기본연구 2012_39

2013 문화예술트렌드 분석 및 전망

양혜원 · 김혜인

한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구책임 양 혜 원(한국문화관광연구원 책임연구원)
김 혜 인(한국문화관광연구원 책임연구원)
공동연구 안이영노(기분좋은QX 대표이사)
연구보조 김 연 희(홍익대 예술학과 석사)
박 경 화(이화여대 미술사학 석사 수료)
조 지 영(이화여대 정책과학대학원 석사)

서 문

2010년부터 발간해온 문화예술분야 트렌드에 대한 세 번째 연구보고서를 내게 되었습니다. 본 연구는 범사회적인 환경변화 속에서 나타나는 문화예술분야의 변화양상과 그 지속성 여부를 파악하여 문화예술분야 정책수요를 읽어내고 장기적인 정책적 접근의 방향을 설정하기 위한 기초 자료를 마련하는 데 목적이 있습니다. 이에 올해 나타난 문화예술분야에 나타난 흐름들 중 유의미한 현상들을 살펴보고, 그 트렌드 현상들이 앞으로 어떻게 나타날 것인지 제시해보는 데 중점을 두었습니다.

연속적으로 진행되어 온 본 연구의 특성 상, 앞선 2년간의 연구결과로 도출된 트렌드 현상들의 변화과정을 살펴보면서 문화예술분야의 지속적인 트렌드 이슈들을 진단해볼 수 있었다는 점에서 이번 연구의 의의를 찾아볼 수 있습니다. 올해는 특히 사회전반에 걸친 '불안함'이 문화예술분야에도 많은 영향을 미쳤던 것으로 보이며, 문화예술분야의 자생력과 사회적 역할을 강화하고자 하는 움직임이 강했던 것으로 파악됩니다. 또한 그간 발견되어온 트렌드 이슈들의 연장선상에서 발견되는 이슈들이 강력하게 제기되는 모습을 살펴볼 수 있었습니다.

물론 문화예술분야의 유동적인 특성 및 집단지성의 산물로 나오는 트렌드 연구의 특성으로 인해 문화예술분야의 모든 이슈들을 미처 담아내지 못했을 수도 있습니다. 이는 앞으로 보다 나은 연구방법에 대한 고민들을 통해 보완해나가야 할 부분이라 생각됩니다.

끝으로 본 연구를 위해 풍부한 경험과 의견으로 도움을 주신 많은 분들께 깊은 감사의 말씀을 전하며, 계속되는 트렌드 연구에도 많은 관심과 도움을 부탁드립니다.

2012년 12월

한국문화관광연구원

원 장 **박 광 무**

Korea Culture & Tourism Institute

연구개요

1. 연구의 배경 및 목적

○ 문화예술 분야는 범사회적으로 나타나는 다양한 변화에 따라 다이내믹하게 변화하고 있으며, 또한 문화예술 분야에서 나타난 흐름과 경향이 사회에 큰 영향을 미치기도 함

○ 한편 문화정책은 이러한 문화예술 분야의 동적 변화와 흐름을 선제적으로 파악하고 문화예술 분야에서 필요한 제도의 구축과 문제점의 완화를 위해 노력할 필요가 있음

○ 이러한 필요에 의해 2010년부터 1년 단위의 단기적 트렌드 분석을 매년 실시하는 연속적 형태의 트렌드 연구가 기획되었으며, 「2011 문화예술 트렌드 분석 및 전망」, 「2012 문화예술의 새로운 흐름(trend) 분석 및 전망」에 이어 2012년의 문화예술 트렌드에 대한 분석을 통해 2013년의 새로운 흐름을 전망해보는 「2013 문화예술 트렌드 분석 및 전망」이 시행됨

- 본 연구는 2012년에 문화예술 분야에서 나타난 변화의 징후나 트렌드 이슈들을 포착해 2013년의 문화예술 트렌드를 도출하였고, 이렇게 도출된 문화예술 트렌드에 대한 분석을 통해 2013년에 제기될 것으로 예상되는 문화예술분야의 정책수요 및 과제를 파악하고, 장기적 정책 접근을 위한 기초자료로 활용하고자 함

2. 연구 방법

○ 본 연구는 2010년, 2011년에 이루어진 문화예술 트렌드 분석 연구의 연장선상에서 마이크로트렌드로서의 문화예술 트렌드를 분석하였고, 트렌드와 트렌드 이슈의 개념을 구분하고, 트렌드 이슈에 대한 수집을 통해 트렌드를 도출하는 방법을 취함. 또한 최근 문화예술분야에서 정책 주도형 트렌드의 비중이 증가하는 점을 감안하여 정책 트렌드 역시 문화예술 트

렌드의 일부로 반영하되, 기본적으로는 문화예술분야에 대한 '정책 수요'를 파악한다는 관점에서 트렌드 이슈를 수집함

○ 문화예술 트렌드 이슈 도출 및 정리

- 각종 미디어에서 보도된 기사 검색 및 문헌 조사를 통해 2012년 범사회적 환경변화 및 트렌드 이슈를 정리함. 범사회적 환경변화는 트렌드 연구에서 기본틀로 사용되는 STEEP분석[1)]의 틀을 변형하여 적용하였으며, 문화예술분야 트렌드는 그와는 독립적으로 진행함
- 1차적으로 정리한 트렌드 이슈를 바탕으로 문화예술분야 현장 종사자 및 오피니언 리더를 대상으로 개별 심층 인터뷰 및 4차례에 걸친 FGI(Focused group interview)를 실시함((문화정책, 공연예술, 지역문화, 전통문화, 청소년문화, 시각예술, 사회적 기업, 마케팅/소비자트렌드, 대중문화 등 각 분야별 현장전문가 15명 대상)

○ 2013 문화예술 트렌드 선정

- 델파이 조사 : 범사회적 환경변화와 문화예술 분야 트렌드 이슈의 범주화를 통해 구조화된 설문지를 작성하여 문화예술분야 세부영역별 현장전문가를 대상으로 변형된 형태의 델파이조사를 실시함(공연예술, 시각예술, 전통문화, 대중문화, 지역문화, 청소년 문화, 다문화, 축제, 출판/책, 마케팅/소비자트렌드, 문화마케팅, 문화정책, 사회적 기업 등 각 분야 현장전문가 57명 중 30명이 응답, 응답률 52.6%)
- 델파이조사 설문지는 크게 ⅰ) 2012 문화예술 트렌드의 2012년 동안의 발전 정도 및 향후 지속발전 가능성 ⅱ) STEEP분석의 틀을 활용한 사회적 변화 및 이슈들의 문화예술분야에의 영향력 및 문화정책 관련 중요도 ⅲ) 2012년에 나타난 문화예술분야 이슈 중 트렌드로의 발전가능성 및 문화정책 관련 중요도라는 세 개의 범주로 구성됨
- 각 범주의 항목에 대해 점수를 기입하는 방식을 통해 종합적으로 우선

1) 5가지 요소(Social, Technological, Ecological, Economic, Political/Legal)를 중심으로 거시적 환경을 분석하는 방법

순위를 도출함(각 설문문항에 대한 응답은 2011년까지는 3점 척도로 측정되었으나 금년에는 5점 척도로 변경함)

- 델파이 포럼 : 델파이조사 결과에 대해 3회에 걸친 전문가들의 심층토론(FGD: Focused Group Discussion)을 통해 도출된 결과의 의미 분석 및 재해석. 총 14인의 전문가가 참여하여 문화예술 트렌드 이슈에 대한 델파이 조사 결과 및 그 의미에 대한 토론을 벌였으며, 이러한 과정을 거쳐 최종적으로 2013 문화예술 10대 트렌드를 도출함

3. 2013 문화예술 트렌드

1) 공감의 문화예술, 아픈 사회의 치유(healing)

○ 불안한 사회와 각박한 삶 속에서 현대인들의 심리적 불안 해소에 대한 욕구와 함께, 자신이 쉽게 접근할 수 있고 스스로 실행에 옮길 수 있는 손쉬운 힐링에 대한 관심이 증가하면서 여가문화의 일환에서의 힐링 경험에 대한 욕구가 지속될 전망임

- 2012년 4월 유엔이 발표한 〈세계행복 보고서(World Happiness Report)〉에 따르면, 한국인의 행복지수는 150개국 중 56위로 나타났으며, OECD 국가 중 자살률 1위, 여성 우울증 1위, 남성 돌연사 1위, 흡연율 1위 등 정신적 피로도가 높은 사회임
- 이러한 사회에서 '어떻게 하면 행복해질 수 있을까'에 대한 국민적 관심이 높아지고, 〈청춘콘서트〉, 〈힐링캠프〉 등을 통해 수평적 자세로 대중의 고통에 공감하고 치유와 소망을 투영하는 힐링 리더쉽 인물들에 대한 열광이 강해지면서, '힐링'은 올해 최고의 유행어로 나타남
- 특히, 자신의 내면을 들여다보며 스스로를 위로할 수 있도록 돕는 힐링의 개념이 강조되면서 생활 속에서 약간의 투자를 통해 가질 수 있는 손쉬운 힐링매체, 여가를 즐기는 느낌의 가벼운 힐링 수단으로서 '힐링 서

적(교보문고 힐링 관련 서적 1,000종, 아마존 4만종 이상)'이 인기를 끌고, 힐링전문방송 〈생명전자방송국〉 등이 등장하고, 힐링여행 관련 상품들이 인기를 끌고 있는 추세

○ 이러한 현상은 가해학생, 피해학생, 정서불안 청소년, 은둔형 외톨이, 성폭력 피해아동들을 위한 각종 문화예술프로그램처럼 학교폭력 및 정서적 결핍에 시달리는 청소년의 상처 치유를 위한 문화예술프로그램의 힐링적 가치에 대한 관심으로 연결되는 한편, 도시 속 자연학교인 '팜스쿨', 창의예술캠프 등과 같이 자연과 농촌에서의 문화예술활동을 통한 인성적 치유에 대한 관심 또한 출현

- 대검찰청 형사부, 인천보호관찰서 등에서 학교폭력 가해학생 대상의 문화예술치유프로그램 등을 통해 정서적 결핍에 대한 심리상태의 긍정적 변화가 나타났다고 밝히고 있으며, 동물이나 기구와의 교감을 통한 치유프로그램 등도 활발해질 전망임

2) 공동체(community)와 예술, 함께 길을 찾다

가. 커뮤니티 문화 찾기의 유행

○ 최근 우리 사회에서 현대도시의 가능성과 공동체성 회복을 위해 문화예술적 활동을 통한 공동체회복 실험들이 각광받고 있으며, 특히 지방자치단체 중심으로 새로운 도시 브랜딩 방식으로서 '마을만들기'사업이 활발하게 시행되는 중

- 2012년 8월 서울시는 〈서울시 5개년 마을공동체기본계획〉을 발표하고 '마을 정책'의 시작을 표면화하였고, 부산시는 〈산복도로 르네상스〉 사업으로 〈꽃마을 문화예술전시관〉을 개관하며 행복한 〈창조마을 만들기〉를, 경기도도 〈융합적 마을만들기〉사업을 시작하는 등 마을공동체 회복을 위한 문화예술프로젝트의 붐 현상이 나타나고 있음

- 주민들의 생활과 밀착된 공간(시장, 장터 등)에 〈예술공동작업장〉이나 〈시장 속 예술도서관〉등이 나타나고, 예술가와 주민, 상인들이 함께 예술작품을 유통하고 만들고 전시하거나, 시장 활성화를 위해 예술가가 함께 프로그램을 개발하는 등 유대감이 강해지는 여러 활동들이 계속적으로 강화될 것으로 기대

나. 생활문화예술과 참여형 예술의 확산으로 주민, 예술의 주체로 자리매김하다

○ 지역에 문화예술 인프라를 구축하고 문화 향유를 위한 콘텐츠를 주입하는 방식이 주를 이루었던 과거 지역 재생 프로젝트 방식에서 최근에는 지역 주민들이 자발적으로 스스로의 문화를 만들어 나갈 수 있도록 장을 마련해주는 방향으로 변화가 이루어지고 있음

- '바벨 디스코스 프로젝트'와 같은 생활문화공동체 사업, '상화와 함께하는 골목주민 다다 프로젝트', '장흥 오~라이 프로젝트', '마을이야기학교' 등과 같이 공동체 구성원이 자신의 삶과 사회적 환경, 이슈들을 주제로 능동적으로 예술에 참여하는 생활문화예술 활동이 활발하게 이루어지면서 지역주민이 '지역문화공동체의 문화예술생산자'로 자리매김하고 있음
- 한편 '오케디언스(Orchestra+Audiances)', 'LAMP', '비틀깨비'와 같이 관객이 직접 공연을 기획하고 무대에서 연주나 극에 직접 참여하는 '관객참여 공연'이 증가하면서 예술 체험의 질과 선택의 폭 또한 넓어지고 있음

다. 예술가, 문화행동으로 공동체와 교감하다

○ 사회공동체의 일원으로서 사회문제에 대한 주장과 행동을 하며 문화시위의 주체로 활동하는 예술가의 문화행동주의적 활동이 지속적으로 나타나고 있음

- 노동자의 일자리 회복을 위해 비어있는 공장을 스쾃(squat)해 전시를 개최한 〈콜트, 콜텍〉이나 18대 대선을 앞두고 현 정치사회상황에 대한 비판적 사회인식을 나타내고자 모인 문화예술인연대인 〈작가행동 1219〉와 같은 활동들이 활발

3) 문화예술, 공정한 시장을 요구하다

가. 저작권 제도, 뜨거운 감자로 떠오르다

○ 싸이가 김장훈의 공연 연출과 무대장치, 음향, 조명, 의상 등 공연 내용 전반을 무단으로 도용했다는 주장과 영화음악의 공연사용료를 둘러싼 '영화음악저작권대책위원회'와 '한국음악저작권협회' 간의 분쟁 등으로 저작권관련 이슈화

○ 한편 대중음악인들의 〈스톱 덤핑 뮤직! : Stop Dumping Music!〉 시위를 통해 과도하게 덤핑된 가격으로 제공되고 있는 다운로드 서비스와 무제한 스트리밍 서비스 등 온라인 음악시장의 문제점과 음원 저작권자와 유통업자 간의 수익 배분구조의 공정성에 대한 이슈도 제기됨

나. 도둑들과 광해, 천만 영화의 이면

○ 2012년 11월 처음으로 한국영화 관객 수가 1억 명을 돌파하고, 〈도둑들〉과 〈광해〉와 같이 천만 관객을 달성한 영화가 2편이나 나오는 등 한국영화의 새로운 부흥기가 열렸으나 다른 한편 〈피에타〉로 한국 영화사상 최초로 세계 3대 영화제 최고상인 베니스국제영화제 황금사자상을 수상한 '김기덕 감독'과 저예산 영화 〈터치〉의 '민병훈 감독'이 대형 배급사의 스크린 독과점을 비판하며 한국 영화산업의 독과점과 양극화 심화가 심각한 문제로 부각됨

- 2012년 말 기준 상위 4개 배급사의 관객점유율은 66%에 달하는 반면,

올해 개봉한 국내 저예산 상업영화와 독립영화 58편을 관람한 관객의 수는 1억 관객의 1%에 그치는 것으로 나타나 영화 산업 생태계의 건강성과 다양성을 확보하기 위한 조치 요구는 앞으로도 계속될 전망임

다. 대형제작사와 독립예술가, 그 빛과 그림자

○ CJ E&M이 방송, 영화, 뮤지컬, 대중음악을 아우르는 한국형 글로벌 문화제국으로 부상하고 SM엔터테인먼트와 같은 연예기획사들도 외식업, 여행업, 콘텐츠 제작 분야 등으로의 사업다각화를 통해 영향력의 증대를 꾀하고 있는 가운데 획일화된 공연 레퍼토리로 무대 예술의 다양성과 실험정신이 사라지고 있다는 비판의 목소리도 나타남

라. 착한 가격 찾기, 공연예술계 거품빼기 문화의 확산

○ 관람 기회의 확대와 티켓 가격 합리화 차원에서 예술의 전당이 '스탠바이 티켓'와 '좌석등급제', '청소년을 위한 리허설 무료 관람'과 '당일할인티켓' 제도를 실시하였고 뮤지컬 〈영웅〉 등도 거품을 뺀 적정 티켓 가격을 제시하는 등 '공연티켓의 착한 가격화' 움직임이 나타남

4) 예술가로 먹고 살자: 예술인 복지와 협동조합의 본격화

가. 예술가도 직업인이다 : 예술인복지법의 시행

○ 2012년 11월 〈예술인복지법〉이 시행되면서 예술인을 위한 최소한의 사회안전망으로서의 복지제도에 대한 세밀한 설계의 필요성과 직업인으로서 예술인의 범위 규정에 대한 논의들이 제기되었으며, 가장 시급한 지원대상자에 대한 적절한 시기의 지원, 기초예술가에 대한 우선적 지원, 생활고 해결 등이 우선되어야 한다는 등 예술인 복지제도의 실효적 정착을 위한 논의들이 확산되고 있음

나. 문화예술 협동조합, 대안이 될 것인가?

○ 문화예술 협동조합의 가능성과 한계에 대한 고민과 함께 협동조합 전환가능성을 고려하는 단체들이 증가하고 있으며, 지속가능한 협동조합 운영모델 개발에 대한 요구들이 강화되는 추세

- 2012년 12월부터 〈협동조합 기본법〉의 시행과 함께 '새세대 협동조합' 설립을 위한 정책적 지원이 강화되면서 문화예술계에서도 협동조합으로의 전환 및 설립에 대한 고민들이 확산되고 있는 추세
- 사회적 기업으로 활동하던 단체들을 중심으로 협동조합으로의 전환 고민이 본격화되고 있으며 조합원의 참여와 운영이 유지될 수 있는 지속적 구조마련 및 협동조합이 살아남을 수 있는 생태계 마련의 가능성을 타진하고 있는 상황으로, 협동조합 진흥을 위한 정책적 지원마련에 대한 요구들이 강화될 전망

다. "밥먹고 예술하자", 예술인 소셜 유니온의 출범

○ 예술인의 생존권과 인권에 대한 이슈들이 장기화된 경기침체와 맞닿으며 심화되고 예술인복지법시행과 더불어 본격화되면서 문화예술계 내부적으로 예술인의 자립을 위해 스스로 발언하고자 하는 집단적 움직임의 일환으로 〈예술인 소셜유니온〉, 〈뮤지션 유니온〉 등이 출범하였으며, 내년부터 예술의 사회적 공공성을 알리고 예술인의 생활고 문제 해결을 위한 집단적 활동을 본격화할 전망

5) 한류의 새로운 이름, K-Culture로 비상하다

가. 싸이 신드롬 : K-Pop의 새로운 모델이 되다

○ 2012년 싸이의 '강남스타일'은 전 세계를 K-pop 열풍으로 몰아넣으며 싸이 신드롬을 일으킴

- 강남스타일 뮤직비디오는 공개된 지 4개월 만에 유튜브 역대 최다 조회 동영상이 되었으며 미국 빌보드 싱글 차트 7주간 2위, 영국의 오피션 UK 싱글 차트 1위를 석권함. 또한 싸이는 미국의 유명 토크쇼 '더 투나잇쇼' 등에 출현하는가 하면 타임지의 올해의 인물 후보로 선정되는 등 월드스타로 거듭남
- 그간 댄스 아이돌 그룹 중심의 K-pop과는 다른 싸이의 성공모델(참여와 공유에 기반한 SNS를 통한 전파, 차별적인 메시지와 재미, 전 세대를 아우르는 포용력 등) 이 새로운 K-pop의 모델로 떠오를 것으로 예상됨

나. 한류 3.0 : K-Pop을 넘어 K-Culture로 융합하다

○ 1990년대 후반부터 2000년대 중반까지 한국 드라마(K-Drama)가 주도한 한류 1.0시대, 2000년대 중반부터 2010년 초반까지 한국 가요(K-Pop)이 주도한 한류 2.0의 시대를 거쳐 한류를 한국문화 전반, 즉 K-Culture로 연결시키는 한류 3.0의 시대로의 진화가 논의됨

- 소리꾼 '이자람'의 〈억척가〉, 서울시무용단의 창작무용극인 〈백조의 호수〉, 밀물현대무용단의 〈뿌리 깊은 나무〉, 국립발레단의 〈아름다운 조우〉, 춤다솜무용단의 〈키스 더 춘향〉, 미국 메트로폴리탄 미술관에서 열린 〈한국 르네상스 미술, 1400~1600년〉 등 다양한 예술분야에서 한국적 소재로 세계인이 공감하는 K-culture의 약진이 이루어질 것으로 보임

다. 천만 해외관광객 시대, 예술시장의 변화를 불러오다

○ 2012년 11월 우리나라를 찾은 외래관광객의 수가 1,000만 명을 돌파하면서 '문화관광(Cultural tourism)'과 '공연관광(performing arts tourism)' 등이 새로운 관광형태로 각광받고 있음

- 지난 해에 비해 외국인 공연티켓 판매량이 5배 정도 증가하는가 하면, 이러한 해외 관광객을 끌어들이기 위해 K-pop 스타 아이돌을 뮤지컬이나 연극의 주연으로 캐스팅하거나(광화문 연가, 캐치미이프유캔, 금발이 필요해 등) 한류스타나 K-pop 콘서트를 활용한 거리 또는 공간의 조성이 이어지는 등 '예술 관광' 수요를 흡수하기 위한 시도가 지속될 것으로 예상됨

6) 여가소비의 세대별 다층화와 문화복지 화두의 부상

가. 100세 시대의 도래와 여가문화의 이슈화

○ 의학기술의 발전과 생활환경의 개선으로 기대수명이 연장됨에 따라 우리 사회는 〈100세 시대〉로 진입하고 있으며 이러한 100세 시대를 대비하여 문화 및 여가 분야에도 새로운 패러다임이 요구되고 있음

나. 중장년층의 행복 추구, 액티브 시니어 세대의 문화여가소비 증가

○ 평균수명이 늘어나면서 은퇴 후의 삶에 대한 고민이 많아진 중장년 세대에서 인생을 즐기고 자신을 가꾸고자 하는 욕구가 높아지고 있으며 나우족(NOW, New Old Women), 노무(NOMU, No More Uncle)족의 확대와 함께 액티브 시니어(Active Senior)가 문화 콘텐츠 업계의 새로운 '빅 컨슈머'로 떠오르면서 이들을 겨냥한 문화·여가 상품 및 프로그램이 증가할 전망

다. 90년대 복고문화 열풍과 세대 간 문화콘텐츠의 상품화

○ 90년대 복고문화를 소재로 한 〈건축학개론〉과 〈응답하라 1997〉이 대히트를 기록하면서 구매력이 큰 30~40대를 대상으로 한 복고 콘텐츠 상품이 공중파, 토크쇼, 음원차트, 패션 등 전 분야에 걸쳐 거세게 몰아침

- 세시봉 열풍으로 대표되는 7080 복고 콘텐츠 이후 90년대 복고 콘텐츠가 새로이 등장하면서 세대(generation)간 문화콘텐츠의 상품화가 본격화되었다는 진단

라. 문제는 매개인력이다, 문화예술교육·복지인력 양성의 본격화

○ 100세 시대 도래로 인한 문화여가에 대한 관심이 높아지고 문화예술의 사회적·경제적 효과에 대한 사회적 인식이 증대되면서 취약계층의 문화향수 및 참여 기회 확대에 초점을 둔 '문화복지'가 화두로 부상

○ 특히 문화복지 서비스의 질적 향상과 성공적 수행을 위해 '문화복지 서비스 전달체계'의 구축과 '전문 매개인력의 양성'이 중요한 과제로 지적되는 가운데 〈문화예술교육지원법〉의 개정으로 '문화예술교육사' 제도가 전격 도입되었으며, '문화복지사' 제도 도입을 골자로 한 〈문화예술진흥법〉 개정안이 발의되면서 문화예술교육과 문화복지분야의 전문 매개인력 양성이 본격화되고 있음

7) 경계를 허무는 새로운 스타의 탄생

가. 오디션을 통한 새로운 아티스트의 탄생

○ 2009년부터 시작된 〈서바이벌 오디션 프로그램〉은 그간 양분되어 있던 '대중음악의 생산자와 수요자 간의 경계'를 허물고 있으며, 동 프로그램을 통해 배출된 '오디션 스타'들이 본격적으로 가요계에 진출하면서 대중문화계의 새로운 지각변동이 진행됨

- ‘슈퍼스타K 3’ 준우승팀이었던 〈버스커버스커〉는 수수하면서도 진솔한 매력을 가진 11곡의 자작곡으로 구성된 앨범을 통해 상반기 최고 음원 강자로 등극했으며 매력적 중저음의 당돌한 16세 소녀 〈이하이〉, 다양한 장르의 노래와 퍼포먼스를 완벽하게 소화하는 〈울랄라세션〉, 참신한 발상의 자작곡을 선보인 〈악동뮤지션〉, 〈밴드 서바이벌 TOP밴드〉가 배출한 〈TOXIC〉과 〈피아〉, 〈나는 가수다 2〉로 큰 화제를 모은 〈국카스텐〉 등이 아이돌 그룹의 자리를 메우면서 대중문화계는 보다 풍성하고 다채로워짐

나. 개가수와 배우감독, 영역을 넘나드는 활동들

○ 개그콘서트의 〈용감한 녀석들〉, 〈형돈이와 대준이〉 등 인기 개그맨들이 프로 가수 못지않은 실력으로 음원을 발매하고 주류 가요계에서 대중의 인기를 크게 얻게 되면서 개가수(개그맨 +가수)라는 신조어가 탄생하는가 하면, 하정우, 유지태, 구혜선, 윤은혜 등 스타 배우들의 감독 데뷔 선언이 잇따르며 대중문화계의 장르 간 경계가 허물어지고 있음

다. 엔터테이너에 경계란 없다

○ 대중문화계가 아닌 타 분야 전문가들 역시 경계를 뛰어넘어 활발한 엔터테인먼트 활동을 벌이고 있음

- 〈자기야〉, 〈한양스캔들〉, 〈베스트 닥터〉, 〈닥터의 승부〉 등 의학정보를 전문적으로 다루는 메디테인먼트 프로그램이나 〈황금알〉과 같이 매회 다양한 분야의 주제를 다루는 프로그램이 인기를 얻으면서 연예인에 버금가는 외모와 재치있는 입담으로 인기를 얻는 인포테이너(infortainer)가 새로운 스타로 떠올랐으며, 21세기형 폴리테이너(politainer)로 손꼽히며 SNS를 통해 막강한 영향력을 행사하는 소설가 ‘이외수’와 ‘공지영’, 서울대 ‘조국’ 교수, 리듬체조 요정 ‘손연재’와 최근 20개월의 공백을 깨고 화려

하게 귀환한 '피겨여왕 김연아', 〈힐링캠프, 기쁘지 아니한가〉에 출연하여 인기를 끈 축구선수 기성용 등이 이에 해당함

8) 문화다양성, 문화정책의 키워드로 부상하다

가. 다문화지원에서 문화다양성으로 패러다임 전환

○ 2012년 기준 우리나라에 거주하는 외국인 주민의 수가 총 140만 여명으로 증가한 가운데 〈문화다양성의 보호와 증진에 관한 법률안〉이 발의되면서 그간 결혼이민자 및 그 자녀, 단순기능근로자에 초점을 맞춘 일방적인 문화통합주의적 다문화지원정책에서 '각기 다른 민족, 인종, 문화적 배경을 가진 이주민과 사회적 소수자들이 동등하게 사회문화, 정치, 경제, 활동에 참여할 수 있도록 다문화사회의 기반을 마련하고, 다양한 문화의 공존과 표현의 다양성 인정을 통해 사회통합을 이루는 문화다양성'으로 패러다임 전환 필요성이 제기됨

나. 마이너리티, 문화예술로 공존의 뿌리를 뻗다

○ 2012년에는 〈제1회 에이블 연극제〉가 열리고 장애인 밴드 락 페스티벌인 〈사람사랑 樂 페스티벌〉이 열렸는가 하면, 이주민 예술가들이 모여 홍대에 이주민문화예술센터 '프리포트(Freeprot)'를 열고 〈제1회 서울이주민예술제〉를 개최함. 탈북인 2만 5천명의 시대에 그들의 아픔과 문화를 이해하기 위한 영화(선처, 량강도 아이들), Cry with us 등의 공연, 방송(지금은 탈북인 시대, 이제 만나러 갑니다) 프로그램 등이 만들어지고 있으며 커밍아웃을 선언한 김조광수 감독의 영화 〈두 번의 결혼식과 한 번의 장례식〉이 흥행에 성공하는 등 장애인, 이주민, 성소수자, 탈북자 등 우리 사회의 소수집단(minority)들이 활발한 문화예술활동을 통해 우리 사회에 공존과 공감의 뿌리를 뻗어나가고 있음

다. 취향의 다변화를 타고 비주류의 역습이 시작되다

○ ‘십센치, 어반 자카파, 에피톤 프로젝트, 장기하와 얼굴들, 글렌체크’ 등 공연마다 매진시키며 막강한 티켓파워를 자랑하는 인디 밴드가 대거 늘어나 인디 음악이 공연시장의 블루칩으로 떠오르고 대중가요계에도 아이돌 대신 ‘케이윌, 에픽하이, 나얼, 국카스텐’ 등 실력파 아티스트들이 큰 인기를 얻음

○ 또한 대규모 라이센스 뮤지컬의 틈새를 비집고 국내 창작뮤지컬이 연간 100여 편 이상 제작되고 있으며, 〈마리아 마리아〉, 〈루나틱〉, 〈지하철 1호선〉 등 장기 롱런 뮤지컬도 대거 나타나 창작뮤지컬의 부흥기를 맞고 있음

9) SNS로 놀기, SNS로 말하기, SNS로 뭉치기

가. 놀이문화로 정착된 SNS, 이제는 나에게 맞는 플랫폼 찾기

○ 스마트폰의 확산으로 SNS이 국민 생활 속에 정착되면서 젊은 세대 뿐 아니라 어린이, 중·장년, 노년세대까지 이용자층이 확대되고, 개인의 다양한 취향에 부응할 수 있는 컨텐츠들이 전문화되면서 자신의 입맛 따라 고르는 SNS 문화가 확산되고 있음

- 비주얼 콘텐츠를 기반으로 하는 ‘이미지 SNS’인 〈인스타그램〉, 〈핀터레스트〉 등은 모바일 상에서 사진을 촬영하고 편집하며, 공유하고, 지인을 팔로잉할 수 있어 이미지를 매개로 한 관계형성을 중시하는 이용자층에게 높은 호응을 얻으며 가입자 수가 폭발적으로 증가하고 있으며, 커리어 중심의 SNS인 〈링크드인〉이나, 소셜 뮤직서비스인 〈리슨미〉, 지인들과의 중고거래 SNS인 〈후즈클립〉등 다양한 SNS 이용문화가 나타나는 추세
- 한편 SNS 사용이 일상화되면서 자기 정보가 과잉 노출되는 것에 대해

피로감을 호소하는 사람들이 늘어나면서 특정 모임을 위해 소수의 지인들만의 네트워크인 폐쇄형 SNS 〈밴드〉, 〈비트윈〉, 〈캠프〉, 〈에피소드〉 등도 인기

나. 팟캐스트, 뉴미디어로 정착하다

○ 올해 상반기까지 팟캐스트 시장을 달군 〈나꼼수〉, 〈뉴스타파〉, 〈이털남〉 등 정치적 성향을 띤 매체들의 성공과 함께 팟캐스트를 통한 사회적 소통 가능성이 널리 알려지면서 1주에 10개 이상의 새로운 팟캐스트가 생성되고 있음

○ 일반인이 쉽게 자신만의 채널을 운영할 수 있다는 장점으로 인해 문화예술을 포함한 전 분야를 망라하는 다양한 채널들이 등장하고 있으며, 특정 분야에 대한 전문가 수준의 지식공유 방송 들이 등장하는 등 1인 미디어로 자리잡고 있는 추세

다. SNS로 기획하는 시민들의 소셜파티

○ SNS가 실제 공간에서 사람들을 모이게 만드는 힘있는 도구로 작용하면서 시민들의 소셜파티를 만드는 매개체로 자리잡음

- 〈T24 소셜 페스티벌〉, 〈X-마스 솔로대첩〉, 〈포스퀘어〉 등 동일한 SNS 유저들끼리의 파티가 활발해지고 있으며, 이 모든 기획 과정이 SNS를 통해 이루어지고 확산되었다는 점은 SNS가 사람들을 모이게 하는 소셜파티의 매개체로서 자리 잡았다는 것을 보여주고 있으며, 이러한 경향들이 기업마케팅 요구들과 맞닿으며 계속해 확산될 것으로 전망

10) 노블리스 오블리주에서 시티즌 오블리주로

가. 재능기부, 이제는 재능교환시대

○ 문화예술분야에 대한 기부가 기존의 선택된 소수의 특권계층에 의한 위로부터의 나눔문화인 노블리스 오블리주(nobless oblige)에서 일반 시민들에 의한 나눔문화인 시티즌 오블리주(citizen oblige)로 저변이 확대되고 있음

○ 특히 최근에는 '피플게이트(People GATA)', '더 소금(The소금)', '예술나무포털(artistree)' 등의 재능매칭 기부사이트가 나타나면서 과거 일방적인 재능기부에서 각자가 가진 다른 재능을 서로 주고 받는 재능교환이 새로운 트렌드로 떠오르고 있으며 〈철가방 우수씨〉 등 재능기부를 통한 영화의 합동제작 활동, 예술인에 대한 의료복지 혜택과 재능기부를 맞교환하는 새로운 교환방식도 나타남

나. 모바일 시대로 가까워진 스마트 기부문화

○ 스마트폰과 SNS의 발달로 빠르고 쉽게 기부하는 참여형 나눔인 이지 오블리주(easy oblige)가 확산되고 있으며 인터넷과 휴대폰 앱(Application)을 통한 실시간 기부의 증가로 젊은 층의 기부 참여가 확산되고 있음

- 기존의 굿네이버스의 〈소셜100원의 기적〉이나 네이버의 〈해피빈〉 외에도 통화시간에 따라 기부금이 적립되는 〈기부천사〉, 〈기부톡〉, 걸을 때마다 기부금이 발생하는 〈빅 워크〉 등 다양한 방식의 기부전용 앱이 나타나고 있으며, 영국 문화매체체육부는 모바일을 통한 문화예술기부 플랫폼을 구축하고 구동 중임

다. 크라우드 펀딩, 후원에서 투자로 스펙트럼 다변화

○ 자금력이 부족한 예술단체나 가난한 창작자들의 활로 개척을 위한 대안적 모금방식으로 각광을 받은 크라우드 펀딩은 〈텀블벅〉과 〈펀듀〉, 〈한국문화예술위원회〉 등 20여개의 크라우드 펀딩 사이트를 통해 이루어지고 있으며, 사회적으로 민감한 소재를 다루고 있어 투자의 어려움을 겪었던 영화 〈26년〉과 〈또 하나의 가족〉이 크라우드 펀딩을 통해 개봉 또는 목표액을 달성하여 화제를 모음

○ 한편 최근에는 문화예술 프로젝트에 대한 '후원'의 방식보다는 '투자'에 중점을 둔 〈머니옥션〉과 같은 P2P금융 크라우드 펀딩 투자 플랫폼이 각광을 받고 있어 다변화되고 있는 크라우드 펀딩을 위한 제도적 보완조치가 요구됨

제1장 서 론 ·····1

제1절 연구의 배경 및 목적 ·····3
1. 연구의 배경 ·····3
2. 연구 목적 ·····4

제2절 연구방법 ·····5
1. 연구방법의 설계 ·····5
2. 연구방법의 흐름 ·····6

제2장 2012년의 환경변화 분석과 2012년 문화예술트렌드 진단(2011년 전망) ·····11

제1절 2012년 환경변화와 트렌드 ·····13
1. 국제관계 / 정치경제 분야 ·····13
2. 사회 / 라이프스타일 / 인구변화 분야 ·····16
3. 기업경영 / 마케팅 / 소비문화 분야 ·····23
4. 과학기술 / 디지털 환경 분야 ·····26
5. 환경 분야 ·····28

제2절 2012 문화예술 트렌드의 발전 정도 및 지속가능성 진단 ··31
1. K-pop, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다 ·····33
2. 소셜미디어로 말하고, 소셜 미디어로 창조한다 ·····34
3. 예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한변신하다 ·····35
4. 문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다 ·····35
5. 가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다 ·····36
6. 예술로 사회를 치유한다 ·····37
7. 불안한 미래의 예술창작자, 자립에서 길을 찾다 ·····37
8. 마이너리티의 힘이 문화예술의 주류를 이끈다 ·····37
9. 이제 환경운동은 문화예술로 한다 ·····38
10. TV, 바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다 ·····39

제3장 2013 문화예술 트렌드 ·····41

제1절 공감의 문화예술, 아픈 사회의 치유(healing) ·····43
1. 히스테릭한 사회에 지친 현대인의 치유, 손쉬운 힐링의 유행 ···43
2. 청소년의 상처 치유를 위한 예술치유의 전문화 ·····47
3. 자연과 농촌과 함께하는 인성적 치유의 확장 ·····53

제2절 공동체(community)와 예술, 함께 길을 찾다 ·····56
1. 커뮤니티 문화 찾기의 유행 ·····56
2. 생활문화예술과 참여형 예술의 확산으로 주민, 예술의 주체로 자리매김하다 ·····66
3. 예술가, 문화행동으로 공동체와 교감하다 ·····72

제3절 문화예술, 공정한 시장을 요구하다 ·····75
1. 저작권 제도, 뜨거운 감자로 떠오르다 ·····75
2. 도둑들과 광해, 천만 영화의 이면 ·····90
3. 대형제작사와 독립예술가, 그 빛과 그림자 ·····97
4. 착한 가격 찾기, 공연예술계 거품빼기 문화의 확산 ·····101

제4절 예술가로 먹고 살자 : 예술인 복지와 협동조합의 본격화 ··104
1. 예술가도 직업인이다 : 예술인 복지법의 시행 ·····104
2. 문화예술 협동조합, 대안이 될 것인가? ·····107
3. “밥 먹고 예술하자”, 예술인 소셜 유니온의 출범 ·····112

제5절 한류의 새로운 이름, K-Culture로 비상하다 ·····115
1. 싸이 신드롬 : K-pop의 새로운 모델이 되다 ·····115
2. 한류 3.0 : K-pop을 넘어 K-Culture로 융합하다 ·····122
3. 천만 해외관광객 시대, 예술시장의 변화를 불러오다 ····135

제6절 여가소비의 세대별 다층화와 문화복지 화두의 부상 ·····145
1. 100세 시대의 도래와 여가문화의 이슈화 ·····145
2. 중장년층의 행복 추구, 액티브 시니어세대의 문화여가 소비 증가 ·····146
3. 90년대 복고문화 열풍과 세대 간 문화콘텐츠의 상품화 ·153
4. 문제는 매개인력이다, 문화예술교육 · 복지인력 양성 본격화 158

제7절 경계를 허무는 새로운 스타의 탄생 ·····170
1. 오디션을 통한 새로운 아티스트의 탄생 ·····170
2. 개가수와 배우감독, 영역을 넘나드는 활동들 ·····175
3. 엔터테이너에 경계란 없다 ·····179

제8절 문화다양성, 문화정책의 키워드로 부상하다 ·····184
1. 다문화지원에서 문화다양성으로 패러다임 전환 ·····184
2. 마이너리티, 문화예술로 공존의 뿌리를 뻗다 ·····189
3. 취향의 다변화를 타고 비주류의 역습이 시작되다 ·····196

제9절 SNS로 놀기, SNS로 말하기, SNS로 뭉치기 ·····205
1. 놀이문화로 정착된 SNS(누리소통망), 이제는 나에게 맞는 플랫폼 찾기 ·····205
2. 팟캐스트, 뉴미디어로 정착하다 ·····210
3. SNS로 기획하는 시민들의 소셜 파티 ·····212
4. 소셜게임, 국민게임으로 등극하다 ·····215

제10절 노블리스 오블리주에서 시티즌 오블리주로 ·····219
1. 재능기부, 이제는 재능교환시대 ·····219
2. 모바일 시대로 가까워진 스마트 기부문화 ·····227
3. 크라우드 펀딩 : 후원에서 투자로 스펙트럼 다변화 ·····229

제4장 결 론 ·····239

참고문헌 ·····245

ABSTRACT ·····257

부 록 ·····259

표 차례

〈표 2-1〉 국제관계 /정치경제 분야 환경 변화 ·····13
〈표 2-2〉 사회 / 라이프스타일 /인구변화 관련 환경변화 ·····17
〈표 2-3〉 기업경영 / 마케팅 / 소비문화 분야 ·····23
〈표 2-4〉 과학기술 / 디지털 환경 분야 ·····26
〈표 2-5〉 환경분야 ·····29
〈표 2-6〉 2012 문화예술 트렌드의 발전 정도와 지속발전 가능성 ·····31
〈표 3-1-1〉 2012년 출판계 인기 서적 순위 ·····47
〈표 3-2-1〉 광역지자체 마을 만들기 현황 ·····59
〈표 3-3-1〉 국내 주요 디지털 음원서비스 가격 현황 ·····87
〈표 3-3-2〉 온라인 전송사용료 징수규정 개정안의 내용 ·····88
〈표 3-3-3〉 주요 국가의 온라인 음원 가격 ·····89
〈표 3-3-4〉 해외 및 한국의 음원수익배분 비율 비교 ·····89
〈표 3-3-5〉 2012년 관람객 기준 영화 순위(2012.12.14. 기준) ·····91
〈표 3-3-6〉 2012년 배급사별 점유율(2012.12.14. 기준) ·····94
〈표 3-5-1〉 한류의 진화 : 한류 1.0에서 한류 3.0까지 ·····126
〈표 3-5-2〉 전세계 국제관광객 및 방한 외래관광객 증감율 ·····136
〈표 3-6-1〉 문화복지의 개념, 대상, 목표, 영역 ·····159
〈표 3-6-2〉 문화복지 사업 중 소외계층 문화향유 사업 현황 ·····160
〈표 3-6-3〉 문화예술교육사 자격요건 ·····164
〈표 3-6-4〉 2급 문화예술교육사 교육기관 선정결과(2012년 12월 기준) 165
〈표 3-6-5〉 학교문화예술교육 예술강사의 수 ·····166
〈표 3-8-1〉 제2차 다문화가족정책 기본계획(2013-2016)의 내용 ·····184
〈표 3-10-1〉 한국문화예술위원회의 2011년 크라우드 펀딩 추진 성과 ···231
〈표 3-10-2〉 한국문화예술위원회의 2012년 크라우드 펀딩 추진 성과 ···231

그림 차례

[그림 1-1] 델파이 조사 주요 내용 ·····9
[그림 1-2] 2013 문화예술 트렌드 이슈 도출과정 흐름도 ·····10
[그림 2-1] 국제관계 /정치경제 분야 환경 변화 ·····14
[그림 2-2] 사회 / 라이프스타일 /인구변화 관련 환경변화 ·····17
[그림 2-3] 기업경영 / 마케팅 / 소비문화 분야 ·····24
[그림 2-4] 과학기술 / 디지털 환경 분야 ·····26
[그림 2-5] 환경분야 ·····29
[그림 2-6] 2012 문화예술 트렌드의 발전 정도와 지속가능성 ·····32
[그림 2-7] 전세계 SNS 이용자의 수 ·····34
[그림 3-3-1] 공연 관련 저작권 관리 단체 ·····80
[그림 3-3-2] 디지털 음원시장 성장 추세 ·····86
[그림 3-3-3] 디지털 음악사용료 분배구조와 관련된 저작권 ·····88
[그림 3-5-1] 2012년 11월 3일지 빌보드 차트 표지모델 싸이 ·····116
[그림 3-5-2] TOPSY에서 집계된 싸이(psy)에 대한 트윗의 지역별 분포 117
[그림 3-5-3] 해외에서 나타난 강남스타일의 패러디 ·····119
[그림 3-5-4] 방한 외래관광객 수 추이 ·····136
[그림 3-5-5] 한국을 여행목적지로 선택할 때 고려한 요인 ·····137
[그림 3-5-6] 한국 여행 시 방문한 곳 ·····137
[그림 3-5-7] 한국 여행 중 좋았던 관광지 ·····138
[그림 3-5-8] 방한기간 중 주요 참여 활동 ·····138
[그림 3-5-9] 방한 기간 참여한 활동 중 가장 좋았던 활동 ·····139
[그림 3-6-1] 은퇴 후 여가, 취미활동의 비중 ·····148
[그림 3-8-1] 국내 외국인 주민 현황(2008~2012) ·····186
[그림 3-8-2] 국내 외국인 주민 자녀수의 추이(2006~2012) ·····187
[그림 3-10-1] 전문성을 활용한 자원봉사 경험 ·····220
[그림 4-1] 범사회적 환경변화와 2013 문화예술 트렌드 ·····241

제1장

서 론

제1절

연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

○ 문화예술 분야는 범사회적으로 나타나는 다양한 변화에 따라 다이내믹하게 변화하고 있으며, 또한 문화예술 분야에서 나타난 흐름과 경향이 사회에 큰 영향을 미치기도 함

○ 한편 문화정책은 이러한 문화예술 분야의 동적 변화와 흐름을 선제적으로 파악하고 문화예술 분야에서 필요한 제도의 구축과 문제점의 완화를 위해 노력할 필요가 있음

- 즉 문화정책이 시대의 흐름에 뒤처지지 않기 위해서는 문화예술 분야의 변화와 수요를 미리 파악하고 이에 근거하여 단기적· 장기적 비전과 계획을 정립할 필요가 있음

○ 이러한 필요에 의해 2010년부터 1년 단위의 단기적 트렌드 분석을 매년 실시하는 연속적 형태의 트렌드 연구가 기획되었으며, 「2011 문화예술 트렌드 분석 및 전망」, 「2012 문화예술의 새로운 흐름(trend) 분석 및 전망」이 발표됨

○ 2012년 역시 그 연장선상에서 2012년의 문화예술 트렌드에 대한 분석을 통해 2013년의 새로운 흐름을 전망해보는 「2013 문화예술 트렌드 분석 및 전망」이 시행됨

2. 연구 목적

○ 본 연구는 2012년에 문화예술 분야에서 나타난 변화의 징후나 트렌드 이슈들을 포착해 2013년의 문화예술 트렌드를 전망하고자 함

- 즉 본 연구는 문화예술 트렌드에 대한 단기적 예측분석의 성격을 띰

○ 또한 이렇게 도출된 문화예술 트렌드에 대한 분석을 통해 2013년에 제기될 것으로 예상되는 문화예술분야의 정책수요 및 과제를 파악하고, 장기적 정책 접근을 위한 기초자료로 활용하고자 함

○ 한편 1년 단위로 문화예술 트렌드를 선정, 분석, 전망함으로써, 문화예술에 대한 사회적 관심을 높이고 문화예술 분야에 대한 정책적 의제를 공론화하고 소통할 수 있는 기회로 삼고자 함

제2절

연구방법

1. 연구방법의 설계

○ 본 연구는 2010년, 2011년에 이루어진 문화예술 트렌드 분석 연구의 연장선상에서 기존에 활용된 연구방법론을 적용하도록 함[2)]

- 다만 기존연구조사과정에서 드러난 문제점이나 한계를 보완하는 형태로 진행

○ 본 연구의 연구방법 설계에 있어 주안점은 다음과 같음

○ 첫째, 본 연구는 마이크로트렌드로서의 문화예술 트렌드를 분석하고자 함

- 트렌드는 크게 메가트렌드[3)]와 마이크로 트렌드로 대별되는데, 마이크로트렌드는 사소한 다수의 강력한 파워와 이들이 만들어내는 니즈를 반영하는 다양한 형태의 트렌드에 초점이 있으며, 메가트렌드의 시간 주기 및 관점으로 접근하기 어려운 문화예술분야 트렌드의 다양성과 유동성을 포착하는 데 적합하다는 장점을 가짐(박소현. 2011)

○ 둘째, 지난 해와 마찬가지로 2011년에 도출된 '2012 문화예술 트렌드'가 2012년에 실제 어떻게 발현되었는지 그 발전 정도와 향후 지속가능성을 진단하도록 함

○ 셋째, 트렌드와 트렌드 이슈의 개념을 구분하고, 트렌드 이슈에 대한 수집을 통해 트렌드를 도출하는 방법을 취함

- 일반적으로 트렌드는 특정한 시점에 징후로 출발하되 다양한 사회문화적

2) 연구방법의 기본 틀과 관련해서는 박소현.(2010). 「2011 문화예술 트렌드 분석 및 전망」. 한국문화관광연구원; 박소현.(2011). 「2012 문화예술의 새로운 흐름 분석 및 전망」. 한국문화관광연구원.을 참조함

3) 10년 혹은 그 이상동안 우리의 삶을 형성하는 크고 중요한 방향성을 메가트렌드라 함

영역에서 광범위한 대중적 지지를 얻어 5년 이상의 시간적 주기를 가지고 필연적인 변화를 촉발하게 되는 사회문화 현상(김경훈. 2005)으로 트렌드 개념 자체는 보다 구조화되고 안정적인 성격을 가짐. 이 경우 트렌드 자체로서 변화의 징후를 대변한다고 보기에 어려움이 있으므로 본 연구에서는 트렌드로서 구조화되기 이전의 사건이나 사례, 이슈나 쟁점 등의 형태로 존재하는 트렌드 이슈, 즉 트렌드의 원재료를 수집하는 데 중점을 두고 트렌드 이슈 간의 관계망을 파악하는 트렌드 이슈 매핑과 트렌드 이슈를 바탕으로 한 전문가 델파이 조사를 통해 트렌드를 선정함(박소현. 2011)

○ 넷째, 본 연구는 문화예술분야에 대한 '정책 수요'의 파악이라는 관점에서의 접근방식을 취함

- 최근 문화예술분야에서 정책 주도형 트렌드의 비중이 증가하는 점을 감안하여 정책 트렌드 역시 문화예술 트렌드의 일부로 반영하되, 기본적으로는 문화예술분야에 대한 '정책 수요'를 파악한다는 관점에서 트렌드 이슈를 수집함

2. 연구방법의 흐름

가. 2012년의 범사회적 환경 변화 도출 및 정리

○ 기사검색 및 문헌조사

- 2012년 1월 1일 이후부터 12월 20일까지의 기간 동안 각종 미디어를 통해 발표된 기사 검색 및 문헌 조사를 통해 범사회적 환경변화 및 트렌드 이슈를 1차적으로 정리
- 범사회적 환경변화는 트렌드 연구에서 기본틀로 사용되는 STEEP분석[4]의 틀을 변형하여 조사하고 정리함

4) 5가지 요소(Social, Technological, Ecological, Economic, Political/Legal)를 중심으로 거시적 환경을 분석하는 방법

○ FGI(Focused group interview)

- 한편 1차적으로 정리한 범사회적 환경변화를 바탕으로 문화예술분야 현장 종사자 및 오피니언 리더들을 대상으로 FGI를 실시하여 수정 및 보완을 거침

나. 2013 문화예술 트렌드 이슈 도출 및 정리

○ 기사검색 및 문헌조사

- 범사회적 환경변화 분석과 마찬가지로 2012년 1월 1일 이후부터 12월 20일까지의 기간 동안 각종 미디어를 통해 발표된 기사 검색 및 문헌조사를 통해 문화예술 트렌드 이슈를 1차적으로 정리함

○ 개별 심층 인터뷰와 FGI(Focused group interview) 실시

- 1차적으로 정리한 문화예술트렌드 이슈를 바탕으로 문화예술분야 현장 종사자와 오피니언 리더들을 대상으로 개별 심층인터뷰와 FGI를 4차례에 걸쳐 시행하여 트렌드 이슈의 심화 정리(문화정책, 공연예술, 지역문화, 전통문화, 청소년문화, 시각예술, 사회적 기업, 마케팅/소비자트렌드, 대중문화 등 각 분야별 현장전문가 15명 대상)

다. 2013 문화예술 트렌드 선정 : 델파이조사와 델파이포럼 실시

1) 델파이조사의 실시

○ 범사회적 환경변화와 문화예술 분야 트렌드 이슈의 범주화를 통해 구조화된 설문지를 작성하여 문화예술분야 세부영역별 현장전문가를 대상으로 변형된 형태의 델파이조사를 실시함

- 통상 델파이조사는 동일인에게 반복적인 조사 및 환류를 거쳐 합의를 도출하는 미래예측기법에 해당함. 본 조사에서는 '반복'과 '환류'라는 2개의 요소는 유지하되 1회의 델파이조사와 3회의 델파이포럼을 통해 전문가들의 합의를 이끌어내는 방법으로 변형함

○ 델파이조사 설문지는 크게 ⅰ) 지난해 도출된 2012 문화예술 트렌드의 올해 동안의 발전 정도 및 향후 지속발전 가능성 ⅱ) STEEP분석의 틀을 활용한 사회적 변화 및 이슈들의 문화예술분야에의 영향력 및 문화정책 관련 중요도 ⅲ) 2012년에 나타난 문화예술분야 이슈 중 트렌드로의 발전가능성 및 문화정책 관련 중요도라는 세 개의 범주로 구성됨

- 각 범주의 항목에 대해 점수를 기입하는 방식을 통해 종합적으로 우선순위를 도출함(각 설문문항에 대한 응답은 2011년까지는 3점 척도로 측정되었으나 금년에는 5점 척도로 변경함)

○ 델파이 조사의 개요

- 조사기간 : 2012.10.25.(목)~11.7.(수)
- 조사내용 :
  - ⅰ) 지난해 도출된 2012 문화예술 트렌드의 올해 동안의 발전 정도 및 향후 지속발전 가능성
  - ⅱ) STEEP분석의 틀을 활용한 사회적 변화 및 이슈들의 문화예술분야에의 영향력 및 문화정책 관련 중요도
  - ⅲ) 2012년에 나타난 문화예술분야 이슈 중 트렌드로의 발전가능성 및 문화정책 관련 중요도
- 조사대상 : 공연예술, 시각예술, 전통문화, 대중문화, 지역문화, 청소년문화, 다문화, 축제, 출판/책, 마케팅/소비자트렌드, 문화마케팅, 문화정책, 사회적 기업 등 각 분야 현장전문가 57명 중 30명(응답률 52.6%)
- 조사응답자의 구성

분야	응답자 수	분야	응답자 수
공연예술	4	시각예술	2
다문화	1	영화	1
대중문화	3	전통예술	2
소비자트렌드	2	지역문화	3
문화마케팅	2	청소년문화	1
문화정책	4	축제	2
사회적기업	1	출판/책	2

[그림 1-1] 델파이 조사 주요 내용

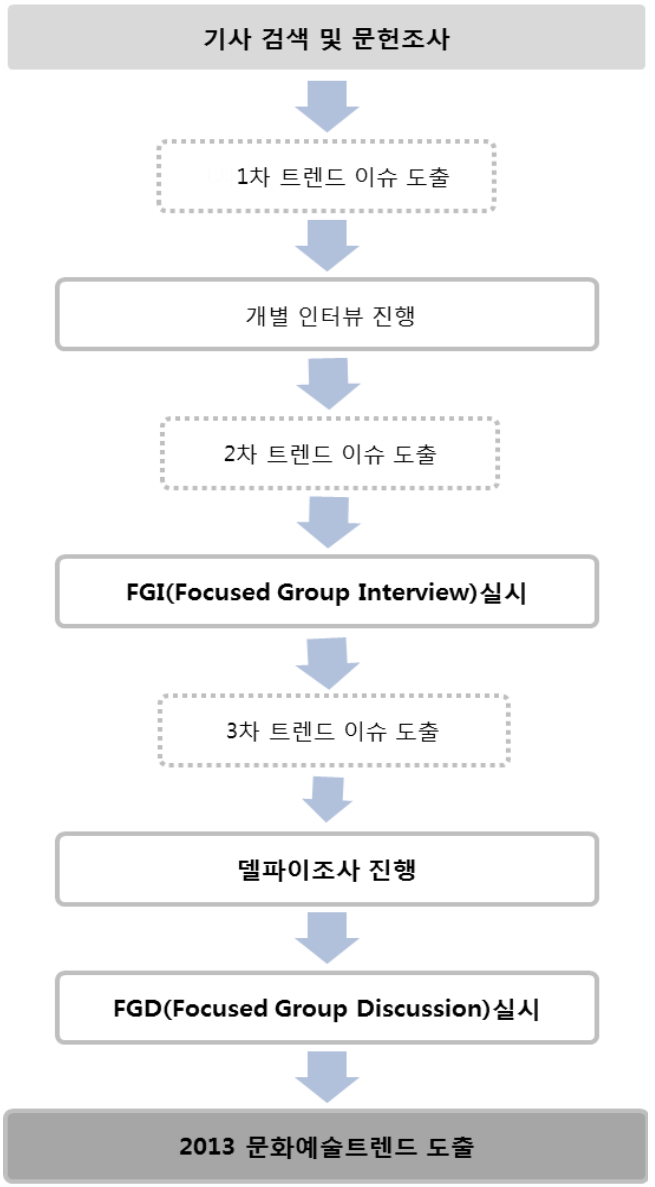
2) 델파이 포럼의 개최

○ 델파이조사 결과에 대해 3회에 걸친 전문가들의 심층토론(FGD: Focused Group Discussion)을 통해 도출된 결과의 의미 분석 및 재해석

- 총 14인의 전문가가 참여하여 문화예술 트렌드 이슈에 대한 델파이 조사 결과 및 그 의미에 대한 토론을 벌였으며, 이러한 과정을 거쳐 최종적으로 2013 문화예술 10대 트렌드를 도출함

○ 이상의 연구 흐름을 도식화하면 다음의 [그림 1-2]와 같음

[그림 1-2] 2013 문화예술 트렌드 이슈 도출과정 흐름도



Korea Culture & Tourism Institute

제2장

2012년의 환경변화 분석과 2012년 문화예술트렌드 진단(2011년 전망)

제1절

2012년 환경변화와 트렌드

○ 2012년에 진행된 환경변화 관련 이슈는 STEEP 분석의 틀을 일부 변형하여 국제관계 / 정치경제 분야, 사회 / 라이프스타일 / 인구변화 분야, 기업경영 / 마케팅 / 소비문화 분야, 과학기술 / 디지털 환경 분야, 환경 분야의 5개 범주로 나누어 조사함

○ 그리고 도출된 이슈들에 대해 전문가에 대한 델파이조사를 통해 해당 환경변화가 문화예술분야에 미치는 영향력과 문화정책 관련 중요도가 높은 항목들을 추출함

1. 국제관계 / 정치경제 분야

○ 국제관계 /정치· 경제 분야와 관련하여 '제18대 대선'과 '국내 저성장 공포', 그리고 '글로벌 경제 불황'이 문화예술분야에 미치는 영향력과 문화정책 관련 중요도 모두 가장 높게 나타남

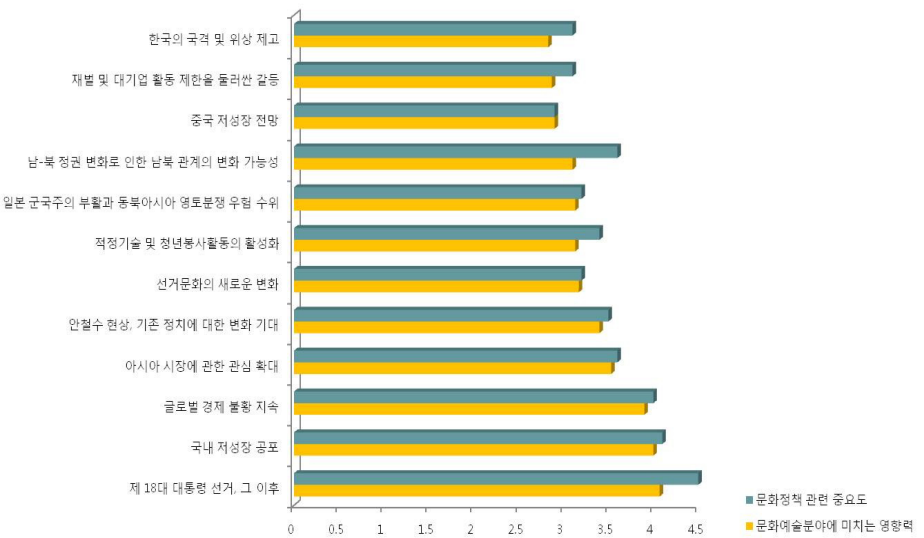
- 반면, '중국의 저성장'은 문화예술분야 및 문화정책 분야에 미치는 영향력과 중요도가 3점(보통) 미만으로 나타남

〈표 2-1〉 국제관계 /정치경제 분야 환경 변화

	항목	문화예술분야에 미치는 영향력	문화정책 관련 중요도
1	제18대 대통령 선거, 그 이후	4.07	4.50
2	국내 저성장 공포	4.00	4.10
3	글로벌 경제 불황 지속	3.90	4.00
4	아시아 시장에 관한 관심 확대	3.53	3.60
5	안철수 현상, 기존 정치에 대한 변화 기대	3.40	3.50
6	선거문화의 새로운 변화	3.17	3.20

	항목	문화예술분야에 미치는 영향력	문화정책 관련 중요도
7	적정기술 및 청년봉사활동의 활성화	3.13	3.40
8	일본 군국주의 부활과 동북아시아 영토분쟁 위험 수위	3.13	3.20
9	남-북 정권 변화로 인한 남북 관계의 변화 가능성	3.10	3.60
10	중국 저성장 전망	2.90	2.90
11	재벌 및 대기업 활동 제한을 둘러싼 갈등	2.87	3.10
12	한국의 국격 및 위상 제고	2.83	3.10

[그림 2-1] 국제관계 /정치경제 분야 환경 변화



○ 제18대 대통령 선거, 그 이후

- 2012년 말로 예정된 제18대 대선을 계기로 경제민주화, 일자리 창출, 복지(무상교육, 무상급식, 무상보육) 등이 주요한 이슈로 부상하고, 세대별, 지역별, 계층별 균열이 본격화됨. 대선 결과에 따라 모든 정책 영역별로 상당한 변화가 예상되며, 문화분야 역시 예외는 아닐 것임

○ 국내 저성장 공포와 글로벌 경제불황의 지속

- 유럽 재정위기로 인한 유로존 붕괴 우려, 국제 원유가 및 곡물가격 상

승, 미국 및 중국의 경기부진 등으로 세계적 경제 불황이 지속되고 있으며, 우리나라 역시 가계부채와 실업률의 증가, 부동산 시장 침체 등으로 저성장이 예상되며, 하우스푸어, 렌트푸어, 에듀푸어, 웨딩푸어, 베이비푸어 등 신종 푸어 현상이 심각하게 대두됨

○ 아시아 시장에 대한 관심 확대

- 가난해져가는 유럽, 혼란한 중동과 달리 풍부한 인적자원과 천연자원을 기반으로 빠르게 성장하고 있는 아시아 시장, 특히 인도네시아, 미얀마 등 동남아시아 시장이 세계 경제의 중심축으로 부상함

○ 안철수 현상, 기존 정치에 대한 변화기대

- 기존 정치에 대한 국민들의 불만과 한국 정당정치 질서에 대한 변화의 갈망이 안철수라는 개인을 통해 상징적으로 표출됨

○ 선거문화의 새로운 변화

- 스마트폰의 일상화와 함께 2012년 총선 시 전자투표와 인증샷 열풍, 대선 경선에 있어서 모바일 경선의 시행 등 스마트 민주주의의 새로운 가능성과 한계가 함께 나타남.

○ 남북 정권변화로 인한 남북관계의 변화 가능성

- 대선을 통해 정권교체가 예정된 남한과 김정은으로의 권력승계가 이루어진 남북 관계에 있어 새로운 변화가 예상되며, 이에 따라 남북 문화교류에도 변화의 가능성이 감지됨

○ 적정기술 및 청년봉사활동의 활성화

- '라이프 스트로(lifestraw)'[5], '바이실라바도라(Bicilavadora)[6]', '플레이 펌프(play pump)'[7], '큐드럼(Q-Drum)'[8] 등과 같이 소외된 지역에

5) 25cm 길이의 플라스틱 튜브 속에 설치된 필터와 화학물질을 이용하여 물을 정화하는 휴대용 정수기로 오염된 개울에서도 안전하게 물을 마실 수 있게 해줌
6) 드럼통에 자전거를 결합시켜 페달로 작동시킴으로서 전기가 없는 지역에서도 사용할 수 있는 세탁기
7) 쇠바퀴를 돌리는 어린이 놀이기구와 수동식 펌프를 결합하여 아이들이 쇠바퀴를 돌리며 노는 동안 지하의 물을 끌어올려 지상에 설치된 물탱크에 저장하도록 설계
8) 75리터들이 물통으로 바퀴처럼 생겨 어린아이들도 큰 힘을 들이지 않고 물통을 옮길 수 있게 함

알맞은 기술로, 적은 자원을 사용하여, 유지하기 쉽고, 환경에 적은 영향을 미치는 단순한 방식의 지원을 강조하는 '적정기술(appropriate technology)'이 빈곤문제 해결을 위한 새로운 방식으로 각광받음

- 또한 과거 선교 중심으로 진행되었던 해외봉사 및 해외기부활동에 있어서도 다양한 형태의 청년해외봉사활동이 크게 각광받음

○ 일본 군국주의의 부활과 동북아시아 영토 분쟁 위험 수위

- '독도' 및 '댜오이다오(센카쿠) 열도'를 둘러싼 한-일, 한-중 영토분쟁과 함께 일본의 과거 역사에 대한 왜곡, 핵무장 계획 등 군구주의 부활 징후가 나타나면서 동북아시아 외교 마찰의 위험수위가 높아지고 이와 관련하여 일본 내에서 반 한류 기류가 가시화됨

○ 재벌 및 대기업 활동 제한을 둘러싼 갈등

- 경제민주화에 대한 요구가 높아지면서 '순환출자금지, 금융·산업자본 분리, 대기업 총수 사면 금지'와 같은 재벌개혁 관련 논의가 활성화됨
- 한편 재래시장 활성화를 위한 대형마트 의무휴업제도에 대한 대형마트의 반발로 지자체의 조례개정 작업이 진행되는 등 대기업 활동의 정당성 및 규제의 범위에 대한 논란이 증폭됨

○ 한국의 국격 및 위상 제고

- 2012년 '핵안보정상회의'의 서울 개최, 10월 유엔안전보장이사회 비상임이사국 진출, 녹색기후기금(GCF) 사무국의 송도 유치, 런던올림픽 종합 5위 달성, 2018년 평창동계올림픽 개최 등 세계 속에서 한국의 위상이 높아짐

2. 사회 / 라이프스타일 / 인구변화 분야

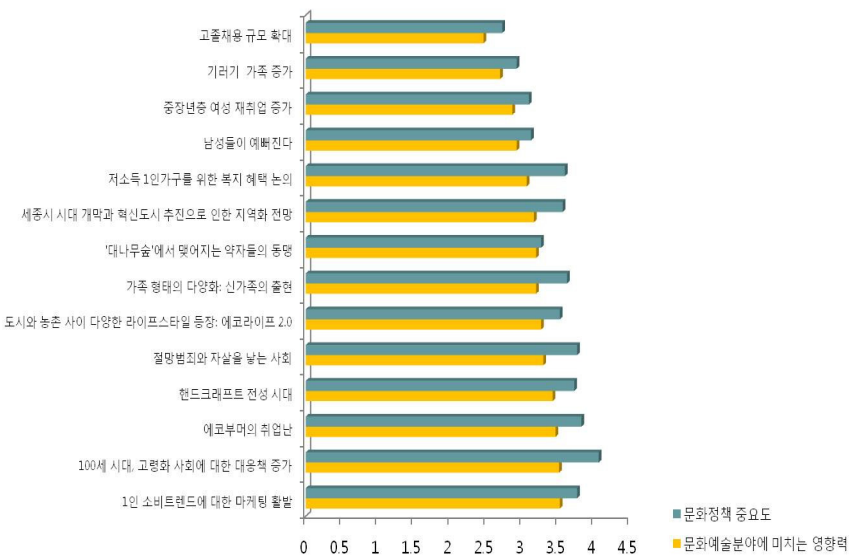
○ 사회 / 라이프스타일 / 인구변화 분야와 관련된 이슈 중에서는 1인 소비 마케팅'과 '100세 시대 고령화 사회', '에코부머의 취업난', '핸드 크래프트 전성시대' 등이 문화예술분야에 미치는 영향력과 문화정책 관련 중요도가 높은 항목으로 나타남

– 반면 '기러기 가족 증가'와 '고졸채용 규모 확대'는 문화예술분야 및 문화정책에 큰 영향을 미치지 못할 것으로 예측됨

〈표 2-2〉 사회 / 라이프스타일 /인구변화 관련 환경변화

항목	문화예술분야에 미치는 영향력	문화정책 중요도
1인 소비트렌드에 대한 마케팅 활발	3.53	3.77
100세 시대, 고령화 사회에 대한 대응책 증가	3.52	4.07
에코부머의 취업난	3.47	3.83
핸드 크래프트 전성 시대	3.43	3.73
절망범죄와 자살을 낳는 사회	3.30	3.77
도시와 농촌 사이 다양한 라이프스타일 등장: 에코라이프 2.0	3.27	3.53
가족 형태의 다양화: 신가족의 출현	3.20	3.63
'대나무숲'에서 맺어지는 약자들의 동맹	3.20	3.27
세종시 시대 개막과 혁신도시 추진으로 인한 지역화 전망	3.17	3.57
저소득 1인가구를 위한 복지 혜택 논의	3.07	3.60
남성들이 예뻐진다	2.93	3.13
중장년층 여성 재취업 증가	2.87	3.10
기러기 가족 증가	2.70	2.93
고졸채용 규모 확대	2.47	2.73

[그림 2-2] 사회 / 라이프스타일 /인구변화 관련 환경변화



○ 1인 소비트렌드에 대한 마케팅 활발 및 저소득 1인가구를 위한 복지혜택 논의

- 높아진 초혼 연령, 독신, 이혼, 독거노인의 증가로 1인 가구 수가 전체 가구의 1/4을 차지하게 되었으며 그 중 구매력이 높으며 패션, 미용, 건강, 취미 등 자기 브랜드 가치를 높일 수 있는 일에 투자를 아끼지 않는 젊은 층 1인 가구가 소비 트렌드를 주도하고 있음
- 이들은 '소형', '효율', '안전', '나'라는 키워드를 중심으로 크기는 작으나 기능은 모두 갖춘 소형 가전제품과 한정된 주거공간을 효율적으로 사용할 수 있는 다기능 상품을 선호하며, 특히 여성 1인 가구 사이에서는 무인택배시스템, 짐 옮기기, 병원 동행 등 보안과 안전을 결합한 서비스 상품이 인기를 끌고 있음
- 한편 구매력을 갖춘 1인 가구 외에도 최근에는 저소득 1인 가구, 특히 저소득 여성 1인 가구 및 독거노인의 증가세가 두드러지게 나타나면서 과거 4인 가구 중심의 주거, 의료, 사회 복지정책 또한 1인 가구를 중심으로 한 방향 전환이 필요하게 됨

○ 100세 시대, 고령화 사회에 대한 대응책 증가

- 의료기술의 발전과 생활환경의 개선으로 평균수명이 크게 연장되어 통계청에 따르면 우리나라 국민의 평균수명은 2008년을 기점으로 80세를 넘어섰으며 2020년 이후에는 본격적인 100세 시대에 접어들 것으로 전망됨
- 이에 따라 노후보장을 위한 주거, 의료, 연금 제도 등의 개선책과 정년 연장, 시니어 일자리 창출 등 고령화 사회에 대비한 정책들이 더욱 활성화될 전망이며 특히 노인들의 여가 및 문화복지를 위한 정책의 중요성 역시 증가될 전망

○ 에코부머의 취업난

- 에코부머(echo boomer) 세대(1979~1985년생)는 한국전쟁 후부터 1960년대 초반까지 태어난 베이비부머(baby boomer)의 자녀 세대로 부모 세대의

높은 출산율의 영향을 받아 주변 세대보다 더 수가 많으며 약 510만 명으로 추산됨

- 이들은 부모 세대보다 풍요한 환경에서 자라 교육수준도 높고 개인적인 성향이 강하지만 주변 세대에 비해 경쟁이 심할 수밖에 없어 취업 · 신용 · 주거난의 3중고를 겪는 것으로 나타남
- 대체적으로 대졸 이상의 학력을 지니고 외국어를 자유롭게 구사하며 해외 경험도 많지만 좋은 일자리가 줄어든 상황에서 수요자와 공급자 간 학력 미스매치 등으로 취업을 포기하거나 아르바이트 형태로 근무하는 경우가 많음
- 한편 청년실업집단의 규모가 커지면서 실업자, 비정규직 근로자, 아르바이트생 등으로 구성된 청년유니온이 설립되어 올해 공식적인 노조로 인정받았으며 전국 단위로 확대되는 등 청년실업 집단의 조직화가 진행됨

○ 핸드 크래프트 전성시대

- 자신의 취향에 맞춰 다양한 취미 생활을 즐기는 이들이 많아지면서 기성품(ready made)이 아닌 자신이 직접 만든 것을 사용하는 데서 즐거움을 느끼는 '핸드 크래프트족', '핸드 메이드족'이 증가함
- 이러한 움직임은 악세서리, 비누, 옷부터 가구, 자전거, 인테리어, 정원 만들기, 유기농 텃밭 가꾸기에 이르기까지 다양한 차원에서 확대되고 있으며 온라인을 통한 정보 공유로 인해 더욱 활발하게 진행되고 있음

○ 그리고 절망범죄, 자살을 낳는 사회

- 사회적 양극화의 심화와 낙오된 이들에 대한 안전망의 결여로 사회적 분노와 증오, 절망으로 인한 '절망범죄'가 급증함
- 여의도 흉기 난동 사건, 오원춘 토막살인 사건 등과 같은 불특정 다수에 대한 '묻지마 범죄'와 나주 어린이 성폭행 사건 등 장애인과 어린이, 여성 등 약자를 대상으로 한 성범죄 등은 실직, 빚 등으로 한계상황에 봉착하고 사회적 관계가 단절된 절망적 은둔자들이 절망적 상황에 대한 분노를 특정 집단·군중을 대상으로 표출한 것으로 해석됨

- 한편 경쟁으로 인한 스트레스와 압박, 사회적 절망감으로 자살을 선택하는 사람 또한 증가하고 있음.[9] 세계보건기구(WHO)발표에 따르면 우리나라의 자살률은 OECD 국가들 중 최고이며, 특히 젊은 층[10]과 노인층[11]의 자살률이 심각하게 높아 정책적 대응에 대한 요구가 높아지고 있음

○ 도시와 농촌 사이 다양한 라이프스타일 등장: 에코라이프 2.0

- 귀농 · 귀촌이 도시인들의 새로운 삶의 방법으로 주목받으면서 최근 은퇴를 앞둔 베이비붐 세대와 새 블루오션을 찾는 젊은이들 사이에서 귀농열풍이 불고 있음
- 2011년 귀농 · 귀촌 가구 수는 2010년에 비해 2.6배 늘어난 1만 503가구로 사상 최대치를 기록했으며, 이 외에도 도시와 농촌 등 서로 다른 지역에 각각 집을 마련해 양쪽 모두에 거주하는 형태의 주거방식인 멀티해비테이션(Multi Habitation), 평일에는 농촌에 거주하고 주말에는 도시에 나와 문화나 쇼핑을 즐기는 5촌2도(5村2都), 평일에는 직장이 있는 도시에서 거주하고 주말은 시골에서 보내는 5도2촌(5都2村)과 같은 다양한 생활방식이 부상하고 있음

○ 가족 형태의 다양화: 신가족의 출현과 기러기 가족의 증가

- 혼인에 기반한 전통적인 가족의 형태가 허물어지고 새로운 형태의 가족이 출현하고 있음
- 이혼 증가로 인한 싱글맘, 싱글 대디 중심의 한부모가족, 성이 다른 자녀들과 함께 사는 재혼가족, 결혼하지 않고 자신의 삶을 살아가는 비혼가족(1인 가족), 동거 커플, 맞벌이 부부의 자녀 양육을 위한 처가살이 가족(모계가족), 정상적 부부생활을 영위하면서 의도적으로 자녀를 두지 않는 맞벌이 부부인 딩크족(DINK : double income, no kids)과 생

9) 2010년 기준 우리나라 자살률은 10만 명 당 31.2명으로 매일 하루에 42.6명이 자살
10) 2010년 기준 인구 10만명 당 13명이 자살한 것으로 나타났으며, 10~30대 사망원인 1위가 자살로 나타남
11) 2010년 기준 전체 자살자 중 28.1%가 65세 이상 노인으로 나타났으며, 노인 자살율은 10만명 당 81.9명으로 전체 평균의 2.4배

활고로 자녀를 갖지 못하는 핑크족(PINK : Poor income, no kids), 결혼 직후 분가해서 살다가 경기가 어려워지자 부모 세대와 집을 합친 형태의 불황형 대가족, 취업해서 독립한 자녀가 실직으로 돌아온 부메랑 가족(Boomerang family) 등 신가족 양상이 두드러지게 나타나고 있음

- 또한 과거 자녀 유학이나 어학연수로 배우자와 자녀를 외국에 보내고 한국에 혼자 남은 남성을 일컫던 '기러기 아빠'의 뒤를 이어 최근에는 학업이나 직업 등의 이유로 가족이 흩어져 생활하는 '기러기 가족'이 증가하고 있음
- 2012년 기준으로 기러기 가족은 7가구 중 1가구에 해당하며 학업을 이유로 한 기러기 가족이 약 86만 가구, 직업을 이유로 한 기러기 가구는 약 124만 가구로 집계되어 10년 사이 2배로 증가함. 세종시 이전과 국내 건설경기 침체의 돌파구로 해외건설이 각광받으면서 기러기 가족은 더욱 증가할 것으로 전망됨

○ '대나무숲'에서 맺어지는 약자들의 동맹

- '출판사 옆 대나무숲'을 시작으로 '000 옆 대나무숲'이라는 이름의 트위터 계정이 봇물처럼 생겨나고 있음.
- 현재 '국회 옆 대나무숲', '촬영장 옆 대나무숲', '우골탑(대학) 옆 대나무숲' 등을 비롯해 '시월드(시댁)옆 대나무숲'에 이르기까지 두 달 남짓한 시간 안에 100여개의 계정이 생겨나며 주목할 만한 사회적 현상으로 자리잡음
- 공동 아이디와 비밀번호를 이용해 계정에 접속해서 관련 분야의 업무환경이나 관행에 대한 하소연이나 자조 섞인 푸념 등을 올리는 장임
- 주로 노동자의 입장에서 특정 업계에 대한 신랄한 내부 비판이 이루어지지만, 정치색을 띠기보다는 같은 관심사 또는 비슷한 처지에 있는 사람들끼리 공감을 통한 연대의식을 강하게 형성한다는 점이 특징임
- 개방된 네트워크 속에서 소통을 자유자재로 할 수 있는 시대이지만, 그렇기 때문에 오히려 더 말하지 못하는 이야기들을 익명의 방식으로 풀어내는 독특한 현상임

○ 세종시 시대 개막과 혁신도시 추진으로 인한 지역화 전망

- 2010년 수도권에서 비수도권으로 이동한 순유출 인구수가 8천명으로 나타나 탈도시화가 본격화되고 있는 가운데, 세종시의 인프라가 마련되고 올해 9월부터 주요 정부기관들이 속속 이전하면서 본격적인 세종시 시대가 열림
- 또한 전국 10개 도시에서 혁신도시 건설 준비가 탄력을 받으면서 지역화 현상이 더욱 가속화될 전망. 공공기관 이전을 기화로 국토균형발전 및 지역 경제 활성화, 수도권 인구 분산 등의 목표가 성공적으로 이루어질지 귀추가 주목됨

○ 남성들이 예뻐진다

- 능력 뿐 아니라 외모도 경쟁력이 되는 사회적 분위기 속에서 미용에 관심을 갖는 20-40대 남성들이 늘어남
- 'Man(남성)'과 'Consumer(소비자)'를 결합한 '맨슈머', 자신의 외모를 돋보이게 하기 위해 투자를 아끼지 않는 '그루밍족', 아저씨라 불리기를 거부하고 자유로운 사고와 생활을 추구하는 '노무(NOMU, No More Uncle)족', 젊고 예쁜 중년 남성을 뜻하는 '꽃중년' 등의 신조어가 계속 등장하고 있음
- 경기침체로 올해 화장품 시장의 상반기 매출은 1~4% 성장에 그쳤지만, 남성화장품만은 예외로 1조원 매출을 바라보고 있으며, 지난 해 한국 남성이 화장품 구입에 지출한 비용이 전 세계 남성화장품 매출의 21%를 차지한 것으로 나타나 해외업계에서도 주목하고 있음
- 최근 남성들은 화이트닝 제품, 비비크림에까지 큰 관심을 보이고 있는데, 이는 여성들은 건강미를 강조하는 까만 피부를 선호하는 반면, 남성은 '곱상한 외모·하얀 피부'를 선호하는 등 이상적인 남녀상이 바뀌고 있는 현상과 무관하지 않음. 이 뿐 아니라 남성을 위한 보톡스 시술인 '브로톡스(bro-tox)' 여성의 전유물로 여겨졌던 제모와 눈썹 반영구시술 및 다이어트 식품, 보정속옷의 수요까지 증가하고 있음

○ 중장년층 여성 재취업 증가

- 중장년층 여성들이 배우자 은퇴로 인한 노후자금 준비와 자녀 교육비 마련 등으로 취업 전선에 나선 결과, 여성취업자 중 40~50대의 비율이 20~30대를 추월함
- 그러나 이들은 주로 서비스 · 판매직이나 단순 노무직에 종사하고 있어 고용의 질적인 측면은 낮은 것으로 조사됨
- 한편 '생계형 취업' 외에도, 자녀를 다 키운 후 무력감 해소를 위해 재취업이나 창업에 도전하는 '자기 성취형 취업'도 늘어나고 있음
- 지역에서 운영하는 여성인력개발원이나 평생교육원 등에서는 늘어나는 중장년층 여성 인력을 위한 다양한 일자리 알선 및 교육 시행중

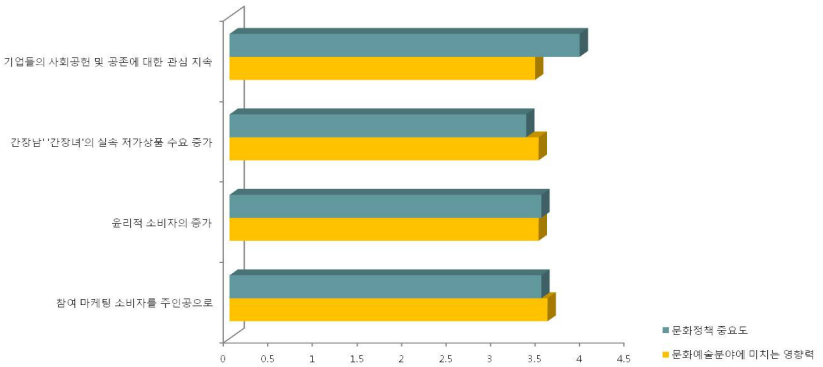
3. 기업경영 / 마케팅 / 소비문화 분야

○ 기업경영/ 마케팅/ 소비문화 분야와 관련한 이슈 중에서는 '윤리적 소비자의 증가'에 대한 문화정책 중요도가 높게 평가(4.07)되었으며, '참여 마케팅, 소비자를 주인공으로'가 문화예술분야에 미치는 영향력과 문화정책 중요도 모두 높게 나타남

〈표 2-3〉 기업경영 / 마케팅 / 소비문화 분야

항목	문화예술분야에 미치는 영향력	문화정책 중요도
참여 마케팅, 소비자를 주인공으로	3.57	3.50
윤리적 소비자의 증가	3.47	4.07
'간장남' '간장녀'의 실속 저가상품 수요 증가	3.47	3.33
기업들의 사회공헌 및 공존에 대한 관심 지속	3.43	3.93

[그림 2-3] 기업경영 / 마케팅 / 소비문화 분야



○ 참여 마케팅, 소비자를 주인공으로

- 기업에서 소비자를 브랜드 활동에 자발적으로 참여시키기 위하여 '주인공인 소비자를 열광시켜라'는 콘셉트의 참여마케팅이 인기
- 소비자가 아이디어를 내고 광고에 직접 참여하는 동영상 선발 투표를 통한 마케팅 효과와 이를 통해 소비자의 자발적인 브랜드 홍보대사 역할까지 실행하려는 전략적 마케팅이 유행 추세

○ 윤리적 소비자의 증가

- 윤리적 소비는 기업이 아닌 소비자가 주체가 되는 활동으로 친환경 소비, 로컬푸드 구매, 공정무역, 공정여행 등이 포함됨
- 국내 시장에서는 경제 침체기로 인한 윤리적 소비가 긴축 대상이 될 것이라는 예상과 달리 증가된 추세. 이 같은 이유로는 현대인의 '의미(meaning)' 추구 경향과 가치에 중점을 두는 소비트렌드의 변화가 가장 큰 것으로 분석됨
- 특히 윤리적 소비가 쉽고 다양해지면서 대형마트나 백화점에서도 유기농, 공정무역 제품을 쉽게 만날 수 있으며 공정여행, 사회 책임 투자(SRI) 펀드 등 다양한 방법의 등장으로 볼 수 있음
- 더불어 '한살림', '아이쿱' 등 소비자협동조합에 이어 '이로운몰' 등 윤리적 소비 전문몰이 생겨남

- 한편 이러한 윤리적 소비를 지향하는 소비자의 증가와 함께 One for One전략 등을 활용한 탐스 슈즈, 유기농 직물과 재활용 소재를 통한 제작 및 제3세계 노동자들에게 정당한 대가를 지불하는 피플트리(People Tree)와 같은 윤리적 기업들 역시 증가할 것으로 예상됨

○ '간장남' '간장녀'의 실속 저가상품 수요 증가

- 경제 성장 둔화로 인한 소비자 심리 위축으로 저가형 상품이 인기
- 젊은 세대들의 소비트렌드도 된장남, 된장녀와는 달리 실속형 소비를 즐기는 '간장남', '간장녀'를 이르는 신조어 등장
- 저가형 TV, 명품백을 키치패션 아이템으로 만든 페이크백 열풍과 중고상품 시장에 대한 시각변화로 공연티켓이나 문화예술상품에 대한 중고장터 활발, 새것 같은 중고 리퍼브 제품 인기

○ 기업들의 사회공헌 및 공존에 대한 관심 지속

- 글로벌 경제위기가 지속되고 있는 가운데서도 우리 기업들의 사회공헌 활동은 증가하는 추세로 전국경제인연합회에서 발표한 〈2011년 사회공헌 백서〉를 보면 500대 기업들의 평균 사회공헌 비용은 전년에 비해 8.4% 증가된 것으로 분석됨
- 특히 인재개발 프로젝트, 전략적 사회책임 활동 수행 등 30대 그룹의 경우 2012년 협력사와 동반성장에 1조 700억 원을 지원함, 더불어 국내 비영리기구와의 파트너십을 통한 사회봉사활동을 통한 공존에 주목
- 최근 기업의 사회공헌은 물질적 지원에 그치지 않고, 특히 임직원의 자발적 참여를 기반으로 하는 매칭그랜트 제도를 운영하며, 전문기술과 재능의 나눔을 통해 우리 사회의 나눔 문화를 이끌어 가려는 특징 보임. 나아가 국내 기업들의 글로벌 경영의 활성화로 국외 원조에 대한 역할과 인식 성장으로 해외 사회책임경영에 대한 관심도 동반 증가

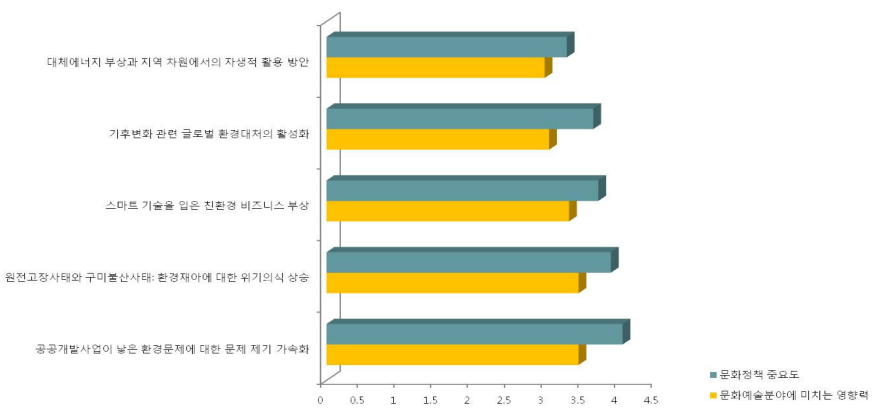
4. 과학기술 / 디지털 환경 분야

○ 과학기술/ 디지털 환경 분야에서는 '융복합 시대의 저변 확대'와 '모바일 커뮤니티 확산, 새 패러다임으로', '디자인 특허 분쟁'과 문화예술분야에 미치는 영향력과 문화정책 관련 중요도가 높게 나타남

〈표 2-4〉 과학기술 / 디지털 환경 분야

항목	문화예술분야에 미치는 영향력	문화정책 중요도
융복합 시대의 저변 확대	4.07	4.43
모바일 커뮤니티 확산, 새 패러다임으로	3.93	4.27
디자인 특허 분쟁	3.50	3.97
지금은 빅데이터의 시대	3.47	3.97
디지털 방송 전환과 3D TV 활성화 등 방송 디지타이징	3.17	3.63
신공학 분야로 뇌 연구 활발	2.73	3.27
바이오산업 박차	2.70	3.03

[그림 2-4] 과학기술 / 디지털 환경 분야



○ 융복합 시대의 저변 확대

- 융복합에 대한 관심이 기존의 정보통신, 기계공학, 의학 등의 분야에서 인문사회, 문화예술 분야 등까지 다양한 분야로 확대되는 추세. 스마트폰과 자동차가 만난 스마트카, 통신 기술과 의술이 결합된 원격 진료 등이 대표적인 예이며 삼성은 정보통신기술(ICT)과 디자인 감성이 만나

물리적인 공간에 디지털기기, 유무선 네트워크, 소프트웨어 등 다양한 첨단 IT기술과 디자인을 융합하여 도서관, 전시관, 박물관, 복합쇼핑몰 등에 적용하는 '융복합형 IT 비즈니스 모델' 제시

- 또한 고분자, 콜로이드, 액상물질, 복합 유체, 생체 물질 등을 포함한 연성응집 물질 등 기후·에너지·의료 분야 등 기초과학 연구에 중점을 두는 신소재와 나노융복합 등 다양한 분야로 저변 확대

○ 모바일 커뮤니티 확산, 새 패러다임으로

- 전화번호나 메일 주소 등을 기반으로 지인들을 모두 같은 친구로 추가하는 기존의 SNS와는 달리, 관계에 따라 가족, 친구, 동호회, 회사 등 각기 다른 지인 그룹을 초대해 별도의 공간에서 이야기를 나눌 수 있는 모바일 커뮤니티의 붐이 일어남
- 모임의 구성원끼리 프로젝트 수행이나 학습, 취미 공유 등 특정한 목적을 위한 소모임이라는 특성에 걸맞게 채팅방을 통해서 서로의 취향이나 이슈를 바로 공유하고 공통 주제에 대해 이야기를 나누는 등 사용자의 특성과 기호에 따라 그 층위가 더욱 다양해지고 있으며 이러한 트렌드에 따른 사용자들의 라이프 사이클 변화가 다양한 모바일 커뮤니티 서비스 영역을 지속적으로 확장시킴

○ 디자인 특허 분쟁

- 글로벌 기업들의 증가로 특허에 대한 분쟁이 증가하고 있음. 특히 스마트폰 시장의 급증으로 인한 애플과 삼성의 디자인 특허소송은 초미의 관심사가 되었음
- 8개국에서 애플과 삼성의 디자인 특허소송이 진행 중이며 이중 지난 8월 미국에서 열린 소송에 관심이 집중되었음. 이 소송에서 애플은 아이폰의 디자인 특허를 주장하는 반면 삼성전자는 '선행 기술','기능적 목적' 등을 앞세워 반박하였으나 삼성이 패소하였음
- 그러나 영국 항소법원에서는 10월 18일 애플에게 "삼성 특허 침해 없다"는 광고를 제시하라며 애플의 항소를 기각하였음. 더불어 미국에서 판

매 금지 되었던 갤럭시 탭 10.1의 판금이 해지되면서 새로운 국면을 맞음

○ 지금은 빅데이터의 시대

- 일상화된 스마트기기를 통해 그만큼 개인정보를 요구, 공개하는 것이 자연스러워지고 자발적으로 생성되는 다양한 대용량 데이터의 가치에 관심이 집중됨. 최근 빅 데이터의 현상이 다양한 요소 기술의 지원 가능성을 선사하며 미래 사회 모습들까지 훑어 보여주고 있음
- 기존에는 기껏해야 축적된 개인정보를 바탕으로 개인의 행동 패턴을 도출해 문제점을 발견하는 수준이었지만 이제는 스마트 기기나 설비에 설치된 다양한 센서에서 수집된 데이터나 웹 검색 키워드 등으로부터 문제점을 발견하고 해결책을 찾는 것이 가능해지면서 데이터 활용문제와 이를 관리하기 위한 다양한 방법들이 비즈니스, 경영분야에서 주목받으며, 빅 데이터 시대라는 도도한 트렌드를 만들어냄

○ 디지털 방송 전환과 3D TV 활성화 등 방송 디지타이징

- 2012년 12월 31일을 기점으로 디지털방송시대가 개막. 2012년 10월 중순부터는 전국 규모의 3D 시험방송이 MBC, EBS, SBS에서 제공될 예정.
- 그동안 서울과 수도권 지역에서만 제한적으로 실시됐던 3D 시험방송이 전국으로 확대된 것은 3D 상용화에 한 걸음 더 가까이 다가갔음을 의미하며 이는 향후 TV 하드웨어 시장과 콘텐츠의 변화를 유도할 것으로 예측됨

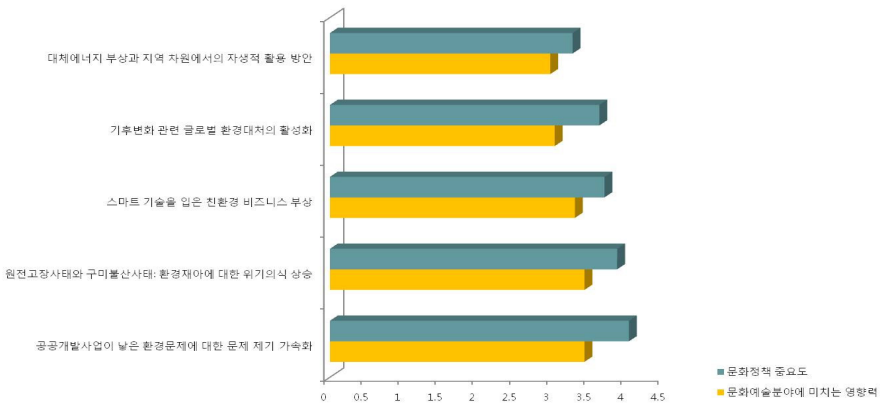
5. 환경 분야

○ 환경 분야와 관련된 이슈로는 '공공개발사업이 낳은 환경문제에 대한 문제제기 가속화'와 '원전고장사태와 구미불산사태 등 환경 재앙에 대한 위기의식 상승'이 문화예술분야에 미치는 영향력과 문화정책 관련 중요도가 높게 나타남

〈표 2-5〉 환경분야

항목	문화예술분야에 미치는영향력	문화정책 중요도
공공개발사업이 낳은 환경문제에 대한 문제 제기 가속화	3.43	4.03
원전고장사태와 구미불산사태: 환경재앙에 대한 위기의식 상승	3.43	3.87
스마트 기술을 입은 친환경 비즈니스 부상	3.30	3.70
기후변화 관련 글로벌 환경대처의 활성화	3.03	3.63
대체에너지 부상과 지역 차원에서의 자생적 활용 방안	2.97	3.27

[그림 2-5] 환경분야



○ 공공개발사업이 낳은 환경문제에 대한 문제 제기 가속화

- 지난 해 말 강정마을 사태에 이어 공공개발로 인한 환경문제가 큰 사회적 이슈로 지속되고 있음
- 서울 강남역에는 작년과 올해에 연이어 침수 사태가 발생해 논란이 진행 중이고, 작년의 광화문 광장 침수 사태의 원인은 서울시의 디자인 사업에 있었다는 감사원의 공식 발표가 있었음
- 특히 올해 여름 들어 발생한 심각한 녹조 현상의 원인이 4대강 사업에 있다는 주장이 제기되면서 공공개발 사업이 환경에 미치는 영향에 대한 비판적 목소리가 지속적으로 높아지고 있음

○ 원전고장사태와 구미불산사태 등 환경 재앙에 대한 위기의식 상승

- 지난 해 발생한 일본 후쿠시마 원전 폭발 사고로 위기의식이 널리 팽배된 가운데, 하루 사이에 신고리 원전 1호기와 영광 원전 5호기가 잇따라 고장 나는 등 국내 원전 고장 사고가 잦아져 불안감이 확산됨
- 게다가 경북 구미의 화학공장 폭발로 맹독성 물질인 불산 가스가 누출되어 농산물, 가축을 비롯해 인체에까지 심각한 피해가 우려되고 있어 환경 재앙에 대한 위기감이 급속히 높아지고 있음

○ 스마트 기술을 입은 친환경 비즈니스 부상

- 스마트 기술과 친환경 콘셉트를 결합한 상품 출시. 인공지능을 사용해 전력을 효율적으로 사용하는 가전제품, 에너지 절약 및 녹색제품 구매 시 포인트를 지급받는 그린카드, 냉·난방에너지를 줄이고 태양광 발전 시설을 도입한 친환경 아파트 등이 인기를 끌고 있음

제2절

2012 문화예술 트렌드의 발전 정도 및 지속가능성 진단

○ 지난 해 〈2012 문화예술의 새로운 흐름 및 전망〉에서는 문화예술, 마케팅, 소비자트렌드, 문화예술교육 등 각 분야 전문가에 대한 델파이 조사와 델파이 포럼을 통해 10개의 〈2012 문화예술 트렌드〉를 도출한 바 있음

- 그 결과로 '1) K-pop, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다 2)소셜미디어로 말하고, 소셜미디어로 창조한다 3) 불안한 미래의 예술창작자, 자립에서 길을 찾다 4) TV,바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다 5) 예술,장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한 변신하다 6) 마이너리티의 힘이 문화예술의 주류를 이끈다 7) 예술로 사회를 치유한다 8) 가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다 9) 문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다 10) 이제 환경운동은 문화예술로 한다'가 〈2012 문화예술 트렌드〉로 선정됨

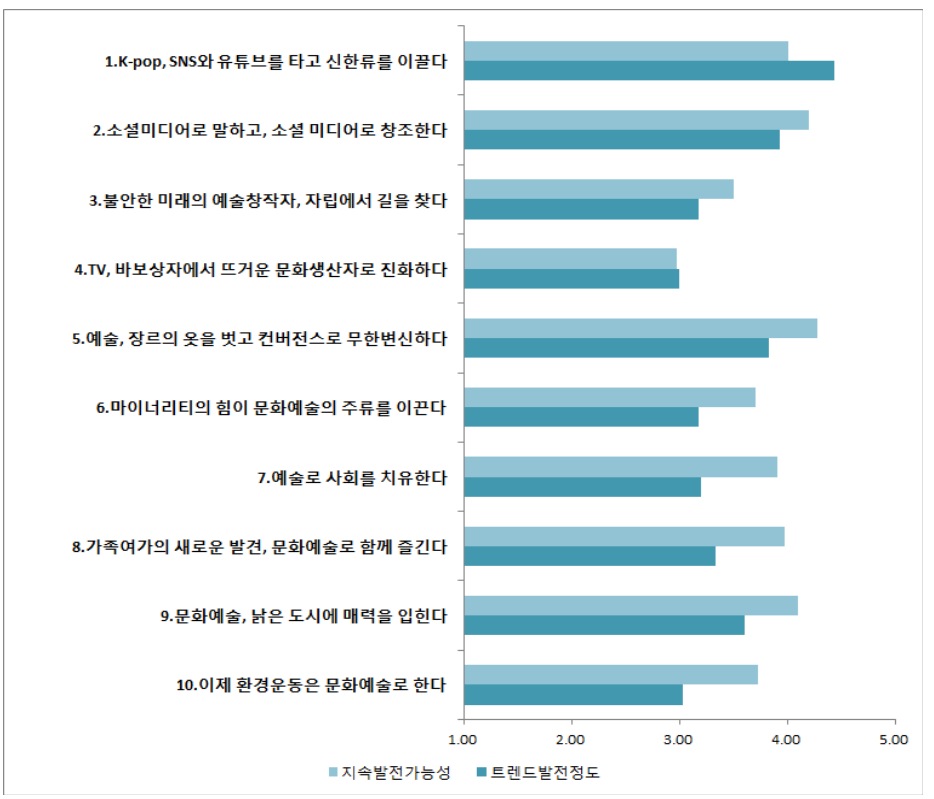
○ 〈2012 문화예술의 새로운 흐름 및 전망〉 연구에서 예측된 10대 문화예술 트렌드에 대해 '2012년 한 해 동안 〈2012 문화예술 트렌드〉가 얼마나 발전했는지의 정도, 그리고 향후 지속적으로 발전할 가능성'에 대해 델파이 조사를 수행한 결과는 아래의 〈표 2-6〉 및 〈그림 2-6〉와 같이 나타남

〈표 2-6〉 2012 문화예술 트렌드의 발전 정도와 지속발전 가능성

항목	2012년				2011년
	발전정도		지속 발전 가능성		
	평균	순위	평균	순위	순위
K-pop, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다	4.43	1	4.00	4	1
소셜미디어로 말하고, 소셜 미디어로 창조한다	3.93	2	4.20	2	2
예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한변신하다	3.83	3	4.27	1	5

항목	2012년				2011년
	발전정도		지속 발전 가능성		
	평균	순위	평균	순위	순위
문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다	3.60	4	4.10	3	9
가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다	3.33	5	3.97	5	8
예술로 사회를 치유한다	3.20	6	3.90	6	7
불안한 미래의 예술창작자, 자립에서 길을 찾다	3.17	7	3.50	9	3
마이너리티의 힘이 문화예술의 주류를 이끈다	3.17	8	3.70	8	6
이제 환경운동은 문화예술로 한다	3.03	9	3.73	7	10
TV, 바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다	3.00	10	2.97	10	4
평균	3.47	–	3.83	–	–

[그림 2-6] 2012 문화예술 트렌드의 발전 정도와 지속가능성



○ 분석 결과 '2012년 한 해 동안 트렌드의 발전 정도'는 'K-pop, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다'와 '소셜미디어로말하고,소셜미디어로창조한다', '예술,장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한 변신하다', '문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다'가 4점 이상으로 높게 나타남

○ 한편 '향후 트렌드의 지속 발전 가능성'이 높게 나타난 트렌드는 '예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한 변신하다', '소셜미디어로 말하고, 소셜미디어로 창조한다', '문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다', 'K-pop, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다'가 4점 이상으로 높게 나타나 그 순서는 각각 다르지만 이상의 4개의 트렌드가 중요한 트렌드로 부각되었음을 확인할 수 있음

- 이하에서는 〈2012 문화예술 트렌드〉 중 2012년 전문가 조사 결과 '트렌드 발전 정도'가 높게 나타난 순으로 기술하도록 함

1. K-pop, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다

○ 지난 해 도출된 〈2012 문화예술트렌드〉 중 2012년에 가장 발전한 문화예술트렌드는 'K-pop, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다'로 나타남

○ 이러한 결과는 2012년 가수 싸이의 '강남스타일'이 유튜브와 트위터 등의 SNS에 힘입어 전 세계적인 돌풍을 일으킨 데 기인함

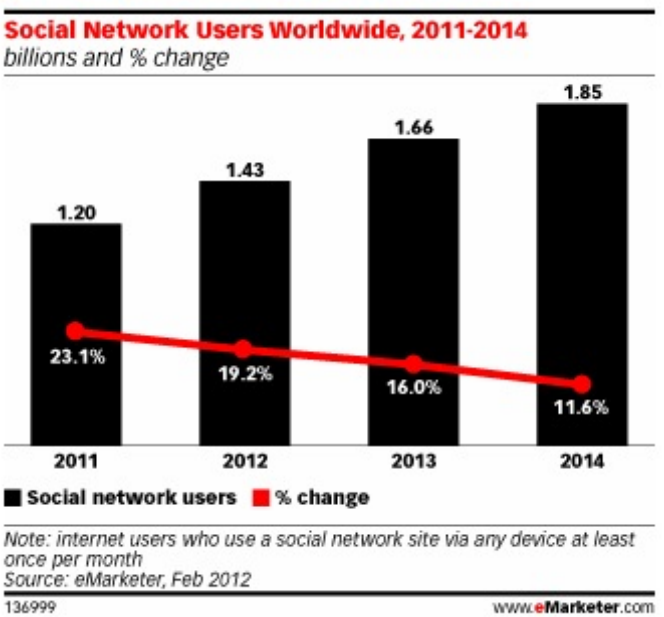
- 지난 해 K-pop열풍이 소녀시대나 슈퍼주니어 등 댄스 아이돌 그룹을 중심으로 이루어진 반면, 올해의 K-pop 열풍은 '싸이'라는 가수를 중심으로 이루어졌다는 차이가 있으나 이들의 성공은 'SNS와 유튜브'라는 디지털 미디어를 통해 이루어졌다는 점에서 공통점을 가짐

○ 중장기적으로 이러한 트렌드가 지속 발전할 가능성(4.0점)은 단기적 발전 정도(4.43점)에 비해 다소 낮게 나타났으나 여전히 높은 점수를 보여 향후에도 SNS와 유튜브는 K-pop을 전 세계로 알리는 주된 매체이자 마케팅 수단으로 기능할 것임을 예측할 수 있음

2. 소셜미디어로 말하고, 소셜 미디어로 창조한다

○ 2012년 12월 기준 국내 스마트폰 이용자 수는 3천만 명을 넘어서 지난 해에 비해 천만 명이 증가함. 또한 시장조사기관 이마케터에 따르면 전세계 SNS 이용자는 12억 명으로 지구촌 5명 중 1명은 SNS 이용자로 나타났으며, 국내 SNS 이용자 수는 2,270만 명으로 추산됨

[그림 2-7] 전세계 SNS 이용자의 수[12)]



○ 이러한 스마트폰 및 SNS 이용자의 지속적 증가로 인해 작년에 이어 올해에도 모바일 디바이스를 통한 새로운 문화예술창작 및 소통의 실험, 그리고 팟캐스트, 트위터 등과 같은 SNS를 통한 예술가와 대중들의 소통과 창작은 확대되어 '소셜 미디어로 말하고, 소셜 미디어로 창조한다'가 주요한 트렌드로 발전(3.93점)

12) http://www.bloter.net/archives/99004

○ 또한 향후 지속적으로 발전할 가능성 또한 4.2점으로 나타나 소셜미디어를 통한 문화예술창작 및 소통은 지속적으로 확대될 것으로 전망

3. 예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한변신하다

○ 연극과 무용, 영상, 음악을 하나의 작품 안에서 엮어내어 장르의 융합 또는 탈장르를 추구하는 융복합 예술 혹은 다양한 장르 및 부문 간의 협업을 통한 아트 콜라보레이션이 2012년에도 활발하게 진행되면서 '예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한변신하다'는 트렌드는 지난 해 5위에서 올해는 3위로 비약적으로 발전함

○ 과거 예술 영역에서 선도적으로 진행되었던 실험적 시도들이 올해에는 예술, 관광, 체육, 과학기술, 교육, 인문학 등 다양한 분야로 번져나가고, 정책 영역에서도 적극적인 지원이 이루어진 때문인 것으로 진단됨

- 문화체육관광부는 문화와 체육, 관광 간의 융복합을 주요 과제로 내놓았으며, 과학의 도시 대전에서는 '대전 융복합예술 프로젝트'가 개최되는 등 지역 차원에서도 융복합 도시의 중요성이 부각됨. 또한 창의적 융합 인재, 통섭적 인재를 양성하기 위해 '융복합 관련 학과'가 개설되고 학문 간 융합 교육과정이 개설되는 등 융복합은 뜨거운 이슈로 부상함

○ 한편 '예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한변신하다'의 중장기적인 지속발전 가능성 역시 4.27점으로 높게 나타나 융복합 예술과 다른 부문과의 융복합 추세는 더욱 확산될 전망

4. 문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다

○ 오래된 산업시설을 문화예술공간으로 활용하거나 문화예술을 통해 산업단지의 활성화를 꾀하는 '문화예술을 통한 지역 재생 프로젝트'가 2012년에도 지속적으로 이루어지면서 '문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다'는

트렌드는 지난 해 9위에서 2012년 4위로 껑충 뛰어오름

○ 한편 2012년에는 서울시를 중심으로 '마을만들기' 사업이 본격적으로 진행되면서 지역문화예술 프로젝트의 성격 또한 문화예술 공간조성 사업에서 벗어나 지역 주민들이 문화예술활동에 적극적으로 참여함으로써 지역문화공동체의 주체로서, 문화예술창작자로서 거듭나도록 하는 방향으로 그 초점이 변화하고 있음

○ 이에 따라 '문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다'는 트렌드는 중장기적으로도 지속적 발전 가능성이 높게 나타남(4.10점)

5. 가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다

○ 2012년 전국 초·중·고교의 주5일 수업제가 전면 시행됨에 따라 '토요문화학교'가 전국적으로 시행되고 자녀를 동반한 문화예술 체험학습형 가족여가가 증대됨에 따라 '가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다'는 트렌드는 올해에도 주요한 트렌드로 나타남(3.33점)

○ 특히 과거 90년대 중반 20대였던 X세대들이 가정과 직장의 주요 주체로 자리 잡으면서 회사 일보다는 개인적 취미나 여가활동을 중시하고, 자녀와의 캠핑과 여행, 레저를 즐기는 여가문화가 확산되고 있으며, 회사에서의 회식 문화에도 공연이나 전시 등을 함께 즐기는 '예술 회식'이 등장하고, 가족들이 여가를 편하게 즐길 수 있는 문화여가복합공간 대형 몰(Mall)이 지속적으로 증가함에 따라 '가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다'는 트렌드는 중장기적으로도 지속 발전할 것으로 예측됨(3.97점)

6. 예술로 사회를 치유한다

○ 현대사회의 심리적 불안, 스트레스를 예술을 통해 치유하는 예술치료의 확장과 전문화 현상은 2012년에도 지속됨

○ 특히 2012년에는 국내 경기침체의 장기화로 인해 가계부채가 심화되고, 청년 실업이 증대하는 현상이 더욱 큰 사회적 이슈로 떠올랐으며, 사회적 양극화의 심화와 자살, 절망 범죄, 학교폭력이 기승을 부리면서 〈힐링〉이 중요한 키워드로 부각됨

○ 이에 따라 예술을 통해 개인적 치유와 사회적 문제를 완화하기 위한 노력은 지속적으로 진행될 것으로 보임

7. 불안한 미래의 예술창작자, 자립에서 길을 찾다

○ 2011년 문화예술 창작자의 창작여건 및 생존에 대한 문제가 큰 사회적 이슈로 부상함에 따라 〈예술인복지법〉이 제정되었으며 2012년에는 〈예술인복지법 시행령〉에 규정될 '예술인 복지'의 구체적인 내용을 둘러싸고 다양한 논의가 진행되었음

○ 지난 해 문화예술분야의 열악한 일자리 현실과 미래에 대한 불안을 해결하기 위한 '자립'의 대안으로 모색된 '소셜펀딩'이나 '문화예술 협동조합'은 올해 보다 본격적으로 진행되었으며, '예술인 소셜 유니온'과 같은 예술인 노조가 출범하는 등 예술인들의 자립과 생존을 위한 시도는 지속되고 있음

8. 마이너리티의 힘이 문화예술의 주류를 이끈다

○ 지난 해 디지털 네이티브인 20대의 유희적 감수성과 집단적 창의성이 인터넷을 통해 '잉여짓'으로 표출되었으며, 성소수자들의 취향이 세련된 문

화코드로 인식되는 경향이 확산되면서 사회적 소수자들이 새로운 문화예술 생산 및 향유를 자극하고 주류 문화예술의 변화를 이끄는 힘으로 부상함

○ 2012년에도 장애인, 이주민, 성소수자 등 사회적 소수자들이 문화예술을 통해 스스로의 목소리를 내고 소통하는 시도들은 활발하게 이루어지고 있으며, 보다 전문화, 본격화 양상을 보임

○ 2012년 기준 우리나라의 추정 장애인 인구는 268만 여명에 달하며[13] 국내 외국인 주민의 수는 140만 여명, 탈북민은 2만 5천여명으로 나타나 사회적 소수자들이 점차 증가하고 있음을 감안할 때 이들의 문화예술을 통한 소통은 앞으로도 더욱 다양한 분야에서 다양한 형태로 진행될 것으로 전망됨

9. 이제 환경운동은 문화예술로 한다

○ 기후변화, 식량 및 자원부족 등 전 지구적으로 인간의 삶을 둘러싼 환경문제가 더욱 첨예한 이슈로 제기되는 가운데 환경문제를 다루어 생태학적 감수성을 일깨우는 예술활동이 증가하고 있으며 친환경가치와 문화예술 프로그램을 결합한 프로젝트, 자연훼손에 대한 비판적 메시지를 담은 예술프로젝트나 예술행동 또한 지속되고 있음

○ 공공개발사업이 가져오는 환경 문제에 대한 비판 제기가 지속되고 있으며 귀농· 귀촌 인구 및 대체에너지에 대한 지역 차원에의 자생적 활용의 증가에 힘입어 문화예술을 통한 환경운동은 앞으로도 지속될 전망임

13) 메디컬투데이, 2012.12.6.고령화 사회 영향으로 지난 6년간 장애인구 50만명 '증가'

10. TV, 바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다

○ 2012년에도 장기화되는 경제불황과 함께 TV가 여전히 부동의 국민여가 1위를 차지하고 있는 상황 속에서 TV가 다양한 문화현상을 촉발하는 뜨거운 문화생산의 진원지 역할을 수행함

- 〈서바이벌 오디션 프로그램〉과 〈리얼리티 예능 프로그램〉의 무한질주는 여전히 지속되었으며, 〈추격자〉, 〈유령〉, 〈골든타임〉, 〈보고싶다〉, 〈학교 2013〉, 〈청담동 앨리스〉, 〈무자식 상팔자〉 등은 정치권력, 학교폭력, 청년실업 등 우리 사회의 현실이나 사회적 이슈를 담아내어 시청자들의 공감을 끌어냄

○ 그러나 스마트 TV의 보급, 디지털방송으로의 전환, 종합편성채널의 개국 등 TV 시청환경의 급변이 몰고 올 변화에 대한 기대는 1%에도 못 미치는 종합편성채널 프로그램의 초라한 시청률, MBC와 KBS의 오랜 파업으로 인해 다소 퇴색함

○ 이로 인해 'TV, 바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다'는 트렌드의 중장기적 지속발전 가능성이 2.97로 낮게 평가됨

제3장

2013 문화예술 트렌드

제1절

공감의 문화예술, 아픈 사회의 치유(healing)

1. 히스테릭한 사회에 지친 현대인의 치유, 손쉬운 힐링의 유행

○ 불안한 사회와 각박한 삶 속에서 겪는 현대인들은 심리적 불안을 해소하고 싶지만 '치료'라는 형식에 대한 거부감으로 인해 자신이 쉽게 접근할 수 있고, 스스로 실행에 옮길 수 있는 나홀로 힐링에 대한 관심이 증가

- 2012년 한국의 1인당 국내총생산(GDP)는 약 2만 달러로 아시아국가 중 5위, 전세계 34위 수준인데 2012년 4월 UN이 발표한 〈세계행복 보고서(World Happiness Report)〉에 따르면, 한국인의 행복지수는 150개국 중 56위에 머물러 있고, OECD 국가 중 자살률 1위, 여성 우울증 1위, 남성 돌연사 1위, 흡연율 1위 등 정신적 피로도가 높은 사회임. 미국 경제학자 리처드 이스털린(Richard Easterline)은 소득과 행복의 관련성이 거의 없다고 주장하며, 행복을 결정하는 요인으로 소득 이외에 사회 규범, 문화적 인식 등이 작용한다고 보았음.[14] 즉, '어떻게 하면 행복해질 수 있을까'에 대해 사회마다 지속적으로 작용하는 문화적 인식의 차이가 있다는 것인데, 최근 국내에서 나타난 행복을 추구하는 방식의 일환으로 문화적 힐링이 두드러지고 있음
- 지난 해에는 이러한 흐름이 문화테라피 혹은 예술치료에의 관심이 증가되는 모습으로 나타났다면,[15] **올해 들어 '힐링(Healing)'이란 단어의 유행과 함께 위로를 제공함과 동시에 자기 스스로 자신의 내면을 들여다보며 스스로를 위로하는 나홀로 힐링이 유행하는 추세**
- 누군가와 자신의 상처를 공유하고 드러내는 힐링이 아닌, 나 혼자만의

14) Richard Easterline.(2010). The hapiness-income paradox revisited, *Proceedings of National Academy of Sciences*, 107(52): 22463-22468

15) 박소현.(2011). 「2012 문화예술의 새로운 흐름 분석 및 전망」, 한국문화관광연구원.

시간에서 다른 인물의 이야기를 간접적으로 경험하는 힐링 방법이 유행

- 더불어 청년세대를 겨냥해 '멘토' 역할을 자임하는 책이 지난 해부터 큰 트렌드로 부상하였으며 '청춘콘서트', '힐링캠프', 대선 출마 이전의 '안철수 신드롬' 등 수평적 자세로 대중의 고통에 공감하고 치유와 소망을 투영하는 힐링 리더십 인물들에 열광하고 있음
- 『당신의 꿈은 무엇입니까』의 저자 김수영씨는 가출청소년, 폭주족이었던 청소년기를 거쳐 고등학교때 TV퀴즈 프로그램에서 골든벨을 울리고, 연세대 졸업 후 골드만삭스에 입사한 후, 암을 발견하고, 죽기 전에 해보고 싶은 73가지 꿈 리스트 중 7년간 46가지의 꿈을 이뤄온 자신의 이야기를 책으로 펴냈음. 힘든 현실 속에서 포기하지 않는 이러한 인물의 이야기를 읽으며 20-30대의 경우 경쟁에서 뒤쳐질 것 같은 불안감을 이겨내고, '멘토'가 겪은 어려움을 들으며 자신의 상황과 동질감을 느끼며, '멘토'의 극복 및 성공과정을 들으며 삶에 대한 아이디어를 나눠 자신의 발전을 위한 자양분으로 삼는 모습들을 볼 수 있음
- 또한 대인관계, 불안한 사회, 경쟁관계 등 삶의 무게가 버거운 현대인들이 속으로 난 병을 낫게 하기 위한 딱 부러진 해법은 아니더라도 공감대를 형성할 수 있는 이야기를 통해 치유하고 싶어하는 경향이 두드러지고 있음. 예술치료가 스트레스를 발산하고, 마음을 표현하며, 욕구를 해소하는 기회를 제공하는 것이라면[16], 문화예술을 통한 셀프 힐링은 자기 성찰을 통해 마음을 치유함과 동시에 자기 발전의 계기가 필요한 현대인들의 요구가 반영되는 모습과 자기 휴식의 차원으로 발전하는 것으로 볼 수 있음[17]

○ **소소하고 가벼운 경험을 통한 힐링 효과, 힐링 문화마케팅의 인기**

- 자신이 익숙한 매체, 생활 속에서 약간의 투자를 통해 가질 수 있는 치유, 여가를 즐기는 느낌의 치유에 대한 현대인들의 욕구가 반영된 셀프

16) British Association of Art Therapists(BAAT), *What is art therapy*, http://www.baat.org/art_therapy.html 참고. 2012. 11. 27
17) 시사저널. 2012.11.14. 마음의 상청에 바르는 약 힐링

힐링은 하나의 문화로 발전되고 있는 추세

- 이러한 힐링 문화마케팅은 **공감할 수 있는 책, 영화 등을 통해 간접 경험을 할 수 있는 대상을 제공하는 방식들이 많음.** 이병욱 강남성심병원 정신건강의학과 교수는 "영화를 보는 것도 힐링 방법이다. 영화 속 주인공이 자신의 처지와 비슷하거나, 자신이 공감할 수 있는 영화를 선택하면 좋다. 영화에서 주인공이 마음의 병을 고치는 과정을 보면서 자신도 희망을 얻을 수 있다. 설령 주인공이 심신의 고통을 극복하지 못하더라도 관객은 그 주인공의 전철을 밟지 말아야겠다는 생각을 할 수도 있다. 이런 생각 자체가 힐링이다" 라고 말함
- 힐링이 화두로 떠오르며 경기불황에도 불구하고 관련 매출 상품이 꾸준히 증가하는 추세. 온라인 쇼핑몰 G마켓의 경우 힐링 관련 제품으로 여행 및 취미관련 용품, 심신 안정을 위한 부가상품 등을 선정하고, 낚싯줄·바늘 판매가 전년 같은 기간보다 219% 증가하였고, 차와 안마용품, 허브·아로마 제품 판매율이 각각 44%, 12%, 11% 증가하는 등 매출현황에서의 급격한 증가가 나타나고 있다고 발표하였음[18)]
- '힐링뮤직', '힐링콘서트', '힐링여행', '힐링푸드', '힐링스포츠' 등 힐링이라는 단어를 이용한 상품마케팅이 활발해지면서 특허청에 따르면 2008년 26건이었던 힐링 관련 출원건수가 올해 7월까지 86건으로 증가[19)]
- **시간을 내서 힐링을 경험하기 어려운 현대인들을 위한 힐링전문 방송**인 〈생명전자방송국(www.LPTV.kr)〉은 '기분 좋은 힐링타임'을 모토로 금년 3월 힐링사이트로 오픈해 5만명이 넘는 회원들과 월 1천원씩 내는 유료회원이 4만면에 달하며 힐링이 필요한 지인에게 에너지를 전달해주는 '생명전자 이웃나눔' 등 인터넷과 스마트폰을 통해 손쉽게 힐링에너지를 체험할 수 있는데 중점을 두고 있음
- 심신의 치유를 통해 스트레스를 잊게 하는 힐링 여행상품으로 제주올레

18) 파이낸셜뉴스. 2012.09.09. 힐링열풍 유통가 강타, 관련상품 매출 증가세
19) 영남일보. 2012.10.25. 지구촌은 지금 힐링 열풍

길 , 템플스테이 등이 꾸준히 증가하였으며, 템플스테이의 경우 2002년 만 해도 내국인 참가자가 1299명에 불과했지만 2006년 6만1417명, 2008년 9만2694명, 지난 해 18만8000명으로 급증하였으며 현재 템플스테이를 운영하는 사찰 수만 100여개로 지난 해 기준 누적 참가자만 170만명에 달함[20)]

- 산림청은 이러한 힐링 여행에 대한 수요 충족을 위해 2017년까지 전국 34곳에 '치유의 숲'을 조성하겠다는 계획을 발표하였음[21)]
- 백화점 문화센터에서도 마음치유 관련 강좌가 대거 개설되었으며 동국대학교 평생교육원 명상학교, 마음치유협회에서는 2011년 8월부터 **〈마음치유사〉 자격증 개설**로 힐링에 대한 관심 확산을 보여줌

○ **힐링 서적의 인기**

- 힐링 문화마케팅을 가장 적극적으로 활용하고 있는 분야는 출판계로, 교보문고에서 '힐링' 또는 '치유'라는 키워드의 책이 1,000종이 넘게 검색되며, 미국 아마존에서 약 4만종 이상의 책이 검색되고 있어 전세계적으로 시대적인 추세임을 볼 수 있음
- 100만부 이상이 팔린 혜민 스님의 『멈추면 비로소 보이는 것』을 기획한 쌤앤파커스 황은희 편집장은 이러한 현상에 대해 "이전에도 법정 스님과 법륜 스님 등의 책이 이슈가 되었으며 독자의 입장에서 마음을 편하게 하는 내용이라는 점과 불안한 사회 속에서 위로받고 싶은 바람이 폭발적인 판매로 이어졌다" 고 말함[22)]
- 힐링 서적은 그동안 베스트셀러의 자리를 굳건히 지켜온 자기계발서들을 대체하고 있으며 한기호 출판마케팅연구소장은 "고용 없는 성장으로 많은 사람들이 희망을 잃어가면서 심리적 안점감과 위로를 주는 심리학 서적이 인기" 라고 했고[23)], 출판사 가디언의 신민식 대표는 "1980-2000년대 초반까지 한국 출판계의 키워드가 부동산, 재테크, 자

20) 경향신문. 2012.09.10. '힐링 열풍', 최근 TV '힐링캠프' 바람타고 산업화 확산
21) 내일신문. 2012.10.10. 지구촌은 지금 힐링 열풍중
22) 연합뉴스. 2012.10.09. 세상은 왜 힐링에 목말라 하는가
23) 아시아경제. 2012.10.08. '웰빙을 넘어...' 힐링산업, 판이 커졌다

기계발 이었다면 2005년부터 행복이 2010년부터 구체화된 행복 개념으로 힐링이 등장했다" 고 설명함[24)]

〈표 3-1-1〉 2012년 출판계 인기 서적 순위

순위	책 제목	저자	출판사
1	멈추면, 비로소 보이는 것들	혜민스님	쌤앤파커스
2	안철수의 생각	안철수	김영사
3	아프니까 청춘이다	김난도	쌤앤파커스
4	어떻게 원하는 것을 얻는가	스튜어트 다이아몬드	8
5	해를 품은 달 1	정은궐	파란미디어
6	해를 품은 달 2	정은궐	파란미디어
7	천 번을 흔들려야 어른이 된다	김난도	오우아
8	바람이 분다 당신이 좋다	이병률	달
9	엄마 수업	법륜스님	휴(休)
10	스님의 주례사	법륜스님	휴(休)

(2012.01.01~2012.11.30)

자료 : 예스 24 종합베스트셀러 순위

2. 청소년의 상처 치유를 위한 예술치유의 전문화

○ **학교폭력을 초래하는 청소년의 정서적 결핍과 낮은 공감 능력 향상을 위한 청소년 정신건강 대책에 대한 요구 증진**

– 최근 영국 옥스퍼드 대학과 오스트레일리아 퀸즈랜드 대학의 '학교폭력과 집단 따돌림의 가해 및 피해 아동의 공감능력지수'에 관한 연구결과에 따르면 가해와 피해 경험 아동의 경우 평균 공감능력 지수가 낮은 것으로 나타남. 이 연구 참여자였던 김붕년 서울대 정신건강의학과 교수는 가해 학생의 경우 정서적 공감능력[25)]이 결여되어 있는 모습을 보였고, 또한 어린 시절의 가정폭력 피해나 사회경제적 환경으로 인한 충동

24) 경향신문. 20102.09.10. '힐링 열풍', 최근 TV '힐링캠프' 바람타고 산업화 확산
25) 김붕년 교수에 따르면 정서적 공감능력은 타인을 배려하고 약자에 대한 동정심을 가지는 능력으로 이 능력이 결여되면 타인을 지배하고 학대하려는 모습을 보인다고 함

성 조절능력이 결여되어 폭력성이 생기게 된다고 말함. 피해 학생의 경우, 인지적 공감능력[26]이 떨어져 상황에 맞지 않는 적절한 행동의 결여로 인한 집단 따돌림을 경험하게 된다고 지적함

- 김붕년 교수는 청소년기의 급격한 변화가 가해학생의 개인적 특성, 좌절감, 학교 내외의 사회적 요인들과 만나 범죄적 특성을 가진 행위로 발현되고, 이것이 학교폭력이라고 설명함. **예술교육을 통해 폭력이 발현된 원인을 찾고, 해당 학생의 정신건강의 질을 높이기 위해 이들의 '공감 능력'을 향상시키는 교육방식에 대한 고민이 필요하다고 주장**함[27]

- 이러한 방법에 대하여 문화체육관광부와 한국문화예술교육진흥원에서는 2012년 3월 21에 〈2012 문화예술교육 포럼〉을 개최하여 '문화예술교육으로 바라보는 학교 폭력'이라는 주제로 학교폭력의 문제와 처벌 · 징계 위주의 기존 대책에서 벗어난 문화예술 교육의 정책적 시사점과 세부전략을 제시하고자 하였음[28]

- 경인교육대학교 정문성 교수는 **"문화예술교육으로 학교폭력을 전적으로 예방하기는 힘들지만 그 변화는 놀라우며 교육 과정 중 자신의 재능을 발견하고 서로의 관심사나 공유를 통한 신체와 감성 발달에 도움을 주는 것"** 으로 설명하며 발달단계에서 예체능을 통한 교육에 집중적으로 변화해야한다고 지적함[29]

---

26) 인지적 공감능력은 타인의 표정, 말투, 태도 등을 통해 타인의 생각을 이해하고 상황을 인식하는 능력인데, 이 능력이 결여될 경우 상황에 맞는 적절한 태도를 취하지 못해 집단 따돌림의 표적이 되기 쉬움

27) 김붕년, 「우리사회의 폭력문제의 예방적 개입-예술교육을 매개로 한 공감증진」, 『2012 문화예술교육포럼 문화예술교육, 사회적 역할을 묻다』, 국회의원 김을동, 신의진 의원실, 2012.09.27, pp. 13-18

28) 포럼 〈문화예술교육, 사회적 역할을 묻다〉는 2012년 9월 27일 목요일에 중소기업중앙회 그랜드홀에서 14:30-17:10에 개최됨. 진행순서는 Session 1. 문화예술교육 우리사회 바라보기, Session 2. 솔루TUS으로서 문화예술교육 방법론, Discssion. 문화예술료육 정책, 기대와 실천 순이었음. 포럼 발제자는 김붕년, 백령, 김현영, 허전, 한영수, 구민정, 이유정, 문지영, 이선철 등으로 기재된 순서대로 발표 진행 됨

29) 한겨레. 2012.04.02. 문화예술교육으로 학교폭력 뛰어넘기

○ **가해학생의 내재된 분노의 긍정적 표출, 예술치유 프로그램의 융합과 확장**

- 인천보호관찰서는 14세에서 19세 학교 폭력 가해청소년 중 여자 청소년을 대상으로, '학교 폭력 재발방지를 위한 원스톱 프로그램'을 실시. 예술심리치료전문가와 미술치료·영화치료·음악치료·푸드아트테라피, 사회심리극 전문가들과 함께 가해청소년이 예술로 자신의 분노를 표출하여 자신의 내재된 상처를 다른 방식으로 표현하는 법을 가르쳐주고, 불안한 정서를 완화시키겠다는 취지
- 충남학생교육문화원은 학교폭력 위기학생을 대상으로 스포츠 · 음악 · 미술이 결합한 SMART(Sports-Music-Art) 문화예술융합체험활동을 실시하고 있음

○ **가해자와 피해자의 공감 증진을 통한 예술치유 프로그램의 급증**

- 한국표현예술심리치료협회 차미정 교수는 "청소년 범죄의 대부분이 억눌린 감정을 잘못된 방법으로 분출해 일어난다" 며 "그런 감정을 자연스럽게 꺼내 스스로 인식하고 긍정적으로 바꿀 수 있게 하는 것이 예술치료" 라고 설명
- **대검찰청 형사부는 학교폭력 가해학생 등 기소유예 대상자인 청소년 200여명을 대상으로 학교폭력 예술치료 1일 캠프인 '베프존'**을 통해 연극, 음악, 미술 등 예술을 동원한 심리 치료를 시도하였음. 2012년 3월부터 서울남부지검 등에서 소년범을 대상으로 이를 시행해본 결과 상당한 효과가 있다고 판단해 확대할 계획
- 대검 관계자는 "청소년 범죄에 대해 '처벌 아니면 선처'식으로 단순하게 대처하기 보다는 상황에 맞는 다양한 프로그램이 필요하다" 며 "근본적인 태도와 심리상태를 긍정적으로 변화시킨다면 청소년 범죄 재범률을 낮추는데 큰 도움이 될 것" 이라고 강조
- 경북 구미 도리사에서 실시 중인 〈마음나누기 템플스테이〉는 학교폭력의 피해학생과 가해학생과 부모님들이 함께 참여하는 프로그램으로 구미 경찰서의 강군석 형사가 피해학생과 가해학생이 한 자리에서 교육받

으며 서로의 마음을 알아가는 프로그램이 필요할 것 같다는 부탁에서 시작됨[30]. 한 가해학생 부모님은 "교육프로그램에 참가하게 되면서 우리 아리가 문제아, 범죄자라는 인상을 주던 기억과는 달리 마음 속에 맑은 모습과 긍정적인 면이 있다는 것을 깨닫게 해주어 좋았다" 라고 평함[31]

- 또한 동물이나 기구와의 교감을 통해 협동심과 배려심을 기르는 경험을 통한 청소년을 위한 치유프로그램도 인기. 전북 부안경찰서의 위기청소년 통합지원단은 〈아리울 승마〉, 〈마리나 요트힐링 학교〉 등이 큰 호응을 얻고 있음

○ **학교폭력의 상처를 달래기 위한 연극 치유의 다양화**

- **피해학생과 가해학생이 서로를, 자신을 직접 체험하는 교육연극인 사회심리극 형식의 예술치유 프로그램 급증.** 학생들이 직접 각본을 쓰거나, 연극에 참여해 학교폭력의 심각성을 깨닫고, 자신의 행동을 되돌아보고, 해결방안을 찾아보게 하는 교육프로그램의 차원
- 인천동부교육지원청(교육장 오병서) Wee센터의 〈학교폭력예방 심리극〉은 예술치료사이자 한국사이코드라마 소시어드라마학회 전문가와 함께 학생들과 학교폭력이나 흡연 등의 문제를 참여하는 학생의 개인 심리를 반영한 행동으로 표출하는 '사회 심리극'[32]을 만듬
- '반복적인 분노 조절의 어려움을 경험하는 학생 집단'(가해학생군)에게는 '낙인 떼어내기', '가해자와 피해자 역할극', '나를 드러내고 넘어서며 받아들이기' 등의 사회심리극을, '학교부적응 및 친구관계의 어려움을 겪는 집단'(피해학생군)에게는 '속마음 스피커', '거울 속의 나' 등의 주제를 통해 자기를 알아가고, 친구를 이해할 수 있는 기회를 제공
- 최복용 전라남도교육청 학생생활지원과 과장은 "교육연극을 통해 학교폭력 예방에 대한 관심과 필요성에 대한 공감대가 형성되어 학생들의

30) 경북신문. 2012.06.20. 구미 도리사, 학교폭력 근절 템플스테이 개최 '눈길'
31) 경북신문. 2012.06.20. 구미 도리사, 학교폭력 근절 템플스테이 개최 '눈길'
32) 심리극(psychodrama)과 사회극(sociodrama)가 결합한 형태로 사회문제를 연극의 주제로 삼고 개인의 심리를 연극의 행동으로 표출하는 방식임

행복한 학교 문화 조성을 기대한다" 고 설명하며 교육연극은 관객이 학교폭력의 가해학생·피해학생 입장과 주변의 인물들을 체험하고 타인에 대한 이해와 차이를 공감할 수 있는 새로운 교육방식이 될 수 있기를 기대함[33)]

- 서울시교육청은 2012년 9월 6일 중학생들이 직접 극본을 쓰고 감독 및 연출까지 수행하는 학교폭력 사례 역할극 발표회를 개최하여 금호여중, 대경중, 장원중, 창덕여중, 한양중 5개팀 중학생들아 동료학생들과 생활지도 담당교사 500명을 대상으로 개최함
- 〈난 아프지 않아〉: 제주 세이레어린이극장 정민자 대표는 사회문제로 대두된 학교 폭력 근절을 위해 도내 오현고, 중앙여고, 남녕고, 신성여고 등 고등학생들이 직접 출현하여 공감대 형성은 물론 학교 폭력에 대한 공동 책임감을 느끼게 하며 2012년 9월부터 12월 말까지 총 7차례의 공연을 진행 중이며 연극의 내용은 학교폭력을 당한 피해학생 학생이 그 충격과 복수심으로 가해학생으로 변해가지만 친구의 따끔한 충고를 받아들이고 마음을 바로 잡는다는 내용을 담고 있음[34)]
- 울산시 중구 청소영문화의집과 평생교육지원사업에서 개최한 〈우리학교를 구해줘〉 연극에 참여한 김지원(다운고1년)양은 "연극연습은 힘들었지만 무대에 서면서 학교폭력에 대한 많은 것을 느끼게 되었으며 친구를 괴롭히면 안되겠다" 는 생각을 가지게 되었다고 말함[35)]

○ **정서 장애 청소년을 위한 문화예술치유 프로그램의 다양한 전개**

- 청소년들의 틱(tick)장애, 과잉행동장애(ADHD) 등의 정확한 원인이 아직 밝혀지지 않고 있는 상황에서, 정서 장애로 인해 또래집단과의 대인관계 스트레스, 자기표현의 어려움을 겪는 청소년들을 위한 문화테라피나 예술치료의 형식들이 사회기술훈련적인 측면이 강조되고 영역이 다변화되어 인문치료, 승마치료 등으로 출현하고 있음

33) 뉴스1. 2012.07.12. 전남교육청, 전국 최초 학교폭력 교육연극 실시
34) 제주일보. 2012.11.13. 청소년을 위한 청소년들의 학교폭력 연극 '화제'
35) 울산매일. 2012.09.27. '우리 학교를 구해줘' 연극 통해 학교폭력 심각성 고발

- 용인시 정신보건센터의 〈Beautiful Mind〉 프로그램은 정서장애가 있는 학생을 대상으로 음악·미술치료, 드라마 테라피 등의 예술치유 〈Happy Mind〉프로그램과 인지행동장애 학생을 대상으로 사회기술훈련과 문제해결을 돕는 〈Happy Together〉프로그램으로 구성되어 사회적응을 돕고 긍정적 또래관계와 자기표현력을 향상시키는 것이 목적
- 한국마사회의 정서장애청소년을 위해 저소득층에게는 무료, 일반에게는 3만원의 참가비로 진행되는 〈KRA 승마힐링센터〉프로그램은 승마힐링 외에, 전문의 및 상담사와의 상담프로그램, 예술치료, 감각치료, 놀이치료 등을 함께 제공하고 있음
- 경상남도 함안군 보건소는 청소년 스트레스 감소와 자존감 향상을 위한 미술치료프로그램인 〈그림이 들려주는 마음 속 이야기〉를 실시 중임. 사전심리검사 후, 15회, 3단계에 걸친 프로그램에 참여함. 자신의 감정인식과 스트레스를 타인과 나누고(탐색단계), 자신의 장점과 의미있는 대상을 찾는 활동(실행단계), 칭찬 릴레이와 생애설계를 통한 나의 욕구찾기(종결단계) 과정으로 예술을 통해 감정과 두려움을 이해하고 다스리는 방법을 배우는 기회를 제공하고 있음

○ **문화예술 사회적기업의 은둔형 외톨이 청소년을 위한 음악 치유사업 활발**

- 문화예술 사회적기업 〈유유자적살롱〉은 은둔형 외톨이 청소년을 **'무중력 청소년'**[36]이라 표현하는데, 이충한 공동대표는 "세상에는 발을 못 붙였지만 무한히 열려있는 아이들이란 뜻" 이라 설명함. 3달마다 무중력 청소년 6~8명을 모아 음악을 가르치고 있으며, 벌써 6기를 배출 중임. 이 프로그램에 참여한 18살인 청소년 ㅅ군은 "학교에서 왕따당하고 야단맞다가 자퇴를 했습니다. 유자살롱에 와서도 처음에는 어울리는게

36) 국내에는 무중력 청소년(은둔형 외톨이)의 정확한 통계가 없음. 2005년 청소년위원회에서 무중력 청소년의 위험군인 고교생을 전체의 2.3%인 4만3000명으로 추정했던 적 있음. 무중력 청소년을 위한 치유 프로그램도 없음. 최근 서울 여의도에서 전 직장동료에게 흉기를 휘두른 가해자가 은둔형 외톨이라고 보도되면서 점차 사회문제로 인식되고 있음. 일본의 무중력 청소년에 해당하는 히키코모리는 60만명을 웃돌고 있으며,. 서유럽에서는 니트(NEET, Not in educationemployment and training)로 불리움

두려웠지만, 석달을 다니면서 기타를 치고 노래를 만들 줄 알게 됐습니다. 내게도 뭔가 하고 싶은 일이 생겼지요" 라고 말했고, 최근 고졸 검정고시를 치르고, 유자살롱에서 만난 친구들과 밴드 결성도 준비하고 있다고 함[37)]

- 2010년 사회적기업 인증을 받은 유자살롱은 아직 고용노동부의 인건비 지원을 일부 받고 있지만, 올 들어 1억 1000만원의 자체 수입을 올리며 2년만에 지속가능한 사업구조를 갖춤. 주요 수입원은 수강료(월 40만원대, 취약계층 아이들은 무료)이며, 직장인에게 생활음악을 가르치는 〈직딩예술대학〉의 운영수입 등임

○ **성폭력 피해 아동/청소년 예술치유 프로그램 증가**

- 최근 성폭력 사건들이 급증하고, 피해 아동과 청소년에 대한 법률적 지원 외에, 사건 이후 정상적인 일상생활로 돌아갈 수 있도록 돕는 정서적 지원의 필요성이 강조되면서, 표현예술을 통해 상처를 드러내는 예술치유를 적극 도입하고 있음
- 제주지방검찰청은 성폭력 피해 아동 및 청소년을 위해 검찰청에서 국선변호인을 지정해주는 법률조력인 지원제도와 함께 한국표현예술심리치료협회와의 표현예술치료 협약을 체결하고 예술심리치유 프로그램을 지원하고 있음. 집단치료와 개인치료를 병행하면서 피해 아동 및 청소년의 일상생활 적응 및 심리적 건강회복에 도움을 주고 있음

3. 자연과 농촌과 함께하는 인성적 치유의 확장

○ 그동안 특수한 개인적·사회적·문화적 상황에 놓인 개인을 집단화할 수 있는 주제별로 접근해왔던 예술치유(학교폭력 대상자, 성폭력 대상자, 정서장애자, 도박중독자, 노인층, 이민자, 학대피해자 등)가 **일반 국민 전체의 정서 함양 차원으로 확장되면서, 이것이 자연을 통한 인성치유의 형식으로 나타나고 있음**

37) 한겨레, 2012.10.18, '은둔형 외톨이 청소년'에 관한 한 우리가 최고지요

- 교육과학부에서는 올해 '인성교육 실천주간'(9.3-9.8)을 정하고 농어촌 체험학습을 통한 인성교육 강화계획을 발표함. 이주호 교과부 장관은 "자연을 느끼고 함께 배우는 농어촌 체험활동은 학생들의 마음을 치유하고 바른 인성을 함양에 큰 도움이 될 것이며 나아가 농어촌 등 지역사회가 앞장서는 실천 운동의 모델이 될 것" 이라고 말하며 2013년에 시범적으로 16개 우수 농어촌 체험학습 지역을 '농어촌 인성학교'로 공동 지정해 지원하고 단계적으로 200여개소로 지정 및 확대해 나갈 계획이라고 발표[38)]

○ **도시 속 자연학교 〈팜스쿨(farm school)〉 인기**

- 도심 초등학교와 농촌 마을 간의 결연을 맺어 초등교과과정과 연계한 체험학습을 운영하는 〈팜스쿨〉이 활성화되고 있는 추세[39)]. 2012년부터 팜스쿨 시범사업학교로 선정된 학교의 경우 농촌 지역의 체험마을의 전통문화자원·경관·농산물가공시설 등을 연계한 견학프로그램, 교내 텃밭조성을 통한 농작물 재배실습, 체험마을 소재 시·군의 농촌지도사가 교육하는 체험학습 진행 지원이 적극적으로 이루어지고 있음
- 팜스쿨 교육은 자연에서 배우는 인성교육적 효과와 함께 농촌 체험마을을 도시학생들이 방문하는 차원에서 탈피하여 농촌주민이 학교에 방문하고, 지도하며, 체험마을의 시설에서 직접 배우는 방식 등을 통해 공동체 중심의 교육이 이루어진다는 점도 기존의 방식과 다른 점
- 천안시환경생산자연합회 주최로 열리는 〈서당골 벼축제〉도 학생, 학부모, 지역주민에게 친환경 농업의 체험의 장을 제공하면서 벼의 타작, 도정, 새끼 꼬기 등의 생산의 과정을 체험하고 농촌 공동체 경험을 함으로써 정서적 활동에 도움을 주는 문화치유로 받아들여지고 있음

○ **캠핑과 예술 활동의 만남, 창의예술캠프의 유행**

- 자연에서 캠핑을 즐기며 예술활동을 해보는 창의예술캠프가 관심을 받고 있는데, 가족 단위의 캠프장소를 제공하면서 미술치료, 춤명상, 다예, 숲치료 등을 하는 생태예술치유프로그램인 양평 〈산음숲자연학교〉,

38) 교육과학기술부 주요뉴스. 2012.09.03
39) 농림수산부 보도자료. 2012.05.22

디지털문화로 대화가 단절된 정서부족 가족들을 위한 〈영힐링캠프〉 등이 확산되고 있음

- 아동·청소년 대상의 예술체험캠프인 **〈우락부락(友樂部落)숲풍〉**은 강원도 숲에서 12명의 예술가 그룹과 함께 공동작업을 하는 과정을 통해 자연 속에서 예술을 체험하는 인성/창의력 캠프로 이러한 자연에서의 예술캠프 등이 증가하는 추세
- 캠프 내용 등은 예술가가 자연을 문화예술적으로 이해할 수 있는 주제를 만들고(젊은 베르테르의 숲풍, 판(pan)의 숲품 등), 참여자들과 함께 자연 속에서 공동 작업을 하는 방식 등임

○ **도시아이들의 '농촌유학'의 증가**

- 도시 아이들이 농어촌 학교를 다니고 마을 주민과 함께 시골생활을 체험하는 농촌유학이 증가하고 있음. 2007년 농촌유학생 115명에서 2011년 355명으로 꾸준히 증가하고 있으며, 농촌유학을 돕는 '농촌유학센터'도 2007년 8개소에서 2011년 35개소로 늘어나고 있음[40)]
- 농촌유학은 도시 아이들이 농촌생활의 필수요소인 타인과의 관계를 경험하고 농촌의 자연에서 감수성을 느끼는 과정이 인성교육적 효과를 준다는 주장들과 함께 본격화되고 있음
- 이러한 농촌유학 인구들로 인해 폐교 대상으로 논의되던 학교들이 본교를 유지할 수 있게 되는 사례들(충북 단양군의 가곡초등학교 대곡분교, 강원도 현성초등학교 등)이 나타나 또한 농촌유학을 진흥하는 '농촌유학센터'의 활동이 지역을 활성화하는데 일조한다는 인식이 나타나고 있음
- 전북 완주 고산산촌 유학센터의 경우 예비사회적기업으로 지정받아 활동 중이며, 학부모와 아이들에게 제빵기술 전수 등 특색있는 프로그램 진행으로 농촌유학 다리역할의 성공적 사례로 꼽히는 임실 대리마을 농촌유학센터, 울산 소호산촌유학센터, 강원 고마리작은학교 등 지역별로 활성화되고 있는 추세

---

40) 농림수산식품부. '농촌유학센터 지원사업'관련 내부자료 참고

제2절

공동체(community)와 예술, 함께 길을 찾다

○ 최근 마을, 동네, 지역이라는 용어가 유행하면서 공동체의 회복, 공동체적 활동, 공동체 의식의 발현 등이 강조되고, 폐쇄적 공동체가 아닌 외부와의 적극적인 관계성을 전제로 하는 공동체 구현을 위해 예술이 강조되고 있음

1. 커뮤니티 문화 찾기의 유행

○ 마을, 공동체, 지역, 동네 등에 대한 학문적, 정책적, 문화예술적 관심이 높아지면서 현재 우리 사회에서 도시 속의 '마을', 농촌의 '마을', 사회 전반에 걸친 '마을'이 무엇인지에 대한 논의들이 올해 들어 집중되었음

○ 올해 논의되어 온 **마을**의 정의들은 **[정의 1] 단순한 지리적 공유체가 아니라 동일한 물리적 공간을 점유하면서 사회적 상호작용에 기초하여 가치를 공유하는 집단**[41] **[정의 2] 동일한 장소에서 사회적 상호작용에 기초하여 가치를 공유하고 실천하는 공동체**로 분류해볼 수 있음

○ 가장 전통적이고 옛스런 정취와 다소 촌스러움을 상징하던 단어 '마을' 이 이제는 가장 힙(hip)한 실체로 변화하였음

- 얼마 전까지 도시에서 마을을 이야기하는 경우는 '마을버스' 정도에 불과했는데, 최근 10년 사이에 새롭게 진화한 공동체 '마을'이 부활하고 있음. 이는 농촌에서와 같이 자연적으로 형성된 마을이 아니라 화전민들 혹은 19세기 천주교도의 은신처 같은 계약 공동체의 형태로 공간과 사회, 나아가 경제 공동체로서 대안적인 삶의 방식으로 다가옴
- 이미 공동육아 어린이집[42]과 두레생협 등의 먹거리 협동조합, 국민의

41) 라도삼.(2012). 「마을문화만들기 사례와 전략연구」. 서울시정개발연구원

의무 (이 시점에서는 국가의 의무가 아니라)였던 국민교육과 다른 방식을 택한 대안교육[43]이 마이너에서 메이저 트렌드로 변화하고 있는데, 마을 개념의 부활도 이와 흐름을 함께 하고 있음[44]

- 이와 같이 마을은 함께 키우는 육아, 공동체가 책임지는 교육에서 나아가 물리적인 가꾸기, 사회를 구성하는 경제활동에 있어서 신뢰와 협동경제의 실험, 그리고 연대의 공동체로서 현대의 대안으로 우리 곁에 돌아오고 있음

○ 주택촌을 철거하고 아파트를 건설하는 현재의 도시 재개발 방식은 공동체 해체 및 주민들 간의 갈등, 개인주의적인 삶의 방식 등 다양한 도시문제를 양산하고 있음. 이에 따라 주거 공동체를 중심으로 도시화 이전의 마을에서와 같이 주민들 간의 정서적 유대감을 회복하고 함께 하는 삶의 모습을 만들어 가려는 시도들도 나타나고 있음

- 최근 일본 건축계에서는 1인 가구가 증가하면서 (한 집에서 여러 사람이 욕실, 식당, 거실 등의 공간을 함께 사용하며 생활을 공유하는) '공유주택(Shared House)'이 빠르게 증가하고 있음. 국내에서도 이와 같은 공동생활 기능에 초점을 맞춘 주거 공간들이 만들어지고 있는데 이는 공유주택을 향해 가는 과도기 단계로 보임
- 부부 건축가 장영철· 전숙희 씨가 설계한 서울 성동구 금호동의 다세대주택 'Y-House'는 재개발 아파트 구역과 단독주택 밀집 구역 사이에

---

42) 1980년 난곡 해송유아원 설립, 1992년 공동육아연구회 설립, 1994 마을돌봄공동체 (현재 성미산마을공동체) 탄생, 1997년 도토리 방과후 설립, 2002년 보육사업 활성화 방안(보건복지부, 노동부, 여성부 공동)에 공동육아 활성화 방안 명기, 2012년 현재 전국 63개 공동육아 어린이집, 11개 방과후, 11개 지역아동센터 설립 및 운영, 2,300여명 아동과 440여명교사 그리고 4,000여명 부모가 함께하는 공동체 마을 돌봄으로 성장, 사단법인 공동육아와 공동체교육 홈페이지

43) 1995년 대안학교 운동이 시작한 이래 1998년 비(미)인가 대안학교 중 6개교가 대안형 특수고등학교로 전환하여 현재 정규학력으로 인정받는 고등학교 21개와 중학교 8개교로 확대되었으며 (이우, 간디, 한겨레 고등학교 등) 미인가 대안학교는 (재정공모 신청을 통해 확인된) 2006년 79개교에서 현재 94개교로 확대되고 있음 (성미산학교, 은평씨앗학교 등), 대안교육 연대 홈페이지

44) 대전광역시의 경우, 전국최초 마을공동체 중심 도시형·농촌형, 문화형 '사회적 자본형 마을기업'을 지정하여 1~2년 차까지 총 8,000만원의 지원을 실시하고 있어 통합지원 프로젝트를 추진하고 있음. 이 중 (주)도담도담의 경우 육아온라인 카페운영을 통한 공동육아 학교운영, 예비맘 교실 등 동네 주부 공동체 모델로서 기대되고 있는 기업임

세워진 것으로 재개발과 관련된 공동체 해체에 대한 담론과 맥을 같이 함[45] 건물 1층의 앞면을 Y자 형태로 개방하고, 현재의 동네 풍경에서 사라진 평상을 두어 입주자들이나 마을 주민들이 쉬어갈 수 있는 사랑방과 같은 공간을 제공함

- 건축가 신승수 씨가 설계한 서울 송파구 문정동의 공공원룸 임대주택[46]에도 서재, 시청각실과 같이 입주자 전체가 공유하는 공간이 있음. 1인 가구 중심의 매우 개인적인 공간인 '원룸'에 '공공'의 기능을 더한 사례임
- 청년들의 레지던시 겸 게스트하우스인 서울 용산구 용산동의 '해방촌 빈 마을'은 2008년 2월, 주거 문제로 고민하던 청년 3명이 모여 해방촌의 빈 집에 살림을 꾸린 이후, 약 4년간 100명의 조합원이 110만원씩 출자하여 큰 집을 구해 함께 살아가는 규모로 성장함. 소유자가 따로 없는 주택으로서 여기에 머물다 가는 누구나 주인이 될 수 있음. 현재 해방촌 주변 빈 집 5개가 모여 '빈마을'을 형성하였고 이 곳에서 장·단기 투숙객 수백 명이 머물고 있음. 기거하는 기간 동안 입주자들끼리 함께 '1박2일 책읽기' 등의 문화 활동을 진행하며, '빈가게'라는 생활협동조합 형태의 가게도 운영함
- 위와 같은 사례들은 현재 도시화 문제의 주요 담론으로 부상한 '재개발로 인한 공동체 해체 현상'을 해결할 수 있는 대안 주거 형태로서의 의미를 지님. 또한 집을 매개로 타인들이 공동체를 이루어 생활을 공유한다는 점에서 현대인의 개인주의적인 정서를 극복하고 유대감에 기반한 공동체 정신을 이끌어낼 수 있다는 점에서 주목받고 있음

○ 현대 사회에서 커뮤니티가 지니는 의미와 문화예술의 역할에 대한 논의들

- 토머스 무어의 유토피아에서 시작되는 근대의 '이상(理想)공동체 운동', 샤를 푸리에 (Fran ois Marie Charles Fourier: 1772~1837)의 팔란스테르 공동체(Phalanst re) 및 로버트 오웬(Robert Owen : 1771~

45) 아시아경제. 2012.11.22. "'함께 더불어 사는 집'.. 젊은 건축가들의 새로운 '소통'법".
46) 서울시가 추진한 주택 사업으로 현재 입주자 모집 단계

1853)의 '사회주의 공동체' 개념을 거쳐 발전된 현재의 공동체 관련 개념은 도시계획 개념과 대안 공동체 개념으로 전환된 양상을 보이고 있음

- 현재 〈성미산마을축제〉 등 마을 공동체 관련 실험들은 현대도시의 기능성, 경제 및 사회 구조에 대한 대안으로 인식되어 왔으나, 이러한 개념의 확산 의지 혹은 공고한 독립성에 대한 의지에 대한 판단 혹은 방향성은 가변적으로 보는 의견들이 많은 상황
- 이러한 관점에 있어 마을 공동체 회복이나 커뮤니티 활성화를 위한 문화예술의 필요성과 역할을 가변적으로 볼 수 있다는 의견들이 나오고 있음

○ 이와 같이 '마을'이 사회 전반에 걸쳐 키워드로 떠오르면서 **각 지자체는 새로운 도시 브랜딩 방식으로서 마을 만들기 사업을 활발하게 시행하고 있으며 그 과정에서 문화예술이 중요한 매개체로 작용하고 있으며 추후 지자체의 집중현상은 지속될 것으로 보임**(표 3-2-1 참조)

〈표 3-2-1〉 광역지자체 마을 만들기 현황[47)]

지역	사업명	시행 연도	지원 주체	지원 대상	지원내용
서울특별시	서울특별시 마을공동체	2012~2017	서울혁신기획관(시장 직속)	주민(기존 구성 단체 제외)	*마을공동체 종합지원센터를 중심으로 마을 만들기 전반에 대한 연구 · 조사 · 홍보 주민들이 제안한 사업을 추진할 수 있는 역량을 지닌 지역 전문가 발굴 및 연계 주민들의 소규모 커뮤니티 활동을 위한 공간 구축
부산광역시	산복도로 르네상스	2011~2020	창조도시본부(도시재생국 산하)	주민	*산복도로 마을만들기 지원센터를 중심으로 - 전문인력 양성 및 위촉 마을만들기 프로그램 개발 · 보급 사업 컨설팅 및 모니터링 - 마을기업의 활동 공간 제공

47) * 지원에 대한 세부내용은 각 지자체마다 특화된 사항 없이, 지원센터를 중심으로 주민들이 기획하고 제안한 사업을 심의 후 선정하여 행정적, 재정적으로 도와주는 것이 주된 공통사항임
* 이 외에 강원도와 충청도에서도 소규모의 마을만들기 사업이 시행되고 있으나, 광역지자체 단위가 아닌 강릉시, 충주시 차원에서 진행하고 있어 포함시키지 않았음
* 제주특별자치도에서는 2012년 7월부터 마을만들기를 위한 주민 아카데미를 여는 등 시작의 움직임을 보이고 있으나 아직 본격적인 사업의 형태를 갖추지 못한 것으로 보여 포함시키지 않았음

지역	사업명	시행 연도	지원 주체	지원 대상	지원내용
	행복마을 만들기	2010~ 현재		주민	인적 인프라 구축 및 주민 역량 강화를 위한 '행복마을 아카데미' 운영
광주광역시	행복한 창조마을 만들기	2010~ 현재	도시재생과(도시디자인국 산하)	주민	주민들의 마을 계획에 대한 자문을 담당하는 '창조마을 전문가 지원팀' 운영 정부 주관 공모사업에 응모하여 예산을 확보하도록 매개
전라북도	전라북도 마을만들기	2009~ 2014	삶의 질 정책과(문화체육관광국 산하)	주민	마을만들기 협력센터를 중심으로 지도자와 주민 교육, 컨설팅 지원, 프로그램 개발 및 보급, 연구 · 조사, 마을만들기 홍보 및 민간 네트워크 구축 운영 사업 완료 후 사후관리가 잘 되는 우수마을에는 인센티브 제공
경기도	융합적 마을만들기	2012~ 2017	경기도청 도시주택실에 전담부서 설치 계획	주민	– 도와 시 · 군의 원활한 소통을 위해 경기도 및 시군 관련 부서로 구성되는 마을만들기 협의회 설치 마을만들기 관련 정책 및 사업 심의, 발전을 위해 공무원과 민간 전문가로 구성된 마을만들기 위원회 설치 – 마을만들기 지원센터를 설치하고 민간전문가 채용 및 경비지원 매년 사업 평가 및 기여자 포상 경기도 내 시 · 군 단위로 행해지고 있던 30개 가량의 마을만들기 사례들을 2012년 7월 15일부터 도 전체 차원에서 '융합적 마을만들기'로 통합하여 시행

○ 정부 및 지방자치 단체 차원에서 문화예술을 통해 지역재생을 꾀하거나 도시에 매력적인 이미지를 입히기 위한 목적으로 시행되었던 프로젝트들이 마을 만들기 사업의 일환으로 통합되어 진행되기 시작하였음

– 대부분의 사업은 ① 유휴 공간을 활용한 마을 커뮤니티+문화예술공간 리모델링, ② 마을 내의 주민 혹은 향후 마을 사업 기획 외부인력을 대상으로 한 전문인력 양성 프로그램, ③ 기존 전문 인력을 통한 컨설팅, ④ 거버넌스를 위한 조직 조성 등으로 구분됨. 사업 주체관련 성격을 보면 사업별로 주민들의 자발성을 우선시하는 사업, 그리고 외부 인력을

통한 전문성 수혈사업, 거버넌스 사업 등 주체의 설정에 있어 내부→외부의 다양한 스펙트럼을 보이고 있음

- **2012년 9월에 발표된 '서울시 5개년 마을공동체 기본계획'은 '마을 정책'의 시작을 상징적으로 표면화하였음.** 서울시는 2017년까지 5년간 975개의 마을 수립을 지원하는 과정에서 지역민들이 북카페, 마을예술창작소, 작은 도서관, 청소년 休카페 등 문화예술 커뮤니티 공간을 스스로 조성하도록 진흥 및 지원할 계획. 마을 예술창작소의 경우 올해 17개소가 설치 및 운영되었으며, 2017년까지 연차별로 총 233개소로 확충할 계획이며, 도시재생 및 문화예술기획인력의 다양한 문화예술콘텐츠 개발 및 연구 허브 기관으로 육성시킬 상상력발전소 등도 내년부터 본격화할 계획이라고 밝힘
- 부산광역시의 경우, 기존에 진행되어 오던 마을미술프로젝트의 성과를 연계한 '산복도로 르네상스' 사업의 일환으로 마을 기업의 형태를 띤 '꽃마을 문화예술전시관'과 '감천 문화마을 커피숍'을 개관하였고, 광주광역시의 경우, 일반 주거지역을 대상으로 주거, 문화, 복지, 일자리 등이 어우러진 통합적 도시재생을 통해 행복 공동체를 조성하고자 하는 '행복한 창조마을 만들기' 시책을 본격 추진함. 현재 마을의 빈 집을 활용하여 게스트 하우스, 작은 도서관, 역사관 등을 운영하거나 골목길을 중심으로 문화예술 활동 등이 이루어지고 있음
- 경기도는 수원시 마을 르네상스 등 도 내 여러 시와 군 차원에서 활발하게 이루어지고 있던 마을 프로젝트들을 2012년부터 '융합적 마을 만들기' 라는 사업으로 통합시켜 도 차원에서 더욱 발전시키고자 하고 있는 등 지자체의 마을관련 정책사업들의 붐 현상이 나타나고 있음

○ **지자체의 마을 집중현상에 대한 논의들**

- 지자체의 마을관련 정책사업의 유행에 대해 경기개발연구원의 남원석 연구위원[48]은 **'유행 따르기보다 각양각색으로', '주민 관심사 반영, 자**

48) 남원석.(2012). 「마을만들기, 성공의 조건」. 경기개발연구원

발적 주민 참여, 성과보다 과정 중시' 되어야 성공적으로 마을 만들기가 진행될 수 있다고 지적하였음. 전문가들 대부분은 자발적이고 자생적인 마을만들기의 원칙에서 정책적으로 마을에 대한 유행을 이끄는 것이 아니라 마을 자체에 대한 자생적 관심이 중요하다는 것을 계속해 강조하고 있으며, 따라서 전문인력, 사업, 활동, 인프+라 등의 지원이 세심하게 이루어져야 한다는 점을 지적하고 있음

- **과연 지금 마을에 대한 지원이 이루어져야 하는 시점인가에 대한 근본적 검토와 마을의 공동체성을 회복하려는 목적과 마을만들기의 의의에 대한 국민과 시민의 공감이 만들어지고 있는가에 대한 평가가 필요하다는 지적도** 계속되고 있음
- 또한 기존 사회의 시스템과 다른 '대안'적인 자발적 운동으로서 협동조합, 마을 공동체 등의 실험이 지속되기 위해서는 마을의 자생성 (사회적)을 반드시 염두에 둘 필요가 있음. 내부적인 역량과 공감이 미비한 상태에서 외부의 자극만으로는 오히려 갈등을 확대시킬 수 있으며 정책의 불필요 혹은 과도한 투입에 의한 실패를 가져올 가능성이 있음. 평균적이고 동등한 기회를 제공하는 일반 정책과 다른 '다양성'과 '정체성'을 우선하는 문화정책으로서 세심한 접근이 필요함. 특히 외부 전문 예술인 및 역량과 지역의 만남 부분에 있어서 지속성, 자생성, 공감대 등의 요소의 미래 예측과 과정에 대한 타당성을 충분히 검토해야 한다는 지적들

○ **주민의 일상적 공간, 예술이 만들어지고 유통되는 공간으로**

- 시장과 장터는 주민들의 생활과 밀착된 물물교환 및 상행위가 이루어지는 가장 일상적인 공간으로서 이곳에서 행해지는 예술 활동들 역시 소소하고 꾸밈없는 방식을 통해 사람들의 삶 속에 녹아들고자 하는 성향들이 강해지고 있음
- 광주시에서는 동구에 위치한 대인시장을 아시아 문화예술 특화 거점지구로 육성하기 위해 시장 내에 '예술 공동작업장'과 '한 평 갤러리', 아카이브 기능을 담당하는 '시장 속 예술 도서관'을 개관함. 공동작업장과

갤러리는 시장에 상주하는 작가들의 스튜디오 및 전시공간으로서 시장 이용자들과 상인을 대상으로 한 작업들이 이루어질 계획이며, 시장 속에서 문화예술을 소비하고 유통하는 공간으로도 기능함. 이들 공간은 점포들 사이사이에 자리잡고 있으며 전면이 투명한 유리로 되어 있어 상인 및 주민들이 거부감을 갖지 않고 쉽게 다가갈 수 있음

- 서울 서대문구 홍제동 인왕시장 안에 개관한 〈갤러리 스페이스 플러스〉는 시장 내 빈 점포 안에 청년 상인 및 사회적 기업을 입주시키는 서대문구의 프로젝트에 따른 것임. 설치미술을 주로 하는 청년 작가들이 모여 인왕시장과 관련되거나 상인들과 소통하는 작품을 만들고 전시함. 심설희 디렉터는 "상인들과 친해지기 위해 일주일에 한 번씩 냉커피를 타드린다. 커피 잔에 상인들의 코멘트를 받아 그것을 다시 설치미술로 전시하고 있다. 상인들은 자신이 마신 잔이 작품이 되는 것을 즐거워할 것 같다"[49]고 언급함. 2012년 11월 16일 부터는 갤러리의 첫 번째 기획전으로서 시장의 지도를 설치미술로 풀어낸 〈인왕시장 지도만들기 展〉을 진행하고 있음
- 2011년 4월부터 문화시장 프로젝트가 진행되고 있는 서울시 종로구의 통인시장에서는 올해 1월부터 마을기업 통인커뮤니티가 운영하는 〈도시락카페 '통'〉이 인기를 끌고 있음. 사람들이 500원짜리 쿠폰을 내고 먹거리 점포를 돌면서 도시락에 음식을 담아 카페에 앉아서 먹을 수 있음. 또한 점포마다의 개성과 이야기를 담은 예술작품을 전시하고, DIY 목곡방 체험행사를 개최하는 등 다양한 문화 프로그램을 운영 중임. 방문객 80명을 대상으로 한 설문조사에서 통인시장을 재방문 하겠다는 응답자 중 '문화행사 참여'와 '관광'을 목적으로 선택한 비율이 45%로 '장을 보기 위해' 라는 비율 36%보다 높음. 시장에 대한 인식 변화를 알려주는 사례
- 대전광역시 대흥동에서는 게스트하우스 및 문화예술인 위한 활동공간인 〈산호여인숙〉 일대에서 책장이 열려 주민들이 책을 통해 교류하는

49) 뉴데일리. 2012.07.03. 빈 점포 무상 임대... 꽃을 파니 사람 나네~

장이 됨. 이는 최근의 인문학 열풍과도 관계가 있음. 각종 잡지, 헌책, 책 관련 소품 및 그림, 정식 출판사가 아닌 개인이 직접 만든 독립잡지 등이 거래되고 독서 강좌가 열림. 관련 부대행사로 대흥동 주민, 상인, 예술인 등이 함께 이어쓰기 형태인 〈소설 대흥동〉을 집필하기도 함

- 지역 토박이들을 중심으로 끈끈한 공동체 문화가 형성되어 있는 방아골 마을[50]에서는 주민들의 주도 하에 '자동차에게 빼앗긴 골목을 주민들에게 되찾아주고 이웃과 친근하게 지내는 마을공동체를 형성하자'는 목적 하에 〈골목대장터〉를 8회째 운영해옴. 쓰지 않는 물건을 서로 교환하고 다함께 60m짜리 대형 김밥을 마는 등 경제 행위와 문화가 혼합된 행사를 통해 마을의 유대감을 더욱 공고히 함

○ **작은 도서관들, 독서문화 교류의 장으로**

- 서울 성동구 행당동 주택가에 위치한 어린이도서관인 '책읽는엄마 책읽는아이'(2001년 설립)는 유아 및 어린이들에게 좋은 책을 제공하고, 엄마와 아빠가 좋은 책을 권해 줄 수 있도록 도와주며, 책을 매개로 같은 지역의 아이들과 부모들이 서로 작은 공동체를 이룰 수 있도록 해 주는 데 목적을 두고 있음.[51] 이 모임은 엄마들이 자발적으로 만들고 직접 프로그램을 기획하며 놀이 속에서 체험 학습을 하는 형태로 진행
- 서울시 동작구 상도4동에 위치한 '성대골 어린이도서관'은 '아이들을 함께 키우며 부모들이 교류하는 지역 공동체를 만들겠다'라는 목표 하에 170여 가구가 정기적으로 납부하는 회비를 통해 운영됨. '책읽는 엄마들', '공부하는 엄마들' 등과 같은 소모임이 운영되고 있고, '성대골어린이기자단'이 만드는 〈성대골 소식 한마당〉이라는 지역 소식지도 발행
- 서울시 은평구 응암동의 '이상한 나라의 헌책방'(2007년 설립)은 지역성이 강한 책방으로 주민들이 내놓은 책이나 은평구립도서관에서 무상 제공한 헌책을 판매함. '순환독서제'라는 시스템을 기반으로 주민이 판매를 원하는 책을 가져오면 책장에 진열해 주고, 책이 팔리면 책 주인에게

50) 서울시 동봉구 방학2동 일대를 지칭
51) 라도삼.(2012). 「마을문화만들기 사례와 전략 연구」. 서울시정개발연구원. p. 77.

금액만큼의 마일리지를 지급해 다른 책을 살 수 있도록 하는 제도임. 또한 〈청소년문화제〉를 개최해 지역 청소년들을 위한 교육적 프로그램도 운영. 서울시에서도 이러한 기능을 알고 마을공동체복원사업의 매개로 도서관을 지목하여 관련 사업을 확장할 계획

- 최근 서울시 종로구 창신동에 〈뭐든지 도서관〉이 개관함. 도서 마련부터 각종 프로그램 기획, 운영 인력 까지 모든 시스템이 주민들의 기부 및 자원봉사로 이루어지는 마을 도서관임. 해송지역아동센터와 학부모, 지역주민이 합친 재원으로 설립되었으며, 주민들이 직접 페인트칠과 바닥공사를 진행하고 도서관에 필요한 물건과 책 1,000여권을 각자 집에서 모아옴. 주중에는 독서 프로그램과 지역아동센터 아동 야간 돌봄 프로그램을 운영하며 주말에는 영화 감상, 인형 만들기 등 문화 활동과 학부모 커뮤니티 활동 공간으로 사용할 계획임

○ 커뮤니티 문화 구축을 위한 예술프로젝트들의 현재 특징 및 향후 방향에 대한 논의들

- 자생적이고 자발적인 공동체 의식의 발현 및 정체성 확립에 문화예술이 자극체 혹은 매개체 역할을 한다고 평가되고 있는 사례들은 크게 3가지 형식으로 나타나고 있음
- 첫째, 문화예술이 외부의 자극으로 작용해 마을 공동체 정체성 확립에 도움을 준 경우임. 이는 자연 발생적인 지역 공동체에 문화예술인, 예술활동, 문화예술 기획자, 문화예술관련 시설, 문화예술관련 시범프로젝트 등의 활동 등을 통해 지역 공동체의 정체성이 어떻게 바라봐지는지 보여주고, 이를 통해 정체성을 확립하고 공동체 의식을 구축하는 과정이 이루어지는 형식임. 이러한 사례로 마을미술프로젝트나 문전성시 등을 들 수 있는데, 마을에 활기를 주고 전입자를 증가시키고 경제적 가치를 확대시킨다는 장점들이 있는 것으로 평가되고 있지만, 오히려 외부 문화예술인들의 활동으로 인해 기존의 공동체적 가치관이나 정체성이 붕괴되고 있기도 하다는 지적 또한 나오고 있음
- 둘째, 공동체 내부에서 문제의식이 나타나면서 문화예술활동에 대한 지

원을 요청하는 경우들인데, 이러한 경우에 공동체 내부의 의견과 외부에서 들어오는 문화예술전문인들의 의견의 조화여부가 강조되는데 아직까지 이러한 형식으로 논의되는 대표적 사례들은 찾아보기 힘든 상황

- 마지막은 자생적 마을공동체가 이미 자신들의 방향, 비전, 추진방향 들을 설정하고 전문화된 문화예술인력의 도움이 필요한 경우 최소한의 연계를 하는 방식임. 〈성미산 마을극장〉, 〈국악단체 노름마치〉등을 이러한 사례들로 볼 수 있음
- 커뮤니티 관련 문화예술프로젝트의 주요 추진 주체는 공동체일원(주민), 예술인(전문예술인, 외부 예술인, 지역 예술인 등), 매개인력(지역, 외부, Agency 등), 지방자치단체, 정부 등으로 구분할 수 있음. 이때 사업추진에 있어 마을 공동체의 자발적 참여가 중요시되어야 하는데, 현재 많은 커뮤니티 관련 문화예술사업들의 경우 이 같은 부분이 미흡한 경우가 많다는 지적들이 계속되고 있음. 따라서 향후 커뮤니티의 자생적이고 자발적인 공동체 의식의 발현을 돕는 문화예술 사업의 설계가 강조되고 있는 추세

2. 생활문화예술과 참여형 예술의 확산으로 주민, 예술의 주체로 자리매김하다

○ 도시를 재생시키려는 목적 하에 공공기관 주도로 행해지던 도심 르네상스 프로젝트들이 지역에 문화예술 인프라를 구축하고 문화 향유를 위한 콘텐츠를 주입하던 방식에서 **점차 지역 주민들이 자발적으로 문화를 만들어 나갈 수 있도록 장을 마련해주는 방향**으로 변화되어 가고 있음

○ 이와 관련하여 국내에서 **커뮤니티 아트(Community Art)**가 지속적으로 유행중이며, 올해에만 커뮤니티 아트를 조명하는 국제 심포지엄이 두 번 개최되는 등 계속해서 그 양상을 지켜보며 논의를 지속해가는 상황임.[52)]

52) 2012년 10월 10일에는 아트 스페이스 유네스코 에이포트와 문화수리공의 주관으로 〈도시재생 & 커뮤니티 아트 프로젝트〉 포럼이 인천에서 개최되었으며, 11월 1일에는 서울문화재단과 서울시 창작공간의 주관으로 〈신화 또는 현실: 예술가, 정책, 커뮤니티〉 포럼이 서울에서 열림

'공동체'가 사회 전반의 화두로 부상함에 따라 몇 년 전부터 계속되어왔던 커뮤니티 아트도 함께 주목받고 있는 상황으로 보임

- 커뮤니티 아트의 정의는 '보다 많은 공동체들의 참여를 통해 예술의 접근성 확대를 목표하며, 기존의 예술가 중심의 창작활동에서 벗어나 공동체 구성원이 자신의 삶과 사회적 환경, 이슈들을 주제로 하면서 능동적으로 예술에 참여하는 형태' 로 설명할 수 있음.[53] 지역사회의 이해와 관계된 이슈를 중심으로 주민들이 예술 창작활동에 직접 참여하는 과정을 통해 공동체에 긍정적인 결과를 이끌어 내거나, 고급 예술의 형식을 깨고 일상생활과 밀착된 형태의 예술을 체험하고 공유하는 것을 뜻함
- 커뮤니티 아트의 유형은 크게 공공기관의 주도로 지역 진흥을 위해 시행하는 프로젝트 형태와 시민들의 주도로 만들어지는 예술 형태, 그리고 예술가 주도로 주민들의 참여를 독려하는 작업의 형태로 나눌 수 있음[54]
- 이와 관련하여 문화체육관광부는 2009년부터 국민 모두가 생활 속에서 문화적 삶과 풍요를 누릴 수 있게 하기 위해 주민들의 생활 속 문화프로그램을 활성화한다는 의도로 〈생활문화공동체 만들기〉 사업을 지역문화정책 차원에서 추진하고 있음
- 특별히 올해에는 전국에서 총 122개 사업이 응모하였는데, 이를 통해 지역주민의 문화생산자로서의 욕구가 상당하다는 점과 지역문화 기획 인력 및 단체의 증가 등 지역문화의 저변이 넓어졌다는 점을 확인할 수 있음.[55] 올해는 1)지역 주민의 문화생산자로서의 역할, 2)문화공동체를 형성하는 과정 중심의 프로젝트, 3)지역 내 문화자원의 활용과 인적·물적 네트워크 구축, 4) 문화예술을 활용한 창의적 프로그램 등 네 가지

53) 박신의.(2012). '커뮤니티 아트, 지역사회, 창작공간', 〈도시재생 & 커뮤니티 아트 프로젝트〉 포럼 자료집. p. 9
54) (사)다움문화예술기획연구회.(2011). '생활문화공동체 지원관련 정책연구 보고서', 한국문화원연합회, p. 15참조
55) 문화체육관광부 홈페이지. http://www.mcst.go.k

기준에 중점을 두고 신규 사업 16개를 선정함

- 그 중 하나의 사업인 〈바벨 디스코스(Babel Discours)〉 프로젝트는 올해 '커뮤니티 스페이스 리트머스'가 진행한 것으로, 다문화 밀집지역인 경기도 안산시 원곡동에 거주하는 외국인들이 서로 간의 언어 학습을 통해 타 문화를 이해하고자 기획된 생활문화공동체 활동임. 원곡동에 가장 많이 정주하고 있는 네팔, 태국, 베트남, 중국, 인도네시아 5개의 언어그룹을 구성하여 워크숍을 통해 해당 커뮤니티의 언어를 학습하였으며, 이 프로젝트의 일환으로 열린 〈바벨 난장 파티〉에서 학습한 언어를 기반으로 해당 국가별 시, 소설, 문학작품을 콘텐츠로 삼은 퍼포먼스를 선보임
- 대구 중구 도심재생문화재단은 〈상화와 함께하는 골목주민 다다(多多) 프로젝트〉의 하나로 중구 약전골목에 주민목공소를 세움. 문화재단의 김명주 팀장은 "주민목공소는 주민들이 공동체에서 소외되지 않고 주인공이 되어 주도적으로 활동하기 위해 마련된 장" 이라고 밝힘.[56] 누구나 무료로 목공예 기술을 배워 공예품을 직접 만들어 볼 수 있는 곳으로, 주민들은 이를 통해 즐거움과 활력을 얻고 있음
- 〈성미산마을극장〉은 2009년 2월 국내 최초로 지역 주민들에 의해 설립된 마을 극장으로, 주민들이 스스로 삶의 질 향상을 위해 자발적으로 문화 공간을 구축한 모범 사례로 들 수 있음. 연극, 음악, 전시, 퍼포먼스 등 다양한 예술 행위가 시도되는 공간으로 성미산마을이 문화를 매개로 하나의 공동체로 뭉치는 데 중요한 역할을 하는 동시에, 마을의 경계를 넘어 다른 마을과의 문화 교류의 허브로도 기능하고 있음. 특히 2010년부터는 서울, 안산, 대전의 동네 시민극단들이 참여하는 '성미산 동네연극축제'의 거점공간으로 사용됨
- 대전 수산리의 〈마을이야기학교〉는 2009년에 전 한국문화예술위원장인 김정헌 대표가 지역주민의 문화 향유 기회를 확보하려는 취지로 설립한 기관임. 김 대표는 "우리 목표는 단순히 평소 문화적 소양을 기르

56) 매일신문. 2012.11.07. 뚝딱뚝딱~주민공동체 만드는 골목공방

고 거기 참가할 수 있는 기회를 박탈당한 소외계층에게 예술을 전파하는 것으로 그치자는 게 아닙니다. 궁극적으로 마을 자치 . 자립을 바라보고 주민들의 관행이나 습관 자체를 변화시키는 게 우리가 원하는 것이죠" 라고 언급하며 자발적인 공동체에 문화예술이 해법이 될 수 있다고 밝힘[57] 이 학교는 비영리단체인 '예술과 마을 네트워크(예마네)'와 함께 3년간 작가 체류 프로젝트를 시행해왔는데, 올해에는 청년예술가들이 주민들에게 초상화를 그려주거나 사진을 찍어주는 대가로 이야기 한 토막을 듣는 형식인 '이야기품앗이'라는 프로그램을 진행함

- 경기도 양주시와 경기문화재단은 장흥역 일대에서 예술가들과 주민들이 함께 만드는 〈장흥 오~라이!프로젝트〉를 시작함. 예술가들은 프로젝트 사업 설명회 자리에서 70~80년대 대학교 MT문화의 근거지로 번성했던 과거 장흥역의 추억을 되새기고자 하는 주민들의 바람을 적극 수용하여 구 장흥역을 커뮤니티 예술공간으로 개조함. 기차가 끊긴 이후 폐허로 방치되었던 역사는 주민이 수리하거나 리폼하고 싶은 물건을 고쳐주는 〈도깨비 꽁방〉, 무료로 사진을 찍어주는 〈장수사진관〉, 지역문화사랑방 역할을 하는 〈역전다방 7080〉등으로 재탄생함. 이 모든 과정에서 주민들은 인테리어, 공사 등에 직접 참여하였으며, 프로젝트 종료 후 예술가들이 떠나자 이장을 중심으로 주민자취위원회 〈장흥 오라이 추진단〉이 구성되어 공간 운영을 전적으로 주도할 계획을 만들어가고 있음. 이 프로젝트를 담당한 조두호 기획팀장은 "취지 자체가 소통의 예술에 있는 만큼 앞으로 이 공간을 통해 이곳 주민들이 스스로 가치를 만들고 소통해나갈 수 있도록 돕는 것이 우리의 목적" 이라고 언급함[58]
- 주부극단 〈유혹〉은 안산문화예술의전당에서 마련한 주부연극교실에서 시작된 작은 모임에서 출발하여 국내 여러 연극제에 참가하는 인기 아마추어 극단으로 성장함. 특히 이들은 지역사회에 공헌하는 데 관심을

57) 오마이뉴스. 2012.11.22. 아이들 떠난 폐교에 노인들이, 무슨일이야?
58) 경기일보. 2012.08.08. 장흥 오라이 프로젝트: 골목마다 예술 … '청춘의 도시' 명성 되살린다

갖고 공부방, 지역아동센터 등에서 재능기부 공연을 진행해오고 있는데, 이러한 경우에는 외부 전문가의 도움 없이 단원들만의 힘으로 공연을 기획하고 준비함

- 또한 서울시 중구 문화재단 주최로 개최된 〈춤추는 꽃중년 프로젝트〉는 춤을 통해 중년 여성의 자존감과 삶의 기쁨을 회복하게 하려는 취지에서 마련된 것으로 중구에 거주하는 30여명의 여성들이 참가함. 참가자들은 6개월간의 훈련을 거치는 동안 세대를 뛰어넘어 인근 중학교의 학생들과 함께 춤을 추기도 하고 뮤지컬 배우들에게 아마추어인 자신들의 춤을 가르침. 무용가 안은미 씨는 이들의 퍼포먼스를 영상으로 기록하여 현대무용작품으로 재창작하기도 함

○ **관객에서 예술가로, 제작자로 경험해보는 문화예술프로그램의 인기**

- **〈오케디언스(Orchestra+Audience)〉**는 관객과 함께 클래식을 연주하는 공연으로 올해 9월 열린 공연에 총 1,013명의 관객이 리코더 협연자로 참여하면서 한국 기록원으로부터 '대한민국 최초, 관객 참여 리코더 협연 오케스트라 공연' 기록에 대한 인증서를 수여받음
- 공연 기획자인 하헌휘(국민대), 이재선(연세대), 최종수(중앙대), 백세령(서울여대)은 모두 대학생으로 2달간 광고대행사인 이노션 월드와이드의 사회공헌 프로그램인 '이노션 멘토링 코스(Innocean Mentoring Course, IMC) 시즌2'에 참여하면서 이 공연을 기획하고 이를 참여형 공연으로 발전시켰음. 공동기획자인 최종수는 "듣기만 하는 관객이 아니라 직접 연주에 참여하는 관객, 대한민국 최초로 관객과 함께 연주하는 오케스트라를 만들어보고 싶었다" 고 기획의도를 밝혔으며 새로운 형식의 관객 참여 공연의 방향을 제시한 사례로 볼 수 있음[59)]
- LG아트센터의 관객 참여 프로그램 〈LAMP〉는 2009년 〈고음악과 원전연주의 이해〉를 시작으로 2012년 12월까지 LAMP 7st Program을 진행하고 있으며 지원자를 공모하여 각 프로그램에 맞게 지원자가 공연에

59) 아시아경제. 2012.10.21. 이노션의 오케스트라 "국내 최초 관객도 연주한다"

올라갈 수 있도록 교육을 시키는 참여 프로그램을 진행하고 있음

- 100% 관객 참여형 뮤지컬인 〈비틀깨비〉는 관람객인 아이들과 부모들이 국악 선율과 3D 애니메이션에 맞춰 악기를 연주하고 극을 진행하는 배우로 활동하게 하는 관객 참여 공연임
- 2012년 11월 6일 개관한 노원구의 〈노원 어울림 극장〉은 주민이 참여할 수 있는 전문 공연장으로 주민들의 연주회 및 발표회를 위한 공간이면서 주민이 공연자로 활동할 수 있는 다양한 프로그램 운영계획을 발표하였음
- 올해로 3회째를 맞는 〈성미산 동네연극축제〉는 지역 주민들로 구성된 전국의 동네 극단들이 모여 작품을 선보이는 자리임. 올해에는 〈동네극단 우이동〉, 〈성미산 마을극단 무말랭이〉, 〈안산연극소 유혹〉 등 총 7개 마을에서 활동하는 8개의 극단이 참여하여 성황리에 축제를 마침. 마을의 10대부터 중년들까지 다양한 세대로 구성된 이들 동네 극단은 주로 일상생활 속에서 일어날 수 있는 일들을 소재로 하여 배우부터 무대 제작, 연출에 이르기까지 연극의 모든 제작 과정과 축제의 공식 일정을 주민들 이 스스로 만들어가고 있음
- 이렇듯 관람객이 공연의 이벤트로 무대로 올라와 잠깐 참여하는 차원이 아니라 공연을 준비하는 단계에서부터 공연자로서 교육받고 참여하는 프로그램들이 늘어나고 있으며, 이에 대한 긍정적 반응들로 인해 공연예술계를 중심으로 이러한 현상들이 계속될 것으로 보임
- 대구 중구 도심재생문화재단은 〈상화와 함께하는 골목주민 다다(多多) 프로젝트〉의 하나로 중구 약전골목에 주민목공소를 세움. 문화재단의 김명주 팀장은 "주민목공소는 주민들이 공동체에서 소외되지 않고 주인공이 되어 주도적으로 활동하기 위해 마련된 장" 이라고 밝힘.[60] 누구나 무료로 목공예 기술을 배워 공예품을 직접 만들어 볼 수 있는 곳으로, 주민들은 이를 통해 즐거움과 활력을 얻고 있음

60) 매일신문. 2012.11.07. 뚝딱뚝딱~주민공동체 만드는 골목공방

3. 예술가, 문화행동으로 공동체와 교감하다

○ 이전의 강정마을 사태, 쌍용자동차 사태에 대한 예술가들의 행동의 연장선상에서 문화시위의 주체로 활동하는 예술가들이 늘어나고 있음

○ 충무로 영화계를 중심으로 작년의 〈도가니〉를 이은 〈부러진 화살〉, 〈남영동 1985〉등 어두운 사회적 문제를 다룬 영화들이 지속적으로 만들어지는 가운데, 쌍용차 사태를 다룬 연극 〈시계1〉, 용산참사를 다룬 다큐 〈두 개의 문〉들이 계속해서 만들어지고 100페스티벌의 〈연극, 정치를 말하다〉도 개최됨

○ **〈콜트.콜텍〉**

- 인천 부평구에 위치한 기타 제작 공장인 콜트·콜택은 2007년 경역악화를 이유로 노동자들을 정리해고하고 2008년에는 국내공장 모두 폐쇄하고 인도네시아, 중국 등 해외 공장 설립. 경영 문제로 인한 어쩔 수 없는 선택이었다고 하지만 여전히 세계 기타시장 30%점유하는 회사. 2012년 2월 정리해고가 무효라는 대법원 판결에도 불구하고, 회사는 5월 31일에 2차 해고 통보. 노동자들은 2000일동안 투쟁 지속
- 국내 문화예술가들이 일자리 회복의 여지를 잃어버린 공장 노동자들을 돕기 위해 현재 비어있는 공장을 스쾃(squat)해 7월 15일부터 30일까지 〈인천시 부평구 갈산동 421-1 콜트·콜텍 전시회〉를 오픈함. 사회적 이슈를 다룬 작품을 바로 그 공간에서 한다는 점에서 사회적 의미를 가장 강하게 띠며, 시위집회와 사회 이슈 다룬 작품 중간 영역에 위치하는 것으로 여겨짐

○ **〈작가행동1219〉**

- 2012년 10월 22일에 10명의 작가가 모여 '작가행동1219'란 이름으로 트위터에 올린 작가 행동 제안 글이 오프라인에서의 행동으로 확대됨[61)]

61) @1219writer라는 계정으로 "사람과 사회와 정치에 대해 특정 후보 지지가 아니라 정치를 새롭게 사유할 수 있도록 작가행동을 제안합니다" 며 "우리가 asngkr을 추구하는 이유가 결국 다른 세계를 향한 꿈 때문이라면, 우리는 현실에서도 다른 세상을 위해 행동할 수 있을 것입니다.

- '1219'는 2012년 제18대 대통령 선거일을 가리키는 것으로 대선을 앞두고 정치사회적 현 상황에 대한 문화예술인들의 비판적 사회 인식과 사회 변혁의 의지를 나타내는 것임. 20대~40대의 젊은 문인들로 구성된 이 연대는 구체적인 조직 형태를 갖추지 않은 채 모임의 취지에 공감하는 구성원들의 자유스러운 의지에 따라 움직이며, 모든 활동들은 통보가 아닌 '동의'에 의해 정해짐
- 이 모임의 추진자인 소설가 백가흠씨는 "**글로 쓰는 것만이 문학이 아니라는 생각이 바탕이 됐다. 작가는 오래 전부터 개인과 사회의 소통을 위한 매개자 역할을 자청해왔다. 그렇다면 글만이 아니라 작가의 말, 작가의 행동도 다 문학의 범주에 넣어야 하지 않을까"**[62] 라며 모임의 취지를 밝혔고, **"우리의 행동은 누군가의 제안에 공감한 사람들이 참여해 엮어내는 게릴라 활동, 혹은 문학적 플래시몹에 가깝다"**[63]**라며 모임의 성격을 정의**함
- 이들은 11월 3일에 시인, 소설가, 평론가 등 36명의 문인이 문화예술인 동조단식에 참여하는 것으로 활동을 시작하고 13일에는 〈쌍용자동차 해고 노동자와 함께 하는 북 콘서트〉를 개최함. 소설가 김연수, 김애란, 백가흠, 한 강, 김선우 등의 작품을 낭독하고, 밴드 공연 및 쌍용차 해고노동자 이창근씨 가족의 이야기를 듣는 것으로 진행됨
- 북 콘서트의 진행을 맡은 문학평론가 신형철 씨는 작가행동1219가 2009년에 있었던 '6 · 9작가선언'의 연장선상에 있음을 밝힘[64]

현실은 관심으로 쓰는 문학입니다 "시인, 소설가, 아동문학가, 평론가, 극작가 등 글을 T는 우리는 지금부터 각자의 트위터를 통해 정치적 문장을 자유롭고 자발적으로 남기려고 합니다...."라는 글이 게시됨.

62) 한국일보. 2012.11.30. "글만으로 세상 바꾸기엔 한계 숙명처럼, 행동이 절실해졌다"

63) 한국일보. 2012.11.30. "글만으로 세상 바꾸기엔 한계 숙명처럼, 행동이 절실해졌다"

64) "2009년 용산에서 용산참사가 있었고, 노무현 대통령이 투신하고, 쌍용차에 대한 폭력진압이 있었다. 그 무렵에 젊은 문인들이 '6 · 9작가선언'이라는 조직을 급히 꾸려서 시국선언을 했다. 그때는 이명박 정부 초기였는데 대선을 앞두고 다시 한 번 모이자고 해서 모였다. 누가 대통령이 되느냐, 정말 중요한 문제다. 그러나 선거는 목적이 아니라 수단이다. 누구를 지지하기 위해 모인 것이 아니라 선거라는 수단을 등에 업고 우리가 잊고 있던 걸 환기해보자. 독자들과 글로만 소통할 게 아니라 같이 얘기를 나눠보자는 취지로 모였다" 주간경향. 2012.11.27. '작가행동1219' 참을 수 없는 현실로 나서다

- 또한 이들은 11월 21일에 강정마을 해군기지 건설 현장을 방문해 마을 주민들 앞에서 〈강정마을 평화도서관 만들기〉 제안식을 진행함. 강정마을 · 바다 · 평화를 주제로 한 자신들의 작품을 낭독하고 '강정은 이미 문학 속에 있다'를 주제로 퍼포먼스를 진행함. 퍼포먼스에서는 각자 가져온 책 3권을 경찰에게 증정하는 행위가 이루어졌으며, 경찰들이 책을 받지 않자 현장 진입로에 책을 쌓는 것으로 마무리하였음. 현재 많은 문인들이 도서관 건립 사업에 책을 기증하겠다는 참여의지를 밝히고 있는 상황
- 11월 27일에는 〈비정규직 노동자와 함께 하는 시 콘서트〉 개최하였으며, 조만간 '언론'을 주제로 한 북 콘서트를 준비 중에 있으며, 대선이 끝난 이후의 활동을 차차 계획해나갈 예정이라고 밝힘
- **지금까지의 활동으로 미루어볼 때, '작가행동1219'는 쌍용자동차 사태, 강정마을 사태 등 공동체 내에서 출발하여 사회적 문제로까지 확대된 사건에 대응하여 문화예술인들끼리 공동체를 구성하고 그들의 특성을 살린 문화행동으로 사회적 목소리를 분명히 내고 있는 연대로 간주되고 있으며, 공동체를 위한 문화예술계의 역할에 대한 관심이 높아지고 있는 최근의 상황에서 이러한 활동들은 계속될 것으로 보임**

제3절

문화예술, 공정한 시장을 요구하다

1. 저작권 제도, 뜨거운 감자로 떠오르다

가. 수면 위로 떠오른 공연계 저작권 이슈

○ 2012년 10월, 싸이와 김장훈 간에 있었던 갈등은 싸이가 '김장훈의 공연 연출과 무대장치, 음향, 조명, 의상 등 공연 내용 전반을 무단으로 도용했다는 주장'에 의해 불거진 것이었음[65)]

- 김장훈과 싸이의 합동공연은 연매출 100억 원을 기록할 정도로 큰 성공을 거두었고, 2009년부터는 3년에 걸쳐 '김장훈 싸이 완타치'라는 전국 순회 투어공연을 진행하기도 했으나 이 후 김장훈이 싸이가 김장훈의 공연 아이디어를 모방하고 스태프를 빼갔다고 주장하며 자신의 SNS에 "돈은 가져가더라도 창작은 뺏기고 싶지 않다. 이제 카피 좀 그만했으면" 이라는 글을 올리면서 둘의 불화가 화제가 됨[66)]

○ 싸이의 공연이 표절인지에 대한 전문가들의 의견도 엇갈림[67)]

- 이동연 한국예술종합학교 교수는 '싸이 콘서트는 김장훈 공연과 비슷한 부분이 많다'면서 '무대장치·음향·조명·특수효과·의상공연 등의 노하우에 대해 김장훈이 원천 저작권을 주장할 수 있다고 본다'고 한 반면 강태규 대중문화평론가는 "아무리 뛰어난 연출도 콘텐츠(노래)가 힘이 없으면 공연이 빛을 발할 수 없다"면서 "다른 공연에서 모티브를 얻어 콘서트를 응용 발전시키는 자체도 존중해야 하는데 자칫 이런 자유가 경색되면 예술인 입에 재갈을 물릴 수 있다" 고 우려함

65) 뉴스엔. 2012.11.23. 싸이vs김장훈, 이승환vs컨츄리꼬꼬 '공연 저작권, 어디까지 인정?'
66) 세계일보. 2012.10.08. 김장훈·싸이 불화속 '공연 저작권' 주목
67) 서울신문. 2012.10.10. '표절 사각지대' 무대 공연 저작권법·판례도 애매모호 : 싸이·김장훈 사태로 본 현주소

- 손정달 한국문예학술저작권협회 사무국장은 '헌법에 있는 표현의 자유가 우선이냐, 저작권 보호가 우선이냐에 대한 가치판단과 사회적 합의가 필요한 때' 면서 '문화종사자들이 자기성찰의 기회로 삼아야 할 것'이라고 언급함

○ 이 사건은 김장훈과 싸이가 서로 사과하고 오해를 푸는 것으로 마무리되었으나 '공연 예술과 관련된 저작권' 이슈를 다시 한 번 수면 위로 떠올리는 계기가 됨

○ 공연에 포함되는 개별 저작물의 경우 공연을 위한 각본은 '어문저작물'로, 무대디자인은 '미술저작물'로, 공연을 위한 음악은 '음악저작물'로 각각 보호가 가능하나 효과, 음향, 동작, 의상, 장면, 소도구 등 활용에 대한 전반적 공연에 대한 기획 및 컨셉 자체가 현행 〈저작권법〉 상의 보호대상이 되는지에 대해서는 논쟁의 여지가 있음(김혜창. 2012)[68]

- 예컨대 〈우리 결혼했어요〉나 〈Dancing With the Star〉와 같은 방송 프로그램 포맷의 경우에도 시장 자체는 형성되어 있으나 저작권 보호대상인지에 대해서는 논란이 됨
- 이는 현행 〈저작권법〉이 보호하는 것이 사상과 감정을 말, 문자, 음, 색 등으로 구체적으로 외부에 표현한 '창작적 표현'이며, 표현된 내용, 즉 아이디어나 이론 등의 사상 및 감정 그 자체는 저작권법의 보호대상이 되지 않으나, 전반적 공연에 대한 기획 및 컨셉 그 자체는 '아이디어'에 해당하는 것으로 볼 여지가 있기 때문임

○ 공연 저작권의 문제는 공연을 기획하고 준비하며 실행하고 유통하는 각 단계에서 모두 발생할 수 있으며 여러 장르가 결합하는 연극·뮤지컬·무용·콘서트 등 공연예술은 저작권 시시비비를 가리기가 훨씬 어렵고 복잡하기 때문에 이에 대한 논란도 많음

○ 먼저 공연기획과정에서 원작을 공연화하는 경우 기본적으로 '공연권'에

68) 김혜창.(2012). 공연 관련 저작권 법제도 현황. 공연예술과 저작권 토론회 발표자료집」. 문화체육관광부

대한 허락이 필요함(김혜창. 2012)

- 희곡을 그대로 연극화하는 경우 '복제권' 허락이 필요하며, 소설을 바탕으로 연극공연을 하거나 뮤지컬을 기초로 영화화 하는 경우 등에는 '2차적 저작물 작성권'[69]에 대한 허락이 필요함
- 원저작자의 허락을 받은 경우에도 '성명표시권'이나 '동일성유지권' 등과 같은 저작인격권이 문제될 여지가 있어 유의를 요함

○ 대법원은 2011년 댄스뮤지컬 〈비보이를 사랑한 발레리나S〉의 제작자가 SJ비보이즈의 주주 최모씨가 저작권을 갖고 있는 〈비보이를 사랑한 발레리나〉와 유사한 제목과 시놉시스를 사용해 별도의 공연을 해 온 사안에 대해, 〈비보이를 사랑한 발레리나S〉의 경우 〈비보이를 사랑한 발레리나〉가 원작인 〈프리즈〉 시놉시스에 새롭게 부가한 창작적인 표현형식에 해당하는 부분과 실질적으로 유사한 내용으로 공연을 진행함으로써 〈비보이를 사랑한 발레리나〉의 시놉시스에 관한 저작재산권을 침해했음을 인정한 바 있음[70][71]

○ '안무' 저작권과 관련 기본스텝이나 동작은 저작권 보호의 대상이 아닌점, 안무가가 자신의 기술, 노력, 판단에 의해 기본 스텝과 동작을 응용함으로써 독자적 작품이 된다면 창작성이 인정되어 '연극저작물'로서 저작권으로 보호됨[72]

- 이 때 무용의 독창성은 무용의 리듬, 공간, 그리고 움직임의 요소를 기준으로 판단하며, 현대무용은 연극과 달리 드라마틱한 요소가 없는 경우가 많아 연극과는 별개의 독립된 저작물로 분류할 필요가 있다는 견해도 있음

---

69) 원저작물을 번역, 편곡, 변형, 각색, 영상제작 그 밖의 방법으로 작성한 창작물은 '2차적 저작물'이라 하여 독자적인 저작물로서 보호하나, 그 작성을 위해서는 원저작권자의 허락이 필요함

70) 대법원 2011.05.13. 선고 2010도7234 판결

71) 〈비보이를 사랑한 발레리나〉와 〈비보이를 사랑한 발레리나S〉 모두 원작인 〈프리즈〉에 대한 2차적 저작물에 해당함

72) 김혜창.(2012). 「공연 관련 저작권 법제도 현황. 공연예술과 저작권 토론회 발표자료집」. 문화체육관광부

- 관련하여 2010년 걸그룹 〈시크릿〉의 안무가가 '창작 춤의 무단 사용'을 이유로 댄스교습학원 가맹업체와 가맹주를 상대로 낸 저작권침해금지 청구 소송이 있었음
- 서울지방법원은 '원고의 안무는 가사 내용과 가수에 적합한 동작들을 조합해 사상과 감정을 표현한 창작물로 저작권법상 보호 대상'이라며 안무의 일부가 아닌 전체를 영리목적으로 재현하고 강습해 저작권법상 공정이용에 해당할 수 없고 공연권과 성명표시권 등을 침해한 점을 인정한 바 있음

○ '무대'와 관련해서는 2007년 '이승환'의 주요 무대 세트를 다음날 같은 장소에서 공연한 '컨츄리꼬꼬'가 그대로 사용한 것에 대해 이승환이 자신의 무대창작물을 컨츄리꼬꼬가 무단 사용했다고 주장하며 '무대 창작물의 저작권' 침해를 이유로 소송을 제기한 바 있음[73]

- 동 사안에서는 해당 사용이 '무대디자인의 허락 없는 사용'에 해당하는지 여부가 쟁점이 되었으며, 법원은 '명시적 승낙은 없었으나 제반사정을 감안할 때 묵시적으로 승낙한 것으로 보인다'고 판시하여 저작권 침해로 인한 손해배상 부분을 기각하였음

○ '제작자와 연출자의 저작권'과 관련하여 우리 판례는 뮤지컬 〈사랑은 비를 타고〉 사건에서 '뮤지컬은 각본, 악곡, 가사, 안무, 무대미술 등이 결합된 종합예술로 외관상 복수의 저작자에 의하여 하나의 저작물이 완성된 경우이기는 하나, 그 창작에 관여한 복수의 저작자들 각자의 이바지한 부분이 분리되어 이용될 수 있다는 점에서 '결합저작물'이라고 판시함[74]

- 뮤지컬 '제작자'는 '뮤지컬의 완성에 창작적으로 기여한 바가 없는 이상' 독자적인 저작권자라고 할 수 없으며, 뮤지컬의 연기자, 연출자 등은 실연 자체에 대한 저작인접권을 가질 뿐이라고 판시[75]

---

73) 김혜창.(2012). 「공연 관련 저작권 법제도 현황. 공연예술과 저작권 토론회 발표자료집」. 문화체육관광부

74) 대법원 2005.10.04. 자 2004마639 결정

75) 김혜창.(2012). 「공연 관련 저작권 법제도 현황. 공연예술과 저작권 토론회 발표자료집. 문화체육관광부

- 즉 '연출가'의 경우 창작적 기여가 없는 경우 저작자가 아닌 '실연자'로 보고 있으나 연출의 창작적 기여를 구체적으로 검토하여 2차적 저작물의 저작자 등으로 인정할 수도 있을 것임

○ 한편 공연 후 유통과정에서도 저작권은 문제가 될 수 있음[76]

- '법인 명의로 공표되는 업무상 저작물의 저작자'는 계약 또는 근무규칙 등에 다른 정함이 없는 한 그 '법인'이 되며, 공연을 '방송 또는 전송'하는 경우 공연에 참여한 여러 저작권자 및 저작인접권자는 권리 행사가 가능함
- 대법원은 〈지저스 크라이스트 슈퍼스타〉 뮤지컬 공연을 허락없이 녹화하여 14부분으로 나누어 인터넷 홈페이지에 올려놓아 접속이용자들이 시청할 수 있도록 한 사건에 대해 뮤지컬이 결합저작물임을 밝히고 업무상 저작물[77]로 보아 원고의 저작권을 인정하고 복제권 및 방송권 등 저작재산권을 침해한 것이라고 판시한 바 있음[78]

○ 아직까지 우리나라의 경우 '공연저작권'과 관련된 분쟁이 많이 나타나지는 않았으나 꾸준히 증가 추세에 있으며, 점점 다양해지는 공연환경을 고려할 때 공연저작권과 관련된 제도적 보완과 지원이 대폭 확대될 필요가 있음

- 소설이나 웹툰을 소재로 한 공연이나, 뮤지컬을 토대로 한 영화, 게임, 음반, 캐릭터 상품 등 원소스 멀티유즈(One Source Multi Use)가 늘어나고 있는 현상이나, 국내 단체와 해외 문화예술단체와의 합작 등이 증가하는 최근의 경향을 볼 때 현재보다 훨씬 다양한 저작권 관련 분쟁과 이슈가 생성될 수 있으므로 지금부터 본격적으로 이에 대한 대비가 필요한 시점임

---

76) 김혜창.(2012). 「공연 관련 저작권 법제도 현황. 공연예술과 저작권 토론회 발표자료집」. 문화체육관광부

77) 업무상 저작물이란 법인, 단체 그 밖의 사용자의 기획하에 그 업무에 종사하는 자가 업무상 작성하는 저작물임

78) 대법원 2003.03.25. 선고 2002다66946 판결

○ 미국의 경우 영상물·음원 등의 형태로 기록을 남기지 않는 1회성 콘서트·연극·뮤지컬 등의 연출자들도 안무가·무대 미술가 등 실연자들의 조합이 탄탄하게 형성되어 있어 민간에서 자율적으로 권리 배분을 해나가고 있으며, 협회를 통해 권리를 보장받을 수 있음[79)]

○ 반면 우리나라의 경우 저작권 신탁관리 및 대리중개단체가 있기는 하나(그림 3-3-1 참조) 아직 모든 분야에 걸쳐 그들의 저작권을 보장할 수 있는 단체가 형성되지는 않고 있으며, 저작권 관련 공론화가 폭넓게 이루어지지도 않고 있음

- 공연과 관련된 다양한 분야들에서 그들의 권리를 보장받을 수 있도록 협회나 위탁관리업의 설립이 이루어지고 이들을 통해 다양한 권리의 보장이 이루어질 수 있도록 지원할 필요가 있음

[그림 3-3-1] 공연 관련 저작권 관리 단체

자료 : 김혜창.(2012).

○ 또한 향후 공연 현장에 종사하는 공연관계자들의 저작권에 대한 교육 및 홍보, 그리고 전문인력의 양성이 확대될 필요가 있음

- 현재 예술경영지원센터 등을 통해 공연 관련 저작권 실무 매뉴얼이나 교육이 이루어지고는 있으나 공연 현장의 수요를 충족시키기에는 부족한 감이 있음

79) 세계일보. 2012.10.10. '공연·안무 저작권' 국내 판례·표절 기준도 없어

- 저작권과 관련된 법률자문을 하거나 단체에서 관련 업무를 처리할 수 있는 전문인력의 양성 역시 시급함
- 각 분야별 상황별 표준계약서 마련을 통해 공정한 저작권 계약 문화가 장착되도록 하는 것 또한 함께 진행되어야 할 것임

○ 한편 〈저작권법〉의 목표가 '저작자의 권리와 이에 인접하는 권리를 보호' 하는 것과 동시에 '저작물의 공정한 이용을 도모'함으로써 문화 및 관련 산업의 향상발전에 이바지하는 것이라는 것을 유념하고, 저작권의 보호와 함께 저작물의 공정이용(fair use)이 균형적으로 이루어질 수 있도록 세심한 정책적 배려가 이루어져야 할 것임

나. 영화음악 공연사용료를 통해 불거진 저작권 이슈

○ 영화 〈건축학 개론〉에는 전람회의 '기억의 습작'이 OST로 사용되어 90년대 향수와 첫사랑 신드롬을 불러일으키며 큰 히트를 침
- '기억의 습작'을 영화에 사용하는데 관련된 저작권의 유형은 무엇일까? 그리고 얼마를 저작권료로 내야할까?

○ 그동안은 통상 영화 제작자가 사전 제작단계에서 계약을 통해 영화음악의 권리자에게 계약금을 지불하고 영화음악과 관련된 일체의 이용 권한을 양도받는, 이른바 '통 계약'이 관행이었음
- 즉 과거에는 제작자가 해당 음악에 대한 '복제사용료'을 내는 것에 해당 음악을 극장에서 상영하는 데 따른 사용료, 즉 '공연사용료'까지 포함되어 있다고 보는 것을 당연시했다고 볼 수 있음

○ 그러나 2010년 10월 음저협이 신설한 〈음악저작권 징수규정안〉은 영화음악의 복제사용료와 공연사용료를 별도로 규정함으로써, 영화 제작 시 제작사 등과 영화음악에 대한 이용 계약을 맺은 것과는 별도로 '극장에서 영화를 상영할 때 영화음악이 흘러나오는 것을 독립된 저작물의 이용(공연)으로 보고, 이에 대한 공연 사용료를 국내 모든 극장에서 징수'하겠다는 내용을 담고 있었음[80)]

- 이 규정에 따르면 400만 관객을 기록한 〈건축학개론〉의 경우 '기억의 습작'이라는 한 곡을 영화에 사용하는 데 제작자는 복제사용료로 약 1800만 원을, 극장은 공연사용료로 약 천만 원을 납부해야 하는 것으로 볼 수 있음[81]

○ 뒤이어 음저협은 2010년 11월 영화음악 공연사용료를 지불하지 않은 것을 이유로 롯데시네마를 고소했으며, 2012년 3월 〈음악저작권 징수규정〉이 문화체육관광부의 승인을 얻자 4월에는 CJ CGV와 메가박스 씨너스에 대해 공연사용료 45억 원에 달하는 손해배상 청구소송을 제기하면서 영화계와 음저협 간의 분쟁은 본격화하게 됨[82]

○ 영화계는 영화 제작은 영화 상연을 전제로 하므로 제작 이용 허락과 상영 이용 허락을 분리하여 납부하도록 하는 것은 이중부담이며, 공연사용료를 극장에 부과할 경우 그 부담이 제작자 또는 관객에게 돌아갈 수 있다는 점, 또한 음저협이 제시한 공연사용료율[83]에 대한 근거가 부족하다고 크게 반발함

- 손익분기점을 넘지 못해 투자배급사나 제작사가 수익을 남기지 못하는 경우가 많은 영화계의 경우 '수익'이 아닌 '매출'을 기준으로 음악사용료를 징수한다는 것 또한 문제로 제기되었음[84]

○ 한국영화제작가협회· 한국상영관협회· 한국영상산업협회 등으로 구성된 영화음악저작권대책위원회(이하 영대위)가 발족하여 음저협과의 협의를 시도하였으나 협상이 결렬되자 2012년 9월 4일 문화체육관광부의 중재를 통해 합의에 이름[85]

---

80) 김보연.(2011). '음저협, 영화음악 공연료 별도 징수 방침을 둘러싼 쟁점'. 영화진흥위원회
81) 조민준.(2012). '영화음악 저작권 분쟁 QnA'. 무비 QnA (http://today.movie.naver.com/today/today.nhn?sectionCode=MOVIE_TUE&sectionId=1375)
82) 조민준.(2012). '영화음악 저작권 분쟁 QnA'. 무비 QnA
83) 해당영화 관람객 수 × 평균관람료 × 0.97 × 음악사용료율 (음악저작권 징수규정 제34조 제3항) 여기서 음악사용료율이란 해당 곡이 영화에 기여한 정도(시간)을 의미함
84) 시사저널. 2012.04.11. 문화체육관광부, 음저협의 음악 저작권료 징수 규정 개정안 승인…상영 단계에서도 추가 징수할 수 있게 해
85) 머니투데이. 2012.09.04. 영화계-음저협 영화음악사용료 갈등 타결, 문화부서 쟁점 현안 합의

- 합의안은 영화제작(복제)과 상영(공연)을 포괄한 영화음악 사용료를 '300만원 + (13,500원 × 개봉 첫날 스크린 수)'로 정함
- 여기에서 13,500원은 '스크린 당 곡 단가'에 해당하며, 순제작비 10억원 미만의 영화에 대해서는 합의한 사용료의 1/10을 적용키로 함

○ 이를 통해 2년 간 영화계와 음저협 간의 공연사용료를 둘러싼 공방은 일단락되었으나 미술이나 의상 등 영화에 참여한 타 분야 저작권 등과 관련하여 향후에도 유사한 저작권 분쟁이 발생할 가능성은 존재함

○ 미국의 음악저작권 신탁관리단체인 미국 작곡가, 작가, 출판인 협회(ASCAP: American Society of Composers, Authors, and Publishers)의 경우 상영을 통해 공개되는 영화음악에 대해 별도의 공연사용료를 받지 않으나 영화 상영 전후에 무대 혹은 로비에서 치러지는 공연, 상영 전 객석에서 재생되는 음악 등에 대해서는 극장에 대해 공연사용료를 징수함[86)]

- 반면 독일, 영국, 일본의 경우 영화음악의 복제권과 공연권을 분리하여 저작료를 징수하는 것으로 나타남

○ 국내 방송의 경우 각 방송사의 총 매출을 기반으로 음악사용료 징수가 이루어지고 있으며, 지상파 방송 3사의 경우 1%, 지역 민영방송의 경우 0.97%, 교육방송에는 0.35%, 케이블 TV채널은 0.35~1.1%, 위성방송은 0.8% 의 요율이 적용되어 방송 전체로 총 매출의 약 0.3~0.4%가 저작권료로 쓰이는 것으로 나타남

- 드라마의 경우 음악 사용료에 대해 별도의 비용을 지불하지 않는 경우가 많은 것으로 알려짐

○ 한편 커피전문점 '스타벅스'가 매장에서 사용한 배경음악에 대해 대법원인 '저작권 침해'라고 최종 판결을 내린 이후[87)] 매장 손님들에게 들려지

및 서명식 가져

86) 조민준.(2012). '영화음악 저작권 분쟁 QnA'. 무비 QnA

87) 파이낸셜뉴스. 2012.5.18. "스타벅스 음악 저작권 침해" 판결후 공연권 징수 확대 나서

는 음악에 대한 '공연 사용료'와 '공연 보상금'의 지불 문제로 고민하는 매장 운영주들을 위해 개방형 저작물을 사용하는 '매장음악서비스'도 생겨나고 있음[88)]

- 매장음악서비스 '라임덕'은 세계 최대 개방형 저작물 보유사인 룩셈부르크의 '자멘도'와 독점계약을 통해 개방형 저작물 음악을 보유하여 음악을 자유롭게 매장에 송출할 수 있도록 도와주는 서비스로 많은 프랜차이즈들로부터 각광을 받고 있음
- 이와 같이 공연권의 강화 경향에 대응하여 저작권 문제를 손쉽게 해결할 수 있도록 도와주는 콘텐츠 제공 서비스 등과 같은 새로운 서비스가 각광받을 것으로 예상됨

다. Stop Dumping Music과 저작권료 분배 이슈의 점화

○ 2012년 7월 서울광장에서는 작곡가, 연주자, 가수, 제작자 등 대중음악인 수백 명이 모여 〈스톱 덤핑 뮤직! : Stop Dumping Music!〉이라는 슬로건을 걸고 온라인 음악시장을 주축으로 한 음악산업 정상화를 호소함[89)]

- 이들 〈음악생산자연대〉는 '음악 생산자에게 정당한 대가를 공급하지 않는 무제한 스트리밍 서비스와 과도하게 덤핑된 가격으로 제공되고 있는 다운로드 서비스로 인한 문제점'을 성토하고자 모임
- 문화체육관광부는 6월 '음원 종량제 및 홀드백 제도[90)] 도입'을 골자로 하는 〈온라인 전송사용료 징수규정 개정안〉을 최종 승인하였으나, 〈음악생산자연대〉는 무제한 스트리밍, 저가 정책 상품판매가 여전히 허용되는 한 의미 없는 조치라며 반발함[91)]

○ 인디밴드를 중심으로 온라인 음원사이트에서 종량제로만 다운로드, 스트리밍 서비스를 제공하는 뮤지션도 늘고 있음[92)]

---

88) 아시아투데이. 2012.11.27. 소호 매장의 근심, 공연 사용료 해결 방법 없나
89) 뉴시스. 2012.07.06. '스톱 덤핑 뮤직!' 음악생산자연대 결성
90) 홀드백 제도는 신곡의 경우 일정기간 무제한 스트리밍과 묶음 다운로드 상품에서 제외가 가능하도록 한 제도임
91) 연합뉴스. 2012.12.09. '싸이 열풍'으로 존재감 과시한 K팝

- 록밴드 갤럭시 익스프레스는 지난 26일 발표한 3집 '갤럭시 익스프레스(GALAXY EXPRESS)'의 음원을 종량제로만 서비스하기로 했으며, '킹스 라이프(King's Life)'를 발표한 밴드 해리빅버튼(Harry Big Button)과 '희망'을 발표한 힙합 뮤지션 비프리(B-Free) 역시 음원 종량제를 선택함
- 정액제가 대세인 현 음원 유통 구조의 현실 속에서 정액제 서비스를 거부한 뮤지션들은 음원사이트의 '추천' 제도나 메인 페이지 홍보 등에서 어느 정도 불이익을 감수해야 함에도 불구하고 이들은 '스톱 덤핑 뮤직(Stop Dumping Music)'이란 뜻을 확실하게 전하기 이러한 액션을 취한 것이라고 말함

○ 또한 현대카드 뮤직의 경우 지난 5월 국내 인디음악인들을 위한 음원 프리마켓을 운영하기도 함[93]
- 인디아티스트들이 원하는 가격으로 자신들의 음원을 판매하고, 소비자들은 다양한 스타일의 인디음악을 접할 수 있는 음악 유통공간이라는 특성을 띠고 있으며, 판매수익은 전액 음원등록자에게 돌려주는 시스템으로 운영하고자 함

○ 한편 '강남스타일'의 세계적인 열풍에도 불구하고 싸이가 국내 온라인 음원 판매로 받게 될 저작권료 수입이 겨우 3,600만 원에 그칠 것이라는 발표[94]는 음원 저작권자와 유통업자 간의 수익 분배구조에 대한 사회적 이슈를 점화시킴
- 문화체육관광부에서 발표한 〈디지털 음악시장 현황 및 개선방안 연구〉 보고서에 따르면 싸이의 '강남스타일'은 국내 6개 주요 음악서비스 사업자와 이동통신사에서 제공하는 음악서비스의 온라인 매출 데이터 '가온차트'에서 9주간 1위를 차지하며 다운로드 286만 건, 스트리밍 2,732만 건을 기록함

---

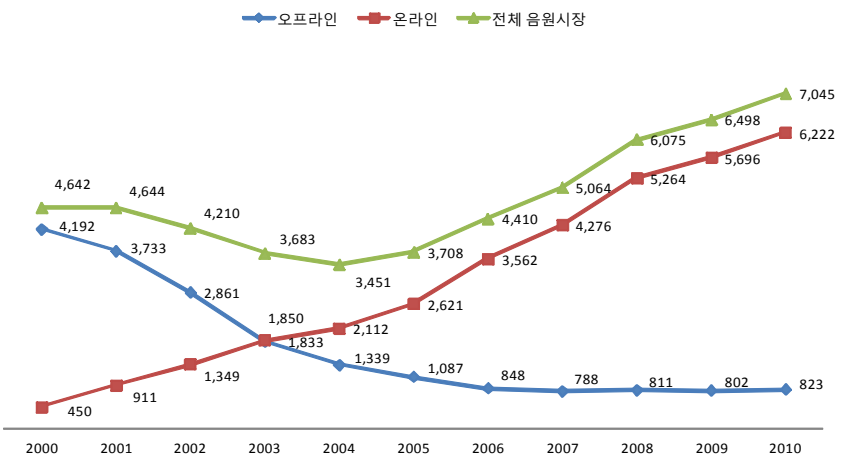
92) 연합뉴스. 2012.11.27. '스톱 덤핑 뮤직'..음원정액제 거부 뮤지션 늘어
93) 서울경제. 2012.08.02. 현대카드 음원사이트 개설 국내외 가수 음원 판매
94) 동아일보. 2012.10.04. "'강남스타일' 싸이 저작권료 수입 3600만원

- 그러나 보고서는 국내 온라인 음원수입의 곡당 평균 저작권료는 다운로드가 10.7원, 스트리밍은 0.2원이기 때문에 '강남스타일'의 저작권료 수입은 3,600만 원으로 추정되며, '강남스타일'의 경우 싸이가 작곡가 유건형 씨와 이 곡을 공동 작곡했으므로 저작권료 3,600만 원마저도 나눠 받게 된다고 지적함
- 국내 디지털 유통을 통해 발생한 매출이 총 4억 3700원이라 할 때, 약 8%인 3,600만 원 정도가 저작권자의 몫으로 분배된 것임[95]

○ PC, MP3, 스마트폰 등 다양한 유통 디바이스의 등장에 힘입어 국내 온라인 음원시장은 지속적으로 증가하여 2010년 기준 6,222억 원의 시장규모를 형성하며 국내 음악시장의 88%를 차지하고 있음[96]

[그림 3-3-2] 디지털 음원시장 성장 추세

(단위 : 억원)



자료: 한국콘텐츠진흥원(2011). 음악 산업백서, ; 정상철(2012) 재인용

○ 2012년 11월 기준 국내 주요 디지털 음원서비스 가격 현황은 사업자별로 다소간 차이는 있으나 대체적으로 아래의 〈표 3-3-1〉와 같음

95) 정상철.(2012). '음원시장 저작권료 분배 현황과 이슈'. KCTI 정책리포트
96) 정상철.(2012). '음원시장 저작권료 분배 현황과 이슈'. KCTI 정책리포트

- 곡당 다운로드 단가는 600원이지만, 대부분의 구매자들은 정액 요금제를 사용하고 있는데, 월 150곡 다운로드 정액제의 곡당 단가는 60원 수준에 불과함

〈표 3-3-1〉 국내 주요 디지털 음원서비스 가격 현황

구분		가격	곡당 단가
종량제	다운로드	600원	600원
정액제	기간제통합 (DRM)	4,500원	-
	스트리밍	3,000원	-
	월 40곡 다운로드	5,000원	125원
	월 150곡 다운로드	9,000원	60원
	40곡 통합상품(다운로드와 스트리밍)	7,000원	-
	150곡 통합상품(다운로드와 스트리밍)	11,000원	-

자료 : 정상철(2012) 재인용

○ 한편 온라인 음악사용료의 분배구조와 관련된 저작권은 크게 세 가지로 나누어 볼 수 있음

- 첫째, '작곡자, 작사가, 편곡자' 들의 권리는 '저작권'으로 보호되며 이는 〈한국음악저작권협회〉에서 관리함
- 둘째, '아티스트, 연주자'의 권리 보호를 위한 '실연권'은 〈한국음악실연자연합회〉에서 관리함
- 셋째, '음원 유통 및 디지털 음원 대리 중개'의 권리는 '음원권'을 통해 보호되며 이는 대표적으로 〈한국 음원 제작자 협회〉를 통해 관리되지만 '디지털 음원 유통사' 및 '음원 대리 중개업체'의 음원 확보 비율도 상대적으로 높음

[그림 3-3-3] 디지털 음악사용료 분배구조와 관련된 저작권

자료: 문화체육관광부(2011). 2011 음악 산업백서; 정상철(2012) 재인용

○ 〈음악생산자연대〉에 의해 문제 제기된 〈온라인 전송사용료 징수규정 개정안〉에 따르면 국내 온라인 음악사용료의 수익분배 비율은 아래의 〈표 3-3-2〉와 같음

- 징수규정 개정 논의 당시 저작권자들은 정액제 폐지를 통한 곡당 단가 인상을 요구한 바 있으나 최종 승인안은 시장에 미치는 영향을 고려하여 정액제는 유지하되 곡당 단가를 단계적으로 인상하고 수익 배분 비율을 일부 상향 조정하였으며, 홀드백(hold-back)제도를 도입하여 신곡의 경우 일정기간 정책요금제에 포함되지 않을 수 있도록 함

〈표 3-3-2〉 온라인 전송사용료 징수규정 개정안의 내용

	저작자 (작가 작곡가)	실연자 (가수· 연주자)	기획사 제작사
다운로드	• 곡당 60원 • 다량 할인시 하한가 곡당 15원	• 곡당 36원 • 다량 할인시 하한가 곡당 9원	• 곡당 264원 • 다량 할인시 하한가 66원
스트리밍	• 종량제: 회당 1.2원 • 월정액: 가입자당 300~400원 또는 매출액의 10%	• 종량제:회당 0.72원 • 월정액: 가입자당 180~240원 또는 매출액의 6%	• 종량제:회당 5.28원 • 월정액:가입자당 1,320~1,870원 또는 매출액의 44%

자료 : 정상철(2012)의 내용을 재작성

○ 그러나 여전히 유통사에게 배분되는 비율이 높다는 한계가 있으며, 음원 서비스의 가격 단가가 너무 낮아 저작자와 실연자 등에게 돌아가는 금액은 여전히 낮다는 문제점을 가지고 있음

- 해외 주요 국가의 온라인 음원 가격과 비교할 때 한국의 음원가격은 상당히 낮다는 사실을 아래의 〈표 3-3-3〉를 통해 확인할 수 있음

〈표 3-3-3〉 주요 국가의 온라인 음원 가격

구분	다운로드 (곡당)	스트리밍 (월)
미국	0.99~1.29달러 (약 1,105~1,440원)	4.99달러 (Rdio)→ 약 5,573원
영국	0.99파운드(약 1,750원)	4.99파운드 (Spotify)→ 약 8,824원
프랑스	0.99~1.29유로(약 1,514~1,973원)	4.99유로 (Dezzer)→ 약 7,611원
호주	1.69~2.19달러(약 1,886~2,445원)	-
일본	150~200엔(약 2,034~2,713원)	375엔 (Yahoo 프리미엄 상품)→ 약 5,085원
한국	600원(종량제), 60원(정액제 기준 최저)	3,300원 (부가세 포함)

자료: 정상철(2012) 원자료 : 한국음원제작자협회, 가온차트 리포트 재구성
주: 해외 다운로드 가격은 아이튠즈 기준, 스트리밍은 각국의 대표 서비스

○ 한편 해외의 아이튠즈(iTunes)나 Spotify, MOG, Rdio와 같은 스트리밍(Subscription) 서비스, 그리고 유투브(Youtube)나 베보(Vevo)의 경우 아래의 〈표 3-3-4〉와 같이 수익이 배분됨[97]

- 해외의 주요 음원서비스의 경우 가수 등 '실연자'에 대한 배분 비율이 높게 나타나고 있음을 알 수 있으며, 아이튠즈와 비교할 때 한국의 경우 '유통사'의 수익 배분비율이 더 높게 나타남을 확인할 수 있음

〈표 3-3-4〉 해외 및 한국의 음원수익배분 비율 비교

		작사/작곡	가수 등	레이블(제작사)	유통사
아이튠즈		7%	16%	46%	31%
Spotify, MOG, Rdio		7%	40.5%	40.5%	-
유튜브, 베보		5%	45%	50%	-
한국(신규)	다운로드	9%	6%	40%	45%
	스트리밍	10%	6%	44%	40%

자료 : 정상철(2012)

97) 정상철.(2012). '음원시장 저작권료 분배 현황과 이슈'. KCTI 정책리포트

○ 오프라인 음악시장이 급격히 축소된 현재, 온라인 음원수익의 문제는 음악인들의 생존권 및 우리나라 음악의 미래와 밀접히 연관됨

- 우리나라 음악생태계의 지속가능한 발전을 위해서는 이들에게 정당한 대가를 지불함으로써 이들이 음악의 길을 포기하지 않고 보다 좋은 음악콘텐츠를 생산할 수 있도록 고무하는 것이 필요하며, 이를 위해 '음원 가격 단가' 와 '창작자(저작권자와 실연자 등)의 수익 배분 비율'의 상향 조정이 필요할 것임
- 또한 저작권료 징수 및 분배 기관의 운영 투명성과 정보의 제공[98]을 통해 저작권 제도가 음악생태계의 중심에서 긍정적인 인센티브로 기능할 수 있도록 해야 할 것임[99]
- 그리고 무엇보다도 "음악이 우리 생활 곳곳에 있다 보니 사람들은 음악을 공기처럼 당연히 주어지는 것, 혹은 공짜로 사용할 수 있는 것으로 은연중에 착각하기도 하는 것 같아서 서운할 때가 있다. 음악은 하루 아침에 뚝딱 만들어지는 게 아니라 창작자, 연주자, 녹음/믹싱/마스터링 기술자, 제작자의 고민과 노동이 어우러져 만들어내는 산물인데 그걸 몰라주는 것 같아서 서운한 거다. 'stop dumping music'을 외치면서 함께 광화문을 행진하던 동료 음악인들도 그런 마음 이었을 것이다"[100] 라고 한 어느 인디뮤지션의 말을 기억할 필요가 있을 것임

2. 도둑들과 광해, 천만 영화의 이면

가. 한국영화 관객 1억 명의 시대, 그늘에 가려진 저예산 · 독립영화

○ 2012년 11월 사상 처음으로 한국영화 관객 수가 1억 명을 달성함[101]

98) 우리나라의 경우 저작권자가 개별적으로 권리를 행사하는 것에 갈음하여 권리자들의 위탁 하에 집중적으로 저작권 등을 관리하고 행사할 수 있는 저작권 등의 '집중관리제도'를 채택하고 있으나 저작신탁관리업의 허가주의로 인해 관리단체가 독점적 지배력을 남용할 가능성이 있으며 폐쇄적 의사결정 제도 등이 문제점으로 제시된 바 있음

99) 정상철.(2012). '음원시장 저작권료 분배 현황과 이슈'. KCTI 정책리포트

100) 이투데이. 2012.08.20. [객석] 인디뮤지션 흐른 "스톱 덤핑 뮤직!"

- 이는 2006년에 세웠던 한국영화 최다 관객 수인 9,790만 명을 넘어선 기록이며, 2002년 한국영화와 외국영화 합계 1억 명을 돌파한 지 10년 만의 기록임. 한국영화 점유율도 59%를 기록해 작년보다 7.1% 포인트 증가함
- 〈도둑들〉(1302만 명)과 〈광해, 왕이 된 남자〉(2012년 11월 기준 1,195만 명)와 같이 천만 관객을 돌파한 영화가 두 편이나 나왔으며, 400만 이상의 관객을 동원하여 중박을 터트린 영화들도 9편이나 나오면서 명실상부한 한국영화의 부흥기를 입증함
- 〈댄싱퀸〉은 409만 명을, 〈부러진 화살〉은 344만 명을, 〈범죄와의 전쟁: 나쁜 놈들 전성시대〉는 468만 명을, 〈내 아내의 모든 것〉은 458만 명을, 〈건축학개론〉은 410만 명을, 〈연가시〉는 451만 명을, 〈바람과 함께 사라지다〉는 491만 명을 〈늑대소년〉은 11월 기준 518만 명을 동원하며 한국 영화사에 새로운 기록을 남김
- 사회성 짙은 〈부러진 화살〉부터 〈건축학개론〉과 같은 멜로, 〈도둑들〉과 같은 오락물과 같이 장르별로 고르게 흥행한 것 또한 성과로 볼 수 있음

〈표 3-3-5〉 2012년 관람객 기준 영화 순위(2012.12.14. 기준)

순위	영화명	통합전산망			배급사
		관객수	스크린수	상영횟수	
1	도둑들	12,983,005	1,091	155,388	쇼박스
2	광해, 왕이 된 남자	12,253,412	1,001	201,554	CJ E&M
4	늑대소년	6,635,483	854	108,275	CJ E&M
6	바람과 함께 사라지다	4,909,937	694	78,591	NEW
8	범죄와의 전쟁: 나쁜놈들 전성시대	4,694,595	709	91,697	쇼박스
9	내 아내의 모든 것	4,598,821	563	91,773	NEW
10	연가시	4,515,833	759	71,928	CJ E&M
11	건축학개론	4,107,078	593	106,050	롯데엔터테인먼트
12	댄싱퀸	4,039,462	544	80,788	CJ E&M
13	부러진 화살	3,434,701	530	71,369	NEW
66	피에타	603,096	326	23,105	NEW
215	터치	17,703	95	1,750	(주)팝엔터테인먼트

자료: 영화입장권통합전산망(http://www.kobis.or.kr/kobis/business)

101) 경향신문. 2012.11.20. 올해 한국영화 관객 100,000,000명… 좋아만 하기엔 어두운 뒷모습

○ 이러한 성과는 한국 영화의 수준이 전반적으로 높아졌으며, 불황이 장기화되는 와중에 상대적으로 싼 문화소비재인 영화에 대한 수요가 높아졌다는 점, 그리고 과거 20대 위주였던 관객층이 넓어진 점에 기인했다는 것이 전반적인 평가임

○ 특히 천만 관객을 달성한 〈광해, 왕이 된 남자〉의 경우 그간 투자·배급 역할만 담당했던 대기업 배급사인 CJ엔터테인먼트가 직접 기획하고 개발, 제작까지 담당해 개봉 전부터 화제가 되었음

- 〈광해, 왕이 된 남자〉는 CJ엔터테인먼트가 내부기획팀을 꾸려 3년간 시나리오를 개발했으며, 완성된 시나리오로 감독을 영입하고 현장 제작 경험이 많은 제작사를 데려와 만들었으며[102] 9월 13일 개봉 이후 12월 14일까지 1,001개의 스크린에서 201,554회 상영되어 총 885억 원에 달하는 매출을 달성함

○ 반면 부산영화제 초청작인 저예산 영화 〈터치〉의 민병훈 감독은 지난 10월 개봉 8일째 스스로 종영을 선언함

- 상영관이 전국 12곳에 불과하며, 이마저도 교차상영으로 한곳에서 1~2회만 상영되는 것이 불공정하다는 것이 그 이유였음
- 민병훈 감독은 '상업영화는 제작비의 3분의 1을 마케팅 비용으로 소모한다'며 현실적으로 마케팅에 15억 원을 쓰지 못하면 제대로 알릴 기회도 없이 사라지고[103] 마는 영화계의 현실에 대해 씁쓸함을 토로함
- 교차상영은 하나의 상영관에서 한 편의 영화를 다른 영화와 교차로 상영하는 것으로 은어로 '퐁당퐁당'이라고도 함. 교차상영 시 한 영화 당 상영 회차가 줄어들 수 밖에 없으며, 조조나 심야시간대 등 관객들이 극장을 잘 찾지 않는 시간대에 영화가 배치되어 불이익을 박데 되는데 주로 흥행성이 떨어지는 저예산 영화들이 이런 홀대를 받게 됨

○ 한국 영화사상 최초로 세계 3대 영화제 최고상인 제69회 〈베니스국제영화

102) 경향신문. 2012.11.20. 올해 한국영화 관객 100,000,000명… 좋아만 하기엔 어두운 뒷모습
103) 경향신문. 2012.11.20. 올해 한국영화 관객 100,000,000명… 좋아만 하기엔 어두운 뒷모습

제〉 황금사자상을 수상한 김기덕 감독의 〈피에타〉 역시 예외는 아니었음

- 김기덕 감독은 '관객 점유율이 15% 미만인 영화는 천만 관객 기록을 위해 상영을 계속하고 있는데 반해 관객 점유율 45~50%인 〈피에타〉는 상영관이나 영화상영 횟수가 요지부동'이라며 '편법과 독점과 마케팅 등 이렇게 불리한 게임에선 내가 아무리 착해도 화가 난다'고 비판함[104]
- 그는 "극장을 한두 영화가 독점하고 있고 동시대를 사는 영화인들이 만든 작은 영화들이 상영기회를 얻지 못하고 평가도 받기 전에 사장되고 있다"면서 "메이저는 돈이 안 되면 극장을 부수어 다른 업종을 하면 그만이지만 그 과정에서 희생된 창작자와 후퇴한 관객들은 누가 책임을 질 것인가"라고 반문했으며, 수상 이후 50만 관객을 돌파한 이후에는 '지금도 한 극장에라도 걸리기를 기도하며 창작자로서 피를 토하며 어렵게 영화를 만드는 많은 영화인들을 위해' 개봉 28일째를 마지막으로 상영종료를 선언함[105]

나. 한국 영화산업의 양극화 심화와 영화 민주화 논의

○ 한국영화의 '신르네상스'로 불리는 2012년이었지만, 영화의 기획· 제작과 투자· 배급, 그리고 멀티플렉스 상영관을 통한 유통까지 영화산업 전반에 걸친 수직계열화를 통해 독과점적 지위를 누리는 대형 배급사의 독식으로 다수의 독립영화와 저예산영화들은 경쟁할 기회조차 박탈되며, 관객들의 선택권 또한 심각하게 제한된다는 문제가 지속적으로 제기됨

○ 2012년 12월 14일 기준, 상위 4개 배급사의 매출액 점유율은 64.6%에 이르며, 관객점유율은 66%에 달하는 것으로 나타남[106]

- 39편을 상영한 CJ E&M이 매출액 점유율 26.4%, 관객 점유율 26.8%로 압도적 1위를 차지하고 있으며, 쇼박스와 롯데엔터테인먼트, 넥스트엔터테인먼트월드가 그 뒤를 잇고 있음

---

104) 뉴스1. 2012.09.11. 영화 '피에타'의 김기덕 감독 "지금 영화계 현실이 '도둑들'"
105) 오마이뉴스. 2012.09.24. 김기덕 "'피에타' 10월 3일 상영 끝...작은영화 기회 얻어야"
106) 국내/해외 영화를 모두 포함

- 2011년 상위 4개 배급사의 매출액 점유율은 65.2%, 관객 점유율은 65.4%였으며, CJ E&M의 관객점유율이 32.7%, 롯데엔터테인먼트가 15.4%, 넥트스엔터테인먼트월드가 9.0%, 쇼박스가 8.3%를 차지하고 있었음
- 전년과 비교했을 때 최상위권 간 격차가 줄어들었을 뿐 대형 배급사들의 과점적 지배력은 변화하지 않음

〈표 3-3-6〉 2012년 배급사별 점유율(2012.12.14. 기준)

배급사	상영 편수	매출액 (억원)	매출액 점유율(%)	관객수 (백만)	관객점유율 (%)
CJ E&M	39	3400	26.4%	46	26.8%
쇼박스㈜ 미디어플렉스	10	1786	13.9%	24	14.1%
롯데쇼핑㈜롯데엔터테인먼트	40	1611	12.5%	22	12.9%
(주)넥스트엔터테인먼트월드(NEW)	15.5	1,539	11.9%	21	12.2%
합계	104.5	8,336	64.6%	113	66%

자료: 영화입장권통합전산망(http://www.kobis.or.kr/kobis/business)

○ 한편 2012년 11월 기준 올해 개봉한 국내 저예산 상업영화와 독립영화는 '58편'에 달함. 그러나 이 58편의 다양성영화를 관람한 관객의 수는 1억 관객의 1%인 '100만 340명'에 그침[107)]

- 더 심각한 문제는 58편을 통틀어 전체 상영 횟수가 '50.594회'에 불과하다는 점임
- 〈광해〉 한편의 상영 횟수가 19만 회라는 점을 감안할 때 1/4에 불과한 수준임
- 복합상영관에서 아예 상영되지 못하거나, 한 개 관에서 4~5회 연속 상영되지 못한 채 아침과 심야로 밀려 띄엄띄엄 교차상영되는 등 합당한 기회를 얻지 못한 이유가 큼
- 김일권 〈시네마 달〉 대표는 "대기업의 수익률이 좋아졌을지는 모르겠지만 작은 제작사, 배급사들은 죽어간다", "상위 20개의 영화가 80%의 관

107) 한겨레. 2012.11.19. '다양성 영화' 58편 합쳐 5만회 상영, '광해'의 25%

객을 차지한다. 오히려 다양성 영화는 죽어가고 있다" 고 지적함[108)]

○ 대기업 중심의 수직계열화로 영화제작사들이 대기업의 구미에만 맞는 제품(영화)을 내놓는 단순 하청업체로 전락하는 것에 대한 우려도 높음

- 〈부러진 화살〉 〈남영동 1985〉를 만든 정지영 감독은 "대기업에 줄서야 하는 영화제작사와 감독, 이로 인한 양극화 문제가 존재하는 상황에서 양적 성장에 마냥 기뻐해서는 안된다" 며 "대기업들의 사상 최고치 실적 뒤에 인건비 삭감을 통한 원가 절감, 비정규직 양산 등의 문제가 있다. 대기업의 이익 창출과 영화계가 어떻게 다른지 면밀히 따져봐야 할 문제"라고 지적함[109)]

○ 이러한 스크린 독과점과 수직계열화 문제를 해결하기 위해 2011년 10월 정부와 영화단체, 업계가 뭉쳐 〈한국영화동반성장협의회〉를 발족했으며, 2012년 7월 대기업에 의한 영화시장 독과점 문제 해결 방안을 담은 〈한국영화 동반성장 이행협약 선언문〉을 발표함

- 선언문은 '저예산 영화의 1주일 이상 상영기간을 보장'하고, '배급사가 합의하지 않는 이상 교차상영 등 변칙적인 상영을 하지 않는 것'을 골자로 함
- 그러나 강제력이 없어 현실적인 변화를 가져오지는 못함. 김태형 영진위 기획홍보부 팀장은 "〈터치〉 상영 문제를 21일 영진위에서 논의하지만, 문제가 있었더라도 극장에 자율 시정을 바라는 수밖에 없다" 고 말함[110)]

○ 이런 가운데 저예산· 독립영화의 진흥을 통해 영화 산업 생태계의 건강성과 다양성을 확보하고 '영화 민주화'를 이루기 위한 대안들이 지속적으로 제기됨

○ 한국독립영화협회는 최근 다음 정부에 바라는 〈13개 분야 53개의 독립영화 진흥책〉을 발표함

---

108) 이투뉴스. 2012.12.07. "한국영화 1억명 돌파, 대기업 독식의 전조"
109) 경향신문. 2012.11.20. 올해 한국영화 관객 100,000,000명… 좋아만 하기엔 어두운 뒷모습
110) 한겨레. 2012.11.19. '다양성 영화' 58편 합쳐 5만회 상영, '광해'의 25%

- 〈영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률〉에 '독립영화 진흥'을 명시할 것과, 복합상영관의 독립영화 상영 스크린 확대, 영화시장 (독과점)지배 대기업의 규제가 포함됨.
- 이지연 독립영화협회 사무국장은 "대기업과 극장의 자발적 노력에 기대어선 해결되지 않는다. 법적 규제와 독립영화 진흥정책 반영이 논의돼야 한다" 고 주장함

○ 용산참사를 다룬 〈두개의 문〉을 홍보· 배급한 〈시네마달〉의 김일권 대표는 개봉비용을 후원하는 834명의 배급위원단을 꾸리고 관객들의 극장 단체대관을 유도하는 〈극장을 점령하라〉라는 관람운동을 주도하여 약 7만명의 관람객을 동원함

- "전국에 독립영화전용관은 4개, 독립영화와 예술영화를 같이 트는 극장은 25개관 정도죠. 그러다보니 독립·예술영화관이 없는 제주·창원·수원·평택·오산·천안 등에서 관객들이 자발적으로 극장을 대관해 이 영화를 봤어요. 관객 수요가 있는데 독립·예술영화관의 공급이 적은 거죠. 최소한 주요 도시 거점에 독립·예술영화관을 설립, 확대해야 합니다"

○ 그는 "영화계 풀뿌리인 독립영화를 위해 독립·예술영화관 확대를 국가가 정책으로 받아 안아야 한다" 고 주장함

- "독립영화의 상영기회를 전국 30개관도 되지 않는 독립·예술영화관에 묶어놓고, '너희는 거기서 놀아라'라고 몰아넣는 구조예요. 너무 작은 그 생태계의 공간에서 독립영화들이 몰려있는 거죠. 결국 국가가 나서 스크린 독과점 문제 등을 풀어야 합니다"
- 〈후회하지 않아〉, 〈백야〉 등 퀴어영화를 만들어온 이송희일 감독 역시 "1000만 영화가 탄생할 때마다 대기업 중심의 배급 문제가 지적됐으나 여전히 개선되지 않았다" 며 "독립영화나 예술영화가 설 자리가 없으면 상업영화의 근간도 흔들린다. 젊은 상상력을 기반으로 한 독립영화가 가난을 전담하는 구조는 개선돼야 한다. 정부가 문화전반에 대한 철학을 가지고 근원적인 문제를 해결해야 한다" 고 지적함[111)]

3. 대형제작사와 독립예술가, 그 빛과 그림자

가. 한국형 글로벌 문화제국의 거침없는 영토 확장

○ 영화, 음악, 공연, 방송, 외식업, 여행업까지 한국형 글로벌 문화제국의 거침없는 영토 확장이 진행되고 있음

- 그 선두에는 문화공룡 슈퍼갑으로 불리는 CJ E&M이 서 있으며, 〈SM엔터테인먼트〉, 〈YG엔터테인먼트〉와 같은 연예기획사 역시 최근 사업다각화로 자신의 영토를 넓혀가고 있음

○ 1995년 제일제당 미디어·엔터테인먼트 사업부로 시작하여 2011년 합병 출범한 CJ E&M(Entertainment & Media)은 케이블 채널을 인수 합병하며 방송네트워크를 확장했고, 영화 제작·투자에 이어 공연· 음악계에서도 큰 영향력을 행사하고 있음[112)]

- CJ E&M은 18개 케이블 채널을 소유하고 있으며 〈슈퍼스타 K〉, 〈막돼먹은 영애씨〉, 〈롤러코스터〉 등을 선보이며 업계 강자의 위치를 다짐. 2011년 방송 제작비는 약 1,510억 원에 이르며, 〈코미디 빅리그〉, 〈더 로맨틱〉 등 화제성 높은 프로그램을 속속 내놓고 있음. 3대 복수 종합유선방송사업자(MSO)로 꼽히는 〈CJ헬로비전〉과 모바일 서비스 〈티빙〉 등 다양한 플랫폼이 지원부대 역할을 하고 있음
- 영화 부문에서는 CJ엔터테인먼트가 2007년부터 국내 영화시장 배급 1위를 달리고 있음. CJ그룹 계열사 CJ CGV의 측면 지원 역시 영화계의 독과점적 지위 구축에 기여한 것으로 평가됨
- 2006년 〈김종욱 찾기〉로 시작한 뮤지컬 부문에서도 CJ E&M은 지난 해 〈막돼먹은 영애씨〉와 〈스트릿 라이프〉 등 7편의 뮤지컬을 만든 데 이어 올해는 13편의 뮤지컬을 무대에 올릴 계획임 매년 300억원 규모의 제작비를 들여 30개 이상의 공연을 상연하고 있으며, 전체 공연시장의 30%

---

111) 경향신문. 2012.11.20. 올해 한국영화 관객 100,000,000명… 좋아만 하기엔 어두운 뒷모습
112) 한국일보. 2012.02.29. 문화제국 CJ E&M/ 〈상〉 출범 1년, 끝없는 영토 확장

가량 차지함

- 대중음악 부문에서도 2006년 콘서트 기획 전문회사 〈좋은콘서트〉를 인수한 이후 다수의 콘서트를 기획·제작하며 역량을 키우고 있으며 200여 건이 넘는 프로젝트를 계획 중임. CJ E&M은 〈지산밸리록페스티벌〉, 〈엠넷재팬〉, 〈tvN아시아〉 등 한류 종합엔터테인먼트 채널 또한 운용하고 있음
- 집 주변 CGV극장에서 영화 〈댄싱퀸〉을 보고, 대학로로 이동해 뮤지컬 〈김종욱 찾기〉를 관람한 뒤 케이블TV 프로그램 〈코미디 빅리그〉를 시청하며 하루를 마감하는 이른바 'CJ 라이프 사이클'이 대중의 일상에 빠르게 파고 들고 있는 것임

○ 〈SM엔터테인먼트〉, 〈YG엔터테인먼트〉, 〈키이스트〉, 〈IHQ〉와 같은 연예기획사의 사업 다각화도 진행됨[113)]

- 연예 엔터테인먼트사들이 외식업과 여행업, 콘텐츠 제작 분야 등으로 사업 분야를 넓히고 있음
- 〈SM엔터테인먼트〉는 레스토랑 'SM크라제'를, 〈키이스트〉는 레스토랑 '고릴라인더키친'과 디저트 까페 '티 로프트', 한식당 '고시레'를 , 〈JYP〉는 뉴욕에 한식당 '크리스털밸리'를 운영함
- 〈SM엔터테인먼트〉는 여행사 '해피하와이'와 'BT&I'를 인수하여 팬미팅, 해외 콘서트를 겨냥한 여행 상품을 판매하고 한류와 여행을 결합하고자 하며, 일본인 대상 전문 여행사 〈체스투어즈〉는 〈마이네임이즈엔터테인먼트〉와 〈마이네임프로덕션〉을, 〈비에스투어〉는 〈비에스스타엔터테인먼트〉를, 〈자유투어〉는 〈자유엔터테인먼트〉를, 〈모두투어〉는 〈투어테인먼트〉를 운영하는 등 여행업체와 연예기획사를 짝을 이루는 사례도 늘어남
- 또한 연예기획사들은 드라마나 음반 등 콘텐츠 제작에도 참여하여 〈SM엔터테인먼트〉는 드라마 〈아름다운 그대에게〉를, 〈키이스트〉는 '김형

113) 시사저널, 2012.07.25. 엔터테인먼트 사업도 '다각화'해야 먹고산다

중'의 음반과 드라마 〈드림하이〉를, 〈IHQ〉는 드라마 〈뿌리 깊은 나무〉를, 〈팬엔터테인먼트〉는 드라마 〈해를 품은 달〉, 〈적도의 남자〉 등을 제작해 수입을 올림

나. 획일화의 우려, 크리에이터의 수난 시대

○ 방송과 영화, 뮤지컬, 대중음악 등을 아우르는 거대 문화미디어 그룹의 출현으로 규모의 경제 실현과 이를 발판으로 한 해외 시장 개척이 용이해졌다는 장점과 함께[114] 업계의 공룡인 이들에 대한 불만의 목소리도 높아짐[115]

- 영화배급사의 경우 배급 수수료가 지나치게 높다는 오랜 비판과 대형 투자 배급자가 제작까지 수행하는 데 대한 군소 영화제작사의 불만과 함께 대기업 특유의 기업문화 때문에 지나치게 몸을 사리면서 창의적인 작품 제작을 막는다는 비판이 그것임

○ 대기업 중심의 기획사, 제작사가 문화시장의 전반을 장악하면서 기획사, 제작사의 입김이 유례없이 세지고 있는 것에 대한 비판도 거세어짐

○ 지난 4월 한국영화계의 스타일리스트 이명세 감독이 촬영 중 제작· 투자사와 갈등을 빚어 〈미스터 K〉에서 하차함. 영화 〈동창생〉의 박신우 감독, 〈남쪽으로 튀어〉의 임순례 감독 또한 제작자 등과의 갈등으로 하차, 혹은 연출을 중단한 바 있음[116]

- 〈미스터 K〉의 제작사는 '시나리오와 편집본에 대한 해석의 차이' 때문이라고 갈등의 이유를 밝혔으며, 이명세 감독은 자신의 이름으로 〈미스터 K〉 저작권 등록을 하고, 이에 대해 JK필름이 저작권 등록 말소 소송을 내는 등 갈등은 파국으로 치달았음

---

114) 한국일보. 2012.02.29. "횡포 일삼는 슈퍼갑" "문화역량 이끄는 거인" 이중적 시선 문화제국 CJ E&M 〈하〉 제국의 빛과 그림자

115) 한국일보. 2012.02.29. "횡포 일삼는 슈퍼갑" "문화역량 이끄는 거인" 이중적 시선 문화제국 CJ E&M 〈하〉 제국의 빛과 그림자

116) 씨네21. 2012.10.16. 감독 수난시대의 도래

- 동 사건은 흥행을 위한 철저한 상업논리로 영화를 제작하는 제작사와 영화를 자신의 예술품으로 여기는 감독 사이에서 어디까지를 예술가의 권한으로 인정받을 수 있는가에 대한 화두를 던진 사건이었으며, 영화의 한 장면, 대사 하나마저 예술보다는 관객의 기호에 맞춰 기획된 상품으로 변하는 현 세태에 대한 위기를 일깨운 사건이었음

○ 자체 제작 프로그램을 자신들이 보유한 여러 케이블 채널에 동시 방송하는 관행으로 인해 문화적 획일화의 우려도 나타남[117)]

- CJ E&M은 자체 제작한 코미디프로그램 〈코미디 빅리그〉를 매주 토요일 밤 6개 채널(tvN, 온게임넷, XTM, 수퍼액션, 스토리온, 중화TV)을 통해 동시 방송하고 있다. 최근 방송을 시작한 오디션 프로그램 '보이스 코리아'는 4개 채널(Mnet, KM, XTM, 스토리온)에서 방송하고 있음

○ 연극이나 뮤지컬 등의 공연계에서도 대자본에 잠식당한 획일화된 공연 레퍼토리로 무대 예술의 다양성과 실험정신이 사라지고 있다는 비판의 목소리가 높음

- 서울프린지페스티벌의 오성화 감독은 "과거에는 예술단체, 극단마다 고유한 특성, 미학이라는 것이 있었다. 그러나 대형 기획사의 자본에 잠식된 이후 각 극단이 가지는 고유한 예술적 향취, 미학이 사라져가고 있다" 고 지적함

○ 〈터치〉의 민병훈 감독 또한 '좋은 영화의 기준이 무조건 오락적으로만 재미있어야 하는 것으로 획일화'되어가는 데 대한 문제를 제기함[118)]

---

117) 한국일보. 2012.02.29. "횡포 일삼는 슈퍼갑" "문화역량 이끄는 거인" 이중적 시선 문화제국 CJ E&M 〈하〉 제국의 빛과 그림자

118) 맥스뉴스. 2012.11.15. [인터뷰] 〈터치〉 민병훈 감독 ① "좋은 영화 기준 획일화, 관객에게 전이된다"

4. 착한 가격 찾기, 공연예술계 거품빼기 문화의 확산

○ **스탠바이 티켓, 표준좌석등급제, 리허설 무료 관람제 시도**

- 예술의 전당은 올해 공연 티켓 가격의 합리화를 위해 표준좌석등급제 및 다양한 가격 정책을 발표함. 모철민 신임 예술의 전당 사장은 "관람 기회 확대와 티켓 가격 합리화 차원에서 스탠바이 티켓과 좌석등급제, 리허설 무료 관람제 등을 도입하는 기본 운영 방향을 제시" 하여 "공공성과 국민의 문화 향유권을 확대하겠다" 고 밝힘[119]
- **〈스탠바이 티켓〉**은 공연 당일까지 판매되지 않는 좌석에 당일 3시부터 저렴한 가격에 정액 판매하는 제도를 말하며 **〈좌석등급제〉**는 VVIP석 등 무분별한 상위 좌석등급제 남발로 겪는 관람객들의 혼선과 지나친 가격 상승을 막기 위해 표준좌석 이외의 등급 부여를 금지하고 등급별 좌석 수를 제한하는 방침임. 이 외에 **〈청소년을 위한 리허설 무료 관람〉**과 〈당일할인티켓〉 제도를 시작하였고 좋은 반응을 얻고 있음
- **뮤지컬 가격 거품 뺀 〈영웅〉.** 국내 뮤지컬 관객이 빠르게 증가하고 있는 것에 비해 대형 뮤지컬 해외 배우들이 출연하는 〈위키드〉의 최고가가 16만원, 해외 라이선스 뮤지컬 〈맨 오브 라만차〉 〈라카지〉가 13만원, 초연하는 창작 뮤지컬 〈쌍화별곡〉의 최고가가 11만원 등 높은 가격으로 인해 뮤지컬 관객층의 부담이 높아가고 보다 많은 사람들이 뮤지컬을 관람하는 데 장애벽으로 작용한다는 지적과 가격의 거품을 빼야한다는 지적이 계속되어 왔음. 이러한 상황에서 뮤지컬 〈영웅〉은 티켓 최고가를 5만원으로 책정하면서 기형적으로 부풀려진 제작비용을 절감하고 소셜 커머스들을 통해 지나치게 할인이 되고 있는 상황도 막기 위한 방안으로 적정한 티켓 가격을 찾기 위한 시도를 했다고 밝힘[120]

○ **착한 가격의 공연들의 확산**

- 서울시 청소년국악관현악단의 〈동화(冬花)-우리소리 세계를 품다〉 또

---

119) 서울경제. 2012.05.15. "리허설 무료 관람제 등 도입… 쉽게 찾아오는 문화공간 만들 것"
120) 시사 IN. 2012.10.17. 〈영웅〉의 '반란', 뮤지컬 가격 거품 뺄까

한 국악과 서양음악의 접목 공연을 준비하면서 2만~3만원 선의 관람료를 책정하였고, 서울시 유스오케스트라도 〈어떤 하루〉라는 송연공연 관람료로 5천원~3만원을 책정. 어린이합창뮤지컬 〈왕자와 크리스마스〉등 각종 가족공연들의 경우도 2만5천원~3만원 정도의 관람료를 책정하는 등 저렴한 가격으로 더 많은 관객들이 올 수 있는 공연들을 늘어나고 있는 추세

○ **현실적 가격인하의 어려움과 적정선 마련의 모색 지속**

- 그러나 많은 공연관계자들은 〈영웅〉의 낮은 가격은 4번째 앙코르 공연이었기 때문에 무대세트, 의상 등의 초기 제작비를 줄일 수 있었고, 창작뮤지컬 육성사업 작품으로 선정되면서 상당한 액수의 국고 지원을 받았기 때문에 가능했다고 보는 의견들이 지배적임. **창작 초연작이거나 매출액의 15~20%를 해외 로열티로 지불해야 하는 라이센스 공연의 경우는 이러한 가격 인하가 현실적으로 어렵다는 주장**이 많음[121)]
- 또한 국립이나 공립극단 및 단체들의 경우는 국고 및 지방비 지원이 있는 상황에서 가격을 낮출 수 있지만, 민간단체들의 경우 가격인하로 인한 운영 부담이 있을 수밖에 없다는 지적도 계속되고 있음
- 새로운 관객층 개발을 위해서라도 티켓 가격의 조정이 필요하다는 인식들이 공유되고 있는 만큼 티켓 가격 인하 자체는 새로운 공연 문화 조성에 바람직하지만 한 단체가 나서서 할 수 있는 일이 아니기에 협회 차원에서 의견을 수렴하고 티켓 가격을 조정하는 협의점 모색을 위한 시도들이 계속될 전망

○ **내가 원하는 문화예술콘텐츠 고르기, 콘텐츠 큐레이션 서비스의 시작**

- 높은 가격과 물리적인 접근의 어려움으로 즐기기 힘든 고급 공연들을 보다 많은 사람들이 접할 수 있는 기회를 마련하기 위해 최근에는 영화나 TV 등에서 관객 개인의 취향과 개성에 맞춘 콘텐츠를 선택하여 볼 수 있도록 하는 콘텐츠 큐레이션 서비스가 도입되고 있음

121) 시사 IN, 2012.10.17. 〈영웅〉의 '반란', 뮤지컬 가격 거품 뺄까

- CJ E&M이 런칭한 〈인터레스트미〉, 〈러브잇(LUUV.IT)〉 등은 특정 주제별로 콘텐츠를 공유할 수 잇는 한국한 핀터레스트로 영화, TV, 음악, 패션, 유머 등 다양한 카테고리별 콘텐츠 큐레이션을 제공하여 개인별 쇼핑 리스트와 콘텐츠를 스크랩할 수 있어 합리적인 가격의 서비스를 제공하는 서비스임
- CGV등도 오스트리아 빈 국립오페라극장의 〈카르멘(Carmen)〉, 유럽 최대 클래식 축제 '잘츠부르크 페스티벌', 러시아 상트페르부르크 마린스키 극장의 〈지젤 3D 발레〉 공연 등 물리적, 경제적으로 볼 수 없던 공연을 영화관에서 볼 수 있는 서비스를 제공하고 있으며, 예술영화 큐레이터, 콘텐츠 큐레이터의 설명도 함께 들을 수 있는 서비스들을 확충하고 있는 추세

제4절

예술가로 먹고 살자 : 예술인 복지와 협동조합의 본격화

○ 문화예술분야의 불안한 일자리 환경 문제에 대한 사회적 이슈와 예술창작자에 대한 복지제도의 마련의 필요성이 지난 해부터 본격적으로 논의되고, 올해 11월부터 예술인복지법이 시행되면서 **예술인이 직업인으로서 살 수 있는 환경 구축을 위한 복지제도와 지속가능한 문화예술단체의 구조 형성을 위한 예술인 협동조합에 관한 논의들이 본격화**되고 있음

1. 예술가도 직업인이다 : 예술인 복지법의 시행

○ 2012년 11월 예술인복지법안 시행과 함께 문화예술인 범위설정 및 복지 정도에 대한 논란

- 작년 10월 28일 국회 본회의를 통과한 예술인 복지법안은 2012년 11월 시행과 함께 구체적인 예술인의 범위에 대한 논의들이 본격화되고 시행령 및 시행규칙 제정안을 토대로 9월 7일 공청회가 개최됨
- 공청회에서는 예술인복지법과 관련한 핫 이슈인 예술인 범위설정에 대한 문제, 예술인 산재보험 가입 지원 관련 세부사항, 예술인 복지기금 마련에 대한 문제들이 논의되었으나, 예술인 범위 설정 및 활동 증명에 있어 애매모호한 기준이 있다는 지적들은 계속되면서 예술인복지에 있어 가장 많은 논의가 있을 부분일 것으로 예상됨
- 현재 제시되고 있는 예술인으로서의 활동증명 조건('공표된 예술 활동 실적', '예술 활동 수입', '저작권(저작인접권) 등록 실적', '국고 · 지방비 등의 지원을 받은 예술 활동 실적' 등)이 너무 넓게 설정되어 있어 직업인으로서 지원이 우선 필요한 예술인에 대한 실질적 지원이 이루어지지 않을 수 있다는 지적

- 또한 활동증명 증거를 댈 수 없는 문화예술인의 경우 지원대상에 포함되지 못하는 문제에 대한 대안 등이 필요하다는 입장이 제기됨
- 예술인 복지법이 예술인을 위한 최소한의 사회안전망으로 작용해야한다는 의견들과 우선 지원자를 선정하는 문제에 대한 세밀한 설계가 필요함을 주장하는 의견들도 있음. 소설가 백가흠 씨는 "예술인을 위한 사회안전망 구축에 도움을 주려면 문화예술인노조의 설립과 함께 예술인복지제도가 구축되어야 한다"[122]고 강조했으며, 무용평론가인 장인주 씨는 "지원이 가장 시급한 대상자를 적절한 시기에 도와야 한다. 그러기 위해서는 복지의 사각지대에 놓여있는 예술가, 특히 문화산업화의 선두에 설 수 없는 기초예술가를 선별해야 할 것이다"[123]라고 주장함
- 또한 부산문화재단과 지역단체가 공동으로 주최한 〈예술인 복지법 그리고 지역문화진흥〉 포럼에서 부산발전연구원의 임호 선임연구위원은 "예술인 주택조합이나 주택담보대출 같은 생활고 해결이 더 시급하다"고 언급함[124]
- 한국예술인복지재단의 활동, 예술인 산재보험 가입지원, 예술인 복지기금 마련 등이 준비되면서 내년부터 본격 시작될 예술인복지활동을 놓고 기대와 함께 실효성에 대한 우려 또한 높아져가고 있음. 대구예총에서 개최한 예술인복지법 관련 포럼에서 최상대 대구예총 수석부회장은 예술활동 증명에 관한 세부 기준 요건을 충족시키기 위한 활동 증가로 예술 창작의 수준이 하락할 것을 우려하기도 함
- 대구경북연구원의 오동욱 박사는 예술인 복지법의 실효적인 정착을 위해 장기적인 차원에서 예술인 관련 고용보험 프로그램 도입을 검토하고, 아마추어 예술가가 아닌 전문적 활동 예술가나 원로 예술가가 혜택을 받을 수 있도록 기준을 구체화할 것을 제안함[125]

---

122) 연합뉴스. 2012.09.07. 예술인복지법 시행..예술계 우려 속 일부 기대
123) 서울신문. 2012.12.11. [시론] 문화민주화의 시작, 예술인 복지법/장인주 무용평론가
124) 부산일보. 2012.09.28. 예술인 · 예술 활동의 범주 어떻게 규정할까
125) 오동욱. (2012) 지역 예술인 복지를 위한 제도적 보완 장치 마련해야, 대경 CEO 브리핑. 2012.11.12. 제347호. p. 6

- 그러나 예술인을 위한 복지제도가 시작되었다는 점에서, 이후 예술인에 대한 각종 사회보장제도 마련, 예술인 직업의 안정화 및 고용창출을 위한 지원, 개인 창작예술인의 복지증진 관련 지원, 예술인 생활자금 마련을 위한 대출 및 복지금고 운영에 대한 논의, 예술인의 의료 및 건강 지원, 문화 및 여가생활 지원, 예술인 자녀 보육 관련 지원 등 예술인이 직업인으로서 살아갈 수 있는 지원방안에 대한 고민이 계속될 전망

○ **부산 예술인 의료복지 서비스 실시**

- 지방자치단체 단위에서 부산지역은 먼저 부산 거주 예술인에 대한 의료복지 서비스를 시작함. 부산문화재단은 9월 의료기관(고신대학교 복음병원, 부산광역시 의료원) 및 예술인들 간의 공동협약식을 통해 의료기관의 예술인의 입원진료, 건강검진 비용의 감면 혜택을 포함한 복지 서비스 제공을 약속함
- 예술인들은 의료기관들에 문화예술행사를 지원할 것으로 약속했으며, 예술인과 기관 간의 이러한 협약을 통한 복지서비스 실시 등은 확충될 것으로 보임

○ **영화스태프의 최소 생활유지를 위한 대책 시동 과 복지혜택 시행을 위한 설계의 중요성 문제의 대두**

- 영화진흥위원회는 영화스태프 처우 개선을 위해 지난 해부터 시행하고 있던 **〈한국영화 스태프인건비지원 사업〉**을 더욱 실효성 있는 제도로 만들기 위해 올해 지원사업 내용을 대폭 수정함. 인건비 지원대상이 되는 영화 순제작비 최소기준을 4억원 이상에서 1억원으로 하향 조정하여 수혜대상 영화범위를 확장하였고, 지난 해 1작품 당 최대지원액수를 6,750만원으로 일괄 적용했으나 순제작비용에 따라 최소 4천만원에서 최대 2억원까지로 차등지급하는 것으로 수정하였음. 또한 지원신청금의 절반을 영화 제작사가 사전 집행하도록 하도록 하던 방식이 제작사에 주는 부담이 크다는 지적에 따라 지원금을 사전 집행하는 것으로 변경하였음

- 또한 영화계 인력들의 고용 안정을 위해 2004년부터 추진되어오던 한국형 '앵테르미탕(Intermittent)'[126]인 〈훈련인센티브〉제도가 지난 해말 예산심의를 통과한 후 올해부터 시행하기 시작함. 그동안 작품과 작품 사이 쉬는 기간 동안에는 일이 없어 생계를 위해 다른 일을 해야만 하는 고충을 겪고 있던 영화계 인력들을 위해 일시적 실업 기간 동안 8주간의 실무교육 이수를 받을 수 있게 하고, 실업급여로 100만원을 지급받을 수 있도록 한 제도임
- 그러나 〈한국영화 스태프인건비지원 사업〉의 지원급 집행기준의 까다로움으로 인해 실제 집행률이 낮아 내년부터 폐지가 예정되어, 영화 스태프의 어려운 처우를 개선하겠다는 지원사업의 본래 취지가 제대로 실현되지 못한 사례가 되었음. 이러한 사례로부터 예술인의 처우 개선을 위한 지원사업의 실효성을 위한 세밀한 설계의 중요성이 강조되고 있으며 단순 인건비지원이 아닌 예술인의 중장기적 생활문제 해결을 위한 지원제도 마련에 무게가 실리고 있는 추세

2. 문화예술 협동조합, 대안이 될 것인가?

○ **2012년 12월, 협동조합기본법 시행 시작**

- 2008년 국제 금융위기 이후 현재의 시장경제 한계를 극복할 대안적 경제주체로 협동조합이 주목받기 시작하고, UN은 2012년을 '세계협동조합의 해'로 지정함. 실제 글로벌 금유위기 당시, 협동조합은 구조조정 최소화, 빠른 경영 정상화로 경제 안정에 기여한 것으로 분석되고 있고, 각국에서 지역산업과 상권을 보호하고 사회복지를 증진하는 방안의 하나로 협동조합 육성에 많은 관심을 보이고 있으며, UN도 활성화를 권고하고 있음
- 우리나라도 2011년 12월 협동조합기본법을 제정하고, 올해 12월부터 새

126) 프랑스의 문화예술 분야 비정규직 실업부조금 제도의 명칭

협동조합 기본법이 시행되기 시작하면서 2013년부터 협동조합 관련 큰 변화가 예상되고 있음

- 협동조합 기본법은 협동조합의 설립·운영에 관한 기본적 사항과 함께, 자치적인 협동조합의 활동을 촉진하고, 사회통합 및 국민 경제의 균형 있는 발전에 기여하고자 하는 목적을 가지고 있음. 따라서 협동조합 설립 분야가 확대되고(1차 산업 및 금융·소비 부문에서 다양한 분야로), 협동조합 설립 기준이 완화됨
- 특히 출자금 규모에 상관없이 5명만 모이면 설립할 수 있고 지자체장에게 신고만 하면 되기 때문에, 사회적 협동조합, 노동자협동조합 등 다양한 협동조합의 설립이 가능해졌음

○ **새세대(New Generation) 협동조합 설립 희망자 증가 및 정부 지원 강화**

- 협동조합 설립이 쉬워지면서, 마을기업, 공동주택, 청년 창업, 공동 육아, 대안학교, 농촌봉사, 교육기부, 문화예술, 들놈 노동, 자활단체 등 다양한 형태의 협동조합 출현이 예상되고 있는 상황
- 이에 지방자치단체들은 협동조합 설립 희망자를 위해 교육 및 행정적 지원을 시작함. **서울시, 성남시, 전라북도 등에서 협동조합학교를 개설**함. **서울시의 '협동조합 난장 한마당', 성남시의 '협동조합아 놀자' 등**해 협동조합 관련 컨설팅 제공 및 설립절차 안내를 위한 행사들이 개최되고 있음
- 적극적 지원 계획을 세우고 있는 전라북도의 경우, 협동조합학교에서 협동조합 관련 인재 100명을 육성해 각 분야의 협동조합 설립 붐을 조성한다는 전략을 발표하였음. 또한 1차로 9개 모형의 우선 추진 협동조합분야 및 사업을 선정하였음. **공공 분야에서** ▶ 문화와 예술 사회 적 기업 네트워크, ▶ 전주 문화예술거리 협동조합, ▶ 작은 영화관 사업, ▶ 취약 계층 영유아 발달 지원 서비스 사업, **일자리 창출 분야**에서 ▶ 생명자활사업단 ▶ 슈퍼마켓 연합단과 농공단지 협의회, ▶ 1시군 1마케팅 전문 유통회사 ▶6차 산업
- 협동조합학교를 운영 중인 전북 관계자는 "30~40대 직장인은 물론 은

퇴자도 몰려 성황을 이루고 있다" 고 전했으며, 협동조합연구소 김기태 소장은 **"협동조합 형태로 운영되던 조직들은 임의 단체 신분으로 활동해왔으나, 앞으로 조합원들의 신뢰를 높여 공동체 이익 창출이 효율적으로 될 것" 으로 기대**된다고 말함[127]

○ **문화예술분야의 협동조합 전환 및 설립에 대한 고민들**

- 이런 상황에서 문화예술 분야에서는 기존의 사회적 기업으로 활동하던 단체들의 협동조합으로의 전환으로의 고민이 본격화되고 있으며, 새롭게 결성하려는 단체들도 나타나고 있음. 그러나 아직 뚜렷한 형태를 갖추어가고 있지 않으며, 사회적 기업과의 차별성 및 협동조합 형식이 문화예술 분야에 적합할 것인가에 대해 의견이 분분한 상황
- 현재 전환을 심각히 고려하고 있는 사례들의 경우 다중이해관계자, 사업자, 생산자 협동조합의 형태들임. 대표적으로 자립음악생산자조합, 인천시민문화센터, 신당창작아케이드, 성미산마을극장, 신나는 문화학교 자바르떼, 서울프린지네트워크, 극단 즐거운사람들 등
- **〈성미산마을극장〉**의 경우 1994년 공동육아협동조합으로 시작하여 현재 사회적기업의 형태인데, 2011년부터 협동조합 설립 준비를 하면서 특별출자금과 일반출자 모집 등의 구체적 계획을 준비하고 있음. 현재 사단법인인 '(사)사람과 마을'에 소속되어 운영되는 형식이지만 곧 분리·독립 계획이 있기 때문에, 독립을 위한 운영 조직 형태 중 예술인과 소비자가 함께하는 협동조합인 다중이해관계자 협동조합을 검토 중임[128]
- **〈자립음악생산조합〉, 〈극단 즐거운사람들〉, 〈서울프린지페스티벌〉, 〈자바르떼〉** 등은 협동조합 기본법의 구체화 정도를 지켜보면서 신규 결성 혹은 전환 여부를 검토하겠다는 의견들을 보이고 있음. 문화예술 분야에서 협동조합에 대한 기대들은 많은 경우 정부가 장려하고 있는 만큼, 그에 따른 재정지원이 있을 것이라는 기대와 공공적인 조직이미지를 통

127) 국민일보. 2012.07.06. 신개념 협동조합 설립 붐 예고… 2012년 12월부터 조합원 5명만 모이면 누구나 가능

128) 허은영.(2012). 「문화예술분야 협동조합 제도 도입을 위한 기초연구」. 한국문화관광연구원

해 정책지원과 관련된 협상에서 유리할 것이라는 추측들, 조직 운영에 있어 민주적인 방식을 통해 내부 구성원 및 이해관계자의 적극적인 참여를 유도할 수 있을 것이라는 의견들이 많은 것으로 이야기되고 있음[129)]

- 문래예술창작촌 입주 작가들을 중심으로 협동조합을 준비하는 모임 〈라운드 문래예술공단〉은 문래동 지역 주민과 작가들이 함께 하는 다중이해관계자 협동조합의 형태를 준비하고 있으며, 문화예술로 지역을 발전시키는 데 공헌할 것을 목표로 삼고 있음. 지난 해부터 임시적으로 법인 형태를 빌어 협동조합에 준하는 사업을 벌이고 있는 ㈜이웃은 〈이웃문화협동조합〉 또한 다중이해관계자 협동조합으로 내년 출범을 앞두고 있음[130)] 조합이 결성되고 나면 지역 예술가와 주민으로 구성된 조합원들이 공예품을 창작, 전시, 판매하는 〈이웃 공방〉을 첫 번째 사업으로 벌일 예정임. 조합원에게는 재능을 활용해 문화예술 강좌를 열거나 이웃공방에서 운영하는 프로그램에 참여할 수 있는 혜택을 줄 예정
- 〈(가칭)은하만화동맹협동조합〉의 준비를 맡은 박인하 청강문화산업대 교수는 만화 출판 매체가 부재하는 만화계의 현실을 지적하며, **자유로운 만화 창작 기반 마련을 위한 만화잡지를 제작하는 협동조합을 구상**함. 그는 "만화가와 지망생 등이 창작자이자 소비자로 참여하는 협동조합을 통해 만화잡지를 창간할 경우, 만화잡지의 진지한 가능성을 보여줄 수 있을 것으로 기대한다" 며 "협동조합에서 잡지를 창간할 경우, 이윤이 필요 없고 제작 및 유통 비용을 최소화할 수 있어, 작가들의 최소 고료를 현실화시킬 수 있을 것으로 기대한다"[131)] 고 이야기함
- **문화예술분야 협동조합이 지향해야 할 방향에 대해서는 여러 가지 의견들이 대두**되고 있음. 지난 12월 12일에 문화포럼 '이공'의 주최로 열린 포럼 〈문화예술협동조합이라는 달콤한 유혹〉에서 자바르떼의 이은

129) 허은영.(2012). 「문화예술분야 협동조합 제도 도입을 위한 기초연구」. 한국문화관광연구원
130) 지난 해 수원시가 주최한 사회적기업 창안대회에서 주민에 의한, 주민을 위한 문화 생산 및 유통을 지향하는 '문화협동조합' 아이디어로 최우수상을 수상한 것이 바탕이 됨. 현재 수원시 지동에서 주민들이 도서관, 영화관 등 다목적으로 활용할 수 있는 문화공간인 〈이웃센터〉와 지역 사랑방 역할을 하는 〈핑퐁음악다방〉을 운영 중임
131) 박인하.(2012) '(가칭) 은화만화동맹협동조합', 인천문화재단 40회 목요문화포럼 자료집

진 대표는 "문화예술이 수익성을 가진다고 여기지 말고, 정부 차원의 공공시장을 위한 지원 정책이 필요하다" 고 제언한 반면, 문윤걸 예원예술대 교수는 "문화예술인들이 만든 협동조합을 통해 문화예술인들이 어떤 이익을 볼 것인가를 고민해야 한다"[132] 라며 협동조합을 통한 수익창출 모델 개발의 중요성을 주장하여 문화예술계 안에서 협동조합의 가능성에 대해 상반된 시각이 존재하며, 추후 문화예술관련 각종 협동조합이 나아가야 할 방향에 대한 논의가 지속될 것을 보여주고 있음

○ **협동조합의 지속가능성에 대한 논의 지속**

- 협동조합에 대한 기대와 함께 그간 사회적기업이 밟아온 전철처럼, 지속적인 운영방안 개발에 실패하면서 없어지는 과정을 겪을 가능성에 대한 우려가 병행되고 있음
- **인천문화재단에서 문화예술분야 협동조합을 주제로 개최한 포럼에서 김신양 성공회대 외래교수는 "협동조합은 구조일 뿐 솔루션이 될 수 없다는 점을 명심하고 특성을 고려한 전략 등 지속성을 보장할 수 있는 방법을 고민해야 한다"[133] 며, 이어서 "경쟁을 통한 개별적 성공전략이 아닌 협동의 전략을 동시에 모색하지 않으면 고사될 위험이 존재" [134] 한다고 강조함**
- 따라서 협동조합의 견고한 사업모델 개발이 우선되어야 한다는 지적이 많으며, 문화예술분야의 경우 특히 사업아이템의 다변화를 위해 문화적 컨텐츠를 교육, 관광, 농업, 의료 등의 다양한 사업과 연계하는 방안이 모색되어야 한다는 의견들이 많음
- 협동조합의 가장 중요한 요소인 **조합원의 참여와 운영이 유지될 수 있도록 하는 교육과 운영구조 마련에 대한 중요성도 강조되고 있음**. 원주영상미디어센터장 김기봉 교수는 "협동조합의 생명은 참여와 교육이다. 이것이 제대로 되지 않는 협동조합은 껍데기만 협동조합일 뿐이다"[135]

132) 전북일보, 2012.08.02. 문화예술협동조합 기대반 우려반
133) 기호일보, 2012.10.17. 시장경제 보호망 아닌 보조장치, 청년 창작단체 창업 늘어날 전망
134) 김신양.(2012). '사회적 기업이냐, 협동조합이냐?', 인천문화재단 40회 목요문화포럼 자료집
135) 임승관.(2012) '맞춤형 지역협동조합과 문화', 인천문화재단 40회 목요문화포럼 자료

라고 말함

- 또한 협동조합 생태계 마련을 위해 사회경제조직들과의 협력을 위해 지역 내 각종 단체(시민, 환경, 비영리, 사회복지, 종교단체 등)와의 네트워크 구축, 협동조합 간 협력시스템 등의 마련이 강조되고 있는 만큼 이를 위한 지원에 대한 요구들이 강화될 것으로 보임

3. "밥 먹고 예술하자", 예술인 소셜 유니온의 출범

○ **미래가 불안한 예술가의 노동환경, 스스로 바꾸자는 인식의 확산**

- 2011년 말 노동환경건강연구소가 발표한 〈문화· 예술· 스포츠 등 특수산업 비정규직 인권상황 실태조사〉를 보면 방송사 내· 외부 비정규직의 40.8%는 지난 1년간 휴직 경험이 있고, 68.5%는 현재 직업에서의 실직이나 해고를 염려하는 등 1년 미만의 단기 근로 형태가 많은 불안정한 노동시장의 특징이 나타남
- 특히 지난 해 예술인의 생존권과 인권에 대한 이슈들이 장기화된 경기침체 및 사회불안과 맞닿으며 심화되고, 올해 예술인 복지법 시행과 더불어 본격화되면서, **문화예술계 내부적으로 예술인의 자립 및 생존을 위해 예술인 스스로 발언하고자 하는 집단적 움직임이 활발**해짐

○ **예술인 소셜유니온의 시작**

- 그동안 예술계와 예술인 스스로 노동시장의 부당함에 대한 집단적 발언의 기회가 부족했지만, 2011년 12월 문화예술인의 생활고와 노동착취의 구조 변화를 위해 "밥 먹고 예술하자" 는 모임을 가진 후 올해 3월 예술인 소셜 유니온의 준비운영위원회가 만들어짐
- 준비위원장인 음악평론가 나도원씨는 "문화예술계 종사자 대부분이 오래 전부터 생활고를 비롯해 구조적인 문제들에 노출돼 있었다" 며 "어떻게든 해결해야 한다는 생각을 하다가 개별적으로는 문제를 해결할 수 없다는 뜻이 모여졌다" 고 유니온 설립 계기를 밝힘

- 현재 꽃다지, 칼라TV, 프린지 네트워크, 시사만화가 협회, 세종문화회관 노동조합, 문화연대 등이 참여하고 있으며, 10월 17일 열린 발족식은 예술인들이 '누가 누가 더 당했나' 자기가 처한 환경, 당한 부당한 대우를 실토하는 자리. 문제 인식 확고히 하려는 모습을 보임
- 예술인 소셜 유니온은 기본적으로 예술인도 노동자로 인식하고, 노동자로서의 권리를 보장하자는 주장을 하고 있음. "예술인의 정당한 노동권리 찾기를 위해 각종 문화예술 노동현황에 개입하고 정확한 실태조사와 관련 법 개정 등을 위해 활동할 것이며 아직까지 예술의 사회적 공공성을 묻거나 종사자들을 위한 노조는 없었으며, 예술인 소셜 유니온은 이러한 활동을 할 것" 이라고 말함. 현재 예술인 권리보장을 위한 입법 및 법 개정을 위한 활동을 진행 중이며 내년부터 본격적인 활동에 들어갈 것으로 보여 예술의 사회적 공공성을 널리 알리고 예술인의 생활고 문제 해결을 위한 예술인 스스로의 집단적 활동이 본격화될 추세

○ **청년 뮤지션의 처우 보장과 창작물에 대한 정당한 보장을 위한 〈뮤지션 유니온〉도 시작**

- 2011년 12월에 홍대 인디밴드를 중심으로 구성된 '유데이페스티벌(음악산업의 페어플레이 모토로 홍대 뮤지션들이 모여 만든 음악 공연 행사) 조직위원회'는 청년유니온과 함께 페스티벌 참가자 221명을 대상으로 〈청년뮤지션 생활환경 실태조사〉를 진행함. 그 결과 뮤지션들 대다수는 한 달 평균 69만원 수입으로 음악 활동을 이어가는 것으로 조사, 응답자의 77%가 음악 활동 외에 강습과 아르바이트로 생계 유지, 특히 전체 52%는 파트타임 노동에 종사해 직업군이 불안정한 것으로 드러났으며 4대 보험 가입자는 19%에 불과한 것으로 나타남
- 이종필 청년유니온 조직팀장은 "뮤지션들이 경제활동과 음악활동을 병행해야 하는 상황에서 심각한 수준의 장시간 노동을 하고 있음을 보여주는 것" 이라고 지적.[136] 유데이페스티벌과 청년유니온은 지난 해에

136) 유니온프레스, 2012.02.10. 인디뮤지션 월수입 69만원 … 목소리 모으는 '뮤지션유니온' 만든다

있었던 실태조사 결과를 발표하는 자리에서 〈뮤지션 유니온〉 설립 계획을 밝혔는데, 정문식 유데이페스티벌 조직위원장은 "'뮤지션 유니온'이랑 단체를 만들어 뮤지션들의 목소리를 대변하겠다" 고 강조하였고, 이종필 청년유니온 조직팀장은 **"우리의 창작물이 정당한 평가를 받을 수 있도록 공정한 시스템 도입과 경제적인 대책이 필요하며 뮤지션들의 처우를 법적으로 보장하고 공적인 영역으로 확대하는 등의 개선이 시급하다"** 고 지적함[137]

- 〈뮤지션 유니온〉은 홍대 클럽들에 뮤지션을 고용할 때 표준계약서 작성을 제안할 것을 계획하고 있다고 밝힘. 정문식 위원장은 "뮤지션 노동에 대한 급여 지급 내역이 명확하게 증빙이 되어야 데이터가 확실해진다"며 "이를 통해 불합리한 관행과 뮤지션들의 음악 여건을 바꿔갈 수 있다"[138] 고 말하며 청년 뮤지션의 불공정 계약에 의한 어려움의 개선을 위해 뮤지션 유니온이 집단적 지원활동을 할 것을 밝힘
- 현재까지 뮤지션 유니온은 정식 출범하거나 뚜렷한 활동을 시작하지는 않은 것으로 보이지만, 11월 20일에 심상정의원과의 간담회를 갖고 대형기획사 업체들이 음악산업의 권력층으로서 자리잡으면서 생긴 현재 음악계의 상황, 문화산업에서 문화콘텐츠 관리를 위한 정책적 지원보다 산업적효과의 확대를 위한 정책적 지원만 강조되고 있다는 점 등을 지적하며 대중음악 예술인의 권리보장을 위한 본격적 활동을 예고하고 있음

137) 뉴시스, 2012.02.10, '고정수입 69만원으로 살 수 없다' … 청년뮤지션들, 유니온 설립
138) 오마이뉴스, 2012.02.22, 월수입 69만원 … 웃고 있어도 눈물이 난다

제5절

한류의 새로운 이름, K-Culture로 비상하다

1. 싸이 신드롬 : K-pop의 새로운 모델이 되다

가. 전 세계를 휘몰아친 싸이의 '강남스타일(Gangnam Style)'

○ 2011년 세계를 강타한 K-pop의 중심에는 동방신기, 슈퍼주니어, 소녀시대, 빅뱅, 2NE1, 원더걸스, 카라 등의 아이돌 그룹이 있었음

- 길게는 7~8년이 걸리는 고된 트레이닝 과정을 거쳐 만들어진 아이돌 그룹은 화려한 군무와 뛰어난 비주얼, 그리고 중독성 짙은 후크장르로 전 세계 팬들을 사로잡았으며, 특히 2011년 6월 프랑스 파리에서 발생한 유럽 팬들의 추가 공연 요구 플래시 몹(flash mob)은 전대미문의 사건으로 회자되었음

○ 한편 2012년 전 세계를 K-pop 열풍으로 몰아넣은 주인공은 바로 '싸이(psy)'였음

- 싸이의 '강남스타일' 뮤직비디오 조회 건수는 유튜브 사상 가장 빠른 속도로 갱신되어 공개된 지 4개월 만에 2012년 11월 24일 기준 조회 수 8억 369만 건으로 유튜브 역대 최다 조회 동영상[139]이 되었으며 12월 현재 9억 건을 넘어섬[140]
- 싸이는 세계적인 권위를 가진 미국 빌보드 싱글 차트에서 7주 동안 2위를 기록하는가 하면, 베스트 뮤직비디오 후보 선정, 아메리칸 뮤직 어워드 초대, 미국 NBC의 인기 토크쇼인 제이 레노의 '더 투나잇쇼', 바바라 월터스의 '더 뷰'에 출연하는 등 진정한 월드스타로 거듭났으며. 또한

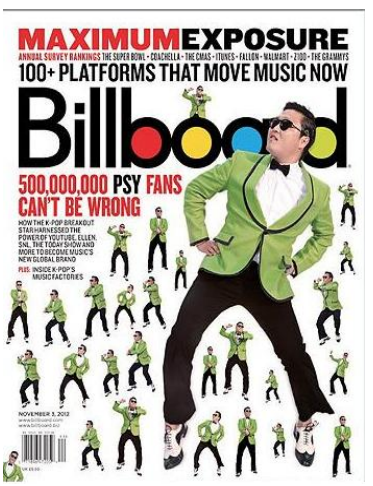
139) 저스틴 비버의 '베이비'가 8억 300만뷰를 달성하는 데 33개월이 걸린 것을 감안할 때, 싸이의 강남스타일의 조회건수 상승은 그 유례를 찾아보기 힘듦

140) 뉴시스. 2012.12.7; 머니투데이, 2012.12.6; 마이데일리, 2012.11.23; 머니투데이 2012.10.26.

디지털 다운로드 횟수를 집계하는 아이튠즈 차트에 2개월 동안 1위를 기록하는 등 기염을 토함

- 또한 싸이는 미국 굴지의 레코드사 아일랜드 데프잼 레코딩스와 음반계을 체결하고, 시사주간지 타임이 선정한 '2012년 벼락스타(Fleeting Celebrities) 부문 1위, '2012년 최고 노래' 부문과 '최고 인기 비디오' 부문에서도 각각 2위 차지, 올해의 인물(person of the Year 2012) 후보에 선정되는 영광을 안음[141)]
- 싸이의 인기는 미국에 그치지 않음. 영국의 오피셜 UK 싱글 톱 100 차트에서 한국 가수 사상 최초로 1위를 기록했으며, 트위터 지수 집계 대행사인 톱시(Topsy)에서 집계된 psy에 대한 언급은 아래의 〈표〉에서 보듯 인도네시아, 브라질, 일본, 타이, 프랑스, 영국, 말레이시아, 터키, 멕시코, 필리핀, 이탈리아, 러시아 등 그야말로 전 세계에 걸쳐있음을 확인할 수 있음

[그림 3-5-1] 2012년 11월 3일지 빌보드 차트 표지모델 싸이



자료 : 경향신문. 2012.10.26. 싸이, 11월 빌보드 지 표지 모델로 선정돼

141) 아시아투데이. 2012.12.06. 싸이 올해의 인물 후보, 글로벌 리더들과 어깨 나란히 '대박'

○ 이러한 싸이의 성공에 힘입어 '강남'이라는 한국의 특정 지역에 대한 관심 또한 폭발적으로 나타났으며, 한국과 K-pop, 한식, 한류, 한국어 등에 대한 세계인의 관심 또한 확산되는 계기가 마련됨[142)]

– 이러한 공을 인정받아 싸이는 역대 최연소로 문화체육관광부의 옥관 문화훈장을 수여받기도 함

[그림 3-5-2] TOPSY에서 집계된 싸이(psy)에 대한 트윗의 지역별 분포

LOCATION	TWEETS
World	5,709,104
United States	1,335,639
Indonesia	823,585
South Korea	655,139
Brazil	519,465
Japan	408,096
Thailand	247,102
Spain	213,155
France	182,454
United Kingdom	165,092
Malaysia	160,847
Turkey	128,095
Mexico	116,458
Philippines	83,318
Italy	80,138
Russia	53,575

자료 : http://analytics.topsy.com

주 : 2012년 12월 8일 기준 지난 180일간 facebook과 printerest 등 웹 도메인에서 나타난 트윗(tweets)의 수를 지역별로 집계(15위까지)

142) 이투데이, 2012.11.30, '국제가수' 싸이 덕분에 외국서 한식 불티

나. 싸이가 성공할 수 있었던 비결은?

○ 일각에서 '5천년 한민족의 역사에서 유례를 찾아볼 수 없는 사건'이라고 평가하는 이러한 놀라운 싸이의 성공에 대해 그 요인을 분석하는 많은 논의가 이루어짐

○ 먼저, 송민정(2012)[143]은 '강남스타일'의 성공 요인을 웹2.0 철학인 참여, 개방, 공유의 관점에서 논함

- 먼저 싸이는 아이디어를 발굴하기 위해 전국 안무가들에게 상금을 걸고 공모하는 크라우드 소싱(crowdsourcing) 과정을 통해 '말춤'을 발굴함으로써 '참여'를 통한 창의성을 실현함
- 둘째, 그간 국내에서는 저작권법으로 인해 패러디 창작이 제한되어 왔으나 싸이는 패러디의 제작을 독려하는 방법을 택했으며, 오히려 공모까지 함. 이러한 전략에 힘입어 세계 각지에서 나온 패러디 영상만 2012년 11월 기준으로 339개였으며, 이러한 패러디 파생 영상은 5억이 넘는 클릭수를 유도함. 즉 싸이와 한국음악저작권협회가 취한 '개방'의 관점이 또 다른 성공요인인 것임
- 셋째, 스쿠터 브라운, 티페인, 톰크루즈 등 해외 유명 연예인들(celebrities)의 트위터를 통한 의견 공유와 CNN, 월스트리트저널, 빌보드, 슈테른, 롤링스톤 등과 같은 세계적 대중지의 평가를 통한 '공유'를 통해 강남스타일은 그와 같은 파급력을 가질 수 있었음

○ 임진모(2012)[144]는 '말춤'을 통한 전 세대를 아우름, 친근감을 부른 B급의 미학, 미국의 선택을 그 요인으로 꼽음

- 과거 K-pop을 선도했던 아이돌의 댄스음악은 '감상용'의 성격이 짙었고, 주된 수요자 역시 10~20대 젊은이들이었으나, 싸이의 '강남스타일'은 일렉트로니카 사운드에 기반을 둔 트랜스 음악으로 누구나 쉽게 따

143) 송민정. (2012). '강남스타일'에 배우는 한류의 글로벌마케팅 전략방향. 웹진 문화관광 2012년 11월호

144) 임진모.(2012). '강남스타일' 새로운 문화스타일. 웹진 문화관광 2012년 11월호

라할 수 있는 '말춤'을 통해, 그리고 춤을 추는 사람들의 지역과 직업, 특성에 맞춰 'OO 스타일'로 얼마든지 자기식 변용이 가능하여 아이부터 노인까지 전(全)세대를 아우를 수 있었음

- 엽기적 외모에 언제나 춤을 추면서 열정을 불사르는 B급 가수인 싸이가 '한국의 비버리힐스, 강남스타일'이라고 우기는 데서 나타나는 '역설'의 메시지가 재미(fun)를 잉태하고 대중적 흡수력을 발했음
- 기존의 K-pop 가수들이 노력해서 해외로 진출한 반면, 싸이는 강제로 해외진출을 당했음. 즉 강남스타일은 한국에서 발발해 미국으로 번져간 것이 아니라 미국이 나서서 인기몰이를 가동했음. CNN이 '강남스타일'을 '꼭 봐야할 뮤직비디오'로 추천한 이후 싸이가 저스틴 비버가 소속된 미국의 레코드사인 아일랜드 데프잼 레코딩스과 음반 유통 계약을 체결하고 스쿠터 브라운의 SB프로젝트와 해외 매니지먼트 계약과 음반계약을 체결하게 된 것은 싸이의 음악이 미국 음악계의 판단과 선택에 의해 세계적 대박을 친 것과 연장선상에 있다는 것임

[그림 3-5-3] 해외에서 나타난 강남스타일의 패러디

자료 : http://fashion.chosun.com, 임진모(2012)

○ 한편 고재열(2012)[145] 은 우리말에 맞는 가장 한국적인 랩, 울퉁불퉁한 B급 정서를 키치적으로 표현한 가사의 메시지, 유튜브라는 대중음악의 새로운 플랫폼을 효과적으로 활용한 것을 싸이의 성공 원인으로 들고 있음

145) 고재열.(2012). '김기덕과 싸이가 소주 한 잔을 한다면: 비주류의 분투를 기원하며'. 연극인 웹진 10호

다. 제2의 싸이는 가능할까?, 싸이가 제시한 새로운 모델

○ 한편 이러한 싸이의 성공을 일시적인 현상으로 보는 시각도 있음

- 1995년 전 세계를 강타했던 로스 델 리오(Los Del Rio)의 '마카레나(Macarena)'처럼 '강남스타일'이 가진 재미와 세계적 흥행 잠재력이 주효했던 것이지, 결코 싸이나 K-pop 장르 자체가 가지는 특수성이 세계시장에서 통했다고 볼 수는 없다는 것임
- '강남스타일'의 경우 영어가 아닌 '한국어'로 녹음된 곡이 전 세계에 어필했다는 점이 주목받기는 했으나, 유튜브에 게시된 강남스타일의 패러디 동영상인 'KLINGON STYLE'처럼 세계인들에게는 그것이 한국어이건, 외계어건 별 차이를 못 느끼는 것일 수도 있음
- 싸이 열풍과 함께 폭등했던 YG엔터테인먼트 주가가 하락한 사실이나 유럽 현지 레코드숍에서 K-pop 가수들의 음반을 구입하는 것이 힘들다는 사실, 그리고 일반시민들은 여전히 싸이를 제외한 한국 가수에 대해서는 잘 모르고 있다는 사실 등이 K-pop 거품론의 근거로 제시되기도 함[146)]

○ 그러나 여전히 일본의 오리콘 차트에서 한국 가수들이 1위를 석권하고 있으며, 대만, 홍콩, 싱가폴, 태국 등 아시아 국가에서 1회 공연에 수만명의 관객을 동원하고 있다는 점, 그리고 유럽과 남미까지 그 영역을 지속적으로 확대하고 있으며, 특히 10~20대 집단의 열광적 지지를 받으며 서브컬처(Sub Culture)로 확고히 자리매김을 하고 있다는 점[147)]에서 여전히 K-pop은 그 잠재력과 가능성을 가진다는 견해가 지배적임

○ 다만, 그간 K-pop이 가진 한계, 즉 비슷비슷한 컬러를 가진 댄스 아이돌 그룹 중심의 10~20대를 주요 타겟(target)으로 한 제한적인 콘텐츠의 문제와 콘텐츠의 유통· 배급 문제 등과 관련하여 싸이의 사례는 시사하는 바가 큼

---

146) 스타투데이. 2012.12.05. 유럽 직접 가보니, K-팝 거품은 빠지고··
147) 스타투데이. 2012.12.05. 유럽 직접 가보니, K-팝 거품은 빠지고··

○ 먼저, '강남스타일'은 기존 매체, 특히 수직적 소통방식인 방송의 힘을 거의 빌리지 않고 소셜미디어를 통해 국내와 해외에 수평 전파되었다는 점임

- 이제까지 국내 대중음악 시장은 대형 연예기획사 내지 매니지먼트사에 의해 구조적으로 장악되어 있었고 이로 인해 음원 출시 1~2주 안에 인기 차트에서 1위를 하고 음원 판매 후 수익을 내면 바로 사라지는 단기 유행의 제작유통 시스템이 관행화되었음
- 그러나 싸이는 이러한 기존의 공식을 통하지 않고도 새로운 미디어인 소셜미디어를 통해 콘텐츠 마케팅 경로를 잘 활용할 수 있다면 얼마든지 성공할 수 있다는 가능성을 보여줌(송민정. 2012)
- 유튜브는 현재 전 세계 10대들에게 가장 강력한 영향을 미치는 음악 플랫폼이라 할 수 있음. AGB닐슨미디어리서치가 발표한 'Music 360' 보고서에 따르면, 미국 10대가 음악을 듣는 경로는 유튜브(64%), 라디오(56%), 아이튠즈(53%), CD(50%)의 순서로 나타남(고재열. 2012)
- 또한 싸이는 패러디의 제작을 독려하는 방법을 선택함으로써 더 큰 성공과 함께 더 많은 저작권 수익까지 얻을 수 있었음[148)]

○ 둘째, 강남스타일이 유튜브에서 폭발적인 반응을 이끌어낼 수 있었던 가장 큰 원인은 바로 '콘텐츠'의 힘임

- 싸이의 '강남스타일'이 주목받을 수 있었던 것은 천편일률적인 다른 음악들과의 '차별성' 때문이었음
- 서울의 한강, 사우나 등 낯선 이국적 풍경에서 코믹한 말춤을 추는 이 B급 가수 싸이에 전 세계는 처음에는 '흥미'를 느꼈고, 곡의 제목인 강남(Gangnam)의 의미를 알고 난 뒤에는 그 풍자와 해학의 메시지에 '공감'했으며, 각종 패러디 뮤직비디오를 통해 직접 '참여'를 통해 국경과 인종, 언어의 장벽을 훌쩍 뛰어넘어 전 세계로 파급될 수 있었음
- 물론 '강남스타일'이라는 곡이 그토록 오랜 동안 전 세계인에게 사랑받

148) 통상 유튜브 대 저작권자가 동영상 수익을 45대 55 비율로 나누고, 한 번 클릭 당 1원의 수익이 생긴다고 함. 원동영상을 패러디하거나 차용한 UCC조회 수도 원작자 매출에 포함된다는 사실을 감안할 때 '강남스타일'이 유튜브를 통해 벌어들인 저작권 수입은 상당함을 할 수 있음

을 수 있었던 데에는 곡 자체가 갖는 음악적 완성도와 보편성 또한 한몫을 했을 것이나 그것만으로는 그토록 커다란 폭발력을 발휘하기 힘들었을 것임

- 이러한 맥락에서 싸이의 강남스타일이 초반 국내에서는 오히려 큰 호응을 얻지 못하다가 미국 등 해외에서의 열풍에 힘입어 뒤늦게야 큰 갈채를 받게 되었다는 사실은 씁쓸한 감이 있음

○ 향후 제2의 싸이는 유튜브와 같은 음악 플랫폼을 효과적으로 활용하고, 동시에 대중이 참여하기 쉽게 '공유'와 '참여'를 추동하고 자극하는 '디지털 문법'을 갖춘 이들 속에서 탄생할 수 있을 것임

○ 한편 그것보다 더욱 중요한 것은 새로운 메시지, 새로운 표현양식에 대한 관용과 다양하고 차별적인 콘텐츠에 대한 관심과 정책적 배려일 것임

○ 고재열(2012)이 적절히 지적한 바 있듯이 '제2의 싸이'는 이미 우리 옆에 와 있을지도 모름

2. 한류 3.0 : K-pop을 넘어 K-Culture로 융합하다

가. 한류의 진화 : 한류 1.0과 한류 2.0 시대

○ 일반적으로 한류(Korean Wave, 혹은 Hallyu)는 1997년 중국 CCTV에서 방영한 〈사랑이 뭐길래〉가 중국에서 큰 인기를 끌게 되고, 클론과 H.O.T를 중심으로 한국 가요가 대중적인 인기를 얻게 되면서 1999년 중반 중국의 '북경청년보'에서 '유행하는 한국 대중문화의 흐름'이라는 의미로 기사화 한 것을 그 기원으로 봄

○ 그리고 현재까지 한류는 K-Drama 중심의 한류 1.0에서 K-pop 중심의 한류 2.0을 거쳐 새로운 전환기에 도달한 것으로 평가됨(문화체육관광부. 2013)[149)]

○ 1990년대 후반부터 2000년대 중반까지는 한국 드라마(K-Drama)가 중국으로부터 시작하여 일본을 거쳐 세계로 진출한 '한류 1.0 시대'라 할 수 있음

- 1999년 드라마 〈별은 내 가슴에〉가 중국에서 큰 인기를 끌게 되고, '겨울연가'가 일본에서 중년 여성들의 폭발적인 호응을 이끌어내며 주인공 배용준을 일약 한류 스타로 자리매김함
- 한편 〈대장금〉은 대만(2004), 홍콩(2005)에서 최고의 시청률을 자랑하며 방영[150]되었고 동남아시아는 물론 중동, 아프리카, 동유럽 등에서도 큰 인기를 얻게 됨

○ 2000년대 중반부터 2010년대 초반까지의 '한류 2.0 시대'의 중심에는 한국 가요(K-pop)가 존재함

- 먼저 동방신기, 샤이니, 소녀시대, 비 등이 동남아시아에서 인기를 끌면서 아이돌 가수 붐이 형성되었고, 소녀시대, 카라 등 걸그룹이 일본에서 큰 인기를 얻는 등 탄탄한 가창력과 안무, 매력적인 비주얼을 무기로 한 아이돌 그룹이 K-pop 전사로 아시아와 세계를 매료시킴
- 동방신기의 경우 2006년부터 2012년까지 도쿄돔 공연을 포함한 65차례 일본전국투어 콘서트를 통해 총 68만여 명의 관객을 동원하였으며, 2011년 카라는 일본에서 CD와 DVD판매만으로 49억3천만 엔(약 732억원)의 매출을 올려 4위를 차지했음.[151] 소녀시대는 5위를, 남성아이돌인 2PM과 샤이니는 오리콘 신인 매출 랭킹 2위와 3위를 차지함
- K-pop의 인기는 아시아를 넘어서 유럽, 중남미, 호주 등 전 세계로 확대됨. 2011년 프랑스 파리에서 열린 'SM타운 라이브 월드 투어'는 15분만에 공연 티켓 예매가 전석 매진을 기록한 데 더해 300여명이 파리 루브르박물관 앞에서 추가 공연을 요구하는 플래시몹 시위를 벌여 큰 화제가 됨

---

149) 문화체육관광부. (2013). 「한류백서」. 문화체육관광부
150) 홍콩 TVB에서 방영된 '대장금'의 최종회 시청률은 47%로 홍콩 방송사상 최고였음
151) 한국경제. 2011.12.19. 걸그룹 카라, 일본시장서 732억원 한류 대박 …소녀시대 앞질러

- 빅뱅의 미니 4집은 출시되자마자 미국, 캐나다, 뉴질랜드, 호주, 핀란드 등에서 아이튠즈 종합 차트 톱10에 진입했으며, 동방신기의 〈왜〉는 전 세계 앨범 판매량을 집계하는 독일 사이트 '미디어 트래픽'의 '유나이티드 월드 차트' 5위에 오르기도 함
- 이렇게 K-pop이 인기를 끌자 유튜브는 2011년 12월 K-pop을 별도의 독립된 음악 장르로 분류하여 서비스하기 시작했으며, 페이스북 역시 2012년 5월 케이팝 온 페이스북(K-pop on Facebook)을 새롭게 개설하여 K팝 스타들의 뉴스와 콘텐츠를 제공하는 등 명실상부 한국가요가 K-pop이라는 새로운 장르로 자리매김 함

나. 한류의 위기? 갈림길에 선 한류

○ 한류가 아시아를 넘어 유럽, 남미, 그리고 대중문화의 중심인 뉴욕까지 침투할 수 있었던 힘, 즉 전 세계를 매료시킨 한류의 DNA는 참신, 세련, 보편으로 요약됨(매일경제 한류본색 프로젝트팀. 2012)[152]

- 첫째, 한류는 기존 서구 중심 문화와는 차별된 특징, 즉 '참신성'을 가짐. 동양적인 가족주의, 유교적 삶의 방식, 순애보적 사랑을 담은 한국의 드라마나 일본가요시스템을 변화 발전시켜 한 단계 뛰어난 산물로 만들어낸 K팝 시스템이 그러함
- 둘째, 한류는 '세련'됨. 여러 명의 구성원이 함께 서는 무대임에도 완벽한 틀을 이루는 공연은 오랜 동안의 연습생 시기를 거쳐 혹독한 훈련을 통해 경쟁력을 갖추었기 때문에 가능했음
- 셋째, 한류는 철저한 국제화와 현지화 전략을 통해 '보편'성을 갖춤. 국내시장의 협소함을 극복하기 위해 한국의 음반사는 필사적으로 해외로 진출해야 했고, 이를 위해 보편성을 가진 글로벌한 음악을 상품화하게됨

152) 매일경제 한류본색 프로젝트팀.(2012). 『한류본색 : 아시아를 넘어 세계로, 문화강국 코리아 프로젝트』. 매일경제신문사

○ 그러나 이러한 한류의 매력요인은 곧 위기요인으로 이어짐(매일경제 한류본색 프로젝트팀. 2012)[153]

- 아시아인들을 설레게 했던 한국 드라마의 참신성은 로맨스와 비극, 불륜이 반복되는 스토리가 이어지면서 식상함으로 이어졌고, 천편일률적인 아이돌 댄스그룹 역시 한류를 '진부한 콘텐츠'로 여기게 만듦
- 다수의 연습생에 대한 스파르타식 트레이닝에 의한 세련미는 쉽게 모방이 가능하여 금새 다른 후발주자들의 추격에 쫓기게 됨
- 문화는 상호교류가 핵심인데 기존 한류의 진행이 국가 차원에서 확장 중심으로 진행되다보니 보편성이 곧 문화침투로 해석되면서 혐한류와 반한류 정서를 초래하는 결과가 나타남

○ 1980년대 한국과 아시아, 미국 헐리우드까지 사로잡았던 홍콩 영화의 열풍이 어느 순간 급작스럽게 사그라진 것이 '같은 느낌과 비슷한 스토리의 아류작들이 양산되면서 홍콩 영화 고유의 독특성을 잃었기 때문'이라는 평가는 '한류'에도 역시 동일하게 적용될 수 있음

○ 19세기 중반 유럽 미술계를 강타한 '자포니즘(Japonism)을 보면 일본 문화의 뿌리가 보이지만, 한류를 아무리 깊숙하게 들여다봐도 한국 문화의 뿌리가 보이지 않는다' 는 지적 또한 경청할 필요가 있음

○ 드라마와 가요를 중심으로 한 한류의 빈약함 또한 문제로 제기됨

- 물론 그간의 한류를 구성한 콘텐츠에 '드라마'와 '가요'만이 있었던 것은 아님
- 〈대장금〉의 경우 한국 전통을 소재로 하여 한국의 고유문화를 알리는데 한 몫을 했으며, 신경국의 소설 『엄마를 부탁해』 역시 2011년 미국에서 출판되어 뉴욕타임즈 양장본 소설 판매에서 14위를 기록함
- 〈피에타〉 등 한국 영화는 주요 국제영화제에서 꾸준히 수상함으로써 한국영화의 위상을 드높였으며 게임 역시 세계 게임산업에서 상당한 비중

153) 매일경제 한류본색 프로젝트팀.(2012). 『한류본색 : 아시아를 넘어 세계로, 문화강국 코리아 프로젝트』. 매일경제신문사

을 차지하는 등 문학, 영화, 게임 등 한국의 대중문화는 세계시장에서 꾸준히 그 영역을 확장해옴

- 그러나 이러한 노력에도 불구하고 그간의 한류는 K-Drama와 K-pop 중심으로 진행이 되었고, 한국이 가진 풍부한 전통예술이나 공연예술 자원과 충분히 연계되지 못했던 것이 사실임

다. 한류 3.0 : K-Culture로 세계인과 공감하는 한류

○ 이러한 위기의식 속에 2012년 1월에는 문화체육관광부 내에 '한류문화진흥단'이 출범하였고 한류를 한국문화 전반, 곧 K-Culture로 자연스럽게 연결시킬 수 있는 방안이 모색됨

○ 한류 3.0시대의 핵심어인 K-Culture는 '전통문화, 문화예술, 문화콘텐츠(대중문화)의 세 가지 축을 중심으로 세계인과 공감하는 한류'를 의미함

- 한정된 콘텐츠가 시기와 장소에 따라 한 때 유행하는 류(流)가 아니라, 전통문화, 문화예술, 문화콘텐츠가 융복합되면서, K-Culture라는 실체를 세계인들과 더불어 만들어 가는 과정 자체를 한류라 보고 있는 것임(한류문화진흥단. 2013)[154]

○ 즉 한류 3.0 시대의 K-Culture는 한류의 내용을 이루는 '한국문화'의 범위를 기존의 '문화콘텐츠 위주'에서 '문화예술과 전통예술'로 확대하고, 한류를 통한 교감 지역을 '전 세계'로, 한류를 통한 교감의 대상을 소수의 열성 팬이 아닌 '보편적 세계인'으로 확대한 것이라 볼 수 있음

〈표 3-5-1〉 한류의 진화 : 한류 1.0에서 한류 3.0까지

구분	한류 1.0	한류 2.0	한류 3.0
시기	1997년-2000년대 중반	2000년대 중반- 2010년대 초반	2010년대 초반 이후
특징	한류의 태동 영상콘텐츠 중심	한류의 확산 아이돌 스타	한류의 다양화

154) 한류문화진흥단.(2013). 한류백서. 문화체육관광부

구분	한류 1.0	한류 2.0	한류 3.0
핵심 장르	드라마	K-pop	K-Culture
장르	드라마, 영화, 가요	K-pop, 대중문화, 일부 문화예술	전통문화, 문화예술, 대중문화
대상 국가	아시아 국가	아시아, 일부 유럽, 아프리카, 중동, 중남미, 미국 일부	전 세계
주된 소비자	소수의 마니아	20대 이하의 여성	세계 시민
주요 매체	케이블 TV, 위성 TV, 인터넷	유튜브, SNS	모든 매체

자료 : 한류문화진흥단.(2013). 한류백서. 문화체육관광부

○ 실제 최근에는 전통예술, 공연예술, 문학, 전시 등으로 한류의 저변이 확대되고 있으며, 다양한 한국의 문화예술이 글로벌 무대에서 세계인의 공감을 얻고 있음

○ **일본에서 만나는 〈한국의 풍류〉:** 2012년 6월 29일 일본 도쿄 키오이홀에서는 국악의 세계화를 위한 한-일 교류 공연인 〈한류의 풍류〉가 열렸으며 대금 박용호, 장구 김정수 등 국악 명이 14명이 공연에 참여

- 도쿄에서 진행된 국악공연으로는 이례적으로 일부 초대좌석을 제외한 공연티켓 전량을 일본 현지 온라인 사이트에서 판매하였으며 판매가 저조할 것이라는 예상과는 달리 티켓 판매 시작 하루 만에 물량 전량이 매진되었으며 추가 문의를 요청하는 전화가 쇄도하면서 일본 내에서 한국의 국악에 대한 관심이 높아졌음을 확인할 수 있었음
- 1부 공연은 황준연 서울대 교수의 해설과 함께 국악명인 14명 전원이 무대에 올라 불교연주음악 '평조회상(平調會相)'으로 시작되었으며 2부 공연에는 국립국악원 무용예술총감독 홍금산 교수의 살풀이춤을 시작으로 가야금 산조 및 병창 예능보유자 안숙선 명인(중요무형문화재 제23호)의 판소리 흥보가 중 '박타는 대목'과 경기민요 보유자 이춘희 명인(중요무형문화재 제27호)의 '건드렁타령', '논실타실', '매화타령' 등의 경기민요를 이어 공연함

- 공연을 직접 기획한 윤영달 크라운-해태제과 회장은 “국악이야말로 세계인들의 감수성과 공감을 끌어내며 새로운 한류를 일으킬 수 있는 확실한 콘텐츠가 될 것” 이며 “앞으로 국내외에 우리 국악의 아름다움을 더욱 널리 알리는데 앞장 설 계획” 이라고 설명함[155)]

○ 아리랑의 변신 : 아리랑이 2012년 12월 5일(현지시각) 프랑스 파리에서 열린 제 7차 무형유산위원회 (Intergovernmental Committee For The Safeguarding Of The Intangible Cultural Heritage) 무형유산위원회에서 인류무형유산 대표목록(Representative List)으로 등재가 최종 확정됨

- 문화재청은 ‘아리랑’의 전승활성화 5개년 정책방안을 계획하면서 336억 2000만원을 투입한다는 방침으로 ‘무형문화유산 보전 및 진흥에 관한 법률’을 제정해 아리랑을 ‘국가무형문화유산’으로 지정키로 했으며 전국적으로 아리랑 전승단체를 우선 조사해 ‘국가무형유산 전승공동체’로 인정하고, 이외에 지역별 보호가치가 있는 전승자 발굴도 장려해 시도무형문화유산으로 지정한다는 계획을 발표함[156)]
- ‘국가무형문화유산’은 중요무형문화재의 명칭을 변경한 것으로 이번 법률안은 이미 국회에서 2012년 11월 7일 발의됐으며 내년 상반기에 제정, 하반기에 시행한다는 목표로 하고 있음
- 민간적으로는 서경덕 교수의 기획에 의해 2012년 6월 4일 미국 타임스퀘어 전광판에 30초 광고가 게시되면서 아리랑에 관한 관심이 높아졌으며 KDB금융그룹의 2012년 그룹의 비전을 담은 TV광고 ‘아리랑’편을 통해 아리랑의 무궁한 변신을 보여줌
- 아리랑을 재즈로 변신시킨 나윤선은 프랑스에서 재즈를 공부한 실력파 뮤지션으로 그녀의 7집 〈세임걸 Same Girl〉은 30여 개국 동시 발매 프랑스 재즈 차트 4주 연속 1위에 올랐으며 2012년 〈세임걸〉 프랑스 골든디스크 수상하였으며 유럽 최고의 클래식 음악 축제 중 하나인 스위스

155) 아시아경제. 2012.06.22. '한국의 풍류' 일본에서 新한류 이끈다
156) 아시아경제. 2012.12.06. '아리랑' 인류무형유산 등재 확정.."내년 국내 문화재 지정"(상보)

'베르비에 페스티벌'verbierfestival.com)'에 초청을 받아 2012년 8월 22일 공연을 하였으며 '제네바 트리뷴(Tribune de Geneve)' 신문에 최고평점을 받았으며 한국적 정서의 변화 가능성을 제시함[157)]

○ **한복을 입은 〈백조의 호수〉:** 2012년에 10월 25월~26일에 공연된 〈백조의 호수〉는 2010년 서울시무용단의 창작무용극으로서 차이코프스키의 3대 발레작품 〈백조의 호수〉, 〈잠자는 숲속의 공주〉, 〈호두까기 인형〉 중 하나인 〈백조의 호수〉의 원작과 스토리라인을 기반으로 한국적인 춤사위와 한복을 입은 발레리나들의 등장과 한국인의 정서를 가미한 부연국 지규왕자와 비륭국 설고니 공주의 사랑이야기로 각색한 무용극임

- '2011 중국 상해 국제아트페스티벌'에 한국 최초로 메인 공연으로 초청을 받았으며 한국적 전통과 현대적 감각의 조화를 이루어낸 공연으로 찬사를 받음
- 〈백조의 호수〉에 대해 연출가 서우시 무용단 임이조 단장은 " 2012년 10월, 고전에서 머무르지 않고 지금 이 순간의 아름다움을 더욱 가치있게 표현한 〈백조의 호수〉가 관객들의 감성을 불러일으켜 올 것" 이라며 한국의 이미지를 부각시키는 다양한 무용에 대한 관심을 설명함[158)]
- 임이조 단장은 정철의 일대기를 담은 창작무용극 〈사미인곡〉에 이어 2012년 4월12~4.13일 세종문화회관 대극장에서 열린 창작무용극 〈황진이〉를 연출하여 한국적인 소재의 무용극을 지속적으로 선보임

○ **공연예술계에 부는 전통 콘텐츠와의 융합을 통한 창작 붐**

- 〈뿌리 깊은 나무〉: 밀물현대무용단의 한글춤은 한글을 소재로 창작 형상화된 콘텐츠로 무대장치, 미술, 음악, 조명, 의상 등의 연출을 통해 한국적문화상품의 세계화를 이룰 수 있는 새로운 전통의 해석이라는 평을 받고 있으며 한류의 인기로 한글의 재평가되는 가운데 공연예술을

157) 매일경제. 2012.08.08. 스위스 베르비에 페스티벌 초청된 K팝 개척자 …프랑스 재즈차트 1위 재즈 본토 매혹시킨 나윤선

158) 김미경.(2012). 「서양의 백조가 한복을 입다」 ,Dance Magazine 몸, 2012.10월호. vol. 215, p. 15.

통하여 더욱더 친숙하게 만나볼 수 있는 기회를 제공함

- 공연은 1부〈뿌리 깊은 나무-한글날아 오르다〉, 2부 〈움직이는 한글〉로 구성되어 있는데 1부〈뿌리 깊은 나무-한글날아 오르다〉는 글이라는 감독이 K-pop 가수의 죽음으로 충격을 받아 실어증에 이르렀다가 내면세계의 소통을 통해 소리를 찾는 내용으로 한글창시의 현대적 의의를 관념적으로 확대시키면서 힙합과 길거리 춤, 대중가요 등을 도입하여 한글의 현대적 재해석과 대중적인 요소를 동시에 취하고 있음
- 〈아름다운 조우〉: 2012년 50주년을 맞은 국립발레단은 다양한 분야의 예술과 협업을 시도하고 있으며 〈아름다운 조우〉는 대한민국 가야금 명장 황병기 음악과 발레의 만남으로 황병기의 가야금 음악에 니콜라 폴, 박일, 정혜진 안무가의 다양한 색깔로 개성 있는 연출과 한국 전통음악의 아름다움을 발레로 표현하여 그 가치를 세계화 할 수 있는 가능성 제시
- 〈키스 더 춘향〉: 2011년 초연된 춤다솜무용단의 〈키스 더 춘향〉은 'K.i.S.S(Korea dance is a Surprising Show)'의 약자로 '우리춤의 놀라움의 연속'이라는 슬로건을 제시하며 〈춘향전〉을 현대적으로 재해석하여 초연 60분 분량에서 대폭 재구성된 100분의 16회 공연으로 일회성이 아닌 정기적으로 한국적인 무용의 대중화를 실천시키고 있으며 〈키스 더 홍길동〉, 〈키스 더 심청〉 등을 계획하고 있음
- 〈천생연분〉: 2006년 독일 프랑크푸르트에서 〈결혼〉이라는 제목으로 초연된 임준희의 오페라 작품으로 당시 세계의 주목을 받으며 현대적으로 재해석 된 전통의상과 무대, 한국전통음악의 선율과 오페라의 음악적 어법의 절묘한 조화로 한국과 일본 공연에서도 호평을 받았음

○ **K-문학의 저변 확대**

- 작년 한국 문학의 신한류의 가능성을 보여준 신경숙의 『엄마를 부탁해』는 2011년 4월 미국에서 출판되면서 초판 10만부를 찍으며 화제를 모았으며 『뉴욕타임즈』의 베스트셀러 양자본 소설 부분에 14위까지 오르며 화제를 나음
- 이후 영국, 프랑스, 이탈리아 등 31개국과도 판권 계약과 17개국에서 출

판이 이루어졌으며 2012년 3월 한국 작가로서는 처음으로 '맨 아시아 문학상(Man Asian Literary Prize)'을 수상함[159]

- 일본에서는 2011년 9월에 출판되어 현재까지 2만부 이상 판매되었으며 신경숙의 소설 『외딴방』도 일본에서 번역 출판되었음
- 공지영의 『우리들의 행복한 시간』은 2011년 10월 영국 출판사 쇼트북스에 판권이 판매되었으며 중국, 일본, 이탈리아, 프랑스 등 11개국과 출판 계약을 맺었으며 『도가니』는 2012년 5월 일본에서 출판되어 1만부이상이 팔린 것으로 집계됨[160]
- 김난도의 『아프니까 청춘이다』는 일본에서 2012년 3월 25일 발간 이후 3개월만여 만에 3만 3000부가 팔렸으며 2월 중국에서 발간된 이후 누적 판매는 20만부를 돌파하였으며 삼성SDI의 전직 직원이 쓴 책 『삼성식 업무방법』은 2012년에 1월에 일본에서 발간된 이후 16만부가 팔렸으며 이민규의 『실행이 답이다』는 2만 6000부가 팔려나감
- 한류 서적의 인기로 일본 출판사 쿠온은 2000년대 이후 발표된 문학 작품을 연 3~4권씩 발간해 총 24권의 '새로운 한국문학' 시리즈를 내기로 계획한 후 한강의 『채식주의자』를 첫 작품으로 발간함
- 일본 출판사 '디스카바21'의 하라 노리히로는 "최근 일본 출판계의 상황이 많이 바뀌고 있다. 몇 년 전까지는 한국 책이 일본에서 출판되는 일이 거의 없었고 팔린다고 생각하지도 않았다. 지금은 한국에서 팔리는 책은 일본에서도 팔린다는 인식을 갖고 있다"는 말로 한국적 가치관과 정신세계에 일본 독자들이 공감하고 있다고 설명함[161]
- 김애란의 『두근두근 내인생』도 프랑스, 일본, 중구, 대만과 판권 계약을 마침
- 출판 한류 확대 기반 조성을 위하여 2012년 4월 3일 발족한 한국출판문화산업진흥원은 '출판수출지원센터'를 설립해 글로벌 출판시장에 정보

159) 중앙일보. 2012.05.05. 『엄마를 부탁해』로 '맨 아시아 문학상' 받은 신경숙
160) 세계일보. 2012.08.05. 韓 여작가, 日서 '문학 한류' 일으킨다
161) 동아일보. 2012.07.06. 출판 한류… 'K문학' 신조어도

를 제공하는 역할과 함께 저작권 담당자 교육, 중소출판사의 수출 실무를 지원, 언어·장르·분야별 번역전문인력 풀시스템을 구축함

- 이재호 한국출판문화산업진흥원장은 "K-pop과 K-Style이 한류를 선도했다면, 이제는 한국의 역사와 전통, 가치와 정신이 담긴 K-Book으로 이를 심화할 것" 이라며 "문학 한류의 확산을 통해 글로벌 문화강국으로서의 한국의 위상을 높여 나갈 것" 이라고 강조함[162)]
- 김성곤 한국문학번역원장도 "최근 K-pop이 해외에서 인기를 끌면서 한국 문학이 해외에 폭넓게 진출할 수 있는 절호의 기회이며 대중문화와 더불어 문학 등 한국의 고급문학도 함께 소개하며 한국 문학의 저변을 확대" 하겠다고 밝히며 " K-pop과 달리 문학에는 기획사 시스템이 없기 때문에 한국문학번역원이 한국 작가들의 세계진출을 도울 것" 이라는 말로 문학 한류의 기반 조성의 의지를 밝힘[163)]

○ **현대적 판소리 알리는 소리꾼 이자람**

- 이자람(33)은 네 살이던 해에 〈예솔아〉라는 노래로 데뷔한 이후 동초제 춘향가 8시간 완창을 통해 기네스북에 등재된 명창이며 개성 강한 인디 뮤지션으로서 〈심청전〉, 〈억척가〉, 〈사천가〉 등 유수의 국내·외 공연을 통해 판소리의 새로운 재조명을 이끌고 있는 젊은 소리꾼임
- 특히 〈억척가〉는 독일 극작가 베르톨트 브레히트의 원작 〈억척어멈과 그 자식들〉에서 시대적 배경을 중국 삼국시대로 옮겨 완전히 새롭게 재창작한 작품이며 〈사천가〉 또한 브레히트의 대표적인 서사극 〈사천의 선인〉을 21세기 시대상황에 맞춰 극복을 쓰고 작창(作昌)한 작품임
- 미국 시카고 월드뮤직페스티벌, 워싱턴 페스티벌 등에 초청, 지난 해에는 프랑스 리옹 민중극장과 파리 시립극장에서 초청공연을 한데 이어 '사천가' 불어집이 발간돼 화제를 모았음
- 이러한 작품에는 '판소리'하면 떠오르는 한자어와 한문고사 대신 현대의 언어가 등장하며, 북, 장구, 꽹과리 등 전통적인 악기 외에도 드럼, 전

162) 문화체육관광부 출판인쇄산업과. 2012.09.26.
163) 동아일보. 2012.05.16. "스타작가 18명, 문학한류를 부탁해"

자기타, 퍼커션 등 동서고금을 아우르는 다양한 악기가 활용됨

- 해외에서 열리는 이자람의 판소리는 대사의 의미를 정확하게 전달하기 위해 무대 위 자막으로 정보를 제공하며 공연 내용과 판소리의 리듬에 맞게 한 줄씩 올려 관객들이 공연의 흐름과 내용을 이해할 수 있도록 유도함
- 특히 과거의 내용을 구연하는 판소리와는 달리 오늘날 관객의 애환을 담아내는 '오늘'의 소리이자 관객의 웃음과 울음이 어우러지는 '우리 모두'의 소리를 구현하고 관객들의 공감을 극대화함
- 백대식 화성시문화재단 대표이사는 "이자람의 '사천가'는 판소리 고유의 매력과 함께 톡톡 튀는 젊은 감각의 진한 감동을 선사할 것" 이라며 "대한민국을 대표하는 소리꾼 이자람의 공연을 많은 분들이 함께 했으면 한다" 라는 말로 판소리의 재조명에 대한 기대감을 표현함[164)]
- 이자람 또한 "대중화나 세계화를 염두에 두고 작품을 준비하지는 않지만 지금 우리의 이야기를 잘 만들면 세계적 이야기가 될 수 있다고는 생각한다" 는 말로 우리 판소리가 나아가야 할 길을 제하고 있음[165)]
- 성낭아트센터 공연기획부 과장 이지영은 "소리꾼 이자람을 두고 우리가 '새로운 흐름'이라 평가하는 것 이상으로 해외 관계자들이 관심을 갖고 지켜보는 것이 자랑스럽게 느껴지며 한국 문학의 위상과 대한민국 그 자체의 위상이 높아져가고 있다는 것을 경험할 수 있었다" 며 한류가 K-pop으로 대표되는 대중가요에 한정되는 것이 아니라 공연예술 전반으로 확장 가능하다는 것을 보여준 예라고 설명함[166)]

○ **K-pop과 드라마로 한국문화재 전시 관심 증가**

- 드라마와 K-pop 등 대중문화에서 시작한 한류가 그 근간인 '한국 문화 깊이 보기'로 심화되면서 한국문화재에 관심도 증가
- 한국국제교류재단은 2012년 8월 15일(현지시간) 브라질 상파울루미술

164) 뉴스후. 2012.08.20. 화성문화재단, 1일 젊은 판소리꾼 이자람 초청공연
165) 연합뉴스. 2012.07.31. 이자람, 런던에서 판소리 공연
166) 김선영.(2012). '한류 그리고 한국의 예술가'. 객석. 2012년 6월호. pp.78-79.

관에서 열리는 〈한국도자 600년 특별전〉을 시작으로 11월25일까지 〈2012 브라질 코리아 페스티벌〉을 개최하며 이번 특별전 및 페스티벌은 러시아, 인도, 중국과 함께 신흥경제 4국(BRICs)의 하나인 브라질에서 한류 바람을 확산시키고, 한인 브라질 이민 50주년을 기념하기 위한 사업임

- 2012 브라질 코리아 페스티벌은 브라질리아와 상파울루, 포르투알레그리, 피라시카바, 헤시피, 쿠리치바 등에서 전시와 공연, 학술행사, 영화제 등 다채로운 프로그램으로 진행됨
- 이 도자전은 우리 문화재를 남미대륙에 처음 소개하는 행사로 한-브라질간 문화교류를 활성화하고 우호를 증진하는 기회가 될 것으로 기대하며 윤금진 한국국제교류재단 문화예술교류부장은 "브라질을 중심으로 남미에서 K-pop의 인기로 한국문화 수요가 높아진 상황" 이라고 설명함[167]
- 10월에는 국립중앙박물관 전시과에 헝가리 박물관 관계자들이 찾아와 불교미술과 신라 고분 출토 문화재에 대한 관심으로 전시 기획을 요청하였으며 2010년 소규모로 한국 미술 특별전을 개최한 체코 국립박물관도 "동유럽에서 한국에 대하 관심이 폭발하고 있어 좀 더 크게 한국 전시를 열고 싶다" 며 러브콜을 보내옴
- 민병찬 국립중앙박물관 전시과장은 "몇 년 전만해도 한국의 전통문화를 알리기 위해 우리가 먼저 문을 두드려야 했지만 현재는 우리 유물이 밖으로 나가는 전시가 줄줄이 잡혀 있어 당장 전시를 개최하기는 어렸지만 동유럽에 우리 문화를 소개하는 좋은 기회인만큼 올해 중 헝가리, 체코 국립박물관에 직접 찾아가 전시 장소 등을 살펴 본 후 협의할 예정" 이라고 밝힘[168]
- 2009년 메트로폴리탄 미술관에서 3~6월에 전시된 〈한국 르네상스 미술, 1400~1600년〉 은 메트로폴리탄이 자체 기획한 첫 한국 특별전으로

167) 연합뉴스. 2012.08.14. 국제교류재단, 브라질서 '한국도자 600년 특별전'
168) 조선일보. 2012.02.09. K팝·드라마 빠진 각국서 한국문화재 전시 요청 쇄도

당시 뉴욕 타임스, 월스트리트 저널 등 주요 언론의 주목과 5만 5000명의 관람객이 전시를 구경함

- 미국·영국 등 세계 유수 대형 박물관에서는 대형전시가 기획 및 전시되고 있으며 영국대영박물관 2010~2014.11기간 동안 국립중앙박물관대여 전시로 Sascha Priewe와 Jan Stuart 아사이부서 담당으로 신라 삼국시대의 문화재를 전시하고 있으며 미국 미네소타대학교 박물관(와이즈만미술관)에서는 2011.10.2~2013.3.24동안 〈An Immigrant''s Tale: Korean Furniture Collection〉가 전시중임
- 2013년에는 미국 메트로폴리탄 미술관에서 신라특별전(가제)로 국립경주박물관 소장품을 중심으로 국립중앙박물관 주최로 국보급 유물이 대거 선보일 예정이며 한국실에서 열렸던 전시와는 달리 박물관 메인홀인 1층 기획 전시실에서 초대전 형식으로 계획임
- 김영나 국립중앙박물관장은 "대중문화에 대한 관심에서 자연스럽게 한국의 전통문화로 이어지고 있으며 한국의 위상이 그만큼 많이 올라갔다는 것을 단적으로 보여주는 현상" 이라고 분석함[169)]

3. 천만 해외관광객 시대, 예술시장의 변화를 불러오다

가. 방한 외래관광객의 증가와 '문화 관광'

○ 우리나라를 찾는 외래관광객은 1978년에 100만 명을 넘어선 이래 22년만인 2000년에 500만 명을 돌파하였으며, 이후 12년 만인 2012년 11월 21일 1,000만명을 돌파함[170)]

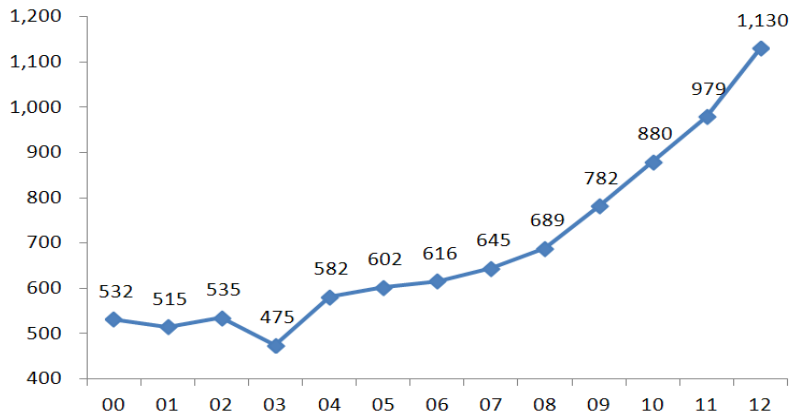
- 2000년대 초반까지 방한 외래관광객 수는 500~600만 명 규모였으나 2009년부터는 매년 약 100만 명씩 증가하는 추세를 보이고 있음

169) 조선일보. 2012.02.09. K팝·드라마 빠진 각국서 한국문화재 전시 요청 쇄도
170) 문화체육관광부.(2013). 「한류백서」. 문화체육관광부

– 특히 2008년 시작된 세계 금융위기의 확산으로 전 세계적 국제관광객 수의 증가율 감소 추세에도 불구하고 우리나라를 방문하는 외래관광객 수는 매년 두 자리 수의 증가율을 보이고 있어 주목을 받고 있음

[그림 3-5-4] 방한 외래관광객 수 추이

(단위: 만 명)



주: 2012년 방한 외래관광객 수는 예측치임
자료 : 문화체육관광부.(2013). 한류백서. 문화체육관광부

〈표 3-5-2〉 전세계 국제관광객 및 방한 외래관광객 증감율

(단위 : %)

구분	2009	2010	2011	2012
전세계	-3.9	6.6	5.0	…
한국	13.4	12.5	11.3	15.4

주: 한국의 2012년 증감율은 2012년 10월 누계 기준임
자료 : UNWTO World Tourism Barometer(November 2012)

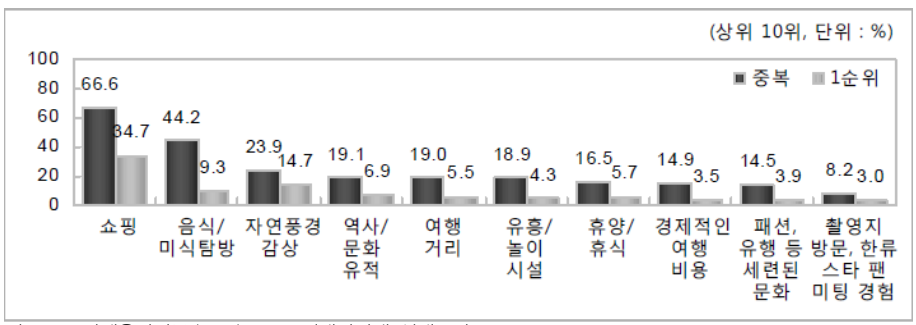
○ 이처럼 최근 방한 외래관광객 수가 급증한데에는 여러 요인이 복합적으로 작용했으나, 그 중 한류를 중요한 영향요인으로 보는 인식이 지배적임

○ 한국을 방문하고 출국하는 외래 관광객들을 대상으로 매년 실시하고 있는 「외래관광객 실태조사」에 따르면 2011년 기준 '한국을 여행목적지로 선택할 때 고려한 요인'에 대해 '역사/문화유적'을 응답한 이들이 19.1%를 차

지했으며, ‘드라마/영화 촬영지 방문, 한류스타 팬 미팅 경험’을 응답한 이들의 비율은 8%에 달하는 것으로 나타남

– 이 중 ‘드라마/영화 촬영지 방문, 한류스타 팬 미팅 경험’ 응답률은 일본, 태국, 말레이시아 등에서 높게 나타난 반면(10% 이상), ‘역사/문화유적’ 응답률은 호주, 미국, 독일, 프랑스 등에게 높게 나타남(40% 이상)

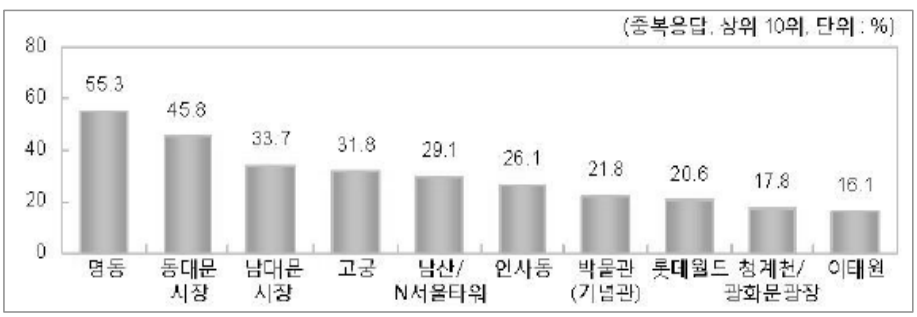
[그림 3-5-5] 한국을 여행목적지로 선택할 때 고려한 요인



자료 : 문화체육관광부.(2012). 2011 외래관광객 실태조사.

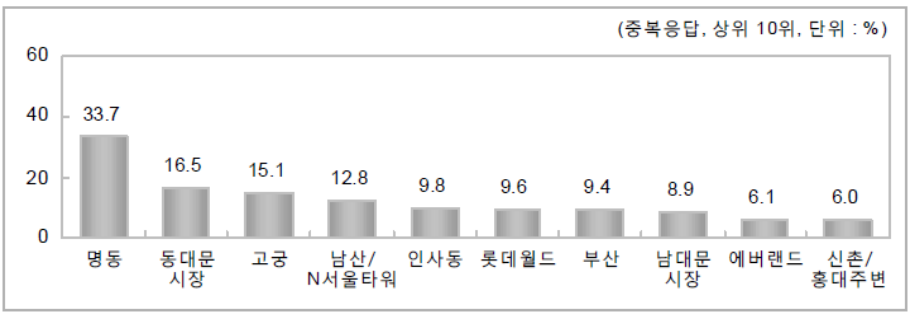
○ 한편 외래 관광객이 ‘한국 여행 시 방문한 곳’ 으로는 우리의 전통문화와 문화예술을 느낄 수 있는 ‘고궁’과 ‘인사동’, ‘박물관(기념관)’이 각각 4위(31.8%), 6위(26.1%), 7위(21.8%)를 차지하고 있으며, 한국여행 중 좋았던 관광지로는 ‘고궁’, ‘인사동’이 각각 3위(15.1%)와 5위(9.8%)를 차지하고 있음

[그림 3-5-6] 한국 여행 시 방문한 곳



자료 : 문화체육관광부.(2012). 2011 외래관광객 실태조사.

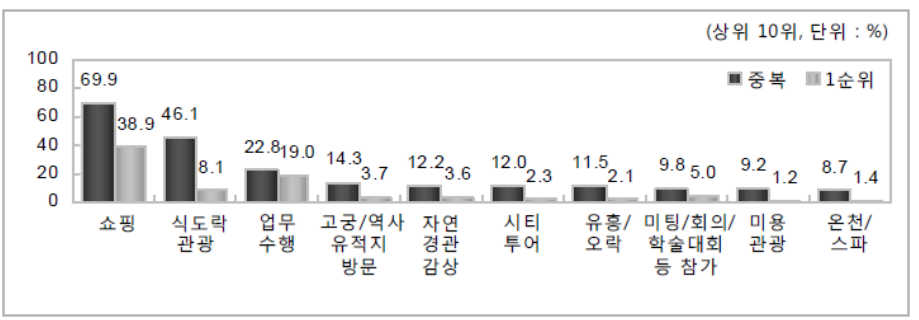
[그림 3-5-7] 한국 여행 중 좋았던 관광지



자료 : 문화체육관광부.(2012). 2011 외래관광객 실태조사.

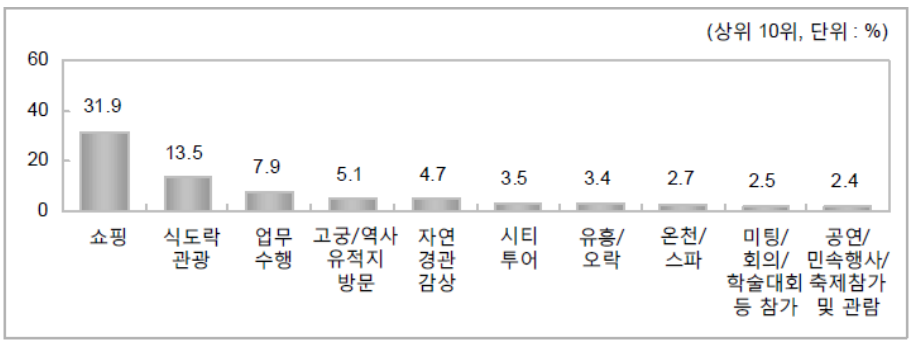
○ 방한기간 중 주요 참여 활동으로는 '고궁/역사 유적지 방문'이 4위(14.3%)를 차지하고 있으며, 방한 기간 동안 참여한 활동 중 가장 좋았던 활동으로는 '고궁/역사 유적지 방문'이라고 응답한 이들이 5.1%로 4위, '공연/민속행사/축제참가 및 관람'이라고 응답한 이들이 2.4%로 10위를 차지하여 '넓은 의미의 한류가, 즉 우리의 대중문화와 전통문화, 그리고 문화예술'이 방한 외래관광객 시장의 확대에 상당한 기여를 하고 있음을 확인할 수 있음

[그림 3-5-8] 방한기간 중 주요 참여 활동



자료 : 문화체육관광부.(2012). 2011 외래관광객 실태조사.

[그림 3-5-9] 방한 기간 참여한 활동 중 가장 좋았던 활동



자료 : 문화체육관광부.(2012). 2011 외래관광객 실태조사.

나. '문화 관광' 상품의 다변화 : '한류 관광'에서 '예술 관광'으로

○ 유엔 세계관광기구(WTO, World Tourism Organization)은 미래의 관광 시장은 기존 대중관광의 폐해에 대한 반작용으로 자연환경과 고유문화를 보전하면서 체험을 강조하는 대안관광이 중요하게 떠오르며, 이러한 미래의 10대 관광형태의 하나로 '문화관광(Cultural tourism)'을 제시한 바 있음(박영정. 2010)[171]

- 문화관광이란 문화적 콘텐츠를 향유하기 위해 이루어지는 관광으로, 문화유적을 방문하는 것은 물론 축제나 이벤트에 참여하는 것, 박물관이나 미술관, 전시장에서 관람하는 것, 연극이나 오페라, 민속음악 등의 공연을 관람하는 것, 예술가나 예술작품과 관련이 있는 지역을 탐방하는 것 등을 들 수 있음
- 문화관광의 하위 영역으로는 예술의 창조성, 예술성, 순수성, 표현성을 바탕으로 관광 매력을 갖춘 예술관광자원과 그 예술관광자원을 관람하기 위해 지역을 방문하는 관광객의 관광활동과 서비스를 총칭하는 '예술관광(arts tourism)'이 있으며, 여기에는 공연관광(performing arts tourism) 등이 포함됨

171) 박영정.(2010). '우리나라 공연관광의 시장 동향과 지원 정책의 방향'. 예술경영연구 제16집

- 아름다운 자연환경을 배경으로 화려하고 웅장한 장관을 연출한 '산수(山水)연극'인 중국 장예모 연출의 인상(印象) 시리즈나 '태양의 서커스(Cirque du Soleil)', 그리고 국내에서는 (주)PMC프로덕션의 넌버벌 퍼포먼스인 〈난타〉 등이 공연물을 새로운 관광상품으로 기획하여 성공한 대표적인 예임

○ 한류를 통해 한국에 대한 인지도가 제고되고, 해외 관광객이 증가하면서 국내 '문화 관광' 상품 역시 다변화되고 있음

- 과거에는 역사문화자원, 자연자원, 테마파트 등이 주요한 한국의 관광 상품이었으나, 최근에는 한류 현상이 확산되면서 공연, 전시 등의 다양한 문화예술 콘텐츠를 활용한 관광 상품이 확대되고 있음

○ 소공동 롯데면세점이 만든 복합 문화체험공간 '스타에비뉴 롯데타운점'은 최지우, JYJ, 장근석, 2PM, 빅뱅 등 한류스타들의 사진으로 거리를 장식하고, 드라마 '시크릿 가든' 등에서 주인공이 소원을 비는 장면 등에 나온 '소원을 이뤄주는 별(Wishing Star)' 조형물을 설치하는가 하면 한류 콘서트인 '패밀리콘서트'를 개최하는 등 엔터투어먼트(Enter-tourment) 마케팅을 통해 외국인 관광객들의 입소문을 타고 한류 관광의 필수코스로 떠오름[172]

○ K-pop 스타 아이돌을 뮤지컬이나 연극의 주연 혹은 조연으로 선정하여 해외 관람객을 끌어들이려는 시도는 이미 2008년부터 시작됨

- 2012년에도 창작 뮤지컬 〈광화문 연가〉는 비스트의 양요섭이 주연으로 출연하여 관객몰이에 기여했으며, 김준수는 〈엘리자벳〉에, 샤이니의 Key는 〈캐치미이프유캔〉에, 카라의 박규리는 〈미녀는 괴로워〉에, 소녀시대 태연은 〈태양의 눈물〉에, 제시카와 에프엑스의 루나는 〈금발은 너무해〉에, 2AM의 창민은 〈라카지〉로 뮤지컬 무대에 섰으며, 그들의 티켓파워와 홍보효과로 한류 관객의 뮤지컬 유입에 상당부분 기여함[173]

172) 중앙일보. 2012.08.23. 롯데면세점, 한류 활용한 문화콘텐츠로 관광객들에 각광
173) MK뉴스. 2012.06.13. [코드네임 뮤지돌] 뮤지컬로 간 아이돌 중간결산보고서

○ 지역에서는 인천 K-pop 콘서트, 드림콘서트(서울), 아시아송페스티벌(여수), K-pop 월드 페스티벌(창원), K-pop 커버댄스 페스티벌(경주) 등 2012년에도 K-pop 콘서트가 활발하게 개최되었으며, 공연 외에도 K-pop 스타들의 공연실황을 3D 입체영상으로 제작하여 상시 상영하는 K-pop 전용 영화관 'K-pop Cinema'가 2012년 9월 개관하여 새로운 한류 관광 상품으로 주목받음(한류문화진흥단, 2013)

- 전용극장은 첫 작품으로 가수 '비'의 'RAIN THE BEST SHOW 3D'를 상영했고, 개관 40여일 만에 관객 4천명을 돌파하였는데 이 중 65%가 외국인 관객이었음

○ 7월에는 한류스타 JYJ가 한국 및 일본 팬들을 대상으로 국내 최초로 시도한 대규모 팬 박람회 '2012 JYJ 멤버십 위크(JYJ Membership Week)'가 개최되었으며, 이 행사를 위해 일본팬 약 7천여 명이 입국함[174]

○ 정부는 해외의 K-pop 팬 유치를 위해 2016년까지 1만5천 명의 관객을 수용할 수 있는 K-pop 전용 상설공연장을 완공할 예정이며,[175] 강남구는 싸이의 '강남 스타일'을 뮤직비디오를 보고 직접 눈으로 '강남'을 확인하기 위해 방한한 관광객들이나, SM, JYP, YG와 같은 K-pop 스타들이 소속된 엔터테인먼트 사옥을 방문하는 해외 관광객들을 위해서 서울 강남의 압구정~청담동에 '한류 스타의 거리' 조성 계획을 발표함[176]

○ 한편 난타, 점프, 비보이 공연 등과 같은 우리나라의 넌버벌(Non-verbal) 공연 및 뮤지컬 등 한국 공연 콘텐츠 역시 공연 관광 활성화에 있어 중요한 역할을 담당함[177]

- 춘향전을 모티브로 한 전통뮤지컬 〈미소〉는 4월 말~5월 초순까지 약 2주에 걸친 골든위크이자 노동절 연휴기간 동안 한국을 찾은 중국 관광객들의 예매에 힘입어 36회 공연이 모두 매진되었으며, 〈난타〉 제작사

174) 이 행사는 공연뿐만 아니라 전시 및 체험행사를 결합시킨 새로운 형태의 팬 박람회로 평가됨
175) 이투데이. 2012.10.11. K-팝·의료관광·U-러닝…고부가가치 '굴뚝없는 공장'
176) 한국일보. 2012.11.05. 한류 스타의 거리, 진짜 '강남스타일' 보여줄까
177) 이데일리신문. 2012.05.11. 외국인 몰린 황금연휴 무대가 들썩

인 PMC 프로덕션도 세 번째 전용관을 염. 〈점프〉 역시 골든위크 기간 일본 관객 비율이 1.8배 높아지는 것을 감안하여 기존 370석 극장에서 488석 극장으로 공연장을 옮김

- 국내 티켓 예매사이트인 인터파크 관계자에 따르면 2012년의 경우 지난해에 비해 외국인 티켓판매량이 5배 정도 증가한 것으로 나타남
- 또한 과거에는 단체 해외관람객이 많았으나 최근에는 개별적으로 티켓을 구매하는 외국 관객들이 많아지고 있다는 것에도 주목할 필요가 있음

○ 이 외에도 세계적 브랜드로 성장한 제6회 'R-16 Korea 2012 세계비보이대회'가 개최되었으며, 아시아의 대표 공연관광축제를 표방한 제7회 공연관광축제, 'Korea In Motion 2012'이 개최됨

- "Korea In Motion 2012'에는 〈난타〉, 〈점프〉 등의 넌버벌 작품 15편과 연극, 뮤지컬 등 총31편의 작품이 무대에 올려졌으며 해외 관광객 8만 여명을 포함하여 총 13만 여명이 참가·관람했으며, 'R-16 Korea 2012 세계비보이대회'에는 16개국에서 선발된 각국의 비보이 대표들을 비롯해 약 200여명의 스트리트 아티스트와 뮤지션, 프로모터 등의 참가함. 본 행사는 유튜브에 150만 명이 조회하는 등 온· 오프라인에서 약 1,500억 원(광고료 환산) 규모의 홍보효과를 거두었음

○ 부산국제영화제(BIFF) 역시 해외 관광객을 모으는 데 크게 기여한 것으로 나타남

- 2012년에 열린 제17회 부산국제영화제에서는 75개국에서 초청된 304편의 작품이 상영되었으며, 부산을 찾은 관광객의 수는 약 22만 여명으로 추산됨[178)]
- 영화제 시작 이후 일주일 동안 부산을 방문한 중국관광객은 역대 최다인 만7천 명을 기록했고, 영화제를 취재하기 위해 외신기자 300여명이 부산을 방문하는 등 부산국제영화제는 영화콘텐츠를 활용한 관광효과 역할을 톡톡히 수행함[179)]

178) OBS뉴스, 2012.11.20, 아시아 최고 음악축제 MAMA, BIFF를 닮아라

다. 공연 관광의 지속적 성장을 위한 과제

○ 공연관광은 인바운드 관광시장의 질적 발전 및 양적 성장에 중요한 역할을 수행함

- 공연예술은 외국인 관광객에게 그 나라의 문화를 이해하고 경험하게 함으로써 해당 나라에 대한 긍정적인 이미지를 가질 수 있게 만들어 주며, 재방문의사를 높여 관광시장 확대에 기여하게 되기 때문임(박영정. 2010)

○ 뉴욕, 라스베이거스, 런던과 같은 도시는 공연 관람을 염두에 두고 떠나는 여행목적지이며, 비싼 돈을 내고라도 기꺼이 공연을 관람하게 만듦

- 한편 대도시가 아니더라도 해외 각 지방 소도시에도 전통과 특색에 맞춘 소규모 공연이 있어 여행의 재미를 더함
- 중국의 경우 지방도시 호텔이나 관광식당에도 식사를 겸한 쇼가 준비되어 있으며 유네스코 문화유산으로 지정된 사시성 핑야오 고성에서는 전통 춤과 경극, 변검 등 널리 알려진 전통적 요소와 영어자막이 있는 공연이 외국이 관광객들로부터 인기를 끌로 있음[180]

○ 그러나 한국에는 외국인들이 즐길 수 있는 공연 콘텐츠가 턱없이 부족함

- 그나마 서울에는 외국인 관광객을 대상으로 하는 상설공연장이 일부 있으나 지방의 경우 천편일률적인 K-pop 콘서트를 제외하고는 특성화된 공연콘텐츠를 관람하기가 어려움

○ 외국인 관광객을 주된 타켓으로 하는 공연 관광이 활성화되기 위해서는 '상설공연장'의 설립과 '상설공연 콘텐츠'의 질적 확보가 무엇보다 중요함

- 과거 넌버벌 퍼포먼스 위주였던 공연 콘텐츠는 전통뮤지컬 〈미소〉의 등장을 시작으로 전통공연과 뮤지컬 등 장르 다변화가 이루어지고 있으나 여전히 양적, 질적으로 충분하지 않음

---

179) MBN뉴스. 2012.10.11. 부산 방문 해외 관광객 급증
180) 스포츠서울. 2012.05.04. 한국 온 외국인 관광객, 어디 볼만한 공연 없나요?

- 이러한 맥락에서 국립극장이 외국인들이 한국을 찾을 때 꼭 보고 싶은 작품을 연중 공연하는 대표극장으로 만들기 위해 세계적인 연출가와 협업해 수궁가를 비롯하여 적벽가, 심청가, 흥부가, 춘향가 등 판소리 다섯 마당을 주요 레퍼토리로 만드는 레퍼토리 시즌제 도입을 선언[181]한 것은 반가운 소식임
- 지역 수준에서는 질이 높고 특성화된 공연 관광 상품을 개발하고, 서울과 같은 대도시의 경우 상설콘텐츠의 질적 고도화를 꾀하는 한편, 대학로나 홍대와 같은 공연장 밀집지역에도 '영어자막' 등을 통한 편의 제고나 '외국인 관람객에 대한 홍보' 등을 통해 외국인 관객 천만명 시대를 준비할 필요가 있을 것임

181) 세계일보, 2012.12.05, 춘향가 등 판소리 다섯마당 국립극장 주요 레퍼토리로

제6절

여가소비의 세대별 다층화와 문화복지 화두의 부상

1. 100세 시대의 도래와 여가문화의 이슈화[182)]

○ 의학기술의 발전과 생활환경의 개선 등으로 기대수명이 연장됨에 따라 우리사회는 〈100세 시대〉로 진입하고 있음

–한국인의 기대수명은 2010년 기준 남자 76.15세, 여자 82.88세이며, 통계청은 2030년 남자 79.79세, 여자 86.27세로 전망함

○ 한국사회는 2000년 당시 65세 이상 인구비율이 6.8%로 고령화사회(aging society)가 되었고, 2010년 말에는 65세 이상의 인구가 총인구의 11.3%를 넘어서며 고령사회(aged society)로 진입함

– 이런 추세라면 2026년 한국사회는 초고령사회(post-aged society)접어들 것으로 예상됨

○ 고령화가 급속도로 진행됨에 따라 노년기는 연장되었으나 노년층은 자녀들의 출가로 인한 고독, 경제적 빈곤, 질병에 대한 두려움, 역할 상실에서 오는 존재감 상실로 많은 스트레스에 노출되어 있으며, 이러한 노인스트레스가 축적될 경우 노인우울증, 노인증후군, 노인명절 증후근 등의 심리적 질병 및 자살 등의 극단적인 선택으로까지 이어질 가능성이 높음

– 이외에도 우리사회에는 저소득층 독거노인의 사회적 고립, 노인범죄의 증가 등 각종 사회문제가 야기되고 있어 이와 같은 노년기의 부정적 측면을 방지하고 노년기 삶의 질을 향상시키기 위해 정책적 예비가 필요한 시점임

○ 그러나 100세 시대의 진입 예고에도 불구하고 우리 사회의 모든 제도, 시스템, 국민 인식은 여전히 80세 시대에 머물고 있어 연장된 노년기를 즐

182) 윤소영.(2011). 「100세 시대 대비 여가 및 문화활동 활성화 방안」. 한국문화관광연구원

겁고 건강하게 보내기 위한 새로운 인생설계 및 여가문화 정책의 중요성이 대두됨

- 여가는 일종의 학습된 행동으로 전 생애주기에 걸쳐 나타나는 계속적인 경험과 변화의 일부이므로 노년기의 적극적인 여가형성과 삶의 질 향상을 위해서는 각 생애주기를 고려한 여가 구상이 필요하게 됨

○ 100세 시대를 대비한 문화 및 여가분야의 새로운 패러다임은 아래와 같이 정리될 수 있음(윤소영. 2011)

- 일과 삶의 균형(Work-life Balance)로 근로자가 일과 일 이외의 영역에 투자하는 시간을 적절히 조정함으로써 양측 모두 만족스러울 수 있도록 제반 지원제도의 구축이 필요함
- 연령차별사회에서 연령통합사회로의 전환 : 인간발달단계에서 연령에 따라 주요 과업이 존재하여 청소년기에는 교육, 중장년기에는 노동, 노년기에는 여가가 중심이 되는 생활을 당연히 지향하는 '연령차별사회'에서 전 생애에 걸쳐 일, 여가, 교육이 균형을 이루는 '연령통합사회'로 전환할 필요가 있음
- 또한 이를 위해서는 구체적으로 '생애주기별 여가 및 문화활동 경험의 확대와 여가교육의 확대, 직장 내 여가 및 문화활동 지원, 지역사회 공공시설을 중심으로 한 문화활동 프로그램의 세분화, 여가 및 문화활동의 전문성을 강화하기 위한 전문가 양성 및 발굴 등의 정책적 과제가 추진될 필요가 있음

2. 중장년층의 행복 추구, 액티브 시니어세대의 문화여가 소비 증가

○ 나우(NOW)레이디와 노무족(nomu)의 부상

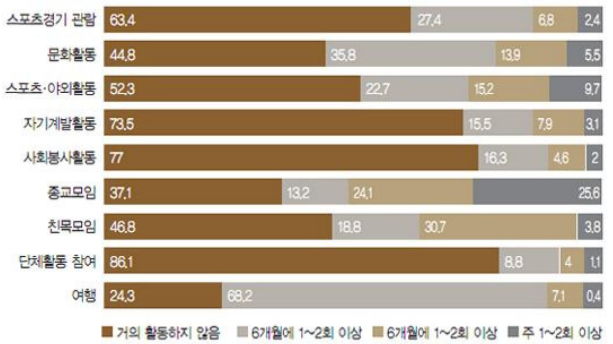
- 평균수명이 늘어나면서 은퇴 후의 삶에 대한 고민이 많아진 중장년 세대에서 인생을 즐기고 자신을 가꾸고자 하는 욕구가 높아지고, 삶의 질을 높이기 위한 소비문화로 변화함. 이에 과시적 소비문화에서 자신을

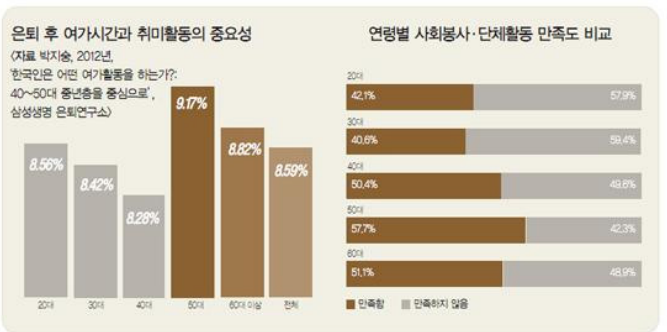
위한 투자 차원의 소비성향으로 바뀌면서 wealthy fifty로 표현되는 중장년층에서의 문화소비에 대한 관심이 높아지고 있음

- 중년을 대표하는 트렌드는 젊어지기(down-aging)이며, 외모와 정신 모두 젊어지기 위해 돈을 아끼지 않는 중년문화가 확산되고 있음. 이러한 중년층을 지칭하는 다양한 신조어들이 등장하고 있는데
- **나우족(NOW, New Old Women)의 확대:** 40~50대에도 젊고 건강하며 경제력이 있는 소비층의 여성들을 일컫는 말로 남편, 자녀까지 자신의 취향대로 바꾸는 특성이 있어 가족관계에서도 변화를 예고하며 무조건적인 헌신보다는 가족과 함께 해피 라이프를 추구하는 성향. 문화적 욕구 충족을 위해 다양한 문화여가활동(공연 및 전시관람, 그림배우기, 공예체험 등)을 하며 남편이나 가족들을 문화여가활동에 참여시키기도 하면서 문화여가 소비를 확대시키는 중요한 주체로 부상하고 있음
- **노무(NOMU, No More Uncle)족 아저씨들의 문화소비 관심 증대:** 과거보다 10년 젊게 살아가려는 새로운 인생관을 가진 4050세대의 남성들은 더 이상 아저씨로 불리우는 것을 거부하고 젊어지기 위해 스스로 의상을 코디하고, 쇼핑을 즐기고, **취미활동을 통해 '생존'의 공간만을 가지고 있던 자신에서 '실존'의 공간을 만들기 위해 노력하는 모습들을 보이는 중년 남성들을 일컫는 신조어**[183]. 노무족이라 불리우는 이러한 중년 남성 소비자들이 문화예술을 통해 여유와 취미를 찾고자 하는 성향을 보이면서 이들을 대상으로 하는 다양한 문화예술적 감성을 자극하는 마케팅이 등장하고 있음
- 2012년 1월 삼성생명 은퇴연구소에서 20대 이상 1994명을 대상으로 은퇴 후 노후생활을 어떻게 준비하고 있는지 설문 조사 결과 한국의 50대는 은퇴생활에서 여가, 취미활동의 비중을 가장 높게 두고 있는 것으로 나타났음[184]

183) 해럴드 경제. 2012.07.10. 취향은 2030인 중년 노무족…원빈만 있냐? 50대 '꽃 아저씨'가 온다
184) 한경비즈니스. 2012.11.28. [WEALTH CARE] 한국의 50대, 여가생활 즐기며 사는가?

[그림 3-6-1] 은퇴 후 여가, 취미활동의 비중





- 8월 22일 CJ E&M의 리서치센터 조사 결과 발표에 따르면 문화 콘텐츠 업계의 **새로운 '빅 컨슈머'는 '액티브 시니어(Active Senior)'로** 액티브 시니어는 월 평균 50만원 이상을 소비하는 시니어 세대(50~64세)를 지칭하는 말로 전체 시니어 세대에 약 26%를 차지하고 있음[185)]
- 이들 가운데 25%가 주로 문화·예술 분야에 여가 비용을 지출하는 것으로 나타나며 콘서트 관람을 1년 간 1편 이상 경험이 있다고 답한 시니어 세대는 22.1%로 10~30대의 경험률(15.6%)보다 월등히 높았으며 외국 원작 오리지널팀 내한 뮤지컬 공연 관람률(36%)도 전 세대 평균(29%)에 비해 높게 조사되며 음반 구매율(25%)에서도 다른 세대(19%)를 앞서며 음반 중에는 국내외 아티스트들의 콜라보레이션 앨범과 기획 음반을

185) 지니넷코리아, 2012.08.22, 부유한 중년층, 콘텐츠 소비 큰손

선호하는 것으로 파악되었음

- 이영균 CJ E&M 홍보 팀장은 “무조건 자식만 바라보고 사는 수동적인 부모세대에서 벗어나 적극적인 자아개발과 여가생활을 즐기는 사회 계층이 늘고 있기 때문에 다각화되는 콘텐츠 소비자들의 요구를 파악하고 이에 맞는 콘텐츠를 제작할 계획” 이라고 밝힘
- 명품 만년필 회사인 몽블랑은 역사적인 음악가를 기리면서 젊은 음악가를 후원할 수 있는 ‘도네이션 펜’을 출시하고, 판매수익 중 일부를 음악 발전을 위해 기부하고 있고, 고급스러운 이미지와 함께 예술발전을 위한 후원을 한다는 중년 남성층의 문화예술적 욕구를 충족시키면서 좋은 반응을 얻고 있음
- 대중문화 소비경향에서도 중장년층의 문화에 대한 욕구가 나타나는데, KBS 1TV ‘콘서트 7080’는 중장년층의 지지와 함께 8년째 장수프로그램으로 인기를 얻고 있음. 이 프로그램의 MC 배철수는 “처음에는 6개월에서 1년만 하겠다고 했다가, 8년째 하고 있죠. 이건 우리 세대가 얼마나 문화에 굶주려왔는지를 보여주는 거에요”[186]라고 말함

○ **중년층을 잡아라, 중장년층 대상 마케팅의 증가들**

- ‘쿨비즈 룩’의 증가와 함께 남성복 매출 증가: 보수적인 직장에서는 남성들이 티셔츠, 반바지 등 캐주얼을 입는 것이 어려웠지만 관공서나 기업에서 정부의 에너지 절감 정책에 동참하는 분위기기 조성되면서 넥타이와 정장이 아닌 '쿨비즈(Cool+Business)룩' 차림으로 출근하는 40대 이상 남성들이 증가하고 있으며 이를 반영하듯 남성복의 비중은 2011년 대비 3배 가까이 증가하였으며 신세계백화점의 캐주얼 편집매장인 분더샵의 매출은 전년 동기 대비 45.7%로 신장하였음[187]
- **중년층 의 유니폼, 아웃도어 시장 급증.** 급속도로 팽창하는 아웃도어 패션시장의 주 고객층은 중장년층으로 아웃도어 의류가 어른들의 일상복으로 자리잡으며 5~6년 전 검은색 위주의 등산복에서 점점 고급스럽고

186) 주간동아. 2012.11.12. [커버스토리 힐링!7080 03] 현실의 아픔, 허기진 낭만
187) 스포츠조선. 2012.07.18. 유통업계, ‘중년의 품격’을 잡아라

다양해지고 있으며 아웃도어 의류를 통해 남과 다르게 보이고 싶은 욕망을 드러내고 있음. 아웃도어 제품 시장의 규모는 2006년 1조 2000억원이었으며 국내 아웃도어 패션시장 규모는 2011년 4조 3700억원에 이르렀으며 2012년에는 5조 원이 넘어설 전망으로 예측됨

- 이런 현상에 대해 고려대 한성렬 교수는 **"인생의 절정을 막 지난 중년들이 산에서 고가 등산복을 입는 것은 아직 자신이 재정적으로 여유 있고 육체도 젊다는 사실을 다른 사람에게 과시하고 인정받고 싶다는 뜻"** 에서 비롯된 것으로 분석함[188)]

○ **액티브 시니어 세대를 위한 공연과 서적의 붐**

- 이러한 중장년 여성·남성의 자기행복추구를 위한 문화예술적 욕구충족을 위한 소비성향이 강해지면서 중년층을 위한 문화예술 콘텐츠 및 프로그램들이 증가하고, 중요 문화예술마케팅 타켓층으로 부상하고 있음
- **중년남성을 위한 서적의 인기.** 〈마흔 논어를 읽어야 할 시간〉, 〈남자의 물건〉 등 서점가에서 시작된 불혹 마케팅은 소비층이던 젊은 여성들에서 40~50대 중년 남성들로 눈을 돌리고 있으며 이전 중년 세대와는 달리 자기계발에 대한 관심이 매우 높음
- **중년여성의 감성을 자극하는 공연의 붐.** 〈여섯 번 여섯 주의 댄스레슨〉, 〈친정엄마와 2박3일〉등 중년 여성의 감성을 자극하는 공연들이 올해 하반기 인기를 얻음. 〈여섯 번 여섯 주의 댄스레슨〉는 6주 동안 6가지 댄스를 배우며 그동안 잊고 살았던 자신과 잃어버린 희망을 되찾는 과정을 보여주는 연극으로 주연 배우인 고두심은 "어렸을 때부터 나는 나 자신 고두심이었다. 뭐 이런 해방감이랄까. 그런 것을 맛볼 수 있는 연극이다"라고 말함[189)]
- 서대문문화회관의 중년여성을 위한 〈소녀시대〉 프로그램은 중장년층 여성을 대상으로 하는 연극교육프로그램으로 6개월여 간의 전문연극교육프로그램 과정을 통해 〈소녀시대〉라는 연극을 개최하였음. 당초 중·

188) 동아일보, 2012.05.13. '나만의 山中명품' 중장년층 홀리다
189) SBS 8시 뉴스, 2012.07.13. [문화로] 커뮤니티 댄스로 춤추는 '꽃중년'

장년층의 창조적 삶의 가치를 높이고 예술을 통한 노후 삶의 보람을 심어주기 위한 주민 참여 기능을 확대하고자 기획되었던 것으로 중장년 여성들이 직접 참여, 연기 및 소품과 분장, 의상 제작 등 연극의 수많은 제반 요소들을 익히고 단련하는 가운데 어느덧 아마추어 연극인으로서의 자질을 성숙시켜 중년 이후 초로의 나이에 새로운 삶을 배우게 되는 효과가 있다는 평을 듣고 있음

- 배우 이경미는 "중년 여배우들의 전성시대에는 작품 제작의 흐름에도 이유가 있다. 최근 한국의 문화가 많이 발전했다. 과거에는 여가를 누릴 수 있는 여유 있는 주부들이 많이 없었다. 요즘은 지갑을 열 수 있는 주부들이 많아졌다. 이 때문에 여배우들이 설 무대도 더 많아진 것 같다" 며 **중년여성의 문화소비가 많아지면서, 중년 여배우의 활동 범위도 넓어지게 되었다는 의견**을 제시함
- **예술영화의 중요 관객층으로 액티브 시니어세대가 부상**하고 있음. 2012년 8월 개봉한 영화 〈피나〉의 경우 단 5개의 상영관에도 불구하고 개봉 2주만에 1만 관객을 돌파하며 다양성영화 매출액 부분 40%이상을 점유하였음. 무용가 피나바우쉬의 일대기를 그린 이 영화는 예매 고객의 70%이상이 40대 중년 여성이었음[190]
- 약 10년 동안 예술영화관을 운영하며 10만명이 넘는 회원을 가지고 있는 ㈜영화사 백두대간은 '중장년층 관객들을 위한 평일 낮 시간대의 프로그래밍이 점점 더 중요해진다'는 의견을 피력함[191]
- **중년을 위한 어른용 동화의 연극과 영화들의 인기.** 중년의 삶과 우정에 대한 이이야기를 그린 연극 〈아름다운 거리〉는 매일을 고되게 살아온 중년들을 위한 어른용 동화라는 평들과 함께 2012년 삼일로창고극장에서 공연되면서 인기를 모으고 있음
- 일반인이 무용 제작과정에 참여하며 자아를 실현하는 **커뮤니티 댄스(community dance) 활동이 중장년층 여성 중심으로 인기.** 사회적으로

190) 파이낸셜뉴스. 2012.09.14. '피나', 단 5개관으로 개봉 2주만에 1만관객 돌파 '눈길'
191) 아주경제신문. 2012.09.12. '피나' 2주차 5개 상영관으로 1만관객 돌파

공통분모를 지닌 다양한 사람들이 춤을 통해 정체성을 표현하고, 삶의 즐거움을 얻게 한다는 차원에서 무용계의 주목을 받고 있는 커뮤니티 댄스 활동은 학생들의 심리치유 및 중년 여성들의 자아정체성 발견의 차원에서 활발히 이루어지고 있음. 서울시 중구에 거주하는 중년 여성 30여명이 꽃을 달고 춤을 추면서 그간의 상처와 기억을 풀어내는 기회를 제공하는 〈춤추는 꽃중년 프로젝트〉 등이 각광을 받고 있음

- 추억을 찾는 7080의 해방구 'LP바' 인기: 일명 '대학가요제 세대'를 상장하는 7080세대는 우리나라에서 처음으로 '대중문화' 세례를 흠뻑 받은 세대로서 7080세대를 겨냥한 놀이공간이 인기를 끌면서 라이브 바와 LP카페가 합쳐진 'LP바'가 등장하고 있으며 'LP時代 음악의 숲', '나오늘 한가해요' 등 에서는 LP 음반이 2만 5000여장 이상 보유하고 있으며 드럼과 건반, 베이스 기타 들 밴드 연주가 가능한 악기실을 별실로 갖추고 있음
- **LP 마니아의 증가.** 라이브 바나 LP카페에서 만족하지 못하는 중년 중에서는 직접 턴테이블을 구비해 LP 음반을 듣는 마니아가 증가하고 있으며 이들이 즐겨 들르는 곳은 서울 용산 아이파크백화점 오디오 전문매장으로 주로 독일이나 유럽, 일본에서 수입한 오디오 기기로 세트당 200만원에서 3000만원에 달하는 고가품이지만 고객층은 증가하는 추세. 김영민 아이파크몰 홍보마케팅팀 부장에 따르면 "주 고객층은 아날로그에 향수를 느끼는 40~50대 LP 음반 마니아로 주말이면 이곳을 찾는 고객이 100명 이상이며 고가 기기로 채운 음악감상실에서 음악을 듣고 가는 중년 고객도 적지 않다" 며 아날로그적 감상을 가진 중장년 고객층의 증가를 설명함[192)]
- **그러나 이러한 중장년층의 문화소비 경향은 사회경제적으로 여유있는 계층에서 집중되어 또 다른 계층적 차이를 보여주는 사회현상으로 볼 수 있다는 지적과, 과거에 대한 회상과 감성을 자극하여 현재의 팍팍한 현실을 도피하려는 방어기제에 의한 일시적 현상이라는 지적도 있음**

192) 주간동아, 2012.11.12, [커버스토리 힐링!7080 03] 현실의 아픔, 허기진 낭만

○ 중장년층 추억을 자극하는 지방자치단체 '추억 축제'들

- 광주시의 〈추억의 7080 충장축제〉는 옛 광주극장 옆 골목에 위치한 추억의 테마거리를 주제로 추억을 찾아 여행축제를 하고 있으며 전국 동호인 밴드의 공연, 추억의 동창회 참여 등 옛 친구와 은사님을 만날 수 있는 프로그램을 진행하고 있음. 울산시의 〈추억의 음악다방전〉 또한 중년층의 많은 반응과 함께 이어지고 있는데, 오만석 기획실장은 "지방이다 보니 중년층이 즐길 만한 문화나 놀이 장소가 없는 것에 대한 아쉬움에서 동년배인 중년을 위한 문화행사를 마련하려는 취지에서 음악다방을 재현했는데 뜻밖에도 행사 2주간 수천명이 다녀갈 정도로 폭발적인 인기를 끌어 연중행사가 되었다" 고 이야기함[193]
- 이 외에도 함안의 〈7080 낭만콘서트 Friends〉는 전석이 매진되고, 영등포 아트홀의 〈추억의 음악다방전〉과 함께하는 공연 또한 중년층의 인기를 모으는 등 중장년층 대상의 지방자치단체의 축제행사들이 늘어가고 있는 추세

3. 90년대 복고문화 열풍과 세대 간 문화콘텐츠의 상품화

가. 90년대 신드롬을 만들어낸 〈건축학개론〉과 〈응답하라 1997〉

○ 올해 대중문화 코드에서 가장 강력했던 아이템은 90년대 복고문화의 호출이었음

○ '우리 모두는 누군가의 첫 사랑이었다'는 포스터를 내건 〈건축학개론〉은 현재 30대인 남녀 주인공들의 대학시절 첫사랑의 향수를 주제로 한 영화로, 멜로영화로서는 최초로 400만 명이 넘는 관객을 동원하며 90년대 복고의 발화점으로 등장함[194]

193) 주간동아. 2012.11.12. [커버스토리 | 힐링! 7080 01] 추억이 좋다, 사람은 더 좋다!
194) 국민일보. 2012.09.28. [X세대 ! 397의 귀환] 차가운 디지털시대에 염증 情이 있던 아날로그

- 영화 상영 내내 등장하는 90년대 소품과 배우들의 패션, 94년 발표된 전람회의 노래 〈기억의 습작〉을 들으며 지금은 30~40대가 되어버린 X 세대들은 첫사랑과 90년대의 향수에 젖어들었음

○ tvN의 〈응답하라 1997〉은 케이블 방송 흥행 기준인 1%를 훌쩍 넘긴 최고 시청률 4.43%를 찍었고,[195] H.O.T.의 〈캔디〉와 삐삐, PCS폰, 다마고치와 DDR 등 90년대 10대들의 디테일한 일상을 2012년으로 불러냈고 공중파 토크쇼, 음원차트까지 거세게 몰아쳤음

○ 72년생 꽃중년 4인방의 90년대 학창 시절 에피소드를 매회 프롤로그 형태로 방영한 〈신사의 품격〉 역시 90년대 복고의 소재를 효과적으로 활용하여 인기를 끔

○ 2012년의 가요계에도 90년대 복고 열풍은 불어 닥침[196]

- 지난 해부터 시작된 〈나는 가수다〉의 열풍을 이어받아 젊은 가수들이 과거의 명곡들을 재해석해 경합하는 프로그램 〈불후의 명곡 - 전설을 노래하다〉가 독립 프로그램으로 개편되면서 90년대에 활약하던 가수들과 노래들이 지속적으로 인기몰이를 함
- 오디션 프로그램에서 과거의 노래들이 재해석되면서 90년대의 가요는 더욱 더 인기를 얻음. 〈슈퍼스타 K〉에서 정은우와 이보경이 함께 부른 윤미래의 〈Goodbye Sadness, Hello Happiness〉는 2007년에 발매된 윤미래의 음반 수록곡으로 5년 만에 음원차트에 부활하여 10월 1주차에 소리바다 차트 1위를 차지함. 심사위원인 이승철이 〈슈퍼스타 K〉의 주제곡으로 발표한 본인의 곡 〈아마추어〉도 발표 직후 멜론과 엠넷 등 음원차트에서 상위권을 기록함. 연규성과 홍대광이 부른 〈말리꽃〉은 〈나는 가수다〉에서도 다시 불려지며 차트에 재등장하고 공개 동시 1위를 기록함. 또한 정준영과 로이킴이 부른 고(故) 김광석의 〈먼지가 되어〉, 유승우가 부른 김건모의 〈My son〉도 발매 동시 수직상승함

갈망… 디지로그, 그때가 좋았다

195) 한겨레. 2012.09.08. 90년대, 지금 바로 응답하라

196) 머니투데이. 2012.10.15. '복고주의보' 발령! 아이돌 일회성 신곡의 반성

- 또한 90년대의 유명곡들을 리메이크한 곡이 음원차트에서 큰 인기를 끔. 〈응답하라 1997〉에서 서인국, 정은지가 함께 부른 쿨의 〈All For You〉와 주영훈의 〈우리 사랑 이대로〉의 인기가 약 10년 만에 부활하여 팬들의 향수를 자극함
- 가수 싸이는 동갑내기 뮤지션인 리쌍, 김진표와 함께 자신들의 10대 시절 추억담을 솔직하게 풀어낸 〈77학개론〉을 발표하여 인기를 모으기도 함

나. 세대 간 문화콘텐츠 상품화의 본격화

○ 이러한 복고콘텐츠의 열풍이 이번이 처음은 아님
- 2010년 가을부터 불기 시작한 〈세시봉〉 열풍, 80년대 여고생들의 모습을 리얼하게 재현해낸 영화 〈써니〉의 히트, MBC 〈나는 가수다〉를 통해 다시 불려진 80~90년대 명곡들의 음원 차트 독식, 90년대 활발하게 활동한 가수 임재범, 이소라 등이 맞은 제 2의 전성기 등 최근 몇 년 전부터 문화계의 복교 열풍은 존재해왔음[197]

○ 그러나 90년대가 '복고의 소재'로 본격적으로 활용되기 시작한 첫해인 올해가 의미를 갖는 것은 바로 과거 7080 복고 콘텐츠 이후에 90년대 복고 콘텐츠가 새로이 등장하면서 '세대(generation)간 문화콘텐츠의 상품화가 본격화'되었다는 점임

○ 최근 들어 90년대에 기반을 둔 문화 상품이 힘을 얻는 가장 큰 이유는 당시 10～20대였던 대중이 구매력을 가진 문화 소비·생산자로 자라났기 때문임[198]

○ 불황에 꽁꽁 닫힌 지갑도 추억과 조우하면 거부감 없이 열린다는 걸 체득한 기업들은 가장 구매력이 큰 30~40대를 타깃으로 복고 아이템을 치밀한 사전준비를 통한 기획을 통해 선보이고 있으며, 90년대 복고 열풍은

197) 국민일보. 2012.09.28. [X세대 ! 397의 귀환] 차가운 디지털시대에 염증 情이 있던 아날로그 갈망… 디지로그, 그때가 좋았다
198) 국민일보. 2012.09.28. [X세대 ! 397의 귀환] 차가운 디지털시대에 염증 情이 있던 아날로그 갈망… 디지로그, 그때가 좋았다

'복고 콘텐츠 상품'으로 파생되어 급속히 퍼져나가고 있음[199)]

- CJ몰은 〈응답하라 1997〉에 등장한 소품을 모은 별도의 카테고리를 신설함. 최근 보기 힘든 비디오테이프 형태로 케이스를 만든 감독판 오리지널사운드트랙(OST)은 기획한 물량 1000개가 7시간 만에 매진되었고 추가 물량을 2000개 확보했지만 이마저도 조기 매진됨
- 전람회의 〈기억의 습작〉이 다시 듣기 열풍을 일으켜 영화 상영 시점인 4월 한 달 간 〈전람회 1집〉의 판매량이 전달 대비 약 70배로 급상승했으며 〈전람회 2,3집〉과 〈김동률 베스트〉도 동반 상승함
- CJ 오쇼핑에서 한정 품목으로 내놓은 〈응답하라 1997〉의 감독판 OST 앨범은 7시간 만에 1,000장을 완판하는 기록을 세움
- 83년생 이후 출생자만 출입할 수 있고, 90년대 음악만 신청할 수 있는 주점 〈밤과 음악사이〉의 인기가 지속되면서 점포 수가 증가함
- 티켓몬스터에서는 '90년대로 떠나는 추억의 복고풍 여행'이라는 콘셉트로 〈응답하라 1997 스페셜 투어〉 상품을 기획함. 버스를 타고 이동하는 중에 90년대 히트 음악과 뮤직비디오를 틀어주고, 옛날 불량식품을 간식으로 제공하며, 음악다방에서 단체미팅을 진행하는 등 아날로그 감성을 자극하는 이색 코스로 짜여짐
- 티켓몬스터에서는 지난 2월부터 6개월 간 진행한 '옛날과자' 딜이 누적 판매액 6,500만원을 기록하였으며 〈드래곤볼〉, 〈명탐정 코난〉, 〈오디션〉 등 90년대 유행 만화들을 모은 '서울문화사의 명작 만화 32선'은 4,100만원을 기록함
- 옥션에서는 2000년대 초반에 오락실의 주 아이템이었던 'DDR'의 판매량이 지난 해 대비 45% 증가했으며, 90년대에 초등학생들 사이에 선풍적인 인기를 끌었던 휴대용 게임기 '다마고찌'가 검색어에 재등장. 학생들이 즐겨 메었던 '잔 스포츠 (JAN SPORT)' 가방은 하루 만에 모든 물량이 매진됨
- 디지털 및 IT기기 업계에도 아날로그 열풍이 불어 주파수를 조절할 수

199) 국민일보. 2012.09.28. [X세대 ! 397의 귀환] 불황엔 추억을 팔아라

있는 다이얼과 스위치 등 복고 느낌이 물씬 풍기는 디자인을 지닌 오디오와 미니냉장고 형태인 '빈티지 냉장고', 필름 카메라의 감성이 깃든 미러리스 카메라 등이 출시됨

○ 그리고 이러한 세대 간 문화콘텐츠 상품화는 지속적으로 이루어질 것으로 예상됨

- 즉 현재의 10대~20대들이 구매력이 가장 높은 세대가 되는 10년 뒤에는 또 다시 〈소녀시대〉와 〈싸이〉, 〈무한도전〉과 〈개그콘서트〉, 〈노스페이스〉와 〈스마트폰〉이 새로운 복고의 아이템으로 떠오를 것으로 예상됨

다. 90년대 복고 콘텐츠의 힘, 아날로그 정서를 통한 위로

○ 그러나 2012년에 나타난 90년대 복고열풍을 단순히 현재 구매력이 가장 큰 소비층이 30~40대에게 호소하기 위한 콘텐츠로만 보는 것은 유의를 요함

- 90년대는 국제통화기금(IMF) 구제금융 사태로 국가 경제는 휘청했지만 한편으로는 인터넷과 휴대전화가 대중화하고 스타 매니지먼트로 한국 연예산업이 대형화했으며, 13개 영화잡지가 간행될 정도로 영화 담론이 흥했던, 젖과 꿀이 흐르는 대중문화의 호시절이었음[200)]

○ 즉 90년대는 양질의 문화 콘텐츠가 쏟아진 대중문화 황금기였음[201)]

- 가요계만 보더라도 90년대엔 음반 판매량 100만장을 돌파하는 가수가 즐비했으며 김동률, 이적, 유희열, 윤상 등 직접 자신의 음악 세계를 만들어가는 싱어송라이터가 각광을 받았음
- H.O.T, 젝스키스 등 아이돌과 팬클럽 문화가 본격적으로 생겨난 것도 90년대였음

---

200) 한겨레. 2012.09.08. 90년대, 지금 바로 응답하라

201) 국민일보. 2012.09.28. [X세대 ! 397의 귀환] 차가운 디지털시대에 염증 情이 있던 아날로그 갈망… 디지로그, 그때가 좋았다

- 방송계 역시 SBS가 개국하고 케이블TV 시대가 열리면서 시청권이 확대되었으며 영화계는 박찬욱 이창동 김기덕 홍상수 등 재능 있는 감독들이 잇따라 출현, 2000년대 한국 영화 르네상스를 예고했음
- 대중문화평론가 강태규는 90년대 복고 열풍의 이유를 이같이 말한다. "90년대에 청춘을 보낸 사람들은 그 이전 세대보다 '문화적 추억'이 더 많을 수밖에 없어요. 문화계 전반에 '웰 메이드 상품'이 많았던 거죠. '90년대 콘텐츠'는 낡은 것처럼 느껴지지 않는 힘을 갖고 있어요"

○ 복고 콘텐츠는 패션처럼 단순히 지나가는 '반짝 유행'일 수도 있음. 그러나 대중문화평론가 정덕현씨는 '앞으로 상당 기간 90년대 복고 바람이 이어질 것'이라고 내다보고 있음[202)]

- "우리 사회가 디지털 시대로 급속히 진입하면서 사람들은 '디지털'이 주는 차가움에 황망한 감정을 느끼고 있어요. 그러니 다시 따뜻함이 있는 '아날로그'로 돌아가고 싶은 거죠. 또 다른 이유는 사는 게 힘들다는 거예요. 90년대 후반 외환위기를 극복해냈지만, 시민들의 삶은 그때나 지금이나 계속 어렵잖아요. 좋았던 과거를 상상하며 위안을 얻으려는 심리가 작동하고 있어요"

4. 문제는 매개인력이다, 문화예술교육 · 복지인력 양성 본격화

가. 문화복지 화두의 부상과 문화복지 거버넌스의 구축 본격화

○ 경기 침체의 장기화, 사회적 양극화의 심화로 인해 '사회복지'의 중요성에 대한 인식이 확대되고, 100세 시대의 도래로 인한 '문화 여가'에 대한 관심이 높아지면서 '문화복지' 이슈가 화두로 부상함

- 특히 문화복지 사업이 가지는 사회적 효과(창의성과 감수성의 배양, 사

202) 국민일보. 2012.09.28. [X세대 ! 397의 귀환] 차가운 디지털시대에 염증 情이 있던 아날로그 갈망… 디지로그, 그때가 좋았다

회자본의 축적, 건강, 삶의 질, 행복에 미치는 순기능적 효과)에 힘입어 2011년부터 문화바우처 사업의 규모가 대폭 확대되고, 여행바우처와 체육바우처 사업이 함께 진행되면서 이러한 관심은 더욱 증폭되고 있음

○ 문화복지(cultural welfare)란 사회적 취약계층을 포함한 전 국민의 문화적 접근 기회를 확대하고 문화향유 및 참여를 보장함으로써 문화적 감수성과 창의성을 배양하고 궁극적으로 삶의 질을 향상시키기 위한 공공과 민간의 협력적 시책과 과정, 관련 제도라 할 수 있음[203)]

– 또한 여기에는 문화적 접근성을 확대하기 위한 각종 문화시설의 건립과 운영, 다양한 문화적 경험 기회의 제공을 통해 문화적 선호를 형성하고 문화적 감수성을 배양하기 위해 필요한 다양한 문화예술교육 프로그램의 실시, 문화적 향유 및 참여 기회를 부여하기 위한 각종 문화예술프로그램의 제공, 문화복지 정책이 원활하고 효과적으로 수행될 수 있기위해 필요한 문화복지 전달체계 구축 및 매개전문인력 양성 등이 포함됨

〈표 3-6-1〉 문화복지의 개념, 대상, 목표, 영역

구분	내용
문화복지 개념	• 사회적 취약계층을 포함한 전 국민의 문화적 접근기회를 확대하고 문화향유 및 참여를 보장함으로써 문화적 감수성과 창의성을 배양하고 궁극적으로 삶의 질을 향상시키기 위한 공공과 민간의 협력적 시책과 과정. 관련 제도
문화복지 대상	• 사회적 취약계층을 포함한 전 국민 단, 경제적 신체적, 지리적, 사회적 제약으로 문화예술의 향유 및 참여가 제한되는 취약계층에 대한 지원에 우선순위 부여
문화복지 목표	• 전국민의 문화적 향유 및 참여 보장 • 문화적 감수성 및 창의성 배양 • 삶의 질 제고 • 사회적 통합, 혁신유발, 문화시민 육성
문화복지 내용 (영역)	• 문화적 환경의 조성: 문화공간의 건립 및 운영, 문화도시 조성, 공공예술프로젝트 등 • 문화예술프로그램 제공 지원: 각종 문화예술프로그램 개발 및 제공 지원 * 무료관람, 가격할인 바우처제공, 보조금 제공, 정보 제공, 축제지원 등 • 문화예술교육: 일반국민, 취약계층(노인, 장애인, 도서산간벽지, 저소득계층, 다문화가족 등) • 문화복지 전달체계 구축 및 매개전문인력 양성, 문화자원봉사(재능기부 포함)지원

자료: 양혜원.(2012). 문화복지 정책의 사회경제적 가치 추정과 정책방향. 한국문화관광연구원.

203) 양혜원.(2012). 「문화복지 정책의 사회경제적 가치 추정과 정책방향」. 한국문화관광연구원.

○ 우리나라의 경우 1996년 〈문화복지기획단〉이 설립되고 〈문화복지 중장기 발전계획〉이 수립되면서 문화복지가 문화부문에 공식적인 정책의제로 자리매김했으며, ⅰ) 기본권으로서의 문화권 보장 ii) 생산적·예방적 복지 iii) 참여활성화에 따른 복지공동체 형성을 문화복지의 기본적인 정책방향으로 설정하고 다양한 문화복지사업을 수행해옴

- 현재 취약계층의 문화향수 및 참여 기회를 확대하는 데 중점을 둔 〈복권기금 문화나눔사업〉을 비롯하여 〈학교문화예술교육사업〉, 〈사회문화예술교육사업〉, 공공도서관, 국공립 박물관과 미술관, 문예회관 등의 〈문화기반시설의 건립 및 운영 사업〉 등이 추진되고 있으며, 특히 〈복권기금 문화나눔 사업〉 중에서도 취약계층의 소비자 선택권의 확대를 핵심으로 하는 〈문화바우처〉사업이 2011년부터 대폭 확대되어 진행되고 있음

〈표 3-6-2〉 문화복지 사업 중 소외계층 문화향유 사업 현황

구 분	사 업 명	예산(백만원)	
		2011	2012
저소득층 대상	문화바우처	24,500	34,300
	여행바우처	4,800	7,100
	스포츠바우처	8,616	10,584
	스포츠관람바우처	208	300
사회적 취약계층 대상	장애인용 대체자료 제작·보급	1,400	1,558
	장애인 대상 도서대출 서비스	7	200
	장애인 체육활동 지원	5,295	5,502
	장애인 예술 창작역량 강화	1,000	1,000
	소외계층 문화순회 사업	8,000	9,300
	이주청소년 문화감성 증진	140	260
	다문화가정생활체육지원	1,500	1,500
	저소득층 지식정보 활동 지원	10,150	9,200
	지방문예회관 프로그램 지원	4,800	4,800
	공공박물관·미술관 전시 지원	800	800
	생활문화공동체 만들기	1,200	1,200
	종교계 소외계층 문화향유 사업	311	369
세대별 문화인프라 확충	어르신 문화프로그램 지원	2,185	3,453
	노인층 대활자본제작·보급	68	100
	어르신 생활체육지도자 지원	6,072	8,964
	생활체육용품 지원	562	5,980
	사랑티켓 지원	2,400	2,000
	토요 NIE(신문활용교육) 교실 운영	50	200

구 분	사 업 명	예산(백만원)	
		2011	2012
	'꿈의 오케스트라' 육성	2,000	3,608
	'예술꽃 씨앗학교' 육성	2,500	2,500
기부와 나눔활동 확산	문화예술 명예교사('특별한 하루')	1,000	900
	행복나눔 생활체육교실	360	480
	책 읽어주는 문화봉사단	200	262

자료 : 문화체육관광부 내부자료
주) 예산은 지방비를 제외한 국고 기준

○ 한편 이러한 문화복지 사업은 중앙정부와 지방정부, 그리고 각 사업을 담당하는 지역주관처와 지역에 있는 문화시설, 교육시설, 사회복지시설, 예술가 및 예술단체 등과의 협력과 연계가 있을 때만이 성공적으로 수행될 수 있어 '문화복지 전달체계를 핵심으로 하는 문화복지 거버넌스'의 구축이 중요한 이슈로 떠오름

○ 이에 따라 학교문화예술교육사업, 사회문화예술교육사업, 문화바우처 사업 등과 같은 주요한 문화복지 사업을 담당하고 있는 지역문화재단 사이에, 지역 주관처와 지역 내 사회복지사업에 있어 중요한 역할을 담당하고 있는 사회복지시설이나 사회복지협의회 사이에, 문화복지 사업 주관처와 문화예술교육 관련 중요한 매개행위자인 시도 교육청 사이에 지역 내 예술단체 및 공연장 등 문화시설 사이에 업무협약(MOU)를 체결하고 실질적인 협력체계를 구축하는 작업이 진행되고 있음

- 2012년 10월에는 12개 광역문화재단이 최초로 〈시·도 문화재단 대표자 회의〉를 발족하고 〈한국 문화 정책 Agenda 2013〉 공동 선언문을 발표함[204] 부산문화재단 남송우 대표는 "각 재단이 가지고 있는 공통 현안에 대해 여러 문화재단이 함께 힘을 합쳐 보다 효율적이고 합리적으로 문제를 해결하고 지역문화 활성화를 이루기 위해 공동협력의 바탕을 마련" 하고자 했다면 대표자 회의의 취지를 밝힘[205]
- 국립극장은 경기문화재단과 문화바우처 사업 활성화를 위한 업무협약

204) 아시아뉴스통신. 2012.10.24. 12개 시·도 문화재단 대표자 협의체 발족
205) 노컷뉴스. 2012.11.02. 남송우 부산문화재단 대표 "선진 문화국가 가는 길은.."

을 체결했으며[206], 문화체육관광부 또한 CJ E&M, CJ CGV, (주)맥스무비, 교보문고, (주)KT뮤직, (주)알라딘, 예스24(주) 등 문화바우처 협력기업과 업무협약식을 통해 문화바우처 회원을 위한 가격 할인, 홍보협력, 프로그램 공동 추진 등 협력사업을 대폭 확대하기로 함[207]

- 제주문화예술재단은 도사회복지협의회와 제주문화나눔공동체 업무협약을 체결했으며[208] 용인문화재단 역시 인시지역사회복지협의체와 문화나눔 실천을 위한 업무협약을 체결[209]하는 등 지역 내 문화복지 서비스를 전달하는데 관계된 주요 기관들 사이에 업무협약이 상당 수 진행됨

나. 전문 매개인력의 필요성에 대한 공감대 조성

○ 한편 문화복지 사업이 성공적으로 수행되기 위해서는 문화복지 사업에 대해 잘 이해하고 지역의 주요 행위자들과 네트워킹을 수행하며, 프로그램의 기획 및 수요조사, 지역자원의 발굴과 홍보, 그리고 사업협력을 이끌어내는 '전문 매개인력'의 역할이 핵심적임

- 문화예술에 대한 이해와 정보가 부족한 수혜자들에게 적절한 정보와 교육 프로그램을 제공하여 이들의 수요를 형성하고 문화예술교육프로그램과 문화복지 프로그램의 효과를 극대화시키는 것 또한 이들의 역할임

○ 그러나 현재 문화복지 사업이 이루어지는 일선 현장의 경우 전문적으로 매개업무를 수행할 인력이 절대적으로 부족하며, 설사 있다 하더라도 제도적 여건의 미비로 인해 문화복지 업무를 수행하는 데 필요한 전문성을 갖추지 못한 경우가 많음

- 예컨대 현재 문화복지사업의 주된 정책대상인 저소득계층에 대한 정보는 기초자치단체 읍면동 주민센터의 사회복지담당자에게만 접근권이 있으나, 이들은 사회복지와 관련된 업무만 담당하는 것만으로도 심각한

206) 아주경제. 2012.09.28. 국립극장-경기문화재단 문화바우처사업 활성화 MOU
207) 연합뉴스. 2012.07.20. 문화부-문화바우처 협력기업과 MOU체결
208) 제민일보. 2012.07.31. 제주문화나눔공동체 MOU 체결
209) 데일리와이. 2012.08.16. 용인문화재단·용인시지역사회복지협의체 협약

업무 부담을 호소하고 있어 문화복지 사업을 담당할 여력이 없으며, 설사 의지가 있다 하더라도 '문화'와 관련된 전문성이나 이해, 관심이 낮은 경우가 많아 문화복지 사업의 효과적 수행이 곤란한 실정임[210]

○ 문화복지 사업의 실질적 운영 및 집행과 연계된 각종 문화시설이나 지역 주관처의 사정 역시 유사함

- 2010년 기준 전국에 건립된 박물관의 수는 655관이며 미술관은 145개관, 지방문화원은 228관이 있음
- 그러나 여기에서 전시, 교육, 기획 등을 담당할 수 있는 전문 매개인력에 해당하는 자격증을 소유한 학예직원(학예사)의 수는 턱없이 부족함
- 2010년 기준 박물관 당 자격증을 소지한 학예직원의 수는 전국 평균 1.4명에 불과하며 자격증 소지 학예직원이 없는 박물관이 224관으로 약 34.2%에 달함. 미술관 당 학예직원의 수 역시 2.1명이며 학예직원이 없는 미술관도 16관임. 지방문화원의 관 당 인력 수는 전국 평균 3.4명에 불과함[211]

○ 이에 따라 문화분야에서는 오래 전부터 문화예술교육이나 문화복지사업의 효과적 수행을 위한 '전문 매개인력'의 양성과 제도화에 대한 요구가 지속적으로 이루어졌음

다. 〈문화예술교육사〉 제도의 도입

○ 2012년 2월 〈문화예술교육지원법〉 개정으로 문화예술교육 전문인력인 〈문화예술교육사〉 제도가 전면적으로 도입되었으며, 8월부터 공식적으로 시행됨

- 〈문화예술교육사〉는 '문화예술교육 관련 교원 외에 국공립 교육시설(학교, 국공립 공연장, 국공립 박물관과 미술관, 공립 공공도서관, 문화의 집, 전수회관 등) 등에서 문화예술교육에 관한 기획, 진행, 분석, 평가

210) 양혜원.(2012). 「문화복지정책의 사회경제적 가치 추정과 정책방향」. 한국문화관광연구원
211) 양혜원.(2011). 「2011 문화예술 대표지표 분석 연구」. 문화체육관광부

및 교수 등의 업무를 수행하는 문화예술교육 전문인력'임

- 문화예술교육사의 등급은 1급, 2급으로 구분되며 등급별로 정해진 문화예술교육과 관련 일정한 학력과 경력을 갖추고 문화예술 교육과정을 이수하는 경우 국가공인자격증이 부여되어[212] '학교문화예술교육' 혹은 '사회문화예술교육' 사업 등을 수행하게 됨

〈표 3-6-3〉 문화예술교육사 자격요건

등급	학력 · 경력 요건	교육 과정이수 요건
1	가. 2급 문화예술교육사 자격을 취득한 후 5년 이상의 문화예술교육에 관한 경력이 있는 사람	1급 문화예술교육사 교육과정을 문화예술교육사의 교육기관에서 이수한 사람
	나. 진흥원에서 다음에 해당하는 사람을 대상으로 실시하는 교육을 140시간 이상 이수한 후 5년 이상의 문화예술교육에 관한 경력이 있는 사람 • 학교문화예술교육 참여자 • 사회문화예술교육 참여자	
2	가. 「고등교육법」 제2조제1호 · 제2호 · 제4호 · 제6호 · 제7호에 따른 대학 · 산업대학 · 전문대학 · 기술대학 · 각종학교, 「고등교육법」 제29조에 따른 대학원, 그 밖에 다른 법률에 따라 설치된 문화예술 관련 대학에서 예술 관련 분야(미술, 음악, 무용, 연극, 영화, 국악, 사진, 만화 · 애니메이션, 디자인, 공예 분야를 의미한다. 이하 같다)를 전공하여 졸업한 사람	2급 문화예술교육사 교육과정(예술전문성 교과영역은 제외)을 이수한 사람
	나. 고등학교를 졸업하거나 이와 같은 수준 이상의 학력이 있는 사람	2급 문화예술교육사 교육과정을 이수한 사람
	다. 학교문화예술교육에 참여하여 교수 업무를 수행한 경력이 3년 이상인 사람	진흥원에서 학교문화예술교육 참여자를 대상으로 운영하는 연수 교육을 140시간 이상 이수한 사람
	라. 사회문화예술교육에 참여하여 교수 업무를 수행한 경력이 3년 이상인 사람	진흥원에서 사회문화예술교육 참여자를 대상으로 운영하는 연수 교육을 140시간 이상 이수한 사람
	마. 「문화재보호법 시행령」 제24조제1항에 따른 중요무형문화재의 전수 교육 이수증을 발급받은 사람	「문화재보호법 시행령」 제24조제1항에 따른 중요무형문화재의 전수 교육을 3년 이상 이수한 사람

자료 : 문화예술교육사 홈페이지(http://acei.arte.or.kr/board_view.html?Tidx=166&Tflag=notice&page=1)

212) 자격증의 발급은 2013년 2월 18일부터 진행됨

○ 이에 따라 문화예술교육사 2급 교육과정이 2012년 2학기부터 4년제 예술대학 위주로 교과목이 개설되어 운영되며 문화예술교육 관련(국악, 연극, 디자인, 사진, 무용, 음악, 미술, 공예, 만화애니메이션, 영화) 전공 분야의 재학생이 수강할 수 있게 됨

- 일반인(비전공자 및 졸업생)의 경우 2급 지정교육기관을 통해 수강할 수 있도록 함

〈표 3-6-4〉 2급 문화예술교육사 교육기관 선정결과(2012년 12월 기준)

권역	기관명	선정 분야									
		국악	연극	디자인	사진	무용	음악	미술	공예	만화·애니	영화
수도권	이화여자대학교	○		○		○	○	○	○		
	인하대학교		○	○		○		○		○	○
	중앙대학교	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
강원권	(신청 없음)										
영남권	경일대학교			○	○				○		
	계명대학교		○	○	○	○	○	○	○	○	
	대구예술대학교					○	○	○		○	
	부산대학교	○		○		○	○	○	○		○
충청권	중부대학교		○		○					○	○
	한서대학교		○	○			○	○	○	○	○
호남 제주권	백제예술대학교	○			○		○				○
	예원예술대학교		○	○		○		○	○	○	
	전남대학교	○		○			○	○	○		
	호남대학교		○	○				○	○	○	○

자료 : 문화예술교육사 홈페이지(http://acei.arte.or.kr/board_view.html?Tidx=166&Tflag=notice&page=1)

○ 기존에는 한국문화예술교육진흥원에서 학교문화예술교육지원사업과 사회문화예술교육지원사업의 일환으로 전국 초·중· 고등학교와 사회복지시설 등에 '예술강사(문화예술교육 전문인력)'를 파견하였음

- 2012년 기준 6,531개의 초· 중· 고등학교에 8개 분야(국악, 연극, 영화, 무용, 만화· 애니메이션, 공예, 사진, 디자인) 4,263명의 예술강사가 파

견되었으며, 아동 복지기관, 노인·장애인 복지기관 교도소 등에 1,100여 명의 예술강사가 지원됨

〈표 3-6-5〉 학교문화예술교육 예술강사의 수

구분	강사수(명)									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
국악	942	873	949	742	822	984	1,093	1,567	1,733	.
연극	113	269	386	326	366	450	743	840	725	.
영화	–	89	89	113	137	121	300	330	253	.
무용	–	–	110	150	248	292	595	801	763	.
만화 · 애니메이션	–	–	94	100	191	299	452	500	499	.
공예	–	–	–	–	–	–	–	52	87	.
사진	–	–	–	–	–	–	–	27	37	.
디자인	–	–	–	–	–	–	–	39	67	.
계	113	358	679	689	942	1,162	3,483	4,156	4,164	4,263

○ 그러나 학교나 복지시설, 기타 문화시설의 경우 문화예술교육 전문인력을 반드시 배치해야 할 의무가 없기 때문에 예산상의 제약으로, 혹은 다른 이유로 예술교육 전문인력을 고용하지 않고 일반 학급 담임이, 혹은 문화예술교육에 대한 전문성이 전혀 없는 이들이 이러한 교육을 담당하는 경우가 많았음

○ 한편 예술적 역량과 교육 역량은 별개의 것이라 교육방법이나 교수 기술 등에 대한 체계적인 교육을 받지 못한 기존 예술강사들의 경우 현장에서 예술교육을 수행하는 데 어려움을 겪었던 것도 사실임

○ 그러나 새로이 개정된 〈문화예술교육지원법〉은 국공립 교육시설 등에 문화예술교육사를 반드시 배치할 것을 의무규정으로 두고 있으며, 문화예술교육사 자격증을 취득하기 위한 필요조건으로 '교육학개론, 교육심리, 교육평가' 등과 같은 교육과정을 포함하고 있어 그간 지적되었던 문제점들이 상당부분 해결될 것으로 예측됨

○ 이러한 문화예술교육사 제도의 도입은 문화예술교육인력에 대한 체계적 교육과 효율적 경력 관리를 통해 문화예술인력의 교수 역량을 증진시키고, 이를 통해 궁극적으로 학교 및 사회문화예술교육의 질적 향상을 가져올 것으로 전망됨

- 문화예술교육은 삶의 해득력을 기반으로 자아표현, 통합적 사고, 타인을 비롯한 문화 다양성의 이해, 소통능력의 배양을 통한 미래 문화시민 교육의 역할도 담당하고 있으며, 특히 현 시대가 요구하는 창의적 사고 및 인성 개발에도 중요한 기능을 수행함
- 문화예술교육사 제도는 이러한 문화예술교육에 요구되는 전문성 있는 문화예술교육 인력의 확보와 이들이 원활하게 활동할 수 있는 제도적 기반을 마련하는 계기가 될 것으로 보임[213]

라. 〈문화복지사〉 제도 도입 요구 증대

○ 문화적 양극화 해소를 위해 문화바우처 사업의 예산 규모가 증대되고, 다양한 문화복지 서비스의 효율적, 효과적 전달에 대한 필요성이 제고되면서 그 핵심 요소인 '문화복지 전문 매개인력', 즉 〈문화복지사〉 제도 도입 요구가 강도 높게 나타남

○ 2012년 11월에는 〈문화복지사〉 제도 도입을 골자로 한 〈문화예술진흥법〉 개정안을 윤관석 의원이 발의하였고, 〈문화사각지대 해소를 위한 문화복지사 제도 도입을 위한 토론회〉가 개최됨[214]

- 동 법안은 문화복지사를 '문화복지 분야의 전문성과 역량을 갖추고 문화복지서비스기획, 제공 및 전달 등의 업무를 수행하는 자로서 대통령령이 정하는 바에 따라 자격검증 절차를 거친 자'로 정의하고 있으며, 문화체육관광부나 지방자치단체가 문화복지사 자격을 가진 이들을 문화시설, 사회복지시설 등에 배치하고 이에 대해 지원할 수 있도록 규정함

213) 박신의.(2012). 「2012 문화예술교육사 경력 산정 연구」. 한국문화예술교육진흥원
214) 시사뉴스. 2012.11.23. 문화복지사 토론회 개최 "문화 강국 새 패러다임 만들 것"

- 토론회에서는 양적 성장의 시대에서 문화의 시대로 가는 길목에 있는 대한민국에 가장 필요한 제도가 문화복지사임을 강조하며 동 제도 도입의 구체적 필요성과 시범 사업의 성과에 대한 논의가 이루어짐

○ 이에 앞서 2011년부터 문화체육관광부의 주도로 문화 소외계층의 문화복지 서비스를 전담할 〈문화복지 전문인력 양성· 배치 시범사업〉이 전격적으로 실시되었으며[215] 올해는 작년보다 더욱 확대되어 시행됨

- 올해 사업은 16개 시도에서 추천한 문화바우처 사업 담당자, 문화예술기관 및 사회복지시설 등에서 추천한 문화예술· 사회복지 관련 전공자와 종사자 등 100여 명을 대상으로 기초과정과 통합과정을 이수하게 하였고, 교육 이수자를 전국의 문화예술· 사회복지시설에 배치하는 방식으로 이루어짐

○ 사실 문화복지사의 도입 논의는 새로운 것은 아니며, 2006년 〈지역문화진흥법〉 제정 논의와 연계되어 출발함

- 당시 지역의 문화기획, 문화시설관리, 문화예술교육, 지역문화해설, 문화행사 등을 전문적으로 수행할 수 있는 '문화복지사' 양성에 대한 논의가 나타났으며, 제17대 국회, 제18대 국회에서도 유사한 내용으로 법안이 제출된 바 있으나 '업무범위의 포괄성, 유사 자격증과의 중복성, 구체적 자격기준 및 교육과정 미비의 문제점'이 지적되어 채택되지 못함

○ 그러나 금년의 경우 문화복지사의 업무범위가 과거에 비해 구체화되었으며, 유사 자격증에 해당하는 사회복지사, 학예사, 문화예술교육사 보유자에 대해서도 문화복지사 자격을 쉽게 취득할 수 있도록 개방하는 방안을 제시하고 있음. 또한 자격기준과 교육과정에 대한 밑그림도 한층 구체화되었으며, 무엇보다 문화복지 사업의 양적 팽창으로 인해 문화복지 전문인력의 중요성에 대한 공감대가 형성되어 있다는 점에서 과거와 차이가 있음

- 현재 제시되고 있는 문화복지사 자격제도(안)은 문화복지사의 직무 범

215) 연합뉴스, 2012.06.13. 문화복지 전문인력 양성·배치사업 전국 확대

위를 문화복지서비스 기획 및 제공, 문화복지 수요 및 자원에 대한 조사와 분석, 문화복지정보 제공 및 관리, 문화자원봉사 활성화, 문화바우처 사업 실행 등 취약계층 문화활동 활성화 지원으로 규정하고 있음

- 또한 문화복지사의 등급을 2단계로 하되, 해당 인력의 전문성 배양과 실질적 고용 창출을 위해 '시험검정'을 통한 국가자격증 부여 방식을 제시하고 있으며, 타 자격증 소지사(학예사, 사서, 사회복지사, 문화예술교육사 등)에게도 일정 시간의 교육 이수 시 자격증을 취득할 수 있도록 개방하는 방안을 제시하고 있음
- 문화복지사 자격증 취득자의 경우 생활권 문화복지시설이나 지역문화재단, 주민자치센터, 지역문화기반시설 및 사회복지시설 등에 배치할 것을 제안하고 있음

○ 문화복지사 자격제도가 도입될 경우 문화복지 서비스의 효과적 전달을 통해 국민의 문화향유 기회를 확대하고 문화사각지대 해소 및 문화적 양극화 완화에 도움이 될 것으로 예상됨. 또한 문화예술을 전공한 졸업생들의 취업 증대를 통해 새로운 일자리 또한 창출될 수 있을 것으로 보임

- 다만 문화복지사 제도가 실효성을 갖기 위해서는, 즉 자격증을 취득한 이들이 실질적으로 지역 문화시설이나 복지시설에 고용될 수 있도록 하기 위해서는 〈문화예술진흥법〉 상에 일정한 시설의 경우 문화복지사를 반드시 배치하도록 의무 규정을 둘 필요가 있으며, 배치된 문화복지사에 대한 국가 및 지방자치단체의 지원 의무를 함께 규정할 필요가 있을 것임

제7절

경계를 허무는 새로운 스타의 탄생

1. 오디션을 통한 새로운 아티스트의 탄생

가. 〈서바이벌 오디션 프로그램〉의 무한질주와 기대 섞인 우려

○ 2009년 케이블 TV인 Mnet에서 방영한 〈슈퍼스타K〉가 소위 대박을 터트린 이후 〈서바이벌 오디션〉 프로그램은 방송 프로그램의 대세가 되었고 각 방송사마다 봇물이 터지듯 새로운 오디션 프로그램을 내놓게 됨

- 연예기획사의 오랜 기간에 걸친 트레이닝과 기획을 통해 공들여 제작된 '상품'인 아이돌 가수들에 염증을 느껴가던 시청자들에게 이들 프로그램은 신선함 그 자체였음
- 외모도 학벌도, 집안도 별 볼일 없는 '허각'과 '백청강'이 오직 실력과 능력으로 평가받아 우승을 거머잡은 데 대해 대중들은 강한 대리 만족과 희열감을 얻었으며, 음악을 향한 젊은이들의 도전과 열정, 노력과 성장사가 어우러진 리얼리티의 요소에 감동을 느꼈으며 그리고 치열한 경쟁과정과 미션을 통한 성장· 발전을 특성으로 하는 서바이벌 형식에 대한 오락적 재미를 느낌
- 또한 시청자가 심사위원의 입장에서 지원자를 평가하여 투표에 참여함으로써 출연자들의 생존 경쟁에 직접 영향력을 발휘하는 데 대한 희열 또한 서바이벌 오디션 프로그램이 인기를 끈 요인으로 평가됨[216)]
- 한편 청년실업이 증가하고 실제 취업을 해도 비정규직이 대부분인 현실 속에서 좌절하던 청년들에게 오디션 프로그램은 오로지 자신의 재능과 실력을 기반으로 '스타로 신분 상승'할 수 있는 유일한 기회로 여겨졌기에 오디션 프로그램마다 지원자는 기하급수적으로 늘어남

216) 박소현.(2012). 「2012 문화예술의 새로운 흐름 분석 및 전망」. 한국문화관광연구원.

○ 그러나 이러한 오디션 프로그램에 대한 우려의 목소리도 점점 높아졌던 것이 사실임

- 오디션 프로그램의 높은 시청률은 경쟁과 탈락, 그리고 평가라는 구도에 의한 것이라서 사회 내 경쟁주의와 평가 만능주의에 일조하는 비판이 제기됨
- 또한 오디션 프로그램은 본래 실력있는 스타를 발굴하기 위해 제작된 것이나 시청자들의 문자투표가 뛰어난 외모를 가진 대중성 있는 출연자를 선호하는 경우가 많아 실력과 무관하게 대중적 스타성에만 치중하게 된다는 부정적인 시각 또한 증가함
- 비슷비슷한 오디션 프로그램이 우후죽순처럼 제작되면서 오디션 프로그램에 대한 피로감이 증가하였으며, 프로그램의 참여를 높이기 위해 방송사들이 지나치게 많은 상금을 걸면서 보컬학원이나 실용음악학원이 오디션 대비 특별반으로 성행하는 등 오디션이 꿈보다는 욕망의 대상으로 변질되었다는 비판 또한 제기됨[217)]

나. 오디션을 통한 새로운 아티스트의 탄생

○ 2012년에도 오디션 열풍의 무한질주는 이어짐

- Mnet의 〈슈퍼스타K 4〉, 〈보이스 코리아〉, MBC의 〈스타오디션 위대한 탄생 3〉, 〈나는 가수다 Ⅱ〉, 〈댄싱 위드 더 스타 시즌2〉, SBS의 〈K팝 스타 시즌1〉과 〈K팝 스타 시즌2〉, KBS의 〈내 생애 마지막 오디션〉, 〈TOP 밴드 2〉, tvN의 〈코리아 갓 탤런트 2〉, 〈오페라스타 2012〉, 〈도전 슈퍼모델〉 이 이어졌음
- 또한 인재양성 프로젝트를 표방하는 tvN〈슈퍼챌린저코리아〉, 유명 패션디자이너들의 런웨이 서바이벌인 온스타일의 〈솔드아웃〉, 아동을 대상으로 한 투니버스의 〈키즈 서바이벌, 슈퍼 히어로〉, Mnet의 〈엠넷 보이스 키즈〉 등도 새로이 제작됨

217) 박소현.(2012). 「2012 문화예술의 새로운 흐름 분석 및 전망」. 한국문화관광연구원

- 〈K팝스타 시즌2〉는 음악적 색깔, 스타일 등 서로 비슷한 캐릭터를 가진 참가자들을 한 조로 묶어 개별 심사로 랭킹을 매긴 뒤 탈락자를 결정하는 '랭킹 오디션' 방식을 도입했고[218] 〈슈퍼스타K 4〉 종방 이후 이승철은 프로그램의 생명력을 위해 리그제와 토너먼트제의 결합이나 슈퍼컷 제도와 같은 심사방식의 변화를 제안하기도 함[219]

○ 한편 2009년부터 시작된 오디션 프로그램을 통해 얼굴을 알린 출연자와 우승자들이 오디션 프로그램을 통해, 그리고 그 이후 본격적으로 가요계에 진출하면서 이들 '오디션 스타'가 그전까지 공고하게 유지되던 아이돌 중심의 지배 구도에 균열을 내며 '대중문화계의 새로운 지각변동'을 만들어내고 있음

○ 먼저 〈슈퍼스타K 3〉 준우승팀이었던 〈버스커 버스커〉는 2012년 3월말 자작곡 11곡으로 구성된 첫 정규앨범 〈버스커 버스커〉로 상반기 최고 음원강자로 등극함[220]

- 타이틀곡 〈벚꽃 엔딩〉을 비롯해 〈봄바람〉, 〈첫사랑〉, 〈여수밤바다〉, 〈정말로 사랑한다면〉 등이 모두 무서운 기세로 차트를 싹쓸이하며 크게 히트했으며 앨범판매량도 10만장을 돌파함
- 〈청춘버스〉라는 타이틀로 시작한 서울, 전주, 울산, 부산, 대구 등 전국 투어에서 공연은 모두 매진되었고 서울에서 앵콜콘서트까지 열었으며, 음료를 비롯해 이동통신사, 컴퓨터, 의류브랜드 등 광고모델로도 맹활약을 펼침
- 이들은 대형기획사에 소속되지 않고 작사, 작곡과 연주, 프로듀싱을 모두 스스로 했으며 화려하지는 않으나 수수하면서도 진솔한 아날로그적 매력으로 상반기 대중가요계에 가장 큰 이슈로 떠올랐음

○ 〈K팝스타 시즌 1〉로 준우승한 당돌한 16세 소녀 〈이하이〉와 보일러 배관공 출신으로 '제2의 폴포츠' 열풍을 일으킨 주역인 〈허각〉, 다양한 장르

218) 내일신문. 2012.12.6. 'K팝스타2', 랭킹 오디션 돌입..본격 경쟁 '시작'
219) 뉴스엔. 2012.11.16. "심사점수 문제?" 이승철 왜 슈퍼스타K 변화 요구했나
220) TV리포트. 2012.12.15. [2012 오디션★리포트②] 전문가가 뽑은 '오디션 왕중왕'은?

의 노래와 퍼포먼스를 완벽하게 해낸 〈슈퍼스타K 3〉의 우승팀인 〈울랄라세션〉 역시 활발한 활동을 통해 꾸준히 인기를 얻음

- 특히 〈이하이〉는 〈K팝스타 시즌1〉 종영 이후 반년 만에 가요계에 진출하여 첫 싱글앨범 〈1,2,3,4〉를 발표하자마자 차트 1위를 석권하였으며, 레트로 소울이라는 독특한 장르의 곡임에도 불구 매력적인 중저음과 묵직한 소울풍의 목소리로 팬들을 사로잡음
- 한편 〈K팝스타 시즌2〉의 남매 어쿠스틱 듀오 〈악동뮤지션〉의 자작곡 〈다리 꼬지 마〉, 〈매력있어〉가 주요 음원사이트에서 음원공개 직후 실시간 차트 1위에 등극하여 음원차트를 점령함[221]
- 이들은 특유의 위트 넘치는 가사와 뻔하지 않은 멜로디 진행, 매력적인 가성으로 방송 직후 무대영상이 하루 반에 130만 뷰를 돌파하는가 하면, 참신한 발상의 가사 선보이는 노래마다 검색어에 오르는 등 관심이 고조되고 있음[222]

○ 밴드음악의 활성화를 기치로 내걸고 지난 해부터 시작된 KBS의 〈밴드 서바이벌 TOP밴드〉는 아마추어 밴드들의 모험적인 음악과 그들의 개성을 시청자에게 설득시키는데 성공하며 '인디밴드의 축제'라는 평을 얻으며 5%의 시청률을 기록했으며[223] 우승팀인 2인조 밴드 톡식(TOXIC)은 1년 만에 5개의 자작곡으로 채워진 첫 앨범 〈퍼스트 브릿지〉를 발매함[224]

- 또한 〈TOP밴드 2〉 우승을 차지한 밴드 〈피아〉의 단독공연이 티켓오픈 3분만에 매진되는가하면[225] 준우승을 차지한 〈로맨틱펀치〉의 앨범발매 기념 단독공연은 티켓오픈 20초 만에 매진되는 기염을 토함[226]
- 〈TOP밴드〉를 통해 그 동안 가려졌던 '인디'라는 하나의 문화 자체가 대중적으로 재조명되고 이들의 생존 출구를 열어줌으로써 주류와 비주류

221) 스포츠월드. 2012.12.13. SBS 'K팝스타 시즌2' 악동뮤지션 음원 공개 직후 '실시간 1위'
222) 헤럴드경제. 2012.12.10. 악동뮤지션, 오디션 피로도 생긴 이후 찾은 보석
223) 오마이스타. 2012.11.14. 미궁에 빠진 〈탑밴드3〉 제작, 쇼는 계속되어야 한다
224) 헤럴드경제. 2012.10.22. "탑밴드 속 '톡식'은 잊어주세요"
225) 뉴스엔. 2012.11.28. '탑밴드2' 우승 효과? 피아 단독공연 3분만에 매진
226) 뉴스엔. 2012.10.23. 로맨틱펀치 "20초만에 콘서트 매진 '탑밴드2' 덕이죠"

음악의 공존 및 대중음악계의 장르다양성에 기여한 것으로 평가됨[227]

○ 4인조 인디 록밴드 〈국카스텐〉은 〈나는 가수다 2〉에 등장해 이장희의 〈한잔의 추억〉으로 1위를 차지하는가 하면 음원 공개 1시간 만에 각 음원 사이트 상위권마저 점령하며 국가대표 밴드로 부상하며 큰 화제를 모음[228]

- 올해 〈국카스텐〉의 연말 단독공연은 작년의 2배로 규모가 커졌으며, 팬들의 쏟아지는 요청에 추가 오픈한 스탠딩석마저 매진됨

○ 전반적으로 아이돌그룹의 존재감은 줄어들었고 대신 이 자리를 오디션 프로그램을 통해 떠오른 실력파 신인과 인디밴드, 그리고 싱어송 라이터들이 메우면서 대중문화계는 훨씬 더 풍성하고 다채로워짐

- 〈슈퍼스타K 4〉SMS 결승전에 자작곡 미션을 도입하였고 각종 프로에서 자작곡을 선보이는 후보들이 등장하면서 노래 뿐 아니라 작사, 작곡 실력까지 겸비한 아티스트들에 대한 선호가 트렌드로 떠오름
- 한 가요 관계자는 "많은 오디션 프로그램 참가자들이 자작곡을 선보이는 이유는 가창력과 음악성을 동시에 평가받을 수 있을 뿐만 아니라 기존의 곡을 부르는 것보다 자신의 장점을 최대한 부각할 수 있기 때문이다" 며 "시청자들 역시 단순히 가창력만 뛰어난 참가자보다는 음악적 재능과 기발한 아이디어를 갖춘 자작곡 참가자들을 선호하는 편이다" 라고 지적함[229]

○ 한편 오디션 프로그램을 통해 주류가수는 신인 혹은 인디밴드들이 가진 재기발랄함과 실험성을 배우고, 인디가수는 주류가수로부터 대중적인 감각에 대한 힌트를 얻어 주류 상업가수와 비주류 인디가수가 상생할 수 있는 통로가 열림[230]

---

227) 한국일보. 2012.06.04. 방송계, 인디뮤지션 생존 출구 열었다
228) 뉴스엔. 2012.06.05. '탑밴드2' PD가 본 '나가수2' 국카스텐 어땠나?
229) 아시아투데이. 2012.11.27. '스쳐가다' · '고독의 쭈쭈바' · '다리 꼬지마' … 오디션 프로그램 "자작곡 열풍"
230) 헤럴드경제. 2012.12.10. 대중은 '100% 진짜음악' 을 원한다

2. 개가수와 배우감독, 영역을 넘나드는 활동들

가. 개그맨 겸 가수, '개가수' 전성시대

○ 개그콘서트의 〈용감한 녀석들〉, 〈형돈이와 대준이〉 등 인기 개그맨들이 프로 가수 못지않은 실력으로 음원을 발매하고 주류 가요계에서 프로가수를 제치고 대중의 인기를 크게 얻게 되면서 '개가수(개그맨+가수)'라는 신조어가 탄생함

○ KBS의 〈개그콘서트〉의 한 코너인 〈용감한 녀석들〉의 신보라, 박성광, 정태호는 초기에 코미디극에 라이브 공연을 도입하는 신선한 발상으로 현장 관객들의 열정적인 반응을 이끌어냈으며, 이를 바탕으로 〈기다려 그리고 준비해〉, 〈I 돈 Care〉, 〈남녀 더치페이〉 등 발표하는 음원마다 차트 상위권을 차지함 [231]

- 이들은 프로 가수 수준에 버금갈만한 가창력과 랩 실력을 바탕으로 수준 높은 음악을 선보이고 있으며 〈뮤직뱅크〉와 같이 프로 가수들이 활약하는 무대에도 데뷔하는 등 정식 가수들과 행보를 나란히 함

○ 개그맨과 전문 음악인이 함께 참여하는 혼성 그룹의 형태도 나타남. 정형돈과 가수 데프콘이 만든 〈형돈이와 대준이〉는 싱글앨범 〈껭스타랩 볼륨 1〉과 〈올림픽대로〉를 내자마자 핫 이슈로 떠오름

- 여기에 수록된 〈안 좋을 때 들으면 더 안 좋은 노래〉, 〈올림픽대로〉, 〈되냐 안되냐〉등은 데프콘의 음악적 역량과 정형돈의 익살과 코믹한 매력에 힘입어 각종 음원차트 1위를 기록하며 주류 음악계를 긴장시켰으며, 〈안 좋을 때 들으면 더 안 좋은 노래〉의 등장하는 정형돈의 '아니 아니 아니 아니~' 추임새는 새로운 유행어로 떠오름

○ 개그맨 겸 리포터인 박범수와 〈일기예보〉 출신의 실력파 뮤지션 나들이 결성한 듀엣 〈180〉도 개그맨과 가수의 합작으로 화제를 모았으며, 이외

231) 문화일보, 2012.06.13. '개가수' 전성시대…참신·코믹·엉성 더 매력

에도 개그맨 윤형빈이 〈JKMFO〉 라는 이름으로 가수 활동을 재개하고, 박성호가 본인이 연기하는 갸루상 캐릭터를 컨셉으로 앨범 〈아니무니다〉를 발매하였으며, 안영미와 강유미가 인디음악인들을 영입한 〈미미밴드〉를 결성하는 등 많은 개그맨들이 가수를 선언하고 있음

○ 물론 과거에도 개그맨 겸 가수는 존재했으나 가창력과 음악성을 겸비한 오늘날 '개가수'의 원조로는 2010년에 개그맨 유세윤과 뮤지가 결성한 〈UV〉를 꼽는 것이 일반적 견해임

- 1960년대에 '시골 영감 처음 타는 기차놀이로'라는 가사로 시작되는 〈서울구경〉을 통해 한 시대를 풍미했던 코미디언 서영춘, 넓게는 1980년대 장두석과 이봉원 콤비의 '시커먼스'의 패러디 음악은 물론, 크리스마스 시즌에 맞춰 발매된 심형래의 영구 캐럴, 최양락의 네로 크리스마스, 김미화 김한국의 쓰리랑 부부 캐럴 등이 인기를 끈 바 있음. 1990년대 박명수와 이휘재는 프로 가수들의 음반을 표방한 정규 앨범을 수차례 냈음
- 한편 개그맨 유세윤과 뮤지가 결성한 〈UV〉는 〈쿨하지 못해 미안해〉라는 코믹한 음악으로 많은 관심을 받았으며, 2011년에 발표한 〈이태원 프리덤〉이 또 한 번의 돌풍을 일으키면서 명실상부한 개가수의 원조로 자리매김함.
- 〈무한도전〉 팀의 〈올림픽대로 듀엣 가요제〉, 〈서해안 고속도로 가요제〉 등 해마다 꾸준히 기획되어온 일회성 가요제 또한 개가수의 명맥을 이었음

○ 그러나 최근에 두드러지는 현상은 '개가수'이 발표한 음반의 수준이 프로 가수들과 비슷할 정도로 음악적 수준이 높다는 것과 과거 〈무한도전〉에서처럼 갑자기 급조되어 '화제성 단발'에 머무르지 않고 오랜 기간을 두고 차근차근 준비하여 그 흐름을 장기적으로 이어가고 있다는 점임[232)]

○ 대중문화평론가 정덕현은 '개가수'들이 인기를 얻는 현상은 그들의 '음악

232) 문화일보. 2012.06.13. '개가수' 전성시대…참신·코믹·엉성 더 매력

적 완성도' 외에도 '개그맨들의 캐릭터가 전하는 스토리가 음악 안에 녹아 있어 대중에 효과적으로 전달되는 장점'이 있다는 것, 그리고 대중들이 과거처럼 음악에 엄밀한 잣대를 적용해 가수의 전유물로만 보는 것이 아니라 '누구나 음악을 할 수 있다'고 인식하게 된 것에 기인한다고 분석함[233)]

- 기발한 아이디어로 점철된 가사가 주는 신선함이 반복 청취를 유도하고, 개그맨의 예능 활동을 통한 높은 인지도가 홍보에 좋은 효과를 준다는 점,[234)] 완벽하지 않아 더 매력적으로 다가오는 아마추어 랩의 전달력, 그리고 최근 대중들이 가창력과 음반의 작품성만 보는 게 아니라 아티스트들의 퍼포먼스 측면도 중요하게 여기게 된 것 역시 '개가수'들이 더욱 주목받게 된 이유임

○ 이러한 개가수들의 활약에 대해서는 '현실적이고 일상성을 지닌 가사들로 대중에게 어필하는 개가수들의 노래로 인해 대중음악의 다양성이 제고'되었으며, '음악적 완성도가 높은 가수와 익살 가사와 퍼포먼스에 능한 개그맨의 합작품은 당분간 트렌드로 자리 잡을 것'이라는 평가가 있는 반면 비판적 시각도 존재함

- 음악평론가 강태규는 '개가수들의 음악에는 프로 가수들보다 음악적 진정성이 결여된 부분이 있으며, 가장 큰 문제는 이들의 가수 활동으로 프로 가수가 되려고 수년간 준비해온 인지도 없는 신인가수들의 진입이 더욱 어려워진다는 것'이라고 주장함
- 또한 '음원사이트들도 개그맨 가수들의 음원이 상업적으로 돈이 되다보니 그들의 음원 위주로 내거는 경향이 있다'고 지적함

나. 배우 감독의 활약

○ 한편 최근에는 한국 배우들의 감독 데뷔 선언이 잇따르고 있음[235)]

233) 서울신문. 2012.07.2. 걔들이 가수? 응, 개가수! 개그맨 겸 가수 '개가수' 전성시대
234) 문화일보. 2012.06.13. '개가수' 전성시대…참신·코믹·엉성 더 매력
235) 연합뉴스. 2012.10.29. 배우에서 감독으로, 도전 성공할까

- 배우 '하정우'는 최근 자신이 완성한 시나리오로 〈인간과 태풍'(가제)〉이라는 제목의 장편 영화를 연출하겠다는 포부를 밝힌 바 있으며, 배우로서 성공적인 경력을 쌓아온 '유지태' 역시 오랫동안 연출을 준비하며 단편 작업을 해오다 최근 〈마이 라띠마〉로 장편 영화 연출에 본격 데뷔함. 유지태가 연출한 영화 〈마이 라띠마〉는 지난 17회 부산국제영화제의 〈한국영화의 오늘-비전〉 부분에 초청되어 화제를 모음
- 20102년 〈요술〉로 장편 영화 연출에 데뷔한 바 있는 '구혜선' 역시 2012년에 샴쌍둥이를 소재로 한 두 번째 영화 〈복숭아 나무〉를 개봉함
- 스타 여배우 출신인 '윤은혜'는 단편 영화 '뜨개질'을 완성해 최근 부산국제영화제에 출품했으며, '박중훈' 역시 자신이 직접 쓴 시나리오로 '톱스타'란 영화의 연출을 준비하고 있음
- 톱스타 장동건 또한 최근작 〈위험한 관계〉 개봉을 앞두고 언론과 가진 인터뷰에서 "이번 작품에서는 감독님과 작품 전반에 걸친 얘기를 나누다 보니 자연스레 연출에 대한 관심이 생겼다" 며 향후 영화 연출에 대한 의지를 밝힘

○ 배우 출신 감독으로서 확고히 자리매김한 대표적인 인물로는 '방은진'이 꼽힘[236)]

- 그는 첫 장편 〈오로라공주〉(2006)로 한국영화평론가협회상 신인감독상, 황금촬영상 신인감독상을 받는 등 평단의 인정을 받았으며 흥행에서도 나쁘지 않은 성적을 거두었으며, 또 최근 개봉한 두 번째 장편 〈용의자X〉도 평단과 관객에게 대체로 호평을 받아 개봉 열흘 만에 관객 100만 명을 넘어서며 흥행에도 성공함

○ 한편 배우로 먼저 출발해 여러 상업영화와 독립영화에서 단역과 조연, 주연으로 경력을 쌓은 '양익준'은 단편영화로 연출을 시작해 첫 장편 〈똥파리〉로 영화계의 주목을 한몸에 받았으며, 독립영화로서는 경이적인 흥행기록인 12만 명이 넘는 관객을 동원하기도 함

236) 연합뉴스. 2012.10.29. 배우에서 감독으로, 도전 성공할까

○ 〈무산일기〉를 연출하고 주연으로 출연한 '박정범' 감독은 영화에 필요한 가장 적확한 연기로 영화의 완성도를 끌어올리며 세계적인 주목을 받았으며, 로테르담국제영화제와 마라케쉬국제영화제에서 대상을 받음

○ 할리우드의 경우 '찰리 채플린', '우디 앨런', '클린트 이스트우드', '워렌 비티', '로버트 레드포드', '멜깁슨' 등이 배우 출신 감독으로 거장의 반열에 오르거나 '작가'로서 자신의 세계를 확고히 구축한 이들로 꼽힘

○ 배우 출신 감독의 장점은 '연기자의 위치를 더 잘 이해하고 섬세한 연기를 이끌어낼 수 있으며, 본인이 직접 출연하는 경우가 많아 감독으로서 원하는 바를 정확하게 표현할 수 있다는 점, 스타배우들의 경우 유명세로 제작비 투자를 받기가 더 수월하고 인맥을 이용한 배우 캐스팅에 유리하다는 점'을 들 수 있음[237)]

○ 연기를 이해하는 감독, 연출을 이해하는 배우는 영화 안에서 연기와 연출을 시너지를 낼 수 있는 가능성이 크며, 영향력이 큰 배우들의 경우 대기업 투자사의 입김을 덜 받는 자유로운 활동으로 다양한 영화를 만들어낼 수 있는 여지가 있다는 점에서 감독에 도전하는 배우들의 행보는 한국영화를 한층 풍성하게 해줄 것으로 기대됨

3. 엔터테이너에 경계란 없다

○ 방송계에 새 바람 일으키는 전문가 방송인, 인포테이너

- 최근 지상파와 케이블, 종편 채널을 통틀어 정보(Information)와 오락(Entertainment)이 결합된 '인포테인먼트(Infortainment)' 프로그램이 방송 시장에서 차별화된 콘텐츠로 떠오르면서 인기를 얻고 있음.
- 현재 SBS의 〈자기야〉, 채널A의 〈한양스캔들〉, MBC 에브리원의 〈베스트 닥터〉, TV조선의 〈홍혜걸의 닥터콘서트〉, MBN의 〈천기누설〉 등

237) 연합뉴스. 2012.10.29. 배우에서 감독으로, 도전 성공할까

'메디테인먼트(Meditainment)' 프로그램이 주축이 되고 있는데, 이들 프로그램의 개수는 지난 해에 비해 3배 이상 증가함.

- 의학 정보를 전문적으로 다루는 프로그램에 더해 MBN의 〈황금알〉과 같이 매회 다양한 분야의 주제를 다루는 프로그램이 방영되면서 특정 분야의 전문가들이 패널로 출연하는 양상이 두드러짐. 1-2명만 출연하여 관련 정보에 관해 조언해주던 기존의 형식과 달리, 4-5명에서 15명을 넘는 전문가 군단이 등장하여 프로그램의 전체 진행을 좌우하는 주역으로 활약함
- 특히 유사한 프로그램을 두고 방송사별 경쟁이 심화되면서, 정보와 지식만 전달하는 형식을 벗고 예능적인 요소를 강화하고 있는 것이 특징임. 〈자기야〉는 의사 부부를 섭외해 부부 경험담을 바탕으로 의학정보를 친근하게 전달하는 방식을 택하고 있으며, 〈한양스캔들〉은 양방 의사와 한방 의사를 각각 초대해 한 가지 주제를 놓고 원인과 치료법에 대해 논쟁하는 형식을 도입하여 차별화를 꾀함
- 그러한 과정에서 전문가들은 권위적인 이미지를 탈피하고, 노래하고 춤추거나 자신의 실수 경험담을 이야기하고 우스갯소리를 마다하지 않는 등 예능인과 같은 캐릭터를 구축하며 인기를 얻음
- 특히 〈닥터의 승부〉는 비지상파 방송으로서는 상당한 수준인 최고 시청률 2.75%을 기록하였으며, 여기에 출연하는 의사들은 연예인에 버금가는 미모와 재치 있는 입담으로 '스타 의사'라는 타이틀을 얻고 병원을 찾는 환자 수가 크게 늘어날 만큼 방송 출연 효과를 보고 있음
- 이 프로그램을 통해 남재현 내분비내과 전문의는 '남데렐라', 박용일 비뇨기과 원장은 '고환의 아버지'라는 별명을 얻으며 인터넷 상에서 인기를 얻음. 시청자 게시판, 온라인 커뮤니티, 블로그 등에는 이들의 팬임을 자처하며 응원하는 글이 쇄도함. 또한 이들은 방송 출연으로 유명세를 타면서 지상파를 비롯한 각종 프로그램에서 섭외를 받고 있음
- 한 방송 관계자는 이 같은 인기에 대해 "한 명의 의사가 나와 일방적으로 의학 정보를 제공해주는 기존의 의학 예능 프로그램과 달리 한 주제

를 두고 의사들끼리 갑론을박을 벌인다는 점이 매력적이다. 이 과정에서 의사들이 전문 자료를 제시하지만 자신의 특이한 경험담을 소개하며 '의도치 않은' 웃음을 선사하기도 한다. 화끈하고 재미있는 멘트를 하는 '예능감 넘치는' 의사들이 많이 출연해 시청자들의 흥미를 끌 수 있었다" 고 분석함[238]

- 또한 전문가 방송인의 인기 원인을 연예인 위주로 이루어지는 예능 프로그램에 대한 피로도에서 찾는 견해도 있음. MBN의 김시중 CP는 "시청자가 기존 연예인 위주의 신변잡기 이야기에 피로감을 느끼는 것 같다" 며 "대신 전문적이지만 눈높이가 비슷한 사람들의 이야기에 관심을 기울이는 경향이 강해지고 있다. 일본에는 이런 현상이 이미 나타나고 있다" 고 분석[239]
- 이와 같은 전문가 방송인의 증가에는 현실적인 이유가 작용하는데, 연예인 출연진과 차별되면서도 비용도 합리적이기 때문에 케이블이나 종편에서 선호하는 것으로 분석됨[240]
- 한편 '의료가 돈벌이 수단으로 전락했다'라거나, '방송을 병원 홍보의 도구로 사용한다', '흥미 위주로 흐르면서 방송이라는 틀에 갇힌 단편적인 의학지식이 난무할 수 있다'는 등 부정적인 견해들도 존재함

○ 예능인으로 변신한 국회의원

- 최근 대선 후보를 비롯한 정치인들의 예능 프로그램 출연이 잇따름
- 지난 해 개그맨 최효종 고소 사건 등으로 유명세를 탄 강용석 의원이 의원직에서 제명당한 이후 예능인으로서의 진로를 새롭게 개척하면서 주목받고 있음
- 예능인으로서 이미지를 완전히 바꾼 것이 아니라, 변호사와 국회의원으로서의 본래 역량을 살린 캐릭터로 새로운 예능 트렌드를 제시함
- 강 의원은 올해 1월 초에 tvN의 〈화성인 바이러스〉에 '고소 고발 집착

238) 일간스포츠. 2012.06.20. '닥터의 승부' 인기 비결은 미녀 의사 출연진 덕분?
239) 연합뉴스. 2012.10.22. '전문가에게 물어봐'..TV 인포테인먼트 붐
240) 연합뉴스. 2012.10.22. '전문가에게 물어봐'..TV 인포테인먼트 붐

남'이란 캐릭터로 출연한 것을 계기로 예능계에 진출하였고, Mnet의 〈슈퍼스타K 4〉에 지원하여 1차 예선을 통과하면서 이슈가 됨

- 그 후, 일반인들의 사연을 듣고 스트레스를 풀어주는 프로그램인 tvN의 〈앵그리 버스〉에 김성주, 붐과 함께 MC로 활약하며 필요한 법률 절차를 자문해주는 역할을 함
- 현재는 정치 · 경제 · 시사 · 문화 분야의 핫이슈를 골라 파헤치는 시사 랭킹쇼 〈강용석의 고소한 19〉의 진행을 주도하며 일반인이 잘 알 수 없는 각 분야의 비하인드 스토리를 들려주고 있으며, 최근에는 대선을 앞두고 대통령의 특권을 세세하게 파헤쳐 최고시청률 1.7%를 기록하기까지 함. 또한 소비자고발 프로그램 성격의 〈강용석의 두려운 진실〉도 진행하는 등 종편채널에서 활발하게 활동하고 있음

○ 제18대 대통령선거가 있었던 2012년에는 특히 폴리테이너(politainer)들의 활약이 도드라지게 나타남[241)]

- 폴리테이너는 정치인(politician)과 연예인(entertainer)의 합성어로 작게는 정치적 소신을 갖고 특정 정당을 지지하는 정치적 행위를 하는 연예인을 지칭하며, 크게는 대중적인 인지도를 이용해 선거에 출마, 정치적 지위를 획득하는 연예인까지를 의미함
- 우리나라의 경우 제16대 대선 당시 영화배우 문성근과 명계남이 선거에서 핵심적인 역할을 수행했으며, 제17대 대선에서는 연극배우 출신인 유인촌 전 문화체육관광부 장관의 활약이 돋보였음
- 한편 기존의 폴레테이너들이 대체로 '얼굴마담'의 역할에 한정됐다면 최근 폴리테이너들의 움직임은 정치적인 행위에만 머무르지 않고 사회적 이슈를 만들어내는 '소셜테이너(socialtainer)'의 역할까지도 수행하고 있음
- 방송인 '김제동'과 '김미화', 영화배우 '김여진', 소설가인 '이외수'와 '공지영'은 21세기형 폴리테이너로 손꼽이며, 트위터 등 SNS를 통해 그 활

241) 신데일리안, 2012.10.1. 18대 대선판에 떠오르는 스타들은 누구?

동 영역과 영향력이 더욱 확대됨

- 영화배우 '김여진'은 홍대 청소 용역 노동자의 문제와 한진중공업 사태에 대해 적극적인 의사표현을 통해 주목을 받았으며, 소설가 '공지영' 역시 트위터를 통해 분명한 정치적 견해를 표명하여 많은 논란을 가져옴
- 2012년 12월 기준 156만 여명에 달하는 트위터 팔로워를 보유한 소설가 '이외수'의 경우 양 당의 대선후보들로부터 러브콜을 받기도 함
- 한편 7월에는 MBC에서 '사회적 쟁점이나 이해관계가 첨예하게 대립된 사안에 대하여 특정인이나 특정단체의 의견을 공개적으로지지 또는 반대하러나 유리 또는 불리하게 하거나 사실을 오인하게 하는 발언이나 행위로 인하여 회사의 공정성이나 명예와 위신이 손상되는 경우 시사교양프로그램의 고정 출연을 제한'하는 〈소셜테이너 금지법〉을 시행하고 MBC라디오 〈손석희의 시선집중〉에 출연 예정이었던 배우 김여진의 출연을 무산시킴으로써 논란을 빚기도 함[242]

○ 이 외에도 한국 리듬체조 사상 처음으로 올림픽 본선 무대에 올라 당당히 5위에 오른 '리듬체조 요정 손연재'와 최근 20개월의 공백을 깨고 독일 도르트문트 대회에 출전하여 화려하게 귀환한 '피겨 여왕 김연아'는 스포츠 스타이면서 활발하게 CF 광고 등을 통해 방송활동을 수행하고 있음. 또한 축구 선수 '기성용'은 SBS 예능토크 프로그램인 〈힐링캠프, 기쁘지 아니한가〉에 출연하여 솔직한 입담과 에피소드로 시청자들의 시선을 사로잡는 [243] 등 다양한 분야의 스타들이 전문 분야의 경계를 뛰어넘어 활발한 엔터테인 활동을 벌이고 있음

242) 주간한국. 2012.08.02. '소셜테이너 금지법', '도청 의혹'… 시끄러운 방송가
243) 스타N뉴스. 2012.08.21. '힐링캠프' 시청률, 月夜예능 1위 '기성용 입담 통했다'

제8절

문화다양성, 문화정책의 키워드로 부상하다

1. 다문화지원에서 문화다양성으로 패러다임 전환

○ 2012년 12월 정부는 〈제6차 다문화가족정책위원회〉를 개최하고 '다문화가족의 소득수준과 거주기관에 따른 정부의 차등지원, 결혼이민자에 대한 취업 지원 강화, 취학자녀 지원 확대, 국제결혼 혼인신고 전 사전 인터뷰제 도입'등을 담은 〈제2차 다문화가족정책 기본계획(2013-2016)〉을 심의 확정함[244)]

- 〈제2차 다문화가족정책 기본계획〉은 '활기찬 다문화가족, 함께하는 사회'를 비전으로 사회발전 동력으로서 다문화가족 역량 강화, 다양성이 존중되는 다문화사회 구현을 목표로 하며, 6개 영역 86개 세부과제로 구성됨

〈표 3-8-1〉 제2차 다문화가족정책 기본계획(2013-2016)의 내용

다양한 문화가 있는 다문화가족 구현 (7)	1-1. 상대방 문화·제도에 대한 이해 제고 1-2. 쌍방향 문화교류 확대 및 사회적 지지 환경 조성
다문화가족 자녀의 성장과 발달 지원 (15)	2-1. 다문화가족 자녀의 건강한 발달 지원 2-2. 한국어능력 향상 2-3. 학교생활 초기적응 지원 2-4. 기초학력 향상 및 진학지도 강화 2-5. 공교육 등에 대한 접근성 제고
안정적인 가족생활 기반 구축 (16)	3-1. 입국 전 결혼의 진정성 확보 3-2. 한국생활 초기 적응 지원 3-3. 소외계층 지원 강화 3-4. 피해자 보호

244) 뉴스1. 2012.12.11. 다문화가족, 소득·거주기간에 따라 차등 지원…취업·자녀 지원 확대

결혼이민자 사회경제적 진출 확대 (16)	4-1. 결혼이민자 일자리 확대 4-2. 직업교육훈련 지원 4-3. 결혼이민자 역량 개발 4-4. 사회참여 확대
다문화가족에 대한 사회적 수용성 제고 (21)	5-1. 인종·문화 차별에 대한 법·제도적 대응 5-2. 다양한 인종·문화를 인정하는 사회문화 조성 5-3. 대상별 다문화 이해 교육 실시 5-4. 학교에서의 다문화 이해 제고 5-5. 다문화가족의 입영에 따른 병영 환경 조성
정책추진체계 정비 (11)	6-1. 다문화가족 지원대상 확대 및 효과성 제고 6-2. 다문화가족정책 총괄 추진력 강화 6-3. 국가간 협력체계 구축

○ 한편 12월에는 다양한 문화의 공존과 사회통합을 이루고 문화의 융합과 창조력을 높이는 문화다양성 정책의 기본법이 될 〈문화다양성의 보호와 증진에 관한 법률안〉이 발의됨

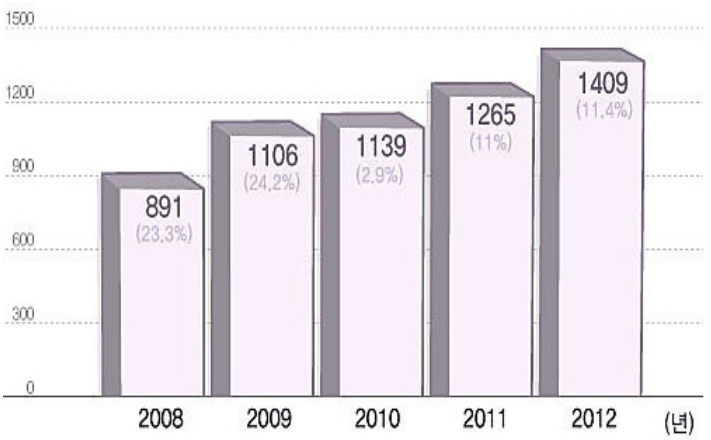
- 동 법안은 국무총리 소속 문화다양성위원회의 설치, 문화다양성 기본계획의 설립, 문화다양성 보호 증진을 위한 정부의 지원, 매년 5월21일을 문화다양성의 날로 지정하는 등 문화다양성의 보호와 증진을 위한 기본적인 사항을 규정하고 있음
- 이 법안을 발의한 윤관석 의원은 "지난 2010년 7월 대한민국이 유네스코의 '문화적 표현의 다양성 보호 및 증진 협약'을 채택하고 정식 발효했음에도 협약이 요구하는 권리와 의무를 반영할 수 있는 구체적인 실행방안이 없어 이를 발의하게 됐다"고 법안 발의 취지를 설명함[245)]

○ 행정안전부 발표 자료에 따르면 2012년 1월 1일 기준 우리나라에 거주하는 외국인 주민 수[246)]는 총 140만 9,577명으로 2011년에 비해 11.4% 증가함[247)]

245) 중부일보. 2012.12.05. '문화다양성의 보호와 증진에 관한 법률' 발의
246) 우리나라에 90일 이상 머무르는 장기체류 등록 외국인과 한국국적 귀화자, 외국인 주민 자녀 등을 포함한다
247) 연합뉴스. 2012.08.09. "국내 거주 외국인 140만명 돌파…광역시 수준"

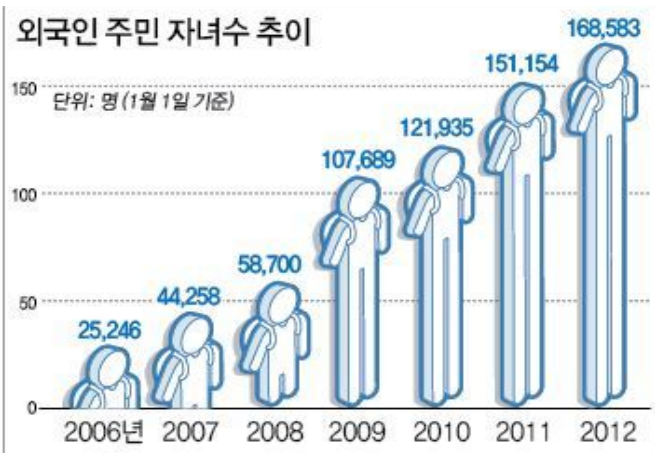
- 외국인 주민 수는 전체 주민등록인구의 2.8%에 달하며, 외국인과 한국인 부모 혹은 외국인 부모 사이에서 태어난 미성년 자녀는 16만8천583명으로 5년 전인 2007년 4만4천258명보다 무려 3.8배나 늘어남
- 전체 외국인 중 한국 국적자는 20.7%인 29만 2096명으로 나타났으며, 한국국적을 갖지 않는 외국인 주민 중 외국인 근로자는 58만 8944명(41.8%), 결혼이민자는 14만 4214명(10.2%), 유학생은 8만 7221명(6.2%), 외국국적동포는 13만 5020명(9.6%)로 나타남
- 국적별로는 중국 국적자는 78만 1616명(55.4%)로 가장 비중이 컸고, 베트남이 16만2254명(11.5%), 미국이 6만8648명(4.0%), 남부아시아가 6만2862명(4.5%), 필리핀이 5만 9735명(4.2%)의 순으로 나타남
- 시군구별로는 경기도 안산시(6만 583명), 서울시 영등포구(5만 70180명), 서울시 구로구(4만 3239명), 경기도 수원시(4만 537명)의 순으로 나타났고 1만명 이상 외국인 주민 밀집거주지역은 42개 자치단체로, 주민등록인구 대비 5% 이상 거주지역은 22개 자치단체로 나타남

[그림 3-8-1] 국내 외국인 주민 현황(2008~2012)



자료 : 뉴시스, 2012.8.9. 국내 거주 외국인주민 140만 돌파…中 국적 55.4% 최다

[그림 3-8-2] 국내 외국인 주민 자녀수의 추이(2006~2012)



자료 : 연합뉴스, 2012.8.9.“국내 거주 외국인 140만명 돌파…광역시 수준”

○ 2005년 경 국제결혼이주여성의 수가 급격하게 증가함에 따라 결혼이주여성의 처우가 주요한 사회적 이슈로 다루어지게 되면서 ‘다문화’라는 용어가 사용되기 시작했으며 ‘다문화 정책’은 초기 출입국 정책으로부터 시작하여 외국인력 정책, 사회통합 정책으로 변화되어 가는 추세임[248)]

- 1990년대(외국인노동자 중심 정책) : 외국인노동자로 인한 각종 문제를 외국인고용허가제(1995), 취업관리제(2002) 등을 통해 해결하고자 함
- 2005년 전후(결론이주여성중심 정책) : 결혼이주여성과 그 자녀를 중심으로 안정된 정착과 학교생활적응에 치중한 정책이 추진됨
- 2007년 이후(다문화정책의 양적 확산) : 다문화정책이 국가정책의제로 채택되면서 〈다문화가족지원법(2008)〉이 제정되고 전담부서 설치와 더불어 중앙정부, 지방정부, 민간단체 등으로 확대되어 사업이 추진
- 2010년 이후(문화다양성 측면에서 다문화정책 접근 요구) : 단일민족구성에서 다인종/다문화 구성으로 사회구성 질서가 바뀌고 있다는 것을 인식하고 위계적 관점에서 추진된 동화정책에서 벗어나 문화다양성 측

248) 김효정.(2012). 「문화다양성 증진을 위한 문화정책 방안」. 한국문화관광연구원

면에서 다문화 정책을 추진할 필요성이 제기됨

○ 현재 다문화정책은 국무총리실(외국인정책위원회, 다문화가족정책위원회)를 중심으로 법무부, 고용노동부, 여성가족부, 문화체육관광부 등 9개 부처에서 2012년 총 예산 1,938억원을 투자하여 다양한 정책 및 사업을 추진하고 있음[249)]

- 그러나 실제적인 정책대상이 결혼이민자 및 그 자녀, 단순기능근로자를 중심으로 추진되고 있어 수혜대상이 편중되어 있으며, 유사한 사업(한국사회 적응지원, 공동체 활동지원, 한국사회와의 문화교류지원, 한국인 대상 다문화 인식개선)을 여러 부처가 수행하는데서 오는 비효율성, 내국인에 대한 역차별성, 현장의 수요를 반영하지 않은 일방적 정책공급이 문제로 제기됨

○ 지금까지의 다문화 정책은 정책 전반에 걸쳐 민족문화의 정체성 유지를 방해하는 이방인으로서 외국인에 대한 편견과 차별적 태도가 나타나며 주류문화인 민족문화로의 흡수와 통합을 목표로 하고 있음

○ 이에 반해 국제적으로 논의되고 있는 '문화다양성' [250)]개념은 국가와 국가 간의 문화권 및 문화표현의 다양성 뿐만 아니라 다양한 집단의 문화권리 존중과 표현의 다양성을 강조하고 있음

○ 2010년에 〈유네스코 문화적 표현의 다양성 보호와 증진협약〉을 비준한 한국은 급속한 다문화사회로의 진입과 사회질서 변화에 대응하여 문화적 단일성에 대한 오랜 신념을 극복하고 변화하는 사회구성에 걸맞는 문화질서를 정립할 필요성이 제기됨[251)]

- 즉 계도와 지원, 관리와 통제의 대상으로서 이주민을 바라볼 것이 아니라 함께 살아가는 대등한 존재로서 접근하는 정책방향의 전환이 요구되

249) 김효정.(2012). 「문화다양성 증진을 위한 문화정책 방안」. 한국문화관광연구원

250) '문화다양성'이란 〈문화적 표현의 다양성 보호와 증진협약〉에 따르면 집단과 사회의 문화가 표현되는 다양한 방식으로 전승된 방식 이외에도 다양한 예술적 창작, 생산, 보급, 배포 및 향유도 포함됨. 지역 및 국가, 국제사회는 개인과 사회집단의 다양한 문화적 표현을 존중하고 보호하며, 증진하기 위해 적절한 조치를 강구할 책임을 짐

251) 김효정.(2012). 「문화다양성 증진을 위한 문화정책 방안」. 한국문화관광연구원

며, 소수인종에 대한 동화주의, 즉 일방적인 문화통합주의에서 벗어나 소수문화를 인정하고 이해를 바탕으로 하는 문화다양성에 입각한 새로운 정책 패러다임이 필요함

- 이를 위해 다문화사회의 성원으로서 각기 다른 민족, 인종, 문화적 배경을 가진 이주민과 사회적 소수자들이 동등하게 사회문화, 정치, 경제적 활동에 참여할 수 있도록 다문화사회의 기반을 마련하는 것이 필요하며, 다수자인 원주민에 대해서도 문화적 다양성 이해와 인식제고 교육을 실시하고 상호 접촉을 통해 차별과 편견을 감소시키는 등의 다문화적 시민 육성이 필요함

2. 마이너리티, 문화예술로 공존의 뿌리를 뻗다

○ 장애인, 이주민, 성소수자, 탈북자 등 우리 사회의 소수집단(minority)들이 활발한 문화예술 활동을 통해 우리 사회에 공존과 공감의 뿌리를 뻗어 나가고 있음

가. 〈제1회 에이블연극제〉와 장애인 전문예술의 활성화

○ 2012년 9월 〈2012 장애인문화예술축제〉에서는 〈제1회 에이블연극제〉가 열림

- 〈1회 에이블연극제〉는 한국장애인연맹 주최, 장애인문화예술극회 〈휠〉의 주관으로 4일간 서울 서대문 문화일보홀에서 10분속으로, 연극의 매력의 빠지다. 무대로 소통하다 등의 3가지 주제로 펼쳐졌으며, '장애인 전문 예술인'으로서 장애인공연물의 발전을 꿈꾸는 공연으로 꾸며짐
- 장애인문화예술극회 〈휠〉의 〈여행〉, 중증장애인 극단 〈애인〉의 〈고도를 기다리며〉, 클론의 강원래가 대본을 집필하였으며 2004년 법무부의 요청으로 소년원과 보호관찰소에서 말썽꾸러기를 대상으로 강연을 한 실제이야기를 담은 〈꿍따리유랑단〉 등이 펼쳐짐[252)]

○ 또한 11월에는 군포시문화예술회관에서 전국 최초 '장애인 밴드 락 페스티벌' 〈사람사랑 樂 페스티벌〉을 성공리에 개최함

- 이날 행사에는 약 500여 인의 관객이 모인 가운데, 전국 장애인 TOP밴드인 상주시장애인종합복지관의 〈인클루젼〉, 서울남부보호작업장의 〈소리울림〉, 군포시장애인종합복지관의 〈락드림밴드〉, 시각장애인연합회군포시지부 〈카운트다운〉, 용인시서북부장애인종합복지관의 〈밝은누리〉 등 총 5개 팀의 공연이 펼쳐짐
- 또한 장애인 밴드를 응원하기 위해 KBS2TV 〈탑밴드2〉에서 활약한 시각장애인 밴드 〈4번 출구〉와 한국대중음반 100대 명반에 2장의 앨범을 올린 〈허클베리핀〉, 다문화 다국적 노래단 〈몽땅〉, 장애 아동·청소년의 어머니로 구성된 〈母樂밴드〉 총 4개 팀이 특별 공연을 펼쳐 장애인들의 적극적인 문화활동 참여를 돕는 화합의 장이 만들어짐[253]

나. 이주민들의 자유항 출범과 〈제1회 서울이주민예술제〉

○ 2012년 4월 국적과 종교, 성별, 비자의 유무와 상관없이 누구나 와서 즐길 수 있는 '자유항'이라는 의미의 이주민문화예술센터 '프리포트(FreePort)가 마포구 서교동에 문을 염

- 미얀마, 파키스탄, 몽골 출신의 예술가들이 모여 만든 프리포트에는 공연과 강연회를 열 수 있는 라운지, 제3세계 영상과 음반을 열람하고 감상할 수 있는 미디어 휴게실, 영상 편집실 등이 갖춰져 있음. 프리포트는 아름다운재단의 '2012년 변화의 시나리오-단체 인큐베이팅' 대상 단체로 선정되어 3년간 총2억원을 지원받으며 1천여만 원의 인테리어 비용은 프리포트 활동가들의 자비로 충당함
- 대부분의 이주민센터는 단체장과 강사가 한국인이지만 프리포트는 대표와 강사는 이주민들로 구성되었으며 〈아시아미디어컬쳐팩토리(AMC

252) 에이블뉴스. 2012.09.03. 장애인도 연극을? '제1회 에이블연극제'
253) 장애인신문. 2012.11.05. 전국 최초 장애인 밴드 樂 페스티벌 성공리 개최

factory)〉에서 프리포트를 운영함

- 프리포트 센터 대표인 마붑 알엄은 "이주민들이 일만 하고 한국 사회와 많은 소통을 할 줄 모른다. 이주민끼리도 서로의 문화를 잘 모른다. 문화와 예술을 통해, 서로를 알고 대화하기를 꿈꾸며 이 센터를 설립했다. 기존의 이주민문화센터는 종교나 봉사단체가 대부분이어서 딱딱하고 재미가 없다. 프리포트에서는 친구들을 만날 수 있고 자유롭게 창작 활동을 할 수 있다" 고 센터 설립 취지를 설명함[254)]
- 한편 〈아시아미디어컬쳐팩토리〉는 10월 〈페스티발, 난테스칼, 웃쌉, 레호이〉라는 슬로건을 걸고 홍대 일대에서 〈제1회 서울이주민예술제〉를 개최함
- 이번 행사는 씨네 프리즘, 뮤직 프리즘, 씨어터 프리즘, 레인보우 바자르 등 영화, 연극, 플리마켓 등 다양한 프로그램으로 꾸며졌으며 국내외 다문화 관련 다큐멘터리 상영, 이주민 감독전, 이주노동자 밴드 '스탑크랙다운'의 리더였던 '미누' 특별전 등으로 구성됨
- 주최 측은 "이번 축제는 이주민과 한국인들이 서로의 문화를 이해하고 즐길 수 있는 기회임과 동시에 이주민들이 사회 저층민이 아니라 문화와 예술을 향유하는 한국 사회의 주체임을 알리기 위한 행사" 라며 "이를 통해 한국의 문화다양성이 증진될 수 있도록 노력하겠다" 고 밝힘[255)]

○ 2011년 5월 27~6월 12일까지 대학로 예술극장 대극장에서 공연된 연극 〈연변엄마〉는 자본주의의 논리, 그로 인한 인간성의 상실을 연변엄마의 눈을 통해 보여주는 작품으로 딸을 찾아 돌아다니는 도시마다 만나는 사람들과 연변 엄마가 가정부 일을 하는 상류층 사람들의 대비로 우리 시대의 모순을 드러내어 동시대를 예리하게 통찰한 작품으로 평가됨

○ 여성가족부는 2012년 8월 25일 오후 광주시 동구 예술극장 통에서 다문화에 대한 청소년들의 인식 개선을 위한 창작극 〈청춘은 다르지 않다〉를

254) 여성신문. 2012.05.04. 이주민문화예술센터 '프리포트' 오픈
255) 뉴스1. 2012.10.19. 다문화 이주민들과 함께하는 '제1회 서울이주민예술제'

무료 공연으로 진행하였으며 〈청소년 참여 지역사회 변화 프로그램〉 일환으로 다문화 청소년에 대한 잘못된 인식으로 그들이 겪는 사춘기 문제를 주제로 청소년들이 직접 희곡을 쓰는 방식으로 진행함. 광주지역 청소년 17명으로 구성된 청소년극단 〈청연〉은 지난 5월부터 다문화 사회인식 주제 강의, 다문화가족지원센터 방문 등을 통해 희곡 내용으로 구성되었으며 〈청춘은 다르지 않다〉는 가수를 지망하는 다문화 청소년이 방황하는 가운데 노래를 통해 꿈을 찾아가는 과정을 담았음

○ 성서종합사회복지관에서는 다문화가족들로 구성된 인형극단을 구성하였으며 이주여성 6명으로 구성된 인형극단은 지난 해 〈무지개 물고기〉에 이어 올해 〈신청개구리전〉 인형극을 6개월간의 연습기간을 거쳐 공연으로 올렸음. 창작극인 〈신청개구리전〉은 베트남 출신 엄마를 둔 아들이 친구로부터 놀림을 받자 엄마와의 갈등이 시작되는데, 결국 엄마의 헌신적인 노력으로 화해한다는 내용을 담고 있으며 인형극은 완성도도 높아 어린이집과 유치원, 노인대학이나 중학교에서도 공연을 진행하였음

○ 한편 전국에서 이주민들이 가장 많이 모여사는 경기 안산시에서는 〈국경없는 마을〉에서 진행되는 〈꿈다락 토요문화학교 - 국경없는 마을 RPG〉가 매주 다른 주제를 가지고 체험을 통해 다문화 사회를 경험하고, 타 문화 이해와 존중하는 법을 배우도록 하기 위해 마련됨

- 〈국경 없는 마을 RPG〉는 인기 TV프로그램 〈런닝맨〉을 본 딴 롤 플레잉 게임으로 각 무리 별로 미리 받은 미션을 수행하는 내용으로 구성됨
- 베트남과 중국의 전통 음식인 '고이 꾸온', '자오즈' 등의 이름을 알아오는 것과 이 음식을 직접 요리하기를 미션으로 받은 아이들은 음식 사진을 들고 무작정 거리로 나섰지만, 베트남이나 중국이 아닌 다른 국적 이주민들을 만나거나 한국말에 서투른 이주민이 엉뚱하게 알려준 단어를 음식 이름으로 착각해 알아오는 등 좌충우돌하며 생생한 다문화교육을 체험하게 되며, 1기 학생들이 체험 후 재미있다는 입소문에 퍼지면서 점점 더 인기를 얻고 있음[256)]

다. 일상화된 대중문화 속 성소수자 코드

○ 최근 대중문화에서 동성애 코드가 비중 있는 소재로 자주 등장하면서 성적 소수자에 대한 내용은 더 이상 불편한 소재가 아니며, 이에 대한 거부감 역시 상대적으로 감소하는 경향을 보임

○ 커밍아웃을 선언한 김조광수 감독은 영화 〈두 번의 결혼식과 한 번의 장례식〉을 통해 30대 결혼적령기 동성애자들이 현실에서 겪어야 하는 고충과 그로 인한 위장결혼을 선택하면서 겪는 파란만장 이야기를 현실감 있게 그려내 한국 퀴어 영화로서는 이례적인 로맨틱 코미디 장르에서 한달 만에 5만 관객을 기록함[257]

- 영화는 하와이국제영화제, 부산국제영화제, 서울국제여성영화제 등 국내외 영화제에 정식으로 초청되기도 하였으며, 〈기안컬쳐엔터테인먼트〉에 의해 '연극'으로도 공연될 예정임[258]

○ 클럽 '라카지오폴'을 운영하는 중년 게이 부부의 아들이 극우파 보수 정치인의 딸과 결혼을 선언하면서 일어나는 에피소드를 유쾌하게 그린 〈라카지〉는 연일 이어진 관객들의 열띤 환호와 기립박수, 입소문을 타고 라이센스 초연작임에도 불구하고 평균 유료 객석 점유율 75%를 기록함

- '위키드' '시카고' '맨 오브 라만차' 등 대작 뮤지컬들이 경쟁하는 가운데 8만명 관객 동원이라는 놀라운 흥행 기록을 세웠으며 국내에서는 아직 민감할 수 있는 성소수자들의 이야기를 대극장이라는 수면 위로 끌어내어 동성애라는 소재의 스펙트럼을 한 단계 넓혔다는 평가도 받음
- 또한 〈제18회 한국뮤지컬대상〉에서 베스트외국뮤지컬상과 함께 김호영의 남우조연상, 서병구의 안무상, 앙상블상을 추가하며 4관왕을 차지하는 등[259] 하반기 공연계 최고의 화제를 불러일으킴

---

256) 한국일보. 2012.11.05. 국경 없는 마을 RPG…게임 통한 다문화 체험
257) 헤럴드생생뉴스. 2012.06.09. 게이 김조광수 감독 "'두번 결혼식 한번 장례식'은 내 얘기"
258) 헤럴드경제. 2012.10.31. 영화 '두 번의 결혼식과 한 번의 장례식' 대학로에 연극으로…
259) 헤럴드경제. 2012.10.30. 한국뮤지컬대상 '라카지' 4관왕 휩쓸어

○ 남성들 간의 사랑을 다루는 공연은 그동안 있었지만 여성들끼리의 사랑을 다룬 공연은 많지 않은 가운데 뮤지컬 〈콜칠팔새삼륙〉은 문화체육관광부 주최, 명동예술극장 주관으로 운영되는 2011 창작팩토리 '우수작품제작지원' 선정작으로 경성 시대 실화를 바탕으로 한 픽션 창작물로서 당시 홍옥임과 김용주의 두 여인의 사랑을 다루고 있으며 3년간의 개발기간을 거친 웰메이드 창작뮤지컬임

- 조용신 프로듀서는 공연을 앞두고 "뮤지컬이 대한민국 문화예술의 대표 장르가 됐다. 장르 자체가 가지는 책임감이 생겼다. 색다른 소재를 다양한 음악적 표현방식으로 다루는데 주력했다. 이번 공연이 창작뮤지컬 시장에 다양성을 구축하는데 좋은 선례가 되길 바란다" 고 말함[260)]

○ 2012년 화제작인 〈응답하라 1997〉에서는 다양한 첫사랑 이야기가 등장하는데 동성애를 다룬 호야의 짝사랑으로 극중 준희는 남자 친구인 윤제를 고교시절부터 6년에 걸쳐 짝사랑하는 인물로 몰래, 조심스럽게 사랑을 키워가는 설정으로 그 수위가 잔잔하고 넘치지 않아 자칫 어렵게 풀릴 수도 있었던 동성애 코드를 아주 부드럽게, 부담스럽지 않게 풀어내어 시청자들로부터 호평을 받아냄

○ 한편 국내 최초 트랜스젠더 토크쇼 〈XY그녀〉는 남자의 삶도 알고 여자의 마음도 아는 트랜스젠더들이 남녀 사이의 미묘한 시각차로 인해 생긴 다양한 고민들을 주제로 솔직한 대화를 주고받는 신개념 토크쇼로 개그맨 신동엽과 배우 홍석천이 트랜스젠더 토크쇼 MC로 발탁되었음

- 〈XY그녀〉를 맡은 임용현 KBS조이 CP는 "성적소수자가 사회적으로 금기시되는 때는 아니다" 라며 시대적인 변화에 대해 애기했으나 9월 6일 첫 방송된 〈XY 그녀〉는 밝은사회어머니회와 참교육어머니전국모임 등 전국 240개 시민단체로 구성된 '자녀교육 망치는 KBS 반대 국민연합'의 거센 비판을 받았으며 "트랜스젠더와 동성애자를 함께 출연시키는 것은 성 정체성이 확립되지 않은 청소년들에게 악영향을 미칠게 불 보

260) 뉴스컬처, 2012.07.10. [리뷰] 촘촘한 픽션으로 공감대 형성… 뮤지컬 [콩칠팔새삼륙]

듯 뻔하다”는 폐지 요구에 의해 잠정적인 폐지로 결정됨[261]

라. 탈북인 2만 5천명 시대, 그들의 문화 알아가기

○ 탈북민 2만 5천명이 살고 있는 현실에서 분단의 아픔을 안고 살아가는 이들의 아픔을 함께 느끼고, 그들의 문화를 이해하기 위한 문화예술 프로그램이 제작되고 있음[262]

○ 영화 〈선처〉: 북한 지하교인들과 탈북자들의 애환을 다룬 영화로 2011년 10월 26일에 30분의 상영시간이었지만 강한 메시지를 담고 있으며 2011년 11월 10~11일 동국대 이해랑예술극장에서 열리는 인권영화제에 출품되었음

○ 영화 〈량강도 아이들〉: 2011년 3월 7에 개봉되었으며 8년의 제작기간을 거쳤으며 인권영화가 아닌 상업영화로 제작되었음

○ 탈북인에게 관심을 〈Cry with us(우리와 함께 울어요)〉 콘서트: 2012년 3월 4일 서울 서대문구 연세대학교 100주년 기념관에서는 배우 차인표·신애라 부부를 비롯한 연예인 40여 명이 강제북송 위기에 처한 탈북자들에 대한 관심과 지원을 호소하며 〈Cry with us(우리와 함께 울어요)〉 콘서트를 열었음

- 연예인들의 자발적 모임인 ‘Cry with us’의 주최로 마련된 이날 공연에는 행사를 주도한 차인표·신애라 부부 외에도 탤런트 송재호·노현희, 가수 윤복희·장혜진·김범수, 개그맨 박미선 송은이 등 인기 연예인들과 수백여 명의 새터민들이 참여하였으며 이들은 한목소리로 탈북자 강제북송을 막아 달라고 전 세계를 향해 간곡하게 호소하였음

○ 〈Comrade Kim Goes Flying(김 동무, 날아가다)〉: 2012년 9월 4일~13일 열흘 간 열리는 아시아 최대 규모인 부산영화제에서 북한의 로맨틱 코미디 영화 한 편이 상영되었으며 영국과 벨기에, 북한의 합작영화 토론토

261) 뉴시스, 2012.09.13. 트랜스젠더 토크쇼 'XY그녀' 폐지되나, 비난봇물
262) 뉴시스, 2012.09.28. ‘새터민의 편지, 두고온 이들에게…’

국제영화제에서 이미 선보였고 이달 말 평양 국제영화제에서도 상영될 예정임.

- 영화는 북한에서 촬영됐으며 북한 곡예단원들이 출연하고 있으며 북한 시골의 한 여성 광부가 평양에서 서커스 곡예사가 되는 꿈을 이루는 과정과 그 과정에서 서커스단의 미남 스타와의 사랑을 그린 로맨틱 코미디물로 북한의 사사소한 일상을 그려냄

○ 라디오 〈지금은 탈북인 시대〉: 2012년 7월 15일 이후 부분조정으로 신설된 KBS 라디오 프로그램으로 토요일~일요일 저녁 23:00~24:00에 방영되고 있음

- 토요일 코너는 세계의 인권 (외신캐스터 조윤주), 북한의 인권 (피랍탈북인권연대 도희윤대표), 지금 북한에선 (동아일보 주성하 기자), 통일을 만드는 사람들 (출연:리포터 곽지현), 북한이탈주민 지원재단 (전연숙 팀장)와 일요일 코너로는 일요 초대석, 천국의 국경을 넘다, 부치지 못한 편지 (녹음 CUT) 등으로 탈북인 혹은 북한과 특별한 인연이 있는 일반시민들이 북으로 보내고 싶은 사연 소개하고 있음

○ 〈이제 만나러 갑니다〉: 채널A에서 2011년 12월 4일부터 방영된 프로그램으로 연예인 등으로 구성된 '메신저'들이 남쪽 이산가족들을 직접 만나 북쪽 가족에게 전하고 싶은 선물과 영상편지 등을 수집하는 토크식 예능으로 자연스럽게 북한의 이야기를 들을 수 있음

3. 취향의 다변화를 타고 비주류의 역습이 시작되다

가. 인디 공연, 새로운 블루칩으로 떠오르다

○ 2012년에는 공연마다 매진시키며 막강한 티켓파워를 자랑하는 인디 밴드가 대거 늘어나는 등 대형기획사의 힘이나 방송 출연에 기대지 않고 자생적으로 성장한 인디 음악이 공연시장의 블루칩으로 떠오르고 있음[263)]

○ 대중음악평론가 이민희는 “2012년은 음악보다는 이슈를 남긴 아이돌, 다양한 음악 장르에 대한 관심 증가 등을 새로운 흐름으로 요약할 수 있으며 〈십센치〉가 체조경기장에서, 〈글렌체크〉가 올림픽홀에서 공연을 할 수 있게 됐다는 것 역시 상징적인 사건으로 꼽을 수 있다” 고 설명함[264)]

○ 인디 듀오 〈십센치〉는 2013년 2월23일 서울 올림픽공원 체조경기장에서 2집 발매 기념 공연을 하게 되었으며, 티켓 판매를 시작하자마자 무대와 가장 가까운 아르(R)석 1700장이 매진되는 등 기염을 토함

- 1만석 규모의 국내 최대 실내공연장인 서울 올림픽공원 체조경기장은 엘턴 존, 스팅 등 세계적인 팝스타, 조용필·이문세 등 중견가수, 빅뱅·슈퍼주니어 등 인기 정상급 아이돌 가수가 주로 공연한곳으로 인디 음악인이 서는 것은 처음임

○ 3인조 혼성 그룹 〈어반 자카파(Urban Xakap)〉는 2010년 첫 공연 이후 모든 공연 전석 매진이라는 진기록을 이어오고 있음

- 조현아·권순일·박용인으로 이뤄진 어반 자카파는 작사·작곡은 물론이고 프로듀싱까지 스스로 해내는 싱어송라이터 그룹으로 2010년 말 서울 예술의전당 자유소극장 첫 공연(500석)이 매진된 이후, 2011년 7월 서울 연세대 백주년기념관(1000석), 12월 서울 광장동 유니클로악스(1100석), 지난 5월 서울 성균관대 새천년홀(750석×2회), 지난 9월 서울 올림픽공원 올림픽홀(3000석) 공연까지 매진을 이어왔으며 2012년 21~22일 서울 이화여대 대강당의 6000석 역시 판매 1주일 만에 매진되는 등 연말 계속되는 공연 불황 속에서도 자신들만의 확실한 색깔을 콘서트에 한껏 담아내며 ‘공연형 가수’임을 입증함

○ 1인 밴드 〈에피톤 프로젝트〉 역시 공연마다 매진사태를 이루며 7~9일 서울 한남동 블루스퀘어 공연 사흘치 4000석은 일찌감치 매진되었으며 〈장기하와 얼굴들〉, 남성 듀오 〈페퍼톤스〉, 모던록 밴드 〈브로콜리 너마저〉,

---

263) 한겨레. 2012.12.04. 매진·매진·매진…인디밴드, 대형 공연시장 새 ‘블루칩’으로
264) 스포츠경향. 2012.12.12. 2012 연예계 결산, 장르별 흐름 분석

혼성 듀오 〈가을방학〉, 여성 듀오 〈옥상달빛〉, 일렉트로록 듀오 〈글렌체크〉 등의 공연 대부분이 매진 사례를 기록함

- 어반 자카파, 에피톤 프로젝트, 장기하와 얼굴들, 글렌체크 공연을 기획한 인터파크의 김성욱 콘서트제작국장은 "큰 공연기획사들이 인디 음악인들에게 눈을 돌리는 건 클럽 공연으로 내공을 쌓은 이들이 기존 가수 공연에 밀리지 않는 실력을 갖추고 있기 때문이다" 며 "실력파 인디 음악인을 지속적으로 발굴하는 것이 공연시장의 새로운 돌파구가 될 것" 이라고 전망함[265)]
- 음악평론가 이민희씨는 "일반 대중이 유명 록 페스티벌에 갔다가 인디 음악 팬이 되기도 하고, 광고와 예능 프로그램 〈무한도전〉에 나온 십센치를 보며 인디 음악인에 대한 인식을 바꾸기도 한다. 음악만 좋으면 방송 출연 없이도 SNS를 통하여 대중에게 쉽게 전파된다는 점도 인디 음악 팬 확산에 기여했다. 이런 현상과 맞물려 인디 음악 공연시장은 더욱 확대될 것" 이라고 내다봄[266)]

나. 대중가요, 아이돌에서 벗어난 다채로운 음악들 인기

○ 국내외의 싸이 열풍과 더불어 2012년은 지난 몇 년간 지속돼 오던 '가요계=아이돌'이라는 공식이 확연하게 깨지며 아이돌 그룹의 존재감은 줄어든 대신 인디밴드와 실력파 신인들이 부상하면서 다채로운 음악장르들이 대중의 인기를 얻음

○ 엠넷닷컴 측은 "2012년은 아이돌 위주의 음원에서 벗어나, 싸이와 버스커버스커를 필두로 다양한 아티스트들이 사랑 받아 풍성했던 한 해였다" 고 평가함[267)]

○ 올해 데뷔한 아이돌 그룹은 40여개에 이르지만 이중 딱히 기억될 만한 팀은 없는 반면에 〈버스커 버스커〉, 〈에일리〉, 〈이하이〉 등 신예들이 데뷔

265) 한겨레. 2012.12.04. 매진·매진·매진…인디밴드, 대형 공연시장 새 '블루칩'으로
266) 한겨레. 2012.12.04. 매진·매진·매진…인디밴드, 대형 공연시장 새 '블루칩'으로
267) TV리포트. 2012.12.13. 엠넷, 음원 1위 '강남스타일' vs 가수 1위 '버스커버스커'

와 함께 스타덤에 올랐으며 〈소향〉, 〈국카스텐〉, 〈더원〉 등과 같은 재야의 고수들이 널리 이름을 알리며 대중들에게 지지를 얻음

○ 〈나얼〉, 〈케이윌〉 등 실력파 솔로 가수들도 큰 사랑을 받았으며 〈버벌진트〉, 〈에픽하이〉, 〈리쌍〉, 〈다이나믹 듀오〉 등 힙합 뮤지션들도 존재감을 과시함

○ 또한 언더 뮤지션과 오버 뮤지션 간의 콜라보레이션의 잇따른 성공으로 언더와 오버의 협업이 새로운 히트 공식으로 통하고 있음[268)]

- 긱스의 〈오피셜리 미싱 유〉와 프라이머리의 〈물음표〉 등의 노래는 음원 사이트 멜론의 2012년 11월 차트에서 각각 2위와 6위에 올랐음
- 이들의 공통점은 오버에서 인기를 얻은 가수와 언더에서 잔뼈가 굵은 실력파 뮤지션의 콜라보레이션의 결과라는 점임
- 이승기의 〈되돌리다〉 역시 인디뮤지션 〈에피톤 프로젝트〉가 작사·작곡한 곡으로 음원 차트에서 20일 이상 정상을 차지함
- 〈프라이머리〉는 "성향이 다른 뮤지션일수록 참신한 결과물을 기대할 수 있다" 면서 "언더와 오버의 경계는 이제 의미가 없는 것 같다. 좋은 음악과 그렇지 못한 음악만 있을 뿐이다" 며 앞으로도 이러한 언더와 오버의 협업이 활발하게 이루어질 것을 전망함

○ 장르간의 교류도 활발하게 진행중임

- 그룹 YB와 듀오 리쌍은 2012년 12월 23일부터 25일 서울 경희대 평화의전당에서 합동콘서트 〈닥공(닥치고 공연)〉을 진행함
- 두 팀은 이전에도 앨범 작업을 통해 음악적 교류를 시도하였으며 공연도 함께 진행함으로써 연말 공연계의 핵으로 떠오름
- 프로듀서 〈신사동호랭이〉, 〈용감한형제〉, 〈DM〉 등이 뭉친 〈더 벅스 쇼 볼륨원〉도 마찬가지로 장르간 콜라보레이션이 눈에 띔
- 22일 서울 홍익대 인근 브이홀에서 열리는 이 공연은 장르의 구분없이 힙합 댄스 발라드 무브먼트댄스 비트박스 트로트 락밴드 등 각종 음악

268) 스포츠한국. 2012.12.14. 음악 경계 허물다 소통을 노래하다

장르를 한꺼번에 볼 수 있도록 구성됨[269]

다. 라이센스 뮤지컬은 가라, 창작뮤지컬의 성장

○ 2012년 국내 뮤지컬 시장의 규모는 3000억 원으로 지난 2011년보다 20% 성장하였으며 연간 100여 편 이상의 창작뮤지컬이 제작되고 있음

○ 장애인예술단의 〈ONE&ONE〉: 한국의 장애인예술단이 기획하고 제작한 창작뮤지컬 ONE&ONE이 미국의 클린데이와 플러턴에서 각각 2012년 12월 1일과 5일 공연을 올렸으며 지난 2010년 프랑스 파리에 이어 기립박수를 받으며 현지 언론에 극찬을 받음

○ 가질 수 없는 것을 꿈꾼 안타까운 사랑을 섬세한 심리로 표현한 사극 뮤지컬 〈풍월주〉가 2012년 3월 프리뷰 전석 매진의 신화를 이뤘으며 1930년대 대저택에서 일어난 화재와 미스터리한 살인사건에 얽힌 네 형제와 유모의 이야기를 다룬 심리 추리 스릴러 뮤지컬 〈블랙메리포핀스〉가 소극장 뮤지컬로는 이례적으로 티켓 오픈과 동시에 티켓랭킹 1위를 기록하며 창작 뮤지컬의 저력을 입증함[270]

○ 1966년 국내 창작 뮤지컬 1호 〈살짜기 옵서예〉: 1966년 10월 26일부터 29일까지 서울 시민회관(세종문화회관)에서 올려진 〈살짜기 옵서예〉는 고전소설 『배비장전』을 원작으로 한 한국 창작 뮤지컬 1호로 사또 배비장과 기생 애랑의 사랑과 이별을 코믹하게 다룬 이 뮤지컬의 여주인공은 가수 패티김이 맡았으며 오케스트라가 연주하는 서양 음악에 한국적 가락과 발레 안무를 더해 혁신적인 무대라는 평가를 받았음

- 이후 배우가 바뀌면서 6차례 공연된 〈살짜기 옵서예〉가 17년 만에 2013년 2월 19일부터 3월 31일까지 서울 예술의전당 CJ토월극장에서 공연이 열리며 국내 창작뮤지컬의 역사를 재연할 예정임

---

269) 스포츠한국. 2012.12.14. 음악 경계 허물다 소통을 노래하다

270) 세계일보. 2012.05.11. [연극家 사람들] 사극 뮤지컬이냐, 스릴러 뮤지컬이냐? '창작 뮤지컬'이 답이다!

○ 10년째 토종뮤지털의 힘 〈마리아 마리아〉: 2003년 초연이후 제10회 한국뮤지컬 대상최우수 작품상, 2006년 뉴욕 브로드웨이 진출 등 뚜렷한 흔적을 남긴 창작뮤지컬 〈마리아 마리아〉는 지난 10년간 한국뮤지컬의 힘을 보여주고 있음

- 〈마리아 마리아〉는 성경 속 예수의 이야기를 재연출한 공연으로 2012년에 공연된 작품의 캐스팅은 2004년 이후 꾸준히 마리아 마리아에 캐스팅된 배우 윤복희(소경역)와 400:1의 오디션 경쟁률을 뚫고 당당하게 13대 마리아로 선택 받은 배우 전수미, 대한민국 대표 여성 로커로 데뷔 20주년을 맞이하는 가수 도원경이 14대로 마리아로 캐스팅되었음
- 다섯 살 때 아버지의 무대에 선후 60년 넘게 무대에서 활동하고 있는 배우 윤복희는 "라이선스 뮤지컬은 외국 작품이다 보니 우리의 창법과 발성이 아니어서 배우 본인들이 자기만의 노래로 해석하지 못하는 경우도 있었다" 면서 "〈마리아 마리아〉는 우리의 것을 찾아가면서 부족한 점을 계속 보강해나가면서 창작뮤지컬의 힘을 보여주고 있다" 고 설명함[271)]

○ 〈루나틱〉: 2004년 1월에 초연된 루나틱은 백재현이 연출을 맡아 브로드웨이 소극장 뮤지컬들을 상상하며 작품에 대한 확신만으로 한국의 브로드웨이인 대학로에 공연을 올리면서 작품에 대한 재미는 입소문이 나기 시작함 후 2005년, 2006년 해외 라이선스 대작들이 대거 소개되었지만, 루나틱은 2년 연속 인터파크 집계 연간 예매순위 1위를 차지하며 한국형 소극장 뮤지컬의 역사를 만들면서 이후 수많은 창작뮤지컬이 만들어지면서 대학로는 거대한 창작뮤지컬 '인큐베이팅 존' 이 형성되기 시작함

○ 〈지하철 1호선〉: 독일 연극 〈Line 1'(1호선)〉을 한국배경에 맞게 연출한 〈지하철 1호선〉은 1994년 5월 초연 후 15년째 공연 중인 김민기 번안/연출, 학전 기획/제작의 록뮤지컬로 3900회가 넘는 공연을 통해 70만여 명이 관람하였으며 한국 뮤지컬의 대표작으로 연변처녀 '선녀'의 눈을 통해

271) 토요경제. 2012.11.22. 연말엔 '창작 뮤지컬'과 함께

바라보는 서울 사람들의 모습을 그리고 있는 이 작품은 실직가장, 가출소녀, 잡상인, 사이비 전도사 등 우리 주변에서 만날 수 있는 다양한 사람들의 모습을 통해 20세기 말 한국사회의 모습을 풍자와 해학으로 담고 있음 강력한 예술적 성취는 물론 90년대 서울의 중요한 시대적 기록이란 평을 받음

- 2008년 12월에 21세기 버전을 준비하기 위해 4,000회 공연을 정점으로 잠시 중단되었지만 2011년 서울역사박물관에서 〈지하철 1호선〉의 무대장치, 의상, 대본, 포스터 등이 도시사적 유물로서 충분한 가치가 있다고 판단하여 〈박물관으로 간 지하철 1호선〉을 전시하게 되면서 뮤지컬 〈지하철 1호선〉은 박물관으로 들어온 '최초'의 뮤지컬이란 타이틀까지 얻게 되었음

○ 〈사랑은 비를 타고〉: 1995년 초연 이후 17년간 한국 대표 창작뮤지컬로 꾸준한 사랑을 받아온 뮤지컬 〈사랑은 비를 타고〉은 2009년 12월까지 100여 명의 배우들이 총 3000회의 공연을 펼쳤으며 2007년 국내 창작 뮤지컬 사상 최초로 해외로 라이선스로 수출되어 2008년 7월 26일부터 일본과 서울에서의 동시 공연과 2010년 ㈜ 토호 주최로 일본 전국 투어를 진행하는 등 한국 창작뮤지컬의 국제적 성공 가능성을 제시함

○ 〈오!당신이 잠든 사이〉: 2005년 12월 초연 무대부터 전석 매진으로 시작해 평균 객석 점유율 82%를 기록하며 흥행 창작 뮤지컬로 자리 잡았으며 2006년 소극장 창작 뮤지컬 최초로 제12회 한국뮤지컬대상에서 최우수작품상, 작사/극본상을 수상하며 웰메이드 뮤지컬로 인정받았으며 2012년 10월 기준 2536회로 2000회를 돌파한 성공한 창작 뮤지컬로 평가됨

○ 〈김종욱 찾기〉: 2006년 초연된 이후로 2012년 10월 기준 2856회의 공연을 기록한 〈김종욱 찾기〉는 창작뮤지컬로는 최초로 2010년 임수정과 공유가 출연한 동명의 〈김종욱 찾기〉 영화로 만들어졌으며 매출 100억원이 넘은 공연으로 전용관을 가지고 있을 정도로 국내 소극장 뮤지컬의 단단한 기둥 역할을 하고 있음

- 또한 철저하게 관객의 목소리에 귀를 기울인 관객 참여형 마케팅을 펼치며 공연계 '모범사례'로 평가 받고 있는 뮤지컬 〈김종욱 찾기〉은 2010년 '관객체험'이라는 슬로건 아래 '슈퍼스타Kim'을 찾는 공개오디션을 통해 배우를 꿈꾸는 일반인들을 위한 '배우 체험 캠프'를 마련하여 적극적인 관객 소통에 앞장서옴

○ 〈셜록홈즈: 앤더슨가의 비밀〉: 〈셜록홈즈〉는 2011년 초연된 창작뮤지컬로 특별한 마케팅 없이 초연 당시 370여석 규모의 극장에서 예매율 98%를 기록해 화제가 됨.

- 이후 2012년 봄에 560석 규모의 중극장에서 앙코르 공연을 했으며 여세를 몰아 가을에도 620석 규모의 서울 연지동 두산아트홀 연강홀에서 관객을 만나고 있음
- 초연 당시 3억 원의 제작비가 투입됐고 최근까지 60여억 원의 매출을 올림
- HJ컬쳐의 한승원 대표는 '라이선스 뮤지컬이 공연산업 전체의 파이를 키운다는 말은 일정부분 타당하지만 라이선스 뮤지컬이 궁극적으로 공연산업의 선순환 구조를 담보해내지는 못한다는 측면에서 창작뮤지컬만이 공연산업의 해답'이라고 단언함
- 또한 '네임 밸류가 있는 극장들이 대관신청을 받을 때 창작뮤지컬에 비해 라이선스 뮤지컬을 선호하여 좋은 극장에서 창작뮤지컬을 올리는 것이 어렵다'며 '이 구조가 깨지지 않으면 창작뮤지컬의 성장이 한계에 봉착할 수밖에 없다'고 지적함[272]

라. 음악산업의 공생을 위한 플랫폼의 구상

○ 〈Tiketometer〉[273] 는 '크라우드 펀딩' 을 음악 공연 산업에 접목을 시킨 콘서트 예매 서비스로 Ardon and Jaron Lukasiewicz 가 만든 플랫폼임

272) 이데일리. 2012.10.10. [인터뷰] "창작뮤지컬만이 답이다"
273) https://www.ticketometer.com/

- 이들은 아티스트들에게는 더 많은 기회를, 팬들에게는 더 좋은 공연을 볼 수 있는 기회를 주기 위해 팬들의 티켓 예매로 공연 여부가 결정되는 Tiketometer 서비스를 운영하고 있음[274)]
- Tiketometer 를 통해 아티스트는 공연을 하고 싶은 도시, 공연 시간, 최소 관객 수, 티켓 가격 등을 스스로 정해서 가상의 공연을 만듦
- 그리고 Ticketmometer는 이 가상 공연의 티켓을 판매하기 시작하는데 팬들은 해당 뮤지션의 음악이나 뮤직비디오 및 정보들을 보고 판매 여부를 결정할 수 있음
- 일정 기간 안에 판매된 티켓 수가 최소 관객 수를 넘으면 공연은 진행되며 반면 관객수가 최소 판매량을 넘지 못하면 공연이 취소되고 구매자들에게는 환불을 해줌
- 최소 관객수를 넘지 못하면 모든 금액이 환불되는 시스템이기 때문에 모두가 부담 없이 공연을 기획하고, 공연 티켓을 예매할 수가 있음
- 이를 통해 뮤지션 및 에이전시는 지역별로 흥행 정도를 추측할 수 있고, 지역 공연장에서는 관객을 꽉꽉 채우는 것으로 수익을 얻을 수 있고, 팬들은 보장된 좋은 공연을 즐길 수 있어 모두가 Win-Win 할 수 있게 됨

○ 공연산업에 종사하는 예술인들은 모두가 번듯한 공연장에서 멋지게 공연을 하고 싶어함
- 그러나 한번의 공연에 얽혀있는 수많은 이해관계와 흥행에 대한 부담감으로 소규모 극단이나 밴드들은 공연 기회를 잡기도 힘들며, 막상 공연을 하더라도 관람객이 적게 올 경우 공연료를 거의 받지 못하는 상황이 발생하기도 함

○ 〈Tiketometer〉의 사례와 같이 대규모 자본을 통한 물량공세를 할 수 없는 대다수의 소규모의 극단과 예술가들 역시 그들의 공연을 대중들에게 보여줄 수 있는 기회를 제공하며, 동시에 공연장 활성화화 문화적 다양성을 함께 확보할 수 있는 공생 비즈니스 플랫폼의 구상이 필요할 것임

274) http://trendinsight.biz/archives/61250

제9절

SNS로 놀기, SNS로 말하기, SNS로 뭉치기

1. 놀이문화로 정착된 SNS(누리소통망), 이제는 나에게 맞는 플랫폼 찾기

○ 스마트폰 확산으로 소셜네트워크가 국민 전반의 생활 속에 정착 단계에 접어들면서 젊은 세대 뿐 아니라 어린이, 중·장년, 노년 세대까지 이용자 층이 확대되고 있음

○ **개개인의 다양한 취향에 부응하도록 컨텐츠가 특성화·전문화 되어가면서 컨텐츠 중심으로 사람들이 모여 함께 즐기는 방향으로 흘러가고 있음**

○ 수동적으로 매체를 이용하고 즐기는 수준에서 **나아가, 매체를 기반으로 각 개인이 기여할 수 있는 부분을 찾거나 새로운 것들을 창조하는 데 적극적인 역할을 하는 움직임들이 합쳐져 하나의 거대한 놀이문화로까지 확대되는 추세**

○ **입맛 따라 고르는 SNS 문화의 확산**

- SNS를 활용해 개인의 취미나 관심사를 다른 사람들과 공유하는 문화가 자리를 잡으면서, 사진, 음악, 영상 등 콘텐츠에 특화된 SNS를 중심으로 사람들 간에 맺어지는 '관심 동맹' 혹은 '취향 공동체'가 점점 많아지고 있음. 페이스북이나 트위터가 일반적인 의미에서의 인맥 쌓기를 가능하게 했다면, 이와 같은 서비스 상에서는 특정 콘텐츠를 중심으로 인맥이 만들어지는 신개념 SNS문화가 급부상함
- 이는 블로그나 팟캐스트에서처럼 제작자가 특정 분야에 대한 정보를 일방적으로 전달하면 다수의 사람들이 각기 그것을 수용하는 방식에서 벗어나, 제작자와 수용자의 위계 구분 없이 모두가 실시간으로 공통의 관

심사를 매개로 하여 소통한다는 특징을 지님

- 한국트렌드연구소는 비주얼 콘텐츠를 기반으로 전 세계가 실시간으로 연결되어 문화를 즐기고 공감하는 공유화 모델이 2013년을 기점으로 초고속으로 성장할 것이라 전망하였음[275] 이것은 페이스북과 트위터로 대표되는 '텍스트 SNS'를 대체하는 '이미지 SNS' 시대를 주도하고 있음.
- 미국의 이미지 기반 서비스 〈인스타그램(Instagram)〉은 2012년 3월~8월 사이에 가입자 수가 8.5배로 증가하는 엄청난 성장세를 보이며 전 세계로 빠르게 확산됨. 인스타그램은 카메라 앱 형태로 출시되어 유저들이 모바일 상에서 손쉽게 사진을 촬영하고 편집한 후, 네트워크 서비스에 업로드 할 수 있으며 트위터, 페이스북과도 연동됨. 이를 통해 전 세계의 유저들이 찍은 사진을 무료로 감상할 수 있어 인기를 끔
- 특히 인스타그램이 운영하는 '디스 이즈 나우(This is Now)' 사이트는 도쿄, 뉴욕, 런던, 파리 등 9개 도시에 사는 사람들이 실시간으로 자신이 거주하는 도시의 모습을 사진으로 찍어 올리면 같은 시각의 세계 여러 도시의 모습을 감상할 수 있다는 매력을 지님
- 이미지를 기반으로 한 또 다른 글로벌 SNS로 〈핀터레스트(Pinterest〉를 들 수 있음. CNN에서는 핀터레스트를 "2012년 가장 주목해야 할 웹 사이트" 로 지목하기도 함.[276] '핀(Pin)'과 '흥미(Interest)'가 합쳐진 단어인 핀터레스트는 사진, 쪽지 등 개인적인 콘텐츠들을 고정시키는 메모보드를 온라인의 공간으로 끌어온 것으로서, 홈페이지에 접속해 계정을 만든 후 나만의 온라인 보드에 항목을 분류해 이미지나 동영상 등을 핀으로 꽂듯 업로드하는 방식임. 핀터레스트가 지니는 가장 큰 장점은 31개 이상의 다양한 카테고리 메뉴를 제공하여 사람들이 원하는 이미지를 쉽게 찾아볼 수 있도록 한 것임. 트위터나 페이스북처럼 지인들을 팔로잉(following)할 수 있어 사람들 사이에 이미지를 매

275) 김경훈·한국트렌드연구소.(2012). 『거품청년 스마트 에이전트로 살아남다: 세상을 바꾸는 핫트렌드 10』. p. 117.
276) 한국일보. 2012.02.10. 신개념 SNS '핀터레스트'가 뜬다

개로 한 관계가 형성되며, 유명한 아티스트나 디자이너의 아카이브를 볼 수 있다는 점도 인기요인으로 작용하고 있음

- 〈소셜캠(Socialcam)〉은 동영상에 특화된 SNS임. 스마트폰 상에서 앱을 선택한 후 페이스북 계정으로 로그인하여 촬영을 하면 자동적으로 서버에 업로드되고, 지인들의 동영상에 댓글을 달거나 '좋아요(Like)'를 누르면 페이스북, 트위터, 이메일 등으로 동영상 링크가 전달. 소셜캠은 다른 앱들과 달리 동영상 촬영 시간에 제한이 없어 자신이 원하는 분량만큼 촬영하여 올릴 수 있으며, 마음에 드는 영상을 올린 사람을 팔로잉하여 지속적으로 영상을 받아볼 수도 있음
- 〈링크드인(LinkedIn)〉은 전 세계에 1억 7,500만 명의 사용자를 보유하고 있는 세계 최대 규모의 비즈니스 SNS로, 다양한 직종에 종사하고 있는 전 세계 회원들이 커리어를 중심으로 연결될 수 있는 여러 기능들을 제공함. 관심 있는 회사의 정보를 지속적으로 구독할 수 있고, 같은 직종에 종사하는 인맥을 구축할 수 있음. 최근에는 세계은행의 김 용 총재, 버진 그룹의 리처드 브랜슨 회장, 버락 오바마 대통령 등 글로벌 리더들을 팔로우할 수 있는 새로운 기능을 도입하여 그들이 제공하는 정보와 식견 등을 접할 수 있게 함
- 〈리슨미(Lisn.me)〉는 국내 최초의 소셜 뮤직 서비스로서 2012년 6월에 음악 카테고리 내 무료 인기 앱 1위를 기록함. 좋아하는 음악 스타일이 유사한 사람들끼리 친구를 맺어 음악을 공유할 수 있다는 점에서 SNS를 기반으로 한 '취향 공동체'의 특성을 가장 잘 보여주는 사례임. 한 사용자는 "무엇보다 같은 음악에 관심이 있는 사람들과 실시간으로 수다를 떨 듯 음악을 공유할 수 있다는 게 가장 큰 매력" 이라고 평함[277]. SNS상에서 음악을 듣다가 마음에 들면 MP3파일로 내려받을 수 있으며, 앨범이나 아티스트에 대한 의사소통도 활발하게 이루어져 커뮤니티 내에서 보다 깊이 있는 교류 현상을 보여줌. 또한 음반제작자와 아티스트들을 서비스에 참여시켜 기존의 커뮤니티의 단점으로 지적되었던 단

277) PC사랑. 2012.06.05. 소셜 뮤직 리슨미, 앱스토어 무료인기 어플 1위 기록

일화된 커뮤니케이션의 한계를 극복함.[278] 유저가 올린 글에 해당 음악의 아티스트가 직접 댓글을 다는 등 음악 생산자와 팬들 간에도 직접 소통할 수 있는 기회가 주어짐

- 위프리의 〈후즈클립(WHOSCLIP)〉은 지인에게 자신의 물건을 공개하고 필요한 사람에게 저렴한 가격에 판매할 수 있게 하는 특정한 목적을 지닌 서비스임. 온라인 중고마켓과 비슷하지만 불특정 다수가 아닌 지인들과 거래 할 수 있다는 점에서 안전함

○ **폐쇄형 SNS 문화를 통한 스트레스 풀기**

- 최근에 아이유가 트위터에 올린 사적인 사진으로 스캔들에 휩싸이는 등, 유명 연예인들이 SNS에 개인적인 정보 혹은 심경을 담은 글을 실수로 올렸다가 구설수에 휘말리는 사고들이 빈번히 일어남
- 이와 같이 SNS 사용이 일상생활이 되면서 자기 정보가 과잉 노출되는 것에 대해 피로감을 느끼는 사람들이 늘고 있음. '대학 내일 20대 연구소'에서 대학생 835명을 대상으로 조사한 바에 따르면 "SNS 사용을 그만두려고 생각해 본 적이 있는가?" 라는 질문에 16%가 "자주 해 봤다", 52%가 "한두 번 정도 생각해봤다"라고 응답함. 그만두려고 한 이유로는 31%가 "사생활 노출"을 꼽음
- 이와 관련되어 SNS의 대표주자인 페이스북의 주식가치가 급격히 떨어진 데 이어 가입자 및 방문자 수도 눈에 띄게 줄어들고 있음. 특히 미국에서는 페이스북의 주요 고객층인 청소년들이 "어른들로부터 감시받기 싫다" 며 핀터레스트 등 후발 SNS로 갈아타는 경향이 뚜렷해지고 있어 '페이스북 엑소더스(Facebook Exodus)'에 대한 우려가 깊어짐
- 이와 같은 현상은 미국에만 국한된 상황이 아니라 캐나다, 중동을 비롯한 각국에서 페이스북 이용자 수가 줄어들고 있고, 한국의 이용자 수도 717만9,540명(2012년 6월 28일 기준)으로 2주 사이에 1만 4,380명이 빠져나감[279]

278) K모바일. 2012.03.17. 소셜 뮤직 '리슨미', 아티스트들 참여
279) 한국일보. 2012.06.29. 뒤집어진 페이스북

- 직장인들 사이에서는 페이스북에서 상사나 거래처 직원, 고객의 친구 신청을 마지못해 수락하고 원치 않는 사생활이 노출되고 있어 스트레스를 받는 사례가 늘어남
- 이처럼 SNS로 인한 '과잉 오픈 스트레스'가 늘어나자 그 대안으로 국내에서는 SNS의 특징인 개방성을 폐쇄성으로 바꾼 새로운 SNS들이 인기를 얻고 있음. 철저하게 아는 사람들끼리만 소통하는 '폐쇄형 SNS'가 뜨고 있는 것
- 폐쇄형 SNS는 카페나 블로그 등의 커뮤니티 형식을 모바일에 적용한 로 것으로, 전화번호로 연결된 모든 지인을 일괄적으로 친구 등록하는 개방형 SNS와 달리 서로 선택한 사람들끼리만 네트워크를 형성함
- NHN에서 8월에 출시한 〈밴드(BAND)〉는 소모임 커뮤니티를 형성하는 모바일 앱으로, 사용자는 특정 모임을 위한 공간을 개설하고 친구를 초대한 뒤 해당 그룹별로 커뮤니케이션을 할 수 있음. 지금까지 다운로드 총 200만 건을 돌파하였음. 네이버서비스의 이사 이 람 씨는 "개방성을 강요받고, 이에 따른 피로도를 호소하던 이용자들이 밴드를 통해 보다 긴밀하고 진실된 이야기를 지인들에게만 공유함으로써, 커뮤니케이션을 통한 기쁨을 누릴 수 있을 것으로 기대한다"[280]고 말함
- 연인들끼리만 사용하는 〈비트윈(Between)〉도 100만 명 이상의 사용자를 확보했으며, 다음에서 출시한 폐쇄형 SNS인 〈캠프(Camp)〉, 써니로프트의 〈에피소드〉 역시 호응을 얻고 있음
- 국내 업계의 한 전문가는 "폐쇄형 SNS가 기존 SNS를 완전히 대체하지는 못하겠지만, '개방'과 '공유'에 지친 이용자들에게는 충분히 대안이 될 수 있을 것"[281] 이라며 앞으로 폐쇄형 SNS가 더욱 활성화될 것으로 전망함
- SK컴즈의 이주식 대표 역시 "정보 중심의 개방형 2세대 SNS에 대한 이용자들의 피로감이 최근 커지고 있다" 며 "개인공간과 소통공간이 적절

280) 디지털타임스. 2012.09.06. NHN, 모임 기반 커뮤니티 서비스 'BAND' 출시
281) 디지털타임스. 2012.09.06. NHN, 모임 기반 커뮤니티 서비스 'BAND' 출시

히 조화되는 3세대 SNS가 필요한 시점" 이라고 말함[282)]

2. 팟캐스트, 뉴미디어로 정착하다

○ **팟캐스트 제작의 붐**

- 2011년에 아이폰 누적 판매량이 250만대를 넘어서면서 아이폰에 기반한 방송 매체인 팟캐스트(Podcast)가 새로운 소통의 도구로 부상함
- 2012년 상반기에 이르기까지 팟캐스트 시장을 뜨겁게 달구었던 〈나는 꼼수다(나꼼수)〉, 〈뉴스타파〉, 〈이슈 털어주는 남자(이털남)〉, 〈나는 꼽사리다(나꼽살)〉 등 정치적 성향을 띤 매체들이 4.16 총선을 기점으로 잠잠해지고, 그 열기는 제작이 쉽고 간편하다는 매체의 장점을 기반으로 하여 개개인의 팟캐스트 제작으로 이어짐
- 팟캐스트 순위 정보 제공 사이트인 '팟빵닷컴(podbbang.com)'에 따르면 현재 팟캐스트에서는 4,943개의 채널이 방송 중에 있으며(2012년 12월 7일 기준), 이는 8개월 전에 비해 약 1,200개 증가한 수치임
- 한국언론진흥재단의 황유선 연구원은 "나꼼수 등 정치 팟캐스트의 성공으로 많은 사람들이 팟캐스트를 통한 사회적인 소통이 가능하다는 점을 알게 됐다"[283)] 고 언급하였으며, 동영상 전문포털 '태그스토리'의 현숙희 팀장도 "나꼼수에 대한 인기에 힘입어 한 주에 10개 이상의 새로운 팟캐스트가 생성되고 있다"[284)] 고 밝힘
- 팟캐스트 제작자인 장태호 씨 역시 "나꼼수를 듣다가 하고 싶은 말을 팟캐스트로 하면 좋겠단 생각이 들었다"[285)]고 말하며 이는 팟캐스트 초기 단계에 큰 인기몰이를 했던 정치적 채널들이 팟캐스트가 활성화되는 데 영향을 미쳤음을 방증함
- 팟캐스트 붐의 첫 번째 원인으로는 제작하는 데에 특별한 장비가 필요

282) 경향신문. 2012.09.19. SK컴즈, 싸이월드 모바일 혁신 통한 SNS로 진화 나선다
283) 경향신문. 2012.02.21. [표지이야기]지금은 팟캐스트 시대
284) 한국일보. 2012.04.21. '나는 미디어다', 국내 최초 팟캐스트 컨퍼런스 열려
285) 경향신문. 2012.02.21. [표지이야기]지금은 팟캐스트 시대

하지 않기 때문에 일반인들 사이에 급속히 전파될 수 있었다는 점을 꼽을 수 있으며 제작자들은 주로 스마트폰을 이용해 녹음을 하고 인터넷에서 쉽게 다운받을 수 있는 프로그램을 통해 편집을 한 후, 팟캐스트를 지원하는 무료 및 저가 호스팅 서비스에 파일을 업로드 하는 과정을 거치고 있음

- 또한 팟캐스트는 스마트폰에 기반해 있기 때문에 순식간에 전파가 빠르고 언제 어디서나 다운받을 수 있다는 특징을 지님. 서비스 초기에는 아이폰에서 지원하는 아이튠즈를 통해서만 파일을 내려 받을 수 있었으나, 이제는 아이폰이 아니더라도 '비욘드 팟(Beyond Pod)', '스페셜 캐스트(Special Cast)', '키스 캐스트(Kies Cast)' 등의 애플리케이션과 '팟빵닷컴'(podbbang.com)을 이용해 쉽게 방송을 접할 수 있게 됨

○ **팟캐스트 2.0: 1인 미디어 시대의 개막**

- 이와 같이 누구나 쉽게 팟캐스트를 만들 수 있게 되면서 1인 미디어의 시대가 열림. 일반인이 방송 제작의 주체로 부상한 것. 개개인이 자신만의 채널을 운영하게 되자 다수의 관심사를 반영하는 콘텐츠 보다는 스스로 즐기는 차원에서 자신의 취향에 부합하는 콘텐츠를 다루기 시작함. 그 결과 문화예술을 포함한 전 분야를 망라하는 다양한 채널들이 등장하고 있음. 이는 과거에 블로그에서 다뤄지던 내용들이 팟캐스트로 이동하고 있음을 의미하기도 함
- 1인 채널 중 1위를 차지하고 있는(2012년 12월 7일 기준) 〈음악이 들려오네〉는 음악을 전공한 20대 청년이 자신의 일상에 대한 이야기와 함께 클래식 곡에 대한 정보를 소개하고 곡을 들려주는 방식으로 진행되고 있음. 다양한 클래식 음원을 부담 없이 접할 수 있어 좋은 반응을 얻고 있음
- 서울대 중문과의 송용준 교수가 운영하는 채널 〈식탁 위의 논어〉는 가족과 함께 하는 논어 강독 현장을 녹음하여 들려준 것으로 화제를 모음. 공자가 제자들과 공부할 때 사용하던 대화와 토론 방식을 따라 전반적인 교안과 진행은 아버지인 송 교수가 맡고 어머니가 논의점을 지적한

후, 두 딸이 질문 및 현대적 해석을 덧붙이는 형태임. 독특한 진행방식이 불러일으키는 흥미와 함께 최근의 인문학 열풍과도 맞물려 팟캐스트 인문학 분야에서 1위에 오르는 등 큰 인기몰이를 하였으며, 지난 9월에는 방송 내용을 모은 책까지 출간됨

- 코미디 분야의 인기 채널인 〈나는 일반인이다〉는 일반인들이 방송의 주체가 되는 현상을 잘 보여주는 채널임. 제작자인 대학생 김재영 씨는 "일반인들이 가지고 있는 이야기도 충분히 재미있다는 확신이 있었고, 평소에 일반인의 이야기를 들을 수 있는 기회가 잘 없기 때문에 일반인의 이야기를 들어볼 수 있는 방송을 만들어 보자고 결심하게 되었다"[286]고 제작 동기를 밝힘. 평범한 사람을 게스트로 초청해 그 사람이 살아온 인생에 대해 깊이 있는 이야기를 들어보는 토크쇼 형식으로 진행됨
- 특정 분야에 대한 전문가급의 지식을 공유하기 위한 방송들도 있음. 〈나는 연애고수다〉는 심리학, 뇌과학, 최면 이론 등에 관한 지식을 기반으로 연애를 하는 데 필요한 요령에 대해 전문적으로 접근하고 있으며, 〈마인드 골프〉는 아마추어들을 위한 골프 전문 블로그를 운영하던 블로거가 아이튠즈에 채널을 만들어 더 많은 사람들에게 정보를 전달하고 있는 사례들이 늘어나고 있음

3. SNS로 기획하는 시민들의 소셜 파티

○ 파티문화의 매개체가 되는 SNS

- 〈프로젝트 X 하렌〉- 네덜란드 하렌 마을에 사는 소녀가 페이스북에 무심코 올린 생일파티 초대장이 전 세계에 공유되면서 소셜 이벤트처럼 변함. 인터넷에서는 '프로젝트 X 하렌' 날짜를 초단위로 카운트다운하는 홈페이지가 등장하고 기념 티셔츠가 판매됨. 당일에는 4,000명의 사람들이 소녀의 집 앞에 모여 자신들끼리 파티를 벌임. SNS가 파티문화

286) 팟캐스트 '나는 일반인이다' 인터뷰. 2012.06.08. www.tagstroy.com,

의 매개체가 될 수 있음을 보여준 초기 사례로 일컬어지고 있음

- 대규모 파티가 아니어도 각 특정 단체에서 준비하는 오프라인 행사들이 SNS를 중심으로 기획되고 홍보되는 것이 최근의 경향이며 이는 정치적, 사회적, 문화적, 놀이적 등 다양한 목적의 행사들에서 활용되고 있음
- 특정 장소나 위치에 체크인을 하고 다른 사람들에게도 장소 추천 및 정보 공유를 할 수 있는 위치 기반 SNS 〈포스퀘어(Foursquare)〉 의 유저들은 2010년부터 매년 4월 16일인 '포스퀘어 데이'에 도시 단위로 구성된 전세계의 커뮤니티 유저들끼리 각각의 장소에서 자발적인 모임을 개최해 체크인을 하고 파티를 벌이는 문화를 만들어가고 있음. SNS 유저들답게 이러한 파티도 SNS 상에서 기획, 준비, 홍보. 지난 해에 이어 2012년에도 국내에서 국내 포스퀘어 유저들끼리의 파티가 기획되었는데, 전세계 1,820여개 커뮤니티 중 참가희망자 수가 9위(4월 12일 기준)를 차지해 전 세계 유저들의 주목을 받았음

○ **〈T24 소셜 페스티벌〉, 〈X-마스 솔로대첩〉이 보여준 SNS의 힘**

- **〈T24 소셜 페스티벌〉**은 한 인터넷 커뮤니티에서 네티즌들끼리 24인용 군용텐트를 혼자 칠 수 있는지를 두고 벌인 내기에서 시작되어 한 20대 남성이 실제로 이를 해 보이겠다고 도전하자 네티즌들 사이에 행사 준비가 활발해진 사례
- 게시판상에서의 공방에서 끝나지 않고 네티즌들이 각종 포스터와 홍보 영상등을 제작하고, 공식 인터넷 사이트와 트위터, 페이스북, 블로그가 오픈되며 사람들 사이로 순식간에 확산되며 오프라인에서의 대규모 이벤트를 예고. SNS 중심으로 자체적인 운영위원회가 조직되고 수많은 사람들이 참여함. 한 광고대행사가 텐트 제공을 약속한 것을 시작으로 기업들이 앞다투어 물품 협찬, 연예인들이 재능 기부에 나서면서 일주일 안에 행사 개최에 필요한 장비와 물품, 경품, 인력 들이 마련됨
- 그 결과 9월 8일에 서울 양천구 신원 초등학교에서 열린 행사 현장에는 관중 2천명과 취재진이 몰려, 실시간 인터넷 방송으로 생중계. 이 축제의 생중계에는 10만 여명이 동시 접속하고 누적접속은 190만여 명을 기

록하였으며, 언론과 지상파 방송 뉴스에 보도되기까지. 20대 남성의 도전이 성공으로 이루어져 분위기를 더 돋움

- **〈X-마스 솔로대첩〉**은 지난 11월 3일에 한 대학생이 페이스북에서 2012년 12월 24일에 여의도 광장에서 솔로들끼리 게릴라 미팅을 하자고 제안한 것이 사람들의 전폭적인 지지를 받으며 대규모 축제로 기획되고 있음. 12월 24일 오후 3시에 남자들은 흰색, 여자들은 붉은색, 커플은 초록색 계열의 옷을 입고 남녀별로 신호 양편에서 대기하다가 진행자가 신호를 보내면 마음에 드는 이성을 향해 달려가 손을 잡는 방법이 제안되고, 페이스북 페이지를 통해 급속도로 확산되면서 참여하겠다는 사람은 한 달 새에 35,000명을 넘어선 상태이며, 유명 연예인들도 참가 의사를 밝히면서 분위기가 더욱 고조됨
- 서울을 포함 13개 도시에서 이 행사가 개최될 예정이며 현재 아이디어 제안자가 운영하는 페이스북 페이지 상에서는 참가 신청 및 협찬 접수에 이어 자발적인 치안 유지를 위한 팀까지 만들어지고 있으며 참여 인원수가 엄청난 만큼 행사 지원 및 물품, 경품 협찬에 나선 기업도 100여 개를 넘어섬. 일부 기업은 모든 직원들에게 솔로대첩에 참여할 수 있도록 유급휴가 및 데이트비용을 지원하기도 하고, 당일 행사는 몇몇 업체를 통해 트위터로 생중계될 예정
- 이런 사례들은 외부에 의해 기획된 것이 아닌 시민들의 자발적 참여에 의한 축제이면서 네티즌이 스스로 기획자이자 진행자이자 관람자라는 점에 의미가 있으며, 특정 커뮤니티의 회원들만 참여한 것이 아니라 사회 전반의 다양한 각계각층의 사람들이 함께 즐겼다는 점이 특징임
- 이 모든 기획 과정이 SNS를 통해 이루어지고 확산되었다는 점을 주목하면서 SNS가 사람들을 모이게 하는 소셜파티의 매개체로서 자리잡았다는 것을 보여주고 있으며 이것이 기업마케팅 요구들과 맞닿으며 계속될 것으로 보임

4. 소셜게임, 국민게임으로 등극하다

○ 스마트폰 타고 소셜게임 열풍

- 페이스북은 친구를 초대해서 함께 게임을 즐기고, 어떤 친구가 무슨 게임을 하고 있는지를 실시간으로 확인할 수 있는 '소셜게임'의 시대를 열며 게임 산업의 새로운 패러다임을 열었다고 평가되고 있음
- 국내에서는 이미 기반이 잡혀져 있던 모바일 게임 산업이 스마트폰에 최적화된 콘텐츠들을 출시하면서 소셜게임이 광범위하게 퍼져나감. 한국콘텐츠진흥원에 따르면 올해 국내 모바일 게임 시장 규모가 6,328억원에 달할 것으로 전망. 이는 지난 해보다 50%가량 증가한 것으로 모바일 게임이 등장한 이후 역대 최고 성장률임[287)]
- 국내 스마트폰 앱 시장에서는 게임 앱이 모든 연령대층을 포함하여 1위를 기록. 1인 1스마트기기 비율이 높아짐에 따라 모바일을 기반으로 한 소셜게임 시장은 양적으로 계속 확대될 것으로 전망
- 스마트폰을 기반으로 한 소셜게임이 게임 대중화에 성공한 이유로는 접근성이 높다는 점을 첫 번째로 꼽을 수 있음. 게임을 하기 위해 PC 앞에 머물러 있어야만 하는 온라인게임과 달리, 어느 곳에서나 간단한 터치만으로 접속이 가능하기에 게임이 일상화될 수 있음
- 국내에서는 가장 많은 국민들이 사용하는 모바일 SNS인 〈카카오톡〉이 소셜게임의 최대 플랫폼으로 부상함. 카카오톡의 전화번호부에 등록된 연락망을 통해 게임이 급속도로 전파됨. 2012년에 카카오톡 상의 '게임하기' 총 이용자 수는 11월 기준으로 2,300만명, 게임 총 다운로드 수는 8,200만 건을 돌파하며 두 달여 만에 4배 이상 성장
- 특히 2012년 7월 말부터 모바일 게임업체인 '선데이토즈'가 출시한 〈애니팡〉이 카카오톡을 통해 전 국민 사이에 게임 열풍을 일으킴. 서비스 등록 46일 만에 국내 스마트폰 사용자의 3분의 1을 넘는 1,200만 명이 본 게임을 다운로드함. 단순한 방식의 게임이지만 친구들과 점수를 경

287) 서울경제. 2012.10.04. 지난 해 국내 게임시장 8조8,000억…전년比 18.5%↑

쟁하거나 자신의 점수를 공개하는 기능, 다른 친구를 초대함으로써 게임에 필요한 아이템을 얻을 수 있는 기능 제공 등으로 사용자가 폭발적으로 증가함. 선데이토즈는 〈애니팡〉으로 하루에 1억 원이 넘는 매출을 올리며 모바일 게임 업계의 선두주자로 부상하였으며, 〈애니팡〉은 삼성경제연구소가 선정한 2012년 10대 히트상품 2위에 오름

- 한 게임업계 관계자는 "애니팡이 기존 유사 게임이 있음에도 불구하고 국민 게임으로 떠오를 수 있었던 이유는 소셜 기능을 탑재해 사용자간 경쟁 심리를 부추겼기 때문"[288] 이라고 언급했으며, 선데이토즈의 허양일 홍보팀장 역시 애니팡의 성공 원인을 "국내 앱 메신저 중 사용자가 가장 많은 카카오톡 기반 소셜 게임으로 나왔기 때문" 이라고 분석[289]
- 〈애니팡〉의 성공은 카카오톡을 기반으로 한 후속 소셜게임들의 성공으로 이어짐. 〈아이러브커피〉는 서비스 시작 3일 만에 하루 1억원의 매출을 기록했으며, 10월에는 〈드래곤 플라이트〉가 〈애니팡〉을 제치고 신규 인기 게임 1위, 최고 매출 1위를 기록. 〈애니팡〉을 모방한 〈슈가팡〉, 〈캔디팡〉 역시 인기몰이 중

○ **소셜게임 열풍이 바꾼 대한민국의 풍경**

- 소셜게임 열풍은 무엇보다도 온라인게임의 주 소비층인 10대~30대 남성을 넘어 게임을 하지 않던 중년 · 노년층과 여성까지 게임 유저로 끌어들였다는 데서 주목할 만 함. 특히 여성들의 게임 유입이 두드러지게 증가하였는데, 여성 유저 비율이 50%를 넘는 〈룰더스카이〉, 〈타이니팜〉과 같은 게임들이 속출하고 있음
- 이처럼 소셜 게임에서 여성 유저 비율이 증가하고 있는 이유로는 소셜게임의 특징 중 하나인 '친구' 기능이 여성 이용자들에게 어필했다는 점을 들 수 있음.[290] 온라인에서 맺어진 친구가 아닌 실제로 친한 친구들과 함께 게임을 즐기고, 서로 도움을 주고받을 수 있다는 특징이 여성들

288) 아주경제. 2012.12.07. 모바일 게임, '소셜네트워크'가 성장의 원동력
289) 한겨레. 2012.09.18. '국내 메신저 앱 1위' 카카오톡, 게임서도 '신기록' 팡팡
290) 아이뉴스. 2012.04.29. 소셜게임 '여심'잡고 게임 대중화 앞장

을 게임으로 유입시키고 있다는 분석. 또한 컴투스 강희원 홍보팀장은 "싸이월드가 미니홈피를 예쁘게 꾸미고 남들에게 보여주며 일촌을 맺는 관계 시스템 등이 크게 어필한 것처럼 소셜게임도 비슷한 요소를 가지고 있다" 며 "여성들은 특유의 섬세함으로 소셜게임 내에서 자신의 농장이나 마을을 꾸미고 친구들에게 보여주는 것에 만족을 느끼는 것 같다" 고 설명[291)]

- 이와 같이 기존에 게임을 하지 않던 사람들까지 게임을 즐기게 되는 '국민 게임'의 시대가 열리자 주변의 일상적인 풍경이 게임을 중심으로 변화하고 있음
- 직장 풍경: 직장인들끼리 한 부서에서 점수를 경쟁하거나 회사 인근에서 점심시간을 이용해 게임을 열중하는 모습을 쉽게 볼 수 있음. 직장 간부들조차 게임 점수 경쟁에 열을 올리게 되자 신입 사원이 상사 대신 점수를 올려주어야 하는 해프닝들도 발생. 일부 회사에서는 근무시간에 게임 금지령을 내린 반면, 직장 내 게임 대회를 개최한 회사도 있음. 최근에는 한 국회의원이 국무회의 중 애니팡을 즐기는 모습이 카메라에 담겨 논란이 일기도 함
- 중년 여성들이 하루에 몇 시간씩 게임에 빠지는 일은 전혀 예상치 못한 현상이었으나 이제 흔하게 볼 수 있는 풍경이 되었음. 언론매체와의 인터뷰에서 주부들은 "단순한 동작을 반복하면서 손가락을 자주 움직이니 치매 예방에도 효과가 있을 것 같다" 또는 "게임이 새로운 삶의 활력소가 됐다" 고 언급.[292)] 숭실대 사회학과의 배영 교수는 이러한 현상을 "개성 표출을 자제하고 자녀 교육과 가사일에 몰두해 온 50~60대가 모바일 게임에 심취하는 이유는 자신의 존재감을 드러내려는 욕구와 관계가 있다" 며 "주변 사람들이 볼 수 있는 게임 속 랭킹 목록에 자신의 이름을 올림으로써 만족감을 얻는 것" 이라고 풀이함[293)]

---

291) 아이뉴스. 2012.04.29. 소셜게임 '여심'잡고 게임 대중화 앞장
292) 한국일보. 2012.12.12. "활력 팡팡" 중년은 모바일 게임 중
293) 한국일보. 2012.12.12. "활력 팡팡" 중년은 모바일 게임 중

- 연예인들이 SNS를 통해 특정 게임에 대한 애정을 표현하거나 TV 예능 프로그램에서 출연진들이 단체로 게임을 즐기는 모습들이 자주 방송됨. 〈개그콘서트〉의 몇 몇 코너에서는 게임이 개그의 소재로 활용되기도 함
- 연락 않던 옛 애인 혹은 지인들 간의 관계 부활(?): 게임이 사람들 간의 관계에 중요한 역할을 함. 연락이 끊긴 지인들이 게임 아이템(애니팡 하트) 전송을 계기로 다시 연락을 하게 된 사례들도 적지 않으며, 헤어진 연인이 게임 아이템 전송 연락을 하자 오해가 생기기도 함
- 이러한 현상은 외신에까지 보도됨 . 미국 월스트리트저널은 "애니팡, 한국인을 사로잡다(Anipang Grabs Time, Hearts of South Koreans) "[294]라는 기사에서 애니팡 열풍을 자세히 분석
- 정신건강의학과 김현철 전문의는 한국인들의 〈애니팡〉 열풍에 대해 "사람들은 하트로 소통을 하면서 '내가 과연 주변 사람에게 의미 있는 존재인지'에 대한 불안감을 해소한다" 며 "또 애니팡에는 경쟁-우월감으로 연결되는 이른바 '1등주의'도 녹아있다"[295] 고 분석하며 현재 인간관계문화적 특징이 녹아든 특이한 문화현상으로 보았음

294) Wall Street Jouranl. 2012.09.09. Anipang Grabs Time, Hearts of South Koreans
295) 문화일보. 2012.12.14. 일자목 · '하트' 스트레스 … 대한민국 '애니팡 앓이'

제10절

노블리스 오블리주에서 시티즌 오블리주로

1. 재능기부, 이제는 재능교환시대

가. 재능기부의 확대, 노블리스 오블리주에서 시티즌 오블리주로

○ 일반적으로 '기부'는 현금, 물품, 부동산 등을 제공하는 '유형의 기부'와 시간, 재능, 기술을 나누는 '무형의 기부'로 나뉘며, 전통적 자원봉사활동이 단순 노동력을 제공하는 것인데 비해 '전문적 기술이나 재능이라는 특수한 활동을 통한 자원봉사'를 '재능기부(talent donation)'라고 함[296)]

○ '재능기부'와 유사한 개념으로 사용되는 '프로보노(pro bono)'는 로마시대 지도층의 공익을 위한 헌신과 기부를 의미한 '공익을 위하여(pro bono publico)'에서 유래된 용어임

- 1993년 미국변호사협회에서 소속 변호사들이 연간 50시간 이상 사회공헌활동을 하도록 규정한 것에서 시작되었으나 현재는 의료, 교육, 경영, 세무, 과학기술, 문화예술 등 다양한 분야의 전문가들이 전문지식과 기술을 기부하는 활동으로 의미가 확장되어 사용되고 있음

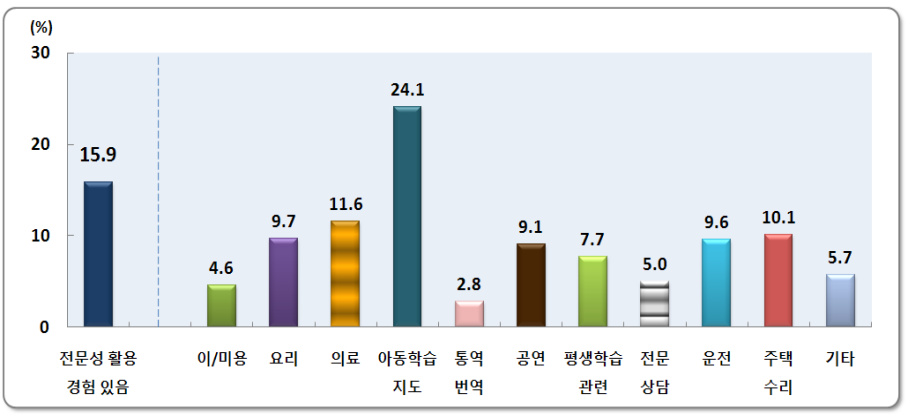
○ 이러한 재능기부는 개인의 차이를 존중해 각자가 가진 재능을 사회에 환원한다는 점, 기부를 받아야 할 대상이 다양한 만큼 기부할 재능도 다양하다는 점, 금전적 기부가 1회성이 대부분인데 비해 재능기부는 각자의 전문성과 지식을 바탕으로 한 지속적인 기부형태라는 점에서 한 단계 진화한 기부모델로 각광을 받고 있음

○ 〈사회조사〉 결과에 따르면 2011년 자원봉사 참여자 중 자신의 전문성을

296) 박소현.(2011). 「문화예술분야 재능기부 활성화 방안 연구」. 한국문화관광연구원

활용한 경우는 15.9%로 나타났으며, 공연 등의 문화예술 관련 재능을 활용한 이는 9.1%를 차지한 것으로 나타남

[그림 3-10-1] 전문성을 활용한 자원봉사 경험



자료 : 통계청.(2012). 2011년 사회조사 결과

○ 문화예술분야에서의 재능기부는 정부와 민간 모두에서 활발하게 일어나고 있음

○ 일러스트레이터 장석원은 2009년 MBC와 지자체가 공동으로 진행 한 〈지역 도서관 만들어주기-고맙습니다 작은 도서관〉 프로그램의 일환으로 전라북도 완주군 상관면 기찻길 작은 도서관을 시작으로 청주, 갑포, 양산, 완주 소양면, 부산 작은 도서관 등 3년 동안 20개의 벽화를 재능기부하였으며 아파트 주민, 학교 학생들, 재단 어린이들과 함께하는 벽화 그리기 등 지역 사람들이 함께 참여하는 집단 창작을 이끌어냄

○ **〈비욘 더 마인드(beyond the Mind)〉**는 2010년 5월 시작된 대학생 재능기부 단체로 서울대, 중앙대, 카이스트, 홍익대 등 전국 11개 대학 재학생이 지역아동센터를 방문하여 벽화그리기, 놀이미술, 동요 만들기, 레크리에이션 등 교육봉사를 정기적으로 진행하며, 일년에 두 번식 농촌 초등학교와 분교를 방문하여 5박6일간의 재능나눔 캠프를 진행하고 있음[297)]

○ 문화체육관광부와 한국문화예술교육진흥원은 2009년부터 **〈문화예술 명예교사 사업- 특별한 하루〉**를 통해 재능기부 프로그램을 진행해왔으며, 2012년에도 손글씨 예술가 강병인, 대중가수 이한철 등 150명의 명예교사가 체험형 프로그램과 토크콘서트, 북콘서트 등을 진행하고 있음. 또한 〈문화바우처 기획사업〉을 통해서도 지역예술인들이 독거노인이나 중증장애인의 재가방문을 통한 재능기부가 이루어지고 있음

○ 한편 최근 들어서는 전문가가 아닌 일반 시민, 청소년들에 의한 재능기부 역시 활발하게 이루어지고 있음

○ **〈스마일재능뱅크〉**는 스마일 농어촌 운동의 일환으로 추진하는 농림수산식품부와 스마일 농어촌운동 국민운동 추진위원회가 설립하여 운영하는 농어촌 재능 나눔터로 농어촌 마을로부터 재능기부 신청을 받은 뒤 직능 사회봉사 단체나 대학생 동아리를 선정하여 농어촌 재능기부 활동을 실시함[298]

- 농어촌 재능기부에 관심이 있는 이들은 스마일재능뱅크에 회원가입하고, 재능기부 분야와 희망지역을 선택하여 참여가 가능하며 노래· 춤 동아리는 지역 축제에 참여하여, 사진동아리의 경우 마을 노인들의 영정사진이나 단체 사진을 찍어드림으로써, 미술동아리는 마을 벽화 그리기 활동에 참여하여 마을 환경 조성에 재능을 기부하고 있음

○ 이러한 변화는 문화예술분야에 대한 기부가 선택된 소수의 특권계층에 의한 '위로부터의 나눔문화'인 노블리스 오블리주(noblesse oblige)에서 '일반 시민들에 의한 나눔문화'인 시티즌 오블리주(citizen oblige)[299]로 그 저변이 확대되고 있음을 의미한다고 볼 수 있음

---

297) 비욘 더 마인드. http://www.beyondthemind.or.kr/ (2012.11.23.)
298) 한겨레. 2012.08.13. 서로를 알아간다는 생각이 재능기부의 시작
299) 시티즌 오블리주의 개념은 '재능'의 성격과 범위를 고도로 특화되거나 전문화된 직업의 영역에 한정하지 않고 비전문적인 개인의 특기 또는 자신이 좋아하는 일로까지 확장시킴

나. 재능기부를 통한 합동 작품 제작 활동

○ 재능기부를 통해 영화나 공연 등의 작품을 합동으로 제작하는 활동도 나타남

○ 2012년에 제작된 **〈철가방 우수씨〉**는 중국집 배달원을 일하며 받은 70만 원의 월급으로 여러명의 고아들을 후원하며 갑작스런 교통사고로 세상을 떠난 故 김우수씨의 실화를 바탕으로 만들어진 영화로 주연배우 '최수종, 김수미'를 비롯해 감독, 제작진 모두가 재능기부로 영화에 동참하여 화제가 됨[300]

- 그룹 〈부활〉의 '김태원'은 주제곡을, 디자이너 '이상봉'은 영화 속 등장인물들의 의상을 통해 재능기부에 동참하였으며, 재능기부로 만들어진 영화에 대한 관심의 확산에 따라 SK건설과 라이원 리조트, 국민일보, 우리은행, 국민은행, 관악교육정보센터 등 국내 많은 기업과 단체, 개인들의 티켓 나눔 운동으로 2012년 11월 21일까지 3억 원 이상이 모금되었음[301]
- 영화의 배급을 맡은 CJ 엔터테인먼트 또한 나눔과 행복의 의미를 되새기는 영화의 취지에 공감해 배급 수수료 전액을 기부하기로 하였으며, 영화의 극장 수익금은 모두 소외계층 아동들에게 기부한다고 밝히는가 하면, 사단법인 해피엘은 경북 칠곡군 왜관에 위치한 사회복지법인 복지마을진회 산하 상록모자원을 비롯하여 어린이집과 지역아동센터 및 기타 시설 아동과 청소년, 부모님들에게 나눔문화를 확산을 위하여 〈철가방 우수씨〉를 관람할 수 있는 무료 영화예매권 600만원 상당을 전달함

○ 한편 지난 8월 홍대 가톨릭청소년센터의 CY씨어터에서는 **〈딴따라땐스홀〉**이라는 제목으로 전혀 다른 예술 장르에서 문화예술활동을 하고 있는 예술가들이 모여, 각자 자신들의 재능을 모아 하나의 새로운 공연을 만들어냄[302]

---

300) 국민일보. 2012.11.15. 재능 기부가 만든 '철가방 우수씨'의 기적… 감독·배우 노 개런티 참여
301) 스포츠경향. 2012.11.23. 최수종-김태원-이상봉 재능 기부 빛나는 영화 '철가방 우수씨'

- 대학로 전문연극배우들과 인디밴스 〈오! 부라더스〉, 로큰롤 스윙댄스 시민공연예술단체 〈딴따라땐스홀〉 등 연극, 음악, 춤의 세 장르의 예술가들은 이번 공연을 모두 재능기부형식으로 무료 출연하며, 공연을 통해 얻어지는 수익금은 딴따라 문화바우처 형태로 대안학교 청소년들의 공연문화예술 체험활동에 전액기부하기로 함

다. 재능매칭기부를 통한 재능교환 활성화

○ 한편 최근에는 일방적인 단순한 '재능기부'에서 각자가 가진 다른 재능을 서로 주고 받는 '재능 교환, 즉 재능매칭기부'가 새로운 트렌드로 떠오르고 있음

○ **서로 돕는 착한 메신저 〈피플게이트(Poeple GATE)〉**는 자신의 재능을 바탕으로 다른 이의 도움을 구하고 자신도 도울 수 있는 재능교환 메신저로 2012년 9월 1일 정식 서비스를 시작함[303)]

- 피플게이트 앱을 다운받아 자신의 재능과 관심사, 본인이 필요한 재능을 입력하고, 그때 그때 필요에 따라 원하는 재능을 검색하면 알맞은 사람의 정보를 얻을 수 있음
- 원하는 재능을 가진 이를 찾으면 대화 혹은 질문 남기기를 통해 자신의 필요를 설명하고 상대가 동의하면 도움을 받을 수 있음
- 권태호 피플게이트 대표는 "카카오톡과 페이스북 등 기존 SNS가 지인 내 네트워크였다면 피플게이트는 재능과 관심사를 바탕으로 더 많은 사람들과 쉽게 대화 나눌 수 있도록 유도하는 지인 외 메신저" 라고 설명하고, "앞으로는 수평적 가치교환을 매개로 네트워크가 발전하며 필요한 가치를 얻기 위해 돈이 아닌 IT기술을 활용한 가치교환 방식이 성장할 것" 이라고 전망함

○ **〈더 소금(The소금)〉**은 재능매칭 SNS로 2012년 9월 4일부로 베타서비스

302) 한경닷컴. 2012.08.29. 젊은 예술가들, 재능기부로 새 장르 개척…공연 '딴따라땐스홀'
303) 전자신문. 2012.09.13. 서로 돕는 착한 메신저 피플게이트

를 실시하고 있으며 재능매칭을 통해 나만의 재능스토리를 만들어 소통하는 소셜네트워크서비스임

- 가입자가 현재 하고 있는 일, 할 수 있는 일, 하고 싶은 일을 파악하여 개인 간의 매칭뿐만 아니라 기업들 간의 매칭 서비스도 제공하며(소금매칭), 재능모임을 개설하거나 기존의 재능모임에 참여하여 재능을 키울 수도 있음(소금파티) [304]
- 더소금을 운영하는 소프트모티의 김미경 대표는 "현 사회의 시스템 상 학교나 취업 그리고 또 다른 도전을 위해 원서를 제출하게 되는데, 그때 필요한 것은 스펙이나 물질적인 것이 아닌 남과 다른 자신만의 스토리라는 것에 중점을 두고 서비스 사용자들 간의 재능을 교환하여 꿈을 이루어 가는 단계를 효과적으로 서포트하고자 한다" 라는 설립 목적을 밝힘[305]

○ 한국문화예술위원회는 12월 이러한 경향에 발맞추어 **문화예술분야의 나눔 정보를 공유할 수 있는 온라인 문화나눔 활동의 장 '예술나무 포털 사이트(www.artistree.or.kr)**를 오픈함[306]

- 예술나무포털에서는 재능을 기부하고자 하는 기부자와 재능을 요청하고자 하는 수혜자가 온라인 사이트에서 각자의 관련 정보를 등록하고 원하는 기부자와 수혜자에게 직접 신청할 수 있는 '재능기부 매칭 시스템'이 포함됨
- 이외에도 한국문화예술위원회는 대한민국예술원, 한국예술문화단체총연합회, 한국메세나협의회 등과 함께 1인 1예술나무 심기 등의 〈예술나무 운동〉 발족식을 개최하는 등 문화예술분야의 나눔 문화를 활성화하기 위한 노력을 기울이고 있음

○ 한편 부산에서는 올해 9월 부산 지역 내 '예술인 및 단체가 병원을 찾는 시민들에게 공연, 전시회 등 문화예술행사를 실시'하는 대신, '예술인들

304) 더소금. http://www.thesogeum.com/ (2012.11.17.)
305) K모바일. 2012.09.05. 재능 매칭 서비스 '더소금' 선보여
306) 문화일보. 2012.12.11. 문화예술위, '예술나무' 포털사이트 새롭게 오픈

의 입원진료비를 10% 감면해주고 건강검진 비용에 대한 혜택을 제공'하는 것을 골자로 한 **〈지역 예술인을 위한 의료서비스 지원 공동협력 협약서〉**를 체결함[307]

- 고신대학교복음병원, 부산광역시의료원, 부산예술단체총연합회, 한국민족예술인총연합회 부산지회, 부산문화재단 등 5개 단체는 환자들에게 보다 다양한 문화향유 기회를 확대하는 동시에 의료 사각지대에 있는 지역 예술인들의 의료복지 증진을 목표로 동 협약을 체결함
- 해외의 경우에도 미국의 브롱스 지역에서는 예술가들이 박물관에서 벽화재건, 미술교육, 연극놀이 등의 활동에 1시간 재능기부를 하면, 의료서비스 크레딧(약 40달러)를 제공하는 방식으로 재능기부와 의료 서비스를 교환하는 프로그램을 시행함[308]
- 이러한 사례는 각각이 가진 자신의 자원과 재능을 서로 맞교환함으로써 상호부조를 이룬 신선한 시도로 평가됨

○ 성남문화재단의 〈사랑방 문화클럽〉, 부천지역의 〈부천희망품앗이〉와 부평구의 〈평화나눔가게〉는 '지역화폐'를 활용해서 재능과 물품의 교환을 해오고 있음[309]

- 이들은 문화예술 등에 대한 재능을 교환 가능한 경제적 가치로 인식하고 지역화폐를 통해 각자가 가지고 있는 재능을 공유하는 '문화 품앗이' 개념을 통해 공동체의 틀 안에서 문화예술에 대한 욕구를 경제적 부담 없이 해소하고자 함
- 그러나 지역화폐 이용자 수가 많지 않으며, 포괄하는 범위에 따라 제공되는 서비스와 물품의 품목이 제약을 받을 수밖에 없어 실질적 활성화에는 한계를 보임

---

307) 아시아투데이. 2012.09.03. "부산지역 예술인에 병원 문턱 낮춘다"

308) Daily News, 2012.01.23. Bronx hospital to let artists use their talents to pay for health care
http://articles.nydailynews.com/2012-01-23/news/30657409_1_artists-health-care-health-insurance

309) 오마이뉴스. 2012.02.16. 동네 가게서 외상했다면 골목 청소로 갚는다

라. 타율적 재능기부에 대한 비판 제기

○ 재능기부가 가지는 사회적 순기능에 힘입어 문화예술 분야에서의 재원 확보 방안, 혹은 예산 긴축 방안으로서 재능기부가 강조되면서 '타율적 재능기부, 즉 재능기부에 대한 지나친 강요'에 대한 비판적 인식도 나타나고 있음

○ 소수의 잘나가는 이들을 제외한 대다수의 예술가들이 생계고에 시달리고 있으며, 문화예술 활동만으로는 생활에 필요한 소득을 확보할 수 없어 2~3개씩의 겸업 활동을 하고 있는 현실에서 '재능기부'라는 명목으로 예술가들에게 가해지는 사회적 요구가 너무 과한 것은 아니냐는 비판임

○ 실제 재능기부가 알려지면서 예술인들에게 무조건 '무료로 아이디어와 강의나 예술활동을 요구'하는 사례가 많아지고 있음[310)]

- 재능기부자들이 가진 재능의 가치를 인정하지 않고 단지 받아내기 위해 접근하는 사람들로 인해 재능기부의 가치가 훼손되거나, 예술인들이 자신의 창작 활동에 필요한 시간과 여유를 갖지 못하게 되는 경우도 있음

○ 2013년부터 정부는 예술인의 창작활동을 돕기 위한 〈창작활동 지원사업〉의 일환으로 예술인이 공공문화시설이나 소외계층 등을 대상으로 '재능기부 활동을 펼치는 데 대한 반대급부'로 3개월간 매월 100만원의 창작준비금을 지원하기로 함[311)]

○ 현재 이루어지고 있는 다양한 재능기부를 활용한 사업이나 내년부터 시행될 〈창작활동 지원사업〉이 원활하게 진행되기 위해서는 재능기부가 가지고 있는 '자발성' 이라는 속성에 대해 다시 한 번 고민해 볼 필요가 있을 것임

- 한국예술종합학교 학생들이 내건 플래카드 "자원봉사 심봉사, 재능기부 안기부" 가 말해주는 '타율적 재능기부가 가진 위험성'에 대해 유념할 필요가 있을 것임

---

310) 동아일보, 2012.7.30, 재능기부 해줘요... 모두 공짜죠?
311) MK뉴스, 2012.9.20, 예술인 재능 기부 월 100만원씩 지급

2. 모바일 시대로 가까워진 스마트 기부문화

○ SNS, 인터넷, 스마트폰을 통해 참여할 수 있는 **'소셜 기부' 프로그램**이 등장하면서 빠르고 쉽게 기부하는 참여형 나눔인 '이지 오블리주(easy oblige)'가 확산되는 추세임

- 소셜 기부 프로그램은 기부문화의 탈특권화 및 일상화를 촉진시키고, 젊은 층들의 기부에 대한 관심과 참여를 증진시켰으며 소액 기부를 창출하거나 촉매시키는 중개역할의 성격을 가지고 있음
- 최근에는 블로그, 트위터 등의 소셜 네트워크 서비스의 발달로 인터넷과 휴대폰을 통한 실시간 기부가 확산되고 있으며 젊은 층의 기부 문화에 대한 관심과 참여의 증가를 가져오고 있음

○ 〈굿네이버스〉는 2010년 국내 최초로 기부전용 어플을 오픈한 데 이어 2011년 SNS 전용기부 캠페인 〈소셜100원의 기적〉을 통해 저개발국가 아동을 지원하는 캠페인을 진행 중임

○ 네이버의 〈해피빈〉은 2005년 NHN의 온라인 나눔 포털 사이트로 출발하여 2009년 재단법인으로 독립했으며 온라인을 통해 기부자와 자선단체를 이어주며 자선단체가 포털사이트 네이버의 블로그 '해피로그'를 통해 어려운 사정에 처한 이들의 사연을 전하고 기부를 원하는 이들은 '해피빈 콩(개당 100원)'을 기부하는 형식을 띰

- 기부의 생활화를 목표로 시작한 해피빈은 7년 만에 300억원이 넘는 기부금을 모았으며 2012년 8월 8일 기준 총 모금액은 315억여원이며 5,600여개의 해피로그를 통해 5만여건의 사연이 알려짐[312)]
- 해피빈은 기부가 이루어진 후에도 기부를 받는 이에게 해당 금액이 어떻게 쓰였는지에 대한 내역을 투명하게 공개해 기부 문화를 개선했다는 평가를 받고 있으며, 기업들이 활발하게 진행하는 사회공헌활동을 이용자들에게 알리고 참여를 독려하는 플랫폼의 역할도 성실히 수행하고 있

312) 한국경제. 2012.08.09. [사회공헌 나선 기업] NHN, 기부포털 '해피빈' 7년만에 300억 모금

으며 NHN을 비롯한 660여개의 기업들이 참여하고 있음

○ 한편 NHN에서 실시하는 〈2012 한게임 해피빈 기부천사〉 캠페인의 경우 한게임에서 게임을 즐기고 받은 콩을 통해 기부에 참여할 수 있도록 했고, 올해 캠페인에서 천만 개의 콩이 모이면 문화콘텐츠 사회공익단체에 5천만원을 기부하여 장애청소년들의 문화활동, 청각장애인을 위한 UCC 제작 등을 지원할 계획임[313]

○ **〈빅 워크(BigWalk)〉**는 100m를 걸을 때마다 1원의 기부금이 발생하는 앱으로 건강관리와 기부를 동시에 할 수 있도록 도와줌[314]

- 사용자가 앱을 실행하면 GPS를 통해 걸은 거리와 시간, 칼로리 소모 정도가 파악되고 이를 바탕으로 기부할 수 있는 포인트가 쌓임
- 걷기를 멈추면 그동안 쌓인 기부 포인트가 절단장애 아이들의 의족 마련을 위한 후원금으로 자동 지원됨
- 앱 내의 TONG페이지를 통해 후원받는 아동에 대한 간략한 정보와 목표금액, 현재 금액, 참여인원을 확인할 수 있으며, 〈빅 워크〉를 사용한 유저들의 기부 랭킹 정보와 기부 포인트도 찾아볼 수 있음. 또한 페이스북으로 자신의 기록 및 지도, 기부 활동을 공유할 수 있어 긍정적인 기부 독려 및 확산효과도 볼 수 있음

○ **〈기부천사〉, 〈기부톡〉**은 앱을 통해 통화만 하면 통화시간에 따라 기부금이 적립되는 서비스이며, 〈기브유(GiveU)〉는 기부하고 싶은 단체를 선택하고 OK캐시백, 레인보우 포인트, 현금이나 카드 등 다양한 결제 방법을 이용해 후원하는 방식임

○ CJ제일제당은 자사 제품인 〈미네워터〉 생수병 겉면에 일반 바코드 외에 추가로 물방울 모양의 바코드를 새겨 넣어 계산할 때 소비자가 물방울 바코드를 찍는 데 동의하면 100원이 아프리카 어린이들에게 깨끗한 물을 공급하는 데 쓰이도록 함[315]

---

313) 스포츠한국, 2012.12.03, [모바일] 나눔 기부도 스마트하게~
314) 노컷뉴스, 2012.12.14, 올 연말엔 나도 기부천사…"걸으면 자동 기부되는 앱"

- 소비자가 100원을 기부하면 제조사인 CJ제일제당이 100원, 유통사가 100원을 추가해 병당 300원의 기부 금액을 모으게 됨

○ KT는 〈사회복지공동모금〉과 업무협약을 맺고 휴대전화 전자화폐 서비스 〈주머니(ZooMoney)〉 앱 기반의 스마트 기부 플랫폼을 제공함

- 기부를 원하는 경우 앱을 다운받아 기부하기 메뉴를 클릭하는 것만으로 기부가 가능함

○ 〈카카오톡〉은 '플러스 친구'에 유니세프, 사랑의 열매, 어린이재단, 대한적십자사, 세이브더칠드런 등 다양한 사회공헌을 포함하여 카카오톡 메시지로 캠페인과 구호 봉사활동, 기부문화를 전하도록 함

○ 코카콜라는 회사 블로그(blog.naver.com/cokecast) 등에 표기된 QR코드에서 게임을 인식해 사용하면 스페셜올림픽에 기부금이 전달되는 〈코크 기프트팡〉이라는 게임을 선보임

○ 한편 영국의 DCMS는 모바일을 통해 문화예술단체 등에 기부를 할 수 있는 문화예술 기부 플랫폼을 구축하고 구동 중에 있음

○ 스마트폰의 일상화로 인해 향후 문화예술 분야에 대한 기부 형식과 방법 또한 과거보다 훨씬 더 다양하고 스마트한 형태로 진화할 것으로 전망됨

3. 크라우드 펀딩 : 후원에서 투자로 스펙트럼 다변화

가. 크라우드 펀딩을 통해 제작된 〈26년〉과 〈또 하나의 가족〉

○ 크라우드 펀딩(crowd funding) 또는 소셜 펀딩(social funding)이란 소셜 네트워크를 통해 상용 가능한 아이디어나 창의적인 지적 재산들을 홍보하여 이에 대한 지지기반을 확보함으로써 프로젝트들이 사장되지 않고 빛을 발할 수 있도록 도와주는 재원조성방법임

315) 국민일보, 2012.12.9. [기부는 곁에 있다] smart 기부… 교통카드·바코드 찍고 앱 다운받아 클릭

○ 해외의 성공적인 크라우드 펀딩 사이트는 2008년 1월 영국에서 설립된 인디고고(indiegogo)와 2009년 미국에서 만들어져 현대는 가장 큰 규모로 성장한 킥스타터(kickstarter), 그리고 2010년 미국에서 만들어진 로켓허브(rockethub) 등을 예로 들 수 있음

- 미국의 킥스타터의 경우 올해 예상 매출액이 300억 원에 이를 정도로 빠른 성장세를 보이고 있으며, 미국 경제 전문지 비즈니스 인사이더는 10월 킥스타터의 기업 가치를 350만 달러로 평가함[316)]

○ 문화예술 분야의 국내 크라우드 펀딩 사이트로는 2011년 1월에 시작된 〈디스이즈트루스토리〉를 필두로 〈텀블벅(2011.3)〉과 〈펀듀(2011.4)〉, 〈업스타트(2011.7)〉 등 20여 개의 민간 사이트가 있으며, 공공부문으로는 〈한국문화예술위원회〉에서 운영하는 크라우드 펀딩 전용 웹사이트(2011.4)가 있음

○ 한국문화예술위원회는 '대중의, 대중에 의한, 대중을 위한 문화예술 나눔 기부'를 모토로 2011년 총 7개의 프로젝트를 진행하여 목표금액 달성율 100%를 기록하였고, 2012년에는 총 11개의 프로젝트를 진행 중에 있음

- 2011년의 경우 무용 2건, 음악 2건, 시각예술, 전통문화, 연극 각 1건의 프로젝트에 대해 총 761명의 소액기부자들이 49억 5천만 원을 후원함(표 3-10-1참조)
- 2012년의 경우 11개 프로젝트 중 LDP 무용단의〈NO COMMENT Ⅱ〉만이 68명의 후원자로부터 목표액 500만원을 모금하여 성공하였으나 나머지 10건은 목표액에 못 미치는 모금실적을 보이고 있음[317)]
- 일반적으로 후원을 받는 예술단체는 프로그램 북이나 홍보물의 기부자 명단에 인명을 기재하고 해당 프로젝트의 무료 입장, 관람권, 또는 다른 작품의 할인권을 제공하는 등의 혜택을 제공하게 됨
- 또한 한국문화예술위원회에서 운영하는 크라우드 펀딩 기부금은 〈소득

316) 머니투데이. 2012.10.22. [더벨]인큐젝터 "글로벌 크라우드펀딩 플랫폼 꿈꾼다"
317) 예술나무 홈페이지. ttp://www.artistree.or.kr

세법〉 제34조에 의거 법정기부금에 해당되므로 개인 기부자는 소득공제액을 차감한 소득 대비 100% 한도 내에서 소득공제를 받게 됨

〈표 3-10-1〉 한국문화예술위원회의 2011년 크라우드 펀딩 추진 성과

(단위: 백만원, 명, %)

프로젝트명 (단체명)	모금일수	모금분야	모금 목표액	최종 모금액	후원자 수	목표 모금액 달성률
돈키호테 (이원국발레단)	30일	무용	500	530	101	100
[SUN] 프로젝트 (박기원)	30일	시각 예술	500	503	112	100
삶과 나눔콘서트 (행복나무오케스트라)	30일	음악	1,000	1,019	108	100
호두까기 인형 (서울발레시어터)	90일	무용	1,000	1,099	51	100
카네기 콘서트 (시각장애인 체임버오케스트라)	50일	음악	500	526	98	100
아리랑프로젝트 (홍보전문가 서경덕)	30일	전통	-	739	196	100
레 미제라블 (50대 연지가그룹)	26일	연극	500	533	95	100
합계				4,950	761	100

자료 : 김휘정.(2012). 문화예술 분야 크라우드 펀딩의 쟁점과 활성화 방향. 예술경영연구 제23집.

〈표 3-10-2〉 한국문화예술위원회의 2012년 크라우드 펀딩 추진 성과

(단위: 백만원, 명, %)

프로젝트명 (단체명)	모금 일수	모금 분야	모금 목표액	최종 모금액	후원자 수	목표 모금액 달성률
아름다운 동행-소록도 사람들 (예술나무)	60일	시각 예술	3,000	3,723	195	102
춤추는 관현악	41일	음악	500	-	1	0
ONE&ONE (한국장애인국제예술단)	79일	공연	300	70	18	48
제 15회 서울세계무용축제 (국제무용협회)	54일	무용	1,000	800	40	81
단솔프로젝트 (조은컴퍼니,키작은 소나무 극장)	40일	연극	500	38	5	8

프로젝트명 (단체명)	모금 일수	모금 분야	모금 목표액	최종 모금액	후원자 수	목표 모금액 달성률
오케스트라와 샌드애니메이션이 함께하는 동화나라 여행 (광명심포니)	42일	음악	500	36	18	7
기찻길-어느 역무원이야기 (극단초인)	30일	연극	300	30	3	10
아트버스 프로젝트〈오!재미〉 (캔 파운데이션)	60일	시각예술	500	47	9	9
NO COMMENT Ⅱ (LDP무용단)	45일	무용	500	500	68	100
제14회 서울변방연극제(무형스튜디오-구체그룹)	50일	연극	700	130	19	16
2012 런던올림픽-대한민국 국악 응원 프로젝트 (오성과 한음)	60일	국악	3,000	1,794	171	60
합계				7,168	547	40

자료 : 한국문화예술위원회, 예술나무, http://artistree.or.kr/main.do

○ 한편 민간 크라우드 펀딩 운영 업체의 경우 자금 모금의 어려움을 겪고 있는 프로젝트에 대해 개인 기부자들을 '후원'의 형식으로 연결해주며, 성공 프로젝트에 한해 모금 총액의 5~10%에 이르는 수수료를 운영비용으로 부과함

○ 국내 대표적인 크라우드 펀딩 업체인 〈텀블벅〉은 독립적인 문화창작을 위해 설립된 온라인 펀딩 플랫폼으로 사업개시일로부터 2012년 7월까지 총 166개의 프로젝트를 진행하여 110개의 프로젝트를 성공시킴.

- 총 모금액은 2억 7천만원이고 후원자 총수는 4800여 명으로 나타남
- 〈텀블벅〉의 경우 목표 금액에 미달되면 모금된 기부금을 기부자들에게 전액 되돌려주는 'All or Nothing' 방식으로 운영되며 다른 서비스에 비해 편리한 결제 시스템을 가지고 있어 소셜 펀딩 업체 중 선두를 달리고 있음

○ 〈펀듀〉의 경우 누적 기준으로 총 112건의 프로젝트를 진행하였으나 실질 모금액은 8천 3밴만 원으로 나타남

○ 2012년에는 사회적으로 민감한 주제를 담고 있어 투자의 어려움을 겪었던 영화 〈26년〉과 〈또 하나의 가족〉이 크라우드 펀딩을 통해 개봉 또는 목표액을 달성하여 화제를 모음

○ **영화 〈26년〉**은 강풀 작가의 웹툰 〈26년〉에서 비롯되었으며, 역사적으로 민감한 주제인 광주 5.18 민주항쟁을 소재로 하고 있어 투자의 어려움을 겪던 중 〈굿펀딩〉에서 대국민 크라우드 펀딩을 2012년 3월 36일부터 연장기간 2012년 5월 31일까지 10억 원을 목표로 진행되었으나 총 3억 8446만원을 모으면서 크라우드 펀딩에 실패하게 됨[318]

- 이후 〈26년〉은 자체적으로 영화 〈제작두레〉 방식을 통해 크라우드 펀딩을 진행하였으며 21,718명이 참여하여 총 7억 4천 5백만 원을 모아 11월 말에 개봉함[319]

○ 삼성 반도체에 근무하다 백혈병에 걸린 故 황유미씨의 이야기를 바탕으로 한 **영화 〈또 하나의 가족〉** 역시 사회적으로 민감한 소재를 다뤄 투자자 유치에 어려움을 겪었으나 〈굿펀딩〉을 통해 크라우드 펀딩을 진행하여 2,701명으로부터 목표 모금액의 119%인 약 1억 9천만 원을 모금함[320]

나. 후원에서 투자로, 크라우드 펀딩의 스펙트럼 다변화

○ 〈텀블벅〉, 〈펀듀〉, 〈업스타트〉, 〈굿펀딩〉 등이 영화나 공연, 웹툰 등과 같은 문화예술 프로젝트에 대한 '후원'을 주된 내용으로 하고 있는 반면, 최근 들어서는 '개인 간(peer to peer) 인터넷 금융' 방식이 주목을 받고 있음

○ 〈머니 옥션〉과 〈오퍼튠〉은 (주)한국금융플랫폼이 운영하는 P2P 금융 크

318) 굿펀딩. http://www.goodfunding.net/gf/project_list, (2012.11.26.)
319) 영화 26년 홈페이지 영화26년. http://www.26years.co.kr/newdoore/gallery.php,
320) 스포츠한국. 2012.12.5. '또 하나의 가족' 크라우드 펀딩 119%

라우드 펀딩 투자 플랫폼에 해당함

○ 2011년 7월 사업을 개시한 〈오퍼튠〉은 개별 투자자들이 기업이나 기업이 추진하는 특정 상품, 영화, 공연 등에 직접 투자하고 그 대가를 받도록 중개하는 사이트로, 투자를 받는 사람이 직접 금리를 정해 게시하면 투자자가 투자 가치 등을 판단해 해당 프로젝트에 투자하도록 하는 방식을 취하고 있음

- 현행법상 투자자는 이자수익의 27.5%를 세금으로 내야함에도 불구하고 〈오퍼튠〉은 5만여 명의 회원과 1,500억 원이라는 크라우드 펀딩 신청 규모를 갖고 있으며 2천여 명의 개인과 기업을 대상으로 총 150억 원의 투자 성사액을 달성함
- 2012년 7월 기준 〈오퍼튠〉에서 투자가 성사된 문화예술 부문의 프로젝트는 총 12건으로 독립영화 〈시선 너머〉의 배급 투자, 〈Goodbye boy〉의 마케팅, 홍보 투자, 록그룹 〈들국화〉의 리메이크 앨범과 인디밴드의 앨범 제작, 뮤지컬, 콘서트, 자비 초기 운영자금, 전시회 비용 등에 대한 것이었음
- 12건의 문화예술 프로젝트에 대해 총 투자 성사 금액은 2억 7천여만 원, 평균 투자 성사 금액은 약 2천 3백만 원, 1인당 평균 투자금액은 29만 원으로 나타났으며, 평균 투자 참여자 수는 75명으로 나타남[321)]

○ 〈텀블벅〉과 같은 소셜 펀딩 플랫폼과 〈오퍼튠〉과 같은 인터넷 금융 크라우드 펀딩 투자 플랫폼을 구분짓는 가장 중요한 차이는 '보상체계'와 '모금을 추진하는 주체의 법인 성격'임

- 기존의 소셜 펀딩 플랫폼에서 모금 제안을 하는 제안자는 비영리 문화예술 단체나 예술 창작자 등인 반면 금융 크라우드 펀딩 투자 플랫폼인 〈오퍼튠〉에 자금 신청을 하는 제안자는 개인 투자자로부터 융자나 투자를 받기 위한 '법인 기업'의 형태를 띰
- 투자 형식은 크게 저금리 대출, 리워드 펀딩, 공모 등의 형태로 분류되

321) 김휘정.(2012). '문화예술 분야 크라우드 펀딩의 쟁점과 활성화 방향'. 예술경영연구 제23집

는데, 〈오퍼튠〉에서 투자가 성사된 문화예술 프로젝트는 모두 '리워드 펀딩'의 투자 형식으로 진행되었으며, 가장 높은 투자액을 기록한 〈만화 아트마켓〉 전시회 모금 프로젝트는 총 1억 원의 투자액과 152명의 참여 투자자 수, 이자율 29%와 수익 배분율 35%를 기록함

- 리워드 펀딩이란 일반적으로 투자자들에게 투자액에 상응하는 수익(현물 리워드)을 배분하고 자금 모집자로 하여금 1~9%의 저금리 융자를 이용하도록 하며, 사업 목표를 달성할 경우 추가 이자 배당을 실시할 수 있는 방식임[322]

○ 이러한 인터넷 금융 크라우드 펀딩 투자 플랫폼의 증가는 영세하고 자금 유동성이 낮은 문화콘텐츠 기업이나 스타트업 기업을 육성할 수 있는 새로운 대안으로 주목받고 있음

- 〈오퍼튠〉의 한기원 전략기획 과장은 "현재 국내에 약 6만개의 중소기업이 존재하지만, 정부 지원이나 금융권 대출에는 한계가 있다"며 "앞으로 크라우드펀딩을 통한 기업들의 자금조달이 계속 늘어날 것으로 예상한다" 고 전망함[323]

○ 그러나 현행법 상 정식 인허가 없이 높은 수익률을 약속하며 투자자를 모으는 것은 유사수신행위[324]로 간주될 수 있어 이러한 위법 논란을 피하기 위해 국내 크라우드 펀딩 중개업체는 아예 대부업체로 등록하거나 제휴해 서비스를 제공하게 되는데, 이로 인해 크라우드 펀딩의 성장이 제약되고 있다는 비판이 있음

○ 미국의 경우 2012년 4월 신생 기업에 대한 일련의 규제를 철폐하는 JOBS법(Jumpstart Our Business Starups Act)을 통과시켜 벤처기업 또는 중소기업이 크라우드 펀딩을 통해 일반 공중과 같은 소액투자자로부터 자금을 모금하는 것을 합법화시킨 바 있음

---

322) 김휘정.(2012). '문화예술 분야 크라우드 펀딩의 쟁점과 활성화 방향'. 예술경영연구 제23집.
323) 조선일보. 2012.11.25. "돈 없어도 기회는 있다"..크라우드펀딩 붐
324) 금융기관으로서 허가를 받지 않은 업체가 불특정 다수로부터 자금을 모집하는 것

○ 기획재정부 역시 코스닥 상장이나 투자 중개 등 기존의 자금 조달 방식이 이제 막 사업을 시작하는 창업자에게는 문턱이 높다고 판단하고 〈창업지원법〉이나 〈자본시장법〉을 개정하여 '투자'방식의 크라우드 펀딩을 도입하는 방안을 구상 중이라고 밝힘[325)]

○ 한편 국내에 투자형 크라우드 펀딩 관련 법이 도입될 경우 자금력이 부족한 예술단체나 가난한 창작자들의 활로 개척을 위한 대안적 모금 방식으로 환영받는 '프로젝트 후원' 방식에는 대중들의 관심이 저하되고 소위 '돈이 되는 투자 프로젝트'에 대중의 쏠림 현상이 크게 나타날 수 있음

- 실제로 2011년 3월 개시한 〈텀블벅〉의 총 모금액 규모가 약 3억 원이고 성사 프로젝트 수가 110개 수준인 반면, 7월에 개시한 오퍼튠의 문화예술 프로젝트가 불과 12건임에도 불구하고 총 투자 성사액이 3억 원에 육박함
- 또한 민간 크라우드 펀딩 업체의 경우 투/융자를 신청한 기업이 투자금 회수가 가능할 만큼 '재정적으로 건전한지 여부'와 '프로젝트 아이디어가 대중성을 가지는지'를 가장 중요하게 고려하게 됨[326)]으로써 '작품성과 창의성을 가진 문화예술 프로젝트'에 충분한 투자가 모이지 않을 가능성도 큼

○ 이러한 문제점을 감안할 때, 크라우드 펀딩이 '투자' 중심으로만 재편되는 것은 바람직하지 않으며, 기부를 통한 '후원'방식과 '투자'방식이 균형 있게 발전하게 할 필요가 있음

- 즉 금융 거래 펀딩은 혁신적인 기업이나 대중성이 있는 문화예술 콘텐츠로의 투자를 활성화하여 국가 경쟁력 강화와 일자리 창출에 기여하도록 하되, '작품성과 창의성을 가진 예술인의 프로젝트, 또는 순수예술 프로젝트'에 대해서는 공공 소셜 펀딩 플랫폼 또는 민간 소셜 펀딩 플랫폼을 통한 '후원'이 활성화될 수 있도록 감세 혜택이나 결제에 있어서 편의성

325) 김휘정.(2012). '문화예술 분야 크라우드 펀딩의 쟁점과 활성화 방향'. 예술경영연구 제23집
326) 김휘정.(2012). '문화예술 분야 크라우드 펀딩의 쟁점과 활성화 방향'. 예술경영연구 제23집

제고 등의 제도적 지원을 강화하는 것이 필요할 것임

○ 또한 후원자/투자자에 대한 보호와 정보의 투명한 유통, 그리고 플랫폼 운영자의 책임성을 확보할 수 있는 제도적 보완조치 또한 진행되어야 할 것임

제4장

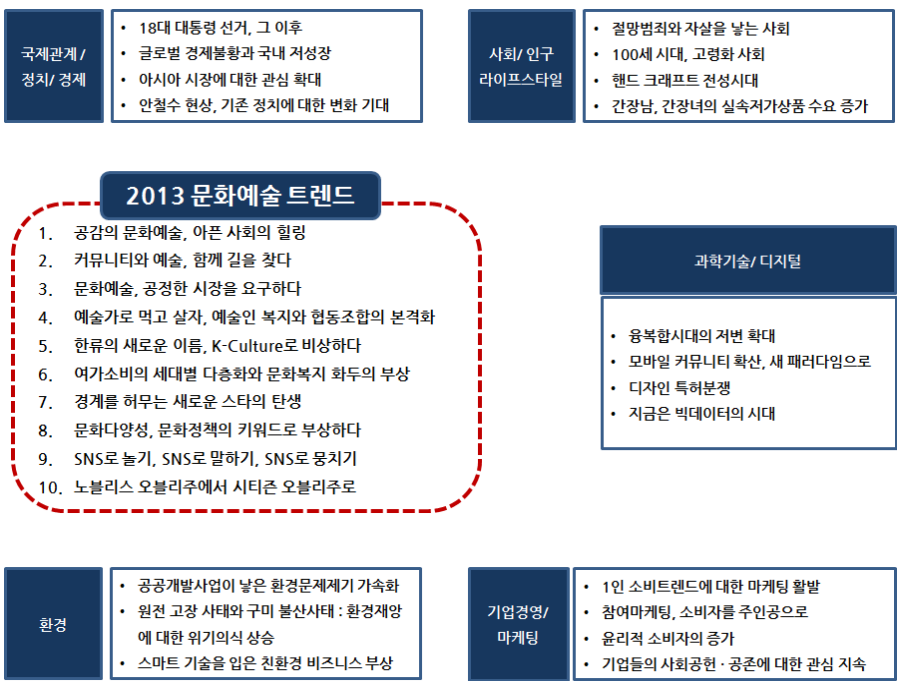
결 론

○ 본 연구는 2010년부터 1년 단위로 이어지고 있는 문화예술분야의 변화의 흐름과 중요한 이슈를 마이크로 트렌드의 형태로 파악하여 우리나라 문화예술분야의 지속적인 변화과정을 반영한 문화정책의 중장기적 방향설정에 도움을 주기 위해 진행되었음

○ 본 연구에서 제시된 트렌드들은 미처 담아내지 못한 트렌드이슈들에 비해 절대적인 우선순위를 가지는 것은 아니며, 문화예술계의 시장동향을 살피는 연구와는 다소 다른 성격을 가지고 있으므로 문화예술정책 수요를 파악하기 위한 일단의 제시라는 측면을 염두에 두고 읽혀야 할 것임

○ 2012년에 나타난 다양한 범사회적 환경변화[327] 및 문화예술트렌드 이슈 중에서 '문화예술분야에 대한 영향력'과 '문화정책 관련 중요성'이 높게 나타난 항목을 중심으로 델파이 조사를 통해 도출된 '2013 문화예술 트렌드'를 정리하면 아래의 〈그림 4-1〉과 같음

[그림 4-1] 범사회적 환경변화와 2013 문화예술 트렌드



327) 도출된 범사회변화 이슈 중에서 델파이 조사 결과가 전체 항목의 평균값(문화예술분야에 대한 영향력 : 3.28점, 문화정책 관련 중요도 3.59점) 이상으로 나온 항목만을 제시함

○ 2013 문화예술계의 흐름을 살펴보면 지난 해와의 연속선상에서 이루어지는 미시적인 변화들이 주로 나타났다는 점을 볼 수 있음

- 예컨대 지난 해 지역문화예술의 초점이 '지역의 재생'에 맞춰져 있던 것과는 달리 올해 지역문화예술의 초점은 '지역 공동체의 회복'에 맞춰져 있는 등 유사한 맥락으로 보이는 활동이라 할지라도 해를 거듭할수록 미시적 측면에서 꾸준한 변화가 이루어지고 있는 것으로 확인됨
- 또한 공동체의 회복에 대한 관심은 주민 스스로의 공동체성에 대한 인식과 고민을 북돋을 수 있는 주체적인 문화예술활동의 활발화로 진행되는 모습을 보였음

○ 올해 문화예술계 및 사회전반에 걸친 키워드로 '불안함'을 들 수 있는데, 국내 저성장의 지속, 사회적 양극화의 심화, 공동체 해체 속에서 느끼는 좌절감, 불안함을 해소하고 싶어하는 이들이 많아지면서 문화예술이 아픔을 공감하고 치유하기 위한 중요한 매개체로 활약하는 모습들을 두드러졌음

○ '불안함'이란 요소는 예술계 스스로의 자생력을 강화하고, 생계문제를 해결하기 위한 움직임들에도 영향을 미쳤다고 볼 수 있으며, 이것이 예술인 복지제도의 본격화, 협동조합이나 노조, 문화행동과 같은 집단적인 형태의 적극적 대응 양상으로 이어지는 모습을 보였음. 올해 연구과정에 참여한 전문가집단들의 응답에서 이 부분에 대한 문화예술정책상의 중요도가 높게나왔다는 점은 문화예술계 안에서의 적극적인 건전한 문화예술 생태계 조성을 위한 문화예술정책의 중요성을 강조하기 위한 가치판단이 작용한 결과로 볼 수 있음

○ 그러나 이러한 불안한 사회심리 속에서도 SNS와 스마트폰으로 대표되는 디지털 미디어를 매개로 국내외를 막론하고 활발한 문화예술 창작과 소통, 기부와 후원이 이루어지고 있으며 기존의 문화예술생산자와 소비자의 경계, 주류와 비주류의 경계, 장르적 경계를 허무는 새로운 스타들도 속속 탄생하는 모습을 보임. 이는 문화예술계의 창작자의 개념이 넓어지

고 문화예술계 스스로 사회적인 소통을 하고자 하는 욕구가 강해졌으며, 수평적 소통을 강조하는 사회환경변화의 모습이 반영된 현상이라고 할 수 있음

○ 한편 100세시대의 도래 및 다문화사회의 본격화등의 범사회적 환경변화의 영향은 문화예술의 소비자, 향유자, 창작자층의 패턴의 다양화에 영향을 미치는 모습들이 확인됨. 세대별 여가 소비의 다층화, 취향의 다변화가 진행되면서 문화콘텐츠의 소비나 향유 패턴이 다양화되고, 소수문화의 다양성을 있는 그대로 받아들이는 문화다양성의 중요성이 강조되는 추세로 이러한 문화예술계 환경변화 및 수요를 뒷받침하는 문화예술정책의 패러다임 전환이 많이 요구되고 있음을 알 수 있음

○ 특히 2013 문화예술 트렌드에서 주목할 부분은 정부 정책의 추진으로 인해 형성된 정책 트렌드가 상당한 비중을 차지하고 있다는 것인데, 심층인터뷰, FGI, 델파이조사 등에 참여했던 현장종사자 및 전문가들은 문화예술분야에 대한 정부 정책의 비중과 영향력이 증대되고 있는 현상에 대해 우려를 표하면서도, '마을만들기 사업이나 생활문화예술', '문화예술 협동조합', '문화복지 매개인력의 양성', '예술인 복지', '공정한 문화예술 시장의 조성', '소수집단의 문화예술활동', '문화예술 플랫폼', '문화예술을 통한 사회통합' 등과 관련하여 문화정책적 중요성을 높게 평가함으로써 정부의 적절한 개입이 필요함을 지적하였음

○ 이러한 요구들은 문화예술정책이 문화예술 분야에서 보다 다양하고 창조적인 시도들이 나타날 수 있도록 공정한 시장을 조성하고, 시장에서 소외되고 있는 다양한 예술단체와 향유자들에 대한 지원을 강화하여 지속가능한 문화예술생태계의 조성을 위한 노력을 계속해나가야 함을 보여주고 있음

참고문헌

[국내 문헌]

고재열.(2012). ‘김기덕과 싸이가 소주 한 잔을 한다면: 비주류의 분투를 기원하며’. 연극인 웹진 10호

김경훈·한국트렌드연구소.(2012). 『거품청년 스마트 에이전트로 살아남다: 세상을 바꾸는 핫트렌드 10』

김미경.(2012). ‘서양의 백조가 한복을 입다’, Dance Magazine 몸. 2012년 10월호. vol. 215

김보연.(2011). 음저협, 영화음악공연료별도징수방침을둘러싼쟁점. 영화진흥위원회

김붕년.(2012). ‘우리사회의 폭력문제의 예방적 개입-예술교육을 매개로 한 공감증진’, 「2012 문화예술교육포럼 문화예술교육, 사회적 역할을 묻다 」

김선영.(2012). ‘한류 그리고 한국의 예술가’. 객석. 2012년 6월호

김신양.(2012). ‘사회적 기업이냐, 협동조합이냐?’, 인천문화재단 40회 목요문화포럼 자료집

김혜창.(2012). 「공연관련저작권법·제도현황. 공연예술과저작권토론회발표자료집」. 문화체육관광부

김효정.(2012). 「문화다양성 증진을 위한 문화정책 방안」. 한국문화관광연구원

김휘정.(2012). ‘문화예술 분야 크라우드 펀딩의 쟁점과 활성화 방향’. 예술경영연구 제23집.

남원석.(2012). 「마을만들기, 성공의 조건」. 경기개발연구원

라도삼.(2012). 「마을문화만들기사례와전략연구」. 서울시정개발연구원

매일경제 한류본색 프로젝트팀.(2012). 『한류본색 : 아시아를 넘어 세계로, 문화강국 코리아 프로젝트』. 매일경제신문사

박소현.(210). 「2011 문화예술 트렌드 분석 및 전망」. 한국문화관광연구원.

박소현.(2011). 「2012 문화예술의 새로운 흐름 분석 및 전망」. 한국문화관광연구원.

박신의.(2012). '커뮤니티 아트, 지역사회, 창작공간'. 〈도시재생 & 커뮤니티 아트 프로젝트〉 포럼 자료집

박신의.(2012). 「2012 문화예술교육사 경력 산정 연구」. 한국문화예술교육진흥원

박영정.(2010). '우리나라 공연관광의 시장 동향과 지원 정책의 방향'. 예술경영연구 제16집

박인하.(2012). '(가칭)은화만화동맹협동조합'. 인천문화재단 40회 목요문화포럼 자료집

(사)다움문화예술기획연구회.(2011). '생활문화공동체 지원관련 정책연구 보고서'. 한국문화원연합회

송민정.(2012). '강남스타일'에배우는한류의글로벌마케팅전략방향. 웹진문화관광 2012년 11월호

양혜원.(2011). 「2011 문화예술 대표지표 분석 연구」. 문화체육관광부

양혜원.(2012). 「문화복지정책의사회경제적가치추정과정책방향」. 한국문화관광연구원.

오동욱.(2012). '지역 예술인 복지를 위한 제도적 보완 장치 마련해야'. 대경 CEO 브리핑. 제347호

윤소영.(2011). 「100세시대대비여가및문화활동활성화방안」. 한국문화관광연구원

임승관.(2012). '맞춤형 지역협동조합과 문화', 인천문화재단 목요문화포럼 자료

임진모.(2012). '강남스타일'새로운문화스타일. 웹진문화관광. 2012년 11월호

정상철.(2012). '음원시장저작권료분배현황과이'슈. KCTI정책리포트

조민준.(2012). '영화음악 저작권 분쟁 QnA'. 무비 QnA

문화체육관광부. (2013). 「한류백서」. 문화체육관광부

허은영.(2012). 「문화예술분야 협동조합 제도 도입을 위한 기초연구」. 한국문화관광연구원

[국외 문헌]

Richard Easterline.(2010). The hapiness-income paradox revisited, Proceedings of National Academy of Sciences, 107(52): 22463-22468

Wall Street Jouranl. 2012.09.09. Anipang Grabs Time, Hearts of South Koreans

Daily News. 2012.01.23. Bronx hospital to let artists use their talents to pay for health care

[전자 저널]

경기일보. 2012.08.08. 장흥 오라이 프로젝트: 골목마다 예술 … '청춘의 도시' 명성 되살린다

경북신문. 2012.06.20. 구미 도리사, 학교폭력 근절 템플스테이 개최 '눈길'

경향신문. 2012.02.21. [표지이야기]지금은 팟캐스트 시대

경향신문. 2012.09.10. '힐링 열풍', 최근 TV '힐링캠프' 바람타고 산업화 확산

경향신문. 2012.09.19. SK컴즈, 싸이월드 모바일 혁신 통한 SNS로 진화 나선다

경향신문. 2012.11.20. 올해 한국영화 관객 100,000,000명… 좋아만 하기엔 어두운 뒷모습

교육과학기술부 주요뉴스. 2012.09.03.

국민일보. 2012.11.15. 재능 기부가 만든 '철가방 우수씨'의 기적… 감독·배우 노개런티 참여

국민일보. 2012.12.09. [기부는 곁에 있다] smart 기부… 교통카드·바코드 찍고 앱 다운받아 클릭

국민일보.2012.07.06. 신개념 협동조합설립 붐 예고…2012년12월부터 조합원5명만 모이면 누구나 가능

국민일보. 2012.09.28. [X세대 ! 397의 귀환] 불황엔 추억을 팔아라

국민일보.2012.09.28. [X세대 ! 397의 귀환] 차가운 디지털시대에 염증情이있

던아날로그갈망…디지로그, 그때가 좋았다
기호일보. 2012.10.17. 시장경제 보호망 아닌 보조장치, 청년 창작단체 창업 늘어날 전망
내일신문. 2012.10.10. 지구촌은 지금 힐링 열풍중
내일신문. 2012.12.06. ‘K팝스타2’, 랭킹 오디션 돌입..본격 경쟁 ‘시작’
노컷뉴스. 2012.11.02. 남송우 부산문화재단 대표 “선진 문화국가 가는 길은..”
노컷뉴스. 2012.12.14. 올 연말엔 나도 기부천사…“걸으면 자동 기부되는 앱”
농림수산부 보도자료. 2012.05.22
뉴데일리. 2012.07.03. 빈 점포 무상 임대... 꽃을 파니 사람 나네~
뉴스1. 2012.07.12. 전남교육청, 전국 최초 학교폭력 교육연극 실시
뉴스1. 2012.10.19. 다문화 이주민들과 함께하는 ‘제1회 서울이주민예술제’
뉴스1. 2012.12.11. 다문화가족, 소득·거주기간에 따라 차등 지원…취업·자녀 지원 확대
뉴스1. 2012.09.11. 영화 ‘피에타’의 김기덕 감독 “지금 영화계 현실이 ‘도둑들’”
뉴스엔. 2012.10.23. 로맨틱펀치 “20초만에 콘서트 매진 ‘탑밴드2’ 덕이죠”
뉴스엔. 2012.11.16. “심사점수 문제?” 이승철 왜 슈퍼스타K 변화 요구했나
뉴스엔. 2012.11.23. 싸이vs김장훈, 이승환vs컨츄리꼬꼬 ‘공연 저작권, 어디까지 인정?’
뉴스엔. 2012.11.28. ‘탑밴드2’우승효과? 피아단독공연 3분만에 매진
뉴스엔. 2012.06.05. ‘탑밴드2’ PD가 본 ‘나가수2’ 국카스텐 어땠나?
뉴스컬처. 2012.07.10. [리뷰] 촘촘한 픽션으로 공감대 형성…뮤지컬 [콩칠팔새삼륙]
뉴스후. 2012.08.20. 화성문화재단, 1일 젊은 판소리꾼 이자람 초청공연
뉴시스. 2012.02.10. ‘고정수입 69만원으로 살 수 없다’ … 청년뮤지션들, 유니온 설립
뉴시스. 2012.07.06. ‘스톱 덤핑 뮤직!’ 음악생산자연대 결성
뉴시스. 2012.09.28. ‘새터민의 편지, 두고 온 이들에게…’
뉴시스. 2012.09.13. 트랜스젠더토크쇼‘XY그녀’ 폐지되나, 비난봇물

데일리와이. 2012.08.16. 용인문화재단·용인시지역사회복지협의체 협약
동아일보. 2012.05.13. '나만의 山中명품' 중장년층 홀리다
동아일보. 2012.05.16. "스타작가 18명, 문학한류를 부탁해"
동아일보. 2012.07.06. 출판 한류… 'K문학' 신조어도
동아일보. 2012.10.04. "'강남스타일' 싸이 저작권료 수입 3600만원
동아일보. 2012.7.30. 재능기부해줘요...모두공짜죠?
디지털타임스. 2012.09.06. NHN, 모임 기반 커뮤니티 서비스 'BAND' 출시
매일경제. 2012.08.08. 스위스베르비에 페스티벌 초청된 K팝 개척자…프랑스재즈차트 1위 재즈 본토 매혹시킨 나윤선
매일신문. 2012.11.07. 뚝딱뚝딱~주민공동체 만드는 골목공방
맥스뉴스. 2012.11.15. [인터뷰] 〈터치〉 민병훈 감독 ① "좋은 영화 기준 획일화, 관객에게 전이된다"
머니투데이. 2012.09.04. 영화계-음저협 영화음악사용료 갈등 타결, 문화부서 쟁점 현안 합의 및 서명식 가져
머니투데이. 2012.10.15. '복고주의보' 발령! 아이돌 일회성 신곡의 반성
머니투데이.2012.10.22. [더벨]인큐젝터 "글로벌 크라우드펀딩 플랫폼 꿈꾼다"
문화일보. 2012.06.13. '개가수' 전성시대…참신·코믹·엉성 더 매력
문화일보. 2012.12.11. 문화예술위, '예술나무' 포털사이트 새롭게 오픈
문화체육관광부. 출판인쇄산업과. 2012.09.26.
부산일보. 2012.09.28. 예술인 · 예술 활동의 범주 어떻게 규정할까
서울경제. 2012.05.15. "리허설 무료 관람제 등 도입… 쉽게 찾아오는 문화공간 만들 것"
서울경제. 2012.08.02. 현대카드음원사이트개설국내외가수음원판매
서울경제. 2012.10.04. 지난 해 국내 게임시장 8조8,000억…전년比 18.5%↑
서울신문. 2012.07.02. 걔들이가수? 응,개가수! 개그맨겸가수 '개가수'전성시대
서울신문. 2012.10.10. '표절 사각지대' 무대 공연 저작권법·판례도 애매모호 : 싸이·김장훈 사태로 본 현주소
서울신문. 2012.12.11. [시론] 문화민주화의 시작, 예술인 복지법/장인주 무용평

론가
세계일보. 2012.05.11. [연극家 사람들] 사극 뮤지컬이냐, 스릴러 뮤지컬이냐?
세계일보. 2012.08.05. 韓 여작가, 日서 ‘문학 한류’ 일으킨다
세계일보. 2012.10.10. ‘공연·안무 저작권’ 국내 판례·표절 기준도 없어
세계일보. 2012.10.08. 김장훈·싸이 불화속 ‘공연 저작권’ 주목
세계일보. 2012.12.05. 춘향가 등 판소리 다섯마당 국립극장 주요 레퍼토리로
스타투데이. 2012.12.05. 유럽직접가보니,K-팝 거품은 빠지고··
스타N뉴스. 2012.08.21. ‘힐링캠프’시청률, 月夜예능1위 ‘기성용입담통했다’
스포츠경향. 2012.11.23. 최수종-김태원-이상봉 재능 기부 빛나는 영화 '철가방 우수씨'
스포츠경향. 2012.12.12. 2012 연예계 결산, 장르별 흐름 분석
스포츠서울. 2012.05.04. 한국 온 외국인 관광객, 어디 볼만한 공연 없나요?
스포츠월드. 2012.12.13. SBS ‘K팝스타 시즌2’ 악동뮤지션 음원 공개 직후 '실시간 1위'
스포츠조선. 2012.07.18. 유통업계, ‘중년의 품격’을 잡아라
스포츠한국. 2012.12.03. [모바일] 나눔 기부도 스마트하게~
스포츠한국. 2012.12.14. 음악 경계 허물다 소통을 노래하다
스포츠한국. 2012.12.5. ‘또 하나의 가족’ 크라우드 펀딩 119%
시사 IN. 2012.10.17. 〈영웅〉의 ‘반란’, 뮤지컬 가격 거품 뺄까
시사뉴스. 2012.11.23. 문화복지사 토론회 개최 “문화 강국 새 패러다임 만들 것”
시사저널. 2012.04.11. 문화체육관광부, 음저협의 음악 저작권료 징수 규정 개정안 승인…상영 단계에서도 추가 징수할 수 있게 해
시사저널. 2012.11.14. 마음의 상청에 바르는 약 힐링
시사저널. 2012.7.25. 엔터테인먼트사업도 ‘다각화’해야 먹고 산다
신데일리안, 2012.10.01. 18대 대선판에 떠오르는 스타들은 누구?
씨네21. 2012.10.16. 감독수난시대의도래
아시아경제. 2012.06.22. ‘한국의 풍류’ 일본에서 新한류 이끈다

아시아경제. 2012.10.08. ‘웰빙을 넘어...’ 힐링산업, 판이 커졌다
아시아경제. 2012.10.21. 이노션의 오케스트라 “국내 최초 관객도 연주한다”
아시아경제. 2012.11.22. “‘함께 더불어 사는 집’.. 젊은 건축가들의 새로운 ‘소통’ 법”
아시아경제. 2012.12.06. ‘아리랑’ 인류무형유산 등재 확정..“내년 국내 문화재 지정”(상보)
아시아뉴스통신. 2012.10.24. 12개 시·도 문화재단 대표자 협의체 발족
아시아투데이. 2012.11.27. ‘스쳐가다’ · ‘고독의 쭈쭈바’ · ‘다리 꼬지마’ … 오디션 프로그램 “자작곡 열풍”
아시아투데이. 2012.11.27. 소호 매장의 근심, 공연 사용료 해결 방법 없나
아시아투데이. 2012.12.06. 싸이 올해의 인물 후보, 글로벌 리더들과 어깨 나란히 '대박'
아이뉴스. 2012.04.29. 소셜게임 ‘여심’잡고 게임 대중화 앞장
아주경제. 2012.09.12. ‘피나’ 2주차 5개상영관으로 1만관객 돌파
아주경제. 2012.09.28. 국립극장-경기문화재단 문화바우처 사업활성화 MOU
아주경제. 2012.12.07. 모바일 게임, ‘소셜네트워크’가 성장의 원동력
에이블뉴스. 2012.09.03. 장애인도 연극을? ‘제1회 에이블연극제’
여성신문. 2012.05.04. 이주민문화예술센터 ‘프리포트’ 오픈
연합뉴스. 2012.06.13. 문화복지 전문인력 양성·배치사업 전국 확대
연합뉴스. 2012.07.20. 문화부-문화바우처 협력기업과 MOU체결
연합뉴스. 2012.07.31. 이자람, 런던에서 판소리 공연
연합뉴스. 2012.08.09. “국내 거주 외국인 140만명 돌파…광역시 수준”
연합뉴스. 2012.08.14. 국제교류재단, 브라질서 ‘한국도자 600년 특별전’
연합뉴스. 2012.09.07. 예술인복지법 시행..예술계 우려 속 일부 기대
연합뉴스. 2012.10.09. 세상은 왜 힐링에 목말라 하는가
연합뉴스. 2012.10.22. ‘전문가에게 물어봐’..TV 인포테인먼트 붐
연합뉴스. 2012.10.29. 배우에서감독으로 도전성공할까
연합뉴스. 2012.11.27. ‘스톱 덤핑 뮤직’..음원정액제 거부 뮤지션 늘어

연합뉴스. 2012.12.09. ‘싸이 열풍’으로 존재감 과시한 K팝
영남일보. 2012.10.25. 지구촌은 지금 힐링 열풍
오마이뉴스. 2012.02.16. 동네 가게서 외상했다면 골목 청소로 갚는다
오마이뉴스. 2012.02.22. 월수입 69만원 … 웃고 있어도 눈물이 난다
오마이뉴스. 2012.9.24. 김기덕 “피에타 10월 3일 상영 끝...작은영화 기회 얻어야"
오마이스타. 2012.11.14. 미궁에 빠진 〈탑밴드3〉 제작, 쇼는 계속되어야한다
오마이뉴스. 2012.11.22. 아이들 떠난 폐교에 노인들이, 무슨일이야?
울산매일. 2012.09.27. ‘우리 학교를 구해줘’ 연극 통해 학교폭력 심각성 고발
유니온프레스. 2012.02.10. 인디뮤지션 월수입 69만원 … 목소리 모으는 ‘뮤지션 유니온’ 만든다
이데일리. 2012.05.11. 외국인 몰린 황금연휴 무대가 들썩
이데일리. 2012.10.10. [인터뷰] “창작뮤지컬만이 답이다”
이투뉴스. 2012.12.07. “한국영화 1억명 돌파, 대기업 독식의 전조”
이투데이. 2012.08.20. [객석] 인디뮤지션 흐른 “스톱 덤핑 뮤직!”
이투데이. 2012.10.11. K-팝·의료관광·U-러닝…고부가가치 ‘굴뚝없는 공장’
이투데이. 2012.11.30. '국제가수' 싸이 덕분에 외국서 한식 불티
일간스포츠. 2012.06.20. ‘닥터의 승부’ 인기 비결은 미녀 의사 출연진 덕분?
장애인신문. 2012.11.05. 전국 최초 장애인 밴드 樂 페스티벌 성공리 개최
전북일보. 2012.08.02. 문화예술협동조합 기대반 우려반
전자신문. 2012.09.13. 서로 돕는 착한 메신저 ‘피플게이트’
제민일보. 2012.07.31. 제주문화나눔공동체 MOU 체결
제주일보. 2012.11.13. 청소년을 위한 청소년들의 학교폭력 연극 ‘화제’
조선일보. 2012.02.09. K팝·드라마 빠진 각국서 한국문화재 전시 요청 쇄도
주간경향. 2012.11.27. ‘작가행동1219’ 참을 수 없는 현실로 나서다
주간동아. 2012.11.12. [커버스토리 | 힐링! 7080 01] 추억이 좋다, 사람은 더 좋다!
주간동아. 2012.11.12. [커버스토리 힐링!7080 03] 현실의 아픔, 허기진 낭만
주간한국. 2012.08.02. ‘소셜테이너 금지법’, ‘도청 의혹’… 시끄러운 방송가

중부일보. 2012.12.05. ‘문화다양성의 보호와 증진에 관한 법률’ 발의
중앙일보. 2012.05.05. 『엄마를 부탁해』로 ‘맨 아시아 문학상’ 받은 신경숙
중앙일보. 2012.8.23. 롯데면세점, 한류 활용한 문화콘텐츠로 관광객들에 각광
지니넷코리아. 2012.08.22. 부유한 중년층, 콘텐츠 소비 큰손
토요경제. 2012.11.22. 연말엔 ‘창작 뮤지컬’과 함께
파이낸셜뉴스. 2012.5.18. “스타벅스 음악 저작권 침해” 판결 후 공연권 징수 확대 나서
파이낸셜뉴스. 2012.09.09. 힐링열풍 유통가 강타, 관련상품 매출 증가세
파이낸셜뉴스. 2012.09.14. ‘피나’, 단 5개관으로 개봉 2주만에 1만관객 돌파 ‘눈길’
한겨레. 2012.04.02. 문화예술교육으로 학교폭력 뛰어넘기
한겨레. 2012.08.13. 서로를 알아간다는 생각이 재능기부의 시작
한겨레. 2012.09.08. 90년대, 지금 바로 응답하라
한겨레. 2012.09.18. ‘국내 메신저 앱 1위’ 카카오톡, 게임서도 ‘신기록’ 팡팡
한겨레. 2012.10.18. ‘은둔형 외톨이 청소년’에 관한 한 우리가 최고지요
한겨레. 2012.11.19. ‘다양성 영화’ 58편 합쳐 5만회 상영, ‘광해’의 25%
한겨레. 2012.12.04. 매진·매진·매진…인디밴드, 대형 공연시장 새 ‘블루칩’으로
한경닷컴. 2012.08.29. 젊은 예술가들, 재능기부로 새장르 개척공연. ‘딴따라땐스홀’
한경비즈니스. 2012.11.28. [WEALTH CARE] 한국의 50대, 여가생활 즐기며 사는가?
한국경제. 2011.12.19. 걸그룹 카라, 일본시장서 732억원 ‘한류 대박’…소녀시대 앞질러
한국경제. 2012.08.09. [사회공헌 나선 기업] NHN, 기부포털 ‘해피빈’ 7년만에 300억 모금
한국일보. 2012.02.10. 신개념 SNS ‘핀터레스트’가 뜬다
한국일보. 2012.02.29. 문화제국CJE&M/〈상〉출범1년, 끝없는 영토 확장
한국일보. 2012.02.29. “횡포 일삼는 슈퍼갑” “문화역량 이끄는 거인” 이중적 시선

문화제국 CJ E&M 〈하〉 제국의 빛과 그림자
한국일보. 2012.04.21. ‘나는 미디어다’, 국내 최초 팟캐스트 컨퍼런스 열려
한국일보. 2012.06.04. 방송계, 인디뮤지션 생존 출구 열었다
한국일보. 2012.06.29. 뒤집어진 페이스북
한국일보. 2012.11.05. 국경 없는 마을 RPG…게임 통한 다문화 체험
한국일보. 2012.11.05. 한류 스타의 거리, 진짜 ‘강남스타일’ 보여줄까
한국일보. 2012.11.30. “글만으로 세상 바꾸기엔 한계 숙명처럼, 행동이 절실해졌다”
한국일보. 2012.12.12. “활력 팡팡” 중년은 모바일 게임 중
헤럴드생생뉴스. 2012.06.09. 게이 김조광수 감독 “‘두번 결혼식 한번 장례식’은 내 얘기”
해럴드경제. 2012.07.10. 취향은 2030인 중년 노무족…원빈만 있냐? 50대 ‘꽃아저씨’가 온다
헤럴드경제. 2012.10.22. “탑밴드 속 ‘톡식’은 잊어주세요”
헤럴드경제. 2012.10.30. 한국뮤지컬대상 ‘라카지’ 4관왕 휩쓸어
헤럴드경제. 2012.10.31. 영화 ‘두 번의 결혼식과 한 번의 장례식’ 대학로에 연극으로…
헤럴드경제. 2012.12.10. 대중은 ‘100% 진짜음악’ 을 원한다
헤럴드경제. 2012.12.10. 악동뮤지션, 오디션 피로도 생긴 이후 찾은 보석
K모바일. 2012.03.17. 소셜 뮤직 ‘리슨미’, 아티스트들 참여
K모바일. 2012.09.05. 재능 매칭 서비스 ‘더소금’ 선보여
MBN뉴스. 2012.10.11. 부산 방문 해외 관광객 급증
MK뉴스. 2012.06.13. [코드네임 뮤지돌] 뮤지컬로 간 아이돌 중간결산보고서
MK뉴스. 2012.09.20. 예술인 재능 기부 월 100만원씩 지급
OBS뉴스. 2012011.20. 아시아 최고 음악축제 MAMA, BIFF를 닮아라
PC사랑. 2012.06.05. 소셜 뮤직 리슨미, 앱스토어 무료인기 어플 1위 기록
SBS 8시 뉴스. 2012.07.13. [문화로] 커뮤니티 댄스로 춤추는 ‘꽃중년’
TV리포트. 2012.12.13. 엠넷, 음원 1위 ‘강남스타일’ vs 가수 1위 ‘버스커 버스커’

TV리포트. 2012.12.15. [2012 오디션★리포트②] 전문가가 뽑은 '오디션 왕중왕'은?

[웹페이지]

팟캐스트 '나는 일반인이다' 인터뷰. http://www.tagstroy.com
비욘 더 마인드. http://www.beyondthemind.or.kr/
문화체육관광부 홈페이지. http://www.mcst.go.kr
트렌드 인 사이드. http://trendinsight.biz/archives/61250
더소금. http://www.thesogeum.com/
예술나무 홈페이지. ttp://www.artistree.or.kr
굿펀딩. http://www.goodfunding.net/gf/project_list,
영화 26년. http://www.26years.co.kr/newdoore/gallery.php,

ABSTRACT

An Analytical Study to prospect Arts & Cultural Trends 2013

Arts and cultural trends are always changing in relation with various social changes, and arts and cultural trend issues make some impacts on social aspects concurrently. Meanwhile, art and cultural policy is required to understand meaningful trend issues and changes to prospect the aspects of needs of governmental supporting systems. To facilitate constructing better government supporting system, arts and cultural trends research series by the year have been implemented since 2010. The purpose of this third study in the series is to analyze arts and cultural scenes and to prospect of 2013 arts and cultural trends in Korea. For this, the Delphi method with experts and the survey with in-depth interviews to collect shared ideas about trends of this year has been conducted as well as critical reviews about trends issues that drawn in previous years.

10 trends of 2013 arts and cultural scene in Korea are below.

① Arts and culture of empathy, Healing of ailing society
② Community and art, Looking for a way together.
③ Arts and culture demand a fair market.
④ Eat and Live as an artist! Warm up of Welfare for artist and the artist cooperative society
⑤ A new name of Korean Wave, K-Culture
⑥ Multistratified of leisure consumers by generation with raising of cultural welfare issue
⑦ The birth of a new type of Star.

⑧ Cultural diversity, emerging as a keyword of cultural policy
⑨ Play, Talk, and Congregate through Social Network Service(SNS)
⑩ From Nobles Oblige to Citizen Oblige

Each of these 10 trends is correlated with each other complicatedly because of the nature of culture and arts. Thus, it may not grasp the inbetween issues and some small emerging issues in arts and cultural scenes in Korea this year. However, understanding of the above trends may make us to think what we should do to facilitate fruitful arts and culture in Korea.

부 록

[부록 1] 2013 문화예술 트렌드 델파이 조사 설문지

1. 귀하께서 본 '2013년 문화예술 트렌드 분석 및 전망' 연구를 위한 델파이조사에 참여해 주신 데 대해 진심으로 감사의 말씀을 드리며, 끝까지 참여하시어 좋은 결과를 얻을 수 있도록 도움을 주시기 부탁드립니다.

2. 본 델파이조사의 응답자는 총 30인으로 신문·방송·미디어, 광고홍보, 문화기획, 문화관련 공공기관, 디지털·IT, 여가, 기업 문화재단 등의 담당자 혹은 전문가를 대상으로 조사를 진행합니다.

3. 델파이조사는 e-mail을 활용한 온라인조사로 진행할 예정입니다. 본 델파이조사가 진행되는 동안 귀하께서는 통상적인 설문조사의 이론이나 고정관념에서 벗어나 참여해주시기를 부탁드리는 바입니다.

5. 귀하께서는 특정 문항에 대하여 친구나 직장동료들과 상의할 수 있으며, 평소 이용하시는 정보원을 활용하셔도 됩니다. 단, 특정집단을 대변하는 의견의 제시는 삼가주시기 바랍니다.

6. 앞서 말씀드린 바와 같이, 설문조사와 관련된 내용은 연구의 목적으로만 사용할 것을 약속드립니다.

7. 원활한 연구진행을 위해 **설문지의 답변은 10월 29일(월)까지 보내드린 e-mail 주소로 회송하여 주시면 감사하겠습니다.**

■ 다음은 2011년에 선정한 '2012 문화예술 트렌드'에 관한 질문입니다. 각 트렌드별로 2012년 동안 해당 트렌드 현상의 발전정도와 향후 지속 및 발전가능성을 고려하여 점수를 기입하여 주시기 바랍니다. (5점 매우 그렇다. 4점 그런 편이다 3점 보통이다 2점 그렇지 않다 1점 전혀 그렇지 않다)

구 분			2012년 동안 트렌드 현상의 발전정도	향후 트렌드현상의 지속·발전가능성
트렌드		주요내용		
1	K-pop, SNS와 유튜브를 타고 신한류를 이끌다	- K-pop은 유튜브와 SNS를 타고 전 세계에 동시다발적으로 실시간 소비됨으로써 신한류 열풍을 만들어냄 - K-pop 열풍에 자극 받아 국내에서는 새로운 글로벌 플랫폼의 개발에 관심이 집중되는 한편, 아이돌 팝 외에 다른 음악장르나 만화, 영화, 문학 등의 타 장르에서의 신한류를 만들려는 시도들이 활발하게 이루어지고, 고양시('신한류홍보관')나 세종시('한문화마을' 계획)와 같이 신한류를 지역자원화하려는 시도 또한 출현		
2	소셜미디어로 말하고, 소셜미디어로 창조한다	- 스마트폰 및 SNS 이용자가 더욱 증가하면서 모바일 디바이스를 통한 새로운 문화예술창작 및 소통의 실험이 증가하고, SNS를 통한 예술가와 대중들의 직접 소통도 활발해지면서 '소셜테이너'가 커다란 주목을 받게 되었으며, 사회현상이나 사회문제를 다루는 예술가들의 사회적 예술 또는 예술행동 역시 활기를 띔 - 모바일 디바이스와 소셜미디어가 예술가들의 영감을 확장시키고, 본격적인 소셜미디어 아트(또는 소셜네트워크 아트)와 모바일 아트가 출현하였음 - 예술가들이 SNS 중 특히 트위터를 사용해 대중들과 직접 소통하는 데 그치지 않고 트위터에 연재한 글을 출간하는 등 창작의 수단으로 사용할 만큼 트위터홀릭을 과시하고, 트위터에서의 인기가 창작물의 흥행이나 판매에 영향을 미침		
3	불안한 미래의 예술창작자, 자립에서 길을 찾다	- 공공영역에서의 문화예술 일자리 창출은 지속되는 경향을 보였으나, IT산업 및 대중문화산업의 양극화와 수직계열화가 심화되면서 문화예술 창작자의 창작여건 및 생존에 관한 문제가 사회적 이슈로 부상 - 문화예술분야의 열악한 일자리 현실과 미래에 대한 불안을 해결하는 돌파구를 '자립'에서 모색하는 젊은 예술창작자들의 움직임이 두드러짐		
4	TV, 바보상자에서 뜨거운 문화생산자로 진화하다	- 스마트 TV의 보급, 디지털방송으로의 전환, 종합편성채널의 개국 등 TV 시청환경이 급변하는 상황 - 장기화되는 경제 불황과 함께 TV가 여전히 부동의 국민여가 1위를 차지하고 있는 상황에서, TV 시청자의 힘이 더욱 증대하고 TV가 다양한 문화현상을 촉발하는 뜨거운 문화생산의 진원지로 부상		

구 분			2012년 동안 트렌드 현상의 발전정도	향후 트렌드현상의 지속 · 발전가능성
트렌드		주요내용		
5	예술, 장르의 옷을 벗고 컨버전스로 무한변신하다	- 장르의 융합 또는 탈장르를 추구하는 융복합 예술이 모든 예술장르에서 뜨거운 화두로 부상 - 문학작품이나 웹툰을 원작으로 한 영화 등의 흥행 성공과 함께 올해 본격 원소스멀티유즈 콘텐츠 제작사가 출범하여, 문화예술 분야에서 원소스멀티유즈(OSMU)는 더욱 활성화 - 기업이나 브랜드와 예술 간의 아트 콜라보레이션은 더욱 활발		
6	마이너리티의 힘이 문화예술의 주류를 이끈다	- 사회적 · 문화적 소수자들이 문화예술을 통해 스스로의 목소리를 내고 즐기고 소통하는 것이 더 이상 '그들만의 리그'에 그치지 않고, 주류와 비주류의 경계를 넘어 새로운 문화예술 생산 및 향유를 자극하고, 주류 문화예술의 변화를 이끄는 힘으로 부상하였음 - 성소수자 차별금지법 반대 논란, 성소수자 차별금지 조항을 담은 학생인권조례 논란 등이 사회적 이슈로 제기되는 한편, 패션, 드라마, 영화 등 다양한 문화예술 장르에서는 동성애자 문화가 활발하게 다루어지고, 게이클럽에 가는 것이나 이반 취향이 세련된 문화코드로 인식되는 경향은 확산		
7	예술로 사회를 치유한다	- 문화테라피 또는 예술치료에의 관심이 증가 꾸준히 증가하였으며 예술치료 분야의 사업이 확장되고 전문화되는 추세 - 사회문제를 해결하는 예술치유에 대한 주목과 의미부여가 있었으며, 기업 메세나활동 역시 예술 나눔에서 예술치유로 진화함		
8	가족여가의 새로운 발견, 문화예술로 함께 즐긴다	- 2012년부터 전국 초 · 중 · 고교의 주5일 수업제가 전면 시행됨에 따라, 여가시간이 증대되고 가족여가를 즐기려는 욕구가 더욱 증가 - 컬처맘의 부상과 더불어, 문화예술에 있어서 체험학습형의 가족여가가 증대하는 중임		
9	문화예술, 낡은 도시에 매력을 입힌다	- 문화예술을 통한 지역재생 프로젝트가 여전히 지자체의 중요한 화두였으며, 특히 오래된 산업시설을 문화예술공간으로 활용하거나 문화예술을 통한 산업단지의 활성화를 꾀하는 사례들이 다양하게 전개 - 도시산업구조의 변화로 오래된 도시의 구도심 또는 원도심이 공동화되는 현상을 막고 도시 균형발전을 추구하는 일환으로 문화예술을 통한 도심 르네상스 프로젝트가 두각을 나타내었으며, 구도심에 자리 잡은 예술창작공간 입주 작가들이 지역주민과 함께 원도심 재생 및 활성화에 적극적으로 참여		
10	이제 환경운동은 문화예술로 한다	- 기후변화, 식량 및 자원부족 등 전지구적으로 인간의 삶을 둘러싼 환경 문제가 최근의 세계 경제위기 속에서 더욱 첨예한 이슈로 제기되는 가운데, 환경문제를 다루어 생태학적 감수성을 일깨우는 예술 활동이 증가 - 친환경적 가치에 대한 주목은 농사의 사회적 · 예술적 가치를 재발견하고 소통하려는 새로운 시도들을 낳고, 농촌마을과 함께 하는 지자체 예술창작공간의 증가, 시민들의 참여를 통한 '문화농부' 프로젝트 등의 확산이 이어짐		

■ 다음은 2012년에 선정할 사회적 환경변화에 관한 것입니다. 2013년의 문화예술분야에 대한 영향력과 문화예술정책 관련 중요도를 고려하여 점수를 기입하여 주시기 바랍니다. (5점 매우 그렇다. 4점 그런 편이다 3점 보통이다 2점 그렇지 않다 1점 전혀 그렇지 않다)

분류	항목	주요내용	문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
국제관계 정치경제	한국의 국격 및 위상 제고	2012년 3월 핵안보정상회의의 서울 개최, 10월 유엔안정보장이사회 비상임이사국 진출, 녹색기후기금 사무국 송도 유치 등 한국의 위상이 높아지고 있음. 또한 런던올림픽 종합 5위, 2018년 강원도평창동계올림픽 개최 등 국제스포츠대회 그랜드슬램 클럽 국가에 가입하게 되었음. 이러한 위상 강화는 새로운 글로벌네트워크 및 인재양성의 필요성 및 한국인의 글로벌 인재로서의 활약 증진 가능성을 가져오고 있는 시점		
	글로벌 경제불황 지속	미국발, 유럽발 경제 위기로 인한 유로존 붕괴 우려 등 세계경제 부진이 나타나며 경제부양책 가능성 제한, 재정긴축 지속화, 국제적인 실업률 증가 등 경제 성장 둔화 지속. 국제통화기금(IMF) 올리비아 블랑샤르 수석 이코노미스트는 세계 경제 위기가 2018년까지 지속될 것으로 예측. 현재 세계 선진국들의 연이은 경기 부양에도 불구하고 글로벌 경제가 앞으로 5년은 더 '슬로모션 불황'에 빠질 것으로 전망		
	중국 저성장 전망	세계적인 저성장 추세에서 중국 경제도 과거와 같은 초고도 성장세는 더 이상 기대하기 어려울 것으로 예측됨. 이에 대해 중국의 원자바오 총리는 올해 경제성장률 목표치를 달성할 수 있다는 자신감을 내비쳤으나 전문가들은 유로존 위기, 미국경기의 침체 등 중국 경제 저성장세가 지속될 것으로 내다봄. 더불어 세계은행(WB)은 중국의 올해 성장률을 8.2%에서 7.7%로, 내년 성장률을 8.6%에서 8.1%로 각각 하향 조정하였으며 로이터 통신도 전문가 조사를 통해 올해 중국경제가 7.7% 성장할 것으로 전망		
	아시아 시장에 관한 관심 확대	아시아 시장의 인구 규모, 풍부한 천연자원, 고성장에 따른 내수시장의 확대에 따라 인도네시아, 미얀마 등의 동남아시아 시장이 경제 · 외교 협력의 중심축으로 부상. 특히 인터넷 시장규모의 급격한 증가–2000년의 아시아 인터넷인구는 1억1천만이었으나 2011년 말에는 10억으로 약 9배 증가. 이러한 가파른 증가 속도에 대한 관심이 증대되며, 대아시아 경제교역 및 국제교류가 확대될 것으로 전망		
	적정기술 및 청년봉사활동의 활성화	빈곤문제 해결을 위한 기부방식에서의 다양화가 나타나고 있음. 개발도상국 및 산업국가들 내에서도 상대적으로 빈한한 지역에 도움을 주는 '적정기술'의 지원방식이 인기. '적정기술'은 공동체의 문화 · 정치 · 환경적 특수성을 고려하여 작은 지원과 단순한 방식의 지원을 강조하는 것으로, 생활의 질을 개선하는 '라이프 스트로', '페트병 전구', '플레이 전기', '태양열 조리기'등이 대표적임. 한편 과거 선교 중심으로 진행되었던 해외봉사 및 해외기부 활동 역시 최근에는 다양한 형태의 청년해외봉사활동 등을 통해 더욱 다변화· 활성화되고 있음		
	국내 저성장 공포	유로존 국가들의 부도 우려, 중국경제 성장률 둔화 등의 불안으로 스테그플레이션/에그플레이션 등의 국내 저성장 우려가 심각. 국내 경제 가계빚 650조 원 임박, 저성장과 함께 에듀푸어, 렌트푸어, 웨딩푸어, 베이비푸어 등 신종 푸어 현상이 증가하고 특히 부동산 시장의 침체로 인한 전세난과 하우스푸어의 문제가 심각하게 대두됨		
	일본 군국주의 부활과	일본 대동아공영권을 다시 꿈꾸며, 과거 역사에 대한 왜곡, 독도 영유권 주장, 핵무장 계획 등 군국주의의 부활 징후가 나타남. 한편 자민당 총재에		

분류	항목	주요내용	문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
	동북아시아 영토 분쟁 위험 수위	극우세력인 아베 신조 전 총리가 총재에 당선되고 이후 차기 총리에 오를 가능성이 매우 커지면서 일본 내 우경화 사회의 가속화 우려, 동아시아의 긴장 고조에 대해 국제사회 예의주시. 이와 함께 일본이 동북아시아 영토분쟁을 국제적으로 가시화하려하는 의지를 피력함. 특히 한-일 독도문제에 대하여 일본이 국제사법제판소(ICJ)에 제소할 방침이라는 통보, 중-일 댜오위다오(센카쿠) 열도를 둘러싼 국유화 논쟁으로 인해 동북아시아의 외교적 마찰 위험 수위가 높아짐. 나아가 각국의 역사인식에 대한 오류 논쟁이 지속되어 문화전쟁으로 확산되는 경향		
	제18대 대통령선거, 그 이후	대선 후보들이 확정되면서 다양한 형태의 이해 분출과 갈등이 본격화됨. 저성장과 고물가로 인한 경제위기 심화, 중산층의 위기와 빈곤층의 증가, 실업률 증가, 저출산 고령화 문제 등에 대해 각 대선주자들이 경제민주화, 일자리 창출, 복지(무상교육, 무상급식, 무상보육 등)를 주요 공약으로 내세우면서 경제민주화, 일자리 창출, 복지 문제가 화두로 부상했고, 세대별, 지역별, 계층별 균열이 나타남. 12월 대선 결과에 따라 모든 정책 영역별로 상당한 변화가 예상됨		
	남-북 정권변화로 인한 남북관계의 변화 가능성	대선을 앞두고 정권교체가 예정된 남한과 김정은으로의 권력승계가 이루어진 남-북 관계에서의 새로운 변화가 예상됨. 현재 북한은 농민들의 토지사용권, 잉여 생산물의 처분권 확대 등 새로운 체제조정에 들어갔으며, 대중국 및 러시아와의 관계 회복 및 발전, 미국과의 비공개접촉 지속 등 대외관계 회복을 위한 노력을 지속하고 있음. 남한 대선주자들은 공통적으로 남북정상회담을 통한 적극적 현안해결 의지를 표명하고 있는 바, 향후 남북관계에서의 많은 변화 가능성 시사		
	안철수 현상, 기존 정치에 대한 변화기대	기존 정치에 대한 국민들의 불만과 한국 정당정치 질서에 대한 변화의 갈망이 안철수라는 개인을 통해 상징적으로 표출된 것으로 해석됨. 안철수 후보의 대선출마 선언으로 새로운 정치세력의 탄생이 예고됨		
	재벌 및 대기업 활동 제한을 둘러싼 갈등	대선주자들의 잇따른 경제민주화 관련 공약발표들과 함께 재별 개혁 관련 논의들이 등장하고 있음. 순환출자금지, 금융 · 산업자본 분리, 대기업 총수 사면 금지 등이 논의되고 있음. 한편 전통시장 활성화를 위한 대형마트 의무휴업제도에 대한 대형마트의 반발로 지자체의 조례개정작업이 진행되고 대형마트의 정상영업이 재개되는 등 재벌 및 대기업의 활동의 정당성 및 규제의 범위에 대한 논란 증폭		
	선거문화의 새로운 변화	스마트폰이 일상화되면서 2012년 총선 시 전자투표와 인증샷 열풍이 나타남. 또한 민주통합당의 경우 대선 경선에서 모바일 경선을 최초로 시행함. 시행과정에서 여러 가지 문제가 발견되었으나 스마트 민주주의의 새로운 변화와 가능성을 예고함. 한편 민주사회를 위한 변호사 모임이 투표마감 시간을 제한하고 있는 공직선거법에 대해 헌법소원을 제기한데 이어 민주통합당은 10월 10일 헌법재판소에 투표시간 연장건을 시급사안으로 요청함. 여 · 야 투표시간 연장을 두고 시간적인 게리멘더링(특정 정당에 유리하도록 선거구를 조정하는 것) 효과라는 해석과 참정권 보장으로 인한 선거율 상승이라는 해석이 대립 중이며, 그 결과에 따라 투표행태 및 선거결과에 변화가 예상됨		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)

분류	항목	주요내용	문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
사회 라이프 스타일 인구변화	고졸채용 규모 확대	공공기관과 주요 대기업이 정부의 정책에 적극 부응하여 고졸 채용 규모를 확대하고 있음. 한국경영자총협회의 기업 설문조사 결과 2012년에는 대졸 채용이나 전체 채용 규모는 줄어드는 반면, 고졸 채용은 오히려 두드러질 것으로 집계되었음. 이와 같은 상승세가 2013년에도 지속될 것으로 보임		
	중장년층 여성 재취업 증가	중장년층 여성들이 배우자 은퇴로 인한 노후자금 준비와 자녀 교육비 마련 등으로 취업 전선에 나선 결과, 여성취업자 중 40~50대의 비율이 20~30대를 추월함. 그러나 이들은 주로 서비스 · 판매직이나 단순 노무직에 종사하고 있어 고용의 질적인 측면은 낮은 것으로 조사됨. 한편 '생계형 취업' 외에도, 자녀를 다 키운 후 무력감 해소를 위해 재취업이나 창업에 도전하는 '자기 성취형 취업'도 늘어나고 있음. 지역에서 운영하는 여성인력개발원이나 평생교육원 등에서는 늘어나는 중장년층 여성 인력을 위한 다양한 일자리 알선 및 교육 시행중		
	에코부머의 취업난	부모세대인 베이비부머와 달리 높은 수준의 교육을 받고 풍요롭게 자란 에코부머(Echo-boomer)들이 취업난·신용난·주거난에 처함. 대체적으로 대졸 이상의 학력을 지니고 있으며 외국어를 자유롭게 구사하고 해외 경험이 많은 이들은 좋은 일자리가 줄어든 상황에서 수요자와 공급자 간의 학력 미스 매치 등으로 취업을 포기하거나 아르바이트 형태로 근무하는 경우가 많음. 한편 청년실업 집단의 규모가 커지면서 실업자, 비정규직 근로자, 아르바이트생 등으로 구성된 청년유니온이 설립되어 올해 공식적인 노조로 인정받았으며 서울, 광주, 인천에 이어 충북과 대전 지부 까지 전국 단위로 영역을 확대되는 등 청년실업 집단의 조직화도 나타나고 있음		
	100세 시대, 고령화 사회에 대한 대응책 증가	100세 시대 진입으로 시니어 계층의 건강, 복지, 여가와 관련된 관심 증대. 올해 보건복지부는 노인 일자리 사업으로 3550개의 '시니어 인턴십'을 마련하는 등 고령화 사회에 대비한 정책들이 더욱 활성화될 전망임. 일부 기업들은 시니어 사원을 대규모로 채용하거나 정년을 늘리고 늘어난 기간 동안 임금을 적게 지불하는 임금피크제를 시행하고 있음.		
	1인 소비트렌드에 대한 마케팅 활발	높아진 초혼 연령, 독신, 이혼, 독거노인 증가로 1인 가구 수가 처음으로 4인 가구 수를 앞질렀으며, 그 중 구매력이 높은 젊은 층 1인 가구가 소비 트렌드를 주도하고 있음. 이들은 '소형', '효율', '안전', '나'라는 키워드를 중심으로 크기는 작지만 기능은 모두 갖춘 소형 가전제품과 한정된 주거공간을 효율적으로 사용할 수 있는 다기능 상품 등을 선호함. 특히 여성 1인 가구 사이에서는 무인택배 시스템, 짐 옮기기, 병원 동행 등 보안과 안전을 결합한 서비스 상품이 인기를 끌고 있음. 패션, 미용, 건강, 취미 등 자기 브랜드 가치를 높일 수 있는 일에 투자를 아끼지 않는 것도 이들의 특징임		
	저소득 1인 가구를 위한 복지 혜택 논의	경제적 여유가 있는 것으로 인식되던 1인 가구 분포를 살펴보면, 의외로 저소득 여성 1인가구의 증가세가 두드러진 것으로 나타나 이에 대한 복지혜택 마련의 필요성 부각. 올해 보건복지부는 최저생계비 제도와 임대주택의 기준을 4인 가구에서 1인 가구로 바꾸기 위한 사전 연구에 착수했으며, 각 지자체에서는 독거노인 가구에 안부 · 말벗 서비스를 제공하거나 독신 청년 및 저소득 1인 가구에게 공공원룸주택 입주 기회를 우선으로 제공할 예정		
	가족 형태의 다양화: 신가족의 출현	전통적 결혼을 통한 가족형태의 변화와 함께, 동거 커플 · 사실혼 부부, 싱글맘, 싱글대디 중심 가족 등의 신가족 양상이 두드러짐. 이와 같은 결과로 2012년에 혼외출생으로 태어난 신생아는 전년대비 3.3% 증가하여 1만 명에 달하게 됨		

분류	항목	주요내용	문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
	기러기 가족 증가	자녀 유학으로 배우자와 자녀를 외국에 보내고 한국에 혼자 남은 남성을 일컫던 '기러기 아빠'의 뒤를 이어 학업이나 직업 등의 이유로 가족이 흩어져 생활하는 '기러기 가족'이 등장. 현재 기러기 가족은 7가구 중 1가구에 해당하며, 주말부부를 포함해 배우자가 떨어져 사는 비동거 부부도 10년 새 2배 증가. 정부부처가 세종시로 이전하면서 가족을 두고 혼자 이주하는 공무원이 41%에 달하는 등, 공무원들 사이에서도 기러기 가족이 신 풍속도로 등장함. 또한 국내 건설경기 침체의 돌파구로 해외건설이 각광 받으면서 이러한 현상을 부추기고 있음		
	남성들이 예뻐진다	능력 뿐 아니라 외모도 경쟁력이 되는 사회적 분위기 속에서 미용에 관심을 갖는 20-40대 남성들이 늘어남. 'Man(남성)'과 'Consumer(소비자)'를 결합한 '맨슈머', 자신의 외모를 돋보이게 하기 위해 투자를 아끼지 않는 '그루밍족', 아저씨라 불리기를 거부하고 자유로운 사고와 생활을 추구하는 '노무(NOMU, No More Uncle)족', 젊고 예쁜 중년 남성을 뜻하는 '꽃중년' 등의 신조어가 계속 등장하고 있음. 경기침체로 올해 화장품 시장의 상반기 매출은 1~4% 성장에 그쳤지만, 남성화장품만은 예외여서 1조원 매출을 바라보고 있으며, 지난 해 한국 남성이 화장품 구입에 지출한 비용이 전 세계 남성화장품 매출의 21%를 차지한 것으로 나타나 해외업계에서도 주목하고 있음. 최근 남성들은 화이트닝 제품, 비비크림에까지 큰 관심을 보이고 있는데, 이는 여성들은 건강미를 강조하는 까만 피부를 선호하는 반면, 남성은 '곱상한 외모·하얀 피부'를 선호하는 등 이상적인 남녀상이 바뀌고 있는 현상과 무관하지 않음. 이 뿐 아니라 남성을 위한 보톡스 시술인 '브로톡스(bro-tox)' 여성의 전유물로 여겨졌던 제모와 눈썹 반영구시술 및 다이어트 식품, 보정속옷의 수요까지 증가하고 있음		
	세종시 시대 개막과 혁신도시 추진으로 인한 지역화 전망	세종시의 인프라가 마련되고 올해 9월부터 주요 정부기관들이 속속 이전하면서 본격적인 세종시 시대가 열림. 또한 전국 10개 도시에서 혁신도시 건설 준비가 탄력을 받으면서 지역화 현상이 더욱 가속화될 전망. 이러한 도시들은 단순히 공공기관 이전 뿐 아니라 지역별 테마를 갖춘 도시, 친환경 도시 등 '미래형 도시'를 표방하고 있어 특색 있는 지역 발전 전략이 될 것으로 기대됨. 그 윤곽이 점차 뚜렷하게 드러나는 과정에서 국토균형발전 및 지역 경제 활성화, 수도권 인구 분산 등의 목표가 성공적으로 이루어질지 귀추가 주목됨		
	도시와 농촌 사이 다양한 라이프스타일 등장: 에코라이프 2.0	전원생활에의 수요가 늘어나면서 도시와 농촌 사이에서 개인의 선호도에 따라 다양한 라이프스타일이 나타남. 지난 해에 이미 1만 가구 이상이 귀농 · 귀촌을 했으며, 현재는 귀농귀촌 희망자의 73.7%가 귀농귀촌을 예정하고 있고, 이중 40.7%는 1~2년 내에 실행의사를 밝히는 등 귀농귀촌 수요가 계속 오름세를 보일 것으로 전망. 이외에도 도시와 농촌에 각각 집을 마련에 양쪽 생활을 모두 즐기는 '멀티 해비테이션(Multi Habitation)', 평일에는 직장이 있는 도시에서 거주하고 주말은 시골에서 보내는 '5도2촌(5都2村)', 농촌을 거점으로 삼고 주말에만 도시에 나와 문화와 쇼핑을 즐기는 '5촌2도(5村2都)' 등이 새로운 트렌드로 부상		
	절망범죄와 자살을 낳는 사회	무한 경쟁을 강요하지만 패자부활을 위한 안전망은 제대로 구축되어있지 않은 정글 사회 속에서 불안과 절망으로 인한 범죄와 자살이 급증함. 여의도 흉기 난동 사건, 오원춘 납치살인 사건, 나주 어린이 성폭행 사건 등 묻지마 범죄와 성범죄를 포함한 강력 범죄는 경쟁에 실패한 낙오자들이 '절망형 은둔자'로 변모하면서 세상을 향해 범죄의 형태로 분노를 표출한 결과로 분석됨		

분류	항목	주요내용	문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
		또한 경쟁으로 인한 스트레스와 압박, 실패시의 절망감에 못 이겨 자살을 선택하는 사람들이 늘고 있음. 특히 10~30대의 사망원인 1위가 자살이며, 20대 사망자 2명 중 한 명이 자살자일 정도로 젊은 층의 자살률이 심각한 수준으로 증가. 일본의 '잃어버린 10년' 시대와 같은 이러한 현상이 향후 지속될 것으로 전망됨		
	'대나무숲'에서 맺어지는 약자들의 동맹	올해 9월 '출판사 옆 대나무숲'을 시작으로 '000 옆 대나무숲'이라는 이름의 트위터 계정이 봇물처럼 생겨나고 있음. 현재 '국회 옆 대나무숲', '촬영장 옆 대나무숲', '우골탑(대학) 옆 대나무숲' 등을 비롯해 '시월드(시댁)옆 대나무숲'에 이르기까지 두 달 남짓한 시간 안에 100여개의 계정이 생겨나며 주목할 만한 사회적 현상으로 자리잡음. 공동 아이디와 비밀번호를 이용해 계정에 접속해서 관련 분야의 업무 환경이나 관행에 대한 하소연이나 자조 섞인 푸념 등을 올리는 장임. 주로 노동자의 입장에서 특정 업계에 대한 신랄한 내부 비판이 이루어지지만, 정치색을 띠기보다는 같은 관심사 또는 비슷한 처지에 있는 사람들끼리 공감을 통한 연대의식을 강하게 형성한다는 점이 특징임. 개방된 네트워크 속에서 소통을 자유자재로 할 수 있는 시대이지만, 그렇기 때문에 오히려 더 말하지 못하는 이야기들을 익명의 방식으로 풀어내는 독특한 현상임		
	핸드 크래프트 전성시대	최근 자신의 적성과 취향에 맞춰 다양한 취미 생활을 즐기는 사람들이 많아지면서 직접 만드는 즐거움을 느끼려는 '핸드 크래프트' 활동 증가. 이러한 움직임은 수제 자전거 만들기부터 가구 만들기, 인테리어 하기, 정원 만들기, 텃밭 가꾸기까지 다양한 차원에서 확대되고 있음. 온라인의 활성화로 동일한 분야에 대한 관심의 증가와 핸드 크래프트를 넘어선 아마추어들의 정보 공유로 더욱더 활발해짐. 더불어 오프라인을 넘어 본인이 알고 있던 유통 경로를 통해 직접 판매에 나서는 쇼핑몰 활발하게 운영 중, 이들 쇼핑몰의 운영자들은 대부분이 해당 분야를 오랜 시간 즐겨온 마니아들이 많음. 취미를 통해 자기 개발은 물론 주변의 가까운 사람들에게 정성이 들어간 선물에 대한 관심으로 어느 정도 규모를 갖춰 시장성이 생기게 됨. 이를 겨냥한 온라인 쇼핑몰들 꾸준히 증가하는 추세		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)
기업경영 마케팅 소비문화	참여마케팅, 소비자를 주인공으로	기업에서 소비자를 브랜드 활동에 자발적으로 참여시키기 위하여 '주인공인 소비자를 열광시켜라'는 콘셉트의 참여마케팅이 인기. 소비자가 아이디어를 내고 광고에 직접 참여하는 동영상 선발 투표를 통한 마케팅 효과와 이를 통해 소비자의 자발적인 브랜드 홍보대사 역할까지 실행하려는 전략적 마케팅이 유행 추세		
	기업들의 사회공헌 및 공존에 대한 관심 지속	글로벌 경제위기가 지속되고 있는 가운데서도 우리 기업들의 사회공헌 활동은 증가하는 추세로 전국경제인연합회에서 발표한 '2011년 사회공헌 백서'를 보면 500대 기업들의 평균 사회공헌 비용은 전년에 비해 8.4% 증가된 것으로 분석됨. 특히 인재개발 프로젝트, 전략적 사회책임 활동 수행 등 30대 그룹의 경우 2012년 협력사와 동반성장에 1조 700억원을 지원함, 더불어 국내 비영리기구와의 파트너십을 통한 사회봉사활동을 통한 공존에 주목. 최근 기업의 사회공헌은 물질적 지원에 그치지		

분류	항목	주요내용	문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
		않고, 특히 임직원의 자발적 참여를 기반으로 하는 매칭그랜트 제도를 운영하며, 전문기술과 재능의 나눔을 통해 우리 사회의 나눔 문화를 이끌어 가려는 특징 보임. 나아가 국내 기업들의 글로벌 경영의 활성화로 국외 원조에 대한 역할과 인식 성장으로 해외 사회책임경영에 대한 관심도 동반 증가		
	윤리적 소비자의 증가	윤리적 소비는 기업이 아닌 소비자가 주체가 되는 활동으로 친환경 소비, 로컬푸드 구매, 공정무역, 공정여행 등이 포함됨. 국내 시장에서는 경제 침체기로 인한 윤리적 소비가 긴축 대상이 될 것이라는 예상과 달리 증가된 추세. 이 같은 이유로는 현대인의 '의미(meaning)' 추구 경향과 가치에 중점을 두는 소비트렌드의 변화가 가장 큰 것으로 분석됨. 특히 윤리적 소비가 쉽고 다양해지면서 대형마트나 백화점에서도 유기농, 공정무역 제품을 쉽게 만날 수 있으며 공정여행, 사회 책임 투자(SRI) 펀드 등 다양한 방법의 등장으로 볼 수 있음. 더불어 '한살림', '아이쿱' 등 소비자협동조합에 이어 '이로운몰' 등 윤리적 소비 전문몰 생겨남. 연령별 관심도는 30대와 40대가 윤리적 소비에 높은 관심을 보이며 그 중 40대가 윤리적 소비에 가장 큰 관심을 보임. 이러한 관심으로 윤리적 소비가 외부적 경제 상황에도 불구하고 지속 가능한 소비 영역으로 자리매김할 수 있을 것으로 전망됨. 한편 이러한 윤리적 소비를 지향하는 소비자의 증가와 함께 One for One전략 등을 활용한 탐스 슈즈, 유기농 직물과 재활용 소재를 통한 제작 및 제3세계 노동자들에게 정당한 대가를 지불하는 피플트리(People Tree)와 같은 윤리적 기업들 역시 증가할 것으로 예상됨		
	'간장남' '간장녀'의 실속저가상품 수요 증가	경제 성장 둔화로 인한 소비자 심리 위축으로 저가형 상품 인기. 젊은 세대들의 소비트렌드도 된장남, 된장녀와는 달리 실속형 소비를 즐기는 '간장남', '간장녀'를 이르는 신조어 등장. 저가형 TV, 명품백을 키치패션아이템으로 만든 페이크백 열풍과 중고상품 시장에 대한 시각변화로 공연티켓이나 문화예술상품에 대한 중고장터 활발, 새것 같은 중고 리퍼브 제품 인기. 중고시장의 온라인 금품 피해를 막는 교환상품 사이트 성행		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가하신 내용의 점수를 기입해 주세요)
과학기술 디지털 환경	신공학분야로 뇌연구 활발	미국과학재단(NSF)은 뇌공학을 2040~2050년 무렵 '인류사에서 가장 꽃필 기술'로 꼽았으며, 많은 뇌공학자는 그 시기가 점점 앞당겨질 것으로 예측. 지난 30년 동안 신경과학적 지식이 기하급수로 늘어났고 두개골을 열지 않고도 뇌활동을 측정할 수 있는 뇌영상기술, 뇌활동을 조절할 수 있는 뇌조절기술이 함께 발전함. 국내에서도 DGIST 한국뇌연구원 건축설계자 선정 등 건립이 본격화되고 연구진이 기억 재구성 과정 뇌 속 변화 밝히는 등 뇌공학 분야의 투자와 성과가 가시화 되고 있음. 뇌와 생명에 관련된 지식을 발견하고, 이를 공학적으로 응용한 기술을 개발, 산업화하여 새로운 부가가치를 창출할 연구들이 고령화 시대에 획기적 전환점을 마련할 전망		
	바이오산업 박차	바이오시장을 겨냥하여 전 세계 각국이 치열하게 경쟁이 진행 중. 국내에서도 정부가 바이오산업에 대한 육성 의지(생명공학 9조7077억 투입…교과부, 육성 기본계획 확정)를 다각적으로 내비치면서 관련주들이 상승 기대감		

분류	항목	주요내용	문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
		을 키우고 있으며 2013년 글로벌 바이오 산업시장 뿐 아니라 국내 바이오산업 생산규모 역시 연평균 23.2%씩 증가해 성장세가 가파른 상황. 정부의 투자가 늘어나면서 대기업들과 바이오 업계로 뛰어드는 실정. 그리고 한미 FTA체결에 의해 바이오산업의 선두주자인 미국과의 경쟁체제로 진입하게 되면 국내 바이오산업에 미칠 영향까지 고려한 신중한 입장이 요구되고 있음		
	디자인 특허 분쟁	글로벌 기업들의 증가로 특허에 대한 분쟁이 증가하고 있음. 특히 스마트폰 시장의 급증으로 인한 애플과 삼성의 디자인 특허소송은 초미의 관심사가 되었음. 현재 8개국에서 애플과 삼성의 디자인 특허소송이 진행 중이며 이중 지난 8월 미국에서 열린 소송에 관심이 집중되었음. 이 소송에서 애플은 아이폰의 디자인 특허를 주장하는 반면 삼성전자는 '선행 기술', '기능적 목적' 등을 앞세워 반박하였으나 삼성이 패소하였음. 그러나 영국 항소법원에서는 10월 18일 애플에게 "삼성 특허 침해 없다"는 광고를 제시하라며 애플의 항소를 기각하였음. 더불어 미국에서 판매 금지 되었던 갤럭시 탭 10.1의 판금이 해지되면서 새로운 국면을 맞고 있음. 이러한 변화에 대해 최근 미국 학계에서는 법원이 애플의 디자인 특허 인정 범위를 갑자기 확대했다는 지적이 제기되는 가운데 디자인 특허가 어디까지 인정되는지에 대한 규정에 관하여 국제적으로 예의주시하고 있음		
	"모바일 커뮤니티 확산, 새 패러다임으로"	전화번호나 메일 주소 등을 기반으로 지인들을 모두 같은 친구로 추가하는 기존의 SNS와는 달리, 관계에 따라 가족, 친구, 동호회, 회사 등 각기 다른 지인 그룹을 초대해 별도의 공간에서 이야기를 나눌 수 있는 모바일 커뮤니티의 붐이 일어남. 모임의 구성원끼리 프로젝트 수행이나 학습, 취미 공유 등 특정한 목적을 위한 소모임이라는 특성에 걸맞게 채팅방을 통해서 서로의 취향이나 이슈를 바로 공유하고 공통 주제에 대해 이야기를 나누는 등 사용자의 특성과 기호에 따라 그 층위가 더욱 다양해지고 있으며 이러한 트렌드에 따른 사용자들의 라이프 사이클 변화가 다양한 모바일 커뮤니티 서비스 영역을 지속적으로 확장시킴		
	지금은 빅데이터의 시대	일상화된 스마트기기를 통해 그만큼 개인정보를 요구, 공개하는 것이 자연스러워지고 자발적으로 생성되는 다양한 대용량 데이터의 가치에 관심이 집중됨. 최근 빅 데이터의 현상이 다양한 요소 기술의 지원 가능성을 선사하며 미래 사회 모습들까지 훑어 보여주고 있음. 기존에는 기껏해야 축적된 개인정보를 바탕으로 개인의 행동 패턴을 도출해 문제점을 발견하는 수준이었지만 이제는 스마트 기기나 설비에 설치된 다양한 센서에서 수집된 데이터나 웹 검색 키워드 등으로부터 문제점을 발견하고 해결책을 찾는 것이 가능해지면서 데이터 활용문제와 이를 관리하기 위한 다양한 방법들이 비즈니스, 경영분야에서 주목받으며, 빅 데이터 시대라는 도도한 트렌드를 만들어냄		
	융복합 시대의 저변 확대	융복합에 대한 관심이 기존의 정보통신, 기계공학, 의학 등의 분야에서 다양한 분야로 확대되는 추세. 스마트폰과 자동차가 만난 스마트카, 통신기술과 의술이 결합된 원격 진료 등이 대표적인 예이며 삼성은 정보통신기술(ICT)과 디자인 감성이 만나 물리적인 공간에 디지털기기, 유무선 네트워크, 소프트웨어 등 다양한 첨단 IT기술과 디자인을 융합하여 도서관, 전시관, 박물관, 복합쇼핑몰 등에 적용하는 '융복합형 IT 비즈니스 모델' 제시. 또한 고분자, 콜로이드, 액상물질, 복합 유체, 생체 물질 등을 포함한 연성응집 물질 등 기후 · 에너지 · 의료 분야 등 기초과학 연구에 중점을 두는 신소재와 나노융복합 등 다양한 분야로 저변 확대		
	디지털방송 전환과 3D TV	2012년 12월 31일을 기점으로 디지털방송시대가 개막. 2012년 10월 중순부터는 전국 규모의 3D 시험방송이 MBC, EBS, SBS에서 제공될		

분류	항목	주요내용	문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
	활성화 등 방송 디지타이징	예정. 그동안 서울과 수도권 지역에서만 제한적으로 실시됐던 3D 시험방송이 전국으로 확대된 것은 3D 상용화에 한 걸음 더 가까이 다가갔음을 의미. 이는 향후 TV 하드웨어 시장과 콘텐츠의 변화를 유도할 것으로 예측됨		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가 하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가 하신 내용의 점수를 기입해 주세요)
환경	기후변화관련 글로벌 환경대처의 활성화	최근 한국과 유럽의 공동 연구 보고서에 따르면 기후변화로 인한 피해규모가 2030년에 전세계 GDP의 2.5%, 누적 사망자 수 1억 명에 이를 것으로 예측. 올해 미국에서는 최악의 가뭄으로 농작물 재배 패턴에 변화가 나타나고 있으며, 그린란드의 얼음 97%가 사라진 충격적인 위성사진이 공개되고, 국내에서도 수온 상승으로 인해 서해안에 해파리 개체 수가 증가하고 폭염이 기승을 부리는 등 전 세계적으로 기후변화에 대한 위기의식이 증대됨. 이러한 상황에서 세계 각국은 기후변화의 주요 원인인 온실가스를 줄이기 위한 '온실가스배출권거래제'에 주목하고 있으며, 국내에서는 올해 5월에 이 법안이 통과되어 환경단체와 기업계의 큰 이슈로 떠오르고 있음		
	공공개발사업이 낳은 환경문제에 대한 문제 제기 가속화	지난 해 말 강정마을 사태에 이어 공공개발로 인한 환경문제가 큰 사회적 이슈로 지속되고 있음. 서울 강남역에는 작년과 올해에 연이어 침수 사태가 발생해 논란이 진행 중이고, 작년의 광화문 광장 침수 사태의 원인은 서울시의 디자인 사업에 있었다는 감사원의 공식 발표가 있었음. 특히 올해 여름 들어 발생한 심각한 녹조 현상의 원인이 4대강 사업에 있다는 주장이 제기되면서 공공개발 사업이 환경에 미치는 영향에 대한 비판적 목소리가 지속적으로 높아지고 있음		
	원전 고장 사태와 구미 불산 사태: 환경 재앙에 대한 위기의식 상승	지난 해 발생한 일본 후쿠시마 원전 폭발 사고로 위기의식이 널리 팽배된 가운데, 하루 사이에 신고리 원전 1호기와 영광 원전 5호기가 잇따라 고장 나는 등 국내 원전 고장 사고가 잦아져 불안감이 확산됨. 게다가 최근에는 경북 구미의 화학공장 폭발로 맹독성 물질인 불산 가스가 누출되어 농산물, 가축을 비롯해 인체에까지 심각한 피해가 우려되고 있어 환경 재앙에 대한 위기감이 급속히 높아지고 있음		
	대체에너지 부상과 지역 차원에서의 자생적 활용 방안	전력난에 대한 위기의식이 커지면서 에너지 소비를 줄일 수 있는 방안 중 하나로 태양광 발전 설비가 떠오름. 각 지자체에서는 이미 민간단체와 협력하여 태양광 발전소를 설치하고 있으며, 이것을 시민이 협동조합 형태로 운영하게 하는 시스템도 준비 중임. 특히 발전소 주변지역의 빈곤가구에 태양광 발전설비를 설치해주는 '햇빛나눔 희망전기사업'을 추진하는 등 에너지 빈곤 문제를 근본적으로 해결하기 위한 노력이 행해짐		
	스마트 기술을 입은 친환경 비즈니스 부상	스마트 기술과 친환경 콘셉트를 결합한 상품 출시. 인공지능을 사용해 전력을 효율적으로 사용하는 가전제품, 에너지 절약 및 녹색제품 구매 시 포인트를 지급받는 그린카드, 냉난방에너지를 줄이고 태양광 발전시설을 도입한 친환경 아파트 등이 인기를 끌고 있음		
	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가해야 할 내용을 기입해 주세요)	(추가 하신 내용의 점수를 기입해 주세요)	(추가 하신 내용의 점수를 기입해 주세요)

■ 다음은 2012년에 선정할 문화예술 트렌드에 관한 것입니다. 2013년의 문화예술분야에 대한 영향력과 문화예술정책 관련 중요도를 고려하여 점수를 기입하여 주시기 바랍니다. (5점 매우 그렇다. 4점 그런 편이다 3점 보통이다 2점 그렇지 않다 1점 전혀 그렇지 않다)

구 분		문화예술분야에 미치는 영향력	문화정책 관련 중요도
항목	주요내용		
공감을 통한 치유, 힐링 비타민	쳇바퀴처럼 바쁘고 반복되는 일상에 지친 현대인들을 위한 '힐링'이 화두, 지치고 아픈 상처를 휴식을 통해 서로를 보듬고 치유하는 힐링에 관심. 나아가 몸이나 마음의 치유를 의미하는 '힐링' 테마가 예술, 문화 전반부터 여행, 명상 프로그램 등 다양한 분야에서 각광 받고 있음. 〈힐링캠프〉, 〈청춘 콘서트〉, 『아프니까 청춘이다』 등 수평적 자세로 대중의 고통에 공감하고 스스로 치유할 수 있는 힘을 주는 리더들의 모습에서 치유와 소망을 투영한 자기 계발 경향 추세, 새로운 리더십 커뮤니케이션으로 불리 우는 힐링 리더십 인물에 열광		
힐링이 문화마케팅 핫이슈로 부상하다	힐링열풍이 나타나면서 '힐링뮤직', '힐링콘서트', '힐링여행', '힐링푸드', '힐링스포츠' 등 기존 서비스에 힐링이라는 단어의 상품마케팅 활발함. 특허청에 따르면 2008년 26건이었던 힐링 관련 출원건수가 2009년 40건, 2010년 65건, 지난해 72건으로 계속 늘어난 데 이어 올해 7월 말까지는 86건으로 증가. 또한 2011년 개설 된 '마음치유사' 자격증에 대한 관심 증가. 웰빙에 이은 힐링 열풍으로 21세기는 마음과 정신을 치유하려는 산업의 지속적인 성장 추세.		
학교폭력의 상처, 문화예술로 치유하기	청소년 왕따, 학교 폭력, 자살 증가로 인한 사회 문제 심각. 문제점 개선의 방법으로 문화예술 교육 프로그램이 다양하게 활용됨. 특히 학교폭력의 경우 가해자와 피해자 모두 학생이라는 점에서 체벌에 대한 강력책과 함께 심리적인 치료프로그램에 관한 관심 증가. 〈세로토닌 드럼클럽〉, 〈학생오케스트라〉, 장선군 청소년상담센터의 〈조정프로그램〉, 대구 논공중학교의 〈느티게임〉 등 학교폭력에 대한 정서적 순화와 협동심을 기르는 수업방식에 대한 관심 증가. 또한 가해자와 피해자, 가족들이 함께하는 치유 프로그램 개발 활발. 경북 구미경찰서에서 구미시 해평면 소재 도리사와 구미경찰서가 연결한 전국 최초로 〈마음나누기 템플스테이〉와 부안 경찰서의 '위기청소년 통합지원단'의 템플스테이 프로그램 성공적인 사례로 분석됨. 나아가 상황을 알리고 이해시키려는 교육연극 〈양들의 침묵〉, 〈우리학교를 구해줘〉 등 가해자와 피해자의 마을을 이해할 수 있는 연극제 활발하게 진행		
자연에서 배우는 인성교육에 다시 주목	자연친화적인 인성교육을 할 수 있는 산교육의 장으로 농 · 어촌이 지역 새로운 교육자원으로 활용. 유아기부터 형성되는 인성교육을 수업방식 자체의 변화에서 꾀하려는 농촌체험학습 프로그램인 '팜 스쿨(Farm School)'이 활발하게 진행되는 추세. 농산물을 직접 재배하고 기르면서 경쟁사회에 대한 불안감과 정서 순화 효과를 기대. 긍정적 효과에 대한 관심으로 농림수산부에서는 도시초등학교 30곳을 팜 스쿨로 선정하였고, 문화예술 분야에서도 〈2012 우락부락 숲풍〉 등 생태문화예술 체험 캠프 등이 활발하게 진행됨		
'마을'의 회복을 위한 문화예술활동들	개발 및 성장 위주의 도시화 정책으로 인해 사라진 공동체 문화를 회복해야 한다는 담론이 지속되면서 서울시를 비롯한 각 지자체의 '마을 만들기' 사업이 본격화되고 있음. 이 사업은 문화예술을 이용한 기존의 도시재생 프로젝트와 맥을 함께 하면서 지역의 현안이나 주민들의 관심사에 초점을 맞추어 생활 속으로 더욱 깊게 뿌리내리는 경향을 보임. 주민들이 함께 마을 특색에 맞는 문화 사업을 기획하거나 마을 도서관을 운영하는 등 자신들이 몸담은 공동체를		

구 분		문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
항목	주요내용		
	스스로 활성화할 수 있게 독려하고 있으며, 그 과정에서 '성미산 예술극장'같이 완전히 마을 주민들의 주도로 만들어진 자발적 공동체가 모범 사례로 제시되고 있음. 이처럼 '마을'이 문화의 중심지가 되면서 여행업계에서도 여행자들이 방문 지역에 정주하면서 지역 커뮤니티와 연계하여 해당 지역을 활성화시키는 커뮤니티 기반 여행(Community Based Tourism)이 새로운 트렌드로 떠오르고 있음		
일상에서 예술의 향기를, 생활문화예술의 확대	지역민을 위한 인문학 강좌가 활성화되면서 여러 지자체에서 민 · 관 · 학이 함께 힘을 보태 청소년, 노인, 주부 등 다양한 클래스를 상대로 한 프로그램을 진행 중임. 강연 뿐 아니라 답사, 콘서트 등 다양한 형태로 이루어져 주민들의 호응도 매우 좋음. 또한 악기연주, 작곡 등 문화예술 교육용 동영상 등을 쉽게 접하게 되면서 시민들이 일상에서 직접 창작-유통-판매까지를 수행하는 등 문화예술에서도 'DIY(Do It Yourself)'가 활성화되고 있음. 성남시의 '사랑방 문화클럽', 인천시의 '생활예술바람' 등 지역민들이 생활 속에서 자연스럽게 미술, 음악, 무용 등의 분야에서 창작의 즐거움을 누릴 수 있는 시민문화동호회 활동이 지속적으로 이루어지고 있으며 지자체 차원에서도 이에 대한 지원이 확대되는 추세		
길의 재발견, 문화쉼터가 되다	제주 올레길, 지리산 둘레길 등의 성공 여파로 각 지역에서 '길'이 문화 아이콘으로 떠오르고 있음. 기존의 길 산업이 내포하고 있던 힐링과 여가의 기능에 더해, 길 위에서 휴식과 여유를 즐기며 그 지역의 역사와 문화까지 접할 수 있는 콘텐츠들이 만들어져 주민들과 방문객들의 문화 쉼터 및 볼거리로 활용되고 있음. 주로 동네 단위의 작은 길이 중심이 되어 마을의 특색을 반영한 테마 벽화길이 만들어지거나 창작 예술촌이 형성되고, 오랜 역사적 흔적이 남아있는 거리가 복원되는 등, 길이 단순한 물리적 의미를 넘어 지역의 문화적 자원으로서 재조명되어 지역 공동체를 활성화하는데 기여하고 있음		
예술가, 문화행동으로 공동체의 삶에 개입하다	공동체의 이슈를 둘러싸고 사회운동과 문화운동이 결합된 형태인 '문화행동'이 더욱 활성화되는 추세. 인천부평공장의 〈콜트-콜택 스 (squat) 전시〉, 금천예술공장의 〈그 거리의 창의적인 자세〉 등이 대표적임. 사회적 이슈에 관심이 많은 소셜테이너들이 시위·집회 등에 적극적으로 참여하면서 그러한 경향은 더욱 가속화되고 있으며 여전히 쟁점이 되고 있는 제주 강정마을과 쌍용 자동차 사태에 반대하는 움직임들이 문화제 형태를 지속적으로 취하면서 후원 콘서트, 바자회, 걷기 대행진 등 다양한 행사들이 진행되고, 그 안에 공연, 토크, 특강, 퍼포먼스, 페인팅 등이 녹아들어가 과거에 폭력적이었던 농성장이 평화를 표방한 문화교류의 장으로 변화됨. 커뮤니티 예술, 참여예술의 형태로 이러한 움직임이 더욱 활성화될 것으로 기대됨		
직업으로서의 예술인을 위해	작년에 제정된 '예술인 복지법'의 시행이 11월로 다가오면서 예술인 복지법의 구체적인 내용이 점차 윤곽을 드러내고, 이를 둘러싼 논란도 증폭되고 있음. 올해 11월 18일부터 시행될 '예술인 복지법'은 직업적 차원에서 예술 인력으로 분류되는 사람들에게 일반 직업군에 적용되는 복지 혜택을 제공하는 데 방향을 두고 세부 사항들을 조정해가고 있는 상황으로, 여기에 포함된 예술인의 범위, 표준계약서의 작성, 경력증명, 한국예술인복지재단의 역할 등과 같은 이슈를 둘러싼 논란이 한동안 지속될 것으로 예상됨		
예술인 소셜 유니온 출범과 예술인들의 권리 찾기	예술인의 생활고와 노동착취의 구조를 바꾸기 위한 예술인 노조 '예술인 소셜 유니온'이 설립 준비위원회를 발족함. 지난 9월 27일에 예술인소셜유니온(주)은 정체성, 조직구성 및 운영, 활동방향과 핵심 의제 등에 대해 고민하고 소통하는 토론회를 개최했음. '밥 먹고 예술하자'는 기치를 내건 유니온의 출범이 문화예술인의 노동착취와 생활문제를 해소할 수 있을지 귀추가 주목됨		

구 분		문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
항목	주요내용		
자립을 위한 또 다른 대안, 문화예술 협동조합	2012년이 '세계 협동조합의 해'로 지정되는 등, 풀뿌리 네트워크로서 협동조합이 지니는 잠재력이 글로벌 이슈로 주목받고 있음. 국내에서는 올해 '한국 소비자생활협동조합 연합회'가 출범하여 대안 경제와 민간 차원에서의 복지를 도모하고 있으며, 문화예술 분야에서도 예술인들이 경제활동의 한 구성원이자 직업인으로서 자립하기 위한 특화된 자구책을 스스로 개발하고 주도하기 위해 인디음악계의 '자립음악생산조합'을 필두로 생산자협동조합 등이 결성됨. 이밖에 노동자협동조합, 다중이해관계자 협동조합, 이용자(소비자)협동조합 등 다양한 유형의 문화예술 협동조합이 모색되고 있음. 또한 '협동조합 기본법' 제정으로 5인 이상만 모이면 다양한 형태의 협동조합 설립이 가능해져 예술계에서 또한 젊은 작가들을 중심으로 각 분야별 특성에 입각한 협동조합 준비가 활발해질 것으로 기대.		
자립을 위한 노력-공익적 수익모델 개발에 힘쓰는 예술단체들	비영리 문화예술단체와 문화예술 분야 사회적 기업 차원에서 수익 창출을 위한 다양한 모델의 개발과 시도가 진행되고 있음. 최근' 지혜기부'라는 캐치프레이즈를 내건 사단법인 올재가 대기업들에게 후원을 받아 고전 시리즈를 2천원대에 판매하여 큰 호응을 불러 일으켰음. 또한 '자바르떼'나 '일상예술창작센터'와 같이 예술가들의 창작품 판매 및 편집 매장 운영, 주민 대상 미술 강좌 진행, 문화행사 개최 등 사회 공헌 형태의 서비스를 제공하고 수익을 창출하는 예술단체들이 등장함.		
싸이 신드롬: K-pop의 새로운 모델이 되다	한류의 국제적인 성장에 대한 기대와 함께 한류 거품론 역시 제기됨. 특히 한국 드라마나 대중가요의 비슷한 소재와 상업성, 천편일률적인 아이돌 댄스그룹에 대한 비판이 지속되던 가운데, 싸이의 '강남스타일'이 유튜브 조회 건수 4억 건 돌파(10.9 기준), 미국 빌보드 차트 2위, 영국 음악차트 1위를 석권하는 등 세계적인 돌풍을 일으키며 한류의 새로운 모델로 부상. 유튜브 등 SNS를 활용한 한류 콘텐츠 마케팅 전략, B급 문화, 한국적 요소와 보편적 요소의 적절한 조합 등 다양한 성공 요인이 제시되고 싸이라는 개인의 문화 콘텐츠에 대한 관심이 폭발적으로 나타남		
한류 3.0: K-pop을 넘어 K-Culture로 융합	문화부는 K-Drama(한류 1.0), K-pop(한류 2.0) 중심의 한류를 우리 문화 전반에 걸친 K-Culture로 발전시켜 국가적 산업으로 육성하기 위한 '한류 3.0' 프로젝트를 기획하고 지식경제부와 함께 '문화+기술' 융합에 대한 협약을 맺는 등 한류의 저변을 확대하기 위한 노력에 박차를 가하기 시작함. 특히 전통문화유산이 지니는 가능성에 주목하고 각 지방의 토착 문화나 자연 경관을 관광 상품으로 발전시키거나 전통문양이나 색채 등을 디자인 상품 등에 응용하는 움직임이 활발하게 일어남. 공연예술계에서는 이자람의 〈억척가〉, 양정웅이 각색한 〈햄릿〉 등 국내 창작물이 K-Art라는 이름으로 해외에서 퀄리티를 인정받고 큰 호응을 이끌어내고 있으며, 이는 창작 뮤지컬 산업 육성책과 흐름을 함께 하며 더욱 성장할 전망임. 그 밖에도 국내 만화 수출 증가세를 타고 K-코믹스가 한류의 새 종목으로 등장하는 등 한류의 저변이 다양한 콘텐츠로 확대되어 가는 추세		
기업들의 공격적인 한류 마케팅	한류마케팅 효과를 적극적으로 활용하는 방안으로 한류 스타 홍보 마케팅이 증가되고 기업과 대형 연예 엔터테이먼트의 콜라보레이션을 통한 공격적인 마케팅이 진행되고 있음. 파생상품으로 부가가치 창출, K팝 팬을 유치하는 집객형 상품 개발, 패션 및 디자인 사업에서 콜레보레이션을 통한 마케팅, 상품의 광고 모델로 K팝 스타 기용 등을 비롯하여, SM 타운이라는 가상국가 시민권 부여 등까지 다양한 방식으로 한류 열풍을 활용한 기업들의 마케팅이 지속적으로 증가될 것으로 전망		

구 분		문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
항목	주요내용		
해외관광객 증가로 인한 공연예술 시장의 성장 가능성	외래관광객 1000만 명 시대를 맞아 국내 창작 공연예술 작품이 중요한 관광 상품으로 떠오름. '난타'의 성공에 이어 '점프', '비밥', '미소' 등 넌버벌 퍼포먼스(비언어극)가 그 중심을 이루고 있으며, 지난 해 한국을 방문한 외국인 관광객 980만 명 중 116만 명 이상이 이를 관람한 것으로 나타남. 또한 한류스타가 출연하는 뮤지컬에 열광했던 일본 팬들이 한국 뮤지컬 전반에 대한 관심을 키우면서 뮤지컬이 새로운 공연 문화 상품으로 급상승세를 보임. 올해 외국인들의 공연티켓 예매율은 지난 해에 비해 249%나 늘었으며 그 중 뮤지컬이 80% 가량을 차지하는 등 한류와 연관한 '공연관광' 수요 증가로 새로운 문화예술 시장은 더욱 확대될 전망		
국내 문화콘텐츠의 역수입 현상	배급권의 어려움을 가지고 있던 김기덕의 〈피에타〉가 황금사자상 수여 이후 20만 명이라는 관람기록 세우게 됨. 또한 싸이의 〈강남스타일〉 역시 해외에서의 폭발적인 호응에 힘입어 국내에서도 재평가를 받게 됨. 이렇게 국내 시장에서 저평가되었던 문화예술 콘텐츠가 해외에서의 성공을 통해 국내시장으로 다시 재진입하는 현상들이 빈번해지고 있음. 이러한 현상은 국내 문화예술 콘텐츠의 새로운 발견 가능성을 시사 하는 동시에 문화사대주의라는 비판도 함께 낳고 있음		
나에게 맞는 문화예술 플랫폼을 찾아라	소셜미디어와 소셜네트워크 서비스가 문화예술 콘텐츠를 교류하고 향유하는 플랫폼으로 정착되면서 개인의 선호도에 따라 다양화, 전문화, 차별화되는 양상을 보임. 일례로 초창기의 팟캐스트 시장에서는 〈나꼼수〉처럼 정치적 이슈나 다수의 관심사를 반영하는 콘텐츠가 인기를 끌었으나, 갈수록 개개인의 다양한 취향에 부응하는 콘텐츠들이 많아지고 있으며 사용자들 또한 각자의 관심사에 따라 콘텐츠를 선택하는 경향을 보임. 소셜 네트워크 서비스 또한 관계 형성이라는 일차적 기능을 넘어 주제에 따라 특화된 플랫폼을 형성하고 있으며, 플랫폼별로 특정한 관심사와 특수한 소통방식을 공유하는 커뮤니티가 만들어짐. 여행지를 추천하는 '동행친구', 개인이 찍은 사진과 편집한 이미지를 공유하는 '인스타그램'과 '핀터레스트', 자유롭게 음원을 올리고 다운받는 '리슨미' 등 플랫폼별로 사용자(User) 및 공유되는 콘텐츠의 차별화가 이루어지고 있음. 한편 '밴드', '캠프' 등과 같이 별도로 지정한 지인들끼리 모이는 폐쇄형 커뮤니티의 인기도 증가하는 등 문화예술 플랫폼의 다양화와 차별화가 증대될 전망		
소셜게임, 국민게임으로 등극하다	국내 스마트폰 앱 시장에서 게임 앱이 모든 연령대층에서 1위를 기록했으며 '애니팡' 게임이 한 달 사이에 국내 스마트폰 유저의 3분의 1을 끌어들이는 등, 스마트폰을 기반으로 한 모바일 게임이 게임 산업의 새로운 패러다임으로 떠오름. 스마트폰상의 SNS를 기반으로 한 '애니팡', '아이러브커피', '몬타워즈' 등은 참여자들끼리 실시간으로 정보를 공유할 수 있고 콘텐츠의 수용과 반응을 실시간으로 확인할 수 있기 때문에 스마트폰 사용자들의 일상에 더욱 깊이 침투함. 직장인들이 짧은 점심시간을 쪼개 점수 올리기에 푹 빠지는가 하면, 엄마가 딸에게 게임 아이템을 전송해주고, 친구들끼리 순위 경쟁에 열을 올리는 모습은 이제 흔하게 볼 수 있는 풍경이 되었음. 스마트폰 유저의 지속적 증가와 함께 전 국민이 소셜게임을 즐기는 현상이 지속될 전망		
SNS로 기획하는 시민들의 유쾌한 소셜 파티	SNS가 젊은이들의 소통과 놀이의 공간으로 활용되면서 오프라인에서 열리는 행사까지 대대적으로 기획되는 현상이 나타남. 최근 이슈가 되었던 'T24 소셜페스티벌'은 24인용 군용 텐트를 혼자 치는 것이 가능하겠느냐는 한 인터넷 커뮤니티의 질문에서 출발하여 SNS를 통해 대대적인 축제 형태로까지 발전한 주목할 만한		

구 분		문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
항목	주요내용		
	케이스임. 참가자와 관객은 물론, 물품과 인력, 홍보 및 서비스에 이르기까지 페스티벌에 필요한 모든 요소들이 온전히 SNS 상에서 시민 및 단체들의 자발적인 협찬과 재능 기부 제안으로 확보됨. 10월 23일에 시청 앞 광장에서 열릴 예정인 '만민공동회' 역시 아이디어 제안부터 완성 단계까지 모두 SNS상의 의견 교류와 이용자들의 재능 기부로 만들어지고 있으며, 그 과정의 모든 세부 사항들이 전적으로 공개되고 있음. 이러한 현상은 과거 전문가의 영역이었던 행사 기획과 운영이 SNS를 통해 일반인에게도 열린 것이라 볼 수 있으며 앞으로도 일반 시민에 의해 기획되는 소셜 파티는 증가할 전망		
회식문화에도 문화바람	'술과 고기'로 점철되던 직장인들의 회식문화에도 점차 변화의 바람이 일고 있음. 간단히 식사를 겸한 영화, 공연, 뮤지컬 관람, 스포츠경기, TV생중계 등을 보면서 단체로 응원을 하는 문화생활형 회식이 증가 추세, 이렇듯 문화생활을 즐기며 공통된 주제로 대화가 흐르게 되어 단합에 도움이 되는 회식이 진행되면서 퇴근이후의 시간을 활용하는 문화기획이 증가. 특히 과거 90년대 중반 20대였던 X세대들이 X-Daddy와 X-Mommy로 가정과 직장의 주요 주체로 자리 잡으면서 회사 일보다는 자녀와의 캠핑과 여행, 레저를 즐기는 등 회사의 회식문화와 여가문화를 바꾸는 주역이 되고 있음		
소비자가 제작자로: '심화형 참여마케팅' 인기	관객들의 수준이 높아지고, 선호가 다양화 · 개성화되면서 작품의 제작 과정에 소비자들을 직접 참여하게 하는 참여마케팅이 증가하고 있음. LG 아트센터의 LAMP와 같이 활발한 창작 활동을 펼치고 있는 국내 정상급 아티스트의 지도하에 연극, 무용, 클래식, 월드 뮤직 등 다양한 공연 예술 장르의 창작 과정을 살펴보고, 워크숍 등 직접적인 체험을 하게 하거나, 몇 달 간의 연습을 통해 직접 무대에 서게 하는 등 예술체험의 질과 선택의 폭을 넓힘으로써 기존 관객의 참여 빈도를 늘리는 심화형 관객개발의 형태로 참여형 마케팅이 활용됨. 참여 마케팅이 등장하면서 다양한 친밀감과 분위기로 애착을 갖게 된 고객층이 충성도를 형성하고 작품에 대한 적극적 홍보를 병행하는 등의 광고효과와 수익창출 효과를 누리고 있음. 최근에는 관객들이 직접 모여 작품 정보를 교환하고 후기 및 요구사항 등의 정보를 교환하는 사이트를 기업 자체에서도 운영하고 또 지원하고 있음. 이처럼 고객 참여가 작품개발에 있어 하나의 중요한 핵심으로 자리 잡아 고객 지향적 마케팅이 증가 추세. 관객이나 청중들이 과거 비교적 소극적 자세를 보여준데 비해 상당히 적극적인 반응을 보이며 참여형 쇼와 직접 소통하는 사례가 증가하고 있음		
중년의 행복 머츄얼리즘	최근 40·50대 중·장년층 관객을 겨냥한 문화상품의 새 코드가 신소비 코드로 불리며 관심 증폭. 중장년층이 젊은 세대가 주도했던 기존 시장에 만족하지 않고 자신의 삶을 가꾸기 위한 상품을 적극적으로 찾는 '머츄얼리즘(Maturialism)' 적인 소비패턴을 보이면서 장년층의 감수성에 부응하는 문화 관람 및 프로그램의 기획 및 운영이 늘고 있음. 젊은 세대를 겨냥한 감각적이고 재밌는 작품에 치중했던 연극계, 공연계, 영화계 등이 '중년층'의 재발견으로 관객층 확대와 소재 다양화에 힘쓰고 중년층들이 이러한 창작물들의 흥행을 견인. 〈나는 가수다〉, 〈불후의 명곡〉 등 중년관객을 동원하는 콘서트들이 증가하고 발길이 늘어가면서 그들이 차지하는 비중이나 파워가 갈수록 커가는 추세		
티켓 가격의 경제학, 합리화 바람	기업의 사회공헌 및 문화마케팅이 유행하면서 기업의 VIP를 대상으로 하는 공연들이 많이 생겨났고, 극장이 그러한 관객층을 수용하면서 티켓 가격이 상승함. 이에 예술의 전당이 고가의 좌석등급을 신설하는 공연계 관행을 저지하기 위해 표준좌석등급제를 시범사업으로 도입하면서 공연 · 전시장 운영의 공공성을		

구 분		문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
항목	주요내용		
	강화하고 좌석과 티켓의 거품을 빼고 수익을 조율, 합리적인 티켓가격 구조를 유도할 것이라는 기대를 낳음. 한편 고가의 라보엠 공연이 부진한 예매 실적으로 일부 취소되는 사태가 발생하는 등의 사례에서 볼 수 있듯 과거에 비해 보다 합리적인 티켓 가격을 요구하는 관객이 증가하고 있음		
도심 속의 여유, 몰링 시즌2	도심형 여가문화가 복합쇼핑몰에서 원스톱으로 해결하려는 '몰링 족' 크게 증가. 몰의 인기는 몰의 특수한 환경에서 생겨난 계층을 표현하는 신조어 등장, 몰을 걸으며 즐기는 '몰킹족', 몰에서 바캉스를 보내는 '몰캉족', 몰에서 휴식을 즐기는 '몰힐링', 아이들과 함께 여가와 쇼핑을 함께하는 '몰링맘', 몰 안에서 진행되는 이벤트를 즐기는 여성 고객인 '몰리' 등이 있음. 몰이 인기를 끄는 이유는 '다양성'이며 과거 1세대 몰들은 임대가 아닌 분양형으로 잘 나가는 브랜드를 넣는 방식에서 백화점이 끼어 있거나 백화점의 형태를 띄는 2세대형으로 진화함. 현재 여의도에 생긴 IFC몰과 인천스퀘어원은 3세대 체류형 몰링으로서 쇼핑몰과 문화 몰링에 더욱더 주목하고 있음		
기부, 이제는 재능교환시대	일방적인 재능기부만이 아니라 서로가 주고받을 수 있는 '재능매칭기부'라는 혁신적 기부패러다임 형성. SNS를 통한 재능매칭기부에는 '더소금', 재능교환 메신저 '피플게이트'등이 인기. 지자체의 재능교환문화 장려 정책으로는 의령군건강가정지원센터의 모두 가족 품앗이 사업, 인천 연수구 지역화폐제도 〈연수품앗이〉교육 등. 부산문화재단에서는 지역 문화예술단체와 의료비 감면에 관한 협약식을 체결하여 예술단체는 양질의 의료 서비스를 저가로 이용하는 대신 병원을 찾아 환자와 시민을 대상으로 공연과 전시회 등의 문화행사를 제공하는 재능교환 기부 시행, 경기지역 '건축물 품질 무한 돌봄 서비스', 농림수산식품부 –농어촌 정책과의 '스마일재능뱅크' 등 지역과 농어촌에 재능기부 확산하려는 정책 시행 중		
모바일 시대로 가까워진 기부문화	국내 스마트폰 사용자가 3,000만 명에 육박, SNS를 즐겨 사용하는 20–30대 젊은이들 사이에서 '소셜기부', '기부톡', '나눔 토크 콘서트', '기부 어플' 등 디지털 시대 새로운 기부문화 부상. 기부전용 사이버머니 '해피빈'은 300억 원어치가 팔리며, 해외 비영리단체(NGO)에서까지 도와달라는 러브콜이 들어오는 상태로 모바일 기부문화 활발. 영국의 경우 문화 장관 제레미 헌트는 휴대폰을 사용하여 예술 단체에 기부할 수 있도록 하는 독립 자급 플랫폼에 대한 계획을 시작, 소셜미디어와 스마트기기를 활용한 기부는 앞으로도 활성화 전망		
내가 만든 예술가, 크라우드펀딩	지난 해에 이어 올해도 소셜펀딩(크라우드펀딩)은 지속되는 추세. 한편 기존의 소셜펀딩이 '기부' 혹은 '자선'의 의미가 강했다면 최근에는 소셜펀딩을 통해 예술가나 단체를 후원함으로써 '기부자가 그 작품의 창작에 간접적으로 참여'한다는 의미가 부각되고 있음		
90년대 복고문화 열풍과 세대간 문화콘텐츠의 상품화	지난 해 386세대를 중심으로 한 〈쎄시봉〉 열풍에 이어 2012년에는 영화 〈건축학개론〉과 드라마 〈응답하라 1997〉, 〈신사의 품격〉 등 397세대들이 공감하는 소재를 다룬 콘텐츠가 큰 인기를 끌면서 90년대 문화가 대중문화계의 이슈로 떠오름. 이와 같은 복고 현상이 IT분야에까지 영향을 미쳐 90년대의 통신수단 삐삐를 스마트폰의 카카오톡과 연계한 앱 '삐삐톡'이 등장하고, CD플레이어와 카세트 겸용 오디오의 매출이 크게 상승함. 이러한 현상은 각 세대(generation)가 추억하는 대중문화를 기반으로 한 문화콘텐츠 상품화가 본격화되었음을 시사		
오디션? 새로운 아티스트?	서바이벌 오디션 프로그램을 통해 배출되는 아티스트들의 장기간 생존여부에 대한 비판적 시각과 함께, 차별화된 스타일을 통한 대중호응을 얻는 오디션		

구 분		문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
항목	주요내용		
	발굴 새로운 아티스트 등장. '버스커 버스커', '울랄라세션', '피아' 등 대형 기획사의 정형화된 아이돌과 차별되는 이들이 대중문화의 새로운 흐름 형성에 기여할지에 대한 귀추가 주목		
개가수와 배우감독, 영역을 넘나드는 활동들	최근 다양한 영역에서 프로에 가까운 재능을 발휘하는 연예인들이 늘어나고 있음. 정형돈과 가수 데프콘이 만든 '형돈이와 대준이', 개그 콘서트의 신보라, 박성광, 정태호로 구성된 '용감한 녀석들' 등 '개가수(개그맨의 가수활동)'들의 음반이 음원시장에서 상위권에 랭크되고 일반 가수에 버금가는 능력을 보여주며 인기를 끌고 있음. 또한 영화감독으로의 변신을 꾀한 탤런트 구혜선의 연출작 〈복숭아나무〉와 함께 윤은혜의 단편영화 〈뜨개질〉, 영화배우 유지태의 장편영화 〈마이 라띠마〉가 올해 부산국제영화제에 초청되어 좋은 평을 받음. 이러한 영역을 넘나드는 활동이 기존의 제작 관행에 신선한 자극을 제공하는 한편, 문화계에 암묵적으로 존재하던 영역 간 서열 타파에 긍정적으로 작용할 것으로 기대됨		
예능 프로그램에 대한 사회적 기대 확대	예능 프로그램의 규모가 커지고 다루는 소재의 범위가 확장되면서, 여가문화로서의 기능 뿐 아니라 사회적인 기능까지 요구되는 추세임. 〈무한도전〉, 〈남자의 자격〉 등은 공공적 성향이 강한 소재에 접근하여 사회 전반의 주의를 환기시켰으며 〈힐링캠프〉는 유명인사들의 솔직한 고백으로 시청자들에게 큰 반향을 불러일으킬 뿐 아니라 대선 주자들의 잇따른 출연으로 지지율 상승과 이미지 쇄신의 전략적 장으로도 기능함. 또한 〈개그콘서트〉를 비롯한 코미디 프로에서는 민감한 사회적 이슈에 관한 발언을 개그에 빗대어 표현하는 시사 풍자 프로그램이 큰 인기몰이를 하고 있음. 한편 무한도전 멤버들이 기획한 〈슈퍼7〉콘서트 취소를 둘러싼 논란은 예능 프로그램에 대한 과도한 사회적 기대를 드러낸 현상이었다는 평도 있음		
미디어렙법 통과 이후 종편 논란	올해 1월에 미디어렙법이 통과된 이후 종편이 얻을 특혜에 대한 많은 비판과 우려의 목소리가 있었으나, 현재 종편 채널은 시청률이 1% 이하에 머무는 등 예상 외로 시청률 부진을 겪고 있어 초기 종편 광고 시장의 가격과는 달리 광고 1편당 5편을 끼워 팔고 있는 상황임. 대선 이후 종편에 대한 개혁이 한 차례 있을 것으로 예상되면서 TV 시장의 재변화가 있을지 귀추가 주목되고 있음		
마이너리티, 문화예술로 뿌리를 뻗다	120만 명이 넘는 다문화인, 2만 5천명이 넘는 탈북인, 등록장애인 250만 시대가 도래. 문화예술 분야에서도 다문화 극단 샐러드의 '마린마와 비제', 창작극 '청춘은 다르지 않다', '제1회 장애인 연극제' 개최 등, 마이너리티의 창작 활동이 증가하고 있으며 방글라데시 · 네팔 · 몽골 · 미얀마 · 한국 출신 문화예술가 11명이 결성한 이주민문화예술센터 '프리포트(Free Port · 자유항)'가 설립되는 등 자생적인 소통의 공간도 마련되고 있음. 김조광수감독의 〈두 번의 결혼식과 한 번의 장례식〉, 〈응답하라 1997〉, 〈아름다운 그대에게〉, 트렌스젠더 토크쇼 〈XY 그녀〉, 뮤지컬 〈라카지〉, 〈지금은 탈북인 시대〉, 〈이제 만나러 갑니다〉 등 소수자를 소재로 한 문화콘텐츠가 과거에 비해 대중들에게 자연스럽게 소비되는 추세도 목격되어 문화다양성 제고를 위한 환경이 점차 조성되고 있음. 그러나 소수자에 대한 혐오, 편견이 더욱 강화되고 있다고 보는 비관적인 시각도 존재함		
문화예술교육 · 복지 매개인력 양성 본격화	문화예술교육 및 문화복지사업에 대한 관심과 정책적 중요성이 증대되면서 사업성공의 핵심적인 요건으로 매개전문인력 양성에 대한 관심이 본격화됨. 특히 문화예술교육지원법의 개정으로 문화예술교육사 제도 시행이 본격화되고,		

구 분		문화 예술 분야에 미치는 영향력	문화 정책 관련 중요도
항목	주요내용		
	문화바우처 사업의 증대로 문화복지사 제도 도입의 요구가 커지면서 이들 자격제도에 대한 사회적 관심도 커짐. 복지소외계층에게 봉사하는 문화예술교육 · 복지매개인력의 제도화를 통해 문화예술교육 및 문화복지 사업의 질적 제고와 문화예술분야 일자리 창출에 대한 기대도 증가.		
저작권 제도에 대한 문제제기 확대	영화음악에 대한 공연사용권 인정 논란, 음원수익배분을 둘러싼 갈등과 같이 저작권 제도와 관련된 논란이 빈번히 대두됨. 한미FTA, 한중FTA 등의 체결 및 한류의 확산, 문화예술교류의 증대와 함께 저작권 문제는 앞으로도 더욱 중요해질 전망		
도둑들과 광해, 천만 영화의 이면	제69회 베니스국제영화제에서 김기덕 〈피에타〉 황금사자상, 전규환 〈무게〉 베니스퀴어라이온상 수상, 유민영 〈초대〉 오리종티 단편 부분 최우수상 수상 등 국제적인 영화제에서 한국 독립영화 위상 격상. 더불어 금년 영화 시장 〈도둑들〉, 〈광해〉 등 잇단 천만관객 수립. 그러나 대형 멀티플렉스 체인점을 운영하는 대기업의 배급을 받는 블록버스터급 영화가 상영관을 독점하여 중소 영화, 독립영화의 설 자리는 갈수록 줄어드는 시대. 이러한 시점에서 2012년 CJ E&M는 20.2%, 쇼박스(주)미디어플렉스가 15.9%, 롯데엔터테인먼트가 14.6%를 기록해 '빅3'의 점유율이 50%를 넘으면서 작년과 비슷, 최상위권간 격차가 줄어들었을 뿐, 대형 배급사들이 국내 영화계 지배 지속. 이러한 문제를 해결하기 위한 대안으로 주요 도시에 독립 · 예술영화관 설치 확대와 '스크린 독과점 방지법', '다양성 쿼터제' 요구가 진행되고 있음		
기획사와 독립예술가, 그 빛과 그림자	공연예술 산업의 성장과 함께 자본이 풍부한 기획사를 중심으로 공연작품의 제작이 증가. 제작자(production) 중심의 작품이 만들어지면서 과거 소규모 예술단체나 극장이 가지고 있던 고유한 특색이나 미학이 사라지고, 예술가들이 하나의 소품처럼 취급되는 경향이 강해짐. 이로 인해 소규모 순수창작집단 및 예술가들의 활동이 위축되고 획일화에 대한 우려가 점차 심화되고 있음		
문화예술표현의 자유와 제한의 줄다리기	정부는 음악단체들의 항의에도 불구하고 '뮤직비디오 사전등급심의제도'를 강행하고, 지난 해 여가부의 '강제적셧다운제'에 이어 올해 문화부가 제안한 '게임시간 선택제'를 도입하는 등 온라인을 기반으로 한 문화 서비스에 대해 규제를 강화하고 있음. 또한, 블로그에 성기 사진을 개제한 일로 음란물 유포 혐의를 받았던 박경신 교수가 최근 항소심 재판에서는 무죄 판결을 받는 등 정부 규제와 표현의 자유 사이의 논란은 앞으로도 지속될 것으로 전망		
대선 이후 문화예술정책의 미래 이슈화	문화연대가 "제18대 대통령 선거 문화정책 100대 과제" 를 발표하는 등 대선을 앞두고, 또한 대선 이후에도 문화예술 분야와 관련된 문제를 개선하려는 다양한 정책 대안이 제시될 것으로 전망		

[부록 2] 2013 문화예술 트렌드 이슈에 대한 델파이 조사 결과

항목	문화예술분야에 미치는영향력		문화정책 중요도	
	평균	순위	평균	순위
일상에서 예술의 향기를, 생활문화예술의확대	3.97	1	4.40	2
예술가,문화행동으로 공동체의 삶에 개입하다	3.97	1	4.20	6
싸이신드롬: K-Pop의 새로운 모델이 되다	3.93	3	3.20	34
도둑들과 광해, 천만 영화의 이면	3.93	3	3.87	18
문화예술표현의 자유와 제한의 줄다리기	3.90	5	4.20	6
대선 이후 문화예술정책의 미래 이슈화	3.90	5	4.20	6
공감을 통한 치유, 힐링비타민	3.90	5	3.83	19
기획사와 독립예술가, 그 빛과 그림자	3.87	8	4.13	9
힐링이 문화마케팅 핫이슈로 부상하다	3.87	8	3.70	22
직업으로서의 예술인을 위해	3.83	10	4.10	10
오디션? 새로운아티스트?	3.80	11	2.83	38
'마을'의 회복을 위한 문화예술활동들	3.73	12	4.43	1
문화예술교육 · 복지 매개인력 양성 본격화	3.73	12	4.27	4
기업들의 공격적인 한류 마케팅	3.70	14	3.57	27
한류3.0:K-Pop을 넘어K-Culture로 융합	3.70	14	3.67	23
예술인 소셜 유니온 출범과 예술인들의 권리 찾기	3.69	16	4.23	5
예능 프로그램에 대한 사회적 기대 확대	3.63	17	2.87	37
길의 재발견, 문화쉼터가 되다	3.63	17	3.60	26
자립을 위한 또 다른 대안, 문화예술협동조합	3.60	19	4.33	3
학교폭력의 상처, 문화예술로 치유하기	3.60	19	4.10	10
자립을 위한 노력:공익적 수익모델개발에힘쓰는예술단체들	3.60	19	4.03	14
SNS로 기획하는 시민들의 유쾌한 소셜파티	3.60	19	3.40	30
중년의 행복 머츄얼리즘	3.60	19	3.50	29
나에게 맞는 문화예술 플랫폼을 찾아라	3.57	24	4.10	10
90년대 복고문화열풍과 세대간 문화콘텐츠의 상품화	3.57	24	3.07	36
자연에서 배우는 인성교육에 다시 주목	3.57	24	3.97	16
저작권 제도에 대한 문제제기 확대	3.53	27	4.00	15
기부, 이제는 재능교환시대	3.50	28	3.90	17
소비자가 제작자로: '심화형 참여마케팅' 인기	3.50	28	3.67	23
해외관광객 증가로 인한 공연예술시장의 성장가능성	3.47	30	3.77	21
소셜게임, 국민게임으로 등극하다	3.43	31	2.83	38
티켓가격의 경제학, 합리화바람	3.40	32	3.63	25
마이너리티, 문화예술로 뿌리를 뻗다	3.33	33	4.10	10
국내 문화콘텐츠의 역수입 현상	3.23	34	3.33	32
도심속의 여유, 몰링 시즌2	3.23	34	3.13	35
회식문화에도 문화바람	3.13	36	3.37	31
모바일 시대로 가까워진 기부문화	3.07	37	3.53	28
내가 만든 예술가 ,크라우드펀딩	3.03	38	3.80	20
개가수와 배우감독, 영역을 넘나드는 활동들	3.03	38	2.63	40
미디어렙법 통과 이후 종편 논란	3.03	38	3.30	33
평균	3.58		3.72	

참여 연구진

연구책임자

양 혜 원(한국문화관광연구원 책임연구원)

김 혜 인(한국문화관광연구원 책임연구원)

공동연구

안이영노(기분좋은QX 대표)

연구보조

김 연 희(홍익대 예술학과 석사)

박 경 화(이화여대 미술사학 석사 수료)

조 지 영(이화여대 정책과학대학원 석사)

2013 문화예술트렌드 분석 및 전망

발 행 인 박 광 무

발 행 처 한국문화관광연구원
서울시 강서구 금낭화로 154
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880
http://www.kcti.re.kr

인 쇄 일 2012년 12월

발 행 일 2012년 12월

인 쇄 인 크리홍보(주)

ISBN : 978-89-6035-376-3 93300