

## 도시 간 문화협력을 위한 글로벌라이제이션(c-lobalization) 플랫폼 - 한국광역문화재단연합회 지역문화정책연구소의 협동 연구 사례

(김해보, 서울문화재단)

### 1. 문화를 통한 도시 간 교류 ... 글로벌 문화도시가 되고 싶은 욕망 ?

- 저는 한국 안에서 문화를 통한 도시 간 교류협력의 사례를 소개하겠습니다. 그런데, 그 사례 소개에 앞서 문화를 통한 도시 간 교류협력의 적절한 방향과 성공요소에 대해 좀 짚어보고자 합니다.
- 세계 도시들 간의 문화교류는 늘 밖으로 표명된 아름다운 명분을 위해서만 진행된 것은 아닙니다. 그 저변에는 적지 않은 투입되는 에너지만큼 어떤 성과를 반대급부로 확보 하고 싶은 마음이 있기 마련입니다.
- 예로부터 세계 사람들이 모여드는 도시는 정치와 경제의 중심지로서 자원과 권력을 모을 수가 있었습니다. 그래서 창조도시, 창조경제 담론이 붐을 이루었던 2000년대 초반에는 소위 글로벌 창조계급을 유인할 수 있는 도시의 문화적 매력도가 얼마나 높은지를 놓고 서로 경쟁하기도 했습니다.
- 궁극적으로는 저런 정치, 경제적 효과를 염두에 두더라도, 우선 도시가 세계 무대에서 문화를 통한 교류를 통해 얻고자 하는 것은 “글로벌 문화도시”로서의 이미지가 아닐까요?

### 2. “글로벌하다”는 것의 의미 ..., 따라야 할 “기준” vs 공유하고 싶은 “가치” ?

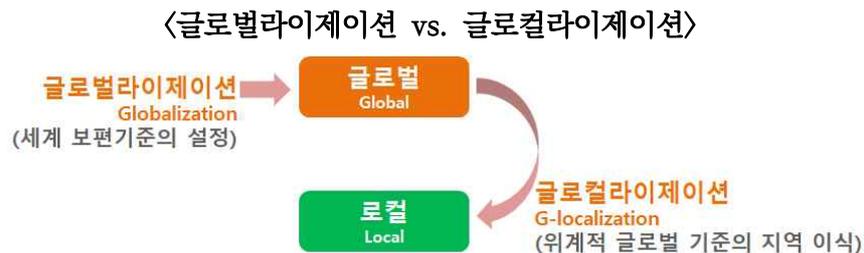
- 그렇다면, “글로벌하다” 것의 의미는 무엇일까요? 일단 지구촌 사람들에게 많이 알려져야 글로벌할 수 있겠지요. 그렇다고 전 세계 사람들이 다 아는 최악의 도시로서 널리 알려지는 것을 글로벌하다고 말하지는 않을 것입니다.
- 저는 “글로벌하다”는 것은 어떤 존재가 자신 이외의 개별자들이 그것을 따라하게 만드는, 그래서 결국 비슷해지게 할 수 있는 힘을 가진 상태라고 생각합니다.
- 전 지구적 규모의 시장에서 장사해서 먹고살기 위해서는 세계화된 공통기준(global standard)을 “따라야만” 합니다. WTO, FTA 등 한 국가의 주권 범위를 넘어서는 그 글로벌 기준 때문에 경제뿐만 아니라 정치, 문화적 측면에서도 국가들 간의 의존성과 제도적 유사성이 높아집니다. 이와 같이 거부할 수 없는 위력에 의한

변화는 Dimaggio와 Powell(1983)의 동형화 모델 중에서 “위압적 동형화(coercive isomorphism)<sup>1)</sup>라고 말할 수 있습니다.

- 반면, 동시대를 사는 많은 지구촌 구성원들이 함께 공유하고 추구하려는 가치를 제시하고 있는 것도 “글로벌한” 상태입니다. 이 또한 상대를 나와 비슷하게 만드는 힘이 있는 상태이기 때문입니다. Dimaggio와 Powell(1983)는 전문가 집단 사이에 공유된 규범을 향해 비슷해지는 현상을 “규범적 동형화(normative isomorphism)”라고 불렀습니다. 이 처럼 동시대에 맞는 문화적 가치를 적절히 제시해서 다른 도시들이 “규범적 동형화”로서 비슷하게 따라하고 싶은 마음이 들게 해야 글로벌 문화도시에 걸 맞는 문화적 힘을 갖추었다고 할 수 있을 것입니다. 부산은 지난 유네스코 포럼을 통해 “문화를 통한 평화”를 동시대 공유 가치로 표방한 바 있습니다. 함께 할 만한 가치가 충분한 글로벌 가치라고 생각합니다.

### 3. 오래되고 부질없는 논란 ... L과 G를 이분법적으로 보던 관점

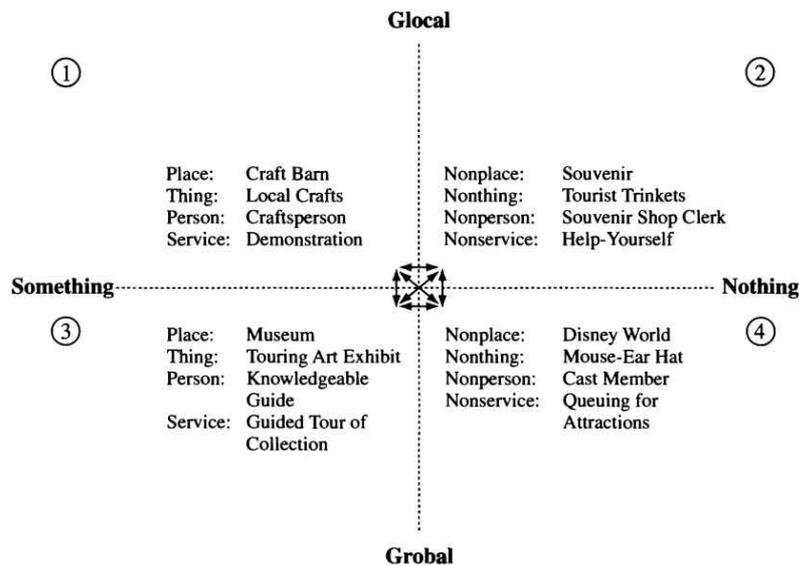
- 세계 시민들이 순순히 자신의 로컬리티를 버리고 글로벌한, 다른 이의 가치를 따르고 비슷해지려고 할까요? 그리고 최근 특히 로컬리티의 중요성을 강조하는 흐름은 예전에 세계화를 맹목적으로 추앙하던 것과 분명 다른 양상입니다.



- “글로벌”에 대한 부정적 인식도 큼니다. 정치, 군사적 식민지 관계나 다국적 기업의 경제적 착취 관계를 경험한 역사 때문에, 주로 헤게모니를 가진 특정 세력에 의해 글로벌 기준이 세워지고 로컬은 그것을 일방적으로 수용해야 하는 종속적 관계로 이해되었습니다. 무한경쟁 세계화 시대에, WTO, ISO 등이 보편적 기준을 만드는 활동, 즉 “글로벌라이제이션”(Globalization : 세계화)이 벌어지면 국가들은 이 글로벌 기준을 자기 지역으로 가져와 이식, 실행하려는 “현지화” 즉 “로컬라이제이션”(localization)에 바빴습니다.
- 그나마 로컬의 중요성을 언급하는 “글로벌라이제이션 (glocalization)”이라는 말에

1) P. J. DiMaggio & W. Powell, "The iron cage revisited" institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields", American Sociological Review, 48 (1983).

대해서도 긍정과 부정의 인식이 공존합니다. “맥도날드화 (McDonaldization)”라는 말을 만든 사회학자 George Ritzer(2003)<sup>2)</sup> 교수는 글로컬라이제이션 이론이 인기를 끄는 이유가 “서구 중심의 근대화 이론에 대한 적대감 때문”이며 그것은 여전히 세계화의 하위 개념이라고 봤습니다. 그리고 힘에 의한 세계화와 착취, 식민지화를 글로컬라이제이션으로 표현하는 것은 부적절하므로, “그로벌라이제이션(Globalization)”이라는 말을 새로 만들어 냈습니다(Ritzer, 2003).



### Ritzer의 glocal-grobal 및 something-nothing 사이의 관계 해석

(출처 : Ritzer(2003))

- 이처럼 Ritzer 교수를 비롯한 많은 학자들이 세계화의 부작용을 극복하기 위해, 연결, 상호작용, 융합, 다양성과 같은 개념들을 G-localization에 부여해서 의미 차별화를 시도했습니다. 한때 글로컬화를 최고 선(善)으로 찬양하던 담론이 유행했다면 최근에는 반대로 로컬을 선(善)으로 놓고 글로벌을 지우려는 담론이 넘칩니다. 급기야 글로컬에서 부정적인 “글”을 떼어내고 “로벌”을 지향하자는 주장도 제기되었습니다.<sup>3)</sup> 요약하면 L(locality)과 G(globality) 사이의 오래된 전선이라고 표현할 수 있습니다. 하지만 결국 어느 하나와 그 이외 상대를 대척점에 놓고 “옳고 그름”, “좋고 싫음”과 같은 인식의 이분법을 넘어서지 못하는 것이 양쪽의 문제입니다.
- 물론 정치와 경제 측면에서의 헤게모니와 성장 담론은 분명 이분법적 인식과 분석에

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

3) 류영재 (2006.11.16.) '글로컬'과 '로벌'의 작지만 큰 차이 (머니투데이)

일부 들어맞는 부분이 있습니다. 하지만 문화적 측면에서는 식민지 동화정책 같은 정치적 현상이 아니고서는 일방적인 수용이라는 문화현상은 갈수록 보기가 어려워집니다. L을 G와 대척점에만 놓는 해석이 더 이상 적절하지 않습니다.

- 특히 코로나 시기에 두드러졌던 로컬의 부상도 글로벌한 온라인 플랫폼을 통해 로컬이 무한 확장된 “하이퍼-로컬리티(hyper-locality)” 현상과 함께 봐야 제대로 그 의미를 파악할 수 있습니다. 글로벌 플랫폼을 통해 유통된 로컬에 대한 찬사를 되받아서 그동안 모르고 지냈던 자신들의 로컬의 가치를 재인식한 측면이 큼니다. 이렇게 L은 G와 공진, 공생합니다.
- 강수돌 교수는 부산대학교 로컬리티 인문학 좌담회(2010.2.25., 부산대학교 한국민족문화연구소)에서 “로컬리티를 사고할 때 작은 것 속에서 큰 것을 보는 식으로의 발상법이 매우 중요하다...(불교 인드라마처럼)...이 세상 만물이 서로 연결되어 있으면서도 서로가 서로의 안으로 들어가는 그런 관계로 가는 것이 바람직하다”<sup>4)</sup>고 얘기했습니다. 이와 같이 전체와 부분을 이분법적으로 보지 않는 동양적 사고가 오히려 지금 벌어지는 로컬과 글로벌 사이의 관계를 이해하는데 더 적절합니다.

#### 4. 글로벌(C-lobal)한 것이 대세인 시대 ... 한류의 흥행부터 챗-GPT의 혁신까지

- 지금은 지역의 문화적 정체성을 담은(cultural) 것, 매우 일상적인(close = local + intimate) 것들이 글로벌한 인기를 얻는 현상을 눈여겨 볼 필요가 있습니다. 그리고 온라인 플랫폼이 제공하는 글로벌 서비스도 수용자 개인과 지역의 맥락에 맞아야(contextual) 인기를 얻을 수 있기 때문에 개별화 되는 현상도 확인됩니다. 이처럼 로컬하면서도 글로벌하고, 글로벌하면서도 로컬한, 즉 ‘글로벌(C-lobal)’한 것들이 인기를 누리고 있습니다.
- C-lobal = {close, cultural, contextual} × {global}입니다.
- 글로벌 온라인 플랫폼을 통해 전 세계인과 만날 수 있는 개인의 소소한 일상과 지역성 강한 로컬 콘텐츠가 한 순간 인기를 얻어 글로벌하게 됩니다. 그런데 그 핵심매력인 로컬리티가 유지되지 못하면 인기는 한순간 물거품처럼 사라집니다.
- 글로벌 인기를 구가하는 K-Pop 스타들의 음악은 SNS를 통해 공유되는 팬들의 챌린지 영상 때문에 다시 인기를 얻는 것처럼, 로컬과 글로벌, 전파자와 수용자 사이에 위계가 없고, 서로 공진화하는 현상을 보입니다. K-pop 팬덤은 단순한 콘텐츠 소비자가 아니라 적극적인 참여자이면서 현지화를 통한 새로운 K-pop 콘텐츠 생산의 주역입니다. 장원호·송정은(2016) 교수는 “현지 한류 팬들의

4) 문재원 (2010). “로컬리티, 글로벌리즘을 재사유하다” (로컬리티 인문학, 부산대학교 한국민족문화연구소)

적극적인 참여로 한류콘텐츠를 활용한 새로운 문화가 재창조되는 “문화적 순환”이 한류의 성공요인“이라고 말합니다5).



- 이처럼 글로벌 온라인 플랫폼 위에서 서로 연결된 로컬 행위자들의 적극적인 상호작용이 글로벌한 변화를 만들어 내는 것이 이전의 일방향 글로벌라이제이션이나 글로벌라이제이션과 다른 양상입니다. 저는 그런 현상을 〈글로벌라이제이션(C-lobalization)〉이라고 이름 붙여봤습니다.

〈글로벌라이제이션((G-localization)과 글로벌라이제이션(C-lobalization) 비교〉

구분	글로벌라이제이션 (G-localization)	글로벌라이제이션 (C-lobalization)	C-lobal의 키워드
글로벌-로컬 관계	위계적 (종속관계)	비위계적 (병립관계)	Close
	거시적인 글로벌 더 중시	미시적 일상의 로컬도 중시	
성공 핵심요소	보편적 시스템	독특한 콘텐츠 생산 행위자	Cultural
	합리적 통제	정동(精動)의 발산	
변화 양태	일방향 (전략집행, 일반원리 적용)	쌍방향 (피드백 반응, 맥락적 적용)	Contextual
	보편화 (표준화)	개별화 (다양화)	

- 이런 현상의 원인은 우선 우리가 디지털 알고리즘의 플랫폼 위에서 글로벌하게 상호작용하고 있기 때문입니다. 게다가 현실을 가상세계로 옮겨가는 알고리즘 문명에 의해 실제 세계에서의 물리적 스케일의 차이가 의미 없어지기 때문입니다. 그리고 이제 사람들도 중심과 변방을 위계적 관계에서 보지 않기 때문입니다.
- 사실 문화뿐만 아니라 사회 모든 영역에서 이와 같이 글로벌한 양상을 띠는 것들이 성공을 거두며 이미 대세를 이루고 있습니다. 컴퓨터 하드웨어조차도 중앙집중형

5) 장원호·송정은 (2016). “글로벌 문화의 개념과 한류” (문화콘텐츠연구)

서버 리소스에 기댄 클라우드서비스에서, 온-디바이스 엣지 컴퓨팅(On-Device Edge Computing)으로, 즉 글로벌라이제이션에서 글로벌라이제이션으로 변화하고 있습니다. 사실 초기 인공지능 기술이 전문가시스템(Expert System) 방식을 따를 때 고착된 문제를 해결한 머신러닝(Machine learning) 기법 자체가 글로벌라이제이션 방식에서 글로벌라이제이션 방식으로 전환한 것이라고 해석할 수 있습니다. 컴퓨터가 개발자가 정해진 보편원리에만 기대서 벌어진 상황에 맞는 답을 산출하는 것이 아니라 사례 데이터를 활용한 학습과정 속에서 가정 적절한 통계적 해결책을 찾으며 자신의 계산 매트릭스를 계속 수정해가는 것입니다.

## 5. 글로벌라이제이션(C-lobalization) 플랫폼 ... 숫자와 그 이상의 것이 공유되고, 사례로 원리를 수정하는

- 이런 사회현상을 문화를 통한 도시 간 교류에 적용해보면, 도시들의 글로벌라이제이션을 가능하도록 도와주는 플랫폼이 소중해 보입니다. 글로벌 문화도시가 되고 싶은 개별 도시들의 “L”(locality)를 적절히 모두 부각시키고 살려주면서도 서로 소통할 수 있는 “G”(globality)를 만들어내고 공유하는 플랫폼 말입니다.
- 물론 관광객들이 많이 찾는 글로벌 문화도시가 되기 위한 글로벌 플랫폼은 인터넷 SNS 서비스입니다. 그것을 어떻게 잘 활용해서 관광객이 애정을 가지고 찾는 c-lobal한 문화정보 플랫폼으로 만들지는 문화도시 홍보마케팅 담당자들이 고민해야 할 과제입니다.
- 그런데 문화정책 전문가들이 서로 고민하는 이슈와 중시하는 가치를 소통하고, 각 도시의 정책적 맥락을 담아서 데이터를 소통할 수 있는 정책플랫폼은 참 귀합니다. 저는 그 대표적인 플랫폼이 바로 “세계도시문화포럼(World Cities Culture Forum : WCCF)이라고 생각합니다.
- 정책의 글로벌한 소통을 위해서는 보편적 언어인 숫자가 긴요하기 때문에 WCCF에서는 출범 초기부터 전 세계 도시들의 문화통계 플랫폼인 『World Cities Culture Report(WCCR)』를 발간해왔습니다. 저는 WCCF의 Research Advisory Committee 멤버로서, 통계지표 설정 초기부터 그 숫자에 사회 맥락적 이해를 더해야 한다고 강조했었습니다. WCCF에서 2021년에 발간한 『Culture Counts : new approaches to evidence-based cultural policy making in World Cities』(2021)에서는 “숫자를 숫자 그 이상의 것으로 만들기”(Make it more than numbers)를 “정책연구의 6가지 원칙(Six principles of policy research)” 중 6번째 원칙으로 제안하고 있습니다.<sup>6)</sup>

6) 『Culture Counts : new approaches to evidence-based cultural policy making in World Cities』(2021)

- 『WCCR』 뿐만 아니라 『Transformational Cultural Projects Report』 (세계도시의 문화예술을 통한 사회변화 프로젝트)(WCCF, 2014, 서울문화재단 번역, 2015) 등 수시로 발간되는 WCCF의 보고서들은 각 도시의 문화정책 사례들도 충실히 소개함으로써, 글로벌하게 만들어줍니다.
- 이런 정책 플랫폼이 지속될 수 있는 것은 해외의 “다른 나라 도시 사례(other city’s case)”를 각자의 맥락에 따라 “동시대 문화정책의 가치(global value)” 구현의 사례로서 공유하되, 그것이 누구나 따라야만 할 것 같은 “글로벌 정책 트렌드(global trend)”, 또는 더 나아가서 “하나의 공통 가치(universal value)”로 강요하지 않는 태도를 견지하기 때문이라고 생각합니다.
- 이것이 바로 “문화의 다양성” 뿐만 아니라 “문화정책의 다양성(diversity of cultural policy)”을 유지할 수 있는 “글로벌(c-lobal)한 정책 태도”인 것입니다. 그것은 글로벌한, 또는 중앙정부의 정책원리를 지역의 사례에 주입하는 것이 아니라 지역의 사례를 반영하여 오히려 중앙의, 글로벌한 정책 흐름 또는 원리를 바꾸어 놓는 접근법입니다. 그러기 위해서는 지역 사례의 의미와 가치를 중앙의 인식 프레임이 아니고 다양한 가치 프레임으로 읽어내 주는 것이 중요합니다.

## 6. 한광연의 사례 ... 동시대 문화정책 이슈 공동연구를 통한 규범적 동형화 플랫폼

- 한국에서 시민들의 생활권에 좀 더 가깝게 공공문화서비스를 전달하는 대표적인 정책주체로서 문예회관과 지역문화재단을 꼽을 수 있습니다. 2022년 12월 말 기준으로 전국에 총 262개의 문예회관과 141개의 문화재단이 운영되고 있었습니다. 1990년대 말부터 지역문화진흥을 위해 중앙정부에 의해 전국에 설립된 <문예회관>은 “문화의 민주화” 관점에서의 지역문화 균형발전을 위한 인프라적 성격이 강하고, 2000년대부터 지방자치단체가 출연하여 출범한 <지역문화재단>들은 “문화민주주의” 관점에서 지역에서의 다양한 문화서비스를 생산하고 전달하는 정책주체입니다.
- 한국광역문화재단연합회는 전국 17개 광역시도 문화재단들의 연합체입니다. 2012년 10월 26일 「시도문화재단 대표자회의」라는 정책협의체가 발족되어 지역문화진흥을 위한 연대와 협력 활동을 해오다가, 2016년 5월 “한국광역문화재단연합회”를 창립했습니다. 2017년 1월에 사단법인으로 등록하였습니다.
- 한국광역문화재단연합회 부설 한국지역문화정책연구소에서는 2020년부터 회원기관들이 함께 당면한 정책이슈들을 정리하는 협력연구를 매년 1건씩 진행해오고 있습니다.

### 한국광역문화재단연합회의 공동연구 내역

- 2023년 : (가제)“사회적 문제해결 문화정책의 현장 \_ 사례와 시사점” (진행중)
- 2022년 : “지역문화재단의 현황분석 및 변화방향 연구”
- 2021년 : “광역생활문화센터 현황 분석 및 정책제안에 관한 보고서”
- 2020년 : “지역문화재단 통계 및 지표체계 개발 연구”

- 2022년에 진행된 연구는 변화하는 시대 상황 속에서 변화하는 지역문화재단의 “상(象想, 相)”을 공유하는 연구였습니다. 2023년 현재 진행되고 있는 연구는 최근 강조되고 있는 “사회적 문제해결형 문화정책”으로의 전환을 위한 연구입니다.
- 이런 공동연구는 회원기관 직원들이 연구진이 되어 워크숍을 통해 서로 사례를 공유하고 직접 보고서를 집필하는 방식으로 진행됩니다. 이런 과정을 통해 각 지역의 문화재단들이 각자 특색 있는 사업을 자랑하면서도 문화재단으로서 공유할 동시대 가치를 함께 짚어보게 합니다. 저는 이런 방식의 연구를 통해 앞서 언급한 “규범적 동형화”를 이루는 효과를 기대합니다. 관료화되기 쉬운 공공기관이 보다 주체적으로 시대 변화와 조응하며 글로벌 기준에 부합하는 방식이라고 생각합니다.
- 그리고, 중앙정부의 시책을 잘 집행해내고 있는 지역의 사례를 “보고”하는 것이 아니라, 오히려 지역의 우수하고 독창적인 사례를 충분히 “조명”함으로써 이를 반영하여 중앙정부의 정책기조를 바꿀 수 있기를 기대합니다. 그것이 바로 이 시대에 맞는, 사례로 원리를 바꾸는, “글로벌(c-lobal)”한 정책태도입니다. 이것이 바로 교류를 통해 도시들의 문화정책이 공진화하는 방식입니다.
- 이처럼 한광연과 그 정책연구소는 한국의 17개 광역시도들 간의 문화정책 소통과 협력, 그리고 이를 통한 공진화를 지원하는 “글로벌라이제이션 플랫폼”이 되고자 노력하고 있습니다.

※ 지면의 제약으로 상술하지 못한 “탈세계화”, “글로벌라이제이션”에 관한 내용은 “비글로벌 (Be C-lobal); AI와 코로나 뉴노멀 시대 문화정책의 인식론적 전환” (김해보, 2022, <https://brunch.co.kr/@seaokof/58>)를 참조하시기 바랍니다.