

발간물 등록번호
12-1833000-000008-01

2023 연구보고서

지역문화 매력·활력 증진 방안 연구



지역문화 매력·활력 증진 방안 연구



본 보고서에 수록된 연구 결과는 지방시대위원회의 입장과 다를 수 있음

제 출 문

지방시대위원회 위원장 귀하

본 보고서를 「지역문화 매력·활력 증진 방안 연구」 최종보고서로 제출합니다.

2024년 6월

(주)이옴스토리

책임연구원	김해보	서울문화재단 정책협력실 전문위원 한국지역문화정책연구소 소장
연구원	조정윤	부산문화재단 생활문화본부장 한국지역문화정책연구소 연구위원
연구원	황용구	이옴스토리 대표이사
연구원	박정주	이옴스토리 부설 아카이브연구소
연구원	우사랑	서울문화재단 미래전략팀 한국지역문화정책연구소 연구위원
연구원	서해나	이옴스토리 부설 아카이브연구소
연구협력		한국광역문화재단연합회 부설 한국지역문화정책연구소



요 약

I. 연구개요

□ 대통령 직속 지방시대위원회 문화·관광 전문위원회의 『지역문화 매력·활력 증진 방안 연구』

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

□ 지역문화 매력·활력 증진의 ①요소분석, ②사례파악, ③정책제안 세부과제 연구

- 2023.12~2024.6월, 약 7개월 간, 국내외 문화-매력-활력 지표체계 11건 비교, 창조경제, 도시계획 등 영역별 전문가 초청 자문, 문화프로젝트 전문가 초청 워크숍, 지역문화 활력 현장 조사, 매력·활력 발굴투어 현지 간담회, 한국광역문화재단연합회-한국지역문화학회 공동주최 학술대회 등을 통한 현장 의견수렴을 진행하였음.
- 기존 문화정책 연구의 영역적 한계와 방법론적 한계 극복 노력 차원에서, 문화예술을 넘어 총체적 삶의 모습과 지역정체성 차원에서의 문화가 만드는 활력 및 매력을 분석함.
- 문화정책 이론뿐만 아니라 사회변화 이론까지 폭넓게 활용하고, 새로운 인식론적 전환을 시도하여, 문화정책연구의 발전과 문화현장의 변화 준비에도 기여하고자 하였음.

II. 연구배경

□ 인구절벽으로 눈 앞에 다가온 지방소멸의 현실

- 지역균형발전 국정과제로 대응해 온 수도권 집중 문제가 최근 인구절벽 현상과 함께 “지방소멸”이라는 위기로 급부상 했음.
- 행정안전부에서 5년마다 고시하는 <인구감소지역>이 2024년 현재 89개 시군구 (228개 중 39%)이며, 한국고용정보원 발표 <지방소멸위험지수>로는 130개 시군구(228개 중 57%)가 소멸위험지역임.
- 한국고용정보원 발표에 따르면 2024년 3월 기준으로, 17개 광역시도 중 소멸위험지역도 8개나 되며, 부산이 광역시 중 최초로 소멸위험단계에 진입한 상태임. 출산율 급감에 따른 인구 자연감소로 서울도 예외 없는 인구절벽에 직면한 상황임.
- 지방소멸의 원인은 크게 인구의 자연감소와 사회적 감소로 파악되는데, 우리나라 지방도시는 인구 자연감소, 인구 유출, 경제적 쇠퇴 모든 면에서 심각한 상태임.
- 특히 인구의 사회적 감소 요인이 더 큰 한국적 상황은 지방도시의 매력 높이기 필요성을 더욱 강조하고 있음.

□ 전 근대적 관점이 투영되어 주로 부정적으로 인식되던 <지방>의 이미지가 <지역>과 <로컬>로 재조명

- 天圓地方(천원지방)에서 유래한 <지방>의 사전적 의미는 <①어느 방면의 땅>, <②서울 이외의 지역>, <③중앙의 지도를 받는 아래 단위의 기구나 조직을 중앙에 상대하여 이르는 말>이지만, 보편적 합리성에 기반한 중앙집중식 관리를 지향하는 근대국가의 행정체계에서 <지방>은 “보편원리로 통합되기 힘든 혼종의 세계” 또는 “중앙의 지배력이 도달하기 힘든 변두리”로서 주로 인식되었음.
- <지방>은 좀 더 중립적인 이미지를 가진 <지역>이라는 말로 혼용되거나 <로컬>로 대체되고, <로컬>은 원래 <국지성>을 의미하던 개념에서 <장소성>과 <독립성>의 의미까지 확장됨.
- 여전히 각자의 세계관에 따라 <지방의 특성 ~ identity of the local>과 <지방에 고착된 상태 ~ the state being local>를 뜻하는 <로컬리티(locality) ~ 지방다움>은 중심이 아닌 주변부를 뜻하는 부정적 의미와 다양성으로서 긍정적 의미로 두루 해석되기도 함. 특히 지방시대위원회가 “지방다움(로컬리즘)”을 지역 활력 증진을 위한 자원으로 활용하는 전략을 제시하는 등, 최근 지방의 이미지를 긍정적으로 전환, 활용하려는 노력들에 주목할 필요가 있음.

〈지방에 투영된 언중들의 인식 변화〉

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

- 최근 〈지방〉 또는 〈지역〉을 ‘고유함’ 또는 ‘순수함’ 중심으로 이해하려는 시각에는 중앙에 대한 콤플렉스가 투영되어 있고, 〈로컬리티〉를 지나치게 강조하는 데도 〈글로벌〉에 대한 갈망과 반감이 모두 투영되어 있음을 지적하는 의견이 있음.
- 〈글로벌〉에 대항하여 〈글로컬 : G-local〉, 〈그로벌 : Grobal〉, 심지어 〈로벌 : LobaI〉이라는 말을 만들어 내지만 이 또한 글로벌과 로컬을 이분법적으로 보는 인식론적 한계를 나타냄.
- 지금은 〈하이퍼로컬리티(Hyper-locality) + 네오글로벌리즘(Neo-Globalization)〉의 시대이며, 로컬-글로벌 개념을 지리적 스케일 관점에서 정책의 집행방식과 세상을 이해하는 인식론 차원으로 확장하고, 중앙-지방의 관계 재설정이 필요함.

□ 지방소멸은 지역문화 주체들의 활동과 다양성 축소로 인한 지역문화 소멸 위기도 초래

- 지역의 문화 주체들이 줄어드는 지방소멸은 곧 지역문화의 축소로 이어지는데, 이를 지역문화의 고유성 보다 〈다양성의 소멸〉, 그로 인한 지속가능한 문화활력 소실의 위기로 볼 필요가 있음.
- 이때 지역의 정체성을 대표하는 “고유한 지역문화”의 의미는 “옛날부터 오랫동안 굳게 지켜서 보존한 것”(固有)이 아닌 “지금 현재 존재하게(有) 하는 이유”(故)로서 고유함으로 해석되어야 함.
- 문화의 지속가능성의 밑천은 다양성인 바, 지방소멸은 단순히 지역 문화 행위자 숫자의 축소가 아니라 지역 색깔과 취향의 다양성 축소 차원에서 대처해야 할 위기상황임.

지역의 고유한 정체성(unique identity)을 표방하는 〈지역문화〉의 고유함의 의미	
固有 고유함	옛날부터 오랫동안 굳게 지켜서 보존한 것
故有 고유함	지금 현재 존재하게 하는 이유

□ 중앙정부가 주도하는, 지역 격차 없는 문화진흥 정책의 대상이 된 〈지역문화 : local culture〉로 좁아진 개념을 다시 〈지역-문화 : locality & culture〉로 확장 필요

- 〈지역문화〉는 원래 〈지역성~로컬리티〉에 기반한 삶이 만드는 무늬, 즉 문화의 정의 그 자체이지만, 문화가 국가 문화정책 안으로 들어가면서 “최소 개입의 원칙”과 해당 부처의 업무 범위로 인해 그 개념은 좁아질 수 밖에 없음.
- 2000년대 초반부터 문화정책의 핵심 개념으로 등장한 〈지역문화〉는 중앙정부 정책이 문화와 지역을 바라보는 관점이 주로 투영된 지역문화진흥담론에 근거한 시책사업의 범위로 좁아졌음.
- 지역문화 시책사업은 2000년대 초부터 지역문화진흥법 제정을 지지했던 지역문화 현장 주체들의 〈②문화자치 담론〉보다는 지역 간 격차 없는 문화서비스 전달체계 구축에 집중한 중앙정부의 〈③문화복지 담론〉과 〈⑤문화행정 담론〉에 의해 주도된 측면이 있음.
- 이제 지방시대에 문화로 지역 매력 및 활력 증진을 위해서는 이를 다시 문화의 본래 의미인 〈지역-문화 : locality & culture〉로 확장할 필요가 있음.

〈국가 정책 안으로 들어가서 좁아진 문화의 개념 현황과 재확장 방향〉

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

□ 전 부처가 국정과제로 대응 중인 지방소멸, 문화관련 대응책은 미흡

- 역대 정권에서 지역균형발전 정책이 국정과제로 지속되어 오다가, 윤석열 정부 출범 후 2023년 7월에 총괄 컨트롤 타워로 지방시대위원회를 출범했고, 〈제 1차 지방시대 종합계획 : 2023 ~ 2027〉을 확정했음(2023.10.30.) 이에 근거하여 〈자율성 키우는 과감한 지방분권〉 등 5대 전략, 9개 중점 추진 과제를 선정하여 추진 중임.
- 모든 부처들을 망라한 총 436개 단위 사업에 2024년 재정 24.6조원을 투입하여 대응 중임. 지방소멸 문제는 삶의 모든 영역과 관련된 문제로서, 부처별로 예전부터 시행해 오던 사업들도 지역활력 제고 관점에서 연계-재구성 논의가 필요하기도 함.
- 또한 지방소멸은 중앙-지방 정부들뿐만 아니라 민간 주체까지 함께 대응해야 할 사회구조적 변화인데, 특히 절박한 당사자인 지방자치단체의 주도성과 역량을 키우는 정책 추진체계가 중요함. 제 1차 지방시대 종합계획 (2023 ~ 2027)에서는 이를 명시한 〈지역정책과제 이행 지원 기본원칙〉 5가지를 천명하고 있음.
- 지방시대 시책 중 문화 관련 대응 방향은 〈제 1차 지방시대 종합계획 : 2023 ~ 2027〉 중 “로컬리즘(지방다움)을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성”으로 명시되어 있음. 이를 발전시킨 〈2024년 지방시대 시행계획〉에서는 〈문화특구와 로컬 콘텐츠로 지역활력 강화〉를 4+10 중점 이행과제 중 하나로 추진함.
- 하지만, 지방시대 종합계획 또는 시행계획에서 문화체육관광부의 역할과 문화적 삶의 중요성은 아직 크게 부각 되지 않고 있는 것이 현실임. 반면 〈로컬리티 ~ 지방다움 ~ 지역문화〉의 상징성을 활용한 정책홍보에 문화가 강조되고 있는 상황임.
- 문화체육관광부는 2023.3월에 〈문화로 여는 지방시대 - 지방시대 지역문화정책 추진전략〉을 발표했고, “자유와 연대의 날개를 단 K-컬처, 그 새로운 5년 - 제2차 문화진흥 기본계획(2023-2027)”(2023.4월), “최고의 예술, 모두의 문화 - 문화예술 3대 혁신전략, 10대 핵심과제”(2023.12.28.) 등에서도 지역 활력을 중요 과제로 언급함.
- 문화체육관광부와 한국관광공사는 〈여행 가는 달〉, 〈지역관광추진조직(DMO) 육성 지원〉 등 방문객 유입과 경제 효과를 겨냥한 다양한 관광진흥 시책을 지역활력 제고의 중심 과제로 시행 중임.
- 현장에서는 문화와 관광의 결합 필요성은 공감하지만, 부작용에 대한 우려 목소리도 존재함. 특히 문화로 지역활력 증진 시책이 관광명소 지정 방식으로 경쟁에 대한 우려가 있음.

□ 문화로 지역 매력 및 활력 제고를 위한 다섯 가지 선결 과제 도출

- 본 연구에서는 문화로 지역 매력 및 활력 제고 정책 수립에 앞서 필요한 다섯 가지 선결 과제를 제시하는 바, 이는 이번 연구의 필요성과 지향점이 됨.

① 지역활력에 기여할 수 있는 문화의 가치 공유하기

: 최근 전 세계적으로 문화경제, 도시재생, 정서치유에까지 기여하는 문화의 가치에 관심이 집중되는 바, 지역활력 증진에 기여할 문화의 가치를 경제적 관점에서 사회적, 문화적 활력까지 고려하는 보다 넓은 시각으로 이해하고 활용해야 함. 이를 위해 “문화로 돈 벌기”를 지향하는 문화경제(經濟 = Economy) 관점보다 “문화로 잘살기”를 지향하는 문화 경제제민(經世濟民)의 관점을 제안함.

② 지역문화진흥의 성과와 한계 되짚어 보기

: 지방소멸 대응 문화전략 수립에 앞서 기존의 중앙 주도의 분권화 정책이 중앙집중화를 더 강화시킨 역설적 현실에 대한 냉철한 평가와 분석이 선행되어야 함. 문체부가 발간한 <지역문화종합지수>에서 파악되는 현실은 중앙정부가 효율적인 문화서비스 전달체계를 통해 지역 간 문화향유 격차 해소에는 성공했을지 몰라도, 지역의 문화 역량을 키우는 <지역문화 진흥>은 이루지 못한 상태로 이해됨.

③ 지역의 문화주체들과 함께 변화 준비하기

: 지방소멸 위기의 당사자인 지역문화주체들과 함께 정책기조 전환 관련 논의와 준비가 필요함. 특히 지역문화진흥 정책 현장에서 핵심 주체로 활동하고 있는 147개 지역문화재단들이 예술지원, 문화진흥, 관광활성화에서 지역활력으로 그 역할의 확대와 역량 강화를 추진하도록 지원할 필요가 있음.

④ 삶의 다른 영역 주체들과 협력하기

: 지방소멸은 단순히 인구감소의 문제가 아니라 지역에서의 삶과 관계된 문제이므로, 모든 정책영역을 펼 수 있는 <문화라는 황금실 : golden thread of culture>(WCCF, 2015)을 활용하여 삶의 다양한 영역을 다루는 정책 주체들과 협력하는 것이 주요함. 특히 도시환경 전반을 바꾸는 종합계획, 시민의 생애 경로와 관련된 정책은 통합적 기획이 중요함. 이처럼 문화라는 황금실로 더 많은 삶의 영역을 더 적절히 궤기 위해서는 <창의적 기획>, <적절한 타이밍>, <칸막이를 허무는 정책 리더십>이 필요함. 이 연구에서는 그 예로서 행정안전부의 지방소멸 대응 시책에 문화를 연결하는 방안으로 「지방자치단체 기금관리기본법」 제18조(발전기금의 용도). 4. “지역발전과 지역상생을 위하여 필요한 것” 조항을 활용하여 지역활력 증진 문화·관광 프로젝트 및 지역연계 사업 지원하기, 고향사랑기부금 활용 프로젝트로서 <지역사회 문제해결 문화예술 프로젝트> 시행하기, 문화인프라 설립 타당성, 문화행사 투자심사, 정책성과 평가 시 생활인구 개념 적용 등을 제안하였음.

⑤ 문화-매력-활력의 연결 및 변화 매커니즘 이해하기

: 문화-매력-활력의 연결 및 변화 매커니즘을 이해하여 그 핵심요소들인 <매력자원 : Attraction>, <접근성 : Access>, <경제적 활기 : Economic Vibrancy>가 선순환할 수 있도록 해야 함. 이를 위해 도시 씬(Urban Scene) 이론 등 도시공간과 사회의 변화를 이해하는 폭 넓은 이론자원 활용이 필요함.

III. 문화가 만드는 매력과 활력을 이해하는 새로운 틀

□ 관광명소 선정 중심의 지역활력 증진 프로젝트들 현황 비교를 통해 주로 추구하는 활력의 양상과 주로 사용되고 있는 매력자원 분석

- 한국관광100선 선정지 총 330건과 로컬100선 선정지 100건이 주로 추구하는 활력의 양상과 주로 사용하고 있는 매력자원을 분석하였음.
- <활동 유형> × <방문자의 성격> 코딩으로 주로 추구하는 <활력 양상>을 분석한 결과, <한국관광100선>이 <로컬100선> 보다 주민, 관계인구, 생활인구에 비하여 체류와 활동 시간이 적은 관광객과 호사가들이 만드는 활력에 더 많이 소구하는 양상이 확인됨. 반면 <로컬100선>이 예술, 문화, 관계 맺기 활동 등으로 주로 “관계인구”들을 공략하는 부분과 교육 등으로 “생활인구”를 소구하는 측면이 <한국관광100선> 보다 강하게 나타남. 이는 이 프로그램이 애초에 관광진흥 보다 지역문화 매력 찾기 정책의 일환으로 시작된 배경과 향후 추구해야 할 차별화 방향을 시사함.
- <매력자원의 크기> × <개입의 정도> 코딩으로 주로 사용되는 <매력자원>을 분석한 결과, 두 경우 모두 <아이템>과 <지점> 수준 크기의 매력자원을 활용하는 것으로 확인됨. 반면 <로컬100>이 국가 규모의 매력자원을 활용하는 것은 유네스코 문화유산, 무형문화재 등 지역 범위를 넘어서는 매력자원을 활용하는 경우임. 두 경우 모두 인접 지자체 간 협력과 창의적 기회를 통해 지역, 권역 단위로 더 큰 규모의 매력자원 개발의 필요성을 시사함.

□ 11개 문화-매력-활력 관련 정책지표 체계 비교분석을 통해 지방시대 통합 정책이 공유할 지역-문화, 매력-활력의 개념 정리

- 정책지표체계는 그 구성 체계, 사용된 세부 지표항목과 개념 정의에서 정책 대상을 바라보는 시각과 달성 목표 지향점이 드러남. 따라서 이를 비교 분석함으로써 그 동안 분절적으로 진행되어 온 지역개발, 문화진흥, 관광진흥 정책의 관점 차이와 통합의 방향성을 확인하였음.
- 국내·외에서 개발된 지역개발, 문화, 관광 정책 관련 11개의 정책지표체계를 분석한 결과,

정책영역에 따라 문화를 <목표>로 추구하거나 <수단>으로 활용하는 관점의 차이를 확인하였음. 특히 세부 지표항목들도 정책 관점의 차이를 내보이는데, 기존 문화정책에서는 지역 활력에 관한 관심이 부족했고, 경제 및 인구정책에서는 문화의 다양한 활용 가능성에 대한 인식이 부족했음.

- 비교분석 결과, 대부분 면밀한 문화의 개념 정의 없이 사용하고 있는데, 문화정책 지표는 <문화>를 예술보다 확대하여 파악하고, 주로 단순한 시설의 <규모>보다 활동의 <내용>에 초점을 두어 계측함. 반면 경제, 관광지표는 <문화>를 따로 개념 규정하지 않으며, 활용된 문화관련 지표 항목들은 주로 경제적 활기에 도움 될 관련 인프라의 규모와 수량을 중심으로 파악함.
- <이끄는 힘>을 뜻하는 매력(attractiveness, attraction), 생기 넘치는 상태를 내보이는 <활기 : vibrancy>와 그 저력으로서 <활력 : vitality>은 서로 유사한 개념으로 혼용되기도 함. 특히 최근 중시되는 <매력>의 자원이 되는 <문화>에 대한 인식이 높아지고 있는 추세를 확인할 수 있음.
- 11개 지표체계의 총 459개 세부지표 항목들을 문화-매력-활력 요소로 구분하여 비교하였고, 분석결과의 시각화 서비스 및 활용 방식을 비교하여 본 연구에 적용할 시사점을 도출하였음.

□ 관광명소 선정 사례들과 지표체계 비교 분석 결과로 도출된 네 가지 시사점

① 지속가능한 활력, Scale-up 된 매력자원 개발이 필요

: 다양한 활력 주체들이 만드는 활력 중에서, 정책은 지속 가능하고 건전한 활력을 추구해야 하며, 문화기획적 접근과 지역 간 협력으로 Scale-up된 매력자원 활용역량 개발이 필요함.

② 정책이 관심 가져야 할 (지역)문화-매력-활력의 개념과 요소들 재구성

: 누적된 <지역성>과 함께 동시대적 문화 변화의 조건이 되는 <삶의 환경>까지 포함하여 <지역문화 : local culture>에서 <지역-문화 : locality & culture>로 개념을 확장해야 함. 현재 표출되는 <활기 : vibrancy>와, 그 활기를 만들어 내는 건강한 기반이며 활기가 지속가능하게 하는 잠재적 역량까지 포함한 <활력 : Vitality>을 구분함. 이를 종합하여 (지역)문화-매력-활력 증진의 개념을 재정의하고 해당 요소들을 재구성하여 본 연구를 위한 새로운 인식틀로 제시함.

③ 지역문화 매력-활력의 전개 메커니즘에 대한 이해에 기반한 공공의 역할 설정

: 지역-문화가 매력-활력이 되는 메커니즘에 대한 이해를 바탕으로 선순환을 위한 정책적 개입으로서 <3-A : Appreciation(가치인식), Access(접근성 제고), Accumulation(축적)> 활동을 제시함.

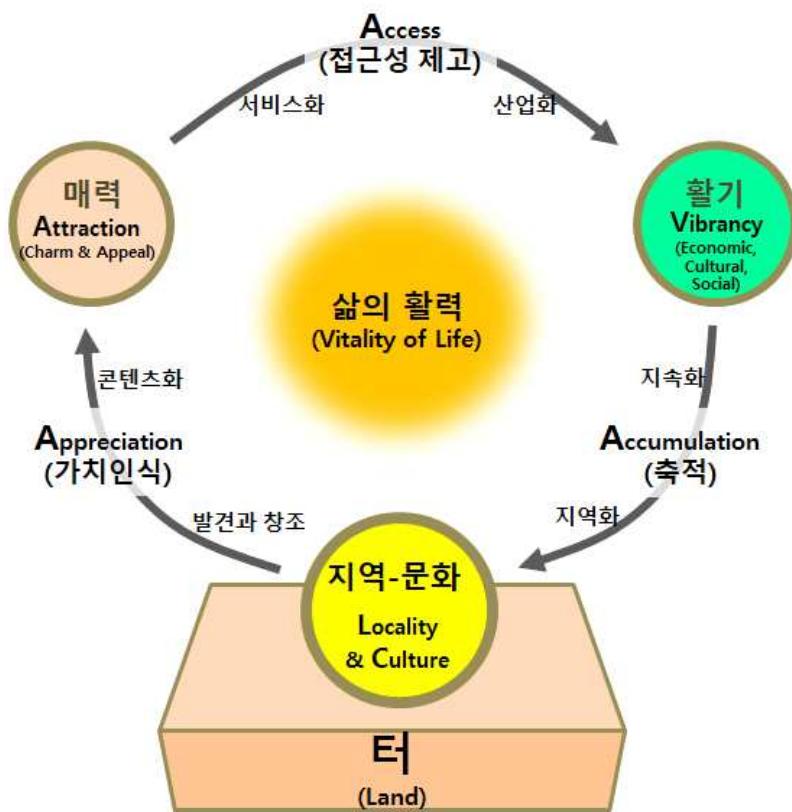
④ 매력과 활력의 성질에 맞는 정책지표 관리 및 활용 방향 설정

: <순위>보다 <현상 이해>로 지표 관리의 기조와 방식 바꾸기, 매력에 반응하는 정동(精動)경제 시대에 적합한 정책지표 관리, 빅데이터 기반 지표관리와 이를 위한 문화데이터 수집체계 정립(문화이용권 등 연계), 실제 고객을 고려한 데이터 시각화 서비스의 필요성을 제시함.

〈지역문화 매력·활력 정책이 관심 가져야 할 요소들 재구성〉

요소 구분	개념 정리		세부 요소
지역 활력 (Local Vitality)	지역-문화 (Locality & Culture)	= 문화(culture) + 지역성(locality) + 삶의 환경(amenity)	문화·예술 요소 관광·레저 요소 사회적 요소 정치적 요소
	매력 (Attraction)	= 내재된 가치(charm) + 매혹하는 힘(appeal)	문화매력-평가된 문화매력-표현된 지역매력-평가된 지역매력-표현된
	활기 (Vibrancy)	(현재 표출되는 생기) = 경제적 활기(economic vibrancy) + 문화적 활기(cultural vibrancy) + 사회적 활기(social vibrancy)	경제적 활기 문화적 활기 사회적 활기

〈지역문화 매력·활력의 순환 체계〉



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

지역 활력 = 삶의 활력 + 터의 활력

IV. 정책변화 방향 설정에 참조할 현장 사례와 목소리들

□ 지역문화 정책주체들 FGI, 지역-문화-도시 전문가 자문, 한국광역문화재단연합회-한국지역문화학회 춘계학술대회를 통해 현장의 목소리 수렴

- 본 연구를 위해 매력·활력 발굴투어 간담회(5.10, 전남 영암군), 문화관광재단 대표자 FGI (5.10, 강진문화관광재단 등 3개 기관), 문화관광재단 직원 설문(5.14. ~ 5.27)을 진행했음.
- 존 뉴비긴 (John Newbigin: Creative England 설립자, 3.22), 폴 오웬(Paul Owens : WCCF 전 사무국장, 2.13), 백원경(Won Kyung Paik : Populous 한국지사 대표, 5.13), BOP컨설팅(런던 소재 문화정책 컨설팅 기관, 5.13) 등 분야별 전문가들과 자문회의를 진행했음.
- 한국광역문화재단연합회-한국지역문화학회-부산문화재단 공동주최 2024년 춘계학술대회 (5.24~5.25)를 통해 지방시대 문화정책 기조 전환에 관한 학계와 현장의 의견을 수렴했음.
- 신현길 (주)아트브릿지 대표, 전주연 (주)모모스 커피 대표 등, 지역현장에서 문화로 매력-활력을 만들고 있는 사례들에 대한 문헌조사와 현장 취재를 진행했음.

V. 지역문화 매력·활력 증진을 위한 제언

□ 정책의 목표설정 _ 왜(Why) : 더 많은 사람들이 지역에서 문화로 잘 살게

① 지역에 다양한 리듬과 관계의 삶이 담기도록

: 지역은 다양한 리듬과 관계로 이루어진 <삶>을 담는 <터>이며, <문화>는 그 삶이 터에 남긴 무늬와 흔적임. 지역의 활력을 키우려면 터에 거주인구, 생활인구, 관계인구 등 다양한 삶을 담아내야 함. 문화를 매개로 1회성 방문에서 주기조차 알 수 없는 정주까지, 다양한 리듬과 관계의 삶들을 지역의 터로 담아서 인구와 활력 소멸을 방지해야 함.

② 지역에 터 잡은 삶들이 문화로 활기차게

: 단순히 문화로 인구 늘이기에서 그치지 않고 “지역에 터 잡고 사는 사람들의 삶이 문화로 활기차고 행복하게 하는 것”을 지방시대 문화정책의 목표로 제안함.

③ 위기를 기회로 삼아 삶과 연결된 문화정책으로 진화하게

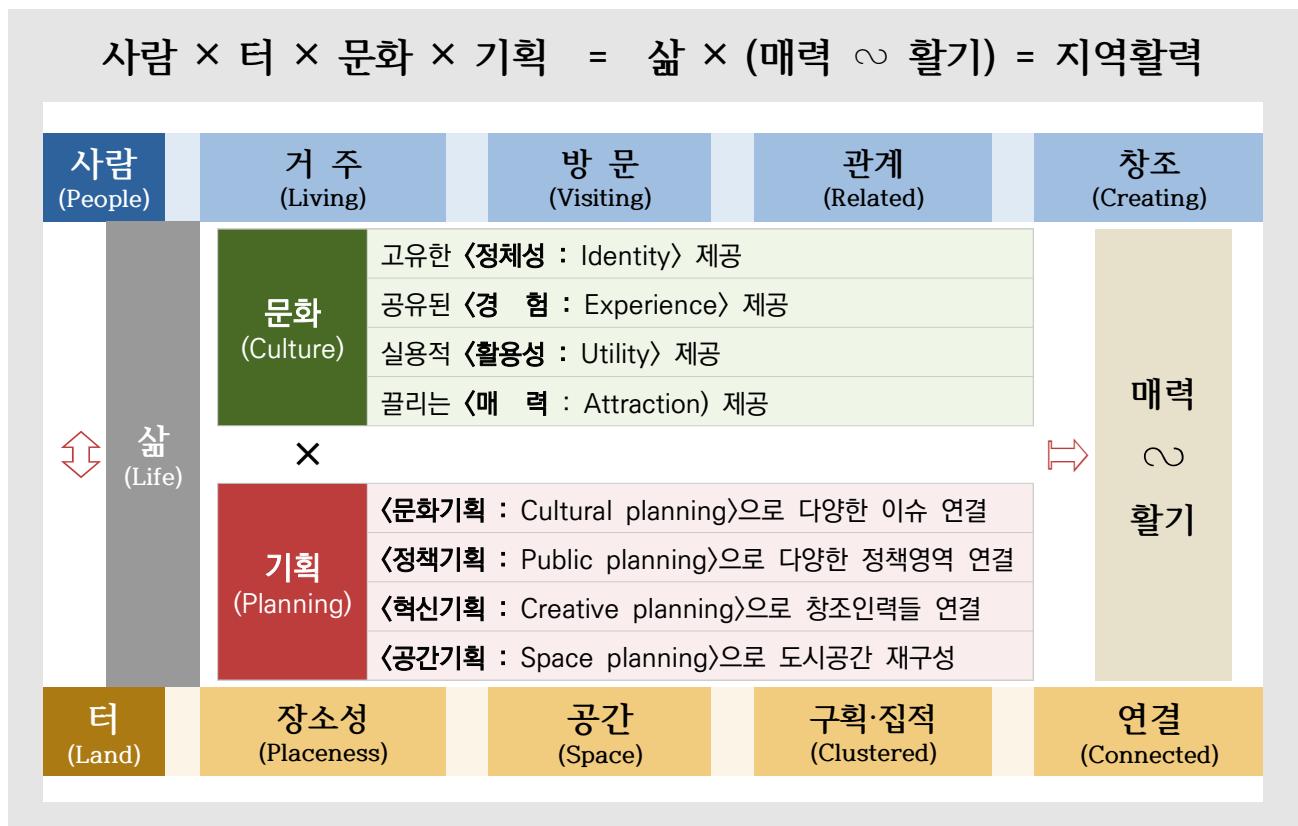
: 본 연구는 문화체육관광부와 지자체의 지방시대 지역문화정책 기조 재정립에 기여하고, 위기를 기회로 활용하여 문화정책의 다변화와 진화에 기여하고자 함.

□ 정책의 태도전환 _ 어떻게(How) : 문화로 연결하여, 로컬을 넘어서, 지속가능하게

① <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로

: 본 연구는 ‘거주’, ‘방문’, ‘관계’, ‘창조’하는 <사람들>과 ‘장소성’, ‘공간’, ‘구획·집적’, ‘연결’이라는 네 가지 특성을 가진 <터>를 지역활력의 핵심요소로 파악함. <문화>는 이 핵심 요소들을 <연결>하는 기획의 매개이면서 그 실행에 활용될 자원임. 사람과 터를 <문화>로 <연결>하여 <매력>과 <활력>을 만드는 활동의 개념 틀을 제시함.

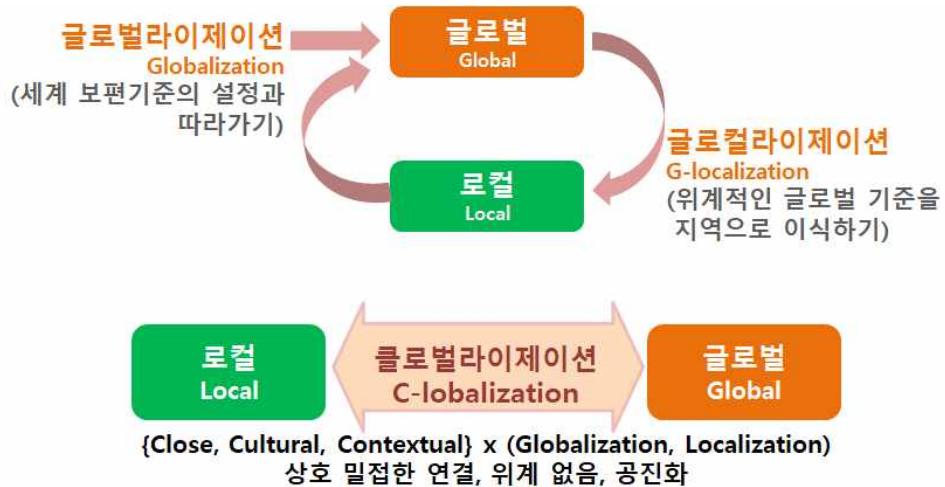
<지역에서 <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로 <매력>과 <활기> 만들기 활동 개념도>



② 로컬과 글로벌을 넘어 <클로벌 : C-llobal> 하게

: 활력이 로컬에 쌓이려면 먼저 글로벌한 매력이 되어야 하는데, 최근 <클로벌 : C-llobal = {close, cultural, contextual} × {global}> 한 것이 글로벌 인기를 끄는 현상에 주목하여, 로컬과 글로벌의 관계를 새롭게 설정하고 정책을 수립해야 함. “중앙이 기획하는 지방활력 진흥정책”의 모순을 극복할 인식론적 전환으로서 “클로벌라이제이션(C-llobalization)”을 제시함. 이는 중앙이 설계하는 <제도> 보다 지역에서 변화하는 <행위자>의 주도성에 집중하는 태도임.

〈글로벌라이제이션, 글로컬라이제이션, 클로벌라이제이션의 개념 비교〉



③ 지역과 행위자에 쌓이는 역량으로 지속가능하게

: 전례(前例)를 찾고 전례(典例)로 만드는 공공행정의 제도화(Institutionalization) 경향은 지역의 특성을 고려한 정책기획과 실행을 가로막게 됨. 촘촘한 행정기준과 시스템 만들기 보다 지역 행위자의 역량 키우기에 집중해야 함. 지역활력 만들기의 성과가 지역에 쌓여 행위자들의 지속가능한 활동의 자산으로 활용될 수 있도록 해야 함. 이를 위해 문화적 지역개발 이익의 지역환원과 지역주체 자산화를 합법적으로 도와줄 제도 마련이 필요함.

□ 정책의 실천과제 _ 무엇을(What) : 사람과 터를 “연결”하는 8개 실천 전략

- 본 연구의 결과를 종합하여 8개의 실천 전략과 20개 세부 과제를 제시함. 8개 실천 전략은 지역문화 매력·활력 증진의 핵심요소인 <사람>과 <터>의 주요한 세부요소들을 <연결>하는 것임.

핵심요소들		8개 실천 전략
사람 (People)	거 주 (Living)	전략 ❶(거주×장소성) 주민들의 삶이 문화적으로 활기차게
	방 문 (Visiting)	전략 ❷(방문×장소성) 라이프스타일 취향저격 관광 활성화
	관 계 (Related)	전략 ❸(관계×연결) 문화예술로 관계 맺기
	창 조 (Creating)	전략 ❹(창조×연결) 로컬에 끌려 일해 볼 틈 만들기
터 (Land)	장 소 성 (Placeness)	전략 ❺(장소성×창조) 지역 발견 × 매력 발명 지원하기
	공 간 (Space)	전략 ❻(공간×거주) 문화콤팩트 시티로 공간 재구성
	구획·집적 (Clustered)	전략 ❼(구획·집적×창조) 문화자유지구 조성 및 창조인구 환대 프로그램 확대
	연 결 (Connected)	전략 ❽(연결×방문) 로컬 매력을 글로벌 벤류 체인에 연결하기

① <거주>, <방문>, <관계>, <창조>하는 사람들을 고려한 4개 실천 전략과 세부 과제

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

② <장소성>, <공간>, <구획·집적>, <연결>이 있는 터를 활용한 4개 실천 전략과 세부 과제

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

□ 연구의 한계 및 향후 과제

- 이번 연구의 한계는 <너무 넓은 연구 영역, 공통된 개념 부재>, <새로 제시한 프레임을 적용할 실제 사례 분석 미흡>, <다양한 주체들의 목소리 수렴 부족>, <정책의 인식 틀 세우기와 실천 과제 제시하기 사이의 딜레마>로 요약됨.
- 이를 보완하기 위한 향후 과제로서, <실제 사례 분석 및 프레임의 적절성 검증>, <지역별, 실천과제별 실행전략 적용 후 컨설팅 매뉴얼 만들기>, <지역문화 관련 정책 주체들의 인식 전환, 역량 강화 지원>, 이민국가와 다문화 사회 대응, 여러 세대와 함께 사는 삶의 태도 변화 등, <매력-활력 증진 이외 미래 사회 변화에 대응한 문화의 역할에 대한 연구 시행>을 제시함.

목차

요 약	7
-----------	---

Chapter I. 연구개요

1. 연구 목적 및 추진방향	33
(1) 연구의 필요성	33
(2) 연구의 목적 및 연구 방향	34
(3) 기대효과 및 활용방안	34
2. 연구 범위 및 방법	35
(1) 세부 연구과제	35
(2) 연구방법	35
(3) 연구의 차별화	36
3. 연구 추진내역	38

Chapter II. 연구배경

1. 지방과 지역문화의 소멸 위기	43
(1) 지방소멸의 개념과 현황	43
(2) 지방-지역-로컬에 대한 인식 변화	52
(3) 지방소멸은 지역문화 지속가능성의 위기	60
(4) 지역문화(local culture)에서 지역-문화(locality & culture)로 확장 필요	62
2. 지방시대 정책 대응	67
(1) 총괄 컨트롤 타워로 지방시대위원회 출범	67
(2) 모든 부처들이 대응하는 국정과제	68
(3) 중앙-지방, 민-관을 아우르는 범 국가적 대응	74
(4) 문화 관련 대응	75
3. 문화로 지역활력 제고를 위한 선결 과제	82
(1) 지역활력에 기여할 수 있는 문화의 가치 공유하기	82
(2) 지역문화진흥의 성과와 한계 되짚어 보기	87
(3) 지역의 문화주체들과 함께 변화 준비하기	94
(4) 삶의 다른 영역 주체들과 협력하기	98
(5) 문화-매력-활력의 연결 및 변화 매커니즘 이해하기	101

Chapter III. 문화가 만드는 매력과 활력을 이해하는 새로운 틀

1. 명소 선정 중심의 지역활력 증진 프로젝트들 현황 분석	109
(1) 분석 개요	109
(2) 분석 결과	114
2. 문화-매력-활력 관련 정책지표 체계 비교분석을 통한 개념 정립	118
(1) 분석 개요	118
(2) 분석 결과	120
3. 정책적 시사점	142
(1) 지속가능한 활력, Scale-up 된 매력자원 개발이 필요	142
(2) 정책이 관심 가져야 할 지역문화 매력·활력의 개념과 요소들	144
(3) 지역문화 매력활력의 전개 메커니즘에 대한 이해에 기반한 공공의 역할 설정	147
(4) 매력과 활력의 성질에 맞는 정책지표 관리 및 활용 방향 설정	152

Chapter IV. 정책변화 방향 설정에 참조할 현장 사례와 목소리들

1. 참조할 목소리들	159
(1) 지역문화 현장 주체들의 목소리	159
(2) 지역-문화-도시 전문가 자문 결과	163
(3) 한국지역문화학회 2024 춘계학술대회 현장 리뷰	171
2. 문화로 매력-활력을 만들고 있는 사람과 사례들	178
(1) 문헌으로 파악한 사례들	178
(2) 현장에서 만난 사람들	180

Chapter V. 지역문화 매력·활력 증진을 위한 제언

1. 왜(Why) : 더 많은 사람들이 지역에서 문화로 잘 살게	187
(1) 지역에 다양한 리듬과 관계의 삶이 담기도록	187
(2) 지역에 터 잡은 삶들이 문화로 활기차게	191
(3) 위기를 기회로 삼아 삶과 연결된 문화정책으로 진화하게	192
2. 어떻게(How) : 문화로 연결하여, 로컬을 넘어서, 지속가능하게	193
(1) <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로	193
(2) 로컬과 글로벌을 넘어 클로벌(C-global)하게	196
(3) 지역과 행위자에 쌓이는 역량으로 지속가능하게	200
3. 무엇을(What) : 사람과 터를 “연결”하는 8개 실천 전략	201
(1) <거주>, <방문>, <관계>, <창조>하는 사람들을 고려한 4개 전략	202
(2) <장소성>, <공간>, <구획·집적>, <연결>이 있는 터를 활용한 4개 전략	233
4. 연구의 한계 및 향후과제	261
(1) 연구의 한계	261
(2) 향후 과제	262
참고 문헌	265

표 목차

[표 I-1] 세부 연구과제	35
[표 I-2] 이번 연구의 차별성 구현 방안	37
[표 II-1] 인구감소지역 지정 결과 (89개) (2023.12.21. 고시.)	44
[표 II-2] 한국고용정보원이 발표하는 지방소멸위험지수	45
[표 II-3] 인구 감소의 유형	46
[표 II-4] 지방소멸의 세 가지 요인과 한국의 현황	47
[표 II-5] 지방에 투영된 언중들의 인식 변화	55
[표 II-6] 연구자별 지역문화 개념 정의 차이 비교	63
[표 II-7] 지역에 대한 인식과 문화의 의미를 종합한 지역문화진흥 담론들	64
[표 II-8] 문화관련 법령의 세분화와 소관 시책사업 영역에 따른 문화 개념의 축소 양상	65
[표 II-9] 국가 정책 안으로 들어가서 좁아진 문화의 개념 현황과 재확장 방향	66
[표 II-10] 제 1차 지방시대 종합계획 중 9개 중점 추진과제	67
[표 II-11] 부처별 고유사업 중 지역활력에 기여할 수 있는 주요 시책들	68
[표 II-12] 역대 정권별 정책백서에서 확인되는 지역문화에 대한 인식	87
[표 II-13] 지역문화종합지수 상위 10위 지역 (2022년 기준)	88
[표 II-14] 문화활동 지수 값 상위 5개	88
[표 II-15] 문화향유 지수 값 상위 5개	88
[표 II-16] 문화정책 지수 값 상위 5개	88
[표 II-17] 지역문화진흥 담론의 다양한 유형들	89
[표 II-18] 2000년대 이후 사반세기 동안 지역문화 정책 상황의 변화	94
[표 II-19] 지역관광조직 중 문화(관광,축제)재단 현황 (2023.3.31. 기준)	95
[표 II-20] 지방소멸의 유형 구분 (일자리 관점)	98
[표 II-21] 지방소멸 대응 시책에 문화 연결하기 (행정안전부 시책 사례)	100
[표 II-22] 도시 씬(Urban Scene)의 구성 요소	104
[표 III-1] 11개의 분석 대상 지표체계들	119
[표 III-2] 문화-매력-활력 관련 지표체계들의 목적	121
[표 III-3] 11개 지표체계에서 사용된 문화-매력-활력 개념 비교	128
[표 III-4] 문화-매력-활력 요소 분류 개념 틀(Conceptual Frame)	129
[표 III-5] 문화-매력-활력 요소별 대표적인 세부지표 항목 사례	130
[표 III-6] 문화-매력-활력 요소별 세부 지표항목 분포	134
[표 III-7] 국내외 지표별 시각화 특징 및 활용	141
[표 III-8] 지역문화 매력·활력 정책이 관심 가져야 할 요소들 재구성	146
[표 IV-1] 도시씬의 3가지 대분류, 15가지 하위요소	168
[표 V-1] 장소성(placeness)과 장소감(sense of place)의 비교	194
[표 V-2] 절대공간과 상대공간(장소)의 개념	194
[표 V-3] 클로벌라이제이션과 글로컬라이제이션의 차이	198
[표 V-4] 지역문화정책에 적용할 클로벌라이제이션과 기존의 글로컬라이제이션 관점 비교	199
[표 V-5] <사람>과 <터>를 <연결>하는 8개 실천 전략과 20개 세부 과제	201

[표 V-6] 일본 area management 유형별 관련법령 및 특징	208
[표 V-7] 예술인 지방 활동 현황	221
[표 V-8] 소상공인 지원사업	224

그림 목차

[그림 II-1] 시도별 소멸위험 시군구 수 및 비중 (2024년 3월 기준)	45
[그림 II-2] 수도권과 비수도권의 인구 증가율(%)	48
[그림 II-3] 지리적 개념에서 인식론으로 확장해야 할 글로벌과 로컬의 의미	58
[그림 II-4] 지역~터(Land)와 삶(Life), 사람(People)의 관계	60
[그림 II-5] 지방시대 포스터	67
[그림 II-6] 생활인구 구성 및 요건	73
[그림 II-7] 지역정책과제 추진체계 구축의 현재-미래 모습	74
[그림 II-8] 로컬리즘(지방다움)을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성의 현재-미래 모습	75
[그림 II-9] 2024년 지방시대 시행계획 중 4+10 중점 이행과제	76
[그림 II-10] 지방시대 지역문화정책 추진 전략	77
[그림 II-11] 2024년 문화체육관광부 주요정책 추진계획 중 지방시대 관련 사항	78
[그림 II-12] 관광개발 정책 기조의 시대별 변화	79
[그림 II-13] 문화예술의 정책적 가치 흐름	82
[그림 II-14] 지역활력에 기여할 문화의 가치를 폭넓게 인식하는 프레임 제안	83
[그림 II-15] “문화라는 황금실”로 궤는 <관계 횡단적> 정책 연결 사례	99
[그림 II-16] 지역에서 문화가 개입한 활력의 순환과 세 가지 핵심 요소 : C-READI 모델	102
[그림 II-17] Butler의 관광지 생애주기 모형	103
[그림 III-1] <활력의 양상> 분석 기준 및 해당 사례	111
[그림 III-2] <활력의 양상> 분석기준 이해하기	111
[그림 III-3] <매력 자원> 분석 기준 및 해당 사례	112
[그림 III-4] <매력자원> 분석 이해하기	113
[그림 III-5] 한국관광100 선정지들(총 330건)이 주로 추구하는 활력 양상	114
[그림 III-6] 로컬100 선정지들(총 100건)이 주로 추구하는 활력 양상	114
[그림 III-7] 한국관광100 선정지들(총 330건)이 주로 활용하는 매력 자원들	115
[그림 III-8] 로컬100 선정지들(총 100건)이 주로 활용하는 매력 자원들	115
[그림 III-9] 한국관광100 선정지들(총 330건)의 지역별 분포	116
[그림 III-10] 로컬100 선정지들(총 100건)의 지역별 분포	116
[그림 III-11] 한국관광데이터랩에서 제공하는 관광발전지수 데이터 시각화 서비스	135
[그림 III-12] KRIHS 인터랙티브 리포트	136
[그림 III-13] 문화 및 창의도시 모니터(3C에서 제공하는 웹 맵	136
[그림 III-14] 2021 지역관광발전지수 동향분석 결과 (1등급)	137
[그림 III-15] TTDI Interactive Data and Economy Profiles : 한국 vs. 일본	138
[그림 III-16] 문화 및 창의도시 모니터(3C) 국가 프로필	139
[그림 III-17] 국가매력 프로필 예시: 프랑스	139
[그림 III-18] 2023 창의적 발자국(CFP) 프로필: 시드니	139
[그림 III-19] 지역문화 매력·활력 증진 시책이 좀 더 집중해야 할 <활력의 양상>	142
[그림 III-20] 지역문화 매력·활력 증진 시책이 좀 더 집중해야 할 <매력 자원>	143
[그림 III-21] 문화라는 같은 현상을 바라보는 다른 시각	144

[그림 III-22] 지역문화 매력·활력의 순환	147
[그림 III-23] 지역문화 매력·활력 선순환을 위한 정책적 개입 : 3-A 활동	149
[그림 III-24] 문화인프라 맵 서비스	154
[그림 V-1] 거주인구, 생활인구, 관계인구가 터와 맺는 관계와 삶의 리듬들	189
[그림 V-2] 지역과의 관계성에서 본 관계인구의 형태	190
[그림 V-3] 지역문화 매력·활력 증진의 목표	191
[그림 V-4] 클로벌(C-lonal) vs. 글로벌-로컬	196
[그림 V-5] 글로벌라이제이션, 글로컬라이제이션, 클로벌라이제이션의 개념 비교	197
[그림 V-6] 지방시대 문화정책의 재구조화 방안	205
[그림 V-7] 지역 문화-관광 재단들의 사업영역	206
[그림 V-8] 지역관리제도 재원 구조 도식도	208
[그림 V-9] 不의 요소를 正으로 바꾸는 문화·매력 기획 요소	238
[그림 V-10] 창조인구 환대 프로그램 거점기관	250
[그림 V-11] creative clusters in the UK	257
[그림 V-12] 인근지역 공통자원 활용 문화·활력 프로젝트 개발	259

참고자료 목차

〈참고자료-1〉 우리나라 미래 인구변화 관련 주요 통계치	49
〈참고자료-2〉 인구감소 지표 산출 수식	51
〈참고자료-3〉 2024년 지방시대 시행계획 중 부문별 5대 전략별 핵심과제와 실천과제	70
〈참고자료-4〉 “생활인구” 개념과 활용 현황	73
〈참고자료-5〉 문화체육관광부와 한국관광공사의 지역활력 제고 관련 관광시책들	81
〈참고자료-6〉 지역활력 증진에 기여하는 문화의 가치에 대한 연구 사례들	86
〈참고자료-7〉 문화도시 지정 사업	92
〈참고자료-8〉 정권별 지역문화정책 주요 흐름	93
〈참고자료-9〉 지역관광추진조직 (DMO : Destination Management Organization)	97
〈참고자료-10〉 서비스마케팅 믹스 요인의 예술마케팅 적용 사례	105
〈참고자료-11〉 11개 지표체계에서 문화-매력-활력을 설명하는 표현들	125
〈참고자료-12〉 “관계인구” 개념과 활용 현황	190
〈참고자료-13〉 지역관리제도_해외사례	209
〈참고자료-14〉 각 부처별 창조인구 육성을 위한 지원	228
〈참고자료-15〉 문화자유지구 조성	249
〈참고자료-16〉 창조인구 환대 프로그램 사례들	252
〈참고자료-17〉 해이온 페스티벌 사례	255
〈참고자료-18〉 『Geography of Creativity in the UK』(NEST, 2023) 사례	257

1. 연구 목적 및 추진방향

- (1) 연구의 필요성
- (2) 연구의 목적 및 연구 방향
- (3) 기대효과 및 활용방안

2. 연구 범위 및 방법

- (1) 세부 연구과제
- (2) 연구방법
- (3) 연구의 차별화

3. 연구 추진내역

Chapter I

연구개요

1. 연구목적 및 추진방향

(1) 연구의 필요성

- 지방소멸에 대응하여 지역의 고유함과 문화를 매력과 활력으로 활용하는 종합 정책 개발 필요
 - 국정 기조인 지방소멸 대응에서 문화의 역할이 중요함에도 불구하고 그 실천 계획은 아직 빈약함.
 - 지방소멸 대응책으로 지역의 문화적 매력을 활용한 관광객 유입 정책이 강조되지만, 그것만으로는 한계를 보임.
 - 관광객 유치를 위한 매력자원으로서 뿐만 아니라 주민들의 삶이 만드는 활력의 기반으로서 문화적 삶이 중요함.
 - 지역의 <문화적 매력>과 <로컬리티(지역성)>으로 주민과 관광객 모두를 불드는, <문화로 지역 매력 및 활력 키우기> 전략이 필요함.
- 지방소멸에 대응한 <지방시대 종합계획>과 연계 추진할 지방시대 문화정책의 기초 정립 필요
 - 2000년대 초부터 이어져 오는, 문화분권을 통한 <지역 간 문화격차 해소>라는 지역문화진흥정책의 기조를 지방시대에 <문화로 지역활력 증진>으로 전환할 필요가 있음.
 - 그동안 <문화도시> 만들기 정책을 추진해 왔으나, 정작 <도시기본계획>, <스마트시티 계획> 등 주민들의 일상 환경과 관련된 정책들과 연계성은 높지 않음.
 - 문화예술과 관광으로 구분된 문화체육관광부 정책 안에서뿐만 아니라, 균형발전과 지역활력 제고 차원에서 각 부처별로 추진되는 정책들에 문화 전략을 연계할 필요가 있음.
- 지방소멸 대응 부처 간 통합 정책이 어떤 매력과 활력을 지향할 것인지 개념 설정 및 공유 필요
 - 문화로 지역활력 증진을 추구하지만, 경제적 활력 관점에서 주로 관광을 중심으로 문화를 활용하는 전략을 고려하는 한계를 보임.
 - 살기 좋은 지역의 조건으로서 경제적 활력뿐만 아니라 사회적, 문화적 활력도 중요함.
 - 문화로 지역 매력 및 활력 증진을 위해 여러 정책영역을 가로지르는 통합 전략이 추구해야 할 매력과 활력, 그것과 문화의 관계를 제대로 정립하고 공유할 필요가 있음.

- 경제나 문화예술로 분절된 관점으로 가치 논쟁할 것이 아니라, 지역에서의 주민의 삶 차원에서 종합적으로 바라보는 시각을 정립할 필요가 있음.

○ 문화로 지역 문화-매력-활력 정책을 담당할 정책 주체 발굴, 역량 강화, 협력 증진 필요

- 지방소멸 대책에서 지역문화재단 등 지역문화진흥 정책 주체들의 인식 전환과 역할 강화가 필요함.
- 창업, 청년 지원 등을 담당하는 경제정책 영역 주체들과 문화정책 주체들의 협력 강화 방안이 필요함.

(2) 연구의 목적 및 연구 방향

○ 문화를 활용한 지역 매력·활력 증진 관련 시책 현황 및 우수 프로젝트 사례 파악

- 문화체육관광부뿐만 아니라 다양한 부처들의 시책들을 종합 분석하여 연계 방안을 도출함.
- 국내외 유사 사례 분석을 통해 정책적 시사점을 도출함.
- 민간영역에서 시행되고 있는 우수 프로젝트 사례와 지원방안을 파악함.

○ 문화를 활용한 지역 매력·활력 증진 및 유지 방안 제시

- 분절적으로 진행되는 문화-관광-지역 활성화 정책을 통합할 수 있는 정책 프레임을 제시함.
- 지역문화 매력·활력 증진 차원에서 시행할 실천 전략을 제시함.
- 문화를 활용한 매력이 일회성 활기로 끝나지 않고 지속가능한 지역활력이 될 수 있도록 하는 선순환 매커니즘에 대한 이해를 바탕으로, 정책이 견지해야 할 태도 전환 방향을 제시함.

(3) 기대효과 및 활용방안

○ 문화를 활용한 지역 활력 제고 관련 국내외 사례 및 이론 종합

- 문화를 활용한 지역 활성화 사례조사를 통해 정책 수립 시 참고 자료로 활용함.
- 지역 문화-매력-활력 제고의 매커니즘에 대한 이해를 통해 보다 합리적인 정책수립의 방향을 제시함.

○ 지방소멸 대응 문화 관련 정책의 추진 방향 제시

- 문화체육관광부의 지역문화정책의 기조 전환뿐만 아니라 문화를 활용한 지역활력 증진 정책을 시행하는 관련 부처들이 공유할 방향성을 정립함.
- 〈로컬100〉 등 명소선정 중심의 지역문화 매력활용 시책들의 개선 방향을 제시함.
- 문화-관광재단 등 지역의 문화정책 주체들과 지자체 정부가 지방소멸 대응 시책의 필요성을 이해하고 보다 적극적으로 참여할 수 있도록 정보와 방향을 제시함.

○ 지역의 문화, 매력, 활력 증진 실천 과제 제시

- 지방시대위원회 차원에서 문화를 활용한 지역 매력-활력 증진 시책 추진에 참조할 실천 과제들을 발굴하고 제안함.

2. 연구 내용 및 방법

(1) 세부 연구과제

- ①요소분석, ②사례파악, ③정책제안 세 가지 세부 과제로 나누어 연구 진행

[표 I-1] 세부 연구과제

세부 과제	① 요소 분석 (Understanding Elements)	② 사례 파악 (Exploring Practices)	③ 정책 제안 (Suggesting Policies)
연구 질문	Q1. 지역의 매력·활력을 이루는 요소는 무엇이며, 문화는 어떻게 지역 매력·활력에 기여할 수 있나?	Q2. 이미 지역의 매력·활력을 증진하고 있는 사례는 어떤 것들이 있고, 어떤 것들이 더 필요한가?	Q3. 문화를 활용한 지역의 매력·활력 증진을 위해 공공정책은 어떻게 협력하고 지원해야 하는가?
연구 내용	<ul style="list-style-type: none"> -문화-매력-활력 관련한 국내외 정책관리 지표체계 분석을 통해 정책적 관심 요소와 개념 정립 -문화→매력→활력으로의 지속가능한 선순환 매커니즘 파악 -지역문화 매력-활력 증진을 위한 적절한 정책적 개입 방안 제시 	<ul style="list-style-type: none"> -관광100, 로컬100 등 기존의 지역 문화-매력-활력 증진 시책의 현황 및 문제점 분석 -지역 문화-매력-활력 관련 우수 프로젝트 사례들 조사 -전문가 자문 및 사례집증 분석, 현장 탐방 통해 정책적 지원 필요사항 파악 	<ul style="list-style-type: none"> -지역 문화-매력-활력 증진 관련 부처별 정책 현황 조사 -〈매력·활력 발굴투어 간담회〉, 문화관광재단 관계자 FGI 등을 통해 현장 이해관계자들 의견 수렴 -문화를 활용한 지역 매력-활력 증진 실천과제 도출

(2) 연구방법

○ 문헌연구

- 관련 논문, 보고서, 정책설명자료, 관련 기사 등 리뷰

○ 사례분석

- 정책 사례, 프로젝트 사례 조사 및 집중 분석

○ 전문가 자문

- 국내외 관련 분야 전문가 초청 자문회의 개최
 - : 창조산업, 관광컨설팅, 도시공간 설계, 문화기획, 도시씬 이론 분야별 전문가

○ 이해관계자 의견 수렴

- 지역문화·관광재단 종사자 FGI, 문화도시 및 관광 정책 담당자 의견 수렴

○ 현장조사

- 문화적 재생, 로컬크리에이터, 젠트리피케이션 현장 조사 : 서울 창신동, 부산 영도 등

(3) 연구의 차별화

○ 문화정책 연구의 영역적 한계와 방법론적 한계 극복 노력

- 문화는 삶의 총체임에도 불구하고 문화정책연구는 문체부 업무 범위 안에서 시책 추진의 정당성 만들기를 위한 문화의 가치 주장에 치중해 온 한계를 보임.

“문화정책 연구의 정체성과 과제” (정광렬, 2009, 문화정책논총(21), 한국문화관광연구원) 중

“문화정책에 관한 학술적인 논문들은 가정이 심하거나 연구 대상에 대한 개념화가 미흡한 수준에서 통계적 기법을 사용하여 주로 현상에 대한 기술과 이해 위주이며, 왜 라는 설명에 대한 답변을 제시하지 못하고 있다”

○ 문화예술을 넘어 총체적 삶의 모습 차원에서의 문화가 만드는 지역 정체성과 활력을 분석

- 여러 부처 업무를 아우를 수 있는 지방시대위원회의 정책 리더십을 활용하여 문화체육관광부의 업무영역에 간접하지 않고 보다 넓은 관점에서 문화를 활용하는 전략을 제시함.
- 지방소멸 시대에 다시 주목받는 <지역성(locality)> 개념을 적극 활용하여 문체부의 관련 부서 업무영역을 지칭하는 개념으로 쪼그라든 <지역문화(local culture)>의 개념을 본래 문화의 정의에 가장 잘 부합하는 <지역-문화(locality & culture)>로 다시 펼치는 계기로 활용함.

○ 문화정책 이론뿐만 아니라 사회변화 이론까지 폭넓게 활용하고, 새로운 인식론적 전환 시도

- 빅데이터 활용 관광마케팅, 라이프스타일 비즈니스의 취향저격 경향을 반영하여 문화를 삶의 현상으로 보다 폭넓게, 다른 분석 방법으로 파악함.
- 최근 증거기반(evidence-based) 문화정책 기조에 따라 경도되고 있는 실증주의를 보완할 <비판적 실재론>¹⁾, 도시 문화지형의 변화를 파악하는 <도시 씬 이론(Urban Scene Theory)> 등 다양한 이론자원을 활용함.

1) 본 연구에서는 주로 정량적 통계를 신봉하는 증거기반(evidence-based policy) 정책의 기저에 깔린 실증주의 인식론의 한계를 극복하는 방법론적 대안으로서 “비판적 실재론(Critical realism)”을 제시함. 비판적 실재론은 개인이 감각하는 <경험적 영역(the empirical)>, 사건이 일어나는 <현실적 영역(the actual)>, 사건을 일으키는 기제가 작동하는 <실재적 영역(the real)> 세 개 국면으로 나누어 현상과 원인에 대한 맥락적 이해를 시도함. 통계 숫자로 파악되는 현상에 대한 보다 적절한 정책적 개입을 위해서는 숫자 너머의 본질(기제)에 대한 이해가 필요하다고 주장함. 특히 문화로 만드는 매력을 고려한다면 사건과 연결된 개인의 경험까지 파악해야 함. 지역활력을 관광객 숫자, 매출액, 문화자원의 분포, 문화행사 참여자 숫자 등 통계로 “평평하게(flat)” 파악해 버리는 실증주의의 인식론적 한계를 너머 그런 현상 발생의 맥락적 원인을 파악하는 접근법이 비판적 실재론임. 특히 매우 주관적인 요소인 매력에 대해 다루려면, 현상 발생의 기제 파악에서 한 단계 더 나아가서, 그 현상이 개인에게 어떻게 경험되는지를 이해해야 함. 이는 경험자의 개별적 감성분석(Sentiment Analysis)과 함께 이를 보편적으로 파악할 전문가의 관능평가(sensory evaluation)를 함께 고려해야 함. 이를 위해 이번 연구에서는 문화가 만드는 지역의 매력과 활력을 현실적으로 나타난 사건으로만 파악할 뿐만 아니라 개인들이 주관적으로 감각하는 경험으로 파악하는 시각을 적용함. 그리고 이런 현상의 원인을 파악함에 있어서 현실적으로 드러난 문화자원 보유 수준으로 파악하기 보다는 그 이면에서 작동하는 매커니즘의 파악에 집중하고, 이렇게 파악된 문화-매력-활력 순환 매커니즘을 근거로 지속가능한 활력 유지 방안을 제안하고자 함.

○ 중앙의 정책 <원리> 실천보다 현장 <사례>와 이해당사자들의 목소리에 집중하는 접근법 적용

- 이론적 분석 보다 현장의 사례와 의견에 기반한 정책 도출을 지향함.
- 중앙에서 정해진 정책원리를 지방에서 실천한 방법을 찾는 것이 아니라, 로컬의 사례들에서 중앙의 원리를 도출하는 방식으로의 인식론적 전환을 추구함.

○ 문화정책 연구의 발전과 문화현장의 변화 준비에도 기여하는 지방시대 연구

- 소멸 위기에 처한 일부 지방도시 활력만들기 정책으로서뿐만 아니라 인구구조 변화에 대응한 모든 대도시의 문화정책 전환에 참조할 수 있는 연구결과 도출을 추구함.
- 이론가들끼리의 연구로 끝나지 않고 현장 주체들의 실질적인 변화로 이어질 수 있도록, 연구과정을 지역 문화정책 현장 주체들의 참여와 인식변화의 과정으로 활용함.
- 한국광역문화재단연합회(한광연) 산하 한국지역문화정책연구소의 연구진들이 본 연구 주축으로 참여하였고, 지방시대 문화정책 기초 전환 관련 의견 수렴을 위한 공동 학술대회 개최, 문화-관광재단 종사자 설문 등을 자체적으로 진행하여 그 결과를 이번 연구에 일부 반영하였음.

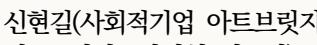
[표 I -2] 이번 연구의 차별성 구현 방안

기존 문화정책 연구의 한계	개선 방안	활용한 자원들
문화예술의 정의와 업무영역 안에 갇혀 있기	<문화예술>에서 <지역성(locality)>과 <총체적 삶의 조건>으로 관심 영역 확대	여러 업무영역을 포괄하는 지방시대위원회의 정책적 리더십 활용
문화의 가치만 주장하거나 이에 반발하여 실증주의에 경도됨	계량화 + 요소들 간의 연계성 이해 + 맥락적/정성적 해석	비판적 실재론(critical realism)의 관점 적용
지역문화를 문화현상에 국한해서 이해하며, 고유성만 중시함	지역문화를 사람-문화-도시-기술의 관계로 만들어지고 늘 <변화>하는 <라이프스타일>로 이해	도시 씬 이론(Urban Scene Theory), 빅데이터 활용 관광마케팅, 라이프스타일 비즈니스 관점 적용
정해진 중앙정부 정책을 지역에서 실행할 실천과제 정리용 Top-down식 답정너 연구	Local(지역)의 사례로 Global(중앙정부)의 원리 바꾸기	로컬과 글로벌의 관계를 재설정하는 클로벌라이제이션 (C-localization) 관점 적용 : 정해진 중앙의 정책원리를 현장에 이식할 실천전략 찾기가 아니라, 현장 사례로 정책원리 재설정하기
연구-실행 따로따로, 서가용 연구보고서	연구과정이 곧 정책변화 준비 및 전략공유의 과정이 돼야 함	한광연 중심으로 전국 문화-관광재단들의 협력 네트워크 활용

3. 연구 추진내역

○ 연구기간 : 2023.12~2024.6월

○ 상세 추진내역

세부 과제	① 요소 분석 (Understanding Elements)	② 사례 파악 (Exploring Practices)	③ 정책 제안 (Suggesting Policies)
주요 추진 내용	<ul style="list-style-type: none"> -국내외 문화-매력-활력 지표체계 비교 : 11건 -영역별 전문가 초청 자문 <ul style="list-style-type: none"> . 존 뉴비긴(Creative England 설립자, 창조산업 전문가) : 3.22(금), 광화문 정부청사  . 폴 오웬(WCCF 전 사무국장, 세계도시문화정책 전문가) : 2.13(화), 줌 . 홍주연(한국관광공사 전임연구원, 빅데이터 관광컨설팅 전문가) : 4.23(화), 줌 . 백원경(POPULOUS 한국대표, 도시공간설계 전문가) : 5.13(월), 줌 . 김상현(서울연구원 부연구위원, 도시사이론 전문가) : 5.13(월), 줌 . BOP 컨설팅(런던 소재 글로벌 문화정책컨설팅 전문기관) : 6.3(월), 줌  	<ul style="list-style-type: none"> -지역활력 프로젝트 사례 분석 <ul style="list-style-type: none"> . 관광100선, 로컬100 등 매핑 -문화프로젝트 전문가 초청 자문 <ul style="list-style-type: none"> . 이무열(전환스튜디오 와월당 대표, 지역브랜딩 및 청년문화기획자 컨설팅 전문가) : 3.23(토), 뭐든지아트하우스  . 신현길(사회적기업 아트브릿지 대표, 지역문화기획 전문가) : 3.23(토), 뭐든지아트하우스  -지역문화-활력재생 현장조사 <ul style="list-style-type: none"> . 문화로 지역재생 및 젠트리피케이션 현장 : 3.23(토), 창신동~낙산  . 지역-글로벌 연결 로컬크리에이터 사례 현장 : 5.25(토), 부산 영도 및 모모스커피  	<ul style="list-style-type: none"> -지역소멸 대책 관련 부처들 정책 사례 조사 <ul style="list-style-type: none"> . 문체부, 행안부 등 -<매력·활력 발굴투어 간담회> 개최 <ul style="list-style-type: none"> . 영암군 : 5.10(금) (강해영 프로젝트 등 지역 협력 사례, 문화관광재단 역할 토의)  -<한국광역문화재단연합회-한국 지역문화학회-부산문화재단 공동학술대회> 개최 <ul style="list-style-type: none"> . 부산시 : 5.24(금)~25(토) (문화분권)에서 <지역활력>으로 지역문화정책 기조 전환 등 연구주제 관련 토의 및 학계 의견 수렴)  -문화관광전문위원회 자문의견 수렴 <ul style="list-style-type: none"> . 2.2(금) 국립현대미술관 . 4.16(화) 청주제조창 -문화-관광재단 종사자 의견수렴 <ul style="list-style-type: none"> . 5.14~5.27 (한광연 회원기관 및 강해영 프로젝트 참여 문화-관광재단 직원 설문)

1. 지방과 지역문화의 소멸 위기

- (1) 지방소멸의 개념과 현황
- (2) 지방-지역-로컬에 대한 인식 변화
- (3) 자빙소멸은 지역문화 지속가능성의 위기
- (4) 지역문화(local culture)에서 지역-문화(locality & culture)로 다시 확장 필요

2. 지방시대 정책 대응

- (1) 총괄 컨트롤 타워로 지방시대위원회 출범
- (2) 모든 부처들이 대응하는 국정과제
- (3) 중앙-지방, 민-관을 아우르는 범 국가적 대응
- (4) 문화 관련 대응

3. 문화로 지역활력 제고를 위한 선결 과제

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

Chapter II

연구 배경

1. 지방과 지역문화의 소멸 위기

(1) 지방소멸의 개념과 현황

○ “지방소멸”이란 말은 일본 ‘마스다 보고서’²⁾에서 최초로 사용

- 마스다 히로야(増田寛也) 전 총무상이 이끄는 일본창성회의가 2013년에 7월 이 보고서를 발간하며 “지방소멸”(地方消滅)을 언급했고, 이후 일본 사회에 인구와 지방 도시 문제에 대한 큰 관심을 불러일으켰음.
- 이 보고서는 특정 지역의 20세~39세 여성 인구를 65세 이상 고령인구로 나눈 값으로 지방과 국가의 소멸위험을 평가했음.
- 이 지수가 0.5미만이면 소멸위험 단계에 진입한 것으로 간주되는데, 우리나라는 젊은 여성인구 감소와 고령인구 증가로 2016년 1.3에서 2019년 0.87로 하락했음. 2018년 이후 ‘주의단계’에 진입한 상황임.

○ 지역균형발전 국정과제로 대응해 온 수도권 집중 문제가 “지방소멸”이라는 위기로 급부상

- 역대 정부에서도 수도권 과밀집중에 따른 국가 경제의 불균형한 발전 및 지역 간 격차 문제에 대응하는 시책들이 중요한 국정과제로 시행되었음.
- ‘대도시인구집중방지책’(1964), ‘수도권 인구의 과밀집중 억제에 관한 기본지침’(1970), ‘제1차 수도권정비계획’(1984) 등 산발적으로 시행되었던 시책들이 2000년대 들어 참여정부에서 「국가균형발전특별법」 제정(2004.1월), 대통령 직속 국가균형발전위원회 설치(2003.4월, 이후 2009년에 ‘지역발전위원회’로 명칭 변경), 국가균형발전특별회계 마련(2005년) 등, 국가균형발전은 최상위 국정과제로 격상되어 시행되었음.
- 윤석열 정부도 ‘대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대’를 국정 목표로, 2023년 7월에 「지방자치분권 및 지역균형발전에 관한 특별법」을 시행하며 지방시대 정책을 역점적으로 추진함.
- 그러나 최근 급격한 출산율 저하로 인구절벽 사태가 가시화되면서 “지방소멸” 기준의 지역균형발전 보다 한 차원 더 시급하고 복잡한 과제로 부상하였음.

2) 「増田レポート：消滅可能性都市ランキング」(Masuda Report: Ranking of Municipalities at Risk of Disappearing) (2013)

- 행정안전부에서 5년마다 고시하는 <인구감소지역>이 현재 89개 시군구로 총 228개 중 39%

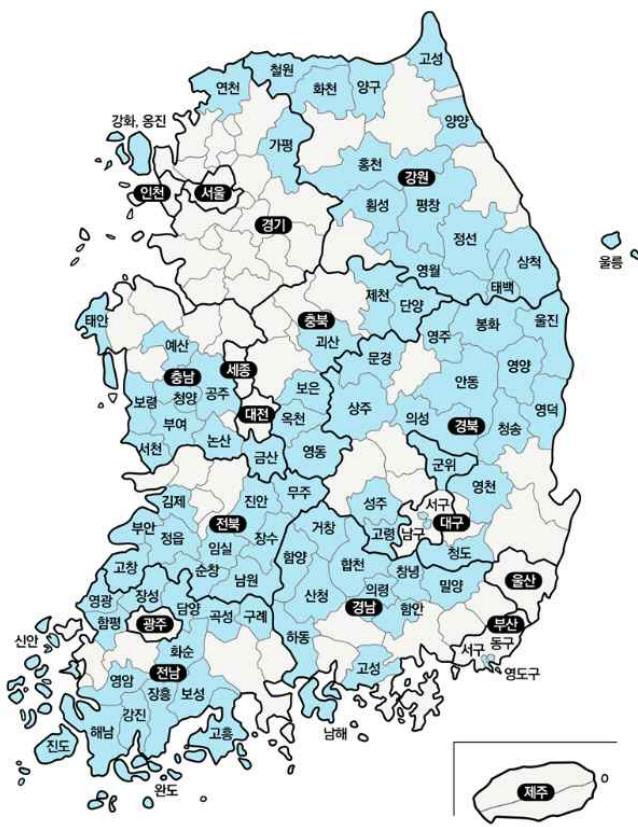
- 지정 근거 : 「지방자치분권 및 지역균형발전에 관한 특별법」 제2조 및 같은 법 시행령 제3조

「지방자치분권 및 지역균형발전에 관한 특별법」 시행령 제3조(인구감소지역의 지정 등)

① 법 제2조제12호에서 “대통령령으로 정하는 지역”이란 광역시, 특별자치시 및 시·군·구 중에서 65세 이상 고령인구, 14세 이하 유소년인구 또는 생산가능인구의 수, 인구감소율, 출생률, 인구감소의 지속성, 인구의 이동 추이 및 재정여건 등을 고려하여 지방시대위원회의 심의·의결을 거쳐 행정안전부장관이 지정·고시하는 지역을 말한다.

- 지정 절차 : 인구감소지역 지정안 마련(행안부) → 관계기관 협의(중앙행정기관, 시·도지사 등)
→ 지방시대위원회 심의 → 지정·고시(행안부 장관) (인구통계, 경제적, 사회적 지표 종합고려)
 - 지정 주기 : 5년 단위 지정
 - 지정 현황 : 89개 시군구 (2021.10월 최초 지정)

[표 II-1] 입구감소지역 지정 결과 (89개) (2023.12.21. 고시.)



부산(3)	동구 서구 영도구
대구(3)	남구 서구 군위군
인천(2)	강화군 옹진군
경기(2)	가평군 연천군
강원(12)	고성군 삼척시 양구군 양양군 영월군 철원군 태백시 평창군 홍천군 화천군 횡성군
충북(6)	괴산군 단양군 보은군 영동군 옥천군 제천시
충남(9)	공주시 금산군 논산시 보령시 부여군 서천군 예산군 청양군 태안군
전북(10)	고창군 김제시 남원시 무주군 부안군 순창군 임실군 장수군 정읍시 진안군
전남(16)	강진군 고흥군 곡성군 구례군 담양군 보성군 신안군 영광군 영암군 완도군 장성군 장흥군 진도군 함평군 해남군 화순군
경북(15)	고령군 문경시 봉화군 상주시 성주군 안동시 영덕군 영양군 영주시 영청시 울릉군 울진군 의성군 청도군 청송군
경남(11)	거창군 고성군 남해군 밀양시 신청군 의령군 창녕군 하동군 함안군 함양군 합천군

(관심지역 18개) 대전 동구, 인천 동구, 부산 중구, 부산 금정구, 광주 동구, 경남 통영시, 강원 강릉시, 강원 동해시, 대전 충구, 경북 경주시, 경남 사천시, 경북 김천시, 대전 대덕구, 강원 인제군, 전북 임산군, 경기 봉화군, 경기 포천시

〈자료출처 : 행정안전부 홈페이지(2024.6.7. 검색)〉

- 한국고용정보원 발표 <지방소멸위험지수>로는 130개 시군구(228개 중 57%)가 소멸위험지역
 - <지방소멸위험지수>는 20~39세 여성 인구수를 65세 이상 인구수로 나눈 값
 - 0.2 미만이면 “소멸고위험” 등 5단계로 구분함.

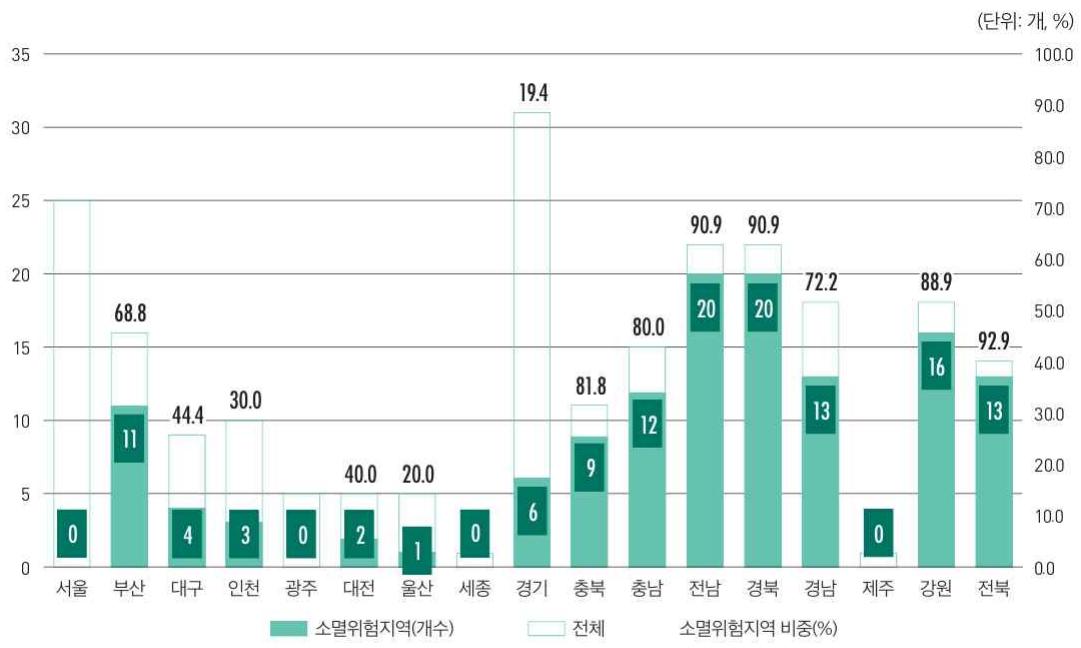
[표 II-2] 한국고용정보원이 발표하는 지방소멸위험지수

구 분		소멸위험지수
소멸저위험		1.5 이상
정상지역		1.0~1.5 미만
소멸주의단계		0.5~1.0 미만
소멸 위험	소멸위험진입	0.2~0.5 미만
	소멸고위험	0.2 미만

<출처 : 이상호(2024)3>

- 2024년 3월 기준, 전체 228개 시군구 중에서 소멸위험지역은 130곳으로 57.0%에 이르며, 소멸고위험지역도 57곳으로 전체 시군구의 1/4을 차지함.
- 17개 광역시도 중 소멸위험지역도 8개나 되며, 부산이 광역시 중 최초로 소멸위험단계에 진입하였음(소멸위험지수 값이 0.49).(이상호, 2024)

[그림 II-1] 시도별 소멸위험 시군구 수 및 비중 (2024년 3월 기준)



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

<출처 : 이상호(2024)>

3) 이상호, 2024, 지방소멸 2024: 광역대도시로 확산하는 소멸위험, 지역산업과 고용 통계프리즘, 한국고용정보원

○ 지방소멸의 원인은 크게 <인구 감소>, <인구 유출>, <지역경제 쇠퇴>로 파악

- 구형수 외(2018)⁴⁾는 지방소멸을 초래하는 원인을 ①인구구조 ②경제구조 ③공간구조 세 가지 측면에서 분석하였음.
- 이상호 외(2021)⁵⁾는 지역 일자리 모델로 지방소멸 위기를 극복할 전략을 제시하면서 우리나라의 지방소멸 위기의 원인을 아래 세 가지로 진단했음.

『지역소멸 위기 극복을 위한 지역 일자리 사례와 모델』(이상호 외, 2021, 한국고용정보원) 중

<지역위기의 원인>

1. 수도권 중심의 탈제조업화 지역산업의 쇠퇴
2. 인구절벽의 비대칭성과 청년 인구의 유출
3. 포드주의 공간분업 모델의 종언과 지역 불평등의 심화

- 일시적 지역경제 침체와 글로벌 경제-산업구조 변화에 따른 충격이 특정 지방도시의 소멸을 초래하기도 하지만, 현재 우리나라가 직면하고 있는 지방소멸 문제는 급격한 인구 감소의 영향이 큼.
- 인구 감소로 인한 지역경제 침체, 이로 인한 도시공간의 변화는 서로 연결된 것이므로, 결국 인구 감소 현상으로 지방도시 소멸을 가능할 수 있는데, 이를 인구의 자연감소와 사회적 감소로 나누어 분석함.

[표 II-3] 인구 감소의 유형

구분	자연 감소	사회적 감소
통계	출생자 수 < 사망자 수	전입자 수 < 전출자 수
	전체 인구 감소	경제활동 인구 축소
관련 현상	지역 경제활동 위축 지역 세수 감소 공공시설 이용 수요 감소 빈집 등 유휴시설 증가 고령인구 비율 증가	

○ 우리나라 지방도시는 인구 자연감소, 인구 유출, 경제적 쇠퇴 모든 면에서 심각한 상태

- 이처럼 지방소멸 위기는 인구 요인 외에도 산업구조의 변화, 생활기반시설의 부족 등 정주여건의 악화 등 여러 가지 원인이 복합된 활력 붕괴 현상인데, 우리나라 지방도시들은 모든 면에서 매우 비관적인 상태에 있는 것으로 파악됨.

4) 구형수 외, 2018, 지방소멸 위기에 대한 국가적 대응전략, 경제·인구사회연구회협동연구총서, 경제인문사회연구회
5) 이상호 외, 2021, 지역소멸 위기 극복을 위한 지역 일자리 사례와 모델, 한국고용정보원

[표 II-4] 지방소멸의 세 가지 요인과 한국의 현황

지방소멸 요인	구분	한국의 현황
인구 감소	저출산	<ul style="list-style-type: none"> • 2022년 합계출산율이 0.78로 세계 최저 수준 (통계청, 2023) • 2039년부터 세종시 제외 16개 광역시도 모두 인구감소 (통계청, 2024)
	고령화	<ul style="list-style-type: none"> • 2022년 65세 이상 고령인구 비율 17.4% (2072년 47.7%로 전망) (통계청, 2023) • 15~64세 생산연령인구가 2022년 3674만명에서 감소 추세 (2072년 1658만명으로 전망) (통계청, 2023)
인구 유출	청년인구 유출	<ul style="list-style-type: none"> • 교육, 취업 등을 이유로 청년들의 수도권 이동으로 청년 인구비율 감소 (한국보건사회연구원, 2020)⁶⁾
	수도권 집중	<ul style="list-style-type: none"> • 서울, 인천, 경기 지역 포함 수도권에 전체 인구의 약 50.7%(2천601만명) 거주 (행정안전부, 2023)⁷⁾
경제적 쇠퇴	지역경제 침체	<ul style="list-style-type: none"> • 농촌 및 중소도시들은 농업과 전통 제조업에 크게 의존하는데, 이들 산업의 경쟁력 약화로 지역활력 감퇴 (국토연구원, 2020)⁸⁾ • 한국의 농업부문 GDP 비중이 1.6%에 불과, 전체 인구의 5% 고용 (세계은행, 2020)⁹⁾
	산업구조 변화	<ul style="list-style-type: none"> • 자동화, 디지털화로 전통 제조업의 경쟁력 감소 (The Economic Forum, 2020)¹⁰⁾ • 전통 제조업 중심의 지방 경제가 새로운 성장동력 찾기 어려움 (한국은행 지역경제보고서, 2023)

○ 특히 출산율 급감에 따른 인구 자연감소로 서울도 예외 없는 인구절벽에 직면

- 통계청이 2023.12월에 발표한 「장래인구추계 : 2022~2072」에서, 50년 뒤 2072년 인구는 고위 추계(높은 출산율-기대수명-국제순이동) 가정 시 4,282만명(1990년 수준), 저위 추계 가정 시 3,017만명(1967년 수준)으로 추락할 것으로 추산되었음.
- 2022년 현재 5,167만명인 우리나라 인구의 향후 성장률은 2025년 이후 10년간 연평균 -0.16% 수준이 되고, 이후 감소 속도가 빨라져 2072년에는 -1.31% 수준이 될 것으로 전망되었음.
- 통계청이 2024.5월에 발표한 <장래인구추계-시도편 : 2022~2052>에서는 2039년부터 세종시를 제외한 16개 광역시도에서 인구가 감소할 것으로 예상했음.
- 2022년 세종시를 제외한 16개 광역시도에서 출생아 수보다 사망자 수가 많은 인구 자연감소를 보이고, 2045년부터는 세종시를 포함한 모든 광역시도에서 인구 자연감소를 보일 것으로 전망했음.

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

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

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

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

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

○ 인구의 사회적 감소 요인이 더 큰 한국적 상황은 지방도시의 매력 높이기 필요성을 더욱 강조

- 마스다 보고서는 인구 자연감소만 고려하였고, 이마저도 지방소멸 위험성이 높은 지역에서 오히려 출산율이 높게 나타나는 한국의 경향을 설명하지 못하는 한계가 있음.
- 한국의 경우, 최근 급격한 출생률 하락이 중요한 인구 감소의 요인이 되지만, 수도권 및 대도시로 집중되는 지역 간 인구이동이 만들어 내는 사회적 증감 요인을 고려해야 지방도시의 인구소멸 현상에 대한 설명력을 높일 수 있음.
- 타 지역으로의 <인구 유출>로 인한 인구의 사회적 감소에서는 주로 젊은 층들이 취업, 학업 등 더 나은 삶의 조건을 찾아 외지로 유출되어, 지역활력 소실 -> 경제활동인구 축소 -> 지역경제 위축의 악순환이 이어짐.
- 인구의 사회적 감소 대응 관점에서는 해당 지역의 경제 선순환 메커니즘 만들기와 함께 지역에서의 삶의 질 높이기, 매력 만들기가 지방 인구와 활력 유지의 관건이 됨.

[그림 II-2] 수도권과 비수도권의 인구 증가율(%)



* 2010년의 인구증가율은 주민등록인구통계에서 제외되었던 무단전출말소자 45만 919명(총 인구 대비 0.9%)이 거주불명자로 일괄 등록되면서 큰 폭으로 증가

- 주민등록법 개정('09.10.2)으로 종전의 무단전출 말소제도를 폐지하고 거주불명 등록제도를 도입함에 따라, 2010년 1월부터 거주불명 등록자를 주민등록자와 같이 인구 통계에 포함하여 공표함

* (자료) 국가통계포털(KOSIS) 주민등록인구현황

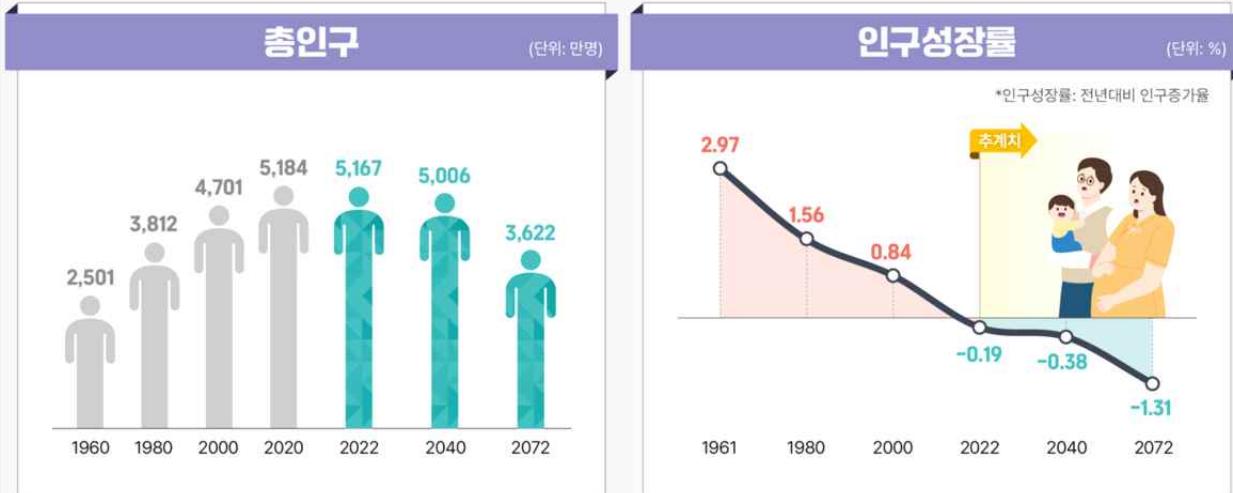
<출처: 김태환 외(2020)11>

11) 김태환 외, 2020, 인구의 지역별 격차와 불균형, 균형발전 모니터링 & 이슈 브리프 제 1호(2020.5월호), 국가균형발전지원센터

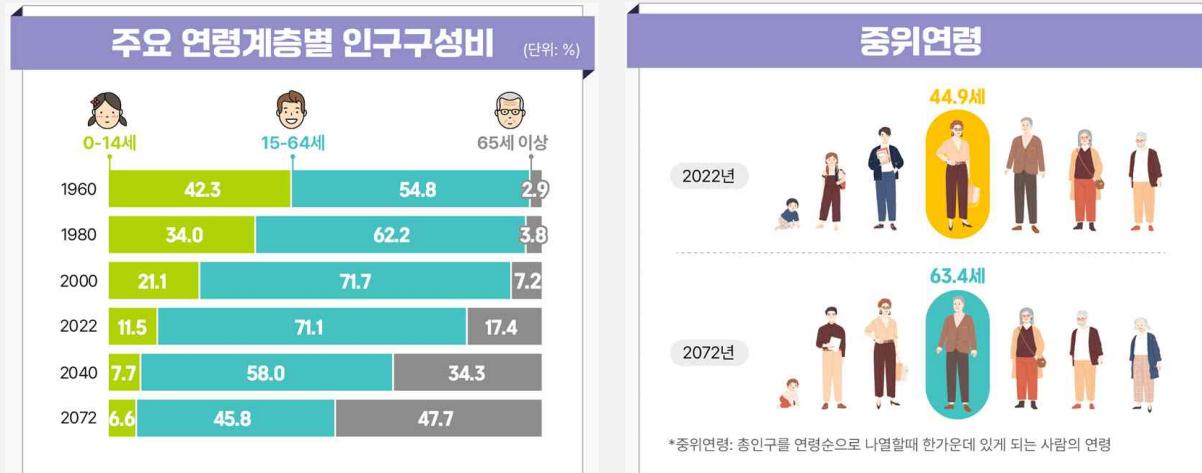
〈참고자료-1〉 우리나라 미래 인구변화 관련 주요 통계치

「장래인구추계: 2022~2072년」(통계청, 2023) 주요 내용

장래인구 추계 : 2022~2072년



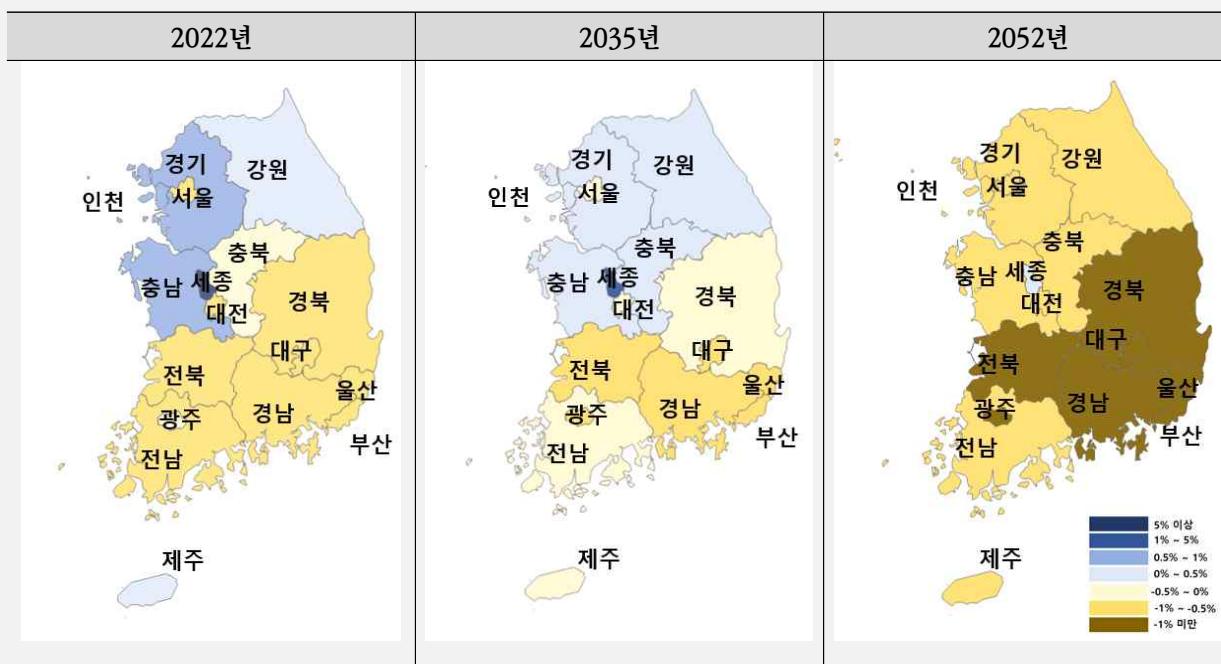
주요 연령 계층별 인구 구성비와 중위연령 통계



〈출처 : 통계청(2023)〉

「장래인구추계-시도편: 2022~2052년」(통계청, 2024) 주요 내용

통계청 발표 시도별 인구성장률 (2022년, 2035년, 2052년)



통계청 발표 시도별 자연인구증가율 (2022년~2052년)



<출처 : 통계청 (2024)>

〈참고자료-2〉 인구감소 지표 산출 수식

인구감소 지표 8개의 계산식

① (연평균인구증감률) 20년, 5년간의 인구증감률 변화를 통해 인구감소 지속성과 최근 인구감소추세 판단, 지역의 인구활력 및 행정수요 반영

$$\text{연평균인구증감율} = \left(\frac{2020\text{년 인구}}{2001\text{년 인구}} \right)^{1/10} - 1, \quad \left(\frac{2020\text{년 인구}}{2016\text{년 인구}} \right)^{1/4} - 1 \quad (\text{통계청, 주민등록인구 현황})$$

② (인구밀도) 최근 5년간 행정구역면적당 인구변화를 통해 지역의 상대적 인구규모(밀집도) 변화 및 공간상 집적된 경제활동의 수준 반영

$$\text{인구밀도} = \frac{\sum_{\text{행정구역면적}}^{\text{총 인구}}}{\text{행정구역면적}} \quad (\text{통계청, 행정구역 현황})$$

③ (청년순이동률) 최근 5년간 청년(19~34세)* 연령인구 대비 청년 순이동자수 변화를 통해 지역 인구의 사회적 이동 추이 반영

* 청년기본법 제2조제1항에 근거

$$\text{청년순이동률} = \frac{\sum_{\text{청년}}^{\text{순이동자수}}}{\sum_{\text{청년}}^{\text{연령인구수}}} \quad (\text{통계청, 국내인구이동통계})$$

④ (주간인구) 2020년 국가교통DB에서 추출된 지역의 주간인구 규모를 통해 지역의 활력(소비 및 경제활동) 반영

$$\text{주간인구} = \text{상주인구} + (\text{주간유입인구} - \text{주간유출인구}) \quad (\text{국가교통DB, 통근.통학.업무 통행인구})$$

⑤ (고령화 비율) 최근 5년간 총인구 대비 65세 이상 고령인구* 변화를 통해 지역의 복지수요 가중 및 생산성 저하 정도 반영

* 고령화인구 65세 이상 (국가균형발전특별법 제2조제9호)

$$\text{고령화 비율} = \frac{\sum_{\text{65세 이상}}^{\text{인구}}}{\sum_{\text{총인구}}} \quad (\text{통계청, 주민등록인구 현황})$$

⑥ (유소년 비율) 최근 5년간 총인구 대비 14세 이하 유소년 인구 변화를 통해 향후 지역 노동시장의 변화와 지역침체도 반영

* 유소년 인구 14세 이하 (국가균형발전특별법 제2조제9호)

$$\text{유소년 비율} = \frac{\sum_{\text{14세 이하}}^{\text{인구}}}{\sum_{\text{총인구}}} \quad (\text{통계청, 주민등록인구 현황})$$

⑦ (조출생률) 최근 5년간 연령인구 대비 출생아수 변화를 통해 지역 인구의 자연적 증감 추이 반영

$$\text{조출생률} = \left(\frac{\sum_{\text{연령인구}}^{\text{출생아수}}}{\sum_{\text{연령인구}}^{\text{인구}}} \right) \times 1,000 \quad (\text{통계청, 인구동향조사})$$

⑧ (재정자립도) 최근 5년간 지자체 일반회계 규모 대비 자체수입 변화를 통해 지방재정의 여건 반영(재정부문 범용적 지표 활용)

$$\text{재정자립도} = \left(\frac{\sum_{\text{지자체 예산규모}}^{\text{자체수입}}}{\sum_{\text{지자체 예산규모}}^{\text{자체수입}}} \right) \times 100 \quad (\text{통계청, 재정자립도})$$

〈출처 : 행정안전부 홈페이지(2024.6.7. 검색)〉

(2) 지방-지역-로컬에 대한 인식 변화

○ 전 근대적 관점이 투영되었던 <지방>의 부정적 이미지

- <지방>의 사전적 의미는 <①어느 방면의 땅>, <②서울 이외의 지역>, <③중앙의 지도를 받는 아래 단위의 기구나 조직을 중앙에 상대하여 이르는 말>임.
- ①번의 용례로 보면 서울지방경찰청과 같이 서울도 지방. 반면 ②번의 용례는 ‘경향각지(京鄉各地)’와 같이 서울로 대변되는 중앙과 정치·사회·문화적 측면에서 집합적으로 대치되는 서울 이외 기타 지역을 통칭하는 용어이며, ③번 용례는 ②번 용례보다 봉건적인 정치관계가 반영된 것임. 지방자치 시대에도 국가 행정서비스의 집행 체계에서는 아직까지 ③번의 인식이 지배적임.
- 현실에서 <지방>이라는 용어는 주로 중앙 또는 중심에 대비되는 대타적 개념으로 중앙-변방, 중심-주변이라는 위계성을 내포한 의미로 사용됨(이상봉, 2010)¹²⁾.
- 우리나라에서 지방에 대한 부정적 이미지는 임금이 존재하는 수도(한양, 서울)와 이에 대비하여 양반이 낙향한 지방이라는 구도에서, 봉건시대 때부터 자연스럽게 누적된 전 근대적 세계관에 그 근저를 두고 있음.
- 송도영(2007)¹³⁾은 이런 봉건시대의 세계관이 투영된 다산 정약용의 편지에서도 확인되는, 지방에 대한 처절하리만치 부정적인 인식을 소개하였음.

송도영(2007)이 소개한 다산 정약용의 지방에 대한 인식

“중국의 문명이나 풍속은 아무리 궁벽한 시골이나 먼 변두리 마을에서 살더라도 성인이나 현인이 되는데 방해를 받을 일이 없으나 우리나라는 그렇지 않아 서울의 문밖에서 몇 십리만 떨어져도 태고처럼 원시사회가 되어 있으니, 하물며 멀고 먼 외딴 곳에서야 말해 무엇하랴? …내가 요즘 죄인이 되어 너희들에게 아직은 시골에 숨어서 앞으로의 계획을 세우게 하였다만 사람이 살 곳은 오직 서울의 십리 안팎일 뿐이다. …대개 그늘진 깊숙한 골짜기에는 햇볕을 볼 수가 없고(임금의 손길이 미칠 수 없고) 함께 어울려 노는 사람이 모두 쓸모 없는 무지렁이들(벼슬길이 막힌 집안)인데다가 원망하는 마음만 가득 찬 사람들이기 때문에 그들이 가진 지식이란 실속 없고 비루한 내용 뿐이다....만약 하루아침의 분노를 이지기 못하여 바삐 서둘러 먼 시골로 이사가 버린다면 무식하고 천한 백성으로 일생을 끝 마치고 말뿐이다.”

○ 보편적 합리성에 기반한 근대국가의 행정도 <지방>을 부정적으로 인식

- 이상봉(2010)은 근대 국가중심주의가 국가는 이념적 공간을 중심으로 강력한 내부적 동일성과 배타성을 만들어 내는 과정에서 지방의 다양한 색채는 국가성 형성을 위해 포섭되거나 배제되며, “지방은 모(方)가 깎인 균질한 하위공간”으로 “이름을 잃게 되었다”고 파악했음.

12) 이상봉, 2010, 지역과 지방, 로컬과 글로벌, 황해문화

13) 송도영, 2007, 분권화 시대 지역문화진흥의 의미와 가치; 이상과 현실, 「분권화 시대의 지역문화발전과 활성화 전략 심포지엄」 자료집, 한국문화관광연구원

- ‘지방’이라는 말은 ‘천원지방(天圓地方)’에서 유래했다고 보는데, 이는 단순한 우주와 지구의 형상을 묘사하는 것이 아니라, 하늘을 대신하여 땅을 지배하는 자가 가운데(수도)에 존재함을 상정하는 정치적 관점을 내포함.
- 보편적 합리성을 지향하는 근대주의의 관점과 표준화되고 효율적인 행정 시스템으로 운영되어야 할 중앙집권적 근대국가 체제에서는, 지방이 “보편원리로 통합되기 힘든 혼종의 세계” 또는 “중앙의 지배력이 도달하기 힘든 변두리”로서 부정적으로 의미를 담게 됨.
- 하지만, 탈근대와 분권의 시대를 살고 있는 지금은, 지방이 “개별적 특징을 가진 사람들의 삶터”, “문화자본주의의 자원이 되는 문화 다양성의 보고”로서 긍정적인 의미를 담을 수 있음.

“지역과 지방, 로컬과 글로벌” (이상봉, 2010, 황해문화) 중

“한자어 ‘지방(地方)’이라는 용어의 어원 가운데 하나인 ‘천원지방(天圓地方)’에서 지방은 모나고 평평한 곳을 뜻한다. 평평하기에 사람이 모여 사는 곳이며, 곳곳마다 서로 다른 특색을 지닌 모난 곳이기에 나름의 이름을 지닌다. 지방이란 천이라는 둑근 존재에 대비되는 다양하면서도 혼종적 특성을 지니는 존재들이 위치하는 시공간의 조건을 가리키는 곳으로 볼 수 있다.”

○ <지역>으로 혼용되거나 <로컬>로 대체되는 <지방>

- 중앙에 대비되는 위계성과 주변성을 보이는 <지방>과 달리 수평적 고유성을 지닌 의미로 <지역>이라는 말이 대신 사용되기도 함. <지역(region)>이라는 용어는 한 부분이라는 의미뿐만 아니라 유럽지역, 동아시아 지역 등과 같이 국가 단위를 넘어서는 범위를 포괄하여 사용되기도 함(이상봉, 2010).
- 반면 <지역>은 단순히 지리나 행정 기준으로 접근하기보다는 사회·문화적인 동질성에 기반하여 구분하는 것이 타당하다고 보는(박찬욱, 2013¹⁴⁾) 시각도 존재함. 이종인은 지역을 정치·경제·사회·문화적인 특성을 공유하는 일정한 공간영역으로 정의하였는데, 지역사회는 지역성과 공동체성이 동시에 충족되어야 한다고 보았음(박찬욱, 2013 재인용).
- 김문환(2001)¹⁵⁾은 지역의 구성요소를 동료의식, 역할 의식, 의존의식 등으로 보고, 공간성과 문화성을 종합하여 ‘region’의 개념보다는 ‘community’의 개념에 더 가깝다고 기술하였음.
- 대체로 <지역>이라는 개념은 가치중립적인데 반해, <지방>은 부정적 이미지 또는 그에 반발하는 우호적 가치가 내재되어 있고, 중앙에 대한 대립적인 개념으로 사용됨.
- 그 이유는 전통적으로 사용되어 오던 <지방>이라는 용어 속에 강하게 고착되어 담겨있던 부정적 이미지에 대항하여 <지역>이라는 용어로 긍정적 의미를 새롭게 담아내려고 했기 때문임(정광렬 외, 2005¹⁶⁾).
- 다른 한편으로 이처럼 부정-긍정의 이미지가 혼재된 <지방>과 <지역>을 대신하는 새로운 전략으로서 외래어 <로컬(local)>이 도입되기도 하였음.

14) 박찬욱 외, 2013, 지역문화자원 융합을 위한 정책연구, 한국문화관광연구원

15) 김문환, 2001, 지방자치와 지역문화: 문화복지의 이념을 중심으로, 「한양대 지방자치연구소 제 27차 세미나」(2001.6.22.) 자료집

16) 정광렬 외, 2005, 분권시대 지역문화진흥체계 개선방안 연구, 한국문화관광연구원

○ <국지성>에서 <장소성>과 <독립성>의 의미까지 확장하는 <로컬>

- 최근 <로컬리티> 또는 <지방다움>이 학계뿐만 아니라 문화콘텐츠와 마케팅 영역에서도 주목받고 있지만, 그 말을 사용하는 사람들의 목적과 세계관에 따라 완전히 반대의 의미를 담게 됨.
- 국립국어원 표준국어대사전에는 등재되어 있지 않은 <로컬> 또는 <로컬리티>는 사회학, 경제학, 전산학 등에서 전문용어로 유입되어 해당 영역에서 가졌던 매우 다양한 의미들을 포함하고 있음.
- 원래 <로컬 : local>의 사전적 의미는 “사회전체의 존재에 의해 특정 지위지는 가장 작은 단위의 공간, 전체 단위의 하부에 존재하는 국지적 영역”을 이르는 말임¹⁷⁾.
- 이처럼 적절한 번역어가 없어서 그대로 외래어로 통용되고 있는 <로컬 : local>에는 <지방>과 <지역>이 동시에 담기는 데, 그 개념으로 단순히 장소적 국지성, 위계적 하위성, 존재적 부분성의 의미뿐만 아니라 언증의 세계관에 따라 이를 독립성, 독자성으로 긍정적으로 해석하는 노력까지 포함하게 됨.
- 이상봉(2010)은 <로컬 : local>이라는 용어가 삶의 터라는 근원적인 대자적 속성(장소성)에서 출발해 전체를 이루는 속성이라는 대타적 속성을 모두 아우를 수 있는 개념이라고 볼 수 있다면, <지방>의 새로운 자리매김을 위해 유용한 전략이 될 수 있다”고 주장하였음.

○ <로컬리티 : locality> 연구의 필요성과 한계

- 김용철·안영진(2014)¹⁸⁾에 따르면, 로컬리티 연구는 1980년대 영국의 사회경제적 재구조화 과정과 그 과정에서 장소의 역할과 공간적 변이를 설명하기 위해 처음으로 시도되었음.
- 당시 로컬리티 연구는 그동안 소홀히 다루어졌던 지역사회에 대한 관심을 촉발시켰으나 “로컬리티 개념의 모호성, 지역 자체의 특수성을 지나치게 강조하는 이론적 편협성(parochialism), 로컬리티를 정태적이고 수동적인 것으로 바라보는 경향”이 한계로 지적되었음(김용철·안영진, 2014).
- 한국에서는 1980년대 중반 이후 시작된 지역연구, 1990년대 지방자치제의 부활과 지방화 시대 개막과 맞물린 지역학 연구를 지나, 2010년대 부산대학교의 한민족문화연구소 연구팀의 본격적인 로컬리티 연구가 주목할 만함.
- 하지만, 김용철·안영진(2014)은 이에 대해서도 “분석 단위인 로컬의 개념 및 위상에 대한 모호성, 로컬리티에 대한 개념적 상충성, 체계적이고 동태적인 이론적 분석 틀의 미흡함”을 지적함.
- 김용철·안영진(2014)은 로컬리티를 “글로벌-내셔널-로컬이라는 다중적 스케일의 구조적 맥락 속에서 일정한 공통의 장소를 근간으로 다양한 행위자들에 의해 구성되는 사회적 구축물”로 파악하였음.

17) Cambridge Dictionary에서 <local> 뜻 검색 결과

- from, existing in, serving, or responsible for a small area, especially of a country
- limited to a particular part of the body
- a person who lives in the particular small area that you are talking about:
- a division within a union representing people from a particular area

18) 김용철·안영진, 2014, 로컬리티 재구성 과정에 대한 이론적 분석틀, 한국경제지리학회지 제17권 제2호

○ 각자 세계관에 따라 서로 다르게 해석되는 〈로컬리티(locality) ~ 지방다움〉

- 〈로컬리티(locality) ~ 지방다움〉 = 〈지방의 특성 ~ identity of the local〉 + 〈지방에 고착된 상태 ~ the state being local〉
- 즉, 〈로컬리티(locality) ~ 지방다움〉은 〈지방의 특성 ~ identity of the local〉과 〈지방에 고착된(또는 지역화된) 상태 ~ the state being local〉이라는 두 가지 뜻을 동시에 가짐.
- 공간적으로 특정한 지리적 지역에 기반하여, 그 특성을 반영하는, 즉 로컬하기 때문에 지역적 특성 없이 글로벌한 트렌드와 대비되는 독특함을 가질 수 있는 것임.
- 이 두 개념을 긍정적, 부정적 관점으로 이분법적으로 구분해서 보려는 시각은 적절하지 않음.
- “지방에 고착된(또는 지역화된) 상태”라는 말이 단순히 “글로벌하지 못함(not being global)” 또는 “중심부이지 못함(not being at the center)”을 뜻하는 것에 그치지 않고, 그렇기 때문에 “지엽적이고 부차적인 것(being peripheral)”으로 부정적 인식을 부가하는 것은, 결국 로컬과 글로벌, 또는 중앙과 지방을 위계적 관점에서 바라보는 인식적 한계를 투영하는 것임.
- 사람들이 쓰는 말이 가치중립적이기란 어렵기 때문에 그 가치까지 담아내는 말의 개념 정의는 결국 사용하는 언증들의 세계관을 반영하는 것임.
- 전 세계가 초연결되었으면서 동시에 개체의 고유성을 중시하는 지금은, 근대 국가중심주의 세계관에서 탈피하여 시민 중심의 다원주의 세계관으로 지방, 지역, 로컬을 이해하고, 그들 사이의 관계를 재설정할 필요가 있음.

[표 II-5] 지방에 투영된 언증들의 인식 변화

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

○ 〈지방〉 또는 〈지역〉을 고유함 또는 순수함 중심으로 이해하려는 시각에 투영된 콤플렉스

- 지방의 고유한 정체성 또는 지역문화의 순수함을 내세우는 주장에 대해서도 논란이 있음.
- 각각의 주장들은 지방과 중앙의 관계, 정부 정책의 개입에 대한 관점을 반영하는데, 주로 중앙 중심, 정책 주도의 시각으로 그것들을 바라보는 관점 또는 그에 대한 반감이 투영되어 있음.

- 문옥표(1995)¹⁹⁾ : “지방문화에 대한 논의에서 서울의 문화는 ‘잡다한 것, 외래의 것, 퇴폐적인 것’이며 지방의 문화만이 ‘참다운 삶의 진정한 가치’를 지니고 있는 것이라는 주장을 가끔 접하게 된다. 그러나 이러한 주장은 하나의 낭만주의적 이상을 표현하고 있을 뿐 우리의 현실에서는 지방문화는 거의 태반이 중앙문화의 아류에 지나지 않거나 혹은 독특한 지역성이 존재한다 할지라도 그것은 소수의 향토사학자들이나 민속학자들의 관심사일 뿐 정작 지역주민들 자신들은 그러한 문화의 가치를 깨닫지 못하거나 무지한 경우가 대부분이다...”
- 지금종(2001)²⁰⁾ : “대부분의 지역에서 나타나는 지역문화에 대한 오해와 편견은 문화를 도구적 측면으로 인식하는데서 비롯된다... 경제 혹은 정치적 효과를 위해서 쓰이는 소재 정도로 활용된다면 지역문화발전은 요원할 수밖에 없다...”
- 류정아(2008)²¹⁾ : “지역문화가 그 지역적인 특수성으로 말미암아 지역주민의 자긍심과 애향심 및 일체감과 주민 통합 효과를 유발하고, 지역주민의 자발성과 참여의식 및 창의성과 자주성을 함양함으로써 지역사회 발전의 활력소가 된다...”
- 김승환(2024)²²⁾ : “국가문화나 중앙문화가 아닌 지역의 고유한 문화가 바로 지역문화다... 지방(地方)이 정치 행정의 개념이라면 지역(地域)은 문화민주주의 개념이다.... 지역문화의 첫 번째 폐단은 지역 절대주의이다... ‘우리 지역’에 대한 애정이 과도하여 객관성과 보편성을 상실한 경우가 많다.... 지역문화의 고유성은 국가문화, 민족문화, 세계문화 안에서 서로 조화하면서 살아나는 무지개와 같다...”

○ <로컬리티>를 지나치게 강조하는 데도 <글로벌>에 대한 갈망과 반감이 모두 투영

- 산업혁명으로 급증한 상품 생산력, 신자유주의로 진화한 자본주의의 세력 확장과 그 궤를 같이한 <글로벌화 : globalization> 즉 <세계화>²³⁾는 20세기를 거쳐 최근까지도 반대할 수 없는 시대정신이었음,
- WTO, FTA 등 세계시장에서 거부할 수 없는 공통 표준 프로토콜이 강대국 중심으로 설정되는 <글로벌라이제이션>이나, 이후 이를 후발 지역으로 이식하는 <현지화> 또는 <글로컬라이제이션 : glocalizaion>에 대해서 정치적, 경제적 관점에서의 긍정과 부정의 인식이 공존함.
- 사람과 지역들이 물리적 거리 두기를 경험한 코로나-19 팬데믹 기간 중에 마침 급속히 진행된 디지털 전환의 결과로, 우리는 인터넷을 통해 초세계화된 연결을 즐기는 동시에 로컬의 가치에

19) 문옥표, 1995, 지방자치와 지역문화의 활성화, 정신문화연구 18(2)

20) 지금종, 2001, 지역문화와 문화정책, 「민예총 지역문화의 해와 지역문화 활성화 방안 포럼」 자료집

21) 류정아, 2008, 한국의 지역문화: 현황 및 정책 방향을 중심으로, 대왕사

22) 김승환, 2024, 우선과 우월을 벗어나 고유하며 조화하기-지역 절대주의의 오류를 바로잡으려면, Arete365, 한국문화예술교육진흥원

23) H., O'Rourke, Kevin; G., Williamson, Jeffrey, 2002, “When did globalisation begin?”. European Review of Economic History, 6 (1)

열광하는²⁴⁾ “하이퍼-로컬리티”의 시대를 살고 있음.

- 이제 인터넷으로 전 세계가 초연결된 글로벌 시대에 한류나 특정 지역의 독특한 문화콘텐츠의 성공 사례를 증거로 내세우며 로컬리티의 중요성을 강조하는 담론들의 저변에는 글로벌에 대한 반감과 함께 글로벌하게 성공하고 싶은 갈망이 모두 깔려있음.

○ <글로벌>에 대항하는 <글로컬>, <그로벌>, 심지어 <로별>의 인식론적 한계

- 전 세계가 연결된 글로벌 시대에 로컬리티의 중요성을 강조하면서, 글로벌에 대응하는 <글로컬 : glocal>이라는 말을 사용하기도 하지만, 결국 <현지화>보다는 또 다른 양상의 <세계화>로 이어지는 현상에 대한 비판적 견해들이 존재함.
- 김성수(2013)는 문화콘텐츠 산업분야에서 “글로컬이 국제용 문화상품 기획·제작·분석에서 하나의 주효한 이데올로기가 되어가고 있는” 현상을 비판하며 “두 얼굴의 글로컬(glocal)”²⁵⁾로 지칭하였음.
- 세계화(globalization) 양상을 대표하는 “맥도날드화(McDonaldization)”라는 말을 만든 사회학자 George Ritzer(2003)²⁶⁾는 <글로컬라이제이션 : glocalization> 이론이 인기를 끄는 이유가 “서구 중심의 근대화 이론에 대한 적대감 때문”이라고 말했으며, 그것을 여전히 세계화의 하위개념으로 보았음.
- 그리고 힘에 의한 세계화와 착취, 식민지화를 글로컬라이제이션으로 표현하는 것은 부적절하므로, “그로벌라이제이션 : Grobalization”이라는 말을 새로 만들어 냈음(Ritzer, 2003, 김기홍, 2018 재인용).
- 류영재(2006)²⁷⁾는 “글로벌화 후 로컬화하는 '글로컬'이 아니라 로컬화 후 글로벌화 하는 '로별 : Lobal'이 먼저다”며 <로별 : Lobal>이라는 말을 제시하기도 했음.
- 하지만, 이런 논의들은 김기홍(2018)의 비판처럼 “세계화에 대한 안티테제로 제시된 글로컬이 세계화 논의의 하위개념이었다는 점이 난맥의 근본 원인”이며 “글로벌이 로컬에 위협이 된다는 전제의 글로벌/로컬 이분법을 기저에 두고 비생산적인 논의가 지속”²⁸⁾되는 시대착오적 현상이기도 함.

○ 지금은 <하이퍼로컬리티(Hyper-Locality) + 네오글로벌리즘(Neo-Globalization)>의 시대

- 냉전체제에 준하는 경색 국면 국제정세 속에서 국가들의 자국이기주의, 지역불록화, 리쇼어링(reshoring) 등으로 표출되는 “탈-세계화(De-globalization)”라는 개념이 힘을 얻어가고 있지만, 시민들은 디지털 전환의 결과로 초-세계화(Hyper-Globalization)된 온라인 플랫폼에서 대부분의 일상을 보내고 있음.
- 김해보(2023)²⁹⁾는 지금은 앞서 소개한 대로 하이퍼로컬리티의 시대이면서 동시에 20세기 오프라인에서의 “반-세계화(Anti-Globalization)”와 21세기 디지털 경제가 온라인 세계에서 확장하는

24) 모종린, 2020, [포스트 COVID-19 시대 / 도시 ②] 국가만 재발견한 게 아니다, 우리는 동네도 재발견 했다, 태재미래 전략연구원 인사이트 2020.5.28호

25) 김성수, 2013, 두 개의 글로컬라이제이션 두 얼굴의 글로컬-글로컬라이제이션 개념을 배경으로 한 문화콘텐츠 기획의 허와 실, 글로벌문화콘텐츠 제10호, 글로벌문화콘텐츠학회

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

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

28) 김기홍, 2018, 글로컬 문화이론에 대한 소고, 인문사회 21 vol.9, no.5

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

“초-세계화(Hyper-Globalization)” 양상을 동시에 보여주는 “신-세계화(Neo-Globalization)”의 시대라고 분석했음.

- 따라서, 그동안 보편적 원리로 인식되던 소위 “글로벌”한 것과 그에 대해 종속적인 것으로 인식되던 “로컬”한 것에 대한 인식이 바뀌고 있음을 지적하며, 문화정책도 이에 따른 인식 전환이 필요함을 주장했음.

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

- 지금은 오지(奥地)의 지역성 매우 강한 로컬 콘텐츠가 글로벌 디지털 플랫폼을 통해 한 순간에 글로벌한 인기를 구가할 수 있게 된 시대임. 글로벌 네트워크의 위력이 어느 시대보다 더 크지만 동시에 사람들을 매혹하는 콘텐츠로서 로컬리티의 중요성이 강조되는 시대임.
- 특히 디지털 세상이 글로벌과 로컬의 지리적 감각과 중앙과 주변부의 위계성을 무화(無化)시켜 버렸음.
- 이제 “지리적 스케일과 그 감각의 상대성” 뿐만 아니라, 나아가서 보편자와 개별자에 대한 “인식론적 접근법의 차이”, 중앙의 정책 기조와 지역의 사례를 대하는 “정책집행의 태도 차이” 차원에서, 로컬과 글로벌의 의미 재해석이 필요함.
- 글로벌과 로컬의 관계, 또는 중앙과 지방의 관계를 상하 종속적 관계가 아닌 상호공존과 공진화의 관계로 보는 관점의 전환이 필요함.
- 여태까지 다양성과 분권을 지향한다고 했지만, 중앙정부의 강한 리더십에 따른 하향식(top-down) 정책집행 방식이든, 문화의 가치를 고고하게 상정하고 이를 생활 속에서 구현하려는 선한 의도이든, 실제로는 글로벌 보편자에서 로컬 개별자로 일방향적으로 전하는 방식(글로컬라이제이션)이었고, 그 결과는 <갈수록 더 중앙집중화 되는 문화분권>의 역설이었음.
- 지역의 문화 정체성 자원을 글로벌 매력 자원으로 활용하기를 바란다면, 특히 지역문화 주체들의 자율성과 주체성에 기반한 창의적 역량 강화를 중시해야 함. 이는 구체적으로 <탈중심에서 무(無)중심으로 : 탈-분권화(De-de-centralization)>, <시스템에서 행위자로 : 탈-제도화(De-institutionalization)>라는 정책적 실천으로 이어질 필요가 있음.

[그림 II-3] 지리적 개념에서 인식론으로 확장해야 할 글로벌과 로컬의 의미



<출처 : 김해보 (2023)>

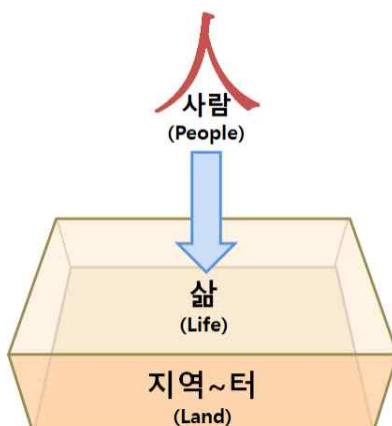
○ “지방시대”에 지방에 대한 인식 및 이미지 변화 노력

- 이 보고서에 인용된 예전의 글들이나 일반 언중들의 발언들 중에 <지역>과 <지방>은 서로 혼용하면서도, 주로 ‘자치’ ‘소멸’ 등을 얘기할 때는 주로 <지방>을, ‘지역정체성’ ‘지역협력’ 등을 언급할 때는 주로 <지역>을 주로 사용하고 있음.
- 반면 로컬은 이를 모두 포괄하되 “국지적”이라는 말로 쓰일 경우를 제외하고는 대부분 중립적이거나 긍정적 의미로 사용됨.
- 2023년 7월 지방시대위원회 출범 이후 본격 추진되고 있는 <지방시대> 정책들은 기존의 지방에 대한 부정적 인식을 불식시키고, 오히려 지방이 가지는 다양한 가능성을 부각시키고자 <지방>이라는 말에 긍정적으로 이미지를 실어서 전파하고 있음.
- 이런 정책적 노력이 성공할 때 <지방>, <지역>, <로컬>에 대한 언중들의 인식과 말에 담긴 이미지도 바뀌게 될 것임.

(3) 지방소멸은 지역문화 지속가능성의 위기

○ 지역은 문화를 담는 그릇, 문화 주체의 소멸을 뜻하는 지방소멸은 지역문화의 쇠퇴 위기

- 문화는 지역에 터 잡고 사는 사람들의 삶이 만드는 무늬임.
- 지역은 문화의 생산 주체인 사람들의 삶을 담는 그릇임.
- 그 그릇에 담길 삶의 총량이 줄어들면 지역문화의 총량이 줄어들고 쇠퇴로 이어질 것은 자명함.
- 지역에서의 문화가 곧 국가의 문화를 이루므로, 지역문화의 쇠퇴는 국가문화의 활력 소멸을 의미함.
- 따라서, 지방소멸은 지역문화의 쇠퇴, 국가 전체 문화활력 소멸의 위기가 됨.



[그림 II-4] 지역~터(Land)와
삶(Life), 사람(People)의 관계

○ “옛날부터 오랫동안 굳게 지켜서 온 것”(固有)이 아닌 “지금 현재 존재하게(有) 하는 이유”(故)로서 <지역문화>의 고유함

- 지역의 정체성을 대표하는 “고유한(unique) 지역문화”의 “고유성(固有性)”은 원래 아주 오래전 옛날 전쟁 이야기를 뜻하는 “오래된 것(古)”을 성으로 예워싸서(口) 지켜온(固) 것을 의미함³⁰⁾.
- 로컬리티~지방다움을 강조하면서 지역의 정체성을 이런 <고유성 : 固有性> 차원에서만 인식한다면 전통 지키기에 사로잡혀 동시대의 변화와 다양성을 포섭하며 진화하는 문화의 본성을 모두 담아내지 못하게 됨.
- 로컬리티는 그 지역에 누적된 정체성만을 의미하는 것이 아니라 현재의 정체성이 만들어지는 상황, 즉 생활환경, 정치-사회적 환경까지 포함해야 하며, 그것이 상징적으로 정제되고 소통되는 모습이 바로 문화임.
- 따라서 지역의 고유한 정체성(unique identity)을 대표하는 지역문화는 늘 변화하며 지역이 지금 현재에 “존재(有)하게 하는 이유가(故)”가 되는 “고유성(故有性)”이 되어야 지역활력에 기여할 수 있음.

지역의 고유한 정체성(unique identity)을 표방하는 <지역문화>의 고유함의 의미	
固有 고유함	옛날부터 오랫동안 굳게 지켜 온 것
故有 고유함	지금 현재 존재하게 하는 이유

30) 네이버 한자사전

○ 고유성(固有性) 보다 <다양성의 소멸>, 그로 인한 지속가능한 문화활력 소실의 위기로 봐야 할 지방소멸

- 앞서 김승환(2024)이 지적한 바대로, 지방소멸, 지역문화 소멸을 고유한 지역성 또는 순수한 전통문화의 소멸의 문제, 즉 고유성(固有性)과 정통성 중심으로 이해하려는 것은 로컬리티나 지방의 중요성을 주장하는 본인의 목소리와도 모순되는 인식적 한계임.
- 지방소멸을 사람들이 지역의 땅 위에서 터 잡고 살면서 만들어 내고 변화할 문화의 다양성 소멸, 그리고 그 다양성에 기반한 문화활력의 소멸 관점에서 바라볼 필요가 있음.
- 마찬가지로 다양한 지역의 문화가 합쳐져서 이루는 국가의 문화 차원에서도 지방소멸은 다양성이 만드는 문화활력 소멸의 위기가 됨.

○ 다양성이 <지속가능성>과 진화의 밑천

- 문화영역에서 지속가능한 <활력 : vitality>는 상품화되고 획일화된 문화 활동에서 일시적으로 뿐이져 나오는 <활기 : vibrancy>에 주목할 것이 아니라 다양한 문화주체들의 활동과 그 상호작용이 만드는 활기, 그리고 그것이 지속될 수 있는 저력이 뒷받침된 건강한 상태에 주목해야 함.
- 최근 과학자들의 연구결과는 문화영역 뿐만 아니라 생명체의 존속, 심지어 인공지능의 진화를 위해서도 다양성은 특정 군집(community) 존속의 핵심 요소임을 보여줌. 우리 몸 안에 존재하는 미생물들의 다양성이 우리 몸의 건강을 좌우하고³¹⁾, 손쉽게 AI가 생성한 데이터로 학습한 AI 모델은 봉괴하게 된다고 함³²⁾.
- 종(種) 다양성이 주는 스트레스를 회피하고 동종끼리의 손쉬운 평화를 선택하는 순간, 근친혼에 의한 유전적 다양성 줄어든 종족이 유전병에 취약해져 그 족속이 소멸되는 운명을 맞이함.
- 이처럼 다양성이 곧 지속가능성과 이를 담보하는 진화의 기초가 됨.

○ 단순한 행위자 숫자의 축소가 아니라 지역 색깔과 취향의 다양성 축소에 대처해야

- 중앙이 주도하는 문화정책에 대응할 지역문화 주체가 없어지는 것 자체가 정책화된 문화의 정의 및 다양성의 축소를 의미하지만, 단순히 지역문화 주체들의 숫자뿐만 아니라 그들의 주체성, 상호작용, 변화 역량이 다양성의 중요한 요소임.
- 다양성은 터의 색깔을 반영하고 그 위에서 상호작용으로 변화하는 지역문화의 본질임,
- 중앙에서 선택해서 보급하는 하나의 <좋은 문화>에 길들여진 지역문화 주체들이 만드는 문화는 지역에서 각자의 가치와 취향을 반영하는 문화보다 다양할 수 없음.
- 또한, 지역 주체들이 지역문화를 문화예술 또는 지역의 전통문화로만 한정해서 보고, 이를 고유하고 순수한 것으로서 지키려는 시각에 갇혀 있다면, 그리고 외부 인구의 유입과 적극적 상호작용을 꺼리는 지역이라면, 인구소멸이 아니더라도 그 지역의 문화는 소멸할 위기에 있음.
- 따라서 지방소멸이 단순히 인구소멸로 인한 지역문화 활동 규모의 축소뿐만 아니라 지역성이 묻어나는 지역문화 색깔의 다양성, 그 문화를 향유하는 개인들의 취향 다양성 소멸이 지역문화, 나아가 국가 전체의 문화적 진화 동력 축소로 이어질 수 있음을 인식하고 대응해야 함.

31) 건강을 좌우하는 내 몸 안의 장내 미생물 (약업신문, 2018.1.8.)

32) AI 생성 콘텐츠로 훈련한 AI 모델은 ‘봉괴’ (AI타임스, 2023.6.13.)

(4) 지역문화(local culture)에서 지역-문화(locality & culture)로 다시 확장 필요

- <지역문화>는 원래 <지역성~로컬리티>에 기반한 삶이 만드는 무늬, 즉 문화의 정의 그 자체

- 인간의 문화를 가장 넓게 정의하면 “인간 삶의 흔적과 무늬”가 되는데, 이것은 그 삶의 터전인 지역의 특성을 반영할 수밖에 없음.
- 따라서, 지역은 문화적 특성을 구분하는 경계가 되기도 하고 그 특성의 근원이 되기도 함.
- 우리가 인류 문명의 보편적 특성을 이야기하는 것이 아니라 도시와 국가의 문화를 이야기한다면, 그것은 지구를 통틀어서 글로벌 문화를 지칭하는 것이 아니라 우리가 속한 도시와 국가의 특성을 반영하여 구분된 특정 문화권의 문화를 언급함. 따라서 문화란 곧 지역을 기반으로 한 <지역문화>를 뜻하는 것임.

「문화기본법」 제3조(정의)

이 법에서 “문화”란 문화예술, 생활 양식, 공동체적 삶의 방식, 가치 체계, 전통 및 신념 등을 포함하는 사회나 사회구성원의 고유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체를 말한다.

「지역문화진흥법」 제2조(정의)

“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.

- 2000년대 초반부터 문화정책의 핵심 개념으로 등장한 <지역문화>

- “문화의 세기”로 지칭된 21세기를 눈 앞에 두고 창조경제와 창조도시 담론이 전 세계를 주름잡고 있을 때, 한국에서는 마침 1990년대 말부터 본격적인 지방자치와 민주화의 시대가 열렸음.
- 정치-사회적 해빙 무드와 함께 풀뿌리 문화주체들의 왕성한 문화창조 활동은 각자 고유한 지역의 문화를 강조하기 시작했음.
- 국가 문화정책도 이에 반응하여, <문화예술진흥>에서 <지역문화진흥>으로 분기하였고, 이는 이후 모든 정권의 문화정책의 핵심기조 중 하나로 이어져 왔음.
- 시대변화에 따른 문화적 흐름이 정책적 개입의 대상이 되면서 <지역문화>의 개념에 대한 정의와 지향 가치 설정을 위한 토의가 활발해졌음.
- 2001년 지역문화의 해 추진위원회에서는 “지역문화란 주민의 구체적인 생활기반인 지역의 자연적, 역사적, 사회적 특성을 바탕으로 주민들 스스로가 생활환경과 생활양식을 개선해 나가면서 삶의 질을 향상시키기 위한 활동의 소산 또는 그 과정”(홍석준, 2008)이라고 정의했음.
- 반면 류정아(2008)가 “지역문화란 지역사회나 지역 공동체를 담당자로 하는 문화”로 담백하게 정의한 사례를 소개한 것처럼, 학자마다 지역문화의 개념을 정의한 사례들을 살펴보면 객관적으로 지역과 문화의 개념을 반영하여 정의한 것과 지역문화의 지향성과 가치 서술을 포함하는 것으로 구분할 수 있음.

- 후자는 지역문화진흥을 정부 문화정책의 새로운 지향점으로 채택할 때 사용되거나, 또는 이를 통한 삶의 질 개선 등 정책성과에 의미를 부여할 때, 또는 비판적 대안을 제시할 때 주로 사용되었음.

[표 II-6] 연구자별 지역문화 개념 정의 비교

구 분	연구자별 지역문화 개념 정의
객관적 서술 방식	-지역문화의 해 추진위원회(2001) : 주민의 구체적인 생활기반인 지역의 자연적, 역사적, 사회적 특성을 바탕으로 주민들 스스로가 생활환경과 생활양식을 개선해 나가면서 삶의 질을 향상시키기 위한 활동의 소산 또는 그 과정
	-이종인(2005) : 일정지역에서 살고 있는 사람들에 의하여 습득된 의식·신앙·예술·윤리·도덕·관습 등의 모든 능력과 습관을 포함하는 총체
	-류정아(2008) : 지역민들의 가치관, 동질성, 연대성을 표현하는 기본토대가 되는 것으로 장기간의 역사적인 과정을 통해서 서서히 지역에 뿌리를 내리면서 때로는 긍정적인 요소로, 때로는 부정적인 요소로 작용하며, 여타 정치경제적 요소들과 긴밀하게 연결되어 있는 문화
	-구모룡(2014) : local 영역에서 전개되면서 national, regional, global 영역과 영향을 주고받는 장. 고유성, 특이성을 강조하는 한편 문화접변과 문화교섭, 혼종화 과정에 대한 대안적 접근이 요구됨.
가치 부가식 서술 방식	-김문환(2001) : 주민자치의 기초단위 또는 일상 생활권에서의 문화 활동. 이는 주민의 생활기반인 지역의 자연적·역사적 개성을 바탕으로 주민들이 생활여건과 생활환경, 그리고 생활양식을 개선해 나가면서 삶의 질을 향상시키고 정신적으로 위안을 받기 위한 행동을 가리킴.
	-이중한(2001) : 지역주민의 구체적인 생활기반인 지역의 고유한 자연적·역사적·사회적 특성을 바탕으로 지역주민 스스로가 생활환경과 생활양식을 개선해 나가면서 삶의 질을 향상시키기 위한 활동 과정
	-임정희(2006) : 지역주민이 주체가 되고, 지역주민의 지역적 삶과 유기적으로 연관되며, 이를 통해 지역의 문화정체성이 형성되고 실천되는 문화공간적으로 서울의 중심문화에 맞서면서 지역적 특수성을 확보하지 못한다면 지역문화의 개념 자체가 무의미

<출처 : 김해보 (2017)³³⁾>

○ 중앙정부 정책이 문화와 지역을 바라보는 관점이 주로 투영된 지역문화진흥담론

- 총체적인 인간 삶 자체를 지칭하는 넓은 의미의 문화와 달리, 정부 정책 언어는 정책이 개입하여 어떤 긍정적 변화를 지향하는 시책사업 영역으로서 협의의 “문화” 개념을 적용함.
- 따라서 “지역문화진흥”이라는 정책용어 안에서 “지역” 또는 “지방”은, 중앙이 주도한 정책이 개입하여 바꾸고 싶어 하는 협의의 문화의 영역과 그 말에 담긴 지향 가치를 “투사”하여 바꾸고 싶어 하는 상태에 미달된 존재로 인식됨.

33) 김해보, 2017, 지역문화진흥법의 형식주의적 제정 과정에 대한 제도론적 이해, 서울시립대학교

- 김창규(2014)³⁴⁾는 문체부의 문화산업국이 신설된 1995년 전까지는 문화=문화예술=예술, 1995년부터 2001년까지는 문화=산업, 2002년부터 2005년까지는 문화=콘텐츠로 인식되었지만, 2006년부터는 문화=삶의 총체적인 방식으로 인식하는 개념 전환이 있었다고 파악했음.
- 이에 따라 우리나라 문화정책은 1990년 이전은 ‘전통문화 보존’과 ‘예술창작의 지원’ 중심으로 진행되다가, 1990년 초반에 들어와서 문화적 다양성과 문화민주주의에 대한 논의와 함께 ‘문화복지’ 정책으로 옮겨갔음. 이후 1990년대 후반부터 문화의 산업화 및 문화컨텐츠 개발이 강조되었고, 2000년 이후에는 지역과 장소가 강조되는 ‘생활환경과 삶의 문화’가 부각되었음.
- 김해보(2017)는 이와 같은 문화에 대한 중앙정부의 정책적 관념이 투영된 지역문화를 진흥하기 위해 지역문화진흥법 제정을 10년 넘게 토의하는 과정에서 드러난 지역/지방에 대한 관점을 아래 네 가지로 요약 제시했음.
 - ① 고유한 전통문화의 서식지로서 지방
 - ② 문화자치의 주체로서 지역
 - ③ 국가 문화서비스의 효율적 분산-전달의 주체 및 대상지로서 지역
 - ④ 낙후한, 균형발전과 계몽의 대상으로서의 지방
- 이와 같이 문화와 지방을 바라보는 시각에, 문화행정 시스템 개선을 포함한 총 다섯 개 유형의 담론에 반응하여 지역문화진흥법이 제정되었고, 이에 근거하여 관련 정책이 집행되어 왔음.
- 하지만 그동안의 지역문화정책은 2000년대 초부터 지역문화진흥법 제정을 지지했던 지역문화 현장 주체들의 <②문화자치 담론>보다는 지역균형발전과 문화서비스 전달체계 구축에 집중한 중앙정부의 <③문화복지 담론>과 <⑤문화행정 담론>에 의해 주도된 측면이 있음.

[표 II-7] 지역에 대한 인식과 문화의 의미를 종합한 지역문화진흥 담론들

구분	지역/지방에 대한 인식	문화의 의미	지역문화담론의 5가지 유형
문화적 측면	고유한 전통문화의 서식지	인간과 공동체의 고유한 정체성	①문화정체성 담론
정치적 측면	문화자치의 주체	자유권적 문화기본권	②문화자치 담론
사회(행정)적 측면	국가서비스의 효율적 지역 분산전달의 주체 및 대상지	사회권적 문화기본권	③문화복지 담론
경제적 측면	낙후한, 균형발전과 계몽의 대상	사회발전과 경제성장의 동력	④문화경제 담론
제도적 측면	중립적 인식, 전국 단위 시스템의 일원	중립적 인식, 문화행정의 대상	⑤문화행정 담론

34) 김창규, 2014, 문화국가 구현을 위한 문화분권의 과제, 공법연구, 42(4), 한국공법학회

○ 지역문화진흥정책 관련 업무 범위로 좁혀진 <지역문화 : local culture>의 개념

- 지금의 <지역문화>라는 말은 2000년대 초반 풀뿌리 주체들의 문화담론 속에서 강조되었던, <문화의 본래 의미로서 지역문화> 보다는 중앙정부의 정책적 개입의 관점이 투영된 정책용어로 더 많이 사용되고 있음.
- 문화가 정부 정책의 대상이 되면 그 개념이 좁아지게 됨. 1972년에 제정된 『문화예술진흥법』에 근거한 국가 차원의 <문화진흥>이 <지역문화진흥>으로 분기되는 과정에서 근거 법령에서는 <지역문화>가 “지역을 기반으로 한 (고유한) 문화”로 정의되었으나, 실제로는 문체부의 지역문화진흥 담당부서 소관 시책업무 범위를 지칭하는 용어로 쪼그라들었음.
- 전국의 지역문화재단의 사업 명칭에서 <지역문화사업>은 지역에서의 <문화사업>으로서 포괄적 의미로 쓰이는 것이 아니라 문체부나 지역문화진흥원에서 하달하는 시책사업을 다른 예술교육, 창작지원, 축제, 시민문화사업과 구분하여 지칭하는 용어로 사용되고 있는 것이 현실임.

[표 II-8] 문화관련 법령의 세분화와 소관 시책사업 영역에 따른 문화 개념의 축소 양상

법령	문화진흥법 (1972년 제정)	문화기본법 (2013년 제정)	지역문화진흥법 (2014년 제정)
목적	문화예술의 진흥을 위한 사업과 활동을 지원함으로써 전통문화예술을 계승하고 새로운 문화를 창조하여 민족문화 창달에 이바지함	문화에 관한 국민의 권리와 국가 및 지방자치단체의 책임을 정하고 문화정책의 방향과 그 추진에 필요한 기본적인 사항을 규정함으로써 문화의 가치와 위상을 높여 문화가 삶의 질을 향상시키고 국가사회의 발전에 중요한 역할을 할 수 있도록 하는 것	지역문화진흥에 필요한 사항을 정하여 지역 간의 문화격차를 해소하고 지역별로 특색 있는 고유의 문화를 발전시킴으로써 지역주민의 삶의 질을 향상시키고 문화국가를 실현하는 것
개념 정의	“문화예술”이란 문학, 미술(응용미술을 포함한다), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예(演藝), 국악, 사진, 건축, 어문(語文), 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 결과물	“문화”란 문화예술, 생활 양식, 공동체적 삶의 방식, 가치 체계, 전통 및 신념 등을 포함하는 사회나 사회 구성원의 고유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체	“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 활동
법령에 명시된 시책 사업	문화시설 실태조사 및 통계작성 문화예술공간의 설치 권장 전문예술법인 단체의 지정·육성 건축물에 대한 미술작품의 설치 문화예술복지 증진 (문화강좌 설치, 장애인 문화예술활동의 지원, 문화소외계층의 문화예술복지 증진 등) 문화예술진흥기금의 설치 협의체의 구성 한국문화예술위원회, 예술의 전당 한국문화예술회관연합회	문화진흥기본계획의 수립 문화인력의 양성 문화진흥을 위한 조사연구개발 한국문화관광연구원의 설립 문화행사 (문화가 있는 날 등)	지역문화진흥기본계획 수립 지역문화협력위원회 설치 지역의 생활문화진흥 (생활문화지원, 문화환경 촉진지역 우선 지원 등) 지역문화진흥 기반 구축 (지역문화전문인력양성, 지역문화실태조사, 지역문화 고유원형 보존 등) 문화도시·문화지구 지정 지역문화재단 설립 및 지원 지역문화진흥 재정의 확충 지역문화진흥기금의 조성
소관 부서	문화정책과, 문화기반과 시각예술디자인과, 예술정책과	문화정책과	지역문화정책과

○ 국가 문화정책 안으로 들어가면서 좁아질 수밖에 없는 문화의 개념

- 국가 문화정책 안에서 문화의 개념이 좁아지는 이유는, 우선 다양한 “문화들 : cultures” 중에서 공공성 구현을 위해 국가가 “좋은 문화 : the good culture”를 선택하기 때문이며, 최소 개입의 원칙에 따라 문화정책의 업무 범위를 명시하는 법제화와 문화시책 수행 과정에서 좁게 선택된 대상과 관련된 행위를 주로 “문화”로 부르고 인식하게 되기 때문임.
- 「문화예술진흥법」으로 문화가 문화예술로 좁아졌다가, 「문화기본법」과 「지역문화진흥법」으로 다시 삶의 총체로서 문화의 개념으로 확장될 계기가 있었지만, 결국 새로운 법률에 근거하여 기존 사업과 중첩되지 않는 시책사업 영역을 명시하는 과정에서 다시 좁아질 수 밖에 없었음.

○ 지방시대 지역 매력 및 활력을 위해 다시 <지역-문화 : locality & culture>로 개념 확장 필요

- 원래 지역문화 개념 정의에서 오히려 지역에 중앙의 가치를 하달 이식하려는 중앙정부 정책의 관념을 빼내면, 지역이라는 지리적 테두리로 서로 구별되는 문화와 그것을 향유 하는 사람들의 문화적 활동, 즉 가장 보편적인 <문화>의 정의가 됨.
- 문옥표(1995)는 ‘지역전통문화’라는 것이 인류학적 문화의 개념에 매우 가까운 것이며, 끊임없이 재정의되고 재구성되는 개념이어야 한다고 주장하였음.
- 고유성이라는 이름으로 박제된 지역문화가 아니라 동시대적 재정의와 재구성의 기초와 자원이 되는 것이 바로 지역이라는 <터> 자체와 그 안에 담긴 특성, 즉 <지역성~locality>임. 앞서 서술한 바와 같이, 지역성은 지역의 문화를 다양하게 하고 지속가능하게 하는 밑천임.
- 지역문화 동시대적 재구성의 자원이 되는 <지역성~locality>는 그 지역에 축적된 문화적 전통 이외에 정치-사회적 요소, 생활의 환경까지 포함해야 함.
- 따라서, 지방시대에 문화를 통한 지역의 매력, 활력 만들기가 주목할 <지역문화>는 그동안 중앙정부의 지역문화진흥 정책으로 <지역에서 격차 없게 진흥된 좋은 문화>, 즉 <문화 : local culture>가 아니라, 지역의 매력과 활력이 되는 <지방다음을 담은 지역-문화 : locality & culture>로 개념의 재확장이 필요함.

[표 II-9] 국가 정책 안으로 들어가서 좁아진 문화의 개념 현황과 재확장 방향

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 <지방다음을 담은 지역문화>
	cultures	the good culture	culture as human right	local culture	the good culture in the region	locality & culture
부르는 용어	문화 (~OO지역문화)	문화예술 전통문화 민족문화	문화권	지역문화		(제안) 지역-문화
개념의 근거	문화주체들의 인식	문화예술진흥법	문화기본법	지역문화진흥법		(제안) 지방시대 문화정책

2. 지방시대 정책 대응

(1) 총괄 컨트롤 타워로 지방시대위원회 출범

- 윤석열 정부에서 대통령 직속 지방시대위원회를 출범시켜 지역균형발전을 넘어 지방소멸 대응 국정과제로 대응 중
 - 대통령 직속 <지방시대위원회> 출범 : 2023.7.10.
 - 「지방자치분권 및 지역균형발전에 관한 특별법」 제정 · 발효 : 2023.7.10.
 - “지방시대 비전과 전략” 발표 : 2023.9.14.



- <제 1차 지방시대 종합계획 : 2023 ~ 2027> 확정 : 2023.10.30

[그림 II-5] 지방시대 포스터

- 위 법에 따라 수립되는 5년 단위의 중기 법정계획임.
- 2004년 이후 개별적으로 수립되어 온 국가균형발전(지역발전) 5개년 계획 및 지방분권(자치분권) 종합계획을 최초로 통합하여 추진함.

- <자율성 키우는 과감한 지방분권> 등 5대 전략, 9개 중점 추진 과제 선정

- 본 계획에서는 “지방경제 체질 약화로 新성장동력 창출 역량 저하”, “교육과 정주여건 격차 확대로 지방인재 유출 심화” 등을 계획 수립의 배경으로 진단하고 있음,
- “대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대”를 비전으로, “지방주도 균형발전, 책임있는 지방분권”을 목표로 설정하고, <자율성 키우는 과감한 지방분권>, <인재를 기르는 담대한 교육개혁>, <일자리 늘리는 창조적 혁신성장>, <개성을 살리는 주도적 특화발전>, <삶의 질 높이는 맞춤형 생활복지> 등 5대 지방시대 전략을 제시하였음.
- 5대 전략에 따라 <기회발전특구 지정으로 양질의 신규 일자리 창출> 등 총 9개 중점 추진과제를 선정하였음.

[표 II-10] 제 1차 지방시대 종합계획 중 9개 중점 추진과제

기회발전특구 지정으로 양질의 신규 일자리 창출	지방이 주도하는 첨단전략산업 중심 지방경제 성장
(가칭)교육발전특구 도입 및 지역-대학 동반 성장	디지털 재창조로 지방 신산업 혁신역량 강화
도심융합특구 조성으로 지방활성화 기반 구축	매력있는 농어촌 조성으로 생활인구 늘리기
로컬리즘('지방다움')을 통한 문화 · 콘텐츠 생태계 조성	지방 킬러규제의 속도감 있는 일괄 해소로 지역 민간투자 활성화
분권형 국가 경영시스템 구축으로 지역맞춤형 자치모델 마련	

<출처 : 제 1차 지방시대 종합계획 : 2023 ~ 2027>

(2) 모든 부처들이 대응하는 국정과제

○ 모든 부처들을 망라한 총 436개 단위 사업에 2024년 재정 24.6조원 투입하여 추진 중

- <2024년 지방시대 시행계획> 수립하여 <5대 전략-22개 핵심과제-68개 실천과제>로서 집행
- 모든 부처의 고유업무들이 국정기조에 따라 지방소멸 대응 시책으로 소환되어 이전의 지역균형발전 국정과제에서 나아가 인구감소지역 경제 활성화와 함께 인구 유입 촉진을 목표로 추진 됨.
- 지역활력 제고는 경제뿐만 아니라 거주민 삶의 모든 측면과 관련 있으므로 국방 이외의 모든 부처 시책이 관여되는 것은 당연함.
- 이 시행계획의 68개 실천과제 중에서 문화체육관광부가 주관하는 실천과제는 <IV. 개성을 살리는 주도적 특화발전-2. 지역 고유자원을 활용한 문화·관광 육성> 중 <(1)문화·관광 분야 지역정책과제> <(3) 지역자원 기반의 특화형 문화관광 육성> 2개 과제임.

○ 부처별로 예전부터 시행해 오던 사업들도 지역활력 제고 관점에서 연계-재구성 논의 필요

- 행정안전부의 인구감소지역 지정, 국토교통부의 지역균형발전지원 사업, 산업통상자원부의 산업클러스터 조성 등 모든 정부 부처들이 인구소멸 지역 지원 등을 위한 제도적 근거 마련, 특별 재원 마련, 청년 등 인구 유입 촉진, 주민주도/생활밀착형 지원 등의 관점을 적용하여 상호 연결된 시책사업들을 추진하고 있음.
- 2024년 지방시대 시행계획 중 부처별 단위사업은 기존 업무의 대상을 지방 또는 인구감소지역으로 강조하는 수준에 머무르는 경우도 많음.
- 정책 주체의 의지와 상상력을 발휘하여 부처 간 연계와 지역 특성을 반영한 시책개발이 필요함.
- 하지만, 홍보성 신규사업 개발에 집중하기보다는, 시행계획에 포함되지 않은 기존의 부처별 고유업무 중에서도 지역활력 증진에 기여도가 높은 사업을 지방시대 시책으로서 부처 간 연계를 통한 사업 재구성 및 확대 후 집중투자할 필요가 있음.

[표 II-11] 부처별 고유사업 중 지역활력에 기여할 수 있는 주요 시책들

(※문화체육관광부는 다음 장에서 상술)

부처	시책	세부내용
행정 안전부	인구감소지역 지원정책의 제도적 근거 마련	<ul style="list-style-type: none"> - 「인구감소지역 지원 특별법」 제정 (2022.6.10.) 및 <생활인구> 제도 도입 - 「인구감소지역대응 기본계획」 수립 (2024.1.3.) - <인구감소지역> 지정 : 2021.10월 최초 89개 고시 (5년 단위 지정)
	특별 재원 마련	<ul style="list-style-type: none"> - 「지방자치단체 기금관리기본법」 근거 지방소멸대응기금 도입(2022년) : 10년 간 매년 1조 규모 정부출연금을 광역단체에 25%, 기초단체에 75% 지원 - 고향사랑기부금에관한 법률(2021.10월 제정)에 근거한 고향사랑기부제 도입 : 2023년 약650억2천만원 모금(52만5천 건) (행안부, 2024.1.10.)
	청년, 생활인구 등 유입 촉진	<ul style="list-style-type: none"> - 청년마을만들기, 지역활력타운 조성, 고향올래(GO郷All來) 등 시행 - 인구감소지역 교육, 복지, 의료 등 생활인프라 강화, 정착지원금 등 특별지원
	주민주도/생활 밀착형 지원	<ul style="list-style-type: none"> - “슬기로운 동네 생활” 등 지역밀착형 라이프스타일 반영 지역경제활력 제고 - 주민, 로컬크리에이터 등이 참여하는 ‘동네경제공동체’ 활동 지원 - 주거환경 개선, 사회적 경제조직 육성 등 포함한 ‘도시재생뉴딜사업’ 추진

	도시재생 뉴딜사업	- 낙후된 도심과 주거지 재생으로 지역 경제 활성화 및 삶의 질 개선 - 구도심 재생, 주거환경 개선, 일자리 창출 등 시행
국토교통부	스마트시티 조성	- 4차 산업혁명 혁신기술 활용하여 삶의 질과 도시의 지속가능성 제고 - 스마트시티 국가시범도시, 스마트시티 챌린지, 신산업 육성 등 추진
	지역균형 발전지원	- 수도권 집중 완화와 지방균형발전 도모 - 교통인프라 확충, 공공기관 지방이전, 지역 성장거점 육성 등 추진
	산업클러스터 조성	- 지역특화산업 육성, 고부가가치 산업을 유치하여 지역 경제 활성화 - 첨단기술 산업 클러스터 조성, 관련 기업과 인재 지방 유치
산업통상자원부	중소기업 지원	- 기술지원, 자금지원으로 지방 중소기업 경쟁력 강화 및 성장지원 - 창업인프라 조성 등 창업 촉진을 통한 지역경제 기반 확립
	지방대학 육성	- 지방대학 경쟁력 강화로 지역 인재 유출 방지 - 글로컬대학30 : 대학-지자체-산업 간 지역동반성장 파트너십 지원
교육부	지역교육 환경 개선	- 지방 초중고 교육환경 개선 : 학교 시설 개선, 교사 지원 확대 등 - 고등직업교육거점지구사업(HiVE) : 전문대학이 지역특화 교육체계로 지역기반 고등직업교육의 거점 역할
	외국인 유학생 유치	- 외국유학생 유치 : 직업계 고등학교 외국유학생 유치, 기술 인력 확보 - 농촌 유학 지원 : 대도시 학생들의 농촌 유학 지원
	지역의료 인프라 확충	- 지역 거점병원 지원, 원격의료 서비스 도입 등 - 지역 의대 정원 조정
보건복지부	복지서비스 강화	- 지역 사회복지센터, 노인복지시설 등 지원 강화 - 지방의 노인, 아동, 장애인 맞춤형 복지 서비스 제공
	의료관광사업	- 2009.5월 의료법 개정으로 외국인환자 유치 의료기관 및 유치업자 등록제 도입, 육성지원 사업 시행 중, 외국인 환자 및 동반자 비자제도 등 제도 개선 추진 - (문체부 연계) 웰니스관광 체험주간, 의료관광도시 선정 등
	농촌 활성화 정책	- 농업의 고부가가치화와 6차 산업화로 농촌지역 경제 활성화 추진 - 농촌활성화지원센터 통해 지역주체들 간의 자생활동 및 협력 지원
농림축산식품부	귀농·귀촌 지원	- 청년농업인 영농정착, 도시민 귀농·귀촌 지원 등 인구 유입 촉진 - 귀농귀촌 포털 그린대로, 귀농귀촌종합지원센터 운영
	외국인 인구 유치	- 지역특화형 비자사업 공모 : 지자체장이 지역 특성과 수요 고려, 외국인력이 필요한 업종·인원과 비자 요건 등 제안 및 우수 인재 추천 - 외국 인재 유입을 위한 비자 제도 개선 : 광역비자 제도 도입 등 추진
법무부		

〈참고자료-3〉 2024년 지방시대 시행계획 중 부문별 5대 전략별 핵심과제와 실천과제

5대 전략	22개 핵심과제	68개 실천과제				
		과제명	사업수 (개)	'24 국비 (억원)	부처	
I. 자율성 키우는 과감한 지방분권	I-1. 자율적 자치 기반 마련	행안부	(1) 지방정부 행정권한 확대	3	-	행안부
			(2) 특별지방행정기관 기능 정비	1	-	행안부
			(3) 자치입법권 강화	2	-	행안부 법제처
	I-2. 지방재정 경쟁력 강화	행안부 기재부	(1) 자주재원 확충 및 세입기반 강화	2	-	행안부 기재부
			(2) 지방재정 자율성 강화	2	-	기재부 행안부
			(3) 지자체 간 재정균형장치 강화	3	-	행안부
	I-3. 지방의 자치 역량 제고	행안부	(1) 지방정부 역량 강화	2	16	행안부
			(2) 지방의회 역량 강화	2	-	행안부
			(3) 주민참여 증진	3	135	행안부
	I-4. 지역 맞춤형 자치모델 개발	행안부	(1) 자치경찰 이원화	1	-	행안부 경찰청
			(2) 특별자치시도의 선도적 자치분권 모델 구현	1	-	행안부
			(3) 특별지방자치단체 등 지역 맞춤형 기능수행모델 개발	2	-	행안부
	I-5. 지방의 책임성 확보	행안부	(1) 지방정부 감사 기능 강화	1	-	행안부
			(2) 재정건전성과 투명성 제고	3	-	행안부
			(3) 지방의회 책임성 제고	3	-	행안부
합계		15개 실천과제		31개	151억원	
II. 인재를 기르는 담대한 교육개혁	II-1. 지역 어디서나 수준 높은 교육 기회 제공	교육부	(1) 교육발전특구 지정·운영 등을 통한 지역 공교육 발전	2	-	교육부
			(2) 디지털 교육혁신으로 수도권·지방의 교육격차 해소	2	106	교육부
			(3) 세계적 수준의 글로벌대학 육성	1	-	교육부
	II-2. 대학과 지역의 동반성장 지원	교육부 중기부	(1) 지역혁신중심 대학지원체계 구축	1	-	교육부
			(2) 대학 규제 개혁을 통한 자율적 발전 지원	2	53	교육부
			(3) 지역혁신 및 지역창업 허브로서 지방대학의 역할 강화	5	2,145	중기부 교육부
	II-3. 지방자치 -교육자치 연계·협력 강화	교육부 행안부	(1) 시도교육청 행정 및 교육재정 연계협력 강화	2	-	교육부 행안부
			(2) 영·유아 교육·보육 통합	1	-	교육부
			(3) 지역학교 협업의 초등돌봄 서비스 제공	1	-	교육부
			(4) 맞춤형 교육 환경 조성 및 정주여건 개선	1	-	교육부
합계		10개 실천과제		18개	2,304억원	

5대 전략	22개 핵심과제	68개 실천과제					
		과제명	사업수 (개)	'24 국비 (억원)	부처		
III. 일자리 둘리는 창조적 혁신성장	III-1. 기회발전 특구와 혁신성장거점 육성으로 성장동력 확충	산업부	(1) 기회발전특구 조성 및 지방투자 활성화	9	5,843	산업부	
	III-2. 지역의 효율적 성장을 지원하는 공간조성		(2) 지역별 첨단산업 육성거점 신설	9	331	산업부	
			(3) 지역 성장거점 고도화	6	941	산업부	
	III-3. 지역특화형 산업육성 및 일자리 창출 촉진	국토부 고용부	(1) 지역 저량산업 발굴 및 혁신기반 활동	13	6,617	산업부 농기부	
			(2) 지역 특화형 고용창출 촉진	3	1,575	고용부	
	III-4. 글로벌 선도형 지역 과학기술 진흥	과기부	(1) 글로벌 선도형 과학기술 혁신역량 확충	10	2,571	과기부	
	III-5. 지역 디지털 혁신을 통한 균형발전 실현		(2) 지방과학기술 성과확산 및 사업화 촉진	6	1,808	과기부	
			(3) 지역 과학기술문화 저변확대	1	28	과기부	
	III-6. 지역 맞춤형 창업 및 혁신생태계 조성	과기부 산업부 행안부	(1) 지역 디지털 경쟁력 강화를 위한 기반 구축	7	1,175	과기부 산업부	
			(2) 디지털 격차 해소를 위한 디지털 기술 보급·확산	8	1,334	과기부 산업부	
			(3) 디지털 기술 기반의 공공서비스 발굴 확산	1	29	행안부	
	합계	17개 실천과제		98개	28,878억 원		
IV. 개성을 살리는 주도적 특화발전	IV-1. 지역의 자생적 창조역량 강화	산업부 중기부	(1) 산업 분야 지역정책과제	24	739	산업부	
	IV-2. 지역 고유자원 을 활용한 문 화· 관광 육성		(2) 과학기술 분야 지역정책과제	11	326	과기부	
			(3) 로컬콘텐츠를 통한 지역사회 활성화 및 재생	4	128	중기부	
	IV-3. 지역 특성화 발전에 기여하 는 핵심 인프 라 확충	문화부 해수부	(1) 문화·관광 분야 지역정책과제	9	300	문화부	
			(2) 환경·복지 분야 지역정책과제	13	593	환경부 복지부	
			(3) 지역자원 기반의 특화형 문화관광 육성	19	4,223	문화부	
			(4) 지역 연안자원 기반 특화형 해양관광 육성 지원	3	417	해수부	
	IV-4. 지역주도의 경쟁력 있는 농산어촌 조성	국토부 해수부	(1) 국토 분야 지역정책과제	34	12,980	국토부	
			(2) 해양 분야 지역정책과제	11	6,873	해수부	
			(3) 자치분권 등 분야 지역정책과제	7	622	행안부	
		농식품부 해수부	(4) 지역특화형 교통·물류 인프라 지원 및 구축	27	54,923	국토부 해수부	
			(1) 농림수산 분야 지역정책과제	5	89	농식품부 해수부	
			(2) 농촌의 특화발전 및 경쟁력 강화	20	4,914	농식품부	
	합계	14개 실천과제		192개	88,407억 원		

5대 전략	22개 핵심과제	68개 실천과제				
		과제명	사업수 (개)	'24 국비 (억원)	부처	
V. 삶의 질 높이는 맞춤형 생활복지	V-1. 지방소멸 위기대응 지원	행안부 농식품부 해수부	(1) 지방소멸 위기 극복을 위한 체계 개선	14	32,540	행안부
			(2) 취약지역 자립 역량 강화 지원	4	2,831	행안부
			(3) 농촌형 서비스 강화, 정주환경 개선 으로 농촌 소멸위기 극복 지원	8	9,620	농식품부
			(4) 어촌 진입장벽 완화, 복지환경 개선으 로 어촌 소멸위기 대응 지원	6	1,170	해수부
	V-2. 실질적 균형발전을 위 한 지역 생활 여건 개선	국토부	(1) 행복도시 및 혁신도시 고도화	3	1,640	국토부
			(2) 지역정착 지원을 위한 정주여건 개선	4	2,844	국토부
			(3) 활력있는 새만금 도시조성 기반 마련	1	-	국토부
	V-3. 삶의 질 높이 는 지역 의료·보 건·복지 확충	복지부 행안부	(1) 지역 맞춤형 복지지원체계 구축	15	14,220	복지부
			(2) 의료 사각지대 해소 및 의료 접근성 개선	4	1,009	복지부
			(3) 안전한 지역사회·건강한 가족 만들기	13	21,538	행안부 여가부
	V-4. 지역 환경·생태 자원의 보전 및 활용	환경부 산림청	(1) 친환경·탄소중립기반 구축	15	37,293	환경부 산업부 산림청
			(2) 지역 생태복원 및 지역환경 보전·활용	10	1,792	환경부 해수부 산림청
합계		12개 실천과제	97개	126,497억 원		
총계 (5대 전략 22개 핵심과제)		68개 실천과제	436개	24.6조원		

〈참고자료-4〉 “생활인구” 개념과 활용 현황

- 생활인구는 인구의 이동 및 거주 패턴을 보다 정확하게 반영하기 위해 개발된 개념임.
- 2022.6.10 제정된 「인구감소지역 지원 특별법」에 관련 규정 포함하여 제도화 됨.
- 2023.1.1부터 시행된 동법 시행령에 그 개념 구성 및 요건 기준을 명시하였음.
- 2023.5.18 제정·시행된 「생활인구의 세부 요건 등에 관한 규정」(행정안전부고시)에 생활인구의 요건, 산정 내용, 산정 주기, 산정결과의 공포 등 생활인구 산정에 필요한 사항 등을 규정함.
- 정부의 「제1차 인구감소지역대응 기본계획(2022~2026년)」에 3대 전략 중 하나로 “생활인구 유입 및 활성화 도모”가 포함되었고, 행정안전부는 “고향올래(GO鄉 ALL來)”를 대표적인 생활인구 유입 시책으로 2023년부터 시행 중.
- 전북 남원시는 2023.12.26에 전국 최초로 생활인구 관련 「남원시 생활인구 기본 조례」를 제정하고 〈남원사랑시민제도〉 도입, 생활인구지원센터의 설치 등 추진함.
- 하혜영·임준배(2024)³⁵⁾는 생활인구 활용 활성화 방안으로서 인구감소지역의 지방교부세 중 보통교부세 산정, 지방소멸대응기금의 배분 산정 등 재정 지원 시 적용하는 방안과 도시 및 지역계획 수립, 생활인프라 시설의 설치 기준에 생활인구를 적용하는 방안을 제안하였음. 아울러 생활인구의 측정 타당성을 높이기 위해 객관적·명확한 산정 방식이 필요하며, 특히 체류인구의 측정방식 개선이 요구됨을 지적하였음.
- 생활인구의 도입 효과를 내기 위해서, 체류형 생활인구에 머물지 않고, 지역과 관계를 맺고, 최종적으로 해당 지역에 정주할 수 있도록 제도 및 입법 설계가 요구된다고 주장하였음(하혜영·임준배, 2024).
- 이와 관련하여, 2024.1월에 통계청이 올해 생활인구를 89개 전체 인구감소지역으로 확대하여 산출하고 분기별로 공표한다고 밝혔음. 민·관 데이터를 가명결합한 자료가 활용되는데, 올해부터는 보다 정확하고 유용한 통계 산출을 위하여 신용카드 사용 정보가 추가로 활용될 예정임.

[그림 II-6] 생활인구 구성 및 요건

생활인구	1 주민등록인구	주민등록법에 따라 주민으로 등록된 사람 (30일 이상 거주할 목적으로 그 관할 구역에 거주지를 가진 사람)
	2 체류인구	통근, 통학, 관광 등의 목적으로 주민등록지 이외의 지역을 방문하여 하루 3시간 이상 머무는 횟수가 월 1회 이상인 사람
	3 외국인등록인구	출입국관리법에 의거하여 외국인등록을 하거나, 재외동포법에 따라 국내거소신고를 한 사람

35) 하혜영·임준배, 2024, 지방소멸 대응책으로 도입된 생활인구 제도 현황과 과제, 국회입법조사처

(3) 중앙-지방, 민-관을 아우르는 범 국가적 대응

○ 지방소멸은 중앙-지방 정부들뿐만 아니라 민간 주체까지 함께 대응해야 할 사회구조적 변화

- 당사자로서 그 문제를 체감하고 있는 지방자치단체들이 지역에서 벌어지는 활력 소멸 현상에 대한 파악과 대응의 주체가 되어야 함.
- 특히 경제활력 문제는 시장경제의 변화와 민간 주체들의 역할에 달린 것으로서, 정부의 직접적인 개입에 한계가 있음. 정부는 기업 등 민간주체들의 지방 투자 및 이전을 장려하고 이들의 활동을 제약하는 규제 개혁 등의 역할을 담당하며 협력-지원 관계를 유지해야 함.
- 국가 전체의 활력 소멸로 이어질 수 있는 지방소멸 문제에 대해 중앙정부가 정책의 기치를 잡고 추진력을 제공해야 하지만, 지방자치단체 및 민간영역을 아울러 가는 정책적 리더십이 필요함.
- 「인구감소지역 지원 특별법」에서는 지자체 및 민간부문과의 협력체계 구축을 국가의 책무로 명시하고 있음.

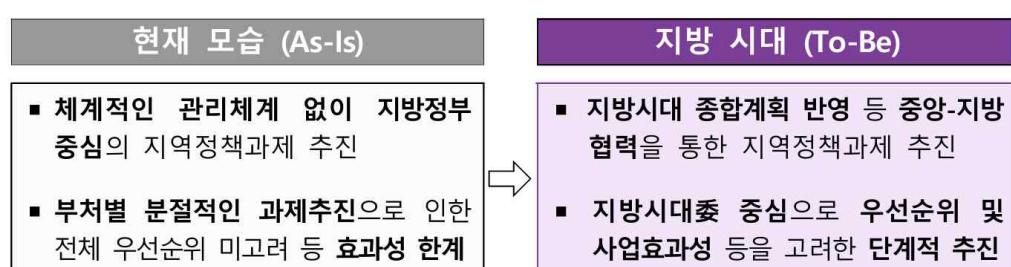
「인구감소지역 지원 특별법」 제3조(국가 및 지방자치단체의 책무)

- ④ 국가는 국가 인구감소지역대응계획에 따른 시책을 효율적으로 수행하기 위하여 지방자치단체 및 민간부문과 협력체계를 구축하는 등 필요한 노력을 하여야 한다.

○ 특히 절박한 당사자인 지방자치단체의 주도성과 역량을 키우는 정책 추진체계가 중요

- 「제 1차 지방시대 종합계획(2023~2027)」에서는 계획 수립 배경으로서 “중앙정부 주도형 균형발전 정책으로는 지방의 생활여건 · 발전역량을 고려한 맞춤형 대응이 어려움”을 지적하고 있음.
- 혁신도시 · 기업도시, 지역주력산업, 성장촉진지역 선정지원 등, 중앙정부 주도의 일률적 정책추진 방식으로 인해 지방정부의 정책 기획역량 제고 및 지역 간 경쟁을 통한 효율성 향상에 제약이 있다고 분석함.
- 또한, “지역 실정을 고려한 차별적 정책대응이 필요하며, 특히 의료 · 문화시설 지원 등 주민이 필요로 하는 생활밀착형 정책의 적시 추진을 위해서는 지역 · 주민을 잘 아는 지방정부의 자율권 확대가 필요함”을 강조함.
- 이에 따라 “지역정책과제 추진체계 구축”을 <지역정책과제 추진>의 첫 번째 과제로 명시하고 있음.

[그림 II-7] 지역정책과제 추진체계 구축의 현재-미래 모습



<출처 : 제 1차 지방시대 종합계획 (2023 ~ 2027)>

- 아울러 이를 실천하는 〈지역정책과제 이행 지원 기본원칙〉 5가지를 밝히고 있음.

지역정책과제 이행지원 기본 원칙

- ① 지역정책과제 추진과 지역발전 전략 및 국가계획의 유기적인 연계
- ② 지역 우선순위, 재정여건 등을 충분히 고려하여 단계적 추진
- ③ 충분한 의견수렴 등 중앙-지방-민간이 긴밀히 협업
- ④ 지역 내 우선순위 변경 등 정책여건 변화를 반영
- ⑤ 지역정책과제의 이행을 지원하기 위한 전담체계 구축

〈출처 : 제 1차 지방시대 종합계획 (2023 ~ 2027)〉

(4) 문화 관련 대응

○ 〈제 1차 지방시대 종합계획 : 2023 ~ 2027〉 중 “로컬리즘(지방다움)을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성”

- 지방시대 종합계획 중 문화 관련 중점 추진 과제는 “로컬리즘(지방다움)을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성”으로, 〈로컬 문화콘텐츠〉, 〈로컬 창업〉, 〈로컬 브랜드〉 세 영역의 실천 과제를 제시하고 있음.
- 〈로컬 문화콘텐츠〉 영역에서는 “7개 권역별 문화특구(대한민국 문화도시) 지정(2023.12월, 13개소)을 통해 로컬콘텐츠 발굴·육성, 로컬콘텐츠 중심의 지역문화 활성화”를 추진함.
- 〈로컬 창업〉 영역에서는 “지역의 자원·문화특성을 기반으로 혁신적 아이디어를 접목하여 지역경제 활성화에 기여하는 ‘지역가치 창업가’ 육성(5년간 1천 개)”을 추진함.
- 〈로컬 브랜드〉 영역에서는 “소상공인과 로컬 크리에이터의 연계·협업을 통해 역사·문화 등 지역 정체성을 담은 상권창업을 촉진하고, 로컬 브랜드로 육성(5년간 40개)”을 추진함.

[그림 II-8] 로컬리즘(지방다움)을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성의 현재-미래 모습

로컬리즘('지방다움')을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성

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

〈출처 : 제 1차 지방시대 종합계획 : 2023 ~ 2027〉

○ <2024년 지방시대 시행계획> 차원에서 <문화특구와 로컬 콘텐츠로 지역활력 강화> 추진

- 2024.4.4.에 발표된 연차별 이행계획의 <4+10 중점 이행과제> 중 하나로 <문화특구와 로컬 콘텐츠로 지역활력 강화>가 명시됨.
- <문화특구(대한민국 문화도시) 조성 계획 승인(2023.12월, 13곳) 및 예비사업 추진(2024.1~12월), <로컬100으로 지역의 고유성·역사성을 토대로 특화 문화가 지역발전을 이끄는 지역 방문 확산 캠페인 로컬로!>가 추진됨.

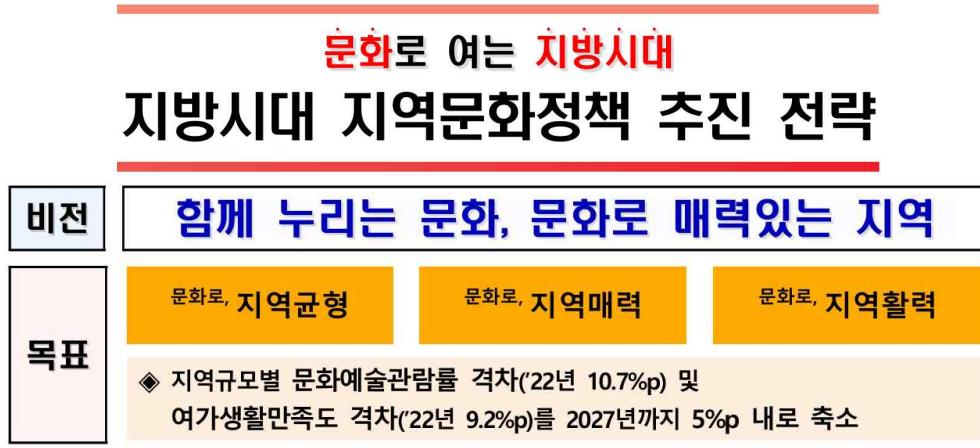
[그림 II-9] 2024년 지방시대 시행계획 중 4+10 중점 이행과제



<출처 : 2024년 지방시대 시행계획 (지방시대위원회 홈페이지, 2024.6.10. 검색)>

- 지방시대 종합계획 또는 시행계획에서 문체부의 역할과 문화적 삶은 크게 부각되지 않는 것이 현실
 - 5대 전략 중 하나인 <V. 삶의 질을 높이는 맞춤형 생활복지>에서는 생활여건, 의료·보건·복지, 심지어 환경·생태자원까지 언급하지만, 문화는 삶의 질, 생활여건, 공공서비스로서 전혀 언급되지 않음.
 - 지방소멸을 사회변화 차원에서 바라보고, 그 문화적 의미나 시민들의 문화적 삶의 변화에 대한 연구 기반의 대응책 마련 노력도 부족함.
- <로컬리티 ~ 지방다움 ~ 지역문화>의 상징성을 활용한 정책홍보에 문화가 강조되고 있는 상황
 - “로컬리티 ~ 지방다움”을 매력으로 활용한 문화관광을 강조하지만, 문화를 실질적인 삶의 조건이나 경제활력자원으로 인식하기보다는 말이 가진 상징성을 정책홍보에 활용하는 측면이 강함.
 - 4대 중점 이행과제로 <문화특구와 로컬 콘텐츠로 지역활력 강화>을 추진하는바 그동안 시행해온 문화도시 지정 사업에 대한 면밀한 평가와 개선이 먼저 필요한 상황임.
- 문화체육관광부는 2023.3월에 <문화로 여는 지방시대 - 지방시대 지역문화정책 추진전략> 발표
 - 국가와 지역을 둘러싼 제반 여건이 반영된 새로운 지역문화진흥정책의 비전으로서 ‘함께 누리는 문화, 문화로 매력 있는 지역’을 설정하고, 3대 목표-전략-추진과제를 제시하였음.
 - <①문화로 지역균형 - 대한민국 어디서나 자유롭고 공정한 문화누림>, <②문화로 지역매력 - 지역 고유의 문화매력 발굴·확산>, <③문화로 지역활력 - 문화를 통한 지역자립과 발전>으로 이루어진 3대 전략 및 추진과제로, “지역규모별 문화예술관람률 격차(‘22년 10.7%) 및 여가생활만족도 격차(‘22년 9.2%)를 2027년까지 5% 내로 축소”한다는 정책목표를 제시하고 있음.
 - 이에 따라 지역 간 문화격차 완화와 주민 만족도 제고를 위한 “문화활력촉진 지원사업”을 지자체 대상 공모로 진행하여 2022년 시범사업 6건³⁶⁾, 2023년에 17건을 지원했음.

[그림 II-10] 지방시대 지역문화정책 추진 전략



<출처 : 문화로 여는 지방시대 – 지방시대 지역문화정책 추진전략(2023)>

36) 문화체육관광부, 2023. 문화로 지역활력 찾았어요!, 보도자료(2023.1.31.일자), 문화체육관광부 홈페이지

- “자유와 연대의 날개를 단 K-컬처, 그 새로운 5년 – 제2차 문화진흥 기본계획(2023-2027)”(2023.4월), “최고의 예술, 모두의 문화 – 문화예술 3대 혁신전략, 10대 핵심과제”(2023.12.28.)도 지역활력을 언급
 - 최근 문체부의 주요 시책들이 대부분 “지방시대”와 “공정”의 국정기조에 따라 〈문화로 지역균형발전〉, 〈사각지대 없는 향유지원〉 등을 언급하며 지방시대 시책과 결을 함께하고자 노력하고 있음.
 - 단순한 지역 간 문화서비스 격차 해소를 넘어서 지방다움을 매력과 활력의 자원으로 활용하려면 기존의 〈지역문화진흥정책〉의 성과와 한계점에 대한 평가와 사회적 변화에 대한 분석이 필요함.

[그림 II-11] 2024년 문화체육관광부 주요정책 추진계획 중 지방시대 관련 사항

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 응자 우대, 디지털관광 주민증 발급지역 확대



사회문제 해결형 인문문화

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



〈출처 : 문화체육관광부 홈페이지(2024.6.18. 검색)〉

- 2022.3월에 발표한 「제 4차 관광개발기본계획 2022~2031」에서는 “인구구조 변화와 지역 공동화에 대한 관광 개발의 선제적 대응이 필요”하다고 분석

- “삶의 질을 중시하고 일상생활 속에서의 관광 활동 확대”라는 긍정적 요인과 함께 “고령인구 증가 및 출산율 감소로 지역의 성장동력과 관광역량 감소 예상”이라는 위협 요인을 언급하였음.
- “지방분권 가속화 및 균형발전 정책의 지속 추진”으로 초래된 정책환경 변화와 “관광의 일상화와 일상의 관광자원화” 경향에 대응하여, “관광개발의 지속가능성 제고와 지방분권화, 지역중심 관광개발 정책 지향”이 필요하다고 주장함.
- 첫 번째 추진전략으로 제시된 “매력적 관광자원 발굴”을 위해 “문화적 요소가 체화된 문화콘텐츠의 관광콘텐츠화”를 “미래유망 기술이 집약된 관광자원 발굴”과 함께 중요한 추진 과제로 제시하였음.

[그림 II-12] 관광개발 정책 기조의 시대별 변화



<출처 : 「제 4차 관광개발기본계획 2022~2031」(문화체육관광부, 2022)>

○ 방문객 유입과 경제효과를 겨냥한 다양한 관광진흥 시책이 지역활력 제고 중심 과제로 시행 중

- 문화체육관광부는 “여행가는 달-로컬 재발견” 등 국내여행 활성화 캠페인에서 나아가 체류형 관광지 조성을 위한 “생활관광활성화”와 “워케이션 활성화 지원”, 주민·지역주도 균형발전과 관광 현안 해결을 위한 “지역관광추진조직(DMO) 육성지원사업” 등을 적극 추진하고 있음.
- 지역의 다양한 문화매력 소개 프로그램인 “로컬100”을 집중 홍보 중

“로컬100” (지역문화매력 100선)

- 선정목적 : 지역의 문화매력 발견 및 홍보
- 선정방식 : 전국 228개 지자체와 문체부 2030자문단 ‘엠지(MZ)드리머스’, 문체부 4070지역문화매력기자단 등 국민발굴단의 추천을 받은 후보 461개 중에서 선정
- 선정기준 : ▲ 매력성, 특화성, 지역문화 연계성, ▲문화·경제·사회적 효과, ▲ 지역주민 및 방문객 방문·향유 영향력, ▲ 지역발전 기여 가능성 등
- 선정결과 : 지역문화 명소 58개, 지역문화 콘텐츠 40개, 지역문화 명인 2명
- 활용계획 : 2년간(2023~2024년) 국내외 집중 홍보

○ 문화+관광 결합의 필요성은 공감하지만, 부작용에 대한 우려 목소리도 존재

- 문화관광은 일자리 창출과 지역경제 활성화와 같은 경제적 효과와 관광객 유치를 위한 교통, 숙박, 공공시설 등 인프라 투자로 생활환경 개선의 긍정적인 효과가 있음.
- 문화관광 콘텐츠 개발 과정에서 다양한 지역매력 자원으로 활용될 수 있는 지역성(locality)의 재발견, 전통과 지역문화의 보전 및 재창조 등 문화적 효과도 있음.

- 반면, 관광산업에 의존한 지역경제구조는 장기적 관점에서 지속가능성을 고려할 필요가 있는데, 특히 자연재해나 전염병 같은 외부 요인에 쉽게 영향을 받고 안정성이 취약한 측면이 있음.
- 인터넷과 교통의 발달로 인해, 관광명소로 소문난 곳은 <과잉관광(오버투어리즘 : over-tourism)>으로 인한 자연 및 문화유산의 훼손, 주민생활 불편, 지역 고유 문화의 변질 등으로 인해 장기적으로 관광 매력도 줄어드는 현상이 전 세계적으로 목격됨.
- 또한, 관광산업은 구조적으로 낮은 임금과 서비스직에 의존하는 경우가 많으며, 지역 주민들의 소득 불균형을 초래하는 부정적 측면도 있음.

○ 특히 문화로 지역활력 증진 시책이 관광명소 지정 방식으로 경쟁에 대한 우려

- 지역문화의 다양한 문화매력 발견 차원에서 도입된 “로컬100”은 문화와 관광의 결합 가능성을 보여주는 시도로 평가됨.
- 하지만, 문체부의 지방시대 시책의 핵심 사업으로 홍보에 치중하면서 정작 “한국관광100”과의 차별성 부재, 이로 인한 부작용에 대한 우려가 제기됨.

문화+관광 결합의 장점과 단점에 대한 의견들

— 한국지역문화학회 2024년 춘계학술대회 (2024.5.24. 부산 라발스 호텔)

서우석 (서울시립대 교수) “문화매력 명소선정, 지역발전전략으로 충분한가?” 발제 중

- 국민들의 평균 관광경험 증가, MZ세대의 SNS 이용과 이미지 소비, 라이프스타일 모빌리티 증가로 여가, 여행, 이주의 경계가 모호해지는 현상은 문화와 관광이 결합한 문화관광의 가능성 높여줌.
- <로컬100>은 지역문화브랜드를 위한 중요한 시도. 현재의 지역문화와 관광의 결합 가능성을 판단하는 시금석
- <로컬100>의 정체성이 명확하게 정착되지 못하면 <한국관광100선>의 후보군 정도로 인식될 위험성도 있음
- 명소 선정의 부정적 영향 가능성에 대해 인식하는 것이 중요함
 - : 어쩔 수 없는 안배 선정, 지역 내, 지역 간 경쟁 발생, 전국적으로 유사 사업군 내 경쟁 가능성 등
- 관광이 지역발전에 미칠 수 있는 부정적 영향에 대한 논의들이 이미 정립되어 있는 상황임.
- 문화와 관광의 결합이 지속될 수 있는 상생구조 마련 필요.
- 문화+관광 결합이 중요하지만, 관광보다 더 큰 차원에서 바라보고, 결합이 힘든 구조적 원인도 살펴야 함

안소현 (국토연구원 부연구위원) 지정토론 중

- 관광자원이 지속성을 갖추기 위해서는 결국 그 지역의 문화, 지역 주민의 삶과 결합 되어야 함.
- 관광이 활성화된다고 무조건 지역발전으로 이어진다고 보기도 어려워.
- 지역 주체들의 활동 결과가 다시 지역사회로 환원, 지역 자산화와 축적이 중요함.

<참고자료-5> 문화체육관광부와 한국관광공사의 지역활력 제고 관련 관광시책들

시책사업	사업내용
생활관광 활성화 공모사업	<ul style="list-style-type: none"> - 지역주민의 일상과 이야기를 체험하는 체류형 관광 활성화 사업 - ‘현지인다움’과 ‘지역다움’을 체험할 수 있는 생활 관광콘텐츠 발굴 지원
워케이션 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 체류형 지역방문인구 증대와 지역 특화 관광콘텐츠 경쟁력 제고를 위해 워케이션 상품 개발 및 활성화 지원 - 워케이션 시설조성(기초지자체) 및 프로그램 운영(광역지자체) 지원
여행 가는 달 '로컬 재발견'	<ul style="list-style-type: none"> - 문화체육관광부, 한국관광공사, 지자체, 관광업계가 함께 추진하는 국내 지역관광 활성화 캠페인 - 교통(쏘카, ktx 등), 숙박, 항공, 놀이 등 다양한 할인 제공
디지털 관광주민증 발급	<ul style="list-style-type: none"> - 인구감소지역 지자체 “명예 주민증”을 대한민국 구석구석 홈페이지에서 발급 - 해당 지역에서 관람, 체험, 식음료, 숙박 등 혜택 제공
근로자 휴가 지원사업	<ul style="list-style-type: none"> - 직장 내 자유로운 휴가 문화 조성과 국내여행 활성화를 위해 정부와 기업이 매칭으로 근로자 국내 여행 경비 지원 - 소상공인, 중소기업, 중견기업, 비영리민간단체, 사회복지법인 및 시설 참여 가능
지역관광추진조직 (DMO) 육성지원	<ul style="list-style-type: none"> - 기초 지자체에서 활동하는 관광진흥 국내법인 지원 : 관광재단, 문화재단, 주식회사, 협동조합, 관광협의회 등 - 지역관광협의체 운영 및 DMO 기획사업 지원



<출처 : 대한민국 구석구석 홈페이지>

3. 문화로 지역활력 제고를 위한 선결 과제

앞서 살펴본 것처럼, 지방소멸은 곧 지역문화의 자속가능성 위기로 다가오는 바, 이에 대응하여 지방시대위원회의 “문화로 지역 매력·활력 만들기”에서 나아가 문화체육관광부의 “지방시대 문화정책으로의 전환”을 위해 해결해야 할 당면 과제들을 아래와 같이 다섯 가지로 제시함.

본 연구는 이 과제들을 해결하는데 방향성을 제시하고자 함.

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

(1) 지역활력에 기여할 수 있는 문화의 가치 공유하기

○ 문화경제, 도시재생, 정서치유까지 기여하는 문화의 가치

- 문화정책에서 가치 논의는 1946년 이래 문화예술의 본질적 가치 향유에서부터, 1990년대 경제적 효과, 2000년대 교육적 효과, 2010년대 도시재생에 기여하는 문화의 가치로까지 확대되어, 최근에는 “문화예술의 사회적 역할과 가치 구현”이 문화정책의 핵심과제가 되고 있음.
- 사회적 포용(social inclusion)과 지역사회 결속력을 강화하며, 사회 문제를 해결하는 문화예술의 사회적 가치 활용은 문화예술 분야에 대한 공적 지원의 당위성 증명과 예술의 존재론적 가치에 대한 사회적 합의 도출 노력의 일환으로서 세계적으로 공통적인 흐름을 보임.³⁷⁾



[그림 II-13] 문화예술의 정책적 가치 흐름

37) 주요 국가들의 정부 차원에서 발간한 문화예술의 사회적 영향 연구 참조

영국 문화부(DCMS), 2015, 『A review of the Social Impacts of Culture and Sport』

캐나다 예술위원회(Canada Council for the Arts), 2008, 『Social effects of culture : exploratory statistical evidence』

호주 서부 지방정부-스포츠-문화산업부(Department of Local Government, Sport and Cultural Industries, Government of Western Australia), 2019, 『Social Impacts of Culture and the Arts WA』

○ 지역 문제 해결에 기여하는 문화의 가치에 주목하는 국내외 문화정책 연구들

- 지방도시의 활력 소멸도 문화정책이 주목하는 중요한 사회적 문제 중 하나임.
영국지방정부협회(Local Government Association)는 문화로 만드는 지역활력에 주목하여 『Cornerstones of culture: Commission on Culture and Local Government』(2022)(문화의 주춧돌 : 지방정부 문화정책에 대한 제언)을 발표하기도 하였음.
- OECD 지역경제 및 고용부(Local Economic and Employment Development, LEED)는 문화가 사람과 산업을 지역에 끌어들인다는 의미를 담은 『The Culture Fix: Creative People, Places and Industries』(2022)(문화는 Fix 한다 – 창조적인 사람, 장소, 산업을) 보고서를 발간하였음.
- 문화는 관광 또는 문화산업 매출로 GRDP에 직접적으로 기여할 뿐만 아니라, 창조적 인력들의 유입과 문화적 이미지가 만드는 후광효과로 도시와 국가의 경제적 활력에도 기여함.
- 또한 문화는 미국예술진흥협회(Americans for the Arts)가 매년 『10 Reasons to Support the Arts』(2023)(예술을 지원해야 할 10가지 이유)를 통해 정량적으로 제시하는 것처럼, 사회 및 공동체 결속과 행위자들 간의 보다 원활한 거래 밀천이 되는 사회적 신뢰자본을 축적하는 등의 사회적 효과 이외에, 청소년 문제 해소, 범죄 예방, 정신 및 육체 건강에 기여하고, 이를 통해 사회 문화적 활력을 높이는 것으로 확인임.

○ 지역활력에 기여할 문화의 가치를 보다 넓은 시각으로 이해하고 활용해야 함

- 한국광역문화재단연합회의 2023년 공동연구³⁸⁾에서는 존 홀든(John Holden)(2006)의 “3-I values for 3-P 모델”³⁹⁾을 변형하여 문화예술의 가치를 “본질적 가치(Intrinsic Value), 산업적 가치(Industrial Value), 활용적 가치(Instrumental Value)로 구분하는 모델을 제시했음. 이는 문화의 경제적 가치와 본질적 가치까지 합하여 가장 포괄적인 ”사회적 가치“로 이해하는 모형임.
- 이와 같이 경제적 가치와 사회적 가치를 연결해서 폭넓게 인식하는 가치 체계를 채택해야만 지역의 문제해결과 활력 제고에 문화의 가치를 충분히 활용할 수 있음.

[그림 II-14] 지역활력에 기여할 문화의 가치를 폭넓게 인식하는 프레임 제안

존 홀든(2006)의 3-I Values for 3-P		3-I Values of Culture for ABC		
Intrinsic Value (본질적 가치)	Public (일반대중)	➡	Intrinsic Value (본질적 가치)	Artists & Academic (예술가, 학자)
Instrumental Value (활용적 가치)	Politicians & Policy-makers (정치가, 정책가)		Social Value (사회적 가치)	Industrial Value (산업적 가치)
Institutional Value (제도적 가치)	Professionals (전문가)		Economic Value (경제적 가치)	Business (산업계)
		Instrumental Value (활용적 가치)	Citizens (일반시민)	

〈출처 : 한국광역문화재단연합회(2024)〉

38) 한국광역문화재단연합회, 2024, 사회문제해결 문화정책 현장_지역문화재단들의 사례와 시사점

39) John Holden, 2006, Cultural Value and the Crisis of Legitimacy, DEMOS

○ 문화로 지역활력 키우기는 사회적, 문화적 활력까지 고려하는 가치 인식에서 출발해야

- “문화로 돈 벌기”를 지향하는 〈경제(經濟 = Economy)〉의 관점 보다 “문화로 잘살기”를 지향하는 〈경세제민(經世濟民)〉의 관점이 지역문화 매력·활력 증진 정책에 더 적절한 문화가치 인식 체계임.
- 문화를 지역활력 제고 매력자원으로 활용할 경우, 문화가 경제적 활력을 만들어 내는 산업적 가치와 활용적 가치뿐만 아니라, 문화의 본질적 가치가 사회적 맥락 위에서 사회적 가치로 발현되어 만들어지는 사회적 활력의 중요성도 함께 인식해야 함.
- 문화의 “산업적 가치(Industrial Value)”는 직접적으로 돈을 벌어 들이는데 활용될 문화의 가치인데, 여기에 장기적이며 간접적으로 나타나는 “활용적 가치(Instrumental Value)”까지 포함하여 보다 폭넓게 “경제적 가치”를 인식할 필요가 있음. 문화의 산업적 가치만 고려하더라도 지역문화자원을 활용한 문화상품 판매 수익에, 지역 브랜드 가치가 만드는 매출 증대 효과까지 고려할 필요가 있음.
- 정부의 공공서비스 지출을 줄여 주는 사회문제 해결도 넓게 문화의 경제적 효과로 추산될 필요가 있음.
- 주민들이 지역에 대해 가지는 자긍심, 애착심, 상호신뢰, 문화적 매력 등은 정주의식을 높이고 방문객들을 유인하는 사회-문화적 활력이 됨. 문화활동이 이런 활력 제고에 기여한다는 사실은 앞서 소개한 사례와 같이 여러 연구를 통해 밝혀진 바 있음.
- 이처럼 문화는 사회-문화적 지역활력을 만들어 내는 본질적, 사회적 가치를 가지고 있다는 점을 제대로 인식하고 지역문화 매력·활력 증진 정책을 설계해야 함.

○ 가치 주장과 효과 계측을 넘어 문화의 가치를 공유하는 소통이 필요함

- 눈에 보이는 증거를 보편적으로 신봉하는 실증주의 정책기조에 따라 계량적으로만 파악함으로써 눈에 보이지 않는 문화가치가 장시간에 걸쳐 나타나는 효과를 파악하지 못하거나, 반대로 문화의 가치를 인문학적으로 주장하기만 하는 것은 그 가치의 확장을 제약하게 됨.
- 독일의 문화경제학자 Arjo Klamer가 “재화의 가치를 측정하기 위한 그 어떤 시도도 그 가치에 영향을 미치므로 측정방법의 채택에 유의를 기해야한다”며, 〈경제학의 하이젠버그 원리(Heisenberg Principle of Economics)〉를 제안(양혜원 외, 2019 재인용⁴⁰⁾) 한 것처럼, 문화예술의 가치는 그에 적합한 계측방법론의 선택과 그에 앞선 인식론적 전환이 필요함.
- 문화정책 연구자들이 문화의 가치와 효과를 보다 엄정하고 보편적으로 설명할 방법을 제시하는 것도 중요하지만, 우리 사회 구성원들이 문화와 예술의 가치를 공감하고 지지하는 분위기 속에서 다양한 공공행정 영역에서 이를 당당히 활용하는 시도가 빈번해질 것임.

“문화예술분야의 경제적 가치측정연구 경향분석” (김세훈, 2015, 문화산업연구 제15권 3호) 중

“문화예술분야의 경제적 가치측정 연구 경향 분석에서 (실증주의에 입각한) 경제적 가치 측정이 역으로 경제적 파급효과가 적다고 나타날 경우 문화예술에 대한 투자를 줄여야 한다는 결론을 이끌어 낼 수도 있는 ”양면의 칼“과 같은 성격이 있다”

40) 양혜원 외, 2019, 예술의 가치와 영향 연구 : 국내외 담론과 주요 연구결과 분석, 한국문화관광연구원

〈참고자료-6〉 지역활력 증진에 기여하는 문화의 가치에 대한 연구 사례들

『The Culture Fix: Creative People, Places and Industries』 (문화는 Fix 한다 – 창조적인 사람, 장소, 산업을) (OECD, 2022)

- OECD 지역경제 및 고용부(Local Economic and Employment Development (LEED))가 발간
- 문화가 일자리 창출, 창업, 지역 혁신, 지역 개발 및 웰빙과 어떻게 상호 작용하고 강화하는지 설명함.
- “Fix”는 문화가 코로나 이후 드러난 사회문제를 “고친다”는 뜻과 지역으로 사람과 일자리를 “고정시킨다”는 이중적 의미를 담고 있음.
- 문화가 더 이상 “있으면 좋은”, “마지막으로 투자하고 먼저 삭감하는” 예산 기준선이 아니라는 점이 중요함.
- 문화·창조산업(CCS) 영역은 2018년 OECD 회원 국가들의 총 기업체 숫자 중 평균 7%, 생산된 총부가가치(GVA)의 2.2%를 차지.



『The Arts and Economic Prosperity 6』 (예술과 경제적 번영 관계 연구 – 6차) (AFTA(미국예술진흥협회), 2023)

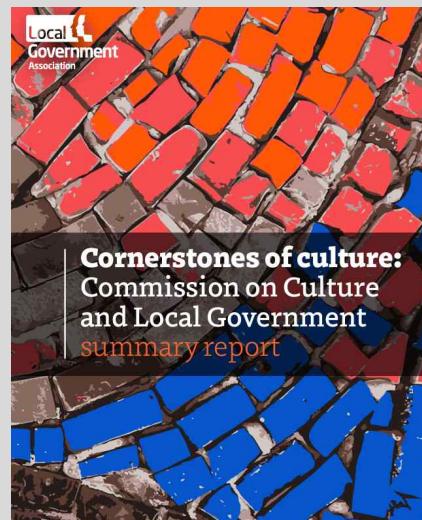
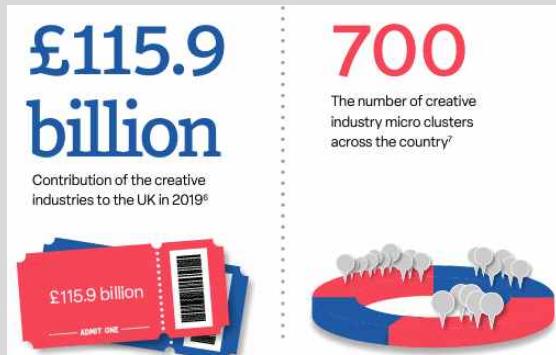
- 미국의 예술정책 로비기구인 Americans for the Arts(AFTA)가 문화와 예술이 지역사회 활기의 중요한 경제적, 사회적 동인임을 밝히는 일련의 연구 시리즈 결과
- 문화예술산업의 경제적 영향 추산(2022년 기준)
 - . 문화예술산업 관련 경제활동 지출액: 1,717억 (비영리 문화예술단체 지출액: 733억 달러 + 문화예술행사 관람객 총 지출액: 784억)
 - . 정부 세입 기여액 : 291억 달러
 - . 일자리 기여 : 260 만개



- 이와 함께 『10 Reasons to Support the Arts』(2023)를 발간하여 공동체 통합, 경제 성장 기여, 의료적 효과 등 문화예술이 유발하는 사회적, 경제적 가치를 두루 살피며, 그것을 구체적 사례와 숫자로 제시함.

『Cornerstones of culture: Commission on Culture and Local Government』
 (문화의 주춧돌 : 지방정부 문화정책에 대한 제언) (LGA(영국자치정부협의회), 2022)

- 영국지방정부협의회(Local Government Association)가 문화로 지역 활력 만들기에 대한 2030년까지의 10개년 전략으로서 발표한 “Let’s Create”의 비전을 반영한 보고서
- 영국의 창조산업은 GDP 중 115.9조원, 전국 700여개 마이크로클러스터들로서 국가 경제에 기여한다고 평가하며, 이를 지원하기 위한 지방정부의 역할을 제언함.



『사회문제해결 문화정책 현장_지역문화재단들의 사례와 시사점』
 (한국광역문화재단연합회, 2024)

- 17개 광역시도문화재단들의 연합체인 한국광역문화재단연합회의 2023년 공동연구 결과
- 사회문제해결 문화정책의 흐름을 파악하고 문화재단들이 참조할 정책적 시사점을 도출하고자, 총 13개 회원기관의 23개 사업 사례들을 10개 영역으로 나누어 분석하였음.
- 지방소멸 문제는 2022년 한광연 공동연구 『지역문화재단의 현황분석 및 변화방향 연구』에서 지역문화 현장의 주요 당면과제 중 하나로 파악되었으며, 2023년 연구에서는 문화로 지역활력 제고에 기여하는 세종시문화관광재단의 “가치누리 문화거리 조성” 사례를 소개했음.
- “사회문제 해결형 문화정책”이 “문화경제(文化經濟 = Cultural Economy)”를 넘어 “문화적 경세제민(Cultural 經世濟民)”으로 나아가는 노력이어야 한다고 언급함.



(2) 지역문화진흥의 성과와 한계 되짚어 보기

○ 지방소멸 대응 문화전략 수립에 앞서 기존의 지역문화진흥 정책에 대한 평가분석이 선행되어야

- <지역문화>를 어떤 관점으로 보느냐에 따라 2000년대 이후 대부분 정권의 주요 문화시책으로 추진된 지역문화진흥에 대한 평가가 달라질 수 있음.
- 앞서 살펴본 바와 같이 “지역문화진흥”의 대상을 문화 그 자체로 넓게 파악하는 관점과 문화체육관광부의 <지역문화 담당부서의 시책 범위>로 좁게 보는 관점이 있음.
- 후자의 관점을 확인할 수 있는 역대 정부의 지역문화 관련 시책사업명과 정책평가 표현들을 살펴보면, 지역 간 문화격차 해소, 생활 속 문화향유 기회 확대, 문화도시 육성, 전통문화 보전 등이 지역문화진흥 정책의 목표였음을 확인할 수 있음.

[표 II-12] 역대 정권별 정책백서에서 확인되는 지역문화에 대한 인식

정권별	지역문화 사업/평가 관련 표현들 ⁴¹⁾	출처
윤석열 정부 (2022.5~)	<ul style="list-style-type: none"> -지방시대 지역문화 추진전략 수립 : 문화로 지역균형, 문화로 지역매력, 문화로 지역활력 -‘자유’와 ‘연대’를 반영한 <지방시대 지역문화정책 추진전략> 수립 -효과적인 지역문화정책 추진을 위한 지역문화 현황 파악 ('2020년 기준 지역문화 실태조사) -제4차 법정 문화도시 지정 (대한민국 문화도시 추진계획 발표) -‘지역문화 활력촉진 지원’ 사업 신설 -지방문화원을 지역문화의 거점으로 삼아 지역문화의 개발·보존·발굴·수집·활용 -지역문화 전문인력 양성을 위한 전문교육 및 일 경험 지원 	2022 문화예술정책백서 (문화체육관광부, 2023)
문재인 정부 (2017.5~)	<ul style="list-style-type: none"> -지역 간 문화격차 해소 및 균형발전 모색 -균형발전을 위한 ‘법정문화도시’ 사업추진 -지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화시대 개막 -지역발전의 거점인 문화도시의 선정과 육성 	문재인정부 국정백서 (청와대, 2022)
박근혜 정부 (2013.3~)	<ul style="list-style-type: none"> -문화창조융합벨트 본격 가동으로 일자리 창출 -문화가 있는 날, 문화누리카드 등 생활 속 문화향유 기회 확대 -지역문화창조 역량 강화 -전통·민족문화 창조적 발전 및 가치 확산 -지역문화진흥법 제정 -우수 지역·전통 브랜드 발굴 및 확산 	박근혜 정부 3년 정책 모음집 (문화체육관광부, 2016) 2013 문화정책 백서 (문화체육관광부, 2014)
이명박 정부 (2008.2~)	<ul style="list-style-type: none"> -생활 속 문화향유 기회 확대 -문화복지에 대한 확고한 정책 의지 (문화향유 확대와 양극화 완화, 취약계층 문화비우처 대폭 확대) -친서민 생활 공감형 문화정책 (문전성시 프로젝트) 	이명박 정부 국정백서 (청와대, 2013)
노무현 정부 (2003.2~)	<ul style="list-style-type: none"> -문화도시 조성 -생활친화적 문화공간 조성 -문화서비스체계 혁신 -지역문화인력 양성 -지방대 활용 지역문화컨설팅 -지역문화의 자생력 강화 (문화의 달 행사 개최) 	2006 문화정책백서 (문화체육관광부, 2007)

○ <지역문화 사업>의 집행은 성공적이었지만, <지역문화 진흥>은 이루지 못한 상태?

- 2022.2월에 문화체육관광부가 발표한 지역문화실태조사 결과에서 지역문화종합지수는 수도권과 비 수도권이 대등한 수준으로 나타났음.

[표 II-13] 지역문화종합지수 상위 10위 지역 (2022년 기준)

구 분	상위 10개 지역	
광역	서울, 부산, 대전, 경북, 전북, 대구, 광주, 강원, 제주, 울산	
시	전주(1)(전북), 안동(5)(경북), 창원(6)(경남), 성남(10)(경기), 경주(경북), 청주(충북), 부천(경기), 당진(충남), 익산(전북), 수원(경기)	
기 초	완주(3)(전북), 부여(4)(충남), 성주(7)(경북), 강진(8)(전남), 거창(경남), 증평(충북), 구례(전남), 인제(강원), 진도(전남), 서천(충남)	
구	종로구(2)(서울), 북구(9)(대구), 중구(대구), 성동구(서울), 금천구(서울), 마포구(서울), 서초구(서울), 성북구(서울), 달서구(대구), 노원구(서울)	

〈출처 : 문화체육관광부 보도자료 (2022.2.14.)〉

- 하지만 하위 부문을 살펴보면, 특히 예술창작활동 등을 포함하는 <문화 활동>에서 서울이 타 광역시도에 비해 압도적으로 높은 것으로 확인됨. 지자체 정부에 의한 문화향유 프로그램 공급 등을 나타내는 <문화향유>와 <문화정책>에서 비수도권 지역이 높았기 때문에 종합지수는 대등한 수준으로 파악된 것임.

[표 II-14] 문화활동 지수값 상위 5개 [표 II-15] 문화향유 지수값 상위 5개 [표 II-16] 문화정책 지수값 상위 5개

순위	자치단체명	지수값	순위	자치단체명	지수값	순위	자치단체명	지수값
1	서울특별시	0.66	1	대전광역시	0.32	1	제주특별자치도	0.24
2	경기도	0.14	2	부산광역시	0.25	2	전라북도	0.16
3	부산광역시	0.09	3	경상북도	0.28	3	서울특별시	0.13
4	경상남도	0.03	4	울산광역시	0.16	4	경상북도	0.12
5	대구광역시	0.02	5	대구광역시	0.09	5	전라남도	0.07

〈출처 : 장훈 외(2022)⁴²⁾〉

41) 정책 백서들의 제목에 사용된 표현을 그대로 옮긴 것임. 해당 시기의 지역문화에 대한 관점과 중요 시책사업 분야를 확 인할 수 있는 표현들을 추출한 것으로서, 사용된 용어가 챕터 구분, 단위사업명, 정책평가 서술 등 다양한 층위를 가지기 때문에 하나의 차원으로 비교 분석하는 것은 부적절함.

42) 장훈 외, 2022, 2020년 기준 지역문화실태조사 및 분석연구-종합문화지수 분석, 문화체육관광부

○ 효율적인 문화서비스 전달체계를 통해 지역 간 문화향유 격차 해소에는 성공한 상황?

- 보다 면밀한 분석이 필요하지만, 위의 지수들이 말하는 것은 지역문화진흥을 추구한 정부 정책이 <문화 활동> 부문의 극심한 지역불균형을 해결하지는 못하고, 복지 차원의 문화서비스를 공공 예산을 활용해서 계속 외부에서 지방으로 공급하고 있는 형국임.
- 앞서 표 II-10에서 살펴본 바와 같이, 중앙정부의 지역문화진흥 시책 범위로 좁아진 <지역문화>의 개념을 적용하면, 문체부의 지역문화 담당 부서의 사업들을 중앙에서 지방까지 효율적으로 구축된 <문화서비스 전달체계>를 통해 잘 전달했다고 볼 수 있음.
- 하지만 <지역문화>라는 개념이 중앙정부의 정책에 귀속되면서, 그 시책사업의 성공적 실행은 곧 <국가가 지역에서 격차 없게 진흥해야 할 좋은 문화 : the good culture in the region>를 지역에서 잘 구현한 것이지, 그 결과로 본래 <문화> 그 자체 또는 <지역을 기반으로 한 고유한 문화 : local culture>를 뜻하는 <지역문화>를 진흥하지는 못한 상황인 것으로 파악됨.

김갑수 (충북문화재단 대표이사)

“...로컬리티에 기반한 전략 수립에 앞서 지역 문화예술 생태계의 점검이 우선되어야 한다. 지방 대학에 순수 예술학과가 전무하고 청년 예술가가 부족하니 갈수록 자체 문화생산력이 떨어져, 수도권과 대도시에서 찾아오는 문화예술에 의존하는 경향이 심화되고 있다....”.

(한국지역문화학회 2024 춘계학술대회 기조세션 토론 중, 2024.5.24., 부산 라발스 호텔)

○ 이는 지역문화진흥 담론들 중 지역주민의 문화향유 격차 해소를 지향한 문화복지 담론과 문화행정 담론 중심으로 지역문화 시책사업을 추진한 결과

- 김해보(2017)는 지역문화현장 주체들, 지자체단체장, 지자체 공무원, 국회의원, 문체부 공무원 등 2000년대 초부터 지역문화진흥법 제정에 관여했던 행위자들이 만든 지역문화담론이 각각 지역과 문화에 대한 다양한 인식을 종합하며, ①문화정책성, ②문화자치, ③문화복지, ④문화경제, ⑤문화행정 담론으로 유형화하여 분석했음.
- 2006년에 최초 발의되어 2014년에 시행된 지역문화진흥법의 제정 과정에서는 지역문화주체들이 중시했던 <②문화자치 담론>은 별로 반영되지 못한 채 입법되는 형식적 제도화가 일어났음. 그리고, 이 법에 근거한 문체부의 시책사업들은 지역 간 문화격차를 지역의 문화생태계의 문화 창조역량 보다 주민들의 문화향유의 격차 중심으로 접근하였고, 주로 <③문화복지 담론>과 <⑤문화행정 담론>에 의해 주도된 측면이 있음.

[표 II-17] 지역문화진흥 담론의 다양한 유형들

지역문화담론의 5가지 유형	지역문화진흥의 의미와 정책 중점
① 문화정책성 담론	고유하고 다양한 지역문화 발굴 및 보전
② 문화자치 담론	지역주민과 지역이 주체가 되는 문화자치 구현
③ 문화복지 담론	격차없는 문화복지 서비스로 지역의 삶의 질 향상
④ 문화경제 담론	문화자원을 활용한 지역의 경제적 발전
⑤ 문화행정 담론	문화행정, 서비스 전달 시스템의 개선

〈출처 : 김해보(2017) 재구성〉

○ 중앙정부 뿐만 아니라 지자체 단체장들도 중시했던 <④문화경제 담론>을 되짚어 볼 필요성

- 역대 대통령들의 발언이나 문화정책 중요계획에서 확인되는 정책담론에서도 문화를 경제발전의 동력으로 바라본 <문화경제 담론>이 2000년대 창조산업과 창조도시 블 이전부터 있었음을 쉽게 확인할 수 있음.
 - . 박정희 정부(1968년) : “문화는 제2의 경제”
 - . 김영삼 정부(1994년) : 최초로 문화산업국 설치
 - . 김대중 정부(1998년) : “문화산업은 국부 창출의 중요 자원”
- 주로 “지역의 고유한 문화자원을 활용하여 세계적인 문화도시가 되어 지역경제 활성화를 이루겠다”는 식의 정책공약으로 지자체 단체장들이 주도한 <문화경제 담론>은 <문화도시 지정> 제도가 지역문화진흥법에 포함되는 것으로만 일부 충족된 측면이 있음⁴³⁾.
- 지역문화재단을 비롯한 지역문화예술계에서는 지역문화진흥 사업이 지자체 정부 주도로 <문화경제 담론> 중심으로 경도되는 것을 경계하여 오히려 문체부 지역문화진흥 사업의 지방이양 이후에도 문화예술과 문화복지 중심의 정책기조가 하달되기를 바라는 양면적 태도를 보이기도 했음.
- 이제 지방시대 문화정책을 준비하면서 중앙주도의 <문화복지>와 <문화행정> 담론보다는 지자체가 <문화정체성>과 <문화경제> 담론을 적절히 연결하도록 강조할 필요가 있음.

○ 중앙 주도의 분권화 정책이 중앙집중화를 더 강화시킨 역설적 현실에 대한 냉철한 평가 필요

- 지역의 문화적 역량 키우기 보다는 중앙에서 지방으로 문화복지서비스 전달하기에만 치중한 결과로 지역문화주체들은 중앙정부의 정책배달사업소로 전락했다는 평가가 지배적임.

이홍재 (한국전통문화대학교 초빙교수)

“...지역의 문화적 매력을 키우는 문화도시 사업은 일부 장점은 있지만 그 추진방법이 문제다. 지금처럼 문체부가 손에 돈을 들고 지역을 줄 세우는 방식이 아니라 지역주민에게 기획을 맡겨야 한다...”

(한국지역문화학회 2024 춘계학술대회 기조세션 토론 중 (2024.5.24., 부산 라발스 호텔))

- 지역문화주체들이 문화자치를 부르짖었지만 정작 문화재정이 부족한 지자체는 지방이양 되는 문화정책을 감당할 여력이 없어서 축소하거나 중앙정부 시책사업으로 하달되기를 바라는 악순환이 이어짐.
- <탈-중심>의 가치를 내세울수록 <중심>의 존재가 더 확고히 떠오르고, 중앙정부가 자원을 지역으로 골고루 분배하는 <문화 분권>은 중앙의 통제력을 더 공고히 하는 역설에 봉착할 수밖에 없음.

43) 2002년 대선공약으로 제시한 광주문화중심도시를 기점으로 부산영상문화도시, 경주역사문화도시, 전주무형문화도시 등 국가주도의 문화도시 조성 사업과 서울창의문화도시, 포항과학문화도시 등 지방자치단체 주도의 다양한 문화도시 사업이 추진되었음. 이에 따라 문화도시로 지정해달라는 지자체의 특별법 청원이 줄을 이었는데, 지역문화진흥법에 따른 법정문화도시 지정 제도 도입 후 사그러들었음. 지자체 단체장들의 공식 언사에서는 당연히 해당 지자체의 고유한 전통문화와 매력을 강조하기 때문에 이들이 ①문화정체성 담론을 강조했다고 볼 수 있으나, 이를 지역의 매력 및 활력자원으로 활용할 정도의 담론은 아니었다고 평가할 수 있음.

- 국정과제로 관리되는 중앙정부의 정책기조는 지방의 모든 주체들까지 합심하여 달성해야 할 <성과목표>로 관리되는데, 정작 정책추진 방향을 함께 적절히 설정하기 위한 논의는 뒷전임.
- 지방소멸에 대응하여 중앙의 정책적 지원이 중요하지만, 중앙에서 지역으로 자원배분이 지역문화의 명맥만 유지하는 또 하나의 “생명유지장치”로 전락하지 않도록, 기존 지역문화진흥 정책의 문제점을 면밀히 평가할 필요가 있음.

○ <지역문화 : local culture> 대신 <지역-문화 : locality & culture>로 <지역에서 잘살기>

- 참여정부는 지역문화진흥에 본격적으로 앞장 선 것으로 평가되는데, “삶의 질”을 중시한 시대정신에 부응했던 참여정부 문화정책(양현미, 2007)⁴⁴⁾의 철학적 근간인 문화산업과 문화향유라는 두 가지 방향성이 지역문화에서 결합될 가능성이 있었음. 참여정부는 지역의 문화적 자원 활용이 문화산업으로 발흥하고, 그로 인해 지역 주민의 문화향수 기회가 대폭 확대될 것이라고 판단하였던 것임(원도연, 2008)⁴⁵⁾.
- 신옥근(2013)⁴⁶⁾은 “프랑스의 문화 분권화는 애초에 국토개발에서 시작하여 지방의 문화산업을 거쳐, 문화유산 관리 업무에 통합됨으로써 프랑스 국토개발의 한 축이 그 구체적 모습을 드러낸 것”이라고 평가했음.
- 즉, 우리나라 문화정책 연구에서 주로 지역문화분권의 우수 사례로 해석되는 프랑스 문화정책도 사실은 “문화국토개발(aménagement culturel du territoire)”(신옥근, 2013)이라고 해석할 수 있음.
- 지역의 문화-매력 자원으로 경제적 활력과 문화적 활력을 회복해야 할 지방소멸 시대에, 효율적 문화복지서비스 전달을 추구하는 문화복지와 문화행정 담론에서 벗어나, “문화로 잘 사는 문화 경제(제민) 담론”을 제대로 되짚어 봐야 할 시점임.
- 이를 위해서는 지역의 매력과 활력이 되는 <지방다움을 담은 지역-문화 : locality & culture>로의 개념 확장과 업무의 재편이 필요함.
- 이제 <지역문화사업>이라고 하면 국가 정책 단위의 포괄적인 <지역문화진흥정책>을 떠올리기도 하지만, 생활문화진흥 등 문체부 지역문화진흥 담당 부서의 시책사업을 먼저 떠올리는 것이 현실임. <문화>의 본래 의미에서 <국가가 지역에서 격차 없게 진흥해야 할 좋은 문화 : the good culture in the region>로, 다시 <지역문화 담당 부서의 시책사업 범위>로 좁아져 버린 <지역문화>에 대한 인식을 재확장해야 함.
- 좁아진 <지역문화>의 개념을 그 본래 의미인 <지역을 기반으로 한 고유한 문화 : Local Culture>로 되돌릴 뿐만 아니라 <지역의 매력과 활력이 되는 지방다움을 담은 지역문화 : Locality & Culture>로 확장시키는 <지방시대 문화정책>의 재설계가 필요함.

44) 양현미, 2007, 문화의 사회적 가치 – 행복연구의 정책적 함의를 중심으로, 한국문화관광연구원

45) 원도연, 2008, 참여정부 문화정책의 의미와 차기 정부의 과제, 경제와 사회

46) 신옥근, 2013, 클로드 몰라르의 프랑스 문화시스템 도표를 통해 본 프랑스 문화정책의 변천과 문화국토개발, 프랑스문화 예술연구 제 43집, 프랑스문화예술학회

〈참고자료-7〉 문화도시 지정 사업

- 「지역문화진흥법」 근거로 2019년부터 2022년까지 4차에 걸쳐 총 24개 〈법정문화도시〉 지정
- 지역문화정책 기반 조성, 지역 도시브랜드 창출 등의 성과와 함께, 하향식, 경쟁적 지정 방식의 문제점에 대한 비판도 존재
 - 문제부도 이런 문제점을 인식하여 2021년에 신규 가이드라인을 발표했음⁴⁷⁾
 - . “모든 도시는 특별하다”는 관점 적용
 - . 권역 간 문화도시벨트 구축 및 상생발전 촉진
 - . 중앙 주도의 상의하달식 지원 탈피
 - . 도시재생뉴딜사업 등 관련된 타 부처 사업 연계 추진
- 2023.12월에 5차 문화도시를 〈대한민국 문화도시〉로 바꾸어 발표함.
 - . ‘지역중심 문화균형발전’을 선도할 13개 도시 예비 선정.
 - . 2024년, 1년간 컨설팅과 예비사업 거쳐 ‘대한민국 문화도시’로 최종 지정 예정

차수별	선정도시	갯수
제1차 문화도시 (2019.12월 지정)	부천시, 서귀포시, 영도구(부산), 원주시, 천안시, 청주시, 포항시	7개
제2차 문화도시 (2021.1월 지정)	강릉시, 김해시, 부평구(인천), 완주군, 춘천시	5개
제3차 문화도시 (2021.12월 지정)	공주시, 목포시, 밀양시, 수원시, 영등포구(서울), 익산시	6개
제4차 문화도시 (2022.12월 지정)	고창군, 달성군(대구), 영월군, 울산광역시, 의정부시, 칠곡군	6개
대한민국 문화도시 (2023.12월 예비지정)	수성구(대구), 수영구(부산), 안성시, 세종특별자치시, 충주시, 흥성군, 속초시, 안동시, 진주시, 통영시, 순천시, 전주시, 진도군	13개

문화도시 5대 성과	
1. 지역문화정책 기반 조성	지역중심 문화균형발전의 토대를 이루었습니다.
2. 지역문화 장벽해소	지역의 문화장벽이 해소되어 지역의 문화여건이 개선되었습니다.
3. 지역만의 도시브랜드 창출	지역 고유 문화가 도시브랜드화 되었습니다.
4. 지역경제 활성화	문화도시가 지역을 살리는 로컬콘텐츠의 발전소가 되고 있습니다.
5. 도시정책 연계/협력 주도	삶의 이야기가 문화가 되는 곳, 문화도시가 지역정책의 플랫폼이 되고 있습니다.

〈출처 : 2022 문화도시 성과자료집 (문화체육관광부, 2023)〉

47) 문화체육관광부, 2021, 2021년 문화도시 추진 가이드라인

〈참고자료-8〉 정권별 지역문화정책 주요 흐름

정권별	지역문화 관련 주요 정책 흐름 (기본계획발표 및 법령제정 중심)
제 1·2 공화국 (1948.8~)	-지방 유자들에 의해 사설 문화원 설립
제 3 공화국 (1961.5~)	-향교재산법(1962), 문화재보호법(1962), 국제관광공사법(1962) 제정 (사)한국문화원연합회 창립(1962), 지방문화사업조성법 제정(1965) -대통령 연설에서 “문화는 제2의 경제”(1968)
제 4 공화국 (1972.10~)	-문예진흥법 제정(1972), 1차 문예중흥 5개년 계획(1974) -관광진흥개발기금법(1972), 관광기본법(1975), 관광사업법(1975) 제정 -전국민속예술경연대회, 지방문화제 지원 시작(1974) -지방 문화시설 조성, 서울시민회관을 세종문화회관으로 재건축(1978)
제 5 공화국 (1981.3~)	-지역문화예진흥기금 조성(1984), 문화발전정기정책구상(1986) -문화공보부와 내무부에서 지방문화중흥 5개년 계획(1984) -문화투자 확대와 대규모 문화시설의 조성으로 1지자체 1문화예회관 추진
제 6 공화국 (1988.2~)	-문화부 신설(1990) -문화발전 10개년 계획(1990~1999)으로 문화격차 해소하여 ‘모든 국민에게 문화를’ -제 7차 경제사회발전 5개년 계획(1992~96) 중 문화부문에 생활문화와 통일문화의 강조
김영삼 정부 (1993.2~)	-문화창달 5개년 계획(1993) 5대 정책과제로 지역문화의 활성화와 문화복지 강조 -지방문화원 진흥법 제정(1994) -문화권 조성사업 시행 : 백제문화권(1993~) -지역문화과(1993), 문화산업국(1994), 문화복지기획단(1996) 신설 -민선7자체장 선출 지방자치 시대 출범(1995), 올해의 문화자치단체 선정(1995)
김대중 정부 (1998.2~)	-지방문화재단 설립 유도 : 기부금 관련 혜택 제안 (경기문화재단 설립 : 1997) -국민의 정부 새 문화관광 정책(1998) -최초 문화행정 기능 지방으로 이양 : 문화관광부 사무 1557건 중 74건 -문화예산 1% 달성(2000), 지역문화의 해(2001), 문화지구 지정(2002) -문화산업진흥기본법(1999), 콘텐츠산업진흥법(2002), 출판문화산업진흥법(2002) 제정
노무현 정부 (2003.2~)	-지방분권 3대 특별법(2003.12), 지방분권TF 운영(2003.12~2004.5월) -지역문화활성화 대책(2004) -국정과제 12대 과제로 지방분권과 국가균형발전 제시(2003) : 균특회계 도입 -‘창의한국’(2004)에서 문화를 통한 삶의 질 향상 강조, 문화바우처사업 시작(2005) -지역문화진흥법 제정 추진(2006) : 이광철 의원 최초 발의
이명박 정부 (2008.2~)	-지역문화발전방안 수립(2008) 생활속 문화향유 기반 조성 강조 -문화도시, 문화마을 조성 확대 -문화바우처 제도 법적 근거 마련(2012.12)
박근혜 정부 (2013.3~)	-문화융성위원회 출범(2012.7) 지역문화 균형발전 강조 -문화기본법 제정(2013.12), 지역문화진흥법 제정(2014.1) -‘문화가 있는 날’ 시행(2014.1), -지역문화진흥 기본계획 발표(2015) (2015~2019년) -지역문화 협력위원회 구성(2015), 생활문화진흥원 설립(2016) -국민여가활성화기본법제정(2015.5)
문재인 정부 (2017.5.~)	-연방제 수준의 지방분권 개헌 추진, 문화정책 지방이양 -지역문화진흥원으로 변경(2017) -‘사람이 있는 문화’ 문화비전2030 발표 (2018.5) -문화도시 조성사업 본격시행 (2019년 1차 지정)
윤석열 정부 (2022.5.~)	-지방시대 문화정책 : 문화의 힘으로 지역균형발전 -지방시대위원회 출범 (2023.7) -“대한민국 문화도시” 예비 선정 (13개 지자체) (2023.12)

(3) 지역의 문화주체들과 함께 변화 준비하기

○ 지방소멸 위기의 당사자인 지역문화주체들과 함께 정책기조 전환 논의 및 준비 필요

- 지역문화진흥이 2000년대 중요 문화정책 기조로 출곧 이어져 올 수 있었던 것은 <2001년 지역문화의 해 백가쟁명 대토론회> 등을 통해 그 필요성과 중요성을 전국 문화주체들과 함께 공유했던 노력이 그 기반이 되었기 때문임.
- 지방소멸이 지역의 정체성에 기반한 지역문화에 의미하는 바가 무엇인지, 지역의 매력과 활력을 유지하기 위해 문화정책은 어떤 역할을 맡아야 하고, 그 실행전략은 어떻게 재설정할지 논의는 부족한 채, “지방시대”라는 국정 기조에 따른 피상적 대응만 난무한다는 비판이 있음.

정상철 (한국전통문화대학교 교수)

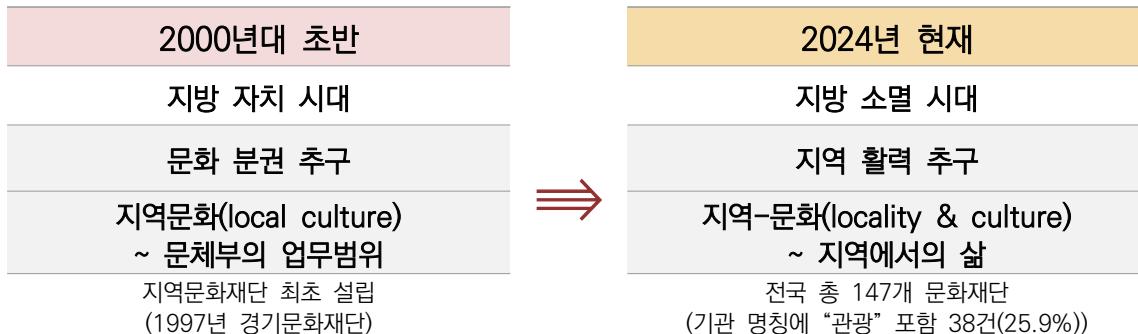
“...지방소멸로 지역문화가 백척간두에 선 절박한 상황인데 그에 걸맞는 지역문화담론 생산은 부진하다...”

(한국지역문화학회 2024 춘계학술대회 기조세션 토론 중, 2024.5.24., 부산 라발스 호텔)

○ <문화분권>에서 <지역활력>으로 정책기조의 전환이 필요한 시점

- <문화 분권>은 본격적인 지방자치 시대의 행정체계 변화와 문민정부 출범 후 풀뿌리 민주주의가 힘을 얻어가던 1990년대 말 ~ 2000년대 초의 사회적 변화를 반영한 문화정책 기조임.
- 이는 2000년대 이후 지역 간 문화격차 해소, 이를 위한 문화서비스 전달체계 구축, 지자체의 문화정책 역량 강화 등을 목표로 한 지역문화진흥정책의 핵심기조로 유지되어 왔음.
- 하지만 앞서 살펴본 바와 같이, 지역의 문화자치 역량 강화는 등한시한 문화분권 정책은 지역문화진흥이라는 본연의 목표 달성을 성공했다고 평가하기 어려움.
- 이제 지방소멸로 지역문화의 기반이 허물어지는 위기 상황 앞에서, 이에 대응할 새로운 정책기조 설정이 필요함.
- ‘분권’이나 ‘자치’라는 형식화되기 쉬운 정치-행정적 이슈에 매몰되어 실제 실행은 더딘 담론 투쟁이나, 문화를 문화 담당 부서의 일로만 좁혀서 보는 업무적 관점보다는, 주민들의 삶이 만드는 폭넓은 문화생활의 실질적 토대의 활력 유지를 지향하는 정책 기조의 전환이 필요함.

[표 II-18] 2000년대 이후 사반세기 동안 지역문화 정책 상황의 변화



○ 문화사업에 지방소멸 관점을 적용하고, 주민 문화활동이 지역 활력으로 쌓이는 정책 설계 필요

- 명소지정 방식, 관광 중심의 지역활력 증진 정책의 한계점을 인식하고, 문화정책 차원에서 보다 포괄적인 전략수립이 필요함.
- 지역의 매력을 찾아서 활력자원으로 활용하려면 특히 지역문화 주체들의 역량 키우기에 집중할 필요가 있음.
- 대규모의 예산이 투입되는 문화이용권, 청년문화패스, 문화도시 사업 등을 지역주체 주도형으로, 바꾸고 그 사업 성과가 지역에서의 문화활력으로 축적, 환원될 수 있는 방안을 고민해야 함. (※문화누리카드 사용 현황에 대한 빅데이터 분석, 고향사랑기부제와 연동 등)

○ 위기 대응의 당사자여야 할 지역문화 주체들을 파악하여 변화 준비 지원 필요

- 문화체육관광부는 관광을 지역활력 증진의 중요 시책으로 인식하고 이를 담당할 지역관광조직 현황을 조사한 바, 2023.3월 기준으로 총 94개로 파악하였는데, 그 중 총 41개(43.6%)가 지역문화재단이었음.
- 이중 관광업무가 기관업무의 중심이어서 <관광전담조직>으로 분류된 경우는 6개였고, 나머지 35개 기관은 문화와 관광, 축제업무를 포괄적으로 수행하는 <문화관광 복합조직>으로 파악되었음(김동현·전효재, 2023).
- 문체부는 <지역관광추진조직>(DMO, Destination Management Organization) 지원사업을 시행 중인데, 2024년에 지원받은 22개 기관 중 11(50%)개가 지역문화(관광,축제)재단이었음.

[표 II-19] 지역관광조직 중 문화(관광,축제)재단 현황 (2023.3.31. 기준)

기관유형 조직유형	기초자치단체		광역자치단체		계
	지방공기업	지방출자출연기관	지방공기업	지방출자출연기관	
관광전담조직	6	6	7	4	23
문화관광복합조직	0	30	0	5	35
시설관리전담조직	33	0	0	0	33
MICE전담조직	0	2	0	1	3
계	39	38	7	10	94

- 관광전담조직 중 지역문화재단

- . 기초 문화(관광축제)재단 : 6개 (남해, 해남, 함평, 강진, 보령, 금산)

※ 광역 관광재단 4개(서울, 강원, 경남, 전남)는 지역문화재단에 미 포함⁴⁸⁾

- 문화관광 복합조직 중 지역문화재단

- . 광역 문화(관광)재단 : 5개 (대구, 세종, 울산, 전북, 충남)
- . 기초 문화(관광축제)재단 : 30개 (청송, 김포, 태백 등, 관광/문화/문화관광 중심 기관으로 구분)

<출처 : 김동현·전효재(2023⁴⁹⁾) 재구성>

48) 지역문화진흥법 제2조 “지역문화”의 개념을 적용하면 관광도 지역문화 관련 업무이므로 이를 관장하는 관광재단도 지역문화재단으로 인식할 필요가 있음. 다만 지역문화재단을 지자체 내 대표적인 1개 문화정책 수행 기관으로 인식함에 따라 광역지자체가 문화재단과 완전히 분리된 관광재단을 별도 운영하는 경우 이를 지역문화재단으로 인식하지는 않았음. 반면 기초지자체의 경우 문화-관광-축제재단으로 복합적인 기능을 수행하는 경우가 많으므로 관광전담 조직으로 인식된 문화-관광-축제재단도 지역문화재단으로 인식하였음.

49) 김동현·전효재, 2023, 지역관광조직 현황 진단 및 발전방안, 한국문화관광연구원

○ 지역문화진흥 정책의 현장에서 핵심주체로 활동하고 있는 147개의 지역문화재단들

- 지역문화재단은 「지역문화진흥법」 제19조에 근거하여 “지역문화” 진흥을 위해 “지방자치단체가 설립·운영하는” “재단법인”임.
- 「지역문화진흥법」 제2조 “지역문화”的 개념을 적용하면, 지역문화재단은 (광역지자체가 별도 운영하는 관광재단 제외) 문화·관광·축제재단까지 포함하는 개념이며, 2024.2월 기준으로 전국에 총 147개가 운영 중임.
- 광역 및 기초 지자체를 통틀어 60.5%의 지자체들이 지역문화재단을 운영 중⁵⁰⁾ (기초 총 226개 지자체 중 130개 문화재단(57.5%), 광역 총 17개 자자체 모두 문화재단 운영 중(100%))⁵¹⁾
- 지역문화재단은 문화예술지원, 문화시설 운영뿐만 아니라 지역축제 개최, 관광 마케팅까지 폭넓은 업무영역에서 지역문화진흥 정책의 핵심 주체로서 활약하고 있음.

○ 예술지원, 문화진흥, 관광활성화에서 지역활력으로 역할 확대와 역량 강화 지원 필요

- 2024.2월 기준 총 147개 지역문화재단 중 38개(25.8%) 기관명칭에 “관광”이 포함된 바, 이는 2022년 연구 시 총 19건(141개 대비 13.4%) 대비 19건(건수로는 100%, 전체 대비 비중은 12.4%)이 증가한 것임.
- 특히 최근 광역문화재단에서 “문화관광재단”으로 통합 및 기관명칭을 변경하는 사례가 빈번하고(울산, 세종시, 충남 등), 기초문화재단들은 설립 당시부터 “관광”이나 “축제”가 들어간 경우가 많아지고 있음.
- 17개 광역문화재단 중 총 6개 광역문화재단이 본부 단위 관광 조직을 운영하고 있음. 반면, 관광 전담 부서가 분화되지 않은 문화재단의 업무 중에도 지역 대표축제, 문화유산 관리, 전통전수관 운영 등 지역 정체성 활용 및 활력 증진 관점으로 관광사업과 연계가 필요한 업무들이 많음.
- 「지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률」에 따라 최근 지방자치단체의 출연기관 신규 설립이 매우 어려워졌고, 기초 지자체 단위에서는 문화·관광·복지·평생교육·지역활력 등 업무가 통합적으로 진행될 필요성이 높은 점을 고려하면, 지역문화재단의 역할을 확장하여 지방소멸 대응 정책의 핵심 주체로서 역량을 키우는 것이 필요함.
- 그동안 분절적으로 진행되어 온 문화와 관광 사업의 통합 시너지를 창출하고, 이를 지역활력 제고 관점에서 추진할 수 있도록, 지역문화재단 관계자들의 인식전환, 제도 개선, 노하우 공유 등의 역량 강화 프로그램이 제공되어야 함.

50) “지역문화재단의 현황분석 및 변화방향 연구”에서 정의한 기준을 적용하여, 행정안전부에서 운영하는 <클린아이> <지방 공공기관 통합공시>(https://www.cleaneye.go.kr/siteGuide/iptCompStatus.do)에 공시된 내용, 이에 누락된 신생 문화재단까지 포함한 숫자임. 문체부가 발간하는 전국문화기반시설총람은 전국지역문화재단연합회(전지연) 회원으로 등록된 기초자치단체 문화재단 중심으로 파악하여 실제 숫자와 많은 차이를 보임. 단, 문화재단을 지자체의 종합적인 문화정책을 주관하는 기관으로 보아서, 넓게 정의한 문화관련 영역에서 설립된 지자체 산하 재단법인들(예 : 디자인재단, 관광재단 등) 중에서 지자체별로 대표 문화기관 1개씩만 지역문화재단으로 인식하였음. 따라서 문화재단과 별개로 관광재단이 있는 지자체의 경우(서울, 강원 등)는 이를 지역문화재단으로 카운트하지 않았음.

51) 한국광역문화재단연합회 공동연구 “지역문화재단의 현황분석 및 변화방향 연구”(2022), “사회문제해결 문화정책 현장_지역문화재단들의 사례와 시사점”(2023) 참조

〈참고자료-9〉 지역관광추진조직 (DMO : Destination Management Organization)

- 개념

- 지역관광 정책에 대한 합의 및 조정을 이끌어 내는 플랫폼 기능과 지역 상황에 부합하는 관광전략을 설정하고 수행하는 관광리더 역할 담당 조직

- 도입 배경

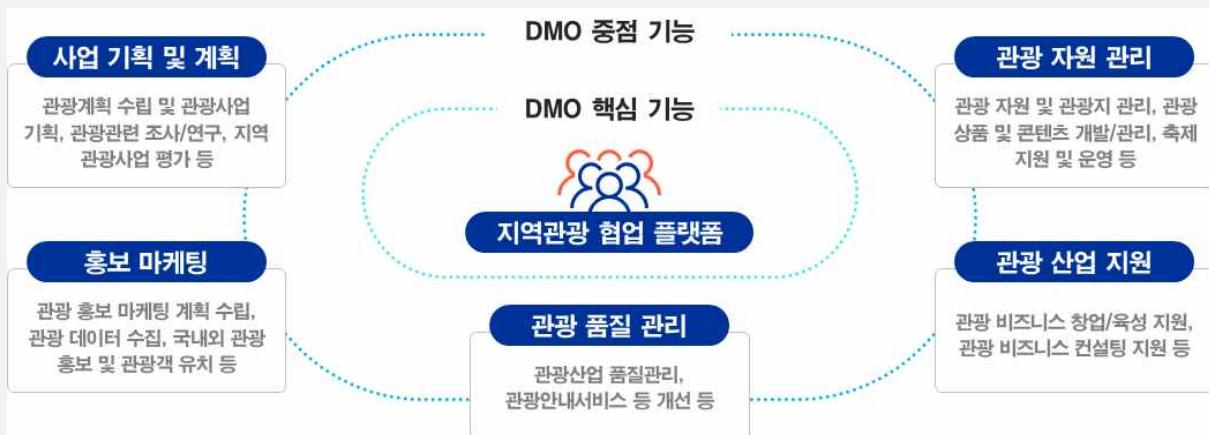
- 지역만의 고유성을 체험하고자 하는 관광수요 증가
- 중소규모 도시의 균형적인 관광객을 분포시키기 위한 지역의 관광대응력 강화 필요
- 지역관광 활성화를 위한 지역의 다양한 구성원의 협력과 합의의 주체 필요.

- 역할 및 운영

- '인구감소지역 관광 활성화를 위한 협의체' 광범위한 협의체 구성
- 문화체육관광부, 행정안전부, 한국관광공사, 한국철도공사, 한국지방행정연구원, 한국문화관광연구원 등 관계기관과 인구감소지역 자체 및 문화-관광재단도 참여
- 지역기반 거버넌스를 구축하여 관광 현안을 발굴하고 해결 주도
- 지역관광 마케팅 및 관광산업 육성 기능 수행

- 정책적 지원

- 2020년도부터 단계별 사업 추진 중
- 1단계(1년~2년)는 1억, 2단계(3~5년) 1억5천만원, 최대 6억5천만원 국비 지원
- 2020년 17개 ~ 2024년 22개 기관 선정 지원



(4) 삶의 다른 영역 주체들과 협력하기

○ 지방소멸은 단순히 인구의 문제가 아니라 지역에서 삶과 관계된 문제

- 지역활력과 관련하여 주로 관심 갖는 현상은 <인구소멸>이지만, 이를 해결하기 위해 다루어야 할 요인은 경제뿐만 아니라 의료, 교육, 문화 등 <연결된 삶의 조건들>임.
- 이상호 외(2021)는 지방소멸 사례를 산업쇠퇴형(러스트벨트), 대학소멸위기형, 원도심 쇠퇴형, 풀뿌리공동체형으로 유형화하고, 그에 대응한 방안도 산업-교육-정주환경-문화-농업-주거 등 다양한 삶의 요소들과 연계한 일자리 창출 전략을 제시하였음.

[표 II-20] 지방소멸의 유형 구분 (일자리 관점)

사례유형	러스트 벨트형	대학소멸 위기형	원도심 쇠퇴형	풀뿌리 공동체형
위기의 성격	지역 대기업 폐업으로 산업 쇠퇴	지역 대학 입학자원 감소 경쟁력 약화	지역산업 및 원도심 쇠퇴, 인구 유출	인구 고령화 및 청년인구 유출
공간적 층위	중규모 도시	광역 수준	동 수준	마을 수준
일자리 연계	산업-노동 연계	교육-산업 연계	산업-정주환경-문화 연계	농업-주거—정주환경 연계
선정 사례	전북 군산 상생형일자리	광주-전남, 경남	부산 영도 도시재생 뉴딜	경북 의성 이웃사촌마을

〈출처 : 이상호 외(2021)⁵²⁾

○ 모든 정책영역을 펼 수 있는 <문화라는 황금실 : golden thread of culture> 활용하기

- 런던, 파리, 뉴욕, 서울, 도쿄 등 전 세계 주요 도시들의 문화정책 네트워크인 “세계도시문화포럼”(World Cities Culture Forum : WCCF)은 2015년에 발간한 『WCCR(World Cities Culture Report)』(세계도시문화리포트)에서부터 도시 정책의 모든 영역을 아우를 수 있는 “황금실로서의 문화”的 역할을 강조해왔음(WCCF, 2015)⁵³⁾.
- “경계를 넘나들고(cross-cutting) 영역을 아우르는 통합적 접근의 중요성”(WCCF, 2015), 그리고 문화가 그런 통합적 접근의 매개 기제로 활용될 수 있음을 강조해왔는데, 특히 최근 문화의 사회적 가치 구현 정책 기조에 따라 문화정책의 <관계횡단적> 경향이 두드러짐.
- 문화와 여러 정책 분야 간의 <관계횡단적> 기획을 통해 문화의 가치 확산뿐만 아니라 해당 영역 시책사업의 성과 확대를 기대함.
- 『사회문제해결 문화정책 현장_지역문화재단들의 사례와 시사점』(한국광역문화재단연합회, 2024)에서는 관계횡단적 “사회적 전환(Social Turn)”을 위해 <칸막이 없는 사회의 문제해결을 위해, “칸막이를 넘어서는” 문화행정>, <문화예술의 가치를 주창하는 리더십 보다는 “다양한 주체들을 포용하는 파트너십”>이 필요하다고 지적했음.

52) 이상호 외, 2021, 지방소멸 위기 극복을 위한 지역 일자리 사례와 모델, 한국고용정보원

53) World Cities Culture Forum, 2015, WCCR(World Cities Culture Report)

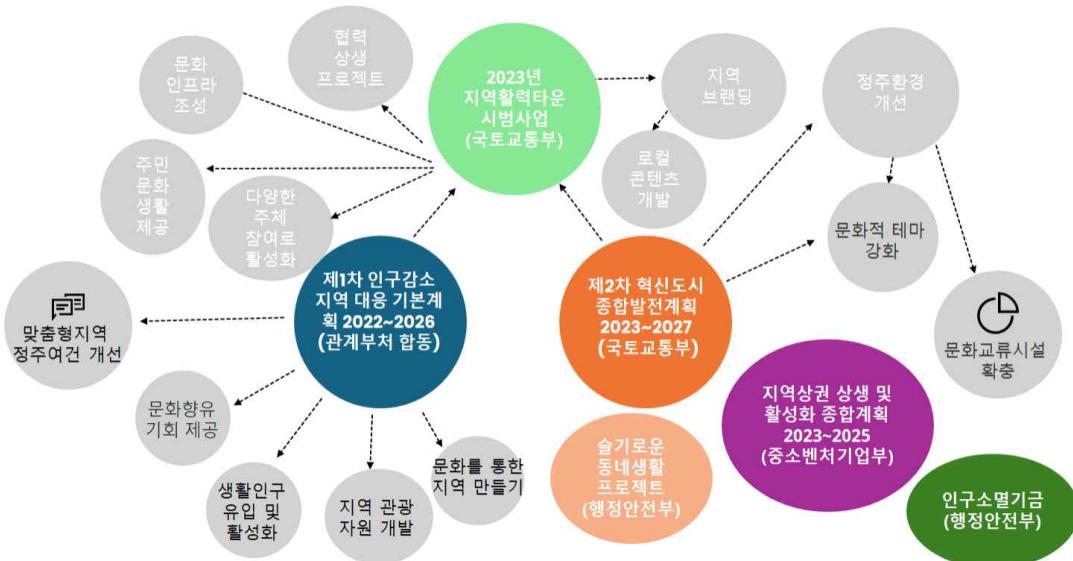
○ 도시환경 전반을 바꾸는 종합계획, 청년들의 생애 경로와 관련된 정책은 통합적 기획이 중요

- 문화는 방문객을 유인하는 매력일 뿐만 아니라 폭 넓은 분야에서 주민들의 삶의 질에 큰 영향을 미치는 요소이기 때문에 각 부처의 지방시대 시책 중 문화가 연계되어야 할 분야가 매우 많음.
- 아래에 소개한 행안부의 시책 이외에도 특히 혁신도시, 스마트시티 등 주민의 삶의 터전 전반을 바꾸는 국토교통부의 종합계획은 하드웨어와 소프트웨어 모든 측면에서 문화와 연계 필요성이 큼.
- 창업과 로컬크레이에터 비즈니스 모델 개발을 지원하는 중소기업벤처부의 시책들은 지역 청년들이 문체부의 창작지원금을 활용한 창작활동을 넘어 지역활력을 만들 라이프스타일 비즈니스로 나아갈 수 있도록 생애주기 및 삶의 경로를 고려하여 연계 지원함으로써 효과를 배가할 수 있음.

○ 더 많이 꿰기 위해 필요한 창의적 기획, 적절한 타이밍, 칸막이를 허무는 정책 리더십

- 협업은 기존의 틀을 바꾸고 상대와 변화를 품어야 실행가능함.
- 삶의 전반을 다루는 지방시대 대응 시책 중 오히려 지역문화주체들의 활동 기회 확보와 제도 개선에 활용할 수 있는 여지도 많으므로 문화정책 주체들이 보다 적극적으로 관심 가지고 활용 방안을 연구할 필요도 있음.
- 부처 간 칸막이를 넘어서는 지방시대위원회의 정책 리더십과 부처 예산 확정 전 적절한 타이밍의 공동기획, 창의적 문화기획 아이디어를 제공할 민간 전문가들의 참여로 보다 다양하고 실질적인 연계와 성과도출이 가능함.

[그림 II-15] “문화라는 황금실”로 꿰는 <관계 획단적> 정책 연결 사례



[표 II-21] 지방소멸 대응 시책에 문화 연결하기 (행정안전부 시책 사례)

시책유형	사례들	문화와 연계 필요한/가능한 사항들
제도적 근거 마련	「인구감소지역 지원 특별법」 제정	- 제5장 인구감소지역에 대한 특례 중 제25조(문화기반의 확충) 조항을 지역문화 진흥 시책에 적극 활용 필요
	「인구감소지역대응 기본계획」 수립	- 3대 전략 관련 추진 사업에 문화관련 내용 적극 반영 <ul style="list-style-type: none"> . 지역 맞춤형 일자리 창출 및 산업 진흥 : 지역문화자원을 활용한 로컬크리에이터 육성, 라이프스타일비즈니스 창업 가능 . 매력적인 정주 여건 조성 지원 : 지역민 문화향유 기회제공 및 문화접근성 제고, 고령층 여가활동 지원 추진 중 . 생활인구 유입 및 활성화 도모 : 지역관광자원 개발, 문화를 통해 자주, 오래 머무는 지역만들기, 지역특화 관광상품 개발 추진 중
	〈생활인구〉 제도 도입	- 「인구감소지역 지원 특별법」 제2조(정의) 2. “생활인구”...〈나. 통근, 통학, 관광, 휴양, 업무, 정기적 교류 등의 목적으로 특정 지역을 방문하여 체류하는 사람...〉에 〈문화, 예술창작 활동〉 추가 <ul style="list-style-type: none"> - 문화인프라 설립 타당성, 문화행사 투자심사, 정책성과 평가 시 생활인구 개념 적용
특별 재원 마련	지방소멸대응기금 지원	- 지방자치단체 기금관리기본법 제18조(발전기금의 용도)...4. “지역발전과 지역상생을 위하여 필요한 것” 조항을 활용하여 지역활력 증진 문화·관광 프로젝트 및 지역연계 사업 지원 (강. 해. 영 프로젝트 사례)
	고향사랑기부제 도입	- 지역의 문화예술 자원을 활용한 기부 담례품을 적극 개발하여 지역 이미지 제고, 지역문화 예술계 지원 효과 기대 <ul style="list-style-type: none"> - 기부금 활용 프로젝트로서 “지역사회 문제해결 문화예술 프로젝트” 시행
청년, 생활인구 등 유입 촉진	청년마을만들기	- 지역 청년들의 문화생활 인프라 개선 <ul style="list-style-type: none"> - 청년문화공간을 청년주도로 만들기 프로젝트 시행
	지역활력타운 조성	- 문화예술 귀촌귀농을 유치하는 활력타운 조성하여 지역명소화
	고향올래(GO鄉All來)	- 〈두 지역 살이〉 유형 지원사업으로 예술창작공간 조성, 마을미술 프로젝트, 지역축제, 재능기부 등 다양한 예술 활동참여 생활인구 유치
주민주도/ 생활밀착형 지원	인구감소지역 특별지원	- 주택지원금 및 정착지원금 지원 등을 활용한 예술귀촌 프로그램 운영
	슬기로운 동네 생활	- 지역-문화-매력 활용 지역밀착형 라이프스타일비즈니스 개발
	주민주도 지역활성화 지원	- 지역-문화-매력 활용 지역자산화 사회적 경제조직 육성

(5) 문화-매력-활력의 연결 및 변화 매커니즘 이해하기

○ 문화가 매력과 행복을 만든다는 정책의 주장과 시민들이 체감하는 현실 사이의 갭 메우기 필요

- 문화의 중요성을 강조하는 연구에서는 “행복감에 미치는 여가생활의 영향력이 소득 영향력의 약 3배”(이경진, 2023⁵⁴⁾)라고 하지만, 2023년 전 국민 여가생활 만족도는 34.3%(국가발전지표 지표누리 홈페이지, 2024.6.11.)로 높지 않음.
- 정부는 문화로 관광매력을 높이겠다고 하지만 정작 시민들이 “가장 선호하는 관광활동” 설문 결과 1위는 <맛집/먹거리/식도락/음식>이고, 고순위에 문화는 없음(문화체육관광부, 2023⁵⁵⁾).
- 도시 활력 제고를 위해 문화예술을 동원하지만, 예술의 가치가 원래 기획의도 대로 발현되는 것도 아니고, 그 활력 때문에 오히려 예술가가 쫓겨나는 경우도 허다함. 이에 대한 비판의 목소리도 큼⁵⁶⁾.
- 공공정책이 문화의 가치를 당위적으로 주장만 할 것이 아니라, 그것을 시민들이 체감하지 못하는 현실적 갭을 메우는 문화기획이 필요함.

○ 문화⇒매력⇒활력 발생 매커니즘 이해 필요

- 외지 방문객을 이끄는 문화의 매력에 주목하여 중요한 지역활력 자원으로 고려되고 있음.
- 이상호(2024)는 소멸위험지수를 대체하여 청년 인재들에게 어떤 지역이 매력이 있으며, 지역에 활력을 불어넣기 위해 어떤 요소가 갖추어져야 하는지를 제시하는 긍정적-희망적 개념의 지표체계가 필요하다고 제안하기도 했음.
- 하지만 정작 문화가 어떤 매력으로 어떻게 지역에 활력을 가져오는지에 대한 이해는 부족함.
- 특히 외부의 관심과 방문객 유치를 위해 주민들에게 불편만 주는 일회성 호들갑(FAD)이 아니라 주민의 삶의 질 제고에 기여하는 문화적 활력이 만들어지고 유지되는 매커니즘 이해가 필요함.

○ 매력자원, 접근성, 경제적 활기가 만드는 선순환과 악순환 이해하기

- 모종린(2019)은 문화와 디자인을 활용한 지역상권 개발이 “C-READY” 단계로 순환한다고 파악했음.
- 모종린(2019)이 파악한 것과 같이, 트렌디한 문화와 지역의 정체성 등 <매력 자원(attraction) : C-I), 더 많은 방문객을 수용하는 서비스화를 통한 접근성 개선과 물리적 환경 변화 등 <접근성(access) : A-D), 그리고 로컬리티를 활용한 기업활동과 이로 인한 지가 상승 등 <경제적 활기(economic vibrancy) : E-R>를 문화와 지역성이 지역활력을 만드는 순환에서

54) 이경진, 2023, 여가생활 만족도가 행복감에 미치는 영향, ACKIS 문화돌보기 제144호, 한국문화관광연구원

55) 문화체육관광부, 2023, 제 4차 관광개발기본계획 2022~2031

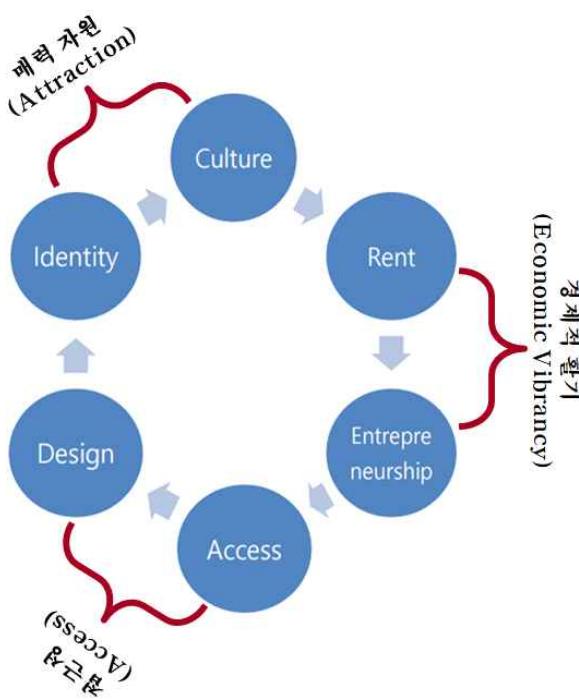
56) “...단기적으로는 높은 예술성 씬에 유인된 청년층의 활동으로 지역의 경제적 성장이 일어나지만, 이에 지가 상승이 동반되어 장기적으로는 청년 인구를 외부로 밀어내는 현상이 일어나는 것이다....” (김상현·장원호, 2016, 도시 씬(urban scene)과 지역발전, 지역사회학 제17권)

“...Perhaps we can return to a focus on how to integrate opportunities for engaging in artistic consumption and production in everyday life and channel this knowledge toward fostering more inclusive places....” (Carl GRODACH, 2016, Arts, Gentrification, and Planning for Creativity, Carolina Planning Journal : Volume 4)

주요한 세 가지 요소로 파악할 수 있음.

- 각 요소들이 반드시 단계적으로 작용하는 것도 아니며, 상호 보완적이면서도 상호 충돌적인 관계가 어떤 조건에서 발생하는지를 이해하는 것이 중요함.
- 특정 지역의 고유한 정체성(I)이 동시대 문화트렌드(C)에 부합하는 라이프스타일 비즈니스(E)로 만들어 더 많은 사람들에게 서비스 되고(A), 이를 수용하기 위한 지역의 투자로 물리적 환경이 개선(D)되는 선순환(C-READI 모델)을 상정할 수 있음.
- 반면, 매력이 만드는 경제적 활기가 지나쳐서 임대료 상승과 젠트리피케이션으로 결국 지역 정체성이 상실되고 쇠락의 길로 들어서는 경우도 많음.
- 특히 지역에서 확인된 일시적 유행문화(C)를 지역의 정체성(I)으로 홍보하면서 (주로 프렌차이즈화로 규모의 경제를 이루는) 물리적 환경개선(D)으로 더 많은 손님 끌기(A)에 집중하는 비즈니스 모델(E)에 집중한 결과 임대료 상승(R)으로 지역 활력이 지속되지 못하는 경우, 즉 반시계 방향으로 전개되는 악순환을 경계해야 함.

[그림 II-16] 지역에서 문화가 개입한 활력의 순환과 세 가지 핵심 요소 : C-READI 모델



<출처 : 모종린(2019) 재구성⁵⁷⁾

○ 지역의 특성과 맥락, 민간 영역의 역할을 고려하여, 공공주체의 적절한 역할 찾기

- 문화인프라, 국제적 네트워크, 구매력 높은 시장까지 갖춘 대도시와 그렇지 못한 지방 소도시의 서로 다른 맥락에 따른 이해와 정책기획이 중요함.
- 특정 지역의 매력과 활력은 민간, 시장영역에서, 특히 인터넷으로 연결된, 가볍게 떠도는 것들이 모여서 발현되는 현상으로서, 정형화된 공공정책으로 만들어 내기 어려운 측면이 있음.

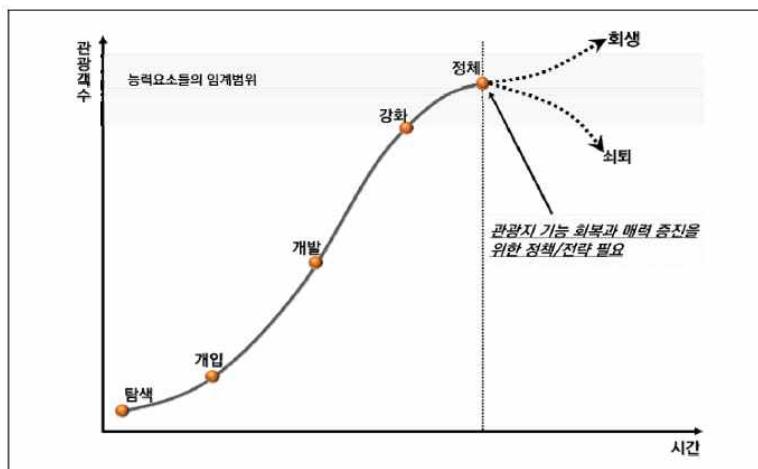
57) 모종린, 2019, Creative City and Region-Centered Growth, CGCSE International Conference

- 공공정책 개입의 적절성과 효과성을 잘 판단하여 접근하되, 정책을 기획하는 과정에서는 공공이 개입하지 못하는 민간영역의 활동과 우연히 발생하는 사회현상까지도 면밀히 관찰하여 이해하고 정책에 반영해야 함.
- 면밀한 관찰에 근거한 사회변화에 대한 이해를 토대로 민간 주체들의 활동을 지원, 행동변화를 유도(Nudge)하는 공공정책의 역할이 필요함.

○ 문화와 지역의 매력 생멸 현상을 마케팅 관점에서 파악하기

- Butler(1980)가 상품생애주기(life cycle of product) 개념을 기반으로 “관광지 생애주기모형”을 만든 것처럼(이순자 외, 2020 재인용)⁵⁸⁾, 지역의 매력이 발생하고 쇠퇴하는 단계와 매커니즘에 대한 보다 과학적인 분석과 이론 정립이 필요함.

[그림 II-17] Butler의 관광지 생애주기 모형



자료: Butler 1980, 7의 그림을 보완함.

〈출처 : 이순자 외(2020) 재인용〉

- 특히 민간 영역 행위자들의 반응이 중요한 문화와 지역의 매력 생멸 현상을 공공정책의 관점으로만 파악하지 말고 마케팅 관점으로 파악하는 것도 필요함.
- 라도삼 외(2005)⁵⁹⁾가 문화향수를 위한 문화마케팅 전략을 위해 전통적으로 상품 마케팅 전략에서 중시하던 4P 요인(Product, Price, Place, Promotion)에 문화예술 소비에 특히 중요한 3P 요인으로서 〈사람(People)〉, 〈물증(Physical evidence)〉, 〈절차(Process)〉를 추가로 제시했던 것을 지역문화매력 마케팅에도 참고할 필요가 있음.
- 위 연구를 지역문화-매력증진에 대입하면, 지역 매력의 수준을 높일 예술가와 문화기획자 지원하기, 예술작품의 관객개발에 해당하는 지역의 관계인구 개발, 지역매력 관광객 유입을 위한 접근성 인프라 개선 뿐만 아니라 직접 문화매력 체험의 매개자가 되는 인력(해설사 등)의 역량 강화 등이 정책적 과제로 도출됨.

58) 이순자 외, 2020, 지역 관광지 쇠퇴 원인 진단 및 활성화 방안 연구, 국토연구원

59) 라도삼 외, 2005, 문화향수를 위한 문화마케팅전략, 서울연구원

○ 도시공간과 사회의 변화를 이해하는 폭 넓은 이론자원 활용하기

- 관광지로서뿐만 아니라 거주지로서 지역 매력의 생멸을 파악하려면 도시공간의 변화와 그 안으로 사람을 유인하는 매력요인을 장기간에 걸쳐 관찰하고 해석하는 이론이 필요한데, “도시씬 이론(Urban Scene Theory)” 등을 참고할 필요가 있음.
- 2016년 Silver&Clark가 〈Scenesapes: How Qualities of Place Shape Social Life〉로 정립한 도시씬 이론(Urban Scene Theory)은 지역의 어메니티들을 파악하여 그 지역의 문화적 특징을 유형화 및 계량화하여 지속적으로 관측하고 변화를 이해함.
- “엔터테인먼트 기구로서 도시 : The City as an Entertainment Machine”(Terry Clark, 2013)⁶⁰⁾를 바라보는 도시 이론에서는 어메니티 요소가 전문가, 고학력, 젊은이들을 유인하고 그에 따라 도시가 발달한다고 주장했음.
- 도시 공간의 문화적 역량을 강화하여 다양한 시민들을 끌어모으기 위해서는 사람들이 선호하는 도시씬의 조합을 고려한 지역 매력-활력 만들기 시책이 필요함(김상현, 2024⁶¹⁾).

[표 II-22] 도시 씬(Urban Scene)의 구성 요소

정당성(목적)					연극성(표현)					진실성(정체성)				
전통주의	자기표현	카리스마	공리주의	평등주의	근리성	일탈성	과시성	화려함	격식성	지역주의	에스닉	국가주의	기업주의	합리성

〈출처 : 김상현·장원호(2016)⁶²⁾

60) Terry Clark, 2013, The City as an Entertainment Machine, Urban Studies Vol. 50, No. 4

61) 김상현, 2024, 도시씬 이론과 빅데이터를 접목한 도시공간의 특성 이해-도시씬(Scene)을 활용한 서울의 문화적 특징 파악, 서울연구원

62) 김상현·장원호, 2016, 도시 씬(urban scene)과 지역발전, 지역사회학 제17권

<참고자료-10> 서비스마케팅 믹스 요인의 예술마케팅 적용 사례

구분	요인	하위요인	예술소비에의 적용		세부 프로그램
			목표	하위요소	
전통적 4P	제품 (product)	제품특성 품질수준 악세사리 포장 품질보증 브랜드	우수한 작품수준 제공	작품수준 예술가	작품지원 해외교류 예술행사 개최
			다양한 작품 제공	예술가	예술가 보호·육성 예술활동 지원
				다양성 창작여건	창작스튜디오 운영 연습실 운영
	가격 (price)	가격수준 유연성 기간 차별화 할인 무료	예술소비확산	가격수준 가격할인	각종 할인티켓 최대권 지원
				공제/경품	문화카드제 경품제
			소비계층 확대	특수계층 지원	지정좌석제 특별 할인
	촉진 (promotion)	인적판매 광고 판매촉진 홍보	예술행사 알리기	광고·홍보 지원	광고·홍보판 설치 웹사이트 운영
			예술행사 참여유도	판매촉진 지원	타겟예약제도 시즌제
	유통 (place)	형태 노출 중간상 점포입지	예술접근성 확대	시설위치 교통여건	찾아가는 예술활동
			예술접근기회 보장	장애인·노인 등 특수계층 접근성	셔틀버스 등 접근수단 운영
추가적 3P	사람 (people)	종업원 훈련정도 고객 문화정도 커뮤니케이션	작품수준 제고	예술가 기획자	유명 예술인 영입 예술인 양성
			시설운영 효율화	시설운영자	시설운영 및 관리자 육성
			관객 개발	관객	관객개발 및 관리
	물증 (physical evidence)	시설 디자인 장비 종업원 복장	작품 수준 제고	무대, 객석 시설 및 장비	시설기준 강화
			시설 이용 제고	주차장/편의시설 안전시설	주차장 및 편의시설 설치
				종업원 복장/이미지	친절교육
	절차 (process)	활동흐름 단계 고객참여수준	관객개발	교육 경험 커뮤니케이션 커뮤니티	예술교육 프로그램 관객과의 대화 커뮤니티 운영

<출처 : 라도삼 외(2005)>

1. 명소 선정 중심의 지역활력 증진 프로젝트들 현황 분석

- (1) 분석 개요
- (2) 분석 결과

2. 문화·매력·활력 관련 정책지표 체계 비교분석을 통한 개념 정립

- (1) 분석 개요
- (2) 분석 결과

3. 정책적 시사점

- (1) 지속가능한 활력, Scale-up 된 매력자원 개발이 필요
- (2) 정책이 관심 가져야 할 지역문화 매력·활력의 개념과 요소들
- (3) 지역문화 매력·활력의 전개 메커니즘에 대한 이해에 기반한 공공의 역할 설정
- (4) 매력과 활력의 성질에 맞는 정책지표 관리 및 활용 방향 설정

Chapter III

문화가 만드는 매력과 활력을 이해하는 새로운 틀

1. 명소 선정 중심의 지역활력 증진 프로젝트들 현황 분석

(1) 분석 개요

○ 분석 목적

- 관광진흥 시책으로 진행되고 있는 명소 선정 프로젝트들의 현황 파악.
 - : 내용, 소재, 주체별 구성 등.
- 정책적 경향과 개선 필요성 파악.
 - : 기존 관광진흥 관점에서 <지역문화 매력·활력 증진>으로 전환하기 위해 추가로 관심 가져야 할 요소 파악.

○ 분석 대상

- 한국관광100선⁶³⁾ 선정지 총 682건 중 330건 (중복 선정 건을 1건으로 분석)

회차	선정기간	개수	중복선정	개수
1차	2013~2014	120 개	6회	11 개
2차	2015~2016	105 개	5회	25 개
3차	2017~2018	112 개	4회	22 개
4차	2019~2020	108 개	3회	35 개
5차	2021~2022	111 개	2회	61 개
6차	2023~2024	126 개	1회	176 개
총계		682 개	총 선정 건	330 개

* 연계된 지역이 1개의 선정지로 지정된 경우 분류하여 카운트 함
 예시 1) 1개의 선정지 - 인천차이나타운, 개항장문화지구, 송월동 동화마을
 예시 2) 1개의 선정지 - 울릉도, 대풍감, 독도

- 로컬100선⁶⁴⁾ 선정지 100건.(2023 선정목록 기준)

63) 문화체육관광부와 한국관광공사에서 2년 주기로 후년과 후후년의 한국 대표 관광지 100곳을 선정하는 사업.

2012년부터 2013-2014 선정 자료를 발표하면서 시작되었음. 직접 선정된 관광지 평가, 지자체 추천, 빅데이터 분석, 서면평가, 현장평가 등을 분석한 후 최종선정위원회 심의를 거쳐 선정됨. 선정된 관광지는 여행박람회, 홍보여행, 지도 및 기념품 배포 등 관광사업에 있어서 우대 혜택이 주어짐. 정확히 관광지가 100개인 것은 아니고 몇몇 관광지는 2~3개 묶어서 선정하기도 함.

64) 문화정책 우수사례 포상을 넘어 지역문화매력을 적극적으로 빌굴·홍보·확산하여 지역발전 선도에 기여하고, 지자체 및 민간기업과 협업하여 국민들에게 매력적인 로컬문화를 홍보하기 위해 선정한 지역문화 매력 100선

○ 분석 내용 및 방법

- 본 연구의 목적에 맞게 지역에서 나타나는 활력요소와 이에 사용된 매력자원 분석 틀 제시.
(아래 분석 기준 참조)
 - 일관성 있는 선택 기준으로서 각 요소에 해당하는 사례들 공유 : 그림 III-1, 그림 III-3 참조.
- 3인의 연구진들이 각 선정지 별로 추구하는 <활력 요소>와 사용된 <매력자원> 매핑.
 - 선정지 소개자료, 선정지 관련 언론보도, 인터넷 소개글 등 확인.
 - 연구진들이 각 선정지가 분석 틀의 항목에 해당할 경우 코딩. (각 요소별 증복 체크)
 - 연구진들의 코딩 결과 비교하여 조정.
 - 최종 코딩 자료 확보.
- <한국관광100> 선정지와 <로컬100> 선정지의 특징 비교.
- <지역문화 매력·활력 증진> 정책에 대한 시사점 분석.

○ 분석 기준 1. 활력의 양상

- 지역에서 나타나는 활력 현상을 <방문자의 성격> × <활동유형>으로 매핑함.
- <활동 유형>은 온라인부터 오프라인까지 활력을 만드는 사람들의 다양한 활동들을 구분함.

활동 유형	온라인 활동	뉴스	유통	관광	스포츠	예술	문화	관계	휴양	교육	생업	주거
세부 요소	콘텐츠소비 댓글, 평가	사전사고, 특이현상	유원지 방문, 야행	관광, 여행	유명인, 관람, 체험, 참여	체험참여, 문화전수	친지방문, 행사참여		요양, 의료관광, 나들이	통학, 유학	1차산업, 2~3차산업, 직장출퇴근, 출장	장기거주, 일시거주

- <방문자의 성격>은 활력의 주체가 되는 방문자들의 다양한 유형을 구분함.
: 웹사용자⁶⁵⁾, 호사가⁶⁶⁾, 관광객, 생활인구, 관계인구, 주민. (체류 시간순으로 배치)
- 한국관광100 및 로컬100 선정지가 주로 소구하는 방문객과 활동 양상을 매핑함.

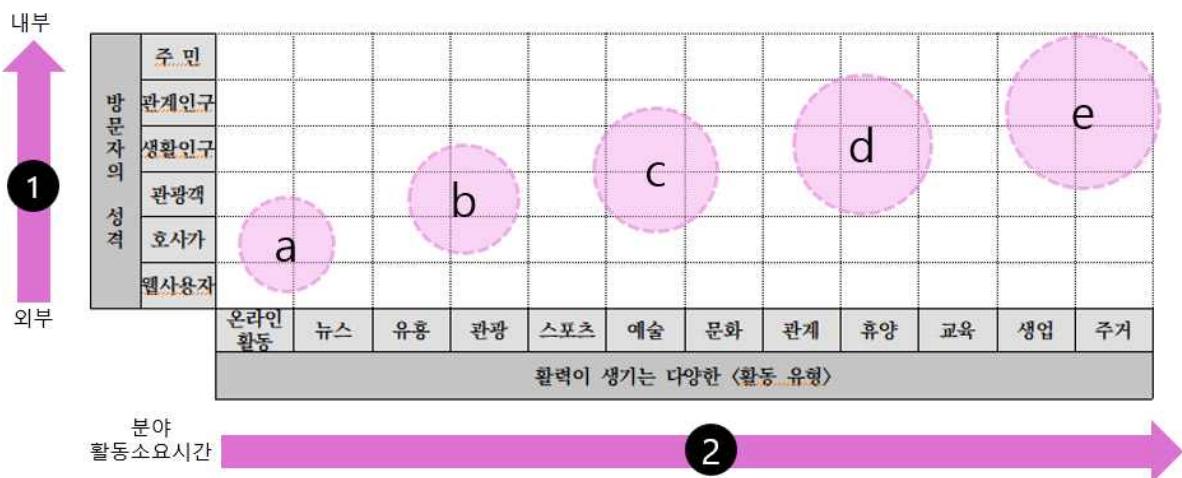
65) 온라인을 통하여 지역의 콘텐츠를 가공 활용하는 행태의 활동을 함

66) 사람들 사이에 일어나는 흥밋거리를 일삼아 쪓는 사람. 예) 인플루언서

[그림 III-1] <활력의 양상> 분석 기준 및 해당 사례

	주민				체육시설 이용자	생활예술 동호회	문화시설 이용자			학령기 인구	농어촌주민, 로컬 크리에이터	주민
방문자의 성격 (체류 시간 순)	관계인구			카페 이용자 관광업 종사자	관광업 종사자	레지던스 예술가	지역문화 크리에이터	요양시설 종사자	유학생	출장자	주민부부	
	생활인구			힙플레이스 순례자 동호회 여행객	동호회 여행객	e-스포츠 참가자	공연전시 관람객 축제지원 봉사자, 전통문화 전수자	전통축제 참가자, 구성객	인근지역 주민들이 맥 요양설 이용자	졸업생 동문	동그라미인 유카페 참가자	교현학생, 명예시민
	관광객			유원지 향락객 관광객	관광객	축제관광객	축제참가자	의료관광객				
	호사가	인플루언서	극성 유튜버 별점 평가단			비평가	축제평가자				정보 큐레이터, 특선샵MD	
	웹사용자	웹방문객			e-스포츠 관람자 온라인 관람자						민원서비스 이용자	
	온라인 활동	뉴스	유흥	관광	스포츠	예술	문화	관계	휴양	교육	생업	주거
	콘텐츠소비 댓글, 평가	사건사고 특이현상	유원지 방문, 여행	관광, 여행	유명인 관람, 체험, 참여	체험참여, 문화전수	친자방문, 행사참여	요양, 의료관광, 나들이	통학, 유학	1차산업 2~3차산업, 직장출퇴근, 출장	장기거주, 일시거주	
활력이 생기는 다양한 <활동 유형>												
(활동 소요시간 순)→												

[그림 III-2] <활력의 양상> 분석기준 이해하기



- ① 외부 방문객 → 내부 거주자로 활력 주체들의 체류 시간 증가
- ② 일시적 관심 → 관광 및 유흥 목적의 일시적 방문 → 교육, 휴양 등 장기적 관계 맺기 → 주거 등 관련 활동 시간의 증가.
- 이 두 가지 요소가 조합된 활력의 양상은 크게 다섯 가지 영역으로 그룹핑 될 수 있음
 - a. 외부에서 온라인과 뉴스를 통하여 지역을 소개 또는 간접체험하는 활기
 - b. 관광을 목적으로 지역을 방문하는 관광객이 유입을 통한 활기
 - c. 문화와 예술을 즐기는 관광객과 관계인구를 통한 활기
 - d. 교육과 휴양 등 기능적 목적으로 방문하는 생활인구와 관계인구가 만드는 활기
 - e. 생업과 거주 등 장기 거주민들이 만드는 활기

○ 분석 기준 2. 매력 자원

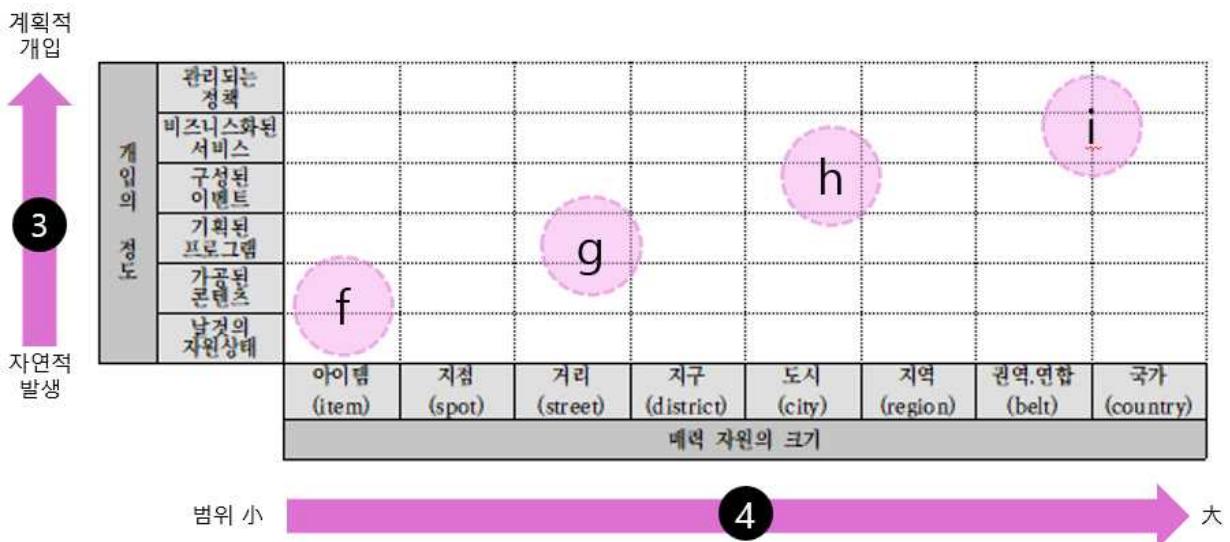
- 선정된 명소들이 주로 활용하는 매력요소를 <매력자원의 크기> × <개입의 정도>로 매핑함.
- <매력 자원의 크기>는 사용된 매력자원의 물리적 크기나 핵심적인 매력요소의 개념적 크기를 단일 아이템부터 지역을 가로지르는 자연환경, 국가 단위 규모의 문화자원 등으로 구분함.
 - : 아이템, 지점, 거리, 지구, 도시, 지역, 권역·연합, 국가.
- <개입의 정도>는 자연상태 그대로의 자원에서부터 문화기획 또는 정책적 개입으로 개발된 자원의 상태를 구분함.
 - : 날것의 자원상태, 가공된 콘텐츠, 기획된 프로그램, 구성된 이벤트, 비즈니스화된 서비스, 관리되는 정책.
- 한국관광100 및 로컬100 선정지가 주로 활용하고 홍보하는 <매력 자원>의 크기와 개입의 정도를 매핑함.

[그림 III-3] <매력 자원> 분석 기준 및 해당 사례

범례 : *표시는 민간주도 영역

개입의 정도 (복잡도 순)	관리되는 정책	무형/유형문화재	천연기념물	문화의 거리, 관광지 자정	문화자구, 관광특구, 관광단지, 특화문화, 클러스터	문화도시, 유럽문화수도, 도시홍보대사	국립공원	5대 메가관광권, 명예시민증	관광개발기본계획, 출입국관리, 한국관광홍보대사
	비즈니스화된 서비스	여행추천 플랫폼*, 페리지 여행상품*	체인화된 카페*, 관광서비스시설*	골목상권브랜딩, 소평을 개발	관광안내서비스, 한복코스튬대여*	로컬매거진*, 꾸러미 배袋子*, 고향사랑 기본집례품	테마열차	광역대중교통, 공유카서비스*	글로벌숙박체인*, 베네카야
구성된 이벤트	문화체험 프로그램, 이미시브시티*	문화시설운영, 관광인프라구축, 포토존	골목상권활성화	OO마을 (한옥마을, 민속마을,..)	OO시 방문의 해 프로모션	OO길 (올레, 둘레길...)	테마순례길, 지역연계축제, 지역간 문화교류	한국방문의 해 프로모션	
기획된 프로그램	전통축제	각종체험캠프	거리축제	문화관광축제	도시대표축제			유네스코 문화유산 공동축제	코리아 그랜드세일*
가공된 콘텐츠	음식(레시피)*, 드라마 등 창작콘텐츠*, 웹 정보콘텐츠*	취향정보 큐레이션 (미술링기어드 등)*, 여행기어드	O리단길*, 힙플레이스 소개 글들*	OO해설사	도시관광 정보서비스, 신정형 정보프로그램, (로컬100, 관광100선, 범퍼곡곡100선 등)			유네스코 문화유산 공동등재	한국관광공사 외국인대상 정보서비스
날것의 자원상태	전통문화, 장인 유명인*, 특산물*, 라이프스타일*, 인기영업지원*	유명 카페, 음식점*, 유명건축물*, 전통건축물, 역사유산, 자연환경	먹자골목, 골동품거리	전통시장	도시 정체성과 이미지	독특한 자연자원	공통의 문화유산		
	아이템 (item)	지점 (spot)	거리 (street)	지구 (district)	도시 (city)	지역 (region)	권역·연합 (belt)	국가 (country)	
매력 자원의 크기									
(크기 순) →									

[그림 III-4] <매력자원> 분석 이해하기



- 개입의 정도와 매력자원 크기의 증가가 반드시 정(正)의 상관관계를 보이는 것은 아니지만 대체로 아래와 같이 네 영역으로 그룹핑 됨.
 - f. 산, 들, 호수 등 자연환경 등 작은 규모의 자원을 날것 그대로 활용하는 경우.
 - g. 도시의 일정 구역을 축제, 거리 만들기 등 문화기획 대상으로 활용하는 경우.
 - h. 도시마케팅, 문화도시 선정 등 도시 전체를 매력요소로 활용하는 경우.
 - i. 국립공원, 연결되는 길, 유네스코 문화유산 등 한 지역을 넘어서는 단위로 활용되는 매력.

(2) 분석 결과

1) 활력의 양상

- 〈활동 유형〉 × 〈방문자의 성격〉 코딩 결과⁶⁷⁾

[그림 III-5] 한국관광100 선정지들(총 330건)이 주로 추구하는 활력 양상



[그림 III-6] 로컬100 선정지들(총 100건)이 주로 추구하는 활력 양상



- 〈한국관광100선〉과 〈로컬100〉이 주로 추구하는 〈활력의 양상〉 비교

- 〈한국관광100선〉이 〈로컬100선〉 보다 주민, 관계인구, 생활인구에 비하여 체류와 활동 시간이 적은 관광객과 호사가들이 만드는 활력에 더 많이 소구하는 양상이 확인되는데, 이는 관광마케팅에 좀 더 집중된 프로그램이어서 당연한 결과로 보임.
- 반면 〈로컬100선〉이 예술, 문화, 관계 활동 등 주로 관계인구들을 공략하는 부분과 교육 등 생활인구를 소구하는 측면이 〈한국관광100선〉 보다 강한 점은, 이 프로그램이 애초에 관광진흥보다 지역문화 매력찾기 정책의 일환으로 시작된 배경과 함께 향후 차별화의 방향 및 발전 가능성을 시사함.

67) 코딩의 결과는 연구진들 간의 교차 검증을 거쳤지만 객관적 자료에 근거한 평가가 아니고 연구진의 주관적 판단 결과이므로, 이를 정량적으로 해석하는 것은 부적절함. 각 요소별로 상대적인 분포도를 파악하여 각각 한국관광100과 로컬100 선정 지점들 사이의 차이를 비교하고, 전반적인 개선의 방향을 제시하는 용도로 활용함. 시론적으로 제시된 분석틀의 적절성에 대한 추가 검토도 필요함. 세부 항목별 막대그래프의 의미는 해당 그래프 안에서의 상대적 분포를 나타내는 것이지 분석 사례 모수가 각각 330(한국관광100선)과 100(로컬100선)으로 다른 두 집단을 상대적으로 비교하는 것은 적절하지 않다는 점을 고려할 필요가 있음.

- 반면 주민과 생활인구의 생업이나 거주와 관련된 활력의 양상이 <한국관광100>이 더 강한 측면은 관광이 지역에서 비즈니스화된 측면을 반영하는데, <로컬100>이 지역주민과 좀 더 밀착되고 생활 속 지역문화 체험으로 확장될 필요성을 시사하기도 함.

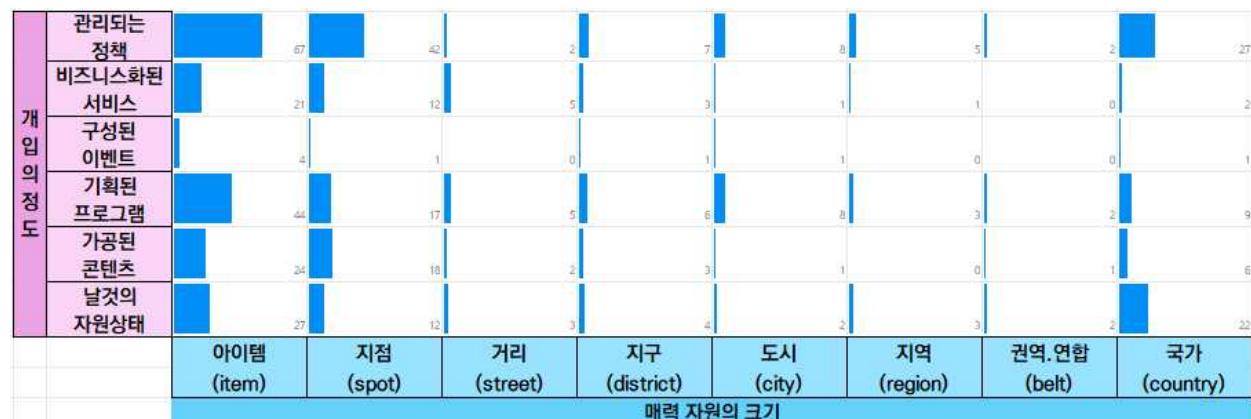
2) 매력 자원

- <매력자원의 크기> × <개입의 정도> 코딩 결과

[그림 III-7] 한국관광100 선정지들(총 330건)이 주로 활용하는 매력 자원들



[그림 III-8] 로컬100 선정지들(총 100건)이 주로 활용하는 매력 자원들

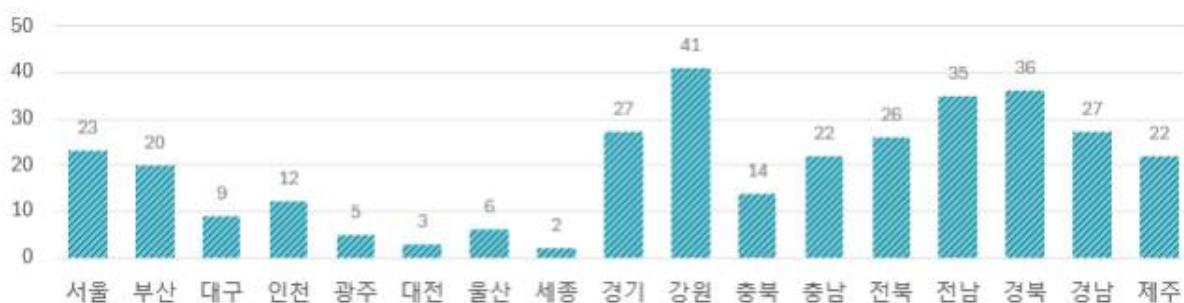


- <한국관광100선>과 <로컬100>이 주로 활용하는 <매력 자원> 비교

- 두 경우 모두 <아이템>과 <지점> 수준의 크기의 매력자원을 활용하는 것으로 확인됨. 그나마 <한국관광100>이 지역 수준의 매력자원을 활용하고 있는 것은 국립공원 등 여러 지자체에 연하는 자연요소를 활용하기 때문임.
- 반면 <로컬100>이 국가 규모의 매력자원을 활용하는 것은 유네스코 문화유산, 무형문화재 등 지역 범위를 넘어서는 매력자원을 활용하는 경우임.
- 두 경우 모두 인접 지자체 간 협력과 창의적 기획을 통해 지역, 권역 단위의 매력자원 개발의 필요성을 시사함.

- OO단길 등 소위 힙한 거리들이 관광명소로 소개되는데 비해 <문화의 거리>, <문화지구> 등이 <로컬100>으로 선정된 비율이 적은 것은 결국 지역에서 도시공간을 대상으로 한 문화기획력이 부족함을 시사함.
- <한국관광100>이 <로컬100>에 비해 <날것의 자원 상태>와 <비즈니스화 된 서비스> 수준의 개입 상태가 상대적으로 많고, <기획된 프로그램>, <관리되는 정책> 수준의 개입은 반대로 <로컬100>이 많음.
- 이는 국립공원 등 자연환경을 더 많이 이용하고 좀 더 산업화된 관광업의 특성을 보여주는 것임. 이는 한국관광100의 지역적 분포가 주로 서울, 부산, 대구 보다 강원, 경기 등 광역도에 치중된 점과 일맥 상통함.
- 다만 로컬100의 경우 경기, 강원 지역이 한국관광100과 같이 가장 많은 빈도를 보이는 것은, 아직 문화유산을 날 것 그대로 활용하는 선정지의 비율이 높은 점을 반영하지만, 상대적으로 축제 등 문화기획적 개입으로 개발된 문화매력 자원을 선정하는 점을 고려하면 충남, 충북, 전남 등지의 로컬100선 비율이 상대적으로 축소되는 경향은 문화자원을 개발할 문화기획적 역량의 부족으로 해석할 여지가 있음.

[그림 III-9] 한국관광100 선정지들(총 330건)의 지역별 분포



[그림 III-10] 로컬100 선정지들(총 100건)의 지역별 분포



- 서우석(2024)⁶⁸⁾은 로컬100과 한국관광100의 차별성이 필요함을 주장하면서, 같은 아이템을 지정하더라도 한국관광100이 공간, 로컬100은 해당 지역에서의 축제 등 이벤트를 선정한 점을 유사성으로 분석하였는데, 이는 이번 분석 결과와 일치됨.
- 그런데 이 점은 차별화의 필요성으로 인식될 수도 있고, 로컬100이 좀 더 문화기획적 접근을 하고 있는 현실로 파악하여 향후 차별화 방향성으로 인식할 필요도 있음.

로컬100선의 한국관광100선과 차별성과 전망 중

- 한국관광 100선 문화 관광 자원과 로컬100 유사성 존재
- 로컬100과 한국관광 100선의 중복 선정은 없는 상황에서 두 가지 유형 존재
- 유형1. 한국관광 100선은 공간, 로컬100은 이벤트
 - 강릉커피거리 – 강릉커피축제, 서산해미읍성- 서산해미읍성 축제
- 유형2. 한국관광 100선은 국가 차원의 선정, 로컬100은 지역 차원의 선정
 - 상대적 중요성과 인지도의 차이 존재
 - 임진각과 파주 DMZ vs 고성 DMZ 평화의 길, 부산 감천문화마을 vs 호천문화마을, 불교 사 석굴암 vs 미륵사지
 - 국가지정문화재 vs 지방문화재의 관계와 유사한 해석 가능성
- 로컬100의 정체성 명확화 안 되면, 한국관광 100선의 후보군 정도로 인식 가능
- 지역발전 관점에서 관광정책과 지역문화정책의 관계 위계화로 발전 가능 – 지역문화의 가치에 대한 인식 저하 위험

〈출처 : 서우석(2024)〉

68) 서우석, 2024, 문화매력명소선정, 지역발전전략으로충분한가?, 2024년 한국지역문화학회 춘계학술대회 발표자료 (2024.5.24., 부산)

2. 문화-매력-활력 관련 정책지표 체계 비교분석을 통한 개념 정립

(1) 분석 개요

○ 분석목적

- 정책지표체계는 효과적인 정책관리 수단으로 도입되는데, 그 구성 체계와 사용된 세부지표 항목, 개념 정의에서 정책 대상을 바라보는 시각과 달성 목표 지향점이 나타남.
- 그동안 분절적으로 이루어진 지역개발, 문화, 관광 정책의 영역별 관점의 차이를 관련 지표체계를 통해 확인하고자 함.
- 각 지표 체계 안에서 문화, 매력, 활력의 개념과 요소들이 어떻게 정의되고 활용되며, 특히 ‘문화’가 개별 정책영역에서 차지하는 위상과 역할은 어떠한지 살펴보고자 함.
- 이를 통해 지역문화 매력·활력 증진 정책이 공유해야 할 개념을 정립하고 향후 정책성과 관리의 틀을 구성하는데 기여하고자 함.
- 또한, 최근 빅데이터 분석 등 새로운 지표와 관리방식을 파악하여 보다 적절한 지표관리 방향성을 제시하고자 함.

○ 분석대상

- 국내·외에서 개발된 지역개발, 문화, 관광 정책 관련 11개의 대표적인 지표체계
- 지표관리의 차이점을 파악하기 위하여 민간영역 사례도 일부 포함함.
 - 국내 사례 5건 : 국가문화지수(양혜원 외, 2023), 지역 문화종합지수(한국문화관광연구원, 2022), 지역 활력 지수(국토연구원, 2022), 지역관광발전지수(문화체육관광부, 2023) 및 지역관광 활성화 지수(한국관광공사, 2024)
 - 국외 사례 3건 : 관광발전지수(WEP, 2021), 문화 및 창조도시 모니터(European Commission, 2023), OECD 국가매력지수(OECD, 2022)
 - 민간 부문 3건 : 창의적 발자국(VibeLab), World City Vitality Index(BOP, 2023), ACI(Urban Institute, 2006)

○ 비교분석 내용

- 지표체계의 목적 및 관점의 차이
- 세부지표요소 및 특징
- 지표에 사용된 <문화> <매력> <활력>의 개념 정의
 - 지표체계 안에서 <문화> 요소에 대한 인식의 이해
 - <문화> <매력> <활력> 간의 관계 인식
- 시각화 및 활용 방식

[표 III-1] 11개의 분석 대상 지표체계들

구분	지표체계	발표기관	분석대상 문헌
국내	국가문화지수 (Global Culture Index)	한국문화관광연구원	『지속가능한 문화매력국가를 위한 국가문화지수 개발 연구』(양혜원 외, 2023)
	지역 문화종합지수	문화체육관광부	『2020년 기준 지역문화실태조사 및 분석연구-현황통계분석 제1권』(한국문화관광연구원, 2022).
	지역 활력 지수 (Vitality Index)	국토연구원	『지역경제 모니터링을 위한 지역활력지수(Vitality Index) 개발 및 활용방안』(이영주 외, 국토연구원, 2022)
	지역관광발전지수	문화체육관광부	『지역관광발전지수 표준모델 개선방안 연구』(문화체육관광부, 2023)
	지역관광활성화지수	한국관광공사	『지역 관광활성화 진단도구 및 시각화 서비스 강화』(한국관광공사, 2024)
국외	관광발전지수 (TTDI : Travel Tourism Development Index)	세계경제포럼 (World Economic Forum)	『Travel Tourism Development Index 2021-Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Insight Report』(WEF, 2021)
	유럽연합 문화 및 창의도시 모니터 (Cultural and Creative Cities Monitor)	유럽위원회 (European Commission)	『Cultural creative cities monitor』(European Commission, 2023)
	OECD 국가매력지수	OECD	『Measuring the attractiveness of regions』(OECD, 2022)
기타 참조 (민간)	World City Vitality Index	BOP 컨설팅 (영국, WCCF 지원)	『World Cities Vitality Report』(BOP Consulting, 2023)
	ACI (Arts and Culture Indicators)	Urban Institute (미국, 롤펠러재단 지원)	『Measuring Cultural Vitality in Communities (Arts and Culture Indicators Project (ACIP))』(The Urban Institute, 2006)
	창조적 발자국 (Creative Footprint)	VibeLab	『Creative Footprint』(VibeLab, 2023)

(2) 분석 결과

1) 지표체계들의 목적에 따른 문화에 대한 관점과 관심도 차이

○ 정책영역에 따라 문화를 <목표>로 추구하거나 <수단>으로 활용하는 관점의 차이를 보여줌

- 지표를 관리하는 정책적 관점에 따라 문화, 관광, 사회 등의 요소는 <수단-목적> 측면에서 서로 다르게 인식함.
- 관광, 경제정책에서 문화요소는 관광, 경제적 활성화를 이끄는 매력적인 <수단>으로 사용되는 반면, 문화정책에서는 문화 그 자체가 정책의 <목적>으로 설정됨.
- 국가문화지수와 지역 문화종합지수는 분석의 층위는 다르지만, 국가 또는 지역의 문화적 잠재력과 현황을 진단하고, 비교·평가를 위한 측정을 통하여 문화의 활성화 자체에 목적을 두고 있음.
- 반면, 유럽연합 문화 및 창조도시 모니터, World City Vitality Index, 창조적 발자국은 지역사회, 경제 활성화의 <수단>으로서 문화의 역할을 강조하고 있음.
- 특히 유럽연합 창조도시 모니터와 World City Vitality Index는 도시의 경제적, 사회적 활력을 견인할 요소로써 문화의 수단적 가치를 높게 평가하며, 지속 가능하며 성공적인 도시를 위해 문화적 투자를 강조함.
- <목표-수단>의 도치 현상은 매력과 활력에서도 확인됨. 가령, 국가문화지수에서 사용하는 매력도(attractiveness)는 “지속 가능한 매력 국가”가 달성해야 할 “목표”로 인식되는 반면, 관광발전지수에서 사용되는 매력(attractiveness)은 attraction과 같은 의미로 사용되어, 주로 관광객 유치의 “수단”에 해당하는 “요소”로 해석됨.

○ 세부지표에서도 분절된 정책들의 관점 차이가 확인됨

- 세부지표들을 살펴보면 기존의 정책별로 집중해 온 요소의 차이를 확인할 수 있음. 이는 각 부처의 정책이 지향하는 목표가 다르므로 당연한 결과임.
- 하지만 정책부처들이 각자의 본질적 목표 달성을 필요한 중요 자원에 대해 서로 이해가 부족한 점을 지적할 수 있음. 기존 문화정책에서는 지역 활력에 관한 관심이 부족했고, 경제 및 인구정책에서는 문화의 다양한 가능성에 대한 인식이 부족함이 드러남.
- 지금까지 문화-경제 두 영역을 엮어 주는 정책영역이 “관광”이었지만, 관광정책은 외부 방문객을 끌어오는 데만 관심 있을 뿐, 그 활동에 쓰일 ‘매력’을 만드는 문화자원에 대한 이해가 부족한 것을 지표를 통해서도 확인할 수 있었음.

○ 경제, 관광 지표들이 지역발전의 새로운 동력으로서 사회적, 문화적 지표 요소를 확대하는 추세

- 경제, 관광 관련 지표는 여전히 경제적 요소에 집중되어 있지만 지역 경제발전의 원동력으로서 사회적, 문화적 지표를 확대하거나 변화하는 환경에 대응하여 지속 가능한 지역발전을 위해 사회적, 문화적 지표 확대에 관심을 가지는 경향이 확인됨.

- 지역관광활성화지수는 간접적으로 지역관광경제에 영향을 미칠 수 있는 사회적, 문화적 요소를 포함함.
- 한편, 지역관광발전지수(TTDI)는 2021년부터 코로나-19의 영향으로 변화된 글로벌 정세를 반영하여 회복탄력성과 지속가능성을 평가하기 위한 사회적 지표를 확대함.
- OECD 국가매력지수는 사회적 불평등과 같은 국제문제의 대응책으로 지역 개발과 인적자본 투자를 위한 지역 매력 측정의 필요성을 강조함.

[표 III-2] 문화-매력-활력 관련 지표체계들의 목적

구분	지표체계	분석 대상	지표체계 목적	정책 영역
국내	국가문화지수 (Global Culture Index)	국가	<ul style="list-style-type: none"> · 주요 국가의 문화적 잠재력 진단 및 비교 가능한 측정 도구의 개발 · 한국의 문화적 강점과 약점을 파악하여 향후 문화정책의 방향성 제시 	문화
	지역 문화종합지수	228개 시·군·구	<ul style="list-style-type: none"> · 지역 문화의 발전현황과 문화 격차 수준, 지역별 변화 추이를 파악할 수 있는 측정 도구의 개발 	문화
	지역 활력 지수 (Vitality Index)	시군구/ 읍면동	<ul style="list-style-type: none"> · 지역의 생산 및 소비 활동을 중심으로 지역 경제의 상태와 변화상을 지속적으로 모니터링 할 수 있는 측정 도구의 개발 	경제
	지역관광발전지수	17개 광역시·도, 152개 시·군	<ul style="list-style-type: none"> · 지역의 변화된 관광 여건을 반영(관광기반시설, 관광객 수, 정책적 노력 등)하여 객관적이고 현실적인 지역의 관광발전 수준을 제시할 수 있는 측정 도구 개발 	관광
	지역관광활성화지수	250개 시·군·구	<ul style="list-style-type: none"> · 관광 빅데이터(신용카드, 이동통신, 내비게이션)를 활용하여 시군구별 방문객의 관광 관련 활동을 통해 관광 활성화 정도를 측정하기 위한 도구의 개발 	관광
국외	관광발전지수 (TTDI)	국가 (117개국)	<ul style="list-style-type: none"> · 세계 경제 발전을 위한 관광산업의 중요성을 알리고, 관광산업(T&T) 부문의 지속 가능하고 회복력 있는 개발을 촉진하기 위한 지표를 제시 	경제
	유럽연합 문화 및 창의도시 모니터 (Cultural and Creative Cities Monitor)	유럽 문화수도, 유네스코 창의 도시, 최소 2회 이상 국제 문화축제를 정기적으로 개최하는 도시	<ul style="list-style-type: none"> · 유럽 도시들이 문화와 창의성 측면에서 우수성과 개선 분야를 비교, 대조할 수 있는 모니터링 도구의 개발 	문화
	OECD 국가매력지수	OECD 국가	<ul style="list-style-type: none"> · 변화하는 글로벌 문제와 국가 간 불평등 문제를 해소할 수단으로써 지역 개발과 인적자본의 중요성에 주목하고, 국가별 지역별 매력을 측정하여 지속 가능한 투자를 촉진하기 위한 측정 도구의 개발 	경제
기타 참조 (민간)	World City Vitality Index	250개 세계도시	<ul style="list-style-type: none"> · 도시의 활력을 강화하는 데 문화의 역할을 탐구하고, 문화적 활력이 도시의 경제적, 사회적 발전에 어떻게 기여 하는지 분석하기 위한 측정 도구의 개발 	문화
	ACI (Arts and Culture Indicators)	10개 미국 대도시	<ul style="list-style-type: none"> · 지역사회의 문화적 활력을 측정하기 위한 개념적 프레임워크의 제공 	문화
	창조적 발자국 (Creative Footprint)	도시 (국가별)	<ul style="list-style-type: none"> · 도시의 음악과 야간문화의 문화적 가치를 조사하기 위해 도시의 창의적인 공간과 인력, 커뮤니티를 중심으로 조사하는 빅데이터 기반 측정 도구의 개발 	문화

2) 11개 지표체계에 사용된 문화, 매력, 활력의 개념과 표현들

○ 면밀한 개념 정의 없이 사용되어, 해당 지표와 맥락 속에서 사용된 개념 파악 필요

- 지표체계에서 <문화>, <매력>, <활력>과 같이 일상적으로 사용되는 용어들의 개념을 엄정하게 정의하여 사용하지 않고 있음.
- 지표체계를 개발한 연구보고서에서의 연구배경 설명과 지표체계의 대/중 항목 분류, 이에 속하는 세부지표 항목들에서 해당 지표체계에서 <문화>, <매력>, <활력>의 개념을 어떻게 활용하고 있는지를 파악할 수 있음.

○ 문화정책 지표는 <문화>를 예술보다 확대하여 파악하고, 주로 <규모>보다 <내용>에 초점을 두어 계측

- 지역사회의 문화적 활력 지수(Urban Institute, 2006)는 기존에 도시경쟁력을 평가하기 위한 Ranking System에서 주로 정의해오던 <문화=예술> 식의 정의에서 탈피하여, 문화 그 자체, 문화참여의 기회, 그리고 지역사회의 삶의 환경과 분위기를 포괄하는 ‘어메니티(Amenity)’까지 포함하는 개념으로 확장하는 지표를 제시함.
- 또한, 국가문화지수는 문화를 문화자원 및 활동과 그 결과로서 문화 역량으로 세분화하여 문화를 측정함.
- 그 외 문화 및 창조도시 모니터와 World City Vitality Index는 문화를 창조산업의 영역으로 확대함.

○ 경제, 관광지표에서는 <문화>를 따로 정의하지 않은 채, 경제적 활기에 도움 될 관련 인프라 규모 중심으로 파악

- 지역관광발전지수, 지역활성화지수, 관광발전지수(TTDI)는 지역발전에 영향을 미치는 요소로서 국가문화유산, 박물관, 미술관 수, 스포츠경기장 수 등을 파악하는 바, 이를 문화요소로 인식함.
- 이처럼 경제, 관광지수는 문화·예술에 대해 별도로 정의 및 구분하지 않고 있으며, 대부분 경제나 관광 활성화에 도움이 될 예술, 축제, 관광 관련 인프라 실태를 파악하는 데 치중함.

○ <이끄는 힘>을 뜻하는 매력(attractiveness, attraction)

- 매력(attraction)은 “외부자원을 유치하는(끌어당기는) 힘”의 의미로 사용됨.
- 사람들을 끌어당기기 위해 자신이 가진 가치와 매력을 발산하는 능력(appeal)을 포함하기도 함.
- 매력은 주체가 가진 내재적 가치(charm)와 그것이 밖으로 발산된 기운에 끌리는 것인데, 유용한 가치에 끌리는 경우도 있지만, 취향이나 성적 매력과 같이 합리적으로 설명할 수 없는 끌림도 있음.
- 경제정책 지수로 표현하는 매력도(Attractiveness)는 종합적인 관점에서 경제적, 문화적, 사회적 가치를 포함하여 사람들에게 긍정적인 영향을 미치는 능력을 의미하기도 하지만, 주로 경제적 요소를 유인하는 힘에 더 집중함.

○ 생명력이 넘치는 상태를 내보이는 <활기 : vibrancy>와 그 저력으로서 <활력 : vitality>

- <활력>의 개념을 따로 정의하고 있는 지수는 지역활력지수, 문화 및 창조도시모니터, World City Vitality Index, ACI이며, 그 외의 경우는 활력과 유사한 개념으로서 ‘활성화된’, ‘발전된’이라는 용어를 사용하고 있음.
- 지역 활력 지수는 <활력 : Vitality>을 지역에서 발생하는 인구, 생산, 소비 등 경제적 측면에 기여하는 활동성(mobility, Montegromery, 1998)으로 설명하며, ‘경제적으로 활발한 상태’(economically vibrant)의 개념을 지향하고 있음.
- 반면 문화적 활력(cultural vitality)을 강조한 World City Vitality Index는 활력있는 도시를 문화적으로 활기 넘치는(culturally vibrant) 공간으로 정의하고, 지속 가능한 도시 발전을 위해 문화요소의 역할이 강조되어야 한다고 주장함.
- ACI는 지속 가능한 지역사회를 위해 “문화적 활력”(cultural vitality)의 중요성을 강조하면서, 이를 예술과 문화를 창조하고(creating), 전파하며(disseminating), 가치를 부여하고 지원하는 (validating, and supporting arts) 실제 수준으로 정의하였음.
- 종합하면, <활력 : Vitality>는 특정 지역이나 공동체가 생기 넘치고 활기찬 현재의 상태를 뜻하는 <활기 : Vibrancy>를 측정하는 것에서 나아가, 어떤 긍정적인 방향으로 활성화된, 발전된 상태와 이를 건강하게 지속할 수 있는 저력을 갖춘 역량까지 포함해서 종합지수화한 것으로 이해할 수 있음.

○ <매력>과 <활력>을 유사한 개념으로 혼용하기도 함

- 매력은 주로 외부자원의 유입을 끌어들이는 힘(Attraction)으로 사용되나, 그 결과로서 나타나는 활력과 구분되기 어려운 측면도 있어서, 성공적인 지역의 모습을 ‘매력’과 ‘활력’ 넘치는 상황으로 혼용하여 묘사하기도 함.
- 여기서 특히 주목할 점은 예전의 도시경쟁력 비교 지표로서 ‘활력’의 개념이 활용되고 있고, 매우 주관적 요소인 ‘매력’이 정책지표로 언급되고 있는 현상임.
- ‘문화’, ‘매력’, ‘활력’에 대한 정책적 정의와 관심 항목이 서로 다른 것은 각 나라의 언어의 차이와 함께 영역별 정책 관점의 차이가 반영된 것이기도 함.
- 기존 지수체계에서 <매력도 : attractiveness>가 주로 경제적, 관광적 성장의 <수단>을 이끄는 개념으로 활용되는 경향성이 확인됨. 예를 들어 지역관광발전지수는 매력을 <매력도 : attractiveness>로 표기 및 사용하고 있으나, 실제 그 맥락상의 의미는 경제와 관광 발전을 위한 수단으로서의 <매력 : attraction>을 뜻하며, 박물관 수, 미술관 수 등을 세부 지표항목으로 사용하고 있음.
- 한편, OECD 국가매력지수는 <매력도 : attractiveness>을 “외부에서 인재, 투자자, 관광객을 유치하는 힘”으로 정의하고, 국가가 달성해야 할 목표로 제시하고 있음. 그동안 매력이 국가개발 차원에서 경제적 요인에만 치우쳐 설명되어 왔던 문제를 지적하고, 사회적 지표와의 통합을 강조하였음.
- 지역문화 매력·활력 정책관리에서는 지역에 내재한 고유한 문화적, 사회적 가치로서의 매력(charm)을 발굴하고, 이를 통해 외부자원을 매혹하는 힘(appeal)을 가진 매력요소(attraction)를 개발하는 종합적인 관점에서의, 즉 수단과 목적의 관점을 모두 반영한 <매력도 : attractiveness>를 지향할 필요가 있음.

○ 최근 중시되는 <매력>의 자원이 되는 <문화>

- 국가(매력)문화지수에서 설명하는 <국가매력 : National Attractiveness>이란 한 국가에 대한 총체적인 심상을 말하며, 자연환경, 경제력, 정치 요소, 전통문화, 문화·예술, 기술·산업, 국민성, 일상생활, 상품, 관광지, 스포츠 등 다양한 측면의 유무형 자원 또는 정보, 경험과 관련된 복합적인 요소들로 구성되며 오랜 시간에 걸쳐 자연스럽게 형성된 주관적인 인상임(양혜원 외, 2022).
- 즉, 국가경쟁력이 한 나라가 세계를 대상으로 경제적으로 경쟁할 수 있는 능력에 초점이 맞춰져 있다면, 국가매력은 삶의 질을 기반으로 하여 살고, 일하고, 방문할 수 있는 장소로서의 그 나라의 바람직함을 보다 종합적으로 검토하려는 데 초점이 맞춰져 있다는 점에서 차이가 있음.
- 즉 문화는 한 국가의 정체성을 구성하는 중심 요소이며, 국가매력은 이러한 문화적 요소들이 핵심적 가치로 작용하게 됨,
- 매력 가치를 지니는 문화자산들이 다른 국가의 문화적 자산들과 차별화되는 지점을 발굴하고, 국가의 긍정적 정체성과 이미지를 구성하는 문화요소를 활용하여 국가 이미지의 변별성을 확보하는 것이 국가매력 가치 제고를 위해 해결되어야 할 과제이며, 따라서 국가매력에 문화적 요소가 차지하는 위상과 역할에 대한 논의는 중요성이 높다는 점을 강조할 필요가 있음.

〈참고자료-11〉 11개 지표체계에서 문화-매력-활력을 설명하는 표현들

〈지역문화종합지수〉 (문화체육관광부, 2020) 중 “문화”

- 지역의 문화사업 중 전달체계 상 중앙정부와 지방자치단체, 유관 기관 등 공공부문이 개입하는 범위로 한정함. 즉, 지역의 문화진흥을 위해 중앙정부 및 지방자치단체가 예산을 편성하고 관여하는 ‘공공문화정책(public cultural policy)’의 영역을 지역문화지표의 기본 범위로 정함. 민간기업, 민간단체 등 민간영역에 해당하는 지역 문화사업은 영리 목적의 사업이 많으며 지역별로 확연한 격차를 보일 것으로 예상되므로 지표에서 제외

〈국가문화지수〉 (양혜원, 외 2023) 중 “매력”

- 한 국가를 떠올릴 때 사람들이 갖는 종합적인 ‘매력’은 다양한 정보를 바탕으로 연상되는 종체적인 속성들의 집합임. 이러한 매력은 강제력보다 한 국가에 대한 호감과 신뢰적 차원을 높게 하여 자발적이며 긍정적으로 타인에게 영향을 미치게하는 능력이라 할 수 있음.
- 국가매력은 역사적, 사회적인 배경을 바탕으로 형성된 복합적 산물이기에, 명확한 것보다도 비가시적인 영역이 상당 부분을 차지하기에 정책적 평가가 어려움.
- 한 국가에 대해 인지된 ‘문화매력’은 군사력, 경제활동, 행정역량과 다르게 다른 국가와 사람들에게 친화성에 영감을 주는 영향력으로 나타남.

〈지역활력지수 : Vitality Index〉 (국토연구원, 2023) 중 “도시 활력”

- 지역활력지수는 지역경제의 상태와 변화상의 지속적 모니터링을 위해 ‘해당지역에서 발생하는 인구와 소비, 생산과 관련된 활동’을 나타내는 지표로 정의
- 도시활력은 다양한 차원으로 구성, Montgomery(1998)은 좋은 장소를 만드는 요인들을 사람들의 행태, 물리적 속성, 인지 차원으로 구분하고 이를 각각 활동성(Activity), 형태(Form), 이미지(Image)로 구분하여 상호 연관성을 파악하고 있음. 활동성은 본 연구에서 측정하고자 하는 지역에서의 경제적 측면에서의 활동을 포함하며, 활력이라는 사전적 개념과도 가장 부합함. 활동성은 활력(vitality)과 다양성(diversity) 등 다양한 요인들로 구성될 수 있는데, 활력은 낮과 밤의 서로 다른 시간에 걸쳐 거리 안과 주변(보행자 흐름), 시설의 점유, 연중 문화행사와 기념행사의 수, 활발한 거리 생활의 존재, 그리고 일반적으로 장소가 살아있거나 활기차다고 느끼는 정도로 설명할 수 있음

〈World City Vitality Index: Life and Soul: Vitality Indicators for World Cities〉 (BOP Consulting) 중 “도시 활력”

- 활력은 모든 생명체에 생명을 불어넣는 상태를 뜻하며, 정신을 고양시키고 세상에 활기를 불어넣는 감각의 경험임. 문화적으로 활력이 넘치는(Culturally vibrant) 도시는 방문객을 흥분시키고 투자자를 유치하며 역동적인 경제를 육성하는 장소임.

〈Cultural and Creative Cities Monitor〉 (European Commission) 중 “문화적 활기” (Cultural Vibrancy)

- Cultural vibrancy measures the cultural ‘pulse’ of a city in terms of cultural infra-structure and participation in culture (세부지표 차원 : Cultural Venues & Facilities, Cultural Participation & Attractiveness) (문화적활력 지수는 문화인프라와 문화 참여 측면에서 도시의 문화적 역동성을 측정함)
(세부지표 차원 : 문화공간 및 시설 인프라, 문화 참여 및 매력도)

〈ACI : Cultural Vitality in Communities〉 (Urban Institute) 중 “문화적 활력” (Cultural Vitality)

- Cultural vitality is the evidence of creating, disseminating, validating, and supporting arts and culture as a dimension of everyday life in communities. (문화적 활력은 지역사회 일상생활의 한 차원으로서, 예술과 문화를 창조하고, 전파하고, 의미있게 하고, 지원하는 활동의 실제 수준임)

[표 III-3] 11개 지표체계에서 사용된 문화-매력-활력 개념 비교

구분	지표명	문화의 개념	문화의 위상	매력의 개념	활력의 개념	기타
국내	국가문화지수	<ul style="list-style-type: none"> UNESCO FCS(Framework for Cultural Statistics)에서 제시한 문화 영역(문화유산, 문화·예술, 문화콘텐츠산업)과 일부 관광부문 포함 	<ul style="list-style-type: none"> 문화는 한 국가의 정체성과 매력을 구성하는 핵심가치 	<ul style="list-style-type: none"> 매력(Attractiveness)은 다양한 정보를 바탕으로 연상되는 총체적인 속성들의 집합을 의미 국가매력(Nation Attractiveness) 이란 한 나라에 대한 총체적인 심상으로, 자연환경, 경제력, 정치 요소, 전통문화, 문화·예술, 기술·산업, 국민성, 일상생활, 상품, 관광지 등 다양한 요소로 구성 	-	-
	지역 문화종합지수	<ul style="list-style-type: none"> 지역의 문화진흥을 위해 중앙정부 및 지방자치단체가 예산을 편성하고 관여하는 공공문화정책의 영역(문화정책, 문화지원, 문화활동, 문화향유) 	<ul style="list-style-type: none"> 지역을 구성하는 핵심자원 	-	-	-
	지역활력 지수 (Vitality Index)	<ul style="list-style-type: none"> 문화는 지역 활력의 다차원적 개념으로서 지역경제, 지역자원(사람, 문화, 사업, 역사, 경관, 인프라 등), 정주 여건, 사람과 물자의 이동 등 다양한 자원을 구성하는 요소 중 하나로 정의 	<ul style="list-style-type: none"> 문화는 지역 활력(vitality)이란 지역에서 발생하는 인구와 소비, 생산과 관련된 활동을 계량적으로 측정한 것을 의미 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 활력(vitality)이란 지역에서 발생하는 인구와 소비, 생산과 관련된 활동을 계량적으로 측정한 것을 의미 	<ul style="list-style-type: none"> 활력에 대한 별도의 정의 없음 단, "도시 활력은 다양한 차원으로 구성되며, Montgomery (1998)의 좋은 장소를 만드는 요소로서 사람들의 행태, 물리적 속성, 인지 차원으로 구분하고 이를 각각 활동성(Activity), 형태(Form), 이미지(Image)로 구분하여 상호 연관성을 파악하고 있음을 검토함 	
	지역관광 발전지수	<ul style="list-style-type: none"> 지역의 관광수용력 지수를 측정하기 위한 관광자원 분포의 요소 중 하나로 포함되며, 관광객의 유입을 이끄는 매력(appeal) 자원 중 하나로 평가 	<ul style="list-style-type: none"> 관광자원을 통해 관광객이 관광 행동을 하도록 유인하는 힘으로 정의 	<ul style="list-style-type: none"> 관광자원을 통해 관광객이 관광 행동을 하도록 유인하는 힘으로 정의 	<ul style="list-style-type: none"> 기존 지표의 중분류에 지역민 관광 활력이 있었으나 지표 개선을 통해 '관광산업'으로 변경됨 	

구분	지표명	문화의 개념	문화의 위상	매력의 개념	활력의 개념	기타
국외	지역관광활성화 지수	-	<ul style="list-style-type: none"> 지역의 관광수용력지수를 측정하기 위한 관광자원 분포의 요소 중 하나로 역사문화자원에 포함 	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 관광 활성화(vitality)의 개념을 정확히 제시하고 있지는 않으나, 지역의 관광산업의 수요 및 공급을 측정하기 위해 관광산업과 자원의 특성을 종합적으로 평가한다는 점에서 경제적 측면에서의 지역의 생산, 소비, 활동의 개념으로 사용되고 있는 것으로 해석 가능
	관광발전지수 (TTDI)	-	<ul style="list-style-type: none"> 지역의 관광수요를 촉진하는 요인으로서 문화자원(세계문화 유산 수, 구전 및 무형 문화재, 대형 스포츠경기장 수, 문화 및 엔터테인먼트 관광 디지털 수요 등)으로 포함 	<ul style="list-style-type: none"> 매력(Attractiveness)은 관광경쟁력의 하위 개념으로서 관광객의 유입 및 지출 증가로 이어지는 관광상품, 서비스의 성격을 의미 	-	<ul style="list-style-type: none"> 관광발전은 국가 간 관광시장의 환경 및 여건이 국제 관광시장에서 지속적인 부가가치를 창출할 수 있는 관광생산성과 관련된 총체적인 능력인 관광경쟁력에서, 지속가능성과 회복탄력성의 개념을 포함한 개념으로서 설명됨
	유럽연합 문화 및 창의 도시 모니터 (Cultural and Creative Cities Monitor)	<ul style="list-style-type: none"> 문화(Culture)는 문화 공간 및 시설 그 자체와 문화 참여활동을 의미 	<ul style="list-style-type: none"> 문화는 문화적 활기(Cultural Vibrancy), 창조경제(Creative Economy), 환경 활성화(Enabling Environment)의 개념을 포함하며, 도시 활성화의 중요한 역할을 함 	<ul style="list-style-type: none"> 매력(Attractiveness)은 사람들을 문화생활에 참여하도록 끌어들이는 도시의 능력(Attraction)으로 정의 	<ul style="list-style-type: none"> 문화적 활력(cultural vitality) 이란 문화적 인프라 및 관련 시설의 제공, 방문객 유치 능력, 문화 참여 측면에서 도시의 문화적 활력을 측정을 의미 	
	OECD 국가매력지수	-	<ul style="list-style-type: none"> 문화는 국가매력을 구성하는 6개의 영역 중 방문객 소구력의 하위지표로서 문화 자본(cultural capital)의 개념으로 포함 문화 자본은 경제적 발자국과 고용 측면에서 중요한 역할을 하며, 경제혁신과 사회적 영역에 긍정적으로 기여 	<ul style="list-style-type: none"> OECD 국가매력지수에서 정의하는 매력은 끌어들이는 힘을 의미하며, 국가개발 차원에서 매력은 오랜 기간 경제적 요인에 국한되어 설명되어옴 	-	<ul style="list-style-type: none"> 활력에 대한 직접정의는 없으나, 하위지표 중 하나인 주민의 웰빙에 관하여, 지역의 활력(vitality)과 충격에 대한 회복력을 측정하기 위한 것이라 언급됨

구분	지표명	문화의 개념	문화의 위상	매력의 개념	활력의 개념	기타
기타 참조 (민간)	세계도시 활력리포트 (World Cities Vitality Report)	· 창조산업(Creative Cultural)을 포함하는 넓은 의미로 해석	-	-	· 문화적 활력 (cultural vitality) 이란 도시의 문화 생활, 예술, 레저, 요리, 공예 등에서 그 도시의 특성이 드러나는 것을 의 미	-
	지역사회의 문화적 활력지수 (Cultural Vitality in Communities)	· 문화(Culture)는 고급예술뿐만 아니라 일상생활에서의 예술과 문화의 활동, 참여의 개념을 포함	· 문화는 문화와 예술 그 자체의 의미를 넘어 지역사회 구성원들의 참여와 옹호, 그리고 이러한 것들이 지역 공동체에서 어떠한 의미를 지니고 발전하는지의 맥락을 포함함	-	· 문화적 활력이란 지역사회 일상생활 의 한 차원으로서, 예술과 문화를 창 조하고(creating), 전파하며dissem inating), 가치를 부여하고 지원하는 (validating, and supporting arts) 실제 수준을 의미	-
	창조적 발자국 (Creative Footprint)	· 문화는 야간에 표현되고, 경험되는 사회적이고 창의적인 밤 생활(night life)을 의미	· 야간문화(Night Culture)는 도시 활력의 강화를 가져오는 핵심 요소임	-	-	-

3) 지표 구성과 세부항목의 차이

○ 11개 지표체계의 총 459개 세부지표 항목들을 문화-매력-활력으로 구분하여 비교

- 11개 지표체계는 각각 대분류-중분류-소분류 체계 아래 총 459개의 세부지표 항목들을 포함함.
- 해당초 지표체계 구성의 목표에 따라 문화, 활력, 매력으로 명확히 정의하지 않은 지표항목들을 지역성-문화-매력-활력의 관계를 살펴보는 본 연구의 목적에 맞추어 분류하고 비교하기 위해 [표 III-4]과 같은 개념 틀(Conceptual Frame)을 설정하였음.⁶⁹⁾
- [표 III-5]는 이 개념 틀에 따라 분류한 대표적인 문화, 매력, 활력 요소의 세부 지표항목들 사례임. 이 개념 틀로 11개 지표체계의 세부 지표항목들을 비교 분석한 후 그 결과 파악되는 시사점을 반영하여 본 연구에서 적용할 지역문화 매력·활력 개념을 정립하고 정책적으로 관심 가질 항목들을 제시함.

[표 III-4] 문화-매력-활력 요소 분류 개념 틀(Conceptual Frame)

요소 구분	개념	세부 요소	관련 지표 예시
문화 요소 (Culture)	= 문화(culture) + 지역성(locality) + 삶의 환경(amenity)	문화예술 요소	문화유산, 문화시설, 문화인력, 문화참여의 기회 등
		관광·레저 요소	관광단지, 관광축제, 자연경관 및 공원 등
		사회적 요소	신뢰, 다양성, 관용, 치안, 교통, 연결성 등
		정치적 요소	정책, 예산, 홍보 등
매력 요소 (Attraction)	= 내재된 가치(charm) + 매혹하는 힘(appeal)	문화매력-평가됨	미술랭가이드, 관광**선, 가장 가보고 싶은 TOP 10, 도시경쟁력 순위 등
		문화매력-표현됨	콘텐츠의 정보 검색량, 소셜미디어 언급(태그), 만족도 등
		지역매력-평가됨	미술랭가이드, 관광**선, 가장 가보고 싶은 TOP 10, 도시경쟁력 순위 등
		지역매력-표현됨	콘텐츠의 정보 검색량, 소셜미디어 언급(태그), 만족도 등
활력 요소 (Vitality)	= 경제적 활기 (economic vibrancy) + 문화적 활기 (cultural vibrancy) + 사회적 활기 (social vibrancy)	경제적 활기	사업체 매출액, 시장점유율, 신생기업 수 등
		문화적 활기	문화시설 다양성, 문화적 상호작용의 활발함, 예술과 문화의 창의성, 창조인력의 고용률 등
		사회적 활기	활발한 사회 네트워크, 시민참여수준, 공동체의 결속력, 사회적 관용, 연결성 등

69) 이 개념 틀은 앞서 제2장에서 살펴본 바와 같이 문헌 리뷰를 통해 본 연구에 적용할 <지역-문화>, <매력>, <활력>의 개념을 설정하는 과정과 지표항목들을 여러 차례 분류하는 과정에서 재귀적으로 설정된 것임. 따라서 뒷 부분에서 정리하는 개념정리의 결론이 앞에서 데이터 분석의 틀로 사용되고 있는 점이 일부 모순적으로 보일 수 있음. 그러나 이는 정립된 이론체계가 없이 당면한 현상을 파악하기 위해 가설로서 이론 프레임을 제안하고, 이로써 데이터를 분석하여 이론을 정립하고, 다시 그 틀로 데이터를 분석하는 환류의 과정을 거치는 연구 과정으로 파악할 수 있음.

[표 III-5] 문화-매력-활력 요소별 대표적인 세부지표 항목 사례

요소 구분	문화정책 지표사례 (국가문화지수)	관광정책 지표사례 (지역관광활성화지수)	경제정책 지표사례	
			(TTDI)	(지역활력지수)
문화 요소	문화예술 요소	<ul style="list-style-type: none"> 인구 대비 예비문화예술 인력의 비율 인구 만 명당 도서관의 수 인구 만 명당 영화관의 수 등 (16개) 	<ul style="list-style-type: none"> 문화자원(축제개최 건수) 문화자원(박물관 수) 등 (2개) 	<ul style="list-style-type: none"> 세계문화유산 수 구전 및 무형 문화재 대형 스포츠경기장 수 유네스코 창의도시 수 등 (5개)
	관광레저 요소	<ul style="list-style-type: none"> 신림면적 비율 (1개) 	<ul style="list-style-type: none"> 자연자원(공원 면적) 관광서비스 인프라(숙박업 개소 수) 지역사회 경제여건(열린관광지 개소수) 등 (8개) 	<ul style="list-style-type: none"> 세계자연유산 수 알려진 생물종 수 총 보호지역 등 (4개)
	사회적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 스마트폰 이용률(%) 문화 간 관용 삶의 질 등 (4개) 	<ul style="list-style-type: none"> 안전 및 보안(범죄등급) 보건 및 위생(의사 수) ICT 준비성(공공와이파이 개수) 육상 및 교통 인프라(주차장 면적) 여행거리 (서울특별시~제주특별자치도) 환경지속가능성(미세먼지 농도) 등 (37개) 	<ul style="list-style-type: none"> 정부의 정책 안정성 확보 야간 안전성 기본적인 음용수의 사용 평균 학력 등 (78개)
	정치적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 문화재정지출(US \$) 문화 분야 주요 국제조약 비준 및 권리 이행 수준 등 (3개) 	<ul style="list-style-type: none"> 관광정책의 우선순위(관광공무원 수 비중) 가격 경쟁력(재정지립도) 등 (4개) 	<ul style="list-style-type: none"> T&T 정부지출 비자 요건 금융재정 개방도 연료 가격 수준 등 (14개)
매력 요소	문화 매력-평가	<ul style="list-style-type: none"> UNESCO 세계유산(문화유산, 자연유산, 복합유산) 등재 점수(점) (11개) 세계 100대 미술관에 포함된 미술관의 수 등 (11개) 	-	-
	문화 매력-표현	-	<ul style="list-style-type: none"> 문화자원 수요(네비게이션 문화관광유형 검색량) (1개) 	<ul style="list-style-type: none"> 문화 및 엔터테인먼트 관광 디지털 수요 등 (2개)
	지역 매력-평가	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Forbes Global 2000 본사 위치 글로벌 도시의 존재 상위 대학 수 등 (3개)
	지역 매력-표현	-	<ul style="list-style-type: none"> 관광서비스 수요(레포츠 여행 유형 SNS 언급량) 관광서비스 수요(네비게이션 숙박유형 검색량) 등 (11개) 	<ul style="list-style-type: none"> 자연관광 디지털 수요 비레저 관광 디지털 수요 등 (3개)
활력 요소 70)	경제적 활력	<ul style="list-style-type: none"> 세계 문화콘텐츠 시장에서의 시장점유율 전체 수출액 대비 문화상품 수출액의 비중(%) 등 (4개) 	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회 경제여건(경제활동 참가율) 관광서비스 수요(쇼핑업 소비액) 관광객 다양성(10대 방문객 수) 등 (37개) 	<ul style="list-style-type: none"> T&T GDP 승수 안바운드 체류 기간 해외 관광객 계절성 등 (3개)
	문화적 활력	<ul style="list-style-type: none"> 문화 활동 참여율(%) 등 (4개) 	-	-
	사회적 활력	-	-	-

70) <사회적 요소>와 <매력>과 <활력>의 관계는 목표와 수단으로 바라보는 시각에 따라 인과관계로 볼 수도 있고 병존하는 현상으로 볼 수도 있음. 특히 이 연구에서는 <사회적활력>을 문화의 사회적 가치가 발현된, 경제적활력과 다른 중요한 활력 요소로서 제시하고자 함. 이를 대변하는 지표는 주민의 행복도, 사회적자본, 문화다양성에 대한 포용력 등을 포함할 것임

○ 문화-매력-활력 요소별 세부 지표항목들 분류를 위한 개념 틀(Conceptual Frame)

- <문화 요소 : culture>는 매력, 활력으로 전이될 수 있는 지역의 모든 문화적 자원들임. 이 연구에서는 앞서 2장에서 살펴본 바대로 <지역문화 : local culture>를 <지역-문화 : locality & culture>로 확장하여 인식함. 따라서 문화예술에서 관광과 시민들의 문화적 삶으로서 레저까지 확장했을 뿐만 아니라, 지역에서의 문화활동의 기반이 되는 <지역성 : locality>까지 포함함. 나아가 축적된 문화와 지역성뿐만 아니라 동시대적 문화변화의 배경이 되는 <삶의 환경 : amenity>를 문화요소에 포함하였는데, 이들은 <사회적 요소>와 <정치적 요소>로 구분하였음.
- 문화예술 요소 : 문화예술정책의 기반이 되는 모든 요소를 의미하며, 문화유산, 문화시설, 문화인력 등이 있음.
- 관광·레저 요소 : 관광 및 레저 정책에서 중시되는 모든 기반 자원으로서 관광단지, 관광축제, 자연경관 및 공원 등이 있음.
- 사회적 요소 : 도시경쟁력과 관련된 사회적 배경과 관련된 것으로 사회적 자본, 신뢰, 다양성, 관용, 치안, 교통, 연결성 등이 있음.
- 정치적 요소 : 지역 활력 증진을 위한 모든 제도적, 법·정치적 기반으로서 관련 정책, 예산, 홍보 노력 등의 요소를 포함함.
- <매력 요소 : attraction>은 외부의 자원과 사람을 끌어들이는 힘임. 이 연구의 목적에 맞게 문화 매력과 지역 매력으로 구분했음. 매력 자원이 가지는 내재적인 가치(charm)와 이를 밖으로 표출하여 매혹하는 힘(appeal)을 모두 고려함. 어떤 자원들이 가치를 가진 것으로 인식(appreciation)되거나 사람들에 의해 체험되면 사람들을 끌게 되고 “매력적”이라고 평가됨. 즉 매력은 사람들이 그것이 매력 있다고 말하거나 감식안을 가진 사람들이 아직 발현되지 않은 가치까지 포함하여 평가하는 방식으로 소통됨. 이 연구에서는 목적에 맞게 문화적 매력과 지역적 매력을 구분하고, 표현된 매력과 평가된 매력으로 구분하였음.
- 문화매력-평가 : 문화자원에 대한 전문가의 평가로 확인되는 매력을 의미함. 세계적 콩쿨 수상실적, 문화예술 전문가 또는 평론가의 평가 등이 이에 포함되며, 일부 관광**선, 가장 가보고 싶은 TOP 10, 도시경쟁력 순위 등에서도 문화관련 매력이 평가되기도 함.
- 문화매력-표현 : 사람들이 경험한 문화적 매력에 대한 감상을 밖으로 표현함으로써 확인되는 매력임. 특정 문화자원에 대한 기억, 감정, 상징 등이 온라인에 표출되면 이를 빅데이터 기반의 감성 분석을 통해 표현된 매력을 분석할 수 있음. 관련 콘텐츠의 정보 검색량, 소셜미디어 언급(태그), 만족도 등이 이에 해당함.
- 지역 매력-평가 : 문화 외 지역 자원에 대한 전문가의 평가로 파악되는 매력을 의미함. 미술랭가이드, 관광**선, 가장 가보고 싶은 TOP 10, 도시경쟁력 순위 등이 있음.
- 지역 매력-표현: 사람들이 특정 지역을 경험한 매력에 대한 감상을 밖으로 표현함으로써 확인되는 매력임. 특정 지역에 대한 기억, 감정, 상징 등이 온라인에 표출되면 이를 빅데이터 기반의 감성 분석을 통해 표현된 매력을 분석할 수 있음. 관련 콘텐츠의 정보 검색량, 소셜미디어 언급(태그), 만족도 등이 이에 해당함.

- <활력 요소 : vitality>는 문화, 관광, 경제, 사회적 측면에서 건강한 생기가 밖으로 표출되는 <활기 : vibrancy>들을 측정하여 종합함. 이때 활기가 밖으로 표출된 생명력이라면, 활력은 그 활기의 기반이 되는 건강한 토대까지 포함하여 활기의 지속가능성을 염두에 둔 표현임⁷¹⁾.
- 문화적 활기: 특정 지역이나 도시에서의 문화활동이 만드는 활기임. 문화시설의 다양성, 문화적 상호작용의 활발함, 예술과 문화의 창의성 등이 이를 만들어 냄. 문화적 활기가 높은 지역은 문화와 예술 자원이 풍부하며, 다양한 문화적 참여와 기회가 존재함(urban Institute, 2009), 이러한 문화적 활기는 주로 창의성, 혁신, 그리고 사회적 결속력을 유지하는 데 기여함(Mark J. S., & Susan C s., 2002).
- 경제적 활기: 특정 지역이나 도시의 경제적 활동과 역동성에 관련된 요소를 의미함. 이는 산업의 다양성과 경쟁력, 기업의 활동성, 경제적 발전 가능성 등을 포함함. 경제적 활기가 높은 지역은 활발한 비즈니스 생태계, 강력한 취업 시장, 경제적 번영 가능성 등을 특징으로 하며, 혁신을 촉진하고 투자를 유치하며, 지속 가능한 경제발전을 촉진하는 데 중요한 역할을 함.
- 사회적 활기: 특정 지역이나 도시 내에서 이루어지는 사회적 상호작용으로 만들어지는 활기를 의미함. 이는 강력한 사회 네트워크, 활발한 시민참여와 참여수준, 공동체의 결속력, 사회적 인식과 연결성 등을 포함함. 사회적 활기가 높은 지역은 사람들 간의 상호작용이 활발하며, 따라서 강력한 유대감과 소속감, 신뢰, 포용 등을 특징으로 함. 이러한 사회적 활기는 지역민 간의 결속력을 유지하고, 지역사회의 자부심을 증진시키며 삶의 질 향상에 이바지함.

○ 11개 지수의 총 459개의 세부지표 중 문화요소에 해당하는 지표가 가장 많음(308개)⁷²⁾

- 경제적 측면에서 지역 활력을 평가하기 위한 지역 활력 지수를 제외한 10개의 지수는 모두 <문화요소>가 가장 많은 것으로 나타남.
- 이는 분석 수준(국가, 도시, 지역 등)에 관계 없이 지역 활력-발전-활성화를 평가하기 위한 지표로 지역이 보유한 지역성과 문화자원이 중요하게 사용되고 있음을 시사함.
- 문화요소의 세부 지표항목으로는 ‘사회적 요소’가 가장 많은 것으로 나타남.
 - 문화자원에서 ‘사회적 요소’의 증가 추세가 관찰되는데, 이는 지역 활력의 증진을 위해서는 환경조성(운송 및 교통 인프라, 공동체의 사회적 신뢰, 관용, 다양성, 삶의 질, 인터넷 연결성 등)이 필수적이라는 인식이 증가하고 있기 때문임. 예) 관광활성화지수, 관광발전지수(TTDI)
 - 창조도시 모니터의 경우도 문화요소 중 ‘사회적 요소’ 비중이 높았음. 그 이유는 도시의 활력을 증진하는 여러 요소 가운데, 문화와 경제 그리고 사회 요소의 중요성을 인식하고, 관련 지표의 통합을 강조했기 때문임. 특히 이 지수는 문화의 개념을 예술-문화산업-창조산업으로 확장하고, 문화를 통한 경제적 활기(창조산업 고용률 등)와 문화의 확장을 위한 사회 요소(ICT 특허 출원, ICT 졸업생, 여객기, 도로 접근성) 등의 지표를 구체화하였음.
- 반면, 관광, 경제 정책 지표에서는 문화의 개념과 범주를 별도로 정의하고 있지 않음.

71) 기존의 정책지표들 세부 항목 분류에서는 <활력 요소 : vitality>에 해당하는 지표들이 주로 표출된 경제적/문화적/사회적 <활기>를 측정하므로 <활력 = 경제적 활기 + 문화적 활기 + 사회적 활기>로 구분했으나, 그 분석 결과를 반영한 문화-매력-활력 요소 재구성 과정에서는 <지역활력(Local vitality) = 터의 활력(Vitality of Land) + 삶의 활력(Vitality of life) = 활기(Vibrancy) + 매력(Attraction) + 지역-문화(Locality & Culture)>로, 활력과 활기의 개념을 서로 구분된 층위의 것으로 제시함. (단, 이 경우 연구의 목적에 맞추어 <터의 활력 : Vitality of Land>를 고려하지 않은 것임)

72) 그 다음으로 활력 117개, 매력 34개 순으로 나타남. 다만 지표항목 갯수들의 정량적 비교는 큰 의미가 없고 관심 갖는 요소가 무엇인지, 그것들의 변화 경향을 파악하는 것이 분석의 목적임

- 문화의 개념 및 범주를 별도로 구분하고 있지 않으나, 세부지표의 구성에서 ‘문화유산’, ‘미술관/박물관’, ‘지역축제 개최지’, ‘스포츠경기장’ 등 주로 문화활동이 일어나는 장소, 시설 등을 중심으로 문화요소의 개념을 간접적으로 정의하고 있음.
- 정책이 지향하는 목표 차이에 따라 문화라는 동일 요소를 <실태>와 <목표>로 세분화하지 않음.
 - 경제정책 지표에서 문화시설의 <숫자>와 <가동시간>은 모두 문화적 요소의 <실태>로 구분 없이 파악되고 있을 뿐이지만, 문화정책 지표에서 시설의 숫자는 <실태>, 가동시간은 <목표>로 구분해서 파악될 필요가 있음.
 - 경제정책 지표에서 문화요소는 지역의 삶의 환경 실태를 평가하기 위한 수단으로써 주로 인프라 수에 초점을 두고 있음.

○ 현재 지표항목 수는 가장 적지만 최근 관심이 집중되고 있는 <매력> 관련 지표 항목

- 국가문화지수, OECD 국가매력지수 등 국가와 도시의 <활력 증진 정책>에서 ‘매력’에 대한 관심이 증가하고 있으나, 실제 지표체계에서 ‘매력요소’에 해당하는 지표항목은 가장 적게 확인됨.
- OECD 국가매력지수는 <매력>을 “물리적 공간에 기반 삶의 질적 변화(life style based on place)를 유인하는 요소”로 설명하며, 매력요소의 측정 필요성에 주목하고 경제적 매력, 방문객 소구력(appeal) 등의 6가지 측면과 그 하위에 14개 차원, 55개 세부지표 항목을 배치하였음.
- OECD 국가매력지수는 그동안 ‘매력’은 국가 차원의 개발 전략으로서 오랜 기간 연구되어왔으나 대부분 경제적, 단일 지표에 집중함으로써 그 외 사회, 환경, 역사, 맥락적 요인과 경제적, 주관적, 객관적 요인을 모두 포괄하는 국가 이하의 지역적 접근방식의 측정방법개발은 상대적으로 저조했다는 점을 지적(Musolino and Volget, 2020: 5; OECD, 2023)하면서 매력요소에 관한 관심집중 필요성을 강조함.
- 특히 외부 사람(투자자, 인재, 관광객)을 끌어들이는 매력을 경제적 요인에 국한하지 않고, 그 지역에서 생활하기 위해 이주민이 느끼는 편안함 등 전반적인 환경조건이 중요하게 고려되어야 할 필요성을 강조함(OECD, 2019: 8).
- 국내에서도 지속 가능한 문화매력국가를 위한 <국가문화지수>(양혜원 외, 2022)를 개발하여 <매력요소>의 중요성을 강조하고, 이를 구성하는 세부평가체계를 마련하였음.

○ 매력 요소에 해당하는 지표항목 중에는 ‘지역 매력-표현’이 가장 많음(14개)⁷³⁾

- 대부분 지표체계가 매력을 외부자원을 끌어당기는 힘(attraction)으로써 정의하고, 그러한 힘을 유인하는 매력적인 자원으로서 ‘문화요소’를 상정하며, 매력과 활력은 그 목표가 되기 때문에 이를 측정하기 위한 수단인 ‘문화요소’가 상대적으로 더 많을 수밖에 없음.
- 그러나 매력요소는 그런 자원이 존재하는지 여부와 함께 ‘실제로 그러한 힘이 작동했는지’를 측정, 평가하는 것이 중요하기 때문에, 관광객, 전문가 등에 의해 <표현> 되고 <평가>된 매력요소를 따로 측정하는 것이 필요함.
- 국가문화지수는 11개의 매력요소를 포함하는데, 이전에는 <문화요소>로 파악될 수 있는 요소를 그것에 대한 매력도 평가를 포함하는 지표로 재구성하여 활용함.(예: 세계 3대 미술관 등)

73) 다음으로 문화매력-평가가 11개, 지역 매력-평가가 5개, 문화매력-표현 4개 순으로 나타남.

- 지역관광활성화지수는 빅데이터 기반의 검색량, SNS 언급량을 측정하여 지역 자원에 대한 사람들의 관심도를 매력요소로 파악함.
- 활력 요소에 해당하는 지표항목 중에는 ‘경제적 활기’가 가장 많음(91개)⁷⁴⁾
- 아직까지 지역활력은 주로 경제적 측면 위주로 평가되고 있는데, <지역활력지수>는 지역 내의 생산과 소비를 중심으로 한 경제적 활기 관련 세부지표 항목을 구성하고 있음.
 - 이에 비해 문화적 활기와 사회적 활기에 해당하는 지표항목은 아직 많이 고려되고 있지 않는데, 지역-문화를 활용한 지역 활력증진 정책에서는 특히 이 부분에 대한 관심이 필요함.

[표 III-6] 문화-매력-활력 요소별 세부 지표항목 분포

구분	문화 요소					매력 요소					활력 요소				
	문화 예술	관광 레저	사회	정치	합계	문화매력 -평가	문화매력 -표현	지역매력 -평가	지역매력 -표현	합계	경제적 활기	문화적 활기	사회적 활기	합계	
국가문화지수	8	1	4	3	16	11	0	0	0	11	4	4	0	8	
지역문화 종합지수	15	0	2	13	30	0	0	0	0	0	0	5	0	5	
지역활력지수 (시군구)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0	10	
지역활력지수 (읍면동)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	6	
지역관광발전 지수	2	6	6	9	23	0	0	1	0	1	8	2	0	10	
지역관광 활성화지수	2	8	37	4	51	0	1	0	11	12	37	0	0	37	
관광발전지수 (TTDI)	5	4	78	14	101	0	2	3	3	8	3	0	0	3	
문화 및 창조도시 모니터	5	1	9	0	15	0	0	0	0	0	7	2	0	9	
OECD 국가매력지수 지표	1	0	39	0	40	0	0	1	0	1	13	1	0	14	
World City Vitality Index	8	2	0	0	10	0	0	0	0	0	1	1	0	2	
ACI	6	0	1	3	10	0	0	0	0	0	2	7	2	11	
창의적 발자국 (CFP)	5	0	3	4	12	0	1	0	0	1	0	2	0	2	
영역별 소계	57	22	179	50	308	11	4	5	14	34	91	24	2	117	
합 계	459														

74) 다음으로 문화적 활기 24개, 사회적 활기 2개 순으로 나타남.

4) 시각화 및 활용 방식 비교 결과

○ 지표분석 결과의 활용도를 높이고, 사용자의 이해를 돋기 위해 데이터 시각화 서비스 운영 중

- 11개의 체계는 모두 정례적으로 관련 보고서를 발간하고 있으며⁷⁵⁾, 분석결과에 대한 보다 쉬운 이해를 돋고, 데이터 활용의 접근을 높이기 위해 데이터 시각화 서비스를 운영하고 있음.
- 시각화 방법은 크게 인포그래픽(도표, 그래프 등)을 홈페이지에 게시하는 방법과 Interactive web map을 자체 플랫폼을 통해 제공하는 방식으로 확인됨.

○ 인포그래픽은 모든 지표체계에서 제공 중

- 지역관광활성화지수는 한국관광데이터 랩의 ‘관광활성화 지수’ 메뉴를 통해 월별로 도출되는 지표 결과를 보여주고 있음. ([그림 III-1] 참고)

[그림 III-11] 한국관광데이터랩에서 제공하는 관광발전지수 데이터 시각화 서비스



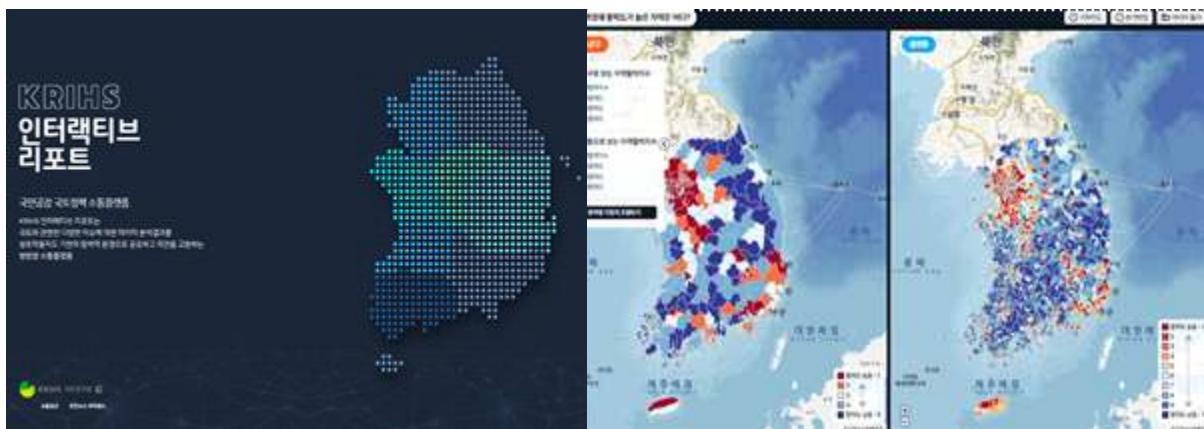
<출처: 한국관광공사 홈페이지(<https://datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/loc/getTourActivateForm.do#>)>

75) 현재 개발단계에 있는 국가문화지수와 OECD 국가매력지수는 정례화를 위한 1편의 보고서만 발간한 상태임.

○ 사용자 편의성을 높인 Interactive web map

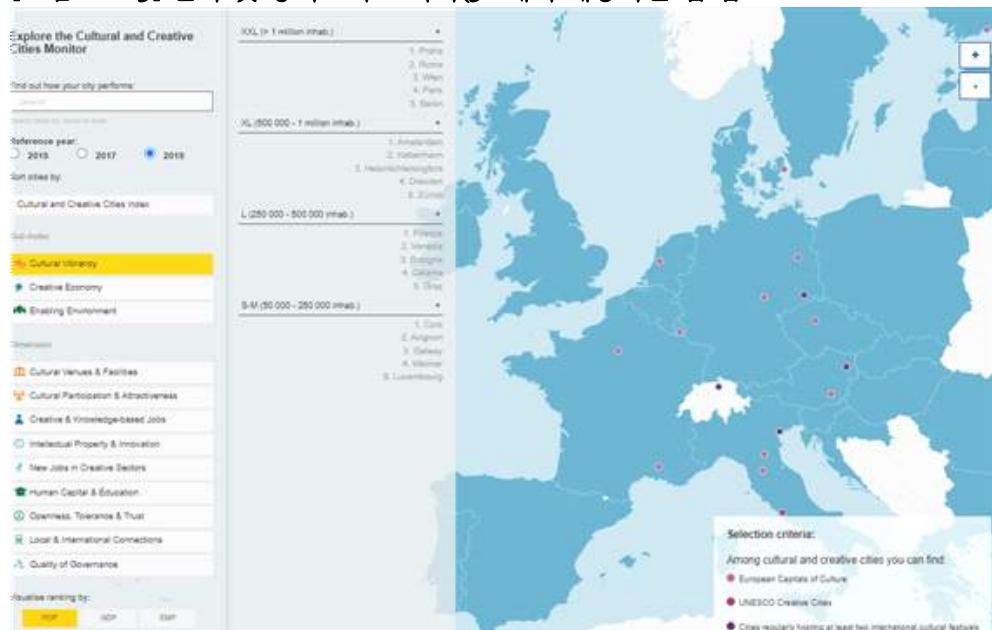
- 지역활력지수는 누구나 접근 가능한 웹 기반의 상호작용 지도인 <KRIHS 인터랙티브 리포트 플랫폼>⁷⁶⁾을 제공하고 있음. ([그림 III-2] 참고)
- 관광발전지수(TTDI)는 세계경제포럼(WEP)의 <Interactive Data and Economy Profiles>⁷⁷⁾ 플랫폼을 통해 사용자가 직접 국가별 관광 관련 데이터와 프로필을 탐색하고 비교할 수 있는 Interactive 기반의 시각화 서비스를 제공하고 있음.
- 문화 및 창조도시 모니터 또한, 웹 기반의 지도 플랫폼을 통해 196개 유럽 도시의 성과를 2015, 2017, 2019년 세 시점에서 비교할 수 있는 시각화 서비스를 제공함. ([그림 III-3] 참고)]

[그림 III-12] KRIHS 인터랙티브 리포트



<출처: KRIHS 인터랙티브 리포트(<https://interactive.krihs.re.kr/interactive/>)>

[그림 III-13] 문화 및 창의도시 모니터(3C에서 제공하는 웹 맵



<출처: <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/performance-map>>

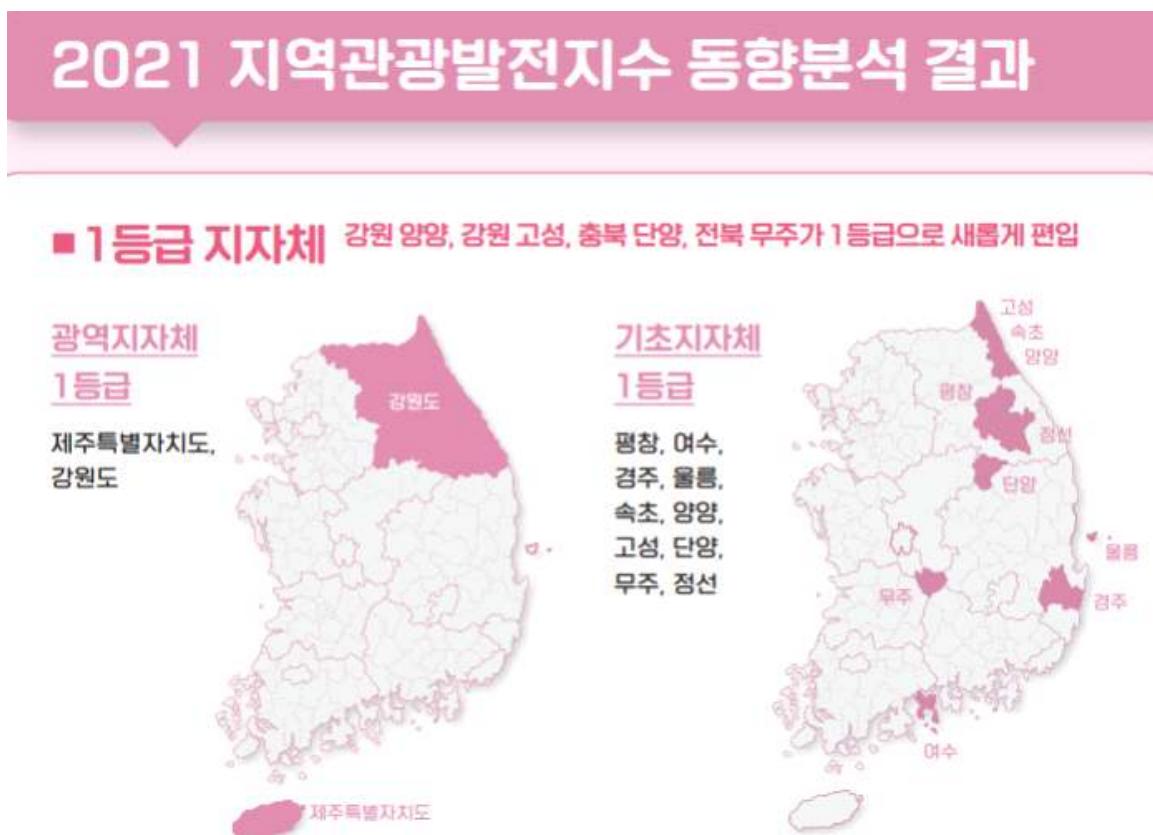
76) <https://interactive.krihs.re.kr/interactive/>

77) <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data/>

○ 순위 비교를 위한 <ranking system> vs. 컨설팅에 적합한 <profile system>

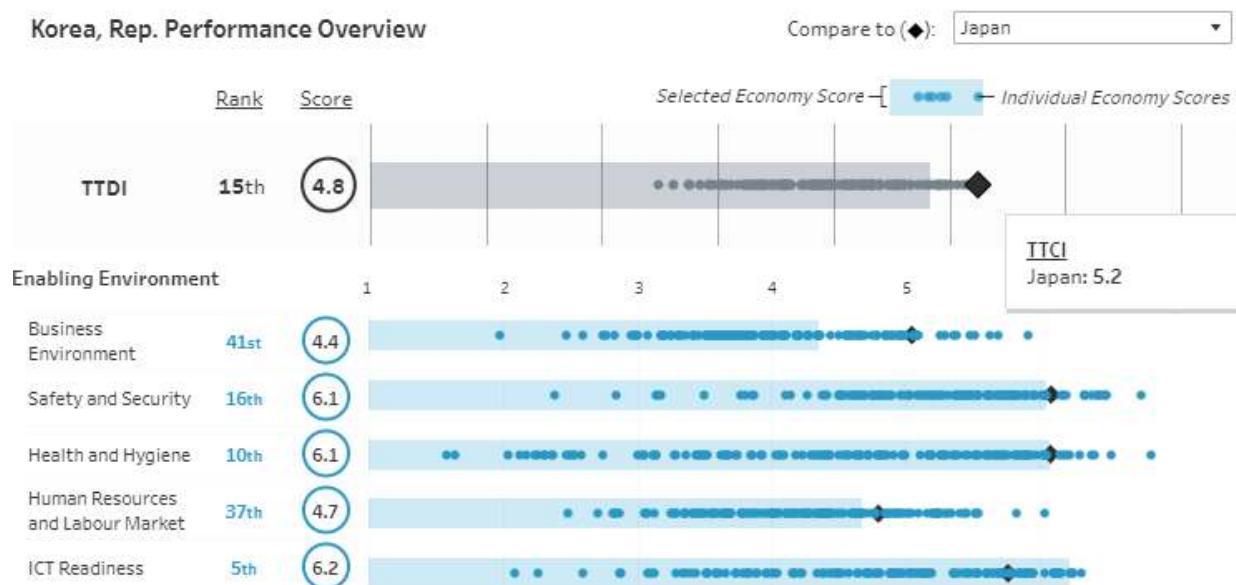
- 지표조사 결과를 요약하는 방식으로써 순위 매기기(ranking system) 방식과 영역별 프로파일링(profile system) 방식이 주로 채택됨.
- ranking system은 종합 지수화를 통한 평가 및 비교에 유용하지만, 종합지수 도출 과정에서 사용되는 가중치 설정 등 방법론에 대한 문제 제기와 함께 발표된 순위에 따른 부작용이 큼.
 - 지역관광발전지수는 17개 광역지자체와 152개 기초지자체의 관광자원 및 기반시설 수준, 관광객 수, 지자체의 정책적 노력 등을 평가하기 위한 복합지표를 구성하고 종합 지수화하여 지자체들을 1등급부터 6등급까지 분류하고 있음. 하지만 부작용을 고려하여 결과 발표는 1등급만을 대상으로 하고, 2~6등급은 지자체에 개별 통보하고 있음.
 - 관광발전지수(TTDI)도 117개국을 대상으로 조사한 지표의 종합점수를 산출하여, 순위를 매기고 있음. 2021년 관광발전지수를 기준으로 한국은 117개 평가대상 중 종합 15위를 기록한 것으로 나타남.

[그림 III-14] 2021 지역관광발전지수 동향분석 결과 (1등급)



- 전체 영역별 현황을 보여주는 profile system 방식은 개별 영역의 성과와 세부 특성을 파악하기에 적절하고, 낮은 점수의 원인을 분석하여 근본 원인을 이해하는 컨설팅에 유용함.
- 관광발전지수(TTDI)는 지표의 종합점수를 산출하여 등급을 매기는 동시에, 지표요소별 점수를 시각화하여, 관광발전수준에 대한 국가별 프로필을 제공하고 있음. ([그림 III-5] 참고)
- 문화 및 창조도시 모니터(3C)는 2015, 2017, 2019년에 수행된 지표조사결의 지표영역별 점수와 종합점수를 비교, 분석할 수 있는 국가별 프로필을 제공하고 있음. ([그림 III-6] 참고)
- OECD 국가매력지수는 아직 정례화 이전이지만 OECD 국가 간 비교를 위해 조사결과를 반영한 매력 대시보드와 이를 시각화한, ‘매력도-레이더 프로필’을 제작하고 있음. ([그림 III-7] 참고)]
- 민간 컨설팅 기관인 VibeLab은 Creative Foot Print 조사결과에서 하위지표별 점수의 높고 낮음을 파악하여, 현재 야간문화의 약점 및 강화요인을 진단하여, 컨설팅 기획을 수립하고 있음. ([그림 III-8] 참고)]

[그림 III-15] TTDI Interactive Data and Economy Profiles : 한국 vs. 일본



〈출처: WEP 홈페이지(<https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/cities/roma>)〉

[그림 III-16] 문화 및 창의도시 모니터(3C) 국가 프로필

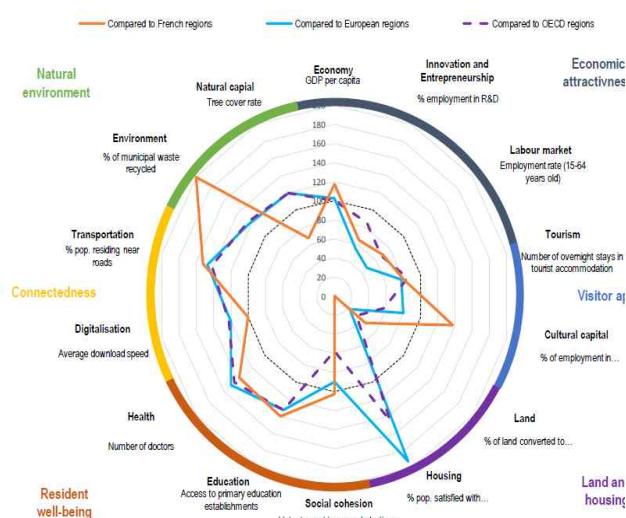


Overall Performance



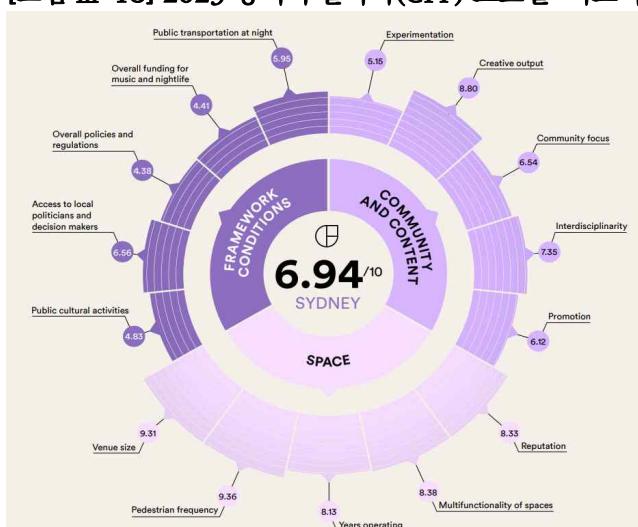
<출처: WEP(<https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data/>.)>

[그림 III-17] 국가매력 프로필 예시: 프랑스



<출처: OECD(2023)>

[그림 III-18] 2023 창의적 밸자국(CFP) 프로필: 시드니



<출처: VibeLab(2023)>

○ 정책 효과성 평가와 개선을 위한 피드백 시스템으로 활용

- 지표는 관심 대상의 실태를 조사, 평가할 수 있는 데이터를 정기적으로 수집하여 정책의 효과성을 평가하고, 정책의 수정 및 종료 상황 식별에 유용한 정책 환류 장치임.
- 각 지표체계들은 지속적인 모니터링 시스템을 구축하여, 데이터 기반의 정책 수립의 기초자료로 활용하고 있음.
- 특히 공신력 있는 기관에 의해 관리되는 공공영역 지표체계는 데이터 신뢰성이 높고, 누구든지 조사결과를 열람할 수 있어 정책수립 기초자료로 뿐만 아니라 다양하게 활용됨.
- 지역 문화종합지수의 경우, 지자체와 전국지역문화재단에서 원천 데이터를 직접 수집함으로써 자료 수집과정의 시차를 극복하고, 데이터의 정확도를 높이고 있음.
- 한국관광공사는 월별 관광활성화지수로 지역별 관광변화 추이를 신속하게 파악하고, 변화하는 관광 추세에 대응한 정책수립을 지원함.

○ 공공정책 컨설팅 자료로도 활용되는 민간 개발 지표 체계

- 민간에서 개발한 지표체계는 주로 의뢰한 기업 혹은 도시의 전략 개발과 경쟁력 강화, 특정 문제해결 컨설팅 자료로써 활용되지만, 그 지표체계의 범용성에 따라서 공공정책 수립의 기초자료로 활용되기도 함.
- VibeLab의 <창의적 발자국(CFP)>은 도시의 야간문화 활성화를 위해 자체 개발한 지표를 토대로 조사를 요청한 도시의 특성에 맞는 맥락적 분석을 수행하고, 조사결과를 누구든지 열람할 수 있도록 제공하고 있음.
- BOP Consulting의 <World City Vitality Index> 또한, 자체 개발한 지표를 토대로 정부 기관, 기업, 단체 등을 대상으로 맞춤형 컨설팅을 제공하고 있음.

[표 III-7] 국내외 지표별 시각화 특징 및 활용

구분	지표명	시각화 특징	지표 활용
국내	국가문화지수 (Global Culture Index)	<ul style="list-style-type: none"> 정례화 이전의 개발단계로 데이터의 시각화 및 활용에 한계가 존재 	<ul style="list-style-type: none"> 정례화 이전의 개발단계로 데이터의 시각화 및 활용에 한계가 존재 향후 국가 비교 지수로서 기능하기 위해서는 추가적인 시범적용을 통해 지표 반영 과정에서 국가별 원자료의 변화 및 활용의 적합성을 검토해볼 필요
	지역 문화종합지수	<ul style="list-style-type: none"> 광역 및 지자체 담당자 전용 온라인 DB 입력 사이트, 지역문화통합정보시스템 (https://rcis.culture.go.kr/)을 통해 지역별 문화 관련 종합 현황 및 통계 자료를 도표, 그래프, 맵 등의 이미지를 통해 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화통합정보시스템 내 저장된 집계 데이터를 바탕으로 업무 활용을 위한 보고서 작성 지원 3년 주기의 지역문화실태조사 총람 발행 지역문화통합정보시스템은 지자체 담당자 및 관련 정책 이해관계자만 접근 가능하여 민간기관, 연구자 등 기타의 경우는 로데이터 활용에 제한이 있음
	지역 활력 지수 (Vitality Index)	<ul style="list-style-type: none"> 누구든지 지역활력지수 분석결과를 직접 탐색하고 활용할 수 있는 'KRISH 인터랙티브 리포트 플랫폼' (https://interactive.krihs.re.kr/interactive/) 제공. 	<ul style="list-style-type: none"> 국토교통부·한국도시주택공사에서 제공하는 지역개발 정보시스템 (http://www.rdis.or.kr/index.do)에 지역활력지수를 활용하여 지역개발 사업의 효과적인 모니터링 방안을 제시
	지역관광발전지수	<ul style="list-style-type: none"> 관광개발정보시스템 (https://www.tdss.kr/)을 통해 결과에 대한 시각화 자료(그래프, 도표)를 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 야간관광특화도시 선정(2023), 무장애 관광도시 선정(2023) 등 다양한 공모사업에서 지역평가를 위한 가점 사항으로 활용 지자체의 관광 분야에서 컨설팅 자료로 활용
	지역관광활성화지수	<ul style="list-style-type: none"> 한국관광데이터랩의 '관광활성화 지수' 메뉴를 통해 월별로 도출되는 지역관광활성화지수의 시각화 자료(그래프, 도표) 서비스를 제공함. 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 간 비교를 통해 특정 지역의 강세요인 및 약세요인을 파악하여 정책 우선순위 설정에 활용 관광 활성화 수준의 진단을 통해 공공 및 민간 부문에서 맞춤형 컨설팅 자료로 활용
국외	관광발전지수 (TTDI)	<ul style="list-style-type: none"> 관광발전지수 분석결과는 세계경제포럼 내 'Interactive Data and Economy Profiles'를 통해 사용자가 직접 데이터를 탐색하고 비교할 수 있도록 시각자료로 제공하고 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> 관광발전지수는 국가 간 관광발전의 순위를 매김으로써 각 국가의 강점 및 약점을 파악하고, 글로벌 관광시장에서 더 경쟁력 있는 위치를 차지할 수 있는 전략을 마련하도록 함. T&T 부문에서 실행한 정책의 효과를 평가할 수 있는 기준으로 활용될 수 있음.
	유럽연합 문화 및 창의도시 모니터 (Cultural and Creative Cities Monitor)	<ul style="list-style-type: none"> 유럽연합은 온라인 지도 플랫폼을 통해 C3 분석결과를 2015, 2017, 109년 세 시점에서 비교할 수 있는 시각자료를 제공함. 	<ul style="list-style-type: none"> 분석결과를 토대로 도시 간 성과를 비교하고, 유사한 특성을 가진 도시들을 벤치마킹 할 수 있음. 또한, 인구수를 기준으로 도시를 분류하여 유형별 맞춤형 정책을 개발할 수 있음 유사한 도전과제를 가진 도시들과 협력하여 공동 프로젝트 추진 및 자원 공유를 위한 기초자료로 활용할 수 있음.
	OECD 국가매력지수	<ul style="list-style-type: none"> 정례화 이전의 개발단계로 데이터의 시각화 및 활용에 한계가 존재 	<ul style="list-style-type: none"> 국가매력지수를 반영한 매력 대시보드(Attractiveness)를 통해 OECD 국가, 유럽 국가 간의 비교 지표를 제공하고, 데이터 기반의 의사결정의 활용도가 높을 것으로 예상
기타 참조(민간)	세계도시 활력지수 (World Cities Vitality Index)	<ul style="list-style-type: none"> BOP Consulting 홈페이지 내 "BOP 500 GIS" 플랫폼을 통해 250개국 대상의 지수 분석결과를 제공하고 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> 250개국의 문화자산 데이터를 기반으로 전략적 컨설팅 자료로 활용 가능
	지역사회와 문화적 활력지수 (Cultural Vitality in Communities)	<ul style="list-style-type: none"> ACI는 Urban Institute의 단일 프로젝트의 일환으로 개발되어 지속가능한 지수로서의 기능이 어려운 이유로 데이터 시각화 및 활용의 한계가 있음 	<ul style="list-style-type: none"> ACI는 Urban Institute의 단일 프로젝트의 일환으로 개발되어 지속가능한 지수로서의 기능이 어려운 이유로 데이터 시각화 및 활용의 한계가 있음 그러나 기존 도시랭킹 시스템에서 주로 정의하는 예술 및 문화에 관한 좁은 개념을 탈피하고, 문화 활동에 대한 다양한 측면을 고려했다는 점에서 문화 관련 지표 설정에서 활용 가능성성이 있음
	창조적 발자국 (Creative Footprint)	<ul style="list-style-type: none"> VibeLab 홈페이지 (https://vibe-lab.org/)에 창의적 보고서 분석결과를 요약한 시각 자료(그래프, 도표, 모형 등)를 제공함. 	<ul style="list-style-type: none"> 도시의 야간문화 현황과 문제를 진단하고, 활성화 방안의 기초자료로 활용 가능 로 데이터 접근이 어렵고, 컨설팅에 기반하여 이루어지기 때문에 정기적인 데이터수집이 어려

3. 정책적 시사점

(1) 지속가능한 활력, Scale-up 된 매력자원 개발이 필요

- 다양한 활력주체들이 만드는 지속가능하고 건전한 활력을 추구해야

- 결국 사람이 만드는 활력 : 주민, 관계인구, 생활인구, 웹 사용자까지 다양하게 참여시켜야 함.
- 지속가능한 활력 : 호들갑(FAD) ⇒ 트랜드(Trend) ⇒ 생활양식(Life style) ⇒ 장소성(Placeness) ⇒ 인프라(infrastructure)가 되도록 기획해야 함.
- 건전한 활력 : 현재 명소선정 프로젝트들은 관광객들이 잠시 만드는 활기에 치중되어 있는데, 관계인구들이 여가활동에서 만드는 활력, 주민과 생활인구들의 생업, 학업에서 만들어지는 생산적 활력을 추구할 필요가 있음.
- 현재 명소 선정 중심 시책에서 벗어나 향후 지역문화 매력·활력 증진 시책이 좀 더 집중해야 할 지역활력 유발 활동 양상은 문화-예술-체육 등 취향을 매개로 한 관계인구들의 활동과 지역에서 생업과 거주를 이어가는 로컬크리에이터들의 활동, 온라인에서 지역의 매력과 특산물을 소개하는 정보큐레이터들과 인플루언서들의 활동임.

[그림 III-19] 지역문화 매력·활력 증진 시책이 좀 더 집중해야 할 <활력의 양상>

범례 : ■ 향후 좀 더 집중할 활동양상

	주민					체육시설 이용자	생활예술 동호회	문화시설 이용자			학령기 인구	농어촌주민 로컬 크리에이터	주민
(체류 시간 순) 방문자의 성격	관계인구			카페 이용자	관광업 종사자	레저댄스 예술가	지역문화 크리에이터	요양시설 종사자	유학생	출장자	주말부부		
	생활인구			힙플레이스 순례자	동호회 여행객	e-스포츠 참가자	공연전시 관람객	지역연합 동호회 축제지원 봉사자 전통문화 전수자	전통축제 참가자 귀성객	인근지역 주민들이 간접으로 찾는 이용자	졸업생 동문	통·편의 위케어 청년	교환학생 명예시민
관광객			유원지 행락객	관광객		축제관광객	축제참가자		의료관광객				
호사가	인플루언서	극성 유튜버	별점 평가단			비평가	축제평가자				정보 큐레이터 특산품MD		
웹사용자	웹방문객				e-스포츠 관람자	온라인 관람자						민원서비스 이용자	
	온라인 활동	뉴스	유홍	관광	스포츠	예술	문화	관계	휴양	교육	생업	주거	
	콘텐츠소비 댓글, 평가 특이현상	사건사고	유원지방문 여행	관광 여행	유명인 관람·체험 참여	체험참여, 문화전수	친자방문 행사참여	요양 의료관광 나들이	통학 유학	1차산업 2~3차산업 직장출퇴근 출장	장기거주 일시거주		
	활력이 생기는 다양한 <활동 유형>												
	(활동 소요시간 순) →												

○ 문화기획적 접근과 지역 간 협력으로 Scale-up 된 매력자원 활용역량 개발 필요

- 지역성을 담은 모든 것이 매력 자원이 될 수 있음
 - : 자연 + 생활환경 + 생활양식 + 산업 + 인물 + 사건 = 지역문화 매력·활력 자원
- 다만 자원을 발굴-제련하는 기획력 필요하며, 우연한 인기에 편승하는 것도 역량임.
 - : 문화자원 개발 ⇒ 콘텐츠화 ⇒ 서비스화 ⇒ 트랜드 만들기 역량 필요
- 연결과 연계로 매력자원 활용 프로젝트의 Scale-up이 필요함
 - : 디지털 플랫폼/알고리듬의 역할이 중요하고, 매력자원의 크기에 따라 개입에 더 큰 자본력, 인접 지역 간 협력을 이끌어 내는 정책적 역량이 필요함.
- 공공영역이 관리할 수 있는 매력자원에 집중하되 민간이 주도하는 영역과 사회변화에 따라 가치를 가지게 되는 자원의 출현에 대해서도 이해하고 대처할 필요가 있음.
- 현재 명소 선정 중심 시책에서 벗어나 향후 지역문화 매력·활력 증진 시책이 좀 더 집중해야 할 지역활력 매력자원은 지구-도시-지역-권역 차원으로 스케일의 확장, 온라인 방문자를 위한 정보 큐레이션, 보다 편리한 이용을 위한 산업화된 서비스로의 개발이 필요함

[그림 III-20] 지역문화 매력·활력 증진 시책이 좀 더 집중해야 할 <매력 자원>

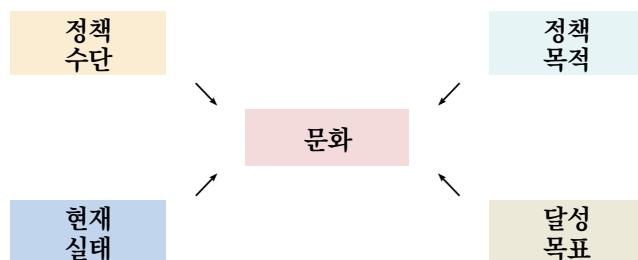
범례 : ■ 향후 좀 더 집중할 매력자원 *표시는 민간주도 영역									
개입의 정도 (복잡도 순)	관리되는 정책	무형/유형문화재	천연기념물	문화의 거리 관광지 지정	문화자구 관광특구 관광단지 특화문화 클러스터	문화도시 유럽문화수도 도시홍보대사	국립공원	5대 메가관광권 명예시민증	관광개발기본계획 출입국관리 한국관광홍보대사
	비즈니스화된 서비스	여행주천 플랫폼* 파키지여행상품*	체인화된 카페* 관광서비스시설*	골목상권브랜딩 쇼핑몰 개발	관광안내서비스 한복코스튬대여*	로컬 매거진* 꾸러미 배달* 고향사랑 기부답례품	테마열차	광역대중교통 공유서비스*	글로벌숙박체인* 베네기아
	구성된 이벤트	문화체험 프로그램 이머시브시티*	문화시설운영 관광인프라구축 포토존	골목상권활성화	OO마을 (현우마을, 만숙마을..)	OO시 방문의 해 프로모션	OO길 (올레, 둘레길..)	테마순례길 지역연계축제 지역간 문화교류	한국방문의 해 프로모션
	기획된 프로그램	전통축제	각종체험캠프	거리축제	문화관광축제	도시대표축제		유네스코 문화유산 공동축제	코리아 그랜드세일*
	가공된 콘텐츠	음식(레시피)* 드라마 등 창작콘텐츠* 웹 정보콘텐츠*	취향정보 큐레이션 (미술링기어드 등)* 여행가이드	O리단감* 힙플레이스 소개 글들*	OO해설사	도시관광 정보서비스 선정형 정보프로그램 (로컬100, 관광100선, 밤밤곡곡100선 등)		유네스코 문화유산 공동등재	한국관광공사 외국인대상 정보서비스
	날것의 자원상태	전통문화 장인, 유명인* 특선물* 라이프스타일* 인기영합자원*	유명 카페, 음식점* 유명건축물* 전통건축물 역사유산 자연환경	먹자골목 골동품거리	전통시장	도시 정체성과 이미지	독특한 자연자원	공통의 문화유산	
아이템 (item) 지점 (spot) 거리 (street) 지구 (district) 도시 (city) 지역 (region) 권역·연합 (belt) 국가 (country)									
매력 자원의 크기 (크기 순) →									

(2) 정책이 관심 가져야 할 (지역)문화-매력-활력의 개념과 요소들

○ 지방시대에 지역-문화를 활용한 매력-활력 증진 정책을 위한 관점 전환

- 범부처 기구인 지방시대위원회에서 문화/관광/경제정책의 관점을 통합한 <지역문화 매력·활력 증진> 정책을 추진하기 위해서는, 기존의 분질된 정책지표 요소들에서 사용된 개념들을 통합하고, 특정 요소에 대한 <수단-목적> 관계를 해체하고, <실태-목표> 요소를 세분화하여 재배치할 필요가 있음.
- 특히 지역성과 문화를 매력과 활력자원으로 활용하기 위해서는 문화의 수단적 가치와 목적으로서의 중요성을 공유할 필요가 있음.

[그림 III-21] 문화라는 같은 현상을 바라보는 다른 시각



- 아울러 기존의 문화정책 지표체계도 문화예술과 문화자원뿐만 아니라 레크레이션/관광/엔터테인먼트 등 레저, 관광까지 포함하는 확장된 지역매력 자원 요소가 복합적으로 포함되어 평가되는 추세를 반영하여 개선할 필요가 있음.
예) 국가문화지수-문화자원 및 활동-문화 및 창조산업 고용 비율,
지역관광활성화지수-관광공급경쟁력-문화자원(축제개최 건수)

○ (지역)문화-매력-활력 증진의 개념과 요소 재정의

- 이런 관점의 전환과 앞서 살펴본 11개 지표체계들의 비교결과를 반영하여 <지역문화 매력·활력 증진> 정책 차원에서 관심 가져야 할 주요 요소들을 아래 [표 III-8]과 같이 재정의함.
 - <문화> 요소는 터 위에 사람들이 만들어 낸 삶의 흔적인 지역문화가 그 터의 지역성(locality)을 포함하는 점을 고려하여 문화예술, 관광·레저 요소 외에 사회, 정치 등 다양한 삶의 환경(amenity) 요소까지 포괄하는 <지역-문화> 요소로 확장함.
 - <매력> 요소는 지역성과 문화자원들의 내재적 가치(charm)와 이를 표출하여 외부자원과 사람들을 매혹하는 힘(appeal)을 포함함. 이런 매력은 이를 경험한 사람들의 반응이 밖으로 표현된 것과 그 가치에 대한 전문가나 감식안을 가진 주체에 의해 평가된 것으로 파악함.
 - <활력> 요소는 경제, 문화, 사회 모든 영역에서 현재 표출되는 건강한 생명력으로서 활기와 그것이 지속가능할 수 있도록 하는 잠재적 역량까지 포함하는 개념으로 확장함.

〈본 연구에서 사용할 지역문화 매력·활력의 개념 재정의〉

① 지역-문화(Locality & Culture)

- = 문화는 터(land) 위에서 사람(people)이 만들어 낸 삶(life)의 흔적과 무늬
- = 누적된 〈지역성〉과 함께 동시대적 문화변화의 조건이 되는 〈삶의 환경〉까지 포함하여
〈지역문화 : local culture〉에서 〈지역-문화 : locality & culture〉로 확장
- = 지역성(locality) + 문화(culture) + 삶의 환경(amenity)
- ※ 이는 매력과 활기를 만들어 지역 활력의 자원이 됨

② 매력(Attraction)

- = 외부의 사람들과 자원을 끌어당기는 힘
- = 내재된 가치(charm) + 매혹하는 힘(appeal)
- = 대중들이 표현한 호감으로 파악되는 매력 + 권위와 감식안을 가진 전문가 집단의 평가에 의해 파악되는 매력

③ 활기(Vibrancy)

- = (경제, 문화, 사회 모든 면에서) 현재 표출되는 건강한 생명력의 기운
- = 경제적 활기(economic vibrancy) + 문화적 활기(cultural vibrancy) + 사회적 활기(social vibrancy)

④ 활력(Vitality)

- = 현재 표출되는 활기(vibrancy)와 그 활기를 만들어 내는 건강한 기반, 그리고 활기가 지속가능하게 하는 잠재적 역량까지 포함한 개념
- = 활기(emitted vibrancy) + 활기의 지속 기반(potential for the vibrancy)
- ※ 현재 주로 고려되는 경제적 활력 이외 사회-문화 전반의 활력 고려 필요

⑤ 터의 활력(Vitality of Land)

- = 터의 수용 용량과 비옥함이 만드는 활력

⑥ 삶의 활력(Vitality of Life)

- = 터 위에 사는 사람들의 활동이 만들어 내는, 총체적인 삶의 활력
- = 삶의 활기(Vibrancy of Life) + 삶의 활기를 만드는 기반(potential for the vibrancy of life)
- = 활기(Vibrancy) + 매력(Attraction) + 지역-문화(Locality & Culture)
- ※ 〈삶의 활력〉은 지역 내에 축적되어 〈지역 활력〉으로 전환될 수 있음

⑦ 지역 활력(Local Vitality)

- = 지역경제 또는 문화활동의 현재 상태와 변화상을 모니터링하기 위한 지표
- = 지역의 경제, 문화, 사회 모든 면에서의 활력
- = 터의 활력(Vitality of Land) + 삶의 활력(Vitality of Life)
- = 터의 활력⁷⁸⁾ + 활기(Vibrancy) + 매력(Attraction) + 지역-문화(Locality & Culture)

78) 이번 연구는 지역성과 문화로 지역 매력-활력 증진방안을 연구하므로 “터의 활력”을 고려하지 않고 “지역활력”으로 통칭함.

[표 III-8] 지역문화 매력·활력 정책이 관심 가져야 할 요소들 재구성

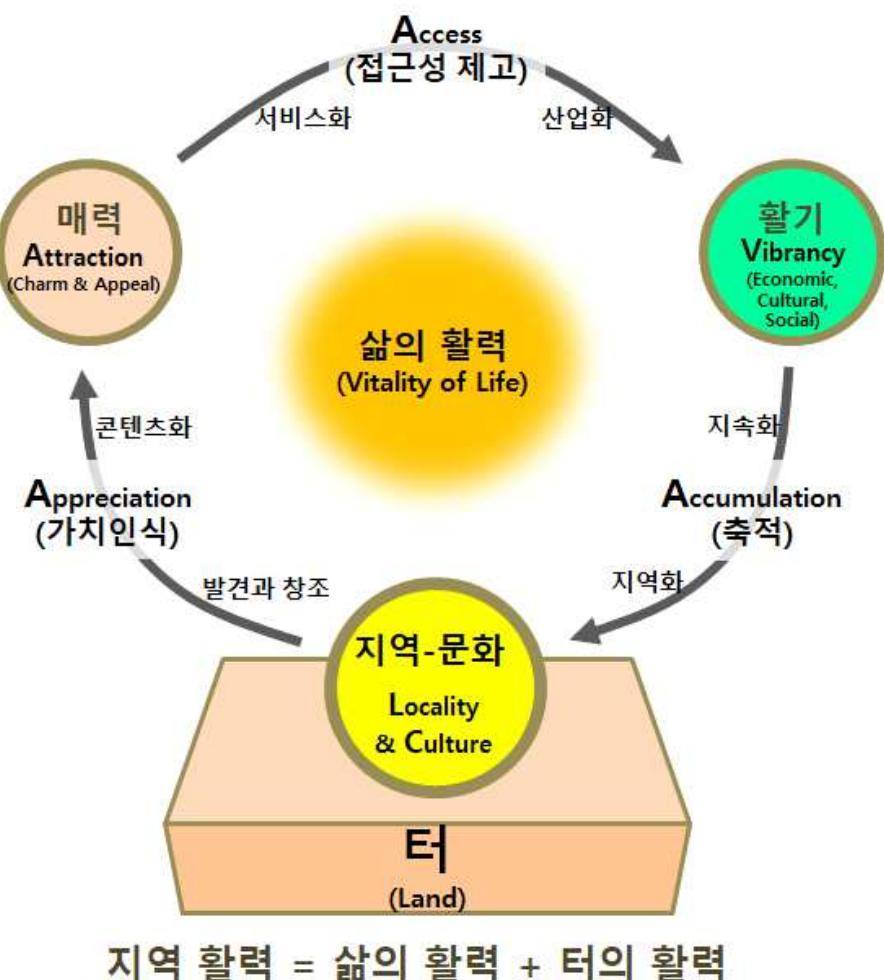
요소 구분	개념 정리	세부 요소	지표사례 (지표체계들에서 종합 발췌)
지역 활력 (Local Vitality)	지역-문화 (Locality & Culture) = 문화(culture) + 지역성(locality) + 삶의 환경(amenity)	문화예술 요소	<ul style="list-style-type: none"> 인구 대비 예비 문화예술인 비율(%) 문화 및 창조산업 고용 비율(%) 문화산업 분야 사업체의 비율(%) 유네스코 창조도시 수 예술 및 인문학 졸업생
		관광·레저 요소	<ul style="list-style-type: none"> 명소 및 랜드마크 문화자원(한국관광공사 사업대상지 수) 문화자원(주요관광지점 지정개수)
		사회적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 문화 간 관용 대인 신뢰 성 평등 수준 삶의 질 공공 문화기반시설 중 배리어 프리 인증 비율 임산부 등을 위한 휴게시설 비율 안전(교통사고 발생 건수, 5대 범죄 발생 건수, 범죄등급, 생활 안전등급) 보건 및 위생(의사, 병실 수) 가격 경쟁력(지역별 연료 가격, 임대 시세) 육상 및 교통(주차장, 도로, 철도 면적 등)
		정치적 요소	<ul style="list-style-type: none"> 자치단체 지원 마을 축제 건수 문화 ODA 규모 문화 분야 주요 국제조약 비준 및 권고이행 수준 문화 관련 조례 제정 건수
		문화매력 -평가된	<ul style="list-style-type: none"> UNESCO 세계유산(문화유산, 자연유산, 복합유산) 등재 점수(점) UNESCO 인류무형문화재 등재 건수(건) 지난 3년간 빌보드 HOT 100에서 1위 자국 곡 수(개)
	매력 (Attraction) = 내재된 가치(charm) + 매혹하는 힘(appeal)	문화매력 -표현된	<ul style="list-style-type: none"> 문화자원 수요(네비게이션 문화관광유형 검색량) 문화 및 엔터테인먼트 관광 디지털 수요 장소의 소셜미디어 도달 범위
		지역매력 -평가된	<ul style="list-style-type: none"> 관광만족도(관광만족도) Forbes Global 2000 본사 위치 세계 500위 내 대학 개수
		지역매력 -표현된	<ul style="list-style-type: none"> 관광서비스 수요(미식/체험 여행 유형 SNS 언급량) 자연 관광/비레저 관광 디지털 수요 자연 명소에 대한 관심 집중
		경제적 활기	<ul style="list-style-type: none"> 세계 문화콘텐츠 시장에서의 시장점유율 전체 수출액 대비 문화상품 수출액의 비중(%) 예술, 문화 및 엔터테인먼트 분야의 일자리 미디어 및 커뮤니케이션 분야 및 창조영역 일자리
	활기 (Vibrancy) (현재 표출되는 생기) = 경제적 활기 (economic vibrancy) + 문화적 활기 (cultural vibrancy) + 사회적 활기 (social vibrancy)	문화적 활기	<ul style="list-style-type: none"> 문화 및 창조산업 고용 비율 문화활동 참여율(%) 문화예관 공연장 공연일 수 공공 도서관 주당 평균 개방 시간 문화예술 관련 사회적 기업 수
		사회적 활기	<ul style="list-style-type: none"> 학령인구

(3) 지역문화 매력·활력의 전개 메커니즘에 대한 이해에 기반한 공공의 역할 설정

○ 지역-문화가 매력-활력이 되는 메커니즘에 대해 이해하기

- <터 : land> 위에서 이루어지는 사람들의 문화적 삶이 만드는 <삶의 활력>이 <터의 활력>과 함께 <지역활력>을 이루는 가장 중요한 요소가 됨.
- <삶의 활력>은 문화/지역정체성/문화환경에 기반한 <매력>이 경제-사회-문화적 <활기>로 순환되는 과정을 통해 만들어짐.

[그림 III-22] 지역문화 매력·활력의 순환

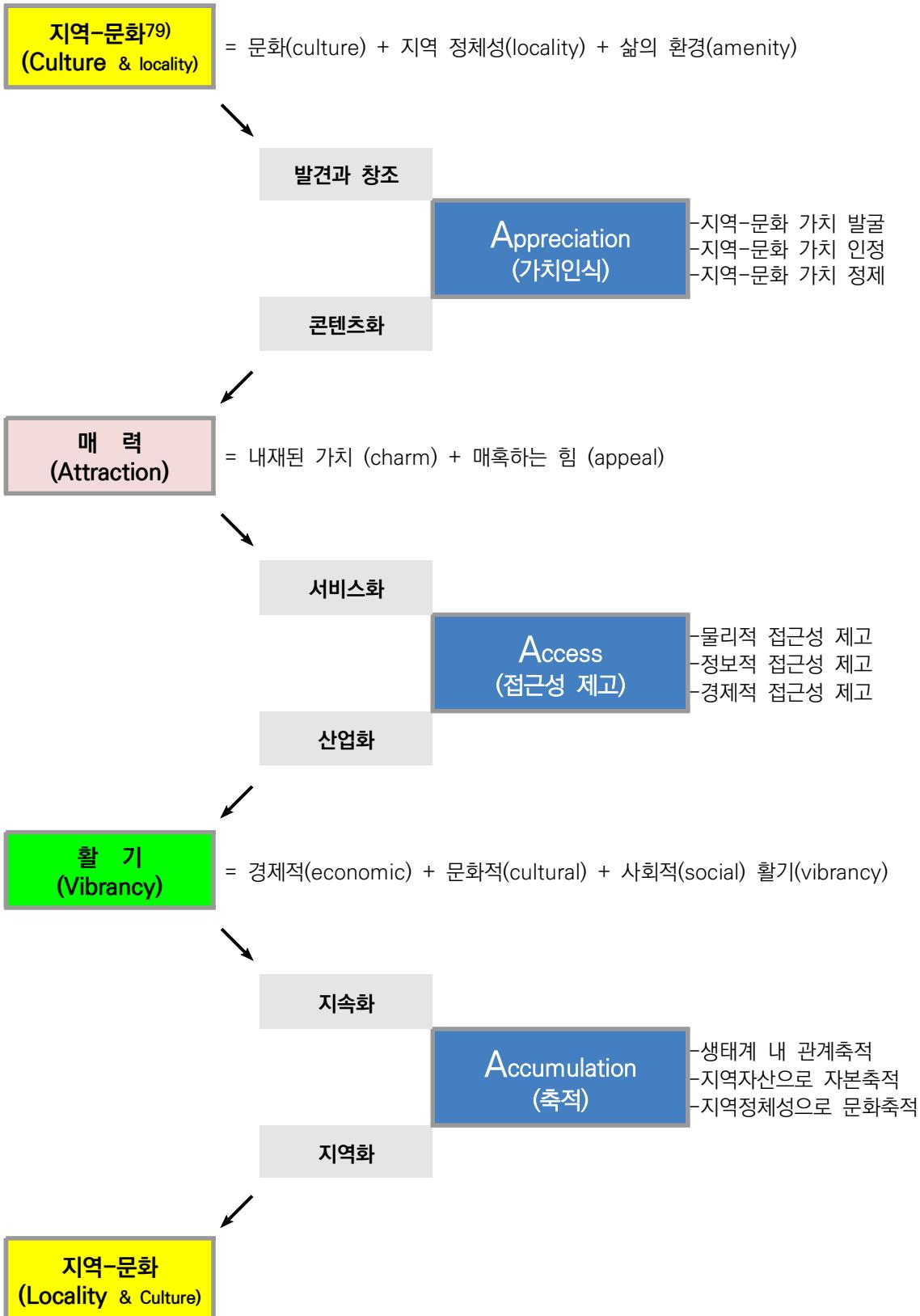


- ▷ <활력>이 지속되는 긍정적 순환 : C(culture)-A(attraction)-V(vibrancy)-L(locality)
 - 문화/지역정체성/문화환경에 기반한 <매력>이 경제/문화/사회적 활기를 만들고, 이를 다시 <지역정체성>으로 축적하여 <지역-문화>가 되는 <삶의활력>의 선순환.
 - <삶의활력>이 지역정체성과 인프라로서 <터의활력>으로 전환되는데 시간이 필요함
 - <지역화>를 통한 <축적> 과정을 중시하며 시계방향으로 전개됨
- ▷ <활력>이 지속되지 못하는 부정적 순환 : L(locality)-V(vibrancy)-A(attraction)-C(culture)
 - 지역의 독특함(지역 정체성)에 끌린 방문객들이 만드는 경제적 <활기>가 더 많은 사람을 불러 모으는 <호들갑 매력 : FAD>가 되고, 그것이 지역의 고유한 문화로 오인되기도 함.
 - 이때 문화의 <매력>은 <내재된 가치 : charm>보다는 <사람을 매혹하는 힘 : appeal> 중심으로 활용됨.
 - <지역 정체성>과 <문화>는 주로 <경제적 활기>를 위해 휘발되고 축적되지 못함.
 - 주로 <산업화>를 통한 <접근성 제고> 과정을 중시하며 반시계 방향으로 전개됨.

○ 지역문화 매력·활력 선순환을 위한 정책적 개입 : 3-A 활동

- 선순환을 촉진하는 3-A 활동, 즉 <가치 인식 : Appreciation> <접근성 제고 : Access> <축적 : Accumulation>이 필요함.
- 그동안 주로 문화정책이 담당해온 <가치 인식 : Appreciation>, 관광 및 경제정책이 담당해온 <접근성 제고 : Access> 활동을 지방시대 지역 활력 제고 정책 차원에서 통합적으로 기획할 필요가 있음. 이는 최근 문화관광재단으로 전환되는 지역문화재단의 역할 변화의 실천과제이기도 함.
- 기존의 <경제적 활기> 중심의 활력 제고 방식에서 탈피하여 <문화적/사회적 활기>를 함께 고려해야 함. 당장 눈에 보이는 <활기>뿐만 아니라 이를 <지역 활력>으로서 지속가능하게 하는 <축적 : Accumulation> 차원의 정책적 노력이 중요함.
- 문화의 매력 중에서 <내재된 가치 : Charm>보다는 <사람을 매혹하는 힘 : Appeal>을 활용한 지역활력 만들기 전략은 방문객 유치로 일시적인 <활기>를 만들 수 있으나, 이를 통해 생산된 가치의 외부 유출로, 오히려 지역 황폐화(젠트리피케이션, 사회갈등 등)로 이어지기도 함.

[그림 III-23] 지역문화 매력·활력 선순환을 위한 정책적 개입 : 3-A 활동



79) 문화전략 차원에서 지역의 문화를 활용하여 매력-활력이 되고 다시 지역성으로 축적되는 순환과정을 상정하여 각각 <지역-문화>를 (Culture & locality) -> (Locality & Culture)로 표현하였음.

○ C(culture)-A(attraction)-V(vibrancy)-L(locality) 활력 지속 순환을 위한 세부 과제들

▷ C(culture)-A(appreciation)-C(charm) 프로세스

[기존 활동]

- 지역문화자원과 지역특성에서 가치를 발굴하여 콘텐츠화하여 시민들과 공유하는 행위 위주의 단계.
- 가치의 <발견과 창조>의 측면을 가진 예술가, <콘텐츠화> 역량을 갖춘 기획자의 활동이 중요.
- 주로 문화정책의 개입으로 비영리 단체의 문화활동 진흥이 주를 이룸.

[추가로 필요한 정책적 노력]

- 다른 지자체, 국가들과 협업으로 공동의 매력자원(유네스코 유산, 길 등)의 가치 확산 캠페인. (유네스코 문화유산 공동 등재, 둘레길 공동 개발 등)
- 지역-문화의 가치를 인식/발굴/창조할 예술창작뿐만 아니라 이를 서비스화, 비즈니스화하는 로컬크리에이터 활동도 지원.
- 관계인구 전략 적용하여 지역의 새로운 매력이 될 수 있는 예술가 등 창조인력 유치.
- 외지인의 낯선 시각으로 로컬리티의 가치를 발견하기, 여러 지역 간 연계를 통해 가치 공유하기를 지원하는 문화기획 필요. (세계문화유산 연계 프로젝트, 공동 캠페인 등)
- 지역과 문화의 가치를 인식, 공유할 수 있도록 시민대상 인문예술교육 강화
- <발견과 창조>된 지역+문화의 가치를 담은 콘텐츠가 유통되는 공적 채널(축제, 교육, 생활문화 등) 활성화에서 지역문화재단 중심의 지역문화정책 역할 확대 필요.

▷ A(attraction)-A(access)-V(vibrancy) 프로세스

[기존 활동]

- 대중적 매력을 확보한 지역문화콘텐츠를 대규모 서비스화로 확산하고 이를 수익구조까지 갖춘 산업화로 나아가 지역경제와 생활의 활력을 낳는 과정.
- 물리적/정보적/경제적 요소에서의 접근성을 높이는 것은 공공서비스뿐만 아니라 기업 경영효율화의 관점에서도 이루어짐.
- 서비스화를 추구하는 벤처기업가, 투자유치로 산업화로 나아가는 기업가, 이런 흐름이 가능한 시장구조, 이를 지원하는 경제정책가가 주 역할을 하는 단계임.

[추가로 필요한 정책적 노력]

- 중소벤처기업부, 행정안전부 등 다양한 부처의 청년 지원 정책과 문화정책의 연결고리 찾기.
- 로컬벤처, 라이프스타일비즈니스 지원 프로그램에 문화기획자 및 예술가 참여 유도 및 지원.
- 매력 발산 및 공유(Buzz) 활동의 온오프라인 플랫폼을 만드는 공공의 역할 수행.
- 문화지구와 혁신파크를 연결하여 <생산형 혁신-문화지구> 모델 제시.
- 관광 이외에도 문화·창조산업을 지역으로 유치하되 글로벌 벤류체인에 연결시켜주는 역할도 병행.

▷ V(vibrancy)-A(accumulation)-L(locality) 프로세스

[기존 활동 _ 결여된 접근]

- 지역의 경제적, 문화적 활력이 다시 방문객 유치 매력으로 작용하고, 그것이 지역성과 문화로 정착되는 선순환 구조 만들기 필요.
- C(culture)-A(appreciation)-C(charm) 프로세스를 주로 책임질 문화정책 영역과 A(attraction)-A(access)-V(vibrancy) 프로세스를 책임질 경제정책 영역을 통합한 정책 프로세스 구성.
- 경제적 활력이 강조될 경우 젠트리피케이션과 같은 역효과 발생에 대한 대처 필요
: 지속가능한 <문화로 지역 매력-활력 제고>(C(culture)-A(attractiveness)-V(vibrancy))가 가능하려면 지방시대위원회와 같이 문화와 지역활력을 통합적 관점에 관장하는 정책주체의 균형된 인식이 중요함.

[추가로 필요한 정책적 노력]

- 생태계 내 관계축적, 지역자산으로 자본축적, 지역정체성으로 문화축적 하기.
- 관계인구 유치를 위한 문화기획적 노력. (명예시민증, 고향사랑기부제+문화이용권 활용 문화체험, 고향워킹홀리데이 등)
- 생활인구/관계인구가 지역변화에 참여할 제도적 장치 (살고싶은 도시계획에 직접 참여, 이중 주민등록 인정. (투표권 인정), 도 등)
- 정주인구 유치에 필요한 문화생활 인프라 확보 필요. 이에 필요한 수요계측에 관계인구까지 반영하는 제도변화.
- 지역주민의 문화적 삶의 질을 높이는 문체부의 지역문화정책 혁신.
- 기존 문화예술 중심의 업무에서 관광, 문화산업, 지역활력까지 관할하는 지역문화재단들의 역할 다변화 준비 필요.
- 지역의 매력자원에 대한 아카이빙 활동.

(4) 매력과 활력의 성질에 맞는 정책지표 관리 및 활용 방향 설정

○ <순위>보다 <현상 이해>로 지표 관리의 기조와 방식 바꾸기

- 정책지표 관리는 가치와 다양성을 특히 중시하는 문화 분야에서 강한 반감을 삼⁸⁰⁾.
- 그런데 대안 없이 문화의 보이지 않는 가치를 주장하는 그런 반감이 다시 <증거기반 문화정책>으로의 전환 필요성을 자극하고 그 오용을 강화하는 악순환이 발생함.
- 종합지수 순위에 너무 연연할 경우 오히려 관련 분야 개발이나 현황 발표에 방어적일 있음. 지표개발의 목적은 순위를 높이거나 자랑하기 위한 것이 아닌 현재의 상태를 진단하고. 앞으로 나아가야 할 방향을 점검하기 위한 것임을 유념할 필요가 있음(양혜원 외, 2023).
- 지역문화종합지수는 지역 간 문화 격차를 측정, 비교하기 위한 목적에서 개발되었음. 그러나 궁극적으로 문화의 격차는 단순히 공공정책의 개입이 이루어지는 문화정책의 요인에서만 발생한다고 볼 수 없음. 지역 간 문화 격차의 축소는 여가 및 문화시설을 포함하여 교통, 교육과 건강관리, 제도, 고용기회 및 환경 상태 등을 고려할 필요가 있음.
- 또한, 전국의 격차 비교를 위한 지표는 정말 중요한 데이터보다는 공통적으로 확보 가능한 데이터에 초점을 둘 수밖에 없음. 이 경우 오히려 지표의 본래 목적에 부합하지 못하거나 지역 특성 제대로 반영하지 못하게 됨.
- 순위 도출이 아닌 현상에 대한 충실한 이해와 정책에 지역적 특성을 반영하는데 집중해야 함.

○ 매력에 반응하는 정동(精動)경제 시대에 적합한 정책지표 관리 방향 설정

- <문화> 요소와 달리 정책적 관리가 어려운 <매력> 요소가 부각 되는 추세를 감안하여 이에 보다 적절한 빅데이터 활용 방식으로 전환이 필요함.
- 기존의 도시 <경쟁력>이라는 표현에서 <매력>, <활력>이라는 용어가 강조되고 있고, 이를 결정하는 요소에 대한 관심의 확장이 일어나고 있는 점을 간과하지 말아야 함.
- “매력” 관련 지표는 디지털 플랫폼 위에서의 수많은 사용자의 정동(精動)을 <보이지 않는 손(알고리듬)>과 <보이는 손(인플루언서, 미슐랭가이드 등 저명 매체)>이 통제하며 구동되는 새로운 인지자본주의의 정동경제 양상을 반영한 것임.
- 다양한 취향에 반응하는 <매력>의 요소와 달리 그 결과로 나타나는 <매력도>는 온라인 트레픽 빅데이터로 파악되거나, 민간전문기구의 평가로 확인되는 추세인데, 이는 지표관리 체계가 기존의 정책성과형 지표관리 프레임에서 벗어나야 함을 시사할 뿐만 아니라, 자의적으로 오도될 가능성이 크다는 위험성도 내포함.
- 이에 대응하여 공공에서도 지역의 문화와 매력 정보를 전달하는 <정보플랫폼>, 공정하고 신뢰할 만한 질적 평가를 내놓는 <감식자>로서 역량을 키워야 함.

80) “충청권 지역문화종합지수 ‘낮은 성적표’에 지역문화계 ‘갸웃’” (대전일보, 2022.2.16.일자)

: 문체부·한문연, ‘2021 지역문화실태조사’ 발표, 충청권은 대전·충남 부여만 10위권 내… “양적 요소만으로 지역문화 정의할 수 있나”…

02. 주요 활용데이터

Q. 빅데이터와 함께하는 똑똑한 컨설팅 어떤 데이터를 활용하고 무엇을 알 수 있나요?

● 빅데이터 분석



A: 이동통신, 내비게이션, 카드, 소셜 데이터를 통해 방문객의 특성, 이동패턴, 소비 특성, 방문객의 주요 관심사를 볼 수 있습니다.

<출처 : 한국관광공사>

○ 빅데이터 기반 지표관리와 이를 위한 문화데이터 수집체계 정립

- 지역 내에서 이루어지는 이동, 소비, 관광 정보 검색 관련 빅데이터 분석과 활용 체계가 필요함
- 최근 관광산업 지표관리에서는 통신, 소셜미디어 등의 빅데이터를 활용한 마케팅 및 정책 개발이 활발함.
- 한국관광공사의 관광활성화지수는 빅데이터 기반의 지표관리를 통하여 실시간에 가까운 관광 현황 추이를 파악할 수 있게 함⁸¹⁾.
- 최근 한국관광공사에서는 빅데이터 분석 결과를 토대로, “부산 범산 해수욕장의 야간 비율이 높은 반면에 즐길 거리가 부족하다는 문제점을 빅데이터 분석 결과를 토대로 파악”하고, 야간 영화관을 제안한 바 있음. 그 결과, 2023년 같은 기간 대비 관광객 비율이 15% 상승하였으며, 현재는 이러한 분석결과를 토대로 지역 내 기업과 사업을 연계하는 방안을 모색하고 있는 과정에 있음. (한국관광공사 자문회의, 2024/04/23)
- 특히 체험을 중시하며 life style에 맞는 여행을 선호하고, 모바일과 소셜미디어 등을 통한 검색, 예약 및 결제, 정보공유 등을 일상적으로 활용하는 밀레니얼 세대의 소셜미디어 사용 현황 분석이 적극 활용될 필요가 있음.
 - 현재 한국관광공사에서는 강소형 잠재관광지에 대한 소셜 데이터(썸트랜드, RSN 등)를 활용하여 지역 내 언급량이 높은 곳을 확인하고, 언급의 내용을 긍정어/부정어로 구분하는 등의 분석을 통해 소비자 맞춤형 관광콘텐츠 개발의 근거자료로 활용하고 있음.
- 가명-결합 데이터를 활용한 인구통계학적 관점에서의 지역이동 패턴 분석.
 - 한국관광공사는 통계청 데이터, SK 데이터에서 가명-결합 데이터를 활용해 장애인 요금제 사용자들이 열린 관광지를 실제로 얼마나 방문하는지 분석한 바 있음.
 - 이렇듯, 국내의 일부 기관에서는 통신 및 카드 데이터 등을 활용한 분석을 시행하고 있으나 관광 분야 빅데이터는 여전히 타 산업 간 연계, 개인정보보호법 등 법제도적 이슈 등이

81) 관광활성화지수는 BC카드, KT이동 통신사 데이터를 기반으로 하며, 가장 최신은 2~3일 전의 데이터를 사용할 수 있으며, 현재는 월별 데이터를 기준으로 산정하고 있음(한국관광공사 자문회의 중, 2024/04/23)

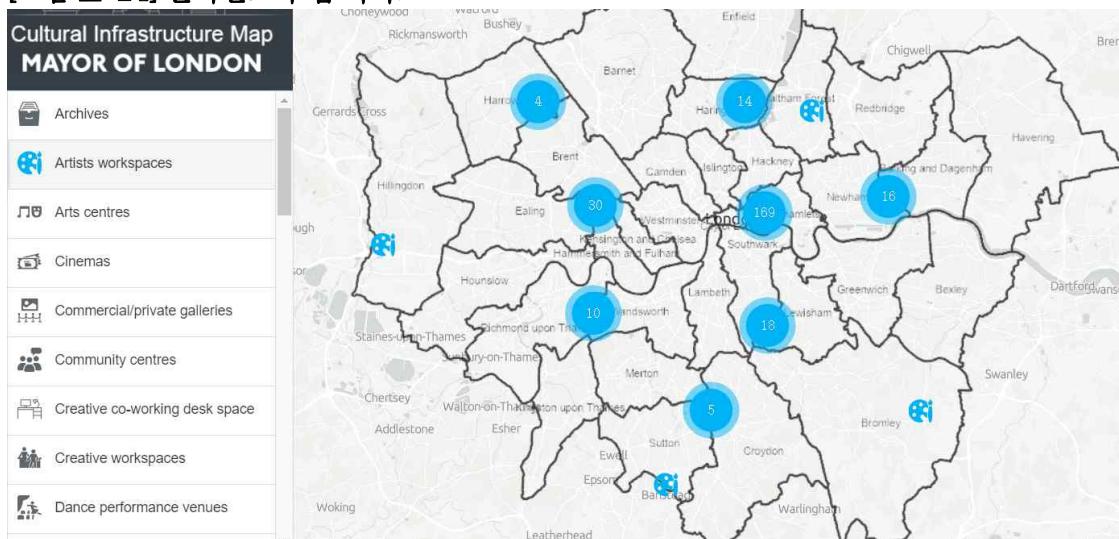
적극적 활용의 한계로 제시되고 있는 상황임(오유라, 2019).

- 데이터의 국경 간 이동 등에 대한 법적 이슈뿐만 아니라, 국내 이동 등에 대한 법적 이슈가 활발히 논의되고 있는 추세이며, 특히 온라인상 데이터 이동이 활발해지고 있어, 향후 지역문화 매력·활력 증진 지표관리체계에서도 이에 대한 고려가 필요함.
- 문화이용권, 청년문화패스, 지역문화재단들의 문화소비 카드 등 문화소비 활동에 대한 지원 시책에서 생산되는 빅데이터를 수집·활용하는 체계 구축 필요.
 - 가명/익명 정보를 활용하게 될 경우, 기존 빅데이터에서 파악 가능한 유형화된 데이터를 넘어 보다 다양한 인구통계학적 변수를 활용할 수 있음.
 - 기존 데이터로 파악하기 어려웠던 새로운 집단의 정의 및 분석을 가능하게 할 뿐만 아니라, ‘가명처리 데이터’를 이용해 정책적으로 유의미한 통계를 생산하게 되어 정책 환류에 긍정적인 기여가 가능할 것임(권태일 외, 2021).
 - 관광객들에게 교통카드 겸 박물관, 미술관 등 문화시설 입장권 할인혜택을 주는 관광패스 <암스테르담시의 시티카드 : I am sterdam City Card>의 경우 익명처리된 사용자의 동선 파악을 통해 보다 정확한 관광 정책을 수립하는데 활용됨.
 - 문화이용권, 청년문화패스, 충북문화재단의 문화소비 카드 등 공공에서 문화소비를 지원하는 시책에 사용되는 카드사용 정보부터 확보하여 빅데이터 기반 문화정책으로 전환을 준비해야 함.

○ 실제 고객을 고려한 데이터 시각화 서비스 필요

- 기존의 데이터 시각화는 랭킹, 시계열 비교 등 주로 정책결정자를 위한 서비스에 치중되었음.
- 통계분석을 위해 수집된 데이터를 다양한 사용자(관광정보 수요자, 라이프스타일비즈니스를 기획중인 기업가 등)들이 사용할 수 있도록 다양한 데이터 시각화 서비스 개발 노력이 필요함. (문화지도, 힙플레이스 감성지도, 도시 씬 변화 분석 등)

[그림 III-24] 문화인프라 맵 서비스



(출처 : 런던시청)

1. 참조할 목소리들

- (1) 지역문화 현장 주체들의 목소리
- (2) 지역-문화-도시 전문가 자문결과
- (3) 한국지역문화학회 2024 춘계학술대회 현장 리뷰

2. 문화로 매력-활력을 만들고 있는 사람과 사례들

- (1) 문헌으로 파악한 사례들
- (2) 현장에서 만난 사람들

Chapter IV

정책변화 방향 설정에 참조할 현장 사례와 목소리들

1. 참조할 목소리들

(1) 지역문화 현장 주체들의 목소리

- 매력·활력 발굴투어 간담회 : 2024.05.10.(화), 전남 영암군 달마지 복지센터 1층 세미나실

지방시대위원회 문화·관광 전문위원회 (위원장 : 이미연) 외
우승희(영암군수), 최치현(강진군문화관광실장), 이재영(해남군관광실장), 임석(강진재단 대표이사), 구자형(해남재단 대표이사), 전고필(영암재단 대표이사), 이재영 실장(해남군 관광실장) 등 참석



“

강·해·영(강진·해남·영암) 프로젝트와 같이 자발적 거버넌스가 해결책

”

- 강·해·영(강진·해남·영암) 프로젝트
 - : 관광 활성화 추진 및 인구감소 대응을 위해 3개 군이 함께 인구소멸기금 프로젝트에 신청하여 선정된 사례임. 지나가는 관광이 아닌 체류형 관광(한달살기 등) 시설을 활용한 지역활력타운을 3개 군이 함께 사용 및 관리하는 프로그램 같은 것을 함께 만들고자 함.
- 지역 간 협력 프로젝트 성공의 조건
 - : 관계 설정이 중요하고, 인프라/시스템/관광 시장 측면에서 연계분야 존재하고, 궁극적으로 군민들의 공감대가 필요함.

- 지역현실에 맞게 관광 관련 법령 개정 필요
 - : 지방에서 다양한 관광 활성화 프로그램을 운영했을 때 현행법상으로는 부득이하게 불법이 되는 부분들이 있음. 더불어 각 지자체에서 예산을 탄력적으로 운용할 수 있는 법제도 개선이 필요함. 국가 단위의 관광진흥법을 (가칭)지역관광진흥법으로 개정 또는 제정 필요함.
- 탑-다운식 균형발전 관점 지원의 문제점
 - : 나눠 먹기식, 숙원사업 해결하기 식으로 접근하다 보니 독특한 색깔들이 없어짐.
- 관광 사업 vs. 주민의 삶의 질
 - : 지역민의 삶의 질이 나아지는 게 목표임. 관광사업도 주민이 고객이며 수혜자여야 함. 그렇게 되려면 지역내 커뮤니티 활성화 필요함.
- 관광이 지역에 미치는 선한 영향력 고려해야
 - : 관광을 너무 경영적 관점으로만 학습하는게 문제. 관광지는 쓰레기와 피로만 쌓이는 곳이 될 수도 있어. 관광을 사회적 관점으로 봐야 함.
- 로컬 여행사가 중요한데 이들의 활동이 합법화 되게 제도 개선 필요
 - : 국내 인바운드 여행사는 지역의 작은 동네를 잘 모름. 대규모 사업체를 기준으로 한 관광진흥법에 따르면 지역여행사의 활동은 모두 불법으로 치부될 수 있음.
- 결국 지역에서 일할 젊은이가 문제
 - : 고립된 곳에서 일하고 싶어 하는 청년은 없음. 지역출신 청년을 키워서 활용하는데, 인건비성 경비에 대한 지원이 필요함.
- 관광은 눈에 보이는 성과를 요구하고, 성과에 대한 인식이 문화사업과 달라
 - : 예술체험 프로그램을 관광에 접목한다면 비용과 수입을 대하는 태도가 다름. 문화사업에서 참가자 교통비는 비용이지만 관광에서는 수입이 될 수 있음. 예술가 사례비를 비용으로 인식할지 여부도 다름. 문화-관광재단으로 한지붕 아래에서 이런 관계를 시너지로 활용해야 함.

○ 문화관광재단 대표자 FGI : 2024.05.10.(화)

임석(강진문화관광재단 대표이사), 구자형(해남문화관광재단 대표이사), 전고필(영암군문화재단 대표이사)



“
중앙의 시선으로 지역을 보니 문화와 관광을 따로 보는 것임.
지방소멸 시대에 대응책은 관계인구 증진이며, 문화만으로는 안 되고 지역성에 기반한
관광이 필요함.”

- 지방 소멸의 절박성
 - : 지방의 인구 감소는 절박한 상황임. 지역사회가 무너지고 있음. 지역 전통문화 행사를 진행할 젊은이가 없음. 관계인구 유치라도 절박함.
- 각 지역이 처한 현실에 맞는 중앙의 지원 필요
 - : 중앙의 시선으로 지역을 바라보지 말고 각 지역의 현실에 맞는 중앙의 관심과 지원이 필요함. (예산지원, 인적지원, 지역 플랫폼 지원 등)
- 관광을 너무 경영과 마케팅 중심으로 학습하는 게 문제. 사회학적 접근 필요
 - : 문화가 관광을 수용하기는 쉬워도 관광이 문화를 수용하기는 어려움. 이제 자치와 자율을 중시하면서 문화가 일상화되었음. 새로운 패턴의 힐링과 여가를 추구하는데 이에 대한 취향저격이 필요한 시대. 매력을 느끼게 해줄 “힙한 것”에 대한 갈망이 커. 관광이 최전선에 나설 수밖에 없음.
- 다양한 정책영역을 담당하는 문화재단
 - : 지방에서는 현실적으로 영역별로 출연기관을 만들 수 없음. 문화재단이 문화정책과 이외에 경제산업과 등 다양한 부서와 관계해. 강해영 프로젝트도 행정안전부 사업임. 주민들도 “이것도 관광 아녀, 이것도 문화 아녀”라고 말함.
- 한국적 DMO⁸²⁾ 필요
 - : DMO에서 또 다른 사업과 일자리가 만들어질 수 있음.(협동조합, 일자리 창출)
- 지역만의 매력 확보를 위한 지원 필요
 - : 지역의 문화자원을 최대한 활용하여 지역만의 매력적인 콘텐츠를 만들어내야 하며, 창작자들에 대한 지원 필요함. (예시-지역 인재 양성 교육프로그램)
- ‘재단’이라는 회사. 서로가 서 있는 곳이 다름을 인정하고 협력해야
 - : 지자체의 ‘재단’은 문화, 관광 등 지역 내의 여러 관련된 공공의 사업을 하는 공공의 ‘회사’라고 생각됨. 군수와 공무원이 필요로 하는 점을 도와주고 서로의 공을 인정하는 관계 필요.
- 지역 간의 협업 필요성과 어려움
 - : 지방소멸 과정에서 한 개 군만 살아남는 것은 불가능해. 인접 지역 혹은 공통의 주제를 가진 프로젝트를 지역들이 협업하여 함께 만들어가야 함(강·해·영 프로젝트(강진·해남·영암)). 선거구가 다른 점이 유리하게 작동하기도 함.

○ 문화관광재단 직원 설문 : 2024.5.14. ~ 5.27, 한광연 소속 관광업무 담당 기관 및 강해영 프로젝트 참가 재단의 직원 대상 설문

- 문화예술과 관광 요소를 통합적으로 적용한 사업 사례
 - 해녀의 부엌 : 제주 해녀들의 삶을 주제로 한 연극과 식사를 결합한 체험 콘텐츠.
 - 한옥자원활용 야간 상설 공연 : 전북 임실 “춤추는 상회”, 고창 “이팝 : 소리꽃” 등 공연과 체류형 관광 연계.
 - 별빛 문화기행 : 울산 유적지 문화답사와 공연 연계 프로그램.

82) 지역 이해관계자 간의 합의를 기반으로 지역관광을 경영하는 지역대표 관광조직

- 충남 역사·문화·생태 융합형 관광콘텐츠 개발 공모사업 : 충남관광재단 주관으로 3개 지역 16개 지역자원 활용 관광 프로그램 및 콘텐츠 개발. (논산문화관광재단 전통주와 특산물을 활용한 미식관광 콘텐츠, 흥주문화관광재단 흥주읍성 활용 체험 공연과 체험 프로그램 등)



〈출처 : 해녀의 부엌 홈페이지〉

- 문화예술과 관광 업무 연계의 장점

- 지역 문화유산과 문화예술을 외부 관광객 대상으로 함께 홍보할 수 있는 기회.
- 지역 예술가의 창작 활동 활성화에 기여. 신규 예술 작품과 문화콘텐츠 생산 기회 제공.
- 관광 프로그램과 문화예술 활동에 참여하는 주민들의 공동체 의식 강화와 상호협력 촉진.
- 다양한 관광 콘텐츠와 지역만의 독특한 지역성 확보하여 관광객 유치 경쟁력 제고.

- 문화예술-관광 결합의 장점 발현 장애 요소

- 상호 관점 차이로 인한 갈등 : 성과에 대한 인식 차이 (관광객 수, 관광객 소비액 vs. 계량화하기 어려운 문화사업 성과)
- 관광분야 공모사업에 문화예술인 참여 건에 대한 심사 평가의 어려움.
- 사업 대상(수혜자)이 달라, 관련 정책, 인프라, 사업 수행 영역이 관련 상위 기관부터(한국문화예술위원회 vs. 한국관광공사) 다르고 공모사업, 사업추진 방향도 달라서 상호협력 어려움.
- 주로 야외에서 진행되는 관광 연계 공연 프로그램의 진행상 어려움. (우천 등)
- 외진 관광지의 경우 대중교통 등 접근성 낮음.
- 조직 내 인사관리 상 전문적 업무 수행이 어려움.
- 예산 및 지원 부족으로 상설공연으로 지속하기 어려움.

- 개선에 필요한 조치

- 각 분야(문화/관광)의 전문가 양성이 우선 필요.
- 문화·관광 통합 기조에 맞는 상위 기관의 공모 사업 등 정책 방향 재정립.
- 문화예술 분야 지속가능성 확보를 위해 관광분야와의 접목이 필수 요소라는 인식 확대.
- 문화예술 접목의 정성적 성과를 정량화할 수 있는 지표 설정 등.

(2) 지역-문화-도시 전문가들

- 존 뉴비긴 (John Newbigin : Creative England 설립자, 창조산업 전문가) : 3.22.(금), 광화문 정부청사 회의실



“
 A City for all its People
 : 방문객뿐만 아니라 모든 시민을 위한 도시 문화정책이어야 함
 ”

- Talent is every where, but the opportunity is not
: 지역의 다양한 창의성을 존중하는 것과 동시에 로컬 크리에이터 발굴 지원 필요.
- Geography of Creativity에서 Micro-Cluster 중요
: 산재된 작은 창의성과 산업화 효과 발생시키는 Critical Mass 중요.
- “영국 국적이 아닌 런던 시민”
: 도시에 대한 애정과 소속감 가진 방문객과 창조인력 유치를 위해 열린 사회적 분위기 중요.
- celebrating culture together as Londoners
: 도시구성원 각자의 다양한 문화를 존중해야 함.
- Run fast to avoid your own bureaucracy
: 융통성 있고 빠르게 대응한 코로나 극복과정에서 버려진 것은 "정상적인 규칙(normal rule)"이 아닌 "일상적인 관료제(normal bureaucracy)"이었을 뿐. 일터와 주거지가 분리되어야만 했었던 산업화 시대의 도시계획 기준은 지금 창조시대의 도시계획 기준에 부적합함. 정부가 할 수 없는 일에 대해서는 민간이 주도권을 잡고 일하도록 약간의 위법도 눈감아 주는 것이 필요해.
- 방법론적 조언
: 공영방송을 통한 시민들의 관심 유도와 인식변화. (채널4 사례)
: 지역자산을 시민이 조직화하여 관리할 수 있도록 지원.
: 출향 유명인의 고향사랑 재능 기부의 효과성 활용.
: 공교육을 통해 문화예술의 가치 인식 제고 필요. (이즐링턴의 11 X 11 약속(11년 공교육 기간동안 11가지 문화예술경험 커리큘럼), 학교 내 예술가 상주(Cultural partnership) 사례)
: 런던의 “Borough of Culture (문화자치구)”와 같은 선정 프로그램이 지역을 문화적으로 발전시키는 계기로서 작용하며, 선정과정에서의 부가적 효과도 발생시킴.

- 폴 오웬(Paul Owens : WCCF 전 사무국장, 세계도시문화정책 전문가) : 2.13(화) |온라인 화상회의



작은 규모의 도시 지원에만 집중해서는 안 되고
글로벌 벤류체인으로의 연결성, 다층적 관계를 중시해야 함

- 글로벌 벤류체인에의 연결성, 다층적 관계를 중시해야 함 : 게임 산업의 창작스튜디오와 소비 시장 유치 관점의 차이를 이해해야 함.
- Buzz의 중요성 인식해야 함. 이것은 같은 공간에 있음으로서 함께 느끼는 감정임.
: 문화는 Buzz의 교환을 만들어내는 장치이며 장(오프라인, 온라인)이 되기 때문에 중요함.
- 이제는 이 “방 안의 코끼리”(모두가 알고 있는 문제 = 부동산 문제)를 얘기해야 할 시점임.

- 이무열(전환스튜디오 와월당 대표, 지역브랜딩 및 청년문화기획자 컨설팅 전문가) : 3.23(토), 뛰든지아트하우스



지역의 「발견」과 「발명」 필요함

- 청년들은 “정착” 보다 “유목”을 지향함. 대도시-지방 듀얼하우스 전략 필요함.
- 청년들에게 예술적 영감을 줄 수 있는 지역의 매력 중요함.
- 정보 흥수의 시대, 설득이 불가능한 시대, 직감적 경험과 정동(精動), 이를 위한 (공간, 관계의) 재배치 중요함.
- R&D에서 C&D(connect & development)로 전환된 시대.
- No Plan Workshop
: 비 선형적-나선형으로 진보하기, 멋대로 하게 내버려두기, 자기주도성 보장하기.
: 계획되지 않은, 의외의 성과-실패-변화까지 모두 포용해줄 수 있어야 함.
- 청년을 지원하는 정책의 적절한 태도와 고민 필요함.
: 코칭, 멘토링, 퍼실리테이팅, 모더레이팅, 패이스 메이커 등 길잡이 필요함.

- 모델을 중시하는 공공의 접근법 버리고, 장소에 따라 맥락에 따라 바뀌는 기획적 접근 필요함.
- 제도와 욕망을 절제하는 정치와 관계인구 개념에 맞는 정치제도도 필요함(비례대표제 등).

○ **홍주연**(한국관광공사 전임연구원, 빅데이터 관광컨설팅 전문가) : 4.23(화) | 온라인 화상회의



“
문화 · 역사 · 지리 등 지역의 특성과 매력을 고려하여 측정한
빅데이터 기반 지표는 지역 간의 비교를 보다 더 정확하게 알 수 있기에
효율적 지역맞춤형 사업발굴과 협업사업에 활용할 수 있음
”

- 빅데이터 기반 지표

- 기존의 관광경쟁력 지표와 비교하여 소셜미디어, 교통, 숙박, 식음료 업종 등 여러분야에서 수집한 데이터를 통합하여 활용 가능.
- 다양한 지표로 지역관광의 상황을 여러 측면에서 평가 가능.
- 지역관광활성화에 대한 보다 정확한 정보를 얻을 수 있음.

- 실시간 분석

- 현재 지역의 관광상황을 정확하게 파악, 빠르게 변화하는 관광 환경에 대응.
- 분야별 전문가를 활용하여 다양한 지역의 문제 해결.

- 빅데이터 기반의 과학적 분석

- 지역관광개발사업의 계획수립 및 관광정책방향 제시에 폭넓게 적용.
- 지자체간의 관광개발역량 불균형 해소를 위한 지원체계 구축에 기여.
- 지역 관광의 효과 및 성과분석 체계 구축 지원.

- 빅데이터 분석 주의점

- 빅데이터라고 해서 모든 데이터를 수집할 수 있는 것은 아님.
- 데이터 해석방법과 적용시 주의해야 할 부분들의 숙지 필요함.

- 백원경(Populous 한국지사 대표, 도시 공간 건축 전문가) : 5.13(월) | 온라인 화상회의

인구소멸 지방도시의 공간 재구성 전략
지역문화 매력/활력 증진방안:
도시계획, 도시공간 설계



“
지역 주민이 원하는 것과 미래지향적인 정책이 상충하는 경우
중간 조율자의 역할이 중요함 (공무원, 공공기관, 중간역할의 민간 조직 등)
”

- 지속적인 인구 감소와 노령화로 인한 지방도시의 소멸위기 현실을 인지 해야 함.
- 도시 공간 재구성을 통한 지방도시의 혁신 필요함.
 - : 콤팩트 시티, 친환경 공간 조성, 도심 공백 활성화, 혼합용도(mixed-use) 계획으로 도심 재생 추진 필요함.
 - : 스마트 시티 기술 도입 필요함.
- 공간 활용 방식 전환을 통한 지방도시의 매력과 활력을 증진.
 - : 지역 특화 공간 조성, 역사문화공간 보존, 창조 인력/방문객/주민 모두에게 혜택을 주는 공간 조성 및 운영 전략 등.
- 성공 사례의 공통 요소 : 주민 참여와 의견 반영을 통한 공동체 중심 개발.

사례 (해외) 콤팩트 시티, 지역 특화형 공간 조성 외

- 대중교통 중심의 콤팩트 시티 사례
 - 프라이부르크, 독일
 - : 자동차 없는 도심 구역 조성, 자전거 도로 확충, 대중교통 시스템 개선 등을 통해 콤팩트시티를 성공적으로 구축했음.
 - : Green City Friburg. 30년이 넘게 지속적으로 추진한 정책. 정책의 안정성
 - Arlington, WASHington DC USA
 - : 콤팩트 시티와 교통중심 설계(TOD) 개발을 통해 효율적이 토지 활용과 접근성을 높임
 - 콤팩트 시티와 교통중심 설계 개발 전략의 단점은 부동산 가격 및 건축비 상승, 건축 비용 증가, 소음 및 혼잡 증가, 인프라 개발 비용 증가, 저소득층 불이익 등
- 지역 특화형 시설과 공간 조성 사례
 - 폐허나 버려진 공간을 활용하여 경제적으로 재생가능한 새로운 문화 공간으로 재탄생.
 - (역사적 건축물 보전, 문화 예술 공간, 전시박람회 시설, 주거 등)
 - : The Mercury Store, Tournelles Cultural Center, La Friche, Zeitz Museum of Contemporary Art Africa
- 주민참여형 도심재생과 혼합용도 개발
 - 시드니 ICC는 도심 슬럼가였던 달링 하버 지역을 되살리는데 핵심적인 역할을 함
 - 5년이 넘는 시간을 주민 의견 청취 및 관계자들과의 협의에 할애함

○ 김상현(서울연구원 연구위원, 도시사이론 전문가) : 5.13(월) | 온라인 화상회의



“

도시정책은 다양한 사람들을 끌어들이는 어메니티의 강화가 중요함

”

- 지역의 문화적 특징을 계량한 도시 씬(Urban Scean)⁸³⁾과 함께 생활인구 데이터를 활용한 유동인구 분석
 - : 도시정책은 다양한 사람들을 끌어들이는 어메니티의 강화가 중요함.
 - : 지역 내 어메니티 분포와 네트워크 지도를 함께 활용한다면 지역 공간의 매력을 증진시켜 외부인들 유입시킬 수 있는 좋은 해결책을 찾는데 도움을 줄 수 있음.
 - : 전국 단위보다는 시, 군, 구 정도의 단위에서 적용한다면 지역공간 정책에 많은 도움이 될 수 있음.
- 지역 공간 매력을 증진시켜 외부인 유입.
 - : 도시 씬 방법론을 통해 외부 방문객을 끌어들이는 지역의 문화적 특징 파악.
 - : 이를 바탕으로 지역의 경쟁력 강화를 위한 정책적 방안을 제안.

83) 도시 씬(Urban Scean) 연구는 시카고 대학 사회학과의 Terry Clark 교수가 FAUI(Fiscal Austerity and Urban Innovation) 프로젝트로 진행해 옴.
김상현, 장원호(2017). 네트워크 분석을 통한 서울 도시 씬(urban scene)의 이해. 지역사회학 2017, vol.18, no.1, 통권 36호 pp. 171-197. 지역사회학회 참조.

[표 IV-1] 도시씬의 3가지 대분류, 15가지 하위요소

<도시 씬 Urban Scean>

- 도시씬은 3가지 대분류, 15가지 하위요소로 분류하여 설명되며, 15개 영역을 통해 세부적으로 지역의 특징을 비교해 볼 수 있어 어떠한 특징이 지역의 변화에 영향을 주는지 파악 가능함.

요소	문화소비의 목적	하위요소	문화소비 행위의 예	관련 어메니티 예
1. 정당성	옳은 가치의 실현	전통주의	복촌·관광, 국악 공연의 관람	역사적 장소, 골동품 가게, 박물관, 전통예술 공연장
		공리주의	아울렛에서의 쇼핑	페스트푸드 음식점, 아울렛 상가, 편의점, 각종 기술 학원
		평등주의	외국인 노동자의 인권을 위한 촛불시위에 참여	인권단체, 공공도서관, 환경운동단체, 장애인 복지시설, 종교단체
		자기표현	재즈바에서 즉흥적으로 트럼펫을 연주	페션소, 요가스튜디오, 코메디클럽, 뮤지컬스튜디오, 노래방
		카리스마	한류스타들이 출현해서 유명해진 카페에서 커피를 마심	유명디자이너 매장, 스타들이 운영하는 식당, 역사적 위인과 관련된 장소
2. 연극성	보고 보여지는 것, 공통적 자기표현	근린성	지역주민으로 이루어진 합창단에 참여	지역 봉사단체, 초등학교, 중고등학교, 입시학원, 공원, 제과점
		격식성	정장을 하고 오페라를 관람	오페라 극장, 고급음식점, 사교클럽, 골프 코스 와 컨트리클럽
		과시성	동해안 해변가에서 배근육(시스랙)을 자랑	나이트클럽, 패션쇼, 걸러리, 헬스클럽, 뷰티살롱
		화려함	부산국제영화제의 레드카펫에서 등장하는 스타들을 바라봄.	영화제, 디자이너 패션쇼, 연예기획사, 보석상, 카지노
		일탈성	성인전문클럽에서 스킨 파이어싱 공연을 관람	문신가게, 성인전문 매장, 성인나이트클럽, 가족옷 가게, 도박장
3. 진실성	정체성의 확인, 자기실현	지역주의	전주에서 전주비빔밥과 한정식을 먹음	지역특산물점, 지역의 역사적 장소, 공원, 지역 박물관
		에스닉	서래마을에서 프랑스 요리로 식사	각종 에스닉 식당, 외국어학원, 요가학원, 라틴 댄스학원
		국가주의	광복절에 독립기념관을 참관	독립기념관, 전쟁기념관, 정당, 관공서, 대사관
		기업성	단체로 삼성전자 공장을 견학	백화점, 마케팅회사, 컨설팅 서비스 회사, 증권 회사, 모터쇼
		합리성	지구온난화의 결과에 대한 이성적 추론을 바탕으로 환경운동에 참여	대학교, 리서치 센터, 서점, 진보성향의 교회

*출처: 김상현 박사 자문 자료

○ BOP Consulting (런던 소재 세계도시 문화정책 컨설팅 기관) : 5.13(월) | 온라인 화상회의

Richard Naylor(Research Director), Martha Pym(Senior Consultant), Jonathan Todd(Chief Economist)



“
활력(Vitality)은 모든 생명체에 생명을 불어넣은 존재 상태로, 감각 경험을 통해 정신을 고양시키고 세상에 활기를 불어넣음. 문화적으로 활기찬(culturally vibrant) 도시는 어떤 식으로든 이러한 자극과 흥분의 감각을 성취할 수 있게 함
”

- Life and Soul: Vitality Indicators for world cities.

- : 활력은 모든 생명체에 생명을 불어넣은 상태를 의미하며, 감각 경험을 통해 정신을 고양시키고 세상에 활기를 불어넣는 것임.
- : 모든 문화적으로 활기찬 도시(culturally vibrant cities)는 어떤 식으로든 이러한 자극과 흥분의 감각을 성취하게 함.
- : 문화적 활력이 높은 도시는 방문객을 흥분시키고 투자자를 유치하며, 역동적인 경제를 육성하는 장소임.
- : 우리는 직관적으로 예술이 좋다는 것을 알지만, 마치 좋은 시의 의미나 훌륭한 곡의 본질처럼 정의 내리기는 쉽지 않음.

- World City Vitality Index

- : 정책 목적에 따라 지표의 목적이 달라질 수 있음. 관광부서는 관광객을 유치할 수 있는 이벤트나 국제적으로 인지도가 높은 박물관에 집중하는 반면, 문화 관련 부서는 문화적 활력을 측정하기 위해 다양한 지표를 고려할 수 있을 것.
- : World City Vitality Index는 지표의 현실 적용성과 실용성(가용성)에 중점을 둠.
- : 문화적 활력을 단순히 관광 "수입"과 방문자 "수"로 측정하는 것이 일차원적인 방법이지만, 이는 시장에서의 문화의 필요성을 충족시키기 위해 선택된 실용적인 방법임.
- : 특히 글로벌 지표 개발과정에서 발생하는 확보 가능한 데이터의 수집, 국가 간 맥락을 고려, 공통으로 적용 및 비교 가능한 지표 등의 현실적인 한계를 고려해야 할 수밖에 없음.

- You can't eat an elephant in one go. You have to eat it in small bites at a time.

- : 그러나 이러한 접근은 도시경쟁력의 관점에서 문화적 활력을 강조하기 위한 첫 번째 단계이며, 더 큰 문제를 다루기 위한 작은 한입에 불과함.
- : 한 번에 모든 문제를 해결할 수 없고, 실현 가능한 작은 목표부터 시작하여 점진적으로 나아가야 함.

- Global value chain과 로컬의 관계

- : 글로벌 가치사슬을 구축하는 것은 복잡한 과정임.
- : 영국의 작은 도시에서 열리는 국제적인 페스티벌의 The hay on WY Festival은 국제적으로 유명하며, 매우 높은 수준의 연사들이 참여하고 방문객을 유치함. 또한, 미술관 스타를 받은

많은 레스토랑도 도시 외곽에 있음. 이러한 종류의 문화자산은 박물관이나 극장 개발을 하는 것보다 더 쉽게 국제적 수준에 도달할 수 있을 것.

- : 반면에 박물관이나 극장에 관광객을 개발하기 위해서는 더 나은 교통과 인프라가 전제되어야 함.
- : 창조산업 측면에서 영화 스튜디오의 경우는 대규모 국제 영화 제작을 위해 많은 인력과 인프라가 필요로 할 것. 그러는 한편, 게임산업의 경우는 가상에서 소비가 이루어지기 때문에 장소의 제약을 덜 받을 수 있음.

- It's all about sort of specificity

- : 결국, 문화자산의 특이성이 중요함. 소외된 지역이 국제적 품질의 이벤트, 공급망 연결을 구축할 가능성이 전혀 없다는 것은 아니지만, 적절한 조건이 갖춰질 필요가 있고, 이는 지역의 특성과 조건을 고려하여 가장 성공 높은 것을 선택하는 것은 정책결정자의 몫이라는 것.

- BBC Studio 이전 사례 : 함께 당면 현안을 해결하여 공공성을 구현하는 민-관 협력

- : BBC 사례는 런던 외부에 상당한 자본을 투자하여 Western Midlands로 이전시킨 대표적인 사례임.
- : BBC 스튜디오를 Western Midlands로 이전시킨 것은 정부, BBC, Birmingham 지역 정부의 세 차원에서 설명할 수 있음.
- : 영국 정부는 “Level up” 전략을 통해 런던 외 지역의 경제성과를 개선하려고 함. 이는 정부 차원에서 추진하는 전국적인 경제 개발 전략의 일부라 볼 수 있음.
- : BBC는 정부 기관은 아니지만, 공공가치를 창출하고 런던 외 지역의 경제 및 사회적 문제를 인식하고 있음. BBC는 “전국적으로(Across the UK)” 전략을 세우고, 지난 3년간 런던 외 지역에 많은 자본을 투자해 지역의 경제 및 사회적 문제를 해결하기 위해 노력해왔음.
- : 마지막은 국가 정부나 BBC가 아닌, 베밍엄 지역 정부와의 협력임. 새로운 건설 및 지역 경제 활성화를 위해서는 지역 정부와의 긴밀한 협력이 필요함.

(3) 한국지역문화학회 2024 춘계학술대회 현장 리뷰⁸⁴⁾

행사 개요	- 행 사 명 : 한국지역문화학회-한광연-부산문화재단 공동 2024년 춘계학술대회
	- 일 시 : 2024.5.24~5.25
	- 장 소 : 부산광역시 라발스호텔
	- 주 제 : 지역문화, 고유성과 다양성을 품다
	- 주 최 : 한국지역문화학회, 한국광역문화재단연합회, 부산문화재단
	- 주 관 : 한국지역문화학회, (한광연 부설) 한국지역문화정책연구소
	- 행사구성 : 기조세션 “전환기, 로컬리티와 동력·활력·매력 전략” 특별세션 “지역문화정책의 전환 – 문화분권에서 지역활력으로?” 학술세션 등

○ 이홍재 (한국전통문화대학교 초빙교수) “전환기, 로컬리티와 동력·활력·매력 전략” 기조강연 중

- 소용돌이와 같이 단순히 선형적으로만 전개되지 않는 전환기를 맞아 “무기력을 뛰어넘고, 동력을 추스르고, 활력을 일으키고, 매력을 키워가는 4력 전개”가 필요함.
- 이를 위해서 공간, 시간, 인간을 “로컬리티”로 바라보는 인식의 전환이 필요함.
- “로컬리티 가치의 문화적 변용”을 위해 문화예술보다 사회문화적으로 접근하고, 지역사회에 뿌리내려 공동체 순환활동으로서 공진화하는 전략 필요함.
- 로컬리티에 기반한 지역 활력 증진의 실천적 제언 : 인구와 문화권 및 선점 이슈 등을 기준으로 한 <지역유형화 차별전략>, 수평적 협력거버넌스를 통한 <문화권 협력>, 감동관광을 지향하는 <문화관광>, 트렌드와 신기술을 감안한 <지역문화콘텐츠 클러스터>.
- 지역문화재단들이 형식적 합리성을 위해 서류작업에 매달릴 것이 아니라 실질적 효과성을 추구하고, 소셜디자이너이자 활력전문가로 전환해야 함.

○ 김갑수 (충북문화재단 대표이사) 기조세션 토론 중

- 로컬리티에 기반한 전략 수립에 앞서 지역 문화예술 생태계의 점검이 우선되어야 함.
- 지방 대학에 순수 예술학과가 전무하고 청년 예술가가 부족하니 갈수록 자체 문화생산력이 떨어져, 수도권과 대도시에서 찾아오는 문화예술에 의존하는 경향이 심화되고 있음.

○ 심상민 (성신여자대학교 교수) 기조세션 토론 중

- 물리적 공간과 장소 개념으로는 온전한 재생이 힘듦 : 부산 구도심의 사례.
- ‘비워짐’을 ‘비움’으로 전환하고, 채움과 투입, 개발의 구태 경영으로부터 탈피해야 함.
- 문화로 지역 매력-활력 증진 전략에서 지역과 국가, 중앙과 지방이 다를 의제를 구분해야 함.

84) 당초 본 연구는 한광연과 공동연구로 추진하려고 했으나, 계획대로 추진이 불가피하여 <한광연-한국지역문화학회 공동주최 학술대회>의 주제를 본 연구와 연결하여 설정하고, 학계와 지역문화정책 주체들의 의견을 수렴하는 자리로 활용하였음. 따라서, 본 연구의 자문회의를 겸해서 학술대회가 개최된 건이므로 현장 리뷰 방식으로 소개함

○ 정상철 (한국전통문화대학교 교수) 기조세션 토론 중

- 지역에 빨 딛고 살고 있는 지역민을 로컬리티의 수혜자로만 설정하고 정작 중요한 지역문화자산으로는 보지 않는 것이 문제임.
- 전문가나 내부자 시선을 뛰어넘어 로컬리티를 재정의하는 것이 필요함.
- 지역에서는 인구와 문화가 하나로 작동되고 있기 때문에 지역의 인구소멸은 곧 문화소멸이며 활력상실로 직결됨.
- 문화로 지역의 매력을 높여서 관광객을 끌어들이는 것은 아주 작은 부분이며, 지역에서의 동력, 활력, 매력의 시작과 끝은 정주 지역민.
- 지역의 동력과 활력 확보가 지자체 단위에서 스스로 문제를 극복할 수 있는 실행 과제인지에 대한 고민도 필요함.
- 지방소멸로 지역문화가 백척간두에 선 절박한 상황인데 그에 걸맞는 지역문화담론 생산은 부진함.

○ 정정숙 (한국문화기획평가연구소 소장) 기조세션 토론 중

- 과거의 지역(local)은 대도시를 모델로 바라보며, 따라가기에 바쁜 ‘추수(追隨) 문명’의 공간과 같은 의미였으나, 지금은 로컬의 다양성이 재해석되고 있음.
- 이제 지역문화는 새롭게 발굴, 발견되고, 국제사회의 교류에도 로컬이 호명되며 파트너로서 선호됨.
- 유무형 유산과 역사, 생활양식, 예술인, 창작물 등 지역의 문화자산들이 지구의 문화 다양성을 지켜내는 수호천사의 역할을 맡게 되었음.
- 감동관광이 감동을 정책지표로 수치화하고 자본주의 마케팅의 대상으로 활용할 위험성도 있음.

한광연-한국지역문화학회 공동주최 춘계학술대회 기조세션 좌담



○ 김해보 (한국광역문화재단연합회 정책연구소장, 서울문화재단 전문위원) 특별세션 배경설명 중

- 지방자치 시대 문화분권에서 지방시대 지역활력으로 문화정책 기조 전환 필요함.
- 지역문화재단들을 문화관광재단으로 전환하는 지자체의 요구.
- 한광연 정책연구소는 지방시대위원회 연구 연계하여 지역문화재단들의 역할 변화 준비함.

○ 서우석 (서울시립대 교수) “문화매력 명소선정, 지역발전전략으로 충분한가?” 발제 중

- 로컬100은 지역문화브랜딩을 위한 중요한 시도, 현재의 지역문화와 관광의 결합 가능성을 판단하는 시금석.
- 문화와 관광이 결합한 문화관광의 가능성 높아. 우리 국민들의 평균 관광경험 증가, MZ세대의 SNS 이용과 이미지 소비, 라이프스타일 모빌리티 가능성 증가로 여가, 여행, 이주의 경계 모호 현상 등.
- 현재, 문화와 관광의 상보성에 대한 공감이 이루어지지 않고 있으며, 상보성이 실현될 수 있는 구조가 구축되지 않은 상황임.
- 로컬100의 정체성이 명확하게 정착되지 안 되면, 한국관광100선의 후보군 정도로 인식될 위험성 있음. 지역발전 관점에서 관광정책과 지역문화 정책의 관계가 위계적 관계로 발전하여 지역문화의 가치에 대한 인식 저하 위험이 있음.
- 명소 선정의 부정적 영향 가능성에 대한 인식 중요 : 어쩔 수 없는 안배 선정, 지역 내, 지역 간 경쟁 발생, 전국적으로 유사사업군 내에서도 경쟁 가능성.
- 관광을 통한 지역발전은 당연 시 될 수 있는 주제가 아니며, 관광이 지역발전에 미칠 수 있는 부정적 영향에 대한 논의들이 이미 정립되어있는 상황임. 문화와 관광의 결합이 지속될 수 있는 상생구조 마련 필요함.
- 문화와 관광의 결합이 중요하지만, 관광보다 더 큰 차원에서 바라보아야 함.
- 보다 나은 삶의 방식을 찾기 위한 라이프스타일 이주, 어메니티 이주 등의 사례는 관광 프레임의 대응을 넘어서는 현상임.
- 인구소멸의 절박함을 잊지 말아야 하는데, 관광은 분명 유의미한 답이지만 한정된 답일 뿐임
- 문화와 관광은 사업을 바라보는 관점과 접근방식에서 상당한 차이점이 존재할 수 밖에 없음. 상호간 차이에 대해서 좀 더 솔직한 논의를 통해서 공감대를 확대할 필요가 있음.
- 지역 관광이 활성화되는 경우 지역의 예술인 입장에서는 젠트리피케이션 등 역효과도 있고, 지자체 지원이 관광에 집중되어 예술 지원이 축소되는 점에 대한 우려도 있음. 지역 관광의 활성화가 지역 예술인에게 실질적 도움이 될 수 있는 구조를 만드는 것이 필요함.

○ 이무열 (전환스튜디오 와월당 대표) “지역매력 _ 문화로 발견하기 vs. 예술로 발명하기” 발제 중

- 매력은 합리적인 설득 이전에 그냥 끌리고 감각할 수 있는 느낌.
- 매력을 생성하는 지역문화의 정체성(고유성)을 재구성하지 않고서는 지역 활력을 기대할 수 없음. 지역문화로 지역마다 특이한 장소애(topophilia)와 장소감(sense of place)을 형성해야 함.
- 정보, 자원, 자본, 문화, 사람, 제품 등이 국경을 넘어 이동하는 유동화(流動化) 경향 고려 필요함.
- 끊임없이 자연, 사회시스템, 기술능력과 상호작용하며 창조와 구조, 해체, 재창조와 재구조, 재해체하며 지역을 재구성하는 순환의 축이 되는 문화 없이 지역은 존재할 수 없음.
- 지역활성화의 원천은 지역문화를 회복하는데 있음. (지역적인 삶의 양식 창조)
- 예술가들은 탈동조화 시대에 필요한 시스템에서 탈주하는 우연한 사건들을 끊임없이 창조하는 능력을 가지고 있음. ‘우연찮게’, ‘생각지도 못하게’ 뭔가 일어나게 만드는 것이 예술의 다른 상상력이 가져온 ‘우연한 디자인’임.
- 지역의 매력을 생성하는 문화와 예술의 관계는 상호보합적 작동. 예술이 고정된 틀(frame)을 벗어나는 탈동조화(同調化)하는 본능에 따라 다른 상상력으로 아이디어를 창조해 변화의 틈을 만들고, 문화는 변화의 틈을 넓히고 이 사이에서 생겨나는 흐름들로 새로운 지역문화양식을 구조화하는, 부즉불리(不即不離)의 관계.
- 기획자에게 필요한 것은 플래닝(Planning) 능력보다는 스튜어트십(stewardship)을 가진 안내자의 역할.
- 관성적이면서 복잡다단한 지역문화(생활양식)의 패턴 안에서 규칙적인 맥락(context)과 규칙에서 탈주하는 특이성(singularite)을 포착해 내는 일이 발견.
- 지역문화에서 재발견하는 방법 : 5번의 왜(why)'로 행동을 일으키는 근본적인 원인 찾기, 지역을 감각적으로 느낄 수 있도록 오감 경험 기회 제공, 관찰은 발견의 중요한 도구.
- 지역문화를 재발명하는 방법 : 모든 상황(공간, 시간, 관계, 의미 등)을 낯설게 배치하기, 쉽게 바뀌지 않는 사고의 틀을 해체하기 위해 극단적 결합(radical collaboration)을 계획적으로 강제하기, 브레인 트러스트(brain trust) 'Yes, And' 모델 사용, 거리 조절의 미학 '횡단성(橫斷性)계수' 적절히 사용
- 지역활력 주체들을 위한 제안 : 주민 - 예술가 - 기획자를 지역활력의 3주체로 보기, 예술가들과 외부인(청년)들을 지역으로 초대할 때 정주와 다른 개념인 유목적 생활 인프라로 듀얼 하우스(Dual House) 제공, 문화를 중심으로 원팀(one team)을 구성, 예술가를 지역으로 적극 초대하고 환대.
- 여태까지 도시정책의 목적은 성장이었지만 이제는 더 이상 성장이 어려운 시대.
- 모빌리티. 다양성에 대한 인간의 욕구를 이해해야 함. 굳이 정주하는 인구가 아닌 머물 수 있는 인구(관계인구, 생활인구)에 집중할 필요 있음. 예술가, 청년들에게 지역에 꼭 살아야 하는 것이 아닌 지역에 머무는 것으로 전략을 바꿀 필요 있음.
- 라이프 스타일의 특징 중 하나는 공간임. 라이프 스타일의 혁신 필요. 혁신의 최적화 된 사람은 예술가임.
- 지방의 인구감소 보다 인구의 다양성 감소가 더 심각한 문제임.
- 지역에 필요한 활력이 무엇인지 본질적인 질문을 해야 함.

○ 흥주연 (한국관광공사 전임연구원) “라이프스타일비즈니스 시대 취향저격 _ 관광마케팅에서 문화기획까지” 발제 중

- KT 통신, 신용카드 이용(신한, BC), 내비게이션 데이터(TMAP) 등 빅데이터 활용하여 관광 트렌드를 읽어냄. 단 데이터에서 관광 의도를 추출해내는 것은 어려우므로, 추세 분석에 한정해야 함.
- 한국관광데이터랩에서 문화적 요소를 뽑아내어 분석 가능함. 해석의 어려운 점이 있는 경우 데이터 분석 자문 서비스도 제공하고 있음. (한국관광산업포털 TOURAZ)
- 한국문화정보원이 운영하는 문화 빅데이터 플랫폼은 공공기관 및 민간기업으로 구성된 데이터센터와 함께 도서, 체육, 예술, 숙박, 레저, 음식 등 고품질의 문화 분야 데이터를 개방하고 데이터 유통 거래 생태계를 조성하고 있음.
- 문화 관심 소비자들의 이동 및 소비 패턴을 파악하기 위해서는 다양한 데이터의 결합을 통한 새로운 인사이트 도출이 필요함.
- 공공 및 민간 데이터 등의 이동 데이터 간 융합분석을 통해 필요한 주제에 대한 심도깊은 결과 도출도 가능함. 가명정보결합 데이터를 활용하여 장애인 및 비장애인 관광 이동 형태 차이를 분석 한 “열린 관광지 분석” 사례.
- 숫자로 나타나는 현상에 가치와 맥락을 부여한 평가가 필요함. 오버투어리즘이 경제적 활력인지 정말 추구할 지역의 활력인지 재고 필요함.
- 데이터로 현실을 읽을 때 그것이 좋은 렌즈일 수도 있고 흐릿한 렌즈일 수도 있다는 점을 명심해야 함. 분석을 위한 보조적 틀로 볼 필요가 있음.
- 관광도 아직 불완전한 산업이어서 워케이션 등 다양한 시도를 하는 것임. 문화는 관광과 서로 잘 접속할 수 있는 요소임.
- 지역민이 찾는 진짜 맛집 찾기 데이터 분석 사례처럼, 외부 방문객의 반응에만 집중하고 이를 유치하는 데에만 집중할 것이 아니라 내부 지역민의 유출을 막는 전략도 필요함.

한광연-한국지역문화학회 공동주최 춘계학술대회 특별세션 토론



○ 안소현 (국토연구원 부연구위원) 특별세션 토론 중

- 관광자원이 지속성을 갖추기 위해서는 결국 그 지역의 문화, 지역주민의 삶과 결합되어야 함. 방문은 관광자원 개발을 통해 가능하지만 오래 머무르고, 지역의 활력으로 이어지기 위해서는 결국 지역 문화와 결합되어야 함.
- 지자체 중 숙박방문객의 규모가 높은 특정 지역들, 대표적으로 강릉, 해운대구, 경주, 제주, 여수, 거제 등은 방문객의 지역 내 체류 기간이 길고 규모도 상당한 것으로 분석됨. 이 지역들 중에는 인구감소 지역으로 지정된 지역이 없음.
- 관광이 활성화된다고 무조건 지역발전으로 이어진다고 보기도 어려움.
- 로컬100은 해당지역을 방문할 로컬콘텐츠로서 로컬100인 것인지 또는 한국관광100과 중복되는 목적을 지닌 것인지, 그 방향과 의도, 정책 설정의 목적이 명확하지 않다는 한계가 있음.
- 로컬100 또한 지역방문을 유인하기 위해서라면 기존의 관광자원 발굴과 무엇이 다른 것인지 앞으로 그 방향을 보다 명확하게 설정할 필요가 있음.
- 문화와 관광뿐만 아니라 다양한 부분과 융합되어 지역문화의 가치가 연계되어 확산될 수 있는 토대를 만들어 가야 함.
- 정책실행 주체의 관점이 중요함. 관광 이외에도 더 포괄적인 관점으로 논의되어야 함.
- 지역 주체들의 활동 결과가 다시 지역사회로 환원, 지역 자산화와 축적이 중요함

○ 전주연 (모모스커피 공동대표) 특별세션 토론 중

- 모모스 커피가 성장할 수 있었던 큰 이유 중 하나가 ‘부산 사람’이라고 생각함.
- 모모스 커피 영도점: 녹슨 깡깡이 마을에서 커피의 중심지로. 복합문화예술 활동까지 품는 커피숍.
- 모모스 커피의 모든 패키지에는 부산 예술가들의 디자인이 들어가 있음. 다양한 로컬 업체들과 협업하고 있음.
- 아시아 최초 커피 박람회, 월드바리스타 대회 유치 등으로 부산의 로컬리티를 커피로 새로 정의하고 있음.
- 모두가 즐길 수 있는 가장 동시대적인 문화, 가장 진입 장벽이 낮은 것이 커피임.
- 문화, 예술, 관광, 지역활성화라는 정책이 결국 주민들의 더 나은 삶을 목적으로 해야 함. 그런데 굳이 행정의 업무영역으로 쪼개서 정의할 필요가 있는지. 쪼개진 정책들이 주민들에게는 어떤 의미로 다가오는지, 정책이 잘 되었다고 주장하는 사업이 주민들에게는 어떤 만족감을 주는지, 진짜 청년 유입에 기여하는지 확인 필요함.

○ 김성하 (경기연구원 AI혁신정책센터장) 특별세션 토론 중

- 라이프스타일이 왜 문화에 특히 지역문화에 중요한 것일까? 라이프스타일이 지역문화의 고유성과 다양성에 어떤 영향을 미치는가?
- 라이프스타일은 태생적으로 다양성을 전제하고 있는데, 빅데이터 추세분석이 지역문화의 다양성을 획일화시킬 위험성도 있음. 획일화, 구조화된 문화가 관광 아래에 처할 수도 있는 위험이 있음.
- 빅데이터 기반 문화 기획을 위한 활용 가능한 데이터들이 지역문화의 고유성과 다양성을 품는 문화 기획에 충분한 빅데이터들인지 의구심이 듦. 만약 그렇지 않다면 앞으로 지역문화를 위한 빅데이터들은 어떤 것들이 있으며 데이터 수집, 관리, 활용 등을 위해 지역문화에 필요한 것은 무엇인지에 대한 고민해야 함.
- 지역은 없다, 문화는 없다. (고유성은 없다)

2. 문화로 매력-활력을 만들고 있는 사람과 사례들

(1) 문헌으로 파악한

○ 충남/공주 _ 권오상_(주)퍼즐랩

- 경기관광공사에서 15년 근무 경력을 가진 퍼즐랩의 권오상 대표는 처가인 공주 원도심에 있던 한옥을 매입해 리모델링하여 게스트하우스 ‘봉황재’를 운영하며 공주에 정착.
- 이 후 공주의 문화*역사 자원과 카페*책방 등을 즐길 수 있는 ‘마을 스테이’를 만들고자 2019년 ‘퍼즐랩’을 설립하고, 2020년 국토부 ‘예비사회적 기업’으로 인정을 받으며 공주시 제민천 주변 구도심의 로컬 크리에이터이자 지역의 고유 자원을 기반으로 중앙부처와 기관의 지원을 전략적으로 끌어낸 지역 기반의 로컬 회사로 성장.
- 마을 소상공인들과 함께 운영하는 마을 호텔 ‘마을 스테이’, 굿즈 판매 및 마을 투어를 진행하는 ‘마을 안내소’, 공주 지역살이 프로그램 및 기존 시설을 활용한 숙박, 교육, 판매, 전시 등의 공간을 운영하는 청년마을 ‘자유도’ 등의 여러 로컬 비즈니스를 진행
- 2021년 로컬 크리에이터로 선정되었고, 행정안전부의 ‘청년마을 만들기’지역으로 선정되어, 한 해동안 140명이 공주 청년마을 ‘자유도’를 찾아왔고 이 중 20명이 넘는 청년들이 공주에 남아 창업을 하거나 취업을 함.
- 2023년에는 ‘중년마을’이라는 새로운 프로젝트를 시작하여 단순히 귀농·귀촌 교육을 제공하고 정착지원금을 준 뒤 끝나는 게 아니라, 한번 살아보고 결정할 수 있는 기회를 제공.



▶ 함께하는 핵심 집단: 느슨한 연대

(외풀학당 코러닝스페이스_이병성, 가가책방_서동민, 마을 스테이(마을 안내소)_‘가가상점’(가가책방 2호점))

▶ 로컬 네트워크와 관계 맺기

(맛깔_허현주, 루치아의 플_석미경, 사회문화예술연구소 오늘/대안가페 잇다_임지일, 반죽동247_황순형, 공주시 도시재생지원센터)

▶ 로컬 네트워크 확장하기

(마을호텔_박우린, 오초오초_이승준, 곡물집_천재박&김현정, 고마다락_민관동, 느리게_김지혜, 미정작업실)



*출처: 윤찬영 삼별불 (2021). 로컬꽃이 피었습니다. 서울 스토어하우스, 퍼즐랩 홈페이지(<https://degreeoffreedom.co.kr/puzzelab>)

○ 전북/군산 _ 조권능_(주)지방

- 2008년 미술을 전공한 조권능 대표가 고향인 군산 개복동에 작업실을 내고, 작업실 자리에 ‘나는섬’이라는 카페를 오픈, 2012년에는 예술의거리에 칵테일바 ‘앙팡테리블’ 오픈.
- 2018년 ‘앙팡테리블’을 폐업하고 영화시장 프로젝트의 ‘액티브 로컬 캠프’ 지역마스터로 참여.
- 액티브 로컬 캠프’의 지역 마스터로 참여하여 설계과정에서부터 참여하여 ‘영화타운’을 통합관리하는 주체로서 아직도 낯선 지역관리회사라는 개념을 정립하였고, 캠프가 끝난 2018년2월 군산에 우리나라의 첫 번째 지역관리회사인 ‘(주)지방’을 세움.
- 지역관리회사로 직접적인 수익을 얻는 것 보다 지역은 경영하고 운영하는 과정에서 지역과의 신뢰도를 쌓고 이를 바탕으로 다른 사업과의 매칭 또는 로컬 브랜드 창업등으로 로컬리티가 살아있는 지역의 거버넌스를 구축하고 있음.
- ‘영화타운’ 프로젝트 초기부터 설계, 시공, 운영 등을 함께 했으며, 공간 브랜딩이나 마케팅을 지원해주고 있으며, 주점 ‘럭키마켓’, 게스트하우스 ‘후즈데어’&‘후즈넥스트’ 등은 직접 운영을 함.



사례 (국내) 영화시장에서 영화타운으로

〈 ‘영화시장’에서 ‘영화타운’으로 〉

- 공공이 기획하고 민간이 주도한 프로젝트
- 1930년부터 운영되었지만 70% 가까이 공실률을 기록했던 군사 원도심의 ‘영화시장’을 군산시가 정부출연기관인 건축공간연구원에 ‘영화시장’ 자체형 도시재생 스타트업 통합지원 영역’으로 맡김.
- 2017년 11월24일부터 2박3일’라는 이름으로 창업 인큐베이팅 프로그램을 열어 창업자들을 모으기 시작하여 청년 크리에이터들에게 영화시장 내 다양한 콘텐츠로 창업을 유도하였음
- 처음부터 공간을 운영할 사람들이 원하는 형태로, 영화시장에서 직접 운영할 사람들이 가지고 있는 콘텐츠들이 잘 드러날 수 있는 방향으로 최대한 설계하고, 지역이 본래 가지고 있는 장소성을 살리려고 노력
- 2019년 여름, 새롭게 탈바꿈한 영화타운(영화시장)이 오픈함. 2020년 코로나19로 인해 크게 홍보하지 못하였으나 입소문을 타고 꾸준히 알려짐
- 사케바 ‘수복’, 스페인 레스토랑 ‘돈키호테’, 칵테일바 ‘해무’ 등 현재까지도 영화타운내에서 활발히 영업중
- SK E&S 가 지원하고 창업 컨설팅 기업 ‘언더독스’가 이끄는 혁신 플랫폼 ‘로컬라이즈(Local:Rise) 군산’ 시작
- 재생가능한 도시 프로젝트(Renewable City Project) - ‘군산을 기반으로 다양한 로컬 창업과 혁신 활동을 통해 지역사회에 새로운 에너지를 충전’
- 서로 다른 사람들이 만나서 공동체를 이루고 서로 영향을 주고받으며 새로운 일들을 만들어 내고, 도시를 되살리는 시도이자 실험. SK E&S가 2018년부터 3년을 지원함

*출처: 운찬영, 심병철. (2021). 로컬 꽂이 피었습니다. 서울: 스토어하우스.

윤주선, 장민영, 김영하(2020). 지역관리회사와 마을재생: 군산시 지역관리회사 사례.

(2) 현장에서 만난

○ 서울/종로구: 창신동 _ 신현길 (주)아트브릿지



- 국립박물관문화재단과 정동극장에서 활동하다 2013년 마을공동체 ‘창신마을넷’의 대표를 지내면서 창신동의 예술 기획자, 로컬 크리에이터로 불리게 됨
- 2013년에 ‘뭐든지 예술학교’를 설립하고 어린이 연극교실, 그림책 원예교실, 뮤지컬교실 등의 프로그램을 기획·운영.
- 인물체험연극(‘소년 이순신, 무장을 꿈꾸다’, ‘세종, 인재를 뽑다’, ‘정약용과 함께하는 실학여행’), 장소특화연극(‘정동역사문화탐방연극-고종의 꿈’), 군산근대역사문화탐방 등 여러 지역 및 다양한 예술문화 프로그램들을 기획하고 운영.
- 지역문화 속에서 문제와 기회를 발견하기 위해 이무열 대표와 2년동안 ‘예술로 지역활력: NOPLAN workshop⁸⁵⁾’을 진행.

인터뷰 (국내) 창신동과 아트브릿지

- 2012년 창신동과 처음 인연을 맺은 문화예술 사회적기업 ‘아트브릿지’는 ‘예술과 사람, 공간의 행복한 만남을 이어주는 아트브릿지’라는 목표로 공연·축제·공간을 만들고 운영하고 있음
- 동대문 패션타운 배후 단지로서 도심제조업 봉제공장 밀집지역이고, 원도심의 풍부한 역사·문화 자원을 가졌으나 낙후한 도심의 창신동이라는 지역의 도시·문화적 특성을 예술 작업의 재료로 사용하여 지역을 활성화함
- 2017년, 2018년 진행했던 ‘창신문화밥상’은 문화체육관광부의 ‘문화가 있는 날’ 사업 지원을 받아 봉제를 테마로 동네 주민들이 도시락을 만들고, 배우들이 봉제공장에 도시락을 배달하면서 막간 공연을 하는 주민참여형 프로그램을 진행하였는데 큰 호응을 받음
- 2018년에는 스스로 만든 옷을 입고 직접 패션쇼 참여하는 ‘창신동 런어웨이’라는 주민패션쇼를 열어 생활예술가, 주민예술가로서 문화예술을 접하는 계기를 만듬
- 젠트리피케이의 역설: 창신동의 경우 보통의 젠트리피케이션으로 몸살을 앓았던 지역과 다르게 아트브릿지와 같은 로컬 크리에이터들의 노력으로 힙한 카페 등 매력적인 장소가 생기면서 젠트리피케이션이 오히려 재개발로부터 지역의 정체성을 유지할 수 있게 만드는, 즉 ‘매력이 높아지면 재개발도 막을 수 있다’는 사례로써 의미가 있음
- 예술가에게 ‘하고 싶은 것 다 해봐라’ 하는 방식과 기획자의 적절한 멘토링이 결합한 <뭐든지 예술활력>, <예술로 지역활력> 등의 프로젝트로 예술가와 함께하는 예술 작업으로 지역에 활력을 불어넣는 일도 지속적으로 하고 있음

85) NOPLAN workshop: 예술가들의 예술 활동과 경험을 자원으로 지역의 정체성을 반영하여 지역을 활성화할 콘텐츠를 발명하는 방식의 프로그램.

○ 부산/영도구: 봉래동 _ 전주연 (주)모모스커피



- 2007년부터 '모모스 커피'에서 단기계약직을 시작으로 바리스타의 길을 걷게 됨.
- 2019년 한국인 최초로 미국 보스턴에서 열린 월드 바리스타 챔피언십(WBC, World Barista Championship)에서 우승.
- 전주연 바리스타와 함께 모모스 커피가 성장할 수 있었던 큰 이유 중 하나는 '부산 그리고 부산 사람'이라고 생각함.

인터뷰 (국내) 부산 모모스커피

- 특별함을 모두에게_Speciality for All -

"모모스커피를 더욱 특별하게 하는 것은 바로 사람, 직원입니다. 손님들이 찾아오고 머물고 싶은 모모스커피를 만드는 고민과 함께 일하고 싶은 회사, 직원들이 계속 머물 수 있는 회사에 대해 생각합니다. 애사심을 갖고 오랫동안 정을 나누며 함께하는 직원들이 있다는 것은 모모스커피를 흥내 내고, 따라하고 싶다고 해서 결코 할 수 없기 때문입니다."

출처: 부산광역시 부산시보 '부산이라 좋다 제통권 122호 부산이야기호' 중에서

- 모모스 커피, 이현기 대표가 2007년 부산 동래 온천장의 부모님이 운영하시던 식당 옆 4평짜리 자투리공간에서 테이크아웃 커피매장에서 시작하여 2024년 현재 정규직원 100명정도의 커피전문기업으로 성장시킴
- 2009년 미국에서 열린 스페셜티커피박람회에 참가 후 기존의 커피와 전혀 다른 '스페셜티 커피'로 창업 2년7개월만에 부모님이 경영하던 음식점을 인수해 2개층 공간 모두를 카페로 만들고 2010년에는 베이커리, 2011년에는 바리스타 아카데미까지 영역을 넓힘
- 2012년부터는 더 좋은 커피콩을 얻기위해 직접 커피산지와 거래를 시작하였고, 2024년 현재 약16개국 130여 곳의 전 세계 산지 및 생산자들과 교류하고 있음
- 2019년에는 전주연 바리스타가 '월드 바리스타 챔피언십 우승', 추경한 바리스타가 2021년에는 '월드 컵 테이스터스 챔피언'의 영광을 얻으면서 글로벌 위치로 '모모스 커피'를 올려놓았음
- 모모스 커피에는 비정규직이 없이 바리스타를 포함한 전직원이 정규직으로 부산 지역 출신외에도 전국에서 다양한 사람들이 일하고 있음
- 2024년 현재 모모스커피는 '온천장 본점', '영도 로스터리 앤 커피바', '마린시티점'을 직접 운영하고 있으며, 앞으로도 당분간은 프랜차이즈나 부산외 지점은 오픈할 생각이 없음
- 특히 2021년에 오픈한 영도점은 녹슨 깡깡이 마을에서 커피의 중심지로, 문화를 품은 커피숍으로 문화예술기획 및 활동까지 가능한 복합문화예술 공간으로 운영되고 있음
- 부산의 대표 브랜드에서 글로벌 브랜드로 나아가고 있는 모모스 커피는 커피 패키징 디자인 및 문화행사 등 부산의 작가와 기업들과 지속적으로 협업을 하고 있음
- 매장 하나 하나가 부산 지역의 사람들 그리고 부산을 방문하는 전 세계 커피 애호가들에게 '모두의 정원'이 될 수 있는 장소로 만들어 나이가고자 함

성공적인 지역문화 매력·활력 증진과 관련해서 언급된 주요 키워드들

지역, 로컬리티 , 정체성	문화	관계	정책
혁신, 창조	관광, 취향소비	산업	정책의 태도 : 코칭 , 페이스메이커
매력			
지구, 공간	경쟁력 지수화	인구, 사람	정책 창업지원
콤팩트시티 of Culture	Borough	15분도시	문화활력 활기 지역문화진흥
클러스터	일자리, Cultural partnership	주민 관계인구	듀얼하우스
글로벌 밸류체인	주민의 조직화	명예시민증 디지털관광증	유입, 유목
지역 연결	일자리 멋대로 하기	방문객	라이프스타일
젠트리피케이션	지속가능성	C&D	매출, 활력 창업, 비지니스
정책지표	정동	Buzz	마케팅
연결 C-lobal	문화 기획	트렌드	장소성
유산	예술가	청년	크리에이터
인프라	축제	생활인구	로컬벤처
사회적 자본	창조산업	빅데이터	DMO vs. CMO
고향사랑	발견과 발명	SF발상 학교	부(不)의 문화자원 문화자원개발
기부	11 X 11		
지역자산화	문화지구, 창조혁신지구	클러스터	브랜딩, 마케팅
매핑, 시각화	지역문화진흥	워케이션 로케이션	생활문화활성화

Chapter V 지역문화 매력·활력 증진을 위한 제언

1. 왜(Why) : 더 많은 사람들이 지역에서 문화로 잘 살게

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

2. 어떻게(How) : 문화로 연결하여, 로컬을 넘어서, 지속가능하게

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

3. 무엇을(What) : 사람과 터를 “연결”하는 8개 실천 전략

- (1) <거주>, <방문>, <관계>, <창조>하는 사람들을 고려한 4개 전략
- (2) <장소성>, <공간>, <구획·집적>, <연결>이 있는 터를 활용한 4개 전략

4. 연구의 한계 및 향후과제

- (1) 연구의 한계
- (2) 향후 과제

Chapter V

지역문화 매력·활력 증진을 위한 제언

1. 왜(Why) : 더 많은 사람들이 지역에서 문화로 잘 살게

(1) 지역에 다양한 리듬과 관계의 삶이 담기도록

○ 지역은 다양한 리듬과 관계로 이루어진 <삶>을 담는 <터>

- 지역의 활력은 터 자체가 가지는 생산력 또는 활력에 그 위에서 이를 활용하며 삶을 영위하는 사람들의 활동과 관계들이 만드는 활력이 더해져서 나타남.
- 지역은 사람들의 삶과 그것이 만드는 활력을 담아내는 그릇과 같은 <터>로 인식되며, 그 용량과 비옥함 자체가 만드는 활력이 있음. 이를 <터의 활력>으로 봄.
- 터 자체가 가지는 생산력은 땅의 비옥도(~농업생산력과 자연자원 보유 정도), 지리적 특성, 지정학적 위치 등이 좌우함. 땅은 사람에 의해 활용되지 않더라도 자연상태에서도 그 터의 활력을 나타내기도 함.

○ <문화>는 삶이 터에 그리는 무늬와 흔적

- 거주, 학업, 직업, 여가, 여행, 이주, 귀촌, 귀향 등, 터 위에서 일어나는 사람들의 삶의 모습은 매일, 매주, 매달, 매년 또는 더 긴 주기로 반복되는 다양한 리듬을 만들어 냄.
- 이렇게 만들어지는 다양한 리듬의 삶은 그 터에 흔적을 남기고, 그것은 터 본연의 지역성을 반영하는 “무늬”, 즉 <문화>가 됨.
- 친족 공동체가 한 곳에 오래 정주함은 주기가 무한정 길거나 오히려 주기가 없는 것으로 간주될 수 있음. 개인의 감각으로 인식할 수 없는 시간 규모 반복의 경우 자연이나 집단의 스케일에서는 매우 긴 주기의 반복 현상이지만 개인에게는 일생에 한번 밖에 일어나지 않는 무주기성 패턴일 수 있음.
- 사람들의 공간 위에서의 삶이 시간적으로 반복되며 만들어지는 리듬은 <거주 리듬 : 거주활동에 의해 반복된 패턴>, <창조 리듬 : 생업 및 창작 등 삶을 영위하기 위해 새로운 것을 만들어 내는 활동에 의한 패턴>, <여가 리듬 : 생업과 관계없는 여가활동에 의한 패턴> 등임.⁸⁶⁾

V
제언

86) 앙리 르페브르는 『리듬 분석 (Elements de rythmanalyse)』 (1992, 정기현 역, 2013, 갈무리)에서 도시-국가-상품으로 구성되는 “우리의 사회”에서 일어나는 현상의 “반복과 차이”를 해석하는 “리듬분석”이라는 개념을 제시하였으나 구체적인 시도는 “지중해 도시들에대한 리듬분석 시도”에서도 개념적 수준에서 멈추었음. 이 연구에서는 구체적인 기준을 적용

- 반면 그 지역에 대한 사람들의 감정과 인지활동이 만드는 <감정 리듬 : 지역에 대한 호감과 비호감 표현이 만드는 지역의 이미지 변화>은 대중미디어, 인터넷 위에서 그 지역에 대한 관심과 인식의 시간적 변화가 지역에 대한 생각의 무늬를 만들어 냄.

○ 거주인구, 생활인구, 관계인구 등 다양한 삶을 담아내야 지역 인구와 활력의 소멸 방지 가능

- 행정안전부가 도입한 <생활인구>, 타카하시 히로유키가 제시한 <관계인구>의 개념을 지역에 쌓이는 <관계>와 반복되는 생활의 <리듬> 관점에서 재정의해 볼 수 있음.
- <관계>는 개인이 부모에 의해 그 지역에 태어난 것처럼 스스로 선택하지 않은 인연으로 <얽힘>부터, 의도적 선택을 통해 얻는 <효용>, 그리고 이런 관계들이 만드는 <감정>이 누적되어 만들어지는 것임.
- <관계>는 관광객이 <매력에 이끌린 관심> 수준부터, <휴양·취향·기분전환> 등을 위해 정기적으로 나들이 하는 관계, <이전 방문의 경험으로 생긴 호감과 애착>, <더 나은 삶의 조건>이나 <새로운 삶의 패턴>을 찾아서 선택한 <이주> 또는 <귀촌>, 학업이나 생업 등 본인에게 <필요한 효용을 취득>하기 위해 거의 매일 통학, 통근하는 <실리적 관계>, 협연 또는 지연 등 합리적으로 설명할 수 없는 <인연으로 얹힘> 등으로 누적되고, 각기 다른 주기의 리듬을 만들어 냄.

○ 반복되지 않는 1회성 방문에서 주기조차 알 수 없는 정주까지, 다양한 리듬의 관계들 담아내기

- <토착민>은 태어나면서 선택의 여지 없이 <인연으로 얹힘>의 관계 위에 <무주기 리듬>으로 살아가는 <거주인구>임.
- 정책이 더 주목할 <거주인구>는 보다 나은 <더 나은 삶의 조건>을 찾아 2년 정도 주기로 전입하는 <이주민>, 또는 보다 긴 주기로 <새로운 삶의 패턴>을 선택한 <귀촌·귀농인>임.
- 학업, 생업 등 <필요한 효용을 취득>하기 위해 매일 통학 또는 통근하는 인구가 가장 중요한 <생활인구>임.
- 행정안전부는 이 외에 휴양, 취미, 기분전환 등 다양한 목적으로 방문하되 정기적으로(월 1회 이상) 하루 3시간 이상 <나들이>하는 인구도 <생활인구>에 포함하지만, 이 연구에서는 이를 <관계인구>로 구분해서 인식하고자 함.
- <관계인구>는 <휴양>, <취미>, <기분전환> 등의 목적을 가진 <나들이객>, 축제참여, 관광, 자원봉사 등 이전 방문의 경험으로 생긴 <호감과 애착> 때문에 명예시민과 같은 감정을 가진 <잦은 방문객>, 협연, 지연 등 합리적 이유를 따지기 어려운 <인연으로 얹힘> 때문에 명절, 기념일 등에 주기적으로 고향을 방문하거나 고향사랑기부 등을 통해 유대감을 표현하는 <출향·연고자>로 구성됨.
- 지역 활력 증진을 위해서는 이런 거주인구, 생활인구, 관계인구를 통틀어서 경제적, 문화적, 사회적 활력이 모두 골고루 확보되어야 함.

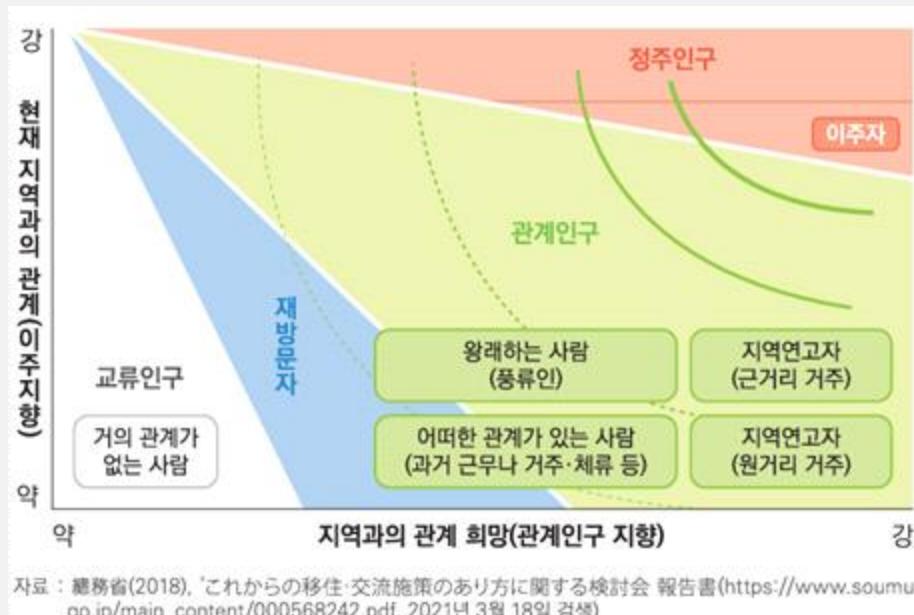
하기 보다는 그의 개념을 빌어서 그가 추구했던 바대로 일상생활의 리듬을 세 가지로 제시해봤음.

[그림 V-1] 거주인구, 생활인구, 관계인구가 터와 맷는 관계와 삶의 리듬들

〈참고자료-12〉 “관계인구” 개념과 활용 현황

- 〈관계인구〉는 2016년 일본 타카하시 히로유키의 저서 “도시와 지방을 섞다 : 타베루 통신”에서 처음 사용됨. 학술적인 용어라기보다는 현장 용어임.
- 일본 총무성은 〈이주 지향성〉과 〈관계인구 지향성〉에 따라 네 가지 유형으로 구분하고, 지역과 관계있는 지역 외 사람들을 지역 만들기에 연결하려는 지자체를 지원하였음. (이소영, 2021)

[그림 V-2] 지역과의 관계성에서 본 관계인구의 형태



자료 : 総務省(2018), 「これから移住・交流施策のあり方に関する検討会 報告書」(https://www.soumu.go.jp/main_content/000568242.pdf, 2021년 3월 18일 검색)

〈출처 : 이소영(2021)⁸⁷⁾

- 관계인구를 ‘팬(Fan) 베이스’와 ‘일 베이스’로 나누는 관점도 존재함(하혜영·임준배, 2024)⁸⁸⁾.
 - . 팬 베이스 : 취미, 즐거움, 존재감, 지역에의 공헌을 위해 지역과 관계 맺음. 식목 행사 참가자, 고향 납세자, 축제·이벤트 참가자 등이 이에 포함됨.
 - . 일 베이스 : 비즈니스, 무료 봉사, 업무 등을 위하여 지역과 관계 맺음. 사업, 부업, 텔레워크(Tele-work) 참여자 등이 이에 포함됨
- 일본 내각부(内閣府)에서 2019년부터 “관계인구 창출·확대를 위한 교류촉진사업”을 추진하여 정책적으로 강조하였고, 2023년 일본 내각관방 조사 결과에 따르면, 응답한 1,749개 지방자치단체 중 자체 전략에 “관계인구”와 관련 내용을 기재한 지자체가 1,285개(73.5%)였음. (하혜영·임준배, 2024)
- 관계인구의 인구적 의미에만 매몰될 경우 정주 인구 늘리기 위한 수단의 한 갈래 정도로 퇴보할 가능성 등 비판적인 시각도 존재함. (하혜영·임준배, 2024)

87) 이소영, 2021, 지방소멸 대응을 위한 관계인구 활용전략, 지방자치브리프 No.121, 한국지방행정연구원

88) 하혜영·임준배, 2024, 지방소멸 대응책으로 도입된 생활인구 제도 현황과 과제, 국회입법조사처

(2) 지역에 터 잡은 삶들이 문화로 활기차게

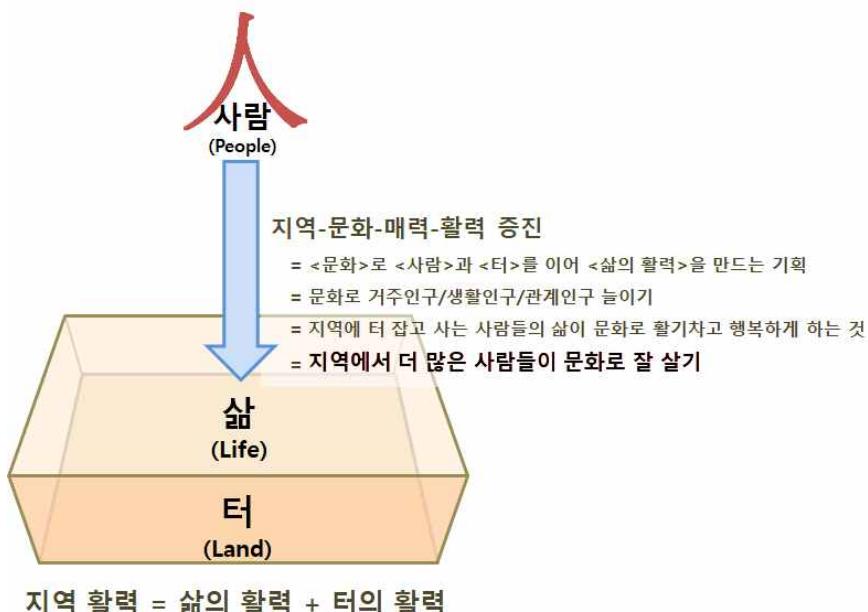
○ 문화로 거주인구, 생활인구, 관계인구 늘이기

- 문화는 문화산업, 관광산업 등으로 <생활인구>들이 필요로 하는 생업 여건을 제공하기도 하고, 문화예술 동호회, 창작 레지던시 참여 예술가, 축제 참가자, 예술관람 나들이객 등 <관계인구>가 문화예술적 취향을 찾아 그 지역을 방문할 이유를 제공함.
- 특히 문화활동에 참여한 사람들이 북적거리며 만드는 활기는 사람들을 지역으로 이끄는 매력이 됨.
- 뿐만 아니라 더 좋은 주거 조건을 찾아 이사하는 사람들에게 해당 지역의 문화시설과 문화적 분위기는 이주를 결정하는 중요한 이유가 됨.
- 이처럼 거주민의 문화적 삶이 만드는 활기이든 지역의 문화적 매력에 이끌린 방문객이 만드는 활기이든, 그것은 결국 지역에 터 잡고 사는 사람들의 삶의 질이 좋아지도록 하는 활력, 즉 “지역에서 문화로 잘 살기”에 도움이 되는, 지속가능한 활력이어야 함.
- 활기가 쌓여서 활력이 되고, 활력이 밖으로 드러나서 활기차게 보여지는 것이 건강한 활력임.

○ 지방시대 문화정책의 목표는 “지역에 터 잡고 사는 사람들의 삶이 문화로 활기차고 행복하게 하는 것”

- 단순히 지방의 인구를 늘이는 것이 아니라, 지역의 활력을 높이는 것이 정책 목표이어야 함.
- 인구 자연감소가 대세라면, 지방에서 살고 있는 사람들의 삶의 활력을 높이는 것이 더 중요함.
- 이 연구를 통해 찾는 지역문화 매력·활력 증진 전략은 삶을 담는 그릇인 <터> 위에서 <사람들>의 <삶의 활력>이 만들어지고 지속될 수 있도록 문화가 기여할 방안임.
- 결론으로 제시하는 실천과제는 “지역에서 더 많은 사람들이 문화로 잘 살게 하는 전략”임. 이를 통해 <터의 활력> 위에 <삶의 활력>을 더해서 <지역활력>을 키우는 것이 궁극적인 목표임.

[그림 V-3] 지역문화 매력·활력 증진의 목표



(3) 위기를 기회로 삼아 삶과 연결된 문화정책으로 진화하게

○ 문화체육관광부와 지자체의 지방시대 지역문화정책 기조 재정립에 기여

- 이 연구에서 제시하는 실천 과제는 지방시대위원회의 시책으로서 추진될 뿐만 아니라 문화체육관광부와 지자체 정부의 지역문화정책이 시대에 맞춰 진화하는 데도 기여할 과제들임.
- 연구 결과로 제시된 “지역에서 문화로 잘 살기” 실천 과제는 기존의 문화정책 영역 안에 제한되어 있지 않고 다양한 영역과의 연결과 협업을 통해 실천 가능한 것들임.
- 이를 통해 문화정책이 시민들 삶과의 연계성을 높이고 영역을 확대하기를 기대함.
- 따라서, 시대변화에 적절히 대응하는 지역문화진흥 정책의 기조 재설정에 참조할 정보를 제공하는 것이 이 연구의 목적이기도 함.
- 특히 다양성과 최소 개입의 원칙이 핵심인 문화정책에서 그동안 중앙 주도의 <지역문화 : local culture> 진흥 정책이 좁혀 놓은 문화의 개념을 <지역-문화 : locality & culture>로 재확장하는 계기와 이론적 근거를 제공하고자 함.

○ 위기를 기회로 활용하여 문화정책의 다변화와 진화에 기여

- 이 연구 결과는 지자체 정부와 지역문화재단 등 지역의 문화주체들이 지역문화 토대의 소실 위기로 이어질 지방소멸의 의미를 제대로 인식하여, 지역활력 증진 시책에 보다 적극적으로 참여하고 변화를 준비하게 도와주는 가이드로 활용되어야 함.
- 국정과제로서 집중 투자되는 지방시대 시책 사업들과의 연계 과정이 문화정책의 역할 확장 뿐만 아니라 부족한 지방 문화정책의 자원 확보와 고착된 내부 문제의 혁신 기회로 활용될 필요가 있음.
- 제시된 실천 과제는 인구소멸 위기에 처한 지방 소도시의 활력 만들기뿐만 아니라 인구절벽이라는 보편적 사회현상이 가져오는 변화에 대응해야 할 대도시의 문화정책에도 고려되어야 할 것들임.
- 연구 과정에서도 문화와 관광 이론뿐만 아니라 도시공간과 사회변화 이론까지 꼭넓게 참조하고, 현재 가장 주요한 사회변화 현상에 대한 정보를 제공함으로써 문화정책 연구의 다변화와 성장에 기여하고자 함.

2. 어떻게(How) : 문화로 연결하여, 로컬을 넘어서, 지속가능하게

(1) <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로

○ 지역에 <터> 잡고 살아가는 <사람>들이 활력의 핵심 요소

- 지역에서 삶을 영위하는 <사람>들의 활동 특징과 <터>의 핵심 요소를 각각 네 가지로 파악함.
- <사람>들이 터를 이용하는 모습을 크게 <거주>, <방문>, <관계>, <창조>로 구분하였음.

· 거 주 (living)	지역에 터 잡고 살아감.
· 방 문 (visiting)	지역의 매력에 끌려 관광객으로서 지역을 방문함.
· 관 계 (related)	지역에 거주하지는 않지만 취향, 인연, 학업, 생업 등으로 지역을 자주 방문하거나 지역에 대한 정서적 유대감을 가지고 지지함.
· 창 조 (creating)	지역을 소재와 활동기반으로 활용해서 예술작품, 문화콘텐츠, 혁신적 비즈니스 서비스 등 새로운 문화적 흐름을 창조함.

- 이런 삶의 모습을 담는 <터>가 될 때, 땅이 사람들에게 인식되는 특징과 삶을 위해 제공하는 효용은 <장소성>, <공간>, <구획·집적>, <연결>임.

· 장 소 성 (placeness)	땅이 절대적 공간으로서만 존재하는 것이 아니라 그 위에 쌓인 사람들의 삶, 자연적 조건들의 조합으로 만들어지는 그 땅 특징(identity of a place itself)과 그 땅을 이용하는 사람들이 인식하는 땅에 대한 인식(sense of place)을 포괄함. 장소성은 그 땅을 구분해서 인식할 수 있는 터의 특징이면서 동시에 인간의 삶에 효용 가치를 제공함. ⁸⁹⁾
· 공 간 (space)	비어 있어서 활용 가능한 땅 그 자체의 상태와 효용을 지칭함. 누적된 정체성이 없이 비어 있는 상태는 오히려 더 자유롭고 다양한 활용 가능성을 제공함. 땅의 표면뿐만 아니라 지하와 그 위 상공까지 포괄함. 관계와 정체성이 누적된 <장소(place)>에 대비해 비어 있는 땅 그 자체를 지칭함.
· 구획·집적 (clustered)	땅이 그 위에 적용된 법령이나 도시계획, 또는 토지 소유주의 계획을 포함하는 상태와 효용을 지칭함. 본 연구에서는 특히 <지구>, <특구> 등으로 정책적 의도에 따라 자원이 집적되도록 관리되는 땅의 상태를 지칭함. 정책의도가 집적된 상태는 삶터로서 빈 공간 보다 더 높은 효용을 제공함.
· 연 결 (connected)	땅이 물리적으로, 비물리적으로(인터넷으로, 인식 속에서) 다른 땅과 연결되어 있는 상태와 그것이 주는 효용을 지칭함. 땅으로 직접 연결되지 못하는 섬이라고 하더라도 (물을 통해) 인근의 땅과 연결되며, 그 연결성이 곧 땅의 지리적 특징이면서 효용이 됨. 인터넷이나 보이지 않는 글로벌 밸류체인, 또는 사람들의 인식을 통해 해당 땅이 다른 땅과 연결되어 있는 상황도 그 땅의 특징이면서 효용임.

89) “장소성을 의미하는 원형적 개념 단어 연구 - ‘placeness’와 ‘sense of place’ 등의 사용정도를 기준으로” (기세황,

○ 사람과 터를 <문화>로 <연결>하여 <매력>으로 <활력>을 만드는 <기획>들

- 앞서 많은 문헌과 사례들, 그리고 전문가 자문 등을 통해 살펴본 바, 결국 <지역>에서 <활력>은 그 땅 위에 <터> 잡고 사는 <사람>들의 <삶>으로 만들어야 하는 것임.
- 지방소멸을 막기 위해서는 보다 많은 <사람>들의 삶은 지역의 <터>에 담아야 하는데, 이때 터와 사람의 특징을 적절히 고려하여 연결하는 <기획(planning)>이 필요함.
- 공공정책 주체뿐만 아니라 민간 주체까지 함께 지역성(locality)과 문화, 예술 자원을 활용하여 지역을 변화시키는 전략적 활동을 아래와 같이 네 가지 기획 활동으로 구분하였음.

· 공간기획 (Space planning)	도시계획, 건축, 인프라 조성 등을 통한 도시공간 재구성 활동
· 혁신기획 (Creative planning)	예술가, 로컬크리에이터 등 창조인력과 혁신적 기업가(Entrepreneur)들이 새로운 예술작품, 콘텐츠, 비즈니스를 창조하는 과정
· 정책기획 (Public planning)	공공정책 수립 활동. 특히 영역 간의 협업을 이끄는 전략 수립 활동
· 문화기획 (Cultural planning)	문화콘텐츠 및 서비스 기획과 문화를 활용한 사회문제 해결 활동

2024, 2024년 대한건축학회 춘계학술발표대회논문집 제44권 제1호)에서는 <장소성>이라는 말이 주로 “placeness”와 “sense of place”를 번역하여 사용되는 말로 파악하였음. “장소정체성을 위한 장소성의 다의적 개념 비교 연구”(서동진·김주연, 2022, 한국공간디자인학회 논문집 제17권 3호)에서는 <장소 자체의 정체성(identity of a place itself)>을 뜻하는 <장소성(placeness)>과 그 공간을 이용하는 사람들의 <장소에 대한 정체성(human identity with a place)>을 뜻하는 <장소감(sense of place)>을 구분하고 이 두 가지를 <장소 정체성 : Identity of place>을 이루는 두 가지 요소로 제시했음. 이는 연구자마다 다르게 인식하는 <공간>과 <장소>의 철학적 개념 구분에 근거한 것으로 이번 연구의 범위를 넘어선. 개략적인 개념은 서동진·김주연(2022)의 연구에서 요약한 아래 표를 참조할 것. 이 연구에서는 일상 언어로서 <장소성>과 <공간>을 정의함. 특정 땅의 일부, 즉 공간 또는 장소의 독특한 특성을 뜻하는 <장소성>과, 비어 있어서 활용할 수 있는 공간 그 자체를 뜻하는 <공간>이라는 용어를 사용함.

[표 V-1] 장소성(placeness)과 장소감(sense of place)의 비교 [표 V-2] 절대공간과 상대공간(장소)의 개념

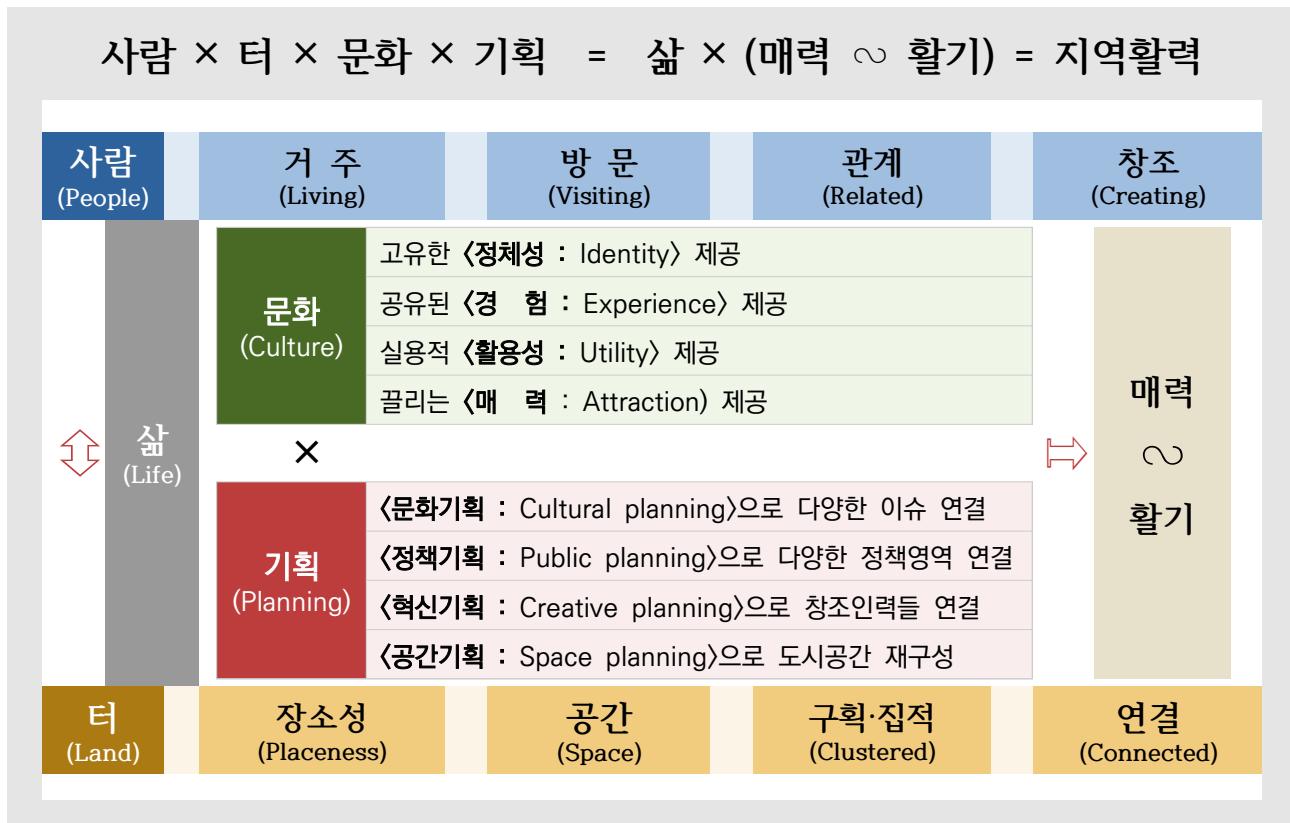
장소 정체성 (Identity of place)		절대공간 개념	상대공간 개념
장소성 (placeness)	장소감 (sense of place)		
집단적, 공적장소	개인적, 사적장소	실증주의적 공간	실존주의적 공간
장소의 정체성 해석	관계지향적 인식	물리적, 수학적, 과학적	관념적, 상대적, 관계적
장소적 특징(인식)	주체의 감정(지각)		
장소의 특징, 정체성, 이미지를 포함하는 용어	장소에 대한 감정이나 정서, 태도, 행동을 포함하는 용어	▼	▼
장소 자체의 정체성 (identity of a place itself)	장소에 대한 정체성 (human identity with a place)	‘공간’의 의미	‘장소’의 의미

<이상 출처 : 서동진·김주연(2022)>

○ <문화>는 활력의 핵심요소들을 <연결>하는 기획의 매개이면서 실행에 활용될 자원

- <문화>는 문화기획의 대상이 될 뿐만 아니라, 서로 다른 분야의 공간기획, 정책기획, 혁신기획 활동을 매개함.
- 문화는 각 기획 활동의 원활한 진행을 도와주고 그것의 실천에 직접적으로 활용되는 자원이 됨.
- 문화는 고유한 <정체성>(Identity), 공유된 <경험>(Experience), 실용적 <활용성>(Utility), 끌리는 <매력>(Attraction)을 자원으로 제공함.

[그림 V-1] 지역에서 <사람>과 <터>를 <문화>로 <연결>하는 <기획>으로 <매력>과 <활기> 만들기 개념도



(2) 로컬과 글로벌을 넘어 <클로벌 : C-lobal>하게

○ 활력이 로컬에 쌓이려면 먼저 글로벌한 매력이 되어야

- 로컬리티가 중요한 시대라고 하지만 인터넷으로 전 지구촌이 연결된 시대에 로컬에만 머물러 있다고 활력이 생기지 않음.
- 로컬의 매력을 <글로벌 밸류 체인(global value chain)>에 연결해야 외부의 활력 에너지를 지역으로 유입시킬 수 있음.

폴 오웬(Paul Owens) (세계도시문화포럼(WCCF) 전 사무국장, 문화정책 전문가)

“... 작은 규모의 도시 지원에만 집중해서는 안 되고 글로벌 밸류체인에의 연결성, 다층적 관계를 중시해야 함.”

(연구 자문회의 (2024.2.13.(화), 줌)

- 20세기 세계화 시대의 가치가 “생각은 글로벌하게, 활동은 로컬하게”였다면, 이제 21세기 초세계화 시대에 맞는 가치는 “생각은 로컬리티를, 활동은 글로벌하게”가 더 적절함.
- “강남 스타일”이라는 독특한 한국적 문화 코드가 유튜브라는 글로벌 디지털 플랫폼을 위에서 하나의 문화적 흐름이 되었던 현상과 이후 한류의 세계적 성공 현상도 이를 반영함.

○ <클로벌(C-lobal)> 한 것이 글로벌 인기를 끄는 현상에 주목해야

- 지금은 개인의 소소한 일상과 오지(奥地)의 지역성 매우 강한 로컬 콘텐츠가 디지털 플랫폼을 통해 전 세계인과 만나서 한 순간에 글로벌한 인기를 얻을 수 있는 시대임.
- 헐리우드 영화와 같이 글로벌 자본이 만든 문화콘텐츠가 일방적으로 저개발국가로 수용되기만 하던 예전 양상과 달리 이제는 로컬과 글로벌, 문화 전파자와 수용자 사이에 위계가 사라지고 있음.
- 글로벌 인기를 구가하는 K-Pop 스타들의 음악은 SNS를 통해 공유되는 각국의 팬들의 챌린지 영상 때문에 다시 더 큰 인기를 얻는, 글로벌-로컬 공진화 양상을 보임.
- 그리고 온라인 플랫폼이 제공하는 글로벌 서비스도 수용자 개인과 지역의 맥락에 맞아야(contextual) 인기를 얻을 수 있기 때문에 글로벌 OTT 기업들은 오히려 발달된 기술을 활용해서 지역화되고 초개인화된 서비스를 제공함.
- 이처럼 로컬하고 친밀하면서도 문화적으로 글로벌하고, 글로벌하면서도 로컬의 맥락에 맞춘, 즉 ‘클로벌(C-lobal = {close, cultural, contextual} × {global})’한 것들이 인기를 누리고 있는 현상에 주목할 필요가 있음.

[그림 V-4] 클로벌(C-lobal) vs. 글로벌-로컬



○ 로컬과 글로벌의 관계 재설정

- 앞서 2장에서 살펴봤듯이, 글로벌과 로컬의 관계에 대한 인식의 차이는 단순한 지리적 스케일에 대한 상대적인 감각에 그치는 것이 아니라 <원리-사례>, <보편자-개별자>, <중앙-지방>을 구별하여 바라보는 세계관과 정책집행의 태도 차이로 이어짐.
- “하늘처럼 둥글둥글하고(天圓) 하나의 중심이 있는” <보편 원리>가 사람이 사는 “땅 구석구석”的 모난(地方) <지역 사례>보다 항상 높은 자리를 차지하고 중시되던 것이 근대 합리주의와 중앙집권적 국가주의에 기반한 공공행정의 인식론적 한계임.
- 제각각 다른 지역의 현장 사례들을 모두 담아내지 못하는 중앙의 정책원리를 하달하여 지역의 독특함(locality)으로 지역 활력을 높이겠다는 접근법으로는, <탈중심>을 강조했던 지역문화분권 정책이 역설적으로 더 강한 중앙집중화로 귀결된 전철을 밟을 위험성이 큼.
- 초연결된 가상 세계 속에서 현실이 뒤섞이고, 로컬과 글로벌이 상하 위계적 관계를 벗어나는 <하이퍼로컬리티(Hyper-locality)> 시대에, 글로벌이 독점하던 자원을 로컬로 내리꽂거나 로컬은 늘 글로벌을 추종해야 하는 방식은 더 이상 유효하지 않음.

정정숙 (한국문화기획평가연구소 소장)

“...과거의 지역(local)은 대도시를 모델로 바라보며, 따라가기에 바쁜 ‘추수(追隨) 문명’의 공간과 같은 의미였으나, 지금은 로컬의 다양성이 재해석되고 있다. 이제 지역 문화는 새롭게 발굴, 발견되고, 국제사회의 교류에도 로컬이 호명되며 파트너로서 선호된다. 유무형 유산과 역사, 생활양식, 예술인, 창작물 등 지역의 문화자산들이 지구의 문화 다양성을 지켜내는 수호천사의 역할을 맡게 되었다...”

(한국지역문화학회 2024 춘계학술대회 기조세션 토론 중, 2024.5.24., 부산 라발스 호텔)

[그림 V-5] 글로벌라이제이션, 글로컬라이제이션, 클로벌라이제이션의 개념 비교



○ 중앙이 기획하는 지방 활력의 모순을 극복할 인식론적 전환으로서 “클로벌라이제이션(C-localization)”

- 로컬과 글로벌이 상호 공진하여 “클로벌(C-local)”한 상태를 지향하는 정책태도의 전환이 필요함.
- 김해보(2023)는 로컬과 글로벌의 관계를 “클로벌(C-local)”하게 재인식하는 인식론적 전환을 “클로벌라이제이션(C-localization)”이라고 제시했음. 이는 글로벌 기준을 강요하는 세계화(globalization)의 폐해를 비판하며 제시된 “글로컬라이제이션((G-localization)”의 인식론적 한계 또한 극복하고자 하는 시도로 제안됨.
- “분권화”가 지향하는 “탈-중심화”는 중심을 떠올리는 인식론에 갇혀 있어서 결국 중앙집중화를 벗어날 수 없음. 각자가 서 있는 곳을 모두 세상의 중심으로 생각하는 “무중심”的 인식론으로 진정한 “탈중심”, “탈-글로벌”한 “로컬리즘”을 구현할 수 있음.
- 초연결 사회에서 로컬을 지향하면서 여전히 글로벌과 위계, 대립적 관계로 보는 시각에서 벗어나 글로벌의 장점을 활용하고 공진화하는 전략이 필요함.
- “클로벌라이제이션(C-localization)” 관점에서는 지방의 사례로 중앙정부의 지방시대 정책을 개선하는 것임. 지방이 주체가 되어 지방시대 문제를 해결하도록 중앙정부가 지원해야 함.

[표 V-3] 클로벌라이제이션과 글로컬라이제이션의 차이

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

〈출처 : 김해보(2023)〉

○ 중앙이 설계하는 <제도>보다 지역에서 변화하는 <행위자>의 주도성에 집중하는 “클로벌라이제이션(C-localization)”

- 특히 지방시대 문화로 지역-매력-활력 만들기 정책이 탈-중심화를 지향한 문화분권 정책의 역설적 전철을 끊지 않으려면 이런 새로운 인식론에 기반해서 정책집행의 중점을 다르게 설정해야 함. 1차 지방시대 종합계획에 이미 반영된 이런 인식론을 실천하는 것이 중요함.
- 중앙에서 지방까지 잘 연결된 효율적 정책전달체계의 구축과 이를 통제하는 제도화에 집중하기보다 지역 행위자들(local actors)의 주체성을 인정하고 이들이 변화에 적극 대응할 수 있는 역량을 키우는 데 집중해야 함.
- 중앙이 자원을 배분하되 성과를 독촉하지 말고, 상대의 독립성을 인정해주는 쪽에서 임의로 굽혔다 펼 수 있는 “팔 길이(Arm's length)”가 아니라, 서로의 주체성을 인정하는 “팔들의 길이(Arms' length)” 만큼 “거리 두고 기다려 주기” 태도를 견지해야 함.

- 보편적인 소통을 가능하게 하는 <숫자>를 더 객관적이며 합리적인 성과기준이라고 맹신하는 “실증주의 증거기반 정책” 기조를 재고해야 함.
- 지역의 맥락에 따라 다양하게 발현하는 성과를 그 맥락에 맞는 언어로 표현하고 인정받을 수 있도록 해줘야 다양성이 핵심 가치인 로컬리티가 지역활력을 일으킬 매력자원으로 충분히 활용될 수 있음.

[표 V-4] 지역문화정책에 적용할 클로벌라이제이션과 기존의 글로컬라이제이션 관점 비교

글로컬라이제이션 (G-localization)	클로벌라이제이션 (C-globalization)
탈중심형 분권화 (De-Centralization)	중심에 대한 인식 자체를 없애는 <탈-분권화> (De-De-Centralization)
중앙에서 정해서 지역으로 이식하는 좋은 문화 (The Good Culture)	개별자들이 함께 공유하는 가치 (Common Values)
보편적 수준으로 평준화되어야 할 지역 격차 (Gap)	존중되어야 할 개별 존재들의 다양성 (Diversity)
효율적인 문화서비스 전달체계로 중앙이 목표한 현상 재현하기 (Delivery system)	전달된 서비스 수용 보다 고유한 문화를 생산할 지역의 문화주체 발굴하기 (Local actors)
중앙정부의 보편적 정책 기조를 지역에서 구현하기 (Universal policy principle)	지역의 사례를 반영하여 중앙정부의 정책기조 재구성하기 (Local cases)
중앙의 통제력이 갈수록 강해지는 제도화 (Institutionalization)	행위자가 제도를 변화시키는 <탈제도화> (De-institutionalization)
독립성을 강조하는 <팔 길이 원칙> (Arm's length principle)	행위자의 주체성과 내적 시스템을 인정하는 <팔들의 길이 원칙> (Arms' length principle)
보편적이라고 여겨지는 숫자로 성취 수준을 파악하는 How-Many 접근법	숫자의 의미와 그 발현의 맥락적 이유를 밝히는 How-the-Many 접근법
세계적 트렌드와 외부 심사 기준에 따라 글로벌 문화도시 만들기 (Global cultural city)	시민들이 공유하는 지역정체성이 관광객을 끌어들이는 고유한 도시매력 인식하기 (Genuine locality)

(3) 지역과 행위자에 쌓이는 역량으로 지속가능하게

○ 전례(前例)를 찾고 전례(典例)로 만드는 공공행정의 제도화(Institutionalization)

- 공공행정은 새롭게 시도하는 사업의 타당한 근거로서 다른 곳에서 성공했다는 전례(前例)나 상위 정부에서 하달된 지침에 기대는 경향이 강함.
- 지역활력 증진 시책이 실패와 부작용으로 귀결되는 경우도 시행주체의 주체적 판단에 따라 현지 맥락과 주체의 특성을 고려하지 않고 외부 사례를 대입한 결과인 경우가 많음.
- 어디선가 성공했다는 전례(前例)와 중앙정부의 정책기조는 성과평가의 잣대로서 따라야 할 전례(典例), 즉 제도로 더욱 고착됨.
- <실천 사례>보다 넘쳐나는 <정책 담론>과 친절한 가이드로 제공되는 세밀한 <행정 기준>은 지역의 특성을 고려한 정책기획과 실행을 가로 막게 됨.

○ 지역활력 만들기의 성과가 지역 행위자들의 활동 자산으로 축적되어야 지속가능

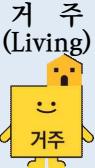
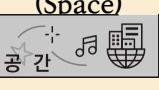
- 변화하는 지역의 현실에 맞게 융통성 있고 능동적으로 대처하려면, 중앙이 기획하여 갈수록 촘촘해지는 제도가 아니라 로컬 행위자의 역량이 쌓여야 함.
- 사업 시행의 결과가 중앙정부가 예산을 분배한 만큼 기대되고 되가져가는 <정책성과>가 아니라 지역주체의 활동 밑천이 되는 <지역자산>으로 인식되고 지역에 쌓아야 지속가능성을 보장할 수 있음.
- 지역 매력을 활용한 개발이익이 특정인에 의해 착취되는 것은 막아야 하지만, 형식적 공공성을 핑계로 이를 참여주체들의 다음 활동 밑천으로 되돌려 주지 못하면 지속적인 전개가 불가능함.
- 지역의 문화와 매력을 활용하는 문화적 지역개발 이익의 지역환원과 지역주체 자산화를 합법적으로 도와줄 제도 마련이 필요함.

3. 무엇을(What) : 사람과 터를 “연결”하는 8개 실천 전략

본 연구의 결과를 종합하여 지역문화 매력·활력 증진 핵심요소인

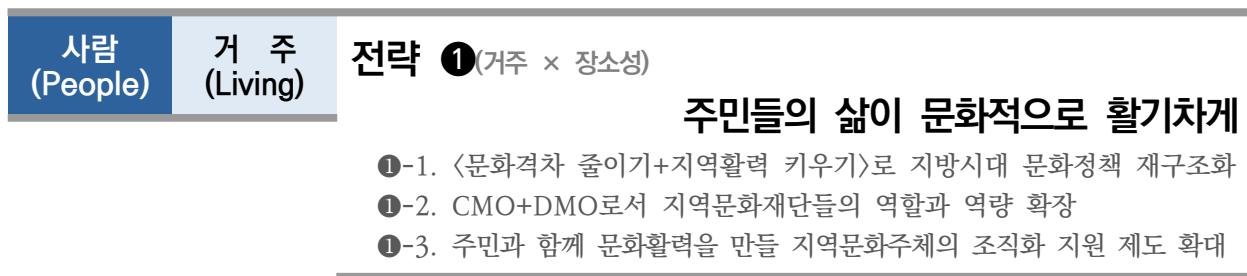
〈사람〉과 〈터〉를 〈연결〉하는 8개의 실천 전략, 20개 세부 과제를 제시함.

[표 V-5] 〈사람〉과 〈터〉를 〈연결〉하는 8개 실천 전략과 20개 세부 과제

핵심요소들	8개 실천 전략	20개 세부 과제
사람 (People)	 <p>거 주 (Living) 거주</p> <p>전략 ① (거주×장소성) 주민들의 삶이 문화적으로 활기차게</p>	<p>①-1. <문화격차 줄이기+지역활력 키우기>로 지방시대 문화정책 재구조화</p> <p>①-2. CMO+DMO로서 지역문화재단들의 역할과 역량 확장</p> <p>①-3. 주민과 함께 문화활력을 만들 지역문화주체의 조직화 지원 제도 확대</p>
	 <p>방 문 (Visiting) 방문</p> <p>전략 ② (방문×장소성) 라이프스타일 취향저격 관광 활성화</p>	<p>②-1. 빅데이터 활용 취향저격 지역관광 컨설팅 확대</p> <p>②-2. 지역매력 Buzzing 활성화</p>
	 <p>관 계 (Related) 관계</p> <p>전략 ③ (관계×연결) 문화예술로 관계 맺기</p>	<p>③-1. 예술로 관계맺기, 취향으로 한달살이</p> <p>③-2. 창조의 로케이션이 되는 예술적 워케이션 기획지원</p> <p>③-3. 고향사랑문화 = 고향사랑기부제 × 문화이용권</p>
	 <p>창 조 (Creating) 창조</p> <p>전략 ④ (창조×연결) 로컬에 끌려 일해 볼 틈 만들기</p>	<p>④-1. 로컬-로컬 크리에이트들이 고향에서 일할 틈 만들기</p> <p>④-2. 창조인구들이 지역에서 궁리해 볼 틈 만들기</p> <p>④-3. 창조인구들이 지역에서 살아볼 틈 만들기</p>
터 (Land)	 <p>장소성 (Placeness) 장소성</p> <p>전략 ⑤ (장소성×창조) 지역 발견 × 매력 발명 지원하기</p>	<p>⑤-1. 지역문화-매력-활력자원 매핑 및 문화기획 역량 강화</p> <p>⑤-2. 숨기고 싶은 치부를 지역매력 자원으로</p>
	 <p>공 간 (Space) 공간</p> <p>전략 ⑥ (공간×거주) 문화-콤팩트 시티로 공간 재구성</p>	<p>⑥-1. 콤팩트-문화-복지도시로 공간 재구성</p> <p>⑥-2. 대학교 및 유후공간의 문화적 활용 방안 개발</p>
	 <p>구획·집적 (Clustered) 구획·집적</p> <p>전략 ⑦ (구획·집적×창조) 문화자유지구 조성 및 창조인구 환대 프로그램 확대</p>	<p>⑦-1. 문화혁신클러스터 조성</p> <p>⑦-2. 창조인구 환대 프로그램 개발</p>
	 <p>연 결 (Connected) 연결</p> <p>전략 ⑧ (연결×방문) 로컬 매력을 글로벌 범위 체인에 연결하기</p>	<p>⑧-1. 로컬매력의 글로벌 발신역량 강화 지원</p> <p>⑧-2. 지역 간 문화-매력-활력 연계 프로젝트 발굴·지원</p> <p>⑧-3. 글로벌 이슈와 로컬 문화매력 연결하기</p>

(1) 거주(Living), 방문(Visiting), 관계(Related), 창조(Creating)하는 [사람]들을 고려한 4개 전략

핵심요소들	8개 실천 전략	개요
사람 (People)	 <p>거 주 (Living)</p> <p>전략 ① (거주×장소성) 주민들의 삶이 문화적으로 활기차게</p>	<ul style="list-style-type: none"> -주민들이 활기찬 삶을 살 수 있도록 하는 문화정책이 지속가능한 지역활력 유지에 필요한 핵심 전략임 -지역 간 격차 줄이기 중심의 기존 지역문화진흥 정책을 지역활력 키우기까지 포함한 지방시대 문화정책으로, 중앙과 지방의 역할을 포함한 정책 재구조화가 필요함. -지방시대 문화정책을 실천할 핵심 지역 주체로서 지역문화재단들이 CMO(문화활성화 기구)와 DMO(관광활성화 기구)로서 역할을 확장하고 역량을 키울 수 있게 지원해야 함. -지역의 문화주체들과 함께 지역문화정책 변화를 실천하고 그 결과가 지역 자산으로 남기고, 이를 운용할 지역주체의 조직화를 지원하는 제도 확대가 필요함.
	 <p>방 문 (Visiting)</p> <p>전략 ② (방문×장소성) 라이프스타일 취향저격 관광 활성화</p>	<ul style="list-style-type: none"> -지역의 독특한 매력을 동시대 취향 변화에 맞춰 관광 자원으로 개발하고 소개하여 방문객을 유치해야 함. -변화하는 라이프스타일 저격용 지역 관광마케팅 전략 개발에는 기존의 정책지표 관리 방식이 아니라 빅데이터 활용 컨설팅 방식을 적용하는 것이 적절함. -지역의 매력을 인식, 발신, 공유하는 활동으로서 “Buzzing”을 활성화하기 위한 민간 지원 및 공공 문화기획이 필요함.
	 <p>관 계 (Related)</p> <p>전략 ③ (관계×연결) 문화예술로 관계 맺기</p>	<ul style="list-style-type: none"> -문화예술 활동을 관계인구 유치에 적극 활용하여 인구증가와 지역활력 제고에 기여해야 함. -외지인들이 문화예술 활동을 계기로 지역과 관계 맺고 주기적으로 방문하도록 취향맞춤 체류형 예술체험 프로그램을 개발해야 함. -창조 인력들이 새로운 영감을 주고 편리한 시설이 갖추어진 지역에서의 창조적 작업을 계기로 지역과 관계 맺도록 <창조적 워케이션> 프로그램을 개발함. -고향사랑기부 참여자에게 지역의 독특한 문화체험을 제공하는 인센티브 프로그램을 개발하고, 문화이용권, 청년문화패스와 연계 활용하는 방안 개발 필요.
	 <p>창 조 (Creating)</p> <p>전략 ④ (창조×연결) 로컬에 끌려 일해 볼 틈 만들기</p>	<ul style="list-style-type: none"> -창조인력들이 지역에서 일자리와 주거지를 찾아 안착할 수 있도록 기회와 자원을 제공하며 틈을 내주어야 함. -자기 고향의 매력을 가장 잘 알 수 있는 지역출신 청년들이 로컬리티와 문화예술을 활용한 라이프스타일비즈니스로 고향에서 일하며 남을 수 있도록 창작, 창업 지원 필요. -창조인구들이 지역에 매력을 느끼고 지역으로 들어와 창작과 창업 등 다양한 활동의 기회와 자원을 제공하며, 지역이 가진 폐쇄적 이미지를 개선해야 함. -창작지원이나 창업지원 외에 창조인력들의 이주를 도와주는 별도 프로그램 운영하여 창조적 혜력 제고와 함께 실질적인 인구 증가에 기여해야 함.



① - 1 <문화격차 줄이기+지역활력 키우기>로 지방시대 문화정책 재구조화

○ 여전히 지역문화진흥 관점에서 중앙 주도로 문화예술 향유격차 해소에 집중하는 한계

- 문체부 발표 「문화로 여는 지방시대 – 지방시대 지역문화정책 추진전략」의 목표로 <지역규모별 문화예술 관람률 격차 2027년까지 10.7%에서 5%로 줄이기>가 제시됨.
- 이는 여전히 1972년에 제정된 문화예술진흥법의 기조인 <문예진흥 ~ 좋은 문화 보급>을 위해 중앙에서 지방으로 시혜적 문화복지 서비스를 전달하는 프레임에 머물러 있는 것임.
- 그 동안 중앙정부가 주도하여 지역 간 문화격차 줄이기에 집중한 결과, 지역 문화주체들의 역량 강화를 통한 지역문화진흥이라는 본질적인 성과가 달성되었는지에 대해 회의적인 평가가 존재함.

○ 지방의 당사자가 주도하는 <지역활력 키우기>로 <지방시대 문화정책> 준비 필요

- 전국적인 인구절벽은 예견된 현실인 바, 문화 매력을 활용한 추가 인구 유입 전략과 함께 줄어든 인구라도 지역에서 활기차게 잘 사는 방안을 마련하는 것이 당면 과제임.
- 「제 1차 지방시대 종합계획」은 정부 주도의 균형발전 정책으로는 지방의 생활여건 맞춤형 대응이 어렵고, 특히 문화시설 지원 등 주민이 필요로 하는 생활밀착형 정책의 적시 추진을 위해서는 현지 사정을 잘 아는 지방정부의 자율권 확대가 필요하다고 지적하고 있음.
- 지방소멸이라는 절박한 상황의 당사자인 지방의 문화 주체들이 자신의 매력자원을 발굴하고 이를 활용한 지역활력 키우기의 주체가 되도록 <지방시대 문화정책> 기조를 설정해야 함.

○ <문화로 잘살기>를 위한 <문화정체성 + 문화경제> 담론에 대한 관심 회복

- 지역활력 키우기를 지향할 지방시대 문화정책에서는 그동안 중앙정부가 주도한 지역문화격차 해소 중심의 지역문화진흥 정책이 강조했던 <문화복지>, <문화행정> 담론보다 <문화정체성>과 <문화경제> 중심으로 지역문화진흥 담론을 전환할 필요가 있음.
- 이를 위해서는 지역에서 중앙정부가 격차 없이 진흥해야 할 좋은 문화로 좁혀진 <지역문화 : local culture>의 개념을 지역의 매력과 활력이 되는 <지방다움을 담은 지역-문화 : locality & culture>로 확장해야 함.
- 다만, 경제 활기 중심의 지역활력 만들기의 부작용을 고려하여, <문화로 돈벌기 ~ 문화 경제(經濟)>가 아닌 <문화로 잘살기 ~ 문화 경세제민(經世濟民)>⁹⁰⁾의 관점에서 지역의 정체성과 문화의 매력을 경제 효과로 연결해야 함.

○ 전국 단위의 <예술정책>과 지역 단위의 <문화정책>으로 지방시대 문화정책 재구조화

- 지방시대 문화정책은 지역의 경계에 얹매이지 않는 전국 단위의 <예술정책>과 시민들의 삶과 긴밀히 관계 맺는 지역 단위의 <문화정책>으로 중앙과 지역이 역할분담하는 재구조화가 필요함.
- 시민들의 취향과 눈높이에 맞춘 예술상품은 치열한 경쟁을 통해 진화할 수 있는 적정 규모의 예술시장을 통해서 만들어져야 자생력을 가질 수 있는데, 서울 등 일부 대도시를 제외한 지방도시에는 민간 예술생태계가 자생할 수 있는 지역 시장이 없다는 현실을 받아들여야 함.
- 개인 예술가들의 성취도가 아니라 예술시장의 형성과 기타 여건에 따른 지역 간의 예술생태계의 격차는 인정하여 이에 대한 해소 노력을 집중하고, 지역 간 문화 격차가 아니라 지역의 문화 다양성으로서 인식하여 이를 최대한 활용하는 관점 전환이 필요함.
- <예술정책>은 전국은 물론 해외 교류까지 포함하여, 창작자들이 지역 경계에 얹매이지 않고 보다 큰 규모의 시장에서 통할 수 있는 경쟁력을 키우도록 중앙정부가 집중 투자해야 함. 동시에 범 국가적 사회보장시스템을 통해 해결해야 하는 예술인복지도 중앙정부가 담당하는 것이 적절함.
- 반면, 주로 공공의 구매력으로 만들어지는 지역의 문화시장은 경제적 가치를 포함하여 다양한 활용적 가치를 창조하는 데에 예술 콘텐츠와 기획력을 활용함으로써 지역 창작자들에게 활동 기회를 제공해야 함.
- 특히 지역문화재단 등 중간지원 조직들이 다양한 사회문제 해결형 문화사업을 기획하여 창작자들의 활동 영역을 문화정책 바깥으로까지 넓혀줘야 함.
- 이와 같이 지역에서의 삶에 기반한 <문화정책>은 시민 여가증진 차원에서의 시민문화향유 확대, 지방소멸을 포함한 다양한 사회문제 대응, 관광뿐만 아니라 경제활력 높이기까지 그 스펙트럼을 넓히고, 이를 지역의 주체가 주도하는 것이 적절함.

90) “경제(經濟)”는 원래 “세상을 다스리고 국민들을 편하게 한다”는 뜻을 가진 “경세제민(經世濟民)”의 약자인데, 이는 “가계” 단위에 집중했던 “Economy(oiko nomos(οἰκονόμος)에서 유래)에 비해 “국가” 단위 까지 고려하여 좀 더 공(公)적인 측면을 가졌다. 그리고 단순한 재화나 돈의 관점이 아니라 사회질서 유지와 백성의 생활 전반에서 잘 사는 방안을 고려한 보다 넓은 관점이 엿보임. 결국, 문화로 사람들이 잘 살게 하는 정책 행위 모두가 포괄적으로 “문화의 사회적 가치 구현”이며 “사회문제 해결 문화정책”的 실천임. 결국 “사회문제 해결형 문화정책”이란 문화에서 “문화경제(文化經濟 = Cultural Economy)”를 넘어 “문화적 경세제민(Cultural 經世濟民)”으로 나아가는 노력이라고 표현할 수 있음. 상세내용은 『사회문제해결 문화정책 현장-지역문화재단들의 사례와 시사점』(김해보 외, 한국광역문화재단연합회, 2023) 참조

○ <지방시대 문화정책>이 <지역문화진흥>의 아류가 되지 않게 추가 재원 확보 등 제도적 기반 만들기

- 2000년 들어 지역문화주체들의 지속적인 요구⁹¹⁾에도 불구하고 정부의 지역문화진흥 신규 재원은 추가되지 못했음.
- 문화체육관광부는 「문화로 여는 지방시대 - 지방시대 지역문화정책 추진전략」을 시행 중이지만, 지역문화진흥 정책은 예술인복지, 문화이용권 확대 등 중점시책의 변동에 따라 한정된 문체부 예산의 할당액은 줄어들 수 밖에 없음.
- 지자체들의 문화재정은 중앙정부가 이양하는 문화사업을 감당하기도 힘들 정도로 열악한 상황이어서, 지역문화진흥을 명분으로 한 지역 이관은 곧 지역문화 사업의 축소로 이어짐.
- 문체부의 한정된 재원으로 기존 지역문화진흥 정책 중에서 지역활력 만들기 사업을 만드는 것은 조삼모사로, 지역문화진흥과 지역활력 만들기 모두 효과를 기대하기 힘듬.
- 기존 지역문화진흥 재원과 별개로 「지방자치단체기금관리기본법」에 근거하여 지방소멸대응기금 활용, 고향사랑기부제 연계, 타 정책분야 문제해결 프로젝트 기획, 타 지역과의 협력 프로젝트 기획 등을 통해 새로운 문화재원 확충 및 협력 체계 정립 기회로 활용해야 함.
- 이를 지방시대 시행계획 등에 명시하여 제도적 구속력을 높여야 함.

[그림 V-6] 지방시대 문화정책의 재구조화 방안



91) 한국광역문화재단연합회는 그 전신인 시도문화재단대표자회의 정책세미나 “지역문화진흥을 위한 안정적 기반 확보 방안”(2013.1.18. 서울시청) 개최와 문체부에 대한 수 차례 정책 제안을 통해 (가칭)지방문화세 신설, 지역문화예진흥기금 신설, 정부 지역문화 재원의 포괄적 교부 방식 전환 등을 요청해 왔음

① -2 CMO+DMO로서 지역문화재단들의 역할과 역량 확장

○ 지방소멸 위기에 대응한 지역문화재단들의 역할 확대와 변화 준비 필요

- 전국의 지역문화재단들은 문화예술생태계의 민간 주체와 지자체 정부 사이, 그리고 중앙과 지방 사이에서 정책 전달을 담당하는 핵심 중간지원기관 역할을 수행하고 있음.
- 지역문화재단들이 지방소멸 문제의 당사자로서 〈지역활력〉 문화정책 전략을 수립하고 주도할 수 있는 역량 강화와 변화 준비가 필요함.
- 「지역문화진흥법」에 근거한 지역문화재단의 업무 범위는 문화예술진흥 뿐만 아니라 관광, 문화콘텐츠 산업까지 매우 다양함. 그리고 민간 전문성과 공공성을 두루 갖춘 조직적 장점을 다양한 영역을 포괄해야 하는 지역활력 증진 정책에 활용 가능함.

[그림 V-7] 지역 문화-관광 재단들의 사업영역

문화예술 영역

정책목표 및 정책영역		예술 생태계활성화		시민 문화향유 기회확대			지역 문화진흥						문화정책 실행역량 강화		
세부영역 및 수행 방식	창작 지원	예술인 복지	문화 예술 교육	문화 기본권	생활문화	축제 및 문화 행사	문화 공간 운영	지역문화	전통문화	문화산업	지역 특화 사업	문화 정책	홍보 교류	정보화	
시책 사업 (예산사업 사례들)	창작 지원 역량 강화 시상 제도	생계 지원 인권 지원 청년· 월로 예술인 지원	학교 예술 교육 사회 예술 교육 인력 양성 센터 운영	문화 이용권 문화 향유 문화의 문화 다양성	문화 이용권 문화 향유 문화의 문화 다양성	축제 개최 생활문화 센터 축제 지원 문화 동호회	문화 공간 창작 문화 문화 행사	문화 분권 문화 도시 문화 재생 문화 마을	전통 보전 문화 유산 문화 자원 지역학 연구	문화 콘텐츠 관광 디자인	지자체 지정 특화 사업 예술단 운영	정책 조사 연구 정책 협력 전략 기획 거버 너스	홍보 마케팅 출판 디자인 국제 교류 메세나	전신화 정보 서비스	

+

관광 영역

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

<출처 : 한국광역문화재단연합회(2023) 재구성>

○ CMO(Culture Management Organization) + DMO(Destination Management Organization)

- 2024.2월 기준 전국 총 147개 지역문화재단들 중 38개(25.8%) 기관 명칭에 “관광”이 포함되며, 특히 관광재단으로 전환 또는 애초 설립되는 사례가 최근 빈번함.
- 『지역관광조직 현황 진단 및 발전방안』(김동현·전효재, 2023, 한국문화관광연구원)에서 파악한 DMO(Destination Management Organization) 중에 문화재단 또는 문화관광재단이 지역관광 활성화 주체로 활동하는 경우가 43.6%였음. 이에 걸맞게 지역문화재단의 관광업무에 대한 인식 전환과 전문역량 제고 노력이 필요함.
- 최근 여행 기조는 단순한 볼거리 찾기가 아니라 문화적 취향을 찾아가는 추세임을 고려할 때 문화와 관광의 결합이 중요함.
- 하지만, 일시적으로 몰려드는 관광객에 의해 만들어지는 지역의 활력은 지속가능성이 낮고 오버투어리즘 등 부작용을 유발하는 점을 고려할 때, 단순히 관광 산업적 관점보다는 지역의 문화전략 차원에서 보다 넓게 접근할 필요가 있음.
- 관광객 뿐만 아니라 지역주민의 문화활동으로 지속되는 지역의 “문화-매력-활력”을 위해서는 포괄적인 문화전략 아래서 관광전략을 수행하며 민-관을 연결할 정책주체가 필요한데, 문화적 전문성과 공공기관의 투명성을 겸비한 지역문화재단이 가장 적합함.
- 지역의 특색있는 관광 매력 개발 및 콘텐츠 발굴에 지역문화재단 업무영역에서 개발되는 콘텐츠와 예술단체를 연계 활용하여 상생효과도 기대 가능함.

○ 문화-관광 시너지 창출을 위한 문화재단들의 자발적 노력에 대한 정책적 지원 필요

- 최근 “문화+관광재단”으로의 기관 통합은 지방자치단체의 출자출연기관 경영 효율성 제고를 명분으로, 충분한 사전 준비 없이 진행된 측면이 강함.
- 서로 이질적인 업무 성격으로 인해 통합 후에도 한 지붕 두 가족 체제, 또는 별도 관광재단 설립을 위한 과도기 체제로 운영되는 사례가 빈번함.
- 주로 문화예술단체의 비영리 사업을 다루는 문화예술영역 업무와 관광사업체의 영리 사업을 다루는 관광사업의 업무의 접근방식과 적용 기준의 차이가 두 영역 간의 시너지를 방해하지 않도록 제도 개선이 필요함.
- 한국광역문화재단연합회(한광연)에서는 회원기관 대상 “작은연구 지원사업”으로 이런 문제의 현황을 파악하고 문화-관광재단들 스스로 연착륙 방안을 찾는 활동을 지원하고 있음.
- 전국 문화-관광재단들이 지방시대 문화정책으로서 지역문화를 보다 폭 넓은 시각으로 접근하도록 인식전환 및 역량개발을 위한 교육과 컨설팅이 필요함.
- 한국광역문화재단연합회, 전국지역문화재단연합회(전지연)를 통해 지역문화재단들의 교류, 역량 강화 교육, 정책연구를 추진해 오고 있는 바, 이에 대한 정책적 지원도 필요함.

① -3 주민과 함께 문화활력을 만들 지역문화주체의 조직화 지원제도 확대

○ 지역관리회사를 통한 지역자산관리 조직화 지원

- 지역관리회사란
 - 행정으로부터의 독립성이 중요한 민관협력 마을재생에서 기존 행정에서 수행하던 역할을 대리
 - 민간차원에서 개별적으로 수행하던 서비스를 공동구매하는 개념을 가진 조직
 - 국가 특성과 도시 맥락에 따라 지역 구성원 스스로 유·무형의 지역가치를 높이는 활동
 - 지역의 이해관계자가 선투자하는 방식으로 재원 조성, 공공의 지원과 참여를 공식화하여 민간과 공공의 책임과 권한을 명확히 구분
- 빠르게 변화하는 외부 환경에 대처하기 위해 지역 내 커뮤니티를 중심으로 한 지역관리조직의 필요성이 대두됨
- 지역사회의 지속적 발전·이해관계자들의 이익 추구 및 협업 지원·시장 정보 공유·소셜 네트워크 구축·정책 대응 교육 및 동기 부여·사업 진행 관리 등을 위한 지역내 다양한 지역관리회사가 필요하고 이를 위한 공공의 지원이 중요함.
- 미국과 캐나다의 BID(Business Improvement District), 영국의 TCM(Town Centre Management), 일본의 에리오 매니지먼트(Area Management)가 있음.

[그림 V-8] 지역관리제도 재원 구조 도식도



[표 V-6] 일본 area management 유형별 관련법령 및 특징

구분	블록형 매니지먼트: 민간주도	타운 매니지먼트: 공공주도	에리어 매니지먼트: 민관협력
관련 법령	<ul style="list-style-type: none"> - 1986년 ‘민간사업자 능력의 활용에 의한 특정시설의 정비 촉진에 관한 임시 장치법’: 민간도시개발 촉진 	<ul style="list-style-type: none"> - 1998년 ‘중심시가지 활성화법’: TMO 도입 - 2006년 ‘중심시가지 활성화법’: TMO 참여범위 민간단체로 확대 	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 ‘도시재생특별장치법’ 개정: 도시재생추진법인 제도 도입 - 2018년 ‘지역재생법’ 개정: 일본판 BID제도 도입
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 단일개발이 아닌 블록전체 개발을 통한 개발 시너지 모색 - 블록단위 개발·재생 이후 지면부 공공공간 운영 및 개발공간 유지관리를 위한 블록형 기구 출범 - 중심지 대규모 민간개발사업 위주 	<ul style="list-style-type: none"> - 상공회의소, 상점가연합회가 참여하고 행정이 주도하는 지역활성화 단체 - 행정으로부터의 독립성이 낮아 행정 사업 위탁으로 전락 	<ul style="list-style-type: none"> - 2002년 다이마루유 지구에서 처음 시작 - 지역주체가 중심으로 지역내 회비, 공공지원금 등을 통해 독립적인 마을재생 실천

*출처: 윤주선, 장민영, 김영하. (2022). 지역관리회사와 마을재생: 군산시 지역관리회사 사례. 서울:건축공간연구원
박혁서. (2015). 일본의 지역관리제도와 민간조직의 지역관리활동에 관한 연구. 한국주거환경학회지 제13권 4호 (통권 제30호) .pp.359~377. 한국주거환경학회지.

〈참고자료-13〉 지역관리제도_해외사례

〈 영국 TCM(Town Centre Management) 〉

- 지역사회의 전략적 개발과 효과적인 보존을 통해 독자적인 경쟁력을 강화하고, 지속적인 발전과 이해관계자들의 이익을 추구하는 조직
- 지역사회 이해관계자들이 개발 과정에 함께할 수 있도록 다음과 같은 업무를 담당하는 조직 : 시장 정보 수집 및 공유, 이해관계자가 계획 수립 과정에서 함께 할 수 있도록 지원, 파트너 간의 공식-비공식 커뮤니케이션 강화 및 소셜 네트워크 구축, 도시의 이해관계자들과 직원이 함께 지역재생 전략을 일관성 있게 실행할 수 있도록 교육, 실행결과 평가, 참여자 동기 부여, 진행상황 평가 등
- 1980년대 제조 산업의 정체와 지역사회 간의 경쟁 구도 형성으로 새로운 고용 기회를 창출할 수 있는 수단이 요구됨에 따라 중심시가지 쇠퇴의 문제를 해결하고 장소경쟁 압력에 대응하기 위해 민간주체 · 공공 · 지역단체 등이 연계된 지역관리조직(TCM)이 만들어짐
- TCM은 중앙과 지방정부의 지원보다 자발적인 기부와 모금활동을 통해 민간 중심으로 운영되며, 타운센터 개발에 참여를 원하는 주민은 누구나 자치기구에 가입하고 프로젝트 초기 단계부터 각종 회의에 참여할 수 있음
- 매니저에 의해 사업을 시행하고 TCM 회원의 회비를 재원으로 활동함
- TCM의 운영 참여는 타운센터 매니저, 자원봉사그룹, 소규모 영업점주, 소매점 매니저, 부동산 소유주, 쇼핑센터 매니저, 경찰, 버스협회 등 다양한 조직이 참여
- 미국의 BID가 2000년에 영국에 소개된 후, 2004년 9월 BID 법규가 통과되면서 정식으로 출범하여 영국 전 지역으로 확대되었음
- 영국의 BID는 미국의 BID와 같이 지역관리 활동에 필요로 하는 비용을 부담금으로 부담하고 있지만, 부담금 납부는 부동산 소유주가 아닌 임대사업자가 냄
- 사업자는 영업 요율(Business Rate)에 BID 특별세(BID Levy)가 추가되며, 세금은 특수 경우를 제외하고 대부분 공공(지자체)에서 대리 징수하여 안정적 재원확보가 가능한 구조임.

*출처: 영국 BID 홈페이지 (<https://britishbids.info>)
 윤서연, 정상혁, 이슬이. (2022). 서울형 타운매니지먼트사업 현황 진단과 개선방향. 서울연구원.

〈 미국 BID(Business Improvement District) 〉

- 지역 이해관계자들이 상업 지역의 유지, 개선 및 홍보를 감독하고 자금을 지원하는 지리적 구역을 일컬음
- 주로 유럽과 미국을 중심으로 실시되어온 제도이며 재원확보와 지역내 다양한 활동을 매니지먼트하는데 목적이 있음
- 교외화로 인해 공동화되고 낙후된 도심 상업지역을 재생시키기 위해 특별지구를 지정하고,

상권 내 자산소유주가 납부한 부담금으로 공공 서비스를 제공하며, 지역 주민들로 구성된 조직이 재생사업을 실시하는 프로그램

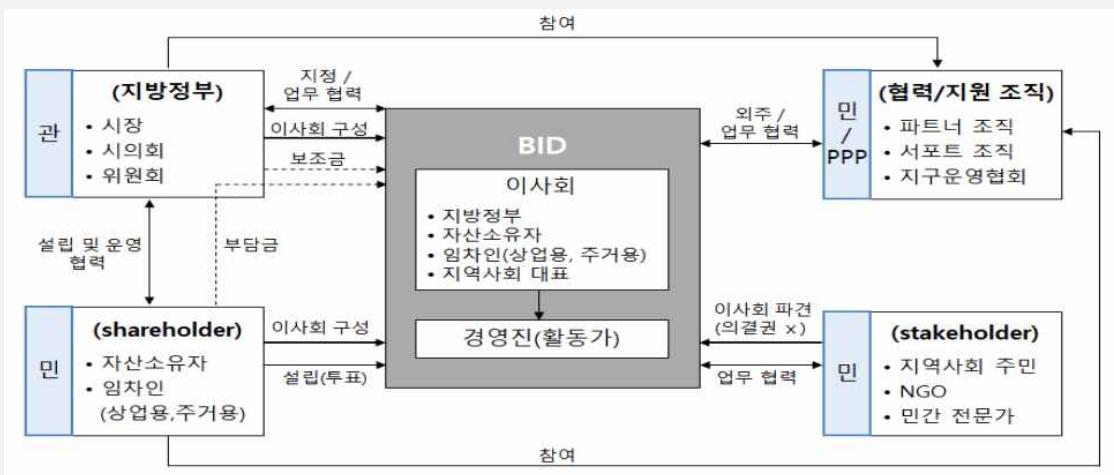
- 1980년대부터 미국 대도시와 중소도시 전역으로 확산되어 영국, 유럽, 아시아, 일본까지 퍼진 BID는 1960년대 도입된 도심 개발 정책인 특별목적구역(SPD)과 특별부담금지구(SAD)가 통합된 형태
- 미국에서 BID는 주(state) 법률의 규정하에서 공적인 권위와 민간이 자율성을 가지고 설립하여 운영하는 조직체이며, 준 정부기구(quasi-governmental entities)의 특성을 가지고 있음
- 중심시가지의 특정지구 내 부동산 소유자와 사업자가 특별세 또는 특별요금을 부담하는 것 대신에 해당 지역에서 요구되는 부가적인 서비스와 시설, 서비스를 제공하는 권한을 갖는 조직
- 사업자, 부동산업자, 거주자 등이 스스로 정한 지방세율에 맞춰 BID를 조직하고 조례를 정하여 이익을 받게 될 사람들에게 적절한 과세 공식을 통해 세금을 부과하고 이를 토대로 지역 발전을 위한 활성화 사업을 전개함
- BID는 공유재로서 서비스의 비용을 누가 어떻게 부담하고, 어떤 서비스를 얼마만큼 제공할 것인가를 이해관계자들이 결정하고 시행하는 자치 거버넌스이면서, 지방정부 등 공공의 기능을 대신하는 민관 파트너십으로서의 기능을 수행
- 지방정부의 입장에서는 세금을 올리거나 정부 규모를 확대하지 않고도 BID를 통해 공공서비스의 질을 향상시킬 수 있는 장점이 있음
- 재원조달은 기본적으로 부동산(property) 또는 사업(business)에 부과하는 특별 부담금(special assessment)에 의해 이루어지며, 부담금은 BID로 지정된 상업지구 내의 매출액 및 임대료 · 자산가치 상승치 등을 바탕으로 지구 내 자산소유자에게 부과함(BID에 따라 정부의 보조금을 받는 경우도 있고 자체 수익사업을 통해 재원을 마련할 수도 있음)
- 지정된 특별구역내 자산소유자와 사업주에게 부담금을 강제함으로써 갈등의 소지가 있을 수 있고, 도시 공간의 사유화라는 비판도 존재하며, 지방정부가 BID 구역에 대해 공공서비스 제공에 소홀할 우려가 있을 수 있음

〈 미국 BID 프로그램 내용 〉

상업 및 경제 활성화	<ul style="list-style-type: none"> - 사업체 모집 및 유치 활동 - 고객 및 방문객 유인을 위한 각종 이벤트 활동 - 거리외관 재정비, 보행도로 개선, 조명 및 가로수 교체 등 지구 - 내 시가지의 기본적 개선 활동 - 장소마케팅 활동 등
환경 개선	<ul style="list-style-type: none"> - 순찰 및 CCTV 설치 등 치안 활동 - 거리청소, 낙서 제거 등 위생 활동 - 공공예술 설치 등 도시미화 활동 - 도시(지구) 디자인 가이드라인 제공 등
커뮤니티 복원	<ul style="list-style-type: none"> - 지역 주민을 대상으로 한 각종 이벤트 개최 - 홈리스 구제 및 직업 훈련 등의 복지 서비스 제공 등

*출처: 뉴욕시 중소기업 홈페이지 (<https://www.nyc.gov/site/sbs/neighborhoods/bids.page>)

〈 미국 BID의 민·관협력 거버넌스 구조 〉



*출처: 박원석. (2021). 도시재생을 위한 민·관협력 거버넌스로서 BID의 활용 방안. 부동산분석 제7권 2호, pp.89-116. 한국부동산원.

〈 일본 지역관리제도 (Area Management) 〉

- 쇠퇴한 지역의 주민이 지역의 문제를 스스로 해결하고 관리 및 운영을 하는 주민참여형 도시경영제도.
- 지역내 토지소유자, 사업자, 지역주민, 세입자 등에 의한 자주적 지역관리와 운영을 하는 활동
- 일본 국토교통성은 ‘지역의 양호한 환경과 지역의 가치를 유지 향상시키기 위한 주민·사업주·토지권자 등에 의한 자주적 활동’으로 정의함
- 과거 일본 에도시대에 마을의 행상 등의 커뮤니티 및 상업 활동을 통해 형성된 ‘상가회’와 전쟁기 지역의 잡단관리를 위해 형성된 ‘반상회’가 현재의 지역관리제도의 시작임
- 일본의 지역관리제도는 1998년에 중앙정부가 정책적으로 추진해 제정했던 「중심시가지활성화법」에 근거한 TMO(Town Management Organization)와 2014년에 지방자치단체인 오사카시가 제정했던 「오사카시 에리어매니지먼트 활동촉진조례」에 근거한 에리어매니지먼트가 있었는데, TMO가 저조한 성과로 인해 2006년에 폐지됨
- 2014년에 일본의 오사카시에서 「오사카시 에리어매니지먼트 활동촉진조례」가 제정되면서 오사카시에서 일본 최초로 지역관리가 독립제도로 법제화 됨
- 도시재생과 플랫폼적인 맥락을 모두 포괄하여 상업 및 업무지역외 주거지역까지 포함한 구역으로 지정될 수 있음
- 민간사업자인 개발자가 참여하여 계획부터 관리까지 지역경쟁력과 매력을 향상시키는데 중점을 둠
- 일정 구역을 대상으로 수혜가 예상되는 주체로부터 수혜의 정도에 따라 예산을 조달받아 이를 활용하여 마을재생을 독립적으로 실행하는 마을운영 주체

○ 주민사업체 지원_관광두레

- 지역 내 일자리 창출과 소득 증대를 위해서는 실질적인 경제 효과를 가져다주는 지역 공동체 기반의 사업이 필요하며 이러한 목표를 달성하기 위한 지원 사업중의 하나가 주민사업체를 지원하는 관광두레임.
- 관광두레는 지역주민들이 지역 고유의 특색을 지닌 숙박·식음여행·체험·기념품 등을 생산·판매하는 관광사업체를 창업하고 경영할 수 있도록 밀착 지원하고, 이를 통해 얻는 관광 혜택은 지역과 지역 주민이 함께 나눌 수 있게 함.
- 관광객의 소비가 지역 발전으로 이어지고 지역 주민이 주도하는 관광산업이 지속될 수 있도록, 관광두레와 같은 다양한 형태의 관광 생태계 조성 및 지원 정책이 확대되어야 함.

〈 관광두레 〉

- ‘힘을 모아 이루어내다’라는 순우리말인 ‘두레’에 담긴 뜻을 기본정신으로 공동체성/지역성/지속가능성의 가치를 실천하며 지역관광 활성화를 위해 문화체육관광부에서 계획수립 및 재정지원을 하고 한국관광공사에서 관광두레PD 활동 지원과 관리, 주민사업체 발굴과 육성, 모니터링, 평가 등 사업을 총괄운영하는 사업(관광두레에 참여하는 주민사업체는 최장 3년간 지원)

- 2013년 시작되어 2024년까지 142개 지역참여, 1,190개 주민사업체를 발굴했으며 2024년 2월 현재 전국 52개 지역, 230여개의 관광두레 주민사업체가 활동하고 있음

지방자치단체	관광두레PD	주민사업체
· 사랑방제공, 지역자원 연계 지원, 지역축제 및 홍보마케팅 협업	· 지역현장에서 주민사업체 발굴 및 조직화, 창업과 경영개선 지원 등 중간지원 역할 수행	· 최소 3인 이상의 지역 거주민으로 구성된 주민공동체로써 지역 상품과 서비스를 생산·판매

*출처: 관광두레 홈페이지(<https://tourdure.visitkorea.or.kr>)

사례 (국내) 경남 진주_풀링 인 진주

- ‘풀링 인 진주’는 진주 토박이인 (주)아름다운동행 양정숙대표가 로컬여행콘텐츠 개발과 무장애여행 개발을 위해 만들어 2020년 관광두레 주민사업체로 선정됨
- 머무는 도시, 즐기는 도시, 빠져드는 도시로서 진주의 매력을 발굴하고, 알리고, 체험하는데 집중함
- 특히 ‘누구에게나 열린’ 여행을 만들고자 휠체어를 타고 다니는 김태오 이사와 만나, 장애인을 위한 여행이 아닌 장애인도 갈 수 있는 ‘무장애 여행’ 프로그램을 만듦
- ‘진주성 호롱불 밤마실’, ‘토크사릉’, ‘특별한 애인’ 등의 프로그램으로 진주의 문화자원과 축제등 아름다운 진주를 경험할 수 있게 함
- 2023년, 2024년에 으뜸두레 공모사업에 선정되어 특별지원금과 홍보마케팅 지원을 받음

*출처: 관광두레 홈페이지(<https://tourdure.visitkorea.or.kr>)

○ 지역의 자생적 공동체 지원_협동조합⁹²⁾

- 협동조합은 여러 목적을 가진 다양한 형태로 운영되는 자생적인 공동체로, 여러 개인이나 기업이 자원과 지식을 합쳐서 혜택을 공유하고 경제적으로 발전하는 것을 목적으로 함
- 자본이 중심이 아닌, 사람을 중심으로 운영되는 지역의 협동조합은 회원들 간의 협력과 상호 연대를 증진시켜 지역에서 주체적 역할을 해나갈 수 있음.
- 문화예술 협동조합의 경우 지역의 문화와 예술을 보존하고 활성화하며, 예술가들이 안정적·지속적인 활동을 할 수 있도록 하여 지역의 예술과 문화활동을 지속가능하게 만드는 역할을 함.
- 이렇게 보존되고 활성화된 지역의 문화예술 자원은 외부의 관광객을 끌어들이는 매력적인 요소로 작용하여 관광산업을 촉진하고 지역 경제를 활성화하는 데에도 기여할 수 있으므로 중앙과 지방정부는 지역의 현실과 특색을 살린 다양한 협동조합 설립을 적극 지원해야 함

〈 우리나라 협동조합 기본법 〉

- 제2조(정의) -

1. “협동조합”이란 재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역 사회에 공헌하고자 하는 사업조직을 말한다.
3. “사회적협동조합”이란 제1호의 협동조합 중 지역주민들의 권리·복리 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합을 말한다.

- 제5조(설립 목적) -

협동조합등 및 협동조합연합회등은 구성원(협동조합의 경우 조합원을, 연합회의 경우 회원을 말한다. 이하 “조합원등”이라 한다)의 복리 증진과 상부상조를 목적으로 하며, 조합원등의 경제적·사회적·문화적 수요에 부응하여야 한다.

〈 협동조합의 주요 특징 〉

자율성과 자립성	회원들이 자원과 관리에 참여하여 자율적으로 운영되고, 자립성을 통해 지역 경제를 활성화하는데 기여함
공동 소유와 공동 운영	회원들이 공동으로 소유하고 운영하며, 이에 따라 이익을 공유함
상호 협력과 상생	회원들 간의 상호 협력과 지역 사회에 대한 기여를 중시하고, 이는 사회적 연대를 증진시키고 지역 사회의 발전에 기여함
이익 배분	이익이 모두의 참여에 따라公正하게 분배되며, 이는 회원들의 참여와 공헌을 장려하고, 지역 사회의 경제적 안정성을 높임

92) 협동조합관련 자세한 내용 및 현황은 협동조합 홈페이지 참조
(https://www.coop.go.kr/home/statistics/statistics1.do?menu_no=2035)

구분	협동조합(영리법인)	사회적협동조합(비영리법인)
설립	시 · 도지사 신고	주사업 소관부처 인가
사업	금융 · 보험분야 제외 모든 사업분야	공익사업 40%이상 수행
경영공시	의무사항 없음	의무사항 있음
법정적립금	잉여금 10/100이상	잉여금의 30/100이상
배당	배당 가능	배당불가
정산	정관에 따라 잔여재산 처리	비영리법인 또는 국고 등 귀속

*출처: 한국사회적기업진흥원_협동조합 (https://socialenterprise.or.kr/social/coop/coopConcept.do?m_cd=E014)

사례 (국내) 전북 완주_완주사회적경제 네트워크(사회적협동조합)

- 협동조합의 도시 이탈리아 트렌티노⁹³⁾를 롤모델로 우리나라 최초로 지역의 사회적경제조직이 2013년 출자하여 만든 자주적 민간 네트워크 조직
- 전북 완주군내 마을기업, 협동조합, 지역공동체, 개인 등이 조합원으로 참여
- 상부상조의 협동정신과 자주 · 자립 · 자치를 바탕으로 사회적경제 생태계를 구축하고 활성화하고 사회적경제조직간 긴밀한 연대를 통해 지역순환경제 실현을 목표로 하는 커뮤니티비즈니스 분야 중간지원조직 역할을 하는 협동조합
- 주요사업으로는 자문 · 현장교육(사회적 농장 자문 · 현장교육, 지자체 등 관계기관 담당자에 대한 자문 · 현장 교육), 네트워킹(지역 내 협력기관 네트워크 구축, 지역내 매칭), 모니터링 · 홍보, 행정지원 등이 있음

〈 완주사회적경제네트워크 内 전환기술사회적협동조합 〉

- 사회와 환경, 지역자립을 위한 가장 적합한 기술을 연구 · 개발하고 교육 · 보급하는 협동조합
- 완주군민이라면 누구나 작업할 수 있는 공간 ‘열린공방’ 운영, 생활 공구 대여소 ‘연장 도서관’ 운영, 에너지 효율이 좋은 난방 기구를 스스로 제작 · 보급하는 ‘아궁이 디자인 학교’, 귀농 귀촌인 대상 생활 기술 교육 등을 다양한 프로그램을 진행

*출처: 완주사회적경제네트워크(<http://www.wanjucoop.co.kr/>)

93) Cooperazione Trentina(<https://www.cooperazionetrentina.it>)

사람
(People)방문
(Visiting)

전략 ②(방문×장소성)

라이프스타일 취향저격 관광 활성화

②-1. 빅데이터 활용 취향저격 지역관광 컨설팅 확대

②-2. 지역매력 Buzzing 활성화

**②-1 빅데이터 활용 취향저격 지역관광 컨설팅 확대**

○ 빅데이터를 활용한 지역의 관광활성화

- 빅데이터 기반 지표는 기존의 관광경쟁력 지표와 비교하여 소셜미디어, 교통, 숙박, 식음료 업종 등 여러분야에서 수집한 데이터를 통합하여 활용하고, 다양한 지표로 지역관광의 상황을 여러 측면에서 평가할 수 있어 지역관광활성화에 대한 보다 정확한 정보를 얻을 수 있음.
- 실시간으로도 분석 가능한 관광 빅데이터를 활용하여 현재 지역의 관광상황을 정확하게 파악, 빠르게 변화하는 관광 환경에 대응할 수 있음.
- 빅데이터와 함께 다양한 분야별 전문가를 활용한다면 관광에 관한 다양한 지역의 문제들을 해결할 수 있으며, 빅데이터 기반의 과학적 분석으로 지역관광개발사업의 계획수립 및 관광정책방향 제시를 위해 폭넓게 적용할 수 있음.
- 지자체간의 관광개발역량 불균형 해소를 위한 지원체계 구축에도 기여할 수 있으며, 지역 관광의 효과 및 성과분석 체계를 구축하는데 도움됨.
- 문화·역사·지리 등 지역의 특성과 매력을 고려하여 측정한 빅데이터이므로 지역 간의 비교를 보다 더 정확하게 알 수 있으므로 효율적인 지역맞춤형 사업발굴과 협업사업을 실행할 수 있게 함.

○ 도시 씬(urban scene) 이론과 빅데이터를 접목한 도시공간의 특성 이해

- 도시정책은 다양한 사람들을 끌어들이는 어메니티의 강화가 중요함.
- 도시공간의 매력을 증진시켜 외부인들 유입시킨다는 도시 씬의 어메니티 아이디어는 유효한 해결책임
- 도시의 문화적 특징 계량화, 생활인구 데이터를 활용한 유동인구 분석, 지역의 문화적 특징의 인구 유입효과 연구.

② -2 지역매력 Buzzing 활성화

○ 인터넷으로 초연결된 시대에 지역 매력을 <웅성거림 : Buzz>로 널리 발산하는 것이 중요

- <Buzz>는 특정 지역의 “활기” 또는 그것이 만들어 내는 “웅성거림”을 뜻함.
- 이는 오프라인에서 군중들이 만드는 현장의 활기일 수도 있고, 온라인 플랫폼에서 특정 지역에 대한 언급 트래픽이 만드는 가상의 웅성거림을 지칭하기도 함.
- 도시사회학자 Daniel Silver와 Terry Clark(2013)⁹⁴⁾은 “Talcott Parsons와 Jeffrey Alexander의 <상징적 교환 매체 : symbolic media of exchange> 개념을 참고하여, buzz를 “도시의 문화현장(culture scene)에서 생성되는 가치 있는 상징적 자원으로 취급할 것”을 제안했음.
- 이들은 도시의 문화현장에 참여한 사람들이 이 "buzz"라는 상징적 자원을 통해 현장의 생생한 경험을 서로에게 전달하고 공유하고 확산한다고 봤음.
- 특히, 외부로 향한 buzz는 정치적 지원, 지역사회에 대한 신뢰, 경제적 투자 등 해당 지역에 대한 지원을 유치하는 데 쓰이므로, 이를 “도시의 유용한 자원 : buzz as an urban resource”로 인식해야 한다고 제시했음(Daniel Silver·Terry Clark, 2013).
- 지역의 매력을 공유하는 주민과 방문자들이 온라인, 오프라인을 통해 자신이 경험한 매력에 대해 “웅성거림(Buzzing)”이 온라인으로 초연결된 시대에 로컬한 지역의 매력을 널리 확산하고 지속할 수 있는 방안임.

풀 오웬(Paul Owens) (세계도시문화포럼(WCCF) 전 사무국장, 문화정책 전문가)

“... Buzz의 중요성 인식해야 함. 이것은 같은 공간에 있음으로써 함께 느끼는 감정임.”

(연구 자문회의 (2024.2.13.(화), 줌)

○ 로컬리티를 핵심 콘텐츠로 라이프스타일 비즈니스로까지 확장하는 로컬(리티) 매거진 지원

- 지역에서 로컬리티를 핵심 콘텐츠로 활용하는 로컬 매거진은 지역의 활력을 발신하는 주요한 Buzz의 주체로서 지원할 필요가 있음.
- 사투리로 지역을 소개하는 <전라도 닷컴>과 같은 로컬 매거진은 지역문화의 다양성을 매력으로 활용하고 보전함.
- 또한, 『제주 인(iiin)』처럼 지역의 독특함을 콘텐츠화 할 뿐만 아니라 로컬푸드, 굿즈, 편집숍 등 이와 연계된 라이프스타일 비즈니스로 확장될 수 있는 지역활력의 매개임.
- 아는 을지로, 아는 연희 등 시리즈로 확장하며 로컬 비즈니스와 라이프 스타일을 소개하는 도시콘텐츠 매거진 『아는 동네』는 잡지 자체의 비즈니스적 가능성과 함께 지역의 독특한 문화적 매력이 사람을 이끌고 경제활력으로 이어질 수 있음을 보여줌.

94) Daniel Silver & Terry Clark, 2013, Buzz as an urban resource, Canadian Journal of Sociology



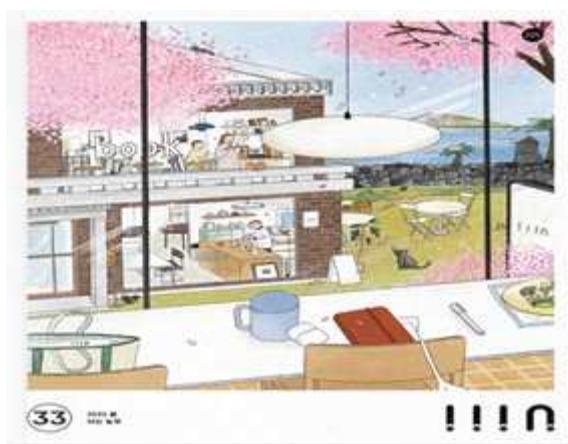
『전라도 닷컴』

2000.10월 인터넷 웹진으로 시작, 정기 간행 중
전라도 사투리로 농촌과 바다, 지역 사람들, 장터 등
전라도 지역의 이야기들을 정겹게 담아냄



『아는 동네』

서울 소재 도시 문화 콘텐츠 전문 기업
<어반플레이>가 로컬 비즈니스와 라이프스타일을
소개하는 콘텐츠 매거진
아는 을지로, 아는 연희 등 시리즈 발간



『제주 인(iin)』

콘텐츠그룹 재주상회가 2014년부터 발행하는
로컬콘텐츠 단행본. 제주 로컬 푸드, 굿즈, 편집숍 등
연계 운영 중

○ 지역문화-관광재단들의 전국 연결 공동기획 캠페인 등 다양한 지역문화매력 Buzzing 추진

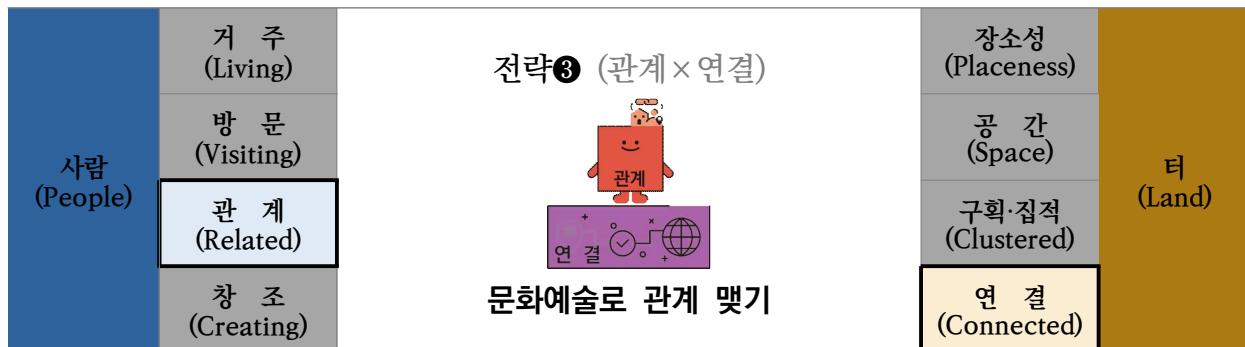
- 공공부문은 다양한 자기 관심 분야별로 지역 매력을 발신하는 민간 매체와 인플루언서들의 활동과 차별화하여, 지역의 종합적인 문화매력을 발신하는 플랫폼으로서 역할을 담당해야 함.
- 서울경제진흥원(SBA)은 총 30억의 구독자를 가진 세계 50여개 국가의 주요 인플루언서들을 3천 팀을 초청하여 서울의 문화와 라이프 스타일, K-콘텐츠를 홍보한 <2023 서울콘(SEOULCon)>을 개최한 바 있음.
- Buzzing의 영향력이 큰 인플루언서 또는 지역출신 유명인을 활용한 전국 공동 캠페인 추진
 - <로컬100> 선정 아이템, 지역축제, 지역 예술가 등을 지역출신 유명인이 소개하는 (가칭)“우리 동네 문화매력 찾기 챌린지”
 - 한광연/전지연을 통한 전국 지역문화-관광재단들의 공동기획 ⇒ 각 기관별 SNS용 동영상 콘텐츠 제작 ⇒ 기관 SNS에 게시 및 공동기획 플랫폼에 연재

사람
(People)관계
(Related)

전략 ③(관계×연결)

문화예술로 관계 맺기

- ③-1. 예술로 관계맺기, 취향으로 한달살이
- ③-2. 창조의 로케이션이 되는 예술적 워케이션 기획지원
- ③-3. 고향사랑문화 = 고향사랑기부제 × 문화이용권

**③ -1 예술로 관계맺기, 취향으로 한달살이**

○ 취미와 취향으로 관계 맺기

- KTX의 개통과 더 많아진 고속도로망으로 지역과 수도권 양방향 교통이 균일하게 좋아졌으나 현재는 대다수 수도권 집중화 현상이 심화되고 있음.
- 지역만의 매력을 가지지 못하면 지역과 대도시와의 격차는 앞으로 더 벌어질 것임.
- 지역의 컨텐츠 차별화 전략의 일환으로 취미와 취향을 공략하여 사람과 지역을 연결하는 방법을 모색해 볼 수 있음.

사례 (국내) 양양 서피비치

- 2017년 6월30일 서울~양양간 동서고속도로 개통(서울에서 1시간30분)되었고, 3만명이 안되는 양양군에 2022년 한 해동안 양양군을 찾은 관광객 수는 약 1,638만명으로 추정
- '서핑'이라는 한국에서는 매니아적이고 이국적인 아이템이 젊은 사람들에게 새롭고 신선하게 어필
- 저녁 7시 이후에는 미성년자 입장 불가 해변으로 만들어 20대~30대 확실한 소비층 타겟과 기업 브랜드 홍보를 공간에 적극 활용
- 수익은 광고주들에게 광고비용을 받아 창출하는 방식으로 여름 한철 바가지 요금이 당연시되던 해변이라는 공간이 오프라인 플랫폼처럼 운영될 수 있게 함

*출처: 중앙일보 (2023.06.01.), 비로컬(BELOCAL) 인터뷰.(2021.12.3.)

사례 (해외) 스위스 베르비에 페스티벌 Verbier Festival

- 베르비에 페스티벌을 처음 만든 창립자 Martin T:son Engstroem은 1994년에 겨울에는 스키타는 장소로 유명한 지역이지만 여름에는 텅 비어있는 스위스의 베르비에에 음악축제를 만들 생각을 함
 - 매년 여름에 세계 여러 지역에 열리는 유명한 클래식 음악페스티벌은 많지만, 음악을 연주하는 전 세계 젊은이들을 대상으로 오디션 기회를 제공하고 오디션에 합격한 사람에게 세계 최고의 지휘자 및 협연자들과 연주할 수 있는 경험과 축제 기간동안 벌어지는 세계적인 거장들의 마스터 클래스(Verbier Academy)에 참가할 수 있는 기회를 준다는 점이 유럽의 다른 여름 페스티벌과는 차별적 요소
 - 베르비에를 찾는 관객들에게도 멋진 장소에서의 여름 휴양과 더불어 유명 연주자들의 공연 특히 세계적인 연주자들이 함께 하는 실내악 연주와 마스터 클래스에 참석하여 들을 수 있는 기회를 제공

*출처: 베르비에 페스티벌 홈페이지.(<https://www.verbierfestival.com/en>)

○ 예술로 한달살이

- 지역에서 같은 취미와 취향을 가진 사람들이 새로운 공간과 장소에서 만날 수 있도록 다양한 프로그램을 제공하는 것은 경제적 이익 외에도 지역 주민들 간의 소통 촉진, 공동체 의식 강화, 외부인과의 교류를 통한 지역활력 등의 긍정적 효과를 얻을 수 있음.
 - 현재 진행 중인 '강진에서 일주일 살기' 프로그램을 확장하여 전남음악창작소와 함께 전국 동아리 밴드들이 참여할 수 있는 '음악으로 일주일 살기', '한달 동안 밴드 뮤지션으로 살기' 등의 프로그램을 통해 전문 음악가들에게 밴드 레슨을 받고, 하루 종일 방해 없이 밴드 연습을 하며, 다른 지역 밴드들과 교류하고 연주하는 기회를 제공하면 지역에 신선한 활력을 줄 수 있을 것임.
 - 각 지역에서 비슷비슷하게 지원하는 '일주일 살기', '한달살기' 프로그램을 '취미로 한달살기', '예술로 한달살기' 등으로 다양화하여 지역의 문화자원을 활용하고 같은 취향과 취미를 공유하는 사람들을 모이게 한다면, 이는 지역의 경제적 활력을 불어넣고, 문화 교류를 통해 지역 문화를 풍부하게 하며, 사회적 연결망을 강화하고, 지역 이미지 개선과 커뮤니티 활성화를 통해 지역 사회 전체를 생동감 있게 변화시킬 수 있을 것임.

사례 (국내) 전남음악창작소 뮤지션 지원

‘전국 밴드 동아리 강진에 모여라’

- 2016년 문화체육관광부로부터 지역기반형 음악창작소 조성사업에 선정되어 크로스오버 음악과 대중음악 뮤지션 등 다양한 장르의 음악을 육성하여 새로운 콘텐츠로 개발하는 것을 목표로 하는 공간이자 음악을 매개로한 지역의 예술공간임.
 - 지역 뮤지션의 창작활동을 지원하고 뮤지션들의 음악적 수준을 높이는 역량강화 프로그램 운영 및 지역 뮤지션과 지역주민들을 위한 열린 스튜디오 운영.

*출처: 전남음악창작소 홈페이지.(<http://www.ogamtong.com>).

③ -2 창조의 로케이션이 되는 예술적 워케이션 기획 지원

○ 관계인구 전략으로서 크리에이터의 지역활력 도모

- 지역의 활력을 위해서는 관광에만 의존하는 전략을 넘어서 다각적인 접근이 필요함. 창업 및 중소기업 지원, 디지털 인프라 확충, 농업 및 지역자원 활용, 문화예술 활성화 등 다양한 전략을 통해 지역의 경제적, 사회적, 문화적 활력을 증진시킬 수 있음.
- 특히, 예술인과 크리에이터들이 수도권이 아닌 지방에서 활동하는 것은 지방소멸 문제를 완화하고, 지역 사회에 새로운 활력을 불어넣는 긍정적인 효과를 얻을 수 있으며, 지역 사회 연결을 통한 관계인구로서의 중요한 역할을 함.
- 지속가능한 발전을 위한 측면에서 예술인, 창작자, 프리랜서 등 크리에이터들에게 지방의 창작 환경이 제공되어 지역으로 유입되면 단기적으로는 프로젝트나 레지던시 프로그램을 통해 일시적으로 체류하는 인구를 유치하지만, 장기적으로는 정착을 유도할 수 있음.

○ 창조적 작업을 위한 로케이션(Creative Workspace Location Project)

- 작업 공간 확보가 어려운 예술인과 크리에이터들에게 창의적인 활동 공간은 지역의 창조 환경 조성을 위한 높은 전략적 가치를 보유하고 있음.
- 무엇보다 크리에이터의 지역 활동이 더욱 활발해지고 자발적인 참여로 연결되려면 정부와 지자체의 지속적인 지원뿐만 아니라, 지역에서는 지역의 자연환경과 역사적 건축물 등을 활용한 지역의 고유성을 담은 특화된 창작공간 조성이 필수적임.
 - 특정 지역을 창작 마을로 개발하여 크리에이터들이 지역에서 영감을 받고 자유롭게 활동할 수 있는 환경 제공.
- 창조적인 작업 환경을 조성함으로써 지역은 독특한 브랜드 가치를 가지게 되며 특정 예술 장르나 창작 활동의 중심지로 알려지게 될 경우, 더불어 관광객과 방문객을 유치하는 효과도 얻을 수 있음.
- 또한, 유휴 학교나 폐건물을 리모델링하여 창작마을로 조성. 예술가들이 장기 체류하며 작업할 수 있는 공간에서 지역 주민들과 예술 교류를 활성화를 통해 지역주민들과의 소통을 강화하고, 지역 내 자원을 효율적으로 활용하고 친환경적인 생활 방식을 촉진하는데 기여함.
- 창조적 작업을 위한 로케이션을 통해 예술인과 크리에이터들이 지역에서 다양한 창작 활동을 펼침으로써 지역의 문화적 수준이 향상되고 지역 주민들의 삶의 질을 증대시키고 지역에 대한 자부심을 강화할 수 있는 프로젝트 기획 및 지원 방안 마련이 필요함.
 - 프로젝트 기반의 창작 지원금을 제공하여 크리에이터와 예술인들의 경제적 부담을 덜어주고, 숙박, 작업공간, 재료비 등을 지원하는 레지던시 프로그램 운영도 도움이 될 수 있음
 - 워케이션과 로케이션 관련 법령을 제정하고 기존의 관련 법률 개정을 추진 등을 통해 행정지원을 강화할 필요 있음.
 - 예술가와 크리에이터들의 체류와 창작 활동 지원하고 크리에이터들에게 세제 혜택을 제공하는 방안을 마련한다면 지역에 정착을 하는데 경제적 부담을 크게 줄여줄 수 있을 것으로 사료됨.
 - ex) 지방소득세 감면, 창작관련 재료 구입비 지원 등

○ (참고) 예술인의 지방 활동을 통한 예술하기 좋은 도시의 문화정책적 의의

- 서우석(2023)⁹⁵⁾은 예술하기 좋은 도시를 만들기 위해서는 신진 예술인 세대의 관심과 이해관계, 성향이 부응해야 하며, 지역예술인과의 접점을 확대해야 한다고 함. 지역 이미지 개선 및 브랜딩 효과와 관광 수입 증대, 기업 투자 유인 등 또한 외부 효과를 위한 규모의 경제를 확대하고, 지역의 문화 인프라를 적극 활용하고 확대해야 하며, 문화 거버넌스의 정당성을 증대시키는 것을 문화정책적 의의로 분석했음.
- 예술인들의 지방 활동을 통해 지역의 창작 환경의 질이 높아지고, 지역의 자원을 활용하여 지역 활력을 불어 넣을 수 있는 계기가 됨.
- 예술인에게 로케이션이 되는 레지던시 프로그램은 작업실과 스튜디오 등을 제공하고 지역 창작활동을 하며 지역주민들과 함께 성장할 수 있는 기회와 지속가능한 발전을 이룰 수 있는 토대를 마련할 수 있음.

[표 V-7] 예술인 지방 활동 현황

분류	구분	예술인 활동 현황	사례
정부와 지자체 지원	지원 프로그램	정부와 지자체는 예술인의 지방 정착과 활동 지원을 위해 다양한 예술인 레지던시 프로그램, 창작공간 제공 및 창작지원금 등 운영	〈강원도 : 예술인 레지던시〉 삼탄아트마인 등 예술인 창작공간, 숙소 제공
	문화재단	지역 문화재단을 통해 예술인들의 활동을 지원하며, 지역 주민들과 예술인들이 함께 참여할 수 있는 문화 행사 기획	
예술인들의 자발적 이동	생활환경	수도권의 높은 생활비와 작업 공간 부족 문제로 인해 일부 예술인들이 자연스럽게 지방으로 이동하여 활동하는 경향있음. 지방에서는 비교적 낮은 비용으로 작업 공간을 확보할 수 있고, 자연 환경이 창작에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음	〈제주도 : 예술인 마을〉 예술인 제주 자연소재 작품 창작 및 지역민과 협력 프로젝트
	커뮤니티 형성	예술인들이 모여 공동 작업을 하거나, 협력 프로젝트를 진행하며, 지방에서 새로운 예술 커뮤니티를 형성하는 사례도 증가함	

자료출처: 연구진 정리

95) 서우석, 2023, “예술하기 좋은 도시를 위하여” (2024 서울문화예술국제포럼, 2024.3.21., 서울문화재단)

③ -3 고향사랑문화 = 고향사랑기부제 × 문화이용권

○ 고향사랑기부제를 통한 지역문화자원 활용 문화사업 실시

- 국내 고향사랑기부제는 지역 경제 활성화에 목적이 있으나, 이를 지역문화자원 보존 등 문화예술 활동에 적극적으로 활용 가능한 문화정책사업이 필요함.
- 지역민의 문화복지를 위한 문체부의 통합문화이용권 등 기존의 지역문화정책 사업과 연계한 고향사랑기부제도의 활용방안이 필요함.

고향사랑기부제의 지역문화자원 활성화



○ 통합문화이용권과 결합한 지역문화자원 활성화 프로그램 개발

- 통합문화이용권을 소지한 방문객은 지역 주민과 예술가들이 함께하는 문화자원 체험 프로그램, 지역 문화유산을 주제로 한 다양한 정주형 프로그램에 참여하며, 지역민은 통합문화이용권과 연계를 통한 프로그램 참여 유도.
- 또한, 관계인구를 위한 문화자원 활용 프로그램을 개발하여 이들의 고향사랑 기부를 유도하며, 주민을 위한 통합문화이용권 연계를 통해 기부자에 대한 다각적인 인센티브 제공 프로그램을 개발할 필요가 있음.

○ 고향사랑기부금이 유기적으로 결합된 지역문화기금 설립

- 고향사랑기부제도와 민관협력을 통해 지역 문화자원 보존·수리, 문화예술 행사 개최, 지역문화 교육 등에 사용 가능한 지역문화기금을 조성함. (예: 교토 고향사랑기부금)
- 「지역문화진흥법」의 지역문화기금 마련을 위한 방안으로 고향사랑기부제도를 연동시키는데, 특히 민간의 참여를 이끌어 낼 필요가 있음. 예컨대, 고향사랑기부제도를 통해 지역문화 행사에 협력하는 메세나 참여 기업에게 우대 세제 혜택 부여하는 방식을 검토 할 수 있음.
- 인적자원의 공유 시스템으로 자원봉사 상생 협력 네트워크를 구축하며, 지역문화재단 적립금과 연계하여 다각적인 지역문화 매력 증진 사업을 펼침.

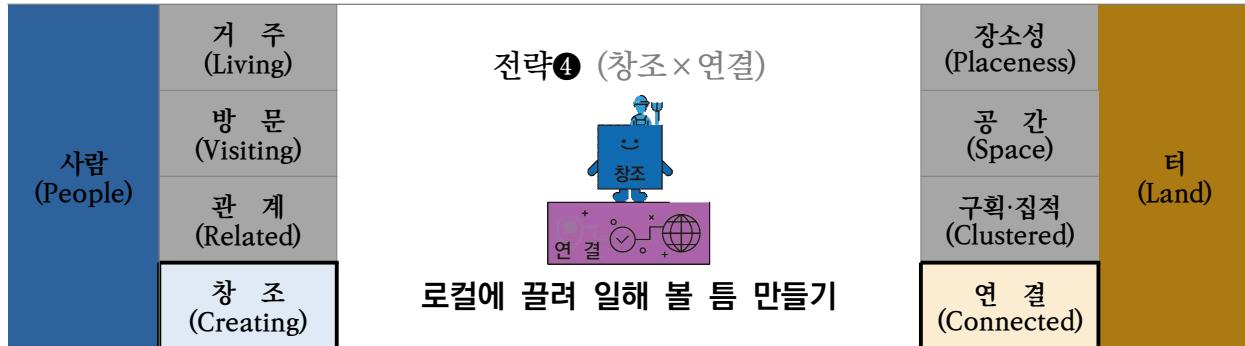
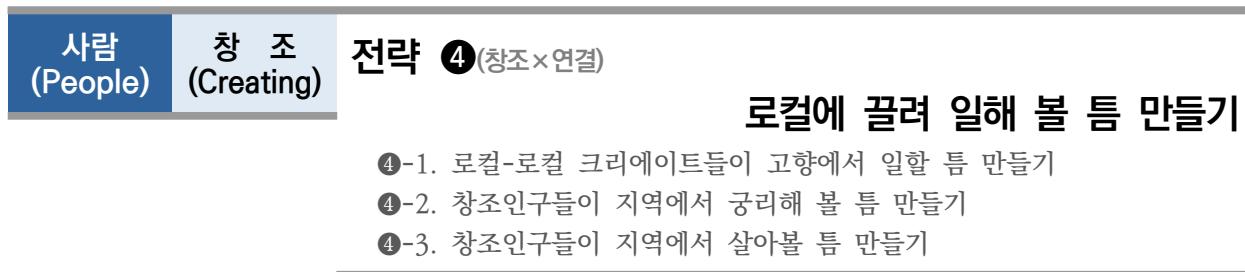
사례 (해외) 문화재 보호와 전승을 위한 교토부 기금

- 일본의 교토에는 역사적 건조물 등 귀중한 문화재가 많이 있으며, 지진이나 화재 등으로부터 보호하고 보존 및 수리하여 양호한 상태로 후세에 계승 할 수 있도록 할 필요가 있음.
- 교토부는 고향 납세 제도의 이용에 한정된 '문화재 보호 및 발신 교토부 기금'을 설립하고 전국의 사람들에게 기부를 받고 있음
- 기부금은 문화재 보호를 목적으로 하는 아래의 사업에 사용되며, 보조금을 지급할 사업의 선정은 기증자의 의사와 문화재 전문가의 의견을 수렴하여 결정
 - 교토부의 역사적 건조물 등 유형 문화재의 보존 및 수선을 위한 사업.
 - 지진, 화재 등으로부터 유형 문화재를 보호하기 위한 사업.
 - 문화재 보호 정신 육성 사업 등.

[기부금의 용도]

- 일본 교토의 성공적인 사례를 참고, 국내 고향사랑기부제의 문화예술활용 정책을 개선하고 활성화할 필요가 있으며, 아래와 같은 정책 제안이 가능함
 - 지역 문화재, 문화자원 보호 및 발신 교토부 기금 모델 적용을 통해 국내 고향사랑기부제에서도 지역문화자원 자연재해 및 화재 등으로부터 문화재 보호와 별신을 위한 기금 설립.
 - 기부금 조성은 지역문화자원 활용과 문화재 활용 및 육성 사업에 사용.
 - 지역 문화자원 및 문화재 관련 교육, 전시, 워크숍 등을 지원.
 - 관광객과 함께하는 유형 문화재의 보존에 관한 워크숍.
 - 국내 유형 문화재의 보존과 수선을 위한 청년 전문가 사업을 지원.

출처: 京都府ふるさと納税 文化財を守り伝える京都府基金 <https://www.pref.kyoto.jp/furusatokifu/>



④ -1 로컬-로컬 크리에이트들이 고향에서 일할 틈 만들기

○ 지역의 재미있는 콘텐츠를 만들 기회 제공

- 지역이 생존해가기 위해서는 그 지역의 '지역다움'을 매력적으로 만들어 어떻게 활용할 것인가 하는 전략이 필요.
- 서울과 같은 대도시에서 경험할 수 없는 재미있는 요소와 지역 고유의 자산을 살린 매력적인 콘텐츠를 제공하지 못하는 지역은 쇠퇴할 수밖에 없으므로, 특색 있는 이벤트 · 프로젝트 · 관광 상품 등을 만들 수 있는 기회와 환경을 창조인력들에게 제공하여 지역만의 특별한 비즈니스를 만들어내야 함.

[표 V-8] 소상공인 지원사업

구분	2024년 소상공인시장진흥공단의 기업가형 소상공인 육성 지원사업 출처: 소상공인시장진흥공단
신사업창업 사관학교	<ul style="list-style-type: none"> · 창업거점 기능 극대화 및 창업 수준별 맞춤형 지원을 통해 혁신하고 성장하는 강한 소상공인 육성 기반 마련 · 예비창업자로 생활·서비스의 혁신 아이디어를 통해 창업하려는 자, 자신이 보유한 고유의 기술·노하우를 기반으로 창업하려는 자(예비창업자)에게 지원 · 창업 아이디어의 사업화에 필요한 창업 상담 · 코칭, 창업준비공간, 사업화 자금 등을 수준별·맞춤형 패키지 지원
로컬크리에이터 (개인, 협업)	<ul style="list-style-type: none"> · 지역의 자원·문화 등을 소재로 창의성과 혁신을 통해 사업적 가치를 창출하는 로컬크리에이터 발굴 및 육성 · 개인 혹은 2개 이상으로 구성된 협업팀에게 지원 · 사업화자금 및 홍보·네트워킹 등 지원

로컬브랜드 창출	<ul style="list-style-type: none"> 로컬크리에이터 · 소상공인이 사업 아이템 및 지역의 인적 · 물적 자산을 연결, 지역 정체성을 골목길에 담아내는 골목 상권 · 산업 육성 3개 이상으로 구성된 팀에게 지원 사업화 지원과 민관 연계를 통한 ‘점(개인) → 선(협업)→면(로컬브랜딩)’ 전략으로 로컬브랜드화와 골목산업화 지원 로컬크리에이터와 지역상권 참여자 간의 협업모델을 지원하고 기업가형 소상공인의 클러스터화 지원 및 지속적인 성과창출 지원
강한 소상공인 성장지원	<ul style="list-style-type: none"> 기업가·장인정신 및 창의적인 아이템 등을 보유한 소상공인을 발굴하여 자주적으로 성장하는 강한 소상공인으로 육성 기업가정신, 창의·혁신적인 아이템을 보유한 소상공인에게 지원 팀빌딩 프로그램, 비즈니스모델(BM) 고도화 및 스케일업(확장)에 필요한 사업화 자금 지원(최대 1억원 한도, 정부 100% 보조)
우리동네 크라우드 펀드	<ul style="list-style-type: none"> 자금 조달이 필요한 소상공인을 위해서 정부 주도 정책자금(융자·보증) 지원방식이 아닌 소상공인에 적합한 민간 투자모델 도입 소상공인에게 지원 크라우드펀딩 교육·코칭, 크라우드펀딩 오픈·홍보 지원, 펀딩수수료 등 펀딩에 필요한 제반사항 무료 지원 대출형, 증권형, 후원형 총 3가지 펀딩유형으로 지원
민간투자 연계형 매칭융자	<ul style="list-style-type: none"> 민간투자사의先투자·펀딩 시 정책자금을後매칭융자로 지원하여 성장을 추구하는 소상공인을 기업가형 소상공인으로 육성 민간투자사로부터先투자·펀딩 받은 소상공인에게 지원 민간투자사가先투자·펀딩 시 투자금의 최대 5배까지 매칭융자(정책자금) 지원(대출한도 : 기업 당 투자금액의 최소 2.5배 ~ 최대 5배 이내 지원)

사례 (해외) 아사히야마 동물원: 펭귄을 날게하라

- 일본 최북단에 위치한 아사히야마 동물원은 1967년에 문을 열었으나 점차 관람객이 감소
- 일본 96곳의 시립동물원중 운영이 가장 어려운 동물원으로 지목되어 동물원이 문을 닫아야 하는 상황이 됨
- 원장을 포함한 10여명의 직원들과 사육사들의 노력으로 동물을 좋아하는 사람이라면 일생에 한 번은 꼭 가봐야하는 특별한 동물원으로 재탄생
- 2024년 현재까지 매년 140만명정도의 방문객을 유지하고 있음(2003년에는 홋카이도에서 가장 많은 방문자수를 기록하였으며, 2007년과 2008년에는 방문객이 300만명을 넘었음)
- 1995년 취임한 ‘고스케 마사오’원장과 직원들은 아시아야마 동물원의 폐원을 막기 위해 의원들을 설득하는 노력을 시작으로 ‘동물원이 존재하는 이유가 무엇인가?’, ‘우리는 어떤 일을 하고 있는가?’라는 근본적인 의문, ‘동물원을 찾아오는 관람객이 삶의 경이로움을 느끼고 돌아가기 위해서 우리는 무엇을 해야 할까?’라는 고민과 방법을 찾는 자발적인 모임을 통해 ‘다양한 동물이 천편 일률적으로 철장에 갇힌 무기력한 공간이 아닌 자유롭게 뛰놀며 생기 있는 공간을 만들자’는 결론에 도달았음



*출처: 아사히야마 동물원 홈페이지.(<https://www.city.asahikawa.hokkaido.jp/asahiyamazoo>)

사례 (해외) 일본 히가시카와(東川町): 사진의 마을

- 1985년 ‘사진의 마을’을 선언한 훗카이도의 히가시카와는 1980~1990년 인구가 7,000명 정도까지 내려가자 문화로 마을을 활성화하는 ‘문화적인 마을 만들기’를 지향하여 2024년 현재까지 성공적인 사례로 꼽힘
- 사진마을에 걸맞는 국제사진대회⁹⁶⁾와 페스티벌을 매년 개최하여 세계 각국과 교류하고 있음
- 사진이 잘 나오는 아름다운 마을, 즉 사진마을을 조성하는 과정에서 주민의 개성·창조성을 발휘할 수 기회가 생겼음은 물론 주민에게 공동체 삶의 의미와 마을에 대한 자부심을 안겨주어 마을의 비전이 공유되고, 사진을 찍으러 오는 관광객들과의 교류를 통해 다시 지역의 활력을 만들어내는 순환구조가 이루어지게 됨
- 2003년 ‘마쓰오카 이치로’ 정장이 선출되면서 다른 시·정·촌과의 합병이 아닌 독자마을 선택하여 히가시카와 직원들에 의한 다양한 히가시카와만의 독자적 시책들이 세워져 갔으며 마을의 사람들과 함께 ‘히가시카와다움’을 만들어 냈음
- 히가시카와로 이주를 원하는 사람들에게 아동수당 등 이주보조금을 주는 대신 마을에 정착할 수 있도록 돋는 정책을 마련함
- 일본의 고향납세제도를 활용한 ‘히가시카와 주주제도’라는 시스템을 운영, 히가시카와에서 실행하는 프로젝트의 사업에 투자할 기회를 주어 주주로서 마을 만들기에 직접 참여
- 주주가 되면 주주증 발행, 주주 우대상품 제고, 주주 배당 등의 혜택과 마을의 공공시설 및 가맹점 이용시 우대 혜택등 히가시카와의 특별주민으로 인정을 받을 수 있음

*출처: 히가시카와 홈페이지(<https://higashikawa-town.jp>)

○ 로컬 크리에이터 육성_지역의 연구자 및 경영자로서

- 지역의 문제 해결을 위해 지역의 조건·사람·고유한 색깔 및 전통·매력 요소 등이 모두 다르기 때문에 지역 문제와 해결책은 해당 지역 내에서 찾아야 함.
- 일회성 연구가 아닌 단계별 지속적 연구와 깊이 있고 입체적인 지역 연구가 필요하고, 내부인의 시각·외부인의 시각·세계화 속 외국인의 시각까지 포함된 연구가 필요함.
- 지역 연구자이자 경영자인 로컬 크리에이터는 지역의 매력 요소를 발견하고 지속 가능한 새로운 것을 창출하여 지역만의 스토리를 만들어내는 사람으로, 지역은 로컬 크리에이터가 지역 스토리로 비즈니스를 할 수 있는 토대를 마련하고, 지역 커뮤니티를 활성화할 수 있도록 로컬 크리에이터들이 쉽게 참여하고 활동할 수 있도록 진입장벽을 낮춰야 함.

〈로컬 크리에이터〉

[정의] 지역의 자연환경, 문화적 자산을 소재로 창의성과 혁신을 통해 사업적 가치를 창출하는 창업가·로컬크리에이터는 지역 고유의 특성과 자원을 기반으로 혁신적인 아이디어를 접목하여 지역경제 활성화에 기여하는 창업가로 7대 유형의 비즈니스모델로 분류

96) 히가시카와 국제 사진대회 및 페스티벌(<https://photo-town.jp/en>)



〈 로컬크리에이터 7대 분야 〉						
지역가치	로컬푸드	지역 기반제조	지역 특화관광	거점브랜드	디지털 문화체험	자연친화 활동

- [요건]
- 지역의 유 · 무형자원(역사전통, 문화예술, 자연생태, 생활문화, 지역특산물 등)을 기반으로 창의적인 아이디어를 제시하는 자
 - 지역의 자원과 특성을 활용하여 혁신적인 비즈니스모델 수립을 통해 창업하는 자
 - 지역의 자원과 특성을 활용하여 나타난 성과를 지역에 환원하여 지역경제 활성화에 기여하는 자

*출처: 중소벤처기업부, 창업진흥원.

사례 (국내) 소상공인 혁신창업공간_라이콘(LICORN) 타운

- 라이콘(LICORN, Lifestyle & Local Innovation uniCORN)타운은 지역 (예비)기업가형 소상공인의 창업과 혁신을 돋기 위해 예비 소상공인의 시험창업 공간이던 신사업창업사관학교 체험점포를 전시, 소통, 체험, 교육 등 복합용도로 개편한 창업공간
- 지역의 소상공인은 누구나 자신의 생각과 아이디어를 실험해보고 서로 소통하면 스스로 혁신할 수 있는 공간임
- 2023년에 문을 연 아산점과 세종점은 공유 업무 공간(코워킹스페이스), 공유사무실(오피스), 전시공간, 공유주방, 촬영실(스튜디오) 등으로 구성

*출처: 중소벤처기업부 < 라이콘(LICORN) = 거대 신생 기업(유니콘)을 지향하는 생활양식(라이프스타일) & 지역(로컬) 분야 혁신기업(Lifestyle & Local Innovation uniCORN) >

〈참고자료-14〉 각 부처별 창조인구 육성을 위한 지원

V 제언	<p>중소벤처기업부</p> <p>·</p> <p>소상공인시장진흥공단</p> <p>〈 로컬크리에이터 육성 〉 지역의 자연환경, 문화적 자산을 소재로 창의성과 혁신을 통해 사업적 가치를 창출하는 로컬크리에이터를 발굴·육성을 하기 위한 사업으로 소상공인을 대상으로 로컬크리에이터의 비즈니스 모델(BM) 구체화, 멘토링, 브랜딩, 마케팅 등 성장단계별 맞춤형 프로그램 제공 청년창업사관학교, 지역기반 로컬크리에이터 활성화 지원사업, 로컬브랜드 창출사업, 지역기반 로컬크리에이터 활성화지원 사업</p>
행정안전부	<p>〈 생활권 단위 로컬브랜딩 활성화 지원 〉 지역의 고유자원과 생활양식을 바탕으로 차별화된 성장기반을 마련하여 경쟁력과 활력을 높일 수 있는 지역을 매년 10곳内外로 선정해 마스터플랜 수립과 사업 시행을 지원 인프라 중심의 전통적인 방식에서 벗어나 지역 고유가치 발굴을 통해 지역 커뮤니티 기반의 생활권 활성화 계획을 마련하고 가시적인 성과를 창출할 수 있도록 지원</p> <p>〈 청년마을 만들기 지원 사업 〉 인구 감소 지역의 유휴공간을 활성화하고 지역 청년의 유출을 막으며 외부 청년들이 지역에 정착할 수 있도록 지원하여 지역에 활력을 주고자 하는 사업 지자체와 지역 주민의 적극적인 협력과 지원을 전제로 청년들에게 사업 추진의 자율권과 주도권을 최대한 보장할 수 있도록 함 청년마을 조성 및 활성화 지원</p>
문화체육관광부	<p>·</p> <p>예술경영지원센터</p> <p>〈 문화예술 창업지원, 예술기업 육성 〉 예술분야의 예비 창원자 및 기업의 사업모델 개발과 투자연계까지 체계적인 지원을 통해 예술기업의 자생력 제고와 예술시장 활성화를 도모하기 위한 지원 예술분야 예비창업자 및 3년미만 초기창업자 지원 사업화 자금, 지원 창업보육 및 교육, 지원 연계, 네트워킹 지원</p>
문화체육관광부	<p>·</p> <p>한국관광공사</p> <p>〈 관광기업 육성 〉 관광벤처: 혁신적인 관광창업 아이템을 가진 예비창업자, 초기 기업, 성장기업에게 자금·교육·컨설팅·네트워킹·홍보·마케팅 등을 지원 관광 엑셀러레이팅: 창업 3년 이내의 초기 기업에게 필요한 투자유치, 기업진단, 교육·컨설팅 등 프로그램 지원 관광기업 혁신바우처 지원: 디지털 전환, 온라인 타깃 마케팅 등 다양한 기술과 서비스를 제공 관광 플러스테크: 자사의 핵심기술을 통해 관광 활성화에 기여하거나 새로운 유형의 관광시장을 창출할 기업 중 최대 7곳을 선정해 비즈니스모델부터 실증화까지 체계적인 관광 사업화를 지원</p>
각 지자체별	<p>지역에서 일주일살기, 한달살기 지원 지역 관광 및 경제 활성화를 위한 워케이션 지원 창업허브, 창업카페 등 지역에서 창업할 수 있는 공간 및 프로그램 지원 지역 기업의 사회공헌 프로그램이나 스타트업 인큐베이팅 같은 민간 기업과의 협업 지원 지역내 네트워크를 구축할 수 있는 기회 제공</p>

④ -2 창조인구들이 지역에서 궁리해 볼 틈 만들기

○ 지역의 자원 및 기회 개방

- 창조인력들이 지역의 빈 건물이나 유휴 공간들을 작업 공간으로 사용할 수 있도록 개방하고 기술 장비·인프라등을 제공하여 활동을 지원해야 함.
- 지역사회와 외부 창조인력 간의 교류를 촉진하는 네트워킹 행사 및 워크숍 등의 다양한 프로그램 지원을 통해 지역의 특색 있는 콘텐츠 개발과 창의적인 아이디어 교환이 이루어질 수 있도록 함.

○ 양질의 일자리 및 지역맞춤형 일자리 창출

- 변화하는 시대에 맞는 매력적인 일자리를 만들어 우수 인재를 유입하고, 지역 기업 확장과 지역 인구 유지를 촉진하는 선순환 체계를 구축해야 함(은퇴 세대·중년 창업자 적극 유치 및 활용).
- 지역에 대한 객관적 연구와 청년에 대한 기본적 이해에서 시작해 현실을 반영한 지역청년정책을 수립하여 지역맞춤형 일자리를 창출할 수 있도록 해야 함.
- AI 등 신기술을 활용한 일을 하고자 하는 예술가와 청년들에게 필요한 공간과 자원을 지역에서 적극 지원해야 함.
- 지역 특성을 고려한 주력산업 고도화 및 새로운 성장동력 육성 전략 필요.
- 다양한 혁신 주체가 참여하는 거버넌스 구축 및 작동 필요.

○ 우수인재 영입을 통한 지역 경쟁력 확보

- 지역에서 우수 인재 영입을 위해 현대적이고 편리한 사무실 공간 제공, 최신 기술 및 장비 제공 등의 매력적인 근무 환경 조성이 필요함.
- 은퇴 후에도 지역에서 새로운 일에 도전할 수 있도록 지역의 환경을 조성하고, 이주를 전제로 하지 않은 일 중심의 정책을 마련, 이를 위해 지역에서는 한시적 · 정기적으로 일할 수 있는 기회를 제공해야 함.
- 상대적으로 돈과 시간의 여유가 있고 경험이 많은 중년과 청년의 창업 매칭 전략도 고려해볼만 함.

④ -3 창조인구들이 지역에서 살아볼 틈 만들기

○ 크리에이터들의 로컬 비즈니스

- 로컬 비즈니스의 핵심은 지역 고유의 특색과 자원을 활용하여 지역사회와 상생하며 지속 가능한 가치를 창출하는 것.
- 다른 지역에서 찾아보기 힘든 지역의 고유한 자산을 활용하여 발전시키거나 창조적인

아이디어를 접목하여 만들어낼 수 있다면 로컬 비지니스는 성공할 가능성이 크고, 외부 환경에 의해 쉽게 쇠퇴하지 않고 지속가능할 수 있음.

- 지속가능한 로컬 비즈니스를 유지하기 위해서는 일회성 사업이나 프로젝트에 그치지 않고 로컬 비즈니스 산업의 규모를 지속적으로 키울 수 있는 지역 내 생태계를 조성해야 하며, 이를 위해 중앙정부는 지역 인프라를 위한 예산 지원을, 지자체는 로컬 크리에이터 발굴과 지원, 그리고 지원사업 진입 장벽 낮추기 등 실제적 지원과 환경을 조성해야 함.

사례 (국내) 충북 충주시 작은알자스의 ‘레돔 LESDOM’: K-Wine

‘효모나 설탕을 첨가하지 않고 과일껍질에 붙은 야생효모로 필터링이나 살균을 하지 않고 자연 발효해서 만든 프랑스인 도미니크와 소설가 신이현의 프랑스 알자스 K-Wine’

- 2016년 충북 충주시 수안보에 프랑스 알자스 지방 출신 전직 프로그래머 프랑스인 도미니크와 등단 작가인 신이현 부부가 정착하여 ‘생명역동농업’으로 유기농 농사를 시작, ‘작은알자스’라는 와이너리와 ‘레돔 LESDOM’ 와인을 생산
- 한국의 포도와 사과를 재료로 2017년부터 내츄럴 와인을 만들고 있으며 특히 충주 특산품인 사과를 재료로 프랑스 알자스 전통방식 그대로 ‘레돔 시드르 Cidre’를 만듬
- 프랑스사람과 한국사람이 만나 프랑스 알자스 전통방식으로 만들어진 와인이 충주를 상징하는 ‘로컬푸드’로 성장
- ‘퇴근길에 만나는 인문학 콘서트’, ‘양조장 독서클럽’, ‘포도밭 드로잉’ 등 다양한 문화예술 인문학 프로그램도 운영하고 있음



*출처: 레돔 홈페이지(<https://www.lesdom.co.kr>)

○ 라이프스타일에 맞는 지역 거주 기획_창조인력 영입

- 지역에 새로운 인구를 유입하여 지역 매력을 높이고, 인구 구성의 질을 향상시키는 방안을 모색해야 함(창조적 과소인구).
- 지역에서는 외지의 인력들이 지역 매력에 끌려 유입될 수 있도록 오픈된 기회와 자원 그리고 거주 및 이주할 수 있는 적절한 환경을 제공하여야 함.
- 일본의 ‘카미야마 마을’ 사례처럼, 마을에 필요한 인재를 주민들이 먼저 찾아 선택하는 방식으로 이주자를 모집하거나 국내외의 예술가를 초빙하여 두 달정도 지역에 거주하면서 작품활동을 할 수 있게 하고, 개조한 민가에 기업 이주를 촉진하는 등 다양한 직업을 가진 사람들이 일정 기간 머무르거나 이주할 수 있는 환경을 조성하는 것 또한 필요함.

사례 (해외) 일본 도쿠시마현 카미야마쵸(神山町): 워크 인 레지던스

- 카미야마 마을은 일본의 4개 큰 섬 중 가장 작은 시코쿠 도쿠시마현에 위치한 지역으로 총면적의 83%가 삼림으로 이뤄져 전통적으로 임업이 마을의 주 산업이었음
- 임업이 사양길로 들어서고 젊은이들이 도시로 빠져나가자 2만 명이 넘었던 카미야마의 인구가 2015년에는 5,000명대로 줄게되고 고령화율은 50%에 달하게 됨
- 대표적인 인구 소멸지역이었던 카미야마는 지자체와 기업, 민간 단체가 함께 연대하여 ‘카이야마연대공사’가 만들어지게 되고 예술을 통한 마을부흥 및 미래를 이을 인재를 육성할 수 있는 다양한 일과 일자리를 만드는 것을 목표로 함
- 국내외의 예술가를 초빙하여 두 달정도 카미야마에 거주하면서 작품활동을 할 수 있게 하고 작품전시회도 개최하게 하는 ‘아티스트인레지던스(Artist in Residence) 프로그램, 카미야마에서 생산된 식재료를 활용한 푸드허브 프로젝트(식당), 개조한 민가에 기업 이주를 촉진하는 ’워크 인 레지던스(Work in Residence), WEEK 가미야마(로컬스테이), 코워킹스페이스 등의 다양한 프로젝트들을 통행 웹 디자이너, 그래픽 디자이너, 예술가, 요리사 등 다양한 직업을 가진 사람들이 자발적으로 이주해오는 마을로 변모해 나감
- 이 때 마을에 필요한 인재를 주민들이 먼저 찾아 선택하는 방법으로 이주자를 모집하는 것이 독특한 방식임(ex. 베이커리 운영이 가능한 제빵사, 카미야마에서 생산된 재료로 식당을 운영할 수 있는 요리사, 디자이너 등)
- IT, 영상, 디자인 등 장소에 구애받지 않는 기업의 적극적인 유치활동 실시하고 고용창출 사업을 병행하여 2023년 기준 16개 회사가 지사개소 또는 본사 이전을 완료함

*출처: 히라시카와 홈페이지(<https://higashikawa-town.jp>)

○ 지역 자원을 활용한 매력 비즈니스_지속가능한 지역 기업 육성

- 지역의 독특한 매력을 발견하고 이를 기반으로 지역 관광상품을 개발하여 비즈니스를 시작하는 사람들이 늘어난다면 지역에 새로운 활력을 불어넣을 수 있을 것임.
- 존 어리⁹⁷⁾는 즐김의 대상이 되는 장소와 각 장소의 잠재력을 점검해 평가하고 발전해가면서 특정한 장소가 어떻게 규정되어 장소정체성(place reflexivity)을 갖는지 얘기하였는데, 즐김의 대상이 되고, 즐기며 살 수 있고, 사람들에게 즐거운 기억으로 남아있는 지역으로 각인될 수 있는 요소들이 지역의 관광자원이 될 수 있음.
- 천편일률적인 사업보다는 특정 지역에 특화된 사업모델, 즉 지역자원에 혁신적인 부가가치를 더하는 콘텐츠와 이를 비즈니스 모델화하고 나아가 지역 기업으로 육성하는 것이 필요함.
- 지역의 자율적이고 차별적인 관광 비즈니스 모델 개발의 필요성은 계속 강조되고 있지만 많은 지자체가 여전히 중앙정부 예산에 의존하는 것이 현실임.
- 중앙정부의 정책과 예산을 효과적으로 활용하는 것은 중요하지만, 그것만으로는 문제를 해결할 수 없다는 것을 인식하고 지역 내 자족성을 키워야 할 것임.

97) John Urry. (2014). *모빌리티[Mobilities]*. (강현수, 이의상 역). 서울: 한국연구재단(원전은 2007년 출판). '무엇이 사람들로 하여금 그 장소를 스스로 찾아보고 거기에 빠져들고 장소에 대한 감정이 마음에 새겨지는 느낌을 겪게 하는가? 감정이 중요하다. 장소와 이동은 감정과 아주 밀접히 결부되어 있다. 장소들은 즐김의 대상이 된다.'

사례 (국내) 강원 춘천 (주) 남이섬: 나미나라공화국

‘나미나라공화국(Naminara Republic)은 남이섬 위에 세워진 국가 개념을 표방하는 특수 관광지로, 독자적인 외교와 문화정책을 펼치고 있습니다. 전 세계 관광객들에게 아름다운 동화와 노래를 선물하는, 이 세상에 유일무이한 상상공화국’

- 1960~90년대에 드라마 촬영지 및 강변가요제 개최지로 알려져 유원지로 인식되었던 남이섬은, 2001년 강우현 대표가 취임하면서 ‘문화예술 자연생태의 청정정원’으로 재창업을 선언하고 환경과 문화예술 관련 콘텐츠에 집중 투자하기 시작하였음
- 2002년에 방영된 KBS 드라마 <겨울연가>의 성공으로 외국인 관광객이 급증하며 유원지였던 남이섬이 세계적인 문화와 예술 관광지로 알려지게 됨
- 2006년3월, 국가개념을 표방하는 관광지로 ‘나미나라 공화국’을 선포하고 입장권을 ‘여권’으로 만드는 등 방문자들에게 독특하고 특별한 경험을 제공함
- 코로나19가 절정이던 2020년에 민경혁 대표가 취임하면서 지속가능한 관광지인 남이섬을 목표로 ‘생명의 섬 프로젝트’를 시작, 이를 통해 남이섬은 자연친화적이고 친환경적이며 사회적 약자를 위한 관광지로 자리매김하게 됨
- 남이섬 내에는 노래박물관, 세계민족악기전시관, 평화랑갤러리, 나미콩쿠르갤러리, 헤이스쿨스클럽(HEI Schools Club), 공예원, 행복원미술관, 유니세프라운지(국제어린이도서관), 안데르센그림책센터 등의 문화공간과 함께 모든 객실이 갤러리로 꾸며진 호텔정관루 등의 시설이 있으며, 문화예술사업 전담기관 ‘남이섬교육문화그룹’은 연간 600여회의 공연과 연극, 축제, 전시회 등을 펼치며 국내 관광지 중 가장 많은 문화공연을 개최하고 있음

*출처: 나미나라공화국#남이섬 홈페이지(<https://www.namisum.com>)

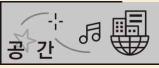
사례 (국내) 지역문화재를 이용한 지역 활성화: 문화재 야행 등

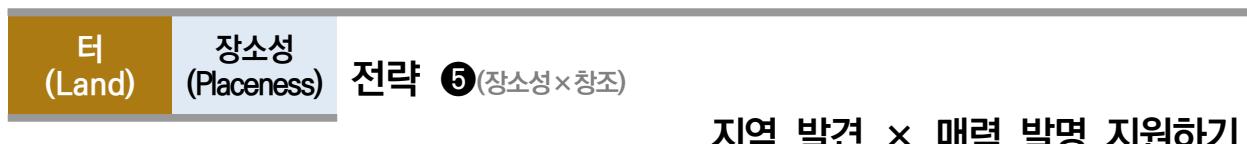
- 문화재야행: 문화재가 집적된 지역을 거점으로 ‘야간문화 향유 및 체험 프로그램 운영 지원’을 통한 우수사업 모델 개발 확산 및 지역의 핵심 관광자원 역할 및 중·장기적 지역재생 효과 도모하기 위하여 2016년부터 문화재청에서 지원. 문화재가 집적·밀집된 지역을 거점으로 지역의 특색 있는 역사문화자원을 활용한 문화재 야간관람(개방), 체험, 공연, 전시 등 야간 향유 프로그램 기획·운영
→ 초기에는 큰 호응을 얻었으나 '8夜'라는 브랜드 통일로 지역 특색이 드러나기 어려워져 프로그램의 매력과 차별성에 대한 고민이 필요
- 세계유산축전: 유네스코에 등재된 우리나라 자연문화유산의 가치를 전세계에 알리기 위해 시작한 사업으로 2020년 시범 시행 후 2023년은 4번째로 추진하는 정부 사업임. 유네스코에 등재된 세계유산을 주제로 공연, 전시 등의 가치 확산&향유 프로그램과 참여자가 직접 체험하는 순례단, 워킹투어 등 세계유산에 대한 이해를 돋고 그 가치를 전달하고, 해석하는 프로그램을 결합한 복합 문화 홍보 사업임



*출처: 국가유산청 '문화재야행' 홈페이지. / 2024년5월17일 문화재청이 '국가유산청'으로 명칭 바뀜

(2) 장소성(Placeness), 공간(Space), 구획·집적(Clustered), 연결(Connected)이 있는 [테]를 활용한 4개 전략

핵심요소들	8개 실천 전략	개요
터 (Land)	장소성 (Placeness) 	전략 ❶ (장소성×창조) 지역 발견 × 매력 발명 지원하기 <ul style="list-style-type: none"> -지역 활력 증진 활동의 자원이 될 수 있는 “지방다움”的 매력은 “발견하고 발명”하는 것임. -기존의 문화자원 뿐만 아니라 독특한 지역성까지 포함하는 매력자원을 파악하는 것은 기존의 문화지표조사 방식으로 될 수 없고, 매력요소를 발견하고 발명하는 창조인구들의 문화기획적 접근으로 가능한 것임. -특히 숨기고 싶은 지역의 역사와 치부를 오히려 독특한 지역매력 자원으로 개발하는 문화기획적 역량 키우기가 필요함.
	공간 (Space) 	전략 ❷ (공간×거주) 문화-콤팩트 시티로 공간 재구성 <ul style="list-style-type: none"> -인구감소 대응 차원에서 진행되는 활력타운 조성 정책과 문화도시, 스마트 시티 정책을 결합하여 지방시대에 맞는 종합 도시계획 수립이 필요함. -스마트 기술의 발전, 새로운 교통수단 개발을 고려하여 지방도시들을 보다 콤팩트하게 관리하는 도시계획을 수립하고, 문화인프라를 복지와 교육 등 공공서비스들을 연결하는 코어 시설로서 대중교통과 연결되게 공간을 재구성 해야 함. -지역의 대학교 캠퍼스와 갈수록 많아지는 유휴공간들을 문화적 공간으로 개발하고 공유하는 전략이 필요함.
	구획·집적 (Clustered) 	전략 ❸ (구획·집적×창조) 문화자유지구 조성 및 창조인구 환대 프로그램 확대 <ul style="list-style-type: none"> -문화 창조와 매력 소비가 함께 공존하는 활력지구를 만들어 일자리 제공과 방문객 유치를 추구함. -기존의 소비 중심의 문화지구 사업의 문제점을 로컬크리에이터와 예술가들에게 터전을 제공할 혁신파크 정책과 연결하여 해소하고, 국제교류의 허브기능까지 고려한 문화자유지구 조성을 추진함. -창조인력들을 위한 특별 비자 프로그램 뿐만 아니라, 지역문화재단들이 국내 예술가들과 협업을 지원하는 등 보다 다양한 국제적 문화활력 교류 프로그램을 개발함.
	연결 (Connected) 	전략 ❹ (연결×방문) 로컬 매력을 글로벌 벤류 체인에 연결하기 <ul style="list-style-type: none"> -로컬에만 집중할 것이 아니라 지역의 매력을 글로벌 벤류체인에 연결하고 확산함으로써 외부 방문객을 유치하고 보다 지속가능한 지역활력이 되도록 해야 함. -지방다움만 강조할 것이 아니라 지방도시들의 국제교류 및 글로벌 매력 마케팅 역량을 지원해야 함. -지역 매력자원의 Scale-up 전략으로서 인근 지역과의 연계, 국제적 협력이 필요함. -유네스코 문화유산 보전, 기후위기 등 글로벌 이슈와 로컬 문화매력을 연결하여 확산하는 전략이 필요함.



- ⑤-1. 지역문화-매력-활력자원 매핑 및 문화기획 역량 강화
- ⑤-2. 숨기고 싶은 치부를 지역매력 자원으로



⑤-1 지역문화-매력-활력자원 매핑 및 문화기획 역량 강화

○ 문화자원의 중요성과 인식 확장하기

- 최근 문화도시 전략에서도 문화자원의 중요성을 강조하는 추세임.
 - 『문화도시 공고문』 中 “문화도시란 지역별 특색 있는 문화자원을 효과적으로 활용해 문화 창조력을 강화할 수 있도록 지역문화진흥법에 따라 지정된 도시로서...”
- 하지만, 여전히 “문화적 활동을 위한 자원” 중심으로 인식되고, 지역별 문화지표 조사로 파악됨.
 - 『서울시 문화자원 실태와 분포특성』(백선혜·라도삼, 2015, 서울연구원) 中 “문화예술이 생산되어 향유되기까지의 일련의 과정에 필요한 인력, 활동(결과물 포함), 시설(공간)”
- 문화자원도 문화재나 문화유산을 넘어 “문화적 활동의 산물로서 미래 인간 활동의 자원으로서 쓰일 가치와 활용성을 지닌 것”으로 인식 확장이 필요함.
 - 『2019 자치구 문화재단-서울문화재단 공동연수 결과자료집』(서울문화재단, 2019) 中 야나기 오시오(도쿄문화자원회의) 인터뷰 “좁은 개념의 문화예술뿐만 아니라, 일상적인 생활예술과 종교활동, 상업활동이 모두 포함된 넓은 의미의 문화예술을 포함하는 개념”

○ 문화재<문화유산<문화자원<지역문화 매력·활력 자원으로 인식을 확장하고, 다른 방식으로 파악하기

- 엄격한 기준에 의한 제한적 활용에 그칠 수 밖에 없는 <문화유산> 및 <문화재>의 <보전 및 관리>에서, 문화자본주의 시대에서 미래가치를 가진 <문화자원>을 <발굴 및 기획>하는 활동에 주목할 필요가 있음.

구분	문화유산	문화재 ⁹⁸⁾	문화자원
개념	후대에 전승 및 상속될 만한 가치가 사회적으로 공감된 전대의 문화적 활동의 산물	공공의 정책적 개입 대상으로서 선별하여, 법으로 정한, 제도화된 문화유산	문화적 활동의 산물로서 미래 인간 활동의 자원으로서 쓰일 가치와 활용성을 지닌 것
확보 방식	시민들의 인식과 공감대 형성	법률로 지정	문화기획적 역량으로 개발

〈출처 : 김해보(2019)⁹⁹⁾

- 나아가, 지방시대 지역문화 매력·활력 자원은 사회경제적 요소까지 포함하는 <지역-문화 : locality & culture>의 개념을 적용하여, <지역 활력 만들기>에 동원하여 활용할 모든 것들을 잠재적 가치를 지닌 자원으로 인식할 수 있음.
- 독특한 자연환경과 갑자기 인스타그램 성지가 된 카페까지, 지역에서의 매력-활력 증진 활동의 자원이 될 수 있음.
- 사람들의 인식에 따라 자원적 가치가 급변하는 지역문화 매력·활력 자원은 기존의 문화지표조사와 같은 정형화된 통계조사로 파악하기 부적절하고, 이를 활용한 문화기획 활동결과물의 아카이브, 로컬 매거진 콘텐츠 등으로 파악됨.

○ 가치의 <발견과 발명>으로 문화자원을 매력-활력 자원으로 활용할 문화기획적 역량 키우기

- 지역의 문화유산, 문화인프라는 중요한 문화자원이지만 자체로는 문화활동을 위한 자원일 뿐 지역의 매력자원이 되기에는 한계가 있음.
- 문화자원을 활용하여 특색있는 문화축제나 체험 프로그램을 개발할 문화기획적 역량이 중요함.
- 문화분야 전문인력 양성 일환으로서, 지역성을 <발견과 발명>하여 매력-활력 자원으로 만드는 문화기획 역량을 키워주는 (가칭)“로컬로 문화기획 아카데미” 개최
- 예술가, 로컬 크리에이터들이 지역 매력을 활용한 창작 및 로컬 비즈니스 창업 전에 지역에 깊이 탐구할 기회를 제공하는 (가칭)“로컬 발견, 매력 발명 프로젝트”를 지방소멸기금을 활용한 사회문제 해결 프로젝트 차원에서 진행

○ 시대에 따라 다변화되는 문화-매력자원 분쟁에도 대비하기

- 지자체들의 문화자원 개발 경쟁 과정에서 설화나 소설 속 가상의 캐릭터 및 활동지역까지도 자원으로서 귀속성 논쟁의 대상이 되는 사례도 있음.
- 앞으로 더 치열해질 문화-매력자원개발 과정에 발생하는 소유권 등 법률문제, 부작용에 대해서도 제대로 이해하고 공공에서 이에 대한 교육 프로그램 및 분쟁 대응 컨설팅 지원도 필요함.

98) <문화재보호법>이 2024.5.17.일자로 시행되는 <국가유산기본법>과 <문화유산의 보존 및 활용에 관한 법률>로 대체됨에 따라, 기존의 <문화재>와 <문화유산>의 개념 구분이 재편되었음. 문화자원은 여전히 <지정문화유산>, <등록문화유산> 등에 속하지 않고 제도적 가치 보다는 자원적 가치를 지니는 문화활동의 산물로 이해할 수 있음

99) 김해보, 2019, 문화도시 전략으로서 문화자원 개발_개념과 이슈, 한국지역문화학회 2019 가을 학술대회 (2019.10.25, 전주 한국전통문화의 전당)

- 문화자원의 공정한 소유권과 개발의 공공성을 보장하는 법 체계 정비도 필요함.

문화자원 관련 분쟁의 유형과 사례들

다양한 문화자원 분쟁 유형	분쟁 사례들	분쟁의 특징
유네스코 세계문화유산 등재 대상 문화의 특정국가 귀속성	프렌지프라이(벨기에-프랑스), 단오(한국-중국), 해녀문화(한국-일본) 등	
문화적 상징의 귀속성	알렉산더 대왕의 마케도니아와 베르기나의 별(그리스-마케도니아 공화국) 등	국가 차원의 문화적 자존심 싸움
문명적 원조 논쟁	국수, 마카로니(중국-이탈리아), 금속활자(한국-중국), 종이접기 문화(일본-한국)	
역사적 인물의 출생지와 활동지(김현호, 2010)¹⁰⁰⁾	논개(진주-장수), 허준(파주-강서구-산청), 박경리(원주-통영) 등	문화도시 경쟁으로 강화되는 지자체 간 문화자원 분쟁
설화 주인공 등 가공의 인물의 실제 지역 귀속성(김용범, 2007)¹⁰¹⁾	콩쥐팥쥐(완주군-김제시), 흥길동(장성-강릉), 심청(곡성-옹진), 도미부부 (보령-강동구-송파구-하남시) 등	
공동체의 문화로 만들어진 명칭과 개념의 상표권 및 지적재산권	“거창국제연극제” 명칭(거창군-사무국-시민단체), “유등축제” 개념(진주-서울시 등), “골목축제” 명칭(부산시 사하구-유사 축제개최 지자체),	
생물·유전자원 활용 전통비법의 특허 출원(김병일, 2012)¹⁰²⁾	자생식물에서 추출한 원료로 만든 미백, 노화방지 화장품의 특허(인도네시아 환경단체-일본 시세이도사) 등	문화자원 관련 지적재산권의 제도화 과정에서의 지체 현상
구비전승, 전통문화에 기반한 재창작 콘텐츠의 저작권	아기상어 음원 저작권((주)스마트스터디-미국인 레크레이션 강사 조니 온리), 오고무 저작권(이매방 선생 유족-무용계) 등	
전통문화 제작 비법의 특허 출원	밀납 활용 범종주조, 쪽 천연염색 등 전통기술의 특허(인간문화자 후손-문화재청) 등	
상표, 디자인, 문화적 이미지의 도용	중국 상표 브로커들의 한국기업 상표 등록, 무무소 등 중국기업의 한국기업 행세 ¹⁰³⁾	불법적인 문화경제 행위

〈출처 : 김해보(2022)〉¹⁰⁴⁾

100) “문화정책의 지역간 갈등실태 및 완화방안 : 역사문화 인물자원 개발을 중심으로 (김현호, 문화정책논총 23호, 2010)”

101) “고소설 주인공의 지역 연고성 분쟁 사례를 통한 지역문화 콘텐츠 개발 연구 : 흥길동전과 콩쥐팥쥐전을 중심으로” (김용범, 한민족민족문화연구, 2007)

102) “전통지식의 특별법 보호에 한 연구-WIPO 논의 동향을 중심으로” (김병일, 2012)

103) [베트남 인사이드]한류의 그늘, '한국산'으로 둔갑하는 '중국산' (아주경제, 2019.10.10. 김태언)

104) 김해보, 2022, 한복논쟁, 한류, 그리고 문화다양성 – 단순하지 않은 문화전쟁!, 문화정책 이슈페이퍼 Vol. 2022-1호, 서울문화재단

⑤ -2 숨기고 싶은 치부를 지역매력 자원으로

○ 유네스코의 불편문화유산(Difficult Heritage)의 문화적 기억(cultural memory) 활용

- 유네스코의 문화유산에는 불편문화유산이라는 개념이 있는데, 자랑스러운 측면뿐만 아니라 인류가 반성해야 할 부분도 후대에 전해야 할 유산이라고 보고 있음. 즉, 인류의 어둡고 아픈 역사를 담은 유산을 ‘불편문화유산((difficult heritage), 다크 헤리티지(dark heritage), 혹은 네거티브 헤리티지(negative heritage)라고 부름.
- 불편문화유산 역시 지역적 관점에서 집단의 문화적 기억(cultural memory)을 활용하는 우수한 문화자원이 되고 있음.

○ 부정적 지역문화자원의 문화적 기억화를 통한 문화활력 증진

- 유네스코 불편문화유산처럼 지역문화 자원 중 어둡고, 불편하며, 부정적인 요소를 문화적 기억으로 보존하는 방안이 필요함. 즉, 심미적이며 긍지 가치를 가진 것만이 지역문화 매력 자원이 아닌 오히려 부정적인 지역문화자원을 긍정적인 매력 요소로 탈바꿈 시키는 창의적인 역발상임.
- 지역민에게는 집단의 부정적인 문화적 기억을 보존하며, 지역이 가진 역사·사회·문화적 문제 해결을 통해 지역문화의 정체성을 확립할 수 있으며, 지역을 방문하는 관광객에게는 부정의 요소를 긍정의 매력 요소로 전환, 지역문화자원의 활성화로 이어질 수 있음. 일본의 'THE TOKYO TOILET'가 대표적인 사례임.

○ 벤치마킹 정책에서 '不'의 요소를 '正'으로 바꾸는 지역문화정책 확립

- 지역의 매력을 발굴하기 위해 전국의 지자체가 역량을 집중하는 가운데, 비슷한 유형의 매력요소를 홍보하여 선도적인 지자체에 경쟁력을 잃는 경우가 많음. 특히, 지자체는 국내외 선진사례라는 명목하에 무분별한 벤치마킹을 통해 지역의 맥락과 문화와 결합하지 못해 정책 및 사업이 실패하는 경우를 종종 목격하는데, 여론의 지탄을 받는 무분별한 랜드마크 설치물, 공공미술도 그러한 예라고 할 수 있음.
- 지역문화의 매력은 뜻하지 않게 발견되는 것도 있으며, 지역의 부정적인 요소를 긍정적으로 변화시킬 때 오히려 빛을 발하는 경우도 있음. 지자체 및 지역문화재단은 선진사례의 벤치마킹 정책에서 지역의 '不'의 요소를 '正'으로 바꾸는 반면교사의 문화정책으로 전환하는 것 역시 지역매력의 발굴 및 활성화에 기여할 수 있음.

○ '不'의 요소를 '正'으로 바꾸는 Public Private Partnership 문화-매력 기획

- 지역의 독특한 관습과 기피하는 문화를 예술과 결합하여 적극적으로 활용, 새로운 매력 장소로 지역의 활력을 가져오는 정책 및 사업 실행이 필요함.
- 예컨대, 지자체의 건축물 미술품 장식 1%정책을 적극 활용하여 공공장소의 화장실, 장의시설 등을 포함한 혐오시설을 더욱 친근한 장소로 만드는 것임. 이른바 '부정의 지역자원 공공예술' 프로젝트가 가능할 것으로 보이는데, 이러한 프로젝트를 통해 거리의 흉물로 변해가는 공공미술

장식품보다는 지역주민에게 훨씬 시민 친화적인 변화를 기대할 수 있음.

- 대중 공공시설은 시민 누구나 편안하게 즐길 수 있는 공간으로 만들어야 하고, 특히 저명인사에 의한 다양한 협력적 관계를 만드는 것이 중요함. 또한, 공공행정의 저가 입찰방식보다는 지역의 창의인력들과 결합하여 기획 및 실행의 커미셔닝 형태로 전환하는 것을 검토할 수 있음.
- 문화예술의 PPP를 통해 민간은 예술적 수월성 높은 창의 인력 제공과 이를 통한 지역사회 공현이라는 관점으로 접근하며, 공공은 민간의 우수한 자원을 유치한 후 이를 관리 지원하는 구조를 검토할 수 있음. 즉, 민간 기업에 의한 지역의 매력 공간 하드웨어 조성, 예술가 등 로컬 크리에이터에 의한 소프트웨어 및 휴먼웨어 운영, 지방자치단체의 행정 지원, 운영비 부담 등의 역할 분담 역시 중요 요소라 할수 있음.

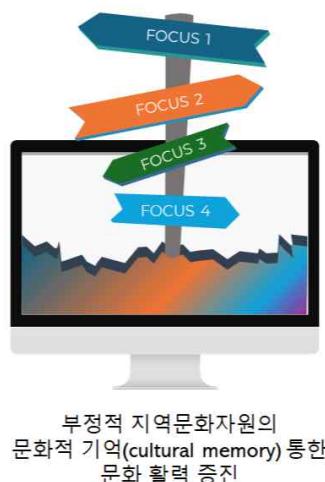
[그림 V-9] 不의 요소를 正으로 바꾸는 문화매력 기획 요소

숨기고 싶은 치부를 지역매력 자원으로

不의 요소를 正으로 바꾸는 문화-매력 기획 FOCUS

FOCUS 1

지역의 독특한 관습과 기피
문화를 예술과 결합
벤치마킹 정책에서 지역의 '不'의
요소를 '正'으로 바꾸는 지역문화
정책 확립



FOCUS 2

<민간기업> 매력공간 하드웨어
<예술가, 로컬크리에이터> 소프트웨어
<지자체> 행정지원, 운영비 부담

FOCUS 3

지자체의 건축물 미술품 장식
1%정책 적극 활용
'부정의 지역자원 공공예술'
프로젝트

FOCUS 4

Public Private Partnership
공공 저가 입찰에서 지역 창의
인력들과 결합한 기획 실행
커미셔닝

사례 (해외) 유네스코 세계유산 중 불편문화유산

- 히로시마 원폭 돔과 아우슈비츠-비르케나우 수용소의 사례가 대표적이다. 인류의 아픔이 담긴 어두운 역사도 세계유산이 될 수 있으며, 장소 자체의 가치뿐 아니라 장소적 기억을 보전하려는 시민의 노력이 평화를 기원하는 인류사적 가치로 인정받았으며, 현재는 평화를 염원하는 전 세계인의 방문지가 되고 있음.

사례 (해외) 공중 화장실이 세계적인 관광지로

- 문화예술이 만난 도쿄 시부야구의 'THE TOKYO TOILET' -

- 지역의 매력은 우리가 상상하지 못하는 곳에서도 발견된다. 도쿄 시부야의 공중 화장실이 그런 사례다. 현존하는 최고의 건축가 안도 타다오가 디자인한 화장실은 도쿄를 방문하는 관광객들이 한 번은 가보고 싶어 하는 명소로 자리 잡고 있다. 공중 화장실을 도쿄를 대표하는 관광지로 탈바꿈하는 일본의 역발상이 흥미롭다.

- 사실, 일본의 화장실 문화는 세계적인 명성을 자랑한다. 화장실 하면 가장 먼저 떠오르는 세계적인 브랜드 ‘TOTO’의 혁신적인 디자인은 전 세계에서 인정받고 있다. 일본인의 위생 관념과 화장실에도 ‘신(神様)’이 있다고 믿는 일본인들의 독특한 문화가 그 배경이라 할 수 있을 것이다. 일본인들은 어릴 때부터 항상 화장실을 청결히 유지해야 한다고 교육받는다. 여기에 공공질서 교육이 더해져 일본의 화장실은 어딜 가나 깨끗하다. 아무리 일본이라 하더라도 공중 화장실은 어둡고, 더러우며 냄새가 나는 등의 이유로 이용자가 꺼려하거나 사용을 자제하는 경우도 많다. 이러한 문제에 대한 해결책으로 동경 시부야에서 일본 재단(Nippon Foundation)이 주도하여 ‘THE TOKYO TOILET’ 프로젝트가 2020년부터 시작된다. 도쿄의 대표적인 관광지이자 젊음의 거리인 시부야의 공중 화장실 유명 건축가, 독특한 스타일과 예술, 로컬 크리에이터가 결합하여 새로운 도쿄의 매력 장소로 탈바꿈했다.
- 일본 민간 비영리 단체 중 가장 큰 규모를 자랑하는 일본 재단은 성별, 연령, 장애를 불문하고 누구나가 편안하게 이용할 수 있는 공공 화장실을 시부야구 내 17개소에 설치 할 계획을 세웠다. 이 과정에서 안도 타다오, 쿠마 켄고, 이토 토요오 등과 같은 유명 건축가들과 사토 카시와 같은 크리에이티브 디렉터가 참여하여 뛰어난 디자인과 창의적인 아이디어를 제공했다. 공중 화장실 설계에 일본을 대표하는 세계적인 예술가들이 참여한 것이다. 이 자체만으로도 세계적인 화제가 되었다. 이들의 노력으로 탄생한 공중 화장실은 단순한 시설물이 아니라 포용적 사회의 본질과 다양성을 인정하는 사회를 구축하고자 하는 예술적 의도가 명확히 나타났다. 일본을 대표하는 세계적인 건축가들의 독창적인 디자인으로 화장실을 새롭게 탈바꿈시킨 결과, 시부야의 17개 공중 화장실은 더 이상 단순한 생활 시설이 아닌 예술 작품으로서의 새로운 모습을 갖추게 된다. 최근에는 공중 화장실 투어 상품까지 등장했다. 투어에 참여한 사람들은 5천 엔을 지불하고 9개의 화장실을 방문한다. 여기에는 현재 전 세계인의 이색장소로 가장 주목을 끄는 화장실도 있는데, 사용자가 들어가면 불투명하게 변하는 투명한 벽이 있는 세계적인 화제가 되었던 바로 그 화장실이다. 관광객들이 시부야 관광명소인 스크램블 교차로 지역이 아닌 다소 덜 알려진 지역의 화장실을 구경하면서 지역 전체를 즐길 수 있다는 점이 투어의 또 다른 매력이다.
- 또한, 공공정책의 관점에서 ‘THE TOKYO TOILET’ 프로젝트는 민간-공공 협력(Public Private Partnership, PPP)의 모범 사례로서 주목받는다. 일본 재단은 그동안 민간의 창의적인 아이디어와 전문 지식을 활용하여 공공시설을 혁신하는 데 중추적인 역할을 해왔다. 지역소멸, 고령화에 대응하는 일본의 민간-공공 협력은 지역 경제를 활성화시키고 지속 가능한 발전을 촉진하는 데도 기여하고 있다. 지역 사회의 발전을 위해 다양한 이해관계자들이 협력하는 관점에서 ‘THE TOKYO TOILET’ 프로젝트는 단연 돋보인다. 2024년부터는 시부야구가 화장실의 유지 보수를 계승할 예정이며, 이를 위해 일본 재단, 재단법인 시부야구 관광협회와 다각적인 협력체계를 구축하고 있다. 또한, 이 프로젝트의 성공 비결에는 일본을 대표하는 화장실 관련 기업들의 참여도 빼놓을 수 없다. 공공 화장실의 설계와 시공에 ‘아마토 하우스 공업’, 현상 조사나 설치 기기 및 레이아웃의 제안에는 ‘TOTO’의 협력으로 이루어졌다. 이러한 PPP 체계는 국내외 관계자들의 폭넓은 관심과 참여를 이끌어내며 지역 사회에 새로운 가치를 제공하고 있으며, 지역 발전과 문화 매력을 함께 이루어 나가는 좋은 사례라 할 수 있다.
- ‘THE TOKYO TOILET’ 프로젝트로 촉발된 공공 화장실의 혁신은 단순히 생활환경을 개선하는 것에 그치지 않고, 예술을 통해 지역의 매력을 증진시키는 데도 성공했다고 할 수 있다. 부정적인 지역자원이 문화예술을 만나 긍정적인 매력으로 탈바꿈하여 세계적인 주목을 받는 관광지가 된 것이다. 공중 화장실이 세계적인 관광지로 변한 도쿄 시부야구의 사례는 사회문화적으로 지역매력 개발을 통해 지역을 활성화시키려는 우리에게 시사하는 바가 크다.

출처: <https://brunch.co.kr/@24f2f9437af2402/40>



- ⑥-1. 콤팩트-문화-복지도시로 공간 재구성
- ⑥-2. 대학교 및 유휴공간의 문화적 활용 방안 개발



⑥ -1 콤팩트-문화-복지도시로 공간 재구성

○ 지역활력타운 사업의 핵심가치를 문화활력으로 전환한 도시 공간 재구성

- 국토교통부의 지역활력타운 사업은 주거지와 함께 복합체육센터, 커뮤니티센터 등 편의시설이 조성되며, 대도시권과 멀지 않은 지역 대부분이 선정되어 의료·교육시설 등 기존 생활인프라를 함께 활용할 수 있도록 하는 것임.
- 동 사업은 문화체육관광부와 적극적 협업을 통해 지역 문화 인프라를 조성하는 시너지 효과를 거둘수 있는데, 지역 주민들의 문화 활력을 위해 시간(1/n 도시) 근접성(proximity) 중심의 문화 생활을 즐길 수 있는 환경을 제공할 수 있음.

○ 문화·복지·교육이 결합하는 신 개념의 지역문화활력센터 구현

- 각 지역의 특성과 문화를 살린 문화 프로그램을 통해 지역활력타운 사업 역시 관계인구, 지역주민에게 문화적 요소를 부각할 수 있음.
- 지역주민의 활력을 위한 문화예술 지원을 위해서 지역문화주체의 코디네이터(매개자)로서의 역할을 강화해야 하는데, 특히, 지역문화재단이 코디네이터로서 시민문화 지원을 위해서 문화, 교육, 복지 등 다른 공공분야와 네트워크 강화를 통해 지역문화활력센터를 구현해야 함.
- 지역문화재단이 수행하고 있는 생활문화사업, 예술교육사업, 지역문화사업이 유기적으로 결합하는 형태로 사업 규모를 확대하여 지역주민의 문화활력 증진을 도모할 필요가 있음.

○ 근접 도시(N분 도시) 기반의 공공 문화 인프라 구축

- 경제와 산업에 입각한 도시환경이 아닌 기후변화, 건강위협, 공동체 붕괴, 지역 위기 등 근본적인 지역문제에 대한 대안으로서 '근접도시' 관점이 필요함. (예: 파리 15분 도시, 뮤너른 20분 네이버후드, 포틀랜드 20분 빌리지 등)

- 특히, 근접성 기반의 공공 문화 인프라 구축을 통해 지역주민의 문화적 접근성을 향상하여 지역주민의 웰빙과 지역문화 활력 증진이 필요함. 근접성 생활권 관점에서 동네 공간의 문화예술 기능 강화가 필요한데, 동네의 독특한 장소(unique venue)의 발견으로 문화, 교육, 복지, 의료 등이 결합하는 복합공간 조성을 통해 지역주민의 삶의 활력 증진해야 할 것임.
- 특히, 정신건강 위험에 노출되어있는 ‘사회적 고립층’을 대상으로 생활권 거점 공간을 활용한 방문형 예술치유활동 지원으로 문화로 돌봄 구조를 구축하는 것도 필요함.
- 기존 지역문화재단에서 실행하고 있는 생활문화사업, 문화예술교육사업을 활용한 근접성 기반 문화정책을 종합적으로 수립해야 할 것임.

○ 생활인구의 문화적 근접성 확대를 위한 생활인구 참여 기반 정책 활성화

- 컴팩트-문화-복지 도시로 공간 재구성을 하기 위해서는 생활인구의 도시계획 참여가 필수적이며, 이들의 참여 권한 역시 확대가 필요함.
- 행정의 일방적 주도에 의한 문화 인프라 구축이 아닌, 생활인구의 수요를 반영하여 문화 인프라의 휴먼웨어, 소프트웨어, 하드웨어가 조화를 이루는 제도를 마련함.

⑥ -2 대학교 및 유휴공간의 문화적 활용 방안 개발

○ 적정규모 유지 및 공간의 재배치를 통한 효율성 증대

- 디지털 정보화 사회에서 인구소멸 지역의 저출산, 일자리 부족, 고령화 등의 문제는 공간과 밀접하게 관련되어 있으며 공간 재배치가 이를 해결할 수 있는 방법이 될 수 있음.
- 고령자 비율이 높은 지역에서는 공공행정시설과 생활 인프라 예산이 부족해 대규모 시설 확충이 어려우므로 보행가능한 거리에 인프라를 집중시켜 대중교통 효율을 높이고 ‘작은 거점’을 구상하여 공간재배치를 한다면 효율을 높일 수 있음.
- 사람이 많이 모이는 중심부나 지역 사람들이 자주 모이는 장소에 공공서비스 공간과 생활 인프라를 집적시켜 더 나은 삶의 질을 제공하는 '적정규모 전략'과 생활·소비·정치 등의 활동이 각각 다른 곳이 아닌 '공통의 공간'에서 이루어지도록 공간 재편이 필요함.
- 지역의 공공장소를 복원하고 재편하는 것은 장소성을 지키고 지역주민과 공간 사이의 유대감을 회복하며 다양한 활동을 통해 지역의 활력을 되찾기 위함임.
- 일본의 '입지적정화계획'처럼 교통 결절점(여러 교통기관이나 수단이 연결되는 지점)에 거점을 만들어 터미널에 업무공간·병원·관공서·문화시설·체육시설을 모두 한곳에 모은 사례처럼, 가속화되는 지방소멸 현실을 인정하고 작은 도시를 압축하여 특정 공간에 에너지를 집중시켜 지역 주민에게 질 높은 서비스를 제공해야 함.

사례 (국내) 전북 무주 공공건축 프로젝트

‘공급자 중심의 건축물이 아닌 공간을 소비하는 소비자 중심으로 재배치되고 재창조’

- 건축가 정기용씨가 1996년부터 2006년까지 전북 무주군에 약 30여개의 공공건축물(면사무소, 군청, 박물관, 버스정류장 등)을 설계
- 주민이 원하는 건축설계, 안성면 주민자치센터(행정복지센터)

: 설계하기 전 건축가는 동네 주민들에게 행정사무 공간외에 지역에 필요한 공간이 무엇인지 물어보았음. “면사무소는 뭐 하러 짓는가? 목욕탕이나 지어주지”라는 주민들의 이야기를 듣고 목욕탕이 있는 옵까지 가려면 30여분 차를 타고 가야하거나 대전까지 가야한다는 사실을 알게됨. 공공건물은 지역의 사람들이 가장 필요로 하는 공간이 되어야한다는 생각에 국내 지자체 기관 최초로 안성면 사무소 1층에 목욕탕을 설계함. 또한 남녀를 구분하는 목욕탕 시설이 아닌 하나의 공간만 만들어 홀수날은 남탕, 짹수날은 여탕이라는 아이디어로 저비용 고효율 공간을 만들어 냄.
- 등나무 운동장으로 변신한 무주공설운동장

: “군수만 본부석에서 비와 핫볕을 피해 앉아있고 우린 땅볕에 서 있으라고 하는게 대체 무슨 경우인가! 우린 안가네” 1997년 무주 군수가 군내 행사때마다 초대하는 주민들이 오지 않는 이유를 듣고 정기용 건축가에게 해결방법을 자문함. 건축가는 공설 운동장 주변에 심어져 있는 채 1년이 안된 240여 그루의 등나무에 집을 지어 주고, 원형 파이프 4개를 한 다발로 둑에 큰 줄기가 되게 하여 등나무가 타고 올라 자연스럽게 그늘을 만들어 주는 등나무 터널을 만듬(공사비 절감, 지속가능, 자연친화적 방법 사용)
- 사람을 보살피는 사회복지시설군 리모델링

: 여러 해 방치되어 있던 보건의료원을 무구군청이 매입해 리모델링하여 ‘무주보건의료원’으로 만들고 맞닿아 있는 땅에 종합복지관과 노인전문요양원(현 평화요양원)까지 신축하여 사회복지시설군을 만들어 냄. 무주의 청정한 자연지역을 내세워 고향에 사는 것 같은 행운을 누릴 수 있다는 점을 부각시켜 고령화 되어가는 지역의 노인을 위한 복지시설에 공을 들이는 것이 지역홍보 및 지역 세일즈 포인트라 생각함.

* 출처: 정기용. (2008). 감흥의 건축: 정기용의 무주 프로젝트. 서울:현실문화.

○ 지역의 유휴 공간 활용을 통한 지역의 장소성 확립

- 지역의 인구가 감소하면서 많은 공간들이 비어 있게 되거나 방치되어 있는 경우가 많은데 이러한 유휴공간들을 ‘문화’라는 콘텐츠와 결합시키면 사람을 위한 공간으로 탈바꿈하는 기회를 갖게될 수 있음.
- ‘장소성’이라는 것은 물리적인 공간에 사람들의 경험이 더해져 만들어지며 똑같은 공간일지라도 기능이 달라지게 되면 사람의 경험도 달라지므로, 지역의 유휴공간의 재탄생은 방문자와 사용자에게 새로운 경험과 즐거움을 주게 되어 비어있거나 쓸모없는 공간들에 새로운 장소성이 확립됨.
- 이러한 공간의 재탄생은 외부인들에게 관광명소나 지역의 매력공간으로 알려지게되어 지역을 활성화시키고 지역 경제에도 기여하게 됨.

사례 (국내) 청년마을 만들기 지원사업

- 지역의 인구감소로 오랫동안 버려지다시피 한 건물들의 쓰임새를 다시 찾아 되살리자는 취지로 행정안전부(지역혁신정책관)가 만든 ‘시민주도 공간활성화’ 사업으로 공공이나 민간이 소유한 건물에 새로운 쓰임새를 찾아 살릴 방안을 제안하면 5억원(공공건물)에서 7억원(민간건물)까지 정부가 초기 자금을 지원
- 청년들에게 일정기간 지역에 머물 수 있는 기회를 제공하고 지역체험과 창업교육 등을 통해 청년들이 지역에 뿌리내릴 수 있도록 지원하는 정책
- 청년주도로 지역 살아보기, 창업실험, 유휴공간 활용 주거·커뮤니티 공간조성 및 지역주민간 교류·소통 행사 등을 운영
- 2018년 전남 목포시 ‘괜찮아마을’을 시작으로, 2019년 충남 서천군 ‘삶기술학교’, 2020년 경북 문경시 ‘달빛탐사대’ 등 3년 동안 해마다 1개씩 시범 조성(2023년 현재 청년마을 39개소가 조성됨)

〈 괜찮아마을: 우진장(첫번째 선정된 프로젝트) 〉

‘지치고 마음이 아픈 청년들이 새로운 기회와 꿈을 발견하고
말도 안되는 상상도 현실이 되는 작은 마을을 만듭니다’

- 목포항 선창가에 40년 정도 된 연관 건물을 리모델링하여 괜찮은 집(셰어하우스), 괜찮은 학교(교육공간), 괜찮은 공장(공유사무실)로 ‘괜찮아마을’로 만듬
- ‘괜찮아 마을’은 주식회사로 2024년 현재까지 목포에서 로컬 커뮤니티 플랫폼 운영, 생활·교육·문화 콘텐츠 제공, 공유공간 제공 등의 여러 활동을 활발히 펼치고 있음



*출처: 윤찬영 외. (2019). 슬기로운 뉴로컬생활. 서울:스토어하우스, 행정안전부. 로컬라이프 클럽. (<https://localro.co.kr>)

○ 지역대학의 연계 및 공간과 자원 활용

- 지역 대학의 학과가 폐지되거나 학교가 통폐합되면서 생겨난 유휴공간을 기업이나 창업을 원하는 청년 및 로컬 크리에이터들을 위한 지원시설로 활용하거나, 지역에 머물며 단기체험이나 장기체류를 원하는 외지인들에게 주거·문화·복지·편의시설로써 제공할 수 있음.
- 지역의 대학이 생존하기 위해서는 지역과 상생하는 역할을 해야 하며 이를 위해 지역 내 있는 대학, 가까운 지역의 대학, 그리고 지역내 초·중·고등학교와도 협력하고 공간과 자원도 함께 활용해야 함.
- 대학내 갖추어진 원격기술과 자원도 적극 활용하여 인구가 줄어들고 고령화 되어 가고 있는 지역에 필요한 무인화·자동화·IT 기술 서비스를 제공하도록 해야 함. (ex. 인간형 로봇, 반려 로봇, 원격 진료 등)

- 지역대학은 지역민·외지인·이민자들의 교육을 담당하는 어드바이저 역할을 할 수 있으며, 지역사회와의 소통 및 협력을 강화하기 위해 인접 지역의 대학들과 협의체를 구성하여 상생 방안을 모색해야 함.

사례 (해외) 지역과 대학의 연계 및 협력

○ 영국

- 2013년부터 산학협력 증진을 위한 대학기업촉진지구(University Enterprise Zone)이라는 특별 지역을 지정하였음
- 각 지방정부가 신청한 지역의 기업 협의회를 중앙 정부가 승인하는 방식으로 지역 기업 협의회는 기업촉진지구를 운영하고, 지역 내에 만들어지는 기업촉진지구를 기존의 인프라와 지역 내 대학을 연결시켜주는 역할을 하며, 대학이 지역 기업 협의회와 전략적 파트너 관계로써의 연계 협력을 촉진 시킴
- 리버풀 대학, 브래드포드대학, 노팅엄대학, 브리스톨대학이 있는 4개의 지역이 시범사업으로 추진된 후 계속적으로 확대되고 있음

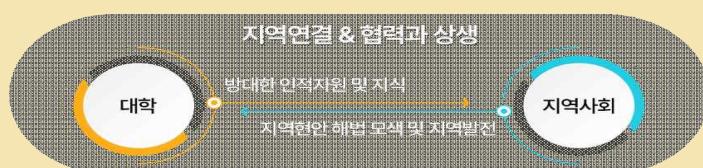
○ 일본

- ‘지역거점대학’이라는 사업으로 지역사회와 대학의 연계 협력을 촉진시키기 위해 재정을 지원함
- 소멸될 위기의 지역에 청년을 정착하게 하고 지역 청년이 지역 대학에 진학하여 지역에서 일자리를 갖도록 하는 것이 목적이며, 더불어 수도권 출신 청년들도 지역에 일자리를 갖고 정착할 수 있도록 도와줌

*출처: 심재국. (2023). 콤팩트 네트워크: 위기의 도시를 살리다. 서울: 매경출판.

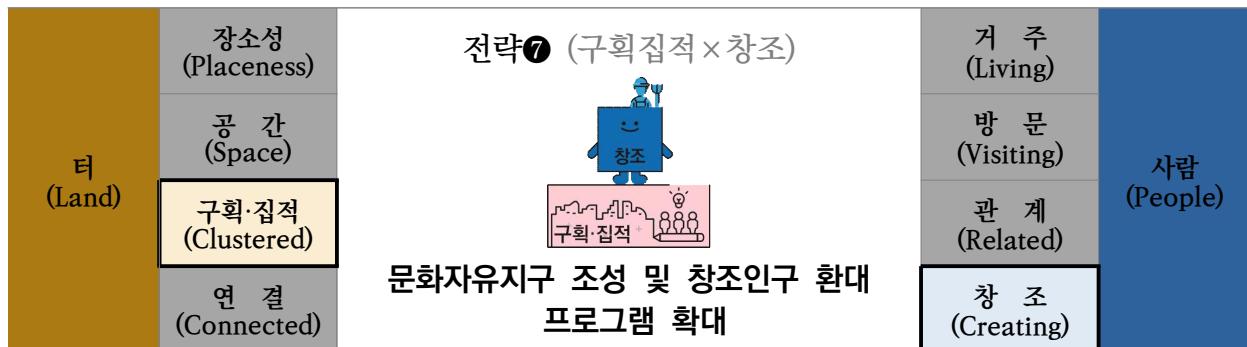
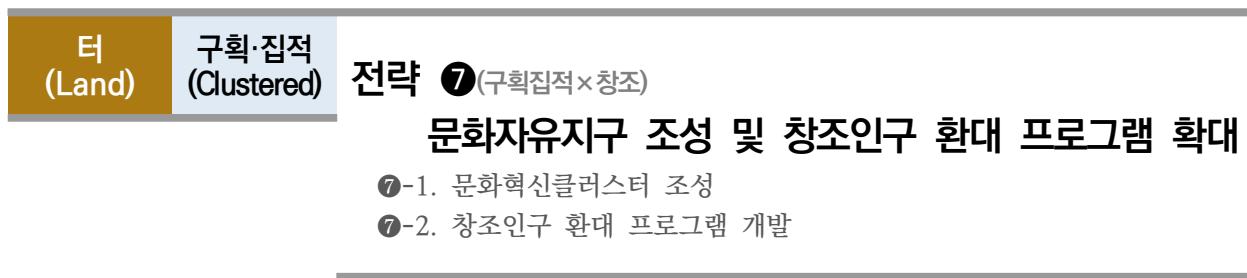
사례 (국내) 부산대학교 지역협력팀

- 거점국립대로서 지자체와 연결을 통한 지역의 강소대학 지원 확대, 지역주민과의 원활한 소통과 협력 구축, 지역민의 눈높이에 맞는 다양한 지역 기여 사업 발굴 및 추진 등을 위한 지역 협력 전담조직을 2019년 1월 부산대학교 본부내에 신설하였음
- 대학과 지역사회와의 소통 창구를 지역협력팀으로 일원화하여 대학-지역 상생협력 체계를 구축함



부산대학교 지역협력팀		협력	부산광역시 산학협력단 産官																			
BU22 NET 부산지역 대학간 협력네트워크			Pioneer 부산광역시 산학협력단																			
4년제 14개 대학			BISTEP 부산산업과학혁신원																			
경성대 고신대 동명대 동서대 동아대 동의대 부경대 부산가톨릭대 부산교육대 부산대 부산외국어대 신라대 영산대 한국예일대			2년제 8개 대학			Pioneer 부산산업과학혁신원		연구인력 / 기술 / 장비			부산대학교와 국회부산도서관이 함께하는 제2기 퇴근길 인문학		학문연계 / 인재육성			2023 유학생과 함께하는 부산관광 활성화 지원사업 참가자 모집		지역발전기여			부산 예방지 활동 영상을 제작 콘테스트	
2년제 8개 대학			Pioneer 부산산업과학혁신원																			
연구인력 / 기술 / 장비			부산대학교와 국회부산도서관이 함께하는 제2기 퇴근길 인문학																			
학문연계 / 인재육성			2023 유학생과 함께하는 부산관광 활성화 지원사업 참가자 모집																			
지역발전기여			부산 예방지 활동 영상을 제작 콘테스트																			

*출처: 부산대학교 지역협력 홈페이지(<https://localinno.pusan.ac.kr/main/main.php>)



7-1 문화혁신클러스터 조성

○ 문화가 집적된 지구

- 해외의 경우 문화가 집적된 클러스트를 중심으로 하는 다양한 정책이 실행되고 있는데, cultural district, creative park, creative zone, creative enterprise zone 등 다양한 개념이 사용되고 있음.

<Creative Enterprise Zone (CEZ, London)>

- . CEZ는 예술가와 크리에이티브 기업에게 ‘영구적’이고 ‘저렴한 작업 공간’을 찾을 수 있는 런던 지역을 지정하기 위한 런던 시장 이니셔티브으로 2018년에 시작되었는데, 지역 주민들이 창의 분야의 기술을 배우고 취업 경로에 접근할 수 있도록 지원하는 것을 목적으로 함.
- . 런던의 12개 구역 지정, 구역은 지역의 니즈에 따라 특성화가 구성되며, 영화, TV, 패션, 음악 및 제작에 이르기까지 지역의 취향 및 초점에 맞춰 고유한 특성화 전략으로 추진됨.
- . 전체 구역은 지역 주민들을 위해 40,000제곱미터 이상의 새롭고 영구적이며 저렴한 업무 공간, 1,000개의 새로운 교육, 훈련 및 일자리 기회를 제공하고 있으며, 3천만 파운드(한화 500억 정도)의 파트너십 자금을 활용해 프로그램 운영함.
- . ‘공간’ ‘기술 및 비즈니스 지원’ ‘정책’ ‘지역사회 참여’ 4개 영역의 3개년 실행 계획 수립함.

- 런던시가 발간한 Creative Enterprise Zone 보고서에서는 CEZ 프로그램이 런던의 문화적, 창조적 산업에 미친 긍정적인 영향을 아래와 같이 분석함.
 - ‘문화 중심’의 지역 재생: CEZ는 예술가와 창조적 기업이 저렴한 공간을 찾고 성장할 수 있도록 지원하며, 지역 주민들이 창조적 기술을 배우고 유급 일자리에 접근할 수 있도록 돋는 것을 목표로 함.
 - 경제적 및 사회적 혜택: CEZ는 워크숍, 데이터 분석, 인터뷰, 사례 연구를 통해 런던의 여섯

개 CEZ가 경제적 및 사회적 이점을 제공했다는 것을 강조함

- 팬데믹 기간의 회복력: CEZ는 팬데믹 기간 동안 런던 전체나 다른 비교 지역보다 더 큰 회복력을 보였으며, 일자리 손실이 적고 창조적 기업의 증가율이 높았음.

<홍콩 서구룡 문화지구(West Kowloon Cultural District)>

- . 홍콩 서구룡 문화지구는 홍콩의 예술 문화의 중심지로, 2000년대 초반부터 아시아 문화 허브로 거듭나기 위한 야심찬 계획이 시작되어 올해 전체적인 계획이 완성됨. 이 지구는 다양한 문화 시설을 포함하고 있으며, 주요 시설로는 M+ 뮤지엄 (현대미술관), 고궁박물관 (중국과 여러 나라의 예술 문화 전시), 시취센터 (중국 전통 연극 공연), 프리스페이스 (공연 및 이벤트), 아트파크 (조깅, 피크닉 등 도심 속 힐링명소) 등이 있음.
- . 특히 올 10월에는 Hongkong Performing Arts Expo를 개최하여 홍콩을 세계 공연예술 시장의 중심지로 만들고자 하는 계획이 추진됨
- . 아시아 문화와 예술의 중심지를 목표로하는 서구룡 문화지구는 다양한 문화 시설 인프라와, 소프트웨어, 창의인력의 휴먼웨어 활성화를 통해 도시 경쟁력을 높이고 있음
- . 또한 홍콩주민들에게 서구룡 문화지구는 도시와 자연이 조화를 이루는 공간으로, 도심 속에서도 휴식과 여가를 즐길 수 있는 공간을 제공하여 지역주민의 활력과 삶의 질 향상에 기여하고 있음

- 국내의 경우 문화지구는 지역문화진흥법에 따라 문화시설과 업종의 육성, 특성화된 문화예술 활성화 및 문화적 특성의 보존을 위해 지자체장(시·도지사, 시장)이 지정함.
- 문체부는 2023년 2월 발표한 '문화로 여는 지방시대, 지방시대 지역문화정책 추진 전략'에서 권역별 대규모 유휴공간(도청이전부지)과 주요 문화기반시설을 활용하여 지역 특성을 살린 문화산업·인력양성·향유 등 집적공간 조성을 추진한다고 밝힘. 아울러 거점시설을 중심으로 인근 문화지구 지정 등을 추진한다고 밝히고 있는 바, 2018년 서울서초음악문화지구 아래 지정되지 않고 있는 문화지구를 지방시대 지역 활력 제고 시책으로 다시 활용할 것으로 보임.
- 또한, 문체부는 기존의 문화도시 사업을 문화특구(대한민국 문화도시)로 발전시켜, 대한민국 문화도시 조성계획 승인(2023.12월) 후, 예비사업이 추진 중이며, 2024.12월에 최종 지정 예정임.

○ 지역 문화 자원에 기반한 문화 클러스터

- 문화가 집적된 구획, 지구를 조성하기 위해서는 지역의 고유한 문화 자원을 활용하여 창조적인 콘텐츠와 제품을 개발해야 하는데, 지역의 역사, 전통, 자연환경 등을 반영한 제품과 서비스를 통해 지역의 매력을 강조해야 함.
- 창조산업을 지원할 수 있는 인프라 구축이 필요한데, 이는 예술공간, 디자인 스튜디오, 창업지원 센터 등을 포함해야 함. 이를 통해 창조적인 활동을 지원하고 창업 환경을 개선할 필요가 있음.
- 문화가 집적된 구획 조성에 있어 지역 주민 및 기업과의 협력 강화 역시 중요한데, 지역의 창조산업 생태계를 구축하고, 지역 경제 주체들의 참여를 유도해야 함.
- 또한, 국가 및 지방정부는 지역마다 다양한 지원 프로그램을 통해 창조산업을 지원해야 할 필요가 있는데, 이는 재정 지원, 정책 지원, 교육 및 훈련 프로그램 등을 포함해야 할 것임.

○ 사례를 통해 파악한 문화혁신클러스터 조성 방향성

- (지역 창조산업 클러스터 형성) 지역 내 창조산업 기업들을 유기적으로 연결하여 클러스터를 형성, 협력과 경쟁을 통한 혁신을 촉진하고 지역 경제 성장을 도모함.
- (지역 문화 이벤트 및 축제 지원) 지역의 문화 이벤트 및 축제를 지원, 지역의 문화적 매력을 강조한 관광 산업을 활성화하고 지역 경제에 활력을 불어 넣음.
- (창조산업 교육 및 인력 양성) 창조산업을 지원할 수 있는 인력을 양성하기 위한 전문 교육 기관 설립 및 프로그램을 개발, 지역의 인력 수급 문제를 해결하고 창조산업의 지속적인 성장을 지원함.
- (지역 창조산업 투자 유치) 국내외 투자 유치를 통해 지역 창조산업 지원, 지역의 창조산업 기업들의 경쟁력을 강화하고 지역 경제 성장을 촉진함.

○ 글로벌 허브도시 특별법 제정과 문화자유지구 조성

- 2030 부산 엑스포 유치 활동을 통해 얻어진 부산시의 국제적 인지도 향상 성과를 이어가는 활동의 일환으로 부산을 글로벌 허브도시로 조성하기 위한 특별법 제정을 추진하고 있음. 유라시아를 연결하는 관문도시 부산의 새로운 성장동력으로 부상한 북항 해양문화지구를 중심으로 국제문화교류거점 육성이 필요함.
- 실험과 창의의 개방적 문화콘텐츠 허브로 조성하기 위한 국내외 창의인력의 집적, 디지털 연계 미디어·영상 산업 집적을 통한 창작·향유·산업이 결합된 문화자유지구(Culture Free Zone) 조성이 필요함.
- 경제자유지구에 준하는 문화자유지구를 조성하여 국내외 기업·예술가(단체)들의 자유로운 창의활동 거점으로 제공하고, 문화콘텐츠 산업체들을 유치하여 쇠퇴해 가는 지역에 신성장 동력을 제공할 필요가 있음.

○ 글로벌(C-lonal) 국제문화교류 거점 육성을 통한 지역매력 발신

- 개방과 포용, 협력과 연대를 핵심가치로 하는 글로벌 문화예술교류를 위한 문화자유구역 지정으로 지역문화 매력과 활력의 국제적 거점으로 육성함.
- 수도권 중심에서 지역이 중심이 되는 국제적인 창의교류 플랫폼 육성을 통한 동북아 글로벌 허브 도시로 성장할 수 있는 계기를 조성함.
- 세계적 수준의 문화 하드웨어, 국내외 최고 수준의 창의 인력 유치, 초광역권 지역의 매력에 기반한 혁신적 프로그램을 통한 글로벌 지역문화 클러스터를 조성함.
- 문화자유지구는 지역문화 매력자원의 에코뮤지엄화를 통해 지역문화의 보존, 지역주민의 활력 증진, 문화다양성과 포용의 세계시민으로 성장할 수 있는 기회를 제공함
- 문화자유지구 내 UNESCO, UN 등 국제기구와 협력을 통해 문화를 통한 지속가능개발목표(SDGs) 실천과 개방과 협력, 포용과 다양성의 유네스코 세계유산구역으로 지정함
- 지역 내 산업유산을 문화적으로 적극 활용하여 로컬 크리에이터의 전략적 기지로 조성하여, 지역 경제 활성화 및 창의산업의 전진기지로 활용함.

○ 창작·향유·산업이 결합된 창의산업(creative industries) 클러스터를 위한 부처 간 협업 필요성

- 문화예술 및 디지털 연계 미디어·영상 산업 집적된 (글로벌)콘텐츠기업 유치를 통한 인프라 구축으로 지역경제를 활성화함.
- 해외 창의기업들의 각종 조세감면(관세, 취등록세 등), 입지지원(임대료 감면), 행정절차 간소화 지원 시스템 마련으로 경제자유구역에 준하는 혜택을 부여함.
- 세계적인 공연, 전시 육성을 위한 과감한 인센티브(세제, 예술비자 등) 지원을 통해 지역에서도 지역민이 세계적인 문화예술을 즐길 수 있는 제도를 마련함.

○ 창의인력의 문화이동(cultural mobility) 활성화

- 예술인 비자 등 창조인력들의 문화이동성(cultural mobility)을 높이는 다양한 프로그램 개발을 통한 문화자유지구로 창조인력 관계인구와 생활인구의 유입을 지원해야 함.

〈참고자료-15〉 문화자유지구 조성

〈두바이 창조산업 진흥의 원동력 Al Quoz Creative Zone〉

- Al Quoz 지역은 현재 두바이에서 가장 트렌디한 지구로 산업지구의 폐창고를 리뉴얼 하여 국내외 화가들의 작품을 전시하는 아트 갤러리로 현재 유명세를 타고 있음
- 팝업 마켓, 영화관, 스타일리쉬한 카페가 이 지역의 힙한 분위기를 조성하는데 일조하고 있음
- The Courtyard는 명품 브랜드 거리인데, 특히 가구 및 공예품을 판매하는 지역 스타트업의 활동으로 유명해짐
- 두바이의 창조산업 기업 육성 전략
 - 두바이 정부는 기업 육성을 위한 새로운 계획의 일환으로 전세계 창조산업(Creative Industry) 업계에서 일하는 투자자 및 전문가를 위한 전문 지구를 만들고자 하는 계획을 진행 중
 - 전통적인 산업 지구였던 Al Quoz에 Al Quoz Creative Zone이라는 창조 기업육성 전략의 비즈니스 지구가 만들어짐
 - 두바이 정부는 창조산업의 기업설립과 투자 유치를 위해 콘텐츠, 디자인 및 예술에 중점을 둔 기업가를 위한 새로운 라이센스, 체류 혜택 및 저렴한 임대 계획을 제공하고 있음
- 창조산업의 수도, 두바이 전략 Al Quoz Creative Zone
 - 문화, 미디어, 디자인 분야 기업을 확대한다는 두바이 정부의 창조경제 전략에 따라 Creative Zone이 조성됨
 - 두바이 정부는 2025년까지 창조 기업 수를 현재 8,300→15,000개로 확대하는 것을 목표로 삼고 있음
 - 또한 국가 GDP에 대한 창조 산업의 기여도를 2.6%에서 5%로 높이는 것을 목표로 하며, 창조 산업 일자리는 7만에서 14만으로 현재 대비 2배 창출을 목표로 하고 있음
 - 이러한 두바이 정부의 Creative Strategy을 통해 두바이를 창조 산업의 글로벌 수도로 만드는 비전을 제시하고 있음
- Al Quoz Creative Zone 창조산업 분야
 - [출판, 저술, 시청각 및 인쇄 매체] [영화, 음악 및 비디오 제작] [문화 산업, 문화 유산 박물관, 유적지, 기록 보관소] [문화행사, 도서관] [소프트웨어 및 비디오 게임 산업] [패션, 게임, 소프트웨어 건축, 디자인] 등을 망라함

7-2 창조인구 환대 프로그램 개발

○ 예술인 비자, 창조인력 레지던시 프로그램을 통한 빈집 활용

- 창조인구 환대 정책을 통해 지역으로 예술가 유입을 유도하고, 지역 문화 예술 활동을 지원함으로써 문화를 통한 지역 활력과 인구 감소 문제와 특히 빈집 문제를 해결하는데 하나의 방법이 될 수 있음.
- 창조인구 환대 프로그램의 일환으로 예술인 비자제도를 도입하여 해외 창의인력과 예술가들의 지역 유입 기회를 제공함으로 지방도시의 인구소멸 대응 및 지속 가능한 발전을 도모함.

○ 지역문화재단과 연계한 창작 공간 제공 및 예술가 거주 프로그램 운영

- 지역문화재단은 지역소멸에 대응하기 위해 창조인구의 환대 차원에서 창작 활동을 위한 공간을 제공함하며, 지역의 빈집 문제를 해결하는 데도 일조를 할 수 있음. *부산문화재단 반딧불이 사업.
- 예술인 비자를 발급 받은 창의인력과 예술가들에게 빈집을 재생하거나 미사용 상가나 공장을 예술가들의 작업 공간으로 제공하여, 지역문화의 글로벌 창작과 교류의 거점으로 활용함.
- 또한, 지역문화재단은 지방자치단체 국내외 자매도시의 예술가(단체), 지역의 문화예술단체와 장기간 공동작업을 하는 예술가(단체)를 대상으로 장기체류 가능한 창작 공간을 제공하며, 지방 소도시, 특히 문체부의 문화도시로 선정된 지역에서는 예술가들을 위한 거주 프로그램을 운영하여 지역에 장기간 거주할 의사를 가진 예술가들을 유치함.
- 예술가 거주 프로그램은 타지역 예술가(단체)를 대상으로는 ‘제3의 장소(the third place)¹⁰⁵⁾’의 개념으로 장기간 작품 리서치 활동을 위한 프로그램으로 구성

[그림 V-10] 창조인구 환대 프로그램 거점기관

창조인구 환대 프로그램 거점기관 지역문화재단



105) 가정, 직장 외 개인의 자아실현과 발전을 위한 제 3의 공간.

○ 해외 창조인력 확대와 지역 문화예술 활동 지원연계

- 한국문화예술위원회 및 지역문화재단은 협업을 통해 예술인 비자를 획득한 해외 예술가들의 창작 활동과 지역 문화 예술 행사를 지원하며, 지역 예술가들과 협업하여 지역의 문화콘텐츠를 확대하고 지역 문화예술의 국제화를 추진함.
- 예술인 비자제도는 법무부, 외교부, 문체부, 지방자치단체의 정책 협업을 통한 제도의 실효성이 마련되어야 할 것이며, 제도의 부정적 측면(제도 악용으로 인한 불법 취업 및 유통업 종사 등) 확산으로 좋은 취지가 무색해지는 것을 방지하기 위해 부처 간 협업을 통한 워치도그(watchdog) 시스템¹⁰⁶⁾ 마련되어야 할 것임.
- 지역의 예술인 비자를 통한 해외 예술가들의 유입은 지방도시의 인구 감소와 빈집 문제를 완화할 수 있으며, 창의 인력들의 창작 활동과 지역 문화 예술 활동이 활발해짐에 따라 지역 경제 활성화와 관광 산업의 발전이라는 효과를 기대할 수 있을 것으로 판단됨.

106) 비윤리적인 행위에 대해서 감시하는 시스템

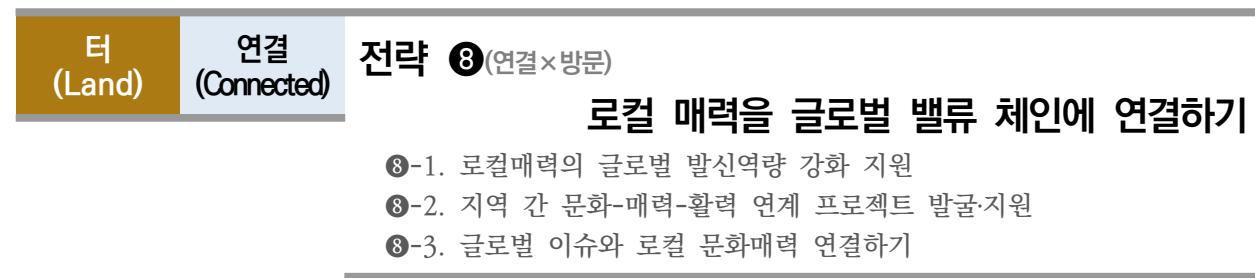
〈참고자료-16〉 창조인구 환대 프로그램 사례들

〈베를린 아티스트 비자〉

- 베를린 아티스트 비자는 베를린에서 예술가로 거주하고 일하기를 원하는 사람들에게 주어지는 특별한 거주 및 취업 허가임. 이 비자는 독일의 프리랜서 비자 하위 범주인 §21에 속하며, 베를린 지역에서만 사용할 수 있음. 이 비자를 받기 위해서는 몇 가지 요건을 충족해야 함.
- 신청자는 예술가로 분류되어야 하는데, 베를린에서는 화가, 음악가, 무용수, 사진가 등이 예술가로 쉽게 인정될 수 있지만, 그래픽 디자이너, 작가, DJ 등의 경우에는 직업이 '자격'을 부여받아야 할 수도 있음. 베를린의 예술계는 확장되고 있지만 여전히 자격을 증명해야 함.
- 독일 예술가 비자를 신청할 수 있는 국가는 호주, 뉴질랜드, 한국, 일본, 이스라엘, 미국, 캐나다 등임. 이들 국가의 여권을 소지한 사람은 독일 예술가 비자를 신청할 자격이 있는데, 90일 관광비자로 먼저 독일에 와서 예술가 비자를 신청할 수도 있음.
- 비자 신청 과정에서는 이력서, 자기소개서, 작업 샘플 등을 제출해야 합니다. 특히 이력서는 경력과 작업 분야에서의 경험을 상세히 기술해야 함. 비자 신청서에는 베를린에서 예술가로 일하고 싶은 이유와 정부가 이 비자를 부여해야 하는 이유를 설명하는 커버 페터도 필요함.
- 독일 예술가 비자의 장점 중 하나는 승인되면 당일 수령할 수 있다는 점임. 이는 프리랜서 비자와는 다르게 3~4개월을 기다릴 필요가 없다는 것을 의미함. 이러한 과정을 통해 베를린의 예술적 활동에 참여하고자 하는 예술가들은 독일 예술가 비자를 획득할 수 있음

〈인도네시아 발리의 Artist Kitas 프로그램〉

- Artist Kitas는 인도네시아 발리에서 활동하는 예술가들을 위한 특별한 비자 프로그램으로 "Kitas"는 "Kartu Izin Tinggal Terbatas"의 약자로, 인도네시아에서 거주 및 활동하는 외국인들에게 주어지는 임시 거주 허가를 가리킴. Artist Kitas는 이 중에서도 예술가들을 위해 특별히 제공되는 비자임.
- Artist Kitas 프로그램은 발리의 문화 예술 산업을 활성화하고 국제적인 예술가들과의 교류를 촉진하기 위해 만들어졌음. 이 프로그램은 발리에 거주하며 창작 활동을 하는 예술가들에게 발리에서의 활동을 지원하는데 중점을 두고 있음.
- Artist Kitas를 통해 예술가들은 발리에서 작업 및 전시할 수 있는 환경을 제공받고, 이를 통해 발리의 문화 예술 산업이 성장하고 발전할 수 있으며, 국제적인 예술가들과의 교류를 통해 발리의 문화 예술 활동을 다양화하고 확장할 수 있음.
- Artist Kitas는 예술가들이 발리에서의 활동을 위한 비자를 쉽게 획득할 수 있도록 하여 발리의 예술 활동을 활성화하는 데 기여하고 있으며, 이 프로그램은 발리의 문화 예술 산업을 글로벌한 관심사로 끌어올리고 발리를 세계적인 문화 예술의 중심지로 만드는 데 도움을 줄 것으로 기대됨.



❸ -1 로컬 매력의 글로벌 밸류 체인(GVC)으로의 재편

- 지역 매력이 핵심가치가 되는 글로벌 밸류 체인(Global Value Chain)으로의 재편
- 글로벌 밸류 체인(Global Value Chain, GVC)은 제품이나 서비스가 생산되어 소비자에게 도달하기까지의 모든 과정을 설명하는 개념임. 이는 원자재의 조달, 생산, 조립, 유통, 판매까지 포함하며, 이 과정이 여러 국가에 걸쳐 이루어질 때 글로벌 밸류 체인이 형성됨(한국개발연구원, 2014).
 - 국가균형발전 차원에서는 “지역 간 격차에서 글로벌 가치사슬을 재편해야 할 필요성”(정준호, 2021), “지역주도형 혁신성장의 전략의 관점에서 글로벌 밸류 체인을 바라볼 필요성”(양오석·정무섭, 2021), “지역-국제화 연결을 위한 진단의 필요성”(OECD, 2023)이 제기되기도 함.
 - 이러한 글로벌 밸류 체인이 디지털 알고리듬 문명과 코로나-19 팬데믹으로 인한 환경변화로 새로운 전환 국면을 맞고 있음. 단순히 글로벌 산업 연결망에 접속하여 안정적인 원자재 공급과 상품 유통의 네트워크를 확보하는 것으로는 리쇼어링과 블럭화 등으로 강화되는 탈세계화 추세와 AI 알고리듬을 통한 취향저격 맞춤형 생산방식으로의 전환 흐름에서 도태되기 쉬움.
 - 거대 자본의 투입으로 글로벌 유통시스템을 만들어 보편적 매력의 상품을 유통하는 제조업 중심의 글로벌 서플라이(supply) 체인에서 밸류(value) 체인으로의 관점 변화에서는 상품 가치의 핵심요소로서 고유한 지역성(locality)에 집중한다는 점이 중요함.
 - 지역-문화-활력-증진 정책에서도 지역의 문화적 매력과 정체성(locality)을 핵심가치(Value)로 유지하면서 디지털 세상으로 촘촘히 연결된 네트워크(chain)를 통한 글로벌 인기 확보를 추구하는 접근법(클로벌라이제이션 : C-lobalization)(김해보, 2019)이 고려되어야 함.

○ 글로벌 네트워크에 연결하여 지역 매력을 글로벌 가치로 발신하는 역량 강화 지원

- 지역 주체들이 자기 지역의 로컬 매력을 글로벌한 가치로 발굴하여 국제적으로 발신할 수 있는 역량을 키우도록 지원해야 함.
 - 국제 문화 페스티벌 개최: 안동 국제탈춤페스티벌, 부산영화제, 서울국제공연예술제 등 지역을 거점으로 한 다양한 국제적 행사의 주최
 - 글로벌 네트워크 구축: 국제문화교류진흥원과 같은 기관을 통한 해외 문화 기관과의 파트너십 강화와 주요 도시에 한국문화센터를 설립하여 지속적인 홍보 및 교류 프로그램 운영
 - 디지털 플랫폼 활용: 글로벌 플랫폼, OTT를 통해 지역-문화콘텐츠를 디지털화하여 온라인 콘텐츠를 개발하고, 다국어 디지털 플랫폼 제공, 소셜미디어 캠페인을 통한 지역-문화콘텐츠 홍보
 - 인프라 투자 및 지원: 국제 행사를 유치하기 위한 공연장, 전시장 등의 인프라 확충, 민·관 협력의 지역 창조산업시설의 유치(예: BBC studio)
 - 교육 및 전문인력 양성: 국제 문화행사기획 및 운영을 위한 전문인력양성, 로컬 크리에이터 양성 : 국제문화교류진흥원에서는 문화예술 및 문화산업 분야 기획 인력의 국제문화교류 역량 강화를 위해 <국제문화교류 전문인력 양성사업(Next EXpert Training, NEXT)사업을 추진하고 있음. 이 사업은 아카데미, 해외파견, 국내 국제 축제 전문가 인터뷰, 집중양성과정, 후속 프로젝트 지원 등 신진인력에서 전문인력까지 아우르는 다양한 프로그램을 진행함.
 - 지역-문화자원의 발굴: 지역발전 패러다임의 변화 요체인 영역기반 내생적 발전(territory-based endogenous development)에 기초하여 발전 사각 지역의 성장을 도모하기 위해 지역이 보유하고 있는 특성 있는 자원을 발굴 및 육성해서 경쟁력을 향상할 필요가 있음(김현호·한표환, 2004; 이순자 외, 2015).

○ 로컬 매력을 유지하며 글로벌 네트워크를 통해 지역으로 활력을 끌어오는 관계 설정하기

- 글로벌라이제이션(C-lobalization) 관점에 기반한 글로벌 밸류 체인 연결의 성공적인 지역 사례를 검토 발굴하여 지원해야 함.
 - 지역의 고유한 매력이 글로벌 유통망을 만날 때 그 관계설정에 따라 전혀 다른 결과를 가져올 수 있음. 지역성을 핵심 가치로 유지한 채 글로벌 유통망을 통해 확산되는 경우가 있는 반면, 거대 자본이 만든 유통망과 브랜드에 포섭되어 지역의 색깔이 퇴색 되는 경우도 있음.
 - 로컬 매력을 살리면서, 글로벌 밸류 체인에 연결하여 서로 원인하는 관계 설정이 중요함.
- 문화를 통한 지역적 성공 예측의 어려움, 문화적 특성에 따른 가치사슬체계의 구성요소가 다를 수 있는 점을 유념.
 - 가치사슬을 파악하는 것은 복잡하고, 이것은 문화자산의 유형과 목적에 따라 다르게 나타날 수 있음. 지역이 국제적 품질의 이벤트, 공급망 연결을 구축할 가능성이 전혀 없는 것은 아니지만 기본적인 환경 제반이 갖춰질 필요가 있고, 이는 지역의 특성과 조건을 고려하여 가장 성공 가능성이 큰 것을 선택하는 정책결정자의 봇임 (BOP Consulting, 2024.5.13. 연구자문회의)
 - 헤이온와이 지역의 북 페스티벌(Hay-on-Wye Festival)은 작은 마을에서 열리지만, 국제적으로 명성이 높고, 높은 수준의 연사들이 참여하여 매번 많은 방문객을 유치하고 있음. 이 축제는 지역의 독특한 매력에 기반한 축제가 책을 매개로 한 국제적인 네트워크를 만들고 이를 통해 지역 안으로 활력을 유치하는 자체적인 글로벌 밸류체인을 구축한 사례임.

〈참고자료-17〉 헤이온 페스티벌 사례

〈Hay-on-Wye, book festival 사례〉

○ 헤이온와이(Hay-on-Wye)의 책 마을

- 1962년 리처드 부스가 영국 잉글랜드 웨일스 지방의 작은 시골 마을인 헤이온와이(Hay-on-Wye)에 첫 헌책방을 열면서 출발함. 리처드 부스의 책방에 대한 비전(“헌책은 국경 넘어 세계인이 공유할 수 있는 자산”, 한겨레, 2019.10.19일자)¹⁰⁷⁾은 마을 전체가 헌책방과 서점으로 유명해지는 데 일조했으며, “책의 마을”이라는 명성을 얻게 됨.
- 현재는 전 세계의 유명 연사들과 많은 방문객이 찾는 “헤이 페스티벌”的 형태로 발전했으며, 많은 방문객이 찾는 고유하고 독특한 문화자산으로서의 가치를 인정받고 있음.
- 리처드 부스는 방치된 식료품 창고를 활용하여 서점을 만들고, 옛 영화관 건물을 임대해 ‘세계에서 가장 큰 헌책방’이라고 불렸던 시네마서점을 개업했으며, 제대로 관리되지 않던 헤이 성(Hay Castle)을 구입하여 75만 권의 장서를 갖춘 대표적인 서점으로 바꾸어놓았음.
- 헤이온와이의 유명세는 대규모 자본이 투입된 인위적인 공간의 조성이나 지방정부라는 공적 존재에 의존한 것이 아닌(이순자 외, 2015), 헤이온와이만의 독특한 문화자원인, 밀집된 헌책방이라는 지역성을 보존하면서 동시에, 국제적으로 유명해진 사례라 볼 수 있음.
- 이후에 벨기에의 레뒤(Redu), 네덜란드의 브레드보트(Bredvoort), 프랑스의 몽륄리외(Montulieu) 등 다른 나라에서도 헤이온와이 페스티벌의 모델을 벤치마킹한 문학 마을이 형성되기 시작하면서, 지역의 문화적 특성을 활용한 성공적인 글로벌 사례로서 자리매김함.



*출처: BBC(2019/08/21)

○ 헤이 북 페스티벌

- 헤이온 와이를 유명하게 만든 또 다른 요인은 헤이 북 페스티벌(Hay Festival)임. 1998년 작은 마을의 페스티벌로 시작된 이 축제는 2023년에 이르러 11일 동안 500개가 넘는 이벤트와 1,892명의 아티스트가 참가하고, 185,086장의 티켓판매, 4,500만 소셜미디어 노출이 이루어지는 대규모 축제로 성장했음(Hay Festival Global. 2023).
- 이러한 과정은 지역 축제가 국제 축제로 성장하는 과정을 보여주는 대표적인 사례로, 지역 활력을 형성하는 자체적인 글로벌 벤류 체인을 구축하고 있다는 것으로 볼 수 있음. 헤이 북 페스티벌은 외부자원의 유입을 통한 경제적 효과 창출뿐만 아니라, 축제가 열리는 동안 반경 20마일 내 위치한 소규모 호텔, 게스트하우스, 숙집, 식당 등을 포함하여 지역 관광사업의 주요 수입원이 되면서 지역사회와의 상생을 도모하고 있음.¹⁰⁸⁾
- 2021년에는 코로나-19의 영향으로 디지털 행사로 대체했으며, 세계 최고의 작가 및 사상가 200여 명과 함께 다양한 프로그램, 이벤트가 진행되는 과정을 온라인 스트리밍을 통해 무료로 관람할 수 있게 함.
- 현재는 이러한 디지털 루트의 역할을 확장하여 77개 학교와 7,500명의 학생이 참여하는 무료 라이브 프로그램을 진행하고, 43개의 도서관이 영국 전역에서 무료 이벤트 스트리밍에 참여할 수 있도록 하고 있음. 또한, BBC, Sky Arts, TikTok 등과의 미디어 파트너십을 통해 지역 축제를 홍보하여, 2023년에는 2,040개의 언론 언급 및 10억 이상의 시청 기회를 확보하였음(Hay Festival Global. 2023).

107) 한겨레. “헌책은 국경 넘어 세계인이 공유할 수 있는 자산”. <https://www.hani.co.kr/arti/culture/book/708329.html>. (검색일: 2024.06.26.)

108) Hay Festival Global. <https://www.hayfestival.com/news/blog.aspx?post=1697>. (접속: 2024/06/26.)

○ 지역-글로벌 연결성 강화를 위한 평가체계의 마련

- 지역-글로벌 연결성 이해와 지역 수준에서 활용 가능한 평가체계 마련
 - 지역 활성화의 견인력을 이해하기 위해서 활용되는 대부분 지표는 국가 수준에서 순위를 매기는 경향이 강하기 때문에 외부 투자를 유치하고, 지역 간 비교를 위한 종합적인 정보를 파악하기 어려움. 이는 전 세계적으로 투자 인재, 이주 및 관광활동의 추진력과 해외 방문객 등의 대상을 유치하기 위해 지역이 활용할 수 있는 자산 등의 격차를 비교할 수 없게 함(OECD, 2023)
 - 이와 관련하여, OECD(2023)에서는 국가적 요소(national factor)만으로는 외국 투자 대상으로의 국제적 매력을 결정하는 데 충분하지 않고, 현재의 환경에서 표현된 보다 폭넓은 감수성을 다루기 위해서는 종합적인 지역 정보가 필요하다는 점을 강조하였음. 이러한 정보는 지역 및 행위자(territorial actors)들이 국제적 수준에서 행동하고, 차별화될 수 있는 새로운 가능성을 제고 하며, 부문 간 경쟁이 아닌 상호 간 시너지를 촉진하는 데 도움이 될 것이라 주장함.
 - 이에 OECD(2023)은 지역과 국제적 "연결"을 위한 4가지 범주(인프라, 사람, 지식, 사업)를 구분하고, 지역과 국제화 관계의 이해를 돋는 프레임 워크를 개발하였음.¹⁰⁹⁾
 - Geography of creativity(NEST, 2023)에 따르면 창의 산업은 런던 및 남동부와 같은 거점 도시보다, micro-cluster 수준에서 창의 산업이 더 활발하게 이루어지는 것을 밝힘. 이는 지역 차원에서 그러한 현상이 나타난 현상의 요인과 맥락을 분석할 필요성을 방증함.

109) OECD(2022). L'internationalisation et l'attractivité des régions françaises, <https://doi.org/10.1787/6f04564a-fr>.

〈참고자료-18〉『Geography of Creativity in the UK』(NEST, 2023) 사례

«Geography of Creativity in the UK» NESTA, 2023)

- NESTA의 『Geography of Creativity in the UK』 (NESTA, 2023) 사례

[그림 V-11] creative clusters in the UK



- NESTA와 Creative England는 지역경제의 주요 성장 동인으로서 창조산업의 역할을 강조하고, 영국 전역에 분포한 창의 클러스터를 분석한 보고서 『The Geography of Creativity in the UK』를 발간함
 - <그림>의 지도는 영국 전역에 분포한 47개의 창조 클러스터를 표시하고, 산업 집중도(Concentration), 성장률(Growth Rates), 산업 다양성(Diversity)에 따른 도시별 활성화 정도를 나타냄

*출처: NEST(2023: 17)

- 주요 정책적 시사점
 - 창조 클러스터가 형성된 곳은 반드시 창조도시로 지정된 곳이 아님.
 - 창조 클러스터의 형성은 지역의 특정 hip place, 혁신기술의 집중, 창의적 인재 유입의 정도에 따라 활성화될 수 있음.
 - 네트워크 활동과 지역 내 기업 및 대학은 지역에 창의적 인재를 공급하고, 연구 및 지식 교환을 통해 창조산업의 활성화를 불러일으킴.
 - 정부의 역할
 - 전통적으로 런던 및 남동부에 집중된 창조산업자원을 분산하여 경제적 불균형을 완화하고, 지역적 맥락에 따른 마이크로클러스터의(microclusters, Siepel, Josh, et al. 2023) 창조산업활동을 지원할 필요
 - 창조 클러스터 간 연결을 통한 창조산업 간 협력구조 구축
 - 지역기업 및 대학과의 연계를 통해 창의적 인재를 유치하고, 지식 및 교환을 위한 지원을 촉진

⑧ -2 지역 간 문화-매력-활력 연계 프로젝트 발굴·지원

○ 인근지역 공통자원 활용 문화-활력 프로젝트 개발

- 최근 유네스코 세계유산 등재 사례를 보면 지역·국가 간 연계를 통한 공통 등재를 유네스코 차원에서 장려하고 있음. 인류 보편적 가치를 가진 공통의 문화유산을 활용한 지역 간 연계 등재는 국내에서도 활발히 이루어지고 있는데, 지역문화 매력-활력을 위한 지역 간 연계 공통 자원을 활용한 프로그램 개발은 지역 간 상생 협력의 관점에서 큰 의미가 있음.
- 문화권역별 연계와 협력을 통한 매력-활력 자원 발굴을 위한 지역문화주체별 네트워크 강화와 공동의 지역자원에 관한 연구조사가 필요함. 또한, 이를 정책적으로 장려할 필요가 있는데, 특히 지역 문화주체인 지역문화재단, 관광DMO 간 협력 네트워크 구축이 필요함.

○ 지역 간 경쟁의 공모사업에서 협력의 공통자원 활용한 프로젝트 지원

- 범 정부 차원으로 지역 간 경쟁에서 인근 지역 간 협력과 공진의 공통 자원 활용 프로젝트에 인센티브를 부여하거나, 협력 주체간 공동 예산을 마련하여 중장기적으로 지속가능한 프로젝트 지원이 될 수 있는 제도를 마련해야 함.
- 문체부, 각 부처별 공모사업 시 기초자치단체 간, 광역·초광역 권역별 협력을 위한 예산 배정 및 시범 사업 역시 고려할 필요가 있음.

○ 공통의 목표를 지향하는 따로 또 같이 사업 시행 장려

- 강·해·영 프로젝트 사례와 같이 ‘지역소멸’에 대응하는 공통의 목표를 지향하는 가운데, 지역의 고유성과 특수성이 반영된 사업기획이 필요함.
- 각 주체별 업무의 고유성과 특수성을 인정하는 가운데, 공통의 정책적 목표를 지향하는 지자체간 협력사업에 재정 상 인센티브를 부여하며, 지자체별 사업은 지역 자치에 기반하여 개별적으로 시행하는 ‘따로 또 같이’ 전략에 대한 정부 차원의 지원이 필요함.

○ 문화권역 협력 강화를 위한 지역문화주체간 협력의 제도적 장치 보완

- 각 문화권역별 협력 강화를 위한 제도적인 장치가 보완되어야 할 것이며, 공동의 홍보 협력 전략 체계 구축을 위한 지원이 마련되어야 할 것임.
- 권역 내 문화예술인, 로컬 크리에이터의 문화이동 지원을 위한 지역문화재단의 협력체계 강화와 공동 사업을 장려함.
- 권역별 지역문화재단 문화예술 창작지원사업의 공동 창작지원, 유통이동 지원, 문화예술인의 지역별 교차지원이 가능한 제도 도입을 통한 지역문화주체간 협력을 강화해야 할 것임.
- 지역별 문화공간을 활용한 권역별 문화예술인 공간지원사업 도입하여, 예술인 공간 지원 및 공간 대관료 할인, 문화권역의 문화동질성에 기반한 지역 주민의 생활문화, 문화예술교육 공동 사업을 실시하는 것도 고려해야 할 것임.

[그림 V-12] 인근지역 공통자원 활용 문화-활력 프로젝트 개발



⑧ -3 글로벌 이슈와 로컬 문화매력 연결하기

○ 사회문제 해결에 적극 참여하는 문화예술계

- 최근 문화예술의 사회적 가치 실현을 위해 ‘사회참여예술(Socially Engaged Arts, SEA)’이라는 문화정책 흐름에 발맞추어 지역문화재단 등 지역의 문화주체들도 문화예술을 통한 지역사회문제 해결에 적극적으로 참여하고 있음.
- 한국광역문화재단연합회가 2023년에 발간한 “사회문제해결 문화정책 현장_지역문화재단들의 사례와 시사점”에서는 17개 광역문화재단의 다양한 사회문제해결 사례를 소개하고 있음.
 - : ‘소년보호사건 처분 전 문화예술교육, 가사재판가정 치유캠프 (충북문화재단)’ ‘의정부 기지촌 ‘빼별마을’ 재생 프로젝트 (경기문화재단)’ ’부울경 비치코밍(Beach Combing) (부산문화재단)’ ’사회적 가치 지향 청년프로젝트 (전남문화재단)’ ’학교 밖 청소년 관계회복 예술교육과 그 성과 측정연구 (충남문화관광재단)’ 등
- 지역의 활력 증진 과정에서 벌어지는 오버투어리즘과 같은 사회적 문제에 대한 지역 주민, 관계인구, 방문객들의 인식 개선 활동도 필요함.

○ 글로벌 공통 이슈에 연결하여 지역을 글로벌하게 알리는 문화-활력 프로젝트

- 인류사회가 직면한 공통의 문제에 대응하는 것은 창조인력(creative practitioners)들의 사회적 책무(social responsibility)이기도 함. 지역의 문제 해결에 참여하는 창조인구들이 지역과 관계맺는 계기가 될 수 있음.
- 특히, ‘사회적 고립’ ‘고령화’ ‘환경오염’ ‘오버투어리즘’과 같은 글로벌 공통 사회이슈에 대응하는 지역문화 프로젝트로 지역의 작은 도시의 존재를 글로벌 벤류체인에 연결하는 전략을 기획할 필요가 있음.

- 사라져가는 전통문화와 자연의 보존도 글로벌한 사회문제로 파악할 수 있는 바, 유네스코의 세계문화유산 프로그램과 연계하여 지역의 고유한 매력을 국제적으로 알릴 뿐만 아니라 이와 관계된 전문가 인력 및 관심 갖는 일반 방문객들의 유치 효과도 기대할 수 있음.
- 인접 지역에 연결된 공통의 사회문제 해결 문화사업을 통해 지역 간 연대와 협력의 기회를 마련할 수 있음.
- 지역문화재단과 같은 중간지원 조직들이 사회문제 해결 문화예술 프로젝트에 지역민이 주체적으로 참여하도록 매개 역할을 담당하고, 이를 통해 외부인들의 지역에 대한 관심을 유도할 필요가 있음.

○ 환경 및 기후 위기 이슈와 연계한 지역 알리기

- 사회적 위기에 대응하는 문화예술 활동 중 최근 가장 주목을 받고 있는 것이 환경, 재해 및 기후변화에 대응하는 실천 사례임. 문화예술이 가진 복원성(resilience)이 인류가 스스로 파괴한 환경 복원에도 기여하고자 하는 것이 환경·문화예술 활동가들 사이에 활발한 협력과 애드보커시¹¹⁰⁾ 활동으로 주목을 받고 있음.
- 지역의 환경 문제를 해결하는 문화예술프로젝트를 지구촌 환경 문제 네트워크와 연결하여 지역을 밖으로 알리는 기회로 적극 활용할 수 있음.
- 부산문화재단의 비치코밍 사례에서 보듯이 지역의 문제를 예술적으로 해결하는 프로젝트에 지역주민뿐만 아니라 가치를 공유하는 많은 관계인구들을 지역으로 유치할 수 있는 계기가 됨.
- 농촌지역의 경우, 환경보호 차원의 친환경 농업과 예술을 결합하여 새로운 매력자원을 개발하고, 이를 글로벌 이슈와 연결하여 지역의 존재와 가치를 동시에 홍보하는 전략을 펼칠 수 있음.

110) Advocacy : 정책 지지, 확산, 옹호, 홍보 활동

4. 연구의 한계 및 향후과제

(1) 연구의 한계

○ 너무 넓은 연구 영역, 공통된 개념 부재

- 삶의 여러 영역과 관련된 지방소멸 문제 대응을 위해 문화정책 연구의 범위와 틀을 벗어나는 시도는 경제, 사회, 도시계획, 공간 변화 등 연구의 범위를 지나치게 넓게 설정하여 정해진 자원과 시간으로 수행하기 어려운 측면이 있었음.
- 문화, 관광, 경제, 지역개발 분야에서 사용하는 개념들의 차이를 파악하고 종합하여 새로운 정책에 적용할 개념을 제시하였으나, 이에 대한 합의 과정과 논쟁을 감수해야 함.

○ 새로 제시한 프레임을 적용할 실제 사례 분석 미흡

- 관광명소 지정 방식의 매력만들기 프로젝트의 현황 분석과 문화-매력-활력 관련 지표체계 비교를 통해 지역-매력-활력을 이해하고 분석하는 프레임을 제시했음.
- 하지만, 이 프레임은 지역문화 매력·활력 분석을 위한 시론적 연구 단계로서, 이를 다시 개별 사례에 적용하여 분석하여 프레임의 적절성을 검토하고 학술적으로 비평하는 과정이 필요함.

○ 다양한 주체들의 목소리 수렴 부족

- 한광연 회원 기관 등 지역문화재단들의 참여를 통해 보다 폭 넓게 지역문화-관광재단의 현황을 파악하고 종사자 FGI 및 지역매력발굴 현장투어를 진행하려고 하였으나, 일정 등의 한계로 매우 제한적으로 진행될 수 밖에 없었음.
- 일정 등의 한계로 문체부 등 지역문화정책 담당 공무원, 지방자치단체 공무원들, 로컬크리에이터들과의 FGI를 폭넓게 진행하지 못했음.

○ 정책의 인식 틀 세우기와 실천 과제 제시하기 사이의 딜레마

- 정책연구가 실천과제 제시로 결론 짓는 한계를 극복하기 위해 제 5장 제언 파트를 <왜(Why)-어떻게(How)-무엇을(What)>으로 구성하여 좀 더 근본적인 인식론적 전환과 추진 방식의 변화를 제시하고자 했음.
- 그럼에도 불구하고, 구체적 실천을 위해 제시한 8개 실천 전략과 20개 세부과제는 각각 과업의 규모와 층위가 달라서 자칫 난삽하게 읽힐 수 있음. 구체적인 신규 시책사업 수준의 제안과 기존의 사례 분석을 통해 새로운 방향만 제시하는 제언까지 다양함.
- 제안된 과제들의 구체적인 실천 주체도 명시하지 않아서 실천 전략으로서 효용성이 부족한 것으로 보일 수 있으나, 지방시대위원회의 특성상 모든 부처가 각자 필요에 따라 참조할 정책방향을 제시하는 것이 더 적절하다고 판단한 결과임.
- 정부 정책연구가 실천적 가이드 라인으로 활용될 필요가 있으므로 큰 틀의 정책 제언과 함께 실천과제를 제시하였지만, 자칫 지역마다 처한 현실, 보유한 매력 자원의 다름을 무시하고 적용될 위험성을 경계함.

(2) 향후 과제

○ 실제 사례 분석 및 프레임의 적절성 검증

- 이번 연구로 제시한 분석 프레임을 한국관광100, 로컬100 이외 관광명소 지정 방식의 매력만들기 프로젝트 사례들에도 적용하여 프레임의 적절성 확보
- 구체적인 개별 사례에 적용하여 프레임의 적절성과 효용성 확인 후 보급

○ 지역별, 실천과제별 실행전략 적용 후 컨설팅 매뉴얼 만들기

- 특정 지역과 실천 과제를 지정하여 집중적 조사·연구·분석
- 추후 지역별 맞춤형 컨설팅에 사용할 (가칭)“지역문화 매력·활력 증진 매뉴얼” 작성

○ 지역문화 관련 정책 주체들의 인식 전환, 역량 강화 지원

- 문화체육관광부, 한국관광공사, 지역문화진흥원, 한국문화관광연구원 등 지방시대 문화정책을 주관할 부처와 기관과 후속 조치 사항 논의
- 연구결과를 활용한 정책 포럼, 지역문화-관광재단 종사자 교육 등을 통해 지방시대 문화정책으로의 전환 필요성과 적절한 방향을 공감하는 담론장 형성

○ 매력·활력 증진 이외에 변화된 미래 사회에서 문화가 맡아야 할 역할에 대한 연구 필요

- 이번 연구에서는 문화를 지역의 매력·활력 증진을 위해 활용하는 측면에만 집중하였으나, 인구 변화에 대응한 보다 본질적인 문화정책의 과제에 대한 추가 연구도 필요함.
- 인구감소의 근본적인 원인인 출생률 저하는 결혼과 출산을 꺼리는 시민들의 가치관 변화를 반영하는 것임. 경제적 풍요로움보다 여러 세대가 함께 사는 삶의 풍요로움을 더 가치 있게 생각하게 하는데 문화가 어떤 역할을 할 수 있는지에 대한 연구도 필요함.
- 또한 인구절벽 문제를 해결을 위한 <이민국가>로의 전환, 이미 도래한 <다문화 사회>에 대한 문화정책도 인구변화에 대응하는 문화정책의 중요한 과제임.

참고문헌

[참고자료]

- 강인호, 2018, 일본 축소도시의 컴팩트 시티 추진전략, 「한국정책학회보」, 27(2), 한국정책학회
- 권규상, 서민호, 2019, 콤팩트시티 정책의 효과적 추진방안, 「국토정책 Brief」, 국토연구원
- 구형수 외, 2018, 지방소멸 위기에 대한 국가적 대응전략, 「경제·인구사회연구회협동연구총서」, 경제인문사회연구회
- 기세황, 2024, 장소성을 의미하는 원형적 개념 단어 연구 - 'placeness'와 'sense of place' 등의 사용정도를 기준으로, 「2024년 대한건축학회 춘계학술발표대회논문집」, 44(1)
- 김기홍, 2018, 글로컬 문화이론에 대한 소고, 「인문사회 21」, 9(5)
- 김동현, 전효재, 2023, 지역관광조직 현황 진단과 발전방안, 한국문화관광연구원
- 김문환, 2001, 지방자치와 지역문화- 문화복지의 이념을 중심으로, 「한양대 지방자치연구소 제 27차 세미나」, (2001.6.22.) 자료집
- 김상현, 2024, 도시씬 이론과 빅데이터를 접목한 도시공간의 특성 이해-도시씬(Scene)을 활용한 서울의 문화적 특징 파악, 서울연구원
- 김상현·장원호, 2016, 도시 씬(urban scene)과 지역발전, 「지역 사회학」, 17(1)
- 김성수, 2013, 두 개의 글로컬라이제이션 두 얼굴의 글로컬-글로컬라이제이션 개념을 배경으로 한 문화콘텐츠 기획의 혼와 실, 「글로벌문화콘텐츠」, 10(0), 글로벌문화콘텐츠학회
- 김소영, 김규원, 2023, 지역문화 창업 정책 방향 연구. 한국문화관광연구원
- 김승환, 2024, 우선과 우월을 벗어나 고유하며 조화하기-지역 절대주의의 오류를 바로잡으려면, 「Arete365」, 한국문화예술교육진흥원
- 김용철·안영진, 2014, 로컬리티 재구성 과정에 대한 이론적 분석틀, 「한국경제지리학회지」, 17(2)
- 김윤영, 진보라, 2022, 2021 지역관광발전지수 동향분석. 문화체육관광부
- 김창규, 2014, 문화국가 구현을 위한 문화분권의 과제, 「공법연구」, 42(4), 한국공법학회
- 김태환 외, 2020, 인구의 지역별 격차와 불균형, 「균형발전 모니터링 & 이슈 브리프」, 제1호, (2020.5월호), 국가균형발전지원센터
- 김해보, 2017, 지역문화진흥법의 형식주의적 제정 과정에 대한 제도론적 이해, 서울시립대학교
- 김해보, 2019, 문화도시 전략으로서 문화자원 개발_개념과 이슈, 「한국지역문화학회」, 2019 가을 학술대회 (2019.10.25)
- 김해보, 2023, Be C-lobal : 글로벌 플랫폼 시대에 로컬콘텐츠의 매력 살리기 (Be C-lobal : way to increase the appeal of local content in the era of global platforms), 「한국문화산업학회 2023년 춘계학술대회」,(2023.5.13)
- 김현호, 이제연, 김도형, 2021, 국가위기 대응을 위한 지방소멸 방지전략의 개발. 한국지방행정연구원
- 김현호, 한표환, 2004, 지역발전을 위한 향토자원의 개발 및 활용 방안, 한국지방행정연구원
- 라도삼 외, 2005, 문화향수를 위한 문화마케팅전략, 서울연구원

지역문화 매력·활력 증진 방안 연구

- 류영아, 2017, 고향사랑기부제도 도입의 쟁점과 과제, 「이슈와 논점」, 제1382호. 국회입법조사처
- 모종린, 2019, Creative City and Region-Centered Growth, 「CGCSE International Conference」
- 모종린, 2020, [포스트 COVID-19 시대 / 도시 ②] 국가만 재발견한 게 아니다, 우리는 동네도 재발견 했다, 「태재미래전략연구원 인사이트」, (2020.5.28.), 태재미래전략연구원
- 문옥표, 1995, 지방자치와 지역문화의 활성화, 「정신문화연구」, 18(2)
- 문체육관광부, 2021, 2021년 문화도시 추진 가이드라인
- _____, 2022, 제4차 관광개발기본계획 2022~2031
- _____, 2023, 문화로 여는 지방시대 – 지방시대 지역문화정책 추진전략
- _____, 2023, 문화로 지역활력 찾았어요!, 보도자료 (2023.1.31.)
- _____, 2023, 지역관광발전지수 표준모델 개선방안 연구, 문체육관광부
- 지방시대위원회, 2023, 제1차 지방시대 종합계획 : 2023 ~ 2027
- _____, 2023, 2024, 2024년 지방시대 시행계획
- 박세훈, 2020, 인구감소시대 지방중소도시 활성화를 위한 정책과제, 국회입법조사처
- 박원석, 2021, 도시재생을 위한 민·관협력 거버넌스로서 BID의 활용 방안, 「부동산분석」, 7(2), 한국부동산원
- 박주영, 김진영, 박준희, 2024, 민관 협력형 지역관광개발 활성화 방안. 한국문화관광연구원
- 박찬욱 외, 2013, 지역문화자원 융합을 위한 정책연구, 한국문화관광연구원
- 박혁서, 2015, 일본의 지역관리제도와 민간조직의 지역관리활동에 관한 연구, 「한국주거환경학회지」, 13(4), 한국주거환경학회
- 서동진·김주연, 2022, 장소정체성을 위한 장소성의 다의적 개념 비교 연구, 「한국공간디자인학회 논문집」, 17(3)
- 서우석, 2023, “예술하기 좋은 도시를 위하여” (2024 서울문화예술국제포럼, 2024.3.21.), 서울문화재단
- 손신욱, 김성윤, 박창환, 2023, 문화관광축제의 산업화 촉진을 위한 정책 지원방안, 한국문화관광연구원
- 송도영, 2007, 분권화 시대 지역문화진흥의 의미와 가치; 이상과 현실, 「분권화 시대의 지역문화발전과 활성화 전략 심포지엄 자료집」, 한국문화관광연구원
- 신옥근, 2013, 클로드 몰라르의 프랑스 문화시스템 도표를 통해 본 프랑스 문화정책의 변천과 문화국토개발, 「프랑스문화예술연구」, 43(0), 프랑스문화예술학회
- 양혜원 외, 2019, 예술의 가치와 영향 연구 - 국내외 담론과 주요 연구결과 분석, 한국문화관광연구원
- 양혜원 외, 2023, 지속가능한 문화매력국가를 위한 국가문화지수 개발 연구, 한국문화관광연구원
- 양현미, 2007, 문화의 사회적 가치 – 행복연구의 정책적 함의를 중심으로, 한국문화관광연구원
- 원도연, 2008, 참여정부 문화정책의 의미와 차기 정부의 과제, 「경제와 사회」, 0(79), 비판사회학회
- 오유라, 2019, 관광분야 빅데이터 활용사례 분석, 한국문화관광연구원
- 윤서연, 정상혁, 이슬이, 2022, 서울형 타운매니지먼트사업 현황 진단과 개선방향, 서울연구원
- 이경진, 2023, 여가생활 만족도가 행복감에 미치는 영향, 「ACKIS 문화돋보기」, 제144호, 한국문화관광연구원
- 이상림, 2020, 청년인구 이동에 따른 수도권 집중과 지방 인구 위기, 「보건복지 ISSUE & FOCUS」, 제395호, 한국보건사회연구원
- 이상봉, 2010, 지역과 지방, 로컬과 글로벌, 「황해문화」, 69
- 이상호, 2018, 한국의 지방소멸 2018: - 2013~2018년까지의 추이와 비수도권 인구이동을 중심으로, 「고용동향 브리프」, 한국고용정보원
- 이상호 외, 2021, 지역소멸 위기 극복을 위한 지역 일자리 사례와 모델, 한국고용정보원
- 이상호, 2024, 지방소멸 2024 - 광역대도시로 확산하는 소멸위험, 「지역산업과 고용 통계프리즘」, 한국고용정보원
- 이소영, 2021, 지방소멸 대응을 위한 관계인구 활용전략, 「지방자치브리프」, 제121호, 한국지방행정연구원
- 이순자 외, 2015. 국토문화자원을 활용한 지역발전전략 연구, 국토연구원
- 이순자 외, 2020, 지역 관광지 쇠퇴 원인 진단 및 활성화 방안 연구, 국토연구원
- 이영주 외, 2022, 지역경제 모니터링을 위한 지역활력지수(Vitality Index) 개발 및 활용방안, 국토연구원
- 이점순, 2018, 일본의 콤팩트시티 추진현황 및 개선방안 연구 - 일본 도야마시(富山市)의 실천사례를 중심으로, 「동북아

- 경제연구」, 30(2), 한국동북아경제학회
- 이제연, 이소영, 2021, 지방소멸 위기지역에 적합한 지역일자리 설계방안. 한국지방행정연구원
 - 이태겸, 박성호, 2023, 섬지역 워케이션 도입방안 연구-우수사례 분석을 중심으로, 한국섬진흥원
 - 장훈 외, 2022, 2020년 기준 지역문화실태조사 및 분석연구 - 종합문화지수 분석, 문화체육관광부
 - 정광렬 외, 2005, 분권시대 지역문화진흥체계 개선방안 연구, 한국문화관광연구원
 - 정광렬, 2009, 문화정책 연구의 정체성과 과제, 「문화정책논총」, 21, 한국문화관광연구원
 - 조미향, 2023, 일본의 지역정책과 뉴(NEW) 마치즈쿠리. 「동북아시아문화학회 국제학술대회 발표자료집」, 동북아시아문화학회
 - 조희정, 이영재, 김영완, 2023, 인구감소시대의 지역활성화전략에 대한 연구: 일본 관계안내소 사례를 중심으로. 「사회과학연구」, 31(2), 서강대학교 사회과학연구소
 - 지금종, 2001, 지역문화와 문화정책, 「민예총 지역문화의 해와 지역문화 활성화 방안 포럼 자료집」
 - 차미숙, 2016, 인구감소시대, 일본의 지방창생전략과 지역공간구조 재편방안, 「국토정책 주간지」, 국토연구원
 - 차미숙, 2021, 지역활력 증진과 ‘관계인구’ 활용, 「월간 국토」, 482, 국토연구원
 - 통계청, 2022~2024, 국내인구이동통계
 - 통계청, 2023, 장래인구추계: 2022~2072년, 통계청 보도자료 (2023.12.14.)
 - _____, 2023, 장래인구추계-시도편: 2022~2052년, 통계청 보도자료 (2024.5.28.)
 - 하혜영, 2023, 지방소멸 위기, 실천적 방향과 대안 2023 국회 세미나, 국회입법조사처.
 - 하혜영·임준배, 2024, 지방소멸 대응책으로 도입된 생활인구 제도 현황과 과제, 국회입법조사처
 - 한국감사원, 2021, 인구구조 변화 대응실태 감사보고서
 - 한국관광공사, 2023, (빅데이터 기반) 2024 관광트렌드 전망 및 분석 보고서. 한국관광공사
 - 한국관광공사, 2024, 지역 관광활성화 진단도구 및 시각화 서비스 강화, 한국관광공사
 - 한국광역문화재단연합회, 2023, 지역문화재단의 현황분석 및 변화방향 연구
 - 한국광역문화재단연합회, 2024, 사회문제해결 문화정책 현장 - 지역문화재단들의 사례와 시사점
 - 한국문화관광연구원, 2022, 2022 여가 백서
 - 한국문화관광연구원, 2022, 2020년 기준 지역문화실태조사 및 분석연구-현황통계분석 제1권,
 - 한국은행, 2022~2024, 지역경제보고서
 - 한석호, 김보람, 2023, 인구감소로 인한 지역소비 위축과 관광객 유치의 상쇄 효과, 충남연구원
 - 행정안전부, 2023, 주민등록 인구통계 (2023년 12월 기준)
 - Alberti, V. et al., 2023, Cultural and Creative Cities Monitor, Publications Office of the European Union, Luxembourg
 - Americans for the Arts, 2023, 10 Reasons to Support the Arts
 - Bop Consulting, 2021, Culture Counts : new approaches to evidence-based cultural policymaking in World Cities, WCCF
 - BOP Consulting, 2023, Life and Soul: World Cities Vitality Report, WCCF
 - Clark, T. N, 2013, The City as an Entertainment Machine, *Urban Studies*, Vol. 50, No. 4
 - Hay Festival Global, 2023, Hay Festival 2023 report
 - OECD, 2022, Measuring the attractiveness of regions, *OECD Regional Development Papers*, No. 36, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/fbe44086-en>.
 - OECD, 2022, L'internationalisation et l'attractivité des régions françaises, <https://doi.org/10.1787/6f04564a-fr>.
 - O'rourke, K. H., & Williamson, J. G. (2002). When did globalisation begin? European Review of Economic History, 6(1), 23–50. <https://doi.org/10.1017/S1361491602000023>
 - Ritzer, G. (2003). Rethinking Globalization: Glocalization/Grobalization and Something/Nothing. Sociological Theory, 21(3), 193–209. <https://doi.org/10.1111/1467-9558.00185>

- The Urban Institute, 2006, Cultural Vitality in Communities: Interpretation and Indicators, <https://www.urban.org/research/publication/cultural-vitality-communities-interpretation-and-indicators>
- Tuccio, M., 2019, Measuring and Assessing Talent Attractiveness in OECD Countries, OECD Social, Employment, and Migration Working Papers, No. 229, Paris: OECD Publishing: 0_1–58. doi:10.1787/b4e677ca-en.
- VibeLab, 2023, Creative Footprint-Sydney report
- VibeLab, 2024, Creative Footprint-Montreal report
- World Bank, 2020, World Development Indicators, World Database
- World Cities Culture Forum, 2015, WCCR(World Cities Culture Report)
- World Economic Forum, 2020, The Future of Jobs Report 2020, World Economic Forum
- World Economy Forum, 2022, Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Insight Report, <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/>

[단행본]

- 류정아, 2008,『한국의 지역문화: 현황 및 정책 방향을 중심으로』, 서울: 대왕사
- 마강래, 2017,『지방도시 살생부』, 서울: 개마고원.
- 마강래, 2018,『지방분권이 지방을 망친다』, 서울: 개마고원.
- 심재국, 2023,『콤팩트 네트워크: 위기의 도시를 살리다』, 서울: 매경출판.
- 양리 르페브르, 2013,『리듬 분석 (Elements de rythmanalyse, 1992)』, (정기현 역), 서울: 갈무리
- 윤찬영외, 2020,『슬기로운 뉴 로컬생활』, 서울: 스토어하우스.
- 이무용, 2022,『창조적 도시문화경영과 장소만들기』, 전남: 전남대학교출판문화원.
- 운찬영, 심병철, 2021,『로컬 꽃이 피었습니다.』, 서울: 스토어하우스.
- 윤주선, 장민영, 김영하, 2022,『지역관리회사와 마을재생: 군산시 지역관리회사 사례』, 서울: 건축공간연구원.
- 정기용, 2008,『감응의 건축: 정기용의 무주 프로젝트』, 서울: 현실문화.
- 조희정, 2021,『로컬, 새로운 미래』, 강원: 강원창조경제혁신센터.
- 한창욱, 김영한, 2007,『펭귄을 날게 하라』, 서울: 위즈덤하우스.
- Ray Oldenburg. 2019,『제3의 장소. [The Great Good Place]』, (김보영 역), 서울: 풀빛 (원전은 1999년에 출판).
- John Urry, 2014,『모빌리티.[Mobilities]』, (강현수, 이의상 역), 서울: 한국연구재단(원전은 2007년 출판).
- 増田寛也, 2015,『지방소멸. [地方消滅 - 東京一極集中が招く人口急減]』, (김정환 역), 서울: 미래엔 (원전은 2014년 출판).
- 藤波匠, 2018,『젊은이가 돌아오는 마을. [人口減が地方を強くする]』, (김범수 역), 서울: 황소자리(원전은 2016년 출판).
- 山下祐介, 2019,『지방회생. [都市の正義]』(변경화, 이윤정, 박현준 역), 서울: 이상북스 (원전은 2019년에 출판).
- 内田樹, 2019,『인구감소사회는 위험하다는 착각. [人口減少社会の未來學]』, (김영주 역), 서울: 위즈덤하우스. (원전은 2018년 출판).
- 神田誠司, 2020,『마을의 진화: 산골마을 가미야마에서 만난 미래. [神山進化論: 人口減少を可能性に変えるまちづくり]』, (류석진, 윤정구, 조희정 옮김), 서울: 반비. (원전은 2018년에 출판).
- 木下齊, 2022,『마을만들기 환상. [まちづくり幻想 :地域再生はなぜこれほど失敗するのか].』, (윤정구, 조희정 역), 서울: 더가능연구소. (원전은 2021년에 출판).
- 石山恒貴 외, 2022,『로컬의 발견: 제2의 장소와 관계인구. [地域とゆるくつながろうーサードプレイスと関係人口の時代ー]』, (윤정구, 조희정 역), 서울: 더가능연구소. (원전은 2019년에 출판).
- 小林重敬, 2021,『도시의 가치를 높이는 지역 매니지먼트. [まちの価値を高めるエリアマネジメント].』(이삼수, 윤장식, 송준환 역), 서울: 미세움. (원전은 2018년에 출판).
- 宮部謙司, 2021,『지역을 디자인하다: 지방소멸에 대처하는 지역마케팅 교과서. [地域活性化マ-ケティング 地域價值を創る. 高める方法論/宮副謙司]』, (엄상용 역), 서울: 학연문화사. (원전은 2014년에 출판).

[뉴스 기사]

- 류영재, (2006.11.16.). “‘글로컬’과 ‘로벌’의 차지만 큰 차이”, 머니투데이,
<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2006111614330728250>. (검색일: 2024.05.05.)
- 약업신문. (2018.1.8.). “건강을 좌우하는 내 몸 안의 장내 미생물”, 약업신문,
<https://www.yakup.com/news/index.html?mode=view&cat=14&nid=213940>, (검색일: 2024.05.06.)
- 정병일. (2023.06.13.). “AI 생성 콘텐츠로 훈련한 AI 모델은 ‘붕괴’”, AI TIMES,
<https://www.aitimes.com/news/articleView.html?idxno=151686>, (검색일: 2025.05.26.)
- 홍용덕, (2019.10.19.) “현책은 국경 넘어 세계인이 공유할 수 있는 자산”. 한겨례,
<https://www.hani.co.kr/arti/culture/book/708329.html>. (검색일: 2024.05.26.)
- Huw Thomas, (2019.08.21.) “Richard Booth: Bookshop owner and ‘king of Hay-on-Wye’ dies” Huw Thomas, <https://www.bbc.com/news/uk-wales-49406605>. (검색일: 2024. 05. 26.)