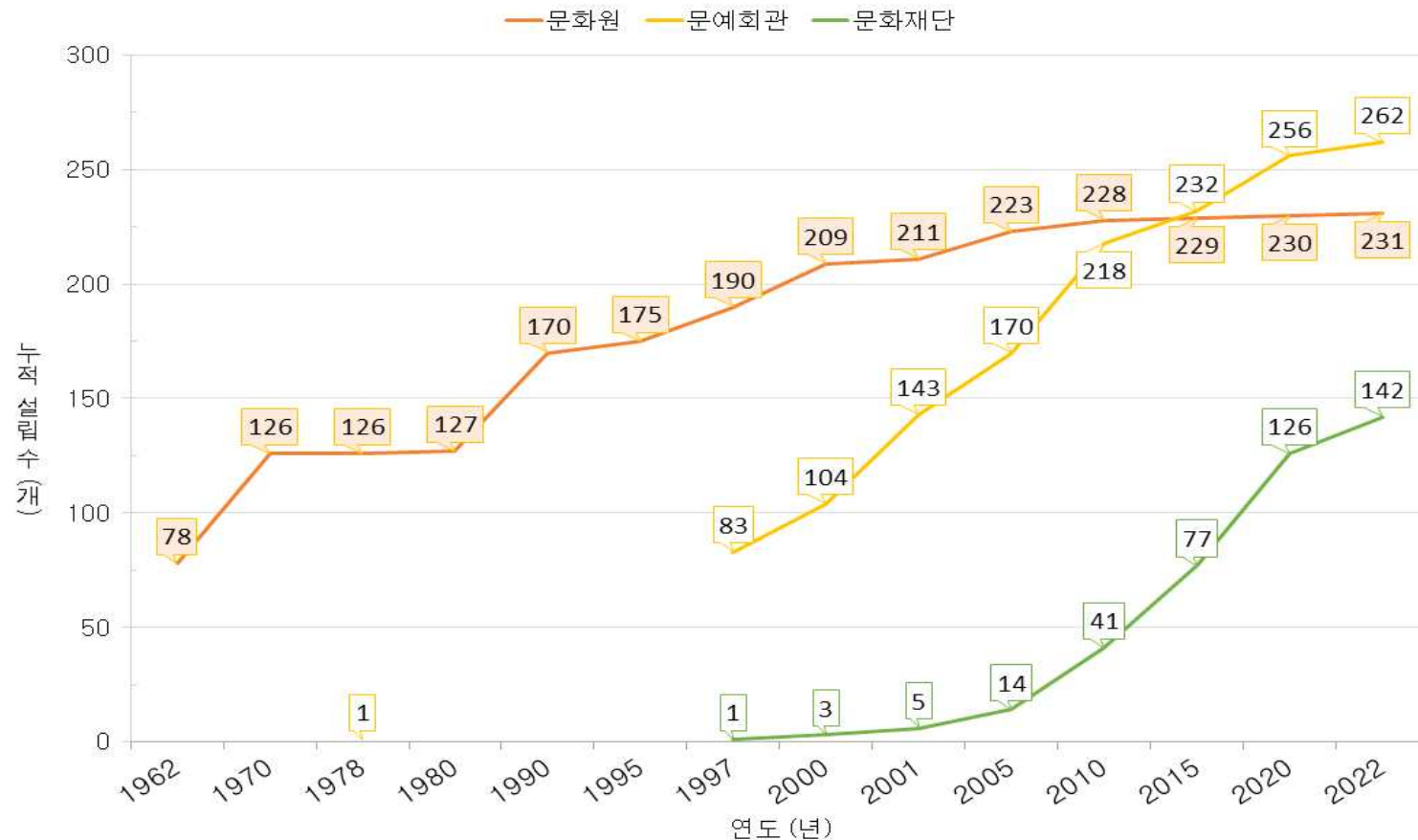
##### 제2조(정의)

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.

○ 지방문화원 ⇒ 문예회관 ⇒ 지역문화재단 : 2000년대에 본격화된 지방자치와 분권 기조가 반영된,  
매우 한국적인 현상



<시대별 지역문화정책의 주체로서 호명된 지방문화원, 문예회관, 문화재단의 설립 추이>  
(1962~2022년)

# ○ 2024.10월 현재, 총 149개 지역문화재단 운영 중 (행정안전부 지방공공기관 통합공시 <클린아이> 기준)

광역문화재단		기초문화재단		비고 (설립중, 명칭변경 등)
기관명	설립	(전지연 회원 123건 외 *표시는 행안부 클린아이에서 추가 확인한 건)		
강원문화재단	1999	16	강릉문화재단, 춘천문화재단, 정선아리랑문화재단, 인제군문화재단, 원주문화재단, 동해문화관광재단, 홍천문화재단, 속초문화관광재단, 태백시문화재단, 영월문화관광재단, 양양문화재단, 고성문화재단, 양구문화재단, 철원문화재단, 횡성문화관광재단, 삼척문화관광재단(2024.7.23.)	-추진중 : 평창(문화관광) -해산 : 평창문화도시재단(2023) -문화관광으로 변경 : 영월(2023)
경기문화재단	1997	23	부천문화재단, 고양문화재단, 성남문화재단, 하남문화재단, 의정부문화재단, 화성시문화재단, 안양문화예술재단, 용인문화재단, 수원문화재단, 오산문화재단, 군포문화재단, 안산문화재단, 김포문화재단, 광명문화재단, 여주세종 문화관광재단, 평택시문화재단, 구리문화재단, 과천문화재단, 광주시문화재단, 이천문화재단, 양평문화재단, 포천문화관광재단, 파주문화재단(2024.10.8.)	-추진중 : 남양주시, 양주시, 안성시(문화관광)
경남문화예술진흥원	2010	10	거제시문화예술재단, 김해문화관광재단, 사천문화재단, 창원문화재단, 남해군관광문화재단, 거창문화재단, 통영한산대첩문화재단, 밀양문화관광재단, 진주문화관광재단, 산청축제관광재단(2023.1.31.)*	-추진중 : 양산시, 합천군 -문화관광으로 변경 : 밀양(2022.6.30.), 김해(2024.7월) -통영국제음악재단 미포함 -경남문화재단이 진흥원으로 통합(2013)
경북문화재단	2020	11	경주문화재단, 청도우리정신문화재단, 안동시한국정신문화재단, 봉화축제관광재단, 포항문화재단, 영덕문화관광재단, 영양축제관광재단, 영주문화관광재단, 예천문화관광재단, 청송문화관광재단, 칠곡문화관광재단(2023)	-추진중 : 경산시(문화관광) -군위군 대구로 전출 : 2023.7월
광주문화재단	2010	1	동구문화관광재단(2023)	
대구문화예술진흥원	2009	7	대구중구도심재생문화재단, 수성문화재단, 달성문화재단, 대구동구문화재단, 달서문화재단, 행복북구문화재단, 군위문화관광재단	-대구문화재단이 진흥원으로 통합 (2022) -군위군 대구로 편입 : 2023.7월
대전문화재단	2009	1	대덕문화관광재단	
부산문화재단	2009	2	금정문화재단, 부산진문화재단	-추진중 : 연제구, 수영구(문화도시), 영도구(문화도시), 남구
서울문화재단	2004	22	종구문화재단, 구로문화재단, 마포문화재단, 강남문화재단, 성북문화재단, 영등포문화재단, 종로문화재단, 서초문화재단, 성동문화재단, 광진문화재단, 도봉문화재단, 강북문화재단, 은평문화재단, 금천문화재단, 동대문문화재단, 동작문화재단, 양천문화재단, 노원문화재단, 관악문화재단, 송파문화재단, 강동문화재단, 중랑문화재단	
세종시문화관광재단	2016	0		-문화관광으로 변경 : 세종시 (2023)
울산문화재단	2017	2	고래문화재단, 울주문화재단	-문화관광으로 변경 : 울산(2023)
인천문화재단	2004	5	부평구문화재단, 인천서구문화재단, 연수문화재단, 인천중구문화재단, 남동문화재단(2022)	
전북특별자치도문화관광재단	2016	6	고창문화관광재단, 전주문화재단, 익산문화관광재단, 완주문화재단, 부안군문화재단, 군산문화관광재단	-문화관광으로 변경 : 군산(2024.7.30.), 전주관광재단 설립.통합 추진 중(2024)
전남문화재단	2009	11	목포문화재단, 영암문화관광재단, 담양군문화재단, 강진군문화관광재단, 순천문화재단, 해남문화관광재단, 화순군문화관광재단, 나주시천연염색문화재단*, 무안향토건축문화재단*, 함평군축제관광재단*, 재단법인 예술섬(신안)(2023.4 창립총회)*	-추진중 : 장흥(축제관광) -문화관광으로 변경 : 영암(2022) -전남문화관광재단 => 전남문화재단 : 2020.7
제주문화재단	2000	0		
충북문화재단	2011	5	청주시문화산업진흥재단, 충주중원문화재단, 영동축제관광재단, 제천문화재단, 괴산군문화예술체육진흥재단*	- 문화관광으로 변경 : 제천(추진 중)
충남문화관광재단	2013	10	아산문화재단, 당진문화재단, 천안문화재단, 공주문화관광재단, 서산문화재단, 논산문화관광재단, 홍주문화관광재단, 계룡시문화관광재단*, 보령시축제관광재단*, 금산축제관광재단*	- 추진중 : 서천군(문화관광) - 문화관광으로 변경 : 충남(2023), 계룡(2023) - 백제고도문화재단 -> 백제역사문화연구원 (2022.6.17.)
총계	17	132	총 215개 기초 지자체 중 61.4%, 17개 광역지자체 중 100% 광역+기초 전체 지자체 중 64.23%	
	149			

## □ 최근 문화관광재단으로의 전환 동향

### ○ 특히 기초 지자체에서는 축제, 관광을 통한 지역활성화 기여 요구 커져

- 2024.10월 기준 총 149개 지역문화재단 중 39개(26.2%)의 기관 명칭에 “관광”이 포함
- 2022년 연구 시 총 19건(141개 대비 13.4%) 대비 20건(건수로는 105%, 전체 대비 비중은 12.8%)이 증가
- 문체부 <지역관광추진조직> 지원사업 2024년 지원 22개 기관 중 11(50%)개가 지역문화(관광,축제)재단

지역문화재단의 사업영역 : 문화예술

정책목표 및 정책영역	예술 생태계활성화		시민 문화향유 기회확대			지역 문화진흥						문화정책 실행역량 강화		
세부영역 및 수행 방식	창작 지원	예술인 복지	문화예술 교육	문화기본권	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 창작 공간 문화 공간 문화 공간 문화 공간 문화 공간	문화분권 문화도시 문화재생 문화마을	전통보전 문화유산 문화자원 지역학연구	문화콘텐츠 문화콘텐츠 문화콘텐츠 문화콘텐츠	지자체 지정 특화 사업 예술단 예술단 예술단	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 관광가이드 운영 국내외 관광 마케팅 관광콘텐츠 개발	특수목적 관광단 유치 관광 설명회및 팬투어	문화축제 및 각종 행사 운영	시티투어 버스 운영 테마 투어 프로그램 개발 및 운영 (식량, 특산물 등)	관광거점 운영	관광 기념품 개발	지자체 지정사업 (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

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

○ 공법인과 사법인 사이의 “비영리 재단법인”으로서 독특한 법인격

- 민간의 전문성, 공공행정의 투명성을 동시에 요구받음

자연인		
개인사업자		
임의단체		법인격 없는 사단, 비영리민간단체
사법인	영리법인	주식회사, 합명.합자회사, 유한책임회사, 유한회사, 협동조합, 기타법인 등
	비영리법인	사단법인, 사회복지법인, 재단법인 특수법인(법정법인, 의료법인 등), 공익법인, 기타법인, 사회적협동조합
		◀ 지역문화재단은 여기 어디쯤에 위치!!
공법인	공공단체 (협의)	공공기관, 공법상 재단, 공법상 사단(공공조합), 영조물법인 등 (지자체 설립 기관 제외)
	지자체	
	국가	

## <공공기관의 운영에 관한 법률>

제4조(공공기관) ① 기획재정부장관은 국가·지방자치단체가 아닌 법인·단체 또는 기관(이하 "기관"이라 한다)으로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 기관을 공공기관으로 지정할 수 있다. <개정 2008. 2. 29., 2020. 3. 31., 2020. 6. 9.>

② 제1항에도 불구하고 기획재정부장관은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 기관을 공공기관으로 지정할 수 없다. <개정 2007. 12. 14., 2008. 2. 29., 2020. 6. 9.>

1. 구성원 상호 간의 상호부조·복리증진·권익향상 또는 영업질서 유지 등을 목적으로 설립된 기관
2. 지방자치단체가 설립하고, 그 운영에 관여하는 기관
3. 「방송법」에 따른 한국방송공사와 「한국교육방송공사법」에 따른 한국교육방송공사

### 공공기관의 유형 구분(요약)

유형구분		공통요건	지정요건(원칙)
공기업	시장형 공기업	직원정원 ≥ 300인 총수입액 ≥ 200억원 자산 ≥ 30억	자체수입비율 ≥ 85%인 기관 (& 자산 2조원이상)
	준시장형 공기업	자산 ≥ 30억 자체수입비율 ≥ 50%	자체수입비율 50%~85%
준정부기관	기금관리형 준정부기관	직원정원 ≥ 300인 총수입액 ≥ 200억원 자산 ≥ 30억	중앙정부기금을 관리하는 기관
	위탁집행형 준정부기관	자산 ≥ 30억 자체수입비율 < 50%	기금관리형 아닌 준정부기관
기타공공기관		공기업·준정부기관을 제외한 공공기관	



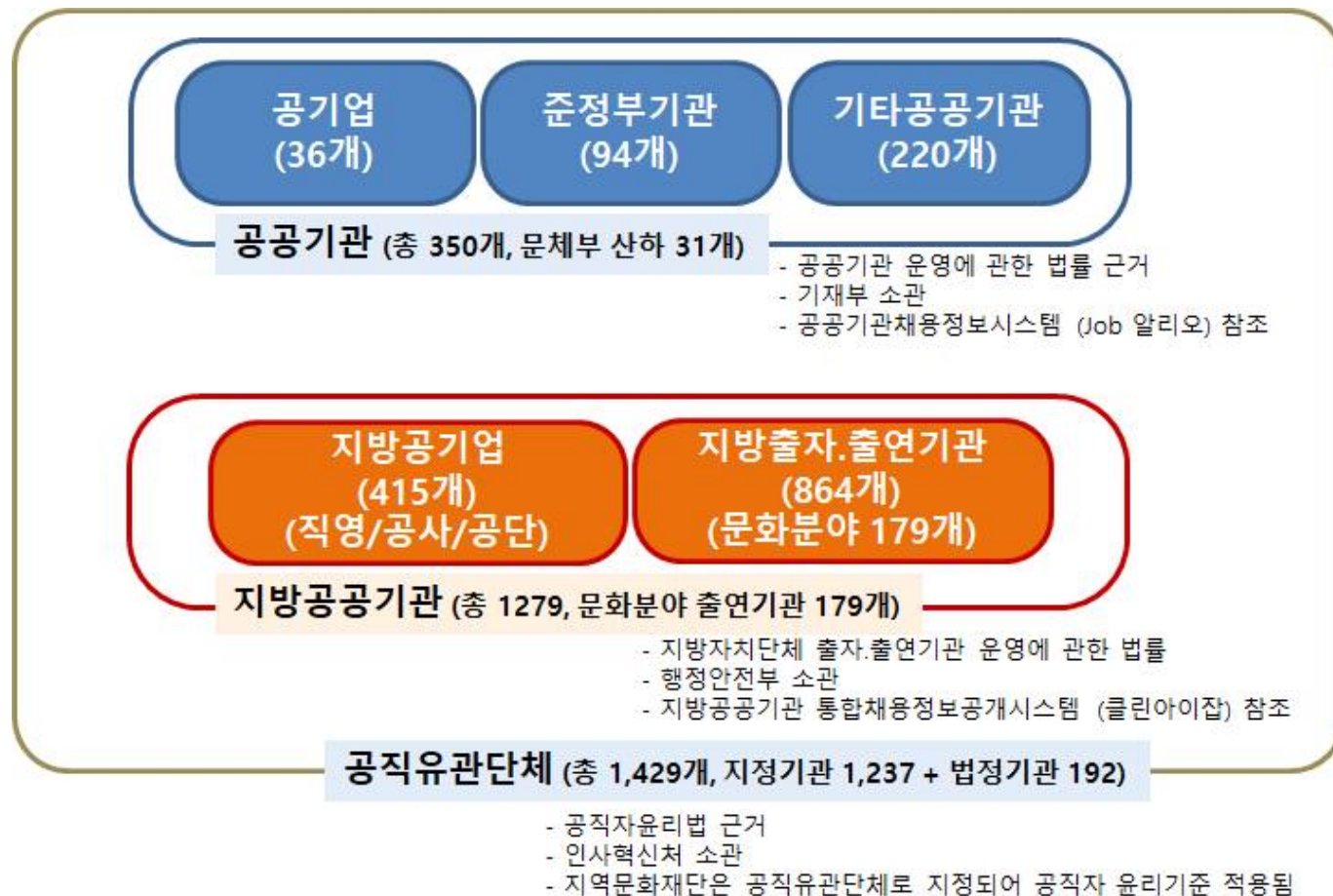
### <문화체육관광부 산하 공공기관>

1	(재)예술경영지원센터	17	한국도박문제예방치유원
2	게임물관리위원회	18	한국문학번역원
3	국립박물관문화재단	19	한국문화관광연구원
4	국제방송교류재단	20	한국문화예술교육진흥원
5	그랜드코리아레저(주)	21	한국문화예술위원회
6	대한장애인체육회	22	한국문화정보원
7	대한체육회	23	한국문화진흥주식회사
8	서울올림픽기념국민체육진흥공단	24	한국언론진흥재단
9	세종학당재단	25	한국영상자료원
10	영상물등급위원회	26	한국예술인복지재단
11	영화진흥위원회	27	한국저작권보호원
12	예술의전당	28	한국저작권위원회
13	재단법인 국악방송	29	한국체육산업개발(주)
14	태권도진흥재단	30	한국출판문화산업진흥원
15	한국공예디자인문화진흥원	31	한국콘텐츠진흥원
16	한국관광공사		

(출처 : 기획재정부 공공기관채용정보시스템 Job 알리오)

○ 공공 문화정책 주체로서 지역문화재단의 위상

- 지역문화재단은 <공공기관>이 아니다! (기획재정부 공공기관 채용정보시스템 <Job 알리오> 참조)
- 지역문화재단은 <지방공공기관>이다. (행정안전부 지방공공기관 통합채용정보공개 시스템 <클린아이 잡+> 참조)
- 지역문화재단은 <공직유관단체>이다.



## (2) 주로 해야 할 일 : 최근 문화정책의 중점 과제들

### □ 중앙정부의 문화정책 중점

#### 2024년 문화체육관광부 주요정책 추진계획

## 문화로 행복한 사회, K-컬처가 이끄는 글로벌 문화강국

#### 팍팍해진 살림에 더 부담되는 문화여가비 덜어 드리겠습니다

##### 일반국민 문화여가비 부담 경감

- 만 19세 문화예술패스 신설(16만명)
- 근로자휴가지원(15만명), 숙박쿠폰(45만장), 여행가는 달(2회)
- 운동하는 국민 인센티브 제공 위한 인증가능시설 확대



##### 취약계층 여가비 지출 경감 3종

- 통합문화이용권 확대(연 13만명)
- 스포츠강좌이용권 확대(유·청소년 월10만원, 장애인 월11만원)
- 관광취약계층 맞춤형 여행 지원



##### 창작자 및 영세 업계 지원

- 예술인 저금리 대출 지원
- 저작권 등록수수료 면제대상 확대
- 관광·스포츠기업 금융지원 확대



#### 콘텐츠, 관광, 스포츠가 역동 경제 구현을 뒷받침합니다

##### 글로벌 시장의 선두주자, K-콘텐츠

- 게임, 영상, 만화·웹툰 핵심콘텐츠 집중 육성
- 1조 7,400억 원 규모 정책금융 투입
- 해외비즈니스센터(25개소)로 콘텐츠 해외진출 지원



##### 방한 2천만 달성 프로젝트

- 문화x관광 융합 대규모 축제
- 전 국토 자전거·걷기 여행
- 외국인 관광객 편의 증진, '2024 한국방문의 해' K-관광 로드쇼(25개 도시)



##### 일상 스포츠 활성화로 스포츠산업 도약

- 우리동네 스포츠클럽 환경 조성
- 유아·청년·노년 생애주기별 스포츠 활동 지원
- 체육영재 육성 등 전문체육인 지원 강화



#### K-컬처 시대, 글로벌 新문화전략의 새 틀을 마련하겠습니다

##### 새로운 K-컬처의 원동력, 예술

- 공연·미술·공예·문학 등 K-아트 해외 진출 지원
- 우수작품 레퍼토리화, 다년·단계별 지원 강화
- 창작공간, 홍보·마케팅 등 간접지원 확대



##### 파리올림픽 계기 K-컬처 프로젝트

- 브레이킹 댄스 합동공연(5월), 국립예술단체 공연(6~7월)
- 한국미술 대표 작품 전시(7월), 한국공예 쇼케이스(9월)
- 한류종합박물관(9월), 코리아하우스 활용 문화관광 홍보



##### 전략적 문화교류 협력 강화

- 문화교류 총괄 지원조직 개편
- 캐나다·이탈리아 '상호 문화교류의 해' 추진
- 뉴욕코리아센터 등 재외 한국문화원 거점 확대



#### 문화로 지역소멸, 고립감 등 사회문제를 풀어가겠습니다

##### 지역 문화 자생력 키우기

- 대한민국 문화도시, 로컬100
- 지역별 맞춤형 공연·전시, 국립박물관·미술관 전시 순회
- 지역대표 예술단체 육성



##### 인구감소지역, 문화관광 특별 지원

- 찾아가는 문화예술·스포츠
- 소규모 관광단지 신설
- 관광사업체 융자 우대, 디지털관광 주민중 발급지역 확대



##### 사회문제 해결형 인문문화

- 정서적 취약계층 문화서비스 제공으로 외로움·고립감 해소
- 인문활동 통한 회복탄력성 제고
- 종교계 협력 생명존중문화 캠페인



#### 새로운 미래, 청년들과 함께 공정·혁신으로 준비하겠습니다

##### 인공지능, 디지털 기술 선제적 대응

- 생성형 AI 관련 저작권 제도 개선
- AI 기반 콘텐츠 제작 및 기술개발
- 아트크리아랩 통한 예술x기술 융합



##### 청년 문화 활동 및 참여 기회 확대

- 청년인턴 및 국립예술단체 청년교육 단위 확대
- 청년 정책 참여기반 확대



##### 공정과 혁신 기반 구축

- 문화예술·콘텐츠 공모사업 책임심의관제 도입
- 장애 예술·체육인 활동 보장
- 문화·체육·관광 공정환경 조성





출처 : 문체부 보도자료(2024)



## □ 지방소멸 시대 문화의 역할

### ○ 인구 끌기 위한 매력 만들기가 절실한 지방 소멸 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"> <li>• 2022년 합계출산율이 0.78로 세계 최저 수준 (통계청, 2023)</li> <li>• 2039년부터 세종시 제외 16개 광역시도 모두 인구감소 (통계청, 2024)</li> </ul>
	고령화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022년 65세 이상 고령인구 비율 17.4% (2072년 47.7%로 전망) (통계청, 2023)</li> <li>• 15~64세 생산연령인구가 2022년 3674만명에서 감소 추세 (2072년 1658만명으로 전망) (통계청, 2023)</li> </ul>
인구 유출	청년인구 유출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 교육, 취업 등을 이유로 청년들의 수도권 이동으로 청년 인구비율 감소 (한국보건사회연구원, 2020)<sup>5)</sup></li> </ul>
	수도권 집중	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서울, 인천, 경기 지역 포함 수도권에 전체 인구의 약 50.7%(2천601만명) 거주 (행정안전부, 2023)<sup>6)</sup></li> </ul>
경제적 쇠퇴	지역경제 침체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농촌 및 중소도시들은 농업과 전통 제조업에 크게 의존하는데, 이들 산업의 경쟁력 약화로 지역활력 감퇴 (국토연구원, 2020)<sup>7)</sup></li> <li>• 한국의 농업부문 GDP 비중이 1.6%에 불과, 전체 인구의 5% 고용 (세계은행, 2020)<sup>8)</sup></li> </ul>
	산업구조 변화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자동화, 디지털화로 전통 제조업의 경쟁력 감소 (The Economic Forum, 2020)<sup>9)</sup></li> <li>• 전통 제조업 중심의 지방 경제가 새로운 성장동력 찾기 어려움 (한국은행 지역경제보고서, 2023)</li> </ul>

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

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

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

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

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

○ 문화체육관광부의 “문화로 여는 지방시대”

- 문화를 매력자원으로 활용할 관광진흥을 지역활력 제고 중심 과제로 시행 중

## 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		

<출처 : 지방시대 지역문화정책 추진 전략(문화체육관광부, 2023)>

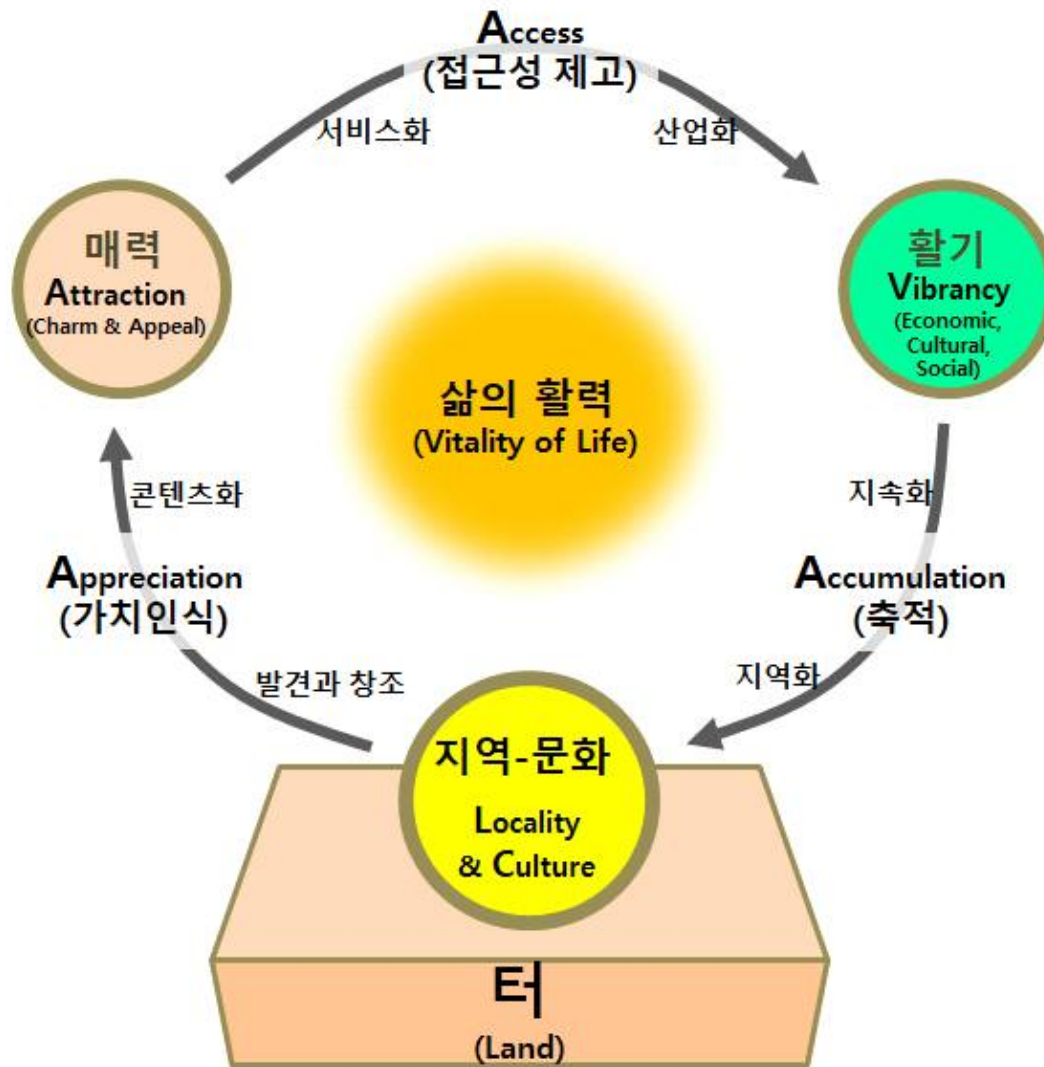


○ 『지역-문화-매력-활력 증진 방안 연구』 (김해보 외, 대통령직속 지방시대위원회, 2024)

- <문화적 삶의 활력>은 지역의 문화/지역정체성/문화환경에 기반한 문화적 <매력>이 경제-사회-문화적 <활기>로 순환되는 과정
- 지역-문화-매력-활력을 이루는 요소와 전개 메커니즘에 대한 이해에 기반하여 지속가능한 활력 만들기

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

- 활력의 선순환을 위한 정책적 개입 활동으로서 <3-A 활동> 필요



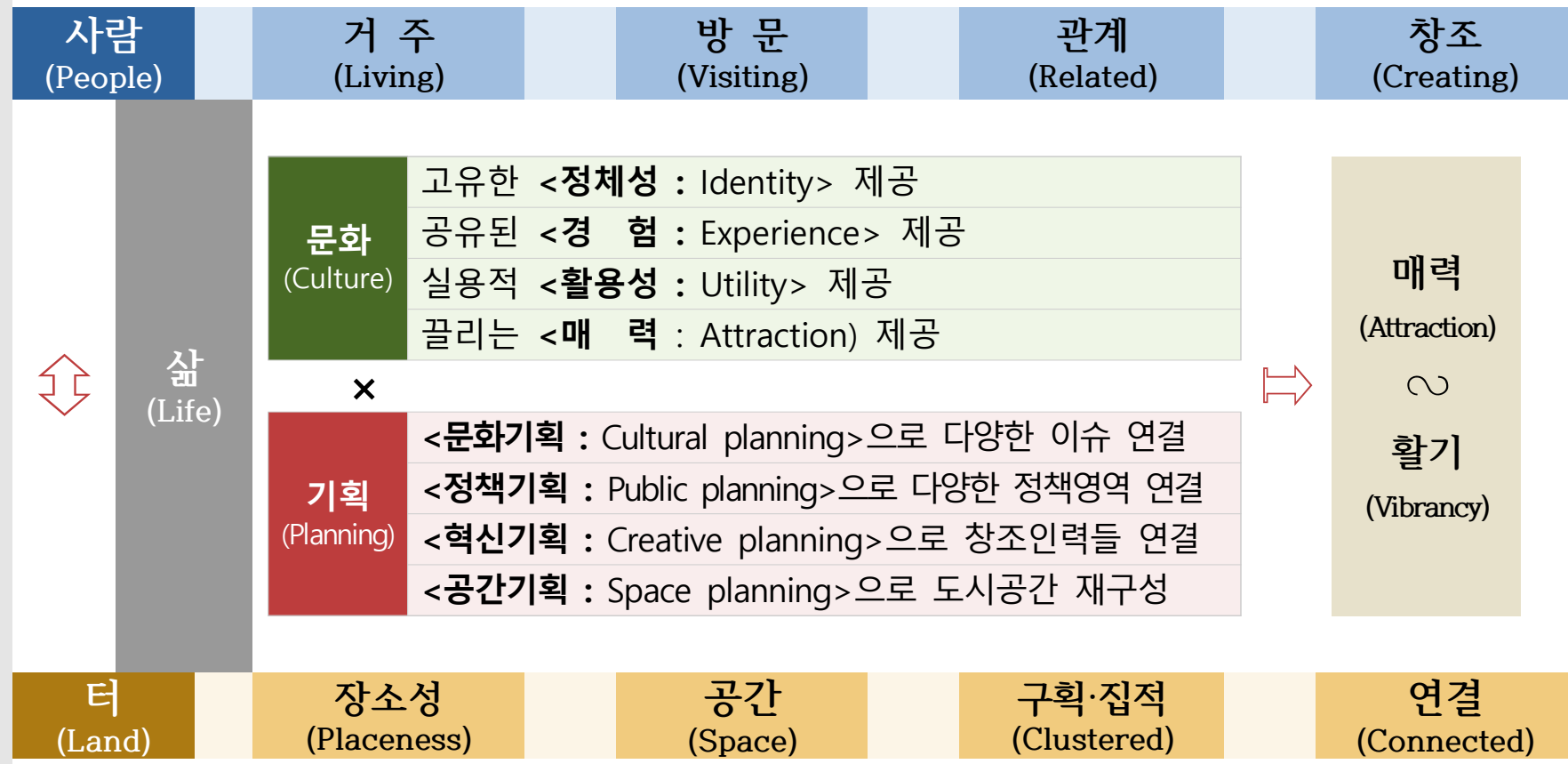
지역 활력 = 삶의 활력 + 터의 활력

공공의 적절한 개입으로서 3-A 활동	세부 활동
Appreciation (가치인식)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-지역-문화 가치 발굴</li> <li>-지역-문화 가치 인정</li> <li>-지역-문화 가치 정제</li> </ul>
Access (접근성 제고)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-물리적 접근성 제고</li> <li>-정보적 접근성 제고</li> <li>-경제적 접근성 제고</li> </ul>
Accumulation (축적)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-생태계 내 관계축적</li> <li>-지역자산으로 자본축적</li> <li>-지역정체성으로 문화축적</li> </ul>



- <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로, 지역활력 만들기 8대 전략, 20개 과제 (상세과제는 보고서 참조)

사람 × 터 × 문화 × 기획 = 삶 × (매력 ∼ 활기) = 지역 활력(Vitality)



## □ 세계 문화정책의 이슈들

### <2023년 글로벌 문화정책 포럼들의 주요 공통 키워드들 (WCCF, UCLG, IFACCA)>

공통 키워드	관련 이슈들
인공지능(AI)	생형형 기술, 진본성, 저작권, 새로운 문화자본주의, 접근성, 인간의 역할, 제도화, 미래
기후(Climate)	기후위기, 지속가능목표, 불평등, 미래세대, 문화예술의 사회적 역할
건강(Health)	웰빙, 문화예술의 사회적 가치, 문화기본권, 효과와 영향
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
도시(City)	로컬, 문화경제, 야간문화, 관광, 창조지구, 문화유산, 문화공간, 도시계획, 메가이벤트
예술(Art)	예술가, 창조산업, 표현의 자유, 융합, 저작권

(출처 : 서울문화재단 문화+정책 이슈페이퍼 Vol. 2023-12 “세계도시들의 문화정책... 흐름과 키워드”)



WCCF 2023 서밋 폐막식에서 8개 언어로 작성된 “지속가능발전(SDGs)을 위한 문화분야의 목표 상파울루 선언문(A Goal for Culture : São Paulo Manifesto)” 발표 (출처 : 상파울루시청)

- 문화의 사회적 역할 ~ 경제적 역할

IFACCA(2024) 『Culture as a public good』



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

 한국광역문화재단연합회  
The National Assembly of Foundations for Arts & Culture

한국광역문화재단연합회(2023)



# 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



□ 문화정책 이외 분야의 변화 중 문화가 관심 가져야 할 이슈

“가상융합경제발전전략 假想融合經濟發展戰略(Beyond Reality, Extend Korea)”(한국정부, 2020)

vs.

“The Immersive economy in the UK” (NESTA, Innovate UK, 2018)



**Creative Economy** (創造經濟 !) ➡ **Immersive Economy** (實感經濟 ?)

디지털문화미디어스포츠부 : DCMS(Department for Digital, Culture, Media and Sport)(2017.7.3.)

문화미디어스포츠부 : DCMS(Department for Culture, Media and Sport)(1997.7.14.)

국가유산부 : DNH(Department of National Heritage)(1992.4.11.)



## 문화정책 이슈와 트렌드가 궁금하면 [👉문화+정책 이슈페이퍼](#)

(서울문화재단 블로그에 매월 게시)

2024년	발간일	제 목 (이슈)
Vol 1.	2024.02.07	『2024년에 주목할 문화정책 이슈들』
Vol 2.	2024.03.06	『서울시 문화정책 20년, 그리고 미래 의제』
Vol 3.	2024.04.10	『숫자로 읽는 서울문화재단의 20년』
Vol 4.	2024.05.02	『사회문제해결 문화정책 현장 _ 지역문화재단들의 사례와 시사점』
Vol 5.	2024.06.05	『지역문화정책의 전환 - 문화분권에서 문화활력으로』
Vol 6.	2024.07.11	『지방시대와 지역-문화』
Vol 7.	2024.08.08	『지역-활력을 만드는 문화-매력』
Vol 8.	2024.09.04	『문화로 지역 활력 증진 - 실천 과제들』
Vol 9.	2024.09.26	『예술-기술, 인간-기계의 경계가 무색해지기 전에 확인해야 할 경계들』
Vol 10.	2024.10.17	『문화지표에 나타난/낼 문화예술의 변화』 1/2. 2025 유네스코 문화지표체계에 나타난 문화예술생태계의 변화
Vol 11.	2024.10.24	『문화지표에 나타난/낼 문화예술의 변화』 2/2. 문화지표의 본질적 한계를 극복하는, 제한적으로나마 합리적인 선택
Vol 12.	2024.11.07	『<Unfold X 2024>에서 읽히는 기술-예술-미래-인간』 1/2. <Unfold X 2024> 예술 우주선에 실려 온 미래 해독하기
Vol 13.	2024.11.21	『<Unfold X 2024>에서 읽히는 기술-예술-미래-인간』 2/2. <다이얼로그 X> 기술-예술 대화에 실린 인간-미래 이해하기
Vol 14.	2024.12.04	『외로움을 이기는 문화기술』

### [Vol. 2025-1 <2025년 트렌드와 문화정책 이슈>](#)



### (3) 중시하는 가치와 인재상 : 창의적인 문화기획자의 공공성?

□ 공공 문화기관에서의 일이란...

○ 행정-정책-기획-정치 복합체

행 정 (문화행정)			기 획 (문화기획)
	숫자(실적)		정동(情動)(콘텐츠)
	시스템 + 물적자원		마음/생각 + 신뢰자본
	숫자(목표)		말(비전)
정 책 (문화정책)			정 치 (문화운동)



## ○ 숫자-말-콘텐츠-정동이 개입되는

- <문화정책>과 <문화행정>은 모두 <숫자>를 만들고 주로 그것을 높이는 것을 추구
  - . 정책은 달성할 <목표로서 숫자>를 제시하거나 예산을 분배
  - . 행정은 그 숫자에 따라 공공자원을 집행하여 달성된 <실적으로서 숫자>를 제시
  
- <문화정치>와 <문화기획>은 모두 사람의 <마음>을 움직이는 것이 목표
  - . 문화운동을 하는 <문화정치가>는 비전을 제시하는 <말>로 사람의 마음을 움직임
  - . <문화기획자>는 감동적인 <콘텐츠>로 마음을 움직임
  
- 제시하는 성과 실적의 차이
  - . <문화행정>은 예산을 집행한 숫자로서 실적을 제시
  - . <문화기획>은 콘텐츠로 사람들을 감동시킨 성과를 자랑
  
- 집중하는 프로세스
  - . <행정과 정책>은 공공의 시스템을 통해 <물적자원을 운용>하는데 집중
  - . <정치와 기획>은 사람의 마음과 생각을 움직여서 <신뢰자본을 쌓는데> 집중

## □ 문화의 가치와 공공성 구현 원리에 대한 이해가 필요

○ 내가 하는 문화행정이 무엇을 투입해서 무엇을 더 산출해야 하는지 알아야...

- 공공행정의 혁신은 투입되는 자원과 산출되는 가치를 정확히 이해하는 것에서 출발<sup>10)</sup>

○ 3-I Values of Culture for ABC

- 문화의 경제적 가치와 본질적 가치까지 통합하여 가장 포괄적인 “사회적 가치”로 이해함

3-I Values of Culture for ABC				문화예술이 제공할 수 있는 가치요소와 시대에 따른 그 중요성 변화	
				예전에 더 중요했던 요소 (Tangible 요소)	새로 증시되는 가치요소 (Intangible 요소)
Social Value (사회적 가치)	Intrinsic Value (본질적 가치)		Artists & Academic (예술가, 학자)	이미지 (Image)	이야기 (Story)
	Economic Value (경제적 가치)	Industrial Value (산업적 가치)	Business (산업계)	현금 (Cash)	신용 (Credit)
		Instrumental Value (활용적 가치)	Citizens (일반시민)	발전성 (Development)	안정성 (Sustainability)

10) 김해보, 2007, 가치 중심의 혁신을 위한 공공문화서비스의 가치와 거래 방식에 대한 새로운 인식을 제안-지역문화재단의 공공혁신을 중심으로, 문화정책논총, 한국문화관광연구원

○ 문화는 당연히 <공공성이 있다>는 맹신과 <공공성을 띠어야 한다>는 선입견을 깨야 할 때

- 문화의 상품화, 사유화를 불편하게 보는 마음

문화보국이나 돈 벌이나...간송미술관 '국보 NFT' 발행 논란 (한국일보, 심지영, 2022.6.10.)

- 공동체의 참여로 만들어진 가치가 특정인에게 귀속되는 것을 부당하게 보는 마음

거창국제연극제 상표권 분쟁 군-집행위, 10억에 합의 (오마이뉴스, 윤성효, 2020.12.7.)

"거창국제연극제 상표권 10억 너무 과하다...군민 정서와 괴리" (국제신문, 김인수, 2020.12.9.)

- 전통문화유산의 사유화 vs. 개인 창작자의 정당한 권리 주장 vs 개인이 국가의 문화발전에 기여한 공로를 사적으로 보상 받을 수는 없는 구조적 문제 ?



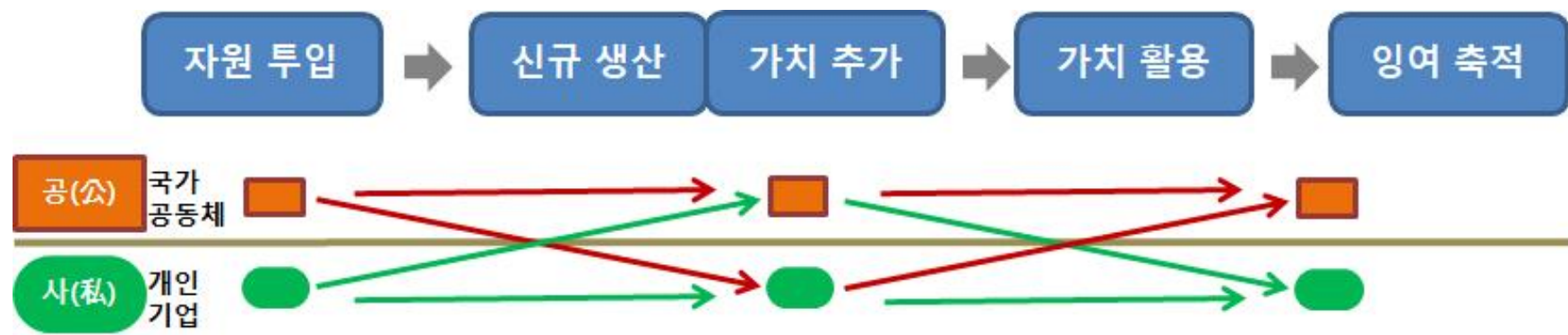
삼고무·오고무, 저작권 등록  
두고 '갑론을박'  
(출처 : 연합뉴스, 2018.12.17.)

'이매방 춤' 저작권 갈등 마침표...법원 "유족에게 권리" (연합뉴스, 김용래, 2022.5.24.)

삼고무 논란과 안무저작권의 미래 (홍승기, 저작권보호힘의 제도와 동향 2023 Vol 8, 한국저작권보호원, 2023)

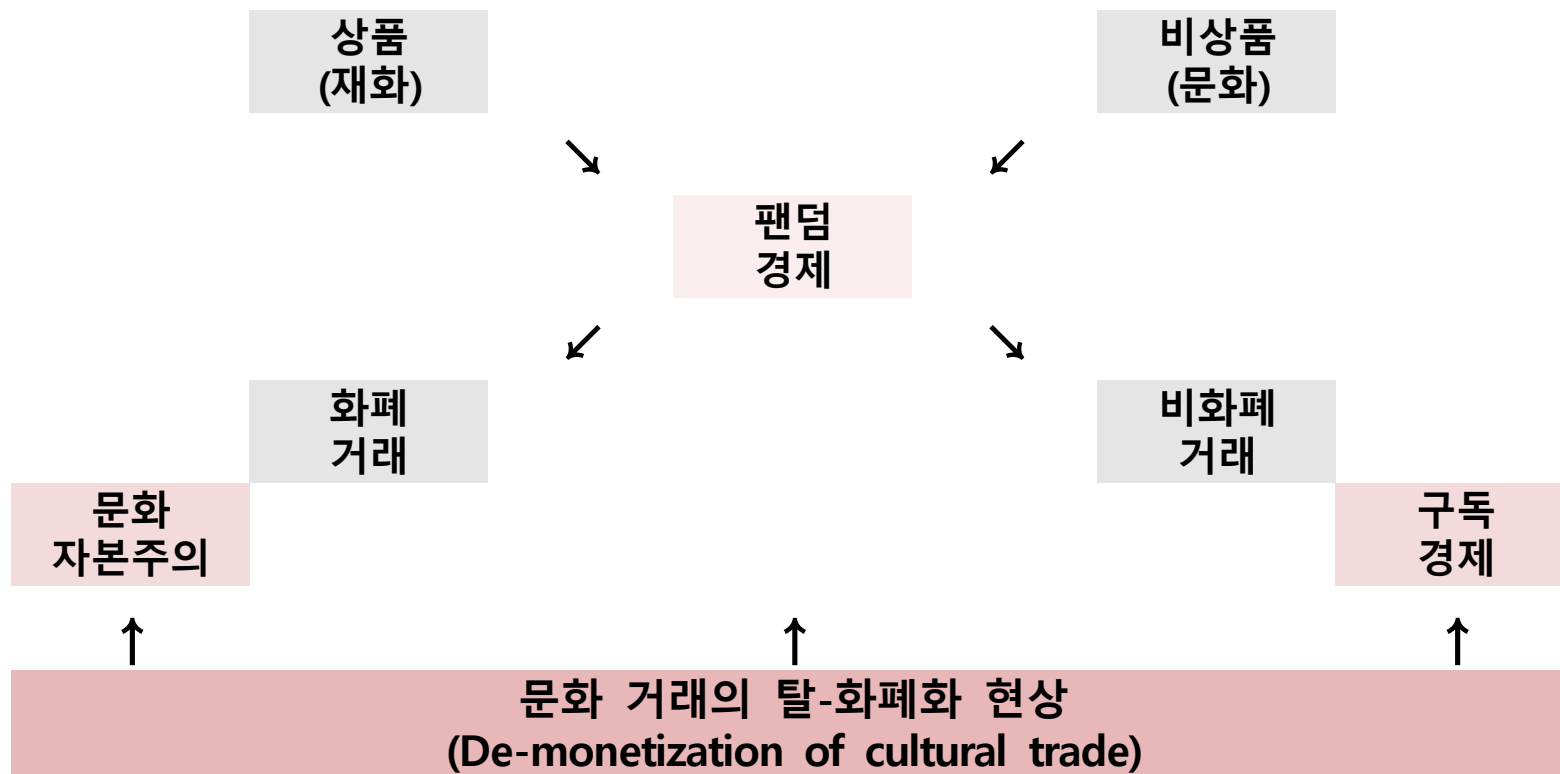
○ 단순하고 명쾌하지 않은 문화의 공공성 판단

- 문화적 가치의 생산과 축적의 주체로 공공성 식별하기
- 개인-공동체, 영리-비영리를 나누는 서양적 관점에서 벗어나야 할 때
- 특히 문화의 거래에서 비영리성은 당연선(善)이 아니며, 영리성은 탈화폐화 거래로 인해 은폐됨



문화가치 생산-활용-축적 단계별 주체에 따른 공사 구분						
연번	자원 투자	가치 생산	가치 활용	잉여 축적	해당 사례	공사 구분
1	공	공	공	공	공공기관의 문화서비스	공적
2	공	사	공	공(사)	창작지원사업 결과 예술작품 공연	공적(?)
3	공(+사)	사	공	사(공)	민간투자 방식으로 문화시설 건립	공적(?)
4	사	사	사	사	민간 문화산업체의 프로덕션	사적
5	사	공	공	공(사)	사립 박물관에서의 공공지원 인문학 강좌	공적(?)

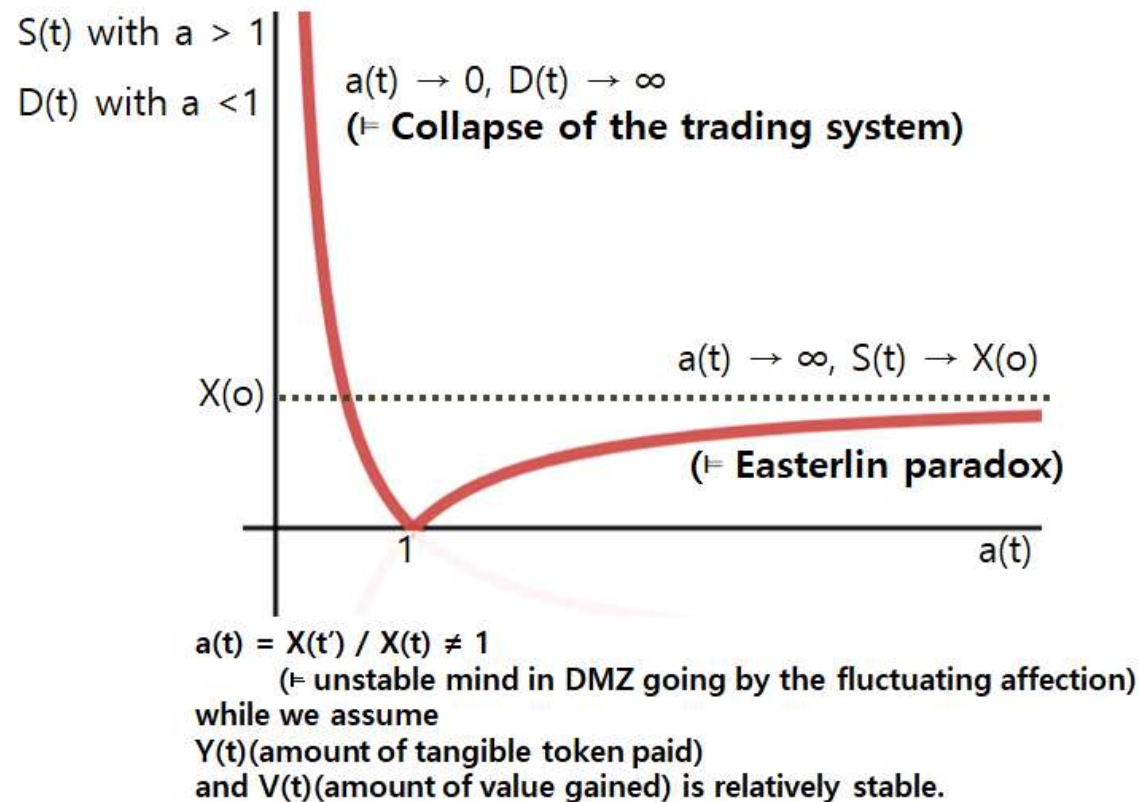
- 문화의 주요 거래 플랫폼이 된 <DMZ : de-monetization zone of culture>에 대한 이해와 견제 필요
  - 가치와 가격이 화폐와 신용토큰의 형태로 치환, 거래되는 탈화폐화(de-monetization) 현상
  - 은폐되는 영리성, 버려진 비영리성 : 기업은 비영리라는 이름으로 영리성을 숨기며 달성하는데, 공공은 수익성이라는 명분으로 영리성을 내놓고 추구하면서도 달성하지 못함
  - 문화의 “탈물질화(제도화, 디지털화)”, “탈문화화(상품화)” 현상과 함께 문화자본주의를 견인하는 새로운 현상



○ 문화의 가치거래를 이해하는 “감정경제학”<sup>11)</sup>이 필요한 시점

- 문화의 가치 거래는 수요-공급 곡선이 아니라 만족-불만족 곡선을 따라 일어남

<탈화폐화 되는 문화가치 거래 양상 이해를 위해 도입한 감정경제학의 만족-불만족 곡선>



<출처 : 김해보, 2023>

11) “문화의 탈화폐화 지대(DMZ : De-Monetization Zone)” 안에서의 “감정경제학” ; “문화경제(cultural economy)”를 넘어 “문화경세제민(Cultural 經世濟民)”으로 나아가기 (김해보, 2023 World Conference on Cultural Cities, City IDEAS, 중국 청두시, 2023.10.16.)

## □ 공공 문화기관에 필요한 네 가지 인재상

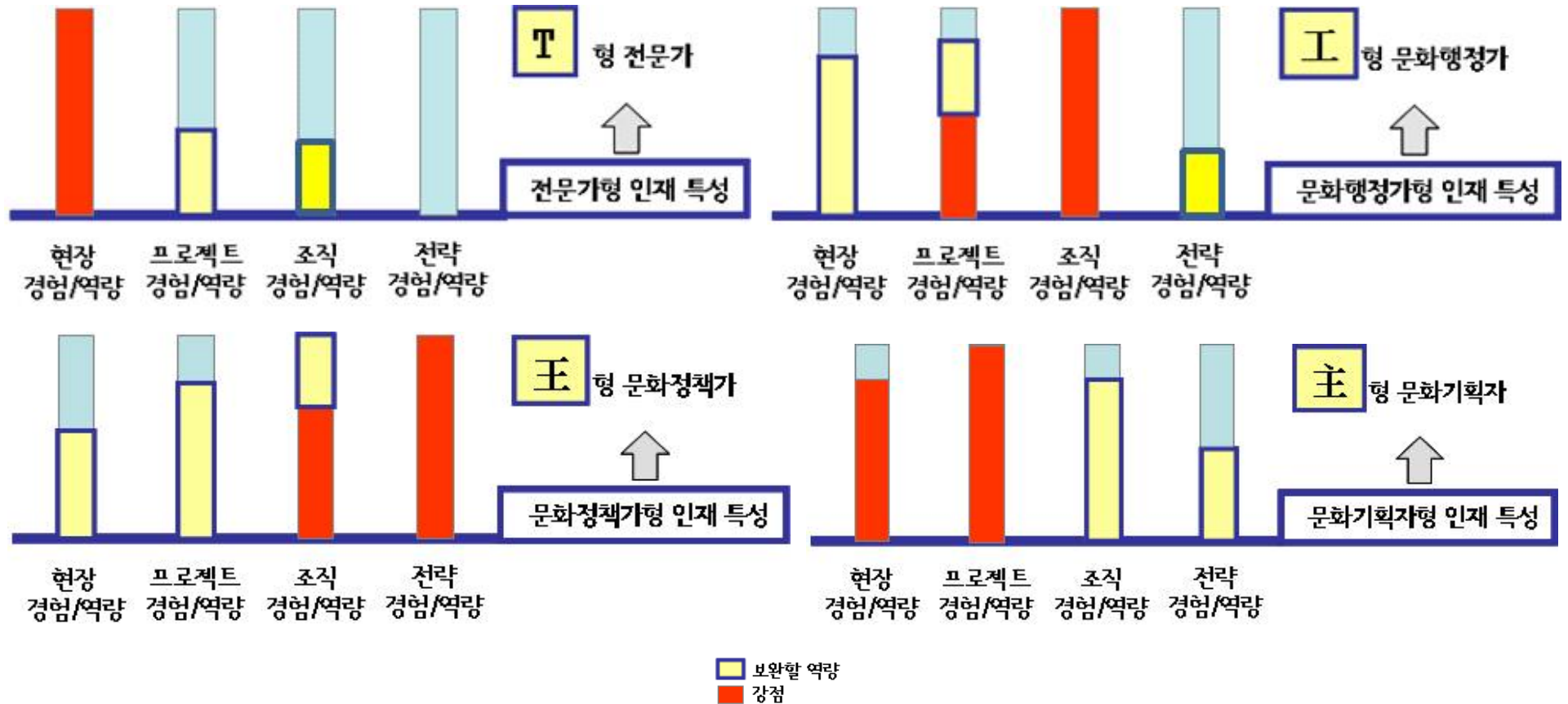
### ○ 전문성-창의성-공공성을 갖춘, <T자형 전문가>부터 <주자형 정책가>까지

- 직책과 직위에 따라서 요구되는 인재상과 업무 방식도 달라짐
- 조직 차원에서 자기 업무영역을 넘어서 계속 자극받으며 성장하도록 도와야

### <지역문화재단 직원이 지향할 4 가지 인재상>

인재 유형	강점 및 특징	보완할 사항
<b>T자형 현장전문가</b>	-문화예술현장 특정분야에 대한 깊은 이해와 전문지식	-분야를 넘어서는 통섭적인 이해와 커뮤니케이션 -공공 마인드 및 제도에 대한 이해
<b>고자형 문화행정가</b>	-공공 조직 업무 경험 -법규와 공공성에 대한 이해	-예술현장에 대한 이해 -업무분장을 넘어서는 오지랖 넓은 호기심과 창의성
<b>주자형 문화정책가</b>	-조직단위의 전략 개발 능력 -단위조직과 영역을 넘어서는 정책적 조망능력	-전략과 실제의 차이에 대한 경험적 이해와 실천력
<b>주자형 문화기획자</b>	-다양한 예술현장생태계와 정책변화에 대한 이해 -프로젝트 기획과 관리 역량	-자기 기획 프로젝트 단위가 아닌 조직관점의 사고 -책임감과 공직윤리

#### <4 가지 인재상들의 역량 분포와 보완 필요성>



(출처 : 김해보, 2014<sup>12)</sup>)

12) 김해보, 2014, 지역문화재단 인력의 전문성 제고 방안, 예술경영지원센터 문화예술 기획경영 인력양성 심포지엄



## □ 공공행정을 혁신할 <주자형 기획자>를 넘어, 어느 조직에나 필요한 <— 자형 리더>까지

### ○ 주자형 문화기획자

- “주자형 문화정책가” 위에 자기 주관(‘)과 창의성까지 갖춘 인재상
- 문화행정가의 이상적인 인재상.
- 자칫 자기 기획 프로젝트 단위로 사고하여 조직 전체를 고려하는 책임감과 공직윤리가 부족할 위험성

### ○ — 자형 리더

- 어떤 것을 만나더라도 그것을 수용하고 가치를 담아서 빛내줄 수 있는 접시와 같은 리더십이 중요
- 리더가 너무 자기 색깔이 강하면 구성원들의 다양한 색깔과 장점들을 다 담아내지 못해.
- 모양을 갖춘 병보다는 그냥 넓은 접시에 가까운, <— 자(플랫폼)형> 인재 필요

### ○ ; 자형 기억전달자

- 조직의 일에서 떨어져서 객관적으로 관조하고 일의 의미를 읽어주는 역할도 중요
- 조직의 관점과 개인 취향을 최대한 버리고, 대신 철학적 지향점은 분명히 가지고 일의 의미를 통찰하고 후배들에게 전달하는 선배도 필요함.

## 기획자의 길

- 예술을 사랑하라. 그리고 예술가를 존중하고 아껴라.
- 자신의 기획이 예술을 훼손시키고 예술가를 소모시키는 일이 되지 않게 하라.
- 기획하고자 하는 일을 완벽히 이해하고 가치를 인식하라.  
모든 손실은 분명하지 않은 의도에서 비롯된다.
- 기획함에 있어 사회와 나라, 그리고 세계에 이익이 되게 하라.  
이를 버릴 때부터 길은 비틀어지게 마련이다.
- 기획함으로 이름을 빛내려 하지 마라.  
진정한 명예란 결코 쫓는 사람에게 붙들리지 않는다.
- 자신의 발전을 항상 꾀하라. 그러나 지식에 빠지지는 마라.  
지식이 부족하면 보충하되 과잉하거든 신중하라.
- 앞서가는 예술가를 가까이 하라.  
그러나 무모한 예술가는 멀리하라.  
앞서감과 무모함이 백지 한 장 차이임을 함시 기억하라.
- 대중과 목마름을 같이 하라.  
대중의 취향을 탓함은 대체로 질적인 면에서의 결함이나 홍보의 실패를 감추려는 짓이다.
- 과정을 완벽하게 하라. 실재가 완벽해 질 수는 없기 때문이다.
- 남이 할 일을 자기가 하려 하지 마라.
- 매스 미디어를 매수하려 하지 마라. 그보다 항상 매스컴을 돕는 마음을 가져라.
- 비평가에게 아부하거나 또는 그들을 매수하려 하지 마라.  
이에 넘어가는 비평가의 글은 결코 참되지 않기 때문이다.

1988년 3월

강 준 혁

故 강준혁 선생님의  
"기획자의 길"

<출처 : 사단법인  
문화다움>

## 문화-예술 업(業)에 대한 이야기

### (1) 이제 어떤 문화, 어떤 예술 : Culture as Algorithm?

#### □ 정책의 문화?

○ 문화의 개념은 국가 정책 안으로 들어가서 그 업무 범위 수준으로 좁아지기 마련이며, 재확장이 필요

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		지역-문화
개념의 근거	문화주체들의 인식	문화예술 진흥법	문화기본법	지역문화진흥법		지방시대 문화정책

## ○ 고유한 문화 ~ 전통 문화?

- 지역의 정체성 ~ “고유한(unique) 지역문화”의 “고유성(固有性)” ~ 원래 아주 오래전 옛날 전쟁 이야기를 뜻하는 “오래된 것(古)”을 성으로 에워싸서(口) 지켜온(固) 것
- 전통 지키기에 사로잡혀 동시대의 변화와 다양성을 포섭하며 진화하는 문화의 본성을 모두 담지 못함.
- <지역문화의 고유함>을 “옛날부터 오랫동안 굳게 지켜서 온 것”(固有)이 아닌 “지금 현재 존재하게(有)하는 이유”(故)로 이해하고 매력자원으로 활용하기 필요

지역의 고유성을 나타내는 지역문화의 의미	
固有性 고유성	굳게 지켜 온 오래된 것 !
故有性 고유성	고로 존재하게 하는 이유 ?

## ○ 정책이 지원하는 예술 ~ 순수한?

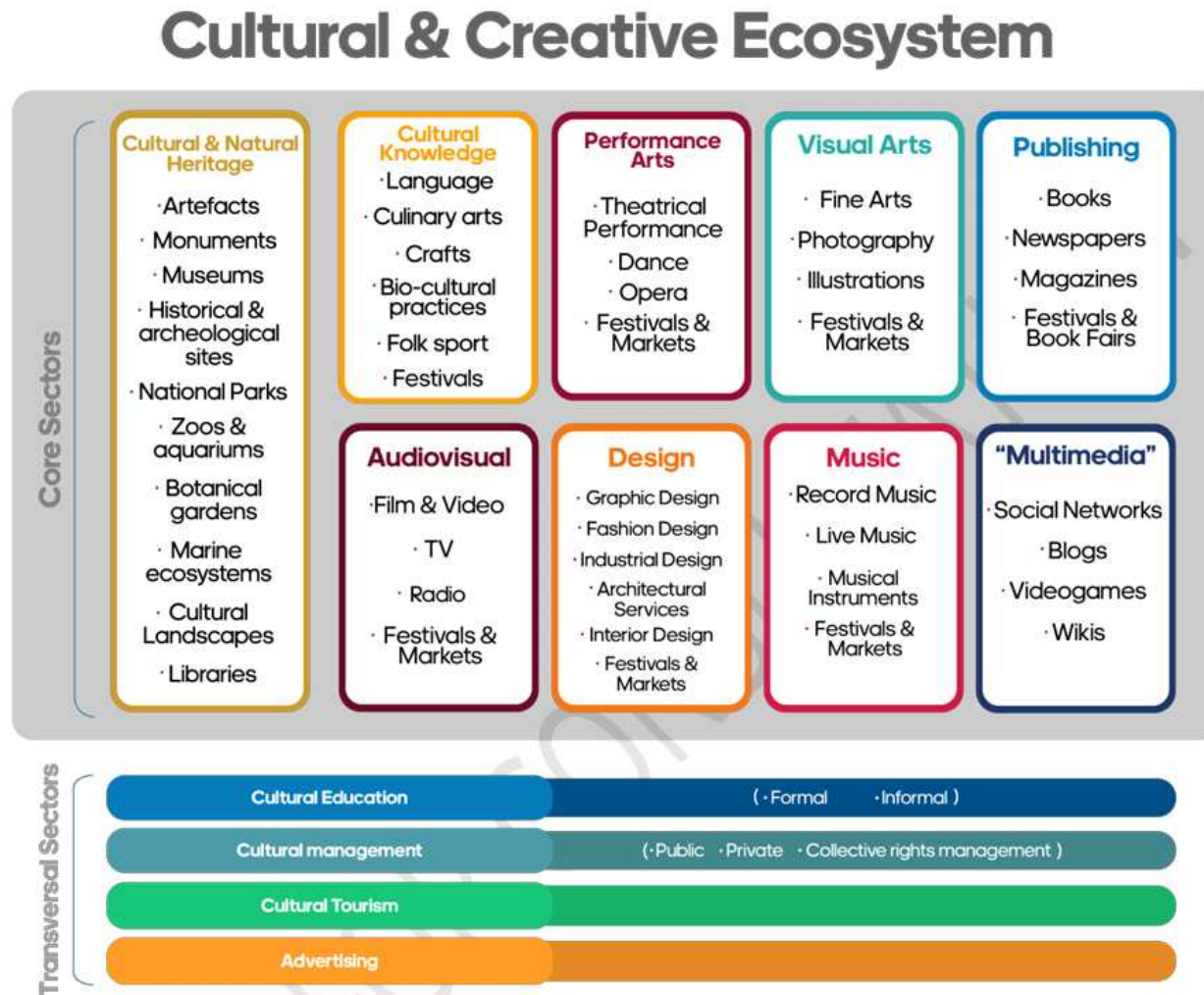
**문화예술진흥법 제2조(정의)** ①이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “문화예술”이란 문학, 미술 (응용미술을 포함한다), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판, 만화, **게임, 애니메이션 및 뮤지컬 등** 지적, 정신적, 심미적 감상과 의미의 소통을 목적으로 개인이나 집단이 자신 또는 타인의 인상(印象), 견문, 경험 등을 바탕으로 수행한 창의적 표현활동과 그 결과물을 말한다.

계기	1972년 법 제정	1987년 일부 개정	1995년 전부 개정	2013년 일부 개정	2022년 일부 개정
변화	-4개의 예술 장르와 1개의 비예술 부문 열거  · “이 법에서 문화예술이라 함은 문학·미술·음악· 연예 및 출판에 관한 사항을 말한다”	-열거주의 유지  · 무용, 연극, 영화 추가	-10개 예술 장르와 2개 비예술 부문으로 외연 확장  · ‘미술에 응용미술을 포함’하고 ‘국악, 사진, 건축, 어문’ 추가 · ‘국악’을 ‘음악과 별개로 규정 · ‘어문’이 추가됨으로써 예술 영역과 구분되는 문화 영역의 정책 대상이 가시화 · 제2호에 문화산업 정의 조항도 추가되면서 문화예술이 문화산업의 토대인 기초예술로 이해되는 기반 마련	-만화 장르 추가  · “문화예술이란 문학, 미술 (응용미술을 포함한다), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판 및 만화를 말한다”	-게임, 애니메이션, 뮤지컬 장르 추가  -장르나열 후 “등” 추가하여 확대해석 가능성 제공  -일반개념 규정방식 추가

### <문화예술진흥법의 문화예술 정의 조항 변화 연혁>

○ 유네스코가 새로운 틀로 계측하고 싶어 하는 “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

(출처 : 유네스코, 2024)<sup>13)</sup>

13) 2025 UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS (유네스코 문화예술통계 프레임 – 2025년 수정 예정 버전) (유네스코, 2024.7.12.)

□ 현실에서는....기존의 관념으로는 이해/정의하기 힘든 희한한 문화현상들?



국제사진대회 수상작, 알고 보니 AI 제작...출품작가 "논쟁 촉발 의도" 수상 거부 (선명수, 경향신문, 2023.4.18.)

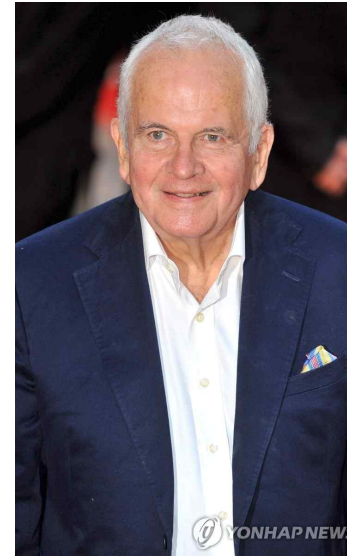


AI 로봇 아이다의 튜링 초상화 "AI God", 소더비서 15억에 낙찰..."미술 시장 신기원 열어" (임대준, AI타임스, 2024.11.9.)





비틀즈의 AI 합성곡, 그래미상 2개 부문 후보로 노미네이트  
(임대준, AI타임스, 2024.11.9.)



죽은 배우가 어떻게  
출연?... '에이리언7' AI 생성  
캐릭터 논란 (임미나,  
연합뉴스, 2024.8.22.)

## 이들의 공통점 ~ 가상화된 인간들



‘레이스칩’ 웹사이트에 나와 있는 디지털 버전의 리오넬 메시

기대 반 두려움 반 ... 일부 유명인들이 AI 딥페이크 기술을  
받아들이는 이유 (닉 마쉬, BBC뉴스, 2023.7.21.)



□ 기계가 주도하는 문화 ~ Culture as Algorithm (알고리즘으로 존재하는 문화)(김해보, 2023)<sup>14)</sup>

○ 문화 주체의 역량이 역전되고 있는 상황

- AI는 인간과 감정까지 소통하는 기술을 발전시키고, 외로움을 달래는 반려AI에 디지털 애착장애를 보이는 인간의 소통하는 능력이 퇴화하는 지금

구분		문화의 특징	정책적 이슈들
<b>Culture as Algorithm</b> (알고리즘으로 존재하는 문화)	Culture on the Algorithm	디지털화된, 가벼워지는	-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	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 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	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)

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

# Culture on the Algorithm



출처 : “무료 좌석에서 이렇게나 가까이?...’메타버스 뮤직 페스티벌’ 현장 속으로  
(윤영주, AI타임스, 2022.6.29.)



## NFT 작품의 가격 높이기 위해 자기 작품을 불태우는 데미안 허스트

(출처 : “NFT 위해 작품 4000여 점을 태운다고? 데미안 허스트가 또 일을” (이은주, 중앙일보, 2022.10.12.))

## 가상팬티·가상자동차·가상식품..가상상품 상표 출원 1년 새 42배 폭증 (윤희일, 경향신문, 2022.7.14.)

...14일 특허청에 따르면 가상상품 관련 상표출원 건수는 2010년부터 2019년까지 10년 간 20건으로 연평균 2건에 그쳤으나, 2020년 6건, 2021년 17건, 2022년(5월말 현재) 717건으로 늘어났다...특허청은 가상상품의 인정 범위를 대폭 확대하는 내용 등을 담은 '가상상품 심사지침'을 마련, 14일부터 시행에 들어갔다...특허청 관계자는 "지금까지는 '내려받기 가능한 이미지 파일', '가상의류가 기록된 컴퓨터 프로그램' 등의 형태로 상품 명칭이 인정됐지만, 앞으로는 '가상의류', '가상신발' 등 '가상+현실상품'의 형태로 된 명칭도 인정해주게 된다"면서 "가상상품도 현실상품의 성질을 반영하여 세부적으로 구분하기로 한 것이 특징"이라고 설명했다.

## [상표] 메타버스 등 가상공간 내, '가상상품' 상표출원 심사지침 바뀐다 (염현철, 특허뉴스, 2022.7.13.)

### 가상상품 심사처리지침

#### 1 가상상품 명칭 인정 여부

- 포괄명칭인 '가상상품(Virtual Goods)' 자체를 제외한 ①가상상품+기존 상품명칭, ②구체적 현실상품의 가상상품 명칭 인정

- 가상상품(Virtual Goods)과 관련하여 ①가상상품+기존 상품명칭, ②구체적 현실상품의 가상상품 명칭은 상품명칭으로 인정

< 예시 >

구분	상품류	출원상품	명칭인정여부	보정예시
1	9	다운로드 가능한 가상상품	불인정	다운로드 가능한 <u>가상의류</u>
2	9	가상상품이 기록된 컴퓨터 프로그램	불인정	①가상상품이 기록된 <u>가상세계</u> 컴퓨터 프로그램 ②가상상품이 기록된 <u>가상세계</u> 게임용 컴퓨터 프로그램
3	9	가상의류	인정	-

#### ② 가상상품과 현실상품간 유사판단

- 가상상품은 현실상품의 명칭과 주요 외관 등 일부를 포함하고 있으나 사용실태가 일치하지 않으므로 심·판결례 형성 전까지 비유사 추정



- \* 주지·저명한 상표 등은 가상상품과 현실상품 간의 출처의 오인·혼동 발생 우려가 있는 경우 제34조 제1항 제11호(혼동가능성) 및 제12호(수요자기만) 적용

# Culture by the Algorithm



**릴 미켈라** 19세 여성, LA 거주  
**인스타 팔로워:** 300만 명 **제작사:** 미국 스타트업 브러드  
**활동:** 샤넬, 프라다, 캘빈 클라인 모델, 싱글 앨범 발매(영국 스포티파이 8위) **수익:** 2020년 130억원



**이마** 20대 초반 추정, 여성  
**인스타 팔로워:** 34만 명 **제작사:** 일본 스타트업 AWW  
**활동:** 이케아 광고 모델 **수익:** 2020년 약 7억원



**루이 리** 22세 여성  
**유튜브 루이커버리(RuiCoverly) 구독자:** 2만3000명  
**제작사:** 디오비스튜디오  
**활동:** 여행 브이로그, 노래 영상 커버, 쇼핑몰 모델



**김래아** 23세 여성, 서울 거주  
**제작사:** LG전자 **인스타 팔로워:** 1만2500명 이상  
**활동:** 싱어송라이터 겸 DJ, 올해 초 CES 2021 프레스 컨퍼런스에 등장

출처 : "[Her?할!]"사람도 아닌데...1년에 130억원 번다"(김근욱, 뉴스1, 2021.7.22.)



가상아이돌 그룹 플레이브, 제공|블래스트

"인간이 아니었다"...'또 최초 1위' 男 아이돌, 누구길래 (매일경제, 2024.8.21.)

**더 무서운, 보이지 않는 손 ~ 문화 조작 블랙박스**



# Culture for the Algorithm



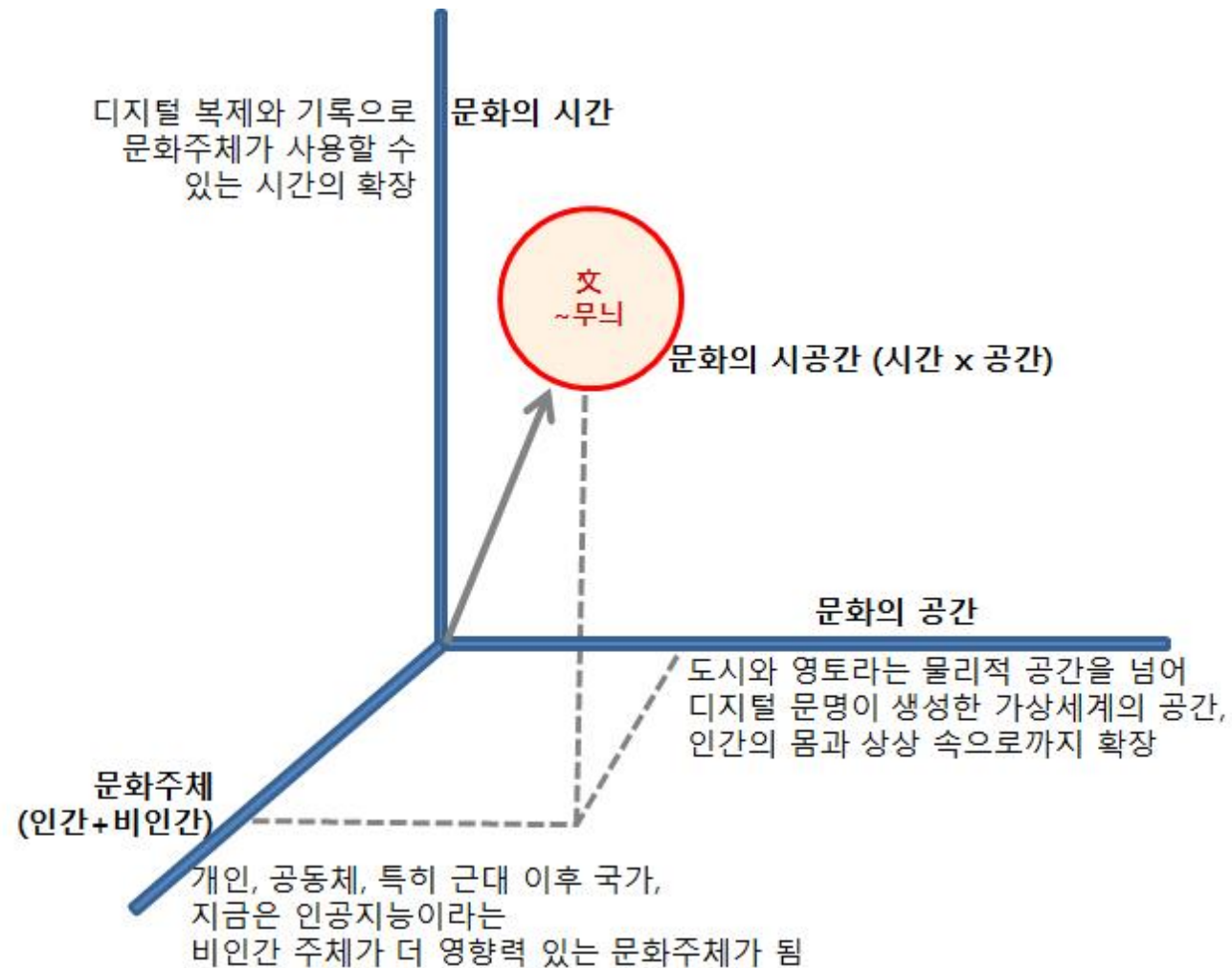
출처 : 내 사투리,  
인공지능에게 팔고 돈 번다...  
솔트룩스, '한국어 방언 AI  
데이터' 구축사업 (최광민,  
AI타임즈, 2020.11.4.)



흑인 인어공주 실사영화를  
백인 애니메이션으로 바꾼  
영상  
(출처 : '흑인 인어공주'가  
백인으로 변신..AI 영상  
놓고 인종차별 논란  
(정윤섭, 연합뉴스,  
2022.9.17.))

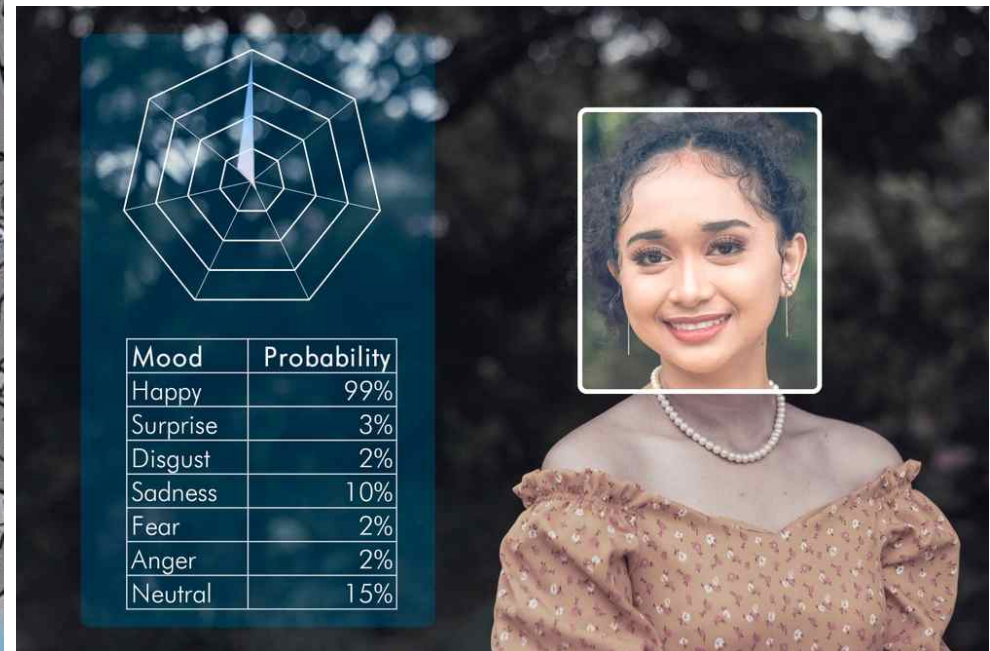
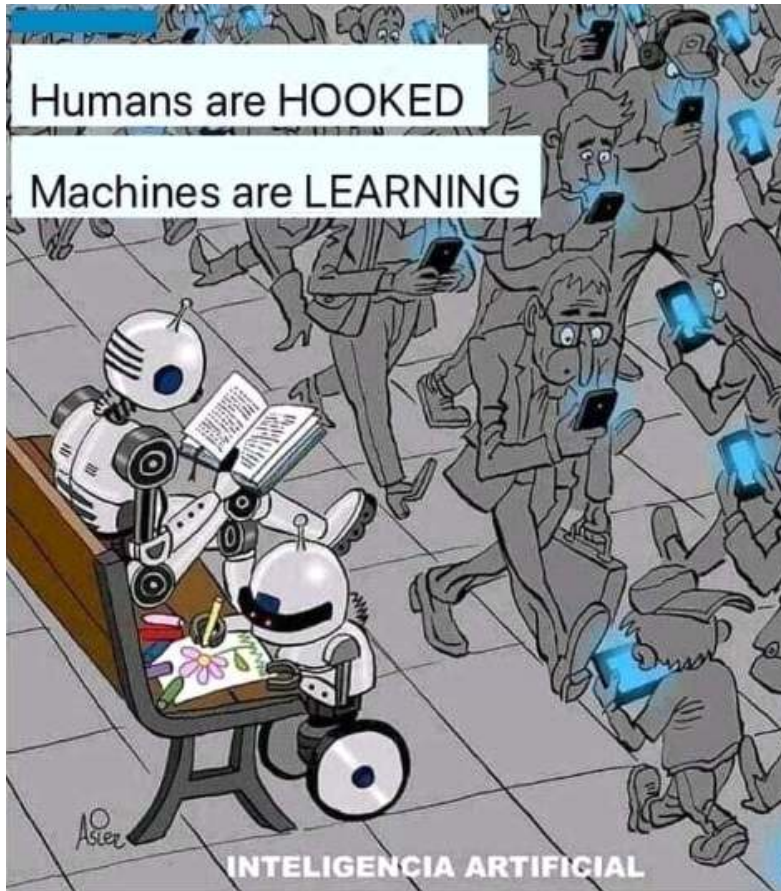
## □ 문화 재정의하기 = 변화하는 동시대 문화 이해하기

○ 문화의 시공간과 문화의 주체들이 기술발전과 사회변화로 확장되었다는 점을 인식해야



## (2) 인간의 일(業) : 인간의 문화와 인간의 예술

□ 인간과 비슷해지려고(?) 인간보다 더 열심히 인간을 공부하는 기계

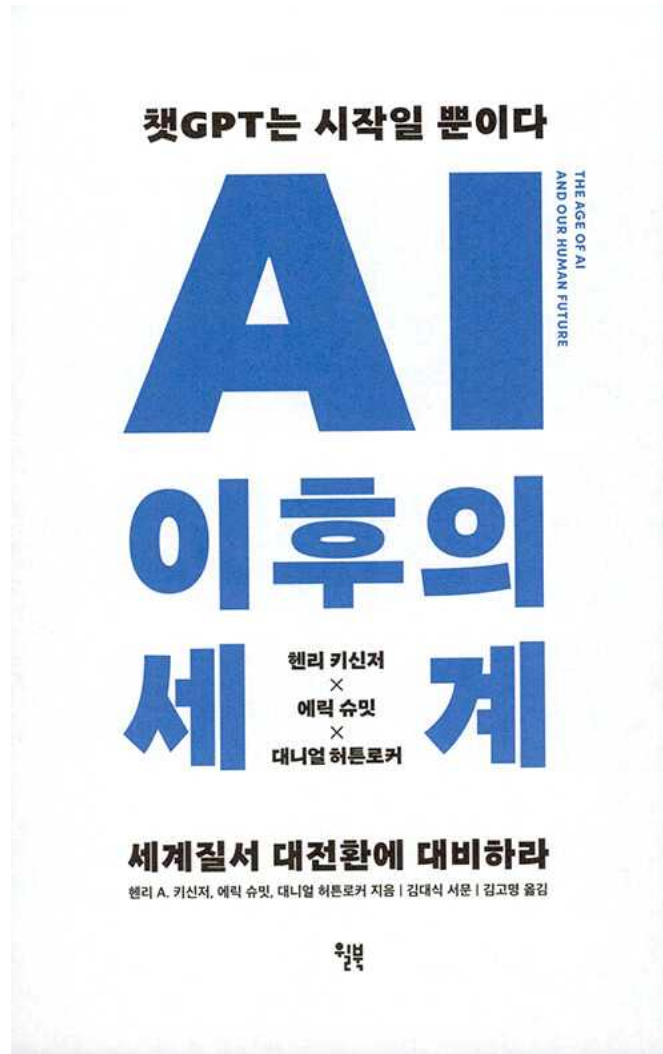


15)

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



## □ 인간의 자유의지와 존재 가치에 대한 의문



...인간은 혼자서 조용히 생각할  
시간과 “용기”를 잃어버렸다

...주어진 정보에 자신의 소신을  
엮어서, 그것을 지식에서 지혜로  
전환시키지 못한다

...은연중에 작용하는 AI의 위력  
앞에 과연 인간의 “자유의지”가  
존재할 수 있는지 의문이다...

16)

<AI 이후의 세계> (헨리 키신저 외, 2023)

16) 『AI 이후의 세계』 (헨리 키신저 외 저, 김고명 역, 2023) (The Age of AI and Our Human Future (Henry A Kissinger·Eric Schmidt·Daniel Huttenlocher, 2021))

## □ 인간중심(Human-Centered) 에이전트 AI 기술의 역설<sup>17)</sup>

Human	Ai
Principal	Agent
욕구	반응
질문	답변
과업 요구	과업 수행
무능	유능
유력(有力)	무력(無力)
죽는 생명체	죽지 않는 무생물
유한성	무한성
Time of Machine learning Human	Time of Human learning Machine

▷ **Human** (humus : 흙으로 만든) ⇒ 근원, 질료 관점

▷ 人 (人 : 서 있는 사람 모습) ⇒ 성품, 독립 주체 관점

▷ 人間 (사람 사는 세상) ⇒ IOT + IOB + 인지반응 = LTV(Life-Time-Value)의 원천

▷ **사람** (사람) ⇒ 살고, 알아 가는 주체

17) 『2025년 트렌드와 문화정책 이슈』(김해보, 문화+정책 이슈페이퍼 Vol. 2025-1, 서울문화재단, 2025.1.16.) 중..."인간은 애초부터 자본이 구동하는 기계의 존재 <이유>이며 <자원>이며 <목적>이 됩니다. ...더 나아가서 기계가 제공하는 서비스에 대한 반응과 이에 상응하는 피드백, 결국 돈을 얻어내는 자본주의의 목적을 위해 인간을 가운데에 둔다는 뜻이 될 수도 있습니다. 마케팅에서의 <Life Time Value(고객 생애 가치)> 개념을 적용하면, 지금 인간은 단순히 Ai 서비스를 소비하는 것뿐만 아니라, 평생 동안 삶의 모든 순간 발생하는 데이터를 Ai에게 제공함으로써 LTV를 제공하고 있는 형국입니다."

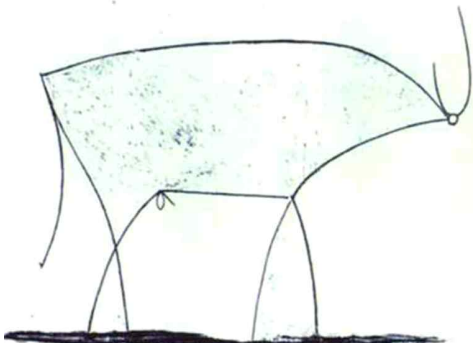
## □ 인간의 생존 기술로서 예술, 그것을 지원하는 문화-예술 업(業)

### ○ <호모 심볼리쿠스 : 상징적 인간>에게 예술은 생존 기술

#### - 베르그송의 <호모 파베르 : 도구적 인간> vs. 루이스 멍퍼드의 <호모 심볼리쿠스 : 상징적 인간>

'인간(person)'의 어원은 라틴어의 '가면', 즉 '가림'에서 비롯됐다고 말하면서 멍퍼드는 인간 최초의 발명품은 바로 자기 인간 자신이었다고 강조한다. 인간이 가장 열심히 살피고 변화시키고자 한 것은 꿈, 의례, 언어 등의 상징과 자신의 몸이었다... <루이스 멍퍼드> (문종만, 커뮤니케이션북스, 2016) 중

- 기계가 인간보다 더 잘 할 수 있는 단순한 모방과 창조 활동을 너머, 의미를 찾는 것이 인간의 예술
- 인간은 감각 영역 너머에 존재하는 "실재(real)"의 의미를 찾고 자기화하여 재구성하고 싶어함.
- 일상에서 만나는 수 많은 데이터를 맥락적으로 이해/저장하려는 뇌의 효율성이 낳은 추상화/개념화 과정  
= <문화+예술>이라는 생존 기술



Picasso, series

피카소의 소 시리즈



유네스코 세계유산 프랑스 쇼베 동굴벽화 (3만6천년 전 조성 추정)



반구대 암각화 - 물고기 77마리, 육지동물 91마리, 사람 11명, 새끼를 얻고 다니는 귀신고래 등 고래 그림이 많음

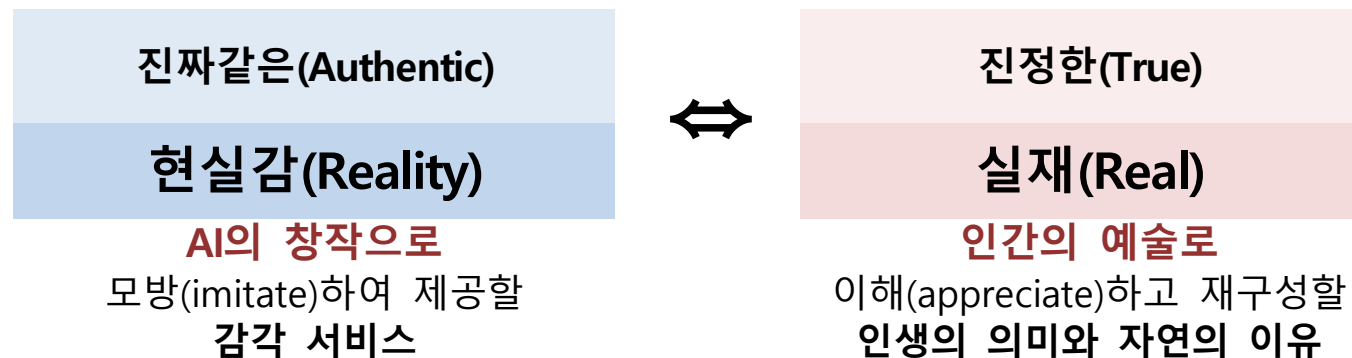
울주 반구대 암각화 (청동기 초기 조성 추정)



철포신흥리 옷판 별자리 암각화 (청동기 시대 조성 추정)

○ 숙명적으로 <죽는> 개인의 <문화적 영생>을 위해 습득한 <예술하는 습성>

- 숙명적으로 “죽는 몸”을 가진 인간이 더 큰 존재로 살아가기 위한 소통과 개별자로 계속 살아갈 이유를 만들어 내기 위해 개발한 생존기술이 예술
- 연결된 사회 속에서, 예술하는 인간의 활동이 없으면, 국가와 제도와 기술이 만든 문화가 전승될 뿐.
- 인간 모두는 “예술하는 존재”, 문화의 다양성을 공급하며 사회를 건강하게 유지하는 데는 인간의 “예술하는 습성”이 필요



○ 인간의 인간다움을 지켜줄 문화활동을 지원하는 인간의 <문화-예술 업(業)>

- 문화의 가치 전승과 확산하기
- 문화 생산과 향유의 주체로서 인간의 문화생활 지원하기
- 문화의 진화를 위한 변이 바이러스 같은 예술 창작 활동 지원
- 인간과 기계의 문화생산에 쓰일 문화 자원 개발하고 지원하기
- 기계의 문화가 인간의 문화를 위해 쓰일 수 있도록 제어하기



○ 변화하는 시대에 <질문하고 의미를 만들 줄 아는 역량>이 문화-예술 관련 업에서 핵심 역량!


- 기계의 작동에 방향을 정해주는 것은 인간의 질문
- 개인과 사회의 <재생산>의 과정으로서 문화예술 일은, 의미를 해석하고 해체하고 다시 만드는 과정
- 문화행정으로 제시하는 숫자에 의미를 담지 못하면, 일을 할수록 허전해져서 지치게 됨.
- AI가 이미지와 스토리를 인간보다 더 빨리 더 잘 만들어 낼지라도 그것에 의미를 부여하거나 새로운 의미를 제시하는 것은 결국 인간임.
- 변화하는 문화의 가치와 공공성 구현의 매커니즘을 이해하고, 자기가 하는 일의 의미를 만들고 널리 공유하는 사람이 스스로도 지치지 않고 사회에 생기를 불어넣을 수 있음.

### (3) 새로 공유해야 할 문화의 개념 : 개취 존중 문명자화

#### □ <나의 문화 : My Culture> 시대 개취의 공공성

##### ○ 개별성이 중요한 <나의 문화 : My Culture> 시대

- 알고리즘 문화기계가 문화 데이터로 학습하여 “취향저격 서비스”를 제공하는 시대
- <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 서적들을 종합하여 도출한 트렌드 키워드			
분석의 차원	트렌드 구성요소	2025년 트렌드 종합	상호 연결성
개인(+사회) 차원	취향과 가치관 변화 인간관계 변화 소비 중점 변화	기술로 초연결되는 세계 (Hyper-Connected World) + 인간을 지향/대체하는 AI (AI forwards Human) + 기계와 공유하는 취향 “나의 문화” <sup>18)</sup> (Ai-Empathized My-Culture)	 Powered by Ai & Data
기술(+문명) 차원	서비스 변화 기업의 혁신 사회구조 변화		
세계(+지구) 차원	국제 정세 기후 문제 전 지구적 변화		

<출처 : 김해보(문화+정책 이슈페이퍼 Vol 2025-1, 서울문화재단, 2025.1.16.)>

18) “Be C-lobal ; 글로벌 플랫폼 시대에 로컬콘텐츠의 매력 살리기” (김해보, 한국문화산업학회 2023년 춘계학술대회, 2023.5.13.) 참조 “...‘문화라는 데이터’로 학습하여 ‘인간화된 알고리즘’이 사람들에게 “나의 문화(my culture)” 서비스를 제공하고 있습니다.... 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.”

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

트렌드 전망 종합분석 사례	종합분석 통해 제시하는 트렌드 키워드	비고(중심 관점)
<b>‘진정한 나’를 찾는 2025년</b> (한경비즈니스, 2024.11월) <sup>19)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 셀프-다독임</li> <li>- 나의 발견</li> <li>- 건강한 고독</li> <li>- 취향 투자</li> <li>- 기간제 커뮤니티</li> </ul>	개인+사회
<b>2025 주요 소비 트렌드 키워드</b> (대한상공회의소, 2025.1월) <sup>20)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 라이프 DIY : <b>나만의 조합</b> 찾기</li> <li>- Ready to Use : 시성비 중요</li> <li>- 미니멀 키트 : 소규모 장보기</li> <li>- 퀄업(Qual-Up) : 품질에 대한 기대감</li> <li>- <b>리스크 프리(Risk-Free)</b> : 실패 가능성 최소화 전략</li> <li>- <b>아트슈머(Artsumer)</b> : 기능을 넘어 예술적 감각과 미적가치 중시</li> </ul>	개인+기술
<b>챗GPT로 분석한 2025년 마케팅 트렌드</b> (디지털인사이트, 2024.10월) <sup>21)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>개인의 가치와 감정 중시</b></li> <li>- 지속 가능성과 <b>환경 의식</b> 강화</li> <li>- <b>초개인화</b> 및 맞춤형 서비스</li> <li>- 일상 속의 작은 즐거움과 단순함 추구</li> <li>- 디지털 기술의 인간화 및 융합</li> <li>- 상호 <b>연결성과 협력</b>의 중요성</li> <li>- 삶의 효율성과 낭만의 균형</li> <li>- 안정과 <b>무해함</b>에 대한 요구 증가</li> </ul>	개인+사회+기술
<b>Trend 2025 글로벌 트렌드 9</b> (입소스 코리아, 2024.10월)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세계화 속 <b>탈세계화</b></li> <li>- <b>분열된</b> 사회</li> <li>- <b>기후</b> 변화</li> <li>- 기술 와우</li> <li>- <b>건강</b>에 대한 높은 관심</li> <li>- 과거로의 여행</li> <li>- 혁신적 허무주의</li> <li>- 신뢰의 힘</li> <li>- <b>나에게로</b> 탈출</li> </ul>	개인+사회+기술+세계

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

19) 현재에 집중하고 가벼운 만남만... '진정한 나'를 찾는 2025년 (최수진, 한경비즈니스, 2024.11.19.)

※입소스 마켓 트렌드 2025(엄기홍 외), Z세대 트렌드 2025(내일대학), 라이프 트렌드 2025(조용섭), 트렌드 코리아 2025(김난도 외), 시대예보(송길영) 종합 비교 결과임

20) 『2025 유통산업 백서』中 “현 사회적 이슈에 따른 대중소비자 소비심리 및 태도” (최선애, 대한상공회의소, 2025)

21) 챗GPT로 분석한 2025년 마케팅 트렌드 - '트렌드코리아 2025' 등 5가지 도서 공통 키워드 정리 (김형택, 디지털인사이트, 2024.10.21.)

※트렌드코리아 2025(김난도), 라이프 트렌드 2025(김용섭), Z세대 트렌드 2025(대학내일), 2025 트렌드 모니터(마크로밀 엠브레인), 2025 비즈니스 트렌드 인사이트(DBR) 등 종합 비교 결과임



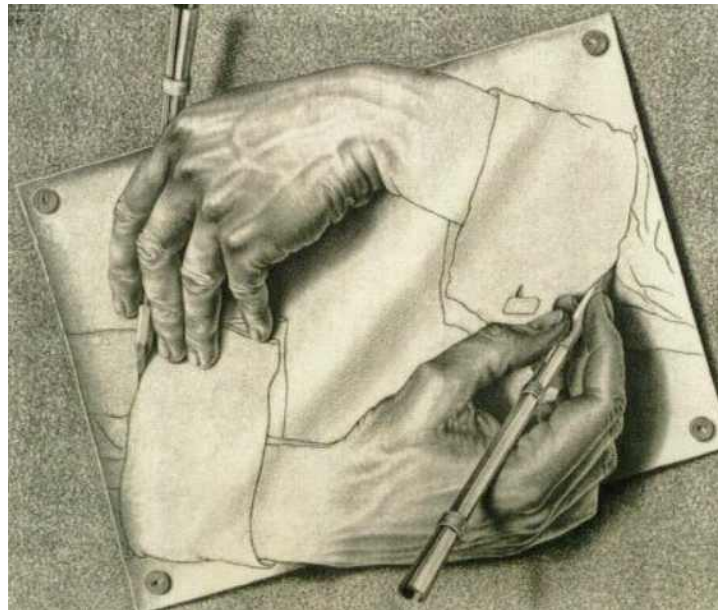
○ 매력을 잃어가는 공공 문화정책의 위기 ... 보편성과 개별성 사이의 균형잡기 딜레마

- <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.

<Culture as Algorithm 시대에 매력을 잃어가는 문화정책의 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 달성 성과로 내세울 수 있는 가치 합의 어려움 개인취향 만족형 공공서비스의 공공성 논란 행정시스템으로는 알고리즘 수준의 개인맞춤형 서비스 제공 불가	

○ 인간이 문화주체로 계속 남기 위한, 개취 존중의 공공성

- 사회와 문화공동체는 역(逆)인과적 관계로 문화를 재생산 해주는 구성원들이 없다면 소멸되거나 정체
- <나의 문화>를 <우리의 문화>로 소통하는 능력을 키우지 못하면 사회 공동체는 유지될 수 없음
- 인간들이 스스로 문화주체로서 문화를 생산하고 그것을 사회의 문화적 기준과 비교하며 조정할 필요성을 덜 느끼게 됨
- 개인이 자신의 취향을 중시하는 것은 인간을 자기 정체성을 가진 문화주체로 인정하는 것이며, 민주주의의 주인공으로서 개별적 주체성을 인식하는 시작점



상호생성의 역인과성 관계를 보여주는  
"Drawing Hands" by M.C. Escher

○ 기계가 대신 할 수 없는 다양성으로 인간문화 지속하기

- 문화의 핵심 가치는 다양성이며 이는 문화를 지속시키는 원천 에너지
- 국가의 문화정책은 공공성으로서 “합의된 보편성”을 지향하고, 문화기계는 이윤 극대화를 위한 “최적화된 보편성”을 지향
- 생명의 진화, 인공지능의 성능 유지, 문화의 지속을 위해서도 다양성이 핵심임.
- 별 생각없이 “문화를 통한 사회 통합”이라는 정책 슬로건을 채택하는 오류
- 기계문화의 범람 속에서 인간문화를 지속하는 데 필요한 “다양성”의 의미를 재인식해야할 때
- 사회의 문화적 다양성을 만들어 내는 개인의 예술적 취향 개발의 공적인 의미와 그 기반이 되는 “문화기본권”, 그것을 통해 존중될 “개취”의 공적인 의미 재음미 필요.



□ 인간의 개별성을 대표하는 <몸>에 대한 관심

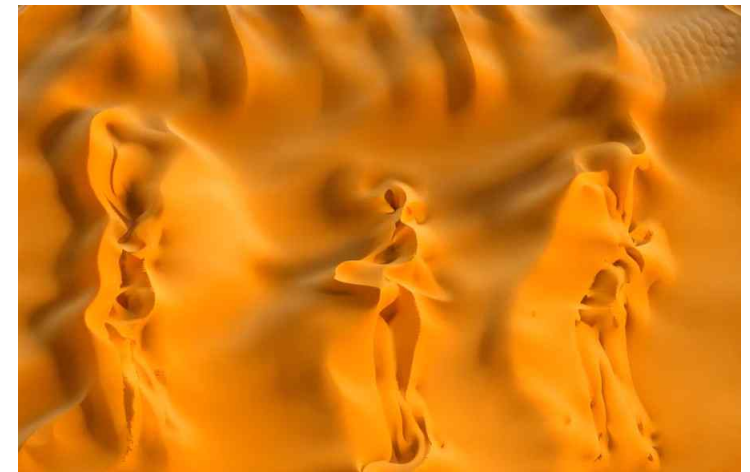
- 인간처럼 기능하는 몸 : 휴머노이드
- 세계를 이해하는 <선입견>을 담고 있는 몸 : 인간의 몸
- 소통하는 몸 : 문화적인 인간의 몸, 물아일체의 몸



Henri Matisse  
"Dance II" (1910)



박경근 "A Feedback"  
(언폴드엑스 2024 참여작)



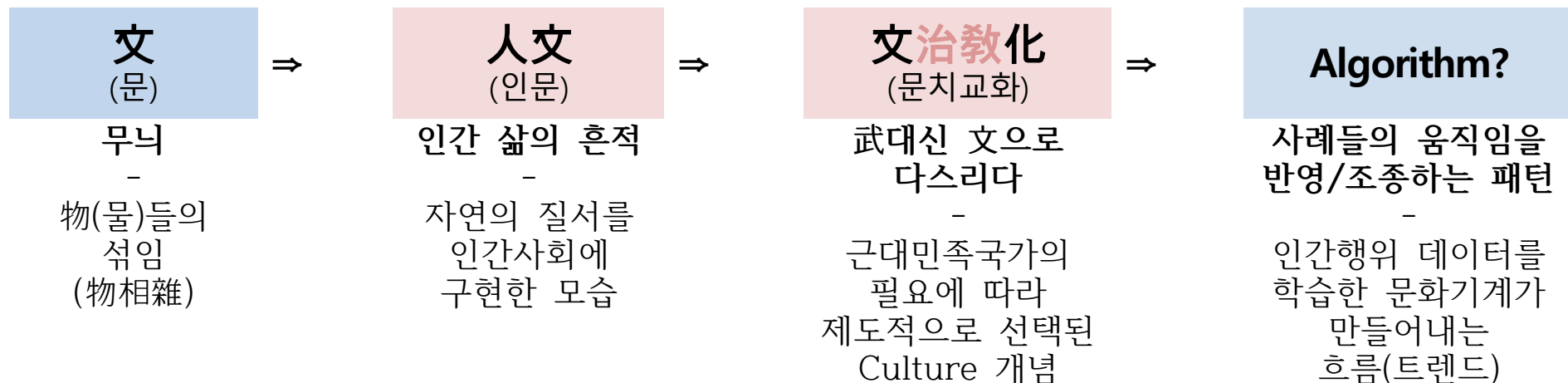
Memo AKTEN "Superradiance" 화면캡처  
(언폴드엑스 2024 참여작가)

## □ <인간을 위한 문화> 개념 새로 세우기

### ○ 근대 민족국가를 위해 선택된 문화 개념에 대한 재검토 필요

- 근대민족국가 형성 시기에 일본 학자들이 서양의 Culture를 수입, 번역하면서 당시 국가의 필요에 의해 정립한 “문화”의 개념
- 문화민주주의 시대 개인의 주체성과 인공지능 문명시대 기술의 문화주체로서 지위 변화를 반영 못 함
- 물질과 정신, 인간과 비인간, 심지어 실재와 가상을 이분법적으로 구분하지 않는 동아시아의 철학적 유산들을 다시 되돌아볼 필요가 있음
- “문치교화” 대신, 국민이 아니라 “문명을 문화답게 밝혀 시민이 스스로 변화하도록 하는”, 소위 “문명자화(文明自化)”를 시대에 맞는 문화의 개념 필요

### <동아시아에서 고대부터 현대에 이르기까지 문화에 대한 개념 변화>



## ○ 문화주체들 간의 <균형>을 지향하는 문화 개념 선택과 정책 태도 전환 필요

- 문화는 국가-시장-개인 문화주체들 간 상호작용의 일시적 균형 상태로 인식할 필요가 있음
- 국가가 선택한 보편 가치를 문(文~제도)에 기대 보급하기 보다는, 문화공동체가 공유하는 풍(風~취향)에서 보편적 가치 찾아내고 진흥하기
- 시장에서 팔리는 문물에 기품(~브랜드 가치)이 담기게 지원하는 역할을 자처해야 함
- 문화적 변이를 통한 진화를 담보할 개인의 개별성 증시하기
- 교화하는 문화가 아니라 개인이 스스로 변화(~자화)하는 문화의 개념 채택 필요

### <주체에 따라 문화를 보는 다양한 시각과 지향점>

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) <sup>22)</sup>		박(博) <sup>23)</sup>	
	풍(風)	류(流)	기(氣)	품(品)	문(文)	화(化) <sup>24)</sup>	물(物)	아(我)
지향점 →								

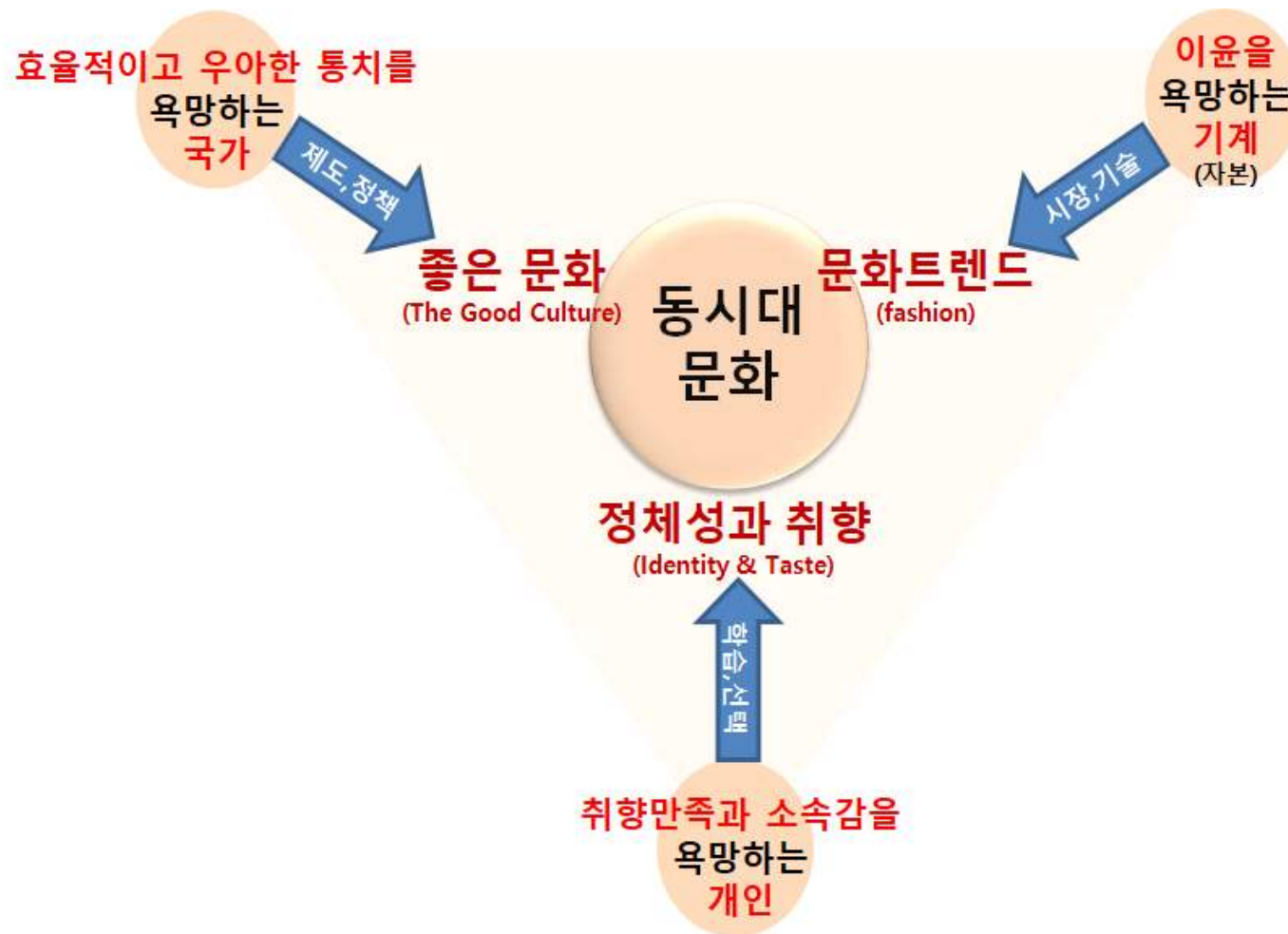
22) 한나라 유향(劉向)의 『설원(說苑)·지무(指武)』 중 “凡武之興，為不服也，文化不改，然後加誅” (계몽기 문화 개념의 운동성과 사회이론 (김현주, 소통과 개념 제 15호, 2015))

23) 博我以文 約我以禮(文으로써 나의 식견을 넓혀주셨고, 禮로써 나를 엮어 주셨다) (論語 公冶長))

24) 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)

○ 국가-기계-인간 문화주체들 사이의 견제와 균형으로 지켜지는 문화의 공공성

- 인간이 문화의 주체성을 잃거나, 국가나 기계(또는 자본) 어느 한쪽이 독세할 경우 문화는 퇴보
- 중심을 잡고 서로 견제하도록 하는 것이 중요





## □ 문치교화에서 <문명자화 : 文明自化>로

- 국가의 우아한 통치가 아닌 개인의 문화적 삶을 통한 내적 변화를 지향하는 <문명자화 : 文明自化>
- <당연(當然)>한 보편원리로 <교화(敎化)>하는 문화정책이 아니라 개별자들의 <상연(相然)>한 다양성을 존중하여 <자화(自化)>를 지원하는 문화서비스 지향해야

### 文化 개념의 전환의 필요성 – 문치교화에서 문명자화로



경청해주셔서 감사합니다.

[sea@sfac.or.kr](mailto:sea@sfac.or.kr)

인용된 글들의 긴 원문은  
[김해보의 브런치스토리\(https://brunch.co.kr/@seaokof\)](https://brunch.co.kr/@seaokof)에서  
다운로드 해서 보세요.