2021년도 2차 생통포럼

달라진 문화전당, 그리고 광주 !

일시 : 2021. 11. 25 (목) 오후 3시

장소 : 광주NGO센터 시민마루(전일빌딩 4층)

- 주최 광주문화도시협의회
- 주관 (재)지역문화교류호남재단, 광주전남문화유산연대, 광주장애인문화협회, 쌍채북춤보존회 내드름, 전통문화연구회 얼쑤, 극단연인, (사)대동문화재단, (사)전통연희놀이연구회, 오월어머니집, (사)윤상원기념사업회, 광주장애인미술협회
- 협력 광주광역시 민관협치 문화예술분과, 아문도시조성사업정상화시민연대, 상상실현네트워크

■ 프로그램 (사회 : 이기훈 지역문화교류호남재단 상임이사)

구분	토론자	
발 표	- 송진희(호남대학교 예술대학장, 아시아문화중심도시조성위원회 부위원장)	
지정토론	- 이정미(문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단장) - 김요성(광주광역시 문화도시정책관)	
패 널	- 김지원(광주문화재단 경영혁신본부장) - 정두용(청년문화허브 대표) - 엄수경(광주전남문화유산연대 공동대표) - 김옥렬(광주전남민언련 상임대표)	- 정정숙(광주관광재단 관광진흥팀장) - 이현미(광주민예총 사무처장) - 정진삼(광주장애인문화협회 회장) - 주 홍(메이홀 큐레이터)

■ 목 차

1. 발 표 송진희 호남대학교 예술대학장 ---------- 05
2. 지정토론 이정미 문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단장 ------- 38
3. 지정토론 김요성 광주광역시 문화도시정책관 ---------- 44
4. 패 널(1) 김지원 광주문화재단 경영혁신본부장 ---------- 52
5. 패 널(2) 정정숙 광주관광재단 관광진흥팀장 ---------- 54
6. 패 널(3) 정두용 청년문화허브 대표 ---------- 56
7. 패 널(4) 이현미 광주민예총 사무처장 ---------- 59
8. 패 널(5) 엄수경 광주전남문화유산연대 공동대표 ---------- 60
9. 패 널(6) 정진삼 광주장애인문화협회 회장 ---------- 62
10. 패 널(7) 김옥렬 광주전남민언련 상임대표 ---------- 64
11. 패 널(8) 주 홍 메이홀 큐레이터 ---------- 66

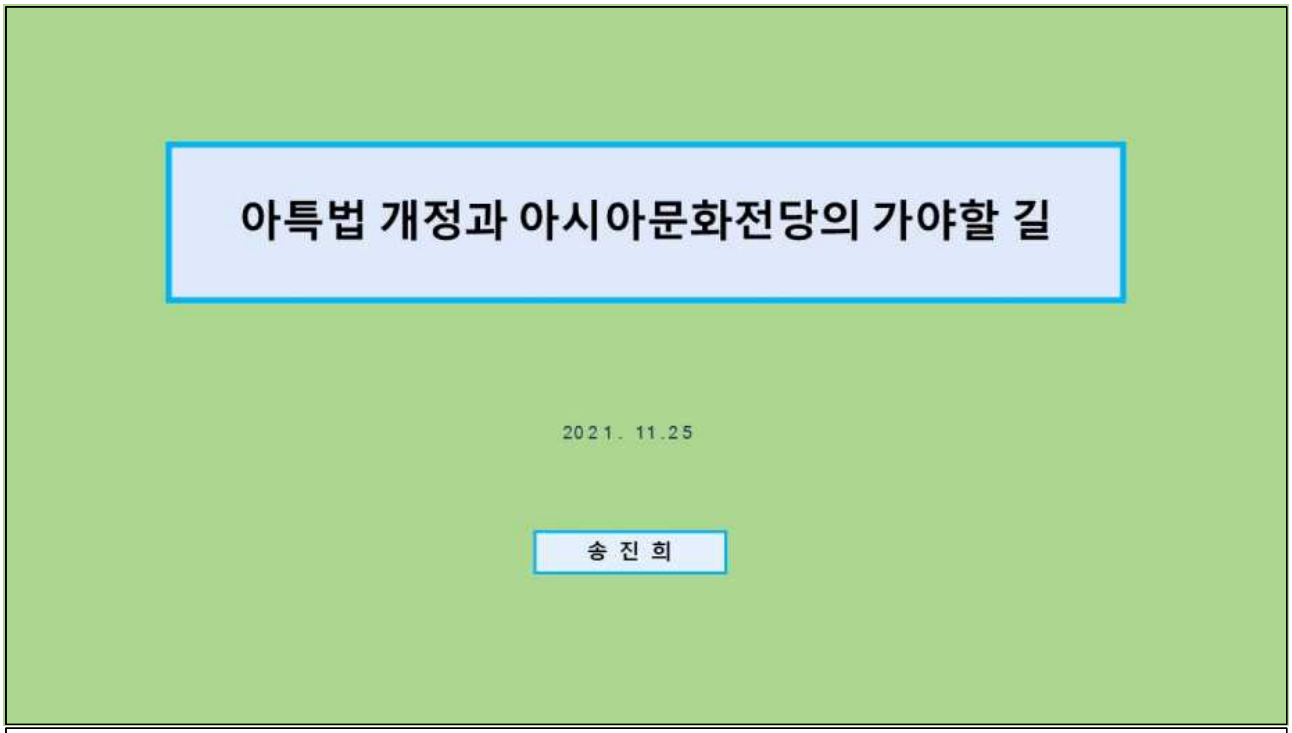
발표문

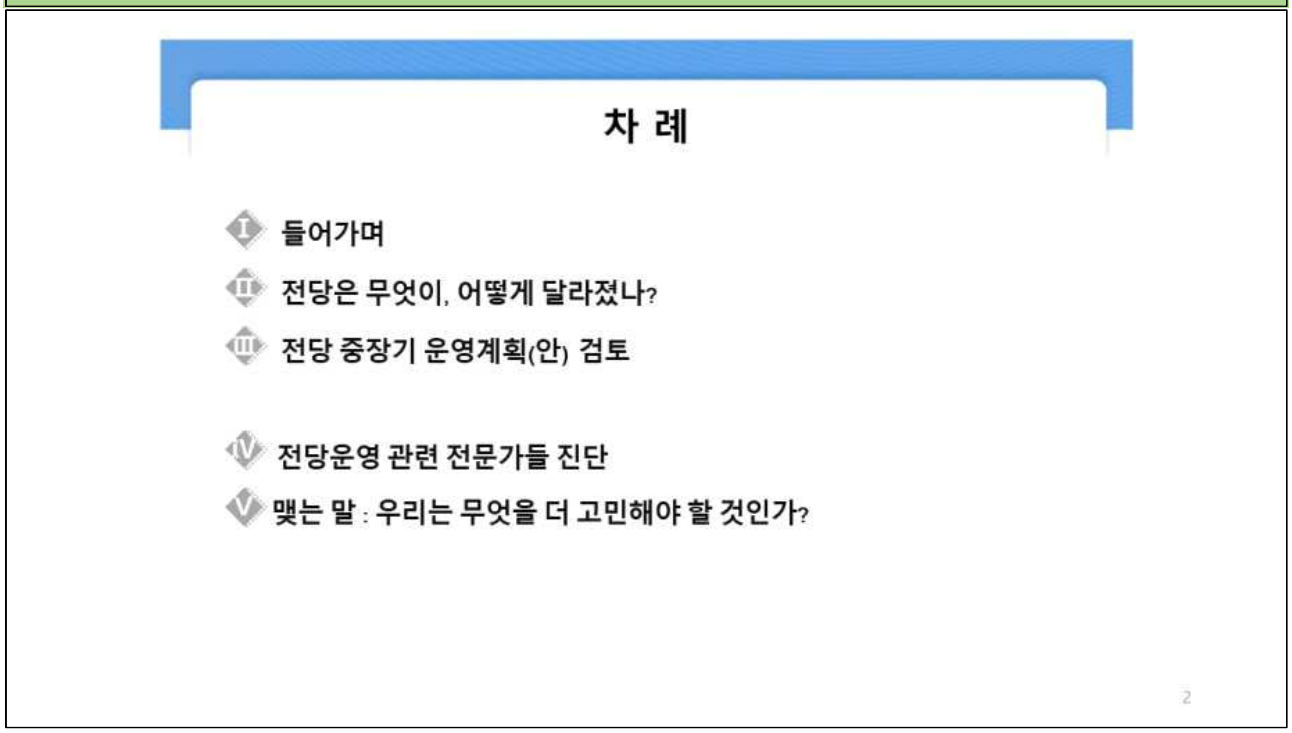
아특법 개정과
아시아문화전당의 가야할 길

송 진 희
(호남대학교 예술대학장, 아문도시조성위원회 부위원장)

아특법 개정과 아시아문화전당의 가야할 길

송 진 희(호남대학교 예술대학장, 아문도시조성위원회 부위원장)





Ⅰ.들어가며

- 아특법 개정안 국회통과 이후 정부 후속조치 마무리됨
- 이제는 문화전당 활성화를 위한 지혜를 모아야 할 시점
- 문화전당의 발전적 미래와 세계적 문화창의 공간으로서의 가능성을 위해 **이제 무엇을 해야 하나**에 대한 논의

아시아문화중심도시 조성사업

국가차원의 문화위상을 제고하기 위한 특별법에 규정된 국가적 사업

입지는 광주에 있지만 향유대상은 전 국민, 아시안과 세계인

2007 법정계획으로서 종합계획 발표와

2015 문화전당의 개관은 많은 기대를 안겨줌

BUT

최근의 조성사업 추진과정은

그 추동력의 현저한 감소

지역과의 괴리

"지역과의 소통이 없는 복합문화시설은 실패할 수밖에 없다"

3

Ⅰ.들어가며

● 주요 정책 변화

4

Ⅰ.들어가며

사업 개요

- 사업기간 : 2004~2023 (특별법 개정후 5년 연장)
- 투자소요: 5.3조원
- 대한민국 최초의 국가적 문화도시 조성사업
  - 문화부문에서 해보지 못한 신규 대형 국책과제
- 국가가 지방의 특정도시, 광주를 문화적으로 변개하여 문화환경 조성과 문화기반의 산업화를 동시에 추구
- 광주의 역사적 유산과 예술적 잠재력을 활용하여 아시아의 문화허브로 조성하고, 지역의 균형발전 및 국가의 문화적 위상강화를 위하여 시도된 국책사업
- 대한민국의 미래 성장 동력원으로써 국가차원의 문화위상을 제고하기 위한 특별법에 규정된 국가적 사업

5

Ⅰ.들어가며

주요 추진경과

- 2002 16대대통령 '광주문화수도 육성' 천명
- 2004 '아시아문화중심도시 조성위원회 발족
- 2006. 9. 특별법 제정
- 2007. 5 추진기구를 중앙정부의 공식직제로 조직화 ⇨ 한국 최초 문화도시로서의 법률적, 정책적 지위 획득
- 2007.10 종합계획 수립
- 2008. 10 광주시 연차별실시계획 수립
  ⇨ 특별법에 의거 도시의 자발적 문화도시 추진주체로 기능
- 2014. 10. 31. 국립아시아문화전당 준공
- 2015. 10. 아시아문화원 설립
- 2015. 11.25. 국립아시아문화전당 공식 개관
- 2017.12 7대문화권 조정계획 확정 (5대문화권)
- 2018.8 종합계획 수정계획 2차 확정
- 2021.02 특별법 개정안 통과 (사업기간 5년 연장)
- 2021.11 종합계획 수정계획 3차 진행중

6

Ⅱ.전당은 무엇이, 어떻게 달라졌나?

□ 국립아시아문화전당(이하 전당)이 2015년 11월 개관 이후 우여곡절 끝에 '아시아문화중심도시 조성에 관한 특별법 개정안(이하 아특법 개정안)이 2021년 2월 26일 국회 본회의를 통과

□ 아특법 운영기간이 5년 연장되어 아특회계 재원을 2031년까지 투입이 가능

□ 또한 전당은 아시아문화원의 사업과 조직을 흡수, 통합해 문화체육관광부 소속기관(책임운영기관)의 기관 위상을 확보

□ 콘텐츠유통 등 수익사업은 신설되는 '국립아시아문화 전당재단(이하 전당재단)이 수행

7

Ⅲ.전당 중장기 운영계획(안) 검토

1. 비전과 목표

비전	아시아 문화예술의 새로운 가치 창출을 선도하는 글로벌 문화예술 기관		
핵심 가치	문화다양성	창의성	역동성

전략 목표		중점 과제	
	창·제작 문화예술의 거점 공간		1. 융복합 특화 콘텐츠 창·제작 2. 상설 콘텐츠 단계적 구축 3. 비대면 콘텐츠 제작·유통 확대
	아시아·지역을 연결하는 문화 허브		1. 아시아문화주간 브랜드화 2. 아시아예술커뮤니티 확대 3. 조사연구 및 아카이브 고도화 4. 공적개발원조(ODA) 확대
	문화예술의 가치를 확산하는 열린 전당		1. 5·18 민주·평화·인권 가치 확산 2. 지역과의 상생·협력 사업 확대 3. 교육 등 시민참여 프로그램 확대 4. 이용자중심공간개편및접근성강화

출처: 아시아문화전당 중장기 운영계획(안) 2021. 10.

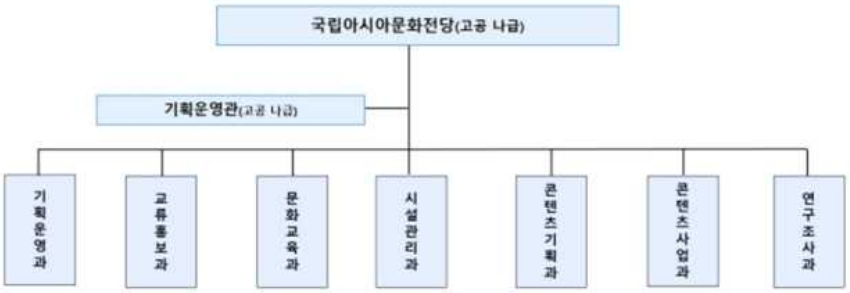
8

Ⅲ.전당 중장기 운영계획(안) 검토

2. 조직과 업무

아특법 개정으로 전당은 문화체육관광부 소속기관(책임운영기관)의 위상을 갖게 되었고, 조직은 고위공무원 나급의 전당장1명과 1관 그리고 7개과 이며 정원은 122명이고 전문임기제 3명은 별도이며 공무직은 336명

<그림 1> 전당 조직도



출처: 아시아문화전당 중장기 운영계획(안) 2021. 10.

9

Ⅲ.전당 중장기 운영계획(안) 검토

<표 1> 전당과 전당재단의 기관성격 및 업무

구분	국립아시아문화전당	국립아시아문화전당재단(안)
기관성격	문화체육관광부 소속기관(책임운영기관)	문화체육관광부 산하 공공기관
조직구성	전당장, 1관 7과	사장, 1사무국 6팀 /이사장(비상임)
주요업무	·아시아문화 교류·교육·연구·홍보·전문인력 양성 등을 통한 국가의 문화적 역량 강화 ·아시아문화 콘텐츠 창제작 ·전당운영 기본정책·계획 수립과 전당 시설 운영 및 유지관리 ·아시아문화 국내외 교류협력 ·국립아시아문화전당재단 관리.감독	·어린이체험 교육시설 운영 ·콘텐츠 활용 유통 ·문화관광상품의 개발 및 보급 ·문화상품점 식음료 매장 그 밖의 편의시설 등의 운영

출처: 아시아문화전당 중장기 운영계획(안) 2021. 10.

10

Ⅲ.전당 중장기 운영계획(안) 검토

<그림2> 국립아시아문화전당재단 조직도

출처: 아시아문화전당 중장기 운영계획(안) 2021. 10.

신설되는 전당재단은 문화체육관광부 산하 공공기관의 법적 위상을 갖고,
최고 의사결정기구인 비상임 이사장, 사장, 1사무국 6팀 40명과 공무직은 91명으로 운영

전당재단의 주요업무는 어린이 체험·교육시설 운영, 콘텐츠 활용·유통, 문화관광상품의 개발 및 보급, 문화상품점·식음료 매장·그 밖의 편의 시설 등의 운영, 국가, 지방자치단체 및 공공기관 등으로부터 위탁 받은 사업 등

1

Ⅲ.전당 중장기 운영계획(안) 검토

3. 예산

<표 2>아시아문화전당 연도별 사업비 예산(2018-2021)

분류	세부 사업명	2018 예산	2019 예산	2020 예산	2021 예산	2022 예산(안)	예산 내역 (2021년 기준)
사업비	사업비 총액	57,125	52,893	52,722	63,623	61,239	
	아시아 문화전당 콘텐츠 및 운영 (전당+문화원)	55,265	51,176	51,471	62,714	59,759	ㅇ아시아문화원 경상경비 1,822백만원 ㅇ공무직 인건비 8,992백만원 (전당 274명, 문화원 153명) ㅇ사업비 51,900백만원
	아시아 문화역량강화지원 사업 (ODA) (전당 직접)	850	808	342	-	400	ㅇODA 사업 수원국 - 2018~2020: 미얀마 - 2022~: 라오스
	아시아 문화포털 구축 (정보화) (전당 직접)	1,010	909	909	909	1,080	

출처: 아시아문화전당, 2021. 11.

12

<그림 3> 전당 사업비 예산분석(2018-2022)

13

Ⅲ.전당 중장기 운영계획(안) 검토

4. 전당 중장기 운영계획에 대한 검토

- 전당의 비전은 **'아시아 문화예술의 새로운 가치 창출을 선도하는 글로벌 문화예술 기관'**이며 그 핵심가치는 '문화다양성, 창의성, 역동성'.
- 먼저 전당 비전의 구현 정도나 달성 여부는 양적인 면과 질적인 면에서 측정가능.
- 질적 분석은 광범위하고 많은 시간 필요 발표자는 양적 분석을 기반으로 진단.

- 발표자는 정량적 데이터 확보를 위해 최근 3년에서 5년간의 기사분석 및 검색량 분석 실시.
- 기사분석의 경우 2019년 1월부터 2021년 11월까지 한국언론재단에서 운영하는 서비스인 빅카인즈를 대상
- 종합일간지, 경제지, 지역일간지 그리고 방송사 등을 포함한 국내 최대의 기사 DB에 빅데이터 분석기술을 접목한 뉴스플랫폼.
- 검색량 분석은 2016년부터 2021년 11월까지 네이버, 다음, 구글을 대상으로 네이버트렌드, 카카오트렌드 그리고 구글 트렌드 분석방법을 활용.

14

1) 국내에서 대표적 문화예술기관으로 발돋음 했는가?

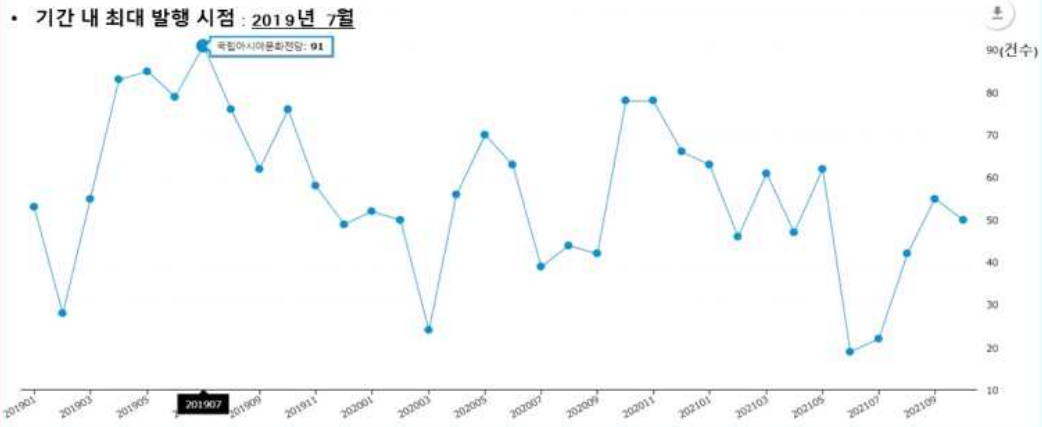
- 2019년 1월부터 현재까지 뉴스기사에서 국립아시아문화전당이 언급된 건수는 총 2,039건.
- 이는 월 평균 60건에도 미치지 못하는 량이고 개인에 관한 인터뷰 등을 제외하면 전당 컨텐츠나 이벤트관련 뉴스 등은 동일한 내용을 여러 수 십개 매체에서 동시다발적으로 보도하는 경향이 있어 전당의 규모나 국가적 비중을 고려 할 때 그간의 국내 홍보의 성과는 부족함.
- 분석 기간 중 가장 많은 기사건수는 2019년 7월에 91건을 차지.(원인 분석 요)
- 지난 1년 반이상 코로나19의 전국적 확산을 감안 한다 하여도 전당관련 기사의 양은 충분치 않음.
- 나아가 이 보도 건수를 언론사별로 분석해 보면 지역 신문들이 68%의 비중을 차지하였고, 경제지 2개가 7% 그리고 중앙 종합일간지 또는 방송사의 비중은 매우 미미.
- 비중이 높은 상위 4개 신문사는 **전남일보 21%, 무등일보 17%, 광주일보 16% 그리고 광주 매일신문**이 각각 14%.
- 국립아시아문화전당이 주로 언급된 상위 10개 기사에서는 '국립아시아문화전당'과 함께 언급된 개체명(인물, 장소, 기관, 키워드)은 전당장 직무대리가 가장 많이 언급, 관련기관인 문화체육관광부와 아시아문화원 등이 언급.

15

<그림4> 전당 국내 기사량 분석(빅 카인즈/ 검색어: 국립아시아문화전당)

검색어: 국립아시아문화전당
기 간: 2019. 1. ~ 현재

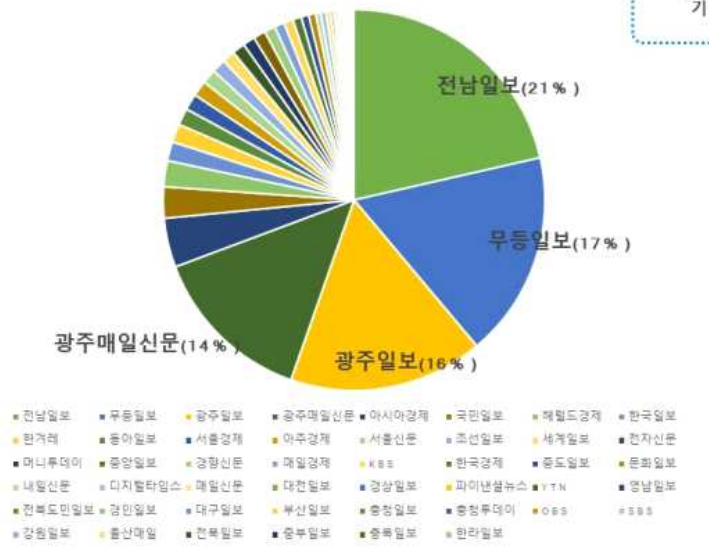
- **기사 건수 총 2,039 건**
- **기간 내 최대 발행 시점 : 2019년 7월**



16

• **국내 언론사별 비중(%)**

검색어: 국립아시아문화전당
기 간: 2019. 1. ~ 현재



17

2) 글로벌 문화예술기관으로 국제사회에서 포지셔닝하고 있는가?

- 전당의 국제적 위상 확인 위해 2016년부터 2021년 현재까지 5년간의 구글 검색량을 분석.
- 전당과 **독일 Karlsruhe 소재의 ZKM** 그리고 **오스트리아 Linz 소재의 Ars Electronica**를 비교 분석.
- 외국의 양기관은 전당이 출범할 때부터 수많은 벤치마킹을 한 기관으로서
  국제적으로 가장 유사성을 갖는 기관.
- **ZKM은 1989년 설립되어 1997년에 현 소재지인 Karlsruhe 이전**
- **Ars Electronica는 1979년 축제로 출발, 1995년 Future lab을 설치하여 운영 시작.**
- 역사성을 감안한다 하여도, 전당도 개관한 지 6년이 지난 상태이나 아직 국제적인 존재감 형성은 거의.....

- **ZKM이 월등하게 높고 다음은 Ars Electronica가 차지.**
- 코로나19의 팬데믹이 전 세계적으로 확산되면서 이 기관들의 활동이 크게 위축되어
  외국 두 기관의 검색량 차이는 줄어듬.
- 국가별 검색량을 살펴보아도 위 유럽의 2개 기관은 많은 국가에서 검색되고 있으나
- 전당의 경우는 한국을 제외하면 거의 외국 어느 곳에서도 의미 있는 정도의 검색 없음.

18

전당 시설별 운영방안				
민주평화교류원	아시아문화정보원	문화창조원	아시아예술극장	어린이문화원
아시아문화 교류/협력 네트웍의 중심	아시아문화자원 허브 구축을 통한 아시아 문화의 보존 및 창조적 활용 (창 ; 제작 원천소스 제공)	**미래형 문화예술콘텐츠의 창작 발전소**	**창제작 중심의 아시아 컨템포러리 공연예술센타**	감성과 창의성을 키우는 어린이 창의교육의 신설
세계와 아시아를 잇는 글로벌 문화교류서비스 기능강화	아시아문화자원 조사 연구 수집	다양한 가치 장르가 상생하는 창조 터전	아시아의 대표적인 브랜드공연장	아시아적가치를 반영하는 창의교육 체험명소
민주/인권/평화 정신을 아시아와 공유하는 감성의 공명터	문화자원 아카이빙 및 활용	**새로운 문화예술 콘텐츠가 실험 제작되는 창작 거점**	국제적 교류기반 공연장	다분야가 협업하는 미래형 어린이 콘텐츠 창작지대
	아시아 문화 전문인력 양성	**관람객과 소통하는 복합 문화예술공간**	지역 및 시민 참여형 공연장	폭넓은 수요층이 향유하는 어린이 복합문화공간
민주/인권/ 평화/기념관	아시아문화연구소	문화콘텐츠기획창작센타	대극장	문화예술콘텐츠개발센터
아시아문화교류지원센터	아시아문화자원센타	문화콘텐츠제작센타	중극장	어린이체험전시관
	아시아문화아카데미	복합전시관		

<그림 5> 전당과 국제 유사기관 구글 검색량 비교분석

21

대안 모색

첫째,

- 국제적으로 문화예술계의 주목을 받을 수 있는 킬러 컨텐츠의 지속적인 개발, 전시가 필요
- 충분한 시간을 갖고 창작물을 만들어 낼 수 있도록 인력과 비용의 투입이 수반되어야.
- 콘텐츠 제작비의 선택과 집중전략도 매우 중요.
- 해외에서 이미 전시된 유명 예술인 작품보다는 **전당 오리지널 콘텐츠에 역점** .

둘째,

- 해외 미디어의 주목도를 높이고 외국 전문가와 관련자들의 주목을 끌 수 있는 획기적인 국제적 규모의 페스티벌 등 이벤트를 기획.
- ACC 월드뮤직페스티벌 있으나 기존의 페스티벌과 확연히 차별화되는 무엇? 고민 필요.
- 이벤트는 초기에는 전당이 중심이 되어서 개최하되 점차 **국제 협력 페스티벌로 발전하는 것이** 바람직. 성공적인 **사례가 Ars Electronica의 미디어아트 페스티벌.**

22

Ars Electronica의 미디어아트 페스티벌 :

국제적인 협력도 이루어지고 있는데, 2008년 동경대학교, 2009년 MIT Media Lab과 일본 미디어 아트 페스티벌 등과도 협력하였으며, 2020년에는 전세계 수십개 기관들과 협업.

ZKM 역시 2015년부터 새로운 프로젝트인 '궁전 라이트쇼'(Schloss Lichtspiele)를 매년 개최.

셋째,

조직적인 해외홍보 추진

-전당에 **글로벌 미디어에 대한 이해가 높고**, 영어 보도자료를 제대로 작성할 수 있는 전문가를 확보하여 체계적 홍보 필요.

- 국내 거주 외국인 중 한국어에 능통하면서 영어와 제3국어를 잘하고 아울러 저널리스트의 역량. 이들 중 적임자를 **프리랜서 외신 기자로** 활용.

- 영향력 있는 **해외 문화예술전문기자들을 초청하여 전당을 소개**할 수 있도록 정기적인 초청 프로 그램을 마련.

23

3) 전당의 조직은 적절한 것인가?

- 전당의 조직과 전당장의 위상 및 인력은 정부부처간 협의를 통해 결정된 결과
- 광주 지역사회가 요구해왔던 인력규모에는 아직 미치지 못하고 있음이 사실.

- 전당장의 직급이 고공 나급으로 정해진 것은 아쉬움
- 전체 인력과 조직규모에 연동되는 직급체계에 따른 것일 가능성.

- 이제 과제는 전당의 역할과 업무가 확대되어 전체적인 위상과 인력이 확보될 수 있도록 스스로 노력해 나가야 하는 과제.

24

4). 전당의 조직이 지역연계 사업을 체계적이고 효율적으로 추진될 수 있도록 설계되어 있는가?

- 문화정보원, 문화창조원, 예술극장, 어린이문화원, 민주평화교류원 등 5개원 기획운영과, 교류홍보과, 문화교육과, 시설관리과, 콘텐츠기획과, 콘텐츠사업과, 연구조사과 등
- **지역연계 사업을 전담할 수 있는 조직 편제 안됨.**
- 민주평화교류원을 비롯하여 다양한 분야에서 지역사회와의 협력은 전당의 성공을 위한 필수불가결한 요소
- 전담 조직이 부재하므로 최소한 **비정규 조직 팀(TF) 체제라도 운영** 필요.
- 전당은 성공을 위해서는 문화체육관광부의 전폭적인 지원뿐만 아니라 150만 광주시민의 참여와 응원을 기반으로 지역에 굳건하게 뿌리내려야 지속발전 가능.

- 전당이 기능과 역할을 광주의 관점에서 바라보면……
  언급한 바와 같이 전당이 **지역사업에 집중하라는 주문은 절대 아님.**

25

[문화전당의 기능과 역할 재정립]

지역에서 바라는 문화전당의 지향점

- 문화중심도시 조성사업의 핵심시설
- 지역 커뮤니티의 중심공간 (광주시민에게 상징화된 공간)
- 누구나 제한 없이 접근하고 향유할 수 있는 열린 공간

문화전당의 역할 제안

사회적 차원

모든 계층의 참여를 위한 민주적 문화공간

문화 유형간의 차별이 아니라 차이를 지향
특정 계층의 배제가 아니라 모든 계층의 참여를 위함
실험성, 창의성, 자율성이 실현될 수 있고 축제의 장으로 활용

문화적 차원

새로운 양식의 문화와 예술이 만들어지고 이해되는 공간

다양한 장르의 예술이 변형과 변화의 반복에 따라 새로운 양식의 문화와 예술이 만들어지고 이해되는 공간
공연·전시 등 예술활동기능, 교육·정보자료의 아카이빙 기능, 회의·영화상영 등 문화활동기능, 시민 여가·휴식 등을 포함한 전반적 활동을 통합한 공간

경제적 차원

지역경제와 주변지역을 활성화시키는 구심적 공간

문화창조원, 문화정보원, 전시, 공연공간 등 전당의 주 프로그램을 중심으로 인근 투자진흥지구의 오피스, 호텔, 도심 쇼핑몰과 같은 상업시설인 부 프로그램과 연계되어 그 주변지역을 활성화시키는 구심적 공간

도시 건축적 차원

지역문화의 커뮤니티 공간

문화생산자와 소비자와의 연계 하에 새로운 문화를 창출해 내는 공간
문화전당은 광주 도심의 중심으로서 교통 접근이 편리하고 상징적인 위치에 입지하여 주변 건축물의 정비, 오픈스페이스의 확보 등 도시환경을 변화시킴

26

[시민참여 프로그램의 활성화]

시민참여프로그램 운영 현황

연도	프로그램명	기 간	대 상	횟수(회)	참여(명)
2019	웹툰 공모전 (오월이야기)	4.1~5.31	전국민	1	44
	가치 나눔 프로그램 (찾아가는 기념관)	3.2~11.30	광주·전남북 소재 초·중·고등학생	39	1,518
	시민참여형 오월 콘텐츠 (어머니의 노래)	10.1~12.31	지역작가 및 오월가족	75	30
2020	콘텐츠 공모전 (5월, 평화를 노래하다)	3.20~12월	전국민	1	153
	온·오프라인 교육 콘텐츠 (오월스토리마을)	4.1~12.31	사회취약계층 및 전국민	9,412	1,024
	시민참여형 오월 콘텐츠 (어머니의 노래)	10.1~12.31	-	-	12
	'영혼간의 나비떼' 전시 콘텐츠 디지털화 사업	10.1~12.31	-	-	-

시민교육프로그램 운영현황

연도	과정명	기 간	장 소	횟수	참여인원
2019	시민아카데미	5월~11월	아카데미실	21강	440명
	오픈아카데미	11~12월	메이커스 스페이스 외	4종	205명
	인문강좌	4월~11월	극장3	8회	1,479명
	초청강좌	5~7월(상), 8월~11월(하)	국제회의실	8강	581명
	문.전.생.시	4월~10월	강의실 2	6회	320명
2020	시민아카데미	5월~11월	아카데미실	21강	301명
	오픈아카데미	11월	아카데미실	4종	71명
	인문강좌	4월~11월	극장3	8강	668명

출처: 2020 아시아문화중심도시 백서, p. 84/ p. 104

27

- 장소제공이나 공동개최(비엔날레 특별전), 아시아문화포럼, 어린이가족문화축제(How Fun 5 축제) 등이 있으나 상당수가 일회성 또는 전문계층을 대상으로 하는 피동적 참여나 강좌개설에 그치고 있는 아쉬움.

- 지역과의 소통을 원활히 하고 아울러 지역자원의 발굴과 활용을 위해서는 전당과 지역사회가 상시적으로 소통할 수 있는 기구 필요.

- 새로운 기구 설치, 운영 보다는
  현 아시아문화중심도시조성 지원포럼 운영 전반을 재검토하여 효과성을 제고하기 위한 방안 검토해 볼 필요도 있음.

28

5) 전당의 콘텐츠예산은 적절한 것인가?

- **아시아문화전당이 출범한 이후부터 현재까지 5년간 사업비 분석.**
  2022년도 예산은 아직 국회에서 확정된 상태가 아니어서 정부 예산안 참고.
- **5년간의 총 예산은 2,876억원 규모로 연간 약 575억 정도.**
- 콘텐츠 및 운영예산이 5년간 약 2,804억원이며 /연평균 약 561억원.
- 이것은 사업비 예산의 97.5%가 전당 콘텐츠예산 / 아시아문화역량강화지원을 위한 ODA사업이 0.8% / 아시아문화포털 구축비가 약 1.7%.

- **전당의 사업비 예산은 2018년부터 2020년까지는 500억원대를 유지**
- 2021년에 가장 많은 636억원이었다. 내년도 예산에서는 다시 25억원 정도 줄어든 상태로 정부안이 국회에 제출된 상태.
- **예산국회에서 전당 사업비 예산을 최소한 올해 이상의 수준을 유지할 수 있도록 지역 국회의원들의 노력이 절실한 상황.**

29

Ⅳ..맺는말

첫째, 문화발전소로서 전당의 정체성을 강화하고 비전의 구현을 위해서는 차별화된 오지리널 콘텐츠의 창 제작과 이에 대한 국내외 홍보가 효율적으로 수행되어야 함 .
이를 위해서는 킬러콘텐츠의 기획력과 국내외 홍보역량 강화를 위한 재교육과 전문가 활용이 반드시 필요. 국문을 영문으로 번역하는 것이 결코 국제홍보가 될 수 없는 것.

둘째, 체계적인 지역협력 사업을 전담하는 전당 조직이 부재하므로 직제개편 없이도 가능한 TF의 설치와 운영 필요.

또한 지역의 역사문화자산을 기반으로 한(518 경험 승화) 국제경쟁력 있는 차별화된 콘텐츠를 생산하기 위해서도 지역사회와의 협력이 매우 중요(유럽 문화수도 핀란드 투루크 사례)
전당이 지역사업에 집중하라는 주문은 절대 아님.

30

Ⅳ..맺는말

셋째, 전당이 국제경쟁력있는 킬러 콘텐츠 창제작을 위해서는 전당 콘텐츠 예산의 확대를 통한 과감한 투자가 필요.

총 9화의 오징어게임 드라마 한편을 제작하는데 254억원이 투자되었다는 사실은 우리에게 시사하는 바가 큼. (전세계 안방을 직접 찾아가는 유통채널이 가능하게 한 것)

마지막으로 전당이라는 공무원 조직의 한계를 뛰어넘어 개방적이고 고객중심의 기관운영이 반드시 필요.

또한 광주 시민들 역시 전당에 대한 주인의식을 갖고 적극적으로 소통하고 뒷받침하는 후원자로서 역할을 해나가야 할 것.

세계의 어느 문화예술기관도 지역에 굳건하게 뿌리내리지 않고, 시민들로부터 사랑을 받지 않는 곳은 없다.

31

우리는 무엇을 더 고민해야 할 것인가?

_중앙정부 (문화전당)	_광주시	_시민
1.문화전당의 기능과 역할 재정립 2.시민참여 프로그램의 활성화 3.전당과 지역사회 소통기구 설치 4.문화중심도시 조성사업의 항구적 추진 5.종합계획 수정계획의 실현성 재고	1. 지방비 매칭의 노력 2. 전당을 중심으로 디진흥원, 정보문화 진흥원, 인공지능센터 등과의 연계 3. 전당 외부공간의 가치향상 노력 4. 518광장의 활성화를 통한 전당 외연 확장 5. 금남로의 의미 부여	1. 518의 경험을 세계시민 공동 체의 경험으로 승화 2. 전향적 자세 3. 자발적 참여

32

우리는 무엇을 더 고민해야 할 것인가? _전당(정부)

[전당과 지역사회 소통기구 설치]

지역과의 소통, 지역자원을 활용하여 성공한 문화도시 사례

셰필드

쇠락한 도심에 CIQ(문화산업단지)를 조성하고 지역 대학과 연계하여 교육연구 기반을 형성

계획 실행에 이르는 전 과정에 공공과 민간의 협력적 접근, 다양한 이해관계 집단의 참여를 정책적으로 유도

글래스고

스코디쉬개발원(SDA)과 글래스고위원회가 중심이 되어 지역 문화예술자원을 중심으로 한 지역개발 방안 수립: Glasgow's Miles Better 캠페인

기존 문화자원과 시설을 강화하여 광역위원회와 지역위원회가 긴밀히소통

빌바오

구겐하임 미술관을 유치하는 것으로 시작하였지만, 도시 전체로 파급효과를 유도하기 위한 다양한 인프라 사업을 전개

랜드마크적인 문화시설과 관련 시설의 집적뿐만 아니라 기존 도시지역과 연계하여 통합적인 도시개발 프로젝트 진행

33

우리는 무엇을 더 고민해야 할 것인가? _광주시

[전당을 중심으로 디자인진흥원, 정보문화진흥원, AI센터 등과의 연계]

디자인산업
gidp 광주디자인진흥원
GWANGJU INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

A | C | C
국립아시아문화전당
Asia Culture Center

GITCT
광주정보문화산업진흥원
정보문화산업
CGI, 문화콘텐츠

AI 일등국가 대한민국
Hub City Gwangju가
책임지겠습니다!
인공지능산업

34

우리는 무엇을 더 고민해야 할 것인가? _광주시

[전당 외부공간의 가치향상을 위한 노력]

문화시설의 외부공간

_ 내부공간으로의 접근성을 높이는 하나의 수단으로서 역할

_ 모든 사람들에게 항상 개방되어 공공을 위한 역할

_ 랜드마크 역할과 동시에 마케팅 측면의 기능적 역할

⇨ 도시의 개성적이고 특징적인 이미지를 반영한 외부공간은 도시를 대표하는 장소로서 도시 활성화에 기여

외부공간의 비일상성은 낯선 공간의 새로운 자극으로 작용하여 공간에 몰입하게 하고 흥미로움과 함께 풍부한 체험을 제공

- **최근 시도되는 하늘마당에서 전당내부를 연결하는 에스컬레이터 신설이나 투명난간 교체 등은 접근성 뿐만 아니라 외부공간에 의한 적극적 소통과 연계라고 할 수 있음**

빌바오 구겐하임미술관

가나자와 21세기 미술관

35

우리는 무엇을 더 고민해야 할 것인가? _시민

[518의 경험을 세계시민 공동체의 경험으로 승화]

- 문화전당이 가져야할 가치는
  518의 가치와 경험을 문화전당의 콘텐츠와 운영 프로그램에 담는 것
- 그리고 그 경험을 광주만이 아닌, 그들만이 아닌, 우리 모두의 경험으로 승화해 주는 것
  ⇨ 518을 비롯한 아시아의 민주인권항쟁의 역사가 당사자들만의 역사가 아니라 우리들의 역사라는 인식전환이 필요
  "518은 그들만의 것이 아니라 우리 모두의 것이다"

- **아시아의 민주인권 항쟁의 역사가 갈등과 투쟁의 역사로 인식되기 보다는 인류의 미래와 보편적 가치에 대한 비전과 희망이라는 색채 전환 필요**

86 필리핀 피플파워

88 버마 민중항쟁 영화 '더레이디'

89 천안문사태

80 518광주민주화운동

36

국립아시아문화전당(ACC) 언급량 분석

37

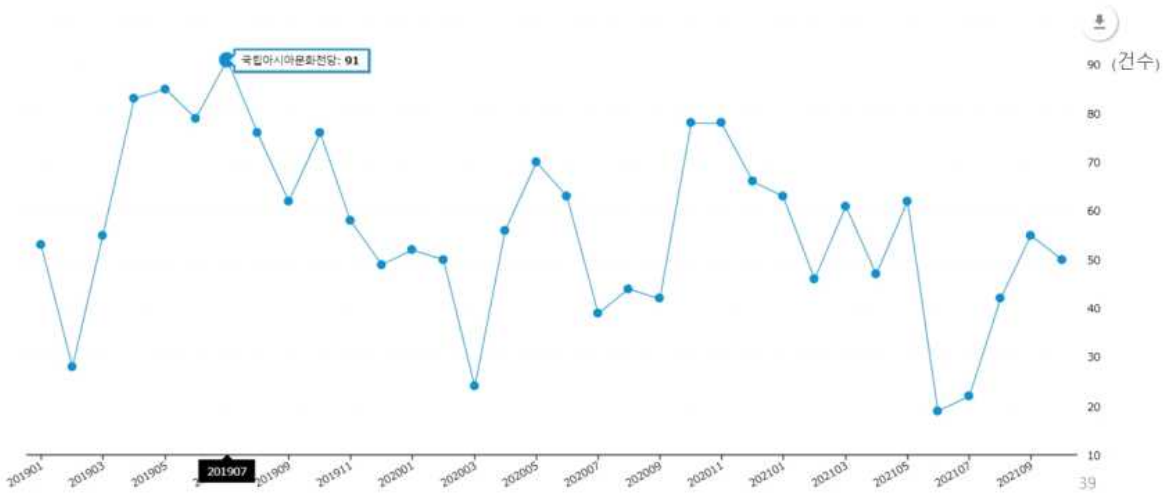
I. 국내 보도량

38

뉴스(빅카인즈)

검색어: 국립아시아문화전당
기 간: 2019. 1. ~ 현재

- 기사 건수 총 2,039 건
- 기간 내 최대 발행 시점 : 2019년 7월

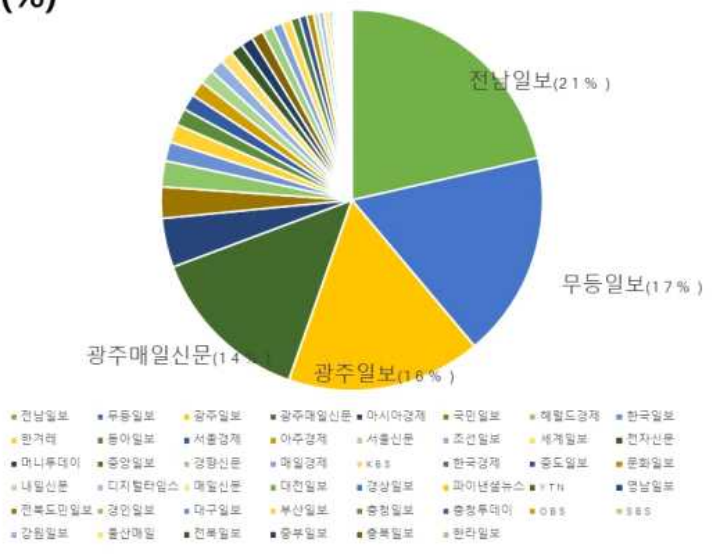


39

뉴스(빅카인즈)

검색어: 국립아시아문화전당
기 간: 2019. 1. ~ 현재

- **언론사별 비중(%)**

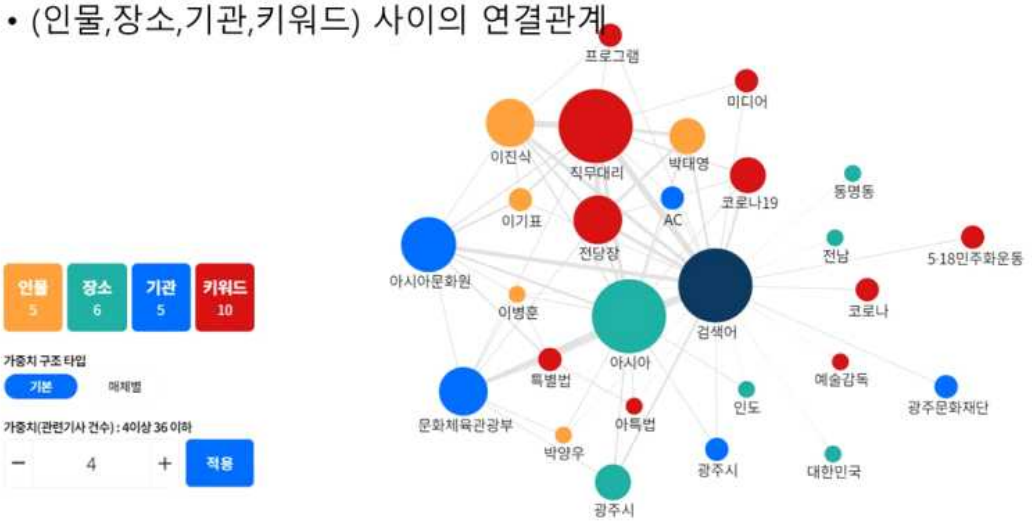


40

뉴스(빅카인즈)

검색어: 국립아시아문화전당
기 간: 2019. 1. ~ 2021. 10.

- 관계도 분석
  - 정확도 상위 100건의 뉴스 대상
  - (인물,장소,기관,키워드) 사이의 연결관계



뉴스(빅카인즈)

검색어: 국립아시아문화전당
기 간: 2019. 1. ~ 2021. 10.

- 연관어 분석 – weight 상위 30
  - 관련도 상위 1,000건의 뉴스 대상

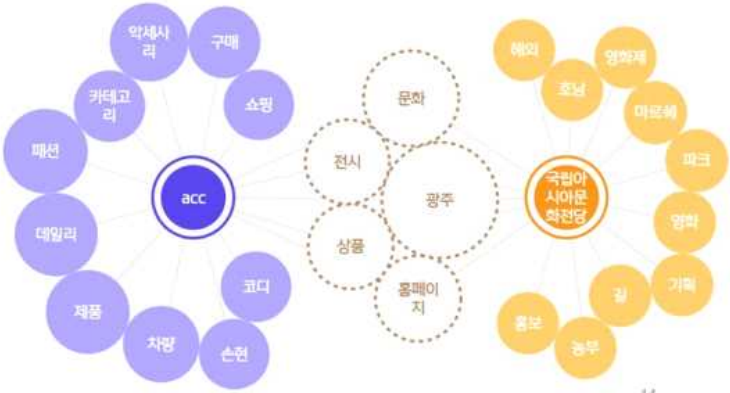
II. 국내 언급량 (소셜미디어분석)

43

(참고) ACC로 언급된 경우로 분석하는 경우

- 국립아시아문화전당과 관계없는 내용이 대부분
- 액세서리를 나타내는 해시태그로 많이 사용
- 자동차 기능(Adaptive Cruise Contol) 약어로 사용

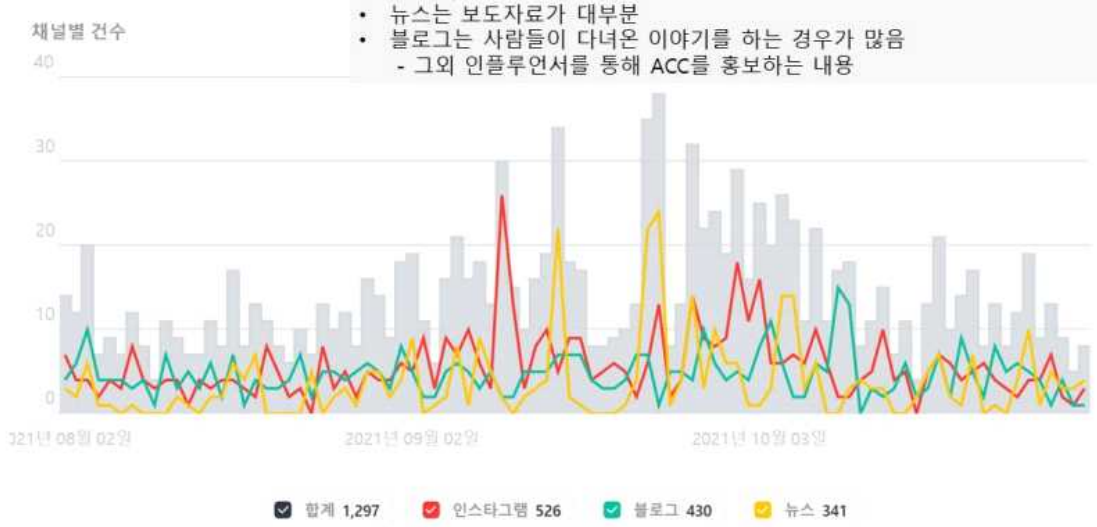
➢ 원하는 결과를 얻으려면
" 국립아시아문화전당 " 으로 분석해야 함



44

일별 언급량

- 인스타, 트위터는 주로 국립아시아문화원 담당자가 홍보 목적으로 올리고 있음
- 뉴스는 보도자료가 대부분
- 블로그는 사람들이 다녀온 이야기를 하는 경우가 많음
  - 그외 인플루언서를 통해 ACC를 홍보하는 내용



최근 3개월간 일평균 언급량 15회 미만으로 인지도 및 관심도가 높지 않은 것으로 보임

45

연관어

전체 순위 2021.08.02~2021.11.01

순위	연관어	건수
1	광주	822
2	문화	438
3	전시	253
4	예술	219
5	프로그램	162
6	행사	160
7	지구	154
8	지역	137
9	공연	133
10	주제	124
11	코로나	114
12	홈페이지	114
13	작품	103
14	시민	101
15	작가	91

46

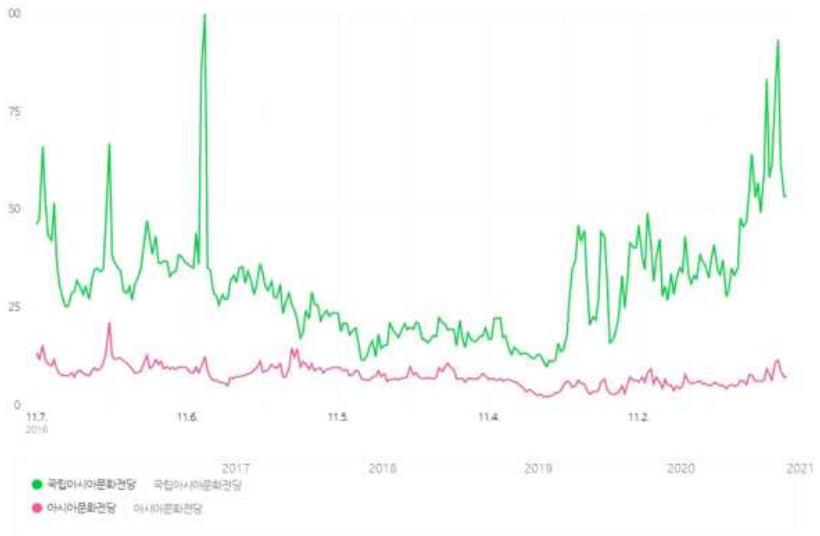
감성 분석

47

III. 국내 검색

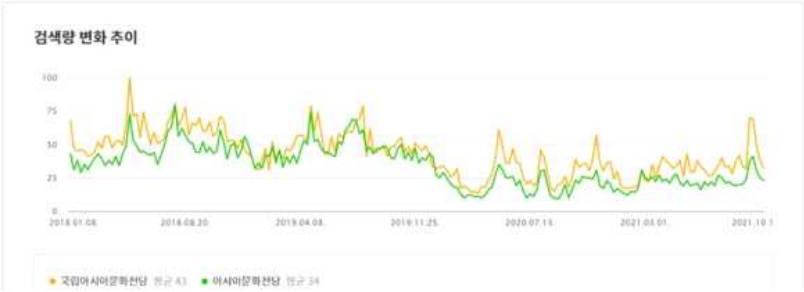
48

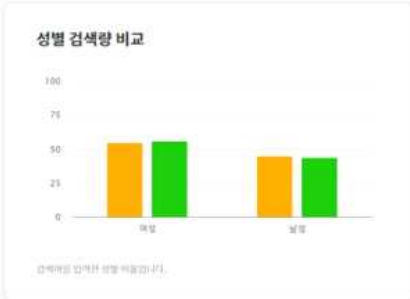
네이버 검색

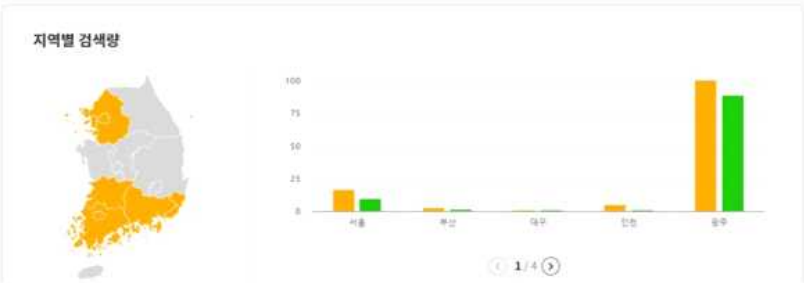


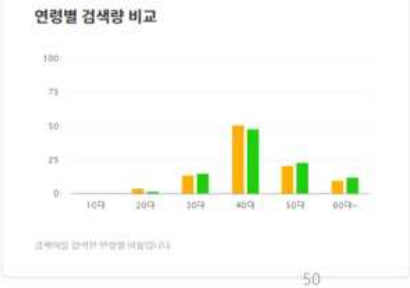
49

다음 & 카카오 검색



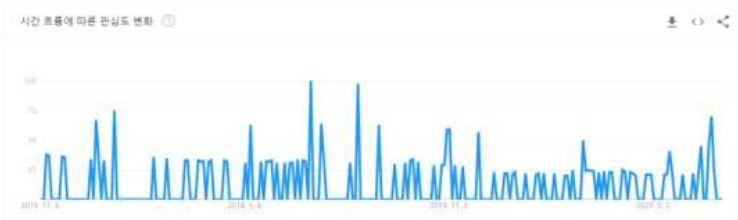






50

지역별 관심도 (구글 트렌드 검색어, 최근 5년)



지역	관심도
광주광역시	100
전라남도	16
서울특별시	7
경기도	3

→ 광주광역시 외 검색 빈도 매우 적음.
광주, 전라남도 지역 외 인지도가 낮음

51

IV. 해외 유사기관 검색량 비교

52

참고) ACC로 검색하는 경우

관련주제	관련도
ACC - 스포츠 협회	100
ACC Mens Basketball Tournament	41
오스틴 커뮤니티 칼리지	39
농구 - 주제	35
ACC - 회사	32
미식축구 - 스포츠	23
Adaptive Cruise Control	22
아세틸시스테인	22
ACC Network - TV 네트워크	20
Standings - 주제	15
펜타스톰 - 비디오게임	14
선수권 대회 - 주제	14
블랙보드 - 기업	13
주가 - 주제	13
블랙보드 런 - 소프트웨어	13
가레나 프리 파이어 - 비디오 게임	12
ACC Championship Game - 주제	11
Bracket - 주제	10
비 - 주제	10
2020 Atlantic Coast Conference football season	10

관련검색어	관련도
acc tournament	100
acc basketball	86
the acc	73
acc football	62
shop acc	55
shop	54
acc network	45
acc cement	44
acc standings	43
my acc	39
acc schedule	34
acc 2018	33
acc share price	33
google acc	32
acc blackboard	32
acc 2017	32
acc championship	31
acc college	31
what is acc	30
acc basketball tournament	26

→ 관련 주제, 관련 검색어 상위 20개 중 "국립아시아문화전당"과 관련된 것 없음

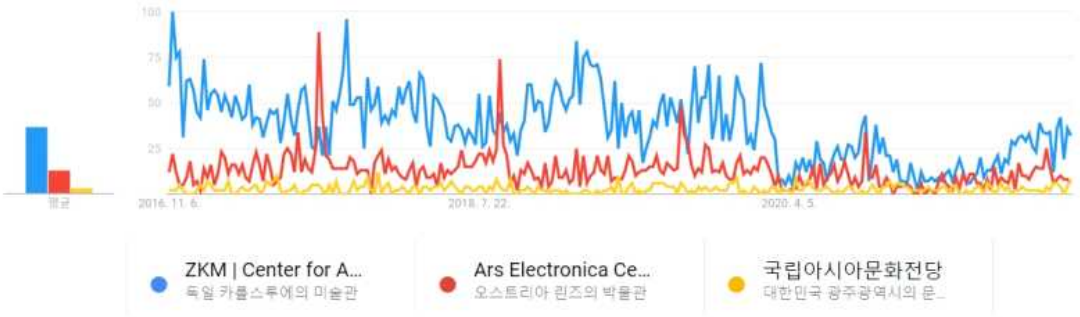
53

※ 관련주제/검색어: ACC를 검색한 사용자가 검색한 주제, 검색어

유사기관 검색량 비교

최근 5년간 관심도 변화
<검색어>로 비교하는 경우, 동의어의 검색결과가 포함되므로 <주제>로 비교함

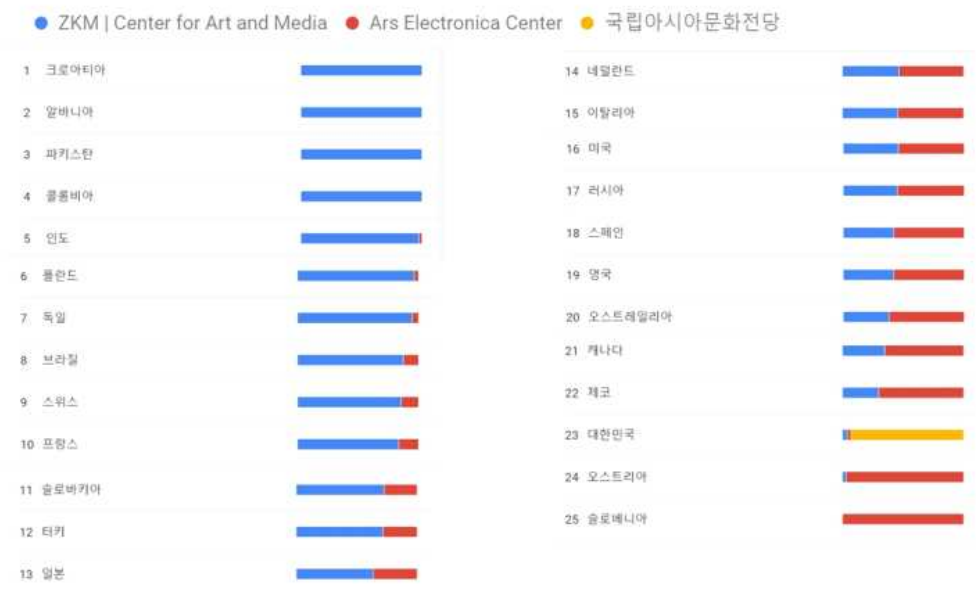
ex. ZKM: 폴란드의 도시명, ACC: Adaptive Cruise Control, 액세서리 약어 등



ZKM, ARS에 비해 ACC 검색량 적음

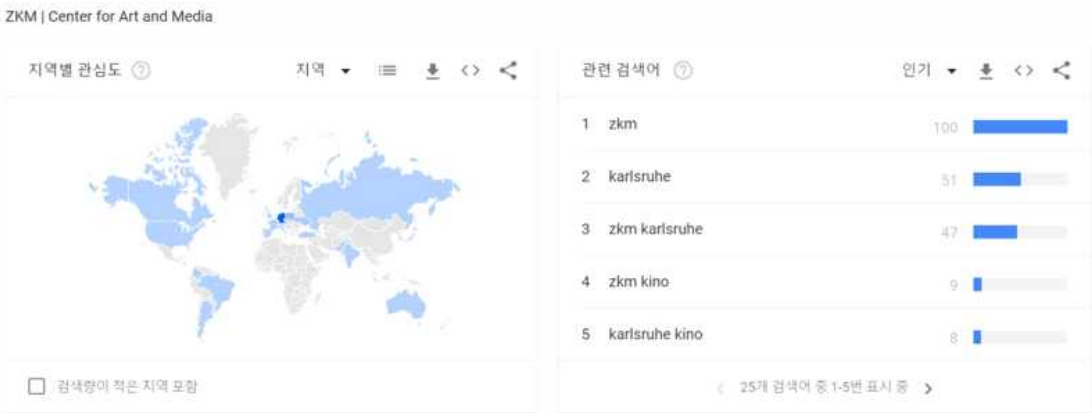
54

국가별 검색 비율



55

ZKM 관련 검색어



56

Ars Electornica 관련 검색어

Ars Electronica Center

지역별 관심도 지역

검색량이 적은 지역 포함

관련 검색어 인기

1	ars electronica	100
2	linz	42
3	ars electronica center	31
4	ars electronica linz	30
5	aec linz	11

16개 검색어 중 1-5번 표시 중

57

국립아시아문화전당 관련 검색어

국립아시아문화전당

지역별 관심도 지역

검색량이 적은 지역 포함

관련 검색어 인기

1	아시아 문화 전당	100
2	acc	50
3	국립 아시아 문화 전당	34
4	광주 아시아 문화 전당	23
5	asia culture center	15

58

.. 전당 운영 관련 전문가들 진단

1. 전당의 국제사회 네트워크가 취약
⇒ 국제적 파트너쉽 구축과 아시아 출신 작가와 기획자들을 전당직원으로 채용 및 해외 전문 인력 유치 필요, 지역 대학들과 강력한 협력 시스템 구축, 운영으로 지역의 국제적 역량 결집

2. 전당의 콘트롤 타워 부재
⇒ 5개 원간 정체성과 일관성을 유지할 수 있는 시스템 구축 필요

3. 콘텐츠 제작 역량 축적 부재
⇒ 전당이 창제작 중심기관으로 거듭나고, 미래 콘텐츠를 전략적으로 생산할 수 있도록 창제작센터 역량 강화 필요

4. 전당운영의 장기 전략 부재
⇒ 전당의 지향점을 바탕으로 교류 추진 및 단발성 사업을 지양

59

.. 전당 운영 관련 전문가들 진단

5. 전당 콘텐츠의 국제화 취약
⇒ 전당의 비전에 걸맞는 콘텐츠의 국제화를 위해 외부 콘텐츠만 전당으로 유통 되는 일방통행 대신 전당에서 아시아와 세계로 발신되는 국제콘텐츠 강화 및 과도한 지역인재 유입 현상 완화

6. 과도한 어린이 문화원 의존도 탈피 (방문객 수)
⇒ 전당의 핵심 기능인 창조원, 정보원, 예술극장 등이 본래 기능 되찾아야

7. 체계적인 지역의 전문인력 양성 취약
⇒ 일회성 프로그램 운영 지양하고 중장기적 전문인력 양성사업 강화로 전당 인력과 지역사회 인력의 역량강화 필요

8. 전당의 기능에 대한 중앙정부와 지방정부간 인식 차이
⇒ 전당의 기능이 관광지인지, 문화예술지원기관인지 아니면 문화생산기지 인지에 대한 확고한 인식 공유 필요

60

토론문

아시아문화중심도시 조성사업의 과제

이 정 미
(문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단장)

아시아문화중심도시 조성사업의 과제

이 정 미(문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단장)

아시아문화중심도시 조성사업의 과제

□ 특별법 개정('21.3.23)과 과제

○ 전당 중심으로 아시아문화원의 사업, 조직을 흡수 통합하여 **전당과 재단으로 재편, 아특법 유휴기간을 5년 연장**('31.12.31)

⇒ **전당 및 문화원의 기능 재편**과 **사업기간 5년 연장**을 계기로 조성사업의 성공적 완수를 위해 **앞으로 무엇을 할 것인가가 중요한 과제**

□ 조성사업의 개선방향

조성사업의 이슈

■ **아시아문화전당**

- 당초 목표인 **문화발전소의 역할**이 부진, 앞으로 **창조, 향유, 교류 기능** 측면에서 **국제적 문화시설로 자리매김** 필요

■ **문화도시기반 조성**

- 5대 문화권별로 **차별화된 사업을 추진**하고 **전당과 5대 문화권**, **문화권별로 연계 확산**을 통해 **도시발전 기반 구축** 필요

■ **민간투자**

- 도시 관광·산업 및 인적자원의 지역적 한계로 **투자유치 사업성과 부족**, 향후, **다양한 법제도.재정사업 강화**를 통해 **민간투자 활성화** 필요

■ **국제교류**

- 아시아문화중심도시의 정체성 아래 **체계적이고 전략적인 국제교류** 추진을 통해 **아시아문화중심도시 광주의 브랜드 강화** 필요

<개선방향(키워드)> "도시 발전을 위한 구체적 실행 전략 · 추진체계 마련"

○ **(도시발전) 문화 자체의 가치 실현**도 중요하지만, 병행하여 **지역주민, 도시, 지역, 국가**에 **실질적인 효과 산출**이 매우 중요

○ **(선택과 집중) 명확한 목표와 성과관리** 체계 아래, **장 · 단기사업, 전략적 사업을 선택**하고 이를 실현하며 **가시적 성과 도출**이 필요

* 예) 광주비엔날레, 유네스코미디어아트창의도시 등 연계 시각 · 미디어 사업을 특화

○ **(연계와 확산)** 사업과 문화권, 전당과 문화권, 문화권과 문화권, 광주와 주변 지역 산업관광을 **점 · 선 · 면**으로 확장 **연계**하는 **입체적 사업 추진 필요**

○ **(지속가능)** 그동의 사업성과를 기반으로 **향후 잔여 사업기간** 동안, 아시아문화중심도시의 **지속가능한 발전을 위한 토대와 체계 구축 필요**

○ **(도시브랜드)** 아시아문화중심도시의 **가치와 철학(자유, 평화, 인권)이 세계인에게 소구, 매력적인 국제문화도시 이미지**를 갖추도록 **브랜드 전략** 필요

⇒ **그동안의 추진체계(보조사업의 지원과 집행)**를 개선하여 **종합적이고 입체적인 사업 추진을 위한 새로운 추진플랫폼** 구축 필요

* **도시발전 성과와 사업의 지속가능성**에 목표를 두고 **5년간의 구체적 계획과 사업을 설정**하고 이를 실행하는 추진 **플랫폼 구축** 필요(광주시 · 문화기관 · 단체 · 시민 참여 등)

□ 새로워진 전당의 앞으로의 과제 → 중장기 전략 수립 추진('22. 상)

○ **창제작 선순환 구조의 작동으로 실험적 문화발전소로의 재도약**

- 장 · 단기를 구분하여 콘텐츠 개발 목표 수립, 실행력 제고 방안 도출

○ **코로나 일상 시대를 대비한 비대면 문화예술 서비스 강화**

- 융복합 기술을 활용하여 공연 · 전시 · 교육 등 전당 콘텐츠의 비대면 서비스 강화, 온라인 플랫폼으로서의 전당 홈페이지 고도화

○ **전당의 성과 확산, 브랜딩을 위한 홍보 · 마케팅 기능 강화**

- 고객데이터 분석, SNS 채널 활용, 공간을 활용한 관광마케팅 등 다양한

방식을 통한 맞춤형 홍보·마케팅 강화

○ **전당 콘텐츠의 체계적 유통을 위한 유통 모델 확립**

- 콘텐츠의 지식재산 관리, 체계적 유통을 위한 국내외 유통채널 확보

○ **전당-지역사회 역할 재정립을 통한 아시아문화중심도시 협력 강화**

토론문

문화전당 활성화 과제와 지역 협력

김 요 성
(광주광역시 문화도시정책관)

문화전당 활성화 과제와 지역 협력

김 요 성(광주광역시 문화도시정책관)

□ 문화전당의 기능 – 가장 지역적인 것이 가장 세계적

(사례1) 지난 4월 방탄소년단은 미국 ‘지미 팰런 쇼’라는 프로그램에서 한복 의상을 입고 경복궁 근정전과 경회루를 배경으로 무대를 펼쳤다. 2018년에 발매한 ‘아이돌’이라는 곡은 국악 장단과 추임새 등을 더해 한국적이면서도 트렌디한 K팝을 세계에 알려 호평을 받았다. 전세계 K팝 팬들을 위한 한국어 교육 콘텐츠를 공개하기도 하였으며, 한국어 가사의 ‘라이프 고즈 온’은 지난해 미국 빌보드 메인 싱글차트 ‘핫100’ 1위에 오르기도 했다.

(사례2) 드라마 ‘오징어 게임’이 한국 콘텐츠 최초로 미국 넷플릭스에서 오늘의 탑 10 콘텐츠 1위에 올랐다. 미국뿐만 아니라 일본, 대만 등 다수 국가에서 1위에 올랐다. 단순히 인기만 높은 게 아니다. 세계적인 비평사이트인 로튼 토마토에서 신선지수 100%를 기록하며 작품성과 독창적 매력을 인정받았다. 익숙한 데스게임 장르이지만, 한국 고유의 전통놀이, 고유 음식, 가족에 대한 애틋함 등 효(孝)문화가 반영된 한국 정서가 외국인들에게 신기하고 흥미롭게 다가갔기 때문이다.

위 예시들은 가장 지역적인 것을 가장 세계적으로 만든 대표적 사례들이다. 세계의 주류를 그대로 모방하는 쉬운 길을 택하기 보단 우리만의 고유한 특색과 정서를 현대적으로 각색하고 재창조한 새로운 문화가 도리어 세계적인 인기를 얻을 수 있음이 증명된 셈이다.

아시아문화전당 역시 마찬가지이다. 문화전당 활성화 사업은 광주의 역사문화를 중심으로 새로운 가치를 창출하며 확산되어야 한다. 광주를 대표하는 충장축제, 광주주먹밥·김치의 브랜드화, 5.18운동의 세계화를 통한 광주정신 선양, 마한역사 복원과 세계화 등 우리 고유의 것 중 주목할 만한 아이템들은 무궁무진하다.

우리는 문화전당을 광주라는 공간・역사・문화적 특성을 충분히 활용하되 점진적으로는 그 한계를 초월하여 아시아 과거·현재의 문화예술과 혁신적인 아이디어와 신념이 만나 미래지향적인 새로운 결과물을 생산해내는 국제적인 예술기관이자 문화 교류기관으로 발전시켜 나가야 한다.

이를 통해 궁극적으로 광주를 아시아의 문화와 자원이 상호 교류되는 문화의 중심도시이자 아시아 각 국과의 동반 성장의 견인차가 되는 도시로 육성할 수 있을 것이다.

□ 지역시민과 소통하는 문화 창작 · 소비의 선순환 네트워크 구축

(사례1) 도쿄 오다이바에 위치한 디지털 아트 뮤지엄은 다섯 개로 구성된 커다란 세계라는 컨셉으로 약 60여 점의 작품이 전시되어 있다. 독특한 사실은 모든 작품들의 특성은 경계 없는 세계를 지향하고 있으며 작품과 작품이 서로 영향을 주고받고 심지어 관람객이 작품의 일부가 되는 듯 일반적 상식의 예술작품 개념을 뛰어넘은 즐거움 가득한 공간이라는 점이다.

(사례2) 일본 가나자와 시민예술촌은 당초 방직 공장이 오랫동안 지역 경제를 이끌었으나 인구 감소 및 산업 변화와 함께 급격히 쇠퇴하기 시작하였다. 하지만 이에 굴하지 않고 가나자와시는 민관 거버넌스를 발빠르게 조직하여 텅 빈 방직공장을 시민들의 예술 창작활동 공간으로 내어주었다. 아마추어라도 자유롭게 참여할 수 있게 진입장벽을 낮추었으며 머지않아 멀티, 드라마, 뮤직공방 등 다채로운 테마로 가득찬 시민들의 예술 놀이터가 되었다.

위 두 외국 사례에서 발견할 수 있는 공통점이 있다. 바로 지역 주민들의 참여와 소통을 통해 단조로운 장소를 생명력이 넘치는 문화적 가치가 있는 공간으로 재탄생시켰다는 점이다.

광주의 문화적 랜드마크로서의 문화전당이 국내를 넘어 해외로 더욱 활동범위를 확장하기 위해서는 이 장소에 사람들이 특별히 몰입하게 만드는 흡인력을 반드시 갖추어야만 한다.

그렇다면 기존에 전문가의 예술작품을 관객이 수동적으로 감상하는 방식은 이제 부족하다. 지금은 관람객이 작품에 직접 관여하고, 아이디어를 제시하고, 창작체험도 할 수 있는 쌍방향적인 문화 소통공간이 각광받는 시대이다.

이러한 점에 착안하여 우리시에서는 미디어파사드와 관객의 동작에 반응하는 키네틱 기술을 기반으로 하여 광주의 스토리를 담아 제공하는 콘텐츠, 전문예술가들의 창작공간과 일반시민이 예술을 학습하고 교류할 수 있는 체험공간의 공존, 4차 산업과 지역문화예술 등을 융복합하는 실험적인 창작에 대한 수용 및 적극적 실험공간 제공 등 색다른 아이디어를 집약하는 사업 등을 발굴하고 추진하기 위해 노력하고 있다.

우리가 원하는 문화전당의 활성화를 위해서는 결과가 아닌 과정에서부터 충분한 소통과 참여, 혁신이 전제되어야 한다. 이를 위해 문화전당과 지역사회 간 소통기구의 설치를 통해 정기적이고 심도 있는 의견 교류는 필수적이다. 또한 문화전당을 중심으로 디자인진흥원, 정보문화진흥원, 인공지능센터의 전문성 등과 연계하여야 한다. 문화관광체육부, 아시아문화중심도시추진단, 광주광역시 삼자간 네트워크의 활성화를 통해 민첩한 행정의 대응력 또한 매우 중요하다.

이로써 문화전당은 광주라는 문화 허브(거점)를 중심으로 광주와 세계를 연결하는 새로운 문화역사의 한 획을 그려나가기 위해 아시아를 비롯한 전 세계의 참여자들이 자유롭게 연구·창작·제작의 단계를 수행할 수 있는 통합적인 플랫폼의 역할을 수행하게 될 것이다.

패 널 토 론 문

달라진 문화전당, 그리고 광주

김 지 원(광주문화재단 경영혁신본부장)

Ⅰ. 그 어느 시설도 지역에서 사랑받지 않고서는 '세계성'을 인정받을 수 없다.

초기 아시아문화중심도시 조성사업과 관련해 가장 많이 언급된 복합문화시설은 프랑스 파리의 퐁피두 센터입니다. 1977년 12월 말에 개관한 퐁피두 센터에는 공공정보도서관, 20세기의 중요 미술품들이 있는 국립근대미술관, IRCAM(음향・음악연구소)가 있으며, 이 외에도 영화관, 극장, 강의 홀, 서점, 레스토랑과 카페 등으로 구성되어 있습니다.

퐁피두 센터는 현대주의를 상징한 독특한 건물 덕분에 개관 초기부터 엄청난 인기를 끌었습니다. 현재는 매년 300만 명 이상의 관람객들이 찾아오는 프랑스의 대표적인 명소로 자리 잡았을 뿐만 아니라 세계적인 복합문화시설로 대표되고 있습니다.

> "나는 파리시가 박물관인 동시에 창작 활동의 중심지 역할을 수행할 문화의 전당을 갖게 되기를 열망한다. 이 문화의 전당에서는 시각예술, 음악, 영화, 문화 등이 공동의 광장을 갖게 되기를 바란다."

퐁피두 대통령은 복합용도의 문화센터를 요구하면서 '문화의 전당'을 넘어 '대중적인 시설'을 만들려고 했습니다. 이러한 지향점은 건축가의 선정과 건축설계, 광장의 위치와 기능, 대중적 접근성 등을 고려한 동선이 만들어졌으며, 다양한 문화프로그램으로 파리 시민들의 일상성을 공유하는 공간으로 자리 잡게 되었습니다.

스페인 빌바오의 구겐하임 미술관도 마찬가지 사례입니다. 미술관의 고유기능을 하면서도 동시에 어린이부터 노년층에 이르기까지 다양한 교육 체험 프로그램과 개관시간 연장 등을 통해 지역주민과 관광객을 위한 음악회와 파티를 개최

하고 있습니다. 시민과 함께 호흡하는 문화공간으로 자리매김 한 것인데 저녁시간 볼거리와 즐길 거리가 부족한 빌바오시에는 구겐하임 미술관과 네르비온 강의 경관조명으로 관광객을 더욱 끌어들이고 있다고 합니다.

Ⅱ. 2025년 아시아문화전당 개관 10주년! 재개관 론칭 프로젝트

2015년 11월 25일에 개관한 아시아문화전당은 개관 특수를 누리지 못했습니다. 국제적인 규모의 복합문화 시설임에도 불구하고 인지도의 측면에서 유사한 다른 시설과 비교가 됩니다. 아시아문화전당이 아시아 문화에 대한 교류・교육・연구 등을 주요 업무로 하는 공공기관이라는 한계와 함께 세계적인 미술관, 박물관 기능이 없다는 점도 감안해 볼 수 있습니다. 그럼에도 불구하고 개관 초기 론칭 프로젝트를 통한 인지도 확산, 국제적인 인정성을 획득하지 못했다는 점은 아쉬운 대목이 아닐 수 없습니다.

아시아문화전당장 발표가 11월 23일(화)입니다. 새 전당장이 선임되고 아시아문화전당이 새롭게 재구성되면 대외적으로 가장 먼저 고민해 볼 과제가 개관 10주년 행사라고 봅니다. 내년부터 준비하더라고 예산은 2023년에 반영되고 준비기간은 채 3년이 안될 수도 있습니다. 숫자의 개관 10주년이 아니라 재개관이라는 기치 하에 아시아문화전당이 새로운 도약을 계기를 마련했으면 하는 바램입니다.

Made in ACC 명품 K콘텐츠 창작의 조건

정 정 숙(광주관광재단 관광진흥팀장)

K콘텐츠가 전 세계인의 찬사와 인기 속에 전성기를 구가하고 있습니다. K-POP의 BTS는 말할 것도 없고 기생충, 미나리와 같은 K-Movie, 킹덤, 오징어 게임의 K-Drama는 물론 만화, 게임까지 K-콘텐츠는 한국을 대표하는 그리고 한국의 국가 브랜드를 올리고 있는 국가 경쟁력의 핵심이 되었습니다.

물론 현재 세계적 인기를 끌고 있는 K콘텐츠들은 국립아시아문화전당이 생산해 내는 콘텐츠와 차이점이 있을 수 있습니다만, 향후, 광주 그리고 국립아시아문화전당이 창・제작 해 낼 콘텐츠가 K-콘텐츠의 핵심으로써 비즈니스 성과를 내야한다는 것은 변하지 않는다 생각됩니다.

국립아시아문화전당 중장기 운영계획(안)을 보면 정부기관으로써 전당의 창・제작 업무가 강화되고 전당재단이 유통 등 수익에 대한 사업들을 담당하는 것으로 분장되어 있습니다. 이러한 운영계획으로 조직이 대한민국 한류의 핵심이 될 콘텐츠가 만들어 지고 유통 될 수 있을 것인지 의문이 생깁니다.

창・제작이라는 창의성과 혁신성이 필요한 사업을 국가기관 즉, 공무원으로서 어느 정도 수행할 수 있을 것인가? 물론, 국가기관으로써의 책임성과 예산확보의 용이함이 있을 것으로 생각됩니다만, 세계적인 문화예술 관련 창・제작물 그리고 세계인들의 사랑을 받는 여러 문화 작품들이 자율적이고 공격적인 생산과 마케팅이 가능한 민간 기업 혹은 조직들이 만들어 내고 있다는 부분을 생각하면 걱정이 되기도 합니다. 위에서 언급한 현재 세계를 휩쓸고 있는 콘텐츠들만 보더라도 다르지 않습니다.

이미, 모든 부분이 세팅되어 있는 것을 바꿔야한다고 말씀드리는 것은 아닙니다. 단지 계획만 그럴 듯하게 세워서 얘기하지 않고, 대한민국을 대표하는 K콘

텐츠를 생산해 낼 수 있도록 하는 주도면밀한 전략을 수행할 수 있는 조직과 지원체계가 필요합니다.

경직된 국가 조직이 생산해 내는 창·제작물의 티를 내지 않고 세계의 문화 흐름을 주도하고 있는 한류와 같은 혁신적 성과를 낼 수 있도록 하는 배후 지원이 가능한 조직이어야 합니다. 특히, 층층시하 보고체계가 창의력 무덤이 되지 않고, 살아 숨 쉬는 콘텐츠가 생산될 수 있도록 구성해야 합니다. 또한, 창작자와 제작 전문 인력들이 디테일한 영역에까지 완성도를 유지할 수 있도록 하는 창작환경 조성과 함께 변화에 보수적이지 않는 수용과 포용의 조직문화가 형성되어야 합니다.

대한민국은 이미 명품 콘텐츠를 만들어 낼 수 있음을 세계에 증명했습니다. Made in Korea 콘텐츠는 세계 문화산업을 이끄는 최고의 문화콘텐츠가 되었습니다. 이러한 콘텐츠 산업을 육성하고 성과를 낼 수 있게 지원한 충분한 경험을 가진 문화체육관광부가 운영하는 국립아시아문화전당은 그 충분한 가능성을 가지고 있다고 생각합니다.

국립아시아문화전당이 만들어 낼 멋들어진 Made in ACC 콘텐츠를 기대합니다.

문화전당에 필요한 리더십과 팔로워십 그리고 펠로우십

정 두 용(청년문화허브 대표)

□ 문화전당은 누구를 위해, 왜 존재할까?

- 문화산업(대중)? 문화향유기관(시민)? 예술창・제작(예술인・마니아)? 문화예술 지원기관?

전당에 대해서 이야기를 나누게 될 때 확연하게 느껴지는 한 가지 포인트는 전당에 대한 기대 역할이 사람마다 너무 다르다는 점이다. 개개인은 물론 광주 예술인, 광주 밖 예술인, 기획자, 행정가, 광주 시민, 광주 밖 시민 등등. 표준 편차가 너무 높다.

전당이 누구를 위해(whom), 왜(why) 존재하는지 공동체적 합의가 이루어지지 않았기 때문에 어떤 콘텐트, 무슨 사업(what)을 하더라도 추진 동력이 잘 생기지도 않고, 결과에 만족하는 사람도 일부에 그치게 된다. 문화전당이라는 거대한 배가 항해를 일단 시작은 했는데 서로 가고 싶은 목적지도 다르고, 배의 용도가 크루즈선인지, 군함인지, 컨테이너선인지 서로 쓰고 싶은 용도도 다르다. 당연히 배를 움직이는 스탭들도 본인의 정체성에 대해 헷갈리고, 이 배를 타야 할 승객들도 내가 탈 배인지 아닌지 잘 모르겠다 한다.

여전히 전당 관련 토론회 등을 하게 되면 같은 목적지를 향해 항해하며 어떻게 하면 잘 항해할까 논의하기 보다는, 서로 다른 목적지를 주장하며 계속 제자리를 표류하고 있는 듯한 느낌이 든다. 물론 거대한 복합문화시설인 문화전당의 역할을 하나로 한정시켜놓을 수도 없고 그럴 필요도 없겠지만 가장 우선하는 핵심 비전, 미션, 가치에 대한 무게중심은 잡았으면 한다. 그리고 이 무게중심을 잡는 키 퍼슨(key person)이 그 동안 공백으로 있었던 문화전당장이라고 생각한다. 그런 맥락에서 '고위공무원 나급'으로 배정된 문화전당장 직급은 참으로 아쉽다. 단순히 우리 지역에 있는 국립시설 기관장 직급을 높여달라고 투정 부

리는 게 아니다. 막대한 예산이 들어간 문화전당(나아가 문화도시 사업)의 성패에 있어 배의 키를 잡을 선장의 리더쉽이 너무나 중요하고 그에 맞는 자리가 마련되어야 하기 때문이다. 국립현대미술관 사례처럼 나중에라도 꼭 개선되어야 할 사항이라고 생각한다.

※ 참고 : 국립중앙박물관장 차관급, 국립중앙도서관장은 고위공무원 가급, 국립현대미술관장 및 국립국악원장 고위공무원 나급에서 가급으로 상향

□ 팔로우쉽과 펠로우쉽

기관에서도 몇 년 근무해보고, 민간 문화예술단체의 대표로서도 9년째 활동해오며 리더쉽보다 더 중요한 게 팔로우쉽과 펠로우쉽이라고 생각한다. **'나는 저 가치, 저 결정에 동의하지 않지만 그럼에도 이 결정을 존중하고 이 결정이 옳은 선택이 되도록 함께 하겠다.'**

지금까지 문화전당에는 민과 관이 각각의 상황과 역할에 있어서 발휘해야 할 리더쉽, 팔로우쉽, 펠로우쉽이 안타깝지만 모두 부족했다고 생각한다. 내 개인적으로는 이제 내가 원하는 방향으로 문화전당이 항해를 하길 바라기보다 그곳이 어느 곳이든지 이제 무게중심을 잡고 뚝심 있게 항해하길 바란다. 그리고 나는 민간의 문화활동가로 그 목적지가 내가 동의하지 못하는 곳일지라도 그 목적지를 결정하는 과정이 적절하고, 나와 생각이 다른 누군가들은 원하는 목적지라고 한다면 기꺼이 응원하고, 격려하고 기여하고 싶다. 팔로우쉽과 펠로우쉽을 발휘하고 싶다.

- 문화담론지 <창> 가을호 '정두용 원고 중 발췌 -

… 필자가 9년째 허브에서 활동하며 느낀 건 우리 같은 시민 문화예술 단체들은 관에서 진행하는 어떤 사업에 문제점을 제기하고 막는 '마이너스의 영향력'은 어느 정도 발휘하지만 생산적이고 창의적인 '플러스의 영향력'은 부족하다는 점이다. 언론 보도, 포럼 등을 통해 관에 대한 감시와 견제 역할에 있어서는 어느 정도 역할을 하고 있지만 새로운 멍석을 깔고, 혁신적인 대안을 제시

하고, 스스로 주도적인 역할을 하는 데 있어서는 부족함이 느껴진다. 창작자로서 역할은 거의 없고 비평가의 역할만 한달까. 사실 어떤 기관이던, 어떤 지자체이던 비판할 논리와 문제점은 얼마나 많은가. '본질적인 해결책이 아니다.', '나름 노력은 한 것 같지만 한계를 벗어나지 못했다.' 등. 그런데 허브 활동을 통해 느낀 건 우리 시민 사회가 아무리 비판 또는 비난에 열을 내봤자 관은 시스템적으로 쉽사리 변하지 못한다(혹은 않는다)는 것이다. 앞으로 문화예술 NGO들은 평론가, 심판, 코치로서의 역할보다는 선수(player)로서의 역할을 더 강화했으면 한다. 관을 선수로 설정하고 우리가 코치로서 이래라 저래라 하기 보다는 차라리 시민사회가 선수로서 우리가 바라는 부분들을 실행해 나가고 관은 그에 대한 지원을 하는 응원단(suppoter)으로 역할 하도록 주문하는 게 서로 우울한 관계에서 벗어나 생산적인 파트너 관계가 되지 않을까. 이전 시대에는 시민사회의 감시・견제・비판 활동에 무게중심이 실렸다면 지금 시대에는 혁신을 만들어가는 선수로서의 역할로 중심이 옮겨가야 하지 않을까 싶다.

달라진 문화전당, 그리고 광주

이 현 미[(사)광주민족예술인단체총연합 사무처장]

1. 전당은 무엇이 달라졌나?

2. 오징어 게임과 기생충

3. 킬러 콘텐츠는 어디에 있나?

4. 전당은 어떻게 광주에 세워졌는가?

5. 광주의 최고의 자산은 무엇인가?

6. 지역 협력의 조건

7. 어머니의 노래 콘텐츠 제작 사업으로 본 지역협력과 오리지널 콘텐츠 제작의 가능성

굴뚝 없는 공장, 국립아시아문화전당

엄 수 경(광주전남문화유산연대 공동대표)

국립아시아문화전당 하면 가장 먼저 떠오르는 그림은 무엇일까? 광주광역시, 대한민국, 아시아, 세계화, 아시아문화중심도시, 문화산업이 아니었다. 무엇인가 광주광역시에 덩그렇게 던져져 있는 고아 같은 느낌이었다. 가장 가까이 있으나 가장 멀리 있는 공간이었다. 과거형으로 말하는 것은 반성하는 의미에서다. 그만큼 관심 밖으로 생각해 왔기 때문이다. 하지만 여전히 그림은 잘 그려지지 않는다.

아시아문화중심도시는 문화예술 교류로 문화적 창의성을 높이고, 아시아 국가가 협력하는 구심점을 마련한다. 정치 · 경제 · 문화자원 수도권 집중에서 벗어난 국가균형발전사업이라는 국가추진 사업을 하는 기관 중 하나가 국립아시아문화전당이다. 문화산업이라는 것이 명명백백하다.

문화산업은 산업혁명, 정보화혁명을 거치면서 발달한 제조, 기술 등 딱딱한 영역과 감성, 예술 등 부드러운 영역을 결합한 고부가가치 산업을 말한다. 땀 경제, 규모 경제를 벗어나 창조성, 감수성, 영감 경제 등으로 문화 시대를 열어간다는 말이다.

우리나라는 현재 문화강국 위치에 있다고 할 수 있다. 방탄소년단, 기생충, 오징어 게임 등이 현재 엄청난 국위 선양하고 있기 때문이다. 이 문화는 찬찬하게 들여다보면 혼돈 속에서 탄생했다. 그러기에 이 인기가 어제까지 갈 수 있을까, 영원할 수 있을까 하는 물음표가 붙는다.

문화산업을 굴뚝 없는 사업이라 말한다. 여기에서 우리가 간과해서는 안 되는 점이 있다. 굴뚝 없는 돈은 때때로 일회성에 그친다. 그러므로 유행이나 경향, 추세가 아니라 문화라고 했을 때는 족히 30년은 가야 한다는 의미이다. 국립아시아문화전당은 유아독존이나 각자도생할 수는 없다. 문화는 사실 지역이, 시대가 요구하는 그 무엇이라는 주제를 담고 있어야 하기 때문이다. 지역, 광주광역시가 중심이 되어야 한다는 말이다. 지역과 연계되지 못한다면 문화가 아니라 일회성 사업으로 끝나고 말 것이기 때문이다. 지역 문화 기반 위에 그 무엇이 덧입혀져야만 의미가 있게 될 것이다. 광주라는 지역성, 5·18이라는 역사성이

담보되지 않는다면 국립아시아문화전당은 건물 자체로만 남게 될 것이다.

이렇게 되지 않기 위해서는 광주광역시 시민들 스스로 “근자열 원자래(近者悅 遠者來)”라는 생각을 해야 한다. 가까운 곳에 사는 사람이 즐거워해야 먼 곳에 있는 사람도 찾아온다고 하지 않는가. 사람이 곧 문화다. 국립아시아문화전당은 보전되고 향유되어야 한다. 광주 사람이 관심 두지 않으면 지키지 못한다는 것이고, 문화를 누릴 수 없게 된다는 것이다. 국립아시아문화전당은 광주 사람 스스로가 변화를 만들고 꿈꾸어야 할 때다.

마지막으로 외래어, 외국어 사용을 지양했으면 좋겠다. 여기에 덧붙여 말을 줄여 쓰지 않았으면 한다. 세계화 시대에 외국어를 쓰는 것이 대수냐 할지도 모르겠지만, 문제는 대체할 우리말이 있음에도 어려운 외래어나 외국어를 사용한다는 데 있다. 우리말보다 지적이거나, 유행에 밝거나, 전문적이라는 잘못된 인식이 심각하다. ‘팩트’가 ‘사실’보다 전문적이고, ‘셰프’가 ‘주방장’보다 품격있는가? ‘패널’은 ‘발표자’나 ‘토론자’라고 해도 되지 않을까? 외래어와 외국어 남용을 경계했으면 하는 바람이다. 아문당(아시아문화전당), 아특법(아시아문화중심도시 조성에 관한 특별법) 등과 같이 말을 줄여 쓰지 않았으면 한다. 공식적인 자리에서는 정확한 명칭을 사용하는 것이 맞을 것 같다.

국립아시아문화전당에 대한 단상

정 진 삼(광주장애인문화협회 회장)

우리나라를 넘어 아시아 문화중심도시의 핵심 문화시설인 국립아시아문화전당이 이곳 광주에 자리하고 있단 생각만 해도 가슴이 벅차오른다.

하지만 너무 지지부진해서도 아니고, 문화가 지니고 있는 다양성 때문도 아니다. 지역 시민의 한사람으로서 체감은 꼭 먼 나라 이야기처럼 느껴진다.

6년 만에 아특법(한시법)개정에 따라 5년 연장, 대대적인 조직개편을 통한 아시아문화원 흡수·통합으로 문화체육관광부 소속기관으로 위상정립, 국가기관이 수행하기 어려운 수익사업과 유통을 위해 문화전당재단 신설 등 커다란 이정표가 될 변화가 있었다.

"전당만의 차별화된 브랜드 구축, 지역사회와 시민과 함께하는 열린 전당이 될 수 있도록 노력" 하겠다는 것이 전당 측 입장이다.

2015년 11월 개관 이후 9월말 현재 1,065건의 다양한 창·제작 공연, 전시, 교육 등을 통해 방문객 1,000만명 이상 달성과 5년간 문화전당 운영에 따른 경제적 파급효과를 약 1조505억원(생산유발효과 7,082억원, 부가가치유발효과 3,423억원, 취업유발효과 1만5737명)에 달한 것으로 분석 결과를 내놓았다.

이에 전당이 추구하는 중점과제 중 교육 등 시민참여 프로그램 확대, 이용자 중심 공간개편 및 접근성 강화에 주목하고 있다.

시민참여 프로그램으로는 문화예술·인문학 분야 전문가를 초청하여 일반인들에게 분야별 이해를 높이고 새로운 지식과 정보를 제공하고자 대중강연으로 '인문강좌'를 개최하고 시민들에게 문화예술 향유·창작·체험의 장을 제공하고 문화예술·인문학·과학 분야의 대표적인 전문가를 초청하여 새로운 지식과 정보를 제공하는 '시민아카데미', 지역의 문화예술기획자와 함께 하는 'ACC

오픈아카데미’ 등을 운영하고 있다.

모두 일방적인 소통구조로 되어있는 주입식 교육이다. 어찌 시민참여 프로그램이라고 말할 수 있단 말인가?

소통과 참여는 전당의 활성화에 크게 기여할 것이며 기획에서 운영까지 시민의 목소리가 반영된 프로그램이 진정한 시민참여 프로그램이라 말할 수 있을 것이다.

또한 이용자 중심 공간개편 및 접근성 강화를 위한 공사를 진행하고 있으며 하늘마당에서 전당으로 이어지는 에스컬레이터 설치공사와 지상 난간 공사는 완공을 목전에 두고 있다. 방문 및 이용객이 공간을 보다 쉽게 찾을 수 있도록 안내판을 개선, 설치하는 공사는 마친 상태라고 한다.

누구나가 전당을 다녀온 이용객이라면 이동동선에 대해선 불만의 목소리를 내지만 특히 장애인의 이동경로는 계단을 우회한 경로라 더욱 어려움이 있다. 음성안내, QR코드 안내, 촉지도 등 이동약자를 위한 세심한 배려가 국립아시아문화전당으로서의 위상과 격을 드높일 것이다.

전당이 말한 “라이브러리파크는 4차 산업혁명 기술이 접목된 공간, 다문화가정과 장애인, 노약자 등 방문객 모두에게 친근하고 편안하게 다가가는 공간으로서 전당 방문객의 관람 만족도 증대와 방문객 재방문 확대의 계기”가 될 것이다.

맺으며, 국립아시아문화전당은 특별한 사람만이 가는 곳이 아니라 누구나가 편안하게 접근할 수 있는 로드맵을 설정하여 문턱을 낮추어 광주에서, 대한민국으로, 나아가 아시아에서, 세계로 뻗어가는 아시아문화의 핵심 축으로 자리매김할 그날을 기다려 본다.

조직과 예산을 넘어선 합일점의 문제

김 옥 렬(광주전남민언련 상임대표)

□ 왜 아직도 활성화인가?

- 활성화는 죽기 직전의 상태 또는 그와 비슷한 상황을 전제로 함
- 논의의 출발은 어디여야 하는가 : 내용일까 형식일까 시각일까

소결 : 전당 운영계획 무엇이 보완되어야 하나?
□ 전당의 비전과 목표는 얼마만큼 달성하고 있는가
□ 지역협력을 위한 의지와 전담 조직의 필요성
□ 다시 출발점으로: 동시대예술의 컨셉은 ….?
□ 연도별 핵심테마는 적정한 것인가

□ 다시한번 점검해보기. 지금 우리에게 국립아시아문화전당은 무엇인가?

- 전당을 보는 느낌 : 1) 하나의 거대한 기구로만 남은 느낌? 2) 동굴 속의 우상들이 자기들만의 축제를 벌이는 느낌? 3) 드넓은 바다를 표류하는, 그렇지만 가야할 방향으로 이끌 유능한 선장은 없는 거대한 배를 보는 느낌? 4)평범한 시민이 보기엔 무섭고 위압적이고 먼 얼음궁전같은 느낌?

→ 조직이 커지고 예산이 늘어나면 활성화인가? : 형식이 내용과 위상을 규정하지는 못한다

→ 시민없는, 관객없는 공간은 어떤 의미일까? ; 시민에겐 아직도 너무 멀다

□ 우리는 무엇을 더 고민해야할 것인가?

- 전당의 존재감을 생각해보자 + 소재한 지역으로부터 존재감부터 인정받자
- ‘세계로 향한 아시아문화의 창’? 비전에 충실하고 있는가? 비전을 다시 고민하자
- 시민이 소통하자고 소리지르는 이유를 고민해보자

- 전당의 주인은 누구여야 하는가를 고민하자.
- 콘텐츠의 문제 : 잡탕을 전문으로 할까? 대표메뉴를 만들어야 할까?
- 시의 역할과 문화전당 기능의 충돌? 무엇부터 극복할 것인가

이러한 점에 착안하여 우리시에서는 미디어파사드와 관객의 동작에 반응하는 키네틱 기술을 기반으로 하여 광주의 스토리를 담아 제공하는 콘텐츠, 전문예술가들의 창작공간과 일반시민이 예술을 학습하고 교류할 수 있는 체험공간의 공존, 4차 산업과 지역문화예술 등을 융복합하는 실험적인 창작에 대한 수용 및 적극적 실험공간 제공 등 색다른 아이디어를 집약하는 사업 등을 발굴하고 추진하기 위해 노력하고 있다.

국립아시아문화전당의 경험

주 홍(메이홀 큐레이터, 치유예술가)

나는 아시아문화전당이 일원화되면 어떻게 바뀔지 궁금한 광주시민 중 한 사람이다. 내가 경험한 전시공간 중 국가세금으로 운영하면서 작가와 시민에게 가장 불친절한 공간이었고, 이원화 구조였던 그동안은 서로 책임을 미루며 전시를 포기할 수밖에 없게 만드는 공간운영 방식이었기 때문이다. 나는 솔직히 별로 기대하지 않는다. 현장에서 일하는 사람이 변하지 않으면 법이 바뀌어도 소용없음을 알기 때문이다. 전시기획자 이자 창작자로서 사용하기 어려웠던 이 경험을 공유하고 변화된 아시아문화전당을 기대하며 토론자로 참여한 것이다.

국립아시아문화전당은 그 존재의 이유가 5·18이다. 1980년 민주시민들을 향해 총으로 학살한 자(전두환)가 대통령이 되고 그 이후, 권력 유지를 위해 언론까지 동원하여 지속적으로 광주의 진실을 왜곡하고 짓밟았던 국가가 광주시민들에게 민주정부에서 '문화의 부흥'으로 보답하려고 지역균형발전을 명분 삼아 특별법을 정하고 국립아시아문화전당이 광주에 들어섰다. 우리는 이 존재의 이유를 잊으면 안된다. 내가 어떤 시공간에서 무엇을 하고 있다면 그것은 자신의 현재와 그 장소의 역사가 마주하는 일이다. 예술에서는 그것을 '장소성'이라고 한다.

국립아시아문화전당은 아무리 정권이 바뀌고 시간이 흘러도 1980년 '광주5월혁명의 최후의 결사항쟁지'라는 지난 역사를 바꿀 수는 없다. 장소성이 그 이유다.

나는 광주 민주광장과 아시아문화전당이 된 옛 전남도청 바로 그곳에 서면, 최후의 결사항쟁에 남기로 결심한 시민들의 심장박동이 느껴진다. 그곳에서 처참하게 군인의 총과 화염방사기에 죽임을 당하고 마당에 던져진 열사들의 시신과 살아남아 줄줄이 끌려가 505보안부대 지하에서 고문당하고 평생을 불구로 살

아가는 민주시민들의 한이 서린 곳이다. 그래서 나는 그곳에서 그림을 그리고 춤을 추더라도 그 정신과 희생에 감사하며 춤춘다.

1980년 5·18 그 피의 대가로 국가가 아시아에서 문화 허브가 될 수 있는 도시로 만들어주겠다고 했을 때도 나는 희생되신 분들을 기억해야 한다고 생각했고 지금도 마찬가지다. 아무리 누가 '5·18을 그만 좀 우려먹어라.' '지겹다.'고 말하고 광주의 발목을 잡는 거라고 말해도 정치적으로 지우고 싶어서 '아시아'라는 이름에 의미를 부여하며 방점을 찍어도 그곳은 광주 민주시민 최후의 항쟁지다.

올해 국립아시아문화창조원 6관에서 5월 27일부터 6월 13일까지 열린 **'역사의 피뢰침, 윤상원-하성흡의 수묵으로 그린 열사의 일대기'**가 전시되면서 홍보물을 디자인에 작가의 작품을 훼손하며 중요한 문구를 삭제했다. 민주정부에서 일어날 수 없는 일이 일어난 것이다. 스스로 사전 검열을 하는 '국립'이라는 이름의 예술행정은 어디서 왔을까? 일제강점기와 군부독재가 남긴 관행이다. 이런 관행이 예술행정의 현장에서 바뀌지 않으면 국립아시아문화전당은 예술가에게는 사용하기 어려운 공간이다. 표현의 자유가 없기 때문이다.

요즘 대한민국의 문화가 세계를 주름잡고 있는 이유는 그만큼 표현의 자유가 보장된 사회라는 증거다. '기생충', '오징어 게임' 등 우리 사회를 미화시켜서 포장하지 않고 계층 간의 민낯을 드러내며 돌아볼 수 있게 하는 당당한 힘이 문화의 저력이다. 아시아문화원은 스스로 사전 검열까지 하면서 도대체 누구의 눈치를 본단 말인가! 전두환의 눈치를 본 것이 아닌가 하는 의심이 들게 하지 말고 광주시민의 눈치를 보라! 시민 정신이 살아있는 광주에서 그것도 5·18 최후의 항쟁지, 아시아문화전당에서 일하는 사람들이 이런 검열을 스스로 자행했다는 것이 믿어지지 않을 정도였다. 예술행정을 집행하는 공무원의 자존감은 예술가에게 갑질하는 게 아니다. 예술의 힘을 믿고 예술을 사랑하고 예술가를 존경할 때 그 자존은 높아지는 것이다. 그것이 선진국의 행정이다.

국립아시아문화전당에 근무하는 사람들은 예술가 중심으로 사고를 전환해야 한다. 한 달 전 아시아문화창조원 5관에서 12월 말까지 사용허가가 나서 전시

준비차 방문했다. 아시아문화전당문화창조원 특히 5관은 왜 텅텅 비어있을까? 다 이유가 있다.

이건 순전히 나의 경험이다. 2021년 미얀마 민주시민들을 응원한 예술가들의 작품들과 시민들의 응원메세지를 모아서 전시하기 위해서 5·18기념재단과 함께 아시아문화창조원5관 전시장을 찾아서 디스플레이를 논의하다가 아시아문화전당에서 전시하는 것은 쓸데없는 돈이 너무 많이 들어서 자체 전시 기획이나 거대한 비용이 없으면 사용할 수 없는 공간이라는 생각을 했다. 광주시민들에게 문화로 돌려주겠다는 국립아시아문화전당은 슬로건일 뿐 접근이 어려운 곳이었다. 미로같은 건물구조도 그렇지만 조명까지 외부에서 가지고 와서 설치해야 하고, '전시장 벽을 새것처럼 압핀 자국도 내지마라.' 고 했을 때, 나는 바로 "왜요? 그러면 전시를 어떻게 해요?" 라고 물었다. 돌아오는 대답은 "제가 하는 일이 아니고 시설관리과에서 내려온 지시사항입니다." "그럼, 가벽을 치고 전시작품을 걸어야 합니까?" "그건 알아서 하시고 원상복구가 원칙입니다." 난감했다. 만약 벽에 뭔가를 걸어서 디스플레이를 하려면 6미터에 달하는 높이의 가벽을 쳐서 목수가 작업을 하고 벽을 페인트로 칠한 뒤 작품을 설치하고 전시 후에는 그 가벽을 철거하고 벽에 자국을 모두 지워서 원상복구를 원칙으로 한다는 것이었다. 방법을 찾기 위해서 다시 찾았다. 벽을 쓰지 않고 전시할 수는 없을까? 영상작업을 중심으로 한다고 해도 사진과 그림들을 전시할 거치 구조물이 필요했다. 조립용 구조물을 가지고 와서 조립해야만 했다. "그럼, 이 공간에 조립구조물을 설치해서 작품을 걸어야겠네요. 운반 경로 좀 알려주세요." "아, 작품이나 구조물 운반하실 때 움직이는 바닥은 동선마다 상처 나지 않게 천을 깔아주셔야 합니다. 전시장 바닥까지요." 이렇게 친절한 목소리로 시설관리과의 요청사항이니 전시하려면 지켜달라는 것이었다. 돌아와서 설치와 원상복구 비용 견적을 받았다. 조명까지 포함해서 5천만원이 나왔다. 전시 비용이 1천만원 남짓인데 전시장에 벽체와 조명에 5천만원을 쓰고 전시할 수 없기 때문에 전시를 포기했다. 창문까지 넓어서 전시하기에 참 어려운 공간인데 아시아문화전당창조원 5관은 전시장으로는 정말 불친절한 공간이다. 모든 것을 사용자인 예술가가 떠안아야 한다. 이것을 우리는 통상적인 말로 '갑질' 이라고 한다.

국립아시아문화전당 공간운영자는 예술 작품보다 바닥과 벽이 더 중요했다.

예술 작품은 관심 없다. 시설관리과에서 내려진 원칙을 지키기 위해서 일하고 있다. 그러니까 시설관리과가 ‘건물주’ 같다. 예술가는 기간 임대자이고 건물은 무조건 사용 후 원상복구하라는 냉혹한 건물주인 것이다.

현재 국립아시아문화전당의 주인은 시민과 예술가가 아니다. 국립아시아문화전당은 시설관리과의 소유물인가? 시설관리는 예술가가 벽에 작품을 걸어서 자국이 나고 훼손되면 세금으로 원상복구하는 일이 바로 시설관리과의 일이다. 예술가를 검열하고 건물주 행세를 하는 것이 공공기관에서 일하는 사람들의 태도라는 것이 한심할 뿐이다. 사용자 중심으로 변화될 국립아시아문화전당을 지켜볼 것이다. 광주시민의 한 사람으로서 말이다.

광주문화도시협의회는
시민의 문화권 확대와 문화민주주의 실현, 시민이 주체가 되는 아시아문화중심도시에 기여하고자 지난 2007년 창립된 협의체 단체입니다.

광주문화도시협의회 <비매품>
2021년 2차 생통포럼(생생하게 통하는 문화도시 포럼) 자료집

지은이 · 광주문화도시협의회
펴낸이 · 광주문화도시협의회 상임대표 박병주
펴낸일 · 2021. 11. 25.
인 쇄 · 밝은인쇄복사(062-524-7671)

※ 이 자료집은 2021 광주광역시 비영리민간단체 공익활동 사업의 지원을 받았습니다.