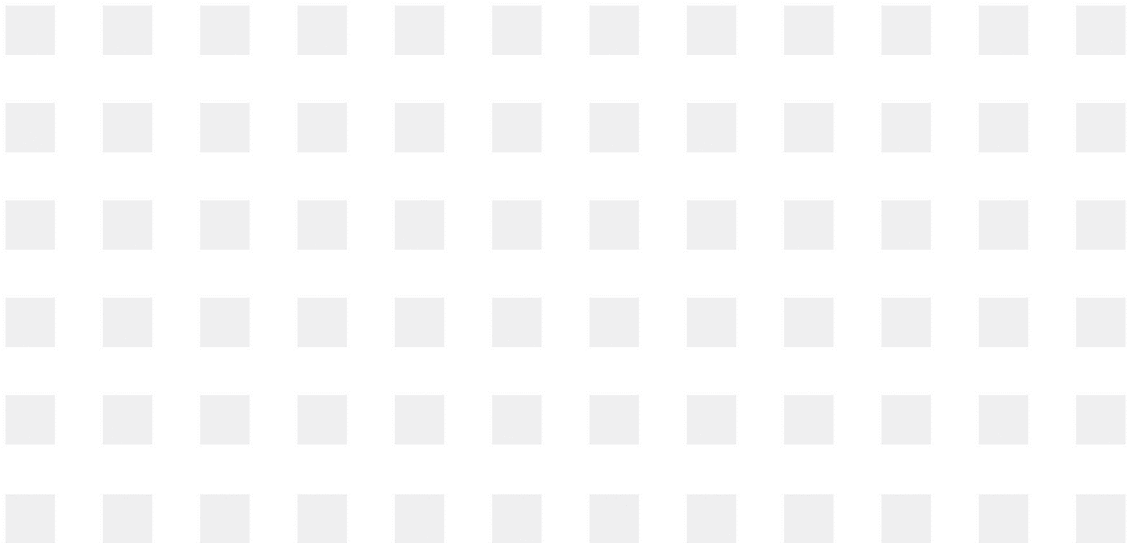


작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방안

현혜경 · 김석윤



발 간 사

2009년 예술 뉴딜정책의 일환으로 작가들의 일자리를 창출하고 작품 활동을 지원하는 것을 목적으로 마을미술프로젝트가 전국적으로 시작되었습니다. 마을미술프로젝트는 미술마을 조성으로 미술과 여행에 관심 있는 사람들에게 매력적인 관광지를 제공함으로써 지역재생과 경제 활성화를 도모하고자 하였습니다.

서귀포시에서도 2011년부터 ‘벽 없는 미술관’을 조성한다는 계획 아래 2012년부터 3년에 걸쳐 마을미술프로젝트를 통하여 작가의 산책길을 조성하였습니다. 더불어 문화예술시장 상설화를 통하여 지역의 명소화(名所化) 및 문화관광상품의 브랜드화를 목적으로 운영하여 왔습니다. 그러나 2015년 이후 작가의 산책길 및 문화예술시장은 탐방객이 감소하는 등 침체기로 접어들었습니다. 따라서 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화를 통하여 관광객 및 시민들의 문화향유의 기회를 확대하기 위한 방안 모색이 필요해졌으며, 그에 따라 정책연구가 이루어졌습니다.

작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방안은 운영주체, 제도, 목적사업, 재정, 공간 및 기반시설, 홍보 등 6개 분야에서 문제점을 파악하고 대안을 마련하고자 하였습니다. 이를 위해 관련 국내·외 사례 연구를 비롯하여 빅데이터(Big-Data)를 활용한 작가의 산책길 방문객의 이동경로와 집객 장소를 파악하였습니다. 또한 수 십 차례의 현지조사를 비롯하여 시설물 관계자들 및 작가의 산책길 해설사들, 창작 공간 입주 작가들, 주민협의회 등과의 면담 조사 등을 통하여 현장에서 발견되는 문제점 등을 꼼꼼히 파악하고자 하였습니다. 무엇보다 방문객 등에 대한 조사를 통하여 수요적 측면의 문제점과 대안 등을 파악하고자 하였으며, 활성화에 대한 새로운 아이디어를 획득하기 위하여 전문가들을 대상으로 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview) 및 자문회의 등을 수행하였습니다.

따라서 결과적으로 6개 분야의 리뉴얼(Renewal)을 통한 6R 정책을 제안하였습니다. 운영 분야에서는 사무국의 설치 및 운영위원회의 구성 등과 관련하여, 제도분야에서는 기존 조례의 불필요한 부분에 대한 개정과 직간접 관련 조례와의 관계 정립 문제, 목적사업 분야에서는 작가의 산책길 및 문화예술시장 정체성 확립 문제와 변화된 문화 환경을 수용하여 문화예술 시장의 대전환 모색 및 작가의 산책길 스토리 구축 문제 등을 제안하였습니다. 재정분야에서는 세외수입구조의 다원화 및 바우처(Voucher)의 활용을 통한 지역경제 환원 문제를, 공간 및 기반시설분야에서는 상징 공간 및 상징성 확보와 시설 관리 및 안전관리 주체들 간 소통체계 등을 구축할 것을 제안하였습니다. 무엇보다 홍보분야에서 온오프라인(On-Off line) 상의 체계적인 홍보시스템을 구축할 것과 BI(Brand Identity) 및 핵심적 스토리 구축 및 홍보 등을 제안하였습니다.

나아가 ‘문화도시 서귀포’ 브랜드가 확장될 수 있도록 통합적 시선에서 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 정책을 제안하였습니다. 이 연구에서 제안한 정책적 제언들이 작가의 산책길 및 문화예술시장을 활성화하는데 정책적으로 반영되길 기대합니다.

2020년 8월

제주연구원 원장 김 동 전

목 차 CONTENTS

I. 서론	1
1. 연구 배경	1
2. 연구 목적	2
3. 개념 및 선행연구	2
3-1. 산책길 관련 개념 및 선행연구	3
3-2. 문화예술시장 관련 개념 및 선행연구	4
3-3. 공공미술 관련 개념 및 선행연구	5
4. 연구대상과 범위	6
5. 연구방법론	8
6. 분석틀	9
 II. 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 국내외 사례	11
1. 해외 사례	11
1-1. 작가의 산책길 관련 해외 사례	11
1-2. 문화예술시장 관련 해외 사례	14
1-3. 공공미술 관련 해외 사례	17
2. 국내 사례	20
2-1. 작가의 산책길 관련 국내 사례	20
2-2. 문화예술시장 관련 국내 사례	30
2-3. 공공미술 관련 국내 사례	32
3. 제주도 사례	34
3-1. 작가의 산책길 관련 제주도 사례	34
3-2. 문화예술시장 관련 제주도 사례	39
3-3. 공공미술 관련 제주도 사례	40

III. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 기원과 현황 41

1. 작가의 산책길 형성과 전개 41
2. 문화예술시장 형성과 전개 45
3. 작가의 산책길 시설물 및 작품 설치 현황 46

IV. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 현안과 문제점 51

1. 운영주체 분야 51
 - 1-1. 운영위원회의 부재 51
 - 1-2. 다양한 관계부서의 혼재 52
 - 1-3. 주민협의회의 한계 54
 - 1-4. 작가의 산책길 해설사 운영과 관리의 문제 54
2. 제도 분야 57
 - 2-1. 조례 운영과 정비의 문제 57
 - 2-2. 다른 법규와의 관계 문제 62
3. 목적사업 분야 64
 - 3-1. 탐방객 통계 및 유인책 부재 65
 - 3-2. 문화예술작품의 전시·관람·체험·판매 관련 운영과 관리 미흡 ... 67
 - 3-3. 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험 관련 운영과 관리 한계 ... 82
4. 재정 분야 101
 - 4-1. 작가의 산책길 및 문화예술시장 중기기본계획과 예산 미 수행 ... 101
 - 4-2. 민간위탁 운영의 한계 104
 - 4-3. 미술관 관람료 및 통합관람권 문제 105
5. 공간 및 기반시설 분야 109
 - 5-1. 작가의 산책길 상징성 문제 및 거리의 중복 109
 - 5-2. 뷰포인트(View point)의 부재 116
 - 5-3. 시설설치 및 관리와 안전시스템의 문제 116

6. 홍보와 수요 분야	117
6-1. 작가의 산책길에 대한 인지경로와 만족도	117
6-2. 문화예술시장에 대한 인지경로와 만족도	123
6-3. 시설물 및 작품에 대한 인지경로와 만족도	125
6-4. 기존 홍보 방식의 문제	129

V. 작가의 산책길 및 문화예술시장 여건분석 133

1. 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방향	133
2. 작가의 산책길 및 문화예술시장 SWOT분석	134
3. 작가의 산책길 및 문화예술시장 방문객 이동 경로 분석 ..	135
3-1. 제주방문객수 변화와 이동경로	135
3-2. 올레길 방문객 수 변화	138

VI. 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 활성화 방안 ... 140

1. 운영주체 분야	140
1-1. 사무국의 설치와 운영위원회의 구성	140
1-2. 주민협의회의 활용	143
1-3. 작가의 산책길 해설사 역할과 기능 정립	143
2. 제도 분야	144
2-1. 조례 개정 문제	144
2-2. 다른 법규와의 관계 정립	147
3. 목적사업 분야	153
3-1. 정체성에 대한 점검 및 문화환경 수용여부	153
3-2. 작가의 산책길 새로운 프로그램의 개발	155
3-3. 문화예술작품의 전시·관람·체험 판매(문화예술시장대전환)	156
3-4. 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험	160

4. 재정 분야	163
4-1. 재정기반의 안정화	163
4-2. 수익사업 모델 개발 : 세외수입구조의 다원화	164
4-3. 통합관람권을 확대한 바우처 활용	164
4-4. 신탁(Trust) 제도 활용방안 모색	165
5. 공간 및 기반시설 분야	166
5-1. 작가의 산책길 코스 재설계 및 블록 설정	167
5-2. 뷰포인트(View point) 및 매력 요인 개발	170
5-3. 시설물 설치 및 관리와 안전시스템 보강	171
6. 홍보 분야	172
6-1. 체계적인 홍보시스템 구축	172
6-2. 문화도시 연계 BI 구축 및 홍보마케팅	174
6-3. 기타: 실용성과 이색 마케팅을 통한 홍보	177
 VII. 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영 및 활성화 추진체계	178
1. 추진 목표	178
2. 추진 체계	181
3. 추진 전략	183
 VIII. 결론 및 정책 제언	185
1. 결론	185
2. 정책제언	189
 참고문헌	192
 Abstract	198

표 목차

〈표 1-1〉 연구대상과 범위	7
〈표 1-2〉 분석틀 모형	10
〈표 2-1〉 전국의 유명 산책길 사례	20
〈표 2-2〉 전국 거리대상 조례 제정 현황	21
〈표 2-3〉 제주도내 테마거리(2014년 기준)	35
〈표 2-4〉 제주특별자치도 문화의 거리 지정 현황	37
〈표 2-5〉 서귀포시 특화거리 현황	38
〈표 3-1〉 마을미술프로젝트의 목적	41
〈표 3-2〉 작가의 산책길 내 존재하는 시설물	46
〈표 3-3〉 작가의 산책길 내 작품 설치 단계	46
〈표 3-4〉 2012 마을 미술프로젝트 작품 목록(2012.03.23.~2013.04.12. 설치)	47
〈표 3-5〉 2013 기쁨두배프로젝트-아트플랫폼(2013.08.~2013.12. 설치) ...	49
〈표 3-6〉 2014 예술의 섬 프로젝트(2014.04.~2014.12. 설치)	49
〈표 3-7〉 작가의 산책길 내 일몰제 적용 작품 현황	50
〈표 4-1〉 작가의 산책길 내 시설물 운영관리 주체	53
〈표 4-2〉 작가의 산책길 해설사 역할과 교육	56
〈표 4-3〉 작가의 산책길 운영 조례와 문화의 거리 조성 운영 조례 중복 사례	62
〈표 4-4〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 고찰 대상 조례들	63
〈표 4-5〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 목적사업 분야	64
〈표 4-6〉 작가의 산책길 해설 시간대	66
〈표 4-7〉 작가의 산책길 탐방객 현황(해설사 동반 탐방객 수)	66
〈표 4-8〉 2019년 작가의 산책길 내 미술관 및 기념관 운영실적	68
〈표 4-9〉 서귀포시 공립미술관 관람객 수(2009~2019)	69
〈표 4-10〉 작가의 산책길 작품 목록	70
〈표 4-11〉 철거작품목록(2020년 02월 04일 기준)	73
〈표 4-12〉 일몰기간경과 작품 목록(2020년 02월 04일 기준)	74
〈표 4-13〉 작가의 산책길 일몰 잔여 작품 목록	75
〈표 4-14〉 작가의 산책길 내 작품 관리 상태(2017년 8월 기준)	78
〈표 4-15〉 문화예술시장 운영실적	80
〈표 4-16〉 공연프로그램 운영실적	82

〈표 4-17〉 2016년 공연 프로그램 현황	83
〈표 4-18〉 2017년 공연 프로그램 현황	84
〈표 4-19〉 2018년 공연 프로그램 현황	88
〈표 4-20〉 2019년 공연 프로그램 현황	90
〈표 4-21〉 창작스튜디오 주요시설	93
〈표 4-22〉 창작스튜디오 입주공간 규모	93
〈표 4-23〉 창작스튜디오 입주 작가 유형	93
〈표 4-24〉 연도별 도예아카데미 수강 현황	95
〈표 4-25〉 창작스튜디오 전시실 대관현황	96
〈표 4-26〉 유토피아 갤러리 세부진단 결과	98
〈표 4-27〉 체험 참여자 현황(2016~2019년)	100
〈표 4-28〉 2011~2015년까지 예산 계획	102
〈표 4-29〉 작가의 산책길 대분류 지출내역(2016~2019년)	103
〈표 4-30〉 작가의 산책길 민간위탁 운영현황(2015~2019년)	104
〈표 4-31〉 작가의 산책길 내 미술관 관람료 수익 현황(2016~2019년)	105
〈표 4-32〉 서북 전시관 관람객 수와 관람료(2012~2019)	105
〈표 4-33〉 작가의 산책길 내 미술관 및 전시관 관람료	106
〈표 4-34〉 작가의 산책길 통합관람료(이중섭미술관, 기당미술관, 서북전시관)	107
〈표 4-35〉 작가의 산책길 내 연도별 관람객, 수입 및 관리예산(2011~2013)	107
〈표 4-36〉 작가의 산책길 운영실적	109
〈표 4-37〉 올레길 6코스	111
〈표 4-38〉 천주교 순례길 5코스	112
〈표 4-39〉 선정의 길 2코스와 3코스	112
〈표 4-40〉 응답자 특성	118
〈표 4-41〉 작가의 산책길 방문	119
〈표 4-42〉 작가의 산책길 방문 시 탐방 코스	119
〈표 4-43〉 작가의 산책길 방문 시 탐방 코스 비교	120
〈표 4-44〉 작가의 산책길 인지 경로	120
〈표 4-45〉 작가의 산책길 인지 경로 비교	121
〈표 4-46〉 작가의 산책길 탐방 시 만족도	122
〈표 4-47〉 작가의 산책길 탐방 시 만족도 비교	122
〈표 4-48〉 문화예술시장 방문 경험	123
〈표 4-49〉 문화예술시장 방문 경험 비교	123

〈표 4-50〉 문화예술시장에 대한 인지 경로	124
〈표 4-51〉 문화예술시장에 대한 만족도	124
〈표 4-52〉 시설물에 대한 방문 경험	125
〈표 4-53〉 시설물에 대한 방문 경험 비교	125
〈표 4-54〉 시설물들에 대한 인지경로	126
〈표 4-55〉 시설물들과 작품(프로그램) 대한 만족도	128
〈표 4-56〉 시설물들과 작품(프로그램) 대한 만족도 비교	128
〈표 4-57〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 타인 추천 여부	130
〈표 4-58〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 홍보 자료	130
〈표 4-59〉 홈페이지 구성	131
〈표 5-1〉 제주방문객수(2011~2019년)	135
〈표 5-2〉 올레탐방객 방문 현황	138
〈표 5-3〉 올레탐방객 지역경제 파급효과	139
〈표 6-1〉 작가의 산책길 관련 기타 조례	152
〈표 6-2〉 작가의 산책길과 문화도시와의 관계에서 해결해야 되는 문제 ...	177
〈표 7-1〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 추진 목표	180
〈표 7-2〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 추진 체계	182
〈표 7-3〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 단계별 추진 전략 ...	183
〈표 7-4〉 1단계 추진전략	183
〈표 7-5〉 2단계 추진전략	184
〈표 7-6〉 3단계 추진전략	185
〈표 8-1〉 작가의 산책길 및 문화예술시장의 현안과 문제점	188
〈표 8-2〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화를 위한 정책 제언 ...	190
〈표 8-3〉 향후 과제	191

그림 목차

〈그림 3-1〉 2014 예술의 섬 프로젝트 권역별 배치(2014.04.~2014.12. 설치) ...	50
〈그림 4-1〉 유토피아 갤러리 진단 사진	99
〈그림 4-2〉 작가의 산책길에 판매되는 아트 상품	108
〈그림 4-3〉 작가의 산책길과 중복되는 길 및 거리	114
〈그림 4-4〉 작가의 산책길과 배치된 작품	115
〈그림 5-1〉 국내 관광객 제주도 주요 이동 거점	136
〈그림 5-2〉 국내 관광객 서귀포 주요 이동 거점	137
〈그림 6-1〉 관련 기관 내 사무국 조직표(단기계획)	142
〈그림 6-2〉 작가의 산책길 사무국 조직표(중기계획)	142
〈그림 6-3〉 작가의 산책길 해설사 제도적 기반 마련	151
〈그림 6-4〉 작가의 산책길 바우처의 순환 구조	165
〈그림 6-5〉 작가의 산책길 블록화 예	169
〈그림 6-6〉 작가의 산책길 동선의 변화	170
〈그림 6-7〉 미국 뉴욕주 BI	175
〈그림 6-8〉 제주특별자치도 및 제주올레 BI	175
〈그림 6-9〉 작가의 산책길 상표등록	176
〈그림 7-1〉 작가의 관계	178
〈그림 7-2〉 공공미술작품에 대한 통합적 목표 설정	179
〈그림 7-3〉 작가의 산책길을 포함하는 다른 문화 사업들과의 관계	180

I. 서론

I-1. 연구배경

○서귀포시 작가의 산책길은 옛 도심을 ‘벽 없는 미술관’으로 조성한다는 계획 아래 문화체육관광부의 ‘2012마을미술프로젝트’ 공모사업에 선정되어 조성됨. 조성 당시 이중섭 미술관, 기당미술관, 소암기념관, 서복전시관 등 4개의 미술관 및 전시관을 비롯하여 거리공연과 아트마켓이 이루어지는 문화예술시장과 옛 도심의 상징이었던 서귀포관광극장, 시를 읽으며 걷는 칠십리 시공원, 자구리 해안, 소정방폭포 등을 산책로로 연결하여 도보탐방프로그램을 운영함.

○2011년 조성 이후 침체기로 접어들고 있는 작가의 산책길 및 문화예술시장을 다시 활성화시켜 관광객 및 시민들의 문화향유 기회 확대 필요성이 대두됨. 또한 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 재설계를 위한 연구의 필요성이 대두됨.

I-2. 연구목적

○작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방안을 위한 세부 목적으로, 1) 작가의 산책길 탐방객 확보 방안 및 홍보방안을 통한 활성화 방안 연구 2) 작가의 산책길 프로그램 및 문화예술시장 운영 방안 연구 3) 작가의 산책길 내 시설물 활용방안 연구 등임.

I-3. 개념 및 선행연구

○본 연구에서 필요한 개념 및 선행연구는 세 방향으로 나뉘어 있으며, 1) 산책길 2) 문화예술시장 3) 공공미술 관련 등임.

○산책은 ‘거닐다’는 의미지만, 작가의 산책길은 두 가지 중의적 의미가 포함됨. 하나는 문화예술행위를 수행하는 작가가 어떤 곳에서 다른 곳으로 이동할 수 있도록 땅 위에 낸 일정한 너비의 공간을 느긋한 기분으로 한가로이 거니는 공간이 되는 반면, 작가가 만든 문화예술작품을 이동하면서 느긋한 기분으로 한가로이 감상하며 거니는 공간이 됨. 전자의 주체가 작가라면 후자의 주체는 관람객임. 한편 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영 관리 조례에서 ‘작가의 산책길’에 대한 정의를 ‘작가의 산책길이란 작가의 삶과 문화예술 혼이 서려 있는 문화시설을 탐방하고 체험하는 코스’로 정의함으로써 후자의 의미가 강함.

○문화예술시장은 사전적 의미로 문화예술 작품이나 서비스 등의 유통 구조가 형성되는 시장을 의미함. 다만 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례에서 문화예술시장은 ‘국내외 작가의 문화예술창작 작품을 전시·판매하고 문화프로그램을 공연 하거나 체험하는 시장’을 말함. 산책길과 문화예술시장의 결합과 같은 문화예술유산 및 자원을 활용한 관광활성화 방안은 세계적인 추세임.

○공공미술(公共美術)은 대중들을 위한 미술을 뜻함. 도시 공원에 있는 조각 등이 이에 해당함. 이 개념은 1967년 영국의 존 윌렛(J. Willett)이 “Art in a City”에서 처음 사용함. 일반 대중에게 공개된 장소에 설치, 전시되는 작품을 지칭하는 것이 일반적이며, 지정된 장소의 설치 미술이나 장소 자체를 위한 디자인 등을 포함함. 작품이 설치되는 장소는 대부분 도시이며, 조각, 벽화, 스트리트 퍼니처(Street Furniture), 포장작업 등 다양한 장르를 포괄함.

I-4. 연구대상과 범위

- 본 연구의 물리적 대상과 범위는 작가의 산책길과 문화예술시장, 작가의 산책길 내 시설물들과 작품임. 작가의 산책길은 3개의 코스로 나뉘어져 운영되고 있으며, 문화예술시장에서는 아트상품 판매가 이루어지고 있음. 시설물들은 2개의 미술관, 1개의 기념관, 1개의 전시관, 유토피아 커뮤니티센터(UCC), 창작공간 등이 있음.
- 본 연구의 내용적 측면의 대상과 범위는 공급자적 측면과 수요자적 측면을 나누어 살펴볼 수 있으며, 이는 다시 운영주체, 제도, 목적사업, 재정, 공간 및 기반시설, 홍보 분야 등으로 나누어 문제점을 점검함.

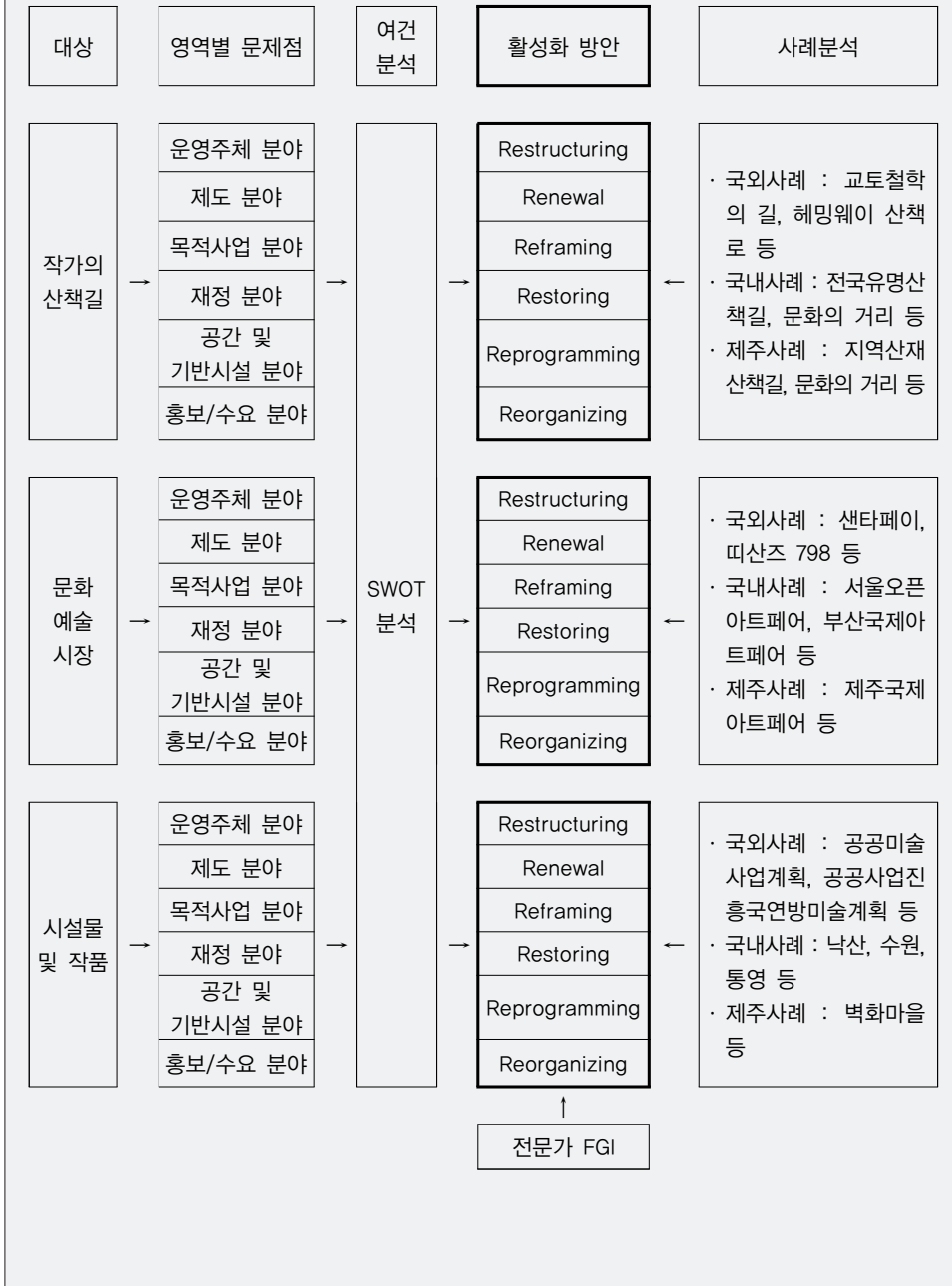
I-5. 연구방법론

- 본 연구는 작가의 산책길과 문화예술시장, 작가의 산책길 내 시설물들에 대한 기본 특성과 실태를 비롯하여 공급적 측면과 수요적 측면에서 발생하는 문제들을 도출하고 활성화 방안을 위한 대안을 도출하기 위해서 문헌연구, 빅데이터(Big Date) 활용, 현지조사, 전문가 FGI (Focus Group Interview), 방문객 조사, 자문회의 등으로 구성됨.

I-6. 분석틀

- 본 연구는 다음과 같은 분석틀을 가짐. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 정체성에 대한 문제점 파악 및 여건을 분석하고, 기존 문제에 대한 대안마련 및 선진사례와 새로운 창발적 아이디어 수집을 통하여 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화 및 홍보방안을 마련함.

〈표 I-1〉 분석틀 모형



Ⅱ. 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 국내외 사례

Ⅱ-1. 국외사례

○국외사례는 1) 작가의 산책길 2) 문화예술시장 3) 공공미술관려하여 살펴봄. 첫째 작가의 산책길과 관련하여서는 일본 교토 철학의 길과 스페인 헤밍웨이 산책로 사례 등을 살펴봄. 둘째 문화예술시장과 관련하여서는 미국 샌타페이(Santa Fe)와 북경 따산즈(大山子)798 예술시장 사례를 살펴봄. 셋째, 공공미술과 관련하여서는 미국의 뉴딜정책 시기 공공미술사업계획(public works of art project)과 공공사업진흥국 연방미술계획을 살펴봄.

Ⅱ-2. 국내사례

○국내사례는 1) 작가의 산책길 2) 문화예술시장 3) 공공미술관려하여 살펴봄. 첫째 작가의 산책길과 관련하여서는 전국의 유명산책길 사례를 비롯하여 전국 문화의 거리 등을 살펴보았으며, 둘째 문화예술시장과 관련하여서는 서울 오픈 아트페어 및 부산 국제아트페어의 사례 등을 살펴봄. 셋째 공공미술과 관련하여서는 낙산 이화마을 프로젝트 및 수원 행궁동마을 사례와 통영 통파랑벽화 마을 사례 등을 살펴봄.

Ⅱ-3. 제주도사례

○제주도사례는 1) 작가의 산책길 2) 문화예술시장 3) 공공미술 관려하여 살펴봄. 첫째 작가의 산책길과 관련하여서는 올레길을 비롯하여 제주 지역에서 새롭게 문화적으로 만들어진 길들의 사례와 제주지역 문화의 거리 등을 살펴봄. 문화예술시장과 관련하여서는 제주 국제아트페어와 바이제주(Bye-Jeju) 등의 사례를 살펴봄. 공공미술과 관련하여서는 제주벽화마을을 비롯하여 두맹이 골목 등의 사례 등을 살펴봄.

Ⅲ. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 기원과 현황

Ⅲ-1. 작가의 산책길 형성과 전개

○작가의 산책길은 2011년 5월 28일 4.9km에 대하여 개설하였음. 탄생 배경은 2010년 하반기 직원으로 구성된 액션러닝팀(Action Learning Team)의 제안으로 채택한 시책사업임. 작가의 산책길은 3단계로 추진 되었음. 최초 발생은 서귀포시 내부 정책사업으로 추진하였으며 계획의 구상과 당시 정부의 공공미술지원정책과 맞물려 1단계사업(2012년)이 추진됨.

○1단계는 2012 마을미술프로젝트를 통하여 공공미술작품들이 탄생됨. 당시 마을미술프로젝트는 공모 분야는 '생활공간 공공미술로 바꾸기 : 2012마을미술프로젝트'라는 명칭으로 사업기간은 2012년 3월~2013년 2월까지였음. 이후 초기 계획에 포함된 아트플랫폼 사업이 2단계 사업으로 추진됨(2013년).

○작가의 산책길 잔여 구간에 대한 3단계 사업은 2014년 '2014 예술의 섬 프로젝트'로 추진되어 수행됨.

○사업추진은 외부의 제안이나 서귀포시 중장기계획 수립 절차 등을 거치지 않고 행정 내부의 제안에 따라 정책으로 채택된 사례임. 이후 관련된 공모와 맞물려 사업이 확장된 사례라고 볼 수 있음.

Ⅲ-2. 문화예술시장 형성과 전개

○문화예술시장은 이중섭 문화의 거리 및 작가의 산책길과 함께하는 예술시장 상설화를 통하여 특화된 문화예술 공간 조성, 지역 명소화 및 문화관광상품의 브랜드화를 목적으로 개설됨.

○2013년 1월 문을 연 서귀포 문화예술시장은 이중섭 거주지 맞은 편 도로 90m 구간에 조성됨. 토·일요일 주말마다 개장됨.

Ⅲ-3. 작가의 산책길 시설물 및 작품 설치 현황

○현재 작가의 산책길 내에 존재하는 시설물 현황은 다음과 같음.

〈표 Ⅲ-1〉 작가의 산책길 내 존재하는 시설물

시설물명	위치	개관년도 (재개관년도)	용도
이중섭미술관	서귀포시 이중섭로 27-3	2002	미술관
소암기념관	서귀포시 소암로 15	2008	기념관
기당미술관	서귀포시 남성중로 153번길 15	1987	미술관
서북전시관	서귀포시 칠십리로 156-8	2003	전시관
유토피아갤러리	서귀포시 칠십리공원 내	2012	갤러리
유토피아 커뮤니티센터(UCC)	서귀포시 중앙로 4번길 13	2012	센터
창작스튜디오	서귀포시 이중섭로 33	2008	스튜디오
서귀포관광극장	서귀포시 이중섭로 25	1963(2015)	극장
소라의 성 북카페	서귀포시 칠십리로 214번길 17-17	1967(2017)	카페
덕판배 창작공간	서귀포시 칠십리공원 내	2012(2015)	창작공간, 미술관

○작가의 산책길 내의 작품들은 마을미술사업의 일환으로 설치된 것임, 이 사업은 3차례에 걸쳐 추진되면서 작가의 산책길이라는 동일 구간이지만 사업명은 서로 다르게 불리고 있음.

〈표 Ⅲ-2〉 작가의 산책길 내 작품 설치 단계

구분	년도	사업명	설치장소	주관처	작품수
1차	2012	행복프로젝트 (유토피아로)	서귀동 일원	마을미술프로젝트추진위원회	40
2차	2013	기쁨두배프로젝트 (아트플랫폼)	서귀포관광극장	마을미술프로젝트추진위원회	4
3차	2014	예술의섬프로젝트	작가의 산책길	재)아름다운 맵	10
합계					54

○또한 설치 당시 작품들에 대하여 일몰제를 적용함.

〈표 Ⅲ-3〉 작가의 산책길 내 일몰제 적용 작품 현황

일몰 기간	2012년도 작품	2013년도 작품	2014년도 작품
일몰불필요	2작품	-	-
2년~4년	8작품	-	2작품
5년~20년	23작품	1작품	3작품
반영구	7작품	3작품	5작품
합 계	40작품	4작품	10작품

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

○현재 작가의 산책길에는 초기 54개 작품에서 현재는 43개 작품만 설치되어 있음. 11개의 작품은 일몰제 등으로 철거된 상태임.

IV. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 현안과 문제점

IV-1. 운영주체 분야

○작가의 산책길과 관련하여 운영주체에 대한 파악을 위해서는 두 개의 시선 유지가 필요함. 하나는 작가의 산책길과 다른 하나는 작가의 산책길 내에 존재하는 작품들에 대한 것임.

○작가의 산책길 및 문화예술시장 운영 조례 제7조에는 도지사가 작가의 산책길 및 문화예술시장의 효율적인 운영·관리에 필요한 사항을 심의하기 위하여 도지사 소속으로 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영위원회를 둘 수 있고, 10명 이내의 위원으로 구성될 수 있음. 그러나 현재까지 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영위원회는 구성되어 있지 않음.

○같은 조례 제6조에서는 도지사가 작가의 산책길 및 문화예술시장을 직접 관리·운영하되, 효율적인 운영을 위하여 필요한 경우 문화예술시장의 운영을 문화예술 관련 비영리법인이나 단체에 위탁할 수 있도록 하고 있어, 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 운영은 위탁을 받은 민간 주민협의회가 운영의 주체가 되고 있음.

○시설물들의 관리는 다양한 부서가 관계되어 있으나 소통창구를 마련할 수 있는 중심적인 운영주체의 부재로 작가의 산책길과 연계성 없이 독자적으로 운영 관리되고 있음. 시설물들이 작가의 산책길과 직접적으로 연결되어 있다는 인식이 낮음.

〈표 IV-1〉 작가의 산책길 내 시설물 운영관리 주체

시설물	운영관리주체	비고
칠십리공원	서귀포시 공원녹지과	
샛기정공원	서귀포시 공원녹지과	
미술관 기념관	서귀포시 문화예술과 미술관운영팀	
창작스튜디오/창작공간	서귀포시 문화예술과 미술관운영팀	
전시관	서귀포시 문화예술과 문화시설팀	
공원 내 문화재 지구	서귀포시 문화예술과 문화재지원팀	
공원 내 미술작품	서귀포시 문화예술과 문화시설팀	
커뮤니티센터(UCC)	서귀포시 문화예술과 문화예술팀, 주민협의회	
유토피아 갤러리	서귀포시 문화예술과 문화예술팀	
서귀포관광극장	민간소유	사유지
소라의 성 북카페	서귀포시 관광진흥과	
솔동산 문화의 거리	서귀포시 문화예술과, 송산동사무소	
이중섭 거리	서귀포시 문화예술과, 정방동사무소	

○현재 작가의 산책길 및 작가의 산책길 내 있는 시설물들에는 문화관광해설사와 작가의 산책길 해설사가 공동 배치되어 있는데, 이러한 공동 배치는 여러 측면에서 긴장 요소를 내포하고 있음. 또한 작가의 산책길 해설사와 관련하여 역할재고 문제, 안전 및 체력문제, 사회보험문제, 해설사 고령화문제, 교육 및 관리 문제 등이 드러나고 있음.

IV-2. 제도 분야

○작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례는 목적, 용어의 정의, 탐방로 및 구역, 기능, 문화예술행사 지원, 기본계획수립, 문화시설의 설치, 문화예술관련 업종 육성, 운영 및 운영위원회 구성과 운영, 주민협의회 구성 및 지원, 관람료, 매표, 관리지도 등을 담고 있음.

○조례와 관련하여서는 제3조 탐방로 및 구역, 제4조 기능, 제5조 2 기본계획의 수립, 제5조3 문화시설의 설치, 제5조4 문화예술관련 업종 육성, 제6조 운영, 제9조2 작가의 산책길 주민협의회 구성 및 지원, 제10조 관람료, 제11조 관람권, 제13조 매표 및 수표, 제15조 해설사 부분 등에서 실제와 맞지 않는 부분들이 발견되어 조례 개정이 필요함.

○또한 다른 총돌 법규와의 관계도 정립할 필요가 있으며, 상위법에 규정을 받고 있는 조례들과의 관계 정립도 필요함.

〈표 IV-2〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 고찰 대상 조례들

번호	조례/사업명	재개정일	주무부서	작가의 산책길 관련하여	관련 법
1	제주특별자치도 도시재생활성화 및 지원에 관한 조례	2018.10.11.	도시건설국 도시계획재생과	서귀포 구도심 관련	· 도시재생 활성 화 및 지원에 관 한 특별법
2	제주특별자치도 문화의 거리 조 성 및 운영 조례	2016.11.23.	문화체육대외 협력국 문화정책과	지역문화예술 관련	-
3	제주특별자치도 문화도시 기본 조례	2018.12.31.	문화체육대외 협력국 문화정책과	지역문화관련	· 지역문화진흥법
4	제주특별자치도 문화예술 진흥 조례	2020.05.13.	문화체육대외 협력국 문화정책과	지역문화관련	· 지역문화진흥법 · 지역문화진흥법 시행령 · 제주특별자치도 설치 및 국제자 유도시 조성을 위한 특별법

IV-3. 목적사업 분야

○작가의 산책길 및 문화예술시장의 주 목적 사업은 ① 작가의 산
책길 탐방을 비롯하여 ② 문화예술 작품의 전시·관람·체험·
판매와 ③ 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험임.

〈표 IV-3〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 목적사업 분야

목적사업 분야	세부사업
작가의 산책길 탐방	탐방프로그램 운영과 관리
문화예술작품의 전시·관람·체험·판매	4개 미술관 및 전시관 연계사업 작가의 산책길 내 설치 미술 관리 문화예술시장 운영과 관리
공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험	서귀포 관광극장 운영과 관리 창작공간(창작스튜디오, 덕판배) 운영과 관리 유토피아 갤러리 운영 및 관리 방문객 및 주민체험

○작가의 산책길 탐방과 관련하여서는 방문객에 대한 정확한 통계가 집계 되지 못하고 있으며, 방문객들을 유인하기 위한 프로그램 운영이 미흡함.

○문화예술작품의 전시, 관람, 체험, 판매와 관련하여서는 1) 미술관 및 기념관 연계사업 2) 작가의 산책길 내 설치 미술 3) 문화예술시장 운영과 관리 등을 통하여 살펴보았는데, 첫째 미술관 및 기념관 연계사업은 이중섭 미술관 방문이 독보적으로 초기 4개의 미술관 및 기념관, 전시관을 엮어 시너지(Synergy) 효과를 낸다는 취지와 거리가 있음. 둘째 작가의 산책길 내 설치 미술 관리는 관리에 대한 매뉴얼(Manual)이 부족하며, 전체 작품에 대한 유의미성을 재검하는 기회가 있어야 할 것으로 여겨짐. 셋째 문화예술시장 운영과 관리는 경쟁력이 낮은 것으로 사료되며, 2, 3차 문화콘텐츠(Content)와 연계될 수 있는 방안 모색이 필요함.

○공연예술 및 복합예술의 공연, 관람 및 체험 관련하여서는 1) 서귀포 관광극장 운영과 관리, 2) 창작공간 운영과 관리, 3) 유토피아 갤러리, 4) 방문객 및 주민 체험프로그램 운영 등을 통하여 살펴보았음. 첫째 관광극장과 관련하여서는 서귀포 시민과 관광객 가운데 주요 대상을 누구로 설정하고 있는지 여부가 불투명한 것으로 여겨짐. 이러한 방향과 목적의 불명확한 성격으로 인해 공간의 특성에 맞는 공연이 기획과정을 통해서 명확히 드러내고 있지 못함. 둘째 창작공간의 경우 현재 이중섭 미술관의 창작 스튜디오와 덕판배 미술관의 창작 공간 등이 있음. 이들 창작공간을 동일한 기준으로 운영할 필요는 없는 것으로 사료됨. 이중섭 거리, 작가의 산책길에 놓여있는 창작스튜디오는 일반적인 목적 이외에 지역연계프로그램 운영을 활용하여 작가의 산책길이나 이중섭미술관과 연계시킬 수 있는 방안을 모색해야 할 것으로 여겨짐. 셋째 유토피아 갤러리의 경우 코엠하우스라는 작품을 갤러리 밖 전면으로 둘러싼 작품인데, 현재 흉물이 되어 민원제기가 있으며, 안전진단에서 D등급을 받아 철거 위기임. 넷째 방문객 및 주민체험프로그램은 2019년 신규 체험프로그램인 생태체험도 방문객의 흥미를 유발시키지 못하는 것으로 나타나고 있음. 체험 프로그램 개설시 공간과 기관의 특성을 살리는 프로그램 개발도 중요하지만 방문객의 선호도, 혹은 기존 프로그램에 대한 만족도 조사 등의 과정을 거쳐 프로그램을 개발할 필요가 있음.

IV-4. 재정 분야

○작가의 산책길 및 문화예술시장의 중요한 물적 토대로, 2012년 2월에 작성된 작가의 산책길 및 문화예술디자인시장 중기기본계획에는 전체 18억원에 가까운 예산을 명기하고 있으나 실질적으로는 편성되어 있지 않고 있음.

- 현재 서귀포시 문화예술과의 작가의 산책길 2016년~2019년 지출내역을 살펴보면 연간 예산이 2017년 이후로 3억을 조금 넘어서는 실정임.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영에 따른 민간위탁은 지역 주민협의회에 위탁하여 이루어지고 있으며, 사업비는 연 2~3억 원 정도임.
- 미술관 및 기념관과 전시관의 입장료가 무료이거나 낮은 편으로 통합관람권의 효과를 보지 못하여 사용하지 않고 있음.
- 로고(Logo)상품은 8종이 있는데, 엽서, 에코백, 에코연필, 노트, 머그컵, 노리의 여행, 똥돼지, 버프 등임. 현재는 이것을 구매할 수 있는 공간에 대한 안내와 홍보도 이루어지지 않고 있음.

IV-5. 공감 및 기반시설 분야

- 작가의 산책길이란 이름이 가지고 있는 브랜드 가치는 높지만 작가의 산책길이 갖는 상징성은 낮은 것으로 파악됨. 이런 문제가 야기되는 것은 작가의 산책길과 중복되는 다른 거리 및 길의 문제로 보임. 제주에서도 올레길을 시작으로 각종 길 및 거리들이 개발되고 있으며, 주제만 달리하여 중첩되는 길들이 많음. 서귀포 작가의 산책길의 경우도 중복되는 길 및 거리가 7개 이상으로 나타나고 있음. 이중섭 거리, 칠십리음식특화 거리, 솔동산 문화의 거리, 아랑조을 거리, 올레길, 천주교 순례길, 불교 선정의 길 등이 있음.
- 현재 작가의 산책길에서 매력 포인트 지점은 이중섭 미술관과 이중섭 거리가 핵심적으로 나타나고 있음. 표식과 관련하여서는 작가의 산책길 내 표식문제에서 혼란을 야기하는 표식들이 존재함. 또한 NFC (Near Field Communication)도 기간 만료로 사

용이 무용지물임. 관리 소홀 및 부재가 오랫동안 지속되었던 것을 방증함. 또한 흥미와 재미 요소의 부재가 나타남.

○현재 작가의 산책길에는 샛기정 공원과 칠십리 공원 등이 포함되어 있으며, 이들 공원 곳곳이 안전과 관련하여 시설보수가 필요한 곳이 많음. 공원관리 소홀은 작가의 산책길 관리 소홀로 바로 이어짐. 근린공원에 국내외 미술작품들을 전시하고 있어 생활체육공간과 미술작품 간의 연계성을 어떻게 가져나갈 것인지도 중요함. 미술작품들이 공원 내 근린 시설의 하나로 보이는 배치에 대해서도 재고가 필요함.

IV-6. 홍보와 수요 분야

○주 이용 방문객에 대한 사항을 파악해야 대응전략이 나옴. 그러나 현재 방문객에 대한 파악 조차 제대로 이루어지지 못함. 또한 거점 공간에 대한 매력 포인트는 이중섭 미술관 등을 제외하면 거의 없는 것으로 드러남.

○본 연구진이 실시한 만족도 조사와 관련하여 작가의 산책길 탐방 시, 만족도에 대한 결과는 5점 척도를 기준으로 하였을 때, 전체적으로는 3.6점을 보이고 있어 보통 정도로 나타나고 있음.

○문화예술시장에 대한 만족도 결과는 5점 척도를 기준으로 하였을 때, 전체적으로 3.2점을 보이고 있어 보통 정도로 나타나고 있음.

○시설물들에 대한 만족도는 5점을 만점으로 기준 잡았을 때, 보통 정도의 척도를 나타내고 있음. 기당미술관과 관광극장에 대한 만족도가 다른 시설물들에 비해 약간 높게 나타남.

○그러나 지역주민과 관광객의 명백한 패턴 차이를 보이고 있어, 투 트랙(Two Track)이 필요한지 고찰이 필요함.

○전체적으로 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 만족도가 경계상에 있는 것으로 보임. 만족도가 보통 정도의 척도에 머무는 것도 있지만, 추천의사가 높은 것으로 보아서는 만족도를 향상시킬 수 있는 가능성이 있으며, 이를 위해서는 체계적인 홍보가 필요한 것으로 사료됨.

V. 작가의 산책길 및 문화예술시장 여건분석

V-1. 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방향

○본 연구는 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방안과 관련한 이슈를 분석하여 도출한 구상으로, 작가의 산책길 및 문화예술시장 영역 여러 계획 간 정합성을 확보하고 현재 직면하고 있는 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 활성화방안 방향에 대하여 크게 다음과 같이 두 가지 차원에서 고려함.

○첫째, 미시적 차원에서 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화를 위하여 6R 전략을 통하여 당면한 문제를 해결하도록 핵심적 방향을 제안함.

○둘째, 거시적 차원에서 작가의 산책길 문화예술시장 활성화를 위한 통합적 시선에서 추진목표와 추진체계, 추진전략 등을 제안함.

V-2. 작가의 산책길 및 문화예술시장 SWOT분석

○작가의 산책길 및 문화예술시장 SWOT

내부	강점[S-strength]	약점[W-weakness]
	○문화예술의 도시로서의 이미지 ○세계적인 관광지로서의 위치 ○가용 자연문화자원의 풍부 ○공간적 연계성의 강점 ○조례 등 제도적 근간의 마련 ○서귀포시민들의 자부심과 의지	○운영주체의 부재 ○조례 등 제도적 근간 미흡 ○안정적 예산 확보 미흡 ○목적사업의 수행 미흡 ○기반 시설의 지속적 관리 부재 ○홍보의 체계성 미흡
외부	기회[O-opportunity]	위협[T-threat]
	○중앙정부의 문화자치 정책 ○제주도 문화예술의 섬 조성 ○서귀포시 법정문화도시 선정 ○감염병으로 제주 여행 증가 예상 ○문화관광 관심 고조 ○예술의 대중성 부각	○올레길 등 걷기 열풍 소멸 ○감염병의 주기적 발생 예상 ○전국적 유사 길 및 거리 증가 ○타 지역 유사 콘텐츠 개발 및 활용 ○타 지역 법정문화도시 선정 ○항공기 등 교통편의 감소

V-3. 작가의 산책길 및 문화예술시장 방문객 이동 경로 분석

○제주를 방문하는 방문객들의 지난 2년여 간의 주요 이동 경로와 거점을 살펴보면, 해안을 끼고 있는 도로 등을 이용하여 이동하는 것으로 나타나고 있음. 서귀포시로의 이동도 일주도로 등 해안선을 끼고 접근하는 것으로 나타남.

○작가의 산책길을 중심으로 보았을 때는 이중섭 거리와 솔동산, 등이 주요 이동 거점으로 나타나고 있으며, 서귀포 방문객들이 이중섭거리에서 솔동산으로 이어지는 주 경로를 보이고 있음. 그 외 작가의 산책길 및 관련 거점과는 연결되지 않고 있음.

○제주 올레 열풍이 소멸되고, 방문객 수가 줄어들에 따라 시너지 효과를 가지고 있었던 작가의 산책길도 영향을 받는 것으로 보임.

Ⅵ. 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 활성화 방안

Ⅵ-1. 운영주체 분야

- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 활성화는 작가의 산책길에는 포함되지 않는 요소들까지도 고려하여 통합적 시선과 다양한 주체들과의 소통 문제 해결 등 지속가능한 관리가 가능하도록 하기 위해서는 전문 사무국의 설치와 운영위원회 구성이 필요해 보임.
- 조직은 중기계획과 단기계획으로 구분하여 추진할 필요가 있음. 단기적으로는 작가의 산책길 운영팀을 두고 향후 중기계획에 따른 사전 준비 업무와 현재 위탁중인 문화예술시장 및 관광극장 운영, 작가의 산책길 관리 업무를 담당함.
- 사무국의 설치에 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 관련된 조례에서 규정될 수 있도록 하여 체계적이고 안정적인 기반으로 설치될 수 있도록 할 필요가 있음. 사무국의 설치에 출자출연기관으로 할 것인지, 민간보조금을 받는 비영리단체 혹은 사단법인 형태로 할 것인지에 따라 조직구성이 달라질 수 있음. 이는 차후 수행단계에서 논의를 확대시킬 필요가 있으나 작가의 산책길이 공유지를 중심으로 이루어지며, 관련 주체들이 공조적인 점을 감안하면 공기관의 성격을 가질 필요가 있다고 사료됨.
- 주민협의회의 원래 기능을 회복하기 위해서는 협의회 위원 구성도 송산동과 정방동 주민으로 제한하는 것이 아니라 작가의 산책길이 관통하는 서귀포 전 지역 주민들을 대상으로 구성할 필요가 있음.
- 작가의 산책길에 대한 역할과 기능에 맞게 작가의 산책길 해설사에 대한 역할과 기능을 정립할 필요가 있음. 특히 탐방안내와

거점공간 설명이라는 두 개의 축에 대한 재고와 함께 문화관광 해설사와의 역할 구분은 반드시 필요함.

Ⅵ-2. 제도 분야

- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례는 3차례 걸쳐 개정이 이루어졌지만, 두 가지 차원에서 다시 개정이 이루어져야 함. 하나는 현실과 맞게 조례를 개정할 필요가 있으며 다른 하나는 작가의 산책길 및 문화예술시장을 새롭게 모색하는 차원에서 발생하는 안건들을 조례에 새롭게 삽입할 필요가 있음.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 관련하여 현재 문화시설로 지정되어 있는 작품들을 공공미술로 전환하였을 때, 공공미술로 관리를 받을 수 있도록 다른 조례와의 관계를 조례에 삽입할 필요가 있음.
- 작가의 산책길 해설사를 둘러싼 여러 현안들을 해결하기 위해서는 작가의 산책길 해설사에 대한 직무 내용, 활동지원내용, 교육 및 평가 내용 등이 제대로 정립될 필요가 있으며, 이는 작가의 산책길 해설사의 정체성을 확립하는데도 중요함.
- 작가의 산책길과 직접적으로 연결된 도시재생관련 조례, 문화거리 관련 조례 등과의 명확한 관계 설정 외에도 간접적으로 연결될 수 있는 여타 조례와의 관계를 정립할 필요가 있음.

Ⅵ-3. 목적사업 분야

- 현행 작가의 산책길 및 문화예술시장의 목적사업에 대한 재고와 함께 정체성을 점검할 필요가 있으면 바뀐 문화 환경 수용 여부가 주요 관건이 될 것임.
- 작가의 산책길 프로그램의 새로운 개발과 관련하여 신규 스토리

발굴 및 스토리텔링 강화 탐방 프로그램이 필요하며, 문화예술 작품의 전시, 관람, 체험 판매와 관련하여서는 4개 미술관 및 전시관을 연계하는 특화사업 외에 작품들의 공공미술작품으로의 관리체계 수립, 문화예술시장의 대전환, 관광극장 운영의 대전환, 실질적 창작공간의 운영 등이 모색되어야 함.

Ⅵ-4. 재정 분야

- 재정 분야는 공공 분야와 민간 분야로 나눌 수 있음. 공공 분야는 세금으로 확보되는 재정이지만, 민간 분야는 세외 수익으로 볼 수 있음.
- 기본계획 수립을 통하여 재정기반 설계 또한 단계별로 계획될 필요가 있으며, 도비만이 아닌 국비사업을 모색하는 방안도 마련할 필요가 있음. 현재 문화정책은 문화자치에 기반 하는 것으로 문화자치 관련 사업비 지원들이 증가하는 추세로 이에 대한 국비 발굴사업도 지속적으로 모색해야함.
- 세외 수입의 증대를 위해서는 수익사업 모델을 다양하게 개발할 필요가 있음. 세외 수입은 기업 지원과 상품 판매 등으로 나누어 볼 수 있음. 지역사업을 지원하는 공기업들의 협력 및 지원 사업과 대기업들과의 협력 및 지원 사업 등도 모색할 수 있음.
- 입장료의 재정비와 지역화폐 및 바우처(Voucher) 활용 등을 모색하여 볼 수 있음. 현재의 통합관람권은 무용지물로, 지역경제로 환원될 수 있도록 바우처 모델을 개발하여 활용할 필요가 있음.
- 관광극장의 경우 사유지로 지정되어 있어, 관리문제 및 지역소음문제 등 여러 문제들이 노정되고 있음. 따라서 비단 작가의 산책길이 아니더라도 서귀포 문화자원에 대한 신탁제도(Trust)를 활용해볼 필요가 있다고 사료됨.

VI-5. 공감 및 기반시설 분야

- 공간 및 기반시설의 문제는 작가의 산책길 활성화를 위한 기본적인 인식의 공유과정이라고 볼 수 있음. 앞서 밝혔던 정체성의 문제, 다른 유사한 길과의 중복성의 문제, 문화예술시장문제, 초기 구상에서 작가의 삶을 조망하는 문제 등을 공간의 재분할과 재조합을 통해서 새롭게 만들 필요가 있음.
- 현재 발생하는 문제를 유형화시키고 공간의 재구조화를 비롯한 대안을 탐색할 필요가 있음. 대안은 작가의 산책길 코스 재설계 및 블록 설정, 뷰포인트 및 매력 장소 개발, 시설물 설치 및 관리와 안전 시스템 보강 등을 통하여 이루어질 수 있음.

VI-6. 홍보 분야

- 홍보는 대상을 명확히 하여 대응전략을 구사할 때 그 효과가 명백함. 현재 작가의 산책길은 홍보 대상인 탐방객 등에 대한 명확한 통계가 부재함. 따라서 1차적으로는 홍보대상인 탐방객에 대한 데이터 수집이 필수적임. 현재는 작가의 산책길 해설사들의 구두(口頭) 보고로 통계가 구축되고 있지만, NFC 혹은 스탬프(Stamp) 등을 활용하여 체계적인 통계를 구축할 필요가 있음.
- 홍보 방식은 온오프라인 체계를 기반으로 하며, 홍보방법과 내용을 체계화시킬 필요가 있음. 특히 홍보를 위한 핵심적 스토리를 강화할 필요가 있음. 또한 일상의 홍보 외에도 주기적인 캠페인 기간이 필요함.
- 작가의 산책길과 작가의 작품들을 온라인(유튜브, 소셜네트워크, 키오스크 등)에서 소개할 수 있는 시스템을 구축할 필요가 있음. 오프라인에서는 문화맵 중심의 홍보시스템을 구축할 필요가 있음. 특히 홍보를 위한 스토리 구축 및 스토리 북(Story book) 가공이 매우 중요함.

- 또한 작가의 산책길과 문화예술시장을 비롯하여 ‘문화의 도시 서귀포’를 상징할 수 있는 질 높은 BI(Brand Identity) 구성이 필요함.

VII. 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영 및 활성화 추진체계

VII-1. 추진목표

- 현재 서귀포에 머물렀던 옛 작가들의 작품은 기당미술관, 이중섭미술관, 소암기념관 등에서 전시되고 있어 지붕 있는 갤러리인 반면, 마을미술프로젝트 등을 통해서 설치된 신진 작가들의 작품은 야외에 설치되어 지붕 없는 갤러리를 이루고 있음. 특히 그 공간들은 옛 작가들이 거닐던 공간으로 신진 작가들의 설치된 작품들과 중첩되어 있어, 이 두 개의 목표를 상위에서 잡아주는 목표 설정이 필요하다고 사료됨.
- 또한 칠십리 공원의 시비(詩碑), 솔동산 문화의 거리 사업 등으로 생겨난 공공미술작품들도 아우를 수 있는 통합적 목표가 설정되어야 한다고 사료됨.
- 나아가 작가의 산책길은 문화도시사업 및 도시재생사업 등과도 연결되어 있기 때문에 이에 대한 관계 설정 및 역할 구분도 명확히 하여 시너지 효과를 가질 수 있도록 해야 함.

VII-2. 추진체계

- 작가의 산책길 및 문화예술시장의 지속적인 활성화를 위해서는 여러 분야의 전문가들을 바탕으로 하여 추진체계를 구축할 필요가 있음.

〈표 Ⅷ-1〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 단계별 추진 체계

분야	지원 및 결합단체	결합목표	추진체계
시민사회단체	• 제주환경운동연합 • 제주올레 등	작가의 산책길 및 문화예술시 장의 지속적 활 성화	가칭) 작가의 산 책길 및 문화예술 시장 사무국
문화예술단체	• 제주문화예술재단 • 제주영상문화산업진흥원 • 서귀포시문화도시센터 • 소암기념관 • 이중섭미술관 • 기당미술관 • 서복전시관 • 제주 아트페어 • 한국예총제주 및 서귀포 지회 등		
지자체/의회	• 제주도의회 • 제주특별자치도 • 서귀포시 등		
학술/대학	• 제주연구원 • 제주학회 • 제주대학교 등		
주민협의회	• 서귀포 원도심 활성화와 작가의 산책길 활성화를 위한 지역주민협의회 등		
전문가집단	• 다양한 분야의 전문가 및 집단 등		
언론	• 지역신문 • 지역방송 등		

Ⅶ-3. 추진전략

○작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화를 위해서는 장기적인 시선에서 목적 달성을 위하여 단계별 추진전략이 필요함.

〈표 Ⅶ-2〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 단계별 추진 전략

구분 \ 단계	1단계(2020~2021)	2단계(2021~2022)	3단계(2023년 이후)
	활성화 기초단계-제도적 기반의 점검	활성화 안정단계-실질적 사업의 모색	새로운 차원의 발전단계-문화도시와의 연계
주체	서귀포시문화예술과	작가의 산책길 사무국	작가의 산책길 사무국 및 소통 네트워크
내용	· 작가의 산책길 조직 및 사무국 설치 · 작가의 산책길 운영위원회 구성 · 작가의 산책길 조례 개정 · 정체성 확립 및 목적 사업의 점검 · 시설 및 작품의 보수	· 작가의 산책길 사무국의 안정화 · 작가의 산책길 재정확보의 안정화 · 홍보시스템의 체계적 구축 · 작가의 산책길 해설사 역할, 기능, 교육 체계화 · 프로그램의 새로운 전환	· 문화예술시장의 새로운 전환 · 서귀포시의 다른 문화 사업과 소통/협력 구축 · 문화도시와의 연계사업 발굴 · 정기적인 기본 계획 수립 · 국내외 네트워크 구축

VIII. 결론 및 정책 제언

VIII-1. 결론

○본 연구는 작가의 산책길 및 문화예술시장, 시설 및 작품 등 세 가지 측면에서 6개 분야로 나누어 살펴보고 전체 작가의 산책길 및 문화예술시장의 문제점을 파악하고 대안을 마련하고자 함.

〈표 8-1〉 작가의 산책길 및 문화예술시장의 현안과 문제점

분야	문제점
운영주체 분야	· 관리주체의 불명확 · 운영위원회의 부재 · 주민협의회 활동의 한계 · 작가의 산책길 해설사 역할 및 관리의 미약 · 작가의 산책길 시설물 운영관리 주체의 혼재
제도 분야	· 조례와 현실과의 괴리 (제3조, 4조, 5조, 6조, 9조 등) · 다른 조례와의 관계 미 정립
목적사업 분야	· 탐방관련 코스와 방문객 유인책의 부족 · 프로그램 운영의 문제점 · 문화예술작품 중심으로 길이 아닌 거점 중심이 됨. · 미술관 및 기념관 특화 사업 및 연계성의 부재 · 미술작품 관리의 체계성 부족 · 문화예술시장의 목적과 다른 운영 · 관광극장의 미 매입 · 창작 공간의 비활성화
재정 분야	· 중기기본계획과 예산 확보의 미 이행 · 예산확보의 낮은 안정성 · 제한된 민간위탁사업 운영 · 낮은[무료]관람료와 통합관람권의 무용지물 · 수익사업의 부재(연계 상품 판매 미흡)

분야	문제점
공간 및 기반시설 분야	· 작가의 산책길 상징성 및 상징공간의 부재 · 각종 길과의 중복 · 표식의 혼란 및 주변관리문제
홍보/수요 분야	· 정확한 탐방객 통계의 부재로 대응전략 부재 · 체계적 홍보의 부재 및 잘못된 홍보 자료 이용 · 작가의 산책길에 대한 낮은 인지도와 만족도 · 평가시스템의 부재

○이외에도 작가의 산책길은 작품관리, 다른 장소와의 연계성, 다른 사업과의 연계성 문제로 통합적 시선이 필요함. 또한 변화하는 여건을 수용하여 단기 전략과 장기 전략으로 나누어서 사업을 계획하여 수행할 필요가 있음.

VIII-2. 정책제언

○작가의 산책길 및 문화예술시장을 둘러싼 현재의 여건을 분석하여 전략을 구상해보면, 첫째 문화도시와의 연계하여 확장성을 가질 수 있어야 하며, 둘째, 걷기 열풍의 소멸과 작가의 산책길 지속을 위한 전체 리뉴얼(Renewal)이 필요함. 셋째, 조례 개정을 통한 작품들의 공공미술관리 체제로 전환이 필요하며, 넷째, 작가의 산책길 및 문화예술시장만의 독특함 형성으로 찾고 싶은 공간으로 전환을 해야 함. 따라서 우선 현재 6개 분야에서 드러나는 문제점들을 해소할 수 있어야 하며, 그 후 확장성을 가질 필요가 있음.

〈표 8-2〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화를 위한 정책 제언

분야	정책 제언
운영주체 분야	· 사무국의 설치 · 운영위원회의 구성 · 주민협의회 기능 전환 · 작가의 산책길 해설사 역할 및 관리방안 모색
제도 분야	· 기존 조례의 불 필요한 부분 개정 · 직간접 관련 조례와의 관계 정립
목적사업 분야	· 작가의 산책길 및 문화예술시장 정체성 점검 · 변화된 문화 환경 수용 · 스토리 발굴 및 스토리 텔링 강화 · 미술관 및 기념관 연계 사업 특화 · 문화예술시장의 대전환 모색 · 관광극장 신탁을 통한 공연예술 강화 · 창작 공간의 활성화
재정 분야	· 사무국의 설치로 안정적 예산 확보 · 세외수익 구조의 다원화 · 바우처의 활용을 통한 지역경제 환원 · 문화예술 주민신탁 제도 모색
공간 및 기반시설 분야	· 시설 관리 및 안전 관련 주체들 간 소통체계 구축 · 작가의 산책길 상징 공간 및 상징성 확보 · 각종 중복 길의 해소와 블록(Block)지정 방안 모색
홍보/수요 분야	· 체계적인 홍보시스템 구축 · 온오프라인(오감, 문화맵 중심) · BI 및 핵심 스토리 구축 · 국내외 네트워크 구축

I. 서론

1. 연구 배경

- 현 정부의 문화예술정책의 확대에 따라 문화예술의 중요성이 부각되고 있으며 이와 연계하여 지역경제 활성화 및 균형적 지역 관광 활성화 필요성이 제기되고 있음. 김상태(2015)에 따르면 문화적 지역 재생, 공공미술, 거리예술 등 문화예술을 통한 관광활성화를 도모하고 있으며, 특정 계층만이 아닌 누구나 누릴 수 있는 것으로 인식이 전화되고 있음.
- 2019년 4월 확대국가관광전략회의에서 저성장시대의 성장동력으로 관광산업 발전을 위하여 매력 있는 콘텐츠 집중 육성의 한 축으로 문화유산관광을 제시함. 이러한 문화유산관광에는 문화예술유산도 포함됨. 문화예술유산은 국가 및 지역 활성화와 지역브랜드 향상에 기여할 수 있는 핵심적 자원임.
- 제주지역의 문화예술유산도 국가 및 지역활성화와 지역브랜드 창출에 기여할 수 있는 핵심적 자원으로 여기에는 작가의 산책길 및 문화예술시장을 염두에 둘 수 있음.
- 서귀포시 작가의 산책길은 옛 도심을 '벽 없는 미술관'으로 조성한다는 계획 아래 문화체육관광부의 '2012마을미술프로젝트' 공모사업에 선정되어 조성된 길임.
- 작가의 산책길은 서귀포에 머물며 빛나는 명작들을 남긴 예술가들의 삶의 발자취를 더듬어보는 도보·예술탐방 프로그램으로, 조성 당시 이중섭미술

관, 기당미술관, 소암기념관, 서복전시관 등 4개의 미술관 및 전시관을 비롯하여 거리공연과 아트마켓이 이루어지는 예술시장, 옛 도심의 상징이었던 관광극장, 시를 읽으며 걷는 칠십리시 공원, 자구리 해안, 소정방폭포 등을 연결한 길로, 예술에 자연풍광을 더해 스토리텔링함.

- 2011년 조성 이후 침체기로 접어들고 있는 작가의 산책길 및 문화예술시장을 다시 활성화시킴으로써 관광객 및 시민들의 문화향유 기회 확대 필요성이 대두됨. 또한 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 재설계를 위한 전문 연구의 필요성이 대두됨.

2. 연구 목적

- 본 연구의 목적은 크게 3가지로 이루어짐. 1) 작가의 산책길 탐방객 확보 방안 및 홍보방안을 통한 활성화 방안 연구 2) 작가의 산책길 프로그램 및 문화예술시장 운영방안 연구 3) 작가의 산책길 내 시설물 활용방안 연구 등임.
- 본 연구는 첫째, 작가의 산책길, 문화예술시장, 작가의 산책길 내 시설물 등에 대한 개념과 실태를 검토함. 둘째 작가의 산책길, 문화예술시장, 작가의 산책길 내 시설물에 대한 관련 정책 추진 현황 및 활용 분석을 통하여 문제점을 도출함. 셋째 작가의 산책길, 문화예술시장, 작가의 산책길 내 시설물과 유사한 성공사례 및 모델을 찾아 시사점을 도출함. 넷째, 이에 따라 작가의 산책길 및 문화예술시장, 시설물 활성화 방안을 제시하고자 함.

3. 개념 및 선행연구

- 본 연구과제에서는 산책길, 문화예술시장, 시설물 및 작품 등 세 분야가

중요 대상임. 따라서 산책길, 문화예술시장, 시설물 및 작품 등과 관련된 개념 및 선행연구를 살펴볼 필요가 있음.

3-1. 산책길 관련 개념 및 선행연구

- ‘산책’의 사전적 의미는 ‘느긋한 기분으로 한가로이 거닐’임. ‘길’이란 ‘어떤 곳에서 다른 곳으로 이동할 수 있도록 땅 위에 낸 일정한 너비의 공간’을 의미함. 따라서 산책길(Promenade)은 어떤 곳에서 다른 곳으로 이동할 수 있도록 땅 위에 낸 일정한 너비의 공간을 느긋한 기분으로 한가로이 거닐 수 있도록 하는 행위를 전제로 함. 대개 산책로는 휴양지나 공원 등에 있으며, 전망이 좋거나 아름다운 경치로 조경이 되어 있는 공공의 거리임.
- 따라서 작가의 산책길은 두 가지 중의적 의미가 포함됨. 하나는 문화예술행위를 수행하는 작가가 어떤 곳에서 다른 곳으로 이동할 수 있도록 땅 위에 낸 일정한 너비의 공간을 느긋한 기분으로 한가로이 거니는 공간이 되는 반면, 작가가 만든 문화예술작품을 이동하면서 느긋한 기분으로 한가로이 감상하며 거니는 공간이 됨.¹⁾ 전자의 주체가 작가라면 후자의 주체는 감상자가 되는 것임. 한편 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영관리 조례에서 ‘작가의 산책길’에 대한 정의는 ‘작가의 산책길이란 작가의 삶과 문화예술혼이 서려 있는 문화시설을 탐방하고 체험하는 코스’로 정의함으로써 후자의 의미가 강함.
- 후자의 의미는 문화자원의 마케팅을 통하여 관광과 연결하는 것으로 김용범(2014)은 서귀포는 우리나라 최고의 관광지이지만 자연경관에 의존하는 관광지적 성격을 발견하면서 문화예술의 거리, 서예, 미술, 공연예술 등 서귀포시가 가지고 있는 많은 문화예술적 자원들이 관광과 연결되지 못하는 점을 지적하여 문화마케팅 전략과 제도를 도입하여 서귀포의 지역발전을 견인하는 것이 좋다는 제안을 함.
- 특히 김용범(2014: 80~91)은 작가의 산책길 문화마케팅을 위한 전략을 구상하였는데, 작가의 산책길을 하나의 전시관으로 생각하여 상설전과 특별전에 대한 연중 프로그램 개발을 비롯하여 입주 문화예술 이주민에 대

1) 실제 이중섭 거리는 작가 이중섭이 거닐었던 공간으로서의 의미가 강한 반면, 그 외 지역은 후자인 작가가 만든 문화예술작품을 감상하면서 거니는 공간으로 이 의미가 중첩됨.

한 인센티브 방안 모색과 지역주민들에 대한 교육서비스 등을 제안하고 있음.

3-2. 문화예술시장 관련 개념 및 선행연구

- 문화예술시장은 사전적 의미로 문화예술과 관련한 작품이나 서비스 따위의 유통 구조가 형성되는 시장을 의미함. 이런 문화예술시장은 작게는 소규모 문화예술시장에서 아트페어와 같은 대규모 문화예술시장 등 다양하게 산재함.
- 다만 작가의 산책길 및 문화예술장 운영·관리 조례에서 문화예술시장은 ‘국내외 작가의 문화예술창작 작품을 전시·판매하고 문화프로그램을 공연하거나 체험하는 시장’을 말함.

제2조(용어의 정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

- 1 “작가의 산책길”이란 작가의 삶과 문화예술 혼이 서려 있는 문화시설을 탐방하고 체험하는 코스를 말한다.
2. “문화예술시장”이란 국내외 작가의 문화예술창작 작품을 전시·판매하고 문화 프로그램을 공연하거나 체험하는 시장을 말한다.

- 이러한 산책길과 문화예술시장의 결합과 같은 문화예술유산 및 자원을 활용한 관광활성화 방안은 세계적인 추세임. 이러한 활동에 대하여 Hughes (2000)는 문화적 욕구를 충족시키기 위하여 일상생활권에서 문화자원으로 이동하는 것으로, 생산과 소비에 따라 문화관광, 예술관광, 유산관광, 공예관광, 창조관광 등으로 분류하였음(김상태, 2015 재인용).
- 본 연구에 필요한 문화관광과 예술관광의 결합에서는 주로 예술관광이 문화관광의 하위 범위에서 논의되는 경향이 강하며, 문화관광이 타문화권의 문화유산을 감상하고 생활문화를 체험한다는 특징이 있으나, 예술관광은 문화유산 및 생활문화가 아닌 인간의 표현력과 노력에 의해 창조되는 예술자원을 대상으로 이루어진다는 차이가 있음(김상태, 2015).
- 이경모(2005)에 따르면 오늘날 관광활동은 체험적 동기가 강해지면서 문화적 경험을 통한 만족을 갈망하고 있는 추세로 음악, 미술, 뮤지컬, 연극 등 SIT(Special Interest Tourism, 특수목적관광) 분야인 문화예술관광에

대한 관심이 높아지고 있음. Myerscough(1988)은 예술관광 시장에 대한 높은 욕구를 분석하여 새로운 시장 추세로 예술관광의 독특한 수요와 관광의 특성을 분석하였음. 한성호(2002)는 체험추구 관광객들이 증가하면서 예술관광은 중요 관광자원 및 관광사업의 기반으로 자리 잡고 있다고 보았음. 따라서 현 작가의 산책길 및 문화예술시장의 정체는 수요자들의 취향 변화에 따른 문제인지, 혹은 수요자들의 높은 욕구를 반영하고 있지 못한 공급적인 측면의 문제인지를 살펴볼 필요가 있음.

- 한편 관광목적지에서의 예술활동과 문화활동은 그 지역의 이미지 형성에 많은 영향을 미치기 때문에 그 중요성이 대두되고 있음(Voase, 1997; 김상태 외, 2015 재인용). 특히 문화자본이 풍부한 계층이 소비하거나 향유한다는 점에서 지역의 정체성 확립 및 지역경제활성화에도 기여할 수 있음.
- 김용범(2014)은 문화예술적 자원이 많은 서귀포시가 문화마케팅을 통하여 서귀포의 발전을 견인할 수 있는 만큼, 변시지 화백, 이왈종 화백, 소암 선생 등과 연결한 비엔날레 개최 및 공연 축제를 제안하기도 함. 특히 제주지역은 성산일출봉과 같은 자연유산에 대한 마케팅은 이루어지고 있지만, 문화예술 분야의 마케팅은 이루어지지 못함을 지적함.

3-3. 공공미술관련 개념 및 선행연구

- 공공미술(公共美術)은 대중들을 위한 미술을 뜻함. 도시 공원에 있는 조각 등이 이에 해당함. 이 개념은 영국의 존 윌렛(John Willett)이 1967년 “Art in a City”에서 처음 사용함. 일반인들의 정서에 개입하는 미술개념으로서 공공미술을 고안함.²⁾
- 일반 대중에게 공개된 장소에 설치, 전시되는 작품을 지칭하는 것이 일반적이며, 지정된 장소의 설치 미술이나 장소 자체를 위한 디자인 등을 포함함. 작품이 설치되는 장소는 대부분 도시이며, 조각, 벽화, 스티리트 퍼니처(Street Furniture), 포장작업 등 다양한 장르를 포괄함.
- 전통적 공공미술은 장소와 관련시켜 작품을 만들고 소통하는데 반해, 새로운 공공미술은 장소를 물리적 장소로 보지 않고, 사회적, 문화적, 정치적

2) <https://ko.wikipedia.org/wiki/공공미술> 참조.

소통의 공간으로 간주함. 그런 의미에서 지역공동체와 관람객의 참여 등이 나타나기도 함(Suzanne Lacy, 2010).

- 공공미술에 대한 것은 예술 분야 뿐만 아니라 교육 분야, 지역공동체 재생 등 다양한 분야에서 나타나고 있는데, 공공미술은 한 사회공동체가 어려운 시기 등에 나타나 사회를 지속시키는 역할을 한다는 점에서 역사적으로 중요하게 모색되어 왔음. 한국사회에서는 2000년대 초반부터 마을미술프로젝트와 같은 공공미술사업이 수행됨.
- 구본호(2013)는 공공미술이 도시의 지속성을 논한 바 있는데, 공공미술은 공론의 장 개념으로 접근이 가능함. 홍경한(2017)은 우리가 몰랐던 공공미술에 관한 점을 언급하면서 공공미술이 지속가능한 공동체를 유지하는 방식을 제안함.

4. 연구대상과 범위

- 본 연구의 물리적 대상과 범위는 작가의 산책길과 문화예술시장, 작가의 산책길 내 시설물들과 작품들임.
- 첫째, 작가의 산책길은 현재 3개의 코스로 나뉘어서 운영 중임.
 - 1코스(4.9km) 전체코스 : 걷는 시간은 관람시간 제외 1시간30분에서 2시간 정도 소요됨. 이중섭 미술관→커뮤니티센터→기당 미술관→칠십리 시공원→자구리해안→소남머리→서북 전시관→소정방→소암 기념관→이중섭 공원
 - 2코스(2.7km) 부분코스 : 이중섭 미술관→커뮤니티센터→기당 미술관→칠십리 시공원→솔동산문화의 거리(이중섭산책로)→이중섭 공원
 - 3코스(2.8km) 부분코스 : 이중섭 미술관→솔동산문화의 거리(이중섭 산책로)→자구리해안→소남머리→서북 전시관→소정방→소암 기념관→이중섭 공원
- 둘째, 문화예술시장은 이중섭 거리 서쪽, 유토피아 커뮤니티센터(UCC, 이하 커뮤니티센터) 동쪽에 위치한 천막시장으로, 주민협회의회와 계약된 업체 및 개인이 문화예술품 등을 판매하는 장소임. 현재(2020년 9월 기준)는 코로나19로 운영이 중단되어 있음.

- 셋째, 작가의 산책길에는 이중섭 미술관, 소암 기념관, 서복 전시관, 기당 미술관 등 4개의 미술관 및 전시관이 존재하며, 그 외 커뮤니티센터, 창작 공간, 소라의 성(북카페) 등의 시설물들이 있음. 또한 마을미술프로젝트를 통하여 설치된 43점의 작품들이 산재함.
- 본 연구의 내용적 측면의 대상과 범위는 공급자적 측면과 수요자적 측면을 나누어 살펴볼 수 있으며, 세부적으로는 운영주체 측면, 제도적 측면, 목적사업 측면, 재정적 측면, 공간 및 기반시설 측면, 홍보수요 측면 등으로 나누어 고려할 수 있음.

〈표 1-1〉 연구대상과 범위

물리적 대상과 범위	내용적 대상과 범위	공급/수요측면
작가의 산책길	운영주체 분야	공급 측면
	제도 분야	
	목적사업 분야	
	재정 분야	
	공간 및 기반시설 분야	
	홍보/수요 분야	수요 측면
문화예술시장	운영주체 분야	공급 측면
	제도 분야	
	목적사업 분야	
	재정 분야	
	공간 및 기반시설 분야	
	홍보/수요 분야	수요 측면
시설물 및 작품	운영주체 분야	공급 측면
	제도 분야	
	목적사업 분야	
	재정 분야	
	공간 및 기반시설 분야	
	홍보/수요 분야	수요 측면

5. 연구방법론

- 본 연구는 작가의 산책길과 문화예술시장, 작가의 산책길 내 시설물들 및 작품들에 대한 기본 특성과 실태를 비롯하여 공급적 측면과 수요적 측면에서 발생하는 문제들을 도출하고 활성화 방안을 위한 대안을 도출하기 위해서 문헌연구, 빅데이터(Big Data) 활용, 현지조사, 전문가 FGI(Focus Group Interview), 방문객 면담조사, 자문회의 등의 연구방법으로 구성되어 실행됨.
- 문헌연구 : 문헌연구는 세 방향으로 전개됨.
 - 첫째, 본 연구와 관련된 기존 연구 및 조사에 대한 분석을 통하여 본 정책연구의 이론적 방향 및 분석틀로 활용함.
 - 둘째, 국내외 선진 사례에 대한 자료들을 수집 분석하여 활용방안을 모색함.
 - 셋째, 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 자료의 수집을 통하여 실태 분석에 활용함.
- 빅데이터 : 서귀포시 문화예술과 및 제주특별자치도 디지털융합과의 협조를 통하여 방문객 이동 경로 분석 등이 이루어짐.
- 현지조사 : 현지조사는 현장여건에 대한 실사 및 시설물 관계자들과의 면담을 통하여 이루어짐. 현지조사는 10회에 걸쳐 이루어짐.
 - 작가의 산책길에는 이중섭 미술관, 기당 미술관, 소암 기념관, 서북 전시관 등 4개의 미술전시관과 관광극장, 커뮤니티센터, 솔동산 안내소, 유토피아 갤러리 등의 시설들이 존재함. 시설 관계자들과의 면담을 통하여 방문객 향유 현황 및 욕구사항에 대하여 조사함.
 - 작가의 산책길 및 문화예술시장 현장에 대한 실사 등을 통하여 현장 상황 및 방문객 불편사항에 대한 조사를 실시함.
- 전문가 FGI : 제주지역 문화예술 전문가들이 참여하는 FGI를 통하여 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 문제점 및 활성화 방안과 새로운 콘텐츠를 모색함. 전문가 FGI는 6월 11일과 6월 24일 총 2회에 걸쳐 총 13명의 전문가가 참여하였음.
- 방문객 조사 : 작가의 산책길 및 문화예술시장 방문객을 대상으로 조사하여 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 문제점 및 활성화 방안을 모색

함. 방문객 조사는 94명을 대상으로 이루어졌으며, 6월 15일부터 6월 23일까지 이루어짐.

- 자문회의 : 본 정책연구에 대한 2회 자문회의를 통하여 정책 연구의 완성도를 높이고자 함. 자문회의는 3월 26일과 7월 14일 총 2회에 걸쳐 이루어졌음.

6. 분석틀

- 본 연구는 다음과 같은 분석틀을 가짐. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 정체에 대한 문제점 파악 및 여건을 분석하고, 기존 문제에 대한 대안마련 및 선진사례와 새로운 창발적 아이디어 수집을 통하여 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화 및 홍보방안을 마련함.
- 여기에는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활용에 대한 전략적 접근을 활용대상, 활용주체(공급자), 활용타깃(수요자), 활용기반의 4가지 관점에서 제시함.

〈표 1-2〉 분석틀 모형



II. 작가의 산책길과 문화예술시장 관련 국내외 사례

1. 국외 사례

1-1. 작가의 산책길과 관련 국외 사례

1-1-1. 교토 철학의 길

- 철학의 길(哲學の道)은 일본 교토시 사쿄구(左京區)에 있는 산책길임. 긴카 쿠지(銀閣寺)부터 난넨지(南禪寺)까지 이어지는 약 2km의 산책로이며, 일본 최초의 근대철학자이자 교토학파의 대표 주자였던 니시다 기타로(西田幾多郎)가 이 길을 산책하면서 사색을 즐겼다고 해서 철학의 길이라는 이름이 붙음.³⁾
- 처음에 '철학의 길'은 별도 이름이 붙여있었던 것은 아님. 1890년 히가시 야마(東山) 산록에 완성된 후 1912년 연장된 비와코소수이(琵琶湖疏水)를 따라 조성된 벚꽃이 아름다운 산책로가, 와카오지 다리에서 죠도지 다리 사이 약 1.8km로 조성됨. 처음에는 좁은 도로였지만 점점 통행하는 사람들이 늘어났고, 메이지 시대에는 문인들이 많이 산다고 하여 '문인의 길(文人の道)'이라 불렀음.
- 그 뒤 교토대학교의 철학자 니시다 기타로를 비롯하여 타나베 하지매(田辺元, 1885~1962) 등이 자주 다녔다 하여 '철학의 좁은 길(哲學の徑)', '산책

3) 위키백과 철학의 길(<https://ko.wikipedia.org/wiki>) 참조.

의 길', '사색의 길'로 불려지다 1972년 주민들의 의견을 반영하여 교토시가 산책로를 완성하여 '철학의 길'로 공식화함.

- 근처에는 세계문화유산인 긴카쿠리를 비롯하여 저명한 사찰이 산재하여 현재 교토의 전통적인 역사와 문화를 엿볼 수 있음. 봄에는 벚꽃풍경, 여름에는 반딧불, 가을에는 단풍풍경, 겨울에는 설경이 아름다워 이를 즐기려는 일본 사람들이 많은 참음. 1968년 일본의 다리 100선에 선정됨.

1-1-2. 헤밍웨이 산책로(Pasceo de E. Hemingway)

- 스페인 남부 안달루시아에 있는 론다(Ronda)는 해발고도 750m에 펼쳐진 산마을임. 론다는 타호 협곡을 사이에 두고 신시가지와 구시가로 구분됨. 론다는 로마제국시대부터 존재하였던 도시로 군사목적으로 마을이 형성됨. 스페인에서 가장 오래된 투우장이 있을 만큼 투우의 본고장임.

- 이 도시에는 어네스트 헤밍웨이(Ernest Hemingway, 1899~1961)가 거닐었다는 헤밍웨이 산책로가 있음. 론다 전망대에서 누에보다리(Puente Nuevo)까지 절벽 위에 있는 길이 '헤밍웨이 산책로'이며, 헤밍웨이가 이 길을 자주 걸으며 작품을 구상했다고 하여 붙여진 이름임. 헤밍웨이는 론다에 머물면서 대작 '무기여 잘 있거라', '누구를 위하여 종은 울리나' 등을 집필하였으며, "사랑하는 사람과 로맨틱한 시간을 보내기 가장 좋은 도시라가 론다"라고 말하였음, 이후 이곳은 사랑하는 사람과 로맨틱한 시간을 보내기 좋은 곳으로 알려져 세상에서 가장 낭만적인 도시로 유명해짐.

- 헤밍웨이는 당대의 유명예술가 피카소와 함께 투우 경기를 즐기면서 삶과 죽음의 의미를 생각하였으며, 투우 경기가 끝나고 나면 이 길을 천천히 걸으며 소설 '누구를 위하여 종은 울리나'를 구상하였다고 함.⁴⁾

- 이외, 파리에도 헤밍웨이 산책로가 있음. 뒤희상부르 공원(Jardin du Luxembourg)을 비롯하여 센 강(La seine), 데카르트(Descartes)가, 몽파르나스(Montparnasse)가 등이 헤밍웨이 산책로임.

- 이 사례는 작가의 산책길 형성 목적과 가장 유사한 사례로, 작가가 머물고 거닐었던 공간을 산책길로 만들어 탐방객을 유인하는 요소로 창조함.

4) <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=scwoo55&logNo=221769697076> 참조.

1-1-3. 기타

- 스코틀랜드 에딘버러 로얄마일(Royal Mile, Edinburgh EH1 2PB, Scotland)은 에딘버러 성(Edinburgh Castle)이 위치한 캐슬 락(Castle Rock)에서 홀리루드 수도원(Holyrood Abbey)까지 동서로 길게 연결되는 1마일(1.6km) 돌길로, 왕과 귀족들을 위한 길이었음. 아담스미스(A. Smith)나 데이비드 흄(D. Hume)과 같이 알려진 철학자의 동상과 15~18세기 건축물들이 늘어서 있음. 로얄마일의 경우, 역사문화에 예술을 입혀 길로 탄생시키고 있다는 점에서 전형적인 문화예술의 길 사례로 볼 수 있음.
- 산책로를 이야기할 때 영국 에이번(Avon)의 바스(Bath)에 있는 로열 크리센트(Royal Crescent)는 18세기 산책로의 전형이며, 미국 뉴저지 주 아틀란틱 시티에 있는 보드워크(Board walk)는 현대적인 산책로의 대표성을 띰.⁵⁾ 바스는 고대 로마인들이 온천을 발견한 후 수 백년간 온천휴양지로 각광받아온 곳이며, 초생달 모양의 로열 크리센트는 18세기에는 건설되어 로열 빅토리아 파크(Royal Victoria Park)와 어깨를 나란히 함. 아틀란틱 시티(Atlantic city)는 뉴저지(New jersey)에 속하는 휴양지로 바다와 카지노호텔 그리고 아울렛 등이 있음. 보드워크는 해변 바로 옆에 7km 정도의 길이 있는데, 상점과 전시회장 같은 구경거리가 즐비함. 이처럼 산책길은 아름다운 풍광 혹은 고풍스런 건축물 등을 배경으로 고즈넉이 거니는 속에서 탄생함.
- 또한 산업사회 이전에는 길 혹은 거리가 내부공간과 외부공간을 연결시키면서 사회적 교류를 발생시킬 수 있는 개방 공간 기능을 수행함. 현대사회에 접어들면서 상업적 기능을 중심으로 개발되면서 얼마나 빠르게 통과하는 속도가 중요한 요소로 작용, 산업 사회 이전의 체류를 통한 공동체적 삶의 공간 기능을 상실함(한연희, 2006: 8).
- 근대화·산업화를 겪으면서 거리는 상품화되고 사유화됨, 사람과 삶이 밀착된 장소가 아니라 사람들의 삶과 분리된 공간으로 변모함(견고 싶은 도시만들기 시민연대, 1999: 7). 그러면서 국가별로 문화예술과 관련된 대표적인 산책길들이 많음.

5) <https://100.daum.net/encyclopedia/view/b11s1413a> 참조.

1-2. 문화예술시장 관련 국외 사례

- 문화예술시장의 범위는 다양함. 여기서는 작가의 산책길을 고려하여 미술 분야를 중심으로 한 문화예술시장 형성과 전개 과정을 살펴보고자 함.
- 미술 분야에서 여러 화랑이 같은 곳에 모여 미술 작품을 사고파는 시장, 혹은 화랑 사이에 정보를 교환하고 판매를 촉진하며 미술품 시장을 활성화 할 목적으로 하는 행사의 형태를 아트페어(Art Fair)라 함.⁶⁾
- 국외에서는 스위스의 아트바젤(Art Basel)⁷⁾, 프리즈 아트페어(Frieze Art Fair)⁸⁾, 어포더블 아트페어(Affordable Art Fair)⁹⁾ 등이 있음.
- 본 연구에서는 지역 활성화와 관련이 있기 때문에 미국 샌타페이와 북경 따산즈 798의 사례를 살펴보고자 함.

1-2-1. 샌타페이(Santa Fe)

- 미국 샌타페이는 뉴멕시코 주(New Mexico) 중북부 샌타페이 강변에 있으며, 상그레데크리스토 산맥(Sangre de Cristo Mountains) 기슭 리오그란

-
- 6) 아트페어의 기원은 1460년 안트베르펜 성모마리아 대성당 남쪽 끝에서 정기적으로 열렸던 미술품 장터인 판드(Pand)로부터 찾을 수 있음. 판드는 성당 측에서 성당건축비를 마련하기 위해 만든 행사로 1460년부터 1540년까지 약 80년 동안 매해 2회씩 6주 동안 정기적으로 열렸으며 이후에는 정규 상설 시장으로 변하게 됨. 여기에 모인 70여개의 상점들이 주로 그림, 조각, 그림, 진열대, 액자와 같은 제조품, 목공예품 등을 거래했는데 이는 오늘 날의 아트페어와 같은 미술품 장터와 같은 성격이기 때문에 이 판드를 아트페어의 기원으로 보는 견해가 있음(이지영, 2014).
- 7) 세계 3대 아트페어 중 하나인 아트바젤은 규모와 화제성 면에서 가장 영향력 있는 아트페어로 소위 예술계 올림픽으로 불림. 1970년 갤러리리스트인 에른스트 바이엘러(E. Beyeler)의 주도하에 10개국에서 90개 화랑이 참여한 것이 그 시작이었음. 하지만 지금은 30개국이 넘는 나라의 280개 이상의 갤러리들이 참가하는 대규모의 아트페어가 되었음. 아트바젤은 양질의 아트페어 개최를 위해 엄격한 기준에 따라 참여 갤러리들을 선별하며, VIP 프리뷰 기간인 단 이틀 동안에도 '퍼스트 초이스'카드 소지자만 입장 가능할 정도로 등급화 하여 철저하게 관리하여 고급화된 아트페어를 지향하는 것이 특징임(<http://chosun.com/tw/?id=2015070804315>).
- 8) 프리즈 아트페어는 영국 런던 리젠트 파크(RegentPark)에서 매년 10월마다 개최하는 아트페어임. 영국에서 발간되는 현대미술 전문지 『프리즈(Frieze)』의 발행인 아만다 샤프(A. Sharpe)와 매튜 슬로토버(M. Slotover)가 주체가 되어 2000년부터 시작됨(이현지, 2016).
- 9) 아트바젤과 같은 고급화된 아트페어만 있는 것은 아님. 합리적인 가격대의 작품으로 현대미술의 문턱을 낮춘다는 평을 듣고 있는 어포더블 아트페어(Affordable Art Fair)가 그것임. 윌 램지(W. Ramsay)에 의해 1999년 영국 런던에서 처음 열린 이후에 지금은 세계 여러 도시에서 100여 차례 이상 열렸고 2015년 한국에서도 처음 개최되었고 2016년 9월에는 동대문DDP에서 2번째 아트페어를 열림(이현지, 2016).

데(Rio Grande) 계곡 북쪽의 해발 2,132m 지점에 자리 잡고 있음. 건조하고 좋은 기후로 여름휴양지로 인기가 있으며, 겨울에는 스키관광이 많은 지역임.

- 로키산맥(Rocky Mountains)의 좋은 기후 환경을 활용하여 시인과 화가를 불러들이면서 자생적 예술도시로 탄생한 경우임. 샌타페이는 뉴욕(New York), 로스앤젤레스(Los Angeles)와 함께 미국 3대 미술시장으로 꼽히고 있으며, 원주민들이 지나다니며 다진 캐년로드(Canyon Road)길 어도비(Adobe) 양식집들은 전부 갤러리임. 주민의 50%가 예술가라는 이야기가 전함.
- 1609년 에스파냐(Espana)에 의해 마을이 들어서면서 주민이 50% 이상이 에스파냐계임. 멕시코인(Mexicans)과 인디언(An Indian)의 골동품, 웅단, 모포, 보석세공 등 토착문화와 유럽문화가 혼합됨. 1610년 페탈라(Petala)가 건축한 총독관저를 비롯하여 17세기 교회 및 성당 건물들이 많아 매년 관광객들이 몰리는 도시임. 역사가 오래되어 다양한 문화를 보여주는 박물관이 여럿 있으며, 미국의 3대 미술시장이 될 만큼 많은 화랑이 존재함.
- 연간 거래규모는 약 2억달러이며, 한 집 걸러 하나 꼴로 갤러리나 공예품, 예술품 매장들이 있으며, 인디언 시대부터 존재하였던 캐년로드에는 유명 예술가들의 스튜디오가 즐비함.
- 대규모 쇼핑센터나 요란한 간판의 패스트 푸드점도 없으며, 거리 곳곳은 벽화로 장식되어 있고, 각종 시설물들은 물론 쓰레기 수거차에까지 예술가들의 손길이 닿아 있음. 이 모든 것은 시 당국의 치밀한 계획과 관리로 이루어진 일임.
- 시당국은 예술가들이 마음 편히 작품활동에 전념할 수 있도록 하는데 신경을 많이 씀. 예술가와 시민의 자발적 노력이 차곡차곡 쌓여 미국의 대표적인 문화도시로 성장함.
- 레지던시(Residency) 프로그램을 통하여 화랑, 미술단체, 예술가들에게 주거 및 작업 공간, 작업 재료 일체를 지원하여 문화적 토양을 형성함.
- 계절별로 여러 축제가 열리며, 공연예술로도 명성을 얻고 있음. 1957년 오페라단을 비롯하여 심포니, 챔버, 합창단, 발레단이 만들어졌으며, 6월~7월에는 샌타페이 오페라, 7~8월에는 셰익스피어 인 샌타페이 등이 개최

됨. 이때 샌타페이 시 동쪽 언덕의 아름다운 야외극장이 주무대임.¹⁰⁾

1-2-2. 북경 파산즈 798 예술시장

■북경 파산즈 798 지역은 1970년대까지 북경 근교 공업단지로 유명하였으나 1978년 중국이 현대화 정책을 발표하고 개방개혁정책을 실시하게 되면서 예술가들의 작업실과 전시장으로 리모델링 하여 예술시장으로 변모함. 이러한 대표적 사례는 미국에서는 뉴욕 근교 공장지대를 개조하여 갤러리로 사용한 SOHO가 있음.

■파산즈 798 지역은 중국 공산주의 체제 하에서 자본주의 체제로 넘어가는 과도기에 나타났다는 점에서 의미가 있음. 파산즈 798 지역의 역사는 김성희(2009)에 따르면 크게 공장조성기와 예술시장 형성기로 구분됨. 공장조성기는 1954년부터 1970년대초까지 공단조성기로 중국 가장 혁신적인 근교 공업단지로 성장함. 718연합공장지역으로 조성된 파산즈 지역은 2006년 예술특구로 지정됨. 이 지역이 상업갤러리들이 집중 분포하게 됨에 따라 상설 미술시장이 형성됨.¹¹⁾

■파산즈 예술특구 형성과정에서 다음과 같은 특징이 나타남. 첫째, 문화예술지역의 형성은 창작행위를 통한 다양한 사회 계층의 유입으로 이루어짐. 둘째, 예술 창작과 관련된 행위들과 그에 부속된 서비스의 수요공급이 발생하면서 자본의 유입과 유통이 발생됨으로서 예술시장으로 변해간다는 점(김성희, 2009).

■이러한 사실을 뒷받침해주는 것이 1990년대 파산즈 798지역에 많은 스튜디오(Studio)들이 이주함으로서 예술인촌이 형성되었으며, 다양한 갤러리와 예술단체, 예술관계업체들이 유입되면서 예술적 분위기가 조성됨. 초기 입주 예술가들의 스튜디오들은 작업공간으로서의 역할 뿐만 아니라 작품을 거래하는 장소 또는 민간 딜러들의 전시장소로 변하면서 예술시장으로

10) <http://blog.daum.net/ws5858/16057305> 참조.

11) 파산즈 798지역 예술특구에 대한 연구는 파산즈 내에 출판사를 가지고 있는 Timezone 8에서 출간한 책으로 Cheng Lei와 Zhu Qi가 발간한 'Beijing 798 Now(2007)'를 들 수 있는데, 이 책에서는 파산즈 예술특구에 대한 20명의 예술전문인들의 시각을 다양하게 조명하였으며 최근 현황 파악 가능한 내용을 수록하고 있음. 국내에서는 김태만의 '파산즈 예술 존과 베이징의 도시문화 아이콘(2008)'을 들 수 있음(김성희, 2009).

변모함(김성희, 2009).

- 소호(SOHO)와 파산즈의 경우에서 나타나는 것은 예술촌 형성으로 지역적 특성이 형성되고 유입인구가 증가되면서 창작 산실 이상의 다양한 예술행위와 매매행위가 늘어나면서 시장화 현상을 갖게 되는 것으로 나타남(김성희, 2009). 소호의 경우 지금은 비싼 임대료를 감당할 수 있는 유명한 숍들만 가득해 상업적이라는 비판을 받기도 함.

1-2-3. 기타

- 공교롭게도 서구 미술시장의 급성장은 17~18세기인데, 고전적 형태의 산책 또한 17~18세기에 비롯되는 것으로 보아, 17~18세기는 고전문화의 전성기 속에서 복합적인 문화향유가 확산된 것으로 보임.
- 18세기 프랑스 혁명과 19세기 산업혁명 후 부르주아 계층의 성장은 미술품에 대한 소비층이 다양해지고 살롱 형태의 참여가 나타남. 20세기에 미술시장은 제2차 세계대전을 계기로 유럽에서 미국 뉴욕으로 이동하게 됨.
- 21세기 들어서면 문화예술을 도시 혹은 공동체 재생의 관점에서 문화예술시장이 형성되거나 전환되는 계기들도 나타남.
- 일본의 나오히마 사례의 경우 공공예술의 나아가 할 방향을 제시한 모범으로 섬주민들의 생활공간으로 예술작품들이 들어오면서 세계적인 명소로 탈바꿈함. 나오히마는 매년 세토우치(瀬戸内) 국제예술제가 열림.¹²⁾

1-3. 공공미술 관련 국외 사례

1-3-1. 공공미술사업계획(Public Works of Art Project)

- 공공미술(公共美術)은 대중들을 위한 미술을 뜻함. 도시 공원에 있는 조각 등이 이에 해당함. 이 용어는 영국의 존 윌렛(J. Willett)이 1967년 '도시 속의 미술 Art in a City'에서 처음 사용한 것으로 알려져 있음. 그는 아트 디렉터(Art Director)와 화상·큐레이터(Curator)·평론가·수집가 등 소수 전문가들의 예술적 향유가 일반 대중의 미감을 대변하는 것처럼 만들어

12) <http://setouchi-artfest.jp/en/> 참조.

소수의 행위를 정당화시킨다는 비판적 시각을 가지고, 일반인들의 정서에 개입하는 미술개념으로서의 공공미술을 고안함.¹³⁾

- 일반 대중에게 공개된 장소에 설치·전시되는 작품을 지칭하는 것이 일반적이며, 지정된 장소의 설치미술이나 장소 자체를 위한 디자인 등을 포함함. 장소에 결합하는 예술이라는 의미를 갖기도 하지만, 조나단 보롭스키(Jonathan Borofsky)의 '망치질하는 남자 Hammering Man'나 헨리 무어(Henry Moore)의 몇몇 작품은 여러 개가 제작되어 여러 장소에 설치됨. 이것이 설치되는 장소는 대부분 도시이며, 조각·벽화·스트리트 퍼니처(Street furniture)·포장작업(paving)·디자인 등 다양한 장르를 포괄함.
- 전통적 공공미술이 공공의 개념을 장소와 관련시켜 작품을 만들고 소통하는 데 반해, 새로운 공공미술은 장소를 물리적 장소로 보지 않고 사회적·문화적·정치적 소통의 공간으로 간주하며, 그런 의미에 맞는 작품으로 지역공동체와 관람객의 참여, 일시적 작업 등을 제안함.
- 대공황기에 미국에서는 뉴딜정책의 일환으로 연방미술계획[공공미술사업계획]이 수행됨. 1933년 12월 민간사업관리국으로부터 자금을 공여받아 미 재무부 내에 설립되었고 실직상태에 있는 미술가들에게 의미있는 일거리를 제공함. 미국적인 경관을 테마로 700여 건의 벽화제작계획에 착수하고 약 700여 점의 이젤화(Easel Painting)·수채화, 750여 점의 조각작품, 2,500개가 넘는 그래픽 아트(Graphic Design) 그리고 지방의 공공건물과 공원들을 장식하기 위한 기타 여러 미술사업을 완성함.
- 공동작업으로 이루어진 샌프란시스코(San Francisco) 코이트 기념탑(Coit Tower) 벽화, 에임스(Ames) 소재 아이오와주립대학(Iowa state university) 구내 벽화, 주류 양조·판매 금지를 주제로 한 벤 샨(Ben Shahn)의 벽화 디자인, 1934년 워싱턴 D. C.코커런 미술관에서 개최된 PWAP(Public Works of Art Project) 전시회를 떠들썩하게 했던 폴 카드머스(P. Cadmns)의 〈귀환하는 선단(船團)〉 등은 PWAP가 이룩한 주요사업성과들임. 총 131만 2,177달러의 지출로 3,749명에 이르는 예술가들을 고용하였던 PWAP는 1934년 6월 활동을 종료함.
- 디자인 단계에 있는 벽화를 비롯한 많은 계획들이 미완성인 채로 남았지

13) 위키백과 '공공미술(<https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B3%B5%EA%B3%B5%EB%AF%B8%EC%88%A0>)' 참조.

만 이듬해 여름 연방긴급구제국의 자금 원조를 받아 주 차원에서 추진되었고 일부는 공공사업진흥국연방미술계획에서 마무리되었음.¹⁴⁾

1-3-2. 공공사업진흥국연방미술계획

■대공황기에 미국에서는 뉴딜정책의 일환으로 공공사업진흥국연방미술계획(WPA/FAP, WPA Federal Art Project)을 시행하여 다양한 경험과 독특한 개성을 가진 미술가들이 고용되면서 다각적으로 실험적인 미술에 지원이 높아졌고 미국의 신예술운동에 큰 영향을 미침.¹⁵⁾ 이 계획은 최초의 미국 정부 차원의 시각예술 후원사업임.

■미국은 미술가 구제사업을 통한 문화개발의 가능성을 보고 1933~1934년 공공미술사업계획에 재능에 좌우되지 않은 무직의 예술가를 고용하였으나 수준높은 작품을 기대할 수 없다는 어려움에 봉착함. 그리하여 1935년 가을에 벽화, 회화, 조각, 그래픽, 포스터 디자이너, 색인 디자인, 미술교육, 기술직업 훈련 등을 위한 창의력·교육·연구·서비스에 대한 포괄적인 계획을 만듦. 이것은 전국에 걸쳐 무명의 미술과 미술인들이 있는 100여 곳에 미술 센터와 화랑을 개관함으로써 시민들의 의식을 일깨우는 데 큰 몫을 차지함.¹⁶⁾ 또한 미술시장이 미국으로 이동하는데 영향을 미침.

■이 계획은 1936년 절정기에 이르렀으며 5,000명 이상의 미술가를 고용하였으며, 2,566점의 벽화, 10만점의 그림, 1만7,700점의 조각, 30만점에 달하는 작은 판화, 2만 2,000점의 미국색인 도표, 수많은 포스터 공예품 등을 제작, 연방 총투자액은 3,500만 달러에 이름.

14) 다음백과, '공공미술사업계획(<https://100.daum.net/encyclopedia/view/b02g0354a>)' 참조.

15) 다음백과, '공공사업진흥국연방미술계획(<https://100.daum.net/encyclopedia/view/b02g0358a>)' 참조.

16) 상동.

2. 국내 사례

2-1. 작가의 산책길 관련 국내 사례

2-1-1. 전국의 유명 산책길 사례

- 국내에서 산책길은 국외의 산책길과 다른 맥락들을 보여줌. 국외의 경우 역사문화와 문화예술, 자연풍광 3박자가 다 갖춰진 측면이 있다면 국내의 산책길은 이 3개의 요소가 개별 자원으로 작동하여 나타나는 산책길과 혹은 2개의 요소가 배합되어 나타나는 산책길 등의 형태를 띠고 있음.
- 국내에서 대개의 산책길은 자연풍광이 뛰어난 곳을 우선으로 하여 조성되는 경우가 다수이며, 때때로 역사문화자원 및 문화예술과 결합된 산책길이 나타남.

〈표 2-1〉 전국의 유명 산책길 사례

지역	명칭	자원	소재지
경기도	세미원	남한강과 북한강 만나는 두물머리	경기도 양평군 양서면 양수리 93
경기도	고양생태공원	생태프로그램	경기도 고양시 일산서구 대화로 315
강원도	은행나무숲길	2,000그루 은행나무 감상	강원도 홍천군 내면 광원리 686-4
강원도	이사부사자공원~ 추암촛대바위 해안산책로	동해바다, 신라장군 이사부 테마	강원도 삼척시 수로부인길 333
충청남도	삼거리공원	천안12경주 제1경, 코스모스와 버드나무, 역사유적	충청남도 천안시 동남구 삼룡동 306-1
충청북도	단양잔도길	남한강 절벽 따라 조성	충청북도 단양군 적성면 애곡리
경상북도	주왕산 국립공원	단풍, 계곡, 트레킹	경상북도 청송군 부동면 공원길 169-7
경상북도	산림환경연구원	숲, 외나무다리	경상북도 경주시 통일로 367
전라남도	소호동동다리 해상산책로	소호동동다리, 야간산책로	전라남도 여수시 소호동

- 산책길과 문화예술의 요소를 가미하여 산책길로 만든 사례는 국내에서 충무교와 통영운하길 등이 있음.
- 충무교는 1967년 개통 이래 통영의 대표적인 상징물 중 하나가 됨. 동양의 나폴리를 이미지 메이킹하고 있는 통영운하는 미수 해안로에서 충무교 등을 거치는 해안산책로를 만들어 운영하고 있음.
- 1972년 전혁림의 미술작품 '운하교'는 충무교와 운하 주변 마을 어선들이 오가는 풍경을 수채화로 표현한 작품으로 충무교와 통영운하는 전혁림의 이야기를 스토리텔링하여 산책로를 운영하고 있음.
- 또한 2019년 통영한산대첩축제 초연 후 미항의 아름다운 야경은 관광상품으로 탄생되어 통영밤바다야경투어로 거듭나고 있음.
- 유형별로 보면 전국의 산책길은 자연휴양림, 역사문화형, 문화예술형 등으로 나누어 볼 수 있음. 특별히 문화예술과 관련하여 전국의 문화거리가 조성되면서 새로운 형태의 산책길이 대두되기도 함.

2-1-2. 전국 문화의 거리와 길

- 한국의 각 지방자치단체는 문화가 미래 경쟁력이라는 관점과 문화권 확대의 측면에서 문화도시 지정 등 문화를 통한 도시재생에 주력하고 있음. 같은 맥락에서 문화의 거리 지정 정책도 추진되고 있음.
- 잃어버린 거리의 본래 모습을 되찾고 낙후된 지역경제를 되살리고자 문화의 거리 운영 조례가 제정되어 다양한 사업이 추진되고 있음. 거리를 대상으로 추진되는 사업은 문화의 거리 조례, 예술의 거리조례, 거리활성화 조례, 특화지구 조례라는 이름으로 전국에서 다양한 형태로 추진되고 있음. 전국적으로 90여 개 이상의 조례가 제정됨.

〈표 2-2〉 전국 거리대상 조례 제정 현황¹⁾

지역	조례	소관부처	제/개정일
서울 강북구	서울특별시 강북구 지역상권 활성화 및 특화거리 지운조례	-	2020.01.03.
서울 도봉구	서울특별시 도봉구 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례	행정관리국 문화체육과	2017.10.19.

지역	조례	소관부처	제/개정일
서울 도봉구	서울특별시 도봉구 문화의 거리 조성 및 지원조례	행정관리국 문화체육과	2020.04.09.
서울 서대문구	서울특별시 서대문구 먹거리 기본 조례	도시재생추진단 사회적경제과	2020.02.19.
서울 중랑구	서울특별시 중랑구 공방거리 조성 및 지원 조례	행정국 문화관광과	2018.01.11.
서울 마포구	서울특별시 마포구 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례	관광일자리국 문화예술과	2019.10.17.
서울 서초구	서울특별시 서초구 문화의 거리 조성 및 지원에 관한 조례	문화행정국 문화관광과	2017.12.28.
서울 강동구	서울특별시 강동구 특화거리 조성 및 지원 조례	기획경제국 일자리장출과	2020.04.01.
부산	부산광역시 거리예술 활성화 및 지원조례	문화체육국 문화예술과	2019.11.06.
부산 서구	부산광역시 서구 걷고 싶은 거리 조성을 위한 조례		2019.02.28.
부산 중구	부산광역시 거리갤러리 미술제 지원 및 관리조례	도시재생국 재생건축과	2016.04.19.
부산 중구	부산광역시 중국 거리 공연 및 재능나눔 활성화조례	자치행정국 문화관광과	2016.04.19.
부산 기장군	부산광역시 기장군 거리공연 및 재능나눔 활성화 조례	교육행복국 문화관광과	2018.11.26.
부산 남구	부산광역시 남구 거리공연 활성화 조례	총무국 문화체육과	2019.06.03.
부산 수영구	부산광역시 수영구 거리공연 및 재능나눔 활성화 조례	총무국 문화공보과	2018.12.19.
부산 해운대구	부산광역시 해운대구 거리공연 활성화 조례	관광경제국 관광문화과	2015.10.01.
부산 동래구	부산광역시 동래구 거리공연 및 재능나눔 활성화 조례	총무국 문화관광과	2018.11.12.
부산 동래구	부산광역시 동래구 상권활성화 특화거리 지정 및 지원에 관한 조례	복지환경국 일자리 경제과	2019.11.13.
대구 서구	대구광역시 서구 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례	자치행정국 문화홍보과	2017.05.30.
대구 중구	대구광역시 중구 수제화거리 활성화 지원 조례	관광경제국 일자리경제과	2019.07.01.
대구 남구	대구광역시 남구 거리공연 활성화 및	자치행정국 문화관광과	2019.05.20.

지역	조례	소관부처	제/개정일
	지원에 관한 조례		
광주	광주광역시 예술의 거리 조성 조례	문화관광체육실 문화도시정책관	2012.01.01.
광주	광주광역시 지역먹을거리 육서 및 지원 조례	일자리경제실 생명농업과	2013.08.01.
광주 남구	광주광역시 남구 공예특화거리 조성 및 운영조례	문화교육환경국 문화관광과	2019.05.24.
대전	대전광역시 거리예술 활성화 및 지원조례	문화체육관광국 문화예술정책과	2017.12.29.
대전 중구	대전광역시 중구 문화예술의 거리 조성 및 지원에 관한 조례	충무국 문화체육과	2017.11.08.
인천	인천광역시 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례	문화관광국 문화예술과	2017.11.13.
인천 동구	인천광역시 동구 문화·창조의 거리 조성 및 지원조례	문화홍보체육실	2020.03.02.
울산	울산광역시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	문화관광체육국 문화예술과	2018.12.27.
울산 중구	울산광역시 중구 문화의 거리 조성 및 지원 조례	주민자치국 문화관광과	2019.12.30.
울산 북구	울산광역시 북구 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	행정지원국 문화체육과	2019.09.11.
경기	경기도 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례	문화체육관광국 예술정책과	2016.11.08.
경기 성남시	성남시 상권 활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원 조례	재정경제국 상권지원과	2019.07.15.
경기 수원시	수원시 음식문화거리 조성 및 지원조례	환경국 위생정책과	2019.07.12.
경기 안산시	안산시 상권활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원 조례	민생경제국 상생경제과	2017.11.20.
경기 안양시	안양시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	복지문화국 문화관광과	2019.11.15.
경기 안양시	안양시 문화의 거리 조성 조례	복지문화국 문화관광과	2020.03.02.
경기 오산시	오산시 음식문화거리 지원에 관한 조례	경제문화국 농식품 위생과	2017.12.26.
경기 평택시	평택시 상권활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원에 관한 조례	항만경제전략국 일자리 창출과	2018.11.09.
경기 고양시	고양시 문화의 거리 조성 및 운영 조례	-	2012.11.09.

지역	조례	소관부처	제/개정일
경기 김포시	김포시 문화마을 및 문화의 거리 조성 지원 조례	-	2018.09.03.
경기 용인시	용인시 문화의 거리 조성 및 운영 조례	교육문화국 관광과	2017.10.02.
경기 파주시	파주시 상권활성화 특화거리 지정 및 지원에 관한 조례	기획경제국 일자리경제과	2019.12.27.
경기 포천시	포천시 문화마을 및 문화의 거리 조성 지원조례	문화경제국 문화체육과	2019.04.03.
경기 포천시	포천시 상권 활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원 조례	문화경제국 일자리경제과	2014.04.21.
경기 하남시	하남시 문화의 거리 조성 및 운영 조례	자치행정국 문화체육과	2019.05.13.
세종특별자치시	세종특별자치시 특화거리 조성 및 지원에 관한 조례	도시성장본부 경관디자인과	2019.12.30.
강원 강릉시	강릉시 문화의 거리 조성 및 운영 조례	-	2010.01.13.
강원	강원도 거리예술 활성화 지원 조례	문화관광체육국 문화예술과	2019.01.04.
강원 속초시	속초시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	행정복지국 문화체육과	2019.03.15.
충북 청주시	청주시 문화의 거리 조성조례	-	2008.07.18.
충북 괴산군	괴산군 문화예술의 거리, 마을 조성 조례	문화관광과	2015.06.05.
충북 영동군	영동군 문화예술의 거리(마을) 조성 조례	행정복지국 국악문화체육과	2018.04.30.
충북 옥천군	옥천군 문화예술의 거리, 마을 조성 조례	문화관광과	2017.11.30.
충북 음성군	음성군 문화예술의 거리 조성 조례	행정복지국 문화체육과	2018.11.05.
충북 제천시	제천시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	문화복지국 문화예술과	2019.08.02.
충북 제천시	제천시 상권활성화 특화거리 지정 및 지원에 관한 조례	경제산업국 일자리경제과	2020.02.07.
충북 증평군	증평군 문화예술의 거리마을 조성 조례	행정복지국 문화체육과	2018.12.28.
충북 충주시	충주시 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례	문화체육관광국 문화예술과	2020.03.06.
충북 충주시	충주시 문화의 거리 조성 조례	문화복지국 문화예술과	2013.06.28.
충북 청주시	청주시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	문화체육관광국 문화예술과	2019.05.17.
충북 청주시	청주시 문화의 거리 조성 조례	문화체육관광국 문화예술과	2014.07.01.
충북 단양군	단양군 문화의 거리 조성 조례	문화관광과	2015.05.01.

지역	조례	소관부처	제/개정일
충남 당진시	당진시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	-	2019.10.30.
충남 아산시	아산시 거리예술 활성화 조례	복지문화국 문화관광과	2017.03.06.
충남 아산시	아산시 외암민속마을 저잣거리 운영 조례	평생학습문화센터 문화유산과	2018.12.17.
전북 고창군	고창군 한옥 및 전통옛거리 체험마을 관리, 운영 조례	문화복지환경국 문화유산관광과	2019.03.25.
전북 군산시	군산시 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례	복지관광국 문화예술과	2015.04.15.
전북 군산시	군산시 상권활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원조례	경제항만혁신국 지역경제과	2015.10.08.
전북 익산시	익산시 문화예술의 거리 조성 및 지원 조례	경제관광국 문화관광산업과	2020.01.08.
전북	전라북도 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례	문화체육관광국 문화예술과	2017.03.10.
전북	전라북도 특화거리 및 구도심 상가 활성화 지원조례	일자리 경제본부 일자리 경제정책관	2019.12.31.
전남 광양시	광양시 거리공연 및 재능 나눔 활성화 조례	경제복지국 문화예술과	2016.09.21.
전남 담양군	담양군 공예 복합문화거리 조성 및 지원 조례	지속가능전략국 풀뿌리 경제과	2018.12.27.
전남 목포시	목포시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	기획문화국 문화예술과	2019.04.15.
전남 순천시	순천시 문화의 거리 조성 및 지원 조례	평생학습문화센터 문화예술과	2018.10.01.
전남 여수시	여수시 거리문화공연사업 관리 및 지원 조례	관광문화체육국 문화예술과	2018.03.06.
전남	전라남도 거리공연 활성화 지원 조례	관광문화체육국 문화예술과	2018.12.31.
전남	전라남도 상권 활성화를 위한 특화거리 (단지)지정 및 지원 조례	경제에너지국 중소벤처기업과	2017.09.28.
경남	경상남도 상권 활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원 조례	일자리경제국 소상공인정책과	2020.02.06.
경북	경상북도 거리예술 활성화에 관한 조례	문화관광체육국 문화예술과	2017.10.19.
경북 경주시	경주시 봉황로 문화의 거리 조성사업	문화관광국 왕경조성과	2018.02.23.

지역	조례	소관부처	제/개정일
	지원 조례		
경남 통영시	통영시 문화의 거리 조성 및 지원 조례	문화관광경제국 문화예술과	2014.12.31.
경남 김해시	김해시 상권활성화 특화거리 지정에 관한 조례	일자리경제국 지역경제과	2019.10.04.
경남 김해시	김해시 전통문화의 거리 환경 개선 지원 조례	도시관리국 도시디자인과	2015.12.31.
경남 양산시	양산시 거리공연 활성화 조례	복지문화국 문화관광과	2016.08.11.
경남 양산시	양산시 상권 활성화를 위한 특화거리(단지) 지정 및 지원 조례	경제재정국 일자리경제과	2018.12.27.
제주특별자치도	제주특별자치도 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례	문화체육대외협력국 문화정책과	2017.08.09.
제주특별자치도	제주특별자치도 문화의 거리 조성 및 운영 조례	문화체육대외협력국 문화정책과	2016.11.23.
제주특별자치도	제주특별자치도 특화거리 등 골목상권 활성화 지원 조례	일자리경제통상국 소상공인기업과	2016.12.30.

- 작가의 산책길과 가장 유사한 개념은 문화의 거리 혹은 문화예술의 거리, 특성화거리라고 볼 수 있음.
- 문화의 거리는 내용적인 측면에서는 전쟁 등 역사적 사건이나 종교 및 문화유적에 의해 명소가 된 역사거리, 둘째, 작가나 음악가, 미술가 등 예술인을 비롯한 정치가나 과학자의 생가나 작품을 배경으로 만든 명사의 거리. 셋째, 특정업종 또는 연관 업종이 밀집되어 있는 상업중심의 특화거리. 넷째, 다양한 형태의 거리축제가 열리며, 공연장·전시시설 등 문화예술시설이 밀집되어 있어 연극, 음악, 미술, 무용 등의 행위가 펼쳐지는 거리라고 할 수 있음.
- 이처럼 문화의 거리 사업이 활발하게 운영되기 위해서 기본적으로 거리의 주체인 인적 자원과 물리적인 장치인 거리, 문화 활동이 일어나게 하는 일련의 기획과 연출 이 세 가지의 요소가 거리의 문화화를 위한 계획과 구상에서부터 이를 구체화하는 프로그램의 운영에 이르기까지 모든 과정에

17) 자치법규정보시스템(<http://www.elis.go.kr/>) 참조.

서 개입되고 있음(한연희, 2006: 10).

- 작가의 산책길과 유사한 성격의 사업으로 ‘제주특별자치도 문화의 거리 조성 및 운영 조례(이하 문화의 거리)’와 ‘제주특별자치도 특화거리 등 골목상권 활성화 지원조례(이하 특화거리)’, ‘제주특별자치도 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례(이하 거리공연)’ 등이 있음.
- 문화의 거리 조례는 ‘일정 지역을 문화의 거리로 지정하여 문화예술 전통을 계승시키고 주민들에게 즐거움과 문화를 제공하는 문화 환경을 조성함으로써 지역문화와 경제 발전에 이바지함을 목적으로 함.’
 - 문화의 거리 조례는 대상이 주민들이고 내용은 즐거움과 문화를 제공하는 환경 조성이며, 도달하고자 하는 목표는 지역문화와 경제발전임. 대상지역은 문화시설이 밀집되어 있거나 문화예술 활동이 지속적으로 이루어지는 지역임.
- 특화거리 조례는 ‘특화거리 등 골목상권을 활성화를 위한 지원 사항을 규정함으로써 지역경제 활성화에 기여함.’
 - 특화거리 조례는 주체가 상인조직으로서 골목상권이 대상임. 대상지역은 거리의 특성 및 역사성, 상권의 규모, 발전가능성 등을 고려하여 지정함.
- 거리공연 조례는 ‘거리공연을 지원함으로써 공연예술을 활성화시켜 제주특별자치도민과 관광객들에게 다양한 문화적 욕구를 충족시키고 지역상권 발전에 이바지함.’
 - 거리공연 조례는 공연예술을 활성화시켜 제주특별자치도민과 관광객들에게 다양한 문화적 욕구를 충족시키기 위해 거리공연 장소(Busking Zone)를 지정·운영할 수 있음. 다른 조례와 차이점은 거리공연을 위한 관련 법규와 공공장소의 이용기준 등 거리공연자가 준수해야 할 사항, 거리공연으로 인한 주민불편을 최소화하기 위하여 필요한 사항을 정하는 가이드라인(Guide Line)을 제시하고 있음.
- 이상 세 개의 조례는 모두 거리를 대상으로 한다는 점과 시민의 기본권으로서 문화생활 향유 기회를 확장하는 동시에 관광객들에게 다양한 문화적 욕구를 충족시킴으로써 지역경제 발전에 도움이 되고자하는 취지로 제정됨.

2-1-3. 양림동 역사문화길¹⁸⁾

- 작가의 산책길과 유사한 실제 사례로 양림동 역사문화마을과 김광석 다시 그리기 길 등을 살펴볼 수 있음.
- 광주광역시 남구 양림동 일원 20만㎡에 추진되는 '양림동 역사문화마을사업'은 2009~2017년 추진되었음. 1차 사업(2010년 완료)은 순교자기념공원, 문학소공원, 우일선 선교사택 보수 등을 추진하였으며, 2차 사업(2012년 완료)은 근대사립학교 의료원기념관 건립, 양림산 숲 조성 개선사업(뽕굴동굴 쉼터 조성 외 3개 사업), 3차 사업(2015년 완료)에 마을주차장 조성, 커뮤니티센터를 건립하였음. 이후 이강하 미술관 건립(2017년), 양림역사문화길 2단계 사업 추진(2017년), 최흥종 기념관(2017년)을 건립하였음.
- 기반시설 구축과 아울러 양림동 역사문화길 조성 이후 방문객들을 대상으로 해설과 프로그램 개발 등 체계적으로 추진하기 위해 '양림동 테마투어 프로그램 개발 및 운영사업' 위탁을 추진하여 왔음.
- 위탁 목적은 지역만의 특색을 보여줄 수 있는 테마와 스토리 개발, 안내서비스의 질 향상으로 관광객 만족도 제고를 위해 투어 거점 발굴 및 기본 루트 설정, 투어 해설 시나리오 개발, 프로그램 운영 계획으로 제안됨.
- 3개의 테마별 기본방향을 제시하고 있으며, 관련 내용은 건축투어의 경우 양림동 내 근대 건축물을 거점으로 한 투어프로그램 개발 및 운영.
 - 양림동 건축가 스토리를 활용한 스토리텔링
 - 양림동만의 독창성과 예술성이 드러난 건축물 발굴 및 전문해설 시나리오 개발
- 예술투어 프로그램은 양림동 내 예술가 활동공간 및 양림동 예술인을 테마로 한 투어 프로그램 개발 및 운영.
- 현재 양림동에서 활발히 운영되는 예술공간들을 '근대예술여행'의 컨셉으로 재해석함.
- 선교투어 프로그램은 양림동 선교자원을 기반으로 한 투어 프로그램 개발 및 운영
 - 양림동 선교자원 발굴 및 가치 재조명
 - 양림동 선교 관련 스토리 발굴·활용을 통해 재미있고 생생한 투어 프로그램 제공

18) 광주광역시 남구 공고 제2019-250호

- 관련 예산은 2019년 기준으로 5월~12월까지 주 1회 이상, 투어인원 10명 이상, 투어시간 2시간 내외 1개를 전제로 테마당 6,600,000원을 책정하고 있음.

2-1-4. 김광석 다시 그리기 길

- 대구광역시 중구 달구벌대로 450길은 거리조성 이전에는 지나가는 사람이 극히 드물 정도로 어둡고 슬럼화된 공간이었음. 방천시장 문전성시 프로젝트를 통해 슬럼화 된 공간을 밝게 꾸미는 프로그램이 계획되었으며, 김광석이 대봉동에서 태어났다는 사실을 기초하여 '김광석 다시 그리기 길'이 만들어졌음.
- '김광석 다시 그리기 길'의 명칭은 김광석이 1993년과 1995년에 각각 발표한 음반 '다시 부르기'에서 착안하여 지어졌으며 '그리기'는 김광석을 '그리워하면서(想念 Miss) 그린다(畫, Draw)'는 중의적인 의미를 담고 있음. 2010년 11월 20일 90m구간으로 처음 오픈을 했고, 이후 계속해서 작품의 수를 늘려가서 현재 수성교~송죽미용실 350m 구간으로 조성되어 있으며 2014년 가을, 전면 재단장을 했음.
- 지금까지 작가 50여 명이 시장 제방 벽에 김광석을 그려 넣었음. 이 골목의 이름이 '김광석 거리'다. '김광석 다시 그리기 길'이라는 정식 명칭이 따로 있지만, 주민이나 방문객이나 모두 김광석 거리로 부르고 있음. 노래하는 김광석, 계단을 걸어 오르는 뒷모습의 김광석, 떡볶이를 파는 김광석 등 수많은 김광석이 벽화로 다시 태어났음. 350m 길이의 김광석 거리는 전국 명소로 떠올랐고 시장도 되살아났음. 거리는 4.95km로 소요 시간 2시간 50분(중앙일보, 2017.10.03.).
- 거리에는 김광석 스토리하우스가 있음. 시공간을 넘나들면서 김광석과 함께하는 공간이며, 다채롭게 마련된 이색적인 체험 공간인 스토리하우스는 김광석이 남긴 노래, 유품, 콘서트 영상 등으로 그를 추억하고 추모하며 다시 만나는 공간임.
- 다양한 장르의 아티스트들이 참여하여 김광석을 재해석한 작업들을 이 곳 김광석 스토리하우스에서 만날 수 있음. 2019년부터 유료로 운영되고 있음.

- 김광석 길 버스킹(Busking) 구역은 김광석 길 곳곳에 소규모 무대 4개를 배치하고 버스킹 공연을 추진하고 있음(C벽화 : 사랑, B벽화 : 밤의 카페, A콘서트홀 앞, D분수공원). 시민 누구나 신청 가능하며 공연신청 기간은 공연희망일 15일전부터 신청하고 있음. 운영시간은 10:00~22:00로 제한하고 있으며, 신청에 다른 공연장 사용 승인은 1회 공연에 한하여 신청이 가능함. 다수 공연신청 시 별도의 신청서를 제출하도록 하고 신청이 경합일 경우 선착순 원칙을 적용하고 있음.¹⁹⁾

2-2. 문화예술시장 관련 국내사례

- 국내 문화예술시장도 다양하게 형성되어 있으나 본 연구에서는 미술 분야를 중심으로 언급함. 국내 미술시장은 1970년 이후로 나타남. 1990년대 금융위기로 위축을 맞았으나 21세기 들어서면서 경기회복에 힘입어 활기를 찾기 시작함. 국내 미술시장에 대한 조사의 필요성이 제기되면서 2009년부터 문화체육관광부 주최, (재)예술경영지원센터 주관으로 ‘미술시장실태조사’가 이루어짐.
- 현대 미술작품은 과거 관람의 목적 및 특정 계층의 소장 및 소유품에서 벗어나 점차 대중화의 길로 접어들고 있음. 이는 세계적 화랑(Gallery) 및 미술관(Museum)과 같은 전시장의 성행으로 이어짐.
- 또한, 미술작품의 가치가 형성되며, 전문적으로 경매 거래를 하는 경매회사(Art Auction)와 미술작품 관람 및 매매가 동시에 가능한 아트페어(Art Fair)가 전 세계에서 개최되고 있음. 국내 미술시장 역시 수백여 개의 화랑이 운영 중이며, 미술품 경매회사를 통한 경매가 열리고, 전국에서 아트페어가 개최 되어 이를 통하여 수많은 작품들의 거래가 이루어지고 있음(김봉하, 2013)
- 전통적인 미술시장 강국인 프랑스, 영국, 미국 등과 비교해보면 국내미술 시장은 아직 걸음마 단계로 알려져 있음. 다만 국내시장은 성장추세를 보이는 점과 애호가 및 컬렉터층이 확산되고 있음.

19) 대구광역시 중구청 홈페이지(<http://www.jung.daegu.kr/>)

2-2-1. 서울 오픈 아트페어

- 이현지(2016)에 따르면 국내 아트 페어는 지역 접근성의 한계와 정형화된 기획으로 고전을 면치 못하고 있는 실정임. 국내에서는 화랑협회에서 운영하는 한국 국제아트페어(Korea International Art Fair)의 규모가 가장 큼. 그러나 본 연구에서는 지역적 차원의 문화예술시장을 살펴보는 것으로 서울오픈아트페어에 대하여 살펴봄.
- 서울 오픈 아트페어는 2006년 청담동과 신사동 중심의 갤러리들이 중심이 되어 열린 미술시장(Seoul Art Fair of Identity in Art&Culture, SIAC)으로 처음 아트페어를 개최. 이듬해인 2007년부터 서울 오픈 아트페어(Seoul Open Art Fair, SOAF)로 공식 명칭 변경하여 지금까지 매년 아트페어를 개최함.
- 기본적으로 인사동 중심이었던 갤러리들이 1988년부터 청담동과 신사동을 중심으로 새로운 고객들을 찾아 옮겨가기 시작하면서 새로운 미술거리를 형성하였는데, 그 화랑들이 주체가 되어 연 아트페어가 바로 서울 오픈 아트페어임. 예술시장에 새롭게 떠오르는 유망작가나 신진작가들의 발굴을 목표로 함.²⁰⁾

2-2-2. 부산 국제아트페어

- 2001년부터 시작하여 매년 개최되고 있는 부산 국제아트페어(Busan International Art Fair, BIAF)는 문화도시 부산을 중심으로 열린 미술 시장을 의미함.
- BIAF는 중국, 일본, 인도, 베트남 등 비서구권 미술을 적극적으로 소개하여 해외 미술계 영향력을 확대함.
- 이러한 부산 국제아트페어 외에도 대구 아트페어, 안산 국제아트페어 등이 있음.

20) 강남구청토문화전자대전, '서울 오픈 아트 페어(SOAF)' 참조.

2-3. 공공미술 관련 국내 사례

- 국내 공공미술은 국외의 역사를 짧은 시간동안 압축해 경험하고 있으며 제도적으로 보면 크게 두 방향을 가짐. 하나는 미국과 프랑스의 공공미술 제도인 '1%법'과 유사한 제도에 의해 만들어진 '건축물 미술 장식품'이고 다른 하나는 정부, 지방자치단체, 기업, 미술가나 미술단체 등이 공공장소에 자발적으로 조성한 '공공미술지원사업'임(이유림, 2015).
- 공공미술프로젝트는 주체별로 보면 관 주도, 민간주도가 있으며, 유형별로는 정책선도형, 예술가 참여형, 주민참여형으로 나뉨. 이중 정책선도형으로는 낙산 이화마을 프로젝트가 대표적이며, 예술가 참여형은 수원 행궁동 마을, 주민참여형으로는 통영 동피랑 마을 등이 있음.
- 그 외 부산 감천 벽화마을, 여수 천사 벽화마을, 인천 송월동 동화벽화마을 등이 있음.

2-3-1. 낙산 이화마을 프로젝트

- 낙산은 과거 일제강점기 지어진 판자촌을 바탕으로 형성된 마을로 낡은 집과 봉제공장이 즐비하던 동승동 일대 달동네임. 1970~1980년대 이화동은 봉제, 원단 등 의류산업이 국가 경제를 주도하던 지역이었으나 이후 낙후됨.
- 공공미술추진위원회는 이화동이 대학로, 낙산공원, 서울성곽에 둘러싸인 채 '섬'처럼 고립된 공간이라는 점을 주목하여 2006년 소외지역 생활환경을 공공미술로 개선하는 사업인 아트 인 시티를 통하여 벽화마을로 탄생하게 됨.
- 일반 공모가 아닌 공공미술추진위원회가 직접 선정한 기획공모로 진행, 전체사업예산은 3억 5천만원으로 같은 시기에 시행된 다른 사업보다 상대적으로 많은 예산이었음. 2006년 7월부터 10월까지 약 4개월 동안 진행되었으며, 2007년에도 연속사업으로 진행됨.
- 낙산프로젝트는 70명의 작가와 미술학도, 지역주민들이 참여하여 70개의 작품을 설치, 이 작업을 통해 걷고 싶은 길-예술 길을 만들고자 하였으며, 낙산-이화동-대학로로 이어지는 문화관광코스를 만들어 관광객을 유도하려고 함(이유림, 2015). 실제로 이 작업을 통하여 낙산의 지명도가 확산되

었음.²¹⁾ 반면 방문객이 많아짐에 따라 소음, 추태, 쓰레기 증가 등 주민 민원도 많이 발생하고 있으며, 사업 후 사후관리의 문제가 대두됨.

2-3-2. 수원 행궁동 마을

- 수원 팔달구 행궁동은 구천동, 남수동, 남창동, 매향동, 복수동, 신평동, 영동, 장안동, 중동, 팔달로1, 2, 3가 등 12개 동이 합쳐진 지역임. 1997년 수원화성 성곽 세계문화유산 등재 이후 화성 성역화 사업과 도시 발전으로 인하여 구도심 지역인 행궁동의 많은 건물이 철거되고, 주민들이 대거 이주하게 됨. 문화재보호법에 의하여 개발과 증축이 제한되어 주거 낙후가 심하고 노인세대가 많음(이유림, 2015).
- 2005년 지역의 시각문화 예술활동을 지원하고 육성하기 위하여 설립한 ‘대안공간 눈’이 문화플랫폼 역할을 하기 시작하였고, 2007년 행궁동길발전위원회가 설치되었음. 2008년을 시작으로 행궁동 레지던시를 조성하여 매년 오픈스튜디오(Open Studio)가 개최되고 있으며, 골목 곳곳에 주민들을 주제로 한 예술가들의 작품이 만들어져 전시되고 있음. 또한 행궁길의 낡은 간판을 전통미가 가미된 간판으로 교체하였고, 예술제를 개최하고 있음.

2-3-3. 통영 동피랑 마을

- 통영 동피랑 벽화마을은 경상남도 통영시 동호동에 위치한 마을로 ‘동쪽의 벼랑’에 자리한 마을이란 이름으로 동파랑이라 불림. 일제강점기 통영항과 중앙시장에서 인부로 일하던 외지 하층민들이 기거하면서 만들어짐. 통영의 대표적인 산동네임.
- 2006년 푸른통영21 추진위원회가 ‘색과 그림이 있는 골목’이라는 주제로 1차 벽화공모전을 개최, 전국 각지에서 미술학도들과 일반인들이 모여 19개 팀, 총 36명이 공모전에 참가함. 이 프로젝트로 19개팀의 집 담벼락과 골목에 벽화가 그려짐. 또한 이를 계기로 동파랑 축제를 개최하여 골목 음악회와 골목백일장 등 사생대회 등을 수행함.

21) 문화관광부·예술경영지원센터, 『2006 소외지역 생활환경 개선을 위한 공공미술 사업 평가보고서』 참조.

- 벽화마을로 재탄생한 동피랑은 예술가들의 발길이 끊임없이 이어지면서 개발대상지에서 보존대상지로 바뀌게 됨. 통영시는 당초 동피랑 마을 23가구 전체를 매입해 주변에 공원을 조성해 관광명소를 꾸미려던 계획을 취소하고 예술마을로 지속적인 관리를 수행하고 있음.
- 푸른통영 21추진위원회는 2년에 한 번씩 벽화공모전을 개최하고 선정된 작품을 2년간 동피랑 마을의 벽화로 전면 교체하여 방문객 및 재방문객의 발길을 사로잡고 있음. 또한 ‘국제 벽화 비엔날레’ 등을 개최하고 있음(이유림, 2015).

3. 제주도 사례

3-1. 작가의 산책길 관련 제주도 사례

3-1-1. 제주지역에 산재해 있는 ‘길’

- 제주의 산책길은 올레로 대표되는 올레길을 비롯하여 한라산 둘레길, 사려니 숲길, 4·3길, 천주교의 순례길, 불교의 선정의 길 등 다양한 길들이 2000년대 들어서 발생함. 이외에도 다양한 생태, 역사, 문화적 길들이 발생하여 걷는 것을 독려하고 있음.
- 올레길은 2007년 9월 제1코스가 개발된 이래 2012년까지 총 21개의 코스가 만들어져 제주도 외곽을 한 바퀴 걸을 수 있도록 만들었으며 추가적인 알파(Alpa)코스 5개가 존재함. 각 코스는 15km 정도이며, 평균 소요시간은 5~6시간, 총 길이는 425km임. 주로 제주의 해안지역을 따라 골목길, 산길, 들길, 해안길, 오름 등을 연결하여 구성되며, 제주 주변의 작은 섬을 도는 코스도 있음. 2012년 기준 올레길 방문객 수는 110만여 명임. 현재 비영리 민간단체인 사단법인 제주올레가 올레길의 관리를 하고 있음.²²⁾
- 사려니숲길은 비자림로를 시작으로 물чат오름과 사려니 오름을 거쳐가는

22) <https://ko.wikipedia.org/wiki/올레길> 참조.

숲길로 삼나무숲이 우거진 지방도 제1112호선 초입에 위치하고 있음. 졸참나무, 서어나무, 때죽나무, 편백나무, 삼나무 등 다양한 수종이 서식하고 있으며 평균고도는 550m임. ‘제주 숨은 비경 31곳’ 중 하나로 선정되었으며, 트레킹을 좋아하는 여행자들에 인기가 높음.²³⁾

■제주4·3길은 4·3사건 당시 역사적 장소들을 둘러보는 산책길로 현재 안덕 동광마을 4·3길을 비롯하여 남원 의귀마을 4·3길, 표선 가시마을 4·3길, 조천 북촌마을 4·3길, 한림 금악마을 4·3길, 오라동 4·3길 등 6곳의 4·3길이 존재함. 교육적 차원에서 해마다 방문객이 증가하는 것으로 나타나고 있음.²⁴⁾

■종교와 관련하여 운영되는 길로는 천주교 순례길 및 불교의 선정의 길 등이 있음. 그외 애월에서 곽지리 해안까지 이어지는 애월읍 한담리 해안산책로 등이 유명함.

3-1-2. 제주도 문화의 거리

■제주도 곳곳에서도 작가의 산책길과 비슷한 문화와 관련된 거리사업들이 동기간 18개가 존재함. 행정조직의 성과 경쟁으로 수많은 거리들이 탄생하였으나, 어느 하나도 문화브랜드로 성장하지 못한 측면을 가지고 있음.

〈표 2-3〉 제주도내 테마거리(2014년 기준)

번호	명칭	주관부서	위치	주요사업 내용
1	이야기가 있는 야간 테마거리	제주도 관광정책과	문화칼라 네거리~그랜드호텔 4거리(400m)	인도포장(공자길), 경관조명시설(입구상징조형물, 방언 보도바닥, 수목보호대 등), 간판정비(가로형 간판 142개, 돌출형 간판 124개)
2	빛의 거리	제주도 지역경제과	중앙로일원(관덕로~동문로, 탑동~남문로)	경관조명(바닥등, 수목등) 설치, 해변탑 경관조명 설치, 지하상가 출입구 게이트경관조명, 중앙로 일원 디자인 조형물설치(벤치, 환

23) https://ko.wikipedia.org/wiki/사려니_숲길 참조.

24) 뉴스제주, ‘제주4·3길 탐방객, 2.5배 증가(<http://www.newsjeju.net/news/articleView.html?idxno=314415>)’ 참조.

번호	명칭	주관부서	위치	주요사업 내용
				기구마감 등)
3	자연의 거리	제주도 지역경제과	남문로~탐동사거리	돌판석 포장 (L=750m), 벤치 33 개소
4	문화의 거리	제주도 지역경제과	관덕로~동문로터리	돌판석 포장 (L=860m), 벤치 27 개소
5	영화의 거리	제주도 지역경제과	산지천~칠성로4가	그림타일 시공 (67m), 동작인식 조명 1개소
6	청소년 녹색테 마거리	제주시 이도2동	이도2동 학생문화원 서측 /산지천 주변	돌화단 6개 조성, 다년초 꽃·활 엽수식재, 벤치시설 등
7	탐동 테마거리	제주도 도시경관과	서부두 횡집거리~동한 두기 구름다리입구	보안등, 바닥등, 볼라드등(27개), 농구장 5면, 족구장 2면, 휴게 그 늘막(파고라)3개소 등
8	고마로거리	제주도 도시경관과	인제4거리~일도지구 4 거리	말조형조명, 수목등, 말발굽조명 (148개)
9	원스푸드캠페 인시범거리	제주도 위생관리과	일도1동 간수로(제일은 행) 입구~건입동 흑돼지 거리(240m)	지주간판 1개소
10	서문가구거리	제주시 용담1동	용담1동285-1~용담1동 144-8	서문가구거리 야관경관, 조명 11 개소, 서문가구거리 현판 1식
11	추억앓거리	제주시 도두동	도두1동 2632 번지 (L=390m)	추억의 놀이 모형조형물 7개소
12	바오젠거리 (연동 차 없는 거리)	제주도 건설 과/관광진흥 과	연동7길안내소-바오젠 거리내(연동 272-56)	거리조성 L=450m B=10m, 판석 포장, 한전지중화, 벽천폭포, 경 관조명, 식수대, 관광안내소 설치 (26㎡)
13	삼성혈 문화의 거리	제주도 문화정책과	신산모루 사거리~삼성 혈 입구~제주성지	소공원 조성, 보도 및 가로등 정비, 도로포장, 전주지중화, 간판 및 외 벽정비, 구 병무청 리모델링 등
14	문화예술의 거리	제주도 문화예술과	삼도2동 옛 제주대병원 인근	교통 및 주차개선사업, 아웃테리 어, 공방,아트숍운영, 랜드마크 조성사업 등
15	이중섭거리	서귀포시	이중섭미술관 및 적거리	거주지 복원, 전시관·미술관건

번호	명칭	주관부서	위치	주요사업 내용
		문화예술과	인근	립, 공원, 주차장, 창작스튜디오 조성 등
16	서귀포칠십리 음식특화 거리	서귀포시 사회복지과	서북전시관~천지연입구	칠십리음식특화거리 선포식, 음식특화거리 아치조형물 설치, 아치조형물 보강공사, 야간경관 LED조명시설 공사
17	먹거리명소 아랑조을거리 1, 2번가	서귀포시 사회복지과	서귀동 306-2일대	아랑조을거리1번가 배전선로 지중화 (L=350m), 대형아치 4개소, 인도 설치, 목재형 조명등 26개소, 음악송출시설 1식, 벽화조성사업,아이덴티티 개발 1식 등
18	솔동산문화의 거리	제주도 문화정책과	태평로수협앞~밀라노삼거리(L=900m)	인도확장 및 가로등정비, 도로포장, 전망대설치, 조형물설치, 주민쉼터조성, 소공원조성 등

※ 자료 출처 : 제주특별자치도의회 내부 자료, 김용범(2014) 자료를 수정보완 사용함.

- 작가의 산책길과 많은 부분 중첩되는 조례 가운데 ‘제주특별자치도 문화의 거리 조성 및 운영 조례’에 의한 문화의 거리는 제주시 2개, 서귀포시 1개가 지정·운영되고 있음.

〈표 2-4〉 제주특별자치도 문화의 거리 지정 현황

지역	거리명	내용	지정년도
제주시	삼성혈 문화의 거리	삼성혈 맞은편에 “건고 싶은 삼성혈 문화의 거리”라고 새겨진 사람 인(人)모양의 커다란 조형물과 주민센터 방향으로 걷다보면 아파트 벽면에 전시된 「이도1동 지역의 옛 모습」, 「오현(五賢)의 시」, 「삼성신화」를 감상할 수 있음.	2009
	삼도이동 문화의 거리	2009년 제주대학교 병원의 아래동 이전으로 인하여 기존 상권의 침체로 인한 빈 점포 증가 및 유동인구 감소로 공동화 현상이 심화됨. 이에 따라, 지역의 문화요소를 담은 문화예술의 거리 조성을 통한 유동인구 유입 및 자생력 배양으로 지역경제 활성화에 기여하기 위한 목적으로 조성.	2019

지역	거리명	내용	지정년도
서귀포시	솔동산 문화의 거리	서귀포 구도심권 재생사업 및 문화 향유 공간 조성과 이중섭 거리 등 주변 문화, 관광 자원과 연계 개발하여 경제활성화 및 관광객 유입을 목표로 서귀포시 수협사거리-서귀진성 문화재지구 등으로 이어지는 솔동산 일대 구간 900m를 지정	2011

※ 자료 출처 : <http://www.jeju.go.kr/culture/art/> 서귀포신문(<http://www.seogwipo.co.kr>) 참조 재구성

- 이중 솔동산 문화의 거리는 2015년 제주특별자치도의회에 의정질의에서 2011년 이후 4년 동안 총23억원이 투입되었지만 실효성을 지적 받아,²⁵⁾ 2016년 솔동산 8경 발굴 및 해설사를 배치 운영 중에 있음. 솔동산 8경은 서귀진지의 노인성 ‘무병장수’를 테마로 하고 있음(제주일보, 2016.04.20.).
- 8개의 이야기를 살펴보면 1경 서귀진성(西歸鎭城), 2경 목사고목(牧使古木), 3경 서진노성(西鎭老星), 4경 신작대로(新作大路), 5경 장수지원(長壽之園), 6경 송산고적(松山古跡), 7경 중섭휴의(仲燮休椅), 8경 백년수로(百年水路)임.

- 서로 영향을 주고 받는 작가의 산책길과 인접해 있는 특성화거리 현황은 다음과 같음.

〈표 2-5〉 서귀포시 특화거리 현황

거리명	거리소개	지정년도
명동로 · 이중섭거리	많은 작품을 남긴 비운의 천재 이중섭 화백의 기념 미술관이 있는 거리	1996
아랑조을거리	아랑조을거리는 알아서 좋을 거리라는 뜻의 제주어로, 2013년 농림축산식품부 지정 우수외식업지구에 포함된 맛집특화거리	2005
칠십리음식특화거리	서귀포의 칠십리 해안을 따라 조성된 음식특화거리로서, 청정 제주 바닷가에서 갓 낚아 올린 싱싱한 재료로 만든 제주의 향토음식을 만나 볼 수 있는 곳	2008

※ 자료 출처 : 공공데이터포털(<http://www.data.go.kr/data>)

25) '솔동산 문화의 거리'는 지난 2011년 이후 4년 동안 총 23억 원을 투입하였는데 실제로 가보면 조형물 설치와 인도정비 뿐, 작가의 산책길과도 겹치는 부분도 없다. 문화적으로 상징구역도 아니다.'라며 '오히려 작가의 산책길에 투자했다면 투자의 실효성이 있었을 것'이라는 지적을 받기도 함(제주도민일보, 2015.07.20.).

- 따라서 작가의 산책길은 제주도내에서는 20여개의 유사길과 경쟁하고 있으며, 서귀포 내에서도 4개의 거리사업과 경합 위치에 놓여 있음. 각 거리 사업들이 상호 시너지(Synergy) 효과를 기대할 수도 있으나 그렇지 못한 경우 긴장상태를 유지하거나 무용지물이 될 수도 있음.

3-2. 문화예술시장 관련 제주도 사례

3-2-1. 제주 국제아트페어

- 제주 아트페어는 미술시장의 불모지였던 제주에 2014년 처음으로 열린 후 매해 국내외 예술가들이 참여하는 미술시장임. 제주아트페어운영위원회가 주최가 되고 사단법인 제주예업사와 비아아트가 주관처가 되고 있음.²⁶⁾
- 최근 2014년부터 2018년까지 제주시 원도심 샛물골 여관길에서 개최되온 제주 아트페어에 대한 문화적 특구 기반을 모색하고 있음.²⁷⁾

3-2-2. 바이제주(Buy-JEJU)

- 바이제주(Buy-Jeju)는 제주지역 소품가게임. 현재 제주공항 근처 용담해 안도로 2층 건물에 위치한 바이제주는 300여명의 제주 작가들이 만든 소품들을 판매하고 있음. 제주스러운 소품과 감성문구가 방문객들에게 인기를 얻고 있는 가게임. 300여명 작가들의 생활안정을 위해 현금 구매를 제안하고 있으며, 제작 초기부터 기획, 제작회의를 통해 새로운 소품을 만들어가고 있음.
- 작가들의 행복과 제품의 질을 위해 주문 후 마감일을 정하지 않는 방식으로 운영되며, 작가와 소비자가 상생하는 구조를 지향하고 있음. 이러한 작가들의 제품 판매는 아트페어와는 다른 형태의 예술시장의 가능성을 보이며, 방문객들에게 각광을 받고 있음.

26) 제주아트페어 홈페이지(<http://www.jejuartfair.kr/about.php>) 참조.

27) 제주신문(2020.06.10.) '제주 아트페어 방향 모색자리 마련(<http://www.jejuexpress.co.kr/news/articleView.html?idxno=107508>)' 참조.

3-3. 공공미술 관련 제주도 사례

- 국내에서 2006년~2007년 동안 ‘아트 인 시티(Art in City)’ 프로젝트를 실시하는 동안 전국적으로 많은 벽화마을이 생겨남. 이어 2009년부터는 마을미술프로젝트가 시작되어 일상 속 미술이 널리 확산됨. 이로 인해 도시 및 마을공동체가 재생되는 효과가 발생되기도 함.
- 제주지역에서는 2007년 ‘제주공공미술시범사업 ART scape JEJU’ 사업이 처음으로 시도됨. 당시 제주시 건입동과 남초등학교, 서귀포시는 문화공원 등에서 공공미술 사업을 추진함.
- 2008년도에는 공모사업으로 전환하면서 제주시 두메이골목과 서귀포시 동흥동이 대상지역으로 선정됨. 이후 제주지역에는 공공미술이라는 이름으로 수많은 작품들이 생활공간 주변에 그려지고 설치됨.
- 제주문화예술재단이 2019년 공공미술전수조사 결과에 따르면 수백건의 작품들이 도내 곳곳에 산재해 있음. 이 가운데는 공공미술이라는 이름으로 제작된 작품과 마을에서 자체 제작한 작품들이 뒤섞여 있는 것으로 조사됨.
- 당시 설치된 공공미술 작품 가운데 지금도 유지되면서 확장되는 동네가 있는 반면에 작품이 훼손되어 철거되거나 흉물로 남아 있는 경우도 발생하고 있음.
- 공공미술 조성목적이 방문객 유인을 위한 것이라면 처음 조성되고 잠깐 방문객이 찾지만 새로운 볼거리가 제공되지 않으면 재방문이 어려움. 때문에 일부 지자체에서는 상징적인 작품을 제외하고 수시로 보수작업을 하거나 변형을 주기도 함. 공공미술이 ‘Public Art’와 ‘Social Art’가 혼재되어 있기 때문임. 거리의 예술은 특정집단의 이해를 표현하기 보다는 사회적 관계에서 생산되고 유지되는 예술이기 때문임.
- 제주에서는 김녕 금속공예 벽화마을과 제주시 두메이골목, 남수각 하늘길 벽화거리 등이 많이 알려져 있음. 김녕 금속공예 벽화마을은 제주올레길 20코스길 안에 있음. 두메이골목 벽화는 한국민족예술인총연합 제주도지회가 공공미술 공모사업을 통하여 만들어짐. 공공미술 공모전에 당선된 작품들과 인근 3개 초등학교 1,500여명의 그림을 벽화로 제작하였고 2009년 제주시 숨은 비경 31곳 중 하나로 선정됨.

Ⅲ. 작가의 산책길과 문화예술시장의 기원과 현황

1. 작가의 산책길 형성과 전개

1-1. 마을미술프로젝트의 시작

- 2009년 예술 뉴딜정책의 일환으로 작가들의 일자리를 창출하고 작품활동을 지원하는 것을 목적으로 마을미술프로젝트 사업이 시작됨. 초기에는 전국의 각 지역을 골고루 지원한다는 원칙을 고수하면서 각 도별로 한 곳씩 할당하여 지원하였지만 해를 거듭하면서 선택과 집중이 이루어짐.
- 마을미술프로젝트는 공모사업과 이를 통한 미술마을 조성으로 미술과 여행에 관심 있는 이들에게 매력적인 관광지를 제공함으로써 지역재생과 경제활성화 도모를 위해 지금도 추진 중임. 때문에 추구 목적은 작가와 주민, 마을의 관점에서 접근하고 있음. 이를 요약하면 아래와 같음.

〈표 3-1〉 마을미술프로젝트의 목적

구분	목 적
작가	- 예술가들 일자리 창출, 창작의 장 제공 - 지역의 공공미술 작가 육성
주민	- 지역주민들이 예술작품 참여의 기회제공 - 일상생활 속에서 주민들의 예술 향유 - 지역에 대한 자긍심 고취

구분	목 적
마을	- 특색을 가진 지역의 거점과 공간을 문화예술 공간으로 재창조 - 대규모 미술마을 조성 and 일상공간의 예술적 재구성을 통한 지역의 랜드마크 창출 - 지역의 독특한 이야기를 브랜드화하여 새롭고 참신한 문화, 예술, 관광산업의 패러다임 개발

※ 자료 출처 : 마을미술프로젝트(<http://maeulmisul.e-bizs.net>) 참조 재구성

1-2. 작가의 산책길 형성

- 작가의 산책길은 크게 3개의 갈래로 구분할 수 있음. 거점공간과 작품을 감상하는 산책길과 산책길 핵심공간인 이중섭 거리에서 주말에 펼쳐지는 예술시장 사업, 애플랫폼 사업으로 추진된 옛 동방극장의 공연사업으로 구분됨.
- 작가의 산책길은 마을미술프로젝트의 일환으로 추진된 사업임. 문화체육관광부가 주최하고 (재)아름다운맵과 (재)한국공예디자인문화진흥원 그리고 당선 지자체가 주관한 공공미술 사업임.²⁸⁾
- 작가의 산책길은 2011년 5월 28일 4.9km로 개설하였음. 탄생 배경은 2010년 하반기 직원으로 구성된 액션러닝팀의 제안으로 채택한 시책사업임
- 작가의 산책길은 3단계로 추진되었음. 최초 발생은 서귀포시 내부 정책사업으로 추진하였으며 계획의 구상과 당시 정부의 공공미술지원정책과 맞물려 1단계 사업(2012년)이 추진됨. 이후 초기 계획에 포함된 아트플랫폼 사업이 2단계 사업으로 추진됨(2013년). 마지막으로 작가의 산책길 잔여구간에 대한 3단계 사업(2014년)이 추진됨. 사업추진은 외부의 제안이나 서귀포시 중장기계획 수립 절차 등을 거치지 않고 행정 내부의 제안에 따라 정책으로 채택되었음. 이후 관련된 공모와 맞물려 사업이 확장된 사례라고 볼 수 있음.
- 2012 마을미술프로젝트는 공모 당시 '생활공간 공공미술로 가꾸기, 2012마을미술프로젝트'라는 명칭으로 사업기간은 2012년 3월부터 2013년 2월까지였음.

28) <http://culture.seogwipo.go.kr> 및 <http://maeulmisul.e-bizs.net> 참조 재구성.

- 사업지는 전국 11곳이 선정되었으며 서귀포시의 경우 행복프로젝트분야에 선정됨. 대규모 미술마을을 조성하는 프로젝트로써 총예산이 14억원 이상 (국비 5억원, 지방비 9억 3천만원)을 투입됨.
- 주제는 유토피아로이며 판타지의 기운이 서려있는 서귀포에 예술길을 만들어 오늘의 유토피아, 예술의 유토피아 실현을 목표로 함. 길을 걸으며 예술작품을 만나고, 그 길 위에서 사람을 만나고, 사람을 만나서 이야기하며 노는 곳, 그곳이 바로 유토피아라고 규정함. 유토피아는 사람에 의하여 만들어지고 사람에 의하여 실현된다는 취지를 갖고 응모. 공모 당시 구간은 서귀포시 송산동, 정방동, 천지동 일원 4.3km임.

■당시 공모계획서에 따르면 지역의 역사·문화자원·생태환경을 바탕으로 구도심권에 산재하고 있는 미술관을 연계, 낡은 건물, 빈 집 등을 예술가들의 창작공간, 전시공간, 체험공간으로 조성하여 도시를 하나의 거대한 '벽없는 미술관'으로 조성한다는 목적을 제시하고 있음.

- 마을미술프로젝트를 통하여 폐가 등, 혐오시설을 아름다운 예술작품으로 변화시킴으로써 주민들에게 예술적 정서를 고취, 삶의 질을 풍요롭게 만드는데 의의가 있음.

■당시 계획서의 내용은 작가의 산책길이란 제목으로 하위에 사색, 놀이, 창조, 교육으로 제시됨. 코스의 구성은 지금의 코스와 동일하게 이루어짐.

- 계획서의 사후관리 체제에서 관리기간을 2013년에서 2014년 2년으로 한정하고 있음. 주요내용을 살펴보면 마을미술프로젝트 해설사 배치, 문화예술시장 운영, 작품 보존을 위한 장기적 대책 마련, 복합문화공간 조성, 문화예술 사회적 기업 육성 등이 있음.
- 대부분 계획에 맞게 추진되고 있으나 문화예술 사회적 기업 관련 내용 분야만 실현되지 못하는 것으로 여겨짐.

■행복프로젝트 '유토피아로'는 사람을 중심으로 4개의 주제로 세분화됨. 숲길을 걸으며 제주숲의 강인한 생명력을 느끼고, 집에 살고 있는 사람들의 삶의 역사·단편·희망을 보며, 바다에서 꿈을 꾸는 사람들을 만나고, 길속에 녹아 있는 문화를 즐기는 길로 구성.

- 숲 : 셋기정공원 입구~칠십리 시공원 일원에는 강인한 생명력을 가진 제주의 숲을 모티브로 인간과 자연, 문화가 어우러지는 육체적 정신적 안식처로서의 숲을 주제로 12점의 작품이 조성.
- 집 : 서귀포구~천지연로 일원에는 삶의 터전으로서의 집을 주제로 11점의 작품이

구성.

- 바다 : 자구리 해안 일원에는 새로운 인간의 꿈의 원천으로서의 바다를 주제로 게와 아이들을 스케치하고 있는 이중섭 손의 모습을 구현한 조형화 작품 등 4개 작품 설치.
- 길 : 소암로~이중섭거리 일원에는 예향이 흐르는 곳으로 사람이 만들고 시간이 완성시킨 문화적 소통의 길을 주제로 13개의 작품 설치.²⁹⁾

■2014년에는 ‘2014 예술의 섬 프로젝트’ 사업의 일환으로 ‘Part 2. 예술섬(유토피아로) 2단계 사업’을 추진, 제주 도내작가 작품 5점 내외가 설치됨.

- 이미 조성된 프로젝트와 연결점을 가지면서 보다 신선하고 새로운 기획으로 예술섬만의 랜드마크가 될 수 있는 예술적 가치가 높은 작품들로 구성. 이를 통하여 기존 문화예술관광 산업과 차별화하여 완성도 있는 예술섬을 조성할 계획이었음. 대상지역은 뉴경남관광호텔 주차장과 칠십리교각 등 5개 권역임.³⁰⁾

■2012년 사업에 대한 평가는 매우 성공적인 것으로 평가됨. 도심공동화 현상이 매우 심각해지는 상황에서 사업추진 이후 서귀포관광극장도 되살아나고 거리와 도심이 활력을 찾음.

■작가의 산책길에는 2012 행복프로젝트 사업으로 설치된 미술작품 40점(철거 7점)과 2013 기쁨두배프로젝트(아트플랫폼) 사업으로 구)관광극장에 설치된 작품 4점이 있음. 2014년 예술의 섬 프로젝트로 설치된 작품 10점을 포함하면 총54점의 예술작품이 설치됨. 이 가운데 11점이 철거되어 현재 43점이 남아있음.

■작가의 산책길 해설사는 2011년 32명을 양성한 가운데 2019년 기준으로 29명의 해설사가 활동하고 있음. 근무형태는 평일 8개소 11명, 주말 10개소 13명의 해설사가 활동하고 있음. 배치장소는 평일 이중섭미술관(2명), 서북전시관(1명), 유토피아갤러리(1명), 커뮤니티센터(1명), 이중섭거주지(2명), 탐방팀 운영(2명), (구)서귀포관광극장(1명), 솔동산(1명)임. 주말의 경우 소암기념관(1명)과 기당미술관(1명)이 추가됨.

29) <http://www.newsje.com> 참조.

30) 2014 예술의 섬 프로젝트 내부 자료 참조.

2. 문화예술시장 형성과 전개

- 작가의 산책길 계획 가운데 하나인 문화예술시장은 이중섭 거리 일대에서 펼쳐지고 있음. 아트플랫폼 사업과 연동되어 운영되고 있음.
- 작가의 산책길에 있는 이중섭 거리는 1996년 전국 최초로 화가의 이름을 딴 문화의 거리로 지정·지정 되었으며(제주新보, 2010.03.04.), 2009년부터 길이 340m에 폭 8m 규모로 문화예술을 가미한 관광·장터거리를 조성, 보행자우선도로로 지정함(제민일보, 2013.03.11.).
 - 이후 2010년 4월부터 주말(토요일 오후 1시~일요일 밤 12시)에 한해 차 없는 거리로 운영(서귀포신문, 2010.03.04.).
- 2012년 서귀포시 내부 자료에 따르면 이중섭 거리를 작가의 산책길과 함께하는 예술시장 상설화를 통한 특화된 문화예술 공간 조성, 지역 명소화 및 문화관광상품의 브랜드화를 목적으로 개설됨.³¹⁾
 - 매주 토요일 도내 외 작가·지역주민 참여하는 사업 개최, 주요내용은 서귀포문화예술제 개최, 서귀포문화예술시장운영, 작가의 산책길 탐방 등임.
 - 독특한 공간 활용 및 다양한 작품 전시판매를 통한 예술적 가치 공유 실현과 동아리의 창작활동 모습 재현 등 이중섭문화의 거리의 취지와 부합하는 분위기를 제공하는 성과를 창출.
- 2013년 1월 문을 연 서귀포 문화예술시장은 이중섭 거주지 맞은편 도로 90m 구간에 조성됨. 한라일보(2015.09.23.)에 따르면 토·일요일 주말마다 가동되며 이중섭 거리와 작가의 산책길에 활력을 불어넣고 있음.
- 작가의 산책길이 설치미술, 공공미술 성격의 사업이라면 문화예술시장은 길이라는 공간 예술프로그램을 도입함으로써 방문객에게 다양한 흥미를 제공하는 소프트웨어 사업이라고 볼 수 있음.
- 다만 작가의 산책길, 이중섭 거리, 이중섭 미술관, 옛 동방극장(아트플랫폼)이 중첩되는 공간에서 개최됨으로 인해 명확한 성격을 찾아보기 힘들.

31) 2012 작가의 산책길+문화예술시장 운영실적 내부 자료 참조.

3. 작가의 산책길 시설물 및 작품 설치 현황

■ 현재 작가의 산책길 내에 존재하는 시설물 현황은 다음과 같음.

〈표 3-2〉 작가의 산책길 내 존재하는 시설물³²⁾

시설물명	위치	개관년도	용도
이중섭미술관	서귀포시 이중섭로 27-3	2002	미술관
소암기념관	서귀포시 소암로 15	2008	기념관
기당미술관	서귀포시 남성중로 153번길 15	1987	미술관
서복전시관	서귀포시 칠십리로 156-8	2003	전시관
유토피아갤러리	서귀포시 칠십리공원 내	2012	갤러리
유토피아 커뮤니티센터(UCC)	서귀포시 중앙로 4번길 13	2012	센터
창작스튜디오	서귀포시 이중섭로 33	2008	스튜디오
서귀포관광극장	서귀포시 이중섭로 25	1963/2015	극장
소라의 성 북카페	서귀포시 칠십리로 214번길 17-17	1967/2017	카페
덕판배 창작공간	서귀포시 칠십리공원 내	2012/2015	창작공간, 미술관

■ 작가의 산책길에 설치된 작품의 사업명과 설치 장소에서 알 수 있듯이 마을미술사업의 일환으로 추진된 것임, 이 사업은 3차례에 걸쳐 추진되면서 작가의 산책길이라는 동일 구간이지만 사업명은 서로 다르게 불리고 있음.

〈표 3-3〉 작가의 산책길 내 작품 설치 단계

구분	년도	사업명	설치장소	주관처	작품수
1차	2012년	행복프로젝트(유토피아로)	서귀동 일원	마을미술프로젝트추진위원회	40
2차	2013년	기쁨두배프로젝트(아트플랫폼)	서귀포관광극장	마을미술프로젝트추진위원회	4
3차	2014년	예술의섬프로젝트	작가의 산책길	재)아름다운 맵	10
합계					54

32) 시설물 위치, 개관년도는 각 홈페이지(이중섭미술관, 소암기념관, 기당미술관, 서복전시관) 및 홍보 자료를 참조.

- 2차 년도는 옛 서귀포관광극장의 아트플랫폼 사업의 일환으로 추진됨. 전체적으로 1차 년도 사업의 보완적 성격을 지닌 것으로 볼 수 있음.
- 옛 서귀포관광극장은 서귀포가 읍이던 1963년 건립, 단순히 영화를 상영하는 일만이 아니라 각급 학교 학예회, 문화 공연, 집회 장소로 널리 애용해왔음. 1993년 화재로 문을 닫고 방치됨. 이후 2013년 마을미술프로젝트 기쁨두배프로젝트 사업의 일환으로 1억5천만원의 예산을 지원, 5명의 작가가 참가하여 4점의 작품을 제작. 극장안에 예술작품들이 설치되고 공연, 시낭송, 시민들의 동호회의 공연을 위한 장소로 활용됨.
- 한편 공공미술작품의 관점에서 보면, 솔동산 문화의 거리 조성 등 다른 사업에 의해 작가의 산책길 내에 다른 미술작품들이 설치되었는데, 서귀포 전체적으로는 공공미술작품은 90~100여개 됨.
- 애초 2012년 행복프로젝트의 일환으로 이루어진 마을미술프로젝트를 통하여 40개의 작품이 1차적으로 설치됨.

〈표 3-4〉 2012 마을 미술프로젝트 작품 목록(2012.03.23.~2013.04.12. 설치)

번호	작가명	작품명	작품위치	일몰기간	비고
1	이승택	제주돌담	셋기정 공원입구	반영구	
2	이광진	셋기정, 구름으로 살다	셋기정 공원	5년	
3	정만호	물의 축제	셋기정 공원	반영구	
4	조성구	셋기정원	셋기정 공원	반영구	
5	이승수	영원한 생명	셋기정 공원	3년	
6	서귀포 미협	서귀포의 숨	시공원 빈집	2년	
7	유한집	칠십리 시공원 시집 (poem house)	시공원 빈집 외관		
8	김백기	몸과 마음으로 풀어놓은 제주도 잔상	칠십리 시공원 빈집	2년	철거
9	김정은, 이유현	칠십리 영(影) 탐사대	칠십리 시공원 빈집	5년	영상 철거
10	전종철	경계선 사이에서	칠십리 시공원 연못	반영구	
11	최미경	혼자 즐기는 의자	칠십리 시공원	10년	
12	이유현, 김정은	유토피아로 생태보물섬	칠십리 시공원	2년	

번호	작 가 명	작 품 명	작 품 위 치	일몰 기간	비 고
13	고봉수	영원한 항해	칠십리로 14	반영구	
14	명연숙	조가비와 파도	천지연로 42	5년	
15	김지훈	詩가담긴우체통	솔동산로 34	10년	
16	정태호	wind of 제주	천지연로 29	5년 이상	2019년 철거
17	김와곤	마실 나들이	천지연로 26	5년	
18	양현진	23번길, 산책길	천지연로 23	5년	
19	박천옥	화해의 쉼터	천지연로 21	3-5년	
20	조영진	잠녀 바다를 품다	천지연로 17-2	4년	
21	김군선	Natural Wave	천지연로 9	3년	철거
22	박건주	흰 파도 검은 바위	천지연로해군부대외벽	5년	
23	제주서예문인회총연합회	맨발로 걷는 문화마당	자구리공원	7년	
24	송필	실크로드-바람길	자구리공원	반영구	
25	송창훈	쉬엄갑씨	자구리공원	반영구	
26	정미진	계와 아이들-그리다	자구리공원	반영구	
27	고정순	아트파고라	자구리공원	반영구	
28	신용구	꿈길을 걷다	서복전시관담장	2년	철거
29	최인호(이문영)	드림-DREAM	소암로 35	20년	
30	부지현	流	소암로 29	5년	소유주작품철거요청
31	이강준	서귀포이야기		5년	
32	안성희	행복한 사진관, 정방디피사	소암로 20	2년	철거
33	김구해	문자향-탐라	소암로 12-1	5년	
34	윤덕현	흔적	부두로 4	5년	소유주작품철거요청
35	김범수	이중섭의 꿈	이중섭공원	반영구	
36	송재경	길 떠나는 가족	이중섭거리	반영구	
37	이재형, 최인경	제주, 빛, 길	중앙로13	5년	철거
38	김종대	커뮤니티센터	중앙로13	반영구	
39	아트샵	유토피아로 아트샵(UCC)	중앙로13		
40	서귀포미협	유토피아로 아카이브	중앙로13		

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■2차 기쁨두배프로젝트에서는 4개의 작품이 설치되었음.

〈표 3-5〉 2013 기쁨두배프로젝트-아트플랫폼(2013.08.~2013.12. 설치)

번호	작가명	작 품 명	작 품 위 치	존치 기간	비고
1	전종철	경계선사이에서2	옛 서귀포 관광극장	반영구적	철거
2	이재형	매트리스 구부리기	옛 서귀포 관광극장	반영구적	
3	유영민	문(門), 푸른바다를 열고	옛 서귀포 관광극장	5년	
4	이성은	휘파람 칠십리	옛 서귀포 관광극장	반영구적	철거

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■마지막 3차에서는 예술의 섬 프로젝트를 통하여 10개가 설치되어, 총 54개의 작품을 설치하게 됨.

〈표 3-6〉 2014 예술의 섬 프로젝트(2014.04.~2014.12. 설치)

번호	작가명	작품명	존치기간
1	스타치울리	Seo gwipo '14, 2014	반영구
2	레오나르	WING/JEJU merian	반영구
3	솔라노	Growth in the path of life	반영구
4	엄태정	氣- “바람” + “파도” -제주도	반영구
5	조성묵	Communication	반영구
6	고순철	나는 이제 서귀(西歸)로 간다	2014.10~2019.12
7	박금옥	만남-징검다리	2014.10~2019.9
8	강문석	초원	2014.10~2017.10
9	안병근	태고의 노래	2014.10~2020.10
	양미경		
10	유창훈	書戲(서희)	2014.10~2017.10

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■이 3차에서는 5개의 권역을 나누어 미술작품을 설치함.

〈그림 3-1〉 2014 예술의 섬 프로젝트 권역별 배치(2014.04.~2014.12. 설치)



■ 또한 설치 당시 작품들에 대하여 일몰제를 적용함.

〈표 3-7〉 작가의 산책길 내 일몰제 적용 작품 현황

일 몰 기 간	2012년도 작품	2013년도 작품	2014년도 작품
일몰불필요	2작품	—	—
2년~4년	8작품	—	2작품
5년~20년	23작품	1작품	3작품
반영구	7작품	3작품	5작품
합 계	40작품	4작품	10작품

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■ 현재 작가의 산책길에는 초기 54개 작품에서 현재는 43개 작품만 유지되고 있음. 11개의 작품은 일몰제 등으로 철거된 상태임.

Ⅳ. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 현안과 문제점

1. 운영주체 분야

1-1. 운영위원회의 부재

- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영주체에 대한 파악을 위해서는 조직 및 기능의 문제가 중요하며, 조직 및 기능의 문제에서는 두 개의 시선 유지가 필요함. 하나는 작가의 산책길에 대한 것과 다른 하나는 작가의 산책길 내에 존재하는 시설물들과 작품들에 대한 것임. 운영주체의 문제와 관련하여 관련 조례 제6조에서는 도지사가 작가의 산책길 및 문화예술시장을 직접 관리·운영하되, 효율적인 운영을 위하여 필요한 경우 문화예술시장의 운영을 문화예술 관련 비영리법인이나 단체에 위탁할 수 있도록 하고 있음. 제7조에는 도지사가 작가의 산책길 및 문화예술시장의 효율적인 운영·관리에 필요한 사항을 심의하기 위하여 도지사 소속으로 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영위원회(이하 운영위원회)를 둘 수 있고, 10명 이내의 위원으로 구성될 수 있음. 그러나 작가의 산책길 내 시설 및 작품 관리에 대한 운영주체는 별도 두지 않고 운영위원회에서 이를 소화하도록 되어 있음.
- 운영위원회에는 당연히 서귀포시부시장, 문화예술업무 총괄 국장으로 하고, 위촉직에는 문화예술, 관광 등 전문적 식견과 경험을 가진 사람 중에서 도지사가 임명 또는 위촉한 사람이 포함됨.이 운영위원회는 운영·관리에 관한 사항을 비롯하여 운영 기본계획에 관한 사항, 운영 행사지원에

관한 사항, 위탁운영에 관한 사항, 작품설치 등 문화시설 설치에 관한 사항, 그 외 운영 발전을 위하여 필요한 사항 등에 대하여 심의 기능을 가지고 있음. 명목상으로 도지사가 운영주체이지만, 실질적으로는 운영위원회가 운영의 주체로 볼 수 있음. 그러나 현재까지 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영위원회는 구성되지 못함.

■ 현재 운영은 서귀포시 문화예술과가 주민협의회에 위탁하고 있는 실정으로 운영주체의 기능을 되살리는 일이 시급함. 실상 운영위원회에서 관리해야 할 중요한 기능들이 작동되지 않고 있음. 특히 운영 기본계획에 관한 사항의 부재는 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 장기적인 안목이 부재한 채로 단편적인 이슈로 운영이 이루어지고 있음을 방증하는 것임. 특히 작가의 산책길 및 문화예술시장은 전문성이 필요한 영역으로 주민협의회 위탁사업으로는 한계가 있음.

■ 또한 작가의 산책길 내에 존재하는 작품들의 경우 조례상에서 문화시설물로 정의함으로써 예술작품에 대한 전문적 관리가 부재한 상황임. 설치와 관리적 측면에서 문화시설은 대개 건축법에 의하여 이루어지는데, 예술작품들의 경우 저작권 및 소유권 등의 문제에서 문화시설과 다른 구조를 가지고 있어 설치와 관리적 측면에서 문화시설에 대한 시선으로 이루어지기에는 무리가 있음. 따라서 작가의 산책길 내에 존재하는 작품들에 대해서는 공공미술작품 관리와 같은 전문적 시선들이 필요하며, 전문가 및 작가들을 포함한 운영주체 설정이 필요함.

1-2. 다양한 관계부서의 혼재

■ 문화예술시장 및 문화관련 시설물의 경우 공모절차를 통하여 위탁업체를 선정하고 있음. 현재는 서귀포시 문화예술과에서 주민협의회에 위탁을 주고 있으며, 주민협의회는 매년 전국 예술공연팀들의 예약을 받아 운영하고 있음.

■ 작가의 산책길에 대한 제안은 서귀포시 공무원 집단으로부터 시작하여 창발적 아이디어라는 호평을 받았으나 1~2년 후 명확한 주체의 부재로 점차 탐방객이 감소하고 원래 취지가 퇴색되는 등 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 서귀포시의 의지를 재확인할 필요가 있어 보임.

- 작가의 산책길 내 존재하고 있는 시설물들의 경우 크게 이중섭 및 기당 미술관 · 소암기념관 · 서복전시관 등 전문 관람공간과 커뮤니티센터, 서귀포관광극장, 창작공간, 소라의 성(북카페) 등 활동 공간으로 나눌 수 있음. 이중 이중섭 및 기당 미술관과 소암기념관은 서귀포시 문화예술과 미술관 운영팀에서 운영관리를 하고 있으며, 서복전시관은 문화시설팀에서 운영관리하고 있음.
- 작가의 산책길과 문화예술시장은 기존의 상존하고 있는 시설물들과 도시 공간들을 연계하여 사용하는 관계로 관계부서가 다양하게 산재되어 있음. 이들의 소통창구를 마련할 수 있는 중심적인 운영주체의 부재로 작가의 산책길과 연계성 없이 독자적으로 운영 관리되고 있음. 시설물들이 작가의 산책길과 직접적으로 연결되어 있다는 인식이 낮음.

〈표 4-1〉 작가의 산책길 내 시설물 운영관리 주체

시설물	운영관리주체	비고
칠십리공원	서귀포시 공원녹지과	
셋기정공원	서귀포시 공원녹지과	
미술관 기념관	서귀포시 문화예술과 미술관운영팀	
창작스튜디오	서귀포시 문화예술과 미술관운영팀	
전시관	서귀포시 문화예술과 문화시설팀	
공원 내 문화재 지구	서귀포시 문화예술과 문화재지원팀	
공원 내 미술작품	서귀포시 문화예술과 문화시설팀	
유토피아 커뮤니티센터(UCC)	서귀포시 문화예술과 문화예술팀, 주민협의회	
유토피아 갤러리	서귀포시 문화예술과 문화예술팀	
서귀포관광극장	민간소유	사유지
소라의 성 북카페	서귀포시 관광진흥과	
솔동산 문화의 거리	문화예술과, 송산동사무소	
이중섭 거리	문화예술과, 정방동사무소	

1-3. 주민협의회 의 한계

- 현재 작가의 산책길 및 문화예술시장과 관련하여 위탁사업을 진행하기 위하여 주민협의회가 만들어짐. 주민협회의 정식 명칭은 '서귀포시 원도심 활성화와 작가의 산책길 활성화를 위한 지역주민협의회(이하 주민협의회)'으로 정방동, 송산동 주민들이 참여하고 있음.
- 주민협의회는 사단법인으로 사무국과 이사진으로 구성되어 있음. 이사진에서 결정된 사항을 사무국이 운영하는 형식임.
- 위탁받은 사업 범위 외에도 서귀포시 문화의 거리 내 설치된 공공미술작품에 대한 문의와 관리 등이 요구가 시민들로부터 접수되고 있음. 사업범위에 대한 시민들의 인식이 서귀포시내 공공미술 관련은 위탁업체인 주민협의회가 관리하는 것으로 인지하는 경향이 발생하고 있기 때문임.
- 서귀포시내 공공미술에 대한 정확한 관리주체가 드러나지 못함으로써 발생하는 문제임으로 작가의 산책길 내 작품과 문화의 거리 등 서귀포시내 설치된 작품의 관리 주체를 명확히 할 필요가 있음.
- 행정과 지역민들의 현실적 갈등을 위탁 주는 것으로 해결하는 방식은 오히려 현안을 회피하는 것으로 보임.

1-4. 작가의 산책길 해설사 운영과 관리의 문제

- 작가의 산책길 해설사와 관련하여 해설사 또한 공급자적 측면에서 운영관리 주체의 한 부분으로 볼 수 있음. 조례에는 작가의 산책길 탐방객을 위하여 도지사가 작가의 산책길 해설사 양성과정을 운영하고 수료한 자를 배치할 수 있음. 처음 작가의 산책길 해설사 배출은 2011년에 이루어졌는데, 이때는 문화관광해설사들을 대상으로 의무적으로 작가의 산책길과 관련된 교육을 실시하였음. 이후 2차 교육에는 문화관광해설사들 중 지원자를 대상으로 하였는데, 6~7명 정도가 신청을 하였기 때문에 1차 작가의 산책길 해설사 양성과정 수강생 모집이 이루어졌으며, 이를 계기로 작가의 산책길 해설사가 별도로 탄생하게 됨. 이후 작가의 산책길 해설사 양성과정 수강생 모집은 지속적으로 이루어지지 않았음. 이는 수요가 달라지지 않았기 때문으로 추정됨.

- 현재 작가의 산책길 및 작가의 산책길 내 있는 시설물들에는 문화관광해설사와 작가의 산책길 해설사가 공동 배치되고 있는데, 이러한 공동 배치는 여러 측면에서 긴장 요소를 내포하고 있음.
 - 작가의 산책길 탐방과 관련하여, 2020년 이전까지 주중 단체 탐방객에 대해서는 문화관광해설사가 맡았으며, 주말 단체 탐방객에 대해서는 작가의 산책길 해설사가 배치되어 있음. 이는 성격이 다른 두 해설사 그룹이 혼재된 상태에서 탐방과 해설을 병행하면서 긴장 요소를 지님.
 - 마찬가지로 이중섭 미술관, 소암기념관 등 거점 미술관 전시관에서는 문화관광해설사와 작가의 산책길 해설사가 상존하며 실제 전시 내용을 안내하는 역할 등을 하고 있으나, 이로 인한 갈등들이 나타나고 있음.
 - 특히 미술관 및 기념관의 작품이 바뀔 때마다 탐방객 설명을 위해 스스로 혹은 소그룹을 이루어 공부하고 있으나 전문적인 작품을 설명하는 데에는 한계가 고정됨.
- 현재 작가의 산책길 해설사가 배치되어 있는 문화시설물들은 평일 이중섭 미술관(2명), 서북전시관(1명), 유토피아갤러리(1명), 커뮤니티센터(1명), 이중섭거주지(2명), 탐방팀 운영(2명), (구)서귀포관광극장(1명), 솔동산(1명) 임. 주말의 경우 소암기념관(1명)과 기당미술관(1명)에 추가되고 있음. 이러한 문화시설물 배치가 타당한지에 대한 재고가 우선 필요하며, 만일 배치되었을 때, 이들의 역할에 대한 명확한 가이드라인이 제시되어야 할 것으로 보임.
- 한편으로 탐방객 수가 줄어들면서 작가의 산책길 해설사 등에 대한 수요가 줄면서 수강생 모집이 이루어지고 있지 않아 해설사의 평균 연령의 증가하고 있으며, 이는 탐방중심의 해설사 역할이 거점 공간 배치로 이어지다보니, 갈등의 원인이 되고 있는 부분도 나타남.
- 또한 문화관광해설사는 직접 관련 조례가 있지만, 작가의 산책길 해설사의 경우 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 조례 상의 한 항으로 규정하고 있어, 이들에 대한 교육, 처우, 역할 등에서 불평등한 요인이 발생하고 있음. 현재 작가의 산책길 해설사 보수 교육은 전반적으로 1년에 2회(상반기 1회, 하반기 1회) 이루어지고 있는데, 하반기는 다른 지역 답사로 대체되고 있음.

- 작가의 산책길 해설사와 관련하여 역할재고 문제, 안전 및 체력문제, 사회 보험문제, 해설사 노후화문제, 교육 및 관리 문제 등이 드러나고 있음. 이는 작가의 산책길 해설사 일을 자원봉사로 볼 것인지? 근로자의 노동으로 볼 것인지에 대한 명확한 기준점이 부재한 것도 한 몫을 하고 있음.

〈표 4-2〉 작가의 산책길 해설사 역할과 교육

구분	작가의 산책길 해설사
시작년도	2011
운영관리주체	조례상 제주도/ 실제 서귀포시
역할	작가의 산책길 안내 및 거점 공간 안내
교육	2019.12. 해설사도내연수 2019.07. 해설사심화교육 2019.04. 도외연수 2018.06.~12. 인문학여행 강좌 2018.12.12. 작산해 도내연수 2018.09.28. 하반기 해설사 보수교육 2018.03.23. 상반기 해설사 보수교육 2017.12.10. 해설사 도내연수 2017.10.17. 해설사 보수교육 2017.08.01. 해설사 꽃자왈 생태교육 2017.04.18.~20. 해설사심화교육(도외연수) 2017.03.22. 해설사보수교육 2016.06.28.~29. 해설사심화교육(도외연수) 2016.02. 해설사스피치교육 및 시연 2015.11.24. 해설사심화교육 2015.09.21.~23. 해설사심화교육(도외연수) 2014.10. 해설사스피치교육 및 시연 2013~2015 관광영어회화스터디 2013.05.30. 해설사 심화교육 2013.02. 작가의 산책길 외국어 해설사 2011.12.28. 수료식

※ 자료 출처 : 작가의 산책길 해설사 내부 자료 이용

- 무엇보다 역대 서귀포 시장들이 전임 시장들의 문화정책을 승계하여 지속적으로 연계시킨 점은 문화도시를 만드는데 중요한 요소였음. 하지만 실질적인 운영주체인 위탁업체의 전문성을 담보하고 서귀포시청 내 해당과의 의지가 작가의 산책길을 지속적으로 활성화시키는 데 가장 중요한 요소가 될 것으로 보임.

2. 제도 분야

2-1. 조례 운영과 정비의 문제

- 작가의 산책길 및 문화예술시장은 다른 문화콘텐츠에 비해 운영조례 등 제도적 기반이 이루어져 있다는 점에서 제도적 근간을 갖추었다고 말할 수 있으며, 다른 문화예술콘텐츠에 비해 강점이라고 할 수 있음.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례는 2012년 4월 6일(조례 제395)제정되었으며, 이후 2014년과 2016년, 2019년 3차례 걸쳐 개정되어 오늘날에 이르고 있음.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례는 목적, 용어의 정의, 탐방로 및 구역, 기능, 문화예술행사 지원, 기본계획수립, 문화시설의 설치, 문화예술관련 업종 육성, 운영 및 운영위원회 구성과 운영, 주민협의회 구성 및 지원, 관람료, 매표, 관리지도 등을 담고 있음.
- 탐방로 및 구역과 관련하여 제정된 조례에서 작가의 산책길은 '이중섭 거주지-서귀포매일올레시장-문화예술시장-기당 미술관-칠십리 시공원-자구리해안-소남머리-서북 전시관-소정방-정도시공원-소암 기념관'으로 되어 있지만, 실제 운영되고 있는 산책길은 '이중섭 미술관-커뮤니티센터-기당미술관-칠십리 시공원-자구리해안-소남머리-서북 전시관-소정방-소암 기념관-이중섭공원' 등으로 차이가 있음.
 - 실제 리플렛(Leaflet)에는 조례에는 포함된 문화예술시장에 대한 언급이 없는 상태임.

제3조(탐방로 및 구역)작가의 산책길 및 문화예술시장은 다음 각 호의 장소로 한다.
〈개정 2014.11.12.〉

1. 작가의 산책길 : 이중섭 미술관 - 이중섭 거주지 - 서귀포매일올레시장 - 문화예술시장 - 기당 미술관 - 칠십리 시공원 - 자구리해안 - 소남머리 - 서복전시관 - 소정방 - 정모시공원 - 소암기념관에 이르는 길
2. 문화예술시장 : 작가의 산책길, 이중섭거리 및 솔동산 문화의 거리

- 작가의 산책길 기능과 관련하여 1) 작가의 산책길 탐방, 2) 작가와의 소통 장소, 3) 문화예술 작품의 전시·관람·체험·판매 장소 4) 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험 장소 5) 그밖에 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화를 위하여 필요하다고 인정되는 행사의 개최 장소 기능을 가지고 있음. 이와 관련하여 1) 작가의 산책길 탐방인원 수는 현재까지 제한적으로 파악되고 있는 실정이며, 정확한 수치는 파악이 안 되고 있는 실정임. 2) 작가와의 소통장소 기능은 애초 문화예술시장 형성 당시 작가들의 창작 작품을 판매하고 소비자가 구입할 수 있는 장소로서의 기능에 역점을 두었지만, 실제로 그러한 기능이 수행되지는 못함. 3) 문화예술작품의 전시·관람·체험·판매 장소로서 작가의 산책길 곳곳에 배치되어 있는 작품과 미술관 전시관의 전시 및 관람·체험 또한 문화예술시장에서의 판매가 이루어지고 있으나 문화예술시장에서의 판매물은 전시되어 있는 문화예술품과 관련성이 낮음. 4) 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험 장소로서 그간 활동은 연 100회를 상회하는 수준임. 5) 그 외 문화예술시장 활성화를 위하여 개최된 행사는 소략함.

제4조(기능) 작가의 산책길 및 문화예술시장의 기능은 다음 각 호와 같다.

1. 작가의 산책길 탐방로
2. 작가와의 소통의 장소
3. 문화예술 작품의 전시·관람·체험·판매 장소
4. 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험 장소
5. 그 밖에 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화를 위하여 필요하다고 인정되는 행사의 개최장소

- 무엇보다 중요한 문제는 조례 제5조의 2(기본계획의 수립)에서 도지사는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 효율적인 운영·관리를 위한 기본계획

을 3년마다 수립하도록 되어있지만, 2012년 1차 기본계획 수립 후 업데이트된 기본계획은 다시 수립되지 못함.

제5조 2(기본계획의 수립) ① 도지사는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 효율적인 운영·관리를 위한 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 3년마다 수립하여야 한다.

② 제1항에 따른 기본 계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영계획
2. 문화시설 설치에 관한 사항
3. 문화예술 관련 업종의 육성에 관한 사항
4. 그 밖에 작가의 산책길 및 문화예술시장 조성·관리에 필요한 사항

■ 제5조의 3은 문화시설의 설치에 관련된 것으로 작가의 산책길에 핵심적 요소라 할 수 있는 조각, 벽화 등을 공연장 등과 같은 문화시설로 규정하고 있으며, 실제 예술품을 관리할 수 있는 규정의 부재로 위탁을 받은 주민협의회에서는 적극적으로 나서고 있지 못함. 2018년~2019년 제주문화예술재단의 미술품 정비 사업 때 일부 보수가 됨. 이는 작품들을 어떤 시선에서 정의하느냐에 따라 지속적인 보수 관리 문제에 영향을 미치고 있음. 따라서 작품들을 지속적으로 관리할 수 있는 공공미술품 관련 조례 등을 반영할 필요가 있음. 실제로 2020년 4월 제주특별자치도 공공미술 설치 및 관리 조례가 만들어져, 이들 작품들도 여기에 포함될 예정으로 작가의 산책길에 대한 조례 개정이 필요함. 또한 조례 간 상충문제가 없는지 살펴보아야 함.

제5조 3(문화시설의 설치) 제5조의2제2항제2호에 따른 문화시설은 다음 각 호와 같다.

1. 문화예술 공연장 및 전시시설
2. 조각, 벽화 등의 문화 환경 조형물
3. 소규모 조각공원, 분수대 등의 주민 휴식공간
4. 그 밖에 해당지역의 특색을 살릴 수 있는 문화시설물

■ 제5조의 4(문화예술 관련 업종 육성)과 관련하여서는 작가의 산책길 및 문화예술시장 형성 이후 한 번도 지원된 적이 없음. 또한 어떤 지원을 의미하는지 내용 없이 지원대상 업종만 나열되어 있음. 지원대상 업종보다는 작가의 산책길 및 문화예술시장 특성을 드러내는 쪽으로 개정이 필요함. 특히 이 부분은 문화의 거리 조례와 유사한 점이 있음.

제5조 4(문화예술 관련 업종 육성) 제5조의2제2항제3호에 따른 문화예술 관련 업종은 다음 각 호와 같다.〈개정 2016.11.23.〉

1. 화실과 서도원(書圖院)
2. 화랑과 필방
3. 도자기 전시와 판매
4. 토산품 및 민속가구
5. 고서점
6. 문화예술 관련 학원과 사무실
7. 실내문화예술 공연장과 전시장
8. 그 밖에 문화예술 진흥에 필요한 업종

■ 제6조(운영 등)조항은 도지사가 작가의 산책길 및 문화예술시장을 직접 관리, 운영하되, 효율적인 운영을 위하여 필요한 경우 문화예술시장의 운영을 문화예술관련 비영리법인이나 단체에 위탁할 수 있음을 명시하고 있는데, 이 규정은 운영위원회 및 주민협의회 간의 관계설정을 애매하게 만드는 요인이 되고 있음. 현재 작가의 산책길 및 문화예술시장의 운영은 서귀포시가 주민협의회에 위탁운영을 하고 있어, 실제적으로 운영위원회의 무용지물이고 비문화예술관련 단체가 위탁을 맡는 모순된 상황이 벌어지고 있어. 이들 간의 역할과 관계에 대한 재모색과 함께 조례 재조정이 필요함.

제6조(운영 등) ① 도지사는 작가의 산책길 및 문화예술시장을 직접 관리·운영하되, 효율적인 운영을 위하여 필요한 경우 문화예술시장의 운영을 문화예술 관련 비영리법인이나 단체에 위탁할 수 있다. 〈개정 2016.11.23.〉

② 제1항에 따른 위탁에 관해서는 「제주특별자치도 공유재산 관리 조례」 및 「제주특별자치도 사무의 민간위탁 조례」에 따른다. 〈개정 2016.11.23.〉

■ 제7조(운영위원회 구성 및 운영)는 조례에 제정되어 있지만, 실질적으로 운영이 되고 있지 못한 점에 대한 시행력을 높임과 동시에 제9조의2(작가의 산책길 주민협의회 구성 및 지원) 간의 역할과 관계설정에 대한 문제를 짚어 봐야함. 특히 운영위원회 구성 및 운영, 기능에 대하여서는 3조에 걸쳐 자세히 규정되어 있으나, 주민협의회에 대해서는 기능과 역할에 대한 내용이 부재한 채로 주민협의회가 수행하는 사업에 대하여 지원할 수 있다고만 명시함으로써 운영위원회의 기능을 주민협의회가 대신하는 형국이 되고 있음.³³⁾

제9조의 2(작가의 산책길 주민협의체 구성 및 지원) ① 작가의 산책길 및 문화예술시장의 효율적인 운영·관리에 필요한 사업을 원활히 수행하기 위하여 작가의 산책길 주민협의체(이하 “주민협의체”라 한다)를 구성할 수 있다.
② 도지사는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화를 위하여 주민협의체가 수행하는 사업에 대하여 예산의 범위에서 지원할 수 있다. <개정 2016.11.23.>

■ 제10조(관람료)와 제11조(관람권), 제13조(매표 및 수표)에서는 이중섭미술관, 기당미술관, 서복전시관에 대한 통합관람료 징수를 규정하고 있음. 통합관람권은 2012년 각 미술관 및 전시관의 할인 및 연계성을 통하여 방문객의 증대 등 시너지 효과를 보기 위한 것이었지만, 실제 각 미술관 및 전시관의 낮은 관람료는 통합관람권의 필요성에 의문을 갖게 함. 실제로 통합관람권은 효용성이 낮아 현재 시행되고 있지 않음. 이에 대한 다른 방안을 모색해야 함.

■ 조례 제15조(해설사)에 대한 부분 또한 소략하여 작가의 산책길 해설사 관련 조례는 2개의 항에 불과함. 다만 작가의 산책길 해설사회에서 만든 정관 등이 있음. 반면 제주특별자치도 문화관광해설사 운영 및 지원조례가 별도로 제정되어 있어, 역할과 지원, 교육 등에 대하여 상대적으로 체계적으로 이루어진 데 비하면, 작가의 산책길 해설사 관련 부분은 구체적으로 그 역할과 지원, 교육 등에 대하여 체계성을 가질 필요가 있음.

제15조(해설사) ①도지사는 작가의 산책길 탐방객을 위하여 해설사를 배치할 수 있으며 작가의 산책길 해설사는 작가의 산책길 해설사 양성과정을 수료하여 인증을 받은 사람으로 한다.
② 도지사는 예산의 범위에서 작가의 산책길 해설사의 활동에 필요한 실비 등을 지원할 수 있다.

■ 문화예술의 거리 조성과 관련되어 지원받고 있는 다른 거리들과의 문제 및 조례들 간의 상충부분을 더욱 세세하게 살펴볼 필요가 있음.

33) 조례에서는 주민협의체로 명시되어있으나 실제로는 주민협의회로 사용하고 있어, 본연구에서는 주민협의회로 통일함.

2-2. 다른 법규와의 관계 문제

- ‘작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례’ 외에 작가의 산책길과 관련하여서는 ‘도시재생활성화 및 지원에 관한 특별법’ 및 ‘제주특별자치도 문화의 거리 조성 및 운영 조례’, 문화도시 조성 등과 관련된 조례 등에서 유사 내용들이 혼재하고 있음. 이 경우 작가의 산책길에서 문화의 거리 조성 운영 조례를 따르도록 명시하면 될 것으로 보임.³⁴⁾

〈표 4-3〉 작가의 산책길 운영 조례와 문화의 거리 조성 운영 조례 중복 사례

작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례	문화의 거리 조성 및 운영 조례
제5조 4(문화예술 관련 업종 육성) 제5조의2제2항제3호에 따른 문화예술 관련 업종은 다음 각 호와 같다.〈개정 2016.11.23.〉 1. 화실과 서도원(書圖院) 2. 화랑과 필방 3. 도자기 전시와 판매 4. 토산품 및 민속가구 5. 고서점 6. 문화예술 관련 학원과 사무실 7. 실내문화예술 공연장과 전시장 8. 그 밖에 문화예술 진흥에 필요한 업종	제3조 3. 다음 각 목에 해당하는 문화예술 관련 업종의 육성에 관한 사항 가. 화랑, 필방, 도자기 전시 및 판매 등 미술관련 업종 나. 음악, 무용, 연극, 영화 등 관련 업종 다. 토산품, 표구점, 민속품, 골동품 관련 업종 라. 사진, 건축, 서적(고서점) 등 관련 업종 마. 문화예술 관련학원 및 사무실 바. 문화예술 공연장 및 전시장 사. 전통음식 및 차의 보급·판매 아. 그 밖에 문화예술 진흥에 필요한 업종

- 작가의 산책길 및 문화예술시장이 위치하고 있는 송산동, 정방동, 중앙동, 천지동 등은 서귀포시의 옛 도심으로 도시재생활성화 및 지원에 관한 특별법의 대상 지역이므로 이 공간에 대한 재생사업은 작가의 산책길에 영향을 줄 수 있음.

- 제주특별자치도 문화의 거리 조성 및 운영 조례에서도 지역문화예술과 관련된 사항들이 들어 있어 작가의 산책길 조례와의 연계성을 감안할 필요가 있음.

34) 2012년 서귀포 휴양예술 특구 조성 사업의 경우 작가의 산책길을 중심으로 문화예술거리 권역을 설정하도록 되어 있었던 적도 있음. 이처럼 여타 사업과의 중복 문제도 고려해야 함.

- 또한 서귀포시 문화도시 선정으로 구도심 및 지역문화 관련하여 작가의 산책길 지역 등과 연계성이 있으므로 상호 관계를 고찰해야함.
- 작가의 산책길과 관련 있는 조례들 중에는 관련 법이 존재하여 규정받는 상위법이 있기 때문에, 이 경우 작가의 산책길 조례가 있다고 하더라도 다른 조례, 다른 상위법의 규정을 받기 때문에 중복 되거나 모순되는 부분들에 대한 점검이 필요함.

〈표 4-4〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 고찰 대상 조례들

번호	조례/사업명	재개정일	주무부서	작가의 산책길 관련하여	관련 법
1	제주특별자치도 도시재생활성화 및 지원에 관한 조례	2018.10.11.	도시건설국 도시계획재생과	서귀포 구도심 관련	· 도시재생 활성화 및 지원에 관한 특 별법
2	제주특별자치도 문화의 거리 조성 및 운영 조례	2016.11.23.	문화체육대외협력국 문화정책과	지역문화예술 관련	-
3	제주특별자치도 문화도시 기본조례	2018.12.31.	문화체육대외협력국 문화정책과	지역문화관련	· 지역문화진흥법
4	제주특별자치도 문화예술 진흥 조례	2020.05.13	문화체육대외협력국 문화정책과	지역문화관련	· 지역문화진흥법 · 지역문화진흥법 시행령 · 제주특별자치도 설치 및 국제자유 도시 조성을 위한 특별법

3. 목적사업 분야

- 작가의 산책길과 문화예술시장은 2009년 예술뉴딜정책의 일환인 2012마을미술프로젝트로 시작된 것으로 작가들의 일자리 창출과 창작 활동 기반을 조성함과 동시에 수요자들의 문화예술향유 창구로서 형성됨. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 주 목적 사업은 조례에 의하면 ① 작가의 산책길 탐방을 비롯하여 ② 문화예술 작품의 전시·관람·체험·판매와 ③ 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험임.
- 주요 목적사업 가운데 2012년 중기기본계획에는 작가의 산책길 및 문화예술디자인시장에 대한 브랜드 상품화 이미지 구축과 서귀포문화예술제 개최, 이중섭거리 보행자 전용도로 운영 및 문화의 거리 지정, 작가의 산책길 패키지 관광상품화, 아트상품 개발, 작가의 산책길과 연계한 미술과 마케팅사업, 야외갤러리 프로젝트 등에 대한 사업이 계획되었으나 수행되지 못함.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장 목적사업과 관련된 내용을 살펴보면 아래와 같음.

〈표 4-5〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 목적사업 분야

목적사업 분야	세부사업
작가의 산책길 탐방	탐방프로그램 운영과 관리
문화예술작품의 전시·관람·체험·판매	4개 미술관 및 전시관 연계사업 작가의 산책길 내 설치 미술 관리 문화예술시장 운영과 관리
공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험	서귀포 관광극장 운영과 관리 커뮤니티센터 운영과 관리 소라의 성 북카페 연계사업 창작공간 운영과 관리

- 현재 작가의 산책길을 찾는 방문객들은 이 곳을 설치미술 혹은 공공미술 프로젝트를 감상하는 길 정도로 생각하는 경향이 있음. 또한 이중섭을 제외하고는 작가에 대한 스트로가 빠진 채 작가와 작품만 나열됨.
- 초창기 길을 만들 당시에는 지역의 역사문화자원·생태환경을 바탕으로 미술관을 연계하고 빈 집 등을 예술가들의 창작공간, 전시공간, 체험공간으로 조성하여 도시를 하나의 거대한 ‘벽 없는 미술관’으로 조성하기 위함이었음. 길 속에 녹아 있는 문화를 즐기는 길로 만들 계획이었음. 하지만 실행과정에서 마을미술프로젝트에 응모하여 사업을 추진함으로써 설치미술 중심으로 콘텐츠가 채워지면서 발생하는 문제로 볼 수 있음.
- 미술뿐만 아니라 문학, 영상 등 서귀포와 연관된 다양한 작가를 발굴하고 지역의 정서와 자연 등과 연결 짓는 스토리텔링(Storytelling) 과정이 필요함. 또한 초기 미술작품 설치 이후 길 주변에 달라진 문화 경관을 수용하여 작가의 산책길을 재조정 할 필요가 있음. 길이 품고 있는 서귀포의 역사와 문화, 사람들의 삶을 느끼고 체험 할 수 있는 길로 만들어 나갈 필요성이 있음.
- 과거 작가의 산책길 및 문화예술시장 구상 당시 사회문화적 환경과 추구하였던 지향점이 현재는 어떻게 변화했고 무엇을 추구할 것인가에 대한 기본 방침을 정하는 것이 우선적으로 요구됨.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장 목적과 관련된 주요 사업들이 진행과정에서 어떤 문제를 발생시키고 있는지 살펴보면 다음과 같음.

3-1. 탐방객 통계 및 유인책 부재

- 우선 작가의 산책길 탐방과 관련하여 탐방프로그램은 개인탐방과 단체탐방으로 나누어지는데, 개인은 언제든지 자유롭게 작가의 산책길을 거닐 수 있으나 공식적인 탐방프로그램은 주중과 주말(오후 1시부터)로 나누어서 운영됨. 2020년 이전까지 주중에는 단체 탐방만 수행하다가 2020년부터는 개인 탐방도 수행되고 있음. 작가의 산책길 해설사 등에 따르면 대개 단체 탐방의 경우, 직장 및 학교 단체 등이 많음.

〈표 4-6〉 작가의 산책길 해설 시간대

구분	2020년 이전		2020년 이후	
	주중	주말	주중	주말
탐방	단체	단체, 개인	단체, 개인	단체, 개인

- 탐방프로그램은 앞서 언급하였듯이 4.9km와 2.7km, 2.8km 3개의 코스가 있으며, 도보로 4.9km를 걷는 것은 무리가 있어서 주로 2.7km 혹은 2.8km코스를 수행하고 있음. 실질적으로 관람시간을 제외한 4.9km를 걷는 데만도 2시간여가 소요되기 때문에 실효성이 떨어지고 있음.
- 현재 작가의 산책길 탐방객에 대한 인원 집계는 작가의 산책길 해설사를 동반한 경우 작가의 산책길 해설사의 보고를 바탕으로 서귀포시 문화예술과에서 작성하고 있음. 개인 탐방객의 경우 현재 통계가 잡히고 있지 않고 있음. 작가의 산책길에 포함된 4개의 거점공간이 중복되었음을 감안하면 표면상은 연 1,000여 명에서 2,000여 명 정도로 나타나고 있으나 실제 방문인원은 연 250여 명에서 500여 명으로 추정할 수 있음. '작가의 산책길 및 문화예술디자인시장 중기기본계획'에는 2011년 탐방객수를 17회 7,595명으로 제시하고 있음. 이는 실제 방문객 통계가 합리적인 방법에 의해 집계되지 못함으로 인해 데이터의 불일치 현상이 나타나는 것으로 볼 수 있음.

〈표 4-7〉 작가의 산책길 탐방객 현황(해설사 동반 탐방객 수)

연도	운영시기	운영횟수	탐방객 수(명)	비고
2019년(12월 기준)	매주 토·일	105회	1,500	민간위탁
2018년	매주 토·일	91회	2,300	민간위탁
2017년	매주 토·일	101회	1,139	민간위탁
2016년	매주 토·일	94회	813	민간위탁
2015년	매주 토·일	107회	1,309	민간위탁
2014년	매주 토·일	92회	2,874	
2013년	매주 토·일	90회	2,852	
2012년	매주 토	46회	1,138	
2011년	넷째 주 토·일	17회	931	

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 올레길을 걷는 사람들과 작가의 산책길을 걷는 사람들은 다른 것으로 파악됨. 올레길은 걷기 위하여 사전에 준비를 하고 오는 경우가 많으나 작가의 산책길과 문화예술시장은 우연한 기회에 방문하였다가 걷는 경우가 많음. 이는 올레길에 비해 홍보나 인지도 면에서 뒤처지고 있기 때문으로 추정됨.
- 작가의 산책길에서 제공되는 문화서비스는 길을 따라 해설사를 배치하고 있으나 안내하는 수준에 머물고 있으며, 방문객들을 유인하기 위한 별도의 프로그램 제공은 없음.
- 사례조사 '김광석 다시 그리기 길'에서 알 수 있듯이 거리 곳곳에 버스킹 공연 등을 배치함으로써 길이 지니고 있는 주제를 다양한 장르를 통해서 확장시킬 수 있는 방안 모색이 필요함.

3-2. 문화예술작품의 전시, 관람, 체험, 판매 관련 운영과 관리의 미흡

- 문화예술작품의 전시, 관람, 체험 판매와 관련하여 본 절에서는 ① 미술관 및 기념관 전시사업, ② 작가의 산책길 내 설치 미술 관리, ③ 문화예술시장 운영과 관리 등을 통하여 전시와 관람, 체험 판매의 문제를 살펴보았음.

3-2-1. 4개 미술관 및 기념관 연계사업

- 작가의 길 내에 존재하는 미술관 및 기념관은 공립미술관들로 직제는 1팀 3개소 14명이 됨. 팀장 1명과 학예사(이중섭2, 기당1, 소암1), 공무원 9명으로 구성됨. 운영실적은 다음과 같음.

〈표 4-8〉 2019년 작가의 산책길 내 미술관 및 기념관 운영실적

(단위 : 천원)

구분	기당 미술관	이중섭 미술관	소암 기념관
개 관 일	1987.7.1.	2002.11.28.	2008.10.4.
미술관등록일	1997.6.4.	2004.9.15.	2008.12.9.
연 면 적(m ²)	1,230.42	589.46	1,523
대지면적(m ²)	11,279	9,100	1,903
2020년 예산(백만원)	222	1,345	176
소장작품(점)	672	270	667
관람객(명, 전년대비)	26,312 (△ 4,268)	208,837 (▽56,199)	13,367 (△ 2,866)
관람료(천원, 전년대비)	7,317 (△ 561)	150,507 (▽56,327)	-
아트상품(천원, 전년대비)	9,684 (▽ 438)	214,622 (▽32,777)	4,699 (△ 852)

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 전반적으로 미술관 및 전시관 방문객 수는 해를 거듭할수록 증가하고 있으며, 이중섭 미술관이 독보적으로 많음. 다만 이 방문객들이 작가의 산책길 및 문화예술시장 방문과 직접적으로 연계되지 못하는 것으로 추정됨. 지난 10년간 방문객 증감 추이를 살펴보면 이중섭 미술관의 경우 2.3배 증가하였으며, 기당 미술관의 경우 3.98배 증가하였음. 반면 소암 기념관의 경우 1.29배 정도 증가함.
- 기당 미술관에 대한 방문이 증가하기는 하였지만, 기당 미술관과 이중섭 미술관의 방문객 수는 7.9배 정도 차이가 나며, 여전히 이중섭 미술관 방문이 독보적임. 이는 초기 4개의 미술관 및 기념관 전시관을 엮어 시너지 효과를 낸다는 취지와 거리가 있음.

〈표 4-9〉 서귀포시 공립미술관 관람객 수(2009~2019)

(단위 : 명)

연도별	이중섭 미술관	기당 미술관	소암 기념관	계
2009년	90,512	6,604	10,319	107,435
2010년	112,678	8,893	13,235	134,806
2011년	123,103	9,924	9,517	142,544
2012년	127,326	10,585	12,812	150,723
2013년	179,047	10,212	14,019	203,278
2014년	245,231	9,087	10,871	265,189
2015년	237,347	8,937	12,064	258,348
2016년	270,984	10,515	12,122	293,621
2017년	277,335	17,177	10,676	305,188
2018년	265,036	22,044	10,501	297,581
2019년	208,837	26,312	13,367	248,516

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

※ 2019년도 이중섭 미술관 임시휴관 : 소방공사시행(2개월)

■ 초기 계획에서 미술관 및 기념관은 작가의 산책길을 잇는 거점공간으로서 매우 중요한 기능이 부여되었음. 작가의 산책길에 포함된 미술관 및 기념관은 서귀포출신 화가와 서예가, 서귀포에 머물렀던 이중섭의 작품을 감상할 수 있는 공간이기 때문임.

- 이중섭 미술관은 이중섭의 유작을 중심으로 전시와 행사 등이 펼쳐지고 있는 반면에 기당 미술관은 연중 3~4차례의 현대미술 기획전과 폭풍의 화가로 잘 알려진 변시지 화백의 작품이 상설 전시되고 있음.
- 소암 기념관은 20세기 한국 서예의 거장, 소암 현증화 선생의 삶과 예술을 조명하기 위해 만들어졌으며, 기념관은 상설전시실 I, II 및 기획전시실, 조범산방으로 구성됨.

■ 이처럼 거점공간에서 운영되는 프로그램들을 살펴보면 작가의 산책길과 직접적으로 연동된 프로그램을 찾아보기가 힘들. 작가의 산책길 조성 당시 ‘벽 없는 미술관’으로 만들어 나가기 위한 거점공간의 역할로써의 프로그램은 부재한 것으로 나타남.

- 이러한 현상이 발생하는 원인은 설계할 당시 길을 통해서 거점 공간을 연결시키려는 의도는 좋았으나 길을 구성하는 콘텐츠의 선정과 추진과정은 거점공간과는 별개로 독립적으로 진행된 경향이 있음.
- 또한 작가의 산책길 활성화와 밀접한 연관이 있는 거점 공간 방문객 현황에서 알 수 있듯이 이중섭 미술관에 방문객들이 집중되는 것으로 나타나고 있음. 결국 3개의 거점공간 가운데 작가의 산책길과 상승효과를 주고 받을 수 있는 공간은 현재는 이중섭 미술관 한 곳이라고 볼 수 있음.
- 거점공간마다 독창적인 기획과 새로운 콘텐츠 개발을 통해서 방문객의 호기심을 자극하여 미술관 방문객이 길 방문으로 확장될 수 있는 대책 마련이 요구됨.
- 거점 공간인 미술관과 기념관은 오히려 공간의 특성을 살린 차별화된 전시 기획과 프로그램 운영 그 자체가 작가의 산책길 프로그램을 다양하게 만들어 주는 요인이기 때문임.

3-2-2. 작가의 산책길 내 설치 미술 관리

- 작가의 산책길 내 설치 미술작품은 3단계를 거쳐 이루어졌으며, 일몰이 경과하여 철거한 작품 등을 제외하고 현재 작품은 43개 있음.

〈표 4-10〉 작가의 산책길 작품 목록

번호	작가명	작품명	작품위치	설치년월	일몰기간	비고
1	이재형	매트리스 구부리기	옛 서귀포관광극장	2013.12	반영구	
2	유영민	문(門), 푸른바다를 열고	옛 서귀포관광극장	2013.12	5년/2018.12	
3	김범수	이중섭의 꿈	이중섭공원	2013.04	반영구	
4	송재경	길 떠나는 가족	이중섭거리	2013.04	반영구	
5	이강준	서귀포이야기	소암로 11,21,23	2013.04	5년/2018.04	
6	김구해	문자향-탐라	소암로12-1	2013.04	5년/2018.04	
7	유창훈	書戲(서희)	소암로14	2014.10	3년/2017.10	
8	최인호(이문영)	드림-DREAM	소암로 35	2013.04	20년/2033.04	
9	고정순	아트파고라	자구리공원	2013.04	반영구	

번호	작 가 명	작 품 명	작 품 위 치	설치년월	일몰 기간	비고
10	송창훈	쉬엄갑싸	자구리공원	2013.04	반영구	
11	송필	실크로드-바람길	자구리공원	2013.04	반영구	
12	정미진	계와 아이들-그리다	자구리공원	2013.04	반영구	
13	제주서예문인 화총연합회	맨발로 걷는 문화마당	자구리공원	2013.04	7년/2020.04	
14	박건주	흰 파도 검은 바위	천지연로 해군관사외벽	2013.04	5년/2018.04	
15	박천옥	화해의 쉼터	천지연로 21	2013.04	5년/2018.04	
16	조영진	잠녀 바다를 품다	천지연로 17-2	2013.04	4년/2017.04	
17	양현진	23번길, 산책길	천지연로 23	2013.04	5년/2018.04	
18	김와곤	마실 나들이	천지연로 26	2013.04	5년/2018.04	
19	김지훈	詩가담긴우체통	솔동산로 34	2013.04	5년/2018.04	
20	명연숙	조가비와 파도	천지연로 42	2013.04	5년/2018.04	
21	안병근	태고의 노래	천지연로 46-1	2014.10	6년/2020.10	
22	고봉수	영원한 향해	칠십리로 14	2013.04	반영구	
23	강문석	초원	칠십리교, 칠십리 시공원	2014.10	3년/2017.10	총 2작품
24	김정은,이유현	유토피아로 생태보물섬	칠십리 시공원	2013.04	2년/2015.04	
25	최미경	혼자 즐기는 의자	칠십리 시공원	2013.04	10년/2023.04	
26	솔라노	Growth in the path of life	칠십리 시공원	2014.12	반영구	
27	전종철	경계선 사이에서	칠십리 시공원 연못	2013.04	반영구	
28	유한집	칠십리시공원 시집(poem house)	칠십리 시공원 빈집 외관	2013.04		
29	서귀포 미협	서귀포의 숨	칠십리 시공원 빈집	2013.04	2년/2015.04	총 3작품
30	라오나르드라 치타	WING/JEJU merian	칠십리 시공원	2014.12	반영구	
31	조성묵	Communication	기당 미술관	2014.12	반영구	

번호	작 가 명	작 품 명	작 품 위 치	설치년월	일몰 기간	비고
32	엄태정	氣- “바람” + “파도” - 제주도	칠십리 시공원	2014.12	반영구	
33	마우리시오스 타치올리	Seogwipo '14, 2014	옛 서귀포관광극장	2014.12	반영구	
34	이승수	영원한 생명	셋기정 공원	2013.04	3년/2016.04	
35	조성구	셋기정원	셋기정 공원	2013.04	반영구	
36	정민호	물의 축제	셋기정 공원	2013.04	반영구	
37	박금옥	만남-징검다리	셋기정 공원	2014.10	5년/2019.10	
38	이광진	셋기정, 구름으로 살다	셋기정 공원	2013.04	5년	
39	이승택	제주돌담	셋기정 공원 입구	2013.04	반영구	
40	고순철	나는 이제 서귀(西歸)로 간다	셋기정 공원 입구	2014.10	5년/2019.10	
41	김종대	커뮤니티센터	중앙로13	2013.04	반영구	
42	서귀포미협	유토피아로 아카이브	중앙로13	2013.04	반영구	영상 고장
43	아트샵	유토피아로 아트샵(UCC)	중앙로13	2013.04	반영구	

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 작가의 산책길 내 설치 미술은 길과 작품의 관계 설정에 대한 정체성 및 흥미요소, 예산투입의 부재 등에 대한 지적을 받고 있음.
- 현재 작가의 산책길 내 설치된 미술품들에 대한 전문적인 보수작업은 간단한 수준에서 진행되었음. 초기에는 문화체육관광부에서 마을미술프로젝트 작품을 전국적으로 유지관리 보수하면서 진행되었음.
 - 공공미술작품의 경우 관리주체가 분명하게 설정되지 않아 체계적인 관리가 이루어지지 못할 때, 흉물로 변하는 경우가 많음. 관리주체가 분명하게 설정되어야 함. 그러나 작가의 산책길 내 설치 미술의 경우 관리주체가 분명하지 않음.
- 2017년 제주문화예술재단의 공공미술작품 전수조사 결과에 따라 훼손정도가 심각한 작품에 대해 보수가 진행됨.
 - 당시 조사결과에 따르면 일부 노후화가 진행되었고 이중섭 거리에 있는 벽화의 경우 훼손이 심각한 상태여서 철거 및 정비 요망으로 의견 제시됨.

- 상태가 양호한 작품들도 있으나 주로 경미하지만 문제점으로 제시된 내용들을 살펴보면 주변환경 정비, 오염, 쓰레기, 오작동 등 작품의 안전이나 작품의도의 소멸 등 본질적인 문제 외에 일상적인 관리 측면에서도 문제가 발생하는 것으로 여겨짐.

■ 현재 작품 설치 당시 계약에 따르면 일몰기간이 경과한 작품은 총 20개 작품이며, 일몰기간이 반영구적이거나 장기기간으로 설정된 작품은 24개로 나타나고 있음.

- 이미 철거된 작품은 11개로 철거사유는 주민의 민원제기와 작품소유주가 철거를 요청함으로써 발생되고 있음.

〈표 4-11〉 철거작품목록(2020년 02월 04일 기준)

□ 2012 마을미술프로젝트 작품 목록(2012. 03. 23~2013. 4. 12. 설치)

번호	작가명	작 품 명	작 품 위 치	재 료	일몰 기간	비 고
1	김백기	몸과 마음으로 풀어놓은 제주도잔상	칠십리 시공원 빈집	사진, 돌 등	2년	철거
2	김정은, 이유현	칠십리 영(影) 탐사대	칠십리 시공원 빈집	영상, 사진	5년	영상 철거
3	정태호	wind of 제주	천지연로 29	타일	5년이상	2019년 철거
4	김군선	Natural Wave	천지연로 9	타일, 나무외	3년	철거
5	신용구	꿈길을 걷다	서복전시관, 담장	모시, 폴리	2년	철거
6	부지현	流	소암로 29	오징어집어등, 흑경	5년	소유주 작품철 거요청
7	안성희	행복한 사진관, 정방디피사	소암로 20	모니터, 액자 사진 외	2년	철거
8	윤덕현	흔적	부두로 4	스텐	5년	소유주 작품철 거요청
9	이재형, 최인경	제주, 빛, 길	중앙로13	프로젝터, 노트북, 컨트롤러외	5년	철거

□ 2013기쁨두배프로젝트-아트플랫폼(2013. 08~2013.12. 설치)

연번	작 가	작 품 명	작 품 위 치	재 료	일몰 기간	비 고
10	전종철	경계선사이에서2	옛 서귀포관광극장		반영구적	철거
11	이성은	휘파람 칠십리	옛 서귀포관광극장		반영구적	철거

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 현재 작품들의 일몰기간이 경과한 작품은 2020년 2월 4일 기준 20개임.
이 작품들의 철거 후에 대한 대책도 수립해야함.

〈표 4-12〉 일몰기간경과 작품 목록(2020년 02월 04일 기준)

번호	작품 번호	작가명	작 품 명	작 품 위 치	설치 년월	일몰 기간	비고
1	2	유영민	문(門), 푸른바다를 열고	옛 서귀포관광극장	2013.12	5년/2018.12	
2	5	이강준	서귀포이야기	소암로 11,21,23	2013.04	5년/2018.04	
3	6	김구해	문자향-탐라	소암로12-1	2013.04	5년/2018.04	
4	7	유창훈	書戲(서희)	소암로14	2014.10	3년/2017.10	
5	13	제주서예 문인화 총연합회	맨발로 걷는 문화마당	자구리 공원	2013.04	7년/2020.04	
6	14	박건주	흰 파도 검은 바위	천지연로 해군관사외벽	2013.04	5년/2018.04	
7	15	박천옥	화해의 쉼터	천지연로 21	2013.04	5년/2018.04	
8	16	조영진	잠녀 바다를 품다	천지연로 17-2	2013.04	4년/2017.04	
9	17	양현진	23번길, 산책길	천지연로 23	2013.04	5년/2018.04	
10	18	김와곤	마실 나들이	천지연로 26	2013.04	5년/2018.04	
11	19	김지훈	詩가담긴우체통	솔동산로 34	2013.04	5년/2018.04	
12	20	명연숙	조가비와 파도	천지연로 42	2013.04	5년/2018.04	

번호	작품 번호	작가명	작 품 명	작 품 위 치	설치 년월	일몰 기간	비고
13	23	강문석	초원	칠십리교, 칠십리 시공원	2014.10	3년/2017.10	총 2작품
14	24	김정은, 이유현	유토피아로 생태보물섬	칠십리 시공원	2013.04	2년/2015.04	
15	29	김정은, 이유현	칠십리 영(影) 탐사대	칠십리 시공원 빈집	2013.04	5년/2018.04	영상 철거
16	30	서귀포 미협	서귀포의 숨	칠십리 시공원 빈집	2013.04	2년/2015.04	총 3작품
17	35	이승수	영원한 생명	셋기정 공원	2013.04	3년/2016.04	
18	38	박금옥	만남-징검다리	셋기정 공원	2014.10	5년/2019.10	
19	39	이광진	셋기정, 구름으로 살다	셋기정 공원	2013.04	5년/2018.04	
20	41	고순철	나는 이제 서귀(西歸)로 간다	셋기정 공원 입구	2014.10	5년/2019.10	

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■ 일몰잔여가 남아있는 작품은 현재 23개로 파악됨. 그 외 유토피아로 아카
이브와 유토피아로 아트샵이 반영구로 남아있음.

〈표 4-13〉 작가의 산책길 일몰 잔여 작품 목록

번호	작품 번호	작가명	작품명	작품위치	설치년월	일몰기간	비고
1	1	이재형	매트리스 구부리기	옛 서귀포 관광극장	2013.12	반영구적	
2	3	김범수	이중섭의 꿈	이중섭 공원	2013.04	반영구	
3	4	송재경	길 떠나는 가족	이중섭 거리	2013.04	반영구	
4	8	최인호(이문영)	드림-DREAM	소암로 35	2013.04	20년/2033.04	
5	9	고정순	아트파고라	자구리 공원	2013.04	반영구	
6	10	송창훈	쉬엄갑싸	자구리 공원	2013.04	반영구	

번호	작품 번호	작가명	작품명	작품위치	설치년월	일몰기간	비고
7	11	송필	실크로드-바람길	자구리 공원	2013.04	반영구	
8	12	정미진	계와 아이들-그리다	자구리 공원	2013.04	반영구	
9	13	제주서에 문인화 총연합회	맨발로 걷는 문화마당	자구리 공원	2013.04	7년/2020.04	
10	21	안병근	태고의 노래	천지연로 46-1	2014.10	6년/2020.10	
11	22	고봉수	영원한 항해	칠십리로 14	2013.04	반영구	
12	25	최미경	혼자 즐기는 의자	칠십리 시공원	2013.04	10년/2023.04	
13	26	솔라노	Growth in the path of life	칠십리 시공원	2014.12	반영구	
14	27	전종철	경계선 사이에서	칠십리 시공원 연못	2013.04	반영구	
15	28	유한짐	칠십리 시공원 시집(poem house)	시공원 빈집 외관	2013.04		
16	31	라오나르드 라치타	WING/JEJU merian	칠십리 시공원	2014.12	반영구	
17	32	조성묵	Communication	기당 미술관	2014.12	반영구	
18	33	엄태정	氣-“바람”+“파도”-제주도	칠십리 시공원	2014.12	반영구	
19	34	마우리시오 스타치올리	Seo gwipo '14, 2014	옛 서귀포 관광극장	2014.12	반영구	
20	36	조성구	셋기정원	셋기정 공원	2013.04	반영구	
21	37	정민호	물의 축제	셋기정 공원	2013.04	반영구	
22	40	이승택	제주돌담	셋기정 공원 입구	2013.04	반영구	
23	42	김종대	커뮤니티센터	중앙로13	2013.04	반영구	
24	43	서귀포미협	유토피아로 아카이브	중앙로13	2013.04	반영구	영상 고장
25	44	아트샵	유토피아로아트샵(UCC)	중앙로13	2013.04	반영구	

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 현재 안전진단에 의해 D등급을 받은 유토피아 갤러리의 경우 향후 보존과 철거의 갈림길에서 어떻게 처리할 것인가의 문제는 단순히 하나의 작품, 공간만을 놓고 판단할 성격이 아님. 원래 작품이 의도하였던 바가 제대로 드러나고 있는지 여부, 작가의 산책길에서 차지하고 있는 의미, 서귀포시민의 관심 정도 등을 종합적으로 따져보고 결정해야 할 사안임.
- 작품 철거는 일몰기간이 지났음에도 남아 있는 작품이 있는 반면에 주민들의 민원제기로 철거하는 등 뚜렷한 원칙이 부재한 것으로 여겨짐. 특히 일몰기간이 반영구적인 작품의 경우도 철거되고 있는 상황임.
- 길 위에 놓여있는 작품은 한번 설치되면 영구히 남는 작품이 아님. 시대에 안맞거나 안전문제 발생, 주변 경관과의 부조화 등의 문제가 발생하면 철거를 할 수도 있고 낡고 퇴색된 부분은 보수도 해야 함. 때문에 진단을 담당할 전문가와 지속적인 관리를 담당할 주체가 반드시 필요함. 문화예술의 정책기조를 세우고 끊임없이 유지하려는 노력이 필요함.
- 작품의 경우 유명작가의 작품도 중요하지만 지역성과도 연결될 수 있어야 함. 작품의 철거와 신규 작품의 도입 등의 과정에서는 서귀포시의 공공미술의 방향과 목표를 세우고 그에 맞게 정비를 추진할 필요성이 있음.
- 전체 작품에 대한 유의미성을 재점검하는 기회가 있어야 할 것으로 여겨짐. 작품의 상태를 포함한 주변경관과의 조화 등을 종합적으로 따져보고 유지할 것인지 일몰제를 적용시킬 것인지 판단할 필요가 있음.
- 이러한 조사를 바탕으로 보수계획을 수립하고 체크리스트(Check List) 작성 등 전문적인 관리체계를 만들 필요가 있음.
 - 현재 주 보수는 서귀포시 문화예술과, 작은 보수는 위탁업체인 주민협의회가 맡고 있으나 실상 작품 주변 관리에만 주목하는 한계가 노정됨. 위탁받은 전문기관에서 관리 및 관리보고서를 제출해야 하며, 필요하면 예산책정이 이루어져야 함.
- 2017년 제주문화예술재단의 주관으로 서귀포시 지역 공공미술작품 전수조사가 이루어졌는데, 당시 90여개의 공공미술작품에 대한 점검이 이루어짐. 보고서에는 작가의 산책길 내 작품들도 포함되어 있음.
 - 이 조사에서는 작품상태를 양호, 정비필요, 정비시급, 철거검토로 나누고 있으며, 손상범위는 상태양호, 노후화(변색, 탈색), 파손(구멍/표면손상), 오염(생물학적 화학적 오염), 구조손상(경미한 구조손상, 중심구조 불안정), 장치불량(조명, 미디어, 음향장치 등 고장) 등을 3점 척도로 나누어 척도가 높을수록 심각한 것

으로 표기함.

- 정비가 필요한 경우 오염문제가 관리 문제에서 가장 큰 문제로 나타나고 있음.

■작가의 산책길과 주변에는 공공미술작품들이 산재해 있는데, 2012년 마을 미술프로젝트 및 2014년 예술의 섬 프로젝트 당시 설치된 미술작품 40여 점은 서귀포시 문화예술과에서 관리하고 있지만, 나머지 50여 작품은 송산동, 정방동, 중앙동, 천지동 등 각 동 주민센터에서 사업에 따라 관리하고 있음. 따라서 작가의 산책길 내 작품들에 대한 관리주체가 혼재되어 있다고 볼 수 있음. 이는 관리체계에도 차이를 드러내기 때문에 작가의 산책길 내 작품으로 통합 관리할 수 없음이 보임.

- 예를 들면 이중섭 거리의 돌의자는 정방동주민센터가 관리함. 이중섭 공원 내 김범수의 이중섭의 꿈은 서귀포시 문화예술과가 관리함(2012 마을미술프로젝트 예산). 이중섭 생가 입구 이영학의 이중섭 거리 이름 기념비는 이중섭 미술관에서 관리함. 이런 식으로 한 공간 안에 있는 여러 작품 관리들의 주체와 실행이 혼재되어 있어 관리 방식의 문제점을 노정함.

■작가의 산책길 내 미술작품들을 비롯하여 작가의 산책길 주변에 있는 공공미술품들을 통합적으로 관리할 수 있도록 정책 수립이 필요함.

- 송산동의 경우 솔동산 문화의 거리 조성 당시 미술품들을 설치함.

〈표 4-14〉 작가의 산책길 내 작품 관리 상태(2017년 8월 기준)

번호	작가명	작품명	작품상태	손상범위(1-3)	관리기관
1	고봉수	영원한 향해	정비필요	오염(1)	문화예술과
2	명인숙, 권오균	조가비와 파도 이야기	양호	상태양호	문화예술과
3	정태호	Wind of Jeju	정비필요	장치불량	문화예술과
4	김와곤	마실나들이	양호	상태양호	문화예술과
5	양현진	23번지, 산책길	양호	상태양호	문화예술과
6	박천욱	화해의 쉼터	정비필요	오염(1)	문화예술과
7	조영진	잠녀 바다를 품다	정비필요	상태양호	문화예술과
8	박건주	흰파도 검은 바위	정비필요	오염(2)	문화예술과
9	최인호, 이문명	드림-dream	정비필요	오염(3)	문화예술과
10	이강준, 김지훈	서귀포 이야기/시(時)가 담긴 우체통	양호	상태양호	문화예술과

번호	작가명	작품명	작품상태	손상범위(1-3)	관리기관
11	김구해	문자향	양호	상태양호	문화예술과
12	제주서예문인 화총연합회	맨발로 걷는 문화마당	양호	상태양호	문화예술과
13	송필	실크로드-바람길	양호	상태양호,오염(1)	문화예술과
14	송창훈	쉬엄갑써	양호	상태양호	문화예술과
15	정미진	게와 아이들-그리다	양호	상태양호	문화예술과
16	고정순	아트파고라	양호	상태양호	문화예술과
17	유창훈	서희	양호	상태양호	문화예술과
18	양미경, 안병근	태고의 노래	양호	상태양호	문화예술과
19	김종대	집을 생각함, UCC (유토피아로 커뮤니티센터)	정비필요	노후화(1),오염(1)	문화예술과
20	송재경	길 떠나는 가족	정비필요	노후화(2),오염(2)	문화예술과
21	김범수	이중섭의 꿈	양호	상태양호	문화예술과
22	고순철	나는 이제 서귀(西歸)로 간다	정비필요	구조손상(1)	문화예술과
23	이승택	제주돌담	양호	상태양호	문화예술과
24	이광진	셋기정 구름으로 살다	양호	상태양호	문화예술과
25	정민호	물의 축제	정비시급	오염(3)	문화예술과
26	박금옥	만남-징검다리	정비필요	오염(3),장치불량(2)	문화예술과
27	조성구	셋기정원	양호	상태양호	문화예술과
28	이승수	영원한 생명	양호	상태양호	문화예술과
29	조성목	Communication	양호	상태양호	기당미술관
30	유한집, 변석연	사=집	정비필요	노후화(1),오염(2)	
31	최미경	혼자 즐기는 의자	정비필요	오염(1)	상동
32	마우로 스타치올리	Seogwipo	양호	상태양호,오염(1)	문화예술과
33	전종철	경계선 사이에서	정비필요	장치불량(1)	
34	서귀포미협	서귀포의 숨	양호	상태양호	상동
35	김정은, 이유현	칠십리 영 탐사대	양호	상태양호	상동
36	레오나르드 라치타	WING JEJU merian	정비필요	노후화(1),오염(1)	문화예술과
37	카스토 솔라노	Growth in the path of life	양호	상태양호, 장치불량(1)	문화예술과
38	엄태정	氣-“바람”+“파도” 제주도	양호	상태양호	문화예술과
39	강문석	초원	정비필요	노후화	문화예술과

※ 자료 출처 : 제주문화예술재단 공공미술작품 점검보고서(2017) 참조하여 정리함.

3-2-3. 문화예술시장 운영과 관리

- 문화예술시장 상품판매대는 7개동으로 이루어져 있으며 1개동에 2개의 팀이 판매하는 구조임. 입점팀은 공개모집을 통해서 신청한 팀 가운데 공개추첨 방식으로 14개의 팀을 결정함. 입점팀은 음식물을 제외한 다양한 수공예품, 업사이클링 제품, 문화예술 창작물품을 판매하려는 자로 정하고 있음.
- 현재 문화예술작품의 전시·관람·체험·판매와 관련하여 4개의 미술관 및 전시관 관람과 작가의 산책길 내 미술작품들에 대한 전시와 관람이 이뤄지고 있으나, 연계성은 미약하며 관계자들 또한 4개의 미술관 및 전시관이 작가의 산책길과 상호작용면에서 연계성이 낮은 것으로 평가함.
- 처음 문화예술시장의 설치와 달리 현재 판매되고 있는 제품들도 다른 곳에서 볼 수 있는 제품으로 구성되어 경쟁력이 낮은 것으로 사료됨.
- 또한 이종섭 거리를 중심으로 방문 관광객이 많아지고 있지만, 예술인들이 감소하고 있음. 예술인들이 빠져나가고 그 자리를 상가들이 대신하기 시작하면 곧 위기가 닥침으로 유사 사례에서 경계 대상으로 삼고 있음. 이종섭거리의 집객 매력 및 유인책을 찾고 작가들의 작품을 이종섭거리에서만 판매하는 희소성이 있어야 가치를 가질 수 있으나, 현재 그렇게 판매하는 작가들이 부재함.
- 체험과 판매는 근간이 약한 상태로 2, 3차 문화콘텐츠로 연계될 수 있는 방안 모색이 필요함. 문화예술시장은 현재 코로나19사태로 운영이 중단되어 있음.

〈표 4-15〉 문화예술시장 운영실적

연도	운영 시기	운영 회수	판매작품	비고
2019(12월 기준)	매주 토·일	85회	2,070점	민간위탁
2018	매주 토·일	78회	3,650점	민간위탁
2017	매주 토·일	66회	5,000점	민간위탁
2016	매주 토·일	62회	7,203점	민간위탁
2015	매주 토·일	107회	11,979점	민간위탁
2014	매주 토·일	92회	11,159점	-

연도	운영 시기	운영 회수	판매작품	비고
2013	매주 토·일	90회	9,475점	—
2012	매주 토	46회	4,496점	—
2011	넷째주 토·일	17회	1,400점	—

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 문화예술시장은 초기 대학생과 지역문화예술 동아리에 의한 공연 및 문화 체험 참여 등의 프로그램이 운영되었음. 지금은 마켓(Market) 이외에 별도로 제공되는 문화프로그램은 없는 것으로 나타나고 있음.
- 또한 판매상품의 경우에도 이중섭 거리나 작가의 산책길 특성에 맞는 상품판매가 이루어지고 있지 못함. 판매상품은 주로 수공예품 중심으로 구성되어 있으며 일반 플리 마켓(Flea Market)에서 판매하는 상품과의 차별성이 없음으로 인해 방문객들의 흥미와 구매로 연결되지 못하는 것으로 여겨짐. 특히 이중섭거리에 입점한 점포들과의 경쟁에서 우위를 확보하지 못하고 있음.³⁵⁾
- 방문객들의 이동 경로를 살펴보면 이중섭 미술관 주차장에서 매일올레시장 방면으로 이동하거나 거꾸로 매일올레시장에서 이중섭 미술관 쪽으로 이동하는 경향을 보여주고 있음. 따라서 문화예술시장의 위치는 방문객들의 주요 이동 경로에서 이탈한 측면이 있음.
- 전체적으로 제공되는 프로그램의 부재, 상품의 질 문제, 방문객 이동 동선에서 소외되는 문제 등이 복합적으로 작용하면서 퇴보하고 있는 실정임. 공간이동 등 종합적인 대책이 필요할 것으로 여겨짐.
- 문화예술시장에서 판매하는 상품이 다른 데서 볼 수 없는 수공예 제품을 판매한다면 경쟁력이 있겠으나 실제 신청 단체가 독창적인 작품을 보유한 팀들이 신청하지는 않고 있음. 독창적인 신청 단체의 부재는 새롭게 발굴하고 육성해서 채워나가야 될 정책적인 문제이기 때문에 입점 업체의 탓으로 돌릴

35) 플리 마켓은 중고용품을 직접 사고 파는 장소. 중고품을 파는 프랑스의 노천시장에서 유래한 것으로, 벼룩이 들끓을 정도로 오래 된 물건을 팔기 때문에 붙여진 이름이라는 설이 있음. 벼룩시장이 처음 생겨난 프랑스에서는 '마르세오 뽀쎄(Marché Aux Puces)'라 부름. 프랑스 파리의 포르트 드 클리냥 크르와 영국 런던의 소호 지구가 노천 벼룩시장으로 유명함(다음백과, <https://100.daum.net/encyclopedia/view/v040mb221b1>).

수는 없음.

- 무엇보다 예술시장 활성화의 목적이 무엇인지에 대하여 따져 볼 필요가 있음. 공예상품을 판매하는 게 목적인지, 예술가들이 작품을 통해서 대중적 소통하는 공간 기능이 주요한지 등에 대한 정책적 점검이 요구됨.

3-3. 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험 관련 운영과 관리의 한계

- 본 절에서는 ① 서귀포 관광극장 운영과 관리, ② 창작공간 : 창작스튜디오, 덕판배, ③ 유토피아 갤러리, ④ 방문객 및 주민 체험프로그램 운영 등을 통하여 공연예술 및 복합예술의 공연 관람 및 체험을 살펴보았음.

3-3-1. 서귀포 관광극장 운영과 관리

- 2012년도 행복프로젝트 계획에 포함되어 있었으며 실행은 2차 년도인 2013년에 작품이 설치되고 실제 공간 운영은 안전진단 및 보수공사를 거친 후 2015년에 문을 열었음.
- 공연예술 및 복합예술의 공연·관람 및 체험과 관련하여서는 서귀포 관광극장 등에서 공연 등이 진행되고 있으며, 연 50~70여 회에 이르는 공연을 수행하고 있음.

〈표 4-16〉 공연프로그램 운영실적

연도	운영시기	운영회수	관람객수(명)	프로그램
2019	매주 토·일	55회	8,340	주민참여형 공연 및 기획공연 등
2018	매주 토·일	76회	9,760	주민참여형 공연 및 기획공연 등
2017	매주 토·일	98회	10,470	주민참여형 공연 및 기획공연 등
2016	매주 토·일	47회	12,260	주민참여형 공연 및 기획공연 등
2015	매주 토·일	60회	21,600	주민참여형 공연 및 기획공연 등

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 전체적으로 음악과 관련된 공연이 주류를 이루고 있음. 2019년 기준으로 공연유형을 전체 42회 공연 가운데 36회가 음악과 관련된 공연임. 공연단체의 경우에도 전문음악인과 생활동호인 등이 혼재되어 나타나고 있음.
- 공간의 성격이 작가의 산책길과 이중섭 거리를 찾는 방문객들에게 특별한 문화체험을 제공하는 공간인지 아니면 지역주민들에게 전문 예술가들의 공연을 관람하는 극장으로서의 기능을 지향하는지에 대한 방향 설정이 불명확함.
- 즉, 서귀포시민과 관광객 가운데 주요 대상을 누구로 설정하고 있는지 여부가 불투명한 것으로 여겨짐. 이러한 방향과 목적의 불명확한 성격으로 인해 공간의 특성에 맞는 공연이 기획과정을 통해서 명확히 드러내고 있지 못함.

〈표 4-17〉 2016년 공연 프로그램 현황

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
1	오프닝 기획공연	2016.05.07.	사우스카니발	서귀포관광극장	300
2	정기(주말)	2016.05.29.	서귀포의 오늘 춤 그리고 열정	서귀포관광극장	250
3	정기(주말)	2016.06.04.	가자 행복의 나라로 화롯가의 아이들	자구리 공원	100
4	-	2016.06.29.	문화가 있는 날 이종혁 짜즈밴드	서귀포관광극장	240
5	정기(주말)	2016.07.02.	투카포	서귀포관광극장	150
6	정기(주말)	2016.07.23.	서귀포시 청소년 문화의 집	서귀포관광극장	150
7	정기(주말)	2016.07.24.	레인보우 기타 동아리	서귀포관광극장	240
8	문화가 있는 날	2016.07.27.	씨크릿 코드	솔동산북마켓	150
9	정기(주말)	2016.07.30.	4인 4색 콘서트	서귀포관광극장	300
10	정기(주말)	2016.08.16.	레인보우기타동호회	서귀포관광극장	250
11	정기(주말)	2016.08.06.	뭉게구름	서귀포관광극장	260
12	정기(주말)	2016.08.20.	제주실용음악협회	서귀포관광극장	200
13	정기(주말)	2016.09.04.	두 남자 이야기	서귀포관광극장	150
14	정기(주말)	2016.09.24.	김희진	서귀포관광극장	200
15	포리너스 데이	2016.10.02.	외국인 공연팀	서귀포관광극장	100
16	정기(주말)	2016.10.09.	동홍동민속보전회	서귀포관광극장	250

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
17	문화가 있는 날	2016.10.15.	양호진밴드	서귀포관광극장	100
18	정기(주말)	2016.10.16.	서귀포음악협회	서귀포관광극장	150
19	정기(주말)	2016.11.19.	서귀포시 청소년 수련관	서귀포관광극장	200
20	정기(주말)	2016.11.20.	빨간바지-어우러기-예정	서귀포관광극장	150
21	정기(주말)	2016.11.26.	가수 백미현	서귀포관광극장	120
22	문화가 있는 날	2016.11.30.	지백 클라시코	서귀포관광극장	180
23	특별공연	2016.12.22.	한국무용협회 서귀포지부	서귀포관광극장	200
24	송년공연	2016.12.30.	프리버드, 최신아예술단	서귀포관광극장	250
합 계					4,640

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

〈표 4-18〉 2017년 공연 프로그램 현황

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
1	오프닝 공연	2017.03.04.	사우스카니발	서귀포관광극장	300
2	영화상영	2017.03.05.	로마의휴일	서귀포관광극장	40
3	정기공연	2017.03.11.	빠시오네아카펠라	서귀포관광극장	200
4	영화상영	2017.03.12.	하오의연정	서귀포관광극장	40
5	정기공연	2017.03.18.	소은주 밴드	서귀포관광극장	300
6	영화상영	2017.03.19.	티파니에서아침을	서귀포관광극장	50
7	정기공연	2017.03.25.	판소리 양지은	서귀포관광극장	200
8	영화상영	2017.03.26.	사브리나	서귀포관광극장	40
9	정기공연	2017.04.01.	스피릿 현악앙상블	서귀포관광극장	100
10	영화상영	2017.04.02.	4월이야기	서귀포관광극장	10
11	오픈스테이지	2017.04.03.	제주청춘들이 만드는 무대- 바람콘서트	서귀포관광극장	200
12	정기공연	2017.04.08.	하드케이스 첼로4중주	서귀포관광극장	150
13	영화상영	2017.04.09.	초속5센티미터	서귀포관광극장	10
14	오픈스테이지	2017.04.14.	서귀포 기억문화제	서귀포관광극장	150
15	특별초청공연	2017.04.15.	메모리 0416	서귀포관광극장	500
16	영화상영	2017.04.16.	플립	서귀포관광극장	10

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
17	오픈스테이지	2017.04.21.	서귀포예술단	서귀포관광극장	100
18	정기공연	2017.04.22.	브라스퀼렛	서귀포관광극장	200
19	영화상영	2017.04.23.	아멜리에	서귀포관광극장	20
20	문화가 있는 날	2017.04.26.	빅브라더	서복전서관	80
21	오픈스테이지	2017.04.27.	서귀포예술단	서귀포관광극장	100
22	정기공연	2017.04.29.	성악앙상블 V.O.M	서귀포관광극장	200
23	정기공연	2017.05.04.	경기춤, 제주바람과 만나다	서귀포관광극장	100
24	어린이날 특별공연	2017.05.06.	마튜의 저글링쇼	서귀포관광극장 앞	250
25	영화상영	2017.05.06.	토이스토리	서귀포관광극장	10
26	영화상영	2017.05.07.	업	서귀포관광극장	15
27	정기공연	2017.05.13.	싱고빠시온	서귀포관광극장	200
28	오픈스테이지	2017.05.14.	제주실용음악학원	서귀포관광극장	80
29	오픈스테이지	2017.05.19.	서귀포예술단	서귀포관광극장	100
30	정기공연	2017.05.20.	밸리댄스&플라멩코	서귀포관광극장	150
31	오픈스테이지	2017.05.21.	행복한 밴드	서귀포관광극장	80
32	오픈스테이지	2017.05.26.	버블아트쇼	서귀포관광극장	200
33	정기공연	2017.05.27.	국제즉흥춤 축제	서귀포관광극장	200
34	오픈스테이지	2017.05.30.	이경식의 마임	서귀포관광극장	200
35	문화가 있는 날	2017.05.31.	국악단 가향	서복전서관	100
36	정기공연	2017.06.03.	나눔오케스트라&제주 모드라기 합창단	서귀포관광극장	150
37	오픈스테이지	2017.06.03.	정방동 사랑의 콘서트	서귀포관광극장	150
38	정기공연	2017.06.10.	김용덕&한국 포크의 레전드 양병집	서귀포관광극장	200
39	오픈스테이지	2017.06.10.	해비치프린지페스티벌 뮤지컬<레미제라블>	서귀포관광극장	180
40	오픈스테이지	2017.06.14.	해비치프린지페스티벌 뮤지컬<4인4색 마술이야기>	서귀포관광극장	190
41	정기공연	2017.06.17.	유기능 포크 '사이' 공연	서귀포관광극장	150
42	오픈스테이지	2017.06.17.	해비치프린지페스티벌<그대와함께> 버스킹쇼	서귀포관광극장	160

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
43	영화상영	2017.06.04.	월e	서귀포관광극장	150
44	영화상영	2017.06.11.	그리스	서귀포관광극장	120
45	영화상영	2017.06.25.	웨스트사이드스토리	서귀포관광극장	100
46	문화가 있는 날	2017.06.28.	행복한밴드	서귀포관광극장	130
47	정기공연	2017.07.01.	오마르와 이스턴파워	서귀포관광극장	150
48	정기공연	2017.07.08.	스테이플러	서귀포관광극장	100
49	정기공연	2017.07.15.	블루스맨 김대중	서귀포관광극장	100
50	오픈스테이지	2017.07.16.	숨비소리 시낭송회	서귀포관광극장	50
51	오픈스테이지	2017.07.22.	J댄스 스튜디오	서귀포관광극장	200
52	오픈스테이지	2017.07.23.	갑부훈 콘서트	서귀포관광극장	50
53	오픈스테이지	2017.07.03.	태평소연구소	서귀포관광극장	150
54	영화상영	2017.07.28.~29.	이중섭의 눈	서귀포관광극장	30
55	영화상영	2017.07.29.	이중섭의 눈	서귀포관광극장	20
56	정기공연	2017.08.05.	박강수 콘서트	서귀포관광극장	200
57	정기공연	2017.08.09.	제주국제관악제	서귀포관광극장	300
58	정기공연	2017.08.01.	제주국제관악제	서귀포관광극장	250
59	정기공연	2017.08.11.~08.14.	제주국제관악제	서귀포관광극장	250
60	정기공연	2017.08.12.	제주국제관악제	서귀포관광극장	200
61	정기공연	2017.08.13.	제주국제관악제	서귀포관광극장	200
62	정기공연	2017.08.14.	제주국제관악제	서귀포관광극장	150
63	정기공연	2017.08.19.	조동희밴드	서귀포관광극장	100
64	정기공연	2017.08.26.	클로드샤 켈텟	서귀포관광극장	150
65	오픈스테이지	2017.08.02.	숨비소리 시낭송회	서귀포관광극장	50
66	문화가 있는 날	2017.08.29.	류준영과 씬플레이버	서귀포관광극장	20
67	정기공연	2017.09.02.	산하 기타 독주회 <달 한가한>	서귀포관광극장	150
68	정기공연	2017.09.01.	서귀포 포크스테이지서귀포 포크스테이지	서귀포관광극장	100
69	정기공연	2017.09.23.	2017 SOF Vol.1 제주도립관악단	서귀포관광극장	150
70	정기공연	2017.09.03.	한가위 맛이 풍물굿	서귀포관광극장	100
71	오픈스테이지	2017.09.09.	다온 무용단	서귀포관광극장	150
72	오픈스테이지	2017.09.17.	<밥 먹고 하는 밴드>	서귀포관광극장	50

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
73	오픈스테이지	2017.09.24.	단편선 콘서트(백년의 노래 무비콘)	서귀포관광극장	20
74	오픈스테이지	2017.09.03.	서귀포문화원	서귀포관광극장	50
75	문화가 있는 날	2017.09.29.	레인보우	서복전시관	50
76	영화상영	2017.09.01.	담벼락 영화제	서귀포관광극장	30
77	영화상영	2017.09.17.	더 테이블	서귀포관광극장	150
78	영화상영	2017.09.24.	백년의 노래	서귀포관광극장	20
79	정기공연	2017.10.07.	홍조밴드	서귀포관광극장	80
80	정기공연	2017.10.14.	제주팝스오케스트라	서귀포관광극장	우천취소
81	정기공연	2017.10.22.	나눔오케스트라	서귀포관광극장	150
82	정기공연	2017.10.28.	갯인스피레이션(댄스경연대회)	서귀포관광극장	300
83	정기공연	2017.10.29.	서귀포청소년오케스트라	서귀포관광극장	150
84	오픈스테이지	2017.10.12.	암웨이 필리핀 인센티브 단체팀	서귀포관광극장	80
85	오픈스테이지	2017.10.15.	러피월드	서귀포관광극장	100
86	오픈스테이지	2017.10.28.	아카펠라그룹 MTM	서귀포관광극장	50
87	오픈스테이지	2017.10.29.	문인협회 시낭송회	서귀포관광극장	20
88	문화가 있는 날	2017.10.27.	소리깨떼 퓨전음악단	서복전시관	50
89	특별초청공연	2017.10.08.	웅산	서귀포관광극장	300
90	특별초청공연	2017.10.21.	루마니아올테니아크라이오바오케스트라/연세대파로스합창단	서귀포관광극장	150
91	이중섭 예술제	2017.10.14.~10.15.	이중섭 예술제 참가팀	서귀포관광극장	100
92	이중섭 예술제	2017.10.15.	이중섭 예술제 참가팀	서귀포관광극장	100
93	정기공연	2017.11.12.	비바 비발디	서귀포관광극장	100
89	정기공연	2017.11.18.	크로스오버 로든	서귀포관광극장	100
90	오픈스테이지	2018.11.19.	심플터치(재즈)	서귀포관광극장	80
91	특별초청공연	2017.11.04.	La Assoluta Diva 강혜명과 제주프라임 필오케스트라	서귀포관광극장	300
92	특별초청공연	2017.11.11.	바이올리니스트 김응수 독주회	서귀포관광극장	150
93	강좌	2017.11.03.	이순재 초청강연	서귀포관광극장	100
합계					19,580

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

〈표 4-19〉 2018년 공연 프로그램 현황

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
1	정기	2018.03.03.	〈애기동백꽃의 노래〉 산오락회	서귀포관광극장	300
2	정기	2018.03.10.	제주청춘밴드썸플레이버디오디오	서귀포관광극장	150
3	정기	2018.03.11.	드림사운드(관악,강윙희)	자구리 공원	80
4	정기	2018.03.17.	〈열정에 관한 발견〉사우스카니발	서귀포관광극장	200
5	정기	2018.03.18.	문학의 밤(시인)	서귀포관광극장	100
6	정기	2018.03.24.	〈SOME IN MOOD〉어쩌다밴드	서귀포관광극장	120
7	정기	2018.03.25.	문화가 있는 달(1) 김진식과 솔동산트리오 재즈	서귀포관광극장	120
8	정기	2018.03.31.	〈샤우팅에관한수다〉서쪽하늘	솔동산북마켓	100
9	정기	2018.04.07.	어썸밴드	서귀포관광극장	130
10	정기	2018.04.08.	소피아양상블	서귀포관광극장	150
11	정기	2018.04.14.	소금인형	서귀포관광극장	120
12	정기	2018.04.15.	숨비소리시낭송회(문상금)	서귀포관광극장	70
13	정기	2018.04.21.	〈사도세자. 전봉준〉양길호	서귀포관광극장	130
14	정기	2018.04.22	민속무용(제주국악인협회)	서귀포관광극장	120
15	정기	2018.04.28.	〈여자여자 남자남자〉양미숙, 김지선	서귀포관광극장	150
16	대관	2018.04.29.	문화가 있는 달(2) 가곡의 밤(현악4중주) 창원양상블	서귀포관광극장	160
17	정기	2018.05.05.	〈행복한 버블팡팡〉이경식	서귀포관광극장	120
18	정기	2018.05.06.	카누프스 음악회	서귀포관광극장	130
19	정기	2018.05.12.	아시아재즈프로젝트	서귀포관광극장	200
20	정기	2018.05.13.	솔동산을 노래하다(솔동산음악회)	서귀포관광극장	120
21	정기	2018.05.19.	자청비 한은주	서귀포관광극장	100
22	정기	2018.05.20.	로즈벨과함께하는 포크	서귀포관광극장	130
23	정기	2018.05.26.	〈현대 춤〉춤 서.이	서귀포관광극장	120
24	정기	2018.05.27.	문화가있는달(3)봄이오는가곡(성악)	서귀포관광극장	90
25	정기	2018.06.02.	국제즉흥춤축제	서귀포관광극장	220
26	정기	2018.06.03.	스포츠댄스	서귀포관광극장	130
27	정기	2018.06.09.	하나아트	서귀포관광극장	100
28	정기	2018.06.10.	트럼펫과 색소폰오케스트라의만남	서귀포관광극장	130

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
29	정기	2018.06.16.	중국	서귀포관광극장	150
30	정기	2018.06.17.	재즈음악과 올드 팝	서귀포관광극장	160
31	정기	2018.06.23.	호치민.홍콩	서귀포관광극장	130
32	정기	2018.06.24.	문화가 있는 달(4) 상반기결선 동네콘테스트	서귀포관광극장	160
33	대관	2018.06.30.	이정희, 정방동	서귀포관광극장	150
34	정기	2018.07.07.	〈골목길 아티스트 퍼레이드〉 하나아트	서귀포관광극장	130
35	정기	2018.07.08.	솔트리오와 재즈기타의선율	서귀포관광극장	170
36	정기	2018.07.14.	쿵자	서귀포관광극장	120
37	정기	2018.07.15.	세바합창단	서귀포관광극장	80
38	정기	2018.07.21.	콩콩	서귀포관광극장	110
39	정기	2018.07.22.	문화가 있는 달(5) 민속악기와 소리의창	서귀포관광극장	130
40	정기	2018.07.28.	서귀포문화예술동호회, 박연술	서귀포관광극장	100
41	정기	2018.07.29.	솔동산 북페어 진행(4)하반기1차예선 동네콘서트	서귀포관광극장	160
42	정기	2018.08.04.	〈밴드인섬〉 서울	서귀포관광극장	180
43	정기	2018.08.05.	프리버드	서귀포관광극장	130
44	정기	2018.08.11.	부산	서귀포관광극장	170
45	정기	2018.08.12.	고전무용	서귀포관광극장	150
46	정기	2018.08.18.	제주	서귀포관광극장	180
47	정기	2018.08.19.	과학기술고밴드	서귀포관광극장	170
48	정기	2018.08.26.	문화가 있는 달(6),배아란과 음악밴드	서귀포관광극장	130
49	정기	2018.09.01.	〈국악위크〉	서귀포관광극장	120
50	정기	2018.09.02.	시화전	서귀포관광극장	90
51	대관	2018.09.15.	알로하	서귀포관광극장	140
52	대관	2018.09.16.	이보미뮤지컬	서귀포관광극장	190
53	정기	2018.09.16.	왈츠의밤	서귀포관광극장	130
54	정기	2018.09.22.	기타위크(클래식 & 재즈)	서귀포관광극장	150
55	정기	2018.10.06.	오페라	서귀포관광극장	160
56	정기	2018.10.07.	제주어 시낭송	서귀포관광극장	90
57	정기	2018.10.13.	클래식	서귀포관광극장	110
58	정기	2018.10.14.	가요경연	서귀포관광극장	160

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
59	정기	2018.10.20.	뮤지컬	서귀포관광극장	180
60	정기	2018.10.21.	팝경연	서귀포관광극장	150
61	정기	2018.10.27.	가곡	서귀포관광극장	130
62	정기	2018.10.28.	가곡경연	서귀포관광극장	110
63	정기	2018.11.06.	클래식	서귀포관광극장	120
64	정기	2018.11.13.	〈동네 콘테스트 그랑프리〉	서귀포관광극장	180
합		계			16,050

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

〈표 4-20〉 2019년 공연 프로그램 현황

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
1	초청	2019.03.16.	“서귀포관광극장 첫 번째 이야기”	서귀포관광극장	400
2	초청	2019.10.12.	감굴따기전 노래한마당’	서귀포관광극장	250
소		계			650
1	정기	2019.03.17.	“봄에 피는 소리”	서귀포관광극장	90
2	정기	2019.03.23.	“영혼의 춤, 부토 서귀포 바람이 되다”	서귀포관광극장	100
3	정기	2019.03.30.	“멜로디다모르 첼로앙상블”	서귀포관광극장	120
4	정기	2019.04.06.	Blues Band “Guess Who”	서귀포관광극장	100
5	정기	2019.04.03.	Alternative Rock Band “랜브리즈 공연”	서귀포관광극장	100
6	정기	2019.04.20.	“오마르와 동방전력”	서귀포관광극장	250
7	정기	2019.04.27.	탭댄스 퍼포먼스 그룹 “그라운드 잼”	서귀포관광극장	300
8	정기	2019.04.28.	‘그라운드잼탭댄스퍼포먼스’	서귀포관광극장	150
9	정기	2019.05.04.	제주도 최초의 시민오케스트라 “니눔오케스트라”	서귀포관광극장	150
10	정기	2019.05.05.	다국적 무경계 예술단 “살거스”	서귀포관광극장	180
11	정기	2019.05.11.	온가족이 함께 하는 프랑스 음악여행	서귀포관광극장	250
12	정기	2019.05.25.	서귀포 청소년 플룻 앙상블	서귀포관광극장	160
13	정기	2019.06.01.	“이보다 재미있는 무용은 없다” 서귀포 국제 코믹댄스의 밤	서귀포관광극장	300

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
14	정기	2019.06.08.	"소리로 타오르다"	서귀포관광극장	250
15	정기	2019.06.15.	"알로하!! 제주" 라니알로하와 우쿨할망	서귀포관광극장	200
16	정기	2019.06.22.	"가문장아기"	서귀포관광극장	150
17	정기	2019.07.13.	여성7인조라틴밴드 공연	서귀포관광극장	180
18	정기	2019.07.27.	"서귀포를 노래하다"	서귀포관광극장	150
19	정기	2019.08.03.	기획공연 싱어송라이터특집①	서귀포관광극장	160
20	정기	2019.08.08.	한여름밤의 신나는 레게음악파티	서귀포관광극장	180
21	정기	2019.08.10.	기획공연 싱어송라이터특집②	서귀포관광극장	170
22	정기	2019.08.17.	서귀진성터 체험마켓 공연	서귀진성터	150
23	정기	2019.08.18.	서귀진성터 체험마켓 공연	서귀진성터	120
24	정기	2019.08.24.	가수 백만장자 힐링콘서트	서귀포관광극장	130
25	정기	2019.08.25.	j패밀리 웰위댄스	서귀포관광극장	280
26	정기	2019.08.31.	쥬아유 리드양상블	서귀포관광극장	150
27	정기	2019.09.21.	숨비소리 시낭송회	서귀포관광극장	90
28	정기	2019.09.24.	재즈피아니스트 송준서 '피아노의숲'	서귀포관광극장	190
29	정기	2019.09.28	용담사거리 밴드	서귀포관광극장	160
30	정기	2019.09.29.	아빠밴드	서귀포관광극장	130
31	정기	2019.10.05.	제주문화예술원 '이중섭거리가을음악회'	서귀포관광극장	90
32	정기	2019.10.06.	통기타동호회 투카포	서귀포관광극장	130
33	정기	2019.10.13.	기타리스트 김진식 콘서트	서귀포관광극장	220
34	정기	2019.10.19.	생활음악협회	서귀포관광극장	150
35	정기	2019.10.20.	유혜린 재즈인시네마	서귀포관광극장	220
36	정기	2019.10.26.	홍콩코믹서커스댄스	서귀포관광극장	250
37	정기	2019.11.02.	행복한밴드	서귀포관광극장	180
38	정기	2019.11.03.	서귀포 다문화 합창단/서귀포플룻양상블	서귀포관광극장	170
39	정기	2019.11.09.	생활음악협회	서귀포관광극장	130
40	정기	2019.11.10.	new york jazz quintet + jazz vocal 장채빈	서귀포관광극장	260

회차	구분	공연일자	공연명	장소	관람객 수
41	정기	2019.11.16.	서귀포관광극장 올해의마지막공연	서귀포관광극장	300
42	정기	2019.12.22.	서귀포관광극장 송년콘서트	서귀포관광극장	350
소 계					7,540
1	대관	2019.04.14.	“서귀포 생활음악동호회”	서귀포관광극장	200
2	대관	2019.04.21.	“나태주시인과함께하는 시를읽는오후”	서귀포관광극장	300
3	대관	2019.05.12.	리듬하모니카 동호회	서귀포관광극장	80
4	대관	2019.05.19.	솔동산음악회	서귀포관광극장	120
5	대관	2019.07.06.	2019 제주국제관악제 공연 ‘밖거리음악회’	서귀포관광극장	150
6	대관	2019.07.28	시와 음악을 노래하며	서귀포관광극장	90
7	대관	2019.09.20.	서귀포 3분영화제 노천영화제	서귀포관광극장	80
8	대관	2019.10.03.	서귀포청소년오케스트라	서귀포관광극장	150
9	대관	2019.10.27.	산책길 노지 사진전&콘서트	서귀포관광극장	150
10	대관	2019.11.17.	미국중창단	서귀포관광극장	180
소 계					1,500
총 계					9,690

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

3-3-2. 창작공간 : 창작스튜디오, 덕판배

- 이중섭 문화의 거리조성사업의 일환으로 미술작가들에게 편리하고 안정된 작업공간을 제공하고, 시민들에게는 전시공간으로서 문화예술의 향유 기회 제공을 확대하기 위하여 만들어짐.
- 창작스튜디오는 제주특별자치도 서귀포시 이중섭로 33(서귀동)에 위치하고 있음. 2008년 10월 28일 완공하여 2009년부터 운영을 시작하였음. 연건 축면적은 1,390.88㎡이며 총 16억원(국비 300백만원, 지방비 1,300백만원) 들여 2016년 1월에서부터 7월까지 리모델링하여 호실별 개수대 및 냉난방기 설치, 공동취사장 및 층별 샤워실 등을 완비함.

〈표 4-21〉 창작스튜디오 주요시설

층	시설
1~2층	전시실, 공예공방 등
3층	사무실, 다용도실, 입주 작가실(2개실)
4층	휴게실, 입주 작가실(3개실)
5층	세미나실, 입주 작가실(2개실)

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■작가들이 입주하는 작가실은 건물의 3층에서 5층까지 분포되어 있는데, 전체 연면적이 지상 424.39㎡이나, 현재 3층 전층은 서귀포 문화원이 사용하고 있으며, 5층 일부(503호)는 사무실로 이용하고 있어, 실제로는 247.1㎡ 절반 가량 정도만 창작공간으로 활용되고 있음.

〈표 4-22〉 창작스튜디오 입주공간 규모

호 실	면 적	호 실	면 적
301	62.10㎡	302	65.71㎡
401	63.53㎡	402	62.68㎡
403	56.29㎡	502	64.60㎡
503	49.48㎡		

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■2009년부터 2019년까지 지난 10년간 입주 작가는 총 76명으로 1년 평균 7.6명이 창작스튜디오를 이용한 것으로 나타남.

〈표 4-23〉 창작스튜디오 입주 작가 유형

입주기간	인원	지원지역	인원	지원 분야	인원
1년	53명	서울	29명	회화	69명
6개월	9명	제주시	15명	사진	3명
5개월	11명	서귀포시	11명	설치	3명

입주기간	인원	지원지역	인원	지원 분야	인원
3개월	3명	경기도	10명	도예	1명
		인천	2명		
		대구	2명		
		광주	2명		
		경북	1명		
		대전	1명		
		부산	1명		
		강원도	1명		
		일본	1명		

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 창작스튜디오 입주 조건은 1~9기의 경우 장기 입주 작가는 50호 이상 1점 기증, 지역연계프로그램 운영, 결과보고전 참여 등이었음. 다만 9기 입주 작가의 경우 작품을 기증받지 않았음.³⁶⁾ 10기의 경우는 지역연계프로그램 운영 및 결과보고전 참여만을 조건으로 함.
- 창작스튜디오에서 운영하는 도예아카데미의 경우는 대다수가 도내 주민들로, 1년 평균 50~60명이 수강하는 것으로 나타남.
- 창작스튜디오사업은 통상적으로 전문 작가에게는 창작 공간을 제공함으로써 수준 높은 작품 창작의 기회를 제공하고, 한편으로는 지역주민에게는 다양한 문화예술 향유기회를 제공하는 목적으로 운영됨. 하지만 모든 창작스튜디오를 동일한 기준으로 운영할 필요는 없는 것으로 판단됨. 이중섭거리, 작가의 산책길에 놓여있는 창작스튜디오는 앞서 살펴본 일반적인 목적 이외에 지역연계프로그램 운영을 활용하여 작가의 산책길이나 이중섭 미술관과 연계시킬 수 있는 방안을 모색해야 할 것으로 여겨짐.

36) 미술관 운영위원회의 결정.

〈표 4-24〉 연도별 도예아카데미 수강 현황

연도	수강인원(명)			비고
	합계	도외	도민	
2009년	12	6	6	모집대상 : 도자기 공예 초급자(18세 이상 남·여)
2010년	32	16	16	
2011년	40	20	20	
2012년	22	11	11	
2013년	50	25	25	
2014년	97	48	49	
2015년	78	39	39	모집대상 : 관내에 주소를 둔 시민
2016년	56		56	
2017년	79		79	
2018년	105		105	
2019년	127		127	
2020년	44		44	
	742	165	577	

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■창작스튜디오 전시실 대관현황은 10년 동안 351회 정도이며, 1년 평균 35회로 추정됨. 관람인원은 2015년부터 통계가 잡힌 이후 연 평균 14,624명으로 추정됨. 이는 1일 평균 40여 명으로 추정해 볼 수 있음. 이중섭 미술관의 경우 단순 수치로 환원하였을 때, 1일 평균 방문이 500~600명인 점을 감안하면 인근임에도 불구하고 6~7%만이 전시실을 관람하는 것으로 추론하여 볼 수 있음. 이는 연계성 및 홍보 부족의 문제로 짚어볼 수 있음.

〈표 4-25〉 창작스튜디오 전시실 대관현황

연도	전시회(건)	관람인원(명)
2009년	150	자료 없음
2010년		
2011년		
2012년		
2013년		
2014년		
2015년	31	10,968
2016년	12	8,479
2017년	32	18,349
2018년	40	22,240
2019년	36	23,462
2020.6월	50	4,243
계	351	87,741

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 또 다른 창작공간인 덕판배 미술관의 경우, 2012년 탐라대전 당시 제작된 시설로, 축제가 끝난 뒤 서귀포 칠십리 시공원으로 옮겨짐. 처음에는 동아리 창작공간 등으로 활용되었지만 운영실적이 저조하였음. 덕판배 활용을 위하여 민간위탁 공모를 추진하여 개인을 위탁운영자로 선정·운영하기도 하였음.
- 지금은 기당 미술관에서 관리하고 있으며, 활동공간, 전시공간, 레지던시 공간으로 운영되고 있음. 전시공간은 전시시설의 노후화와 습기 등의 문제로 회화작품을 전시하기 힘든 상황이며, 때문에 전시대관이 거의 발생되지 않고 있음. 빈 전시공간을 입주작가의 도예작품 전시가 상설적으로 이루어지면서 개인전시관 같은 느낌을 주고 있음. 이 공간에 대한 방문객 및 주민

인식은 낮은 편으로 보임.

- 레지던스 공간은 공모를 통해서 4명의 작가가 입주하여 있음. 장르는 회화, 사진, 도예, 디자인작가가 입주하여 활동하고 있음. 입주 작가 대상이 전업작가를 대상으로 하는 것인지 동호인까지 포함하는 것인지 경계가 모호함.
- 레지던스 공간 또한 창작에 전념할 수 있는 구조가 못됨. 작가들의 휴식공간 등 공동활동 공간이 부재하고 창작 공간이 장르의 특성에 따라 다를 수 있지만 회화를 기준으로 보면 협소한 편임. 또한 덕판배 미술관 야외공간의 경우 거의 활용되지 못하고 있음.

3-3-3. 유토피아 갤러리

- 유토피아 갤러리는 1999년 10월 4일에 건축된 것으로 현재 칠십리 공원내 서귀포시 남성중로 130-1에 위치하고 있으며, 연면적 190.38㎡ 지상 2층 목조 건물임. 유토피아 갤러리는 건축물과 외부 팬스의 생태식물이 조화를 이루도록 설계된 생태미술로서 코앰하우스라는 작품임. 이 작품의 일몰기간은 5년으로 설정되어 있음.
- 2019년 7월 12일부터 9월 9일까지 (주)부성이엔씨에서 서귀포시 문화예술과의 의뢰를 받아 갤러리 유토피아 안전진단 용역을 실시하였음. 육안조사, 장비조사, 구조검토 등을 종합하여 평가를 내린 결과 주요 부재에 결함이 발생하여 긴급한 보수, 보강이 필요하며 사용제한 여부를 결정하여야 하는 상태인 D등급으로 평가됨에 따라 철거 혹은 보수에 대하여 논의 중임.
 - 유사한 사례로서 '소라의 상'의 경우 1967년 12월 서귀포시 동홍동 소정방폭포 인근 해안 절벽에 지상2층(연면적 243.06㎡)의 규모의 원형 돌집 모양으로 소라의 모습을 형상화하여 지어진 건축물임. 사유지로 카페로 운영되다 이듬해 해물 독배기 가게로 운영되었음. 2003년 재해위험지구로 지정되어 2008년 서귀포시에서 매입한 후 2009년 제주올레안내소로 사용되다 2015년 정밀안전진단 용역결과 D등급 판정을 받아 안전 대책 수립이 필요함에 따라 폐쇄됨. 이후 건물 전체적으로 방수 및 균열 보수, 외벽도장 등의 보수 공사와 건물 주변 안전보수 후 2017년 10월 특정관리대상 안전관리 자문단 안전점검 결과 B등급으로 상향 조정되어 현재 북카페로 운영되고 있음.
- 작품 상태는 외부 덩굴식물이 사라지고 내부 건축물은 흙물이 되어 민원

이 제기된 상태임. 일몰기간이 지나서 작품을 작가와 협의하여 철거하면 되지만, 작품이 주는 의미와 회생 가능성 등을 등을 종합적으로 검토할 예정임. 서귀포시는 최근 자원 재생이 주요 흐름이기 때문에 재생과 철거여부를 공공건축가 등 전문가와 함께 검토하고 있음.

■이 공간은 작가의 산책길 해설사가 상주하는 공간이며, 작가의 산책길 서쪽 코스의 소통 공간 기능도 수행하고 있음. 따라서 단일 작품 또는 단일 시설물로서의 의미도 중요하지만 작가의 산책길 활성화를 위한 기능도입이 가능한지 여부에 대한 검토도 필요함.

■작품의 철거여부에 대한 검토는 시민여론 수렴, 전문가 검토(건축가 : 건물의 안전과 재생 가능성, 미술가 : 작품의 의미) 후 작가의 산책길에서 부여 받은 기능의 필요성 등을 종합적으로 따져 볼 필요가 있음. 재생을 추진할 경우에는 문화도시사업의 유희공간 재생사업과 연계해서 추진할 필요가 있음.

■세부진단 결과는 <표 4-26>과 같음.

<표 4-26> 유토피아 갤러리 세부진단 결과

구 분	조 사 결 과
정밀육안조사	- 콘크리트 기초 토대 부식 및 벽체 누습 - 상부하중에 의한 창호를 변형으로 개폐 불가능 - 벽체 구성 스티드 손상으로 붕괴 우려
재료시험조사	- 변위조사 : 기울기 변위량 평균 C등급(지상2층 하중으로 인한 창문틀 처짐 발생) - 함수율조사 : 구조기준 함수율이 기준보다 상향된 수치로 측정(주의관찰 요)
상태평가	- 기초 상단 토대의 대부분 및 목재마감재, 단열재의 부패로 기능 소실 - 2층 상부 하중에 따른 창호를 변형 및 유리 파손 - 구조검토 결과 장선, 서까래 마룻대 부재에서 내력 부족 평가

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

〈그림 4-1〉 유토피아 갤러리 진단 사진



※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

3-3-4. 방문객 및 주민 체험 프로그램 운영

- 작가의 산책길 및 문화예술시장은 주민협의회에 위탁운영되고 있는데, 체험 프로그램도 위탁운영되고 있음. 2018년과 2019년을 살펴보면 2018년은 전체적으로 체험프로그램 참가자들이 고르게 분포하는 경향을 보여주는 반면 2019년에는 은지화 체험이 상대적으로 높게 형성되고 있는 반면에 도자기체험의 경우는 2018년과 2019년 모두 낮은 분포를 형성하고 있음.
- 2019년 신규 체험프로그램인 생태체험도 방문객의 흥미를 유발시키지 못하는 것으로 나타나고 있음. 2018년 문인화체험의 경우 통계상으로는 이용자가 많음에도 불구하고 2019년 프로그램에서는 제외된 것으로 나타나고 있음.
- 체험프로그램 개설 시 공간과 기관의 특성을 살리는 프로그램 개발도 중요하지만 방문객의 선호도, 혹은 기존 프로그램에 대한 만족도 조사 등의 과정을 거쳐 프로그램을 개발할 필요가 있음.

〈표 4-27〉 체험 참여자 현황(2016~2019년)

2016년

프로그램명	장소	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
도자기체험	창작갤러리 지하													
죽훈육체험	서북전시관				분류별 및 월별 실적 자료 없음									
은지화체험	극장													
문인화체험	극장													
합	계					461	877	464	462	524	952	1,445	629	5,814

2017년

프로그램명	장소	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
도자기체험	창작갤러리 지하	53												
죽훈육체험	서북전시관	117				분류별 및 월별 실적 자료 없음								
은지화체험	극장	140												
문인화체험	극장	118												
합	계	428	320	520	530	600	650	700	680	660	580	520	500	6,688

2018년

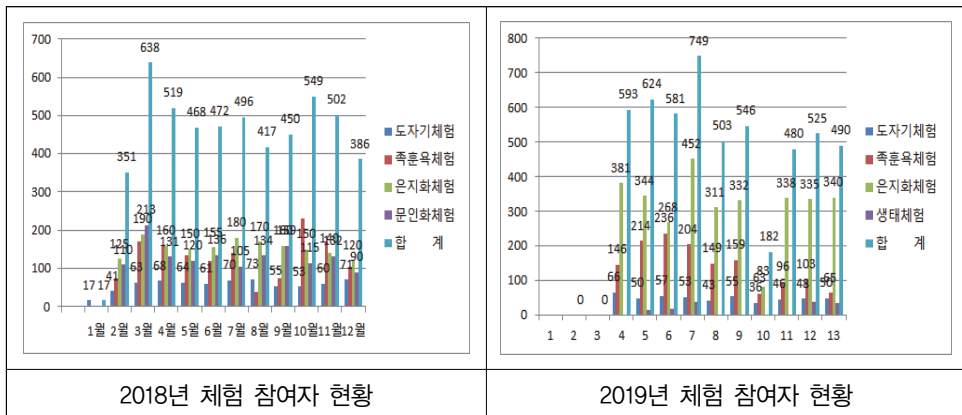
프로그램명	장소	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
도자기체험	창작갤러리 지하	17	41	63	68	64	61	70	73	55	53	60	71	
죽훈육체험	서북전시관		75	172	160	134	120	141	40	76	231	170	105	
은지화체험	극장		125	190	160	150	155	180	170	160	150	140	120	
문인화체험	극장		110	213	131	120	136	105	134	159	115	132	90	
합	계	17	351	638	519	468	472	496	417	450	549	502	386	5,265

2019년

프로그램명	장소	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
도자기체험	창작갤러리 지하			66	50	57	53	43	55	36	46	48	50	

죽훈육체험	서복전시관			146	214	236	204	149	159	63	96	103	65	
은지화체험	극장			381	344	268	452	311	332	83	338	335	340	
생태체험	문화예술 시장				16	20	40					39	35	
합	계	0	0	593	624	581	749	503	546	182	480	525	490	5,273

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공



4. 재정 분야

4-1. 작가의 산책길 및 문화예술시장 중기기본계획과 예산의 미수행

■재정 분야는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 중요한 물적 토대로, 2012년 2월에 작성된 '작가의 산책길 및 문화예술디자인시장 중기기본계획'에는 <표 4-28>과 같이 연도별 확보해야할 예산액에 대해 명기하고 있음. 2015년에는 전체 18억원에 가까운 예산을 명기하고 있으나 실질적으로는 그렇게 이루어지지 못하였음.

〈표 4-28〉 2011~2015년까지 예산 계획

(단위 : 백만원)

구분 \ 년도	세부항목	합계	년도별 예산액				
			2011	2012	2013	2014	2015
합 계		9,361	154	1,357	4,650	1,400	1,800
작가의 산책길 탐방	· 탐방코스 개설 · 패키지 상품화 · 캐릭터 개발 및 아트상품 제작 · 쉼터, 스피커 등 시설물 설치 · 미로미로 · 야외 갤러리 설치 · 스토리텔링 개발 및 스토리맵 제작 · 자구리해안 조형물설치 및 무대 조성 · 국제홍보관 설치 · 새연교 작가의 산책길 코스 개발 · 김정화유배지 연계한 탐방코스 개발	1,426	14	412	400	200	400
문화예술시장 운영	· 아트마켓 운영 · 시설물 정비 · 복합문화공간 조성사업 · 이중섭 거리 창작공간 조성 · 문화예술공간 확대운영	3,675	40	85	3,150	200	200
서귀포문화예술제 개최	· 전통문화체험 및 거리공연 · 미술품 경매페스티벌 개최 · 전국문화예술경연대회 개최 · 서귀포 작가상 제정 운영	710	50	60	200	200	200
솔동산 문화의 거리 조성	· 가로등, 조형물, 간판 정비 · 서귀진지 복원 및 예술인촌 조성	3,550	50	800	900	800	1,000

- 현재 서귀포 문화예술과의 작가의 산책길 및 문화예술시장 2016년~2019년 지출내역을 살펴보면 연간 예산이 2017년 이후로 3억을 조금 넘어서는 실정임.

〈표 4-29〉 작가의 산책길 대분류 지출내역(2016~2019년)

년도	구분	지출
2016년	인건비	33,329,030
	공연	54,217,500
	체험	22,083,400
	시설관리 및 운영비	75,585,980
	소 계	185,215,910
2017년	인건비	66,958,851
	공연	133,928,870
	체험	30,188,100
	시설관리 및 운영비	98,168,270
	소 계	329,244,091
2018년	인건비	68,135,480
	공연	117,803,100
	체험	40,487,940
	시설관리 및 운영비	112,729,220
	소 계	339,155,740
2019년	인건비	72,600,000
	공연	100,068,000
	체험	36,273,880
	시설관리 및 운영비	107,703,318
	소 계	316,645,198
총 계		1,170,260,939

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공.

4-2. 민간위탁 운영의 한계

- 현재 재정의 사용처는 크게 두 분야로 나누어 볼 수 있음. 하나는 작가의 산책길 및 문화예술시장 기반시설에 대한 시설보수, 다른 하나는 작가의 산책길 및 문화예술시장운영에 따른 사업비로, 이는 민간위탁을 통하여 이루어지고 있음.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영에 따른 민간위탁은 주민협의회에 위탁하여 이루어지고 있으며, 사업비는 연 2~3억 정도임.
- 위탁의 범위는 작가의 산책길 프로그램운영 및 시설물관리로 정해져 있으나 실제 운영은 관광극장을 중심으로 하는 정기공연 및 체험프로그램을 협소하게 운영하고 있음. 작가의 산책길 전체로 프로그램을 확장시키지 못하고 있음.

〈표 4-30〉 작가의 산책길 민간위탁 운영현황(2015~2019년)

연도	사업비 (천원)	내용	운영실적	비고
2015년	356,000	작가의 산책길 프로그램 운영 및 시설물관리	정기공연 및 기획공연 총60회 (18,353명 관람)	※ 옛 관광극장 위탁금 94,000천원 별도편성
2016년	207,000	작가의 산책길 프로그램 운영 및 시설물관리	정기공연 및 기획공연 총47회 (12,260명 관람)	※ 옛 관광극장 위탁금 94,000천원 별도편성
2017년	349,000	작가의 산책길 및 문화 예술시장 운영(서귀포 관광극장포함)	정기공연 및 체험프로그램 운영 98회 (10,470명 관람)	
2018년	350,000	작가의 산책길 및 문화 예술시장 운영(서귀포 관광극장포함)	정기공연 및 체험프로그램 76회 (9,670명 관람)	
2019년	322,700	작가의 산책길 및 문화 예술시장 운영(서귀포 관광극장포함)	정기공연 및 체험프로그램 55회 (8,340명 관람)	

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

4-3. 미술관 관람료 및 통합관람권 문제

- 현재 작가의 산책길 내 있는 미술관, 기념관, 전시관, 그 외 시설물에서 이중섭 미술관을 제외하고는 전부 적자 운영임. 소암 기념관은 방문객이 가장 적으며, 서복 전시관은 중국관광객들이 들르는 경우가 많음.
- 지난 4년간 공립미술관 관람료 수익을 살펴보면 전체 1억에서 2억여 원 수준에 머물고 있으며, 90%이상이 이중섭 미술관에서 발생하고 있어, 미술관마다 격차가 매우 큼.

〈표 4-31〉 작가의 산책길 내 미술관 관람료 수익 현황(2016~2019년)

(단위: 명, 천원)

구 분	2016		2017		2018		2019	
	관람객	관람료	관람객	관람료	관람객	관람료	관람객	관람료
계	348,258	175,568	346,374	206,079	337,434	221,248	248,516	157,824
이중섭 미술관	270,984	161,857	277,335	194,269	265,036	206,404	208,837	150,507
기당 미술관	10,515	2,089	17,177	4,525	22,044	6,755	26,312	7,317
소암 기념관	12,122	무료	10,676	무료	10,501	무료	13,367	무료
서복 전시관	54,637	11,622	41,186	7,285	39,853	8,089	-	-

※ 2019년 이중섭미술관 2개월간 소방공사 실시(휴관)

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

- 서복전시관의 경우 관람료 수입이 가장 많았을 때가 년 기준 1천여만 원 정도였음.

〈표 4-32〉 서복 전시관 관람객 수와 관람료(2012~2019)

연 도	관람객(명)	관람료 세입(원)
2012년	4,032	986,100
2013년	44,639	5,958,300
2014년	35,821	5,966,400
2015년	50,239	10,260,000

연 도	관람객(명)	관람료 세입(원)
2016년	54,637	11,622,900
2017년	41,186	7,285,900
2018년	39,583	8,089,300
2019년	37,222	8,558,050

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■ 미술관 및 기념관과 전시관의 입장료가 무료이거나 낮은 편으로 통합관람권의 효과를 보지 못하여 사용하지 않고 있음.

〈표 4-33〉 작가의 산책길 내 미술관 및 전시관 관람료

구분		어른 (25-64세)	청소년 (13-24세)/군인	어린이 (7-12세)	면제
이중섭 미술관	개인	1,500원	800원	400원	-
	단체	1,000원	500원	300원	
소암 기념관	개인	무료			무료
	단체	무료			
기당 미술관	개인	1,000원	500	300	6세 이하(유아), 65세 이상, 국민아 외교사절단과 수행하는 사람, 미술관 소장품 기증한 사람, 학술연구목적, 공무수행, 장애인(1-3급), 국가유공자 및 독립유공자, 5.18민주유공자 및 참 전유공자, 고엽제 후유증 환자 및 특 수임무유공자, 의사상자 및 가족과 유 족, 제주4.3희생자 및 유족, 병역명문 가 예우대상자 및 가족, 전기자동차 공공충전 인프라카드 또는 차량등록증 소지자, 기초생활보장법 수급권자 등
	단체	700	700	200	
서북 전시관	개인	500	300	12세 이하 무료	12세 이하 65세 이상, 장애인(복지카드소지자), 국가유공자, 독립유공자, 5.18민주유공자, 제주4.3 사건 생존희생자증 및 유족증 소지자
	단체 (10인 이상)	400	200		

〈표 4-34〉 작가의 산책길 통합관람료(이중섭미술관, 기당미술관, 서복전시관)

관람료(원)						비고
어른		청소년및군인		어린이		
개인	단체	개인	단체	개인	단체	
1,300	1,000	800	500	300	200	

■작가의 산책길 운영 수입은 모두 세외수입으로 잡혀 있고, 지역적 물가지수에 따라 경기상태가 변동됨. 세외수입이 가장 좋았던 시기에도 다른 세계유산 지구 등 다른 관광지에 비하면 세외수입이 훨씬 미치는 못하는 상황임. 이러한 구조적 문제를 해결해야 함.

■세외수입은 로고상품 판매 및 전시실 대관료 등임.

〈표 4-35〉 작가의 산책길 내 연도별 관람객, 수입 및 관리예산(2011~2013)

관광지	년도	방문객수			관리운영비		세외수입현황		연간운영 (흑)적자폭
		내국인	외국인	계	인건비	경상비	관람료	기타	
만장굴	2011	551,862	83,720	116,464	17,150	99,314	789,209	-	672,745
	2012	644,004	115,632	117,640	7,589	110,051	1,006,630	-	888,990
	2013.09	518,911	84,054	84,054 81,601	1,977	79,624	815,377	-	733,776
성산 일출봉	2011	1,429,016	581,698	170,157	7,456	162,701	2,056,171	7,938	1,893,952
	2012	1,816,615	1,111,386	204,359	24,247	180,112	3,091,293	7,698	2,894,632
	2013.09	1,297,704	1,068,834	139,012	8,317	130,695	3,025,842	5,371	2,892,201
서복 전시관	2011	115,829	17,562	50,853	31,000	19,853	1,681	817	△48,355
	2012	75,176	21,946	20,000	-	20,000	986	-	△19,014
	2013.09	22,852	5,112	28,738	-	28,738	4,806	-	△23,932
소암 기념관	2011	7,003	97	160,756	49,000	111,756	-	1,571	△159,185
	2012	12,428	384	135,811	-	138,111	-	5,265	△130,546
	2013.09	6,760	183	115,870	-	115,870	-	2,028	△113,842
이중섭 미술관	2011	121,490	1,613	236,282	55,000	181,282	63,116	131,559	△41,607
	2012	124,479	2,847	221,774	40,155	181,619	76,771	110,435	△34,568
	2013.09	119,917	253	183,003	50,155	132,848	74,560	90,092	△18,351

※ 자료 출처 : 서귀포시 행정자료, 김용범(2014: 85~86) 자료 수정보완 재사용함.

- 로고상품은 8종이 있는데, 엽서, 에코백, 에코연필, 노트, 머그컵, 책자(노리의 여행, 똥돼지), 손수건 겸 지도(버프) 등이 있었음. 현재는 이것을 구매할 수 있는 공간에 대한 안내와 홍보도 거의 없음.

〈그림 4-2〉 작가의 산책길에 판매되는 아트 상품

제작상품	상품이미지	제작상품	상품이미지
엽서 (1,000원)		에코백 (7,000원)	
에코연필 (5,000원)		노트 (3,500원)	
머그컵 (5,000원)		노리의 여행 (12,000원)	
똥돼지 (12,000원)		버프 (13,000원)	

※ 자료 출처 : 김용범(2014) 참조

- 2011년 설치 시기 대비 2013년에는 탐방객이 300% 이상 증가하였으며, 문화상품 판매수익은 663% 증가하였던 것을 볼 수 있음. 이 시기 작가의 산책길 운영은 많은 성과가 있었던 것으로 보이나 경제체감 및 문화마케팅 상품으로서 파급효과는 크지 않았음(김용범, 2014).

〈표 4-36〉 작가의 산책길 운영실적

연도	운영시기	운영횟수	탐방(명)	시장참여(명)	판매작품(점)	판매수입(천원)
2011년	넷째주 토·일	17	931	7,595	1,400	22,181
2012년	매주 토	46	1,138	20,435	4,496	57,373
2013년	매주 토·일	90	2,852	71,780	9,475	146,971

※ 자료 출처 : 서귀포시 행정자료, 김용범(2014: 82) 재인용함.

5. 공간 및 기반시설 분야

- 공간 및 기반시설의 문제는 정체성을 비롯하여 랜드마크(Landmark) 혹은 문화브랜드를 조성하는데 있어 가장 표상적으로 보여줄 수 있는 요소임. 작가의 산책길 및 문화예술시장과 관련하여 공간 및 기반시설 문제에서 핵심적인 것은 ① 작가의 산책길 자체의 상징성 확보 문제와 ② 작가의 산책길 시설 관리 문제 등으로 나누어 볼 수 있음.

5-1. 작가의 산책길 상징성 문제 및 거리의 중복

- 작가의 산책길이란 이름이 가지고 있는 브랜드 가치는 높지만 작가의 산책길이 갖는 상징성은 낮은 것으로 파악됨. 이런 문제가 야기되는 것은 작가의 산책길과 중복되는 다른 거리 및 길의 문제로 보임. 1990년대 말 2000년대 초에 이르면서 전국적으로 창조된 길과 거리는 수백 개에 이르고 있는 실정임. 제주에서도 올레길을 시작으로 각종 길 및 거리들이 개발되고 있으며, 주제만 달리하고 중첩되는 길들이 많음. 서귀포 작가의 산책

길의 경우도 중복되는 길 및 거리가 7개 이상으로 나타나고 있음.

■ **이중섭 거리** : 제주특별자치도 서귀포시 서귀동 512일대. 이중섭(1916~1956)을 기리기 위해 피난당시 거주하였던 초가를 보존하고 그 주변에 그의 이름으로 조성한 거리로 정방동 매일시장 입구부터 솔동산까지 360m를 이중섭거리로 지정하여 그의 서귀포 체류시절을 기념하고 있음. 1995년 11월 이중섭 거주지 기념표석이 세워졌고, 이듬해 1996년 2월말 그가 자주 거닐었던 길가를 이중섭 거리로, 1997년 4월 그가 기거하였던 집과 부속건물을 복원, 정리하여 이중섭 거주지와 그의 호 '대향(大鄕)'을 따라서 대향전시실로 꾸며놓고 소개함. 이중섭 거리는 한국 최초로 화가의 이름이 붙여진 거리로 매년 10월말 사망주기에 맞추어 이중섭 예술제행사가 시행됨. 진입로는 태평로와 이중섭 거리 두 곳임.

■ **칠십리 음식특화 거리** : 서북 전시관에서 천지연광장에 이르는 1.2km 음식점 구간임. 해안가와 접해 있어 횃집 등이 밀집한 이 지역은 2008년 당시 여행사와 결탁하여 송객 수수료 등으로 관광객들이 피해를 보는 사례가 많아지자, 이를 해소하기 위하여 2008년 3월 23일 영업주와의 간담회를 개최하여 음식 가격 인하 및 여행사 송객수수료 근절을 추진하면서 여행사들이 칠십리주변 음식점을 외면하자 매출이 급감. 이에 칠십리 상가번영회를 창립하고³⁷⁾ 서귀포시에서 동참업소에 대한 행정적·재정적 지원(2008~2013)을 위해 2008년 4월 4일에 추진계획을 수립하고 2008년 10월 20일 칠십리 음식특화 거리로 선포함. 43개소의 음식점이 존재함. 주무부서 없이 관리하지 못하다가 현재 관리부서는 송산동로 지정됨.³⁸⁾

■ **솔동산 문화의 거리** : 서귀포시 옛 도심권 도시재생 및 문화향유 공간으로 조성된 솔동산 문화의 거리를 이중섭 거리와 연계한 문화의 거리로 활성화하기 위하여 조성함. 서귀포시 태평로 수협 앞에서 밀라노 삼거리에 이르는 약 400m 구간임. 2011년부터 2015년까지 인도확장, 가로등 공사, 조형물 설치, 주민쉼터, 소공원 조성 등으로 총 사업비 2,370백만원(국비 1,160백만원, 지방비 1,210백만원)이 투입된 거리임. 도로 시설물 개선 위주의 거리 조성사업으로 문화콘텐츠가 미흡하고, 이중섭 거리와 태평로로

37) 최초 회원수는 32명이었으나 2015년 6월 24개 가입업소 중 10여개 업소가 자체적으로 상가번영회 조성함.

38) 2013년 10월 30일 서귀포시 사회복지과에서 업무 이관됨.

단절되어 관람객 유입에 한계. 서귀포진성 이외의 문화유산 및 자연경관 등 볼거리가 부족함. 2015년 8월 17일부터 2016년 2월까지 ‘문화예술의 거리 조성 및 운영기본계획’ 수립이 이루어짐. 여기에 올레코스 6코스 노선변경, 서귀진지 등 역사자원 활용 복합 문화공간 및 전망대 조성 등이 제안됨. 솔동산 8경 발굴 및 해설사 배치가 2016년 4월에 이루어짐.

- 아랑조을 거리 : 서귀포시 지역골목상권의 활성화를 위하여 아랑조을 거리 지정함. 먹자골목임. 2017년 아랑조을 거리의 날을 처음으로 개최, 천지동 아랑조을 상가번영회 중심으로 운영.
- 올레길 : 서귀포시 쇠소깍에서 서귀포 올레센터까지 이르는 올레길 6코스가 작가의 산책길과 중첩됨. 또한 올레 7-1코스도 중복됨.

〈표 4-37〉 올레길 6코스

코스명	거리	코 스	비 고
6코스	11km	쇠소깍다리-쇠소깍 휴게소-소금막 나무정자-생이돌-제지기오름 입구-제지기오름-보목포구-구두미포구-소천지-보목하수처리장-백록정-검은여 쉼터-정방폭포 관광안내소-소암기념관-서귀진성-이중섭거리-서귀포매일올레시장 입구-제주올레여행자센터	2009. 개장

- 천주교 순례길 : 천주교에는 관덕정, 대정성지, 황사평성지, 새미은총의 동산, 용수성지, 황경한 묘소, 복자 김기량 현양비 등의 성지 및 순례지가 있으며, 그것을 중심으로 천주교 성지순례길이 형성되어 있음. 천주교 순례길은 6개의 코스(김대건 길, 하논성당길, 김기량길, 정난주길, 신축화해길, 이시돌길 등)가 있으며 이중 제5코스 하논성당길은 송산동에서 정방동을 거쳐 동흥동에 이르는 길로 이중섭 거리 및 작가의 산책길과 중복됨.³⁹⁾

39) 천주교 제주교구 순례길(<http://www.peacejeju.net/bbs/page.php?hid=down>) 참조.

〈표 4-38〉 천주교 순례길 5코스

코스명	거리	코 스	비 고
5코스 하논성당길 (환희의 길)	10.6km	서귀포성당-천지연(윗길)산책로-하논성당터-봉림사 하논생태길-숨반내-흙담소나무길-후박나무가로수길-홍로현 현청길-지장샘-홍로성당터 면형의 집-서귀복자 성당-복자성당터-서귀포성당	2013.04.20 개장

■선정의 길 : 제주불교 성지순례길인 선정의 길이 존재함. 2016년부터 시작된 선정의 길은 4개의 코스가 존재하며, 이중 제2코스와 제3코스가 작가의 산책길과 중첩됨.⁴⁰⁾ 2016년 11월 6일 서귀포시 약천사에서 제주불교성지순례길 선정의 길 개장식을 가짐.

〈표 4-39〉 선정의 길 2코스와 3코스

코스명	거리	코 스	비 고
2코스 범섬 길		혜관정사-제지기오름(보목동과 범섬 풍광 조망)-절터(오름 중간에 있는 예전에 스님들이 수행하던 굴)-옛 등대(도대불)- 올레 6코스 -소천지(백록담 천지를 닮은 바닷가 작은 천지)-거문여 환해장성- 소정방-정방 폭포 -정방사(전통사찰, 문화재)-무량정사(도심 속 작은 쉼터)	2016.11.16. 개장
3코스 최영장군 길		이중섭거리, 이중섭 적거지 -서귀본향당-서귀진성-황룡사- 서귀포 칠십리 공원 -법장사(구룡토수 창건설화)-하논분화구-봉림사-정대물(조선시대 정의현과 대정현 경계)- 올레 7코스 -법화포구, 최영 장군 전적비 ⁴¹⁾	2016.11.16. 개장

40) <http://blog.daum.net/114bs/235> 참조.

41) 1374년 최영 장군이 몽골의 목호들과 벌인 최후의 전투 장소.

- 이런 거리들의 관계를 잘 설정하면 이용 면에서는 시너지 효과가 나타날 수도 있지만, 작가의 산책길을 상징화하는 데에는 불안 요소로 작용하고 있음. 올레길의 경우 이중섭 거리 등을 거쳐 올레매일시장 등으로 이동하다보니 이용 면에서 올레길과 작가의 산책길 간의 시너지가 있지만, 성지 순례길 등과는 특성이 달라 시너지가 있다고 보기는 어려움. 실제로 이런 길의 중첩으로 어느 하나도 특징적인 길에 대한 브랜드를 형성하고 있지 못하며, 우후죽순처럼 형성됨. 오로지 이중섭 거리만이 가까스로 거리브랜드를 유지하고 있는 실정임. 때에 따라서는 동선의 혼란을 야기하기도 함. 따라서 작가의 산책길에 대한 문화브랜드를 창조하기 위해서는 우선 중복되는 거리 문제를 어떻게 해결할 것인가에 대한 논의가 이루어져야 하며, 선택과 집중을 할 필요가 있음.
- 개인이나 단체가 개설한 길에 대해서는 그 길을 없애거나 조정할 수 없지만 최소한 행정에서 관리하는 거리와 길에 대해서는 체계적인 조사와 길의 중복성 여부, 프로그램의 고유성과 차별성, 초기 개설 당시와 현재의 차이 등에 대한 점검이 필요함.
- 중복된 길을 존치하더라도 거리의 특성을 살려 중복되지 않도록 선택적 지원이 요구되며, 홍보와 동선에 있어서도 다른 길과 혼선을 초래시키는 것이 아니라 오히려 적극적으로 연계시킬 수 방안 마련이 요구됨.

〈그림 4-3〉 작가의 산책길과 중복되는 길 및 거리



〈그림 4-4〉 작가의 산책길과 배치된 작품



5-2. 뷰 포인트(View Point)의 부재

- 현재 작가의 산책길에서 매력 포인트 지점은 이중섭 미술관과 이중섭 거리가 핵심적으로 나타나고 있음. 이에 대한 것은 빅데이터를 분석한 결과에서도 드러남. 작가의 산책길을 중심으로 보았을 때, 이중섭 미술관 및 이중섭 거리를 제외한 장소 방문객 수는 상대적으로 적음.
- 미술관 및 기념관, 전시관들은 실내 뷰 포인트를 가질 수 있지만, 이에 대한 적절한 전략이 부재함. 또한 뷰 포인트와 연결되는 스토리가 빈약함.
- 천지연 폭포, 정방 폭포, 한라산, 서귀포항, 자구리 해안, 새섬, 범섬 등 아름다운 풍광을 끼고 있는 작가의 산책길은 장소의 매력적인 부분을 끌어내지 못하고 있음.
- 또한 작가의 산책길에 산재해 있는 많은 공공미술작품들의 관람 포인트를 주지 못하고 있는 실정임. 제주도민들은 작가의 산책길에 주목하는 반면, 제주 외 지역 방문객들의 경우 미술관 및 문화작품 등에 중심을 두고 있는 점을 감안하면 방문객에 대한 분석을 통하여 대응전략을 마련해야 함.

5-3. 시설 설치 및 관리와 안전시스템의 문제

5-3-1. 칠십리 공원 및 샛기정 공원의 안전관리 문제

- 시설관리와 관련하여 현재 작품들을 문화시설로 지정한 것을 공공미술작품으로 전환시킬 필요가 있으며, 작품이 배치되어 있는 산책길 기반 시설에 대한 관리가 지속적으로 이루어질 수 있도록 기반 조성이 필요함.
- 현재 작가의 산책길에는 샛기정 공원과 칠십리 공원 등이 포함되어 있으며, 이들 공원 곳곳이 안전과 관련하여 시설보수가 필요한 곳이 많음. 공원관리 소홀은 작가의 산책길 관리 소홀로 바로 이어짐. 특히 눈비가 올 때, 데크(Deck)로 되어 있는 탐방길 안전 문제가 드러남.
- 근린공원에 국내외 미술작품들을 전시하고 있어 생활체육공간과 미술작품간의 연계성을 어떻게 가져나갈 것인지도 중요함. 미술작품들이 공원 내 근린 시설의 하나로 보이는 배치에 대해서도 논의가 필요함.
- 또한 작가의 산책길에 조성된 작품의 경우 조형물 성격의 작품은 시간이

지나면서 작품성 뿐만 아니라 구조에서도 문제가 발생할 수 있음. 작품 그 자체에 대한 안정성 진단이 필요할 것으로 여겨짐.

- 작가의 산책길 주변에는 사찰의 쓰레기 소각장을 비롯하여, 문화재보호구역이 존재하며, 운동기구들이 공원 곳곳에 산재해 있음. 자구리 해안의 경우 오수 문제가 불거지기도 함.

5-3-2. 기반 시설 및 안전관련 교육의 부재

- 올레길은 올레센터가 있어서 식사, 잠자리, 정보교환 등이 가능한 시설이 존재하지만, 작가의 산책길은 이에 대한 기반 시설이 없음. 이곳을 찾아오는 작가들 및 방문객을 위한 소통과 교류의 장소가 마련될 필요가 있음. 현재는 작가의 산책길 방문객들이 소통하고 교류할 수 있는 장소가 부재함.
- 더불어 작가의 산책길은 탐방과 관련되어 있으므로 방문객에 대한 안전 교육이 제대로 이루어질 필요가 있음. 또한 시설 및 미술작품 훼손 등 방문객이 주의해야할 사항에 대한 교육프로그램도 마련될 필요가 있음.

6. 홍보와 수요 분야

6-1. 작가의 산책길에 대한 인지경로와 만족도

- 주 이용 방문객에 대한 사항을 파악해야 대응전략이 나옴. 그러나 현재 방문객에 대한 파악 조차 제대로 이루어지고 있지 못함. 또한 거점 공간에 대한 매력 포인트는 이중섭 미술관 등을 제외하면 거의 없는 것으로 드러남.
- 정확한 홍보와 수요 분야의 평가를 위해서는 방문객을 대상으로 하여 조사를 실시해야하기 때문에 작가의 산책길 및 그 거점을 방문한 탐방객 94명을 대상으로 하여 조사를 실시함. 연령별로 보면 최저 13세에서 최고 77세까지이며 평균연령은 50.6세로 나타나고 있음. 성별로 보면 남성 41명(41.4%), 여성 53명(53.5%)임. 거주지별로는 도내 방문객이 33.3%로 가장 많으며, 그 다음으로는 서울특별시 31.1%임. 강원도를 제외하고는 전국적

으로 방문객이 있음을 알 수 있음. 직업별로는 3차 산업이 많으며, 기타도 많음.

〈표 4-40〉 응답자 특성

구분	빈도(명)		백분율(%)
연령	10대	1	1.6
	20대	9	9.6
	30대	10	10.6
	40대	18	19.1
	50대	27	28.7
	60대	19	20.2
	70대	10	10.6
	합계	94	100
성별	남성	41	43.6
	여성	53	56.4
	합계	94	100.0
거주지	서울특별시	28	29.7
	부산광역시	3	3.2
	대구광역시	2	2.1
	인천광역시	4	4.3
	대전광역시	2	2.1
	광주광역시	1	1.1
	울산광역시	4	4.3
	세종특별자치시	1	1.1
	경기도	4	4.3
	강원도	0	0.0
	충청남북도	5	5.3
	전라남북도	2	2.1
	경상남북도	3	3.2
	제주특별자치도	30	31.9
	기타	1	1.1
	미 표시	4	4.3
	합계	94	100.1
직업	1차 산업	8	8.5
	2차 산업	4	4.3
	3차 산업	36	38.3
	기타	34	36.2
	미 표시	12	12.8
	합계	94	100.1

- 작가의 산책길을 방문한 적이 있는가에 대한 대답은 90명이 방문한 적이 있다고 대답한 반면 4명은 방문한 적이 없다고 대답하였음. 방문하였을 때, 탐방한 코스를 물은 결과, 이중섭 거리만 방문한 경우가 45.5%에 해당하면 그 다음으로는 4.9km가 많게 나옴.
- 특별히 서울특별시 거주자와 제주특별자치도 거주자가 작가의 산책길을 방문한 경험이 각각 27명, 30명으로 전체 90명 중 57명에 해당하고 있으며, 제주도민도 방문객의 1/3을 차지하고 있어, 지역 내 방문도 적지 않음을 알 수 있음. 탐방객의 출신 지역을 아는 것은 지역별 홍보 마케팅을 위해서는 중요함.

〈표 4-41〉 작가의 산책길 방문

구분	있다	없다
서울특별시	27	1
제주특별자치도	30	0
합계	57	1

〈표 4-42〉 작가의 산책길 방문 시 탐방 코스

탐방코스	빈도수(명)	백분율(%)
4.9km 코스	29	32.2
2.7km 코스	4	4.4
2.8km 코스	8	8.9
이중섭 거리만	44	48.9
기타	1	1.1
미 표시	4	4.4
합계	90	100

- 작가의 산책길 방문 시 탐방한 코스를 살펴보면 이중섭 거리만을 거닐고 가는 방문객이 50%를 넘고 있다는 점에서 작가의 산책길에 대한 관심을 전체적으로 분산시킬 필요가 있음. 탐방프로그램이 진행되고 있지 않은 시점에서 4.9km를 걸었다는 방문객이 29명인 점은 코스에 대한 혼동이 존재하였던 것은 아닌가 하는 점이 우려되며, 탐방객 수에 잡히지 않는 개별 탐방객이 많은 것으로 보임.

〈표 4-43〉 작가의 산책길 방문 시 탐방 코스 비교

거주지	탐방코스	빈도수(명)	백분율
서울특별시	4.9km 코스	2	7.4
	2.7km 코스	2	7.4
	2.8km 코스	2	7.4
	이중섭 거리만	18	66.7
	기타	0	0.0
	미 표시	3	11.1
	합계	27	100
제주특별자치도	4.9km 코스	18	60.0
	2.7km 코스	1	3.3
	2.8km 코스	5	16.7
	이중섭 거리만	6	20.0
	기타	0	0.0
	합계	30	100

■ 작가의 산책길 방문에서 거주지가 서울특별시와 제주특별자치도의 경우를 비교한 결과, 제주도민의 경우 4.9km가 많은 반면, 서울특별시 시민들의 경우 이중섭 거리에 국한되어 있는 것을 알 수 있음. 이는 지역주민의 경우 산책 겸 작가의 산책길을 활용하고 있으나, 서울특별시 시민의 경우 흥미 요소 및 문화예술에 대한 관심 위주로 방문하는 것을 볼 수 있음.

〈표 4-44〉 작가의 산책길 인지 경로

인지경로	빈도수(명)	백분율(%)
올레길 등을 방문하다가 우연히 알게 되었다	14	15.6
TV와 신문, 인터넷 등 대중매체를 통하여 알게 되었다	36	40.0
가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 되었다	26	28.9
호텔 등 시설에 배치된 리플렛 등을 통하여 알게 되었다	4	4.4
기타	9	10.0
미 표시	1	1.1
합계	90	100

- 작가의 산책길을 알게 된 경로를 살펴보면 TV와 신문, 인터넷 등 대중매체를 통하여 알게 된 경우가 가장 많았으며, 그 다음으로 가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 된 경우로 나타남. 시설에 배치된 리플렛 등의 효과는 상대적으로 낮게 나타나는 것으로 보아, 홍보자료의 시설배치가 잘 이루어지지 않았다는 점을 알 수 있음. 우연히 알게 된 경우도 15.7%로 온오프상 홍보 체계를 가질 필요가 있음.

〈표 4-45〉 작가의 산책길 인지 경로 비교

거주지	인지경로	빈도수(명)	백분율(%)
서울특별시	올레길 등을 방문하다가 우연히 알게 되었다	5	18.5
	TV와 신문, 인터넷 등 대중매체를 통하여 알게 되었다	13	48.1
	가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 되었다	6	22.2
	호텔 등 시설에 배치된 리플렛 등을 통하여 알게 되었다	0	0.0
	기타	2	7.4
	미 표시	1	3.7
	합계	27	100
제주특별자치도	올레길 등을 방문하다가 우연히 알게 되었다	2	6.7
	TV와 신문, 인터넷 등 대중매체를 통하여 알게 되었다	11	36.7
	가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 되었다	10	33.3
	호텔 등 시설에 배치된 리플렛 등을 통하여 알게 되었다	2	6.7
	기타	3	10
	미 표시	2	6.7
	합계	30	100

- 거주지별로는 서울특별시가 TV와 신문, 인터넷 등 대중매체를 통하여 알게 된 경우가 압도적인 가운데, 호텔 등 시설에 배치된 리플렛 등을 통하여 알게 되었다는 경우는 전무하여 호텔 등 시설 등에 리플렛 배치가 제대로 안되어 있음을 알 수 있음. 반면 제주특별자치도의 경우 대중매체와 더불어 가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 되었다는 경우가 비등하여, 공동체 내 입 소문이 중요한 홍보의 단서가 되고 있음을 알 수 있음.
- 만족도와 관련하여 작가의 산책길 탐방 시, 만족도에 대한 결과는 5점 척도를 기준으로 하였을 때, 전체적으로는 3.6을 보이고 있어 보통 정도로 나타나고 있음. 최저와 최고 수치를 비교하였을 때, 작가의 산책길 해설사에서

가장 넓은 분포를 보이고 있으며, 작가의 산책길 내 작품관리에서 좁은 분포를 보이고 있음. 이는 작품관리에서는 방문객 사이에 큰 차이를 보이지 않지만, 해설사 부분에 대해서는 방문객 사이에 큰 차이를 보이고 있음.

〈표 4-46〉 작가의 산책길 탐방 시 만족도

구분	평균	최저~최고
작가의 산책길 탐방코스	3.6	2.0~5.0
작가의 산책길 탐방 프로그램	3.5	2.0~5.0
작가의 산책길 해설사	3.6	1.0~5.0
작가의 산책길 탐방 시 작품	3.5	2.0~5.0
작가의 산책길 내 작품관리	3.8	3.0~5.0
작가의 산책길 관련 홍보	3.2	2.0~5.0
기타	3.8	2.0~5.0
전체 평균	3.6	-

〈표 4-47〉 작가의 산책길 탐방 시 만족도 비교

거주지	구분	평균	최저~최고
서울특별시	작가의 산책길 탐방코스	3.3	2.0~5.0
	작가의 산책길 탐방 프로그램	3.2	2.0~5.0
	작가의 산책길 해설사	3.2	2.0~5.0
	작가의 산책길 탐방 시 작품	3.4	3.0~5.0
	작가의 산책길 내 작품관리	5.0	5.0~5.0
	작가의 산책길 관련 홍보	3.3	2.0~5.0
	기타	3.3	2.0~5.0
	전체 평균	3.5	-
제주특별자치도	작가의 산책길 탐방코스	4.1	2.0~5.0
	작가의 산책길 탐방 프로그램	4.2	3.0~5.0
	작가의 산책길 해설사	4.2	2.0~5.0
	작가의 산책길 탐방 시 작품	3.8	3.0~5.0
	작가의 산책길 내 작품관리	3.8	3.0~4.0
	작가의 산책길 관련 홍보	3.3	2.0~5.0
	기타	4.1	3.0~5.0
	전체 평균	3.9	-

- 거주지별로 작가의 산책길 탐방 시 만족도를 비교한 결과, 전반적으로 제주특별자치도 거주자들에 비해 서울특별시 거주자가 만족도가 낮은 것으로 나옴. 특히 탐방 코스와 탐방프로그램, 해설사 등에서 낮게 나옴. 다른 지역도 서울특별시와 비슷하게 나옴.

6-2. 문화예술시장에 대한 인지경로와 만족도

- 문화예술시장 방문은 작가의 산책길을 방문한 사람들 중 절반에 해당하는 49명이 방문 경험이 있지만, 41명은 방문 경험이 없는 것으로 나타남. 이는 코로나19의 영향으로 2020년에는 문화예술시장이 열리지 않으면서 초행방문자의 경우 문화예술시장을 접할 수 없었던 점도 반영된 것으로 보임.

〈표 4-48〉 문화예술시장 방문 경험

구분	빈도수(명)	백분율(%)
있음	49	54.4
없음	41	45.5
합계	90	100

- 방문한 적이 있다는 49명 중에서 거주지별로 보면 서울특별시의 경우 문화예술시장 방문자 수가 9명으로 적은 반면, 제주특별자치도의 경우 26명으로 문화예술시장 방문자 수가 상대적으로 많음. 이는 문화예술시장이 우리만의 문화예술시장이 되고 있음을 추론하여 볼 수 있음.

〈표 4-49〉 문화예술시장 방문 경험 비교

거주지	구분	빈도수(명)	백분율(%)
서울특별시	있음	9	32.1
	없음	17	60.7
	미 표시	2	7.1
	합계	28	100

거주지	구분	빈도수(명)	백분율(%)
제주특별자치도	있음	26	86.7
	없음	3	10.0
	미 표시	1	3.3
	합계	30	0

- 문화예술시장을 알게 된 경로를 살펴보면 올레길 등을 방문하였다가 우연히 알게 된 경우가 가장 많았음. 그 다음으로 가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 되었다는 경우로 작가의 산책길에 비해 문화예술시장에 대한 홍보가 체계적으로 이루어지고 있지 않음을 의미하는 것임.

〈표 4-50〉 문화예술시장에 대한 인지 경로

인지경로	빈도수(명)	백분율(%)
올레길 등을 방문하다가 우연히 알게 되었다	20	40.8
TV와 신문, 인터넷 등 대중매체를 통하여 알게 되었다	13	26.5
가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 되었다	16	32.7
호텔 등 시설에 배치된 리플렛 등을 통하여 알게 되었다	0	0.0
합계	49	100

- 문화예술시장에 대한 만족도 결과는 5점 척도를 기준으로 하였을 때, 전체적으로 3.2을 보이고 있어 보통 정도로 나타나고 있음. 최저와 최고 수치를 비교하였을 때, 전반적으로 넓게 분포를 보이고 있어, 방문객 사이에 큰 차이를 보이고 있음. 특히 문화예술시장 관련 홍보는 보통 이하의 경향을 보이고 있음.

〈표 4-51〉 문화예술시장에 대한 만족도

구분	평균	최저~최고
문화예술시장 시설	3.3	1.0~5.0
문화예술시장 판매 상품의 종류와 질	3.1	1.0~5.0
문화예술시장 관련 홍보	3.0	2.0~5.0
기타	3.4	1.0~5.0
합계	3.2	-

6-3. 시설물 및 작품에 대한 인지경로와 만족도

■시설물에 대한 방문 경험 결과는 이중섭 미술관이 가장 압도적으로 많은 가운데, 커뮤니티센터 및 서북 전시관 기당 미술관 순으로 나타나고 있음. 앞서 작가의 산책길 탐방시 이중섭 거리만 방문한다는 것이 51.7%가 방문하고 있는 것을 반영하는 것으로 볼 수 있음. 커뮤니티센터 방문도 많이 이루어지고 있으나 그곳에서의 홍보는 그리 많지 않게 보임. 커뮤니티센터를 방문하였을 때, 다른 시설물들에 대한 인지가 발생하여야 하지만, 그러고 있지 못한 실정을 반영함.

〈표 4-52〉 시설물에 대한 방문 경험

(단위 : 명)

시설물	있다	없다	잘 모른다	미 표시	계
이중섭 미술관	84	4	2	0	90
소암 기념관	33	4	1	52	90
기당 미술관	42	5	1	42	90
서북 전시관	46	5	1	38	90
유토피아 갤러리	35	7	2	46	90
유토피아 커뮤니티센터(UCC)	50	5	0	35	90
창작스튜디오	35	6	0	49	90
관광극장	79	4	0	7	90
소라의 성 북카페	28	9	1	52	90
기타	4	0	0	86	90

〈표 4-53〉 시설물에 대한 방문 경험 비교

(단위 : 명)

거주지	시설물	있다	없다	잘 모른다	미 표시	계
서울특별시	이중섭 미술관	27	0	0	0	27
	소암 기념관	3	0	0	24	27
	기당 미술관	6	1	0	20	27
	서북 전시관	11	0	0	16	27
	유토피아 갤러리	4	0	1	22	27
	유토피아 커뮤니티센터(UCC)	10	0	0	17	27

거주지	시설물	있다	없다	잘 모른다	미 표시	계
서울특별시	창작스튜디오	3	1	0	23	27
	서귀포관광극장	23	0	0	4	27
	소라의 성 북카페	6	1	0	20	27
	기타	1	0	0	26	27
제주특별자치도	이중섭 미술관	28	0	1	1	30
	소암 기념관	24	1	0	5	30
	기당 미술관	27	1	0	2	30
	서복 전시관	24	2	0	4	30
	유토피아 갤러리	22	4	0	4	30
	유토피아 커뮤니티센터(UCC)	24	3	0	3	30
	창작스튜디오	24	2	0	4	30
	서귀포관광극장	28	1	0	1	30
	소라의 성 북카페	17	3	1	9	30
	기타	3	0	0	27	30

■ 시설물들에 대한 방문 경험을 살펴보면 제주특별자치도 거주자는 고른 분포를 보인 반면 서울특별시 거주자의 경우, 이중섭 미술관, 서귀포관광극장, 서복전시관, 커뮤니티센터 등 제한된 시설물들에 방문하거나 미술관 및 전시관 중심으로 이용하는 것을 볼 수 있음.

■ 시설물들에 대하여 방문경험이 있는 방문객들에게 알게 된 경로를 물어보니, 전체적으로 TV와 신문, 인터넷 등 대중매체를 통하여 알게 되었다는 경우가 가장 많았으며, 가족이나 친구를 통하여 알게 된 경우가 그 다음으로 많았음. 현재 작가의 산책길을 홍보하는 리플렛의 경우 상대적으로 홍보효과가 적은 것으로 나타나고 있음. 이는 리플렛을 적절하게 활용하지 못하고 있는 경향을 갖는 것으로 볼 수 있음.

〈표 4-54〉 시설물들에 대한 인지경로

(단위 : 명)

시설물	우연히	대중매체	지인	리플렛	기타	계
이중섭 미술관	9	45	11	3	8	76/84
소암 기념관	4	11	7	2	8	32/33
기당 미술관	4	11	10	3	7	35/42

시설물	우연히	대중매체	지인	리플렛	기타	계
서북 전시관	3	17	11	2	8	41/46
유토피아 갤러리	6	9	11	2	7	35/35
유토피아 커뮤니티센터(UCC)	7	10	21	1	9	48/50
창작스튜디오	5	12	12	2	8	39/39
서귀포관광극장	9	25	20	4	7	65/65
소라의 성 북카페	3	10	9	3	7	32/32
기타	0	0	0	0	0	0/0
합계	50	150	112	22	69	-

- 이중섭 미술관의 경우, TV와 신문, 인터넷 등 대중매체의 영향이 큰 것으로 나타남.
- 소암 기념관의 경우도 TV와 신문, 인터넷 등 대중매체의 영향이 큰 것으로 나타남.
- 기당 미술관의 경우, TV와 신문, 인터넷 등 대중매체의 영향과 지인 영향이 비등하게 나타남.
- 서북 전시관의 경우, TV와 신문, 인터넷 등 대중매체의 영향이 큰 것으로 나타남.
- 반면 유토피아 갤러리와 커뮤니티센터는 가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 되는 경우가 큼.
- 창작스튜디오와 서귀포관광극장, 소라의 성 북카페 등도 TV와 신문, 인터넷 등 대중매체의 영향과 가족 및 친구 등 지인을 통하여 알게 되는 경우가 많음.

■전체적으로 대중매체를 통한 인지경로의 기대감이 큰 것으로 보여, 이에 대한 체계적인 홍보방안을 마련하는 것도 중요하고, 우연히 알게 된 경로라 할지라도 체계적인 홍보를 접할 수 있도록 유도해야함. 그런 점에서 리플렛에 대한 홍보도 강화할 필요가 있으며, 디지털 홍보방식도 강화할 필요가 있음.

■시설물들에 대한 만족도는 5점을 만점으로 기준 잡았을 때, 보통 정도의 척도를 나타내고 있음. 기당 미술관과 서귀포관광극장에 대한 만족도가 다른 시설물들에 비해 약간 높게 나타남. 반면 이중섭 미술관과 서북 전시관에 대해서는 1.0~5.0에 이르기까지 넓은 분포를 보이고 있어, 방문객 간 차이를 보임.

〈표 4-55〉 시설물들과 작품(프로그램) 대한 만족도

구분	평균	최저~최고
이중섭 미술관	3.4	1.0~5.0
소암 기념관	3.6	2.0~5.0
기당 미술관	3.8	2.0~5.0
서북 전시관	3.6	1.0~5.0
유토피아 갤러리	3.6	2.0~5.0
유토피아 커뮤니티센터(UCC)	3.4	2.0~5.0
창작스튜디오	3.6	2.0~5.0
서귀포관광극장	3.9	2.0~5.0
소라의 성 북카페	3.6	2.0~5.0
기타	3.3	3.0~4.0

- 거주지별로 시설물들과 작품 등에 대한 만족도를 조사하였을 때, 서울특별시와 제주특별자치도 거주자 사이에는 특별한 차이는 없음. 다만 만족도 간극에서는 제주특별자치도 거주자가 넓은 분포를 보이지만, 서울특별시 거주자는 좁은 분포를 보임.

〈표 4-56〉 시설물들과 작품(프로그램) 대한 만족도 비교

거주지	구분	평균	최저~최고
서울특별시	이중섭 미술관	3.3	1.0~5.0
	소암 기념관	3.5	3.0~4.0
	기당 미술관	4.0	3.0~5.0
	서북 전시관	3.3	1.0~5.0
	유토피아 갤러리	3.5	3.0~4.0
	유토피아 커뮤니티센터(UCC)	3.2	3.0~4.0
	창작스튜디오	3.6	2.0~4.0
	서귀포관광극장	3.9	2.0~5.0
	소라의 성 북카페	3.6	2.0~5.0
	기타	3.0	3.0~3.0
	전체 평균	3.5	—

거주지	구분	평균	최저~최고
제주특별자치도	이중섭 미술관	3.5	2.0~5.0
	소암 기념관	3.5	2.0~5.0
	기당 미술관	3.8	2.0~5.0
	서복 전시관	3.7	2.0~5.0
	유토피아 갤러리	3.6	2.0~5.0
	유토피아 커뮤니티센터(UCC)	3.5	2.0~5.0
	창작스튜디오	3.6	2.0~5.0
	서귀포관광극장	3.9	2.0~5.0
	소라의 성 북카페	3.7	2.0~5.0
	기타	3.4	3.0~4.0
	전체 평균	3.6	-

6-4. 기존 홍보 방식의 문제

6-4-1. 유토피아 커뮤니티센터(UCC) 운영과 관리

- 유토피아 커뮤니티센터(UCC)는 ‘집을 생각함’이라는 주제를 갖고 있는 그 자체가 하나의 작품임. 마을미술프로젝트팀의 사무국으로 사용하다 지금의 커뮤니티센터로 활용되고 있음.
- 시설 내부는 작가의 산책길 해설사의 모임 공간과 작가의 산책길 메인(Main) 홍보공간으로 활용되고 있음. 그러나 이색적인 볼거리나 흥미요소는 없음. 또한 영상인 경우 고장이 나서 작동하지 않고 있음.
- 커뮤니티센터라는 본래의 목적에 맞게 방문객과의 소통을 위한 자료 및 정보 제공과 컴퓨터 기능을 강화시킬 필요성이 있음.

6-4-2. 홍보의 체계성 부족

- 작가의 산책길 및 문화예술시장을 지인이나 친구에게 추천할 것인가에 대해 78명은 그렇다고 대답한 반면 5명은 아니라고 대답하였고, 5명은 잘 모르겠다고 대답하여, 대체로 추천의사가 있는 것으로 나타남.

〈표 4-57〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 타인 추천 여부

구분	빈도수	백분율
있다	78	86.7
없다	5	5.6
잘모르겠다	5	5.6
미 표시	2	2.2
합계	90	100

- 전체적으로 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 만족도가 경계상에 있는 것으로 보임. 만족도가 보통 정도의 척도에 머무는 것도 있지만, 추천 의사가 높은 것으로 보아서는 만족도를 향상시킬 수 있는 가능성이 있으며, 이를 위해서는 체계적인 홍보가 필요한 것으로 사료됨.

6-4-3. 홍보책자 및 리플렛 제작과 배포

- 현재 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 홍보자료는 커뮤니티센터에 배치되어 있는데, 책자 2개, 리플렛 지도 3종류임.

〈표 4-58〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 홍보 자료

사진	사이즈	발행년도	페이지수	배치장소
작가의 산책길 (Artist's Walkway)	포켓용/지도	2018.12.	페이지수 미기재 단순소개 코스 외 거점 설명	커뮤니티 센터
작가의 산책길 (Artist's Walkway)	문고용/지도	2019.12.	단순소개 코스 외 거점 설명 작품 작가 연계 표시 부재(지도)	커뮤니티 센터
작가의 산책길 (Artist's Walkway)	리플렛지도	-	단순지도 공연체험프로그램 소개	커뮤니티 센터

- 작가의 산책길과 관련된 홍보자료에도 작품과 작가가 매치(Match)되지 않거나 페이지(Page)가 오 기재 되는 등 잘못 만들어진 유인물을 그대로 방문객에게 배분하고 있는데, 이는 오히려 방문객에게 부정적인 인상을 줄 수 있음.
- 홍보물에는 이중섭, 소암, 기당을 중심으로 이루어지고 있어, 다른 작품들

에 대한 설명이 매우 부족함. 이를 해소할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음. 또한 작가의 산책길 코스에 없는 서귀포진성, 서귀포 성당, 서귀포 항, 서귀포 본향당, 새연교, 새섬, 서귀포매일올레시장, 솜반내, 천지연 폭포, 생수계, 월중 미술관, 남영호 희생자 위령탑 등 서귀포 문화자원을 모두 나열하는 식으로 제작되어 있어, 오히려 작가의 산책길 브랜드 가치를 약화시키고 있음. 시너지 효과를 갖추기 위해서는 관련 스토리를 연계할 수 있어야 하며, 이는 홍보가 체계적으로 전개되는 것을 전제로 하며, 작가의 산책길 정체성이 드러날 수 있도록 선택과 집중을 할 필요가 있음.

- 또한 작가의 산책길 내에는 많은 상업문화적 거리들이 존재하며, 혼란을 주고 있으므로 통합지도의 필요성이 나타남. 서귀동 솔동산 마을 리플렛 등 중첩됨.

6-4-4. 홈페이지 및 유토피아로 앱 문제

- 작가의 산책길 홈페이지 현재 주소는 culture.seogwipo.go.kr/artroad/으로, 서귀포 문화예술포털에 연동되어 있으며, 2015년에 구축됨. 홈페이지는 전체 4개의 카테고리 구성되어 있는데, 작가의 산책길 소개 및 코스, 주요 프로그램, 커뮤니티로 구성됨.

〈표 4-59〉 홈페이지 구성

작가의 산책길	코스 안내	주요프로그램	커뮤니티
소개 유토피아로 4대 주제 오시는 길	코스 안내	프로그램소개 문화시설안내 서귀포문화예술디자인시장 (구)서귀포관광광극장 이야기 덕판배 창작공간(미술관)	공지사항

- 작가 및 작품에 대한 해설 및 정보를 얻을 수 있는 장이 없음. 작가와 작품에 대한 설명이 부실함. 수요조사를 통하여 개편할 필요가 있음.
- 작가의 산책길 방문객을 위하여 스마트폰(Smart Phone) 어플리케이션(Application) 유토피아로 앱이 개발되었지만, 현재 유토피아로 앱은 구

글플레이 등에서 나타나지 않음. 또한 휴대전화의 NFC(Near Field Communication)⁴²⁾ 기능을 활용한 현장에서의 작품소개하는 안내 기기는 사용이 만료되어 방치된 상태로 무용지물임. 처음 취지는 휴대전화의 NFC 기능을 사용하여 휴대전화 단말기를 해당 표식 판에 대면 그에 대한 작품 설명이 나오는 것으로, NFC기능을 활용하여 정보이용 통로의 다양화를 주고자 하였으나, 실제 NFC의 경우 휴대전화기 고급 기종에 해당하는 기능으로, 정보의 보편적 이용과는 거리가 있음.

6-4-5. BI 및 표식의 문제

- 서귀포시는 문화도시, 관광도시로서 국제적인 명성에 비해 브랜드 이미지 (Brand Identity, BI)가 매우 약한 편임. 이는 산재해 있는 주체별로 자연 자원 및 문화자원을 제각각 활용하는 데서 오는 문제로 집중된 BI가 부재함. 예를 들면 자구리 해안에는 주체에 따라 설치된 여러 개의 표지판들이 자구리 해안의 풍광을 해치는 결과를 가져오고 있음. 전체적으로 서귀포시 도시 디자인 속에서 이를 수정하고 통합이미지로 전환시킬 필요가 있음. 이는 장기적인 도시 디자인 설계가 필요함을 보여줌.
- 이와 비슷하게 작가의 산책길은 방향 단절 및 혼란을 야기하는 표식들이 많은데, 방문객을 위하여 섬세하게 표식을 갖출 필요가 있음. 작가의 산책 길에는 삼거리, 사거리 등에서 표식부재로 방문객의 혼란을 야기함. 또한 NFC도 기간 만료로 사용이 무용지물임. 관리 소홀 및 부재가 오랫동안 지속되었던 것을 방증함. 또한 흥미와 재미 요소의 부재가 나타남.
- 설문조사 결과에 따르면 작가의 산책길 방문객들은 우연한 기회의 길을 걷게 되는 경우가 많음. 이는 외부 방문객의 경우 전체 일정 속에서 자투리 시간을 활용하려는 경향을 보여주게 됨. 또한 다음 목적지로 이동하는 일정을 고려하면 코스를 좀 더 세분화시킬 필요성이 있음. 나아가 도시디자인과 연결하여 고민할 필요가 있음.
- 또한 관련 영어 표기의 오류 등이 나타나고 있음. 예를 들면 작가의 산책 길에서 작가를 Artist가 아닌 Writer로 표시한 표지판들도 있음.

42) NFC는 전자태그(RFID)의 하나로 13.56MHz 주파수 대역을 사용하는 비접촉식 근거리 무선통신 모듈로 10cm의 가까운 거리에서 단말기 간 데이터를 전송하는 기술을 말함. NFC는 결제뿐만 아니라 슈퍼마켓이나 일반 상점에서 물품 정보나 방문객을 위한 여행 정보 전송, 교통, 출입통제 잠금 장치 등에 광범위하게 활용됨(매경시사용어사전, <https://100.daum.net/search/entry?q=NFC>).

V. 작가의 산책길 및 문화예술시장 여건 분석

- 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화 방안을 달성하기 위해서는 작가의 산책길 및 문화예술시장을 둘러싼 내·외부적 문제점을 개선하고 부족한 부분을 보완하는 등의 활성화 방안과 위상 확립이 필요함.

1. 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방향

- 본 연구는 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방안과 관련한 이슈(Issue)를 분석하여 도출한 구상으로, 작가의 산책길 및 문화예술시장 영역 여러 계획 간 정합성을 확보하고 현재 직면하고 있는 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 활성화방안 방향에 대하여 크게 다음과 같이 두 가지 차원에서 고려함.
- 첫째, 거시적 차원에서 작가의 산책길 문화예술시장 활성화를 위한 미래 정책목표와 내용 추진체계 및 추진전략과 과제 등을 제안함.
 - 현 작가의 산책길 및 문화예술시장의 개념, 특성, 인적 및 물적 토대(예산), 제도적 근간, 목적사업의 구성, 기반시설과 홍보 측면들을 토대로 SWOT분석기법을 활용하여 ① 장점 및 기회 활용 전략 ② 약점 보완 및 위협 최소화 전략 ③ 약점 보완 및 기회 활용 전략 ④ 장점 강화 및 위협 최소화 전략 등의 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 추진 전략을 수립함.
- 둘째, 미시적 차원에서 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화를 위하여 6R 전략을 제안함.

- 빅데이터 등을 기반으로 작가의 산책길 및 문화예술시장의 창발적인 재구조화 및 지속적인 관리를 통하여 가치 있는 문화브랜드로 거듭날 수 있는 방향성을 제시함. 여기에는 운영주체, 제도, 목적사업, 기반시설, 예산, 홍보 방안 등에서 6R 추진전략을 제안함.

2. 작가의 산책길 및 문화예술시장 SWOT 분석

■작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 및 제약 요인들은 작가의 산책길 및 문화예술시장을 둘러싼 내부 환경요인과 외부 환경요인들의 종합적 분석을 통하여 확인되어질 수 있음.

- SWOT분석을 통하여 내부와 외부의 모습을 동시에 판단하고 장기 전략을 수립함.
- 내부 환경요인으로는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 개념, 특성, 인적 및 물적 토대(예산), 제도적 근간, 목적사업의 구성, 기반시설과 홍보 등을 통해 고려됨.
- 외부 환경요인으로는 정책의 변화, 사회적 문화유행의 변화, 사회적 이슈 측면 등을 통해 고려됨.

■작가의 산책길 및 문화예술시장 SWOT

내부	강점[S-strength]	약점[W-weakness]
	○문화예술의 도시로서의 이미지 ○세계적인 관광지로서의 위치 ○가용 자연문화자원의 풍부 ○공간적 연계성의 강점 ○조례 등 제도적 근간의 마련 ○서귀포시민들의 자부심과 의지	○운영주체의 부재 ○조례 등 제도적 근간 미흡 ○안정적 예산 확보 미흡 ○목적사업의 수행 미흡 ○기반 시설의 지속적 관리 부재 ○홍보의 체계성 미흡
외부	기회[O-opportunity]	위협[T-threat]
	○중앙정부의 문화자치 정책 ○제주도 문화예술의 섬 조성 ○서귀포시 법정문화도시 선정 ○감염병으로 제주 여행 증가 예상 ○문화관광 관심 고조 ○예술의 대중성 부각	○올레길 등 걷기 열풍 소멸 ○감염병의 주기적 발생 예상 ○전국적 유사 길 및 거리 증가 ○타 지역 유사 콘텐츠 개발 및 활용 ○타 지역 법정문화도시 선정 ○항공기 등 교통편의 감소

■ 분야별 추진전략

구분	주요핵심전략
O/S	〈강점 및 기회 활용 전략〉 √ 문화도시와의 연계하여 확장성을 가질 수 있도록 발취
T/W	〈약점 보완 및 위협 최소화 전략〉 √ 걷기 열풍의 소멸과 작가의 산책길 지속을 위한 전체 리뉴얼
O/W	〈약점 보완 및 기회 활용 전략〉 √ 조례 개정을 통한 작품들의 공공미술 관리로 전환
T/S	〈강점 강화 및 위협 최소화 전략〉 √ 제주만의 독특한 길 및 문화예술시장 형성으로 찾고 싶은 공간 전환

3. 작가의 산책길 및 문화예술시장 방문객 이동 경로 분석

3-1. 제주방문객수 변화와 이동경로

■ 제주를 방문하는 방문객 수는 2013년 1,000만명을 넘어선 이후 2016년을 정점으로 감소 추세로 돌아서다가 2019년 다시 회복세를 보이고 있음. 외국인의 경우 2017년을 기점으로 하락세가 강함.

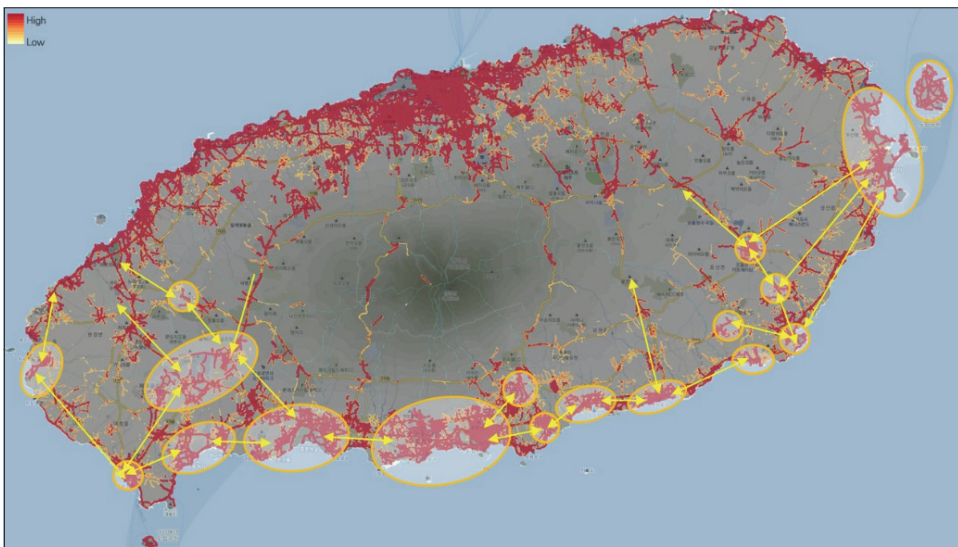
〈표 5-1〉 제주방문객수(2011~2019년)

구 분	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
총 계	8,740,976	9,691,703	10,851,265	12,273,917	13,664,395	15,852,980	14,753,236	14,313,961	15,286,136
증감률		10.9%	12.0%	13.1%	11.3%	16.0%	-6.9%	-3.0%	6.8%
내국인	7,695,339	8,010,304	8,517,417	8,945,601	11,040,135	12,249,959	13,522,632	13,089,129	13,560,004
증감률		4.1%	6.3%	5.0%	23.4%	11.0%	10.4%	-3.2%	3.6%
외국인	1,045,637	1,681,399	2,333,848	3,328,316	2,624,260	3,603,021	1,230,604	1,224,832	1,726,132
증감률		60.8%	38.8%	42.6%	-21.2%	37.3%	-65.8%	-0.5%	40.9%
외국인 점유율		17.3%	21.5%	27.1%	19.2%	22.7%	8.3%		

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과

- 행안부 주민등록인구현황(KOSIS, 2019.10)에 따르면 서귀포시의 인구는 2017년 9월 유입인구가 처음으로 제주시를 초월하여 증가하였으나 2019년 8월 18만 1889명을 정점으로 감소세로 돌아섬. 서귀포를 방문객수는 별도 통계가 잡히지 않고 있으나 전체 제주 방문 관광객 수 추이와 동일할 것으로 추론됨.
- 제주를 방문하는 방문객들의 지난 2년여 간의 주요 이동 경로와 거점을 살펴보면, 해안을 끼고 있는 도로 등을 이용하여 이동하는 것으로 나타나고 있음. 서귀포시로의 이동도 일주도로 등 해안선을 끼고 접근하는 것으로 나타남.

〈그림 5-1〉 국내 관광객 제주도 주요 이동 거점

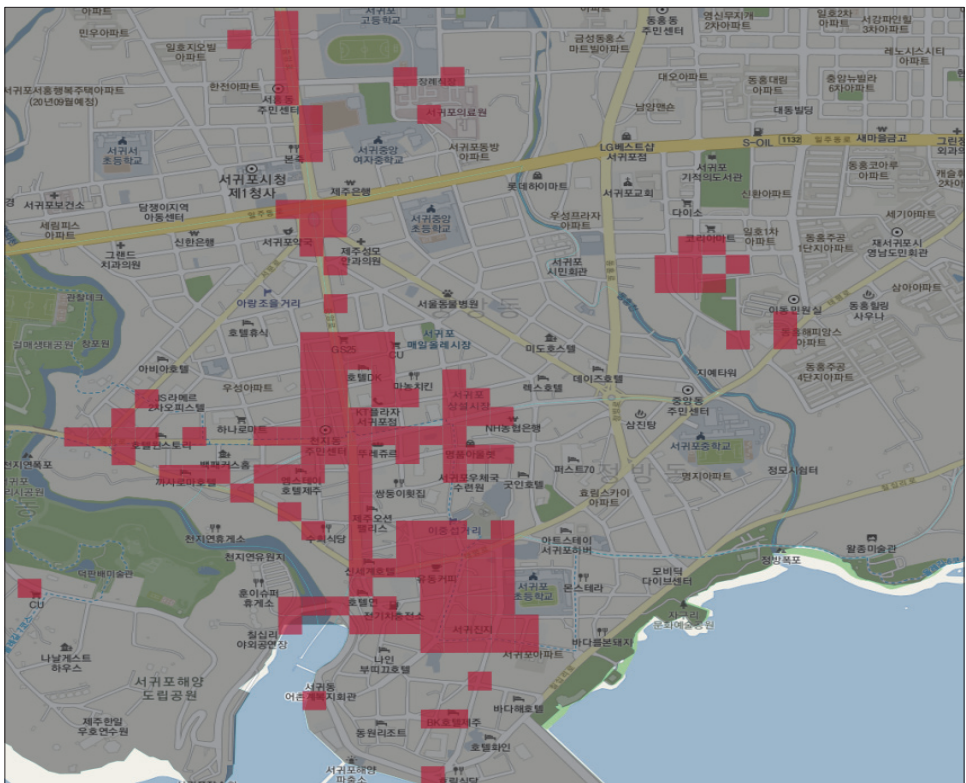


※ 거점산출방법 : 도로명주소 전자지도(기초구간)와 매핑한 유동 인구 격자(50x50m)중, 국내관광객 집계 수가 6~10분위(상위 50% 내 순위)에 해당하는 격자 산출, 제주특별자치도 디지털융합과 제공

- 서귀포시의 핫스팟(Hot Spot)은 천지동 주민센터 및 이종섭 거리, 솔동산, 서귀진지, 칠십리 야외공연장 등을 중심으로 유동인구가 가장 많은 것으로 나타나고 있지만, 그것이 서귀포 매일올레시장이나 기타 문화예술거점과 연계되지는 않고 있음을 나타내고 있음.

■작가의 산책길을 중심으로 보았을 때는 이중섭 거리와 솔동산 등이 주요 이동 거점으로 나타나고 있으며, 서귀포 방문객들이 이중섭거리에서 솔동산으로 이어지는 주 경로를 보이고 있음을 나타냄. 그 외 작가의 산책길 및 관련 거점과도 연결되지 않고 있음. 이런 현상이 나타나게 된 데에는 이중섭이 서귀포시를 대표하는 가장 영향력 있는 대상임을 나타내는 것과 동시에 다른 많은 작가와 작품들이 잘 알려져 있지 않다는 것을 방증하는 것으로 볼 수 있음. 이러한 이동 거점들을 분산시킬 필요가 있음.

〈그림 5-2〉 국내 관광객 서귀포 주요 이동 거점



※ 거점산출방법 : 도로명주소 전자지도(기초구간)와 매핑한 유동 인구 격자(50x50m)중, 국내관광객 집계 수가 100분위 이상(상위 1% 내 순위)에 해당하는 격자 산출, 제주특별자치도 디지털융합과 제공

■ 위 그림에서 알 수 있듯이 작가의 산책길은 서귀포시 방문객들에게는 주요 관심대상에서 벗어나 있다는 사실을 확인 할 수 있음. 빅데이터 분석 결과 50% 범위에서는 작가의 산책길 인근에 군집화가 발생하지만 1%에서는 일부구간을 제외하고 군집화가 발생하지 않고 있음.

■ 지도에서 확인 할 수 있는 사실은 작가의 산책길 내에 매력 포인트를 형성시키는 것도 중요하지만 길 주변까지 방문한 여행객들에게 어떻게 홍보할 것인가에 대한 대책 마련이 필요함.

– 작가의 산책길 존재를 알리기 위한 소규모 숙박 시설 및 맛집 등에 대한 집중적인 홍보가 요구됨.

3-2. 올레길 방문객 수 변화

■ 올레 탐방객은 2012년과 2014년 100만 방문객을 최고 정점으로 한 후 점차 그 열풍이 사그러들고 있음. 월별로 보았을 때는 4월과 5월이 가장 방문객 수가 많은 달로 나타나고 있음.

〈표 5-2〉 올레탐방객 방문 현황

(단위 : 명)

년도	총방문객수	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2008	3만명												
2009	25만1천명												
2010	74만6천명												
2011	99만7천명												
2012	100만1천명												
2013	104만8천명												
2014	104만4천명												
2015	84만1천명	71,008	62,652	82,590	97,819	99,326	73,596	55,110	45,635	85,635	65,121	53,153	49,362
2016	55만4천명	54,984	45,404	53,710	65,637	64,590	47,157	41,100	28,288	36,232	41,370	39,077	36,538
2017	51만4천명	39,829	34,588	53,907	76,232	73,445	42,854	30,328	24,908	34,384	41,513	34,261	28,719
2018	42만5천명	37,837	25,495	39,021	60,262	40,930	27,600	16,207	15,536	27,535	39,196	69,342	26,259
2019	41만1천명	29,358	27,628	47,490	42,050	40,610	36,285	31,198	27,371	27,405	40,547	44,919	16,478
2020	6만7천명	23,978	18,728	24,712									

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■그간 제주올레의 경제적 파급 효과는 연 300~600억원 사이로 추정됨. 제주올레 경제파급 효과 산식은 숙박, 음식, 교통, 기타비용으로 하여 추정되었으며, 1인 1일 사용비용이 76,000원으로 나타남. 이는 일반관광객 120,000원 및 전지 훈련팀 90,000원보다는 적음.⁴³⁾

〈표 5-3〉 올레탐방객 지역경제 파급효과

구 분	총 계	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년 3월
체험객 수	276만8천명	84만1천명	55만4천명	51만4천명	42만5천명	41만1천명	6만7천명
파급효과	2,103억원	639억원	421억원	391억원	323억원	312억원	51억원

※ 자료 출처 : 서귀포시 문화예술과 제공

■제주 올레 열풍이 소멸되고, 방문객 수가 줄어들에 따라 시너지 효과를 가지고 있었던 작가의 산책길도 영향을 받는 것으로 보임.

43) 제주올레 경제파급 효과 산식 : 제주올레 체험객 926명 설문조사(2009년 시행) 결과 1일 체험비용 76,000원(숙박 20,000원 / 음식 25,000원 / 교통 15,000원 / 기타 생수 등 간식 구입비 16,000원으로 분석) 으로 나타남.

VI. 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 활성화 방안

1. 운영주체 분야

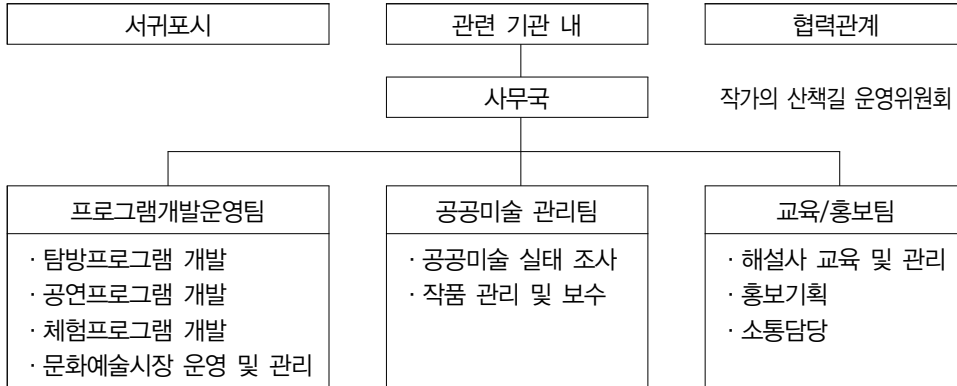
1-1. 사무국의 설치와 운영위원회의 구성

■작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 활성화는 작가의 산책길에는 포함되지 않는 요소들까지도 고려하여 통합적 시선과 다양한 주체들과의 소통 문제 해결 등 지속가능한 관리가 가능하도록 하기 위해서는 전문 사무국의 설치와 운영위원회 구성이 필요해보임.

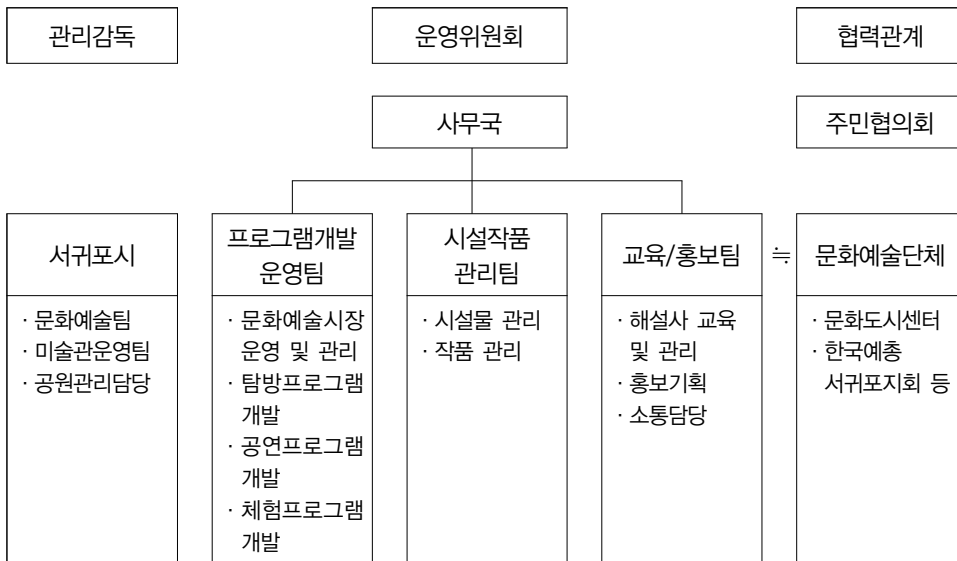
- 작가의 산책길에는 포함되어 있지 않으나, 주변에는 이월종 미술관을 비롯하여 올레 매일시장, 새연교, 마을프로젝트로 형성된 벽화, 서귀진성 등 여러 역사문화자원을 비롯하여 생활문화자원들이 작가의 산책길 주변에 산재해 있음. 따라서 통합적 시선에서 이것들을 포괄할 수 있는 작가의 산책길 코스와 프로그램 개발이 필요하며, 이를 관리할 수 있는 조직이 필요함.
- 현재 대개의 주체들이 서귀포시청 내 부서인 경우들이 많아서 해당 담당자가 인사발령이 날 경우, 사업과 소통의 지속성을 담보하기 어려운 상황이다 보니, 고착화된 프로그램만 주민협의회에 민간위탁으로 운영되고 있는 상황임.
- 이 조직의 기능과 성격은 작가의 산책길 뿐만 아니라 서귀포도심의 길과, 공공조형물관리를 포괄적으로 담당할 수 있어야 체계적인 관리가 가능 할 것으로 여겨짐.
- 이 조직의 기능과 성격은 작가의 산책길뿐만 아니라 서귀포 도심의 길과 서귀포시 읍면동지역 조형물관리를 포괄적으로 담당함.

- 조직은 중기계획과 단기계획으로 구분하여 추진할 필요가 있음. 단기적으로는 관련 기관 내에 작가의 산책길 운영팀을 두고 향후 중기계획에 따른 사전 준비 업무와 현재 위탁중인 문화예술시장 및 서귀포관광극장 운영, 작가의 산책길 관리 업무를 담당함.
 - 중기계획은 조례의 정비와 도의회의 동의 등의 절차가 필요함으로 충분한 계획을 수립한 후 진행할 필요가 있음.
- 사무국의 설치에 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 관련된 조례에 규정함으로써 체계적이고 안정적으로 운영될 수 있도록 함.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 운영위원회는 조례에 근거하고 있으나, 지금까지 구성되어 운영된 적이 없음. 따라서 조례에 근거하여 운영위원회를 구성할 필요가 있음.
- 사무국은 단기적으로는 현실적으로 닥친 문제를 해결하고 대안을 마련하는 조직 기능을 부여하고, 중기계획으로써는 작가의 산책길을 비롯하여 문화예술시장 및 시설품과 작품들을 둘러싼 다양한 주체들의 소통문제를 원활히 해결하기 위해 출연기관 형태의 사무국 설치를 추천함.
 - 사무국의 설치에 출자출연기관으로 할 것인지, 민간보조금을 받는 비영리단체 혹은 사단법인 형태로 할 것인지에 따라 조직구성이 달라질 수 있음. 이는 차후 수행단계에서 논의를 확대시킬 필요가 있으나 작가의 산책길이 공유지를 중심으로 이루어지며, 관련 주체들이 공조적인 점을 감안하면 공기관의 성격을 가질 필요가 있다고 사료됨.
- 사무국 조직 내 역할은 현재 운영과 미래 상황을 고려하였을 때, 단기적으로는 프로그램개발운영팀, 공공미술 관리팀, 교육/홍보팀으로 운영하고, 중기단계에서는 프로그램개발운영팀, 시설작품관리팀, 교육홍보팀 등으로 구성하여 전문성을 강화시킬 필요가 있음.
- 교육홍보팀의 경우 작가의 산책길에 대한 체계적인 홍보기획이 탐방객을 모집하는 데 중요하며, 해설사의 전달 능력이 방문객의 만족도에 큰 영향을 끼치기 때문에 교육의 문제도 중요함.

〈그림 6-1〉 관련 기관 내 사무국 조직표(단기계획)



〈그림 6-2〉 작가의 산책길 사무국 조직표(중기계획)



■작가의 산책길 및 문화예술시장 관련 운영위원회는 조례에 근거하고 있으나, 지금껏 구성되어 운영된 적이 없음. 따라서 조례에 근거하여 운영위원회를 구성할 필요가 있음.

1-2. 주민협의회 활성화

- 현재 주민협의회는 작가의 산책길 탐방프로그램운동을 비롯하여 공연·체험프로그램 운영, 문화예술시장 운영, 시설 및 작품관리까지 민간위탁을 받아 수행하고 있음. 작가의 산책길 및 문화예술시장을 효율적으로 운영하기 위하여 주민들의 다양한 의견을 사업에 반영하기 위한 기능은 사라졌음.
- 점차 주민협의회 원래 기능을 회복하기 위해서는 주민협회 위원 구성도 송산동과 정방동 주민으로 제한하는 것이 아니라 작가의 산책길이 관통하는 서귀포 전 지역 주민들을 대상으로 구성할 필요가 있으며 주민협회의 정체성을 드러낼 수 있는 명칭 정립도 필요함.
- 또한 작가의 산책길 당초 취지를 살리기 위하여 미술뿐만 아니라 문학 등 장르에 대한 배려도 중요함.

1-3. 작가의 산책길 해설사 역할과 기능 정립

- 작가의 산책길에 대한 역할과 기능에 맞게 작가의 산책길 해설사에 대한 역할과 기능을 정립할 필요가 있음. 특히 탐방 안내와 거점 공간 설명이라는 두 개의 축에 대한 재고와 함께 문화관광해설사와의 역할 구분은 반드시 필요함.
- 작가의 산책길은 탐방프로그램이 주요 프로그램이기 때문에 다른 해설사와 달리 탐방해설사의 경우 체력관리문제, 안전관리문제 등이 더욱 부각됨. 특히 작가의 산책길은 많은 공간이 나무 데크로 제작되어 있어서, 눈 및 비가 올 경우에는 미끄러짐 및 낙상 위험이 있어, 이에 대한 매뉴얼(Manual)과 재해보험 등의 마련이 필요함.
- 다른 해설사도 마찬가지로 작가의 산책길 해설사의 경우도 근로자와 자원봉사자의 경계에 있어, 실제로 근로자라도 자원봉사자라도 인정받지 못하고 있는 실정으로 이에 대한 정의를 분명히 할 필요가 있으며, 근로자로 인정할 경우 사회보험 등 일자리 정책으로 접근할 필요가 있음.
- 무엇보다 작가의 산책길 활성화를 위해서는 해설의 내용이 중요함. 작가의 산책길 주요 포인트마다 서귀포 시내 작가와 체류작가 등의 작품활동과 연계시켜 스토리를 발굴하고 방문객들에게 흥미요소를 제공할 필요가 있음.

- 특히 이중섭뿐만 아니라 서귀포 출신 작가의 삶과 예술세계를 중심으로 서귀포의 인문, 자연환경과 연계시킨 스토리를 발굴함으로써 작가의 산책길이 이중섭 거리 중심으로 편중된 운영을 서귀포시 전체로 확산시킬 필요성이 있음.

2. 제도 분야

2-1. 조례 개정 문제

- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례는 3차례 걸쳐 개정이 이루어졌지만, 두 가지 차원에서 다시 개정이 이루어져야 함. 하나는 현실과 맞게 조례를 개정할 필요가 있으면 다른 하나는 작가의 산책길 및 문화예술시장을 새롭게 모색하는 차원에서 발생하는 안건들을 조례에 새롭게 삽입할 필요가 있음.

2-1-1. 탐방로 및 구역 관련

- 탐방로 및 구역과 관련하여 제정된 조례(제3조 탐방로 및 구역)에서 작가의 산책길과 실제 운영되고 있는 산책길은 차이가 발생하고 있음. 또한 탐방로 주변에 있는 문화공간들이 더불어 이용되면서 조례와 실제 사이 간극이 커지고 있음. 이 조례는 2014년 11월 12일에 개정됨.
 - 조례 : ‘이중섭 거주지-서귀포매일올레시장-문화예술시장-기당 미술관-칠십리 시공원-자구리해안-소남머리-서북 전시관-소정방-정모시공원-소암 기념관’
 - 실제 : ‘이중섭 미술관-커뮤니티센터-기당 미술관-칠십리 시공원-자구리해안-소남머리-서북 전시관-소정방-소암 기념관-이중섭공원’
- 탐방로 및 구역에 대한 조정에 따라 작가의 산책길 탐방로 및 구역에 대한 장소 정의가 불가피함.

2-1-2. 작가의 산책길 기능

- 작가의 산책길 및 문화예술시장의 기능은 현재 조례에서 규정된 기능보다

훨씬 더 포괄적인 기능이 필요함. 현재는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 기능에 대하여 탐방, 작가와의 소통 장소, 문화예술작품의 전시, 관람, 체험, 판매 장소와 공연예술 및 복합예술의 공연, 관람 및 체험 장소 등을 명시하고 있음. 그러나 만일 문화예술시장에 대한 기능이 전환된다면 그에 따라 문화예술시장과 관련된 조례가 개정되어야 함. 또한 공공미술작품과 관련된 부분도 재정립 하여야 함.

2-1-3. 정기적인 기본계획의 수립

- 조례에는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 효율적인 운영관리를 위해 3년마다 기본계획을 수립하도록 되어 있지만, 2012년 1차 기본계획이 수립된 후 재 수립 되지 못하였음. 따라서 정기적인 기본계획이 수립될 수 있도록 그 주체를 분명하게 제시하여야 함. 또한 3년이라는 기간보다는 지자체장의 정책과 배치되지 않도록 정기적인 기본계획 수립기간을 4년으로 설정하는 것이 바람직하다고 사료되며, 이를 조례로 규정할 필요가 있음.
 - 기본계획에는 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 단기, 중기, 장기 계획이 포함되어야 함.
 - 기본계획에는 조직운영과 인력, 재정, 제도, 목적사업, 공간 및 기반시설, 홍보 등 6개 분야에 대한 점검과 미래 계획이 수립되어야 함. 또한 실행 추진 계획들이 포함되어야 함.

2-1-4. 공공미술작품으로의 관리 조례 삽입

- 현재 작가의 산책길 조례상에서는 작가의 산책길 내 공연장 및 전시실과 같은 시설물과 조각 및 벽화 등의 문화환경조형물, 조각공원, 휴식공간 등이 한데 섞여 모두 문화시설로 규정되어 있는데, 이를 분리하여 관리할 필요가 있음.
- 작가의 산책길 내에 있는 미술작품들은 공공미술작품임에도 조례상에는 문화시설로 규정되어 있음. 이로 인하여 작가의 산책길 내 미술작품에 대한 관리 소홀 문제가 대두되고 있음.
- 작가의 산책길 내 미술관 및 전시관을 제외한 실외 설치 작품에 대하여 공공미술작품으로 관리 받을 수 있도록 조례를 삽입하거나 공공미술 관련

조례와의 관계를 정립하여 주체를 분명히 하고 체계적이고 지속적인 관리를 받을 수 있도록 해야 함.

- 작품의 일몰제 및 지속적인 지원을 위한 공모사업 및 자원 동원에 대한 부분이 조례로 삽입될 필요가 있음.

2-1-5. 문화예술관련 업종 육성

- 작가의 산책길 조례 제5조 4항은 문화예술관련 업종을 육성하기 위하여 제정한 것으로 한 번도 지원된 적이 없음. 또한 관련 업종을 나열하여 지원한다고 하나 지원에 대한 구체적인 내용이 부재함. 또한 이 조례는 이중섭 거리만을 중점으로 다루는 측면이 있음.
- 문화예술관련 업종의 육성은 유사 조례 문화의 거리 조례에서도 규정하고 있으므로 문화의 거리 조례에서 규정받는 것으로 조례의 관계를 정립하도록 제안함.
- 현실적으로 문화예술관련 업종 육성보다는 창작 지원에 바탕을 두는 쪽으로 개정이 필요하며, 만일 업종 지원이라면 이것은 향후 문화예술시장의 발전 계획안에 포함될 필요가 있음.

2-1-6. 운영위원회 및 사무국의 설치 관련

- 실질적으로 운영위원회가 구성되고 사무국이 설치될 수 있도록 조례를 개정할 필요가 있음. 현재의 조례에서는 명목상 도지사가 운영 주체이지만, 실질적으로는 제주특별자치도 공유재산 관리 조례 및 제주특별자치도 사무의 민간위탁 조례에 따라 서귀포시가 민간위탁을 줌으로써 주체의 전도가 일어나고 있음. 작가의 산책길 및 문화예술시장은 전문성이 요구되는 영역으로 전담관리조직의 설치가 필요함.
- 지역주민협의회는 기능과 역할에 대하여 정립할 필요가 있으며, 지역주민협의회는 위탁사항에 대해서 조례에서 명시할 필요가 있는지 재고가 필요함. 지역주민협의회는 지역주민의 의견을 수렴하는 조직으로 전환할 것을 제안함.

2-1-7. 통합관람권의 문제

- 조례 제10조와 11조, 13조는 통합관람료 징수를 규정하고 있으나, 통합관람권의 효용성이 현재는 낮은 바, 마을 바우처 형태로 전환하여 현재의 통합관람료를 대폭 인상시키고, 그 일부를 방문객에게 바우처로 전달하여 서귀포시내에서 사용가능하도록 하여 지역사회로 환원시킬 필요가 있음.
- 철원 평화관광의 경우 이를 잘 활용한 대표적인 사례로 다소 높은 입장료를 내지만 1만원에서 2만원사이의 지역 바우처를 받고, 철원 내에서 현금처럼 사용가능하도록 만들어 지역경제 활성화에 도움을 주고 있음. 바우처를 활용하여 올레 매일시장까지 방문객의 이동을 견인할 수 있음. 이를 조례로 규정할 필요가 있음.

2-1-8. 작가의 산책길 해설사 역할과 기능 관련

- 작가의 산책길 해설사는 양성계획, 양성과정, 역할과 기능, 지원, 교육, 관리 등에 대하여 체계적이 조례 개정이 필요함. 이는 뒷장의 문화관광해설사와 관련하여 정리함.

2-2. 다른 법규와의 관계 정립

2-2-1. 공공미술 설치 및 관리 조례와의 관계 정립

- 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영과 관련하여 현재 문화시설로 지정되어 있는 작품들을 공공미술로 전환하였을 때, 공공미술로 관리를 받을 수 있도록 다른 조례와의 관계를 조례에 삽입할 필요가 있음.
- 현재 제주도에 '제주특별자치도 공공미술 설치 및 관리 조례(조례 제2521호, 2020.05.13.)'가 설치되어 있는데, 목적(제1조), 정의(제2조), 적용범위(제3조), 다른 조례와의 관계(제4조), 공공미술설치 신청(제5조), 비용부담(제6조), 설치대상 선정기준(제7조), 설치위치 및 제작기준(제8조), 설치부지면적(제9조), 위원회 심의(제10조), 설치신청에 대한 처리(제11조), 이의신청 등(제12조), 관리(제13조), 공공미술의 활용(제14조), 시행규칙(제15조) 등으로 구성되어 있음.

■ 제1조 목적을 살펴보면 제주특별자치도가 소유하거나 관리하는 공공용지를 대상으로 하는 공공미술의 설치 및 관리 등에 관한 사항을 규정하는 것을 목적으로 하기 때문에 엄밀히 말하면 작가의 산책길 내 셋기정 길 및 칠십리 시공원 등 공공용지에 설치된 공공미술이 대상이 될 수 있음. 이 경우 관리 주체 문제 등이 충돌될 수 있음.

■ 특히 이 조례의 정의에서 공공미술사업을 정의하여 제작, 설치, 교체, 이전, 형상변경, 철거 등의 사업을 수행하는 주관부서 및 총괄 부서를 두게 되었는데, 주관부서 및 총괄부서와 작가의 산책길 내 작품 관리 주체와의 소통 문제가 발생할 수 있음.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다

“공공미술”이란 제주특별자치도가 소유하거나 관리하는 공공용지에 설치되는 회화·조각(상징물, 상징탑 포함)·공예·사진·서예·벽화·미디어아트 등의 미술작품을 말한다.

“공공미술사업”이란 공공미술을 제작하여 설치하거나 교체, 이전, 형상변경, 철거 등의 사업을 말한다.

“주관부서”란 공공미술 사업을 직접 추진하거나 관련 인·허가 등의 사무를 처리하는 부서를 말한다.

“총괄부서”란 제주특별자치도내 공공미술 정책을 총괄하는 부서를 말한다.

■ 제5조 공공미술설치 신청과 관련하여서는 ‘공유재산 및 물품관리법’ 제7조에 따라 제주특별자치도에 기부 체납하는 것을 조건으로 한다는 등의 규정이 있기 때문에 이 또한 작가의 산책길 내 작품들 설치와 관련하여 충돌하는 부분이 없는지 살펴봐야 함.

제5조(공공미술 설치 신청) ① 공공미술을 설치하려는 자(이하 “설치주체”라 한다)는 도지사에게 다음 각 호의 서류를 첨부하여 설치신청을 하여야 한다. 이 경우 공공미술은 「공유재산 및 물품 관리법」 제7조에 따라 제주특별자치도에 기부체납 하는 것을 조건으로 한다.

1. 공공미술 설치신청서: 별지 제1호서식
2. 공공미술 설치계획서: 별지 제2호서식
3. 공공미술 기부체납 계약서: 별지 제3호서식

② 제1항에 따른 기부체납은 「공유재산 및 물품 관리법 시행령」 제5조에 따른다.

- 제10조 위원회의 심의는 ‘제주특별자치도 문화예술 진흥조례’ 제28조에 따라 제주특별자치도 미술작품심의위원회에서 심의하게 되어 있으므로 이 또한 작가의 산책길 내 작품 심의와의 충돌 부분이 발생할 수 있는 여지가 있으므로 관계 정립이 필요함. 만일 작가의 산책길에 따로 있는 작품들에 대한 평가와 일몰제를 별도로 적용하는 방안을 마련하여 볼 수 있음.⁴⁴⁾

제10조(위원회 심의) ① 공공미술에 관한 다음 각 호의 사항은 「제주특별자치도 문화예술 진흥 조례」 제28조에 따른 제주특별자치도 미술작품심의위원회(이하 “위원회”라 한다)에서 심의한다.

1. 공공미술의 설치 및 이전에 관한 사항
 2. 공공미술의 교체, 해체, 철거 등에 관한 사항
 3. 제12조에 따른 이의신청에 대한 재심의
 4. 공공미술 설치 부지면적에 관한 사항
 5. 그 밖에 공공미술 설치에 관하여 위원장이 회의에 부치는 사항
- ② 타 부서의 개별 심의를 통하여 설치되는 공공미술의 경우에는 해당부서의 심의·관리규정에 따른다.

- 작가의 산책길 조례와 공공미술 설치 조례가 충돌할 가능성이 곳곳에 보임. 따라서 이 조례 제4조 “공공미술의 설치 및 관리에 관하여 다른 조례에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 조례에서 정하는 바에 따른다고 되어있다.”와 같이 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영관리 조례 내에 다른 조례와의 관계 문제를 제시할 필요가 있음.
- 작가의 산책길 내 작품들이 조례에서는 문화시설로 인정되고 있으나 공공미술로 전환할 경우 공공미술관련 조례와 중복되는 위치에 있기 때문에 이에 대하여 조례 간의 관계 정립이 필요함.
- 장기적으로는 서귀포시 작가의 산책길뿐만 아니라 제주시를 비롯한 제주도내 읍면동에 분포하는 공공미술작품에 대한 일괄적인 관리를 할 수 있도록 조례의 정비가 요구됨.
- 작가의 산책길처럼 공간 내의 콘텐츠 관리 및 프로그램운영은 개별 조례를 통해서 규정하고 공공미술의 개보수 등 관리와 신규 설치에 대한 규정은 단일한 조례(제주특별자치도 공공미술 설치 및 관리 조례)로 일원화시킬 필요성이 있음.

44) 통영시에는 조례에 일몰제를 규정하고 있음.

2-2-2. 문화관광해설사 운영 및 지원조례와의 관계 정립

- 제주특별자치도 문화관광해설사 운영 및 지원조례(조례 제1303호, 조례 제 2126호, 2015.07.08., 2018.11.21.)가 있음. 이 조례는 ‘관광진흥법’ 제48조4에 따라 문화관광해설사의 운영과 지원에 필요한 사항을 규정하고 있음.
- 여기서 문화관광해설사는 ‘관광진흥법’ 제48조 8에 따라 자격을 부여받아 선발된 사람을 말하고, 제주도를 방문하는 관광객들에게 양질의 문화관광 해설서비스를 제공하는 것을 책무로 하고 있음.
- 제5조 문화관광해설사의 직무를 살펴보면 역사, 문화, 예술, 자연 등 관광 자원에 대한 안내 및 해설 등을 수행하게 되는데, 이 지점은 작가의 산책길 해설사의 직무와 중첩될 수 있음. 다만 문화관광해설사의 경우 그 직무 내용이 조례에 제정되어 있고 양질의 해설을 제공하기 위하여 따르는 제반 사항을 규정하고 있는 반면, 작가의 산책길은 해설사에 대한 정의와 활동에 따른 실비 지원만을 제정하고 있어 제한적임. 따라서 작가의 산책길 해설사에 대한 직무 내용 등이 문화관광해설사의 직무와 중첩되지 않도록 관계를 정립하고 구체화시킬 필요성이 있음.

제5조(문화관광해설사의 직무) 문화관광해설사는 해당기관 또는 관광객의 요청에 따라 다음 각 호의 직무를 수행한다. <개정 2018.11.21.>

1. 역사, 문화, 예술, 자연 등 관광자원에 대한 안내 및 해설
2. 관광객의 건전한 관광문화 유도
3. 관광자원 보호
4. 제주역사문화에 대한 제주어 병행 해설을 통한 제주어 가치 홍보

- 또한 활동에 따르는 제반사항에서 문화관광해설사는 활동비와 서비스 지원에 대하여 구체적으로 제시된 반면 작가의 산책길 해설사의 경우는 관련된 조례가 제정되어 있지 않아 안정적인 지원을 받고 있지 못한 점을 개선할 필요가 있음. 특히 문화관광해설사 조례에도 포함되지 않은 안전과 관련된 문제 등에 대해서는 재고의 여지가 있음.

제6조(활동비 등 지원) ① 도지사는 문화관광해설사의 활동에 필요한 다음 각 호의 경비를 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

1. 교통비, 중식비를 포함한 활동비
2. 근무복 구입비
3. 해설에 필요한 기자재 및 해설 장비
4. 해설사의 전문성 및 역량 강화를 위한 지원
5. 제주문화관광콘텐츠 개발과 연구조사 및 전시회 사업
6. 그 밖에 도지사가 필요하다고 인정하는 비용

② 도지사는 문화관광해설사가 안전한 환경 속에서 활동을 할 수 있도록 예산의 범위에서 상해보험에 가입할 수 있다.

제7조(문화관광해설 서비스의 연중 실시) 도지사는 문화관광 해설서비스가 연중 이루어질 수 있도록 하여야 한다. 다만, 근무지의 형편에 따라 다르게 정할 수 있다.

- 교육 및 평가와 관련하여서도 문화관광해설사의 경우 전문성 및 역량강화를 위하여 보수 및 심화교육을 지속적으로 실시할 수 있도록 조례로 규정되어 있지만 작가의 산책길 해설사의 경우는 부재함. 따라서 작가의 산책길 해설사의 경우도 전문성 및 역량강화를 위한 보수 및 심화교육을 지속적으로 실시할 수 있도록 제도적 기반을 마련해 주어야 함.
- 심화교육 과정을 통해서 해설 능력을 높이기 위한 아이디어, 스토리 발굴, 해설기법 공유를 모색하고 해설 시연과 평가 등의 과정을 거쳐 방문객 호기심을 유도할 수 있는 창의적인 해설기법을 개발할 필요가 있음.
- 결론적으로 말하자면 작가의 산책길 해설사를 둘러싼 여러 현안들을 해결하기 위해서는 작가의 산책길 해설사에 대한 직무 내용, 활동지원 내용, 교육 및 평가 내용 등이 제대로 정립될 필요가 있으며, 이는 작가의 산책길 해설사의 정체성을 확립하는데도 중요함.

〈그림 6-3〉 작가의 산책길 해설사 제도적 기반 마련



2-2-3. 그 외 문화예술과 관련된 조례와의 관계 정립

- 작가의 산책길과 직접적으로 연결된 도시재생관련 조례, 문화거리 관련 조례, 문화도시 관련 조례 등과의 명확한 관계 설정 외에도 간접적으로 연결될 수 있는 조례와의 관계를 정립할 필요가 있음.
- 그 외 관련 조례로서 제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원활성화 지원조례를 비롯하여 제주특별자치도 문화예술공간 조성 및 활성화 지원 조례, 제주특별자치도 청년 문화예술 육성 및 지원 조례, 제주특별자치도 청소년 문화예술 활동지원 조례에 이르기까지 문화예술과 관련된 다양한 조례들이 존재하며, 때에 따라서 작가의 산책길 설치 작품들과 시설들, 활동들에 대하여 규정받을 수 있으므로 이 조례들 간의 관계 정립을 제대로 할 필요가 있음.

〈표 6-1〉 작가의 산책길 관련 기타 조례

법규명	제개정	작가의 산책길과 관련하여
제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례	(제정) 2016-09-28 조례 제 1696호 (일부개정) 2019-06-12 조례 제 2276호 (일부개정) 2019-10-10 조례 제 2364호	• 공공미술과 관련하여 연계성 혹은 중복 가능성이 있음.
제주특별자치도 문화예술공간 조성 및 활성화 지원조례	(제정) 2020-01-13 조례 제 2457호	• 문화예술진흥법에 따라 규정 • 문화예술공간의 조성 및 활성화 지원을 위한 부분의 연계성 혹은 중복
제주특별자치도 청년 문화예술 육성 및 지원 조례	(제정) 2018-02-28 조례 제 2015호	• 문화예술진흥법에 따라 규정 • 청년문화예술육성은 창작, 문화예술시장과 관련된 연계성 혹은 중복

- 결과적으로 시설물, 작품, 작가활동, 공간 등과 관련하여 관련된 조례가 각기 존재하므로 이들 간의 관계 정립 등 다른 조례와의 관계 정립을 할 필요가 있음.

3. 목적사업 분야

3-1. 정체성에 대한 점검 및 문화환경 수용여부

- 현행 작가의 산책길 및 문화예술시장의 목적사업에 대한 재고와 함께 정체성을 점검할 필요가 있으며 바뀐 문화 환경 수용 여부가 주요 관건이 될 것임.
- 작가의 산책길은 ‘벽 없는 미술관’과 ‘낙후된 원도심 활성화’라는 목표를 세우고 추진하여 왔음. 외형적인 측면에서는 원도심 활성화의 촉진제 역할을 수행하였을 뿐만 아니라 문화예술 관련 다양한 시설을 도입함으로써 서귀포 원도심을 하나의 미술관으로 구조화시키는데 일익을 담당하였음.
- 반면에 초창기 논의에서 작가의 산책길 개념은 서귀포시에 있는 이중섭, 기당, 소암 작가들과 서귀포시의 자연, 정서적인 요소들을 관광객들과 어떻게 교감할 것인가에 대한 고민에서 출발하였음.
- 이처럼 주민의 정체성을 담아내면서도 자연과 인문학의 요소까지 포괄할 수 있는 방안에 대해서 구체적으로 실행된 내용은 없고, 작가보다는 오히려 공공미술사업에 치중하는 결과를 낳았음.
- 또한 작가의 산책길 인근에 존재하지만 공공미술 사업이나 문화의 거리 사업으로 발생된 예술품들도 다수가 존재하고 있음. 이들과의 관계 설정은 어떻게 할 것인가에 대한 문제도 있음.
- 따라서 대안 모색 첫 번째는 정체성에 대한 점검이 요구됨. 초기 구상, 집행과정, 주변과의 형평성 등의 문제가 복잡하게 엮인 상황임. 이러한 현실에서 외형적인 성과를 넘어서 지속성을 유지할 수 있는 실질적 대안을 찾기 위해서는 작가의 산책길 정체성에 대한 규정을 새롭게 정의 내릴 필요가 있음.
- 두 번째는 달라진 문화환경에 대한 수용여부임. 서귀포시는 문화적 측면에서도 10년 전과는 많은 부분이 달라졌음. 이렇게 달라진 문화지형을 어떻게 수용할 것인가의 문제가 발생하고 있음.
- 세 번째는 공간의 문제임. 작가의 산책길이 점유하고 있는 공간분포를 살

펴보면 서귀포 도심의 동쪽 끝에서 서쪽 끝으로 이어져 있음. 공간 범위가 넓은 만큼 파생되는 문제점들도 저마다 성격이 다름. 때문에 단일한 대안을 모색하기가 쉽지 않음.

- 네 번째는 길과 거점공간의 문제로서 길을 만들 당시에는 거점공간을 연결시켜 공간활성화와 도심재생 효과를 동시에 발생시키고자 하였음. 하지만 실제 추진과정에서는 마을미술프로젝트 중심으로 사업이 추진되면서 의도와는 다른 결과를 만들어 내고 있음.
- 다섯 번째는 핵심 주제의 문제임. 이 공간 안에는 서귀포시민의 역사, 문화를 비롯한 많은 도내외 예술가들이 거쳐 간 흔적이 남아 있음. 그렇다면 특정 도외 작가 중심의 정책 방향을 유지하는 것과 아니면 도내·외 작가들에 대한 재해석을 통해 콘텐츠를 발굴하고 집중화시킬 것인가에 대한 우선 순위가 결정되어야함.
- 따라서 작가의 산책길 프로그램과 문화예술시장 운영이라는 좁은 시각에서 이 과제를 해결할 수는 없을 것이란 판단됨. 작가의 산책길이 관통하는 지역과 주변지역까지 아우르는 통합적인 관점에서 대안을 모색할 필요성이 있음. 초기 목적 사업 자체가 이미 실행 단계에서 변화하였고 지금은 달라진 다양한 변수들이 존재하기 때문에 목적 사업, 즉 길의 정체성을 어떻게 규정하고 그에 맞는 방안을 내세울 것인가에 대한 검토가 필요함.
- 본 연구에서는 SWOT분석에서 제시된 확장성, 리뉴얼, 작품관리, 문화예술시장의 공간전환을 주요 목적사업으로 배치할 필요가 있다고 판단함.
- 확장성, 현재 추진되고 있는 문화도시사업과 연계 및 당초 취지를 살려 미술뿐만 아니라 서귀포 출신 작가와 서귀포 체류 작가로 확장.
- 리뉴얼, 작가의 산책길 작품의 철거와 함께 인근에는 새로운 작품이 설치된 환경을 반영한 공간의 재구조화 필요.
- 작품관리, 창작과 소멸의 순환주기에 놓인 작품들에 대해 전문가의 진단과 체계적인 관리시스템 구축, 새로운 사업을 추진하기 보다는 기존에 설치된 작품을 관리하는 측면에 중점.
- 문화예술시장의 공간전환, 문화예술시장과 서귀포관광극장의 성격을 명확히 설정하고 그에 맞는 상품 개발과 프로그램 도입이 필요함.

3-2. 작가의 산책길 새로운 프로그램의 개발

3-2-1. 신규 스토리 발굴 및 스토리텔링(Storytelling) 강화 탐방 프로그램

- 작가의 산책길은 현재 탐방위주의 프로그램으로 구성되어 있음.
- 작가의 산책길은 원래 이중섭, 기당, 소암 미술관 등의 작가들과 서귀포의 아름다운 풍광과 서귀포의 정서를 관광객과 어떻게 교감할 것인가 속에서 탄생. 세 개의 미술관을 연결시키면서 미술관 관람객들에게 이해를 높여주기 위하여 소암 선생이 살았던 자구리, 이중섭 작가가 자구리에서 게를 잡아 먹었던 스토리들을 어떻게 연결시키면서 감동을 줄 것인가가 첫 번째 목적이었음. 실제로 공공미술은 부수적인 것임. 그러나 현재 작가의 산책길 탐방 프로그램은 단순 걷는 것에 불과함.
- 스토리를 강화하기 보다는 공공미술을 첨가하는 형태로 볼거리를 풍성하게 만든다는 것이 원래 목적을 전도함. 작가의 산책길에서 작가가 거닐던 장소 등에 대한 풍부하고 유니크(Unique)한 스토리텔링 구성이 필요함.
- 작가의 산책길 내 미술작품들에 대한 공공미술작품으로서의 관리로 전환하고 상보적인 관계가 될 수 있도록 해야함.
- 이중섭 중심으로 설계된 코스를 서귀포 출신 또 다른 작가를 중심으로 콘텐츠화 시키는 노력이 필요함. 특히 거점기관의 역할을 하고 있는 소암기념관 및 기당 미술관을 중심으로 관련된 콘텐츠를 개발 할 필요가 있음.⁴⁵⁾ 또한 작가투어 등 기획투어들이 필요함.
 - 이를 위해서는 관장제도의 도입과 큐레이터를 배치하여 책임 있는 경영과 기획을 담당할 수 있도록 해야 함.
 - 거점기관이 독립적인 행사도 중요하지만 작가의 산책길이라는 통합브랜드를 활용한 연합 행사도 필요함. 각 거점기념관의 특성을 살리더라도 시기별 동일한 주제를 설정하고 각 기념관에서 고유성을 담아낸 기획과 연결 지어 거점 미술관 및 기념관 투어를 새롭게 발생시킬 수 있음.
- 광주의 사례처럼 시민들이 자발적으로 참여하고 작가의 산책길을 가꾸어 나갈 수 있도록 프로그램이나 아이디어 공모 등 시민 참여 방안이 요구됨.
- 현재 작가의 산책길은 국내외 작가와 도내출신 작가의 작품이 혼재되어 있

45) 경남 통영에서는 작가들의 생각, 활동지, 작품배경이 되는 곳을 중심으로 이미지를 부각함. 천마유치환이 이영도라는 시인과 사랑의 배경이 되었던 우체국 등 스토리를 발굴하고 이미지화함.

음. 주제 또한 특정 분야에 한정되지 않고 다양한 주제를 도입하고 있음.

■현 단계에서 작가의 산책길 작품을 특정 주제로 정하거나 신규 작가로 한정하는 것은 이미 구축된 작가의 산책길 이미지가 훼손될 우려가 있음. 따라서 길을 중심으로 놓고 서귀포 출신 작가와 신규 작가들의 작품을 적절히 혼합하고 길을 강화시켜 나가는 정책이 필요함.

■신규자원의 경우 서귀포 출신 작가와 서귀포 체류 작가로 구분하여 실태를 조사하고 작가들의 창작 공간 혹은 체류 공간을 작가의 산책길 방문코스로 추가할 필요성이 있음.

■추진절차

서귀포 출신 작가 : 소암 및 변시지

- 생애사 정리 → 핵심 테마 선정 → 재해석 및 확장 → 스토리텔링 → 해설사 교육 → 전시 및 콘텐츠 활용(기념품, 공연 등) → 2차 파생상품 개발 → 서귀포시 대표 기념품 선정→ 보급

서귀포 체류 작가

- 현황조사(대상 : 문학, 미술, 영상 등 현대작가) → 서귀포와 연관성 추적 조사 → 작가의 작품 검토 → 작가 협의 → 표식 설치 → 주요 작품 감상 → 작가의 산책길 편입 → 작가의 스토리 라인 구성→ 해설집 제작 →보급

3-3. 문화예술작품의 전시, 관람, 체험 판매

3-3-1. 4개 미술관 및 전시관 연계사업의 특화

■4개의 미술관을 넘어서 확장된 시선에서 미술관을 엮을 필요가 있으며, 공공미술관 및 전시관만이 아닌 사설 미술관도 포함하여 연계성을 가질 수 있도록 하는 것을 추천함.

■4개의 미술관이 연계된 기획 전시, 축제, 이벤트 등을 정기적으로 기획하는 방안을 모색하여 볼 수 있음.

3-3-2. 공공미술작품으로의 관리체계

■작가의 산책길 내 설치 미술에 대한 콘텐츠 부실 등 질적인 부분을 지속적으로 담보할 수 있도록 관리체계가 필요함. 일몰제가 적용되고 있으나

반영구적 작품들도 많음. 작품의 질 및 유지기간 등에 대한 평가 및 심의를 할 수 있는 위원회를 구성하여 작품의 분류를 통하여 철거 혹은 유지 작품을 가려내고 작품의 상징성을 높일 수 있는 작업들을 시행해야함.

- 현대카드 스토리지 가파도 프로젝트의 경우 품격높은 심사과정은 오히려 작가들이 선정되기 위하여 노력하는 모습을 드러냄.

■작가의 산책길 내 설치 미술에 대한 공공미술작품으로의 전환이 필요함. 또한 그것을 발주, 관리하는 주체의 명확한 설정이 필요함. 지속적인 관리를 위한 관리 체크리스트가 필요함.

■2017년 공공미술작품 전수조사보고서에 따르면 서귀포시 공공미술은 서귀동, 이중섭로, 솔동산로 등에 25개, 부두로, 천지연로 등에 11개, 서문로, 중앙로, 태평로, 남성중로, 서흥동 등에 28개가 있음. 전체적으로는 총 64개에 해당함. 이 가운데는 작가의 산책길과 중첩되는 작품도 있으며 벽화 유형의 경우 군집으로 조사했음으로 실제 숫자는 이 보다 더 많을 것으로 추정됨. 따라서 다양한 채널의 공공미술들을 미래자산으로 확보하기 위하여 통합적 관리가 필요하며 관리 매뉴얼 마련이 시급함.

- 작품 유형도 벽화(아크릴, 탠리 등)에서 조형물, 시비까지 다양하게 세워져 있음.

- 제작년도 1986, 2007, 2012, 2013, 2014로 나타나고 있으며 관리주체는 서귀포 문화예술과, 천지동, 기당 미술관, 삼매봉 도서관, 미확인 등으로 조사됨.

■특히 동일한 사업명으로 제작됐으나 일부는 작가의 산책길에 포함되고 일부는 작가의 산책길에 포함되지 않은 작품들도 존재함.

■이처럼 제작 및 설치 주체가 다양하고 관리 주체가 불분명한 사례도 발생함으로서 작품이 오염이 되거나, 구조적인 안전문제 발생, 주변경관과 부조화, 쓰레기방치 등의 문제가 곳곳에서 발생하고 있음.

■따라서 작가의 산책길 뿐만 아니라 서귀포시 공공미술 전체에 대해 통합적인 관리시스템을 만들 필요성이 있음. 서귀포시 동지역을 뿐만 아니라 읍면지역에도 많은 작품들이 세워져 있음으로 이들 작품에 대해서도 지속적인 관리가 요구됨.

- 통합적 관리체계의 주요 사업내용은 설치된 작품에 대해 주기적인 모니터링, 주변 환경정비, 작품의 보수 및 존치 여부 결정, 신규 공공미술 사업의 타당성 검토 등의 역할이 주어질 수 있음.

- 전문가 심층조사에서도 제기됐듯이 작품은 영구히 보존하는 것이 중요한 게 아니라 퇴색하거나 시대상황과 어울리지 않는 작품은 소멸할 수 있다는 인식이 필요함. 또한 퇴색한 작품은 교체를 함으로써 방문객의 호기심을 자극하고 새로운 볼거리를 제공하는 기회도 발생함.
- 공공미술 설치와 관리도 중요하지만 신규 공공미술 사업의 경우 기존 작품과의 조화, 작가의 산책길 등과의 어울림 등에 대해서도 검토할 수 있어야 함.
- 추진절차
 - 전문가 조사팀 설치 → 서귀포시 공공미술 전수조사(정확한 실태 파악) → 작품의 존치 여부 결정(신규작품 대체 여부 결정) → 개보수 및 철거 → 모니터링 및 환경정비
 - 객관적인 모니터링을 위해 체크리스트 개발 및 적용 필요. 체크리스트 가운데는 물리적인 점검과 아울러 방문객들의 반응을 점검할 수 있는 정성적인 요소도 포함 필요(추후 훼손 될 경우 존치 여부를 결정하는 기초자료로 활용)

3-3-3. 문화예술시장의 대전환

- 문화예술시장은 작가의 산책길 구성요소의 하나임. 때문에 지금의 작가의 산책길에 어떻게 매력을 부여해야 하는가가 관건임. 단순히 공적 예산을 투입해서 유지시키는 것이 아니라 민간 영역에서 접근할 수 있는 방안과 원점에서 재검토할 할 필요성이 있음.
- 현재의 플리 마켓 수준에서는 예술시장으로서의 차별성을 담아내기가 힘들. 구조적으로 작가의 창의성과 예술성이 가미된 신규 상품이 발굴되기 전에는 경쟁력을 확보하기가 어려움.
- 문화예술시장의 매력요인이 사라진 것은 기본적으로 예술시장을 뒷받침할 예술활동이 활성화되지 못한 상황에서 단순한 운영상의 문제로 보기 어려움.
- 문화예술시장이 활성화되기 위해서는 다양한 장르의 예술가들이 서귀포시에 존재하고 이들과의 교류를 통해서 공연예술과 공예품들이 시장으로 제공되어야 함. 일회적인 이벤트 성격의 행사를 유치해서는 예술시장의 지속가능성을 유지하기가 힘들.
- 공간적인 측면에서 현재의 문화예술시장은 이중섭 거리에서 운영되고 있음

으로 인해 안정적인 관객 확보라는 장점이 있음. 반면에 작가의 산책길 활성화라는 맥락에서는 오히려 이중섭 거리 이외의 지역에서 개최하여 방문객들을 유인하는 효과를 발생시키고 길을 활성화시키는데 도움이 될 수 있음.

- 따라서 목표를 분명히 세워서 운영해야 함. 이중섭 거리 방문객들에게 볼 거리를 제공할 것인지, 작가의 산책길 활성화를 위해 분산 개최할 것인지에 대한 판단이 요구됨.
- 문화예술시장은 초기 12개의 부스가 있었으나 현재 8개로 축소된 상태임. 또한 조만간 1개의 부스도 철거될 예정임. 이처럼 공간이 축소되면서 문화예술시장으로서의 기능은 한계에 다다를 것으로 여겨짐. 내용적 측면에서도 앞서 실태 점검에서 살펴봤듯이 프로그램이 개별 프리마켓과의 차별성이 부재하고 방문객들에게도 큰 호응을 받지 못하는 실정임.
- 문화예술시장은 크게 2개의 경로로 접근할 수 있음. 하나는 문화예술시장의 폐쇄와 공간의 재활용 측면에서 접근. 또 다른 하나는 새로운 프로그램을 도입하는 방안임.
- 공간의 재활용 측면에서는 문화예술시장을 폐쇄하고 관련된 예산을 작가의 산책길 방문객들에게 제주의 다양한 문화를 선보이는 부정기적인 기획 공연으로 전환시키는 방안도 검토할 필요성이 있음.
- 현재의 부스(Booth)는 방문객들에게 쉼터 기능을 제공함과 동시에 작가의 산책길 동영상 촬영 후 가칭 '영상으로 만나는 작가의 산책길' 관람 공간으로 조성, 우연한 기회의 방문객들에게 흥미요소를 제공할 필요가 있음.
- 두 번째 경로는 민간 기업 유치를 모색할 수 있음. 자유스런 산업구조가 만들어질 수 있도록 민간 영역에 대한 인센티브가 고려될 필요가 있음. 이는 향후 서귀포시 시티산업의 전진기지가 될 수 있는 효과가 발생할 수도 있음. 최근에 작가중심의 바이제주(Buy Jeju)를 벤치마킹할 필요가 있음.
- 미술경매시장 등과 같은 문화예술시장에 대한 모색도 필요하며, 문화예술시장의 대전환으로 미술작품 판매 시장 및 축제 등이 연동될 수 있도록 토대를 닦을 필요가 있음.
- 이와는 별도로 작가의 산책길에 놓여있는 미술관과 기념관의 뮤지엄샵 상품 개발을 적극 추진하여 미술관내 상설 판매와 문화예술시장 판매를 동시에 추진할 필요성이 있음.

■추진절차

- 문화예술시장 공간 설정 → 예술가 협업 시스템 구축 → 예술가 지원 방안 마련 → 공모를 통한 상품 개발 → 입주 예술가의 예술시장 공연, 작품 판매 의무화 → 평가

■또한 예술시장의 기본 성격이 작가와 관객(방문객)들과 작은 작품들 통해서 교감 하고 소통하는 재미를 발생시키는 데 있음으로 이러한 취지를 살릴 수 있는 다양한 형식에 대한 고민이 요구됨.

- ex : 아트페어, 예술품 경매 시장

■한편 서귀포시는 서귀포 문화예술제 1-2회에서 작가의 산책길을 대상으로 하여 치른 적이 있음. 서귀포문화예술제와 같이 작가의 산책길 및 문화예술시장에 축제의 색깔을 입힌 행사를 기획해 볼 수 있음.

■조례에도 나와 있듯이 문화예술시장의 공간적 범위는 지금의 문화예술시장이 개최되는 이중섭 거리를 뿐만 아니라 작가의 산책길 전체로 규정하고 있음. 따라서 작가의 산책길 활성화를 위해서는 문화예술시장 프로그램이 작가의 산책길 전체로 확장시킬 수 있는 기획 공연 등이 필요함.

3-4. 공연예술 및 복합예술의 공연 · 관람 및 체험

3-4-1. 서귀포관광극장 운영의 대전환

■관광극장 개관 취지는 방문하는 관광객들에게 서귀포의 색다른 예술 세계를 보여주고 서귀포 관광 발전에 기여하는 데 있음. 때문에 명칭 또한 관광극장으로 명명하고 있음.

■현재 공연방식은 주말 공연방식으로 진행되고 있으며 공연내용 또한 매회 다른 작품을 올리고 있음. 이러한 방식은 지역주민을 대상으로 공연을 진행하는 경우에 주로 사용하는 방식임.

■관광객 특성상 특정지역에 장기체류하거나 같은 공간을 재방문하는 사례는 찾아보기 힘들기 때문에 관광객을 위한 공연이라면 같은 작품을 반복해서 공연을 하더라도 문제가 없음. 오히려 제주의 향토색이 묻어 있는 작품을 발굴하여 반복공연을 함으로써 경비 절감과 공연의 질을 향상시키는 기회가 될 수 있음.

- 때문에 공연장의 성격을 무엇으로 할 것인가에 대한 주최 기관의 판단이 요구됨. 또한 공연시간의 경우에도 저녁 시간 보다는 오히려 관광객이 몰리는 시간에 유료 공연으로 진행하는 것도 검토할 필요가 있음.
- 상설공연 형식으로 바뀔 경우 러닝 타임(Running Time)이 긴 것 보다는 30분 내외의 짧은 공연을 다양하게 배치하는 것이 관광객들에게는 선택의 폭을 넓혀 주는 기회가 될 것임.
- 공연 장르는 다양할 수 있지만 주제의 경우에도 작가의 산책길 관련된 작품이나 제주의 정서를 담아낸 민속 공연 유형으로 추진하는 것이 바람직할 것으로 여겨짐.
- 공연단의 경우 상설과 특별 기획공연으로 구분하여 상설적인 공연의 경우 공모를 통한 공연단 선정과 계약 체결 후 상설공연을 추진하는 것이 바람직함.
- 작가의 산책길 활성화와 연동시켜 작가의 산책길 투어 참여자에게는 공연 관람 후 산책길 투어, 산책길 투어 후 공연관람 등이 가능함. 작가의 산책길 투어 예약시 공연관람에 대한 할인 혜택을 줄 수 있을 것임.
- 또한 서귀포관광극장 뿐만 아니라 작가의 산책길로 공연을 확장할 필요가 있음. 대구 김광석 거리는 버스킹 공연장을 만들어 시민들의 버스킹 공연과 김광석 벽화거리의 조화를 모색하고 있음. 예술작품을 미술로 한정짓는 것이 아니라 작가에 초점을 맞춘다면 다양한 장르의 행사가 도입될 필요가 있음.
- 현재의 작가의 산책길 구조에서 가능한 소규모 버스킹 공연장은 예술시장, 자구리 해안, 작품명 제주돌담, 샛기정공원 등이 가능할 것으로 여겨짐.
- 추진절차
 - 상설공연팀 공모 → 응모팀 심사(공연 실사) → 응모팀 선정 → 계약 → 공연 → 관객평가 → 재계약

3-4-2. 실질적 창작공간의 운영

- 현재의 덕판배 미술관은 전시공간으로서의 효용성이 낮기 때문에 전시공간에 대한 용도 변경이 필요할 것으로 여겨짐. 이 공간은 부족한 레지던스

- 공간을 확장하고 작가와 작가, 작가와 지역주민들이 소통하는 네트워크(Network) 공간으로 일부 변경할 필요가 있음.
- 서귀포 시내의 경우 기당 미술관 등 다양한 전시시설이 존재하고 있으며, 오히려 작가의 창작공간에 대한 욕구가 높은 점 등을 고려할 필요가 있음.
 - 입주작가 선정의 기준을 명확히 설정할 필요가 있음. 예술창작을 통해 서귀포시 지역주민들에게 다양한 문화예술 향유의 기회를 제공하기 위해서는 전업 작가를 대상으로 공모를 진행하는 것이 바람직 할 것으로 여겨짐.
 - 레지던스 공간 구성 또한 장르의 특성을 반영하여 공간 크기를 대, 중, 소로 구분하여 제공할 필요가 있음.
 - 작가들이 창작에 전념할 수 있도록 일정정도 안전장치를 마련할 필요가 있음. 공원 내 시설물이지만 공원 이용객의 불필요한 방문을 차단 할 수 있는 장치가 마련될 필요가 있음.
 - 지역주민과의 협업프로그램의 경우 작가의 제시도 중요하지만 서귀포시의 예술정책 방향에 맞춰 명확하게 제시할 필요가 있음. 예를 들어 공공미술 개·보수가 필요하다면 공공미술 개보수를, 취약계층의 문화예술 향유기회가 절실하다면 이러한 방향에 맞게 주민협업프로그램의 범위를 구체화시켜 제시할 필요가 있음.
 - 서귀포에서 유능한 작가들을 유치할 필요가 있음. 유명한 심사위원들도 선정하여 작가군의 질을 높일 필요가 있음.
 - 창작공간의 활성화는 작가의 산책길 및 문화예술시장을 활성화시킬 수 있는 근본적인 요인 중의 하나이므로 실력 있는 작가들의 입성은 그 자체로 작가의 산책길 문화예술시장을 활성화시킬 수 있음.
 - 현재 덕판배 미술관의 경우, 창작공간의 기능을 더욱 확대하는 방향을 모색하여 볼 수 있음. 또한 전국의 창작공간과 비교하여 경쟁력을 가질 수 있는 공간으로 재생산할 필요가 있음.
 - 서귀포 지역 학생들의 자유학기제와 연동하여 운영될 수 있는 프로그램 모색하여 창작공간이 교육공간으로 활용될 수 있는 방안을 모색하는 것도 작가의 산책길 및 문화예술시장을 활성화시키는 한 방법임.

3-4-3. 기타

- 복합예술 공간으로서 유토피아 갤러리와 커뮤니티센터의 새로운 모색이 필요함. 특히 방문 계층에 대응한 공간 배치와 프로그램 마련이 필요함. 소라의 성북카페의 경우 작가의 산책길 보다는 올레길 방문객과의 연결이 큼. 반면 유토피아 갤러리와 커뮤니티센터는 작가의 산책길과 직접적으로 연결된 장소이자 작품으로 이 곳에 대한 기능을 새롭게 전환하여 운영할 필요가 요구됨.

4. 재정 분야

- 재정 분야는 공공 분야와 민간 분야로 나눌 수 있음. 공공분야는 세금으로 확보되는 재정이지만, 민간분야는 세외 수익으로 볼 수 있음.

4-1. 재정기반의 안정화

- 현재 작가의 산책길 및 문화예술시장과 관련된 예산은 년 3억원대임. 2012년 기본계획에 의한 예산에 비하면 1/4정도 수준임. 예산의 대부분은 민간위탁에 사용되고 있음. 전문적인 관리주체가 설정되고, 그에 따른 재정기반의 안정화를 마련해야 함.
- 현재 작가의 산책길 및 문화예술시장과 관련된 예산 구조를 지출내역 구조로 살펴보면 인건비, 공연, 체험, 시설관리 및 운영비 등 크게 4개의 분야로 이루어져 있음. 실상 이러한 구조에는 새로운 사업을 진행할 수 있는 틈이 없음. 작가의 산책길 및 문화예술시장의 지속적인 발전을 위해서는 창작지원, 아트상품제작, 홍보, 새로운 작품 및 시설물 설치, 관련 미술사업 연계(공공미술사업), 페스타(festa) 등에 대한 예산 구조를 가질 필요가 있음. 특히 사무국 등의 설치로 인한 운영비 등을 안정화시킬 필요가 있음.
- 기본계획 수립을 통하여 재정기반 설계 또한 단계별로 계획될 필요가 있으며, 도비만이 아닌 국비사업을 모색하는 방안도 마련할 필요가 있음. 현재 문화정책은 문화자치에 기반하여 문화자치 관련 사업비 지원들이 증가하는 추세로 이에 대한 국비발굴사업도 지속적으로 모색해야 함.

- 민간위탁 사업의 경우, 전문성을 갖춘 집단이 수행할 수 있도록 해야 하며, 미술관 관람료는 앞서 서술한 것처럼 바우처 형태로 전환하여 지역경제 순환 구조를 만들어 내는 방향으로 갈 것을 제안함.

4-2. 수익사업 모델 개발 : 세외 수입구조의 다원화

- 현재 세외수입은 로고상품 및 대관료 등에 그쳐 있음. 애초 작가의 산책길은 여러 다양한 형태의 문화상품을 만드는 것을 전제로 하였음.
- 세외 수입의 증대를 위해서는 수익사업 모델을 다양하게 개발할 필요가 있음. 세외 수입은 크게 2개로 나누어볼 수 있으며, 기업 지원과 상품 판매 등으로 나누어 볼 수 있음. 이중 기업지원과 협력은 국내외 기업을 비롯하여 도내기업 및 호텔 등을 염두에 둘 수 있음. 예를 들면 가파도 미술 프로젝트를 수행하는 현대카드 스토리지와 같이 기업 지원 및 협력사업을 모색하여 볼 수 있음. 또한 제주특별자치도 국제자유도시개발센터(JDC)를 비롯하여 제주특별자치도 개발공사 및 도내 기업들과의 협력 사업을 모색하여 볼 수 있음. 특히 제주에는 2020년 8월 기준 127개 호텔이 존재하며, 그 중 상당수는 서귀포에 존재하고 있음.
 - 제주특별자치도 국제자유도시개발센터는 마을 및 공동체와 관련된 사업들을 매년 지원하고 있음.
- 상품 판매와 관련하여서는 현재 엽서, 에코백, 에코연필, 노트, 머그컵, 책자(노리의 여행, 똥돼지), 손수건 겸 지도(버프) 등의 상품도 있지만, 작가의 산책길 내 스토리와 연결될 수 있는 책자, 지도, 쿼터커버, 우산, 마우스패드, 장신구 등 현재 시민들이 즐겨 찾는 아이템 등으로 전환하여 발전시킬 필요가 있음. 빛의 벙커의 경우 크림트, 고흐 등 전시 작품을 바꿀 때마다 관련 상품들도 바뀌어 판매됨. 작가의 산책길 작가들의 작품들과 관련하여 소유권이 서귀포시 문화예술과에 있으므로 이 문제는 다른 문제에 비해 수월할 것으로 보임.

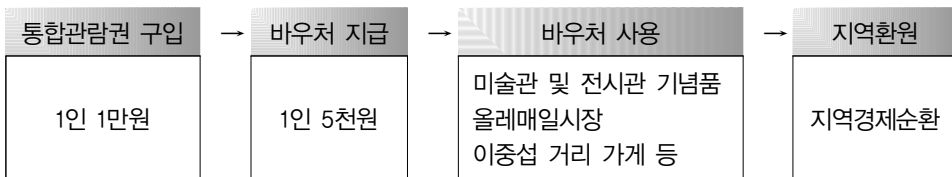
4-3. 통합관람권을 확대한 바우처 활용

- 입장료의 재정비와 지역화폐 및 바우처 활용 등을 모색하여 볼 수 있음.

현재의 통합관람권은 무용지물로, 지역경제로 환원될 수 있도록 바우처 모델을 개발하여 활용할 필요가 있음.

- 바우처 제도는 정부가 수요자에게 쿠폰을 지급하여 원하는 공급자를 선택토록 하고, 공급자가 수요자로부터 받은 바우처를 제시하면 정부가 재정을 지원하는 방식을 말하는데, 이러한 방식을 벤치마킹하여, 서귀포시 및 서귀포시 미술관 및 기념관, 전시관 등에서 입장료를 받아, 방문객에게 그 일부를 바우처로 지급하여, 서귀포지역에서 소비할 수 있도록 하는 방식으로 지역경제로 환원될 수 있는 모델이 될 수 있음.
- 예를 들어 작가의 산책길 내 거점 시설들에서 방문객이 통합관람권을 1만 원에 사면 5천원을 바우처로 돌려주고 서귀포 시내 및 올레매일시장 등에서 사용할 수 있도록 함. 그렇게 하면 지역경제에 이익이 될 수 있는 구조를 가질 수 있음. 방문객이 물건을 구입한다면 지역상품 판매 촉진에 기여할 것이며 방문객이 물건을 구입하지 않는다 하더라도 지역경제에 이익임.

〈그림 6-4〉 작가의 산책길 바우처의 순환 구조



- 바우처의 형태는 종이 쿠폰 형태도 될 수 있지만, 디지털 방식을 도입하여 온라인쿠폰으로 활용해볼 수 있음.

4-4. 신탁(TRUST)제도 활용방안 모색

- 서귀포관광극장의 경우 사유지로 지정되어 있어, 관리문제 및 지역소음문제 등 여러 문제들이 노정되고 있음. 따라서 비단 작가의 산책길이 아니더라도 서귀포 문화자원에 대한 신탁제도(Trust)를 활용해볼 필요가 있다고 사료됨.
- 영국에서는 시민들의 자발적 자산기증과 기부를 통해 보존가치가 높은 자연환경 및 문화유산을 확보하여 시민의 소유로 영구히 보전하고 관리하는

내셔널트러스트(National Trust)가 있는데, 1907년 국민신탁법에 의해 시행된 이래, 세계 30여 개국 각 분야에서 활용되고 있음. 특히 이러한 시민신탁제도는 풀뿌리 공동체와 연계되어 있으며, 문화자치와 연결됨.

- 신탁의 종류는 여러 종류로 대상이나 운용방식, 자산형태 등에 따라 다양하게 나뉘어져 있음. 현재 관광극장을 비롯하여, 소라의 성 등 서귀포의 자연풍광 및 문화자원을 염두에 둔다면 유산신탁(National Trust, Landmark Trust)의 개념으로 접근할 수 있음.
- 신탁의 주요활동은 자산관리만이 아니라 기부활동, 자원봉사, 온라인 커뮤니티 운영, 상업활동 등 다양하게 전개될 수 있음.

5. 공간 및 기반시설 분야

- 공간 및 기반시설의 문제는 작가의 산책길 활성화를 위한 기본적인 인식의 공유과정이라고 볼 수 있음. 앞서 나타났던 정체성의 문제, 다른 유사한 길과의 중복성의 문제, 예술시장문제, 초기 구상에서 작가의 삶을 조망하는 문제 등을 공간의 재분할과 재조합을 통해서 새롭게 만들 필요가 있음.
- 현재의 공간은 방문객의 관점에서 길게 느껴지는 경향이 존재함. 또한 공간에 스며든 서귀포시의 역사, 인문, 예술 자원을 충분히 소화시켜내지 못하고 있음.
- 관리조직, 예술정책, 홍보, 전문성 등 다양한 층위에서 발생하는 문제점을 현재의 작가의 산책길 프로그램 교정 차원에서 해소하기가 힘든 실정임. 근본적인 대책이 필요한 상황임.
- 따라서 발생하는 문제를 유형화시키고 공간의 재구조화를 비롯한 대안을 탐색하고자 함. 문제 발생의 원인을 유형으로 나누면 작가의 산책길 코스 재설계, 작품의 관리체계, 신규 스토리 발굴 및 스토리텔링, 문화예술시장의 대전환으로 구분할 수 있음.

5-1. 작가의 산책길 코스 재설계 및 블록 설정

- 작가의 산책길을 Walking Tour 개념으로 접근할 필요가 있음. 따라서 작가의 작품과 역사, 스토리 등이 조합된 블록으로 재설정할 필요가 있음.
- 재설계의 방향은 중복되거나 철거된 작품을 대체할 수 있도록 이미 조성된 작품이지만 작가의 산책길에 포함되지 않은 작품을 포함시키고, 향후 서귀포 출신 예술가와 체류작가를 조사하여 콘텐츠를 개발, 기존 작가의 산책길 코스에 편입시킬 수 있도록 탄력적인 조정이 필요함.
- 작가의 산책길이 단순히 관광객만을 위한 산책길의 성격에서 벗어나 궁극적으로는 지역 예술 활성화와 연계될 수 있을 때 지속가능성이 담보될 수 있음.
- 코스 재설계의 방향 및 기준
 - 작가의 산책길 이미지 유지(유토피아로 등 혼선 이미지 삭제)
 - 유사한 길 들에 대한 고유성과 차별성 부여(필요시 통합)
 - 원도심 전체를 대상으로 길의 재구성(신규 예술자원 흡수 및 퇴색한 자원 폐기)
 - 역사, 인문, 예술가들의 삶 재해석 및 투입(스토리 발굴)
 - 접근 경로의 다양화 추구 및 블록화
 - 작가와 주제가 있는 스토리 중심으로 재구성
- 현재 2개의 코스를 보행자 중심의 블록화 된 작은 코스를 연결하는 방식으로 재구성함. 또한 스토리가 채워질 수 있도록 서귀포시 문화자원과 연계되어야 하며, 스토리 발굴을 강화해야함.
 - 향후 새로운 소재가 발생하더라도 권역으로 편성시키거나 새로운 권역으로 구분 가능
 - 권역은 주변 경관 및 작품, 먹거리 등을 편입시킴
 - 각 권역은 중첩시킴으로써 다른 권역으로 이동이 용이하게 함
 - 선형과 순환형 가운데 소규모 권역은 순환형 방식 채택
 - 각 권역별 대표 명소 1-2개 발굴.
 - 출발지역을 다양하게 제공함으로써 주차 등 방문객 집중현상 회피
 - 각 권역 내에 도외출신 작가의 거주지와 작품 등을 코스에 편입
 - 다양한 기존 길과 중첩되는 경우 기존 길의 주요내용을 작가의 산책길로 편입
 - 야간관광의 활성화 : 새연교 등과 연결

■ 추진절차

- 기존 코스 및 작품 진단 → 신규 편입대상 자원 조사 → 코스디자인 → 권역별
주요 감상 포인트 발굴 → 신진해설사 시연 → 확정 → 홍보

〈예시〉

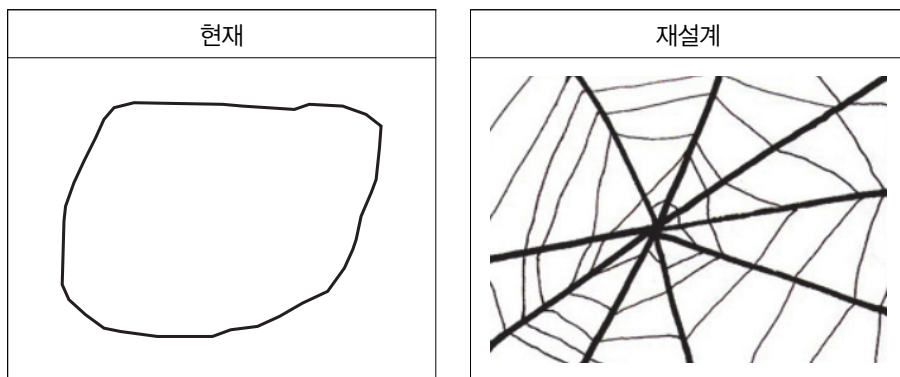
- a. 소암길 : 소암 기념관 - 소라의 성 - 서복 전시관 - 칠십리음식특화 거리- 자
구리 해안 - 소암 기념관
- b. 이중섭길 : 이중섭 미술관 -서귀진성 -자구리 해안 - 이중섭 미술관
- c. 사색과 치유의 길 : 자구리 해안 - 벽화동네 - 서귀포 성당 - 벽화동네 자구
리 해안
- d. 조형공원 : 조형공원 일대
- e. 시비공원 : 시비공원 일대
- f. 변시지길 : 기당 미술관 - 시공원 - 기당 미술관
- g. 김광협길 : 김광협 시비 - 새연교
- h. 이왈종길 : 자구리 - 서복 전시관 - 이왈종 미술관 - 소라의 성

〈그림 6-5〉 작가의 산책길 블록화 예



- 따라서 이를 방사형으로 재설계하고, 거미줄 형태의 탐방으로 유도하면서 흥미요소를 증진할 수 있음. 방사형은 거점을 중심으로 탐방객 스스로가 자유롭게 돌아다닐 수 있도록 할 뿐만 아니라, 해설사들이 자유롭게 권역 안에서 길을 창조하여 유도할 수 있음.

〈그림 6-6〉 작가의 산책길 동선의 변화



5-2. 뷰 포인트 및 매력 요인 개발

■ 권역별로 매력 요인 및 뷰 포인트를 설정할 필요가 있음. 예를 들어 방문객 및 주민들이 특히 선호하는 뷰 포인트를 조사하여 설정할 필요가 있음. 또한 이러한 뷰 포인트에 스토리를 가미하여 매력 요인을 형상화할 필요가 있음. 본 연구에서는 제안한 8개의 블록을 중심으로 거점 뷰 포인트와 스토리를 제시함.

- 이중섭 적거지와 거리 : 작가의 산책길에서 방문객들에게 이미 가장 핵심적인 공간으로 인식되고 있음. 다만 기존 이중섭에 대한 스토리 외에 새로운 스토리들이 발굴될 필요가 있음.
- 소암 기념관 : 한국 서예계의 거목이라는 점을 부각할 필요가 있음. 소암 선생에 대한 부분은 전반적으로 대중적 인지도가 낮음. 따라서 대중적 인지도를 높이기 위한 작업이 필요함. 소암 기념관도 기념관 안에 뷰 포인트 지점을 마련할 필요가 있음.
- 셋기정 공원 : 셋기정 공원에는 미술작품들이 산재해 있으나 매력을 끄는 핵심적 장소 및 요인이 부족함. 셋기정 공원은 뷰 포인트보다는 매력 요인을 증대시키는 방향을 모색하는 것을 제안함. 예를 들면 숲 길의 장점을 활용하여 오감 매력을 증대시키는 방향으로 모색하는 것을 제안함. 이는 프로그램 개발을 통하여 이루어질 수 있을 것으로 사료됨.
- 변시지와 기당 : 국내 최초의 시립미술관이라는 점을 부각할 필요가 있으며, 조선인 최초 일전(日展) 입선, 2007년부터 10년간 미국 국립 스미소니언박물관에

작품 2점을 한국인 최초로 전시하였다는 점 등을 스토리화 할 필요가 있음. 따라서 루브르박물관의 모나리자처럼 기당 미술관 안에 전시지 작가의 상징적 작품 하나에 대한 뷰 포인트 지점을 만들 필요가 있음. 또한 '변시지의 바다', '폭풍의 화가' 등과 연계하여 작품과 풍광을 스토리로 연결시킬 필요가 있음.

- 칠십리 시공원 : 칠십리 시공원의 경우 한라산 뷰가 가장 아름다운 장소라는 스토리텔링이 필요함. 또한 한라산 및 천지연 폭포를 감상할 수 있는 장소에 대한 강조가 필요함.
- 자구리 해안 : 작가의 산책길에서 집객 효과가 가장 큰 곳은 자구리 해안임. 자구리 해안의 고즈넉한 자연풍광은 가장 큰 집객 요인임. 그러나 각종 표지판과 관리 부재 작품들은 매력 포인트를 감소시키고 있음. 자구리 해안에 대한 매력 포인트를 높이기 위한 도시 디자인 개념이 상정될 필요가 있음. 특히 자구리 해안은 여러 작가들의 사유 및 치유 공간이었기에 이와 관련된 스토리를 가미할 필요가 있다고 사료됨.
- 새섬과 새연교 : 새연교의 경우, 산, 지상, 바다 등에서 각기 색다른 아름다움을 감상할 수 있음. 또한 낮과 밤도 다른 풍경을 가지고 있음. 근처 천지연 폭포와 서귀포항은 김광협이 '유자꽃 피는 마을'의 스토리와 연결될 수 있음.
- 이월종 및 정방폭포 : 이월종 미술관 및 정방폭포는 그 자체로 뷰 포인트가 되고 있으나 장소에 대한 스토리가 부재함.

5-3. 시설물 설치 및 관리와 안전 시스템 보강

- 작가의 산책길은 칠십리 시공원 및 샛기정 공원 등을 끼고 있으므로 관리 문제에 있어서 다른 주체들과의 소통 문제가 매우 중요함. 따라서 관련 주체들의 정기적인 모임을 통하여 시설물 관리와 안전체제를 관리할 필요가 있음.
- 길이 애매하거나 안전하지 못한 곳은 작가의 산책길 해설사가 동행할 수 있도록 프로그래밍을 할 필요가 있음.
- 작가의 산책길 관련 데이터(DATA)를 체계적으로 관리하기 위하여 탐방객 및 활용정도를 알 수 있도록 NFC의 정비가 필요함.

6. 홍보방안

6-1. 체계적인 홍보시스템 구축

- 홍보는 대상을 명확히 하여 대응전략을 구사할 때 그 효과가 명백함. 현재 작가의 산책길은 홍보 대상인 탐방객 등에 대한 명확한 통계가 부재함. 따라서 1차적으로는 홍보대상인 탐방객에 대한 데이터 수집이 필수적임. 현재는 작가의 산책길 해설사들의 보고로 통계가 구축되고 있지만, NFC 혹은 스탬프(Stamp) 등을 활용하여 체계적인 통계를 구축할 수 있음.
- 그 다음 홍보 방식은 온오프라인 체계를 기반으로 하며, 주제별 홍보와 방법, 내용을 체계화시킬 필요가 있음. 특히 홍보를 위한 핵심적 스토리를 강화할 필요가 있음. 또한 일상의 홍보 외에도 주기적인 캠페인 기간이 필요함.

6-1-1. 스마트 홍보체계를 통한 온라인(On-line) 홍보시스템 구축

- 별도 홈페이지와 앱을 통하여 홍보체계를 갖춰야함. 홈페이지에는 이전과 달리 작가와 작품에 대한 스토리가 실릴 필요가 있으며, 작가의 산책길을 오감으로 느낄 수 있도록 소리(청각), 풍경(시각) 등을 담아내야 함.
- 작가의 산책길과 작가의 작품들을 온라인에서 소개할 수 있는 시스템을 구축할 필요가 있음.
 - 유튜브(youtube) : 새섬과 새연교의 경우, 산, 지상, 바다 등에서 보는 아름다움이 색다름. 이런 요인들을 가상현실로 만들어 소개할 필요성이 있음. 서귀포시 문화예술과는 드론을 이용하여 작가의 산책길을 촬영하여 유튜브 방송을 준비하고 있음. 최근 유튜브 방송은 미래 대학으로 이해될 만큼 각종 교양, 교육과 홍보의 장이 되고 있음. 이를 위해 작가의 산책길 크리에이터(Creator)를 둘 수 있음.
 - 소셜네트워크(Social Network) : 현대판 입소문이라고 할 수 있는 페이스북(face book), 인스타그램(Instagram), 트위터(Twitter), 블로그(Blog)의 활용을 통하여 작가의 산책길 문화예술시장에 대한 정보를 지속적으로 업데이트하여 잠재적 방문객들과 소통 네트워크를 구성할 것을 제안함.

- 또한 키오스크(Kiosk)를 활용하는 것도 한 방법으로 제안할 수 있음. 키오스크는 공공장소에 주로 설치된 터치 스크린 정보전달 시스템으로 작가의 산책길 거점마다 키오스크 설치를 통하여 작가의 산책길 정보 및 주변 정보 등을 제시할 수 있을 것임.

6-1-2. 지도 및 문화 맵(map) 중심의 오프라인(Off-line) 홍보시스템 구축

- 현재 작가의 산책길은 리플릿지도를 중심으로 홍보가 이루어지고 있으나, 실상 유명 관광지들에서 지도는 가장 핵심적인 홍보 수단임. 지도는 계층별, 연령별, 취향별로 제작될 필요가 있음. 탐방을 위한 방문객들에게 필요한 지도, 미술관 관람을 위한 방문객들에게 필요한 지도, 아동용 지도, 시설물 지도, 건축문화지도, 먹을거리 지도, 골목지도, 그림 지도 등 다양한 형태로 생산할 필요가 있으며, 종류에 따라 비매품 혹은 매품으로 구분할 필요가 있음. 매품의 경우 그 수익을 지역사회 혹은 작가의 산책길 관리 비용으로 환원할 수 있음. 매품 지도 선물은 하나의 트렌드(Trend)이기도 함.
- 비매품의 지도 혹은 리플렛의 경우 배포처를 확대시키고 체계적으로 관리할 필요가 있음. 현재 유토피아 커뮤니티센터에서만 배포하고 있는 실정으로 이를 주변 호텔 등 숙박업체를 비롯하여 제주공항, 거점 시설 등에 핵심적으로 배포할 필요가 있음. 숙박 체크 인과 체크 아웃 시간 사이의 자투리 시간 활용을 위한 프로그램을 개발하여 작가의 산책길로 유도할 수 있음. 30분, 1시간, 2시간 등 다양한 자투리 시간 활용 프로그램 개발로 숙박업체 투숙객을 유도할 수 있을 것으로 보임.
- 배포 가능한 시설만 찾아보아도 인근의 호텔, 관공서, 중요관광지가 산재해 있기 때문에 이들과의 연계성을 가질 필요가 있음. 나아가 제주 시내 쪽의 호텔, 관공서, 주요 관광지에도 배포함으로써 유인할 수 있음.
- 거주민과 관광객들이 길을 걷는 목적이 다를 수 있음. 앞선 문제점에서 보았듯이 거주민들이 작가의 산책길을 걷는 것과 관광객이 작가의 산책길을 걷는 목적이 다름. 거주민의 건강 및 문화향유를 위해 작가의 산책길을 걷는 것과 관광객이 서귀포의 자연, 역사, 문화, 예술 등을 감상하기 위해 작가의 산책길을 걷는 차이가 있는 것처럼 탐방 프로그램을 일원화 할 필

요는 없는 것으로 보임. 어떤 방식으로 걸을 것인지에 대해 알려주는 것이 필요함. 나아가 서귀포는 전국에서 걷기 가장 좋은 도시로 만들 수 있음.

- (사)제주올레는 제주올레여행자센터에 숙박하는 관광객들을 대상으로 ‘어슬렁 거리면서 서귀포 걷기’ 팜플렛을 만들어서 배포하고 있으며, 서귀포 시내를 역사적으로 걷는 방법, 문화적으로 걷는 방법, 환경적으로 걷는 방법 등을 동원하여 산책길을 소개하고 홍보하고 있음.

6-1-3. 홍보를 위한 스토리 구축 및 스토리 북(Story book) 가공

- 현재 작가의 산책길을 탐방하고자 하는 사람들에게 부여되는 스토리는 몇 가지로 요약됨. 1) 한국전쟁과 이중섭 이야기 2) 기당 미술관과 변시지 화백, 3) 소암 현종화 선생 이야기 등임. 주로 이중섭 이야기가 핵심이나 나머지 스토리들도 빈약한 편임. 따라서 홍보를 위해서는 작가의 산책길 스토리 발굴과 콘텐츠 구성이 매우 중요함.

- 작가의 산책길 안에는 신진작가들의 작가와 작품이 있음. 이들 작가들의 네임브랜드를 상승시키는 것은 작가의 산책길 네임브랜드를 상승시키는 일이될 것임. 따라서 작가들의 이름을 많이 부를 수 있도록 스토리 북을 작가별로 가공하여 판매하는 작업들도 이어져야 함.

- 발굴된 스토리는 스토리 북으로 제작될 필요가 있으며, 스토리 북은 계층별, 취향별 등 다양한 형태로 발간될 수 있음. 이는 문화산업과도 연결될 수 있음.

6-2. 문화도시 연계 BI의 구축 및 홍보 마케팅

6-2-1. 작가의 산책길과 문화예술시장 BI(Brand Identity)

- I♥NY은 뉴욕 주(New York State)의 세계적인 BI로, 이 상징화된 기호는 전 세계인들에게 사랑받고 있으며, 뉴욕 주의 대표적인 상품이 되고 있음.⁴⁶⁾ ‘아이 러브 뉴욕’ 광고 캠페인은 엄청난 성공을 거두었으며, 광고 이

46) 이미지는 다음 사이트에서 캡처함, https://search.daum.net/search?w=img&nil_search=btn&DA=NTB&enc=utf8&q=%EC%95%84%EC%9D%B4%20%EB%9F%AC%EB%B8%8C%20%EB%89%B4%EC%9A%95

후 관광수입이 1억4천 달러 증가한 것으로 나타났으며, 이후 2차, 3차 콘텐츠츠로 재탄생하면서 세계적인 상징 기호가 됨.

〈그림 6-7〉 미국 뉴욕주 BI



- 작가의 산책길과 문화예술시장, 나아가 '문화의 도시 서귀포'를 상징할 수 있는 질 높은 BI 구성이 필요함. 현재 지역의 대표적인 BI는 제주특별자치도와 올레 등이 있음.

〈그림 6-8〉 제주특별자치도 및 제주올레 BI



- 작가의 산책길은 상표로 등록이 되어 있어서, 전국에서 유일하게 '작가의 산책길'이란 용어를 사용할 수 있으며, 서귀포시의 중요 브랜드로 성장할 수 있는 동력이 있음.
- 작가의 산책길 출원번호는 420110000563(2012.04.25.)이며, 출원인은 제주특별자치도 서귀포시임.⁴⁷⁾

〈그림 6-9〉 작가의 산책길 상표등록



- 특히 작가의 산책길은 서귀포시 전역을 아우르는 것으로, 전체적으로 문화도시 서귀포의 선택과 집중이 필요함.
- 다만 전제적으로 해결해야 하는 문제가 있음. 문화도시사업은 5년 뒤에 종료되기 때문에 문화도시사업이 지속되어야 한다는 전제이며, 문화도시를 단위개념으로 볼 것인지 상위개념으로 볼 것인지에 따라 서귀포시의 전체적인 문화도시 정체성이 확립될 수 있으며, 그에 따른 문화 맵이 형성될 수 있음. 뿐만 아니라, 자치시 시절에 비해 제한적인 행정시의 한계를 어떻게 극복할 것인가도 중요 전제가 됨.

47) 특허정보넷 키프리스(<http://kportal.kipris.or.kr>) 참조.

〈표 6-2〉 작가의 산책길과 문화도시와의 관계에서 해결해야 되는 문제

번호	영역	내용
1	5년 기간의 문제	• 현재 문체부에서 5년 뒤의 지속가능성에 대해서 논의중
2	문화도시 개념 위치 문제	• 문화정책 일부의 단위개념으로 보았을 때와 문화정책 전체 상위개념으로 보았을 때 작가의 산책길과의 관계가 달라짐
3	행정시 체제 문제	• 행정시 체제 문제로 자치 역량 문제 등

6-2-2. 출자출연기관 홍보마케팅 협력 구축

- 출자출연기관 등에 대한 제안을 통하여 홍보마케팅 구축을 고려해볼 필요가 있음. 출자출연기관과의 협력사업 모색 등을 통하여 홍보의 영역을 확장시킬 수 있음.
- 홍보를 위한 국내외 네트워킹을 구축할 필요가 있음. 이 네트워킹을 통하여 주기적인 캠페인을 벌일 수 있음. 또한 국내외 네트워킹을 통하여 작가의 산책길 및 문화예술시장과 관련된 문화행사를 내실있게 수행할 수 있음.

6-3. 기타: 실용성과 이색 마케팅을 통한 홍보

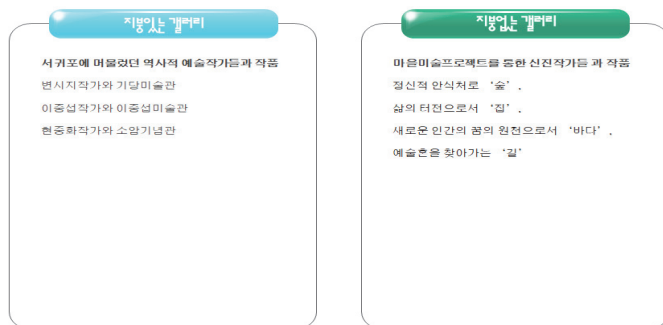
- 관광 온 사람들의 짐을 보관할 장소가 마련된다면, 충분히 걷는데 시간을 할애할 것으로 보임. 짐 보관소는 유료 혹은 무료로 운용할 수 있음. 유류의 경우, 그 수익금으로 보관소 관리 및 지역사회 환원이 가능함. 또한 짐 보관소 자체가 홍보 기능을 할 수 있음.
- 작가의 도시 및 문화도시라는 부분이 잘 드러날 수 있는 이색 마케팅을 기획하여 수행하는 것도 중요한 홍보 수단이 될 수 있음.

Ⅶ. 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 실행 추진체계

1. 추진 목표

■작가의 산책길은 실제로는 2개의 목표가 혼재 하고 있음. 하나는 서귀포에 머물렀던 예술가들의 삶과 발자취를 따라가는 도보탐방으로 미술관 및 기념관 등의 거점을 중심으로 이루어지는 것이며, 다른 하나는 마을미술프로젝트 등을 통하여 신진 작가들에 의해 형성된 지붕 없는 갤러리를 탐방하여 얻는 안식처, 터전, 꿈의 원천, 예술혼 등을 담고 있음. 특히 이종섭, 현중화 등 옛 작가들의 사색의 공간으로 여겨지는 자구리해안은 마을미술프로젝트로 발생한 작품들도 같이 설치되어 있어, 혼재되어 있음. 이는, 방문객들에게 혼란을 주고 있으므로 이 둘 관계를 정리할 필요가 있음.

〈그림 7-1〉 작가의 관계



- 현재 서귀포에 머물렀던 옛 작가들의 작품은 기당 미술관, 이중섭 미술관, 소암 기념관 등에서 전시되고 있어 지붕 있는 갤러리인 반면, 마을미술프로젝트 등을 통해서 설치된 신진 작가들의 작품은 야외에 설치되어 지붕 없는 갤러리를 이루고 있음. 특히 그 공간들은 옛 작가들이 거닐던 공간으로 신진 작가들의 설치된 작품들과 중첩되어 있어, 이 두 개의 목표를 상위에서 잡아주는 목표 설정이 필요하다고 사료됨.
- 또한 칠십리 공원의 시비, 솔동산 문화의 거리 사업 등으로 생겨난 공공미술작품들도 아우를 수 있는 통합적 목표가 설정되어야 한다고 사료됨.

〈그림 7-2〉 공공미술작품에 대한 통합적 목표 설정



- 나아가 작가의 산책길은 문화도시사업 및 서귀포 휴양예술특구 조성 사업⁴⁸⁾, 도시재생사업 등과도 연결되어 있기 때문에 이에 대한 관계 설정 및 역할 구분도 명확히 하여 시너지 효과를 가질 수 있도록 해야 함.

48) 2013년 12월 24일 중소기업청 고시 제2013-54호에 의해 '서귀포 휴양예술특구'가 지정됨. 서귀포 휴양예술특구는 도심권 경기부양과 문화도시 육성으로 서귀포시 발전방안을 마련하고자 작가의 산책길 등을 중심으로 한 문화예술의 거리 권역 의료 휴양관광 중심의 제주헬스케어타운 권역, 제주월드컵경기장·강창학 구장·공천포전지훈련센터 등 체육인프라시설 활성화 권역 등 3개 지역임. 이 사업은 서귀포시 문화관광체육국 관광진흥과에서 관리함.

〈그림 7-3〉 작가의 산책길을 포함하는 다른 문화 사업들과의 관계



■따라서 작가의 산책길 및 문화예술시장의 추진목표는 〈표 7-1〉과 같이 미시적으로는 작가의 산책길 리뉴얼이지만, 거시적으로는 지속가능한 작가의 산책길이 되기 위하여 그 내용이 구성되어야 함.

〈표 7-1〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 추진 목표

추진 목표	추진 내용
작가의 산책길 리뉴얼	• 지붕 있는 갤러리와 지붕 없는 갤러리의 조화
지속가능한 작가의 산책길	• 통합적 시선을 통한 발전 작품 관리의 통합적 시선 연계 장소와의 통합적 시선 연계 문화사업 등과의 통합적 시선

2. 추진 체계

- 작가의 산책길 및 문화예술시장의 지속적인 활성화를 위해서는 주 방문객인 관광객의 욕구를 반영시키기 위하여 관광전문가를 비롯한 다양한 분야의 전문가 및 전문집단과의 결합 및 지원을 기반으로 하는 추진체계를 구축할 필요가 있음. 이들의 공통의 관심 가치는 작가의 산책길 및 문화예술시장의 지속적 활성화를 위한 것으로 미래 사무국은 이 동력을 바탕으로 추진력을 가질 수 있을 것으로 여겨짐.

〈표 7-2〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 추진 체계

분야	지원 및 결합단체	결합목표	추진체계
시민사회단체	• 제주환경운동연합 • 제주올레 등	→ 작가의 산책길 및 문화예술시장의 지속적 활성화	→ 가칭) 작가의 산책길 및 문화예술시장 사무국
문화예술단체	• 제주문화예술재단 • 제주영상문화산업진흥원 • 서귀포시문화도시센터 • 소암 기념관 • 이종섭 미술관 • 기당 미술관 • 서복 전시관 • 제주 아트페어 • 한국예총제주 및 서귀포 지회 등		
지자체/의회	• 제주특별자치도의회 • 제주특별자치도 • 서귀포시 등		
학술/대학	• 제주연구원 • 제주학회 • 제주대학교 등		
주민협의회	• 서귀포 원도심 활성화와 작가의 산책길 활성화를 위한 지역주민협의회 등		
전문가 집단	• 다양한 분야의 전문가 및 집단 등		
언론	• 지역신문 • 지역방송 등		

3. 추진 전략

■가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화를 위해서는 장기적인 시선에서 목적 달성을 위하여 단계별 추진전략이 필요함.

〈표 7-3〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 단계별 추진 전략

구분 \ 단계	1단계(2020~2021)	2단계(2021~2022)	3단계(2023년 이후)
	활성화 기초단계-제도적 기반의 점검	활성화 안정단계-실질적 사업의 모색	새로운 차원의 발전단계-문화도시와의 연계
주체	서귀포시문화예술과	작가의 산책길 사무국	작가의 산책길 사무국 및 소통 네트워크
내용	· 작가의 산책길 사무국 및 조직 설치 · 작가의 산책길 운영위원회 구성 · 작가의 산책길 조례 개정 · 정체성 확립 및 목적사업의 점검 · 시설 및 작품의 보수	· 작가의 산책길 사무국의 안정화 · 작가의 산책길 재정확보의 안정화 · 홍보시스템의 체계적 구축 · 작가의 산책길 해설사 역할, 기능, 교육 체계화 · 프로그램의 새로운 전환	· 문화예술시장의 새로운 전환 · 서귀포시의 다른 문화 사업과 소통/협력 구축 · 문화도시와의 연계사업 발굴 · 정기적인 기본 계획 수립 · 국내외 네트워크 구축

■1단계 추진전략은 다음과 같음.

〈표 7-4〉 1단계 추진전략

구분 \ 분야	사업	내용
운영 분야	사무국 및 조직 설치	· 사무국 설치를 위한 타당성 조사 · 사무국 설치 및 인원 채용

구분 분야	사업	내용
운영 분야	운영위원회 구성	· 문화예술과 주관 운영위원회 구성 · 학계, 문화계, 시민사회단체 전문가로 구성
	관련 조례 개정	· 작가의 산책길 조례 개정을 통하여 새로운 제도적 기반 구축
사업 분야	목적사업의 점검	· 작가의 산책길의 목적에 대한 재고와 정체성 확립 · 작가의 산책길 프로그램에 대한 전면 검토
	시설 및 작품의 보수	· 기반 시설 안전 문제 해결 · 시설 및 작품의 보수 관리시스템 구축

■ 2단계 추진전략은 다음과 같음.

〈표 7-5〉 2단계 추진전략

구분 분야	사업	내용
운영 분야	사무국의 안정화	· 조직의 안정화를 위한 규정 마련 · 새로운 인력 충원
	재정확보의 안정화	· 예산의 체계적 설계 및 수익사업 관련 설계 · 작가의 산책길 트러스트 모형 개발
사업 분야	홍보시스템의 체계적 구축	· 온오프라인 홍보시스템 구축과 실질적 홍보 · 작가의 산책길 및 문화예술시장 BI 구축
	해설사 역할, 기능, 교육 체계화	· 작가의 산책길 해설사의 역할과 기능에 대한 재고 · 해설사 수급 및 교육 관련 프로그램의 체계적 구축
	프로그램의 새로운 전환	· 탐방 및 향유, 소비에 프로그램에 대한 새로운 전환 · 창작공간 활성화를 통한 새로운 작품의 배출

■ 3단계 추진전략은 다음과 같음.

〈표 7-6〉 3단계 추진전략

구분 분야	사업	내용
운영 분야	다른 문화사업과 소통 및 협력 구축	· 서귀포시의 다른 문화사업과의 소통과 협력을 통하여 중복사업 등 불필요한 요소 제거 · 선택과 집중을 통한 작가의 산책길 및 문화예술시장의 강점 발굴
	국내외 네트워크 구축	· 작가의 산책길 관련 국내외 네트워크 구축 · 문화예술시장 관련 국내외 네트워크 구축
사업 분야	문화예술시장의 새로운 전환	· 강소 문화예술축제로의 전환 · 문화예술 향유와 시장으로서의 기능
	문화도시와의 연계사업	· 서귀포시 노지문화와 연결 가능한 사업 발굴 · 장기적 안목에서 문화도시와 작가의 산책길 및 문화예술시장 설계
	기본계획 수립	· 정기적인 기본계획 수립으로 사업의 체계성 구축 · 중장기 발전 전략을 통한 선택과 집중

VIII. 결론 및 정책 제언

1. 결론

- 과업의 공간적 범위가 서귀포시 원도심에 넓게 분포하고 내용적인 측면에서도 공공미술과 서귀포시 문화예술 중기계획, 거점공간인 미술관 및 기념관, 산책길과 연관된 다양한 제도 등과 중첩되고 있음.
- 이처럼 작가의 산책길은 다양한 분야에 연관되어 있어 긍정적인 요인으로 작동하기도 하지만 관리가 안 될 경우 각각의 영역은 연계성의 부재로 인해 산만하고 매력요인 상실로 나타날 수 있음.
- 무엇보다 작가의 산책길을 비롯한 다양한 문화예술 관련 정책과 제도에 대한 점검을 바탕으로 서귀포시내에 분포하고 있는 예술자원실태, 실제 창작활동을 추진하는 예술가들 현황, 놓여있는 조건 등에 대한 면밀한 조사를 바탕으로 작가의 산책길 활성화 사업과 연결될 수 있도록 만들어 나가야 함. 사업이 지속가능성은 예술가들의 창의성과 시민들의 자발성이 결합될 수 있을 때 다양한 프로그램 및 콘텐츠의 개발로 연결될 수 있음.
- 때문에 본 과업의 범위에 따른 활성화 방안 도출에 앞서 서귀포시 문화도시 사업과 서귀포시 문화예술 진흥을 위한 계획을 수립한 후 이들 상위계획과 연동 될 수 있는 실행계획으로서 작가의 산책길 활성화를 위한 정책을 추진할 필요가 있음.
- 즉 서귀포시 문화예술진흥계획, 예술관광을 위한 전략과 비전 수립이 선행되어야 할 것으로 여겨짐.

- 다만 본 연구는 현재의 작가의 산책길 및 문화예술시장, 시설 및 작품 등 세 가지 측면에서 6개 분야로 나누어 살펴보고 전체 작가의 산책길 및 문화예술시장의 문제점을 파악하고 대안을 마련하고자함.
- 첫째, 운영주체 분야에서 관리주체가 명확하지 않아, 사업을 책임성 있게 진행할 수 없음. 조례상 만들게 되어 있는 운영위원회는 존재하지 않으며, 주민협의회가 서귀포시로부터 민간위탁을 받아 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영, 시설과 작품관리, 작가의 산책길 해설사 관리 사업을 수행하고 있으나, 민간위탁이라는 제한된 범주에서만 사업을 수행하는 한계가 있음.
- 둘째, 제도 분야에서는 조례에서 현실적으로 맞지 않는 부분들이 상당부분 존재함. 탐방로 및 구역과 관련된 부분, 작가의 산책길 및 문화예술시장 기능과 관련된 부분, 기본계획의 수립, 문화시설의 설치, 문화예술관련 업종 육성, 운영, 작가의 산책길 주민협의회 구성 등에서 조례 개정이 필요하다고 사료됨. 또한 다른 관련 조례와의 관계 정립이 불명확함.
- 셋째, 목적사업 분야에서는 3가지 측면을 살펴보았는데, 작가의 산책길 탐방 및 문화예술작품의 전시, 관람, 체험 판매와 공연예술 및 복합예술의 공연, 관람, 체험 등을 살펴봄. 탐방과 관련하여 코스와 방문객 유인책, 프로그램 운영 등에서 문제점이 발견되었으며, 문화예술작품과 관련하여서는 문화예술작품으로 인해 길이 아닌 거점 중심으로 이루어지고 연계성이 낮음. 또한 작가의 산책길 내 설치된 미술관리가 체계화 되어 있지 못하며, 문화예술시장의 경우 목적과 달리 운영되고 있음. 공연예술 및 복합예술을 담당하고 있는 시설들의 제반문제와 창작공간의 비활성화도 문화예술시장을 견인하지 못하는 요인이 되고 있음.
- 넷째, 재정 분야에서는 중기기본계획과 예산과 민간위탁 운영 등을 통하여 살펴보았는데, 중기기본계획에는 매년 20여억원에 가까운 예산을 제시하고 있으나, 실제 예산 규모는 1/5 수준임. 이중 3억~3억 5천 가량이 민간위탁사업을 수행되고 있음. 수익사업은 거의 이루어지지 못하고 있으며, 통합관람권은 무용지물이 되고 있음.
- 다섯째, 공간 및 기반시설 분야에서는 전반적으로 안전의 문제가 대두되고 있으며, 또한 작가의 산책길과 중복된 각종 길과 상징성의 부재로 작가의 산책길에 대한 인지도가 낮음.

■여섯째, 홍보와 수요 분야를 살펴보면 명확한 주체의 부재로 홍보는 제대로 이루어지지 않고 있으며, 잠재적인 매력에 비해 작가의 산책길에 대한 인지도와 만족은 전체적으로 낮은 편임.

〈표 8-1〉 작가의 산책길 및 문화예술시장의 현안과 문제점

분야	문제점
운영주체 분야	· 관리주체의 불명확 · 운영위원회의 부재 · 주민협의회 활동의 한계 · 작가의 산책길 해설사 역할 및 관리의 미약 · 작가의 산책길 시설물 운영관리 주체의 혼재
제도 분야	· 조례와 현실과의 괴리 (제3조, 4조, 5조, 6조, 9조 등) · 다른 조례와의 관계 미 정립
목적사업 분야	· 탐방관련 코스와 방문객 유인책의 부족 · 프로그램 운영의 문제점 · 문화예술작품 중심으로 길이 아닌 거점 중심이 됨. · 미술관 및 기념관 특화 사업 및 연계성의 부재 · 미술작품 관리의 체계성 부족 · 문화예술시장의 목적과 다른 운영 · 서귀포관광극장의 미 매입 · 창작 공간의 비활성화
재정 분야	· 중기기본계획과 예산 확보의 미 이행 · 예산확보의 낮은 안정성 · 제한된 민간위탁사업 운영 · 낮은[무료]관람료와 통합관람권의 무용지물 · 수익사업의 부재(연계 상품 판매 미흡)
공간 및 기반시설 분야	· 작가의 산책길 상징성 및 상징공간의 부재 · 각종 길과의 중복 · 표식의 혼란 및 주변관리문제
홍보/수요 분야	· 정확한 탐방객 통계의 부재로 대응전략 부재 · 체계적 홍보의 부재 및 잘못된 홍보 자료 이용 · 작가의 산책길에 대한 낮은 인지도와 만족도 · 평가시스템의 부재

- 이외에도 작가의 산책길은 작품관리, 다른 장소와의 연계성, 다른 사업과의 연계성 문제로 통합적 시선이 필요함. 이에 따라 단기 전략과 장기 전략으로 나누어서 사업을 계획하여 수행할 필요가 있음.

2. 정책제언

- 작가의 산책길 및 문화예술시장을 둘러싼 현재의 여건을 분석하여 전략을 구상해보면, 첫째 문화도시와의 연계하여 확장성을 가질 수 있도록 발휘해야 하며, 둘째, 걷기 열풍의 소멸과 작가의 산책길 지속을 위한 전체 리뉴얼이 필요함. 셋째, 조례 개정을 통한 작품들의 공공미술관리 체제로 전환이 필요하며, 넷째, 제주만의 독특한 길 및 문화예술시장 형성으로 찾고 싶은 장소로 전환을 해야 함.
- 따라서 우선 현재 6개 분야에서 드러나는 문제점들을 해소할 수 있어야 하며, 그 후 확장성을 가질 필요가 있음.
- 6개 분야 첫 번째 운영주체 분야에서는 사무국의 설치 및 운영위원회의 구성이 필요하며, 주민협의회의 기능 전환과 작가의 산책길 해설사에 대한 역할 및 관리방안에 대한 재구성이 필요함.
- 둘째, 조례 개정은 기존 문제점을 해소하기 위한 방향으로 진행되어야 하며, 더불어 작가의 산책길 및 문화예술시장은 다른 관련 조례들과 연계성이 많아 이 부분에 대한 관계 정립이 필요함.
- 셋째, 목적사업 분야는 작가의 산책길 및 문화예술시장에 대한 정체성을 점검하고 변화하는 문화환경을 수용하여 스토리발굴을 강화하고, 미술관 및 전시관 연계 사업을 특화하며, 문화예술시장의 대전환을 통해 활성화 방안을 마련해야 함. 또한 관광극장의 매입을 통하여 공연예술 등을 강화할 필요가 있음. 마지막으로 창작공간에 신진 작가들이 일정 수 이상 머물며 창작활동에 매진할 수 있도록 근간을 마련해야 함.
- 넷째, 재정 분야에서는 사무국 설치를 통하여 안정된 예산을 확보함과 더불어 수익을 창출할 수 있는 구조를 형성하는 것이 바람직함. 여기에는 바우처를 통한 수익사업과 트러스트 등을 통한 사업 등이 모색될 수 있음.

■다섯째, 공간 및 기반시설 분야에서 안전문제는 여러 개의 기관 및 단체의 소통이 필요한 바, 이에 대한 소통체계를 구축해야 하며, 작가의 산책길 상징성 부재와 각종 길의 중복 문제는 코스와 블록 지정을 통하여 해소하는 방법을 모색해 볼 수 있음.

■여섯째, 홍보방안에서는 전체적으로 체계적인 홍보시스템을 구축해야 하며 온 오프 홍보시스템을 세부적으로 구축해야 함. 특히 오감을 지원하는 온라인 홍보시스템과 지도 중심의 오프라인 홍보시스템을 구축해야함. 또한 홍보를 위한 BI와 스토리 구축이 필요하며, 이를 위한 네트워크 구축이 필요함.

〈표 8-2〉 작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화를 위한 정책 제언

분야	정책 제언
운영주체 분야	· 사무국의 설치 · 운영위원회의 구성 · 주민협의회 기능 전환 · 작가의 산책길 해설사 역할 및 관리방안 모색
제도 분야	· 기존 조례의 불 필요한 부분 개정 · 직간접 관련 조례와의 관계 정립
목적사업 분야	· 작가의 산책길 및 문화예술시장 정체성 점검 · 변화된 문화 환경 수용 · 스토리 발굴 및 스토리 텔링 강화 · 미술관 및 기념관 연계 사업 특화 · 문화예술시장의 대전환 모색 · 관광극장 신탁을 통한 공연예술 강화 · 창작 공간의 활성화
재정 분야	· 사무국의 설치로 안정적 예산 확보 · 세외수익 구조의 다원화 · 바우처의 활용을 통한 지역경제 환원 · 문화예술 주민신탁 제도 모색
공간 및 기반시설 분야	· 시설 관리 및 안전 관련 주체들 간 소통체계 구축 · 작가의 산책길 상징 공간 및 상징성 확보 · 각종 중복 길의 해소와 블록지정 방안 모색
홍보/수요 분야	· 체계적인 홍보시스템 구축 · 온오프라인(오감, 문화 맵(중심) · BI 및 핵심 스토리 구축 · 국내외 네트워크 구축

- 작가의 산책길 및 문화예술시장의 활성화를 위하여 당면한 문제를 해소하는 것과 더불어 미래 확장성을 모색하는 것이 바람직함. 여기에는 서귀포시의 전체 문화 컨셉과 문화 코스(Course) 정리가 필요함. 체계화된 문화 정책이 필요함. 더불어 각종 길, 각종 유사 정책에 대한 점검이 필요함.
- 작가의 산책길 및 문화예술시장은 서귀포의 5개 공원과도 연계될 수 있으며, 아트페어와 같은 국제적인 문화예술시장과도 연계성을 가질 수 있음. 공공미술과 관련하여서도 연계성을 가질 수 있으며, 문화도시와도 연계성을 모색하여 볼 수 있음. 이를 통하여 서귀포시가 국제적인 문화도시로 거듭날 수 있음.
- 이를 위해서는 현재 다양한 주제들에 이루어지고 있는 각종 문화 사업에 대한 전반적인 조사와 함께 각 사업들 간의 관계를 정립하고 선택과 집중을 통하여 사업을 마련하여 갈 때, 서귀포가 자신만의 문화 칼라(Color)를 지닌 국제적인 문화도시로 나아갈 수 있음. 이를 위해 서귀포 문화예술 중장기 계획 마련이 필요함. 또한 이를 위하여 서귀포시 문화도시 관련 워킹그룹(Working Group) 설치를 제안하고자 함.
- 당면한 문제들을 해결하기 위해서는 향후 각 부문별로 세부적인 정책 과제가 수행을 통하여 작가의 산책길 및 문화예술시장의 발전방안을 더욱 구체화 할 수 있음.

〈표 8-3〉 향후 과제

번호	과제
1	• 사무국(관리주체) 설치 및 조직 구성 타당성 조사
2	• 작가의 산책길 기본계획(장단기 발전 전략 등)
3	• 문화예술시장 전환 및 발전방안
4	• 작가의 산책길 해설사 활용방안
5	• 작가의 산책길 공공미술 작품 관리 방안
6	• 창작 공간 활성화 방안
7	• 문화예술 주민 신탁 제도 방안
8	• 서귀포 문화예술 중장기 발전 계획
9	• 서귀포 역사문화자원 발굴 및 활용방안

참고문헌

■ 단행본 및 논문/자료

- 견고싶은 도시만들기 시민연대(1999), 『견고 싶은 도시』.
- 구본호(2013), 『공공미술, 도시의 지속성을 논하다』, 해피북미디어.
- 김봉수(2013), 「국내미술시장 현황 연구」, 『경영관리 연구』 제6권 제1호.
- 김상태(2015), 『지역자원을 활용한 예술관광 활성화 방안』, 한국문화관광연구원.
- 김성희(2009), 「북경 따산즈 798 지역 변천과정을 통해 본 예술시장 형성과정에 관한 연구」, 『예술경영연구』, 제15집, 97~124쪽.
- 김용범(2014), 『도시 문화마케팅이 서귀포시 지역발전에 미치는 영향에 관한 연구』, 제주대학교 행정대학원 석사학위 논문.
- 김태만(2008), 「따산즈 예술촌과 베이징의 도시문화 아이콘」, 『동북아문화연구』 제17집.
- 문화관광부·예술경영지원센터(2006), 『2006 소외지역 생활환경 개선을 위한 공공미술 사업 평가보고서』.
- 박철희·이정수·이상민·한정(2010), 『충청남도 도시 공공 공간 실태조사 및 개선방안 연구』, 충남발전연구원.
- 서귀포시 문화예술과(2012), 『작가의 산책길 및 문화예술디자인시장 중기기본계획』.
- 서귀포시(2013), 『서귀포시 도심권 중장기발전기본계획 수립』.
- 서귀포시(2019), 『작가의 산책길 및 문화예술시장 내부 자료』.
- 이경모(2005), 『미래관광의 대안모색』, 대왕사.
- 이유림(2015), 『공공미술프로젝트를 활용한 지역문화 활성화 방안 연구 : 벽화마을을 중심으로』, 한신대학교 석사학위논문.
- 이지영(2014), 『아트마켓 바이블』, 파주: 미진사.
- 이현지(2017), 『국내 미술시장의 활성화를 위한 아트페어 브랜드 아이덴티티 개발 연구 : 마니프 서울 국제아트페어를 중심으로』, 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 작가의 산책길 해설사회(2019), 「작가의 산책길 해설사회 소개 및 연혁(내부 자료)」.
- 제주문화예술재단(2017), 『공공미술작품점검보고서』
- 제주문화예술재단(2019), 『공공미술작품점검보고서』
- 제주영상문화산업진흥원(2015), 『작가의 산책길 영상문화 활성화 방안 세미나 자료집』.
- 최경은·오호성(2019), 『문화유산을 활용한 관광 활성화 방안』, 한국문화관광연구원.
- 한연희(2006), 『문화의 거리 활성화 방안 연구 : 경기도 지역을 중심으로』, 경기대학교 행정대학원 석사학위 논문.
- 홍경한(2017), 『공공미술, 도시를 그리다』, 재승출판사.
- Cheng Lei & Zhu Qi, 2007, Beijing 798 Now, Timezone 8, China.
- Myerscough J. C(1988), The Economic Importance of the Arts in Britain, Policy Studies Institute, London.
- Suzanne Lacy, 이영옥 김인규 역(2010), 『새로운 장르 공공미술: 지형 그리기』, 문학과학사.

■ 서귀포시 문화예술과 제공자료

2003 기쁨 두배 프로젝트-아트플랫폼
2012 마을미술프로젝트 작품 목록
2012 작가의 산책길 및 문화예술시장 운영실적 내부 자료
2014 예술의 섬 프로젝트
2014 예술의 섬 프로젝트 권역별 배치
2016년~2019년 공연 프로그램 현황
2019년 작가의 산책길 내 미술관 및 기념관 운영실적
공연프로그램 운영실적
문화예술시장 운영실적
서귀포시 공립미술관 관람객수(2009~2019)
서북 전시관 관람객 수와 관람료
연도별 도예 아카데미 수강현황
올레탐방객 방문 현황
올레탐방객 지역경제 파급효과
유토피아 갤러리 세부진단 결과
일몰기간경과 작품 목록(2020.02.04.)기준
작가의 산책길 내 미술관 관람료 수익 현황(2016~2019년)
작가의 산책길 내 일몰제 적용 작품 현황
작가의 산책길 대분류 지출내역(2016~2019년)
작가의 산책길 민간위탁 운영현황(2015~2019년)
작가의 산책길 일몰 잔여 작품 목록
작가의 산책길 작품 목록
작가의 산책길 탐방객 현황
제주방문객수(2011~2019년)
창작스튜디오 입주공간 규모
창작스튜디오 입주작가 유형
창작스튜디오 전시실 대관현황
창작스튜디오 주요시설
철거작품목록(2020.02.04. 기준)
체험 참여자 현황

■ 신문기사

서귀포신문(<http://www.seogwipo.co.kr>)
서귀포신문, 2010.03.04. 기사
제민일보, 2013.03.11. 기사

제주도민일보, 2015.07.20. 기사
제주신문, 2020.06.10. 기사
제주新보, 2010.03.04. 기사
제주일보, 2016.04.20. 기사
제주환경일보(<http://www.newsje.com>)
중앙일보, 2017.10.08. 기사
한라일보, 2015.09.23. 기사

■ 인터넷 자료

<http://blog.daum.net/114bs/235>
<http://blog.daum.net/ws5858/16057305>
<http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=scwoo55&logNo=221769697076>
<http://chosun.com/tw/?id=2015070804315>
<http://culture.seogwipo.go.kr>
http://gangnam.grandculture.net/Contents?local=gangnam&dataType=01&contents_id=GC04801543
<http://kportal.kipris.or.kr>
<http://maeulmisul.e-bizs.net>
<http://setouchi-artfest.jp/en/>
<http://www.data.go.kr/data>
<http://www.data.go.kr/data>
<http://www.jeju.go.kr/culture/art>
<http://www.jejuartfair.kr/about.php>
<http://www.jejuexpress.co.kr/news/articleView.html?idxno=107508>
<http://www.jung.daegu.kr>
<http://www.newsje.com>
<http://www.newsjeju.net/news/articleView.html?idxno=314415>
<http://www.peacejeju.net/bbs/page.php?hid=down>
<http://www.peacejeju.net/bbs/page.php?hid=down>
<http://www.seogwipo.co.kr>
<https://100.daum.net/encyclopedia/view/b02g0354a>
<https://100.daum.net/encyclopedia/view/b02g0358a>
<https://100.daum.net/encyclopedia/view/b11s1413a>
<https://100.daum.net/encyclopedia/view/v040mb221b1>
<https://100.daum.net/search/entry?q=NFC>
<https://jhdyyis.tistory.com/984>

<https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B3%B5%EA%B3%B5%EB%AF%B8%EC%88%A0>
[https://ko.wikipedia.org/wiki/공공미술](https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B3%B5%EA%B3%B5%EB%AF%B8%EC%88%A0)
[https://ko.wikipedia.org/wiki/사려니_숲길](https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B3%B5%EA%B3%B5%EB%AF%B8%EC%88%A0)
[https://ko.wikipedia.org/wiki/올레길](https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B3%B5%EA%B3%B5%EB%AF%B8%EC%88%A0)
<http://kportal.kipris.or.kr>
https://search.daum.net/search?w=img&nil_search=btn&DA=NTB&enc=utf8&q=%EC%95%84%EC%9D%B4%20%EB%9F%AC%EB%B8%8C%20%EB%89%B4%EC%9A%95
행안부 주민등록인구현황(2019.10) KOSIS

■참고 조례

강릉시 문화의 거리 조성 및 운영 조례
강원도 거리예술 활성화 지원 조례
경기도 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례
경상남도 상권 활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원 조례
경상북도 거리예술 활성화에 관한 조례
경주시 봉황로 문화의 거리 조성사업 지원 조례
고양시 문화의 거리 조성 및 운영 조례
고창군 한옥 및 전통옛거리 체험마을 관리, 운영 조례
광양시 거리공연 및 재능 나눔 활성화 조례
광주광역시 남구 공예특화거리 조성 및 운영조례
광주광역시 예술의 거리 조성 조례
광주광역시 지역먹거리 육성 및 지원 조례
괴산군 문화예술의 거리, 마을 조성 조례
군산시 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례
군산시 상권활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원조례
김포시 문화마을 및 문화의 거리 조성 지원 조례
김해시 상권활성화 특화거리 지정에 관한 조례
김해시 전통문화의 거리 환경 개선 지원조례
단양군 문화의 거리 조성 조례
담양군 공예 복합문화거리 조성 및 지원 조례
당진시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
대구광역시 남구 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
대구광역시 서구 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례
대구광역시 중구 수제화거리 활성화 지원 조례
대전광역시 거리예술 활성화 및 지원조례
대전광역시 중구 문화예술의 거리 조성 및 지원에 관한 조례

목포시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
부산광역시 거리갤러리 미술제 지원 및 관리 조례
부산광역시 거리에술 활성화 및 지원조례
부산광역시 기장군 거리공연 및 재능나눔 활성화 조례
부산광역시 남구 거리공연 활성화 조례
부산광역시 동래구 거리공연 및 재능나눔 활성화 조례
부산광역시 동래구 상권활성화 특화거리 지정 및 지원에 관한 조례
부산광역시 서구 걷고 싶은 거리 조성을 위한 조례
부산광역시 수영구 거리공연 및 재능나눔 활성화 조례
부산광역시 중구 거리 공연 및 재능나눔 활성화 조례
부산광역시 해운대구 거리공연 활성화 조례
서울특별시 강동구 특화거리 조성 및 지원 조례
서울특별시 강북구 지역상권 활성화 및 특화거리 지운조례
서울특별시 도봉구 거리에술 활성화 및 지원에 관한 조례
서울특별시 도봉구 문화의 거리 조성 및 지원 조례
서울특별시 마포구 거리에술 활성화 및 지원에 관한 조례
서울특별시 서대문구 먹거리 기본 조례
서울특별시 서초구 문화의 거리 조성 및 지원에 관한 조례
서울특별시 중랑구 공방거리 조성 및 지원 조례
성남시 상권 활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원 조례
세종특별자치시 특화거리 조성 및 지원에 관한 조례
속초시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
수원시 음식문화거리 조성 및 지원조례
순천시 문화의 거리 조성 및 지원 조례
아산시 거리에술 활성화 조례
아산시 외암민속마을 저잣거리 운영 조례
안산시 상권활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원 조례
안양시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
안양시 문화의 거리 조성 조례
양산시 거리공연 활성화 조례
양산시 상권 활성화를 위한 특화거리(단지) 지정 및 지원 조례
여주시 거리문화공연사업 관리 및 지원 조례
영동군 문화예술의 거리(마을) 조성 조례
오산시 음식문화거리 지원에 관한 조례
옥천군 문화예술의 거리, 마을 조성 조례
용인시 문화의 거리 조성 및 운영 조례

울산광역시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
울산광역시 북구 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
울산광역시 중구 문화의 거리 조성 및 지원 조례
음성군 문화예술의 거리 조성 조례
익산시 문화예술의 거리 조성 및 지원 조례
인천광역시 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례
인천광역시 동구 문화·창조의 거리 조성 및 지원조례
작가의 산책길 및 문화예술시장 운영·관리 조례
전라남도 거리공연 활성화 지원 조례
전라남도 상권 활성화를 위한 특화거리(단지) 지정 및 지원 조례
전라북도 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례
전라북도 특화거리 및 구도심 상가 활성화 지원조례
제주특별자치도 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
제주특별자치도 공공미술 설치 및 관리 조례
제주특별자치도 도시재생활성화 및 지원에 관한 조례
제주특별자치도 문화관광해설사 운영 및 지원조례
제주특별자치도 문화도시 기본조례
제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례
제주특별자치도 문화예술 진흥 조례
제주특별자치도 문화예술공간 조성 및 활성화 지원조례
제주특별자치도 문화의 거리 조성 및 운영 조례
제주특별자치도 청년 문화예술 육성 및 지원 조례
제주특별자치도 특화거리 등 골목상권 활성화 지원 조례
제천시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
제천시 상권활성화 특화거리 지정 및 지원에 관한 조례
증평군 문화예술의 거리마을 조성 조례
청주시 거리공연 활성화 및 지원에 관한 조례
청주시 문화의 거리 조성 조례
충주시 거리예술 활성화 및 지원에 관한 조례
충주시 문화의 거리 조성 조례
통영시 문화의 거리 조성 및 지원 조례
파주시 상권활성화 특화거리 지정 및 지원에 관한 조례
평택시 상권활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원에 관한 조례
포천시 문화마을 및 문화의 거리 조성 지원조례
포천시 상권 활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원 조례
하남시 문화의 거리 조성 및 운영 조례

Abstract

Revitalization plans for the artist's promenade and cultural arts market

- The need to expand the opportunities for tourists and citizens to enjoy culture has emerged by revitalizing “the artist's promenade and cultural arts market”, which have been entering a recession since 2011.
- To prepare revibration plans for “the artist's promenade and cultural arts market”, 1) a plan for attracting tourists to the site and how to promote the site through public advertisement. 2) a plan for the maintenance for the site, 3) a plan for how to use the facilities in the promenade were investigated.
- This study consists of a literature study, big data utilization, field research, and expert FGI (Focus Group Interview), visitor surveys, and advisory meetings in order to discover problems in the artist's promenade and cultural arts market, and associated facilities,
- This study identifies the problems and conditions of the artist's promenade and cultural arts market, by examining alternatives and advanced cases and new creative ideas for revitalization and promotion.
- The problems and alternatives of the artist's promenade and cultural arts market, which were the subject of this study, were divided into six areas: operating subject, system, objective business, finance, space and infrastructure, and public relations.
- In the area of operating subject, problems and alternatives are proposed for the establishment of the secretariat, the formation of the operation committee, the conversion of the function of the residents' council, the role of the writer as a commentator and the search for management plans.
- In the system area, it is proposed to establish and change local laws for the artist's promenade and cultural arts market.
- In the area of objective business, identifying the following issues and suggesting alternatives: an identity check for the artist's promenade and cultural arts market, acceptance of the changed cultural environment, uncovering new storytelling and strengthening of existing storytelling, making connections to other specialized arts and

memorial museums, searching for a great transformation of the culture and arts market, purchase of a tourist theater or trust system.

- In finance area, financial stabilization and diversification of the tax- exempt profit structure were proposed, as well as the search for a regional economic return structure and the culture and arts resident trust system through the use of vouchers.
- In the field of space and infrastructure, the safety issue was proposed to establish a communication system between facility management and safety-related personnels.
- In the field of public relations, it was proposed to establish a systematic publicity system as a whole, and it was proposed to utilize the strengths in the on-offline method and to have a publicity method. It is also proposed to build a core story with BI and to build a network at home and abroad.
- In order to implement these alternatives, this study suggests a promotion goal, a promotion system, and a promotion strategy from an integrated perspective.

Key words : revitalization plans, the artist's promenade, cultural arts market, six areas

연구진

연구책임	현 해 경	제주연구원 책임연구원
공동연구	김 석 윤	제주공공정책연구소 '나눔' 소장

정책연구 2020-13

작가의 산책길 및 문화예술시장 활성화 방안

발행인 || 김 동 전

발행일 || 2020년 8월

발행처 || 제주연구원

63147 제주시 아연로 253

TEL. (064)729-0500 FAX. (064)751-2168

홈페이지: www.jri.re.kr

인쇄처 || 경신인쇄사

ISBN : 978-89-6010-798-4 93600

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로 제주특별자치도의 정책적
입장과 다를 수 있습니다. 또한 이 보고서는 출처를 밝히는 한
자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복제는 금합니다.

