

A P R I L

2024

제38집 1호

THE JOURNAL OF CULTURAL POLICY

문화  
정책  
논총



A R P I L

2024

제38집 1호

THE JOURNAL OF CULTURAL POLICY

문화  
정책  
논총

CONTENTS

- 005 문화예술교육정책의 성과와 한계에 대한 고찰\_김혜인
- 033 한국과 대만의 국가무형유산 제도 비교연구\_정다은
- 065 노동 관점으로 바라보는 수용자의 디지털 광고 경험에 관한 고찰\_유정아
- 095 관람시설 안전인식이 콘텐츠 소비량에 미치는 영향\_이용관
- 117 '구례5일장' 사례로 본 전통시장 인식 및 감성의 변화\_오정심
- 149 예술지원 심의제도와 제비뽑기\_김정수
- 175 2024 문화정책논총 발간규정

문화정책논총에 수록된 논문 내용은  
집필자 개인의 견해이며,  
한국문화관광연구원의 공식 의견이 아님을 밝힙니다.



## 문화예술교육정책의 성과와 한계에 대한 고찰: 이해관계자 및 전문가 심층인터뷰 분석을 중심으로

김혜인

### [국문초록]

한국의 문화예술교육정책은 확산의 속도가 빠르게 이루어진 정책으로 여겨지지만, 정책 본격화 20여년이 지난 현재 정책 방향의 전환에 어려움을 겪고 있다. 정책개념의 혼란 문제에 대한 지적이나 정책대상 설정의 한계 등에 대한 정책 의견이 분분한 상황에서, 본 연구는 문화예술교육 분야의 다양한 이해관계자 및 학계 전문가들의 의견을 수렴했다. 대표적 정책성과 및 목표에 대한 진단과 정책의견 제시를 한 전문가들의 의견은 크게 4가지로 요약된다. 첫째, 문화예술교육정책은 창의성 및 공동체성 함양, 사회적 치유라는 정책목표를 제시하며, 우리 사회에 문화예술교육의 중요성을 인식하게 하였으나, 문화예술교육을 도구화하거나 특성을 반영하지 못했다는 한계가 있다. 둘째, 문화예술교육정책은 창작정책 위주였던 문화예술정책에 수요자 중심 정책을 자리 잡게 하였다는 의미가 있으나, 특정층 위주의 수요자에서 전 국민을 대상으로 하는 수요자 정책으로의 변환에는 어려움을 겪고 있다. 셋째, 문화예술교육정책은 예술전공인력을 위한 효과적인 일자리정책으로 역할하였으나, 일자리의 질이나 본래 목적에 맞는 정책성과인지에 대한 비판적 성찰이 필요하다. 넷째, 중앙과 지역의 정책실행체계의 중요성을 정책 초기부터 인식하고 체계 구축을 시도했지만, 각 주체의 역할과 협력관계에 대한 재검토가 필요하다. 본 연구는 전문가들의 인식분석을 통한 문화예술교육정책의 성과와 한계를 살펴본 것에 의의가 있으며, 향후 분석과정에서 발견된 다양한 정책대안들에 대한 검토 및 대안 제시를 위한 후속 연구가 지속되어야 할 것이다.

[주제어] 문화예술교육, 문화예술교육정책, 심층인터뷰, 정책 성과, 정책 한계

\*이 논문은 2022년 문화체육관광부의 지원을 받아 수행된 <제2차 문화예술교육 종합계획 수립 연구>의 내용 일부를 바탕으로 수정·보완하여 작성되었다.

투고일: 2024. 2. 13 심사일: 2023. 2. 28. 게재 확정일: 2024. 3. 27.

<https://doi.org/10.16937/jcp.2024.38.1.5>

김혜인\_한국문화관광연구원 예술정책연구실장/주저자(hkim@kcti.re.kr)

## I. 서론

우리나라의 문화예술교육은 정책적 지원과 관심에 의해 크게 성장한 영역으로 여겨진다. 본격적인 정책적 시작된 시기는 2000년대 초로 볼 수 있지만, 1990년대부터 문화정책 곳곳에 문화예술교육은 포함되어 왔다. 문화복지적 차원의 접근도 있었고, 창의적 인간을 함양하고자 하는 정책적 수단으로 문화예술교육은 제시되었다. 정책적 강조에 의해 발전한 만큼, 문화예술교육의 성과와 방향성에 대한 비판적 의견도 있지만, 중앙정부 차원의 정책 실행은 대학의 관련 전공의 강화, 관계자 및 전문가의 양성, 학교를 포함한 각종 기관에서의 문화예술교육 시행 등으로 빠르게 확산되었다.

특히 문화예술교육정책은 문화향유 및 복지 목적을 달성할 수 있는 정책으로 각광받기도 했고, 예술 전 분야(시각예술, 공연예술, 전통문화 등)뿐만 아니라, 문화산업, 시민교육 차원 등 매우 광범위한 분야에 적용될 수 있다는 점에서 주목받아왔다. 중앙정부와 지방정부의 문화예술교육정책 실행체계를 본격화하고, 문화체육관광부뿐만 아니라, 교육부 등 관련 부처와의 정책협업을 보여주었다는 점에서 정책 거버넌스 구조적 측면에서의 집중도 있었다. 또한 학교 문화예술교육, 사회 문화예술교육 등 문화예술교육 현장이 정규 교육과정 및 비정규 과정을 모두 포함하는 전 생애주기를 대상으로 한다는 점에서 국민 대상의 교육정책으로서의 의미도 있다.

개인적·사회적 차원에서 점차 그 중요성이 증대하고 있는 문화예술교육정책에 대한 학술적 담론은 크게 3가지 정도로 볼 수 있다. 첫째, 문화예술교육 정책적 쟁점이나 정책 해외사례에 대한 고찰 등을 통해 정책에 대한 철학과 비전을 비판적으로 살펴보고자 한 연구(김수정·최선헌, 2017; 김선형, 2006; 신승환, 2008; 이병준, 2008; 한수연), 둘째, 문화예술교육의 사례 및 효과 분석을 통한 문화예술교육의 효용성 및 교안 개발 등에 관련된 연구(김해경·김정희, 2010; 박은희, 2010; 원영미, 2015; 전수환·신소영, 2013; 정지은 외, 2022; 조이킴, 2021), 셋째, 문화예술교육의 효과를 증명하고자 한 연구(박소연·이진구, 2019; 백령, 2012; 임영식·조영미, 2014, 2017; 허정임 외, 2010) 등이다. 이러한 학문적 논의들 중 사례 및 교안개발 등에 대한 연구의 집중에 비해, 정책 관련 연구 및 논의들은 본격적인 문화예술교육정책이 시작된 직후인 2000년대 후반에 집중적으로 발표되었으나, 2010년 중반 이후 많이 찾아보기 힘들다. 정책 사업 등에 대한 분석 및 평가 등은 종종 발견할 수 있으나, 문화예술교육 정책의 정체성

과 지향 방향 등에 대한 검토 등의 담론적 논의를 이끌어내는 연구는 매우 부족한 상황이다. 한국의 문화예술교육 연구 경향 상, 문화예술교육의 개념 및 이론, 그리고 정책의 이념과 방향 등에 대한 연구는 부재하다는 지적(전경란, 2017)을 상기시켜주는 결과라 할 수 있다.

문화예술교육정책이 본격화된 지 약 20년이 지난 지금, 문화예술교육정책은 확산된 정책 영역과 사업들에 비해 정책 정체성이 혼재되어 있다는 지적과 함께(최보연, 2017), 문화예술교육에 대한 개념적 혼란이 여전하다는 지적이 지속적으로 제기되고 있다(김수정·최섯별, 2017; 신승환, 2016; 정연희, 2014; 전경란, 2017). 본 연구는 이러한 비판과 문제의식에 대해 문화예술교육의 주요 이해관계자 및 전문가의 인식과 태도는 과연 어떠하며, 그간의 대표적인 성과와 한계를 무엇이라 바라보고 있는가를 탐구하고자 한다. 이를 통해 우리나라 문화예술교육정책의 방향성에 대한 쟁점을 고찰하고, 향후 정책적 지향점을 모색해 보고자 한다.

## Ⅱ. 문화예술교육정책, 그간의 변화

### 1. 문화예술교육 정책적 철학과 지향의 변화

문화예술교육정책에 대한 비판적 논의 중 하나가 우리나라 문화예술교육정책의 철학이 미흡하다는 점이다. 정책적 철학은 각 나라의 역사적 배경 및 당면한 사회적 문제와 관련하여 방향성이 정립되는데, 유네스코(UNESCO)가 1999년 “학교 문화예술교육과 창의성 증진을 위한 국제호소(International Appeal for the Promotion of Arts Education and Creativity at School)”을 채택한 이래 많은 OECD 국가들이 사회적 갈등이나 불균형 문제 접근을 위한 문화예술교육정책 철학을 수립하여 왔다. 문화예술교육정책에서 문화 다양성과 다문화주의적 철학이 발견되거나, 문화향유 및 접근의 보장으로서의 정책철학을 발견할 수 있는 것은 이 때문이다.

그렇다면 우리나라의 경우는 어떠한가? 주요한 정책계획자료 등을 검토하면, 정책 초기 단계에 고민한 사회 환경적 철학을 발견할 수 있는데, 대표적 관점은 새로운 시대에 걸맞은 ‘창의적 인재 양성’이란 관점이 있다. 즉 입시 집중형 공교육이 강한 우리나라의 교육환경이 지식기반사회에 요구되는 인재상을 길러내는데 한계가 있다고 보고, 하나의 대안으로서 문화적 감수성과 리터러시 역량을 높일 수 있는 문화예술교육을 강조

하기 시작한 것이다(홍성만 외, 2011). 이는 문화예술교육정책이 제도적 영역으로 본격화한 것으로 평가되는 참여정부의 대표적 문화정책비전서로 2004년 발표된 <창의한국>을 통해 확인할 수 있다. 1대 추진목표인 ‘창의적인 문화시민’을 위한 추진과제 중 첫 번째로 ‘문화예술교육을 통한 문화역량 강화’가 제시되었다. 그리고 같은 해 11월 문화관광부와 교육인적자원부가 공동 발표한 「문화예술교육 활성화 종합계획」은 문화예술교육의 지향점을 ‘개개인의 문화적 삶의 질 향상’과 ‘사회의 문화역량 강화’로 제시하였다. 이 방향은 2005년 「문화예술교육지원법」의 정책목표에도 동일하게 반영되어 있다는 점에서, 정책 초기부터 현재까지의 문화예술교육의 정책적 철학의 근간이라 할 수 있다. 그런데 이러한 정책 지향점은 문화예술교육을 수단적 성격이 강한 정책 영역으로 자리잡게 했다는 문제가 있다. 문화예술교육 자체의 사회적 의미나 효과 등에 집중하지 않고, 문화예술교육을 통한 산출적 결과, 즉 지식기반사회에 조응하는 인재상인 ‘창조성의 함양’이나 ‘사회적 역량 강화’ 등을 정책 지향으로 두었다는 한계가 정책철학 부재에 대한 지적이 계속되는 이유라 볼 수 있다.<sup>1)</sup>

한편 문화체육관광부와 교육과학기술부가 2010년 발표한 「창의성과 인성함양을 위한 초·중등 예술교육 활성화 기본방향」을 보면 문화예술교육정책 지향에 ‘인성’이 강조되기 시작함을 확인할 수 있다. 이는 교육부분 전반에서 창의인성이 강조되기 시작한 영향이라 볼 수 있는데, 교육부는 2010년부터 ‘창의인성교육’을 정책 전면에 내세우면서 국가 경쟁력의 원천으로 창의성과 인성을 고루 갖춘 인재 육성을 강조하며 교과지식 위주에서 벗어난 ‘내실 있는 체험활동’ 강화를 목표로 하였다. 교육계 전반에서의 ‘인성교육’의 강조는 2010년 유네스코 세계문화예술교육대회 서울선언의 후속대책이자 예술교육 활성화 정책계획으로 발표된 2010년의 예술교육 활성화 기본방향의 비전을 “예술을 통한 창의·인성교육 강화”로 제시하게 하였다. 이러한 정책지향의 변화는 문화예술교육정책을 사회문제해결방안 중 하나로 인식하기 시작한 변화를 반영한 것이며, 문화예술교육정책의 목표를 사회적 의제에 따라 설정해왔다는 것을 의미한다(조현성, 2013).

본격적 정책시작 10년여가 지난 시점까지 문화예술교육정책의 지향은 주로 ‘문화와

1) 한국문화예술교육진흥원이 정책 10년을 되돌아보기 위해 개최한 2013 문화예술교육포럼 「문화예술교육의 지난 10년, 앞으로의 10년」을 보면 정책 목표에 대한 한계로서 특히 이 도구적 방향 설정을 지적하고 있다.



예술을 통한 학습(learning through the arts)에 집중해 왔고, 상대적으로 ‘문화와 예술 안에서 이루어지는 학습(learning in the arts)’은 덜 강조되어 왔다. 특히 유네스코에서 강조하는 ‘세계시민교육(global citizenship education)’으로의 지향이나 사회통합의 바탕이 되는 행동을 학습하기 위한 지향 등 보다는 변화한 지식기반사회에 필요한 인재로서의 역량 강화가 주된 지향점으로 자리 잡아 왔다는 한계를 지적할 수 있다(손경년, 2013). 이러한 한계에 대한 인식들은 빠른 정책사업들의 진행과 확산에 비해 상대적으로 빈약한 정책 지향점과 개념에 대한 혼란들로 이어졌고, 이러한 혼란들이 2010년대에 문화예술교육 개념에 대한 활발한 논의들이 이어져 온 이유라 하겠다. 이런 논쟁과 논란들은 문화예술교육 정책 방향성의 재정립에 대한 현장의 요구들로 이어져왔고, 2018년 문체부가 발표한 <제1차 문화예술교육 종합계획>의 목표에 ‘재도약’이 표현되기까지 하였다. 하지만 당시의 추진 전략 및 과제 등을 보면 지역기반 정책체계의 구축을 통한 실행체계의 개선 의지 및 문화예술교육 대상층의 다각화 및 지원사업의 심층화를 꾀하겠다는 것에 비해 종합적인 정책지향의 방점이 무엇인지 잘 드러나지 않는다. 문화예술교육을 인재육성의 도구로서만 바라보지 않을 것이라면, 전 사회적 과제들과 어떻게 연계하여 문화예술교육의 패러다임을 재설정할 것인지에 대한 방향 제시가 부족하다 지적할 수 있다.

2022년 발표한 <제2차 문화예술교육 종합계획>의 바탕이 된 <제2차 문화예술교육 종합계획 수립 연구>에서는 조금 변화한 정책적 지향점을 살펴볼 수 있다. 해당 연구는 그간의 정책 지향점의 미흡에 대한 논점을 보다 본격적으로 살펴본 후, 문화예술교육의 정책패러다임의 지향점을 일종의 새로운 인권으로 설정하고 있다는 것을 볼 수 있다(김혜인·차민경, 2022). 문화예술교육을 창의적 인재양성을 위해 덧붙여진 교육의 내용이자 형태로 볼 것이 아니라, ‘보편적 시민교육으로서의 기회 제공’으로서의 일종의 사회복지적 접근을 강화할 것을 강조하고 있으며, 생활권 중심의 문화예술교육의 공간과 장의 일상화를 논하고 있다.

2024년 유네스코에서 문화예술교육 프레임워크 개정을 준비하고 있는 현 시점에서 그간의 정책적 지향과 방향에 대한 본격적 고민은 더 심화될 것으로 예상된다. 프레임워크 개정의 배경에는 범사회적 및 문화적 패러다임의 거시적인 변화 속에서 삶의 환경이 급변하는 과정 속에서 문화와 교육에 대한 관점이 달라져야 한다는 인식이 자리잡고 있는 만큼 우리의 문화예술교육정책의 지향의 변화에 대한 비판적 성찰과 함께 고민은

조속히 본격화되어야 할 것이다.

## 2. 문화예술교육정책 대상과 체계의 변화

### 1) 정책 대상의 변화

문화예술교육정책의 대상은 크게 교육대상과 교육주체로 볼 수 있다. 먼저 교육대상으로서의 정책대상을 살펴보면, 문화예술교육정책의 법적 바탕인 「문화예술교육지원법」상, 정책 영역이 학교문화예술교육과 사회문화예술교육으로 편제되는 만큼 교육대상은 학생과 국민으로 분류할 수 있다. 문화예술교육정책이 제도화되기 시작하면서 학교 문화예술교육의 대상은 꾸준히 아동·청소년인데, 생애주기 전 단계에 걸친 문화예술교육이 강조되기 시작하면서 학교 문화예술교육의 대상은 유아부터 청소년까지 폭넓게 변화해 왔다. 하지만 여전히 초등학교의 집중 현상이 이어져오고 있는데, 이는 학교예술강사 지원사업의 교급별 현황을 통해 확인된다. 2016년 기준 학교예술강사 지원사업 교급별 현황 상, 초등학교 비율이 63%로 나타나는데, 2021년 기준으로도 초등학교 비율은 71%로 압도적으로 높다.

아동·청소년 교육에 집중해온 이유는 정책사업 대상을 특정화하여 대상자 확보가 수월하다는 점과, 성장과정에 있는 학생들에 대한 교육에 대한 상대적 중요성에 대한 주장 때문이다(조현성, 2013). 최근 5년(2018년~2022년)의 한국문화예술교육진흥원의 예산 추이를 보면, 아동·청소년은 정책 초기부터 현재까지 문화예술교육정책의 가장 큰 정책대상으로 자리잡고 있음을 확인할 수 있다. 진흥원 총 예산 대비 아동·청소년 대상 사업 예산은 70% 이상을 차지하며 매우 높은 비율을 보인다.

〈표 1〉 아동청소년 대상 문화예술교육 예산 현황(2018-2022)

(단위: 백만원, %)

구분		2018	2019	2020	2021	2022
한국문화예술교육진흥원 총 예산		129,998	127,546	141,126	128,184	131,912
아동청소년 대상 사업 예산		101,175 (77.83%)	99,390 (77.92%)	98,618 (69.88%)	96,181 (75.03%)	100,271 (76.01%)
학교문화예술 교육지원	예술강사지원사업	76,929 (59.18%)	77,979 (61.14%)	78,557 (55.66%)	77,843 (60.73%)	81,810 (62.02%)
	예술꽃 씨앗학교	4,000	3,200	3,200	3,070	3,070

자료: <제2차 문화예술교육 종합계획 수립 연구>, 문체부, p.93 표 일부.

사회 문화예술교육의 교육대상은 정책 초기 취약계층 중심으로 시작하여, 2000년대 후반부터 점차 일반 시민으로의 정책대상 확대가 이루어지기 시작했다. 기존 취약계층 사업들은 복지시설 아동청소년, 학교 밖 청소년, 제조자, 군인 등을 대상으로 하는 사업들이었다면 점차 일반 시민을 정책대상으로 포용하려는 일종의 ‘시민문화예술교육’ 사업들로 재편되거나 신설되었다(최보연, 2017). 기존 취약계층 사업의 교육대상을 일반 시민으로 확장하거나, 생활문화공동체 사업이나, 문화예술교육형 사회적 기업 육성 사업 등이 신설된 것이 이런 변화를 보여준다. 하지만 아동·청소년 대상 사업 대비 사회 문화예술교육사업의 비중은 작은 편이다. 취약계층 대상사업은 한국문화예술교육진흥원 전체 사업예산 대비 15% 수준인데 최근 5년간의 예산 추이를 보면 점차 감소 추세에 있음을 볼 수 있다. 그리고 취약계층 대상 사업 등을 제외하면 일반 시민 대상 사업은 매우 적은 수준으로 약 2% 수준이다.

〈표 2〉 취약계층 및 일반 국민 대상 문화예술교육 예산 현황(2018~2022)

(단위: 백만원, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
한국문화예술교육진흥원 총 예산	129,998	127,546	141,126	128,184	131,912
취약계층 대상 사업 예산	25,369 (19.51%)	25,363 (19.89%)	24,001 (17.01%)	20,931 (16.33%)	20,570 (15.59%)
일반국민 대상 사업예산	3,295 (2.53%)	3,420 (2.68%)	3,550 (2.52%)	2,515 (1.96%)	2,640 (2%)

자료: <제2차 문화예술교육 종합계획 수립 연구>, 문체부, p.97~98 표 일부.

그리고 또 다른 정책 대상으로서의 문화예술교수자(문화예술교육사 등)은 정책 초기 및 중기 단계까지 매우 집중된 정책대상이었으며, 2013년 문화예술교육사 제도가 본격화되기 시작하면서 여전히 문화예술교육의 전문인력으로서의 양성 및 지원은 계속되고 있다. 특히 학교예술강사에 대한 정책적 집중은 지속되고 있다. 〈표 1〉에서 확인되듯 학교예술강사지원사업의 예산은 중앙 단위 사업예산의 60%이상을 차지하고 있으며, 전체 교육기관 중 학교예술강사지원사업 지원기관은 약 70%의 실행률을 보이며, 매우 높은 참여율을 유지하고 있다.

문화예술교수자에 대한 정책 방식은 주로 개인강사를 선발하고 배치하는 방식과 민간단체의 강사가 투입되는 방식이 병행되고 있으나, 개인강사 선발 방식이 위주라 할

〈표 3〉 학교예술강사지원사업 지원기관 실행율(2018-2022)

(단위: 개교, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
전체 교육기관 수(전국)	11,881	11,906	11,969	12,646	12,068
학교예술강사지원사업 지원기관 수	8,344 (70.23%)	8,481 (71.23%)	8,594 (71.80%)	8,620 (68.16%)	8,557 (70.90%)

자료: <제2차 문화예술교육 종합계획 수립 연구>, 문체부, p.95 표 일부.

수 있다. 학교 예술강사지원사업이 개인강사 형태로 이어져오고 있는 만큼 가장 큰 부분을 차지하기 때문이며, 사회문화예술교육 중 복지기관 문화예술교육 지원사업 또한 이런 방식으로 운영되고 있다. 대부분의 사회문화예술교육의 경우, 민간단체에 소속된 예술강사들이 교육을 담당하고 있다. 개인강사 위주의 경우, 지나친 개인역량에 의존한다는 점 등의 한계가 지적되면서 단체 중심의 운영을 대안적 방안으로 제시한 경우도 있으나(최보연, 2017), 학교 예술강사제도의 운영상 특성 상 과연 이것이 적절한 방안이 될 수 있는가에 대해서는 본격적 논의는 아직 부족한 상황이다.

## 2) 지원정책 체계의 변화

문화예술교육 지원정책체계는 핵심 역할을 하는 주체는 문화체육관광부 산하기관인 한국문화예술교육진흥원, 광역 및 기초의 지역센터이다. 학교 문화예술교육의 경우, 지역교육청과 학교가 협력파트너로 역할하며, 사회 문화예술교육의 경우 사업 목적 및 특성에 따라 협력부처 및 산하기관들(보건복지부, 국방부, 여성가족부, 한국장애인복지관협회, 한국산업단지공단 등), 지자체 정부 및 교육시설 등이 협력주체로 역할한다. 협력주체들과의 체계는 사업별로 변화하고 있는데, 사회 문화예술교육 분야에서의 취약계층, 소외계층 대상 사업들의 지속으로 해당 정책체계는 예산 교수, 업무 수행, 총괄, 교육수요 확인 등으로 세분화되며 변화하고 있다.

최근 몇 년 간, 문화예술교육정책의 체계는 중앙집중식에서 지역 분권화의 방향으로 매우 가속화되면서 정책체계 내에서의 광역 지역센터의 역할이 강화되는 경향이 나타난다. 2010년부터 국비와 지방비 매칭 형태의 사업들이 점차 이관 및 이양되기 시작하면서, 한국문화예술교육진흥원이 담당하던 사업관리 업무가 광역 지원센터에 이관되고 있다. 2010년 지역특성화 사업, 꿈다락 지역연계 사업 등이 국비와 지방비 매칭 사업으로 시작되면서, 2019년부터 유아 문화예술교육 지운사업, 문화파출소 운영사

업, 문화예술교육사 현장역량 강화사업 등의 본격적인 지역이관이 시작되었고, 2022년 지역특성화 및 꿈다락 지역연계 등 기반구축사업, 유아 문화예술교육 지원사업 등의 지역이양 사업 등이 빠르게 증가하고 있다.

이런 변화는 지방의 자율성과 책임성 강화를 위한 재정 분권과 함께 국가 기능을 지방이양하게 하면서, 지역의 문화예술교육 생태계가 활성화될 수 있도록 하는 지역전환사업의 일환이다. 지원정책체계의 변화는 중앙집권적 정책체계에서 중앙-지역 협력형 체계를 넘어, 지역 중심형 체계로의 변화를 의미하는 것이다. 다만 이런 변화 흐름 속에서 지역이 지역 중심형 체계로의 변화를 위한 준비가 되어 있는가, 그리고 중앙 단위 기구의 역할은 어떻게 재설정되어야 하는가 등의 논의가 특히 <제1차 문화예술교육 종합계획>을 수립하던 2018년을 전후로 집중되었다. 중앙과 지역의 역할 설정 및 정책체계의 재정립에 대한 주제는 현재까지 계속되는 주제이며, 본 연구의 주된 연구문제 중 하나인 만큼 다음 3장을 통해 보다 자세히 살펴볼 예정이다.

### Ⅲ. 문화예술교육정책, 성과와 한계에 대한 인식적 특징

#### 1. 연구문제와 연구방법

##### 1) 심층 인터뷰의 필요 및 연구문제

본 연구에서는 그간의 문화예술교육정책의 성과와 한계에 대해 현장 관계자 및 정책 관계자들이 어떤 인식을 가지고 있는지를 살펴보고자 한다. 앞서 수행된 정책연구보고서나 한국문화예술교육진흥원이나 문체부 등에서 실시한 라운드테이블 등에서 반복적으로 언급되던 정책적 성과나 한계에 대한 논의들은 주로 대표적 수요자 중심이라는 문화예술교육정책이 과연 그 성과를 보여주었는가에 대한 의견과 지역 중심의 문화예술교육정책은 잘 작동하고 있는 것인가에 대한 이슈에 집중되고 있다. 이해관계자들은 상반된 의견을 제시하고 있는데, 따라서 문화예술교육정책의 성과와 한계에 대한 논의는 이해관계자들을 주장과 인식에서 출발함이 바람직할 것이다. 당위적인 주장을 포함해 문화예술교육정책의 성과에 대한 근거와 효과 등에 대한 포괄적 검토를 시도하고, 향후 새로운 문화예술교육정책의 방향 설정에 대한 논의를 촉구할 필요가 있다. 이에 본 연구는 문화예술교육정책의 성과와 한계에 대한 인식적 특징을 파악하기 위해 다양한 전문

가와 심층 인터뷰를 시도하였다. 문화예술교육 현장의 교육자 집단, 정책사업 실행기관의 관계자 집단, 학계 전문가들의 견해를 살펴보고, 문화예술교육정책의 새로운 정책방향 설정에 있어 어떤 시사점으로 작용할 수 있는가를 살피고자 한다. 이에 다음과 같은 연구문제를 설정했다.

연구문제1: 학계 전문가들과 이해관계자들은 문화예술교육정책의 지향가치와 대표적 성과 및 한계에 대해 어떻게 인식하는가?

연구문제2: 학계 전문가들과 이해관계자들은 중앙과 지방의 거버넌스 체계의 활성화를 위한 대안은 무엇이라 생각하는가?

## 2) 인터뷰 대상과 절차

본 연구에서는 현장 관계자, 정책관계자, 학계 전문가들과의 심층인터뷰를 통해 문화예술교육정책의 성과와 한계를 다양한 관점으로 파악하는 한편, 제시된 의견들을 쟁점 중심으로 통합 분석하여 새로운 정책 방향을 모색하고자 했다. 이에 연구자는 문화예술교육정책 실행기관 및 정부/지자체 관계자, 문화예술교육 교수 경험이 있는 실무자 혹은 종사자, 문화예술교육정책 관련 연구 및 자문 경험이 다수 있는 학계 전문가 등 총 22명과 심층 인터뷰를 실시했다. 세부 심층 인터뷰에 앞서, 문화예술교육정책 관련 쟁점적 이슈 도출과 인터뷰 대상의 대표성 및 전문성 확보를 위해 인터뷰 대상자들의 직급이나 경력 등을 최소 10년 이상 경력자 및 연구 경험자로 구성했다. 그리고 인터뷰 대상자들의 중복된 내용이나 근거가 미흡한 의견 등을 제외하기 위해, 핵심적인 논거를 중심으로 한 심층인터뷰 자료를 구성하여 진행하였다.

인터뷰 대상자는 표 4와 같으며, 이들은 특정 민간단체 등의 업계 의견을 대표하기 보다는 문화예술교육정책과 직접 관련되어 업무를 수행하고 있거나, 문화예술교육현장에서 직접 교육자/교수자/행정가로 활동하고 있거나, 문화예술교육정책 및 문화예술교육 현장과 관련한 연구 경험을 가진 사람들로 구성되었다. 학계 전문가는 대학교수 및 관련 분야 종사자로 관련 정책자문, 정책토론회, 프로젝트 등에 다수 참여한 경험이 있는 사람들이다. 이해관계자들에게는 문화예술교육정책의 그간의 성과, 문제점, 개선안을 자유롭게 제시하도록 하였으며, 학계전문가들에게는 동일한 질문들과 함께 이해관계자들의 주장을 공유하며, 이 주장들의 당위성에 대해 논의하는 한편 정책적 대안을

〈표 4〉 심층인터뷰 대상자

대분류	소분류	직위/경력 등	연번
이해관계자	정책실행기관 관계자 (5)	대표(20년 이상)	G-a
		대표(20년 이상)	G-b
		임원(20년)	G-c
		임원(15년 이상)	G-d
		팀장(10년)	G-e
	현장 실무자/종사자 (학교/사회문화예술교육 관계자) (7)	교사(15년 이상)	E-a
		교사(10년 이상)	E-b
		교육감	E-c
		문화예술교육사(10년 이상)	E-d
		문화예술교육사(10년 이상)	E-e
		민간단체 대표(15년 이상)	E-f
		민간단체 대표(8년 이상)	E-g
학계전문가	문화정책학자 (6)	교수	C-a
		교수	C-b
		교수	C-c
		교수	C-d
		연구위원	C-e
		교수	C-f
	교육학자 (4)	교수	A-a
		교수	A-b
		교수	A-c
		선임연구위원	A-d

적극적으로 제시하도록 하였다.

이해관계자들 중, 사실상의 정책적 의사결정권이 있는 중앙정부 및 지방정부 관계자의 견해는 본 조사 대상에 포함하지 않았으나, 본 연구의 정책의견 수렴을 위한 쟁점 도출을 위한 과정에서의 일부 논의는 진행하였다. 다만 본 연구에서는 이에 해당하는 논의들을 세부적으로 포함하지 않았다.

본 연구의 심층 인터뷰는 대면 인터뷰로 2022년 5월부터 7월까지 3개월 중 진행되었으며, 참여자의 자유로운 발언 유도를 위해 구조화되지 않은 ‘눈 굴리기(snow-balling)’ 인터뷰 방식을 사용하였다. 인터뷰 질문지는 1) 문화예술교육정책적 목표와

지향가치에 대한 진단, 2) 문화예술교육정책의 대표적 성과와 문제점, 3) 문화예술교육에서 중앙-광역-기초의 역할, 4) 정책의견 및 개선안으로 구성된 반구조화된 질문지로 구성하였다. 인터뷰에 앞서, 인터뷰 대상자들의 연구 목적 및 인터뷰 의도에 대한 이해를 돕고, 구체적이고 합리적인 정책 개선안의 제안과 분석이 이루어지도록 하기 위해, 문화예술교육정책의 현황과 변화 추이, 연구의 문제의식 등에 대한 내용을 간략히 서면으로 제공하였다.

## 2. 연구결과

### 1) 문화예술교육정책적 목표와 지향가치에 대한 인식

#### (1) 창조적 삶과 문화적 공동체의 구현 지향

먼저 문화예술교육정책의 그간의 목표나 지향가치에 대한 관계자 및 학계 전문가들의 인식적 특징에서 공통적으로 가장 언급된 것은 ‘창의성’과 ‘공동체성’이었다. 특히 ‘창의성’은 문화예술교육정책의 초기단계부터 정책의 배경과 목표로 제시된 바가 많았던 만큼, 여전히 가장 대표적인 정책목표로서의 키워드로 인식되는 경향이 발견되었다. 전문가들은 문화예술교육의 시작이 문화예술이 지닌 본원적 가치에 대한 인정을 전제로 하는 만큼, 문화예술에 대한 경험을 확산하면 그 과정과 결과에서 ‘창의성’이 향상될 것이라는 정책적 방점이 형성되어 왔다고 바라보았다.

문화예술교육의 가치를 별도 설명할 필요는 없다는 일종의 문화주의적 태도가 문화예술교육정책의 지향점을 설정할 때의 태도였던 것 같다. 따라서 문화예술교육정책은 문화예술의 가치를 교육하면 ‘어떤 역량’의 증진에 긍정적 영향을 미칠 수 있는가에 대한 고민을 했고, 대표적 역량으로 ‘창의성’으로 설정되었다. (C-c)

기본적으로 예술과 예술가의 시선은 ‘창의적’이니 그들의 시각을 배우는 기회를 통해 ‘창의성’을 높일 수 있을 것이란 생각, 예술이 지닌 ‘타인에 대한 관심’과 ‘사회를 해석하는 다양한 시각’을 문화예술에 대해 배우거나, 문화예술을 통해 배울 수 있을 것이란 기대가 문화예술교육정책 전반에 흐르는 지향점이었던 것 같다. 그리고 이 기대는 여전하기 때문에, 문화예술교육을 설명할 때 ‘창의성’이란 단어가 가장 많이, 제일 먼저 언급되는 이유일 것이다. (C-f)

몇몇 학계 전문가들은 창의성이 문화예술교육정책의 초기 시기 국제적으로 매우 각광받는 개념이었던 영향이 있었음을 지적하였고, 정책 지향가치를 설정해야 하던 한국



의 상황 속에서 문화예술교육정책이 문화예술계에서만 당연시되는 태도로 치부되지 않아야 한다는 생각 속에서 ‘문화시민적’ 가치 등 사회적으로 필요한 가치와의 접점을 찾고자 노력했다고 주장했다. 즉 정책적 지향을 창의성 외에, 행복, 공동체성의 강화, 포용력의 증가, 사회적 리터러시의 증가, 공존의 방법에 대한 이해력 증진 등의 사회적 쓸모가 있는 가치로 집중시키며 문화예술교육의 정책적 위상과 범위를 확보하고자 하였다는 시각이다.

반면 일부 문화정책학자 및 정책관계자들은 초기의 문화예술교육 정책목표와 가치가 정책설계 전의 집중 논의들을 통해 도출되었던 것에 비해, 시간이 지날수록 정부의 정책 정당성 확보를 위한 일종의 시대정신적 키워드가 충분한 검토없이 설정되고 있다고 주장했다.

언젠가부터 정부마다 강조하는 일종의 정책철학적 키워드가 나타나고 있는데, ‘문화융성’도 있었고, 참여정부때 특히 강조되었던 ‘창의성’도 있고, 지난 정부의 ‘포용’, 최근 강조되는 ‘혁신’ 등이 그 예가 될 것이다. 이런 정책 키워드들이 정책 여기저기에 붙여지는데, 세부 정책의 지향과 특징을 고려하여 적절하게 활용되어야 할 것인데, 최근 예산 확보 및 정부 차원의 정책 방향 일치성을 강조하기 위한 도구적 접근으로서만 활용되는 경향이 있다. 문화예술교육정책도 비슷한 경향을 보이면서, 정책의 방향성과 비전 제시가 부족하다는 비판을 받는 것이 아닌가. (C-c, G-e)<sup>2)</sup>

## (2) 사회적 치유와 사회문제의 해결 목표

문화예술교육을 점점 ‘치유’나 ‘외로움’의 해결장치로 보는 경우가 많아지는 것 같다. 특히 코로나 팬데믹을 경험하면서 문화예술교육의 쓸모를 소외계층에 대한 사회적 포용으로서의 도구로 바라보는 것 같고, 점차 그 범위를 소외계층이 아닌 국민 전체로, 그래서 사회적 포용이 아닌 현대사회에서 누구나 겪는 감정적 외로움이나 쓸쓸함을 채워줄 수 있는 장치로서 문화예술교육이 역할한다고 강조하는 듯하다. (E-f)

사실 창의성 중요하지만, 창의성이 어떻게 발현되어서 어떻게 변화했는가를 증명하라는 질문에 답하기 어렵다. 그런데 제조사나 군인들에게 문화예술교육을 경험하게 했더니, 만족도가 높아졌다거나, 학교 폭력 관련 일정 정도의 치유 효과가 있었다는 설명 등은 정책결정자들에게 정책 당위성에 대한 답변으로 효과가 있다. (G-b)

2) 발문 중 2인 이상이 언급된 경우는 참여자의 주장 및 내용 중 유사한 내용이 언급된 경우에 한해 연구자가 편집하여 제시하였다.

학계 전문가보다는 현장 실무자 및 종사자들의 경우, 오랫동안 문화예술교육정책은 ‘창의성’을 내세웠지만, 소외계층을 적극적 정책대상으로 강조하면서 변화가 감지된다고 언급했다. 학교 밖 청소년, 제소자, 군인 등에 대한 문화예술교육사업이 관심을 받기 시작하면서 문화예술교육에 왜 정책적 지원을 하는가라는 질문에 대한 답변으로써 사회적 치유장치나 사회적 비용의 절감효과를 내세우기 시작한 것이라는 견해이다. 학계 전문가들 중 일부도 사회적 가치로의 확산이 이루어지는 모습으로 이를 바라보기도 하였으나, 치유적 가치 등이 본연의 문화예술교육적 가치에 부합하는 정책지향점인가에 대해서는 상대적으로 비판적인 관점을 보였다. 일부 학계 전문가의 경우 사회적 치유나 구체적 사회문제의 해결을 정책적 목표로 할 경우, 문화예술교육의 사회적 가치에 대한 설득 등에서 유리할 수는 있으나, ‘교육’이라는 특수성의 약화를 초래할 수 있다는 우려를 표명하기도 하였다.

## 2) 대표적 성과와 문제점에 대한 인식

### (1) 문화예술분야 대표적 수요자 중심 정책으로서의 위상과 상대적 낮은 인지도의 문제

문화예술교육정책은 (이전까지) 3-40년간 창작자 중심으로 이루어졌던 문화예술정책 역사에서 ‘수요자’라는 주제와 관점을 전면에 내세운 것이 시작이었다. 이것은 매우 큰 성과이고, 완전히 결정적인 성과라고 볼 수 있다. (C-e)

문화예술교육정책의 그간의 대표적 성과에 대한 관계자 및 학계 전문가들의 인식을 확인하였다. 인터뷰 참여자들은 그간의 정책사업의 성과와 변화, 부작용, 한계 등을 자유롭게 개진하였다. 그 결과, 이해관계자보다는 학계 전문가, 특히 문화정책 분야 학계 전문가들은 주로 문화예술정책 전반의 특성을 고려할 때, 수요자 중심을 전면에 내세운 정책으로서의 가치와 성과를 강조하는 모습을 보였다. 문화예술교육정책이 본격적으로 추진되면서 문화예술의 공급자(창작자, 매개자 등)에 집중하던 문화예술정책의 집중이 변화하는 양상을 보였다는 것이다. 문화예술교육정책 추진을 통해 대국민을 대상으로 하는 정책의 파급과 효과의 폭넓음을 경험한 정책실행주체들은 이후 각종 문화향유 정책, 생활문화정책 등 문화예술향유 기회의 확대와 문화예술을 통한 창의적 삶이나 행복을 강조하는 정책을 세분화하기 시작하였다는 인식이다.

문화예술교육이 수요자 중심으로서의 성격을 분명히 선언하고 추진된 최초의 문화예술정책이다. 그 이후에 각종 문화향유정책, 바우처 정책 등이 나왔는데, 이는 정책실행주체들이 문화예술교육정책의 추진을 통해 향유와 국민의 수요, 문화예술계의 수요 등을 끌어당길 수 있다는 것을 경험했기 때문에 가능했다고 생각한다.(C-a)

2003년 참여정부 출범을 계기로 '문화민주주의' 정책철학에 기반을 두고 문화예술의 생산과 소비 영역 모두에서 '능동적 주체'로서의 '정책수요자'를 바라보는 정책관점의 변화를 잘 보여준 정책이 문화예술교육정책이라 본다.(C-d)

일반 국민을 정책의 최종수혜자로 상정하고 접근한 대표적인 사례라 하겠다.(G-b)

하지만 이런 성과에 비해, 대부분의 학계 전문가와 일부 정책실행기관 관계자의 경우, 정책추진이 본격화된지 20여년이 지난 지금까지 여전히 일반 국민의 공감대와 대중적 인지도는 높지 않다는 한계는 극복하지 못하고 있다고 지적했다. 이는 사실 그간의 문화예술교육 수요조사나 국민문화예술활동조사 등의 조사결과 등을 통해 확인되는 부분이다. <2023년 국민문화예술활동조사>(문화체육관광부, 2023) 상의 '문화예술교육 경험율'은 8.5%로 여전히 10%가 안되는 수준이며, <2022 국민문화예술교육조사>(문체부, 2022) 상의 참여율 또한 12% 수준이란 사실은 관계자 및 전문가들의 인식적 견해의 타당성을 보여준다.

수요자 중심의 정책이란 타이틀을 강조할 순 있지만, 과연 진정한 수요자 중심의 정책인가라는 측면에서 국민들의 정책 체감도는 매우 낮은 수준으로 보인다. (중략) 실제 지역에서 문화예술교육사업을 추진할 때 겪는 어려움이 문화예술교육이 무엇인지에 대해 일선 관계자들 및 지역민들에게 설명하는 것이다. 여전히 많은 국민들은 문화예술교육을 악기 등의 취미를 가르쳐주는 정도로 이해하거나, 관심없는 경우가 대다수이다. (G-d, A-c)

문화예술교육정책에 대한 국민들의 인식은 절대로 높다고 볼 수 없다. 인식이 왜 낮은가? 관련 정책사업이나 프로젝트 대상을 보면, 주로 학생 대상 사업들이고, 일반 국민 수혜자는 거의 없는 수준인데, 국민의 인식이 높아졌다고 보는 것은 문제가 있다. 성인 대상이라 할지라도 대부분 소외계층 중심인데, 시민교육이나 문화시민교육 등을 논했던 초기 문화예술교육정책 때의 논의를 생각해 보면 지금 일반 국민들을 포함한, 일명 생애주기 전 단계에 걸친 정책이라고 말하는 것은 좀 황당하게 여겨질 수 있

다.(C-a)

일부 전문가의 경우, 일반 국민으로의 파급과 확장의 한계가 나타나는 이유는 문화 예술교육정책사업의 구조적 문제의 영향이 있다고 인식하기도 했다. 그간 중앙정부 및 정책실행기관에서 특정 대상과 내용 등을 설정하여 사업을 진행해 왔고, 대부분의 문화 예술교육사업들은 학교 안에서 이루어지거나, 사회문화예술교육이라 해도 소외계층이나 적극적 참여의사를 밝힌 참여자들을 집단화하여 교육하는 방식을 주로 사용해왔기에 상대적 참여의향이나 사전 지식이 많지 않은 대부분의 국민들의 체감도는 높을 수 없다는 인식이다. 혹은, 문화예술교육이 반드시 모든 국민을 대상으로 하는 교육일 필요가 있느냐는 인식도 드물게 제시되었다.

생애주기 전 단계를 오랜 기간 강조해 오긴 했지만, 최근의 모습들을 보면서 문화예술교육이 지나치게 넓은 대상과 넓은 목표를 지향해 왔기 때문에 정책 체감도나 효과 측면에서의 한계가 드러나는 것이 아닌가한다. 그간 학생, 소외계층 등에 집중했던 것도 상대적 효과 발현이 쉽기 때문이 아니었을까. 모든 국민이 적극적인 문화예술의 기회를 얻고, 교육의 경험을 얻어야 하는 것이라는 전제를 되돌려 생각해볼 필요도 있다. (A-b, A-d)

사회적 역할이나 효과 등을 고려할 때 정책적 효과와 체감도가 높은 대상과 성과에 집중하며, 정책 집중도를 높여야 한다는 의견을 제시하기도 하였다. 이에 전문가들의 제시하는 정책대안 및 반론 등을 포괄적으로 검토할 필요가 있을 것이다.

## (2) 문화예술교육 전문인력 양성 및 일자리 제공효과와 그 질과 효용성의 문제

문화예술교육정책이 '국민의 창의성 증진'을 내세우긴 했지만, 예술전공생들의 일자리 문제에 대한 대안으로서 예술강사를 시작하게 했다는 점은 전략적 선택이었고, 나름의 성과가 있었다고 본다. 빠른 속도로 예술전공생들의 사회 진입이 이루어졌고, 예술강사제도에서 문화예술교육사제도로 변화한 뒤, 관련 전공자들이 이를 잠재적인 일자리로 바라보게 되었다는 점은 분명하다. (G-d, C-c)

문화예술교육정책에 대한 성과에 대한 전문가들의 인식 중, 공통적으로 많이 언급된 정책은 인력정책이었다. 2005년 '예술강사제'를 시작으로 2013년 '문화예술교육사 자격제도'로 변화한 문화예술교육 인력정책은 학교 문화예술교육 현장에 투입되는 인

력을 확보하기 위한 정책의 일환으로 시작되어 점차 본격화 및 확대되어 나갔고 심층인터뷰에 참여한 전문가들 대다수는 인력정책은 일정 수준의 성과를 보였다고 인식했다. 이해관계자들 역시 문화예술인력정책을 학교 문화예술교육을 본격화하기 위한 목적이자, 예술계 인력들이 자신의 예술적 역량을 활용한 교육 현장의 일자리를 가질 수 있다는 목적을 동시에 달성하게 해 준 정책 수단으로 바라보았다.

하지만 대부분의 학계 전문가 및 이해관계자들은 인력정책의 효과는 최근 몇 년간 문제적 쟁점으로 자리잡고 있다고 지적했다. 다만 문제에 대한 인식들은 다양하고, 각기 다른 관점을 보였다. 문화예술교육사 제도의 실행주체에 대한 중앙정부와 지역정부 간의 책임과 역할에 대한 의견, 문화예술교육사 배치문제를 포함한 실효성에 대한 지적, 학교문화예술교육 현장 내에서의 역할 분리현상의 지속에 대한 주장, 열악한 임금과 처우 문제에 대한 지적 등의 견해가 나타났다.

학교 안에서의 교사와 예술강사 간의 역할 분리는 오랜 기간 문제로 지적되었지만, 여전하거나 오히려 그 간극이 커지는 모습이 보인다. (E-b, E-f, E-d)

문화예술교육사의 의무배치 문제는 아무리 법적으로 규정되어 있다 해도, 해당 기관들의 인식개선은 묘연한 상태이며, 특히 신규 진입인력들의 경우 기존 문화예술교육사 및 강사들의 자리지키기가 공교한 상황 속에서 어디에서 시작해야할지 어려움을 겪는 상황이 많다. 이 때문에 실효성없는 자격제도란 지적이 계속되고 있는 것이 아닌가. (E-d, A-b)

한편, 문화예술교육 인력정책을 전면적으로 재검토할 필요가 있거나, 단계적으로 정부가 직접 개입하거나 인건비를 보조하는 형태의 인력정책의 한계를 인정하고, 교육부와 문체부 간의 재협의 등을 통한 문화예술교육 인력정책의 재설정이 필요하다는 제안도 있었다. 하지만 이러한 주장을 한 전문가들의 경우, 정책적 방향의 전환이나 인력정책의 재편의 경우 문화예술교육현장의 큰 혼란을 초래할 수 있는 만큼 신중할 필요가 있다는 점을 강조하였다.

학교예술강사지원사업이나 문화예술교육사 인건비를 보존해 주기 위한 예산은 문화예술교육정책 예산 중 꽤 많은 부분을 차지한다. 최근 정책관계자들과 이야기를 나눠보면 이 정책의 방향이 맞는가에 대한 고민들이 높다는 공감대가 높다. (G-b)

문화예술교육사와 인력의 문제가 요즘 문화예술교육정책에 있어 어려운 부분일 텐데, 그간 빠르게 증가해 온 문화예술교육사의 인력 규모가 정책적 성과로 여겨졌다면, 그것이 과연 예술인들을 고려할 때 올바른 일자리가 맞는 것인지, 그리고 정책적으로 지속해야할 형태인지에 대한 재판단이 필요하다.(E-d, G-c)

### (3) 유사한 정책지원사업의 증가로 인한 정책 특수성 및 효과에 대한 혼란

앞서 수요자 중심 정책으로서의 성과를 논하면서, 문화예술교육정책 이후 많은 양형 정책사업이 등장했다는 인식과 연관되는 부분이기도 한데, 이해관계자들과 학계 전문가들은 문화예술교육정책의 현재의 문제점은 유사 정책지원사업의 증가와 함께 발생하는 정책적 특수성과 효과에 대한 혼란에 대해 언급했다. 문화향유지원정책들, 생활문화지원정책들 뿐만 아니라 ‘인문학’, ‘문화도시’ 등 다양한 정책영역에서 내용적으로 문화예술교육과 유사한 정책사업이 많아지면서 수요자 입장뿐만 아니라 정책설계 및 공급자 입장에서의 정책 특수성이나 효과를 어디에 방점을 두어야 할지에 대한 혼란이 가속화되고 있다는 시각이다.

정책범주의 혼란 문제를 바라보는 시각에서, 정책사업의 설계나 개념의 문제로 바라보는 시각도 있으나, 이보다는 정책실행주체가 점차 지역화되고 있는 흐름 속에서 정책집행의 문제라는 차원에서의 검토와 수정을 요한다는 주장도 있었다.

몇 년 전(2020년)에 문화예술교육 공론화관련 토론이 있을 때, 정책 사업 간의 유사성과 중복지원에 대한 언급들이 많았던 것으로 기억한다. 특히 지역문화 현장에서 중복들이 많이 발견되는데, 중첩 자체가 문제라기보다 상대적으로 문화예술교육사업이 상대적으로 약화 혹은 축소되었다는 인상을 받게 되었다는 것이 문제로 보인다. 문화도시사업들의 경우도 대부분 시민을 대상으로 하는 교육적 사업형태가 많지만 이를 문화예술교육이란 프레임 안에서 보지 않고, 지역문화사업 혹은 문화도시사업으로 바라보기 때문에, (중략) 문화예술교육사업은 주로 세부적 프로그램 등으로만 이해되는 경향이 있는 것 같다. (G-c, E-g)

이런 정책적 영역의 중첩현상에 대한 우려를 밝힌 관계자들도 있지만, 반면 정책관계자 및 학계 전문가들 중 일부는 문화예술교육의 정책 범주를 생활문화, 문화도시, 문화향유정책 등과 차이를 강조하는 경직된 관점은 오히려 정책 경쟁적 상황이란 늪에 빠

질 수 있다는 우려를 표명하며 타 영역과의 협력적 정책전략을 수립하고 개방적 자세를 유지하는 것이 도움이 될 것이라는 관점을 제시하기도 했다.

문화예술교육과 유사한 사업들에 대한 우려로 문화예술교육을 ‘예술을 중심으로 한 교육’에 집중해야 한다는 주장도 있고, 문화예술교육을 문화도시나 생활문화사업의 일부로 통합시켜야 한다는 논의도 있고, 반대로 문화도시의 사업이나 생활문화사업들에 문화예술교육적 전문성을 더욱 강화하여 문화예술교육정책으로서의 합류를 강화해야 한다는 주장도 있다. 하지만 이는 매우 정책 편익적 시각이다. 정책영역이나 대상의 중첩은 사실 문화예술정책 전반에서 발견되는 특징이고, 국민 전체를 대상으로 한다면 이는 당연한 일이다. (중략) 오히려 각 유사한 정책사업이 많아지는 것은 그 중요성이 인정된다는 반증일 수 있고, 유사 정책들이 공통적으로 강조할 수 있는 성과를 대표적인 문화예술정책의 성과로 강조하는 전략이 필요할 수 있다. (E-f, C-a)

### 3) 중앙과 지방정부 정책추진체계 관련 성과와 문제점에 대한 인식

#### (1) 협력추진체계 구축을 통한 문화예술교육의 양적 확대

문화예술교육정책은 정책 초기부터 문체부와 교육부, 그리고 중앙정부와 지역정부 간의 협력관계 형성이 중요한 이슈였던 만큼 정책적 협력체계 구축에 노력을 기울인 정책으로 여겨져 왔다는 것이 이해관계자 및 학계 전문가들의 공통적인 인식적 특징이었다. 이는 한국문화예술교육진흥원이 중앙정부의 정책실행 전담기관의 역할을 한다면, 광역과 기초단위의 문화예술교육지원센터를 지원하는 협력체계를 구축한 영향이 크다 볼 수 있다. 하지만 이는 2000년대와 2010년대 초 정도까지 긍정적 평가를 받았지만, 그 이후 실질적 협력체계인가에 대한 지역 주체들의 논의를 중심으로, 지역중심 문화예술교육에 대한 화두 제시에 비해, 지역의 특수성이나 협력체계의 활성화에는 못 미쳤다는 언급이 많았다.

문화예술교육정책을 문화예술정책 중 정책 거버넌스가 잘 구축된 사례로 종종 언급하던 이유들은 문체부, 진흥원, 광역센터, 기초센터라는 협력체계가 구현되었기 때문이라 볼 수 있다. 특히 진흥원과 지역센터 간의 협력체계를 통해 문화예술교육사업들이 지역에 빠르게 정착하였다고 본다. 아무래도 주로 지역문화재단들이 역할을 해오면서 현재 문화예술교육사업을 하지 않는 지역재단들을 찾아보기 힘들다는 점은 최근 지역 중심의 문화예술교육의 허상에 대한 논쟁들이 있다고 해도 (중략) 정책 초기 단계부터 중앙과 지역이 함께 할 수 있는 체계를 마련하고 시작한 경우는 많지 않았다는 점에서, 이 부분은 분명히 가치있는 성과였다 볼 수 있다. (G-d)

정책실행기관 관계자들은 특히 1차 법정 종합계획에서 지역 관련 이슈와 과제가 집  
중적으로 다루어졌다는 점에서, 정책 초기 이후에도 문화예술교육정책 영역에서의 ‘지  
역 이슈’는 중요하게 다루어져오고 있다고 보는 입장을 밝혔다. 그 이유로 문화예술교육  
정책은 처음부터 중앙과 지역의 협력적 파트너십을 위한 실제적 추진체계 마련을 고려  
해 왔기 때문이라는 의견이 있었다. 그리고 중앙과 지자체의 연계사업들이 2018년 이  
후 대폭 증가하기 시작하면서, 지역문화예술교육의 환경 구축 및 활성화를 위한 정책사  
업이 집중되고, 지자체의 자체 기획이나 자율성을 점차 높여 내려가는 모습이 보인다는  
언급도 있었다.

1차 종합계획에 지역기반 생태계 구축이 첫 번째 전략으로 제시되었다는 점은 문화예술교육정책 내역  
서의 ‘지역’ 아젠다가 얼마나 중요한지를 보여준다고 본다. 지역에게 더 많은 자율성을 주어야 한다던  
지 하는 논의들 또한 중앙과 지역 간의 관계설정을 고민해 온 문화예술교육정책이었기 때문에 그 기대  
가 더 높은 것이라 보인다. (C-b)

중앙에서 지역으로 문화예술교육의 중심을 옮겨야 한다는 논의 속에서 광역문화예술교육센터를 중심  
으로 한 지역화 로드맵을 그리려는 시도도 있었고, 공식 논의기구인 ‘지역협력위원회’가 발족되는 등  
공론화와 구체화를 위한 적극적 노력은 많았다. (G-c)

지역문화예술교육 기반구축이나, 문화파출소 운영, 꿈다락의 지역연계사업 등 지역센터 자체사업의  
예산 투입이 증가하기 시작했고, 실제 지역 특성이 반영된 자체 기획사업의 비율이 꾸준히 늘어나고  
있다는 것은 중앙에서 지역에게 권한과 예산을 넘겨주고, 실현 방법에 대한 중앙과 지역의 회의나 토론  
들이 있었기 때문일 것이다. (G-a)

## (2) 지역문화예술교육의 강조와 함께 나타난 역할모델의 혼란

인터뷰에 참여한 이해관계자들은 꾸준히 중앙과 지역의 협력체계 마련을 위한 강조  
와 투자를 해왔음에도 불구하고(문화예술교육 거점 네트워크 사업, 기초단위 지역문화  
예술교육지원센터 운영지원사업 등), 여전히 중앙기관(한국문화예술교육진흥원)에 대  
한 의존과 기대가 높을 수밖에 없는 환경적 특성이 있다는 점을 지적하였다. 특히 지역  
중심 문화예술교육을 강조하기 시작하면서 오히려 지역의 혼란과 어려움이 가중되고



있다는 견해도 있었다. 이해관계자들은 그 배경에는 문화예술교육정책의 지나치게 촘촘한 설계와 지역 정책주체의 모호성 등 정책환경적 특성이 자리잡고 있다고 주장하였다. 중앙집권적 사업개발과 및 확산, 인식개선의 특성이 강했던 정책 초기단계의 모델이 여전히 많은 지역과 관련 주체들에 인식되어 있기 때문에, 정책추진체계라기 보다 ‘전달 체계’에 가깝게 여겨진다는 것이다. 지역센터가 설치되어 있다 해도, 행정주체가 지역 인지 지역센터인지 혼란스러워하는 경우도 있고, 광역과 기초를 수직적 관계로 설정하는 추진체계 상의 이해로 인해 현장과의 괴리가 발생한다는 점을 지적하였다.

지역의 자율권과 예산편성권, 기획권 등을 강화해 주겠다는 변화에 동의하며, 지역중심의 특성화를 피해야 한다는 개념도 옳다고 생각한다. 하지만 지역의 강조가 지역의 준비나 인프라의 확충으로 이어지지 않고, 사업의 증가로만 이해되는 어려움이 있다. 지역화로 광역센터의 역할이 중요해지고 있는 것에 비해, 대부분의 광역센터는 지역문화재단의 1개 부서로 존재할 뿐이고, 재단으로부터 독립할 수 없기 때문에 자율성을 확보하기 어렵다. (G-f)

광역과 기초를 수직적 관계로 이해한다는 것은 행정적으로 불가능한데, 대부분 형식적으로 수직적으로 이해하고 역할을 분배한다. 광역에게 중앙과 기초의 중간 역할을 기대하지만, 광역 또한 독립된 자체로서 별도의 정책사업을 하기 때문에 조정의 역할을 하기는 어렵다. (E-e)

특히 중앙, 광역, 기초의 역할에 대한 이해는 인터뷰 대상자의 인식 차이가 가장 많이 발견된 주제였다. 공통적 관점으로는 중앙은 정책적 지향점과 이정표의 제시, 광역은 조정의 역할, 기초는 실행의 역할로 이해하는 경향이 보였지만, 이는 개념적 분류일 뿐 실행단계에서 구현되기 어렵다는 의견도 많았고, 중앙이나 광역 또한 정책사업 실행의 주체가 될 수밖에 없는 현실 속에서의 대안을 찾아야 한다는 입장도 있었다.

특히 중앙과 광역센터의 역할에 대한 상반된 인식이 많이 발견되었고, 각기의 차별적 역할에 대한 공유된 이해를 도출하기 어려웠다. 지방이양과 지역중심이란 흐름을 정책당위적 시각이 아닌 실효적 시각에서 바라보며 중앙의 직접 개입과 문제해결주체로서의 영역을 구체화해야 한다는 논점이 있는가하면, 중앙은 최소한의 개입과 광역이 실질적 중재자의 역할을 해야 한다고 보는 관점 등 각기 다른 주장이 발견되었다.

지역에게 준비할 시간과 경험을 더 쌓아주려면, 중앙에서 오히려 교육과 정책설계의 도움을 주는 단계가 필요하다. 지역으로 사업들을 무조건 이양하지 말고, 당분간은 중앙이 오히려 적극적으로 세밀한

설계자로서의 역할을 해주어야 한다.

중앙은 지역에게 사업과 계획수립의 주체를 넘겨주고, 유연한 중재자로서의 최소한의 개입을 하는 형태로 변화해야 한다.

기초가 광역보다 더 큰 지역들도 있는데, 광역에게 관리와 조정의 주체가 되어야 한다는 것은 불가능하다.

광역도 여러 현실 상 직접 사업을 할 수밖에 없기 때문에 광역은 조정과 직접 실행을 다 해야 한다는 지나친 기대가 높아지는 것 같다. 특히 기초 지역별 특성이나 상황을 다 고려한 조정자 역할을 기대하는 것은 무리이다. 연구나 플랫폼 운영, 협의체 운영 등의 사업 외에 사실상 할 수 있는 것은 크기 않을 것이다. 이런 역할을 광역에게 기대한다면, 그 역할 자체를 예산이 수반된 사업이자 명시적 역할로 자리 잡게 해주어야 한다.

기초는 직접 지역민과 만나서 교육활동을 하게 되는 최전선이므로, 기초지자체가 보유하고 있는 문화 시설이나 자원을 중심으로 거점화하는 유형의 다양화 방향 모색이 필요하다.

전문가 의견들을 종합할 때, 중앙과 지역의 역할 설정에 대한 부분은 그 중요성에 비해 아직 공유된 이해 도출이 되지 못하고 있음을 확인할 수 있다. 심층인터뷰에 참여한 전문가들은 지역중심의 문화예술교육정책으로 전환되는 방향 자체에는 대부분 동의하였으나, 중앙과 지역 모두 정책 전환에 대한 준비와 역할 정비는 아직 되지 않았다고 지적했다. 그리고 실제적 사업실행단위자 프로그램 실현의 기본 단위로서의 기초생활권을 중심으로 문화예술교육정책이 편성되어야 한다는 논점에는 다수 전문가가 동의했다. 지역별 상이한 특수성을 고려할 때, 기초의 자율권과 실행력의 강화를 위한 지원은 강화해야 한다는 것이다. 다만, 광역의 역할에 대해서는 전문가마다 다른 의견을 제시했으며, 세부적 역할론에 대해서는 다양한 의견을 제시했다. 이에 전문가들이 제시하는 조정의 역할과 실행의 역할 등을 포괄적으로 검토할 필요가 있다.

#### IV. 결론 및 향후 논의

한국에서의 문화예술교육정책은 빠르게 확산되고 적용된 만큼, 새로운 전환점과 정책적 방향의 재정립에 대한 요구도 적극적으로 이루어지고 있다. 본 연구에서도 그간의

정책적 성과와 한계에 대한 인식이 전문가별로 상이하게 나타났다. 인터뷰 대상자들의 문화예술교육정책의 정책적 지향과 사회적 역할에 대한 인식의 차이가 반영된 것으로 보인다. 정책 지향 및 철학적 가치에 대해, 문화예술교육의 대표적 키워드인 창의성과 공동체성, 포용성 등의 지향가치를 자리잡게 했다고 보는 것으로 나타났지만, 정책 초기에 설정된 정책지향가치 외의 정책적 철학점은 문화예술교육적 특성을 고려한 목표라기보다 정부 차원의 시대가치로 제시된 키워드들의 무비판적 반영이란 비판적 관점을 주장하기도 했다. 또한 사회문제의 해결이나 치유라는 정책적 지향가치는 문화예술교육의 외연 확장을 가져올 수 있는 목표를 주었다는 인식이 있는 반면, 문화예술교육의 특수성을 약화시키고 도구화할 우려가 있다는 연구자도 있었다.

문화예술교육의 대표적인 성과와 한계에 대한 인식으로 대표적인 것은 문화예술교육이 문화예술정책 중 대표적인 수요자 중심의 정책으로 자리매김하였다는 것이다. 인터뷰 대상자들 중 문화정책 연구자들은 특히 창작자 중심의 문화예술정책의 구조에 수요자를 전면에 내세운 대표적 정책으로서의 의미와 위상에 집중하며 이에 의미를 부여했다. 다만 수요자를 특정 대상층에 집중하던 정책 초기에서 전 국민과 전 생애주기로 확장하는 과정에서 수요자 중심 정책적 특성을 구현할 발전적 방향의 모색은 미흡했다고 인식했으며, 이에 대한 정책적 대안 및 적극적 방향 설정의 필요를 주장했다. 흥미로운 점은 전문가들 중 일부는 문화예술교육정책이 문화예술분야 전문인력을 위한 인력 정책으로서의 성과를 거두었다고 인식하는 점이다. 이러한 연구자들은 문화예술교육정책의 집중 사업영역이 인력 지원부분임을 언급하며, 문화예술교육정책사업이 사실상 예술전공 인력들의 일자리 마련 목적이 있었음에도 정책 초기 단계를 제외하고 이 정책적 목표와 성과를 애매하게 평가하고 있다고 판단했다. 하지만 문화예술계 일자리로서 문화예술교육사 및 예술강사를 자리잡게 했다고 해도, 고용과 처우 문제, 활동 분야 및 내용적 측면에서의 한계를 지적한 연구자들은 인력제도의 실효성과 고용의 질을 향상시키기 위한 복합적인 검토가 필요하다고 주장했다.

전문가들은 문화예술교육정책의 실행 및 추진체계는 중앙과 지역 간의 협력체계를 초기부터 고민했기 때문에 지역에 빠르게 확산되는 성과를 인정하면서도, 협력체계보다는 실행체계로서 자리잡았던 정책초기의 중앙집중형 모델에서 점차 지역중심형 체계로의 변화 과정에서 많은 혼란이 발생하고 있음을 지적했다. 특히 이해관계자들은 지역 문화예술교육으로의 전환을 위한 중앙과 지역 간의 역할 및 체계에 대해 각기 다른 입장

과 인식을 표명하였으며, 학계 전문가 집단에서도 다양한 의견이 나타나고 있는 상황이다. 이와 같은 결과는 정책실행체계의 재정립의 필요라는 측면의 공감대와 별도로, 아직까지 연구자 및 이해관계자들 간에 구체적인 대안이 제시되지 못하고 있기 때문이다. 문화예술교육정책사업들의 지역이관 및 이양이 본격화되고 있는 현 시점에 중앙, 광역, 기초의 역할 및 체계 구축을 위한 보다 본격적 논의를 확대해 나가야 할 것이다.

본 연구는 문화예술교육정책의 그간의 성과와 한계를 다양한 전문가들의 인식 탐색을 통해 살펴보고, 정책적 대안 방향에 대한 그들의 인식을 통해 강조되는 정책적 대안을 발견해보기 위해 수행되었다. 그러나 분석 결과 도출된 성과와 한계에 대한 정책적 대안들 각각에 대한 구체적인 논의는 본격적으로 제시되지 못하였다. 정책적 지향으로서 ‘혁신’이나 ‘포용’의 확장, 인력 정책의 질 향상을 위한 문화예술교육사 제도의 재편, 정책실행체계 재편을 위한 중앙 및 지역의 대안적 역할 등이 일부 언급되었으나, 명시적인 대안을 제시하지는 못했다. 특히 전문가들의 세부 대안의 방향이나 방법 중 일부는 충돌하기도 한 만큼, 정책효과가 구체화되지 않은 상황에서 지나친 절충안으로서 강조될 수 있기 때문이다. 따라서 후속 연구를 통해 각 정책 대안에 대한 비판적 고찰과 함께, 구체화된 개선방안이 중점적으로 논의되어야 할 것이다○.

## [참고문헌]

- 김선형(2006), 문화예술교육의 활성화 정책 연구: 경남지역을 중심으로, 「인문콘텐츠」, 제 8호, 339-356.
- 김수정·최섯별(2017), 문화예술교육정책은 왜 혼란스러운가? 문화예술교육정책 연구를 위한 사회학적 시론, 「문화와 사회」, 제24집, 7-54.
- 김해경·김정희(2010), 파트너십에 기반한 미술교육 프로그램의 교육적 의미와 구조에 대한 연구, 「미술교육논총」, 제24권 제1호, 93-122.
- 김혜인·차민경(2022), 「제2차 문화예술교육 종합계획 수립연구」, 서울: 문화체육관광부
- 문화체육관광부(2004), 「문화예술교육 활성화 종합계획」.
- 문화체육관광부(2010), 「창의성과 인성함양을 위한 초중등 예술교육 활성화 기본방향」.
- 박소연·이진구(2019), 생애단계별 문화예술교육 효과지표 개발, 「문화예술교육연구」, 제 14권, 제3호, 21-45.
- 박은희(2010), 문화예술교육정책에서의 무용교육 전문인력양성을 위한 방안 연구「대한무용학회논문집」, 제63집, 69-84.
- 백령(2012), CIPP모델을 활용한 문화예술교육 교육효과 연구: 2011 꿈의 오케스트라 사업을 중심으로, 「문화예술경영학연구」, 제5권 제8호, 29-50.
- 손경년(2013), 문화예술교육, 재도약을 위한 열쇠, 한국문화예술교육진흥원(편), 「문화예술교육의 지난 10년, 앞으로의 10년」(42- 51), 서울: 한국문화예술교육진흥원
- 신승환(2008), 「문화예술교육의 철학적 지평」, 서울: 한길아트.
- 원영미(2015), 미술관 중심의 문화예술교육 활성화 방안: 꿈다락 토요문화학교 사례를 중심으로「한국국제미술교육학회」, 제16집 제3호, 91-114.
- 이병준(2008), 문화예술교육정책의 비판적 재구성과 미래전망: 문화정책과 교육정책의 불완전한 통합을 넘어서「문화정책논총」, 제19집, 11-40.
- 임영식·조영미(2014), 교정시설/소년원학교 문화예술교육효과성 연구, 「교정연구」, 제 64권, 115-145.
- 임영식·조영미(2017), 소년원학교 문화예술교육 효과분석 연구, 「교정연구」, 제27권 제3호, 135-160.
- 전경란(2017), 한국 문화예술교육 연구 경향 분석, 「문화정책논총」, 제31집, 76-96.
- 전수환·신소영(2013), 액션러닝을 활용한 기업문화예술교육 교과개발, 「한국예술연구」,

제7집, 125-159.

정연희(2014), 문화예술교육 정책의 정당성 제고에 관한 소론, 『미술교육연구논총』, 제35집.

정지은 · 김미정 · 정다은(2022), 마을공동체 기반의 국내외 문화예술교육 사례 연구, 『문화예술교육연구』, 제17권 제1호, 51-74.

조이킴(2021), 예술교육 매체로서 메타버스 사례연구: SK텔레콤 ifland를 중심으로, 『국제문화기술진흥원』, 제7권, 4호, 391-396.

조현성(2013), 문화예술교육, 성장과 변화, 한국문화예술교육진흥원(편), 『문화예술교육의 지난 10년, 앞으로의 10년』(14-22), 서울: 한국문화예술교육진흥원.

최보연(2017), 『문화예술교육 지원정책 분석 및 개선방향』, 서울: 한국문화관광연구원.

허정임 · 오금환 · 박정한(2010), 미술교육을 통한 문화예술 소외지역 학생들의 창의력 신장 연구, 『미술교육연구논총』, 제27집, 185-203.

[Abstract]

## **Exploratory Research on Achievement and Limitations of Arts and Culture Education Policy: Focusing on In-Depth Interviews with Stakeholders and Experts**

Kim, Hyein

Korea's arts and culture education policy is widely acknowledged as having been swiftly established and effectively implemented within a relatively short timeframe. However, Korea's government is now facing a challenge to update its current policy, which has been in place for over 20 years, to meet today's needs. Consequently, the government is encountering difficulties in this transition process. Amid criticism regarding the confusion in policy concepts and concerns over the limitations of policy target settings, this study gathered diverse opinions from stakeholders and academic experts within the arts and culture education sector.

The insights provided by these experts, who not only analyzed key policy achievements and goals but also proposed policy revisions, can be summarized into four main points. First, although the current arts and culture education policy has successfully raised awareness about the importance of such education by implementing policy strategies such as improving creativity, developing community spirit, and fostering social healing, it has inadvertently encouraged the instrumentalization of such education and failed to consider the various aspects of this education. Second, while the current policy has played a huge role in shifting the focus from the artist-centered to the public-centered approach in the arts and culture policy, significant challenges still remain in transitioning from a target group policy to a nationwide policy. Third, although the current policy has effectively served as a job creation strategy for arts majors, whether the jobs

created align with the intended purpose and meet expected standards needs to be critically evaluated. Finally, since the inception of the current policy, the Korean government has emphasized the significance of policy implementation mechanisms between central and local governments and kept developing them.

Nonetheless, the roles of each government entity and the level of cooperation between them need to be reassessed. This study holds significance in its exploration through the analysis of experts' perception of the achievements and limitations of Korea' current arts and culture education policy. Furthermore, the study also advocates for continued follow-up research to further investigate and suggest various policy alternatives discovered in the analysis process.

**[Keywords]** arts and culture education, arts and culture education policy, in-depth interview, policy achievements, policy limitation



## 한국과 대만의 국가무형유산 제도 비교연구: 전통공연예술 종목의 보유자 지원제도를 중심으로

정다운

### [국문초록]

이 글은 문헌연구법에 기초하여 한국과 대만의 국가무형유산 중 전통공연예술 종목 보유자에 대한 양국의 지원제도를 분석하였다. 먼저 양국은 상위법인 「문화재보호법」과 「文化資產保存法」에 근거해 무형유산을 보존 및 전승하고 있는데, 대만의 경우 중앙과 지방의 분권화를 통해 지방 등록을 선행하기 때문에 차이가 있었다. 다음으로 양국은 ‘보유자(holder)’와 ‘보존자(preserver)’라는 주요 전승자를 규정했는데 용례상 보유자는 경제적 관념을 연상케 하고, 보존자는 그렇지 않다는 점에서 차이가 있었다. 이 기본적 용어의 차이처럼 양국의 지원 규모는 크게 대별되었다. 한국의 보유자에 대한 경제적 지원은 매월 확실적인 정액을 영구히 지급하는 방식이었고, 대만은 매년 제출된 프로젝트의 내용을 중심으로 보존자를 지원하는 방식이었다. 즉 한국은 ‘인적 지원’, ‘보편적 지원’, 대만은 ‘프로젝트(과정) 지원’, ‘선별적 지원’의 성격이었다. 이 글은 무형유산 세계화 시대에 대응하여 다양한 국가의 무형유산 제도를 논의하는 차원에서 학문적 기여를 꾀하고자 했고, 이밖에 대만 제도가 가진 지방 분권화 시스템 등을 실무적 차원의 시사점으로 제공하였다.

[주제어] 국가무형유산, 대만무형유산, 지방 분권, 보유자, 보존자

투고일: 2024. 2. 14 심사일: 2024. 2. 28. 게재 확정일: 2024. 3. 27.

<https://doi.org/10.16937/jcp.2024.38.1.33>

정다운\_고려대학교 문화유산학협동과정 박사과정/주저자(daeun960101@gmail.com)

## I. 서론

### 1. 연구 필요성

이 글은 한국과 대만의 국가무형유산 중 전통공연예술 종목 보유자에 대한 양국의 지원제도를 비교하는 것이 목적이다.<sup>1)</sup> 지금까지 무형유산에 대한 국가 간 비교연구는 대개 한국과 일본, 중국을 중심으로 한 연구들이 대표적이었다(김용철, 2020; 란선, 2019; 이명진, 2012; 정수진, 2012; 황자호 · 김명상 · 황경수, 2022). 세 국가가 지정 학적으로 영향관계에 있다는 차원을 넘어 무형유산 제도에 대한 비교연구가 일부 국가에 편향될 수밖에 없었던 요인은 선행연구들이 잘 설명해준다. 예컨대, 한국 제도가 무형유산의 개념이나 법률 구성을 정립할 때 일본의 제도를 전제 수준으로 수용했다는 정황은(김용철, 2020: 224-225) 양국 제도사를 서술하는 과정에서 필수적이기 때문이다. 이밖에 한국과 일본이 전 세계에서 가장 빠른 시기에 무형유산 제도를 도입하며 비교적 안정적으로 운영해오고 있다는 점은 양국의 제도사와 장단을 비교할 때 필수적으로 검토되는 대목이기도 하다.<sup>2)</sup> 이밖에도 무형유산 제도 관련 연구는 한국과 북한의 제도를 비교한 연구(박계리, 2022), 필리핀과 몽골의 제도 연구(국립문화재연구소, 2012), 한국과 프랑스의 제도를 비교한 연구(송준, 2009) 등이 있었다.

여러 학자들의 노력에도 불구하고 2024년 현재까지 다양한 국가의 무형유산 제도를 분석한 연구는 실로 미미한 수준이다. 2003년 제32차 유네스코총회에서 무형문화유산 보호를 위한 협약(The Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, 이하 2003년 협약)이 채택된 후, 2024년 2월 현재 182개의 당사국이 이 협약에 관계해 있다.<sup>3)</sup> 무형유산 보호의 세계화 여파는 2011년 중국이 「비물질 문화유산법(非物质文化遗产法)」을,<sup>4)</sup> 2012년 북한이 「문화유산보호법」을 채택하는 데

1) 이 글은 관용에 따라 ‘중화민국’을 ‘대만’으로 표기하고, 기존에 통칭하던 ‘국가무형문화재’ 대신 ‘국가무형유산’으로 표기한다. 이는 「국가유산기본법」(법률 제19409호) 제정으로 ‘무형문화재’ 용어를 ‘무형유산’으로 변경한다는 조치에 따른 것이다.

2) 서구국가들은 자연유산 및 무형유산을 배제한 채 유형의 물질 위주로 문화유산을 정의해 왔다. 유네스코 또한 서구국가들의 전통적인 입장을 견지해 유형의 물질 위주로 문화유산을 정의해왔었지만, 2003년 협약을 채택함으로써 비로소 무형유산도 세계의 문화유산 정의에 포함되게 되었다(문화재청 · 한국전통문화대학교, 2012: 14-15).

3) UNESCO ICH(2003.10.17.), Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, Available: <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/convention-safeguarding-intangible-cultural-heritage#item-2>

4) UNESCO ICH(2017.12.15.), Report on the Implementation of the Convention and on the Status of Elements Inscribed on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity:

영향을 미쳤고,<sup>5)</sup> 이탈리아가 「문화경관유산법(The Cultural and Landscape Heritage Code)」에 무형유산에 대한 조항을 추가 개정하는 데에도 영향을 미쳤다.<sup>6)</sup> 이처럼 2003년 협약은 국제적으로 광범위한 영향력을 행사하며 무형유산 발전을 주도하고 있다.

대만은 이 협약의 당사국이 아님에도 불구하고, 유네스코의 세계적 추세에 발맞추어 다양한 무형유산 보존 및 발전 노력을 경주하고 있다. 2005년 최초로 「문화자산보존법(文化資產保存法)」을 전문 수정한 뒤, 한국과는 다소 상반된 보존자(保存者) 제도를 도입했고, 중앙과 지방의 무형유산 관리 분권화를 통해 다원화된 시스템을 운영하고 있다. 무형유산을 둘러싼 치열한 국제적 경쟁이 과열되는 때, 무형유산에 대한 각국의 제도 분석은 그 자체로 소정의 가치가 있다. 2003년 협약에 조인한 당사국이 182개국에 달하고, 2016년 기준 당사국의 75%가 이 협약을 준수하기 위해 무형유산 보호와 관련한 새로운 정책을 수립했다는 조치는<sup>7)</sup> 실로 세계의 무형유산 지형이 요동치고 있다는 것을 방증한다. 그럼에도 불구하고 무형유산 연구는 여전히 일부 국가에 편중됐거나, 양적으로 미미한 수준에 불과하다. 대만의 무형유산 제도를 다룬 국내 연구는 박대남(2010) 연구가 대표적이나, 이 연구는 대만 제도의 연혁, 무형유산의 범주, 전승 기관, 보존 및 전승 방법 등 대만의 무형유산 제도만을 총괄하여 독립적으로 다루기 때문에 한국 제도와 비교를 통해 차이를 규명하는 이 연구와는 방법론적 측면에서 차이가 있다. 이마저도 대만의 최신화된 내부 사정을 반영하지 못해 2010년대 들어 본격적으로 시행된 대만의 보존자 제도나 문화부의 설립 등 현행 대만의 무형유산체제를 설명하지 못하고 있어 후속연구가 요구되는 상황이다. 이밖에 임장혁(2008), 린첵웨이(2022) 연구가 있었지만, 전자는 대만의 제도를 아시아 관점에서 다루기 때문에 거시적인 차원의 논의

Periodic Report(China), p. 7, Available: <https://ich.unesco.org/en/state/china-CN?info=periodic-reporting>

5) UNESCO ICH(2014.12.15.), Report on the Implementation of the Convention and on the Status of Elements Inscribed on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity: Periodic Report No. 01040(DPRK), p. 2, Available: <https://ich.unesco.org/en/state/democratic-republic-of-korea-KP?info=periodic-reporting>

6) UNESCO ICH(2013.12.15.), Report on the Implementation of the Convention and on the Status of Elements Inscribed on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity: Periodic Report No. 00925(Italy), p. 2, Available: <https://ich.unesco.org/en/state/italy-IT?info=periodic-reporting>

7) UNESCO ICH(2016), Integration of ICH Safeguarding into Cultural Policies: a Cumulative in-depth Study of Periodic Reports, Available: <https://ich.unesco.org/en/focus-on-integration-of-ich-safeguarding-into-cultural-policies-2016-00911>

만 있었다는 한계가 있고, 후자는 대만의 무형유산 인정 절차만을 다루기 때문에 한국 제도와 비교하는 이 글의 목적과는 다소 차이가 있었다. 따라서 이 글은 무형유산 제도에 대한 다양한 국제적 연구가 부족한 환경에서 대만의 무형유산 제도를 개괄하고 한국의 보유자 지원제도와 비교 분석함으로써 무형유산 연구 지평 확대라는 학술적 기여 및 대만 제도를 통해 환기할 수 있는 실무적 시사점을 도출하고자 한다.

## 2. 연구방법 및 범위

이 글은 문헌연구법에 기초하여 선행연구, 한국·대만의 법령자료 등을 참고해 양국의 보유자 지원제도를 비교 분석하고자 한다. 이 글에서 나오는 대만 용어의 표기는 국립국어원의 「외래어 표기법」에 따른다. 예컨대 ‘臺北’은 ‘타이베이’로, 현대 인명인 ‘蔡英文’은 ‘차이잉원’으로 표기하되 괄호 안에 한자를 병기한다. 이밖에 ‘京劇’, ‘歌謠’ 등 고유명사의 번역명이 통용되는 경우 관용에 따라 ‘경극’, ‘가요’ 등 한자음대로 표기한다.

연구범위는 다음과 같다. 첫째, 이 글에서 무형유산은 양국 법령에 정의된 전통공연 예술로 제한한다. 한국의 무형유산은 ▲전통적 공연·예술 ▲공예, 미술 등에 관한 전통 기술 ▲한의약, 농경·어로 등에 관한 전통지식 ▲구전 전통 및 표현 ▲의식주 등 전통적 생활관습 ▲민간신앙 등 사회적 의식 ▲전통적 놀이·축제 및 기예·무예 7개의 하위범주로 구성되고,<sup>8)</sup> 대만의 무형유산은 ▲전통공연예술(傳統表演藝術) ▲전통공예(傳統工藝) ▲구전전통(口述傳統) ▲민속(民俗) ▲전통지식(傳統知識與實踐) 5개의 하위범주로 구성되나<sup>9)</sup> 이 글에서 양국의 규모를 망라하기에는 분량상 한계가 있고, 전통공연예술 종목에 대한 제도적 연구 또한 미비한 상황이라 제한된 범위의 미시적 연구는 그 자체로 소정의 가치가 있을 것이라 생각한다. 둘째, 이 글은 무형유산 제도 중, 양국이 보유자를 지원하는 방식을 통해 양국의 제도 및 규모를 비교 분석하고자 한다. 보유자 지원제도를 분석하는 이유는, 전통공연예술 종목이 가진 인적 특수성에 기인한다. 음악, 춤, 연희 등을 포괄하는 전통공연예술 종목은 인간의 지식과 행위를 통해 비로소 실현되는 특징을 가지기 때문에(정수진, 2008: 44) 유형유산과 달리 무형유산 보존 및 전승에 있어서는 인적 자원이 필수적이다. 무엇보다 제도에 있어 공고화된 중심 인적 자원은 보유자이기 때문에 보유자에 따른 전수교육은 무형유산 보존 및 전승에 있어 핵심적인 사업 중 하나

8) 「문화재보호법」(법률 제19592호), 제2조.

9) 「文化資產保存法」(2023.11.29. 修正), 第3條.

로 분류된다. 따라서 무형유산 보존 제도를 연구하기 위해서는 핵심 인적 자원인 보유자 관련 연구가 선행될 필요가 있다.

이 글은 제2장에서 한국과 대만의 기본 법령 체계를 개괄하고, 기본적 용어인 ‘보유자’의 차이를 살펴본다. 제3장에서는 양국의 보유자 지원제도를 경제적, 사회적 지원으로 대별해 살펴본다. 이를 통해 양국의 예산 규모, 보유자 지원방식 등을 비교한다. 제4장에서는 양국의 국가무형유산 중 전통공연예술 종목 및 보유자 현황을 개괄하고 그 규모 등을 비교한다. 결론 장에서는 연구내용을 요약하고 시사점을 도출한다.

## II. 한국 · 대만의 국가무형유산 기본 법령 체계

### 1. 한국의 기본 법령 체계

한국의 무형유산 보호를 근거하는 상위법은 1962년 제정된 「문화재보호법」이다. 그러나 2000년대 이후, 특히 2003년 협약이 채택됨에 따라 당사국인 한국은 독자적인 무형유산 제도에 대한 필요성을 절감하게 되었다. 또한 2011년 5월 중국에서 조선족의 〈아리랑〉을 자국의 무형유산으로 지정했는데, 이는 대외적으로 각국의 무형유산을 둘러싸고 벌어진 치열한 국제적 경쟁을 의미하기도 했다. 내적으로는 모호한 무형유산의 원형 개념, 사회 환경 변화로 인한 도제식 전수교육의 효용성 부족 등 무형유산에 대한 새로운 제도적 정립과 뒷받침이 절실히 요구되는 상황이었다. 이러한 대내외적 상황에서 2015년 3월 27일 비로소 무형유산 개념을 세분화하고 보존 취지를 강화한 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」이 제정되었다.<sup>10)</sup> 또한 한국은 2024년 5월 17일 시행을 앞둔 「국가유산기본법」을 추가 제정하였다. 이 법은 국가유산에 대한 범국가적 책임과 유산 보존 노력 등을 다양한 측면에서 강구할 것을 촉구하고 있다. 이 법을 통해 매년 12월 9일이 ‘국가유산의 날’로 지정되었고, 기존 ‘문화재’라는 명칭이 ‘문화유산’으로 변경되었으며, ‘무형문화재’는 ‘무형유산’으로 변경되었다.<sup>11)</sup> 현행 「문화재보호법」은 일본의 「文化財保護法」을 대부분 원용하여 제정한 것이고, ‘문화재’라는 명칭을 사용하는 국가는 한국과 일본뿐이며, 문화‘재(財)’라는 용어에 재화적 성격이 강하게 내포된 점,

10) 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」(법률 제13248호), [제정 이유].

11) 「국가유산기본법」(법률 제19409호), [제정 이유].

자연물과 사람을 문화재로 지칭하는 것은 부적합하다는 지적 등이 꾸준히 제기되어 왔기 때문이다. 또한, 국제사회의 유산 분류체제와 국내 분류체제가 상이하여 정합성과 연계성이 떨어진다는 지적도 있었다.<sup>12)</sup> 이처럼 한국은 시대변화와 미래가치를 반영하기 위해 전반적인 명칭 개선을 시도했고, 문화유산 보호를 위한 범국가적 노력을 지속적으로 강화하고 있는 추세이다.

## 2. 대만의 기본 법령 체계

대만의 무형유산 보호를 근거하는 상위법은 1982년 5월 18일 제정된 「문화자산보존법」이다. 이 법은 2024년 2월 현재까지 제정본 포함 총 9차 개정되었는데 이 중 6차 개정(2005.1.18.)과 8차 개정(2016.7.12.)이 무형유산에 있어 중요한 의미를 가진다. 따라서 제정 당시, 6차 개정, 8차 개정에 한해 대만의 「문화자산보존법」을 개괄적으로 살펴본다.

먼저 제정 당시 법의 목적은 “문화자산을 보존하고 국민의 정신생활을 풍요롭게 하며 대만의 문화를 계승하는 것”(제1조)이었다. 그러나 제정 당시 제1장에서 8장까지 분류한 범주 중 무형유산에 대한 별도의 장은 마련되지 않았었고,<sup>13)</sup> 제4장 ‘민족예술’을 정의할 때 “특정 지역의 독특한 예술”(제3조의 3)로 규정하며 무형유산에 대한 포괄적 정의를 시도한 것으로 보인다. 당시 민족예술을 주관하는 중앙 기관은 교육부였고(제40조), 교육부에서 민족예술을 보존하고 전승하기 위해 ‘중요민족예술(重要民族藝術)’ 및 뛰어난 기술을 갖춘 사람을 ‘중요자(重要者)’로 인정할 수 있다고 규정했으나(제41-2조) 대만의 국가무형유산 최초 지정은 2009년에 있었기 때문에 이는 시행되지 않은 제도로 보인다.<sup>14)</sup>

6차 개정(2005.1.18.)은 제정 이후 최초로 전문수정(全文修正)되었을 만큼 대대적인 변화가 있었다. 먼저 이러한 변화 요인은 한국 또한 영향을 받았던 2003년 협약 및 이에 따른 국제적 추세에 기인한다. 특히 이 협약에서 강조하는 ‘문화적 다양성’<sup>15)</sup>은 6

12) 문화재청(2022), 국가유산으로 60년 만에 정책방향 대전환, Available: [https://www.cha.go.kr/newsBbz/selectNewsBbzView.do?newsItemId=155703289&sectionId=b\\_sec\\_1&pageIndex=1&pageUnit=10&strWhere=&strValue=&sdate=&edate=&category=&mn=NS\\_01\\_02](https://www.cha.go.kr/newsBbz/selectNewsBbzView.do?newsItemId=155703289&sectionId=b_sec_1&pageIndex=1&pageUnit=10&strWhere=&strValue=&sdate=&edate=&category=&mn=NS_01_02)

13) 1982년 5월 18일 제정된 대만의 「文化資產保存法」은 제1장 총칙(總則), 제2장 유물(古物), 제3장 고적(古蹟), 제4장 민족예술(民族藝術), 제5장 민속과 관련한 문물(民俗及有關文物), 제6장 자연 및 문화경관(自然文化景觀), 제7장 처벌(罰則), 제8장 부칙(附則)으로 구성되어 있었다.

14) 「文化資產保存法」(1982.5.18. 制定).

차 개정판의 제1조 목적에서 “문화자산을 보존 및 활용하고 국민의 정신생활을 풍요롭게 하며 다문화의 진흥을 위해 특별히 제정”된 것으로 명백히 드러난다. 또 6차 개정에서는 기존 8장까지 분류됐던 내용이 11장까지 확대되었고, ‘민족예술’을 ‘전통예술’로 변경했으며(제3조의 4), 중앙의 주관 기관을 교육부에서 행정원 문화발전위원회로 이관시켰다(제4조). 또 한국의 ‘보유자’와 유사한 ‘보존자’ 제도를 추가하여 문화유산 보존을 위한 인적 지원과 그 제도적 뒷받침을 마련한 데 의의가 있다(제8장). 이 6차 제도부터 무형유산은 지방 단위로 지정되었고, 중앙에서는 지방무형유산들 중 가치가 있는 종목을 평가해 국가무형유산(중요전통예술, 重要傳統藝術)으로 지정했다. 여기서 국가무형유산은 ‘중요전통예술’, 지방무형유산은 ‘전통예술’로 분류되었다. 즉 대만은 중앙/지방의 분권화를 통해 각 지방 문화국에서 무형유산 종목과 보존자에 대한 심의, 등록, 지원을 주관하고, 해당 내용들을 중앙에 보고하는 방식으로 제도를 운영하고 있다(제59조).<sup>15)</sup> 이러한 국가무형유산 보존 및 관리체계는 현재까지도 지방 관할로 운영되고 있으며, 문화재청 소관으로 운영하는 한국과는 특히 대별되는 지점이다. 이 분권 체계에 따라 대만의 국가무형유산은 이미 지방에 등록된 종목들과 해당 보존자들을 국가가 중복 인정한다는 점에서도 한국과 다르다(文化部, 2017: 48). 한국의 경우 지방무형유산 보유자가 국가무형유산 보유자로 인정되면 기존에 인정됐던 지방무형유산 보유자 자격이 자연히 해제되기 때문이다.<sup>17)</sup>

8차 개정(2016.7.12.)은 법 제정 후 두 번째 전문수정을 거친 개정판으로, 비로소 무형유산에 대한 별도의 장이 마련되어 의의가 있다(제7장). 먼저 목적이 “문화자산의 보존 및 활용, 문화자산의 보존에 대한 보편적이고 평등한 참여권 보장, 국민의 정신생활 내실화, 다문화의 진흥을 위하여 특별히 제정”된 것으로 개정되었다(제1조). 다문화 진흥을 추가한 6차 개정에서 ‘보편적이고 평등한 참여권’을 더해 개정한 것이다. 이러한 인권 가치는 한국의 법적 정의에서도 포괄하지 않는 내용이기엔 신선하게 다가온다. 이 밖에 ‘중요전통예술’을 ‘중요전통공연예술’로 변경했고(제91조), 중앙의 주관 기관이 행정원 문화발전위원회에서 문화부로 이관되었는데, 이는 2012년 대만의 문화부가 신설되어 자연스럽게 유관기관으로 이관한 조치로 보인다.

15) UNESCO, 「무형문화유산 보호를 위한 협약」(2003.10.17. 채택).

16) 「文化資產保存法」(2005.1.18. 全文修正).

17) 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」(법률 제18766호), 제32조 3항.

### 3. 양국의 ‘보유자’ 용어 규정과 특수성

한국과 대만은 주요 전승자인 ‘보유자’에 대한 기본 용어 정의에 있어서도 특수한 차이를 보인다. 한국은 해당 무형유산에 대한 전승기량 및 전승기반을 갖춘 사람, 전승실적 및 전승의지가 높은 사람, 전승에 기여한 사람 중 평가를 통해 보유자로 인정한다.<sup>18)</sup> 대만은 해당 종목에 대한 지식과 기술을 숙지하고 정확하게 표현할 수 있는 사람, 대표성을 가지고 있는 사람, 전승 능력과 의지를 가지고 있는 사람 중 평가를 통해 보존자로 인정한다.<sup>19)</sup> 이 기본적인 용어의 차이는, 양국의 법무부에서 제공하는 영문법령을 참고했을 때 더욱 특수해진다. 먼저 한국의 보유자는 ‘holder’<sup>20)</sup>로 표기되는데, 일반적 의미에서 holder는 ‘물건을 가지고 있거나 소유한 사람(a person who has or owns the thing)’으로 정의되며,<sup>21)</sup> 용례 상 가장 많이 사용되는 경우는 ‘소유’와 깊은 관련이 있는 경제적 차원에서이다. holder는 약 1400년경 임차인(tenant), 점유인(occupier)의 의미로 쓰이기 시작했으며, holder의 원형인 hold는 함유하다(contain), 붙잡다(grasp), 유지하다(retain), 관찰하다(observe), 이행하다(fulfill), 소유하다(possess), 통제하다(control), 지배하다(rule), 억류하다(detain), 가두다(lock up) 등의 의미로 널리 쓰여 왔다.<sup>22)</sup> 위 용어들은 주로 배타적 관점을 충족해야 한다는 점에서 경제적 관념을 연상케 하는데, 대표적으로 holder가 경제적 차원으로 환원되는 복합명사에서 주식의 소유자 stockholder, 예금의 소유자 account holder, 저작권자 copyright holder, 권력자(실권자) power holder로 쓰인다는 것은 holder의 의미가 배타적 관점의 ‘소유’ 의미로 널리 받아들여지고 있다는 것을 의미한다. 이러한 어원적 정의 및 용례에 미루어 보면, holder로 표기하는 보유자는 경제적 관념인 ‘소유(ownership, possession)’와 불가분 관계에 있다는 것을 짐작케 한다. 한편, 대만의 보존자는 ‘preserver’로 표기되는데,<sup>23)</sup> 이는 보유자의 의미가 가진 경제적 관념과는 다소 괴리가

18) 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률 시행령」(대통령령 제32706호), 제16조.

19) 「傳統表演藝術登錄認定及廢止審查辦法」(2017.6.29. 修正), 第4條.

20) 국가법령정보센터(접속일: 2024.2.6.), Cultural Heritage Protection Act, Available: <https://www.law.go.kr/LSW/eng/engLsSc.do?menuId=2&section=lawNm&query=%EB%AC%B8%ED%99%94%EC%9E%AC%EB%B3%B4%ED%98%B8%EB%B2%95&x=49&y=26#liBgcolor0>

21) Oxford Learner's Dictionaries(접속일: 2024.2.6.), holder, Available: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/holder?q=holder>

22) Online Etymology Dictionary(접속일: 2024.2.6.), holder, Available: <https://www.etymonline.com/word/holder>

23) 法務部全國法規資料庫(2016), Cultural Heritage Preservation Act, Available: <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/Law ll.aspx?pcode=H0170001>



있다. 일반적 의미에서 preserver는 ‘특정 상황이 변하지 않도록 하는 사람(a person who makes sure that a particular situation does not change)’으로 정의된다.<sup>24)</sup> preserver의 원형인 preserve는 1300년대 말 ‘안전하게 유지하거나 해를 입지 않는 것(keep safe or free from harm)’의 의미로 사용되기 시작했으며, 후기 라틴어 praeservare에서 유래된 것으로 추정된다. 여기서 pre-는 라틴어 prae(이전에, 미리)로부터 파생되었고, ser-은 원시 인도유럽어(Proto-Indo-European)로부터 파생된 ‘보호하다’의 뿌리 어원이다.<sup>25)</sup> 즉 어원적 의미로 미루어 preserve는 ‘미리 보호하다’로 직역할 수 있다. 이러한 점에서 보존자는 경제적 관념과는 거리가 멀고 특정 상황에 대한 ‘수호자’ 개념으로 인식되는 측면이 있다. 부르디외(Pierre Bourdieu)에 따르면, 언어의 사회적 성격은 언어의 내적 특징 가운데 하나이며, 개인들의 사회적 불균일성은 언어로부터 비롯될 만큼 언어를 통한 사회적 의미와 위상은 개인 및 사회 전체에 큰 효과를 불러일으킨다는 점에서 중요하다(2020: 22). 이러한 점에서 특정한 칭호를 부여하는 일은 개인을 귀족화하는 긍정적 차원이든, 개인에 오명을 찍는 부정적 차원이든 신분을 가르는 특수한 방식 중 하나로 작용한다(2006: 56). 언어의 내적 특성에 따라 곧 사회적 지위에 구별이 생긴다는 부르디외의 주장은 선행연구들이 지적한 한국의 보유자 문제를 연상케 한다. 예컨대, 임재해는 무형문화를 공동체의 문화로 보지 않고 기능보유자 등 특정인의 독점물로 보는 것이 ‘인간문화재병’을 유행시킬 뿐 아니라, 전통문화를 창조적으로 계승하는 길을 가로막는 것이라 비판했다. 이는 보유자가 가진 막강한 경제적 동기가, 이들을 곧 문화권력화 한다는 시각으로부터 기인한다(2007: 270). 유사한 맥락에서 이장열은 보유자가 보유하고 있는 기·예능 종목은 보유자 개인의 것이 아니라, 민중들의 창작품이고, 이는 역사와 더불어 전승되었다는 점에서 무형유산은 공적(公的) 차원에 있어야 한다는 점을 강조했다(2005: 240). 일부 학자들이 이러한 주장을 하게 된 배경에는, ‘보유자’라는 위상의 파급력과 그에 따른 부정적인 사건들에 기인한다. 대표적으로, 보유자 인정을 두고 금품수수가 있었다는 전례(박영석, 1996; 신형준, 1996a), 전승지원금을 수혜받고 있음에도 불구하고 일부 보유자들이 공적 차원의 무형유산을 고액으로 전승하고 있다는 전례(신형준, 1999), 전수생들의 이수심사를 빌미로

24) Oxford Learner's Dictionaries(접속일: 2024.2.6.), preserver, Available: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/preserver?q=preserver>

25) Online Etymology Dictionary(접속일: 2024.2.6.), preserve, Available: <https://www.etymonline.com/word/preserve>

보유자들이 금품을 요구한다는 전례(신형준, 1996b), 보유자들이 전승지원금을 사적 용도로 사용하거나 횡령해왔다는 전례(감사원, 2015: 26-28, 32-33) 등 일련의 논의들은 한국의 일부 보유자들이 자신이 인정된 무형유산 종목을 대표하기보다 ‘소유’한다는 차원으로 인식해왔음을 방증한다. 가령 일부 보유자들은 해당 종목을 자신의 소유물로 인식하고, 배타적 관계를 맺음에 있어 해당 종목을 통해 우월한 지위를 성립시키기 때문이다. 선행연구자들이 지적한 것처럼, 만약 보유자들에게 다양한 동기가 없었다면 이들의 우월한 지위는 성립될 수 없었을 것이다. 즉 상술한 holder의 용례처럼 ‘보유자(holder)’라는 용어는 경제적 관념인 ‘소유’와 불가분 관계에 있다는 점을 알 수 있다. 언어에 따른 사회적 계급의 구별 짓기라는 부르디외 주장이 사실이라면, 우리가 일반적으로 생각하지 못했던 용어로부터의 구별은 ‘보유자(holder)’와 ‘보존자(preserver)’라는 두 집단의 행동양식에도 차이를 만들었을 것으로 예상된다. 다음 장에서는 양국의 보유자, 보존자가 가진 차이를 국가의 경제적, 사회적 지원 범위를 통해 살펴본다.

### Ⅲ. 한국 · 대만의 보유자 지원제도

#### 1. 한국의 보유자 지원제도

##### 1) 경제적 지원

한국의 보유자에 대한 경제적 지원 중 가장 대표적인 것은 ‘전승지원금’이다. 전승지원금은 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」의 제25조에 근거하며, ▲보유자의 전수교육에 지원하는 전수교육지원금 ▲명예보유자에 지원하는 특별지원금 ▲명예보유자와 보유자 등에 지원하는 장례 및 입원에 대한 위로금 ▲보유자의 전승활동 실적을 평가해 포상하는 전승활동장려금 ▲보유자의 공개행사를 지원하는 공개행사지원금 등을 통칭한 용어이다.<sup>26)</sup> 이 중 전수교육지원금은 매월 25일 보유자 개인 계좌로 지급되는 정액 방식이며,<sup>27)</sup> 최근 3년간(2021-2023) 보유자 월 1,500,000원, 보유단체 3,600,000원, 보유자 없는 보유단체 5,500,000원씩 정액 지급되었다(문화재청, 2021-2023). 2023년 문화재청 예산에서 ‘무형문화재 보호·육성’에 11,367,576,000원이 책정되

26) 「국가무형유산 전승지원금 지급·운영에 관한 규정」(국립무형유산원훈령 제36호), 제2조.

27) 「국가무형유산 전승지원금 지급·운영에 관한 규정」(국립무형유산원훈령 제36호), 제6조.

었고, 이 중 전수교육지원금에 10,214,400,000원이 편성되었다(문화재청, 2023: 156).<sup>28)</sup> 즉, ‘무형문화재 보호와 육성’이라는 예산 목에서 약 90%가 별도의 신청이나 심의 없이 상위계층에 획일적으로 투입되는 인적 예산임을 알 수 있다. 이러한 예산계획을 바탕으로 2023년 1년간 전통공연예술 종목 보유자, 보유단체에 지급된 전수교육지원금은 3,280,800,000원으로 추산된다.<sup>29)</sup> 명예보유자 또한 지난 3년간 특별지원금이 월 1,000,000원씩 정액 지급되었는데, 2023년 예산으로 780,000,000원이 책정되었고, 2023년 1년간 전통공연예술 종목 명예보유자에게 396,000,000원이 지원된 것으로 추산된다.<sup>30)</sup> 다음으로 보유자, 명예보유자 등에 지급되는 장례 및 입원에 대한 위로금 예산은 15,000,000원으로 책정되었는데, 이는 신청 수요나 상세 목을 외부인이 확인하기에 한계가 있어, 2021년 공개된 자료에 같음하면 당해 11,800,000원이 지원된 것으로 확인되었다(문화재청, 2022: 293). 다음으로 보유자 등의 전승실적을 기준으로 추가 지원하는 전승활동장려금은 2023년 예산으로 300,000,000원이 책정되었다. 한편, 보유자의 의무 중 하나인 공개행사<sup>31)</sup>에 있어 소정의 절차를 통해 선발된 보유자는 국립무형유산원의 보조를 받을 수 있다. 2023년 공개행사 지원 예산으로는 2,295,000,000원이 책정되었고(문화재청, 2023: 166), 당해 연도 예능 분야 보유자는 39명(개인당 최대 800만원 지원), 보유단체는 38개(단체당 최대 1,200만원 지원)를 선정한다고 공고한 바 있다(국립무형유산원, 2023: 27-29). 이밖에도 보유자를 중심으로 추가 보조하는 ‘전승자 주관 전승활동 지원사업’에 2023년 예산 1,880,000,000원이 책정되었다(문화재청, 2023: 167). 정리하면, 한국의 보유자 지원제도는 ‘무형문화재 보호·육성’이라는 명목하에 해당 예산의 90%를 별도의 신청이나 승인 과정 없이 당사자에게 획일적으로 매월 정액 지급한다는 점에서 ‘인적 지원’, ‘보편적 지원’의 지원방식을 띠고 있었다. 이밖에 보유자의 전승활동 경비를 보조하는 부가적인 지원 또한 시행되고 있다.

28) 전수교육지원금의 하위범주는 ▲보유자 지원금 ▲전승교육사 지원금 ▲보유단체 지원금 ▲전수장학생 지원금 ▲전승실적평가 인센티브 총 5개이다.

29) 이 추정치는 <부록 1>에서 정리한 2023년 전통공연예술 종목의 보유자, 보유단체의 현황을 근거로 계산한 것이다. 즉, ▲보유자 1,500,000원×77명×12월=1,386,000,000원 ▲보유단체 3,600,000원×24개×12월=1,036,800,000원 ▲보유자 없는 보유단체 5,500,000원×13개×12월=858,000,000원 ∴ 3,280,800,000원.

30) 이 추정치는 <부록 1>에서 정리한 2023년 전통공연예술 종목의 명예보유자 현황을 근거로 계산한 것이다. ▲1,000,000원×33명×12월=396,000,000원.

31) 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」(법률 제18766호), 제28조.

## 2) 사회적 지원

「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」 제50조(인간문화재에 대한 예우)에서는 “국가와 지방자치단체, 공공기관, 지방공사 또는 지방공단은 인간문화재의 전승활동을 촉진하기 위하여 세제상의 조치, 공공시설 이용료 감면 및 그 밖에 필요한 정책을 강구하여야 한다”고 규정한다. 이러한 범국가적 노력의 일환으로 보유자는 문화재청장과 보건복지부장관의 승인 절차를 거쳐 의료급여수급권자 대상으로 인정될 수 있고,<sup>32)</sup> 국립 전통예술중고등학교, 국립국악중고등학교의 산학겸임교사 자격이 주어지며,<sup>33)</sup> 문화재청 소속 궁·능원의 관람료가 면제된다.<sup>34)</sup> 부산과 울산에서는 이러한 상위법에 근거해 ‘보유자에 대한 예우’를 지방 조례로 별도 제정했으며, 보유자에 대한 기본 지원뿐 아니라 공영주차장 요금 감면 등을 부가적으로 지원하고 있다.<sup>35)</sup> 또 보유자는 대학 및 전문대학에서 140학점을 인정받거나 해당 대학들을 졸업한 자와 같은 수준의 학력을 인정받을 수 있다.<sup>36)</sup>

## 2. 대만의 보존자 지원제도

### 1) 경제적 지원

대만의 보존자를 지원하는 대표적인 경제적 지원은 주관 기관인 지방에서 지원하는 ‘보조금(補助)’이 있다. 전술했듯 대만의 무형유산 제도는 중앙과 지방의 분권화된 체계에 따라 지방에서 무형유산과 보존자를 지정하고 지원하도록 하고 있다. 각 지방의 보존자들은 관할 지방에 연간 단위로 보조금을 신청하고, 중앙의 문화자산 예산은 수요에 따라 지방에 분배되며, 참여자들은 지방에서 주관하는 소정의 절차를 거쳐 연간 보조 대상자로 선별될 수 있다. 즉 ‘중요전통공연예술’인 국가무형유산에 대한 관리 주체는 문화부이지만, 이 예산은 해당 보존자를 관할하는 지방에 분배됨으로써 보존자 심의 및 보조금 수령은 해당 지방에서 이루어지는 방식이다. 따라서 중앙이 직접적으로 보존자를 통제하거나 지원하지는 않는다. 2021년 기준 문화부에서 ‘문화자산사업(文化資產業務)’

32) 「의료급여법」(법률 제19297호), 제3조 1항 6호.

33) 「국립 국악·전통예술학교 설치령」(대통령령 제31138호), 제7조 2호.

34) 「궁·능 관람 등에 관한 규정」(궁능유적본부훈령 제36호), 제11조 1항 및 별표 1.

35) 「부산광역시 무형문화재의 보유자 등 예우 및 지원에 관한 조례」(부산광역시조례 제5801호); 「울산광역시 지정무형문화재 보유자 예우 및 지원 조례」(울산광역시조례 제2646호).

36) 「학점인정 등에 관한 법률」(법률 제13229호), 제7조 2항 6호; 동법 시행령(대통령령 제33219호), 제11조 및 별표 3.

목으로 각 지방에 분배한 예산은 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 2021년 문화부에서 분배한 지방별 문화자산사업 예산

연번	지방	예산 (한화)
1	신베이시(新北市)	52,000,000元 (2,205,320,000원)
2	타이베이시(臺北市)	14,000,000元 (593,740,000원)
3	타오위안시(桃園市)	56,000,000元 (2,374,960,000원)
4	타이중시(臺中市)	87,000,000元 (3,689,670,000원)
5	타이난시(臺南市)	101,000,000元 (4,283,410,000원)
6	가오슝시(高雄市)	62,000,000元 (2,629,420,000원)
7	이란현(宜蘭縣)	7,000,000元 (296,870,000원)
8	신주현(新竹縣)	10,000,000元 (424,100,000원)
9	마오리현(苗栗縣)	13,000,000元 (551,330,000원)
10	장화현(彰化縣)	99,000,000元 (4,198,590,000원)
11	난터우현(南投縣)	17,000,000元 (720,970,000원)
12	원린현(雲林縣)	64,000,000元 (2,714,240,000원)
13	자이현(嘉義縣)	22,000,000元 (933,020,000원)
14	핑둥현(屏東縣)	49,000,000元 (2,078,090,000원)
15	타이둥현(臺東縣)	68,000,000元 (2,883,880,000원)
16	화롄현(花蓮縣)	46,000,000元 (1,950,860,000원)
17	핑후현(澎湖縣)	83,000,000元 (3,520,030,000원)
18	지룽시(基隆市)	34,000,000元 (1,441,940,000원)
19	신주시(新竹市)	73,000,000元 (3,095,930,000원)
20	자이시(嘉義市)	12,000,000元 (508,920,000원)
21	진먼현(金門縣)	40,000,000元 (1,696,400,000원)
22	롄강현(連江縣)	23,000,000元 (975,430,000원)
22개 지방에 분배된 문화부의 문화자산 예산 총		1,031,000,000元 (43,724,710,000원)

자료 : 文化部(2022: 145)a).

a) 원본의 소수점 이하 단위는 결삭하고 반올림했으며, 위 한화의 환율은 2024.2.6. 기준이다.

상술했듯 대만은 국가무형유산 종목 및 보존자 또한 지방에서 관리하므로, 지방의 지원계획 및 현황을 살펴볼 필요가 있다. 이 글에서는 수도 타이베이시를 일례로 살펴보고자 한다. 타이베이시 문화국은 문창발전과(文創發展科), 예술발전과(藝術發展科)를 비롯해 문화자산과(文化資產科)를 운영하고 있으며, 문화자산과에는 25명의 책임자들이 각각 문화자산 감정, 복원, 관리, 유지, 홍보 등 업무를 분장해 수행하고 있다.<sup>37)</sup> 2024년 2월 현재, 타이베이시에서 등록한 무형유산 중 전통공연예술 종목은 7개이고 보존자는 12명, 보존단체는 4개이다.<sup>38)</sup> 이 중 국가무형유산에 중복 지정된 중요전통공연예술 종목은 가자희(歌仔戲)와 포대희(布袋戲)이고, 보존자는 왕런신(王仁心), 천평궤이(陳鳳桂), 천시후앙(陳錫煌)이다. 2023년 타이베이시 문화국 중 문창발전과, 문화자산과, 예술발전과, 문화자원과(文化資源科), 문화건설과(文化建設科) 5개 과가 주관하는 ‘문화사업(文化業務)’ 총 예산이 한화 68,897,928,880원<sup>39)</sup>으로 책정되었고, 이 중 ▲무형 문화자산의 보존계획과 추진(無形文化資產保存之規劃與推動)에 한화 394,557,194원<sup>40)</sup> ▲타이베이시 무형문화자산 조사, 기록 보존, 포상 및 보급 계획(臺北市無形文化資產訪查、紀錄保存、獎勵及推廣計畫)에 한화 165,321,000원<sup>41)</sup> ▲타이베이시 무형문화자산 보존자 및 보존단체의 보존, 연구, 홍보 등의 계획 보조(補助臺北市無形文化資產保存者及保存團體保存、研習、推廣等計畫)에 한화 211,950,000원<sup>42)</sup> ▲예사 보상금(藝師獎金)에 한화 8,478,000원<sup>43)</sup>이 책정되었다.<sup>44)</sup> 타이베이시에서 주관하는 대표적인 무형유산 보존자 지원사업은 ‘타이베이시 무형문화자산 보존 계획(臺北市無形文化資產保存維護計畫)’이다. 이 사업은 연 1회에만 접수받는데, 매년 11월 10일부터 12월 10일 1개월간을 신청기간으로 공고하고 있다. 신청자격은 관할에 등록된 전통공연예술 종목 보존자 및 보존단체이다. 이 사업의 연간 예산은 상술한 대로 한화 211,950,000원<sup>45)</sup>으

37) 臺北市文化局(2023), 組織架構, Available: <https://culture.gov.taipei/cp.aspx?n=BF540080C7F585B9>

38) 타이베이시에 등록된 종목 및 보존자 현황은 <표 3>을 참고하라.

39) 1,624,568,000元. 이하 이 항의 환율 기준은 2024년 2월 6일이며, 단위는 新臺幣元이다.

40) 9,303,400元.

41) 3,900,000元.

42) 5,000,000元.

43) 200,000元.

44) 臺北市, 臺北市政府文化局歲出計畫說明提要與各項費用明細表, pp. 41, 57-58, 臺北市預算查詢服務平臺(2023), 中華民國112年度臺北市總預算案文化局預算案, Available: <https://dbas-tbs.gov.taipei/Budget/Preview/Show?year=112&type=1&stage=2&mapno=P15101&title=%E6%96%87%E5%8C%96%E5%B1%80>

45) 5,000,000元.

로 확인되며, 각 신청자의 보조금 상한액은 ▲영리단체의 경우 지원계획의 60% ▲예술 및 비영리단체의 경우 지원계획의 80% ▲개인의 경우 지원계획의 90%까지 인정된다. 심의 절차를 통과한 보존자들은 보조금 사업을 종결한 1개월 이내에 지출내역 등을 포함한 성과보고서를 시 문화국에 제출해야 한다.<sup>46)</sup> 2023년 사업 대상자로 선별된 보존자 및 단체는 13개이며, 이에 대해 타이베이시 문화국은 한화 199,656,900원<sup>47)</sup>을 지급한다고 밝혔다. 여기에는 상술한 국가무형유산 보존자 3명의 지원사업도 수혜 대상으로 선정되었다.<sup>48)</sup> 정리하면, 대만의 보존자에 대한 경제적 지원은 프로젝트를 평가해 선별적으로 지원하는 방식이었다. 즉 모든 보존자에 획일적으로 영구히 정액을 지급하는 (한국)방식이 아닌, 매년 프로젝트 신청을 통해 일정한 선별 절차를 거친 뒤 상한선에 해당하는 액수만 지급한다는 점에서 한국과 대별된다. 한국은 일정한 절차를 생략하고 ‘인적 지원’을 중심으로 예산을 소진하는 반면, 대만은 매년 제출된 프로젝트의 내용을 기반으로 보존자들에게 예산을 분배하고 있다. 즉 대만은 한국과 달리 ‘프로젝트 지원’, ‘선별적 지원’의 지원방식이었다.

## 2) 사회적 지원

대만의 문화부 문화자산국은 무형유산 계승을 촉진하고 대만의 중요전통공연예술 등을 계승하기 위해 국가무형유산 보존자에 한해 건강검진과 장기요양서비스(長期照顧服務)를 제공하고 있다. 연 1회 해당하는 건강검진은 1인당 한화 593,460원<sup>49)</sup>까지 지원되며, 장기요양서비스는 홈케어 및 돌봄 서비스를 포함하는데 이 예산은 지방 관할로 책정된다. 지원방식은 보존자가 선납하고 국가의 승인 후 환급받는 방식이다.<sup>50)</sup> 다음으로 대만은 국가문화유산 보존에 대한 개인 및 단체의 공헌과 보존활동 등을 평가해 포상을 시행하고 있다. 시상 부문은 ▲보존유지(保存維護類) ▲보존공헌(保存貢獻類) ▲보존

46) 臺北市文化局(2021), 無形文化資產補助, Available: <https://culture.gov.taipei/cp.aspx?n=FC14E54D81CCFF3C&s=8D012721EFFF7651>; 臺北市市民服務大平臺(2023), 臺北市府文化局補助無形文化資產保存維護計畫, Available: <https://service.gov.taipei/Case/ApplyWay/201909250001>

47) 4,710,000元.

48) 가자희의 보존자 왕런신과 천펑페이는 음원 출간 계획으로 480,000元, 포대희의 보존자 천시후양은 전승 및 보급 계획으로 400,000元을 수혜받았다. 臺北市文化局(2023), 112年度補助「臺北市無形文化資產保存維護計畫」申請案審查結果公告, Available: [https://culture.gov.taipei/News\\_Content.aspx?n=4B61DB320C968132&sms=8B449026239B56E3&s=F2132AAED8ED8EA1](https://culture.gov.taipei/News_Content.aspx?n=4B61DB320C968132&sms=8B449026239B56E3&s=F2132AAED8ED8EA1)

49) 14,000元.

50) 「重要傳統表演藝術重要傳統工藝重要口述傳統及重要文化資產保存技術保存者關懷照護補助作業要點」(2023.10.5. 修正).

전승(保存傳承類) ▲특별공헌(特別貢獻)으로 구분되고 전통공연예술 종목은 이 중 보존 전승 부문에 해당된다(제3조). 심사과정은 문화부에서 실시하는 1차 심사(행정검토), 무형유산 관련 분야 학자 및 전문가에 의한 2차 심사(정성평가), 정부 대표와 관련 분야의 학자 및 전문가로 구성된 3차 심사(최종평가)로 장관의 승인을 거친 뒤 최종 결정된다(제7조). 시상식은 3년마다 개최되며(제8조),<sup>51)</sup> 2023년 제6회 시상식에서는 보존전승 부문에 중요전통공예 종목 보존자 스즈웨이(施至輝)가 수상자로 선정되었다.<sup>52)</sup>

이상 2-3장에서 분석한 양국의 주요 차이를 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 한국 · 대만 보유자 지원제도의 구분

구분	한국	대만
근거법령	문화재보호법, 무형문화재 보존 및 진흥에 관한 법률	문화자산보존법
전승자 명칭	보유자(holder)	보존자(preserver)
관할	문화재청	지방
주요 지원금 명칭	전승지원금	보조금
예산 규모	10,214,400,000원 *해당 예산은 2023년 문화재청 예산 중 '무형문화재 보호·육성'으로 편성된 '전수교육지원금' 예산으로, 여기에는 소수의 전수장학생 전승지원금, 전승교육사, 보유단체 전승지원금 등이 포괄돼 있음.	약 211,950,000원 (新臺幣元: 5,000,000元) *해당 예산은 대만 22개 지방 중 타이베이시를 일례로, 2023년 '타이베이시 무형문화자산 보존자 및 보존단체의 보존, 연구, 홍보 등의 계획 보조' 예산임. 타이베이 관할의 국가무형유산 보존자 3명과 이외 지방유산 보존자들이 2023년 지원 대상으로 선정된 바 있음.
경제적 지원방식	매월 신청·심의를 수반하지 않는 획일적 지원=보편적 지원(인적 지원)	매년 신청·심의를 수반하는 일시적 지원=각 프로젝트를 평가하는 선별적 지원(프로젝트 지원)
주요 사회적 지원	- 상위법 내 '예우'에 대한 근거법령 마련 - 일정 기준에 따라 의료수급권 자격 부여 - 국립국악학교 등 산학겸임교사 자격 부여 - 학점 인정 - 문화재청 소속 궁·능원 관람료 면제 등	- 의료 혜택 - 국가문화자산보존상 수여 등

51) 「國家文化資產保存獎設置要點」(2016.2.19. 修正).

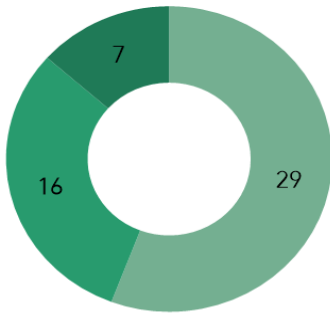
52) 文化部(2023), 第六屆「國家文化資產保存獎」頒獎典禮文化部長史哲: AI當道時代文化資產是最真實、真切的存在, Available: [https://www.moc.gov.tw/News\\_Content2.aspx?n=105&s=182516](https://www.moc.gov.tw/News_Content2.aspx?n=105&s=182516)



#### IV. 한국 · 대만의 전통공연예술 종목 및 보유자 규모의 비교

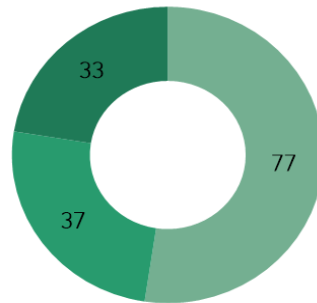
2024년 2월 6일 현재 한국의 국가무형유산 중 전통공연예술 종목의 분야별 규모와 주요 전승자 규모는 [그림 1 및 [그림 2]와 같다.<sup>53)</sup>

[그림 1] 한국 전통공연예술 종목의 분야별 규모 (단위: 개)



■ 음악 ■ 연희 ■ 춤

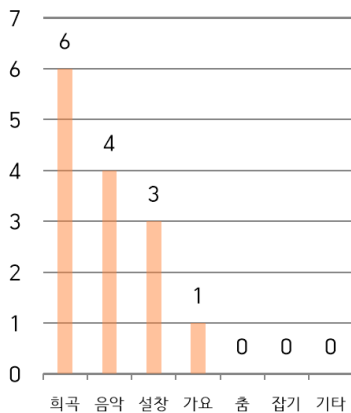
[그림 2] 한국 주요 전승자 규모 (단위: 명(개))



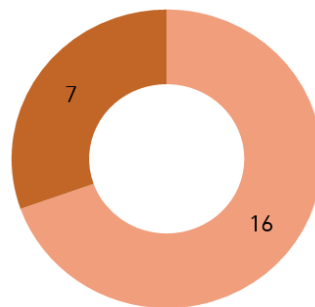
■ 보유자 ■ 보유단체 ■ 명예보유자

2024년 2월 6일 현재 대만의 국가무형유산 중 전통공연예술 종목의 분야별 규모와 주요 전승자 규모는 [그림 3] 및 [그림 4]와 같다.

[그림 3] 대만 전통공연예술 종목의 분야별 규모 (단위: 개)



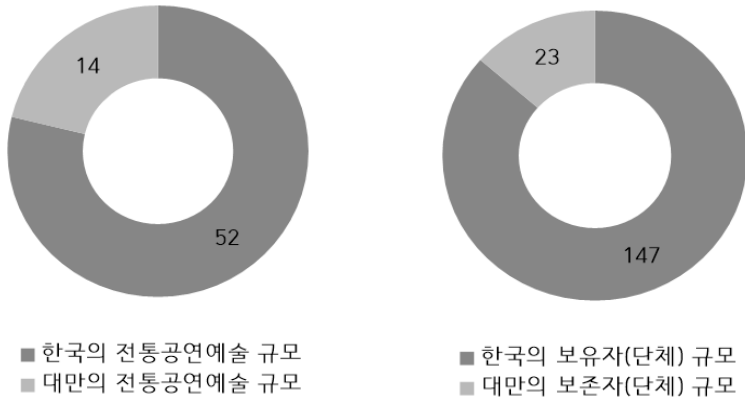
[그림 4] 대만 주요 전승자 규모 (단위: 명(개))



■ 보존자 ■ 보존단체

53) 이 장에서 수치화한 한국과 대만의 자료는 <부록 1>과 <부록 2>를 참고하라.

[그림 5] 한국·대만의 전통공연예술 종목 및 보유자(단체) 규모의 차이



[그림 5]를 참고하면, 대만의 전통공연예술 종목 규모는 한국과 비교했을 때 약 27%에 못 미치고, 보존자(단체) 수는 16%에 못 미치는 수준이다. 물론 대만의 「문화자산보존법」 제정 자체가 한국보다 20년 늦기 때문에 양국의 규모는 차이가 있을 수 있다. 그러나 실질적인 이유는 대만이 운영하는 이원적 시스템 때문이다. 상술했다시피 대만의 경우 중앙/지방의 분권화된 무형유산 관리체계에 따라 지방에서 무형유산과 보존자를 등록 및 관리하는 것을 원칙으로 하고 있다. 따라서 위 보존자들은 중앙과 지방에 중복 인정되어 있으며, 지방에서 무형유산 보조를 받는다. 국가무형유산(중요전통공연예술) 외, 대만 지방 정부에 등록된 전통공연예술 종목 및 보존자 개략은 <표 3>과 같다.

<표 3> 대만의 지방무형유산 중 전통공연예술 종목 및 보존자 현황(2024.2.6. 기준)

연번	관할	지정종목 수	보존자 수(a)	보존단체 수(b)	계(a+b)
1	타이베이시(臺北市)	7	12	4	16
2	지룽시(基隆市)	4	0	3	3
3	신베이시(新北市)	9	10	5	15
4	이란현(宜蘭縣)	6	3	4	7
5	타오위안시(桃園市)	7	2	1	3
6	신주시(新竹市)	1	0	1	1
7	신주현(新竹縣)	8	3	9	12

<표 계속>

연번	관할	지정종목 수	보존자 수(a)	보존단체 수(b)	계(a+b)
8	마오리현(苗栗縣)	8	11	3	14
9	타이중시(臺中市)	6	3	3	6
10	장화현(彰化縣)	5	2	10	12
11	난터우현(南投縣)	2	0	2	2
12	원린현(雲林縣)	6	5	2	7
13	자이시(嘉義市)	5	0	4	4
14	자이현(嘉義縣)	1	0	1	1
15	타이난시(臺南市)	16	2	30	32
16	가오슝시(高雄市)	11	5	10	15
17	핑둥현(屏東縣)	7	9	3	12
18	펑후현(澎湖縣)	1	1	0	1
19	타이둥현(臺東縣)	3	1	17	18
20	화롄현(花蓮縣)	1	0	1	1
21	진먼현(金門縣)	1	0	1	1
22	롄강현(連江縣)	0	0	0	0

지방별 총 115종목 지정 / 보존자 69명 / 보존단체 114개

자료 : 文化部文化資產局(접속일: 2024.2.6.), Available: <https://nchdb.boch.gov.tw/>

## V. 결론

이 글은 한국과 대만의 국가무형유산 중 전통공연예술 종목 보유자에 대한 양국의 지원제도를 비교하였다. 먼저 한국은 「문화재보호법」과 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」을 통해 무형유산을 보존 및 전승하고 있고, 대만은 「文化資產保存法」을 기반으로 무형유산을 보존 및 전승하고 있다. 대만의 초기 제도는 무형유산 보호에 대한 실효성이 부족했으나, 2005년 6차 개정 및 2016년 8차 개정을 통해 비로소 무형유산을 정의하고, 보존자 제도를 도입하며, 중앙과 지방의 분권화를 통해 지방 등록제로 제도를 운영하고 있다. -단 중앙에서 평가를 통해 국가무형유산(중요전통공연예술) 및 보존자로 추가(중복) 인정할 수 있다.- 다음으로 양국은 주요 전승자에 대한 기본적 용어 규정에 있어 차이를 보였다. 한국의 ‘보유자(holder)’는 영문 어원 및 용례에 따라 경제적 관념을 연상케 하고, 대만의 ‘보존자(preserver)’는 특정 상황에 대한 ‘수호자’를 연상케

하며 용례 상 경제적 관념과는 다소 괴리가 있었다. 따라서 한국의 보유자와 대만의 보존자는 무형유산에 있어 주요 전승자라는 맥락은 같지만, 그 용어의 차이처럼 두 집단의 행동양식에도 차이가 있을 것이라 예상하였다. 한국의 보유자를 지원하는 대표적인 경제적 지원은 중앙에서 지원하는 ‘전승지원금’인데, 이는 별도의 신청이나 승인 과정 없이 매월 25일 보유자 개인 계좌로 정액 지급되는 방식이다. 대만의 보존자를 지원하는 대표적인 경제적 지원은 주관 기관인 지방에서 지원하는 ‘보조금’인데, 각 지방의 보존자들은 관할 지방에 연간 단위로 보조금을 신청하고, 소정의 절차를 거쳐 연간 보조 대상으로 선별될 수 있다. 즉, 한국의 경우는 중앙 기관으로부터 별도의 신청 과정 없이, 한 번 보유자가 되고 나면 확실적인 금액을 정액으로 영구히 지급받는 것에 비해, 대만은 매년 소정의 신청-심의 단계를 거쳐 선발되어야 하는 절차라 양국의 보유자 지원 방식은 크게 대별되었다. 즉, 한국은 일정한 절차를 생략하고 ‘인적 지원’, ‘보편적 지원’으로 예산을 집행하는 반면, 대만은 매년 제출된 프로젝트의 내용을 기반으로 보존자들에게 예산을 분배하고 있어 ‘프로젝트 지원’, ‘선별적 지원’ 방식을 가지고 있었다. 또 한국의 보유자를 지원하는 대표적인 사회적 지원은 제도화된 ‘인간문화재에 대한 예우’와 산학점임교사 자격 부여, 대학 학점 인정 등이 있었고, 대만은 의료혜택 및 국가문화자산 보존상 수여 등이 있었다.

필자는 이 연구의 시사점으로 두 가지를 제시한다. 첫째, 무형유산에 대한 학문적 논의가 부족한 환경에서 무형유산 세계화 시대에 대응하기 위해서는 각국의 다양한 제도를 논의하고 연구할 필요가 있다. 이 글은 학문적 차원에서 무형유산 연구 확대에 기여할 수 있다. 둘째는 실무적 차원의 시사점이다. 이는 제2장 3절에서 설명한 보유자 용어의 근원적 모순과 관련된다. 이장열의 지적처럼 보유자가 보유한 것은 보유자 개인의 것이 아닌 민중으로부터 파생된 역사와 문화에 지나지 않으며 이는 국가무형유산이라는 점에서 지극히 공적이어야 한다. 근원적으로 ‘보유’라는 용어는 비보유자와 보유자 간 배타적 관계를 성립시키고 또 우월적 지위를 공고히 한다는 점에서 경계될 필요가 있다. 이는 대만의 주요 전승자가 ‘보존자’로 호명되었다는 점에서 두 부류의 차이는 극명해진다. 예컨대 별도의 신청이나 승인 과정 없이 영구적으로 매월 경제적 지원을 받는 한국의 보유자와 매년 프로젝트를 만들어 신청과 심사단계에 접속해야 하는 대만 보존자의 경제적 지원은 그 성격 면에서 차이가 있다. 이밖에도 무형유산을 창조적으로 계승하기 위해 매년 프로젝트를 고안해야 하는 대만 방식은 가치 창출을 위해서도, 공급의

분배 면에서도 더욱 적합한 방식으로 보인다. 물론 대만이 선진적인 무형유산 제도를 시행하고 있다고 단언할 수는 없다. 그러나 중앙과 지방의 분권화를 통해 향토색을 가진 무형유산을 지방에서 전승하도록 유인하고, 지방예술 지평 확대에 기여하고 있다는 사실은 지나치게 중앙집권화된 한국 제도에 일면 더 나은 방향성을 제공해줄 수 있다. 무형유산 전승 지원에 있어서도 심사과정을 통해 공적 예산을 분배하는 대만 시스템 또한 참고할 만한 가치가 있다. 한국의 보유자 문제는 지속적으로 제기되어 왔고, 이는 어떤 방식으로든 개선할 필요가 있기 때문이다. 지금 우리 제도는 보유자의 문화권력화 문제나 이에 따른 단선적 전승과 문화다양성의 소멸 우려가 동시에 제기되는 상황이다. 어쩌면 필자가 제기한 holder라는 용어의 모순이 일부 보유자가 무형유산을 사유화하도록 부추긴 꼴일 수도 있다. 무형유산을 ‘보유’하느냐, ‘보존’하느냐는 천양지차의 문제이다. 공동의 무형유산을 강조하는 유네스코와 2022년 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」 개정을 통해 ‘전승공동체’를 도입한 한국에서는 보유자와 비보유자라는 모호한 ‘보유’ 문제 및 지원 분배과정의 공정성과 모든 전승환경의 질적 개선을 강구하여야만 진정한 전승공동체 환경을 만들 수 있을 것이다. 이러한 차원에서 대만 제도의 지방 분권화와 프로젝트성 지원방식은 실무적 차원의 개선을 위한 자료로써 시사점을 제공할 수 있다○.

## [참고문헌]

- 감사원(2015), 「특정감사 감사결과보고서 -무형문화재 전승활동 지원 실태-」, 서울: 감사원.
- 국가문화유산포털 <https://www.heritage.go.kr/main/?v=1702804186421>
- 국가법령정보센터 <https://www.law.go.kr/>
- 국립무형유산원(2023), 「2023 국가무형문화재 전승지원 사업안내」, 전주: 국립무형유산원.
- 국립문화재연구소(2012), 「국의 무형문화유산 보호제도 연구: 필리핀 · 몽골」, 대전: 국립문화재연구소.
- 김용철(2020), 1962년 제정 「문화재보호법」과 일본의 문화재 보호 법령, 「미술사학연구」, 제308호, 207-231.
- 란선(2019), 한 · 중 무형문화유산 보유자 인정제도 소고, 「영남춤학회지」, 제7권 2호, 57-82.
- 린첵웨이(2022), 민속문화재는 누구의 것인가? -지정제도에서 등록제도로의 이행에 대해-, 「실천민속학연구」, 제39호, 73-102.
- 문화재청 <https://www.cha.go.kr/main.html>
- 문화재청(2021-2023), 「2021-2023년 국가무형문화재 전승지원금 운용 계획」, 대전: 문화재청.
- 문화재청(2022), 「2022 문화재연감」, 대전: 문화재청.
- 문화재청(2023), 「2023년도 예산 및 기금운용계획 각목명세서」, 대전, 문화재청.
- 문화재청 · 한국전통문화대학교(2012), 「2011 경제발전경험모듈화사업: 한국의 문화재보호제도: 문화재수리 · 전수교육 · 보호활동」, 대전: 문화재청 · 한국전통문화대학교.
- 박계리(2022), 남한 무형문화유산과 북한 비물질문화유산의 개념과 제도의 정책 변화 분석, 「문화정책논총」, 제36집 3호, 103-129.
- 박대남(2010), 중화민국 무형문화유산 보호제도, 국립문화재연구소(편), 「국의 무형문화유산 보호 제도 연구」(167-255), 대전: 국립문화재연구소.
- 박영석(1996. 8. 14), 무형문화재 선정 受賂교수 구속, 「조선일보」.

- 송준(2009), 「韓國 無形文化財政策의 現況과 發展方案」, 고려대학교 대학원 박사학위 논문.
- 신형준(1996a. 7. 12), 人間문화재 지정 “돈 거래”, 「조선일보」.
- 신형준(1996b. 7. 21), 무형문화재 전수교육방식 개선방침, 「조선일보」.
- 신형준(1999. 1. 14), 인간문화재 전수에도 ‘고액과외’, 「조선일보」.
- 이명진(2012), 한·일 전통 공연예술의 유파 전승과 무형문화재 제도 비교연구-교겐과 판소리를 중심으로-, 「비교민속학」, 제49집, 195-234.
- 이장열(2005), 「한국 무형문화재 정책 -역사와 진로-」, 서울: 관동출판.
- 임장혁(2008), 아시아 각국의 무형문화유산 정책, 「비교민속학」, 제37집, 461-506.
- 임재해(2007), 무형문화재의 가치 재인식과 창조적 계승, 「한국민속학」, 제45집, 237-285.
- 정수진(2008), 「무형문화재의 탄생」, 서울: 역사비평사.
- 정수진(2012), ‘무형문화재’의 향방: 한일 양국의 제도 비교로부터, 「동아연구」, 제31권 1호, 265-296.
- 황자호 · 김명상 · 황경수(2022), 한국과 중국의 무형문화재 제도 비교 연구: 무형문화재법 및 전승제도를 중심으로, 「인문사회 21」, 제13권 3호, 965-978.
- 「국가무형유산 전승지원금 지급·운영에 관한 규정」.
- 「국가유산기본법」.
- 「국립 국악·전통예술학교 설치령」.
- 「궁·능 관람 등에 관한 규정」.
- 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률」.
- 「무형문화재 보전 및 진흥에 관한 법률 시행령」.
- 「문화재보호법」.
- 「부산광역시 무형문화재의 보유자 등 예우 및 지원에 관한 조례」.
- 「울산광역시 지정무형문화재 보유자 예우 및 지원 조례」.
- 「의료급여법」.
- 「학점인정 등에 관한 법률」.
- 「학점인정 등에 관한 법률 시행령」.
- 文化部(2017), 2017年臺灣傳統表演藝術生態觀察與分析計畫. 新北: 文化部.

文化部(2022), 2022文化統計. 新北: 文化部.

文化部 <https://www.moc.gov.tw/Default.aspx>

文化部文化資產局 <https://nchdb.boch.gov.tw/>

文化部文化統計 <https://stat.moc.gov.tw/Default.aspx>

法務部全國法規資料庫 <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?pcode=H0170001>

臺北市文化局(2023), 「臺北市文化局112年補助無形文資審查結果一覽表」. 臺北: 臺北市文化局.

臺北市文化局(2023), 「臺北市文化局歲出計畫說明提要與各項費用明細表」. 臺北: 臺北市文化局.

臺北市文化局 <https://culture.gov.taipei/Default.aspx>

臺北市市民服務大平臺 <https://service.gov.taipei/>

臺北市預算查詢服務平臺 <https://dbas-tbs.gov.taipei/Budget>

「文化資產保存法」.

「文化資產獎勵補助辦法」.

「傳統表演藝術登錄認定及廢止審查辦法」.

「重要傳統表演藝術重要傳統工藝重要口述傳統及重要文化資產保存技術保存者關懷照護補助作業要點」.

Bourdieu, Pierre(1979), *La Distinction*, 최종철 역(2006), 「구별짓기 上」, 서울: 새물결.

Bourdieu, Pierre(1991), *Langage et Pouvoir Symbolique*, 김현경 역(2020), 「언어와 상징권력」, 경기: 나남출판.

Online Etymology Dictionary <https://www.etymonline.com/>

Oxford Learner's Dictionaries <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

UNESCO, 「무형문화유산 보호를 위한 협약」.

UNESCO ICH <https://ich.unesco.org/en/home>



## 〈부록 1〉 한국의 국가무형유산 중 전통공연예술 종목 현황(2024.2.6. 기준)

연번	분류	무형유산 명칭	지정일	형식	보유자(단체)	계
1	음악	종묘제례악	1964.12.7.	단체	보존회, 이상룡(명예), 조운조(명예), 최충웅(명예)	단체:1 명예:3
2	연희	양주별산대놀이	1964.12.7.	혼합	보존회, 김순희	단체:1 개인:1
3	연희	남사당놀이	1964.12.7.	단체	보존회	단체:1
4	음악	판소리	1964.12.28.	개인	김수연, 김영자, 김일구, 김청만, 박시양, 송순섭, 신영희, 안숙선, 윤진철, 이난초, 정순임, 정희석, 강정자(명예)	개인:12 명예:1
5	연희	통영오광대	1964.12.28.	혼합	보존회, 김홍중, 구영옥(명예), 김옥연(명예)	단체:1 개인:1 명예:2
6	연희	고성오광대	1964.12.28.	혼합	보존회, 이윤석, 이호원(명예)	단체:1 개인:1 명예:1
7	음악	강강술래	1966.2.15.	혼합	보존회, 김종심, 박용순, 박종숙, 차영순, 김국자(명예), 김복자(명예), 박부덕(명예), 정순엽(명예)	단체:1 개인:4 명예:4
8	음악	진주삼천포농악	1966.6.29.	혼합	보존회, 김선옥	단체:1 개인:1
9	음악	평택농악	1985.12.1	혼합	보존회, 김용래	단체:1 개인:1
10	음악	이리농악	1985.12.1	단체	보존회	단체:1
11	음악	강릉농악	1985.12.1	혼합	보존회, 경희철, 차주택(명예)	단체:1 개인:1 명예:1
12	음악	임실필봉농악	1988.8.1.	혼합	보존회, 양진성	단체:1 개인:1
13	음악	구례잔수농악	2010.10.21.	단체	보존회	단체:1
14	음악	김천금릉빛내농악	2019.9.2.	단체	보존회	단체:1
15	음악	남원농악	2019.9.2.	단체	보존회	단체:1
16	춤	진주검무	1967.1.16.	혼합	보존회, 김태연, 유영희, 조순애(명예)	단체:1 개인:2 명예:1
17	연희	북청사자놀음	1967.3.31.	단체	보존회	단체:1
18	음악	거문고산조	1967.6.17.	개인	김영재, 이재화	개인:2
19	연희	봉산탈춤	1967.6.17.	혼합	보존회, 김애선	단체:1 개인:1
20	연희	동래야류	1967.12.21.	단체	보존회, 백정강(명예), 이도근(명예), 이순규(명예), 정영배(명예)	단체:1 명예:4

〈표 계속〉

연번	분류	무형유산 명칭	지정일	형식	보유자(단체)	계
21	음악	선소리산타령	1968.4.19.	단체	보존회	단체:1
22	음악	대금정악	1968.12.23.	개인	조창훈	개인:1
23	춤	승전무	1968.12.23.	혼합	보존회, 엄옥자, 한정자	단체:1 개인:2
24	음악	가야금산조 및 병창	1968.12.23.	개인	강정숙, 강정열, 문재숙, 양승희, 이영희, 원한기(명예)	개인:5 명예:1
25	춤	승무	1969.7.4.	개인	채상묵	개인:1
26	음악	서도소리	1969.9.27.	개인	김경배, 김광숙, 이춘목	개인:3
27	음악	가곡	1969.11.11.	개인	김경배, 김영기, 이동규, 조순자	개인:4
28	연희	강령탈춤	1970.7.22.	혼합	보존회, 김정순, 송용태	단체:1 개인:2
29	춤	처용무	1971.1.8.	혼합	보존회, 김중섭, 김용(명예)	단체:1 개인:1 명예:1
30	춤	학연화대합설무	1971.1.8.	혼합	보존회, 이흥구	단체:1 개인:1
31	음악	가사	1971.1.8.	개인	이준아, 김호성(명예), 황규남(명예)	개인:1 명예:2
32	연희	수영야류	1971.2.24.	혼합	보존회, 김성율	단체:1 개인:1
33	음악	대금산조	1971.3.16.	개인	이생강	개인:1
34	음악	피리정악 및 대취타	1971.6.10.	혼합	보존회, 경재국, 사재성(명예)	단체:1 개인:1 명예:1
35	연희	송파산대놀이	1973.11.5.	혼합	보존회, 함완식, 이병옥(명예)	단체:1 개인:1 명예:1
36	음악	남도들노래	1973.11.5.	혼합	보존회, 박동매, 이영자, 박종단(명예)	단체:1 개인:2 명예:1
37	음악	경기민요	1975.7.12.	개인	김혜란, 이춘희, 이호연	개인:3
38	연희	줄타기	1976.6.16.	개인	김대균	개인:1
39	연희	은율탈춤	1978.2.23.	혼합	보존회, 박일홍, 차부희	단체:1 개인:2
40	음악	좌수영어방놀이	1978.5.9.	혼합	보존회, 김태룡, 김정태(명예)	단체:1 개인:1 명예:1
41	연희	하회별신굿탈놀이	1980.11.17.	혼합	보존회, 김춘택, 이상호, 임형규	단체:1 개인:3

〈표 계속〉

연번	분류	무형유산 명칭	지정일	형식	보유자(단체)	계
42	연희	가산오광대	1980.11.17.	혼합	보존회, 한우성, 박상래(명예), 방영주(명예), 방학래(명예)	단체:1 개인:1 명예:3
43	연희	발탈	1983.6.1.	개인	박정임, 조영숙	개인:2
44	연희	진도다시래기	1985.2.1.	단체	보존회, 김애선(명예)	단체:1 명예:1
45	음악	구례향제줄풍류	1985.9.1.	혼합	보존회, 이철호, 신상철(명예), 장명화(명예)	단체:1 개인:1 명예:2
46	음악	이리향제줄풍류	1985.9.1.	단체	보존회	단체:1
47	음악	고성농요	1985.12.1.	단체	보존회, 김석명(명예)	단체:1 명예:1
48	음악	예천통명농요	1985.12.1.	혼합	보존회, 안용충, 이상휴	단체:1 개인:2
49	춤	태평무	1988.12.1.	개인	박재희, 양성옥, 이명자	개인:3
50	음악	제주민요	1989.12.1.	단체	보존회	단체:1
51	춤	살풀이춤	1990.10.10.	개인	김운선, 양길순, 정명숙, 김정녀(명예)	개인:3 명예:1
52	음악	아리랑	2015.9.22.	-	-	-

총 52개 종목 / 보유자 77명 / 보유단체 37개 / 명예보유자 33명

자료 : 문화재청(2022: 846-856).

a) 이밖에 해당 자료에 기록되지 않은 최신 현황은 다음 홈페이지를 참고하며 재구성하였다.

국가문화유산포털(접속일: 2024.2.6.), Available: <https://www.heritage.go.kr/main/?v=1702804186421>

<부록 2> 대만의 국가무형유산 중 중요전통공연예술 종목 현황(2024.2.6. 기준)

연번	분류	무형유산 명칭	지정일	형식	보유자(단체)	관할	계
1	가요	타이둥현 아미족 가요 (臺東縣阿美族馬蘭複音歌謠, 대만 원주민 아미족의 전통음악)	2021.4.16.	단체	추인문화예술단 (杵音文化藝術團)	타이둥현 (臺東縣)	단체:1
2	설창	만주민요(滿州民謠)	2012.9.3.	개인	장르웨이 (張日貴)	핑둥현 (屏東縣)	개인:1
3	설창	형춘민요(恆春民謠)	2020.11.20.	개인	천잉(陳英)	핑둥현 (屏東縣)	개인:1
4	음악	파이완족 구비적(排灣族口鼻笛, 대만 원주민 파이완족의 코와 입으로 부는 전통 피리 연주)	2011.8.25.	개인	시에셰이닝 (謝水能)	핑둥현 (屏東縣)	개인:1
5	음악	포농족 음악(布農族音樂, 대만 원주민 포농족의 전통음악)	2010.6.18.	단체	난터우현 신이향 포농문화협회 (南投縣信義鄉布農文化 協會)	난터우현 (南投縣)	단체:1
6	회곡	난탄희(亂彈戲, 전통음악극)	2014.9.9.	개인	판위자오 (潘玉嬌)	타이중시 (臺中市)	개인:3
			2020.11.20.		왕칭팡(王慶芳)	마오리현 (苗栗縣)	
			2020.11.20.		펑시우징 (彭繡靜)	마오리현 (苗栗縣)	
7	회곡	남관희곡(南管戲曲, 전통음악극)	2010.6.18.	개인	린우쑤시아 (林吳素霞)	타이중시 (臺中市)	개인:1
8	음악	객가팔음(客家八音, 대만 객가인(하카, Hakka)의 전통음악)	2020.6.18.	혼합	마오리 천지아판 북관팔음단 (苗栗陳家班北管八音團, 단체)	마오리현 (苗栗縣)	단체:2 개인:1
			2016.5.4.		메이농 객가팔음단 (美濃客家八音團, 단체)	가오슝시 (高雄市)	
			2021.12.17.		정통싱 (鄭榮興, 개인)	마오리현 (苗栗縣)	
9	설창	태아족(Atayal) 민요(泰雅史詩吟唱, 대만 원주민 태아족의 전통민요)	2012.9.3.	개인	린밍푸(林明福)	타오위안시 (桃園市)	개인:1
10	회곡	북관희곡(北管戲曲, 전통음악극)	2009.2.17.	단체	한양북관극단 (漢陽北管劇團)	이란현 (宜蘭縣)	단체:1
11	회곡	이란현의 가자희(宜蘭本地歌仔, 전통음악극)	2012.9.3.	단체	강상신양악단 (壯三新涼樂團)	이란현 (宜蘭縣)	단체:1

<표 계속>

연번	분류	무형유산 명칭	지정일	형식	보유자(단체)	관할	계
12	음악	북관음악(北管音樂, 전통음악)	2009.2.17.	혼합	이춘원 북관악단 (梨春園北管樂團, 단체)	장화현 (彰化縣)	단체:1 개인:1
			2014.9.9.		치우후어롱 (邱火榮, 개인)	신베이시 (新北市)	
13	희곡	가자희(歌仔戲, 전통음악극)	2009.2.17.	개인	라오치옹즈 (廖瓊枝)	신베이시 (新北市)	개인:3
			2020.1.3.		왕런신(王仁心)	타이베이시 (臺北市)	
			2020.1.3.		천펑궈이 (陳鳳桂)	타이베이시 (臺北市)	
14	희곡	포대희(布袋戲, 전통인형극)	2009.2.17.	개인	천시후앙 (陳錫煌)	타이베이시 (臺北市)	개인:3
			2011.8.25.		후앙전시웅 (黃俊雄)	원린현 (雲林縣)	
			2021.12.17.		지앙츠메이 (江賜美)	신베이시 (新北市)	

총 14개 종목 / 보존자 16명 / 보존단체 7개

자료 : 文化部文化資產局(접속일: 2024.2.6.), Available: <https://nchdb.boch.gov.tw/>

[Abstract]

## Comparative Study of National Intangible Heritage System in Republic of Korea and Taiwan: Focusing on Support Plan for Holder of Traditional Performing Arts

Jeong, Daeun

This study conducts a literature review to analyze the support plan for holders of traditional performing arts designated as national intangible heritage in both the Republic of Korea and Taiwan. Korea and Taiwan preserve and transmit national intangible heritage based on the Cultural Heritage Protection Act and Cultural Heritage Preservation Act. However, a key difference between Taiwan and Korea is that Taiwan places priority on the registration of intangible heritage at the local government level. This means that the decentralization of intangible heritage management has been implemented. Also, while Korea uses the name “holder,” Taiwan uses the name “preserver” to designate the main transmitter of traditional performing arts of national intangible heritage. As a result of analyzing etymology and examples of two words, while “holder” is associated with economic notions, “preserver” is associated as “guardian” rather than economic notions. Just as there are differences in the fundamental approaches, there's also a notable contrast in the scale of support provided by the two countries. Korea subsidizes holders uniformly and permanently based on a monthly payment system, whereas Taiwan subsidizes preservers based on the content of projects submitted annually. Korea is characterized by “human support” and “universal support,” whereas Taiwan is characterized by “project support (process support)” and “selective support.” This study contributes academically to the discussion of diverse intangible heritage systems globally in response to

the era of intangible heritage globalization. Additionally, it emphasizes the potential of the Taiwanese system as an alternative for addressing Korea's limitations and provides insights for consideration.

**[Keywords]** national intangible heritage, intangible heritage of Taiwan, decentralization system, holder, preserver





## 노동 관점으로 바라보는 수용자의 디지털 광고 경험에 관한 고찰: 저평가 노동(Underestimated Labor) 개념 제시를 중심으로

유정아

### [국문초록]

본 연구는 인지자본주의에서 논의되는 비물질 노동 개념을 수용자의 디지털 광고 경험에 적용하였다. 플랫폼 기업이 디지털 광고 경험이라는 수용자의 비물질 노동을 활용해 이윤을 창출한다는 측면을 고려할 때 수용자의 비물질 노동에 대한 가치가 제대로 평가받고 있는지, 적절한 보상이 제공되고 있는지에 대한 고찰이 필요하다. 본 연구는 수용자의 디지털 광고 경험을 무임금 노동으로 바라볼 수 있는지와 관련된 세 가지 관점에 대해 논의하며, 무임금 노동 개념이 지닌 한계를 지적한다. 이후 무임금 노동의 대안으로 '저평가 노동(underestimated labor)'이라는 새로운 개념을 제시한다. 더 나아가 실증적 데이터를 바탕으로 수용자가 인지된 노동성, 인지된 강제성, 인지된 저보상이라는 세 가지 하위 요인을 통해 디지털 광고 경험을 비물질 노동으로 인식하고 있다는 것을 밝혔다. 마지막으로 앞선 논의를 종합하여 플랫폼이 수용자의 비물질 노동을 올바르게 평가하고 지속 가능한 성장을 이룩할 수 있는 방향성을 제시한다.

[주제어] 인지자본주의, 비물질 노동, 디지털 광고, 무임금 노동, 저평가 노동

투고일: 2024. 2. 14 심사일: 2024. 2. 28. 게재 확정일: 2024. 3. 27.

<https://doi.org/10.16937/jcp.2024.38.1.65>

유정아\_연세대학교 언론홍보영상학과 박사수료/주저자(jeongah0120@naver.com)

## I. 서론

플랫폼 기업의 성장과 함께 광고의 영향력도 커지고 있다. 기업은 다양한 플랫폼에서 CSR, CRM, 브랜드 액티비즘 같은 캠페인을 통해 대중에게 사회적 가치를 전달하는 한편, 수용자는 광고를 콘텐츠로 받아들이며 이를 능동적으로 공유 및 제작하는 문화적 활동을 하기도 한다. 이와 같은 광고의 영향력 확대는 플랫폼 기업의 등장으로 가속화될 수 있었다. 플랫폼 기업은 수용자의 참여를 통해 발전함과 동시에 수용자의 능동성을 확대시키는 데 큰 일조를 했고(이호영 · 서우석, 2010), 이를 통해 그동안 기업의 전유물로 여겨지던 광고는 소비자가 접근할 수 있는 영역으로 확대될 수 있었다(이광수, 2004). 즉, 플랫폼 기업과 수용자 그리고 광고 산업은 한쪽에서 일방적으로 혜택을 주는 관계가 아니라 서로에게 필요한 부분을 교환하며 성장해 나가는 유기적 결합 관계인 것이다.

그렇다면, 플랫폼 기업이 수용자와 광고 산업을 통해 다양한 가치를 교환하며 급속도로 성장할 수 있던 배경은 무엇이었을까? 그 배경 중 하나는 플랫폼 기업이 현대 사회에서 높은 경제적 가치를 지니는 생산물을 정확하게 포착하고, 이를 주요 비즈니스 모델로 삼았기 때문이다. 정보사회, 지식사회 등의 개념은 전통 산업 사회와 구분되는 현대 사회의 특성을 잘 반영하고 있다. 이들은 공통적으로 현대 사회의 핵심 잉여 가치 생산물이 구체적인 물질에서 추상적인 비물질로 전환되었다는 것에 주목한다. 여기서 비물질은 하트와 네그리(Hardt & Negri, 2004)가 이야기하는 지식, 정보, 소통, 네트워크, 정동적(affective) 반응 등으로 정의할 수 있다. 비물질이 높은 경제적 가치를 창출해 내는 사회로 변화됨에 따라, 플랫폼 기업은 비물질 생산물을 통해 이윤을 창출하는 비즈니스 모델을 채택하며 빠르게 성장했고, 현대 자본주의에 압도적인 영향력을 행사하는 위치로 부상했다. 주목할 만한 점은 플랫폼 기업의 비물질 생산물은 수용자의 노동 없이 생산되기 어려운 상황이며, 플랫폼에서 수용자의 비물질 노동이 경제적 가치로 전환되는 과정에서 디지털 광고가 중요한 역할을 차지하고 있다는 점이다. 플랫폼 기업은 수용자의 광고 시청, 클릭, 개인정보 제공 등의 행위를 바탕으로 디지털 광고를 더욱 고도화시키고, 광고주에게 디지털 광고 상품을 판매하여 이윤을 창출하고 있기 때문이다.

플랫폼 기업이 수용자의 비물질 노동 없이는 독립적으로 생존하기 어려운 상황에

서, 이들이 수용자가 투입하는 비물질 노동에 대한 가치를 올바르게 평가하고 적절하게 보상하는가에 대해서는 논의가 필요한 시점이다. 수용자의 일상과 밀접하게 연결된 플랫폼 서비스의 특성으로 인해 수용자는 자신이 비물질 노동에 참여하고 있다는 것을 쉽게 지각할 수 없는데, 이는 수용자의 일상이 플랫폼 기업의 이윤 창출에 활용될 수 있다는 위험성을 내포하고 있다(Negri, 1989). 또한, 디지털 광고 환경에서 수용자의 비물질 노동이 플랫폼 기업의 경제적 가치를 창출하는 상품으로 전환되는 과정은 수용자가 명확한 보상 없이 이윤 창출에 기여하는 무임금 노동(*free labor*) 논의와 연결될 수 있다(김영옥, 2021). 테라노바(Terranova, 2000)는 디지털 환경에서 행해지는 수용자의 노동을 ‘프리(*free*)’라는 특성으로 설명하는데 이는 이중적인 의미로 해석될 수 있다. 이 노동은 수용자의 자발적인 의지와 선택으로 행해지지만 이에 대한 대가가 부재할 뿐 아니라 해당 노동력이 경제적인 가치를 창출한다는 측면에서 무임금 노동으로 여겨질 수 있다는 것이다(김예란, 2015). 하지만, 디지털 환경 안에서 나타나는 수용자의 노동이 정말 수용자의 ‘자유(*free*)’로운 선택으로 발생하는 노동인지, 그리고 ‘무임금(*free*)’으로 행해지는 노동인지에 관해서는 논란의 여지가 많다.

인지자본주의는 앞서 언급한 비물질 가치를 중심으로 성장하는 현대 자본주의의 특성을 잘 반영하고 있을 뿐 아니라, 비물질적 특성을 지니는 수용자의 인지노동이 생산적 노동으로 전환됨에 따라 인간의 삶 자체가 자본가의 이윤 창출의 도구로 전락할 수 있다는 문제의식까지 포괄적으로 내포하고 있는 개념(배성인, 2016)으로, 앞서 언급했던 플랫폼 기업의 이윤 창출 과정에서 나타나는 수용자의 비물질 노동을 설명하기에 유용한 개념이다.

그리하여, 본 연구에서는 인지자본주의를 바라보는 세 가지 관점(자유 민주주의자 관점, 노동 과정 이론가 관점, 자율주의자 관점)에 대해 논의한 후 이를 디지털 광고 시장에서 나타나는 수용자의 비물질 노동에 적용하고자 한다. 특히, 디지털 광고 시장에서 나타나는 수용자의 비물질 노동이 무임금 노동으로 연결될 수 있는지에 집중하며, 인지자본주의적 관점을 디지털 광고 시장에 적용할 때는 기존 인지자본주의에서 제시된 인지노동 개념보다 세부적인 분류가 필요하다는 점을 제안한다. 그리고 무임금 노동의 한계를 보완할 수 있는 대안적 개념으로 자율주의자 관점을 반영한 저평가 노동을 제시한다. 더 나아가 본 연구에서는 수용자가 실제로 디지털 광고 경험을 노동으로 인식하고 있는지 파악하기 위한 실증적 자료와 함께 이를 측정할 수 있는 측정 도구를 제시한다.

마지막으로는 앞선 논의를 종합하여 수용자의 디지털 광고 경험에 대한 올바른 노동 가치 평가의 방향성을 논하고자 한다.

## II. 수용자의 디지털 광고 경험과 노동 관점

### 1. 인지자본주의와 비물질 노동

라짜라토(Lazzarato, 1996)는 후기자본주의 이후 육체적, 물질적 가치보다 정신, 정동, 지식 등의 비물질적 가치가 높은 생산적 효과를 창출함에 따라 정보화 사회에서 지배적으로 나타나는 노동으로써 비물질 노동 개념을 제시하였다. 이는 다양한 영역에서 적용되어 연구됐는데, 인지자본주의에서 제시하는 인지노동 또한 비물질 노동으로 해석할 수 있다. 인지자본주의를 주창하는 학자들은 인지자본주의가 가장 최신의 자본주의를 포괄적으로 설명할 수 있는 이론 중 하나라고 주장한다(김공회, 2012). 인지자본주의는 산업자본주의와 구분되는 주요 생산물 및 노동 형태만을 논하는 것에서 멈추지 않고 신기술을 기반으로 등장한 새로운 자본인 인지노동을 활용하여 불균형적인 이윤 추구를 할 수 있다는 문제의식까지 내포하고 있기 때문이다(조정환, 2011).

인지자본주의의 핵심은 이윤 창출에 있어 물질 영역보다 비물질 영역이 핵심 역할을 하고 있으며, 이에 따라 노동의 성격까지 변화하고 있다는 것이다. 산업 자본주의에서는 인간의 육체노동을 통해 물질적 상품이 생산되고, 노동 시간과 비노동 시간의 명확한 분리가 가능했다면, 인지자본주의에서는 육체노동보다 인지노동의 형태가 주를 이루어 비물질적 상품을 생산해 내고 있다. 인지노동의 추상적 성격은 명확한 노동 시간의 측정을 어렵게 하며(김공회, 2012), 노동 시간과 비노동 시간의 분리를 어렵게 만들었다. 전통 산업사회에서 노동이 정해진 시간과 공간에서 이루어졌다면 인지자본주의 사회에서 노동은 언제, 어디서나 이루어질 수 있는 형태로 변화했을 뿐 아니라, 이 노동은 노동자의 의지와는 무관하게 가치화되어 자본가의 이윤 창출에 기여하게 되었다. 또한, 인지노동에서는 소비 과정이 곧바로 생산 과정으로 연결될 수 있기 때문에(조정환, 2010), 자본가들은 수용자의 인지노동을 활용해 이윤을 창출하기 용이한 구조라고 할 수 있다.

자본주의 사회에서 기술 발전이 노동과 사회에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 논의

는 꾸준히 이루어져 왔다. 채석진(2016)은 이에 대해 자유 민주주의자의 유토피아적 노동 정보가 이론, 노동 과정 이론가의 디스토피아적 노동 하락이론 그리고 자율주의자의 중립적인 관점, 총 세 가지 시각으로 정리하였다. 이 세 가지 시각은 인지자본주의를 바라보는 관점으로 적용할 수 있다. 자유 민주주의자 이론가는 기술 발전으로 기존 계급 간의 갈등과 투쟁이 사라지고 풍요와 안정이 도래한 사회가 펼쳐질 것이라는 낙관론을 펼친다(Bell, 1973; Drucker, 1957). 벨(Bell, 1973)은 기술 및 정보가 핵심 자본이 되는 현대 사회에서는 기존의 자본가들에 의해 지배되던 자본주의가 막을 내리고, 고도로 훈련된 과학 기술 노동자가 새로운 계급을 구성할 것이라 말한다. 또한, 새로운 계급 등장이 경제 성장을 안정시킬 뿐 아니라 기존 산업 자본주의에 존재했던 계급 간 이데올로기 투쟁이 약화시킬 것이라고 주장한다. 이를 인지자본주의에 적용하면 인지자본주의에서는 지식, 정보, 네트워크 기술 등이 핵심 자본으로 작동하고, 이러한 기술을 잘 다룰 수 있는 계급이 새로운 계급으로 탄생하게 된다(이항우, 2014). 이 계급이 비물질 생산물을 사회에 제공하게 되고, 다른 계급 또한 이 생산물을 향유 할 뿐만 아니라 자신의 의견을 표현할 수 있는 공간을 활용하면서 이전보다 성숙한 민주주의를 달성할 수 있을 것이라 기대할 수 있다(조희정 · 이상돈, 2011).

반면, 노동 과정 이론가들은 이와 반대 주장을 제시한다. 이들은 새로운 기술 발전이 오히려 노동자들의 삶을 파괴할 것이라고 말한다(Braverman, 1974). 기술 발전과 확대로 노동자들이 탈숙련화를 경험하게 되는데, 이로 인해 노동의 질이 저하될 뿐 아니라 노동 환경에서 이루어지는 감시, 차별이 더욱 강화된다는 것이다(Brophy, 2011). 즉, 정보통신 기술이 산업 전반에 적용되면서 인간의 노동력 가치는 점차 저하되고 기술의 보조적인 노동으로 전락하는 위험성을 제시하고 있다. 인지자본주의에서 이윤 창출의 핵심 기술에 능하지 못한 계급은 인지자본주의 사회의 말단에 구성될 위험이 있고, 이러한 계급 간 격차는 플랫폼, 데이터, 정보통신 기술과 같은 새로운 자본 소유를 기준으로 더욱 심화될 수 있다고 주장한다(김영선, 2020; Fuchs, 2011). 또한, 이들은 인지자본주의에서 수용자의 디지털 활동이 그들의 의도와 무관하게 자본가의 이윤 창출에 활용되고 있다는 측면에 주목하여 수용자의 비물질 노동을 무임금 노동으로 연결시키고 있다. 자본가는 이전에 경제적 가치로 주목받지 못했던 수용자의 인지, 감정, 창의 노동 등을 가치화시켜 이윤을 창출하지만, 정작 수용자는 이에 대한 보상을 받지 못하기 때문에, 이를 무임금 노동으로 바라볼 수 있다는 것이다(김영욱, 2021).

이와 같은 전통적인 두 가지 시각은 각각 타당한 근거를 제시하고 있으나, 동시에 큰 약점 또한 지나고 있다. 자유 민주주의 이론가들의 주장은 기술과 정보의 중요성이 증가한 인지자본주의 사회에서 기술과 정보가 특정 계급에 의해 장악될 수 있으며, 이로 인해 계급 간 나타나는 양극화 현상이 산업 사회와 다르지 않을 수 있다는 위험성을 지나치게 축소시키는 경향이 있다. 한편, 노동 과정 이론가들의 주장은 기술 발전과 노동 환경, 사회와의 관계를 지나치게 비관적으로 바라보며 건설적인 대안이나 가능성을 만들어내지 못하고 있다는 점에서 비판받을 수 있으며(Dyer-Witheford, 1994), 자본가의 영향력에만 주목하고 반대 집단의 주체성을 간과하고 있다. 자율주의자들은 신기술 발전에 이중적인 입장을 취함으로써 위 두 가지 시각이 지니는 한계를 보완하고 있다. 노동 과정 이론가의 주장처럼 현대 자본주의에서 기술 발전이 노동자에 대한 자본가의 지배적 이윤 창출 구조를 발생시키기도 하지만, 노동자 또한 신기술을 활용하여 그들의 목소리를 내고 저항하는 수단을 만들어낼 수 있는 기회가 존재한다는 것이다.

인지자본주의적 특성은 다양한 산업에서 발견되지만, 특히 디지털 광고 시장에서 명확히 드러나고 있다. 앞서 언급했던 인지자본주의에서 등장한 새로운 자본가 계급에 디지털 광고 시장의 주요 참여자인 플랫폼 기업이 위치하고 있기 때문이다. 그리하여, 본 연구에서는 디지털 광고 환경에서 나타나는 수용자의 비물질 노동이 노동 과정 이론가들이 주장하는 무임금 노동으로 연결될 수 있는지에 대해 다음 절에서 구체적으로 논하고자 한다.

## 2. 디지털 광고 경험의 무임금 노동 적용 가능성에 대한 고찰

인지자본주의에서는 비물질 상품을 생산하는 플랫폼 기업이 새로운 지배 계급으로 등장한다. 플랫폼 기업의 비즈니스 모델은 다양하지만, 디지털 광고를 기반으로 수익을 창출하는 방식은 비즈니스 모델의 큰 축을 차지한다(이도형, 2019). 플랫폼 기업은 사용자 눈에 띄기 용이한 핵심 구간에 디지털 광고를 배치할 뿐 아니라, 수용자의 의지와는 무관하게 디지털 상에서 활동한 데이터가 기록되어(방송통신위원회, 2010) 플랫폼 기업의 광고 서비스 정교화에 기여하기도 한다. 즉, 디지털 광고가 작동하는 방식 속에는 수용자의 두 가지 형태의 비물질 노동이 필연적으로 수반되는 것이다. 첫째는 수용자의 디지털 광고 경험, 둘째는 수용자의 데이터 제공 경험이다.

플랫폼 서비스 내에서 발생하는 디지털 광고와 관련된 수용자의 비물질 노동을 살펴

보면 기존 인지자본주의에서 논하는 인지노동의 개념을 세분화할 필요성이 있다. 조정환(2011)은 그의 저서 <인지자본주의>에서 인지노동과 비물질 노동을 혼용하여 사용하고 있는데, 두 용어는 대부분 넓은 의미에서 비물질 노동을 의미한다(전희상, 2011). 즉, 비물질 노동과 혼용하여 사용되는 인지노동은 인간의 지적 사고를 활용하는 인지적 노동뿐 아니라 정동 노동, 관계 노동의 개념도 포함된 것이다. 반면, 하트와 네그리(Hardt & Negri, 2004)는 비물질 노동을 지적·언어적 노동과 정동적 노동으로 구체적으로 구분하였는데, 해당 기준을 적용한다면 지적·언어적 노동을 인지적 노동 그리고 정동적 노동을 감정적 노동으로 분리할 수 있을 것이다. 디지털 광고 맥락에서 비물질 노동을 논할 때에는 인지노동이라는 하나의 개념으로 비물질 노동을 설명하기보다는 인지적, 감정적 그리고 물리적 노동까지 분리하여 세부적으로 논의할 필요가 있다. 광고 연구에서는 수용자가 광고에 노출됨으로써 발생하는 인지적 반응과 감정적 반응에 대한 효과가 분리되어 연구됐으며(김완석, 1989), 이로 인해 발생하는 영향력 또한 다르기 때문에(양윤·민재연, 2004) 광고 경험에서 나타나는 수용자의 비물질 노동 또한 인지적 노동과 감정적 노동의 분류가 필요하다. 또한, 디지털 광고의 특성 중 하나인 상호작용성을 고려하면, 광고 경험 과정에서 수용자는 광고 콘텐츠와의 상호작용을 위해 물리적인 행동을 취한다(Cho & Leckenby, 1999). 전종우(2018)는 스마트 TV의 상호작용성 중 높은 통제성이 광고 회피를 오히려 증가시키는 것을 밝혔는데, 이러한 결과를 통해 수용자들이 광고 경험에서 물리적 행위를 투입해야 할 때 부정적인 반응을 보인다는 것을 확인할 수 있었다. 즉, 수용자가 광고를 통제하는 상황에서 발생하는 물리적 노력을 노동으로 인식한다는 가능성을 확인할 수 있다. 종합하면 비물질 노동을 디지털 광고 맥락에 적용할 때, 기존의 인지노동을 그대로 차용하는 것이 아니라 인지적, 감정적, 물리적 노동의 형태를 분리하고 수용자가 실제로 이를 각각 인식하고 있는지 확인할 필요성이 있다.

그렇다면, 디지털 광고 경험에서 나타나는 수용자의 비물질 노동(인지적 노동, 감정적 노동, 물리적 노동)을 무임금 노동으로 바라보는 것은 합리적인가? 자유 민주주의자 관점에서는 수용자의 비물질 노동을 무임금 노동으로 간주할 수 없다. 수용자가 플랫폼 기업으로부터 화폐 단위의 금전적 보상을 받지 않았을지는 모르지만, 플랫폼 서비스 사용은 수용자가 자발적으로 선택한 행위일 뿐 아니라 이 과정에서 소통과 교환의 즐거움이라는 보상을 얻었기 때문이다. 또한, 인지자본주의를 선도하는 플랫폼 기업을 통해 우

리 사회는 접근 가능한 정보 증대, 효율적인 정보 변환, 새로운 활동 공간 탄생이라는 긍정적인 이점도 누리고 있다(김문조, 2020). 정보와 지식의 중요성이 극대화된 인지자본주의 사회에서 우리는 플랫폼 기업을 통해 수많은 정보와 지식 그리고 네트워크를 형성할 수 있는데, 이러한 측면에서 플랫폼 기업은 계급 간 격차를 줄여주는 역할을 수행했다고 볼 수 있다. 이처럼 사회에 반드시 필요한 비물질 생산물을 제공하는 플랫폼 기업이 성장할 수 있는 기반이 바로 디지털 광고이다. 즉, 수용자는 플랫폼 기업을 통해 이전에 누리지 못했던 지식과 정보 및 다양한 비물질적 서비스와 혜택을 경험하고 있으므로 수용자가 디지털 광고와 관련하여 수행하는 비물질 노동은 무임금 노동으로 보기 어려울 수 있다는 주장이다. 금전적 형태로 임금을 제공받지 않았을 뿐, 이미 수용자는 다른 형태로 보상받았기 때문에 불균형적 이윤 배분이라고 보기 어렵다는 것이다. 강제성 측면에서도 수용자의 비물질 노동을 무임금 노동이라 보기 어려울 수 있다. 수용자의 광고 경험 및 데이터 제공 행위는 플랫폼에서 수용자가 자발적으로 즐기는 ‘놀이’의 과정에서 나타난다. 앞서 언급했던 디지털 환경에서 수용자의 노동은 ‘프리(free)’의 성격이 존재하기 때문에, 강제되지 않은 노동을 무임금 노동으로 주장하는 것은 지나친 비약일 수 있다는 것이다.

한편, 노동 과정 이론가의 관점에서 플랫폼 기업과 디지털 광고 그리고 수용자의 노동은 다르게 해석될 수 있다. 수용자가 휴식과 오락을 목적으로 플랫폼 서비스를 활용할 때조차도 디지털 광고를 경험하면서 자신도 모르게 자본가의 이윤 창출에 기여하는 과정을 겪는다는 주장이다(Smythe, 1977, 1981). 플랫폼 활용 자체는 자발적이라 가정하더라도, 그 과정에서 겪는 광고 경험은 수용자가 인지하기 어렵고, 원하지 않는 노동이었다는 측면에서 강제성이 배태된 노동으로 볼 수 있다. 플랫폼 기업이 제공하는 콘텐츠 및 서비스가 무료라는 논리에 의해 수용자는 노동력 재생산을 위한 휴식시간에도 플랫폼 기업의 비물질 상품 형성과 개발 그리고 이윤 창출에 다시 그들의 노동력이 활용된다는 역설적인 상황을 받아들여야 하는 것이다(Hesmondhalgh, 2010).

본 연구에서는 플랫폼 기업이 제공하는 콘텐츠를 일종의 보상으로 받아들여야 한다는 자유 민주주의자의 주장을 일부 인정하는 동시에, 플랫폼 기업이 디지털 광고 경험에서 발생하는 수용자의 비물질 노동을 통해 불균형적인 이윤 추구를 한다는 노동 과정 이론가의 입장 또한 일부 받아들인다. 수용자는 플랫폼 기업으로부터 그들의 비물질 노동에 대한 넓은 의미의 보상을 받고 있지만, 그 보상이 균형적이라고 보기는 어려울 수 있



다. 이 주장에 대한 근거로 다음과 같은 세 가지 논점을 제시한다.

첫째, 광고 시청 시간과 관련된 논점이다. 자유 민주주의자의 관점을 적용한 교환의 논리를 적용한다면, 플랫폼에서 콘텐츠와 같은 비물질 상품 형성에 필요한 비용은 수용자의 광고 시청 시간을 통해 확보될 수 있다. 그렇다면 수용자의 광고 시청 시간은 각 수용자의 콘텐츠 및 서비스 활용 시간에 비례해야 한다(Jhally, 1987). 하지만, 플랫폼 기업은 플랫폼 내 광고를 강제적으로 내재시키면서 수용자의 절대적인 광고 주목 시간을 확장하고 있는 것이 현실이다(김영옥, 2018). 유튜브에서는 2016년에 건너뛸 수 없는 6초짜리 논스킵 광고 범퍼애드를 출시했으며, 2018년에는 15초 ~ 20초로 증가된 논스킵 광고 상품을 추가로 도입했다. 카카오 또한 2019년 5월에 비즈보드 상품을 출시하며, 수용자들이 채팅 서비스를 활용할 때 노출될 수밖에 없는 채팅창 상단에 광고를 게재하였다. 플랫폼 기업의 지속적인 광고지면 확대에 의해 수용자는 극심한 광고 피로도를 호소했으나, 수용자가 겪는 불편과는 달리 플랫폼 기업은 눈에 띄게 성장하였다. 이와 같은 현상은 플랫폼 기업이 디지털 광고를 통해 이용자의 착취를 극대화하기 위한 형식적 포섭(Marx, 1976)의 형태와 맞닿아 있다.

두 번째는 플랫폼 기업이 그들의 이윤 창출을 정당화하기 위해 ‘애딘포메이션(adinformation)’ 이데올로기를 활용하고 있다는 논점이다. 플랫폼 기업은 정보와 광고의 구분을 모호하게 하며 둘 간의 개념을 해체시키고 있다. 이항우(2014)는 애딘포메이션이라는 개념을 통해 플랫폼 기업이 주장하는 광고와 정보의 등가 논리를 설명하고 있다. 플랫폼 기업은 “유용한 광고가 곧 좋은 정보”라는 이데올로기를 확산시키며 수용자에게 광고를 노출하는 행위를 정당화하고자 한다. 대표적으로 구글은 “광고가 당신이 찾는 것과 관련되어 있다면, 그것은 유용한 정보를 제공하는 것이라고 확신한다(Google, 2013)”라는 기업 철학을 내세우고 있다. 이같은 플랫폼 기업의 행태는 그들의 이윤 창출을 위한 논리를 사회에 퍼뜨려, 수용자가 광고 경험에 대한 비판적 사고를 하기 어렵게 만든다는 위험성을 지니고 있다.

세 번째는 수용자에게 선택권이 실질적으로 주어졌는지에 관한 논점이다. 이는 테라노바(Terranova, 2000)가 설명한 무임금 노동에서 자유(free)의 성격이 진정으로 존재한다고 바라볼 수 있는지에 대한 논의와도 연결될 수 있다. 경제 교환 논리를 적용하기 위해서는 선택권이 존재해야 한다. 선택권이 없는 교환은 일종의 간접적 강제일 수 있다(이항우, 2015). 플랫폼 서비스 활용과 관련해서도 수용자에게 피상적 선택권이 아

닌 진정한 주체적 선택권이 주어졌는지 논의해 볼 필요가 있다. 먼저, 플랫폼 차원에서 기술적으로 수용자에게 광고 경험에 대한 선택권을 부여하고 있는 경우는 드물다. 플랫폼에 접속하면 수용자는 강제로 광고에 노출 당하고, 광고를 수용자의 의지대로 종료할 수 있는 시점 또한 이미 광고가 노출된 이후이다. 즉, 광고 노출 자체를 거부할 수 있는 기술적 환경이 부재한 것이다.

한편, 수용자의 프라이버시 이슈가 민감해지고 있는 사회적 분위기에 따라 광고 시청과 별도로 온라인 데이터 제공과 관련해서는 비교적 수용자에게 선택권이 부여되는 정책이 마련되고 있다. 하지만, 수용자에게 온라인 데이터 제공의 주도권이 넘어가게 되면 개인화 광고로 수익을 얻는 플랫폼 기업이 큰 손실을 얻게 되어 플랫폼 기업의 거센 반발이 존재했다. 이와 관련된 대표적인 사례로 메타의 개인정보 제공 강제 정책 사례를 꼽을 수 있다. 최근 애플과 구글은 앱 추적 금지 관련 정책을 통해 플랫폼 사용 시점에 수용자의 온라인 데이터 제공 여부를 기술적으로 선택할 수 있는 정책을 펼쳤다. 하지만 메타를 비롯한 일부 기업은 해당 정책에 반발하는 입장을 강력히 표명했으며, 수용자에게 데이터 제공을 강요하는 정책을 내놓았다가 여론의 큰 비난을 샀다(서울신문, 2022). 이 사례는 수용자가 지녀야 할 마땅한 권리임에도 불구하고 플랫폼 기업이 이를 빼앗아 갈 수 있다는 위험성을 보여준다.

수용자의 심리적 측면에서 또한 선택권이 제한적이다. 디지털 기술 활용과 분리되어 살아갈 수 없는 사회적 환경 속에서 수용자의 취약성은 증가할 수밖에 없다(채석진, 2016). 즉, 정보와 지식, 네트워크 등과 같이 플랫폼 기업 서비스가 제공하는 양식이 삶 속에 내재되어 있는 환경 속에서 수용자의 완전한 자발적 선택권을 논하는 것은 무리가 있다. 자유 민주주의자가 주장하는 수용자의 자발적 선택은 그들이 놓여있는 사회적 맥락을 충분히 고려하지 못한 해석이다(이항우, 2015). 강제라는 것은 특정한 선택을 하도록 위협적인 형태로 드러나지 않을 수 있으며, 특정한 선택을 할 수밖에 없게 만드는 사회적 맥락 속에서 이미 배태되어 있을 수 있다(Andrejevic, 2011). 결론적으로 본 연구에서는 위 세 가지 논점에 대한 근거를 바탕으로, 플랫폼 기업의 이윤 창출 방식이 수용자의 디지털 광고 경험이라는 비물질 노동을 기반으로 한 일종의 불균형적인 이윤 추구 과정으로 해석될 수 있다고 바라본다.

### 3. 자율주의자 관점의 적용과 새로운 개념 제시의 필요성: 저평가 노동

그렇다면 플랫폼 기업이 새로운 지배 계급으로 등장한 인지자본주의 사회에서 수용자는 일방적으로 비물질 노동을 제공하기만 하는 대상일까? 테라노바(Terranova, 2013)는 디지털 환경에서 수용자의 비물질 노동이 지배 계급의 이윤 창출에만 이용되고, 사회 전체적인 공유지 형성에는 도움이 되지 않는다고 비판한다. 결국, 수용자의 무임금 노동 해방을 위해서는 수용자들이 무임금 노동에 대한 정당한 보상을 받고, 플랫폼 사유화를 전면적으로 해체하여 플랫폼에 대한 소유권을 확보하는 것이 필요하다고 주장한다. 하지만, 이와 같은 주장은 수용자를 지나치게 타율적인 존재로 치부할 뿐 아니라 수용자가 그들의 필요에 의해 플랫폼 서비스를 능동적으로 활용할 수 있는 능력을 간과했다고 할 수 있다. 또한, 플랫폼 사유화 해체 주장은 현재 플랫폼 기업이 수용자와 사회 그리고 디지털 광고 산업 전반에 제공하는 서비스의 질을 하락시킬 수 있다는 점을 고려하지 않은 극단적인 주장일 수 있다. 인지자본주의 사회에서 정보, 지식, 네트워크가 핵심 역할을 한다는 점을 고려하면 수용자 또한 이를 활용하여 플랫폼 기업의 불균형적 이윤 추구에 적극적으로 대항할 기회가 존재한다. 이는 신기술을 확보한 자본가들이 노동자들을 대상으로 불균형적인 이윤을 추구하기도 하지만, 노동자 또한 이를 극복하고자 하는 대항능력이 존재한다는 자율주의자의 주장과 일맥상통하다. 앞서 언급했던 ‘메타의 개인정보 강제 동의 방침 철회’ 사태는 수용자가 플랫폼 기업의 착취에 대항할 수 있는 능력이 있다는 자율주의자의 주장을 잘 보여주고 있다. 메타는 2022년 7월에 SNS 서비스 무료 제공이라는 명목으로 수용자들의 개인정보 제공에 강제로 동의하라는 정책을 내세웠다(조선비즈, 2022). 이 정책은 노동 과정 이론가들이 주장하는 플랫폼 기업의 착취를 적나라하게 보여주는 사례였다. 하지만, 곧 메타는 해당 정책을 철회하였다. 메타의 정책이 철회될 수 있었던 이유는 다양한 요인이 복합적으로 작용한 결과로 볼 수 있는데, 수용자의 개인정보 보호에 대한 인식이 높아졌고, 해당 정책이 사회적으로 논의될 만한 의제로 설정되어 토론회가 이루어졌다. 또한, 이에 관련된 논의들이 디지털 공간에서 활발히 이루어짐에 따라 메타의 정책에 대한 부정적인 여론이 형성되었다. 이 사례는 수용자의 주체성을 통한 대항능력의 가능성을 잘 보여줄 뿐 아니라 대항능력이 힘을 발휘하기 위해 플랫폼이 효과적으로 활용되었음을 시사한다.

디지털 광고 환경에서 수용자의 노동 범위가 넓어지고 있으며, 플랫폼 기업의 불균형적 이윤 추구 방식 또한 더욱 은밀해지고 있는 것이 사실이다(김영욱, 2018). 하지만

앞서 언급했던 주장처럼 여전히 수용자의 비물질 노동을 무임금 노동으로 볼 수 있는지에 대한 반론도 존재한다. 이러한 논란은 근본적으로 디지털 광고 경험에 대한 수용자의 비물질 노동을 적확하게 설명할 수 있는 개념이 부재하기 때문이다. 본 연구에서는 수용자의 광고 경험에서 나타나는 비물질 노동이 플랫폼 기업의 불균형적 이윤 추구의 방식이라는 점을 받아들이지만, 수용자의 비물질 노동이 완벽하게 무임 노동이라고 단정 짓기 어렵다는 입장을 취한다. 앞서 언급한 바와 같이 수용자 또한 그들의 필요에 의해 플랫폼 서비스를 능동적으로 활용할 수 있는 능력이 있으며, 그로 인해 그들이 누리는 혜택 또한 분명히 존재하기 때문이다. 플랫폼 기업이 다양한 정책을 통해 수용자에 대한 지배적인 이윤 추구를 더욱 강화하려고 할 때에는 이에 대항할 수 있는 주체성 또한 존재한다. 하지만 여전히 수용자의 비물질 노동이 제대로 평가받으며 보상받고 있다고 할 수는 없다. 광고 경험 뿐 아니라 수용자로부터 제공되는 디지털 개인정보는 법적인 측면에서도 명백한 경제적 가치를 지닌다. 플랫폼 기업이 사업 자체를 매도할 때 해당 사업자가 보유하고 있던 소비자의 디지털 개인정보가 특별자산으로 양도자산의 가치에 반영되어 거래된다는 점(정다영, 2019)은 수용자로부터 얻은 디지털 정보가 구체적으로 어떻게 가치화되는지 잘 보여준다. 종합하면, 플랫폼 기업 매출의 상당 부분이 수용자 광고 경험에 기인한다는 점과 법적인 관점에서 수용자의 디지털 개인정보가 명확한 경제적 가치를 지니고 있다는 점을 통해 수용자가 비물질 노동의 대가로 받는 플랫폼 서비스 이용이라는 보상은 매우 추상적(Kuehnl et al., 2019)이며 등가적인 교환이 아니라는 점을 알 수 있다. 하여, 본 연구에서는 디지털 광고 경험에서 나타나는 수용자의 비물질 노동을 무임금 노동이 아닌 저평가 노동이라는 개념으로 설명하고자 한다.

저평가 노동이란 디지털 광고 경험이라는 수용자의 비물질 노동이 플랫폼 기업의 이윤 창출에 기여하는 가치와 등가적으로 평가받지 못하며, 수용자의 비물질 노동으로 창출되는 잉여 가치에 비해 이들이 얻게 되는 보상은 상대적으로 적은 노동을 의미한다. 구글과 메타는 각각 전체 매출의 약 81%, 98%가 디지털 광고 매출로 구성된다(한경, 2022). 또한, 플랫폼 기업들은 그들의 미래의 성패를 좌우할 필수적 요소로 데이터를 꼽고 있는데(김정숙, 2012), 데이터 또한 소비자들이 플랫폼 서비스 내에서 다양한 활동을 하고 개인정보를 제공하는 것을 기반으로 한다. 즉, 플랫폼 기업은 수용자의 생산물에서 잉여 가치를 최대한 끌어내고, 수용자 제공 데이터 기반으로 가치 생산에 참여하여(금민, 2020) 막대한 부를 창출해내는 것이다. 수용자의 비물질 노동을 근간으로 얻

게 되는 플랫폼 기업의 부가 가치를 고려한다면 수용자가 교환의 가치로 얻게 되는 이익은 매우 적은 양에 불과하다. 종합하면, 수용자의 광고 경험과 관련된 보상은 플랫폼 기업이 벌어들이는 수익과 비례하지 않기 때문에, 수용자의 비물질 노동은 ‘저평가 노동’이라는 개념으로 설명하는 것이 합리적이다.

단, 본 연구에서 제시하는 저평가 노동에서의 디지털 광고 경험은 플랫폼 환경 내에서 이루어지는 광고와 관련된 모든 경험을 포함하는 것은 아니다. 수용자의 의도와 무관하게 즉, 비자발적으로 경험하게 되는 광고와 관련된 일련의 경험들을 의미한다. 디지털 광고 환경에서 소비자의 주체성과 능동성은 지속적으로 확대되어 왔으며(김예란, 2009), 소비자들은 플랫폼 환경에서 스스로 광고와 관련된 창의적 활동을 통해 다양한 이익을 얻기도 한다(김정희 등, 2014). 저평가 노동에서 다루는 디지털 광고 경험에 수용자의 자발적인 광고 경험을 모두 포괄한다면 디지털 환경에서 향상되고 있는 수용자의 주체성을 지나치게 축소하게 될 위험성이 있다. 또한, 자발적인 광고 경험은 강제적으로 수행하는 비물질 노동으로 바라볼 수 없기 때문에 이에 대한 보상을 논의하는 것도 부적절하다. 하여, 저평가 노동에서 언급하는 디지털 광고 경험은 플랫폼 환경 내에서 발생하는 비자발적인 광고 경험으로 한정하는 것이 타당하다고 판단하였다.

지금까지 디지털 광고 경험에서 발생하는 수용자의 비물질 노동에 대해 설명하고, 이를 수용자의 비물질 노동이 제대로 평가받지 못하는 ‘저평가 노동’이라고 정의하였다. 하지만 실제로 수용자가 디지털 광고 경험을 노동으로 인식하고 있는지, 그리고 그들이 받는 보상이 부적절하다고 생각하는지 실증적 자료를 통해 검증된 바가 없다. 하여, 본 연구에서는 다음과 같은 연구문제 1을 통해 디지털 광고 경험의 노동성에 대한 수용자 인식을 측정하는 구체적인 측정 도구를 제시하며, 실제로 수용자가 이를 인식하고 있는지까지 검증하고자 한다.

연구문제 1-1: 디지털 광고 경험에 대한 수용자의 노동성 인식은 어떻게 측정될 수 있는가?

연구문제 1-2: 수용자는 실제로 디지털 광고 경험을 노동으로 인식하고 있는가?

### Ⅲ. 디지털 광고 경험에 대한 수용자의 노동성 인식 검증

수용자의 디지털 광고 경험을 노동 관점으로 바라보는 학술적 논의가 실제 현상으로 나타나고 있는지 검증하기 위해 디지털 광고 경험에 대한 수용자 인식을 조사하였다. 그동안 비물질 노동 관련 선행연구는 주로 학술적 개념으로 논의되어 왔기 때문에 이를 실질적으로 측정할 수 있는 측정 도구가 부재한 실정이다. 새로운 개념을 파악하고자 했던 이전 선행연구들을 참고하여(Ham et al., 2019), 본 연구에서는 심층 인터뷰와 탐색적 요인분석을 활용하는 혼합적 방법을 채택하여 연구를 진행했다. 먼저, 광고 전문가 8인을 대상으로 심층 인터뷰를 진행한 후 이에 대한 예비 항목을 추출하였다. 이후 일반 사용자 대상 설문조사를 통해 탐색적 요인분석을 시행하여 측정 도구의 타당성을 검증하였으며, 이를 통해 최종 측정 도구를 도출하였다.

#### 1. 광고 전문가의 디지털 광고 경험에 대한 인식 : 심층 인터뷰

심층인터뷰는 광고 전문가 8인을 대상으로 총 2번에 걸쳐 진행했다. 1차 심층 인터뷰는 2023년 2월 17 - 19일까지 5인의 광고 전문가, 2차 심층 인터뷰는 2023년 6월 23 - 6월 25일까지 3인의 광고 전문가를 대상으로 실시했다. 광고 전문가는 광고 산업에 대한 이해도가 높고 광고 작동 원리를 구체적으로 인지하고 있기 때문에, 광고와 관련된 특정 현상에 대해 일반 수용자에 비해 깊이 있게 사고할 수 있다. 광고 전문가와의 심층 인터뷰를 통해 디지털 광고 경험이 어떠한 방식으로 노동성과 연결되어 인식되는지 파악한 후, 이를 바탕으로 일반 사용자 대상으로 진행할 예비 항목을 도출하고자 했다.

심층 인터뷰 대상자는 광고업계 종사자 5인과 커뮤니케이션 및 광고 학계 전문가(박사과정 이상) 3인으로 설정하였다. 심층 인터뷰는 반구조화 형식으로 진행했으며, 구체적인 기본 질문은 다음과 같다. 1) 디지털 광고 경험을 할 때 자신의 인지적, 감정적, 물리적 노동력이 소모된다고 느끼는가. 2) 자발적인 디지털 광고 경험을 할 때와 비자발적인 디지털 광고 경험을 할 때, 어떠한 차이가 존재하는가. 3) 현재 플랫폼 기업이 제공하는 디지털 광고 경험에 대한 보상이 무엇이라고 생각하며, 이것이 적절하다고 생각하는가. 4) 디지털 광고 경험과 관련된 수용자의 선택권은 존재한다고 생각하는가. 기본 질문 이후부터는 인터뷰 대상자 응답에 알맞은 후속 질문들을 이어나가는 방식으로 진행하였다. 심층 인터뷰는 평균적으로 30분 - 45분정도 소요되었다.

## 1) 디지털 광고 경험에 대한 노동성 인식

인터뷰 대상자들은 디지털 광고 경험 시 자신의 노동력이 소모된다고 느끼는지에 대한 질문에 다음과 같은 답변을 했다. 업무가 끝난 후 휴식을 취하려고 유튜브를 켜올 때 광고가 나오면 짜증이 난다. 그럴 때 에너지가 소모된다고 느낀다(#1). 원하는 동영상 시청하기 위해 광고를 기다리는 시간이 너무 아깝다. 나만의 시간에 왜 내가 광고를 봐야 하는지 모르겠다(#8). 콘텐츠를 보다가 실수로 광고를 눌러서 광고 링크로 넘어가면 피로감이 증가한다(#4). 휴식시간에 광고로 인해 방해받는 느낌을 받을 때가 많다(#5, #6). 광고업에 종사하고 있지만, 광고를 보는 시간이 아깝기도 하고 콘텐츠를 즐기는 과정에서 방해가 되어서 유튜브 프리미엄을 이용한다(#3). 네트워크 광고처럼 광고 종료 박스가 작은 광고 같은 경우는 특히 더 성가시고 지나치게 광고가 따라다녀서 에너지가 많이 소모된다(#2). 인터뷰 대상자 모두 공통적으로 디지털 광고 경험 과정에서 시간이 아깝다고 느끼며 에너지 소모 혹은 피로감 증가를 느꼈다고 응답했다. 특히, 노동의 정의가 경제적 가치를 창출하는 다양한 활동이라고 생각한다면 그들의 디지털 광고 경험이 플랫폼 기업이나 광고주의 이윤 창출에 영향을 미치기 때문에 노동으로 생각할 수 있다는 의견도 존재했다(#2).

또한, 본 연구에서 핵심적으로 논의했던 인지노동 구분의 필요성을 심층 인터뷰에서 또한 확인할 수 있었다. 모든 인터뷰 응답자들은 플랫폼 서비스를 이용하는 과정에서 디지털 광고를 인식하고 내용을 처리하는 인지적 노동, 원하지 않는 디지털 광고를 보게 됨으로써 행해지는 감정적 노동, 스킵 버튼 누르기, 스크롤 내리기 등과 같은 물리적 노동을 모두 개별적으로 인식하고 있었다고 응답했다.

다음으로 자발적인 디지털 광고 경험과 비자발적인 디지털 광고 경험에 대한 차이를 묻는 질문에 모두 자발적인 디지털 광고 경험에 비해 비자발적인 디지털 광고 경험이 압도적으로 많다고 응답했다. 자발적으로 광고 경험을 하는 경우는 거의 없는 것 같다(#1, #2, #7). 사회적으로 이슈가 된 광고를 찾아보는 경우가 있긴 하지만 대부분의 광고는 강제적으로 보는 것 같다(#3, #8). 그럼에도 불구하고 자발적인 광고 경험에 대해서는 인터뷰 대상자 공통적으로 긍정적인 평가를 하고 있었다. 최근 유행하거나 재밌다고 한 광고들을 볼 때는 콘텐츠를 본다고 느껴져서 피로감보다는 흥미를 느낀다(#3). 가끔 개인화 광고를 통해 원하는 정보를 얻고 싶을 때 일부러 필요한 상품의 광고를 시청하고 클릭한다. 이런 활동은 내가 필요해서 하는 행위이기 때문에 노동으로 느껴지지 않는다

(#6). 하지만, 비자발적인 광고 경험에 관해서는 인터뷰 응답자들 모두 부정적인 평가를 언급하며 앞서 언급했던 것과 같은 많은 에너지와 피로감이 소모된다고 응답했다.

종합하면, 인터뷰 응답자들은 자발적인 광고 경험과 비자발적인 광고 경험에 대해 다르게 인식하고 있었으며 공통적으로 비자발적인 광고 경험에 한해서 자신의 에너지가 소모되며 피로감이 증가되는 경험을 한다는 의견이었다. 인터뷰 응답자들은 그들의 에너지가 활용되어 기업의 이윤 창출이 이루어진다는 측면에서 디지털 광고 경험을 노동의 일종으로 바라볼 수 있다는 의견에 공통적으로 동의하였지만, 디지털 광고를 통한 노동 경험이 꼭 부정적이지 않을 수 있다는 의견도 존재하였다(#4, #5). 이는 플랫폼 기업으로 제공받는 다양한 서비스와 콘텐츠에 대한 의견으로, 다음에 제시되는 디지털 광고 경험에 대한 보상과 함께 논의되었다.

## 2) 디지털 광고 경험에 대한 보상 인식

다음으로는 현재 플랫폼에서 제공하는 디지털 광고 경험에 대한 보상이 무엇이라고 생각하는지, 그리고 이 보상이 적절하다고 생각하는지에 대한 인터뷰를 진행했다. 모든 인터뷰 대상자들은 광고 경험에 대한 플랫폼 기업의 보상이 플랫폼 및 콘텐츠 무료 사용이라고 응답했다. 이를 통해, 현재 보편적으로 인식되는 광고 경험에 대한 플랫폼 기업의 보상이 플랫폼 서비스 및 콘텐츠 이용이라는 점을 확인할 수 있었다. 이외에도 몇몇 인터뷰 대상자는 보상형 플랫폼을 예시로 들며, 수용자가 광고 시청을 완료하면 현물처럼 활용할 수 있는 포인트 형태로 보상을 제공하는 경우도 있다고 설명했다(#1, #3, #4).

이와 같은 플랫폼 기업의 보상이 적절한지에 대해서는 다양한 의견이 존재했다. 일부 인터뷰 응답자는 플랫폼 기업이 그들의 기술과 자원을 통해 양질의 플랫폼 서비스를 제공하고 수용자는 이를 무료로 사용하는 이익을 취할 수 있기 때문에 광고 경험에 대한 보상이 적절하다는 의견을 보였다(#5, #6). 반대 의견으로는, 플랫폼 서비스를 무료로 이용하는 보상을 받는 것은 맞지만 그것으로 보상이 충분하다고 생각하지 않는다는 의견이었다(#1, #4, #8). 그 이유로는 플랫폼을 사용할 때 경험해야 하는 광고의 양이 지나치게 많다는 의견과(#3, #8), 디지털 광고에 수용자의 개인정보가 굉장히 많이 활용되는데 개인정보 활용에 대한 보상은 단순한 플랫폼 서비스 및 콘텐츠 제공으로 충분하지 않다고 생각한다는 의견이 있었다(#1, #8). 한편, 플랫폼 기업의 보상의 적절성에 대한 다른 의견으로는 플랫폼이 제공하는 서비스와 광고의 질에 따라 보상의 적절성에 대해 다르게 느껴진다는 응답이 존재했다(#2).



“유명 플랫폼의 경우 서비스의 질이 높고, 노출되는 광고의 질도 불편하지 않은 수준인 경우가 많다. 그러한 경우 무료로 플랫폼을 이용하는 것으로 충분한 보상이 된다고 느끼지만, 플랫폼에서 제공하는 서비스뿐 아니라 광고의 형태 및 내용까지 질이 낮은 경우는 보상에 대해 매우 불만족스럽다(#2).”

종합하면, 광고 전문가들은 공통적으로 수용자의 광고 경험에 대한 플랫폼 기업의 보상이 플랫폼 서비스 및 콘텐츠 무료 제공이라는 점에 동의하였다. 또한, 일부 광고 전문가들은 현재의 보상에 비해 플랫폼에 노출되는 광고의 양이 지나치게 많으며 특히 개인정보 제공과 관련해서는 보다 명확한 보상이 필요하다는 의견을 제시하고 있었다.

### 3) 디지털 광고 경험에 대한 선택권 인식

마지막으로 디지털 광고 경험에 대한 선택권 인식에 대한 질문을 진행했다. 응답자 대다수는 디지털 광고 경험에 대한 수용자의 선택권은 사실상 부재하다는 점을 지적하고 있었다. 플랫폼 기업의 주요 비즈니스 모델이 디지털 광고기 때문에 수용자에게 광고를 강제로 노출시키는 것이 현실이다(#1, #2 #5, #6, #8). 유튜브 프리미엄처럼 구독료를 지불하고 광고를 보지 않는 선택을 할 수 있긴 하지만 이와 같은 형태의 플랫폼은 매우 드물다(#1). 광고 없이 시작한 넷플릭스도 최근 광고를 도입하기 시작했는데, 이는 결국 광고 없이는 플랫폼 기업이 살아남기 힘들다는 것을 보여주는 사례이다(#6). 동영상 광고 중 광고를 건너뛰는 형식이 존재하긴 하지만, 그러한 형태가 수용자의 선택권이라고 보긴 어려울 것 같다. 애초에 광고를 볼 것인지 말 것인지에 대한 선택권은 아니기 때문이다(#4).

## 2. 일반 수용자의 디지털 광고 경험 인식 : 설문조사

### 1) 측정 문항 도출

본 연구에서는 디지털 광고 경험에서 나타나는 비물질 노동에 대한 수용자 인식을 확인하기 위해 구체적인 구성요인과 측정 문항을 체계적으로 도출할 필요가 있다고 판단했다. 먼저, 앞서 제시한 이론적 논의를 통해 디지털 광고 경험의 비물질 노동성에 관한 하위 구성요인을 인지된 노동성, 인지된 저보상, 인지된 강제성으로 분류하였으며, 심층 인터뷰를 바탕으로 총 17개의 예비문항을 도출하였다(〈표 1〉 참고).

인지된 노동성이란 디지털 광고 경험을 하며 수용자가 인식하는 인지적, 감정적, 물리적 에너지 소모를 의미한다. 해당 요인은 총 7개 문항으로 구성되었다. 인지된 저보상

이란 플랫폼 기업이 수용자에게 제공하는 디지털 광고 경험에 대한 대가가 적다고 인식하는 정도를 의미하며, 총 6개 문항으로 구성되었다. 인지된 강제성은 디지털 광고 경험에 대한 선택권이 수용자에게 부재한다고 인식하는 정도를 의미하며, 해당 요인은 총 4개 문항으로 구성되었다. 모든 문항은 7점 리커트 척도로 측정되었다.

〈표 1〉 예비 문항 항목

구분	특성 요인 문항
인지된 노동성	PL1 플랫폼 서비스 이용 중, 디지털 광고를 경험할 때 광고 시청 행위가 노동이라고 느껴진다.
	PL2 플랫폼 서비스 이용 중, 디지털 광고를 경험할 때 나의 에너지가 소모된다고 느껴진다.
	PL3 플랫폼 서비스 이용 중, 디지털 광고를 경험할 때 피로감이 증가한다.
	PL4 플랫폼 서비스 이용 중, 디지털 광고를 경험할 때 나의 휴식이 방해된다고 느껴진다.
	PL5 플랫폼 서비스 이용 중, 디지털 광고를 경험할 때 나는 성가심 같은 인지적인 에너지가 소모된다고 느낀다.
	PL6 플랫폼 서비스 이용 중, 디지털 광고를 경험할 때 나는 짜증과 같은 감정적인 에너지가 소모된다고 느낀다.
	PL7 디지털 광고로 인해 내가 특정 행동을 취해야 할 때(e.g., 광고 skip 버튼 누르기, 스크롤 내리기 등), 나는 물리적인 에너지가 소모된다고 느낀다.
인지된 저 보상	PLB1 플랫폼 기업이 이용자가 디지털 광고를 시청하는 것에 대해 적절한 보상을 해야 한다고 생각한다.
	PLB2 플랫폼 기업이 이용자가 개인정보를 제공하는 것에 대해 적절한 보상을 해야 한다고 생각한다.
	PLB3 플랫폼 서비스를 이용하여 경험하는 광고 강제 시청에 대해 적절한 보상을 받고 있다고 생각한다. (역코딩)
	PLB4 플랫폼 기업이 나의 광고 경험(디지털 광고 시청, 개인정보 제공 등)에 대한 가치를 낮게 평가한다고 느낀다.
	PLB5 광고 경험(디지털 광고 시청, 개인정보 제공 등)에 대한 플랫폼 기업의 보상이 적다고 생각한다.
	PLB6 플랫폼으로부터 얻는 이익에 비해 지나치게 많은 광고 경험을 하고 있다.
인지된 강제성	PC1 플랫폼 서비스를 이용할 때, 광고 경험에 대한 선택권은 나에게 있다. (역코딩)
	PC2 내가 원할 때 플랫폼 서비스 내에서 언제든지 광고를 보지 않을 수 있다. (역코딩)
	PC3 플랫폼 서비스 내에서 내 취향과 욕구에 맞게 탄력적으로 광고 경험을 선택할 수 있다. (역코딩)
	PC4 플랫폼 서비스를 이용하여 광고에 노출될 때, 나의 의사와 무관하게 강제로 광고에 노출된다고 느낀다.

## 2) 자료의 수집 및 분석 대상

설문조사는 구글 서베이를 활용한 온라인 서베이 방식으로 실시되었으며, 표집 방식은 연구자가 접근 가능한 디지털 광고 경험자를 대상으로 편의 표집하였다. 자발적으로 설문 참여에 동의한 성인남녀에게 구글 서베이 링크를 전달하였으며, 해당 데이터는 2023년 6월 30일부터 2023년 7월 10일까지 수집되었다. 온라인 설문조사 응답자는

총 456명이었으며, 불성실한 응답자의 답변 17개를 제외하고 총 439명의 데이터가 최종분석에 사용되었다. 설문조사 응답자의 남성과 여성 비율은 비교적 균등하게 분포되어 있었으며, 구체적으로 남성이 206명(46.9%), 여성이 233명(53.1%)이었다. 설문조사 응답자의 연령은 만 20세부터 만 67세까지 분포되어 있으며, 평균 연령은 34세로 나타났다( $SD=10.59$ ).

### 3) 통계 방법

디지털 광고 경험 노동성 구성요인 추출과 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 검증을 위해 본 연구에서는 탐색적 요인분석과 크론바흐 알파 검증을 실시했다. 탐색적 요인분석은 추출된 요인들이 구성 타당도를 확보했는지 검증하기 위함이고, 크론바흐 알파 검증은 요인 내 측정 문항들의 내적 일치도를 검증하기 위함이다. 탐색적 요인분석의 추정 방법은 최대우도법을 사용하였으며, 요인 회전은 사각회전을 적용하였다. 모든 분석은 SPSS 25를 사용하였다.

### 4) 탐색적 요인분석 결과

탐색적 요인분석에 앞서 공통성 값이 0.4 미만인 측정 문항을 삭제하는 것을 기준으로 삼고(Costello & Osborne, 2005), 예비 문항 17개 중 공통성이 0.4 미만으로 나타난 3개 문항(PLB3, PLB4, PC4)을 제외하였다. 이후 탐색적 요인분석을 실시한 결과 1.0 이상의 고유값을 포함한 14개 문항이 총 3개의 하위 요인으로 분류되었다. 3개 요인의 총 분산 설명력은 61.72%로 나타났으며, 최종적으로 요인 1은 ‘인지된 노동성’, 요인 2는 ‘인지된 강제성’, 요인 3은 ‘인지된 저보상’으로 요인명을 명명하였다(〈표 2〉참고).

구체적으로 요인 1은 수용자가 디지털 광고 경험을 할 때 인지적, 감정적, 물리적 에너지를 포함한 에너지 소모와 피로감을 동반하며 이를 노동이라고 인식하고 있다는 점을 반영하여 ‘인지된 노동성’으로 명명하였다. 요인 1의 총 분산 설명력은 40.55%로 가장 높은 설명 변량을 차지하고 있다. 수용자가 디지털 광고 경험을 비물질 노동으로 인식하는 데 요인 1이 핵심 요인임이 확인되었다. 요인 1은 총 7개의 항목으로 구성되어 있으며 측정 항목의 신뢰도는 0.92로 나타나 내적 일관성이 확보되었다.

요인 2는 수용자가 인식하는 디지털 광고 경험의 강제성과 관련된 항목으로 요인명

을 ‘인지된 강제성’으로 명명하였다. 요인 2의 설명 변량은 13.57%로 나타났다. 요인 2는 총 3개 항목으로 구성되었으며, 측정 항목의 신뢰도는 0.83으로 나타나 내적 일관성이 확보되었다.

요인 3은 수용자의 디지털 경험에 대한 보상이 적절한지와 관련된 수용자의 인식을 반영하는 요인으로 요인명을 ‘인지된 저보상’이라고 명명하였다. 요인 3의 설명 변량은 7.60%로 나타났다. 요인 3은 총 4개 문항으로 구성되어있으며 측정 항목의 신뢰도는 0.85로 나타나 내적 일관성이 확보되었다.

〈표 2〉 디지털 광고 경험의 노동성에 대한 수용자 인식 요인

요인명	측정항목	요인적재량		
		요인1	요인2	요인3
인지된 노동성	PL3	0.91		
	PL2	0.86		
	PL6	0.81		
	PL4	0.80		
	PL5	0.74		
	PL1	0.67		
	PL7	0.62		
인지된 강제성	PC3		0.87	
	PC2		0.86	
	PC1		0.70	
인지된 저보상	PLB2			0.82
	PLB1			0.82
	PLB6			0.64
	PLB7			0.60
신뢰계수(Cronbach's $\alpha$ )		0.92	0.83	0.85
아이겐 값(eigen value)		6.08	2.23	1.46
공통 변량(%)		40.55	13.57	7.60
누적 변량(%)		40.55	54.12	61.72

KMO=.90, Bartlett's  $\chi^2=3,489.62$ ,  $p<.001$ .

## IV. 결론

본 연구에서는 인지자본주의 관점을 적용하여 수용자의 디지털 광고 경험을 비물질 노동의 일종으로 바라보았다. 수용자의 광고 경험 시간의 확대, 플랫폼 기업의 이데올로기 전파, 수용자의 제한적 선택권이라는 세 가지 측면에서 플랫폼 기업이 디지털 광고 시장에서 나타나는 수용자의 비물질 노동을 제대로 가치 평가하지 않은 채, 이를 과도하게 이윤 창출에 활용하고 있다는 문제점을 지적하였다. 이러한 문제 제기와 함께 기존 ‘무임금 노동’이라는 개념의 한계를 보완할 수 있는 ‘저평가 노동’이라는 새로운 대안적 개념을 제시하였다. 더 나아가 본 연구에서는 수용자의 광고 경험을 노동 관점으로 바라볼 수 있다는 논의가 실제 수용자 삶 속에서도 인식되는 현상이라는 점을 실증적인 데이터로 확인하였다. 수용자는 ‘인지된 노동성’, ‘인지된 강제성’, ‘인지된 저보상’이라는 세 가지 차원을 통해 디지털 광고 경험에 대한 노동성을 인식하고 있었다.

앞서 언급했던 것처럼 플랫폼 기업은 수용자의 개인정보 제공을 포함한 디지털 광고 경험을 통해 실질적인 경제적 이윤을 창출한다. 반면, 수용자에게는 추상적인 서비스 형태로 보상하는 방식을 취하고 있다. 수용자가 디지털 광고 경험에 대한 현재의 보상 방식이 적절하지 않다고 인식하고 있는 설문조사 결과를 고려하면, 현재 플랫폼 기업의 보상 방식은 수용자의 비물질 노동을 올바르게 평가하는 데 한계가 존재한다고 판단할 수 있다.

‘Brave 브라우저’는 수용자의 디지털 광고 경험에 대해 기존 플랫폼 기업과 다른 보상 체계를 구축하였다는 점에서 주목할 만한 사례이다. ‘Brave’는 토큰 이코노미와 접목시킨 BAT(Basic Attention Token)를 통해 수용자와 플랫폼 기업 모두 수익을 얻는 모델을 구축하였다(블록미디어, 2020). ‘Brave’는 디지털 광고가 노출되지 않는 것이 기본값이며, 수용자가 원하는 경우에만 디지털 광고가 노출된다. 디지털 광고를 경험한 수용자는 이에 대한 보상으로 BAT 토큰을 지급받는다. 디지털 광고 노출 이전 시점에 광고 시청에 대한 선택권이 부여된다는 점에서 수용자에게 보다 근본적인 선택권이 존재한다고 볼 수 있으며, 암호화폐라는 구체적인 재화로 보상을 한다는 점에서 디지털 광고 경험에 대한 수용자 비물질 노동의 가치를 제대로 평가하고자 하는 시도로 바라볼 수 있다.

인지자본주의 사회에서 지배 계급 위치를 차지한 플랫폼 기업이 수용자의 ‘저평가

노동'을 올바르게 해결하려는 시도가 존재하지 않는 한 플랫폼 기업은 수용자의 비물질 노동을 통해 불균형적인 이윤을 창출한다는 비판을 피할 수 없을 것이다. 플랫폼 기업은 그들의 이윤에 큰 영향을 주는 수용자의 비물질 노동에 대해 올바르게 가치 평가하고 이에 대한 적절한 보상을 하는 새로운 비즈니스 모델을 구축할 때 지속 가능한 성장을 이룰 수 있을 것이다. 수용자의 비물질 노동의 가치를 제대로 평가하고 실질적인 보상을 제시하고자 하는 'Brave'와 수용자에게 광고 시청에 대한 선택권을 제공해주기 위해 탄생한 '유튜브 프리미엄'과 같이 수용자들의 저평가 노동에 대한 다양한 해결 방안을 구축하기 위한 플랫폼 기업의 지속적인 노력이 필요할 때이다.

그동안 플랫폼 기업의 작동 방식과 광고 경험에 관한 수용자의 비물질 노동성은 학술적인 논의로만 이루어지고 있는 것이 주된 흐름이었다(김영옥, 2018, 2021; 이항우, 2014, 2019). 본 연구는 비물질 노동 개념을 디지털 광고 시장에 구체적으로 접목시켰으며, 디지털 광고 경험 맥락에서만 특징적으로 포착될 수 있는 비물질 노동성에 집중하여 '저평가 노동'이라는 새로운 대안적 개념을 제시했다는 데 학술적 의의가 있다. 이뿐 아니라, 이전 연구에서 다루지지 않았던 디지털 광고 경험의 비물질 노동성을 수용자 인식 측면까지 확대하였을 뿐 아니라 실증 데이터를 통해 디지털 광고 경험의 비물질 노동성 인식을 측정하는 문항을 개발했다는 데도 큰 학술적 함의를 지니고 있다.

더불어, 본 연구의 결과를 통해 디지털 광고 정책에 대한 개선 방안이 필요하다는 것을 확인할 수 있다는 점에서 실무적 함의를 지닌다. 현재 플랫폼 기업의 디지털 광고 정책은 규제 강화 혹은 완화와 같이 이분법적인 입장 대립으로 논의되고 있는 것이 현실이다. 하지만, 현시대에 적합한 정책은 이분법적인 논리가 아니라 플랫폼 기업과 수용자가 상생할 수 있는 현실적인 정책일 것이다. 플랫폼 기업에 대한 디지털 광고 및 개인정보 보호와 관련된 정책을 수립할 때, 무조건적인 규제 강화 혹은 완화 정책이 아니라 플랫폼 기업이 수용자의 비물질 노동을 적절하게 평가하고 이에 대한 다양한 보상을 제시할 수 있는 방향으로 논의될 필요성이 있다.

이러한 함의에도 불구하고 본 연구는 디지털 광고 경험에 대한 수용자의 비물질 노동 인식을 탐색적으로 다루었기 때문에 다음과 같은 한계가 존재한다. 첫째, 본 연구에서는 플랫폼 환경에서 나타나는 수용자의 비물질 노동을 더욱 세부적으로 파악할 필요가 있다고 주장하고, 수용자가 인지적, 감정적, 물리적 노동에 대해 인식하고 있다는 것을 실증적으로 밝혔다. 하지만 각각의 노동에 대한 수용자의 인식 차이가 어떻게 유발될

수 있는지 구체적인 매커니즘을 확인하지 못했다. 둘째, 본 연구에서는 디지털 광고 경험을 디지털 광고 시청, 클릭, 개인정보 제공 등을 포함한 광의의 개념으로 접근하였다. 하지만, 다른 디지털 광고 경험과 달리 개인정보 제공의 경우 수용자의 프라이버시와 밀접하게 관련이 있는 개념이기 때문에 보상과 관련하여 다른 양상을 보일 수 있다. 인지된 저보상의 측정 문항에 개인정보 제공 관련 문항을 포함했지만, 디지털 광고 경험과 이에 활용되는 개인정보 제공 경험의 개념을 분리하여 연구할 필요성이 있다. 이와 같은 후속 연구를 통해 플랫폼이 수용자의 디지털 광고 경험을 평가하는 적절한 기준을 설정할 수 있으며, 수용자가 실질적으로 원하는 보상 체계를 마련할 수 있을 것이다. 또한, 디지털 광고를 활용한 플랫폼 기업의 이윤 추구하고 수용자의 디지털 광고 경험 사이의 올바른 균형을 찾을 수 있는 기반이 마련되어 건강한 디지털 광고 시장 생태계가 형성될 수 있을 것이라 기대한다○.

## [참고문헌]

- 금민 (2020), 플랫폼 자본주의와 기본소득: 마르크스주의 내부의 기본소득 찬반을 넘어  
서, 「마르크스주의 연구」, 17권 33호, 35-70.
- 김공희 (2012), 인지자본주의론의 가치이론 이해 비판: '비물질노동'의 개념화와 측정  
을 중심으로, 「마르크스주의 연구」, 9권 1호, 89-123.
- 김사라 · 임수현 · 김상훈 (2018), 광고 차단 기술 수용 연구, 「광고 PR 실학연구」, 11권  
1호, 9-35.
- 김예란 (2015), 디지털 창의노동: 젊은 세대의 노동 윤리와 주체성에 관한 한 시각, 「한  
국언론정보학보」, 71-110.
- 김문조 (2020), AI 시대의 디지털 격차, 「지역사회학」, 21권 1호, 59-88.
- 김영선 (2020), 플랫폼 자본주의 시대의 노동자상, 「도시연구」, 18권, 117-146.
- 김영옥 (2018), 디지털 노동 착취와 감시의 상품화: 온라인 맞춤형 광고에 대한 커뮤니  
케이션 정치경제학 해석, 「언론과 사회」, 26권 1호, 34-78.
- 김영옥 (2021), 디지털 공짜노동 (free labor), 논쟁과 진화 그리고 공유지 회복, 「커뮤  
니케이션 이론」, 17권 3호, 5-59.
- 김예란 (2009), '참여'의 디지털 문화산업적 형성에 대한 연구: UCC 생산자를 중심으  
로, 「한국언론학보」, 53권 5호, 406-428.
- 김완석 (1989), 광고의 반응차원에 관한 연구 (2): 인지적 평가와 감정반응, 「한국심리  
학회지: 산업 및 조직」, 2권 1호, 44-66.
- 김윤정 (2023), 개인화 서비스와 개인화 광고가 광고 인게이지먼트를 통한 광고반응에  
미치는 영향, 「e-비즈니스연구」, 24권 1호, 35-54.
- 김정숙 (2012), 빅 데이터 활용과 관련기술 고찰, 「한국콘텐츠학회」, 10권 1호, 34-40.
- 김정희 · 전미영 · 김선우 · 조성혁 (2014), 소비자제작광고에 관한 탐색적 연구, 「소비  
자문제연구」, 45권 3호, 307-327.
- 나종연 · 이진명 · 최지원 · 윤정선 · 최아영 (2014), 온라인 맞춤형 광고를 위한 소비자  
의 개인정보 제공의도, 「Telecommunications Review」, 24권 1호, 137-152.
- 방송통신위원회 (2010), 「온라인 행태정보 보호 및 이용 가이드라인」, 공청회 발표 자료.
- 배성인 (2016.06.15), '인지자본주의'를 아십니까. 「워커스」, 14. Available: <http://>



workers-zine.net/24434

블록미디어 (2020.02.21), 웹브라우저 'Brave', BAT 수익모델 추가... 2년만에 이용자 수 10배. Available: <https://www.blockmedia.co.kr/archives/128381>

서울신문 (2022.07.24), '개인정보 수집' 강제하는 메타...다음달 9일부터 페이스북·인스타그램 이용 제한. Available: <https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20220724500130>

양윤·민재연 (2004), 무드, 정보처리유형 및 광고유형이 광고에 대한 감정, 인지반응과 광고태도에 미치는 영향. 「광고학연구」, 15권 3호, 7-37.

이광수 (2004), 「인터넷 광고의 문제점과 전략적 발전 방향에 대한 연구」, 경기대학교 석사학위논문.

이도형 (2019), 플랫폼 비즈니스 모델 분석을 통한 창업기업들의 전략수립을 위한 연구, 「사회과학연구」, 26권 1호, 206-223.

이항우 (2013), 동료 생산(peer production) 과 시장: 디지털 공유 모델의 의의와 한계, 「경제와 사회」, 153-183.

이항우 (2014), 구글의 정동 경제(Affective Economy): 사용자 정동 노동의 동원과 전용, 「경제와 사회」, 102권, 208-236.

이항우 (2015), 자유/무료 노동의 화폐적 보상: 소액 결제 혹은 보편적 기본소득, 「경제와 사회」, 107권, 323-351.

이항우 (2019), 정동과 자본: 담론, 일반 지성 그리고 정동 자본주의, 「경제와 사회」, 243-277.

이호영·서우석 (2010), 디지털 시대의 문화자본과 불평등, 「문화정책논총」, 23권, 69-95.

전종우 (2018), 스마트 TV 에 대한 태도와 광고회피에 미치는 영향 요인: 상호작용성, 매체 인식, 광고방해성을 중심으로, 「사이버커뮤니케이션학보」, 35권 4호, 297-334.

전희상 (2011), [인지자본주의] 의 노동가치론 해석 비판, 「마르크스주의 연구」, 8권 4호, 274-295.

정다영 (2019), 디지털 개인정보와 디지털콘텐츠의 계약적 교환-소비자보호의 관점에서, 「비교사법」, 26권 3호, 245-284.

- 조선비즈 (2022.07.28), 메타, '개인정보 제공 강제 동의' 약관 철회. Available:  
<https://biz.chosun.com/it-science/ict/2022/07/28/QQZLK3D77BB6FBO4WNMLULDBAI/>
- 조정환 (2010), 인지자본주의에서 가치화와 착취의 문제: 자율주의의 관점, 『문화과학』, 64권, 19-48.
- 조정환 (2011), 『인지자본주의』, 서 : 갈무리.
- 조희정 · 이상돈 (2011), 네트워크 사회의 사회적 개인의 발현과 공조: 소셜 미디어를 활용한 의제제안, 의제연결, 집단화 과정을 중심으로, 『시민사회와 NGO』, 9권 2호, 231-267.
- 채석진 (2016), 테크놀로지, 노동, 그리고 삶의 취약성, 『한국언론정보학보』, 79권, 226-259.
- 한경 (2022.07.31), 광고 출자 美빅테크 실적질주 끝... '네카'도 빨간불. Available:  
<https://www.hankyung.com/it/article/2022073164581>
- 한정란 (2003), 청소년들의 노인에 대한 태도 연구, 『한국노년학』, 23권 4호, 181-194.
- Andrejevic, M. B. (2011), Surveillance and alienation in the online economy, *Surveillance & Society*, 8(3), 278-287.
- Bell, D. (1973), The coming of postindustrial society. NY: Basic.
- Braverman, H. (1974), Labor and monopoly capital: The degradation of work in the twentieth century. NY: Monthly Review Press.
- Brophy, E. (2011), Language put to work: Cognitive capitalism, call center labor, and worker inquiry. *Journal of Communication Inquiry*, 35(4), 410-416.
- Cho, C. H., & Leckenby, J. D. (1999, June), Interactivity as a measure of advertising effectiveness: Antecedents and consequences of interactivity in web advertising. In *Proceedings of the Conference-American Academy of Advertising* (pp. 162-179), American Academy of Advertising.
- Drucker, P. (1957), Landmarks of tomorrow. NY: Harper.

- Dyer-Witheford, N. (1994), Autonomist Marxism and the information Society. *Capital and Class*, 52, 85-125.
- Fuchs, C. (2011), Foundations of critical media and information studies. NY: Routledge.
- Google (2013), "Ten Things We Know To Be True," Available: <http://www.google.com/intl/en/about/company/philosophy/>
- Ham, C. D., Nelson, M. R., & Das, S. (2015), How to measure persuasion knowledge. *International Journal of Advertising*, 34(1), 17-53.
- Hardt, M., & A. Negri. (2004), Multitude: War and democracy in the age of empire. NY: The Penguin Press.
- Hesmondhalgh, D. (2010), User-generated content, free labour and the cultural industries. *Ephemera*, 10(3/4), 267-284.
- Jhally, S. (1987), The codes of advertising: Fetishism and the political economy of meaning in the consumer society. UK: Frances Pinter.
- Kuehn, C., Jozic, D., & Homburg, C. (2019), Effective customer journey design: Consumers' conception, measurement, and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47, 551-568.
- Lazzarato, M. (1996), Immaterial labor. In P. Virno and M. Hardt (eds.) Radical thought in Italy (pp. 133-147), Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Liang, X. (2021, April), Research on how to perceive their behavior for international high school students based on using TikTok with semi-structured interview. In *2021 6th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSED 2021)*(pp. 796-799), Atlantis Press.
- Marx, K. (1976), Capital: A critique of political economy (vol. 1) (B. Fowkes, Trans.), UK: Penguin.
- Negri, A. (1989), The politics of subversion: A manifesto for the twenty-first century (J. Newell, trans.). Oxford, UK: Polity Press.

- Pandey, N. (2021), Digital marketing strategies for firms in post covid-19 era: insights and future directions. *The new normal challenges of managerial business, social and ecological systems in the post covid-19 era*.
- Sennett, R. (2008), The craftsman. UK : Yale University Press.
- Smythe, D. W. (1977), Communications: Blindspot of western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1-27.
- Smythe, D. W. (1981), Dependency road. NJ: Ablex.
- Terranova, T. (2000), Free labor. *Social Text*, 18(2), 33-58.
- Terranova, T. (2013), Free labor. In T. Scholz (Eds.), Digital labor: The internet as playground and factory (pp. 33-57). NY: Routledge.

[Abstract]

## A Study of Users' Digital Advertising Experiences in Terms of the Labor Perspective: Focusing on the Proposing of the Concept of Underestimated Labor

Yoo, Jeong Ah

This study applies the concept of immaterial labor discussed in cognitive capitalism to users' digital advertising experiences. Considering that platform companies use users' immaterial labor in the form of digital advertising experiences to generate profits, it is crucial to assess whether this immaterial labor is adequately valued and compensated for. This study discusses three perspectives on whether digital advertising experiences can be considered free labor and highlights the limitations of the free labor concept. We then propose a new concept of "underestimated labor" as an alternative to free labor. Furthermore, we conducted in-depth interviews with a group of experts (N=8) and surveyed the general public (N=439) to gather empirical evidence. The results showed that users perceived digital advertising experiences as immaterial labor in three dimensions: perceived labor, compulsion, and low benefits. Furthermore, they perceived these digital advertising experiences as undercompensated. This confirms the possibility of considering underestimated labor as an alternative concept to explain users' free labor in digital advertising experiences. Finally, based on the previous discussions, we propose directions for platforms to adequately value users' immaterial labor and achieve sustainable growth.

**[Keywords]** cognitive capitalism, immaterial labor, free labor, underestimated labor, digital advertising



## 관람시설 안전인식이 콘텐츠 소비량에 미치는 영향 : 극장영화와 콘서트를 중심으로

이용관

### [국문초록]

공간 기반 문화여가 활동이 증가하고, 그 형태도 다양해지면서 안전사고 위험성도 커지고 있다. 본 연구는 그동안 문화여가 시설과 종사자에 집중되었던 안전 관련 이슈를 소비자 관점으로 확장하고 정책적 시사점을 제공하기 위해 소비자가 인식하는 관람시설 안전수준이 콘텐츠 관람횟수에 미치는 영향을 분석하였다. 콘텐츠 관람횟수 변수의 특성을 고려한 영-과잉 음이항 모형(zero-inflated negative binomial model)을 적용하여 분석한 결과, 극장영화와 콘서트 관람횟수 모두 관람시설에 대한 안전인식이 높을수록 증가하는 경향이 나타났다. 이는 관람시설의 안전이 콘텐츠 관람횟수에 영향을 주는 중요한 요소임을 보여준다. 또한, 콘텐츠 소비량에 영향을 주는 불안전 요인은 관람시설별로 다르게 나타내는데, 극장은 시설관리가 미흡하거나 건물·시설이 노후화된 경우, 콘서트장은 안전매뉴얼 미확보, 건물·시설 노후화, 안전전담인력과 안전경각심이 부족한 경우 콘텐츠 관람횟수가 유의미하게 줄어드는 것으로 나타났다. 콘텐츠 관람횟수에 영향을 주는 불안전 요인의 차이는 관람시설의 안전성 확보에 대한 정책적 시사점을 제공한다.

[주제어] 관람시설, 안전인식수준, 안전고려수준, 극장영화, 콘서트

\*이 논문은 한국문화관광연구원에서 2022년 12월에 진행한 「위드 코로나 시대 문화·관광·콘텐츠 분야에 대한 국민인식과 정책방향 설문조사」 결과를 활용하였으며, 2023년 한국문화경제학회 추계학술대회에서 발표한 논문을 발전시켜 작성하였음을 밝힙니다. 논문 발전을 위해 건설적인 조언을 해주신 토론자와 익명의 심사위원분들께 감사드립니다.

투고일: 2024. 1. 19 심사일: 2024. 2. 28. 게재 확정일: 2024. 3. 27.

<https://doi.org/10.16937/jcp.2024.38.1.95>

이용관\_한국문화관광연구원 콘텐츠연구본부 한류경제연구팀 연구위원/주저자(lucasie@kcti.re.kr)

## I. 서론

경제·사회의 발전과 함께 문화여가 활동에 대한 지출 여력이 증대되고 집단경험을 창출하는 문화여가 활동에 대한 접근성이 개선되어 왔다. 이에 동반해 사람들의 문화여가 활동 형태도 다양해지고 특정 시설 및 공간에서 경험하는 문화여가 활동도 증대되어 왔다. 2020년 코로나19 확산과 함께 사회적 거리두기의 영향으로 밀집시설 또는 집단적 경험을 기반으로 하는 문화여가 소비가 크게 위축되었으나 2022년 거리두기 완화로 일상회복에 대한 기대감이 상승하면서 극장영화, 콘서트 등을 중심으로 오프라인 콘텐츠 소비가 회복되기 시작했으며<sup>1)</sup>, 2023년 엔데믹 선언이후에는 소비 증가폭이 더욱 확대되고 있다(이승희 · 이용관, 2023a). 다만, 코로나19 장기화로 오프라인 콘텐츠의 공급이 부족한 상황에서 특정 이벤트와 여가시설에 사람이 집중되는 현상이 발생하면서 안전사고에 대한 잠재적 위험성도 커지게 되었다. 또한, 문화여가 소비가 장소와 시설, 활동 방식에 따라 다양한 형태로 나타나고 있어 일률적인 안전사고의 저감 및 예방만으로 소비자들이 당면한 위험성을 해소하기 어려워지고 있다.

2022년 10월 이태원 일대에 사람들이 몰리면서 발생한 압사사고 사례는 불특정 다수가 집중되는 공간의 잠재적 위험성과 이에 대응한 충분한 대책 마련이 필요함을 보여 준다. 사회적으로 크게 이슈화된 사건이 아니더라도 다수가 집중되는 문화여가 시설에서 안전사고는 지속적으로 발생하고 있다. 공연관객 위기 대응 및 관리 매뉴얼에 따르면 공연장 사고 발생은 지난 30년간 60% 증가했으며, 무대장치의 추락 및 감전사고, 화재 사고, 관객 압박사고 등 다양한 유형의 안전사고가 발생하고 있음을 확인할 수 있다(문화체육관광부, 2017). 또한 공연장 관람석에서 안전사고가 많이 발생하는데(백민경, 2015), 소비자원의 조사(2015)에 의하면 소비자가 관객석에 부딪히거나 무대소품에 맞아 다치는 사례가 24건(30.0%)으로 가장 많고, 이어 계단이나 바닥에서 ‘넘어지거나

1) 영화통합전산망 기준으로 2022년 전체 극장 매출액은 1조 1602억 원으로 전년 대비 98.5% 증가했고, 전체 관객 수는 1억 1281만 명으로 전년 대비 86.4% 늘었다. 2022년 4월 사회적 거리두기 조치 해제와 더불어 5월 <범죄도시2>를 시작으로 <탐전: 매버릭>, <한산: 용의 출현>, <공조2: 인터내셔날>, <아바타: 물의 길> 등 성수기 화제작들이 개봉하며 코로나19 팬데믹 이후 처음으로 연 매출 1조 원, 연 관객 수 1억 명을 상회했다(영화진흥위원회, 2022). 또한 공연예술통합전산망 기준으로 2022년 한 해 동안 전국적으로 총 1만 4447건 공연이 무대에 올랐다. 약 1,366만 장 티켓 예매와 약 5,590억 원 티켓 판매가 이뤄졌다. 공연 건수는 2021년 대비 약 36%, 공연 회차는 약 46% 증가했다. 티켓 예매수는 약 92%, 티켓 판매액도 약 82% 늘어났다(예술경영지원센터, 2023. 1). 특히 10월 부산에서 진행된 BTS ‘Yet to Come in BUSAN’ 콘서트는 약 10만 명의 국내외 관객을 모집했는데 임시공연장의 인원수용 및 안전 문제 등으로 공연장소를 부산아시아드 주경기장으로 변경하였다(이윤경 · 홍무궁, 2022).



미끄러짐' 23건(28.8%), 공연소품 등에 의해 '베이거나 찢림' 9건(11.3%) 등 주로 관객석에서 발생한 사고이며, 소규모 공연장은 실내공기 오염도도 높게 나타나고 있다. 한국은 OECD 회원국 중 밀집도 1위로 안전사고에 관한 위험성이 매우 높으며(1위: 한국(1㎢당 516.2명), 2위: 네덜란드(1㎢당 419명)), 멀티플렉스 영화관, 전문공연장, 대형 콘서트가 진행되는 경기장 등 다수가 집중되는 시설은 대부분 밀집도가 높은 도시에 위치하고 있지만 이에 대한 사회전반의 안전의식이 낮으며(소방청, 2018), 밀집시설의 규모가 작을수록 관리 주체의 안전에 대한 인식과 주의가 낮아지는 현상이 나타난다(왕한진 외 2017). 정부는 문화여가 시설에 대한 안전관리를 위한 법제도를 마련하고 지원·관리하고 있으나<sup>2)</sup> 가설 공간 등 법제도의 사각지대가 존재하거나 시설 및 장비 등 물리적인 안전관리에만 집중되어 있는 상황이다.

문화여가 활동의 안전에 대한 낮은 사회적 의식과 정책적 사각지대를 반영하듯 문화여가 관련 안전 이슈는 대부분 관련 종사자의 노동환경<sup>3)</sup> 관점에서만 다루어져 왔다. 문화여가 활동 조사도 안전 관련 항목 없이 공간과 시설의 접근성이나 편의성 중심으로 이루어졌다. 이로 인해 문화여가 활동과 개인의 안전고려수준이나 문화여가 시설의 안전 정도를 동시에 측정하는 자료도 없는 상황이다. 또한 콘텐츠 관람시설 안전은 시설 운영 관리자, 콘텐츠 제작자, 연기자들과 스태프, 소비자 등 시설과 관계된 모든 사람들이 함께 참여하고 협력해야 확보될 수 있다(공연장 안전 매뉴얼 2009). 그럼에도 관람시설의 안전 관리나 교육에 대한 책임과 역할은 대부분 운영관리자와 제작자에 집중되어 논의되고<sup>4)</sup>, 법제도에도 이들에 대한 의무조항만 명시되어 있다.

2) 「다중이용업소의 안전관리에 관한 특별법」에 따라, 영화상영관, 비디오방, 비디오소극장, 복합영상물제 공업, 게임제공업, PC방, 복합유통게임제공, 노래연습장 등은 안전관리체계 소관부처가 문화체육관광 부이며, 공연장은 「공연법」에 의거하여 각 지자체가 안전관리에 대한 감독을 담당하고 있다(이윤경·홍무궁, 2022).

3) 문화여가 종사자 관련 안전 이슈에 대한 논의는 장르별 노동환경 조사 및 분석에서 다루어지고 있다. 대표적으로 공연(예술)산업 종사자(예술인)의 안전성 확보 방안에 대한 연구(강찬규 외 2021)를 보면, 공연·예술 산업의 안전관리를 어렵게 만드는 주요 요인으로는 ① 공연·예술 무대의 경우 일회성·단발성 기획이 많아 정부 안전관리 지도·점검대상의 사각지대에 놓임, ② 무대의 제작단계부터 철거단계까지 관련 종사자의 대부분이 야간·휴일 작업 및 장시간 노동이 빈번하게 이루어지고 있음, ③ 통상 공연기획사 또는 극단에 의해 제작되는 공연은 작품 단위로 제작·기술팀이 구성 및 계약됨에 따라 대다수 종사자가 비정규직 또는 프리랜서로 작업을 수행하고 있어 안전관리에 취약한 구조적 문제점을 가지고 있음, ④ 공연·예술 무대를 대관해 제작하는 경우 제작단가를 낮추기 위해 무리한 작업 및 원래 장소를 빌려주는 곳과 대관하는 업체의 안전관리자 간의 작업에 대한 의사소통이 원활하지 못한 경우가 많이 발생한다고 지적하고 있다. 2021 방송제작 노동환경 실태조사(정윤경·유인찬, 2021)를 보면, 부상이나 질병 등의 사고에 노출되어 있는 방송 제작환경의 특성을 고려할 때 충분한 대비가 필요하나 현장에서 안전교육을 실시하지 않는 경우가 40.9%로 나타났으며, 정기적으로 실시하는 경우도 5.5%로 낮게 나타나고 있음을 확인했다.

본 연구는 관람시설에 대한 안전인식이 콘텐츠 소비량에 미치는 영향을 분석함으로써 문화여가 활성화에 대한 시사점을 제공한다. 이를 위해 개인 특성 및 콘텐츠 소비량과 함께 안전인식수준과 안전고려수준 등 문화여가 활동 전반에 대한 안전관련 내용을 조사한 설문조사를 활용한다. 또한, 다양한 문화여가 활동 유형 중 소비 빈도가 높으며, 사회적 거리두기 완화 이후 빠르게 소비량이 회복되고 있는 극장영화와 콘서트를 중심으로 분석한다. 극장영화는 대부분 극장(영화관)에서 소비되나 콘서트는 규모에 따라 다양한 형태의 시설과 공간에서 소비된다는 것을 고려해 관람시설 특성별 콘텐츠 소비량에 영향을 주는 불안전 요인을 파악한다. 관람시설에 따라 개인이 생각하는 불안전 요인이 어떻게 다른지, 그 요인이 콘텐츠 소비에 어떠한 영향을 주는지에 대한 정보를 통해 관람시설별 안전성 확보 방향을 도출한다.

안전인식수준은 연구 목적과 대상에 따라 다양하게 정의될 수 있지만(신진동외, 2020), 개인이 제품을 구매하거나 서비스를 이용하는 과정과 결과에서 얻게 되는 이익 또는 손실에 대한 위험이나 불확실성이 포함된 개념(박현승·허식, 2014; Chen & He, 2003)인 위험지각은 한 부분이라고 할 수 있다. 무형의 특징을 지닌 경험제 소비에 있어서 위험지각은 개인의 소비에 중요한 역할을 하는 것으로 밝혀졌는데(Choi & Park, 2021; Laroche, 2004), 관람시설이 매우 안전하지 않다고 인식하는 개인은 그렇지 않은 개인에 비해 해당 콘텐츠를 소비하는데 더 큰 위험도를 가지게 되고 이는 콘텐츠 소비를 상대적으로 덜 하는 현상으로 나타나게 된다. 여기서의 안전의식수준은 관람시설 운영관리 주체와 행사(콘텐츠 제공) 주체가 제공하는 장소 및 시설에 대해 소비자가 어느 정도 안전하고 생각하는지를 말한다. 실제로 소비자에게 지각된 안전성은 참여와 활동 만족도에도 긍정적인 영향을 미치며(윤정현, 2018), 장소 또는 시설이 안전할수록 소비자들의 재방문 가능성이 높아지는 것(김현식·김주호, 2015)으로 나타난다. 또한, 안전인식수준은 개인의 안전에 대한 태도에도 영향을 받는다. 안전에 대한 태도는 심리적 또는 물리적으로 위험에 접했을 때 갖게 되는 개인의 심리적 상태를 의미하는 것으로 안전수준에 대한 인지와는 다른 심리적 과정이라고 할 수 있다(이환성·전주상, 2014; 정익재, 2006). 즉 콘텐츠 소비도 소비자가 관람시설이 안전하고 인식할수록 증가하며, 관

4) 공연장 안전관리는 운영관리적인 측면과 시설관리적인 측면에서 접근이 가능하다. 공연장의 안전교육, 시설투자의 우선순위, 인력배치 등 적절하게 운영하여 안전을 도모할 수 있으며, 규정에 맞는 시설의 설치와 전문 인력의 점검, 무대시설 안전상태 모니터링과 고장예측체계 등과 같은 안전시설을 적절하게 이용하여 안전을 확보할 수 있다(박용규외, 2014).

람시설의 특성에 따라 소비에 영향을 주는 안전인식수준의 임계치가 다를 수 있음을 예상할 수 있다. 여기서의 안전인식수준은 해당 관람시설이 얼마나 안전한지 주관적으로 인식하는 정도로 안전에 대한 태도에 따라 인식의식이 차이가 나타날 수 있기에 개인의 안전고려수준도 통제한다.

본 연구의 구성을 보면 II장에서는 분석 자료를 소개하고, 기초 분석 결과를 정리한다. III장에서는 변수의 특성을 고려한 분석 방법을 설명한다. IV장에서는 실증분석 결과를 논의하고, V장에서는 연구결과를 요약하고 시사점을 제시한다.

## II. 분석 자료 및 기초 분석

### 1. 자료 설명

안전과 콘텐츠 소비량의 관계를 분석하기 위해 2022년 12월에 한국문화관광연구원에서 진행한 <위드 코로나 시대 문화·관광·콘텐츠 분야에 대한 국민인식과 정책방향 설문조사> 결과를 이용한다. 조사는 2020년부터 3개년에 걸쳐 코로나19가 국민의 문화·관광·콘텐츠 향유에 미친 영향을 파악하고 향후 소비를 전망하기 위한 기초자료 수집을 목적으로 이루어졌다. 조사 내용은 ① 문화·예술 분야 향유 현황 및 전망, ② 관광 분야 활동 현황 및 전망, ③ 콘텐츠 분야 소비 현황 및 전망, ④ 미래 사회변화가 문화·관광·콘텐츠 분야에 미칠 영향 등이 포함되어 있다. 특히, 2022년 조사는 표본 수(기존 2,000명)를 2,200명으로 증가시켰으며, 당시 사회적 관심도가 커진 안전 이슈를 고려해 문화·관광·콘텐츠 분야 안전에 관한 국민인식을 부가적으로 조사하였다(이승희·이용관, 2023b).

자료는 전국 만20세~만69세 성인 남녀 2,200명을 성별, 연령, 지역 단위로 층화 추출하였기에 응답자의 인구통계학적 특징이 일반적인 조사·통계 자료와 유사하게 나타난다. 가구소득 분포를 보면 300만~399만 원이 18%, 700만 원 이상이 17.3%로 높은 비중을 보였으며, 600만~699만 원이 8.5%로 가장 낮은 비중을 보였다. 직업 분포를 보면 사무직이 31.6%로 가장 높은 비중을 보였으며, 직업없음은 5%, 학생은 6.2%로 나타났다.

앞에서 설명한 것과 같이 여기서는 다양한 문화여가 활동 유형 중 소비 빈도가 높으며, 사회적 거리두기 완화 이후 빠르게 소비량이 회복되고 있으며, 시설 특성의 차이를 고려할 수 있는 극장영화와 콘서트를 중심으로 분석한다. 자료에서 2022년 연 평균 극

〈표 1〉 조사 자료의 기초통계량

	구분	평균	표준편차
성별	남성	0.510	0.500
	여성	0.490	0.500
연령	20대	0.185	0.388
	30대	0.175	0.380
	40대	0.215	0.411
	50대	0.229	0.420
	60대	0.196	0.397
가구 소득	200만 원 미만	0.100	0.299
	200~299만 원	0.166	0.372
	300~399만 원	0.180	0.384
	400~499만 원	0.159	0.366
	500~599만 원	0.137	0.344
	600~699만 원	0.085	0.280
	700만 원 이상	0.173	0.378
거주 지역	서울	0.190	0.393
	광역시	0.248	0.432
	경기도	0.268	0.443
	기타 지역	0.294	0.456
직업	관리직	0.075	0.264
	전문직	0.099	0.298
	사무직	0.316	0.465
	서비스직	0.091	0.288
	판매직	0.040	0.196
	농어업직	0.006	0.080
	기능직	0.041	0.198
	단순노무직	0.032	0.177
	직업없음	0.050	0.218
	학생	0.062	0.241
	기타(은퇴자, 주부)	0.187	0.390

장영화 관람 횟수는 3.17회, 콘서트 관람횟수는 0.39회로 나타났다.<sup>5)</sup> 2022년 20~69세 인구(3,699만 명)와 극장영화 관람객 수(11,281만 명), 대중음악 콘서트 관람객 수(430만 명)를 비교하면, 극장영화는 1인당 3.05회, 콘서트는 0.12회를 관람하는 것으

5) 2022년 콘텐츠 소비량 조사는 먼저 응답자에게 콘텐츠 소비 여부를 묻고, 소비했다는 응답자에게만 소비량을 다시 묻는 방식으로 진행하였다.

로 나타나 조사표본의 관람횟수가 약간 높게 나타나는데 이는 조사 응답자 표본이 문화 관광콘텐츠에 관심도가 높기 때문인 것으로 보인다. 2022년 실제 관람자 표본을 보면, 극장영화는 4.16회, 콘서트는 1.72회로 나타났다. 이는 통계청의 「사회조사」 결과 (2021년 극장영화 3.6회, 음악·연주회 2.3회 관람)보다 극장영화는 약 0.56회 많게, 대중음악 콘서트 관람은 0.58회 적게 나타났다. 2021년에 비해 2022년의 오프라인 콘텐츠 소비는 다소 증가했으며, 사회조사의 음악·연주회는 대중음악 콘서트뿐만 아니라 클래식 공연까지 포함하고 있다는 점을 고려하면 조사의 평균 관람횟수는 전반적인 실태를 반영하고 있음을 확인할 수 있다(이승희·이용관, 2023a).

〈표 2〉 극장영화·콘서트 연간 평균 관람횟수

	극장영화			콘서트		
	표본수	관람횟수	표준편차	표본수	관람횟수	표준편차
전체응답자	2,200	3.17	3.398	2,200	0.39	0.895
실제 관람자	1,678	4.16	3.320	501	1.72	1.115

주: 실제 관람자는 '22년 한 해 동안 극장영화 또는 대중음악 콘텐츠를 한번이라도 관람한 자를 의미함.

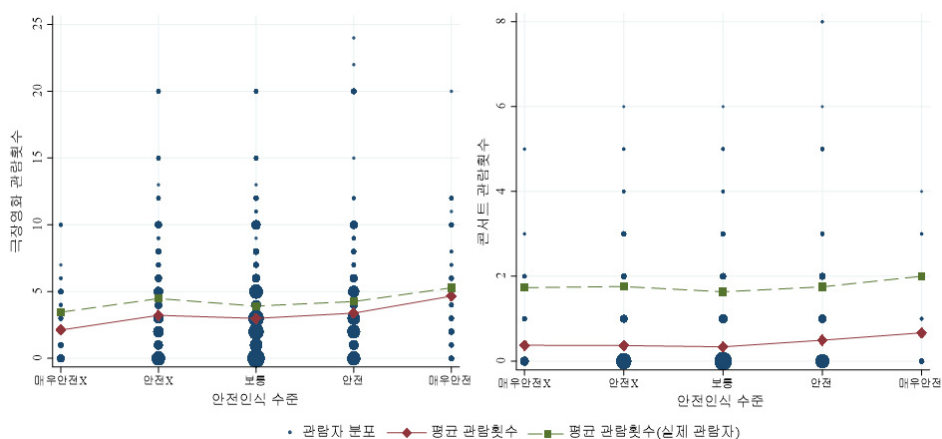
## 2. 변수 설정 및 기초 분석

안전인식수준을 측정하는 변수는 연구 목적과 대상, 범위에 따라 다르게 나타나고 있다(신진동외, 2020). 콘텐츠 소비에 대한 안전인식수준이 측정 사례가 없는 상황에서 여기서는 통계청의 「사회조사」 안전부문의 측정방식<sup>6)</sup>을 준용한 문항의 응답결과로 변수를 설정한다. 자료는 개인이 생각하는 분야별 안전인식수준을 “귀하는 우리나라 문화 관광콘텐츠 분야의 시설 안전은 어느 정도 수준이라 생각하십니까?”라는 질문에 대해 5점 척도(매우 안전하지 않음=1, 대체로 안전하지 않음=2, 보통=3, 대체로 안전함=4, 매우 안전함=5)로 응답한 값을 제공한다. 극장의 안전인식수준 분포는 1=3.41%, 2=20.45%, 3=45.41%, 4= 27.27%, 5=3.45%로, 콘서트장의 안전인식수준 분포 1=6.32%, 2=28.77%, 3=39.23%, 4= 24.05%, 5=1.64%로 나타났다.

6) 사회조사에서는 개인이 생각하는 사회 안전에 대한 인식도를 각 분야(12개 분야: 국가안보, 자연재해, 건축물 및 시설, 교통사고, 화재, 먹거리 위생, 식량안보, 정보보안, 개인정보 유출, 신종 질병, 범죄, 전반적인 사회 안전)별로 “귀하는 우리 사회가 다음 각 분야에 어느 정도 안전하다고 생각하십니까?”라는 질문을 하고 5점 척도로 측정한다.

[그림 1]은 관람시설별 안전인식수준에 따른 극장영화와 콘서트 관람횟수를 보여준다. 안전인식수준별 관람횟수별 응답자 수 규모를 의미하는 응답자 분포를 보면 관람횟수가 0에서 가장 많이 나타나며, 관람횟수가 증가할수록 관람자 분포가 감소하는 경향을 보여준다. 관람시설이 안전하다고 인식할수록 평균 콘텐츠 관람횟수가 증가하는 경향(극장영화: 1=2.1회, 2=3.2회, 3=3.0회, 4=3.4회, 5=4.7회 / 콘서트: 1=0.38회, 2=0.38회, 3=0.38회, 4=0.42회, 5=0.48회)을 보인다. 실제 관람자 표본에도 동일한 경향을 보이거나 이들은 안전의식수준에 따라 콘텐츠 관람횟수가 증가하는 경향(극장영화: 1=3.5회, 2=4.5회, 3=3.9회, 4=4.3회, 5=5.3회 / 콘서트: 1=1.73회, 2=1.73회, 3=1.70회, 4=1.72회, 5=1.81회)이 다소 약하게 나타난다. 이는 관람시설 안전에 대한 인식수준이 낮을수록 관람 경험이 없을 가능성이 크다는 것을 보여준다.

[그림 1] 관람시설별 안전인식수준에 따른 극장영화 및 콘서트 관람횟수



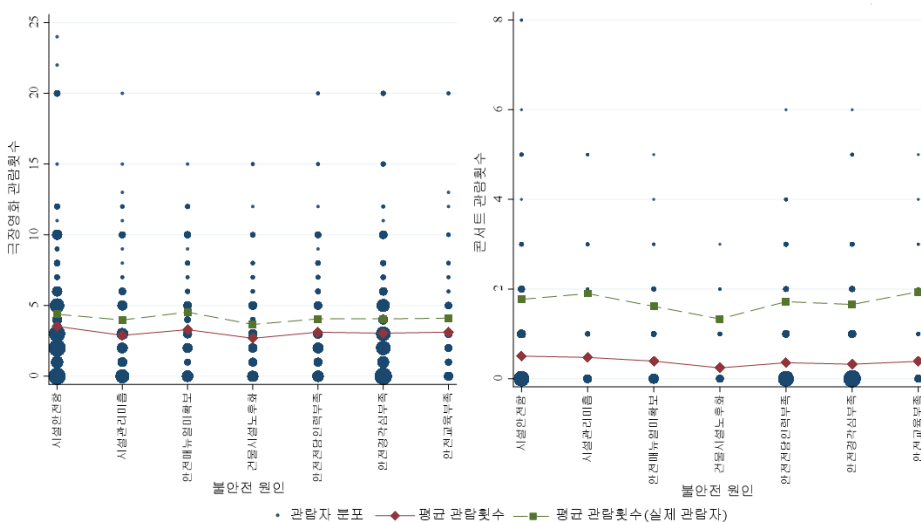
주: 응답자 분포는 안전인식수준별 관람횟수별 응답자 수 규모로 원이 클수록 해당 구간에 응답자수가 많다는 것을 의미함.

사람들의 관람시설별 안전인식수준은 불안전 원인에 따라 다르게 나타난다. 조사에서는 안전인식수준 중 보통 이하로 응답한 사람에게 해당 장소 및 공간의 불안전 원인을 확인하기 위해 “해당 장소 및 공간이 안전하지 않다고 생각하는 가장 큰 이유는 무엇입니까?”라는 질문을 각 시설별로 묻고 이에 대해 6가지 불안전 원인(① 시설관리 미흡, ② 안전 매뉴얼 미확보, ③ 건물 및 시설 노후화, ④ 안전전담인력 부족, ⑤ 안전에 대한 경각심 부족, ⑥ 안전에 대한 교육 부족)으로 응답하게 하였다.<sup>7)</sup> 극장의 안전인식 수준

이 안전하다고 응답한 30.73%를 제외하고 보통 이하로 응답한 사람의 6가지 불안전 원인의 분포는 ① 13.32%, ② 8.5%, ③ 8.0%, ④ 9.82%, ⑤ 24.55%, ⑥ 5.09%로 나타났다. 콘서트 공연장의 안전인식수준이 안전하다고 응답한 25.68%를 제외하고 보통 이하로 응답한 사람의 6가지 불안전 원인의 분포는 ① 5.45%, ② 8.23%, ③ 3.77%, ④ 24.05%, ⑤ 24.18%, ⑥ 3.64%로 나타났다.

[그림 2]에서 시설별 불안전 원인에 따른 극장영화와 콘서트 관람횟수를 보여준다. 불안전 원인별, 관람횟수별 응답자 수 규모를 의미하는 응답자 분포를 보면 관람횟수가 0에서 가장 크게 나타나며, 불안전 요인으로 극장에 대해서는 시설관리 미흡과 안전 경각심 부족의 응답 비중이, 콘서트장에 대해서는 안전전담인력 부족과 안전 경각심 부족의 응답 비중이 높게 나타났다. 관람시설별 불안전 원인과 관람횟수를 비교한 결과, 극장영화는 불안전 원인으로 시설관리 미흡과 건물·시설 노후화를 응답한 사람에서, 콘

[그림 2] 관람시설별 불안전 원인에 따른 극장영화 및 콘서트 관람횟수



주: 응답자 분포는 불안전 요인별 관람횟수별 응답자 수 규모로 원이 클수록 해당 구간에 응답자수가 많다는 것을 의미함.

7) 안전관련 전문가들은 안전사고가 물적 원인(불안전 상태)과 인적 원인(불안전 행동)이 복합적으로 얽혀 발생한다고 지적하고 있다. 콘텐츠 관람 시설의 불안전 요인도 시설 자체가 갖는 물리적 요인뿐만 아니라 시설을 관리하고 시설을 이용하는 사람들의 특성과 행동에 의해서도 불안전 요인이 나타난다. 국민안전처에서 발간한 생애주기별 안전교육 길잡이 지도서(1권, 2016)에 따르면 공연장, 극장, 행사장 사고의 원인으로 시설에 대한 물리적인 부분과 함께 ① 행사 주최자의 단일한 사고방식과 관심 부족, ② 시설 및 현장의 안전관리요원의 전문지식과 행동요령에 대한 이해 부족, ③ 동선 관리 소홀, ④ 관람자의 태도 등을 제시하고 있으며 이에 대한 대처 방안도 명시하고 있다.

서트는 불안전 원인으로 안전매뉴얼 미확보, 건물·시설 노후화, 안전 경각심 부족을 응답한 사람에서 관람횟수가 적게 나타났다.

끝으로 앞에서 언급했듯이 안전에 대한 태도에 따라 관람시설의 안전인식 수준과 불안전 요인을 판단하는 것이 다를 수 있기에 콘텐츠 소비시 안전고려수준을 주요 통제변수로 활용한다. 콘텐츠 소비시 안전고려수준은 “귀하는 평소 우리나라 문화관광콘텐츠 분야 활동시 안전에 어느 정도 신경을 쓰십니까?”라는 질문을 하고 이에 대해 5점 척도(매우 신경 쓰는 편임=1, 신경 쓰는 편임=2, 보통=3, 신경 쓰지 않음=4, 전혀 신경 쓰지 않음=5)로 응답하게 하였다. 안전고려수준 분포는 1=11.64%, 2=42.32%, 3=33.14%, 4=10.77%, 5=2.14%로 나타났다. 변수의 분포와 결과 해석의 용이성을 위해 안전고려수준 변수의 응답항목을 역순으로 하고 비중이 적은 신경 안씀 응답을 통합하여 4점 척도(1=신경 안씀(신경 쓰지 않음+전혀 신경 쓰지 않음), 2=보통, 3=신경 씬(신경 쓰는 편임) 4=매우 신경 씬(매우 신경 쓰는 편임))로 재구성하여 활용한다.

### Ⅲ. 분석 방법

시설에 대한 소비자의 안전의식이 콘텐츠 소비량에 미치는 영향을 분석하는 모형은 다음과 같은 선형방정식으로 표현된다.

$$C_{ij} = SL_{ij}\beta + \gamma_1 X_i + \gamma_2 SA_i + u_{ij} \quad (1)$$

위 추정식에서 종속변수  $C_{ij}$ 는  $i$  소비자의  $j$  콘텐츠(극장영화, 콘서트) 관람횟수이다.  $SL_{ij}$ 는  $j$  콘텐츠 관람시설에 대한 안전인식수준(1=매우 안전하지 않음, 2=대체로 안전하지 않음, 3=보통, 4=대체로 안전함, 5=매우 안전함)을 의미한다.  $X_i$ 는 응답자의 인구통계학적 특징으로 성별, 연령, 거주지역, 가구소득, 직업으로 구성된 설명변수이다. 또한, 개인마다 관람시설에 대한 안전인식수준이 콘텐츠 소비시 안전을 생각하는 태도에 의해 달라질 수 있기에, 개인별 안전에 대한 성향을 통제하는 안전고려수준( $SA_i$ : 1=신경 안 씬, 2=보통, 3=신경 씬, 4=매우 신경 씬)을 추가한다. 여기서 계수  $\beta$ 는  $j$  콘텐츠 관람시설에 대한 안전인식과 콘텐츠 소비량과의 관계를 추정한 것으로 본 연구의 핵



심적인 계수이다.

종속변수로 사용하는 콘텐츠 관람횟수는 음수 값을 가질 수 없으며 정규분포를 하지 않고 이산분포하는 가산자료이다. 가산자료 형태를 분석하는 데는 포아송 회귀분석이 가장 널리 사용되지만 이는 평균과 분산이 동일해야 한다는 제약 조건을 가지고 있다. 만약 과대산포 등의 문제가 갖고 있는 자료에 적용할 경우 모형의 적합도가 떨어지고 회귀 계수들이 과잉 유의한 결과를 나타낼 수 있다. 종속변수로 활용되는 극장영화와 콘서트 관람횟수는 각각 평균은 3.17, 0.39, 분산은 11.54, 0.8로 분산이 평균의 거의 2배 이상 과대산포되어 있는 경향을 보인다. 종속변수에 과대산포가 발생한 경우 이분산성을 허용하여 포아송 모형의 문제점을 해결해 주는 음이항 모형(negative binomial model)을 사용하는 것이 적합하다(Cameron & Trivedi, 2013; Hoefle & Boveng, 2007).

또한 콘텐츠 장르별로 접근성 등이 크게 달라 관람률이 차이가 나타나는데 특정 콘텐츠는 관람 경험이 없는 사람이 많아 자료에 0이 과도하게 존재한다. 종속변수로 활용되는 극장영화와 콘서트 관람횟수는 각각 23.73%, 77.23%로 0의 값을 갖는 것을 확인할 수 있다. 콘텐츠 관람 여부에 대한 개인의 응답이 0인 것은 두 가지 유형이 있다. 특정 콘텐츠 관람활동을 선호하지 않는 이유 등으로 인해 관람여부가 0으로 나타나는 경우로 이들은 항상 0의 값을 갖는다. 하지만 특정 기간 동안 관람 경험이 없는 개인은 기간에 따라 관람 여부가 0보다 큰 값을 가질 수 있다. 만약 0의 응답이 특정기간에 한정되어 있는 경우라면 포아송 모형에서 이론적인 0의 확률모형은 부풀려질 가능성이 있는데 이 경우 영-과잉 포아송(zero-inflated Poisson) 모형을 활용할 수 있다(Gurmu & Trivedi, 1996).

평균과 분산이 같다는 가정에서 오는 과대산포 문제와 0이 나타날 확률이 사실과 다르게 부풀려질 가능성이 동시에 나타나는 경우 영-과잉 음이항 모형(zero-inflated negative binomial model)을 이용하게 된다. 영-과잉 음이항 모형은 0이 아닌 값을 반응변수 값으로 갖는 음이항 구성요소와 0을 반응 변수 값으로 갖는 0 구성요소로 이루어진 잠재 혼합 분포를 가정한다(이용관, 2021; Cameron & Trivedi, 2013). 앞에서 다양하게 논의된 분석 모형의 적합도를 판단하기 위해(신혜연 · 강준성, 2021; Cameron & Trivedi, 2013) 음이항 모형과 영-과잉모형, 영-과잉 음이항 모형의 로그 우도비(log likelihood)와 AIC 결과를 확인한 결과, 영-과잉 음이항 모형의 수치가 가

장 작게 나타났다. 이에 여기서는 영-과잉 음이향 모형을 가장 우수한 모형으로 판단하고 분석 방법으로 활용하였다.

#### IV. 분석 결과

관람시설 안전에 대한 소비자의 인식이 콘텐츠 소비량에 미치는 영향을 영-과잉 음이향 모형으로 분석한 결과이다. 극장을 매우 안전하지 않다고 인식하는 사람에 비해 그렇지 않은 사람의 극장영화 관람횟수가 많게 나타났다. 이는 극장의 안전성이 관람객수에 영향을 미친다는 것을 보여주는 것으로 시설이 안전하다고 인식될수록 재방문 가능성이 높아진다는 연구 결과들과 일치한다. 다만, 대체로 안전하지 않음의 계수추정치가 보통과 대체로 안전함보다 높게 나타난다. 이는 일부를 제외한 대부분 극장은 유사한 시설 구조와 여건을 가지고 있어 극단치를 제외한 안전의식수준은 극장영화 관람횟수와 유사한 관계를 가지는 것으로 보인다. 다른 변수들과 극장영화 관람횟수의 관계는 극장영화 관람의 결정요인을 분석한 연구와 유사하게 나타났다. 성별에 따른 극장영화 관람횟수는 차이는 없는 반면, 연령이 높을수록 관람횟수가 감소하는 경향이 나타난다. 거주 지역 간의 극장영화 관람횟수는 차이가 나타나지 않는데, 이는 다른 문화여가 시설에 비해 극장은 지역단위로 고르게 분포해 있으며, 민간 상영시설이 없는 지역은 작은 영화관 등 공공영역에서 지원하고 있기 때문인 것으로 보인다. 가구소득이 높은 집단과 농어업 직을 제외한 직업이 있는 집단에서 극장영화 관람횟수가 많게 나타났다.

콘서트 관람횟수는 콘서트장을 매우 안전하다고 인식하는 응답자에게만 유의미하게 증가하는 것으로 나타났다. 이는 일부 공연장에서 진행하는 소규모 콘서트를 제외하면 대규모 콘서트는 전용시설(아레나)이 없어 많은 경우 체육시설 등에서 진행되는데다가 많은 사람들이 동시에 모이기 때문에 소비자는 콘서트 관람 결정시 상대적으로 안전을 더 많이 고려한다는 것을 보여준다. 콘서트 관람횟수는 남성에 비해 여성이 많고, 상대적으로 40~50대 연령층에서 적게 나타났다. 서울에 비해 경기도와 기타 시도에 거주하는 소비자의 콘텐츠 관람횟수는 적게 나타나는데 콘서트는 대규모 수요가 밀집된 대도시 중심으로 진행되고 있어 지역간 접근성 차이가 존재한다는 것을 보여준다. 가구소득의 경우 중간층의 콘서트 관람횟수가 적게 나타나는데, 이는 경제적 자원 부족으로 인한 관람 비용이 높은 문화여가 활동 경험의 어려움을 해소하고자 확대 추진되고 있는 저

소득층 중심의 문화관람 활동 지원 정책의 성과로 보여진다. 직업과 콘서트 관람횟수가 유의미한 관계가 나타나지 않는 것도 그동안 관람 비용이 높아 경험하기 어려웠던 장르를 중심으로 경제적 자원에 의한 영향이 감소했다는 것으로 보여준다.

끝으로 안전에 대한 태도에 따라 시설의 안전인식수준이 다를 수 있음을 통제하기 위해 사용한 변수인 안전고려수준을 보면, 시설의 안전을 어느 정도 신경을 쓰는 사람들의 콘텐츠 관람횟수가 많은 것을 확인할 수 있다. 이는 극장영화와 콘서트를 관람하는 사람들은 대부분 시설 안전을 어느 정도 고려하는 사람이라는 것을 보여주는 결과로 콘텐츠 시설의 안전성을 높이는 것이 오프라인 콘텐츠 수요 확대에 기여할 수 있음을 시사한다.

〈표 3〉 콘텐츠 소비량과 관람시설 안전인식수준과의 관계 분석 결과

		극장영화 관람횟수		콘서트 관람횟수	
		계수추정치	표준오차	계수추정치	표준오차
안전인식수준 (ref. 매우 안전하지 않음=0)	대체로 안전하지 않음	0.429***	(0.147)	-0.043	(0.211)
	보통	0.277**	(0.141)	-0.069	(0.211)
	대체로 안전함	0.359**	(0.144)	0.295	(0.214)
	매우 안전함	0.564***	(0.170)	0.736**	(0.373)
여성 (ref. 남성=0)		-0.013	(0.048)	0.228**	(0.101)
연령(ref. 20대=0)	30대	-0.220***	(0.073)	-0.158	(0.174)
	40대	-0.407***	(0.074)	-0.552***	(0.173)
	50대	-0.341***	(0.074)	-0.383**	(0.177)
	60대	-0.491***	(0.082)	0.017	(0.177)
거주 지역 (ref. 서울=0)	광역시	-0.013	(0.064)	-0.225	(0.137)
	경기도	-0.017	(0.059)	-0.300**	(0.141)
	기타 시도	-0.082	(0.060)	-0.240*	(0.136)
가구소득 (ref. 200만 원 미만=0)	200~299만 원	0.233**	(0.097)	-0.270	(0.180)
	300~399만 원	0.198**	(0.098)	-0.307*	(0.181)
	400~499만 원	0.332***	(0.100)	-0.333*	(0.201)
	500~599만 원	0.347***	(0.104)	-0.329	(0.200)
	600~699만원	0.292***	(0.112)	-0.662***	(0.227)
	700만 원 이상	0.429***	(0.094)	-0.266	(0.185)

〈표 계속〉

		극장영화 관람횟수		콘서트 관람횟수	
		계수추정치	표준오차	계수추정치	표준오차
직업 (ref. 무직=0)	전문가	0.439***	(0.150)	-0.014	(0.344)
	사무직	0.301**	(0.134)	0.431	(0.314)
	서비스직	0.319**	(0.127)	0.115	(0.300)
	판매직	0.405***	(0.146)	-0.072	(0.314)
	농어업직	0.116	(0.163)	-0.128	(0.392)
	기능직	0.861***	(0.205)	-0.112	(0.430)
	단순노무직	0.429***	(0.159)	0.063	(0.348)
	직업없음	0.311*	(0.174)	0.472	(0.362)
	학생	0.242	(0.151)	0.415	(0.307)
	기타	0.214	(0.134)	-0.132	(0.286)
안전고려수준 (ref. 신경안심=0)	보통	0.085	(0.075)	0.039	(0.174)
	신경섬	0.125*	(0.071)	0.425***	(0.164)
	매우신경섬	0.111	(0.093)	0.123	(0.211)
상수항		0.588***	(0.207)	-0.290	(0.454)
영-과잉	연령	0.049***	(0.009)	-0.003	(0.009)
	경제활동참( ref. 안함=0)	-0.391*	(0.221)	-0.168	(0.343)
	상수항	-4.049***	(0.543)	-0.264	(0.682)

주: \*  $p<0.1$ , \*\*  $p<0.05$ , \*\*\*  $p<0.01$ .

콘텐츠 소비량이 안전인식수준과 양의 상관관계를 보이는 것은 수요 증대에 있어 시설의 안전수준을 높이는 것이 중요하다는 것을 의미한다. 다만, 시설에 따라 사람들의 안전인식 수준에 영향을 주는 불안전 요인이 다르다는 점에서 구체적인 정책적 시사점을 도출하기 위해서는 콘텐츠 소비량과 시설의 불안전 요인의 관계를 파악하는 것이 필요하다. <표 4>는 콘텐츠 소비량에 영향을 주는 관람시설의 불안전 요인을 영-과잉 음이항 모형으로 분석한 결과이다.

극장의 안전수준을 보통 이하로 인식하는 사람들은 시설관리가 미흡하거나 건물·시설이 노후화한 경우 극장영화 관람횟수가 유의미하게 줄어드는 것으로 나타났다. 극장의 경우 영화를 전용으로 상시 운영되는 시설로 안전매뉴얼, 전문인력 등이 있다는 측면에서 극장 이용에 있어 불안전 요인을 해소하기 위해서는 시설관리 미흡과 건물 및 시설 노후화에 대응하는 노력이 필요하다는 것을 보여준다. 극장영화 관람횟수에 영향을

미칠 수 있는 개인 인구통계학적 특징들은 극장영화 관람횟수와 안전인식수준과의 관계를 분석한 결과와 유사하게 나타났다.

콘서트의 안전수준을 보통 이하로 인식하는 사람들은 안전매뉴얼 미확보, 건물·시설 노후화, 안전전담인력 부족, 안전경각심 부족의 경우 콘서트 관람횟수가 유의미하게 줄어드는 것으로 나타났다. 콘서트는 특정 기간 운영되는 행사로 상시성이 없으며 전용 시설이 부족한데다 대규모 전용콘서트가 없어 경기장 등 다른 공간을 이용하는 경우가 많다. 이로 인해 콘서트는 무대, 장비뿐만 아니라 안전 관련 부분도 임시인력을 많이 활용하게 된다. 이러한 상황을 반영하듯 시설의 노후화뿐만 아니라 안전매뉴얼 미확보, 안전전담인력 부족 등 상시적인 안전관리 체계 및 자원 부족이 콘서트 관람횟수에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 극장영화와 달리 시설관리 미흡이 유의미한 영향을 미치지 않는 것도 콘서트를 소비하는 관람시설의 임시성 등의 특성으로 나타나는 현상으로 보인다. 또한 안전 경각심 부족도 콘서트 관람횟수에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 콘서트장의 불안전 요인을 해소하는데 콘서트 운영·관리자뿐만 아니라 관람자도 안전준수 사항, 이동 동선 등 임시 밀집시설을 안전하게 이용할 수 있도록 충분한 정보 제공이 필요함을 보여준다. 콘서트 관람횟수에 영향을 미칠 수 있는 개인 인구통계학적 특징들은 콘서트 관람횟수와 안전인식수준과의 관계를 분석한 결과와 유사하게 나타났다.

〈표 4〉 콘텐츠 소비량과 관람시설 불안전 원인과의 관계 분석 결과

		극장영화 관람횟수		콘서트 관람횟수	
		계수추정치	표준오차	계수추정치	표준오차
불안전 원인 (ref. 안전함=0)	시설 관리 미흡	-0.124*	(0.070)	-0.035	(0.218)
	안전매뉴얼 미확보	0.037	(0.079)	-0.390**	(0.159)
	건물·시설 노후화	-0.224**	(0.090)	-0.682**	(0.277)
	안전전담인력 부족	-0.063	(0.083)	-0.334**	(0.137)
	안전 경각심 부족	-0.063	(0.057)	-0.460***	(0.138)
	안전 교육 부족	0.019	(0.117)	-0.345	(0.269)
여성 (ref. 남성=0)		-0.012	(0.048)	0.207**	(0.101)

〈표 계속〉

		극장영화 관람횟수		콘서트 관람횟수	
		계수추정치	표준오차	계수추정치	표준오차
연령(ref. 20대=0)	30대	-0.221***	(0.073)	-0.170	(0.170)
	40대	-0.410***	(0.073)	-0.572***	(0.170)
	50대	-0.356***	(0.074)	-0.409**	(0.173)
	60대	-0.482***	(0.081)	-0.006	(0.176)
거주 지역 (ref. 서울=0)	광역시	-0.016	(0.064)	-0.241*	(0.137)
	경기도	-0.019	(0.060)	-0.293**	(0.140)
	기타시도	-0.097	(0.060)	-0.243*	(0.134)
가구소득 (ref. 200만원 미만=0)	200~299만 원	0.232**	(0.097)	-0.277	(0.179)
	300~399만 원	0.204**	(0.098)	-0.320*	(0.182)
	400~499만 원	0.329***	(0.100)	-0.347*	(0.202)
	500~599만 원	0.361***	(0.105)	-0.341*	(0.199)
	600~699만 원	0.307***	(0.112)	-0.684***	(0.227)
	700만 원 이상	0.440***	(0.095)	-0.289	(0.185)
직업 (ref. 무직=0)	전문가	0.450***	(0.147)	-0.023	(0.340)
	사무직	0.313**	(0.131)	0.415	(0.312)
	서비스직	0.325***	(0.123)	0.123	(0.297)
	판매직	0.434***	(0.144)	-0.081	(0.311)
	농어업직	0.139	(0.161)	-0.100	(0.402)
	기능직	0.879***	(0.210)	-0.192	(0.426)
	단순노무직	0.445***	(0.156)	0.073	(0.343)
	직업없음	0.327*	(0.172)	0.407	(0.349)
	학생	0.284*	(0.149)	0.374	(0.308)
	기타	0.240*	(0.133)	-0.132	(0.283)
안전고려수준 (ref. 신경안섬=0)	보통	0.076	(0.076)	0.053	(0.170)
	신경섬	0.119*	(0.072)	0.433***	(0.162)
	매우 신경섬	0.104	(0.095)	0.139	(0.206)
상수항		0.964***	(0.155)	0.094	(0.397)
영·과잉	연령	0.050***	(0.009)	-0.002	(0.008)
	경제활동함 (ref. 안함=0)	-0.419*	(0.222)	-0.146	(0.333)
	상수항	-4.067***	(0.555)	-0.270	(0.673)

\*  $p < 0.1$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*\*\*  $p < 0.01$ .

## V. 결론

### 1. 요약 및 시사점

문화여가 활동의 증가로 문화여가 장소와 시설에 사람들이 집중되는 현상이 발생하면서 안전사고에 대한 잠재적 위험성이 커지고 있다. 또한 여러 공간에서 문화여가 소비가 이루어짐에 따라 안전사고 발생 형태도 다양해지고 있다. 그럼에도 안전 관련 내용을 다룬 문화여가 연구는 거의 없으며 그마저도 문화여가 시설과 종사자에 한정되어 있다. 본 연구는 콘텐츠 소비량과 안전 관련 내용을 조사한 설문자료를 활용하고 관람횟수 변수의 특성을 고려한 영-과잉 음이항 모형을 적용하여 관람시설에 대한 소비자의 안전의식이 극장영화 및 콘서트 관람횟수에 미치는 영향을 분석하였다.

분석 결과, 극장영화와 콘서트 관람횟수는 시설의 안전인식수준이 높을 증가하는 경향이 나타나 오프라인 콘텐츠 소비에 있어 시설 안전이 중요한 요소임이 확인되었다. 콘텐츠 소비에 영향을 주는 불안전 요인은 시설에 따라 다르게 나타났다. 극장은 시설관리가 미흡하거나 건물·시설이 노후화된 경우, 콘서트장은 안전매뉴얼 미확보, 건물·시설 노후화, 안전전담인력과 안전경각심이 부족한 경우 콘텐츠 관람횟수가 유의미하게 줄어드는 것으로 나타났다. 극장이나 상설공연장 등 상시 전문적으로 콘텐츠를 제공하는 관람시설은 안전관련 기준에 맞게 인적·물적 인프라를 구축하고 있다. 반면 전용 시설이 아닌 다른 목적으로 운영되는 시설을 활용하는 경우는 주최 측에서 임시로 안전 관련 인적·물적 인프라를 운영하기 때문에 안전에 대한 관심과 대응력이 떨어질 수 있다. 결국 소비자들이 인식하는 콘텐츠 소비에 영향을 주는 불안전 요인 차이는 시설의 특성과 상태뿐만 아니라 관리주체와 관람자의 행태에 의해 발생한다는 것을 보여준다.

이상의 결과는 콘텐츠 관람시설의 안전성을 높이는 것은 국민의 안전과 재산을 지킨다는 기본적인 목적과 함께 문화여가 활성화에도 기여할 수 있음을 보여준다. 그동안 문화여가 활성화에 대한 정책적 고려는 물리적·비용적 접근성 개선에 집중해 왔음을 고려할 때 보편적인 문화여가 활동을 보장하기 위한 요소로 안전도 주요 고려사항이 되어야 함을 시사한다. 또한, 문화여가 시설 안전 관련 정책 자원 배분에 대한 시사점도 제공한다. 전용성과 상시성이 있는 문화여가 시설은 시설 노후화 등 시간이 경과함에 따라 발생하는 불안전 요소를 해소하는 것이 중요하므로 정기·비정기 안전 진단과 시설 보수 등에 대한 지원이 효과적이다. 전용시설이 없어 임시적으로 체육관 등을 빌려 콘텐츠

를 제공하는 경우에는 해당 시설 자체에서 나타나는 불안전 요소와 함께 일회성·단발성 안전체계 구축 및 자원 투입으로 인해 나타날 수 있는 안전의 사각지대를 보완할 수 있도록 안전 관련 정보 및 인력 지원도 필요하다. 또한 안전 경각심이 콘서트 관람횟수에 크게 영향을 미치는 것은 관람자의 안전의식과 관람 질서가 매우 중요하다는 시사점을 제공한다. 관람자들에게 대피 경로, 관람 질서 등 안전에 대한 기본 정보와 행동요령을 효과적으로 제공하는 것도 필요하다.

## 2. 연구 한계와 과제

본 연구는 지금까지 시설과 종사자 중심으로 진행해 온 안전관련 연구를 소비자 관점으로 확장했다는 데 의의가 있다. 다만 여기서 사용된 자료는 동일한 응답자의 문화여가 활동과 안전인식에 대한 정보를 유일하게 제공한다는 측면에서 유용하나, 안전인식 수준에 차이를 발생시킬 수 있는 콘텐츠 관람시설의 특성(시설의 구조·규모·위치, 운영·관리자의 특성 등), 관람료와 같은 선호나 소비 의사에 영향을 줄 수 있는 요인 등을 고려하는 것은 제한된다. 또한 조사에 영향을 주는 다양한 외부 요인이 존재할 수 있다는 측면에서 심도 있는 분석을 위해서는 시점별 변화 또는 영향 정도를 파악할 수 있는 시계열 자료가 필요하다. 현재 진행되고 있는 여타 문화여가 활동 관련 조사통계들도 매년 일정 표본 추출방식을 유지하고 있으나 조사 표본의 변화로 종단분석은 어려운 상황이다. 끝으로, 소비자가 인식하는 관람시설의 안전관련 사항을 다양할 수 있음에도 여기서는 단일 문항으로 응답자의 전반적인 안전인식수준을 측정하였다.

효과적으로 정책 정보를 생산하고 활용하기 위해서는 현재 소비자 조사통계 개선과 함께 조사 대상을 시계열적으로 유지·관리하려는 노력이 있어야 한다. 또한 문화여가 활동에 있어 경제적·시간적 자원, 접근성뿐만 아니라 안전도 중요하다는 점을 고려해 문화여가 활동 관련 조사에 안전 관련 항목을 추가하거나 이용 가능한 정보가 생산될 수 있도록 관련 부가조사를 정례화하는 것이 필요하다. 또한 사업장이나 재난 및 사고 중심으로 연구 개발되어 있는 안전인식을 측정할 수 있는 개념과 범위, 지표 등을 활용하여 문화여가 활동에서 나타날 수 있는 안전관련 사항을 측정할 수 있는 방법을 모색하는 것이 필요하다. 문화여가 소비가 증대되고 관련 정책 지원이 확대되고 있는 상황에서 안전 등 문화여가 활동에 영향을 주는 다양한 요인을 포함한 자료가 지속적으로 생산되어 효과적인 시장 및 정책 정보를 제공할 수 있는 연구가 시도되길 기대한다○.



## [참고문헌]

- 강찬규 · 김상현 · 고권현 · 이관우 · 황이삭(2021), 「공연(예술)산업 종사자(예술인)의 안전성 확보 방안에 대한 연구」, 산업안전보건연구원.
- 국민안전처(2016), 「생애주기별 안전교육길잡이 지도서(1권)」.
- 김현식 · 김주호(2015), 지역축제 서비스 개선을 위한 시설안전의 조절효과에 대한 연구: 금산인삼축제를 중심으로, 「고객만족경영연구」, 17권 3호, 141-163.
- 문화체육관광부(2017), 「공연 관객 위기 대응 및 관리 매뉴얼」.
- 박용규 · 김동균 · 박진규 · 김경훈(2014). 소규모 공연장 안전실태 및 개선방안에 대한 연구. 「한국안전학회지」, 29권 6호, 22-27.
- 박현승 · 허식(2014), 전통공연예술에 대한 위험지각이 관람행동에 미치는 영향: 합리적 행동이론을 중심으로, 「문화정책논총」, 28권 2호, 48-75.
- 백민경(2015), 「소규모 공연장 안전실태조사」, 한국소비자원.
- 소방청(2018), 「제3차(2019~2023) 다중이용업소 안전관리 기본계획」.
- 신진동 · 허보영 · 박소연 · 원진영 · 음미령 · 이동규 · 이유림(2020), 「지역안전 의식 수준 진단 지표 개발」, 국립재난안전연구원.
- 신혜연 · 강준성(2021). 별점화 성과잉 음이향 회귀 분석 방법에 대한 비교 연구, 「한국 데이터정보과학회지」, 32권 4호, 715-737.
- 영화진흥위원회(2022), 「2022년 한국영화산업 결산」.
- 예술경영지원센터(2023. 1), 「2022 공연시장 동향 총결산 보고서」.
- 왕한진 · 이왕기 · 손기상(2017), 공연 · 행사장 안전 의식도 조사, 「문화산업연구」, 17(1), 53-60.
- 윤정현(2018), 축제 참가자의 지각된 안전서비스와 축제활동 참여도 및 만족 간의영향 관계. 「관광레저연구」, 30호 8권, 225-241.
- 이용관(2021), 독서 행태 영향요인 분석-독서여부와 독서량에 미치는 사회 · 문화 · 경제 자원의 영향을 중심으로, 「통계연구」, 26호 3권, 66-86.
- 이용관 · 이승희(2023a), 콘텐츠 소비 회복력 차이 분석, 「문화경제연구」, 26호 3권, 61-79.
- 이용관 · 이승희(2023b), 「엔데믹 시대, 콘텐츠 소비 격차와 전망, 콘텐츠산업동향브리

- 프 23-1호」, 한국문화관광연구원.
- 이윤경 · 홍무궁(2022), 「콘텐츠산업 관련 시설 안전관리 현황 및 개선방안」, 한국문화관광연구원.
- 이환성 · 전주상(2014), 「국민 안전의식 실태분석 및 안전문화 기반 조성방안」, 경제 · 인문사회연구회 기획 협동연구총서(안전 관련 종합정책연구) 14-29-01.
- 전윤경 · 유인찬(2021), 「2021 방송제작 노동환경 실태조사」, 한국콘텐츠진흥원.
- 정익재(2004), 「원자력과 기타 기술위험에 대한 인지구조분석과 정책적 대응체계에 관한 연구」, 한국원자력연구소.
- 한국소비자원(2015.8.15), 소규모 공연장 관객석 안전관리 미흡 -15개 공연장 중 6곳의 실내공기 오염-, 보도자료.
- Cameron, A. C., & Trivedi, P. K.(2013), Regression analysis of count data (Vol. 53). Cambridge University Press.
- Chen, R., & F. He.(2003), Examination of brand knowledge, perceived risk and consumers' intention to adopt an online retailer, *TOM & Business Excellence*, 14(6), 677-633.
- Choi, H., & Park, C.(2021), Relationship between participant's selection attributes, satisfaction, and continued participation according to safety awareness of water leisure sports, *International Journal of Crisis & Safety*, 6, 1-8.
- Gurmu, S., & Trivedi, P. K.(1996), Excess zeros in count models for recreational trips, *Journal of Business & Economic Statistics*, 14(4), 469-477.
- Laroche, M., McDougall, G. H. G., Bergeron, J., & Yang, Z.(2004), Exploring how intangibility affects perceived risk, *Journal of Service Research*, 6(4), 373-389.
- Ver Hoef, J. M., & Boveng, P. L. (2007), Quasi-Poisson vs. negative binomial regression: How should we model overdispersed count data?, *Ecology*, 88(11), 2766-2772.

[Abstract]

## Impact of Safety Awareness of Viewing Facilities on Content Consumption: Focusing on Theater Movie and Concert

Lee, Yong-Kwan

This study analyzed the impact of consumer safety awareness of viewing facilities on content consumption. By analyzing the zero-inflated negative binomial model considering the characteristics of the content viewing variable, it was found that the higher the safety awareness of viewing facilities, the greater the number of theater movies and concerts viewed. This indicates that improving facility safety is an important factor in increasing content consumption. Additionally, unsafe factors affecting content consumption differ depending on the viewing facility used. Results showed that the number of content viewings significantly decreased in theaters when facility management was insufficient or buildings and facilities were old, and in concert venues when safety manuals were not secured, buildings and facilities were outdated, and safety personnel and awareness were lacking. Differences in the unsafe factors that affect the number of content viewings have policy implications for ensuring the safety of viewing facilities.

**[Keywords]** viewing facilities, safety awareness level, safety consideration level, theater movie, concert



## ‘구례5일장’ 사례로 본 전통시장 인식 및 감성의 변화: 블로그 텍스트 마이닝 적용

오정심

### [국문초록]

본 논문의 목적은 가파른 인구 감소로 소멸이 우려되는 전라남도 '구례5일장'을 중심으로, 전통시장에 관한 인식과 감성의 변화를 살펴보고, 분석 결과를 바탕으로 전통시장 활성화 정책, 젊은 세대 고객 유치 전략 개발 등에 필요한 기초 자료를 제시하는 것이다. 이를 위해 2003년부터 2023년 최근까지 약 20년 동안 블로그에 공유된 관련 게시글 4,683건을 수집해 텍스트 마이닝의 '빈도수 분석', '시맨틱 네트워크 분석', '감성 분석'을 하였다. 분석 결과에 나타난 흥미로운 사실은 과거 사람들은 고사리, 약초와 같은 시장 상품에 관심을 보였지만, 오늘날 사람들은 맛집, 빵집, 카페, 분위기 등에 관심을 보였다는 것이다. 그리고 과거 사람들은 개선된 시장 바닥, 시끌벅적한 시장통 소리, 덤으로 얻은 물건에 좋은 기분을 느꼈지만, 오늘날 사람들은 시장에서 새롭거나 유명한 맛집을 발견하고 블로그에 추천하면서 즐거움을 느꼈다는 것이다. 본 논문의 연구의 의미는 구례5일장에 관한 생각과 감성이 지난 20년 동안 어떻게 변화했는지 텍스트 마이닝으로 밝혀냈다는 것이다. 특히 본 논문에서는 기존 감성 분석의 한계를 극복하기 위해 시맨틱 네트워크 분석을 응용해 감성 대상을 분석했는데, 이러한 방법은 선행연구에서 찾아보기 어렵다. 이 방법은 감성 형용사를 다루는 여러 분야에 활용할 수 있을 것이다.

[주제어] 구례5일장, 전통시장, 텍스트 마이닝, 감성 분석, 시맨틱 네트워크 분석

\*이 논문은 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구의 결과물(NRF-2022S1A5B5 A16048933)임.

투고일: 2024. 1. 30 심사일: 2024. 2. 28. 게재 확정일: 2024. 3. 27.

<https://doi.org/10.16937/jcp.2024.38.1.117>

오정심\_K-Culture 창의콘텐츠연구소 연구교수/주저자(ruaths0802@naver.com)

## I. 서론

### 1. 연구 필요성 및 목적

전통시장이 소멸하고 있다. 지역의 경제와 사회문화에 중요한 역할을 하는 전통시장이 사라지고 있다. 소상공인시장진흥공단에 따르면 2021년 기준 전국 전통시장 수는 1,408개로 15년 전인 2006년(1,610개)보다 202개가 감소했다(소상공인시장진흥공단, 2022:19; 류인하, 2022-11-21). 단순히 계산하면 지난 15년 동안 한 달에 한 개꼴로 전통시장이 사라졌다. 농촌의 전통시장은 상황이 더 어렵다. 2006년부터 2020년까지 경상북도에서 53개, 전라남도에서 30개, 충청남도에서 20개 전통시장이 사라졌다(류인하, 2022-11-21). 전문가들은 그 원인의 하나로 농촌의 가파른 인구감소와 상인 고령화를 꼽았다(박현우, 2023-05-18). 통계청의 농림어업조사에 따르면 2021년 농가의 인구 비율은 2017년보다 42%가 감소했다(KOSIS 국가통계포털). 농가 인구수가 크게 감소하면서 소비력도 줄어들었고 전통시장에도 부정적 영향을 미쳤다. 인구감소에 따른 전통시장 위축 현상은 연구 논문을 통해서도 밝혀졌다. 김현중·송지은·정일훈(2022)은 전라남도 123개 전통시장을 분석하여 지난 15년 동안 인구가 적은 지역에 입지한 전통시장이 위축했다는 연구 결과를 내놓았다.

전통시장이 빠른 속도로 위축되자 정부도 해결책 마련에 고심하고 있다. 전문가들은 정부 정책에 새로운 시도가 필요하다고 말했다. 지방소멸이라는 새로운 사회 문제가 등장했기 때문에 이전과 다른 차원에서 전통시장을 바라봐야 한다고 말했다(중소벤처기업부, 2023:3). 이은희 소비자학과 교수는 ‘전통시장을 이용하는 기존 고객마저 고령화한다면 전통시장의 소멸 속도는 가속화될 것’이라고 말했다. ‘전통시장을 살리려면 젊은 세대가 가고 싶어 하는 곳으로 탈바꿈해야 한다’고 주장했다. 그러나 ‘현재 정책은 전통시장 보호에 초점이 맞춰져 있어서 혁신적인 변화를 이뤄내기가 어렵다’라고 지적했다<sup>1)</sup>. ‘시설 현대와 같은 정책보다 젊은 세대 고객 유치를 위한 노력이 더 필요하다’라고 말했다(신현보, 2022-08-07).

그렇다면 젊은 세대가 전통시장에 찾아오도록 만들려면 어떻게 해야 할까? 해결의

1) 정부는 전통시장 활성화를 위해 2002년부터 2020년까지 약 3조 9,770억 원을 쏟아부었는데, 그중에서 80%를 시설 현대화에 투입했다(조광익, 2018:1; 국회예산정책처, 2012:1; 중소벤처기업부). 그러나 막대한 예산을 투입했음에도 불구하고 2013년부터 2020년까지 전통시장의 매출액은 20% 가까이 감소했다(홍성용·진영화, 2023-07-28).

실마리를 요즘 젊은 세대가 많이 찾는 경동시장, 망원시장, 예산시장 사례에서 찾을 수 있다. 이 시장들은 공통으로 ‘저렴하고 신선한 먹거리’, ‘복고풍 분위기’, ‘특색있는 이벤트 공간’ 등이 소셜미디어를 통해 입소문이 나면서 젊은 세대, 특히 MZ세대(1980년~2010년 출생 세대)가 찾는 인기 장소로 거듭났다(최문정, 2023-01-05; 서정민, 2023-06-23; 안재형, 2023-11-03). 특히 올해 돌풍을 일으킨 예산시장은 쇠퇴하는 농촌 전통시장에 중요한 시사점을 준다.

예산시장(예산상설시장)은 1981년 충청남도 예산읍에 개설된 전통시장이다. 다른 전통시장과 마찬가지로 유통구조가 변화하면서 쇠퇴했다. 최근에는 청년 인구 유출과 유동 인구 감소로 하루 평균 방문객이 20명이 되지 않을 정도로 크게 위축했다. 고사 상태에 빠진 예산시장이 되살아나게 된 계기는 ‘예산시장 살리기 프로젝트’ 덕분이었다. 이 프로젝트가 진행되면서 하루 방문객이 5천 명으로 증가했고 최근에는 1년 누적 방문객이 350만 명을 돌파했다. 이제 예산시장은 소수 지역민이 물건을 사러 가는 장소에서 외지인 관광객과 젊은 세대가 즐기는 인기 장소로 거듭났다(권상재, 2024-02-15). 이 프로젝트를 총괄 진행한 백종원 대표는 언론과 인터뷰에서 ‘앞으로 전통시장을 살리려면 지방소멸이라는 더 큰 문제를 직시하고 젊은 세대가 전통시장에 찾아오도록 만들어야 한다’라고 말했다. ‘아무리 시설을 현대화하고 주차장을 완비해도 젊은 세대는 물건을 사러 전통시장에 가지 않을 것이며, 특색있는 먹거리와 경험을 제공하여 젊은 세대가 찾아오도록 만들어야 한다’라고 말했다(조유빈, 2023-03-20).

백종원 대표 인터뷰와 요즘 젊은 세대가 많이 찾는 전통시장 사례는 중요한 시사점을 던져 준다. 오늘날 젊은 세대는 편리함을 넘어 색다른 경험을 원하고 있는데, 정부 정책은 시설 현대화에 초점이 맞춰져 있지 않은지 비판적으로 되돌아볼 필요가 있다. 전통시장 활성화에 중요한 역할을 하는 젊은 세대가 시장에 오기를 바라면서 그들의 요구 부응에는 미흡하지 않았는지 생각해 볼 필요가 있다. 이에 본 논문에서는 젊은 세대를 중심으로 사람들이 전통시장에 갖는 기대가 무엇인지, 전통시장을 어떻게 인식하고 있는지 관련 자료를 수집해 분석하고자 한다. 이러한 연구를 통해 전통시장 활성화 정책이나 젊은 세대 고객 유치를 위한 전략 개발에 필요한 기초자료를 제시하고자 한다.

의견이나 생각을 조사하는 방법에는 설문조사와 인터뷰, 소셜미디어 자료 분석이 있다. 설문조사와 인터뷰가 특정 시점에서 원하는 정보를 조사하는 방법이라면, 소셜미디어 자료 분석은 전체적인 시각에서 숨은 정보를 조사하는 방법이라 할 수 있다. 본 논

문에서는 소셜미디어에서 전통시장 관련 경험담을 수집해 ‘텍스트 마이닝’으로 분석할 것이다. 이는 전체적인 시각에서 오늘날 전통시장에 관한 생각이 어떤 흐름을 거쳐 형성됐는지 알아보기 위해서이다. 특히 본 논문에서는 여러 소셜미디어 가운데 네이버 블로그에서 관련 자료를 수집해 분석할 것이다. 이는 네이버 블로그 사용자의 70%가 10대~30대로 조사되어, 젊은 세대의 생각과 의견을 알아보는 데 유용하기 때문이다(박현익, 2021-12-09; 네이버블로그리포트).

## 2. 이론적 배경

### 1) 블로그 텍스트 마이닝 이해

과거에는 사람들의 의견이나 생각을 조사할 때 설문조사와 인터뷰를 주로 활용했다. 하지만 2000년대 중반부터 소셜미디어가 확산하면서 소셜미디어를 활용한 연구가 증가하는 추세이다. 특히 블로그 게시글은 사람들이 자기 경험을 바탕으로 자유롭게 작성한 글로, 연구자 개입 없이 대중 인식이나 의견을 조사할 때 유용하다. 그래서 최근 연구에서 블로그 자료를 활발히 활용하고 있다(이운명, 2021:113; 김승범, 2015:94; 소현진, 2013:74).

블로그를 활용해 사람들의 인식이나 사회문화 현상을 연구한 국내외 사례는 수없이 많다. 그중에서 대표적인 사례로 제임스 W. 페니베이커(James W. Pennebaker)와 장 바티스트 미셸(Jean-Baptiste Michel)의 연구를 꼽을 수 있다. 이 연구들은 기존 사회문화 연구에서 주로 이용하는 정성적 연구 방법 대신에 정량적 연구 방법인 ‘텍스트 마이닝’을 이용하여 새로운 영역을 개척한 사례로 주목할 만하다(제임스 W. 페니베이커, 2016:11; Jean-Baptiste Michel et al, 2011:6~7)<sup>2)</sup>. 국내에서는 관련 연구로 김승범 연구(2015) 등 117편<sup>3)</sup>이 있다. 김승범(2015)은 장 바티스트 미셸의 연구 성과를 토대로 서울 종로구 서촌을 방문한 사람들의 인식 변화를 블로그와 텍스트 마이닝으로 분석했다.

텍스트 마이닝(text mining)이란 대규모 텍스트에서 유의미한 정보나 숨은 의미 등

2) 제임스 W. 페니베이커는 블로그 자료 7만여 건, 인터넷 자료 1만 9천 건 등을 수집해 정량적 연구 방법으로 사람들의 심리상태와 행동 양상을 분석했다. 장 바티스트 미셸은 구글 디지털 도서 500만 건을 수집해 텍스트 마이닝의 n-gram 기법으로 나치 시대의 문화 억압, 미국 음식문화 전파 과정 등을 분석했다.

3) 한국학술지인용색인(kci.go.kr)에서 관련 논문을 검색하면 ‘서촌 방문자들의 감성 변화에 관한 블로그 텍스트 분석(김승범, 2015)’, ‘블로그 마이닝을 이용한 행복주택 인식 분석(황지현, 2022)’, ‘텍스트 마이닝 기법을 이용한 쏘카 이용자 소비 감정 분석(박명숙·오세연, 2018)’ 등 117편이 나타난다.



을 분석하는 방법이다. 즉 자연어 처리 기술을 통해 비정형 데이터를 컴퓨터가 분석할 수 있는 정형 데이터로 변환한 후에 데이터 분류·군집화·연결·시각화와 같은 작업을 하여 유용한 정보 등을 도출하는 방법이다. 텍스트 마이닝에 주로 이용하는 기법으로 빈도수 분석, 토픽 모델링, 군집화, 시맨틱 네트워크 분석 등이 있다(오정심, 2022:19, 36~38).

〈표 1〉 텍스트 마이닝 주요 기법

구분	설명
단어 빈도수 (term frequency)	-단어가 문서 집합에서 얼마나 자주 등장하는지 빈도 측정 ※ 값이 크게 나올수록 문서의 주제와 특징을 대표한다고 해석함
단어 빈도-역문서 빈도 (TF-IDF)	-문서 내 단어의 중요도를 분석하는 통계적 기법 (단어 빈도수(term frequency, TF) × 역문서 빈도수(inverse document frequency, IDF)) ※ 값이 크게 나올수록 중요도가 높다고 해석함
동시 출현 빈도수 (co-occurrence frequency)	-단어가 일정 범위에서 얼마나 ‘함께’ 자주 등장하는지 빈도 분석 ※ 값이 크게 나올수록 중요도가 높다고 해석함
시맨틱 네트워크 분석 (semantic network analysis)	-소셜 네트워크 분석 이론을 기초로 발전한 지식 분석 방법 -문서에 쓰인 단어를 노드와 링크로 변환하여 연결, 각종 지표로 분석함
감성 분석 (sentiment analysis)	-문서에 나타난 감정이나 주관적 의견을 분석하는 방법 -감성 사전, 인공지능 머신러닝 이용해 문서에 쓰인 단어를 긍정·부정·중립으로 분류하고, 비율이나 점수 따위로 문서의 감성 경향을 판별함
토픽 모델링 (topic modeling)	-LSA, LDA 등 알고리즘 활용해 코퍼스(corpus)에서 유사성을 가진 단어를 묶어 토픽으로 추출함

자료: 오정심(2022) 참고하여 작성함.

텍스트 마이닝을 활용하여 텍스트 나타난 감성 경향도 분석할 수 있다. 이러한 방법을 가리켜 감성 분석(sentiment analysis) 또는 오피니언 마이닝(opinion mining)이라 부른다. 감성 분석은 미리 개발한 감성 사전이나 인공지능 머신러닝으로 텍스트에 쓰인 단어를 긍정·부정·중립으로 분류하여 텍스트에 나타난 감성 경향을 도출하는 방법이다(김수현 외 3인, 2020:36). 그런데 이 방법은 이를 테면 긍정·부정 비율이나 점수로 단어의 극성 정도를 판별하는 방식이기에 구체적인 감성 내용을 파악하는 데에 한계가 있다. 또한 문맥을 고려하지 않고 단어를 규칙에 따라 일률적으로 분류한다는 단점이 있다. 그래서 감성 분석을 할 때 이러한 단점을 극복하기 위해 정성적 연구 방법을 보완해야 한다. 이에 본 논문에서는 ‘시맨틱 네트워크 분석 방법’을 이용해 단어 맥락과 감성 대상을 파악할 것이다.

시맨틱 네트워크 분석(semantic network analysis)이란 텍스트에 쓰인 단어를 노드와 링크로 연결하고 주요 지표로 분석하여, 핵심어나 주요 의미를 도출하는 방법이다(오정심, 2022:19)<sup>4)</sup>. 시맨틱 네트워크 분석에서는 단어 사이를 공기 관계로 연결한다. 공기 관계(co-occurrence)는 문장 또는 문단 단위에서 함께 자주 나타난 단어, 가깝게 위치한 단어<sup>5)</sup>를 말한다(오정심, 2023:132). 본 논문에서는 시맨틱 네트워크 분석으로 연결한 단어 네트워크 목록에서 ‘명사’와 ‘형용사’ 관계로 연결된 단어 목록을 추출해 감성 대상을 파악할 것이다. 형용사는 사물 성질이나 화자 기분 등을 나타내는 말이다. 형용사와 연결된 명사를 살펴보면 특정 대상에 관한 감성 내용을 파악할 수 있을 것이다. 이러한 연구 방법은 선행연구에서 찾아보기 어렵다.

## 2) 선행연구 검토

선행연구를 검토하기 위해 한국학술지인용색인에서 ‘전통시장 인식’을 검색했다. 검토 결과 관련 논문으로 715건이 나타났다. 연구 방법론으로 인터뷰와 설문조사를 이용한 논문을 제외하고 빅데이터 분석을 이용한 논문으로 5편이 있다<sup>6)</sup>. 이 중에서 ‘텍스트 마이닝’을 이용한 논문으로 박상훈·이희정 연구(2019), 박상훈·유기현 연구(2021) 등 2편이 있다.

박상훈·이희정(2019)은 도시가 발전함에 따라 전통시장 인식이 어떻게 변화했는지 알아보기 위해서, 동대문시장을 중심으로 인터넷 자료를 수집해 텍스트 마이닝으로 분석했다. 이 연구는 전통시장 인식 변화를 텍스트 마이닝으로 분석하여 본 논문에 시사하는 바가 있다. 하지만 다음과 같은 한계를 보완할 필요가 있다. 첫째, 관련 자료를 뉴스, 블로그, 트위터, 페이스북 등 여러 매체에서 수집한 후에 분류 없이 분석했다. 정확한 연구 결과를 얻기 위해서 매체별로 자료를 분류해 분석할 필요가 있다. 뉴스와 소셜

4) 일반적으로 글을 쓸 때 문법과 습관에 따라 단어를 배열하며 쓴다. 그래서 글에는 일정한 규칙이나 패턴이 있다. 시맨틱 네트워크 분석은 이러한 규칙과 패턴 등을 분석해 핵심어나 숨어 있는 의미를 도출하는 방법이다.

5) 여기서 ‘가깝다’ 의미는 ‘앞뒤에 있는 단어’, ‘명사를 수식하는 형용사’, ‘동사와 대칭하는 주어’이다(강범모, 2014:14).

6) 관련 연구로 ‘도시 공간 변화에 따른 전통시장 소비자 인식 변화 연구(박상훈·이희정, 2019)’, ‘소셜 빅데이터를 이용한 전통시장 활성화 요인 도출 연구 -서울시 망원시장과 수유시장을 대상으로(박상훈·이희정, 2018)’, ‘감성 정보 분석 방법을 활용한 전통시장 매력 요인 분석 연구: 종로구 광장시장을 대상으로(박상훈·유기현, 2021)’, ‘사회네트워크 텍스트 분석을 통한 전통시장 인식 변화에 관한 연구(박상훈·이희정, 2017)’, ‘키워드 분석을 통한 코로나-19 팬데믹 발생 전, 후의 소비자, 음식점 점주의 배달앱에 대한 인식 변화 연구(이용규, 2023)’ 등 5편이 있다.

미디어를 사용하는 계층이 다르고 그들이 사용하는 단어도 다르기 때문이다. 특히 소셜 미디어 자료에는 비표준어가 포함되어 있어서 표준어와 다른 정제 방식이 필요하다. 둘째, 데이터를 분석할 때 단어 빈도수 분석을 주로 이용했는데, 정확한 분석을 위해서 여러 기법을 함께 이용해야 한다. 관용적으로 쓰인 단어도 빈도수가 크게 나올 수 있어서 단어 빈도-역문서 빈도(TF-IDF) 등 여러 기법으로 중요도를 살펴봐야 한다.

박상훈·유기현(2021)은 전통시장 매력 요인을 알아보기 위해 광장시장을 중심으로 관련 소셜미디어 자료를 수집해 오피니언 마이닝으로 사람들의 감정을 분석했다. 이 연구가 소비자 관점에서 전통시장 활성화 방안을 모색하고 소비자들이 전통시장에 방문하는 감정적 요인이 무엇인지 분석했다는 점에서 본 논문에 의미하는 바가 있다. 하지만 저자가 특허 등록한 방법론으로 연구하여 자세한 분석과 후속 연구에 제한이 따른다. 본 논문에서는 선행연구의 한계를 발전적으로 보완하여 다음과 같이 연구하였다.

### 3. 연구 대상 및 방법

본 논문의 목적은 소멸 위기에 놓인 전통시장 가운데 한 곳을 선정하여, 그곳을 방문한 사람들이 블로그에 남긴 경험담을 수집해 ‘텍스트 마이닝’으로 분석하고, 전통시장에 관한 인식과 감성을 살펴보는 것이다.

이러한 연구 목적 아래 연구 대상을 전라남도 ‘구례5일장’으로 선정했다. 그 이유는 다음과 같다. 첫째, 선행연구<sup>7)</sup>에서 구례5일장이 인구감소에 따라 위축할 확률이 높다고 분석했다. 둘째, 구례5일장이 있는 전라남도 구례군은 고령 인구 비율은 높고 지방소멸위험지수는 매우 낮아서<sup>8)</sup> 소멸 위험이 큰 지역이다. 앞으로 구례5일장의 상황은 더욱 나빠질 것으로 예상된다. 셋째, 구례5일장이 있는 구례군은 수도권에서 거리가 멀고 인근 교통 여건이 열악해서 외부 방문객의 접근성이 떨어진다. 다른 어느 곳보다 정책 마련이 시급하다고 판단했다.

7) 김현중·송지은·정일훈 연구(2022)에서 전라남도 123개 전통시장을 대상으로 인구감소가 전통시장에 미칠 영향을 분석하고, 앞으로 위축할 확률이 높은 곳 상위 30개를 제시했다. 그곳은 구례군의 구례5일장, 보성군의 매일시장과 보성5일시장, 목포시의 향동시장, 순천시의 북부시장, 승주시장, 중앙시장, 나주시의 금계상설시장 등이다.

8) 지방소멸 위험지수는 일본인 마스다 히로야가 처음으로 제시했다. 한 지역의 20세~39세 여성 인구수에 65세 이상 고령 인구수로 나누어 계산한다. 값이 0.5 미만으로 나오면 해당 지역은 소멸 위험이 크다고 해석한다(이상호, 2017:2). 현재 구례군의 지방소멸 위험지수는 0.14로 소멸 고위험 단계이다. 그리고 구례군의 고령 인구 비율은 37.3%로, 전라남도 22개 시군 중 4번째로 높으며 전국 평균인 16.6%보다 매우 높다(공공데이터포털, 전라남도 공공보건의료지원단).

구례5일장은 전라남도 구례군 구례읍에 5일마다 정기적으로 열리는 전통시장이다. 예로부터 경상북도 화개장터와 더불어 영호남 장사꾼과 사람들이 만나는 대표적인 장시(場市)로 여겨졌다. 조선 후기부터 열렸다는 기록이 남아있지만 1959년에 정식으로 개설 등록되었다. 취급 품목으로 지리산에서 채취한 송이버섯·고사리·더덕과 같은 산나물과 당귀·생지황·백지와 같은 한약재가 유명하다. 지역 특산품으로 산수유가 있다(구례군청; 두산백과)<sup>9)</sup>.

구례5일장을 활성화하기 위해, 구례군은 다른 지자체와 마찬가지로 여러 가지 사업을 추진했다. ‘구례5일장 아케이드 설치(2014년, 8억 원)’, ‘주차장 개선(2017년~2020년, 40억 원)’, ‘특산품 판매 매장 개설(2022년~, 7천만 원)’, ‘온라인 판매 시스템(2022년~, 30억원)’ 등을 추진했다. 최근에 공연 프로그램, 푸드트럭 운영과 같은 사업을 추진했지만, 예산 대부분을 시설 현대화에 투입했다(구례군 업무계획, 2024:25; 구례군 군정백서; 구례군청).

[그림 1] 전라남도 구례군의 ‘구례5일장’ 모습



자료: 저자 촬영

9) 기록에 따르면 현재 구례5일장에서 취급하는 품목은 조선시대 구례읍장에서 취급하던 품목과 비슷하다. ‘동국문헌비고(東國文獻備考)’와 ‘신증동국여지승람(新增東國輿地勝覽)’에 따르면 구례읍장의 주요 취급 품목은 버섯, 약초, 쌀, 콩, 단감, 밤 등이었다(김용철, 2004:49; 박중신·김태영, 2010:19).

연구는 크게 ‘데이터 수집’, ‘데이터 정제’, ‘데이터 분석’, ‘종합 및 해석’ 4단계로 나눠서 진행했다. 첫째, 데이터는 네이버 블로그에서 수집했다. 네이버 블로그 서비스가 시작된 2003년부터 2023년 최근까지 ‘구례5일장’, ‘구례5일시장’으로 검색되는 게시글을 리스틀리(listly)<sup>10)</sup>를 이용해 수집했다. 처음으로 수집한 자료를 원자료(raw data)라 부르는데, 원자료 텍스트로 4,683건(문장 21,114개, 단어 227,198개)을 수집했다. 원자료에는 광고처럼 연구 목적과 상관없는 내용도 포함되어 있어서 필터링 작업으로 제거했다.

둘째, 데이터를 정제하여 불용어처럼 의미 없는 단어를 제거하고 컴퓨터 분석이 가능한 형태로 변환했다. 한국어 형태소 분석기(mecab-ko)<sup>11)</sup>로 블로그 게시글을 구조화된 형태소 집합으로 변환했다. 한국어 형태소 분석기는 텍스트를 형태소 단위로 나누고 형태소마다 품사를 부착하는 기술이다. 데이터 정제 과정에서 시소러스 사전을 활용해 정제 결과의 정확도를 높였다. 시소러스 사전(thesaurus)이란 쉽게 말해 컴퓨터에 경계를 알려줘서 필요 없는 단어를 걸러내는 기술이다. 본 논문에서는 유의어·지정어·제외어 시소러스 사전을 개발해 데이터를 정제했다. ‘유의어’는 구례5일시장, 구례오일장과 같이 비슷한 단어를 하나로 통일하는 기능이다. ‘지정어’는 고유명사, 개체명사를 형태소 분절 없이 그대로 뽑아내는 기능이다. ‘제외어’는 조사, 숫자와 같이 의미 없는 불용어를 없애는 기능이다(오정심, 2022:49). 본 논문에서는 정제 작업을 통해 형태소 13,874개를 추출했다.

셋째, 정제한 데이터를 대상으로 ‘단어 빈도수 분석’, ‘단어 빈도-역문서 빈도(이하 TF-IDF)’, ‘시맨틱 네트워크 분석’, ‘감성 분석’을 하였다. 각 기법에 대해 <표 1>에 설명했다. 단어 빈도수 분석, TF-IDF, 시맨틱 네트워크 분석에는 넷마이너(netminer 4.5.0)를, 감성 어휘 분석에는 텍스트롬(textom)을 이용했다. 넷마이너는 네트워크 분석에 최적화되어 있다. 텍스트롬은 빅데이터 분석에 필요한 여러 가지 도구를 제공하고 있다.

10) 리스틀리는 오픈 API를 활용해 웹 데이터를 자동으로 수집하고 엑셀 파일로 추출해 준다.

11) 형태소 분석기(mecab-ko)에는 세종 말뭉치 2만여 건이 학습용 데이터로 탑재되어 있다.

〈표 2〉 데이터 정제 및 분석 방법

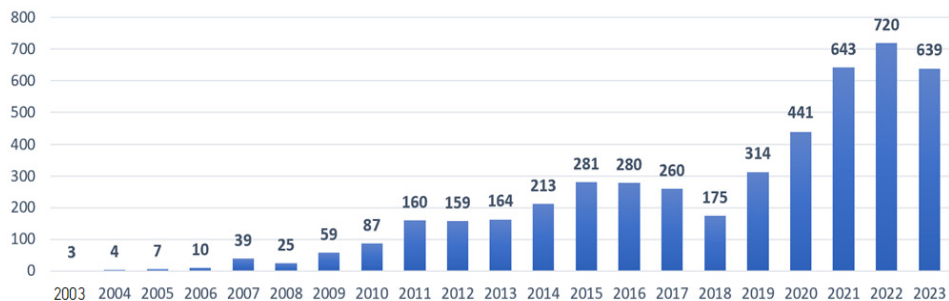
구분	작업 내용	
데이터 정제	필터링	-유의어, 지경어, 제외어 등 시소러스 사전 기능 활용하여 데이터 필터링
	변환	-비정형 텍스트를 정형화된 형태소 집합으로 변환, 추출
형태소 추출 (코퍼스 구축)	<p style="text-align: center;">▼</p> <p style="text-align: center;"><b>총 13,874개 형태소(명사형:11,806개, 형용사형:692개, 동사형:1,376개) 추출</b></p>	
데이터 분석	기초통계	-수집 데이터 현황 등 분석
	빈도수 분석	-단어 빈도수(상대 빈도수): 단어 출현 빈도수 측정 -배열 분석: 어떤 수가 기준이 되는 수의 몇 배인가 배열 분석 -TF-IDF: 문서 내 단어의 중요도 분석 -동시 출현 빈도수 : 특정 범위에서 동시 출현한 단어 분석(중요도 분석)
	시맨틱 네트워크 분석	① 공기 관계로 연결된 '단어 네트워크' 형성
		② 단어 네트워크 목록에서 '명사×형용사', '명사×동사' 관계로 연결된 목록 추출, 검토
		③ '단어 네트워크 맵(Keyword Network Map)'으로 시각화, 검토
	감성 분석	-감성 사전 기반 감성 어휘 비율 분석(텍스트통 이용) -'명사 · 형용사 네트워크 목록'에서 형용사와 연결된 명사 검토(넷마이너 이용)

## II. 분석 결과

### 1. 수집 자료 현황

먼저 수집한 원자료 현황을 검토했다. [그림 2]는 수집한 원자료를 연도별로 분류해 그래프로 그린 것이다.

[그림 2] 연도별 수집 원자료 현황



그림에서 눈에 띄는 점은 원자료 수량이 2009년에 50건을 넘으며 증가하기 시작해 2011년에 160건으로 크게 증가한 것이다. 그 배경의 하나로 2008년부터 추진된 ‘문화관광형시장 육성 사업’을 생각할 수 있다. 정부 발표에 따르면 이 사업이 추진되면서 전통시장 방문객이 증가했다(정책브리핑, 2011-09-11). 그리고 눈에 띄는 또 다른 점은 원자료 수량이 2022년에 720건으로 크게 증가하면서 정점을 찍은 것이다. 이는 2021년 후반에 코로나19바이러스 방역 조치가 완화되면서 전통시장 방문이 크게 증가함에 따른 영향으로 보인다.

구례5일장에 관한 인식 및 감성의 변화를 알아보기 위해서 기간을 구분했다. 2003년부터 2023년까지 약 20년 기간을 ‘1기간(2003년~2009년)’, ‘2기간(2010년~2014년)’, ‘3기간(2015년~2019년)’, ‘4기간(2020년~2023년 8월)’로 나눴다. 전통시장 정책에 있어서 중요한 사건이 있었던 시기를 참고해 기간을 나눴다. 주요 사건으로 ‘2009년 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 개정(재래시장을 전통시장으로 명칭 변경)’, ‘2015년 중소기업청의 문화관광형시장 육성 사업 본격 추진(전통시장이 지역의 관광명소로 자리매김하는 계기 제공)’, ‘2020년 코로나19 펜데믹으로 방역 조치 시행’ 등이 있었다. <표 3>은 4개 기간별로 분류한 원자료 수량과 정제 작업을 통해 추출한 형태소의 수량을 정리한 것이다. 이렇게 분류한 데이터를 대상으로 ‘빈도수 분석’, ‘시맨틱 네트워크 분석’, ‘감성 분석’을 차례대로 하였다.

<표 3> 기간별 원자료 및 정제 데이터 현황

구분	1기간('03~'09)	2기간('10~'14)	3기간('15~'19)	4기간('20~'23.08)
수집 원자료	문서: 147건 (문장: 864개, 단어: 29,823개)	문서: 783건 (문장: 3,983개, 단어: 141,602개)	문서: 1,310건 (문장: 5,679개, 단어: 213,274개)	문서: 2,443건 (문장: 10,361개, 단어: 405,324개)
▼ (데이터 정제)				
비정형 데이터를 정제하여 정형 데이터로 변환, 추출				
코퍼스 구축	형태소: 2,136개	형태소: 5,979개	형태소: 7,137개	형태소: 9,352개

## 2. 빈도수 분석

빈도수 분석 기법에는 ‘단어 빈도수’, ‘TF-IDF’, ‘동시 출현 빈도수’ 등이 있다. 전술한 바와 같이 단어 빈도수가 높다고 해서 모두 중요한 의미로 쓰였다는 뜻은 아니다. 관

용적으로 자주 쓰여서 빈도수가 높게 나왔을 수도 있기 때문이다. 그래서 본 논문에서는 중요도를 측정하는 TF-IDF와 동시 출현 빈도수를 분석하여 결과를 비교했다.

분석 결과를 해석할 때 품사별 특성을 참고했다. ‘명사’는 사물 이름이나 개념을 나타내는 품사이다. 그래서 명사형 형태소 분석 결과를 인지 부분과 관련지어 해석했다. ‘형용사’는 사물 상태나 사람 감정 등을 나타내는 품사이다. 형용사형 형태소 분석 결과를 정서 부분과 관련지어 해석했다. ‘동사’는 동작이나 작용을 나타내는 품사이다. 동사형 형태소 분석 결과를 행위 부분과 관련지어 해석했다.

### 1) 기간별 명사형 형태소 분석: 인식 변화

데이터 정제 작업을 통해 추출한 명사형 형태소를 기간별로 분류하여 빈도수 분석을 하였다. 그런데 위 <표 3>에서 보듯이 기간별로 분류한 데이터 수량에 차이가 있다. 그래서 단어 빈도수 분석 결과를 데이터 수량에 따라 상대적으로 살펴봤다<sup>12)</sup>. <표 4>는 단어 빈도수와 상대 빈도수 분석 결과를 정리한 것이다<sup>13)</sup>.

먼저 <표 4>에서 단어 빈도수가 가장 높게 나온 단어부터 살펴봤다. 기간별로 약간씩 차이가 있지만 상위권에 ‘지리산’, ‘사람’, ‘시장’, ‘5일장’이 나타났다. 이 단어들은 수집한 텍스트에서 가장 많이 쓰였기 때문에 빈도수가 가장 높게 나온 것이다. 이 단어들이 중요한 의미로 쓰였는지 알아보기 위해서 TF-IDF 결과를 살펴봤다.

TF-IDF 검토 결과, 지리산 ‘0.2’, 시장 ‘0.3’, 5일장 ‘0.2’, 사람 ‘0.5’가 나타났다. ‘사람’을 제외하고 ‘지리산’, ‘시장’, ‘5일장’의 TF-IDF 값이 낮게 나타났다. 이는 수집한 텍스트에서 ‘지리산’, ‘시장’, ‘5일장’은 상투적으로 자주 쓰여서 빈도수는 높게 나오고 TF-IDF는 낮게 나타났다고 해석할 수 있다. 이와 같이 ‘지리산’, ‘시장’, ‘5일장’의 중요도가 낮게 나타났기 때문에 이 단어들을 제외하고 <표 4>를 계속해서 살펴봤다.

12) <표 4>에서 보듯이 ‘지리산’의 단어 빈도수는 1기간에 ‘80회’, 2기간에 ‘246회’이다. 빈도수만 보면 지리산은 2기간에 해당하는 텍스트에 더 자주 쓰였다고 생각할 수 있다. 하지만 상대 빈도수로 비교하면 상황이 바뀐다. ‘지리산’의 상대 빈도수가 1기간에 ‘0.2682’, 2기간에 ‘0.1737’이 나왔으므로 1기간에 해당하는 텍스트에 더 자주 쓰였다고 봐야 한다.

13) 형태소 형태로 추출되었으나 가독성을 위해 단어 형태로 바꿔서 정리했다.



〈표 4〉 단어 빈도수 분석 결과(명사형 형태소)

순위	1기간('03~'09)			2기간('10~'14)			3기간('15~'19)			4기간('20~'23.08)		
	단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수
1	지리산	80	0.2682	시장	452	0.3192	시장	816	0.3826	시장	1,742	0.4298
2	사람	79	0.2649	5일장	340	0.2401	5일장	705	0.3306	5일장	1,019	0.2514
3	장터	76	0.2548	지리산	246	0.1737	지리산	388	0.1819	여행	622	0.1535
4	5일장	62	0.2079	사람	234	0.1653	구경	331	0.1552	구경	590	0.1456
5	화개장터	43	0.1442	장터	227	0.1603	사람	327	0.1533	맛집	568	0.1401
6	시장	41	0.1375	화개장터	207	0.1462	장터	281	0.1318	국밥	565	0.1394
7	섬진강	41	0.1375	집	182	0.1285	여행	251	0.1177	길	529	0.1305
8	하동군	36	0.1207	하동군	179	0.1264	집	249	0.1168	집	503	0.1241
9	집	36	0.1207	섬진강	179	0.1264	하동군	241	0.1130	지리산	497	0.1226
10	시골	35	0.1174	시골	165	0.1165	화개장터	237	0.1111	하동군	472	0.1165
11	국밥	33	0.1107	길	128	0.0904	장날	236	0.1107	장날	445	0.1098
12	장날	32	0.1073	구경	119	0.0840	국밥	218	0.1022	사람	445	0.1098
13	마을	31	0.1039	순천	112	0.0791	섬진강	216	0.1013	섬진강	404	0.0997
14	종주	27	0.0905	마을	111	0.0784	시골	209	0.0980	읍	403	0.0994
15	여행	26	0.0872	전통시장	109	0.0770	길	191	0.0896	맛	388	0.0957
16	길	24	0.0805	여행	109	0.0770	전통시장	170	0.0797	식당	365	0.0901
17	구경	24	0.0805	맛	109	0.0770	읍	162	0.0760	수구레	354	0.0873
18	쌍계사	22	0.0738	장날	108	0.0763	맛	156	0.0731	화개장터	350	0.0864
19	맛	22	0.0738	이승기	103	0.0727	마을	151	0.0708	주차	310	0.0765
20	세상	21	0.0704	국밥	100	0.0706	수구레	143	0.0670	장터	304	0.0750
21	광양	21	0.0704	곡성군	94	0.0664	꽃	137	0.0642	전통시장	269	0.0664
22	할머니	20	0.0671	읍	85	0.0600	순천	131	0.0614	뽕	251	0.0619
23	휴집	19	0.0637	전국	80	0.0565	화엄사	129	0.0605	사진	231	0.0570
24	풍경	18	0.0604	산수유	80	0.0565	식당	122	0.0572	카페	219	0.0540
25	화개	17	0.0570	손	79	0.0558	곡성군	120	0.0563	점심	216	0.0533

〈표 계속〉

순위	1기간('03~'09)			2기간('10~'14)			3기간('15~'19)			4기간('20~'23.08)		
	단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수
26 위 ~ 100 위	사진	16	0.0536	사진	72	0.0508	축제	109	0.0511	산수유	211	0.0521
	더덕	14	0.0469	꽃	56	0.0388	사진	94	0.0441	호떡	137	0.0338
	밤	13	0.0436	축제	55	0.0318	산수유	89	0.0417	주차장	181	0.0447
	약초	12	0.0402	고사리	45	0.024	맛집	85	0.0399	소머리국밥	172	0.0424
	산수유	12	0.0402	더덕	34	0.0226	카페	59	0.0277	메뉴	168	0.0414
	고사리	12	0.0402	감자	32	0.0205	빵	50	0.0234	꽃	145	0.0358
	꽃	10	0.0335	밤	29	0.0205	메뉴	45	0.0211	빵집	136	0.0336
	쌀보리	9	0.0302	맛집	29	0.0184	분위기	44	0.0206	목월빵집	136	0.0336
	보부상	8	0.0268	나물	26	0.0177	나물	43	0.0202	커피	113	0.0279
	나물	8	0.0268	먹거리	25	0.0162	주차장	41	0.0192	야채	113	0.0279
100 위 밖	버섯	9	0.0302	느낌	23	0.0155	더덕	40	0.0188	전통	110	0.0271
	빵튀기	3	0.0101	약초	22	0.0155	호떡	35	0.0164	먹거리	105	0.0259
	분위기	3	0.0101	버섯	22	0.0134	산수유축제	32	0.015	빵튀기	100	0.0247
	주차장	3	0.0101	산수유축제	19	0.0134	고사리	31	0.0145	분위기	97	0.0239
	소머리국밥	2	0.0067	분위기	19	0.0106	버섯	31	0.0145	나물	92	0.0227
	호떡	2	0.0067	메뉴	15	0.0099	밤	29	0.0136	밤	46	0.0113
	메뉴	1	0.0034	특산품	14	0.0099	약초	26	0.0122	더덕	35	0.0086
	특산품	1	0.0034	쌀보리	14	0.0085	소머리국밥	25	0.0117	동아식당	35	0.0086
	빵집	-	-	주차장	12	0.0085	특산품	23	0.0108	버섯	33	0.0081
	커피	-	-	카페	12	0.0049	수제비	15	0.007	고사리	29	0.0072
	먹거리	-	-	소머리국밥	7	0.0042	쌀보리	13	0.0061	산수유축제	27	0.0067
	빵	-	-	빵	6	0.0007	목월빵집	7	0.0033	특산품	26	0.0064
	카페	-	-	호떡	1	0.0007	빵집	6	0.0028	약초	25	0.0062
	산수유축제	-	-	빵집	1					쌀보리	5	0.0012
	맛집	-	-									

a) TF-IDF가 낮게 나온 단어를 제외하고 빈도수가 가장 높게 나온 단어에 빗금무늬로 표시함.

b) 맛집과 관련한 단어에 밑줄로 표시함.

구례5일장에 관한 최근 변화를 알아보기 위해서, 가장 오래된 1기간('03~'09)과 가장 최근인 4기간('20~'23)을 중심으로 <표 4>를 살펴봤다. TF-IDF가 낮게 나온 단어를 제외하면 1기간에서 빈도수가 가장 높게 나타난 단어는 '사람', '장터'이다. 이 단어들은 동시 출현 빈도수<sup>14)</sup>도 높게 나타나 텍스트에서 중요한 의미로 쓰인 것으로 분석됐다. 이는 1기간에 해당하는 경험담에서 '사람', '장터'를 중요한 소재로 자주 다뤘기 때문에 이러한 결과가 나왔다고 볼 수 있다. 그런데 '사람', '장터'의 단어 빈도수는 시간이 지날수록 감소하다가 4기간에 10위권 밖으로 떨어질 정도로 감소했다. 인식의 변화가 있었음을 알 수 있다.

1기간과 비교해 4기간에 나타난 큰 변화로 5위권에 '맛집'이 새로 등장한 것이다. '맛집'의 TF-IDF와 동시 출현 빈도수<sup>15)</sup>도 높게 나타나 텍스트에서 중요한 의미로 쓰인 것으로 분석됐다. 4기간 목록에는 '맛집'뿐만 아니라 음식과 관련한 여러 가지 단어도 등장했다. 26위 이하에 '식당', '맛', '수구레', '빵', '카페', '점심', '호떡', '소머리국밥', '메뉴', '빵집', '목월빵집', '커피', '먹거리', '뽕튀기', '동아식당' 등이 나타났다. 이 단어들은 1기간 목록에는 나타나지 않았다.

요컨대 명사형 형태소 빈도수 분석 결과, 1기간('03~'09)에 해당하는 경험담에서 '사람', '장터'를 중요한 소재로 자주 다뤘으나, 이러한 경향은 시간이 지날수록 약해졌다. 2기간('20~'14)에 '맛집'을 중요하게 다루는 경향이 생겨났고 이러한 경향은 점차 강해지다가 4기간('20~'14)에 확고하게 자리 잡았다.

이러한 결과가 나온 배경으로 2008년부터 추진된 '문화관광형시장 육성 사업'의 영향을 생각해 볼 수 있다. 이 사업이 추진되면서 사람들은 전통시장을 관광목적지로 인식하기 시작했으며, 방문객도 크게 증가했다(변충기·하환호, 2012:272, 283~285). 또 다른 배경으로 방송 프로그램과 소셜미디어의 영향을 생각해 볼 수 있다. 2011년 어느 예능프로그램에서 구례5일장을 소개했는데, 방송 직후 방문객이 평소보다 20% 증가했다. 방송 이후 연예인이 다녀간 수구레 국밥집이 유명해지면서 외지인 방문객의 발길이 이어졌다(대전투데이, 2011-10-25). 그러나 최근까지 관련 블로그에서 '맛집'을 중요한 소재로 다루는 경향이 이어지는 것은 단순히 13년 전에 방송된 프로그램만의 영향으

14) '사람'은 TF-IDF가 '0.5', 동시 출현 빈도수는 '44회(3위)'로 나왔다. '장터'는 TF-IDF가 '0.4', 동시 출현 빈도수는 '42회(3위)'로 나왔다. 두 단어의 동시 출현 빈도수가 높게 나와서 중요도가 높다고 해석했다.

15) '맛집'은 TF-IDF가 '0.5', 동시 출현 빈도수는 '351회(7위)'로 나왔다.

로 볼 수 없다. 전통시장에서 선호하는 경험이 달라졌기 때문에 이러한 결과가 나온 것이다. 이에 대해 다음 분석 결과를 통해 계속해서 살펴보자.

## 2) 기간별 동사형·형용사형 형태소 분석: 행위 및 정서 변화

중요도가 낮고 습관적으로 쓰인 단어를 거르기 위해서 TF-IDF 분석 결과를 먼저 검토했다. 검토 결과, TF-IDF 값이 동사형에서 ‘하다(0.1)’, ‘오다(0.3)’, ‘가다(0.3)’가 낮게 나타났다. 형용사형에서 ‘있다(0.3)’, ‘없다(0.4)’가 낮게 나타났다. 이 단어를 제외하고 <표 5>를 살펴봤다.

구례5일장 관련 블로그 경험담에서 최근 변화를 알아보기 위해서, 가장 오래된 1기간(’03~’09)과 가장 최근인 4기간(’20~’23)을 중심으로 <표 5>를 살펴봤다. 검토 결과, 동사형 분석 결과에서 TF-IDF 값이 낮은 단어를 제외하면 ‘사다’의 단어 빈도수가 가장 높다. 그러나 ‘사다’ 빈도수는 시간이 지날수록 감소하다가 4기간에 8위까지 떨어졌다. 시장은 물건을 사고파는 곳이기에 ‘사다’ 빈도수가 전 기간에서 높을 것이라 예상했지만 분석 결과는 이와 달랐다.

눈에 띄는 점은 ‘먹다’의 빈도수가 1기간을 제외한 모든 기간에서 높게 나타났다는 것이다. 이는 명사형 형태소 분석에서 나타난 ‘맛집’을 중요하게 자주 다루는 경향이 시간이 지날수록 강해졌다는 결과를 뒷받침하는 내용이다. 이러한 결과는 형용사형 형태소 빈도수 분석 결과에서도 확인할 수 있다. <표 5>에서 보듯이 ‘맛있다’의 단어 빈도수는 1기간에 9위로 낮았지만 4기간에 3위<sup>16)</sup>까지 오를 정도로 증가했다.

16) 형용사형 형태소 분석 결과에서 TF-IDF 값이 낮게 나온 ‘있다’, ‘없다’를 제외한 순위이다.

〈표 5〉 단어 빈도수 분석 결과(동사형·형용사형 형태소)

구분	순위	1기간('03~'09)			2기간('10~'14)			3기간('15~'19)			4기간('20~'23.08)		
		단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수	단어	빈도수	상대 빈도수
동사형 형태소	1	하다	132	0.4426	하다	603	0.4258	하다	980	0.4595	하다	1,943	0.4794
	2	오다	58	0.1945	가다	351	0.2479	가다	578	0.2710	먹다	1,356	0.3345
	3	가다	55	0.1844	먹다	305	0.2154	먹다	471	0.2208	가다	1278	0.3153
	4	사다	43	0.1442	보다	274	0.1935	보다	406	0.1904	보다	685	0.1690
	5	먹다	43	0.1442	되다	206	0.1455	오다	338	0.1585	오다	585	0.1443
	6	보다	42	0.1408	오다	184	0.1299	열리다	335	0.1571	되다	537	0.1325
	7	나오다	42	0.1408	열리다	159	0.1123	되다	281	0.1318	열리다	502	0.1239
	8	되다	34	0.1140	나오다	146	0.1031	사다	249	0.1168	사다	470	0.1160
	9	서다	33	0.1107	사다	133	0.0939	나오다	197	0.0924	나오다	405	0.0999
	10	팔다	31	0.1039	서다	127	0.0897	보이다	181	0.0849	들다	256	0.0632
형용사형 형태소	1	없다	47	0.1576	좋다	209	0.1476	좋다	337	0.1580	좋다	745	0.1838
	2	좋다	31	0.1039	있다	205	0.1448	있다	303	0.1421	있다	612	0.1510
	3	있다	27	0.0905	없다	203	0.1434	없다	264	0.1238	많다	585	0.1443
	4	많다	23	0.0771	많다	166	0.1172	많다	260	0.1219	없다	554	0.1367
	5	같다	20	0.0671	같다	140	0.0989	같다	204	0.0957	맛있다	524	0.1293
	6	싱싱	9	0.0302	맛있다	81	0.0572	맛있다	168	0.0788	같다	455	0.1123
	7	작다	8	0.0268	작다	40	0.0282	크다	47	0.0220	작다	170	0.0419
	8	풍성	5	0.0168	크다	36	0.0254	작다	46	0.0216	크다	119	0.0294
	9	맛있다	5	0.0168	활발	30	0.0212	싱싱	43	0.0202	깔끔	79	0.0195
	10	투박	4	0.0134	싱싱	24	0.0169	맑다	31	0.0145	유명	65	0.0160

a) TF-IDF가 낮게 나온 단어를 제외하고 빈도수가 가장 높게 나온 단어에 빗금무늬로 표시함.

b) 맛집과 관련한 단어에 밑줄로 표시함.

### 3) 기간별 빈도수 배율 분석: 관심 키워드 변화

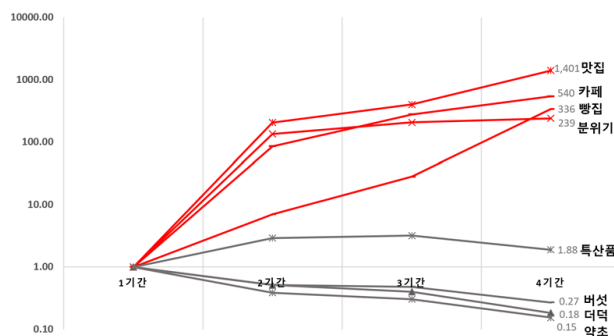
보통 빈도수 분석 결과를 해석할 때 〈표 4〉와 〈표 5〉처럼 분석 결과에 순위를 매겨서 내용을 비교한다. 그런데 이 방법은 변화 흐름을 직관적으로 살펴볼 때 불편하다. 그래서 본 논문에서는 상대빈도수로 배율 값을 구하고 그 결과를 그래프로 그려서 내용을 직관적으로 살펴봤다. 배율은 어떤 수가 기준의 몇 배인가를 계산한 값이다. 배율을 비교해 보면 급상승, 급하락 키워드를 도출할 수 있으며 이를 통해 관심도, 인기도 등을 파악

할 수 있다. [그림 3], [그림 4]는 상대 빈도수가 높게 나온 단어 중에서 급격한 변화 양상을 보인 단어만 추려서 배율을 구하고 그 결과를 그래프로 그린 것이다. 그림에서 꺾은 선이 '1'보다 위쪽에 있으면 배율이 증가한 것으로, '1'보다 아래쪽에 있으면 배율이 감소한 것으로 직관적으로 판별하면 된다.

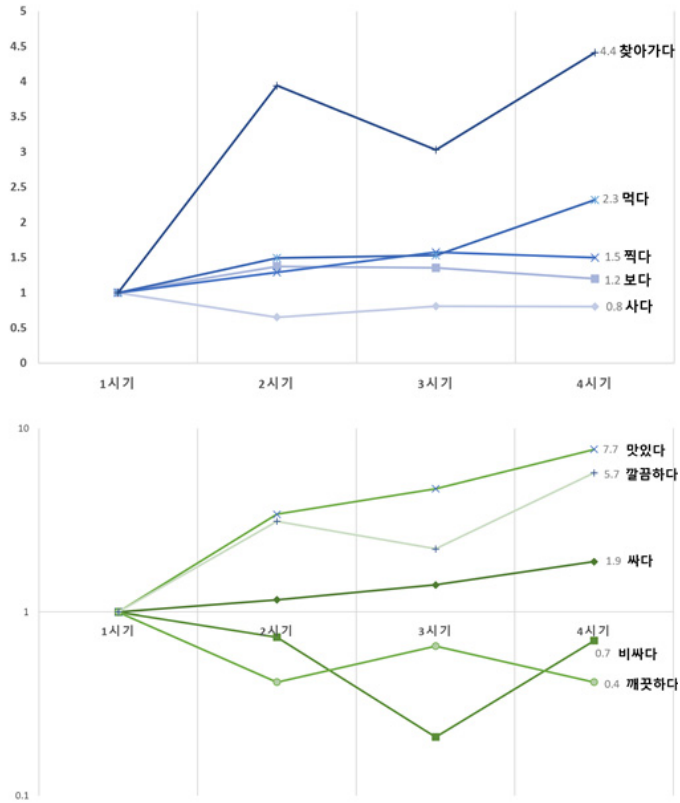
[그림 3]은 명사형 형태소 부분의 배율 그래프이다. 그림에서 보듯이 '1'보다 위쪽에 맛집, 카페, 빵집, 분위기 등 '음식'과 관련한 단어가 있다. 반면에, '1'보다 아래쪽에 버섯, 더덕, 약초 등 '시장 품목'과 관련한 단어가 있다. 이는 음식, 맛집에 관한 관심은 증가했지만, 시장 품목에 관한 관심은 시간이 지날수록 감소했음을 보여준다.

[그림 3]에서 눈에 띄는 점은 1기간 대비 4기간에 '맛집'은 1,401배, '카페'는 540배, '빵집'은 336배, '분위기'는 239배로 배율이 증가했지만, '버섯'은 0.27배, '더덕'은 0.18배, '약초'는 0.15배로 배율이 감소했다는 것이다. 주로 '음식'과 관련한 단어의 배율은 급격히 증가했고 시장 품목과 관련한 단어의 배율은 급격히 감소했다. 이처럼 1기간 대비 4기간에 '맛집'의 배율은 1,400배 이상, '카페'의 배율은 500배 이상 증가한 것은 구례5일장에서 사람들의 관심이 완전히 바뀌었음을 보여준다. 그런데 이러한 경향은 최근에 갑자기 나타난 게 아니라 2기간부터 서서히 형성되어 4기간에 자리 잡은 것으로 보여서, 쉽게 바뀌기 어려울 것이다.

[그림 3] 기간별 '배율' 비교(명사형 형태소)



[그림 4] 기간별 ‘배울’ 비교 (동사형 형태소(위), 형용사형 형태소(아래))



명사형 형태소 그래프에서 나타난 특징이 동사형, 형용사형 그래프에서도 나타났다. [그림 4]에서 보듯이 1기간 대비 4기간에 ‘먹다’ 2.3배, ‘맛있다’ 7.7배, ‘찾아가다’ 4.4배로 배율이 증가했다. 주로 먹는 행위와 음식 맛을 표현하는 단어의 배율이 크게 증가한 것으로 분석됐다.

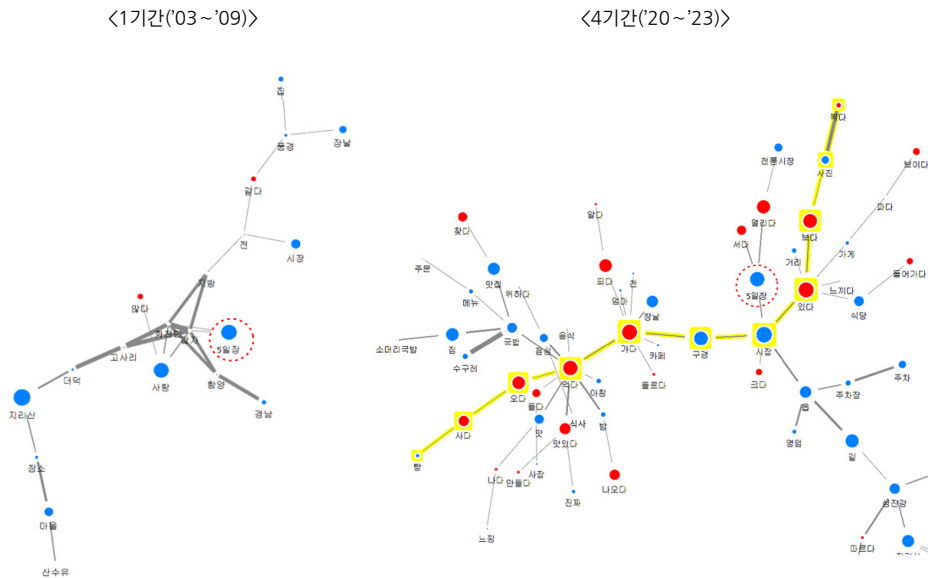
### 3. 에고 네트워크 분석

다른 측면에서 구례5일장 인식을 분석하기 위해서 ‘에고 네트워크 분석(ego-network analysis)’을 하였다. 에고 네트워크 분석<sup>17)</sup>이란 쉽게 말해 특정 단어를

17) 에고 네트워크 분석은 본래 사회학에서 발전한 방법이다. 한 개인(ego)을 중심에 놓고, 그와 교류한 타자들의 관계를 분석하는 방법이다.

중심에 놓고 문장에서 그 단어와 함께 자주 쓰인 단어를 모아 연결 관계를 분석하는 방법이다(오정심, 2022:49). 본 논문에서는 구례5일장을 수식하기 위해 어떤 단어가 주로 쓰였는지 알아보기 위해서 구례5일장을 중심으로 한 예고 네트워크 분석을 하였다.

[그림 5] '구례5일장' 중심 예고 네트워크 맵



[그림 5]에 1기간('03~'09)과 4기간('20~'23)의 예고 네트워크 맵을 제시했다. 그림을 보면 사람들이 '구례5일장'을 기술하면서 어떤 단어를 주로 사용했는지 알 수 있다. 먼저 왼쪽의 1기간 맵을 살펴보면, '5일장'과 가깝게 '사람 많다', '화전민 고사리·더덕', '지리산 더덕·고사리', '함양 감자' 등이 있다. 반면에, 오른쪽의 4기간 맵에서 '5일장'과 가깝게 '시장 구경 가다', '식당 있다' 등이 있다. 이를 통해 과거 사람들은 구례5일장 관련 경험담을 지리산 더덕, 고사리, 화전민과 같은 단어를 써서 구례 특산품에 관한 내용을 주로 기술했지만, 오늘날 사람들은 시장 구경, 식당과 관련한 내용을 주로 기술했음을 알 수 있다.

[그림 5]에서 눈에 띄는 점은 '빵-사다-오다-먹다-가다-구경-시장-있다-보다-사진-찍다'가 하나로 연결돼 있다는 것이다. 동사만 모으면 '가다(오다)-사다-먹다-보다



-찍다’가 하나로 연결돼 있다. 이렇게 연결된 형태를 컴포넌트라 부른다. 이 단어들의 연결 정도를 알아보기 위해 밀도를 분석했다. 분석 결과, 밀도가 ‘0.963’<sup>18)</sup>이 나왔다. 즉 네트워크 맵에서 ‘가다(오다)-사다-먹다-보다-찍다’가 긴밀하게 연결돼 있다는 뜻이다. 이는 최근에 구례5일장에서 사람들은 단순히 물건만 사는 게 아니라, ‘무언가를 사고 먹으며 보고 사진 찍는 행위’를 하나의 흐름처럼 한다고 해석할 수 있다.

오늘날 사람들은 소비 활동을 여가 생활의 일부로 여긴다. 그래서 대형 마트를 비롯한 유통업계에서는 소비 활동과 여가 활동이 한 곳에서 이뤄질 수 있도록 공간을 구성한다(한지수, 2020:207 재인용; 김효인 · 조유빈, 2022-06-08). 구례5일장 방문객들이 ‘무언가를 구매하고 먹으며 보고 사진 찍는 행위’를 하나의 흐름처럼 한다는 분석 결과는 구례5일장에서 앞으로 무엇이 달라져야 하며, 어떤 공간과 프로그램을 갖춰야 할지 보여준다고 할 수 있다.

## 4. 감성 분석

### 1) 감성 어휘 비율

본 논문에서는 인식 분석에서 한 걸음 더 나아가 구례5일장에 대한 감성 분석을 하였다. 먼저 감성 어휘 비율을 분석해 텍스트 전반에 나타난 긍정·부정 감성 경향을 살펴봤다. 이어서 시맨틱 네트워크 분석 방법으로 연결한 ‘명사·형용사 네트워크 목록’을 활용해 감성 대상의 내용을 살펴봤다.

감성 어휘 분석은 감성 사전을 기반으로 텍스트에 쓰인 단어의 긍정·부정 비율을 계산해 텍스트 전반에 나타난 감성 경향을 분석하는 방법이다. 분석 결과, 수집한 구례5일장 블로그 경험담에서 긍정 단어의 비율은 84.7%, 부정 단어의 비율은 15.3%로 나타났다. 사람들은 긍정 어휘를 더 많이 사용하여 구례5일장 관련 경험담을 기술하고 있었다.

---

18) 밀도가 ‘1’에 가까울수록 네트워크 응집성이 높다는 뜻이다.

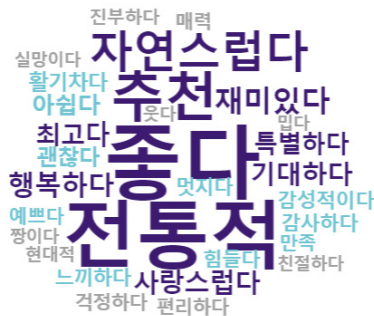
〈표 6〉 감성 어휘 비율 분석 결과

총비율	긍정 어휘		부정 어휘			
	88.51%		11.49%			
세부 감성 비율	호감	70.91%	슬픔	3.50%	분노	1.75%
	흥미	8.20%	거부감	4.61%	놀람	0.37%
	기쁨	9.40%	두려움	1.11%	통증	0.15%

[그림 6]은 출현 빈도수가 크게 나온 감성 어휘를 중심으로 클라우드 맵을 그린 것이다. 감성 어휘 비율 분석 결과, 수집한 텍스트에서 ‘좋다(20.3%)’가 가장 많이 쓰였다. 이어서 ‘전통적(17.54%)’, ‘추천(8.9%)’, ‘자연스럽다(5.9%)’ 순으로 자주 쓰였다.

그런데 이러한 방법만으로 사람들이 ‘좋다’라는 감성을 어떤 대상에 느꼈는지 알 수 없다. 그래서 본 논문에서는 시맨틱 네트워크 분석 방법으로 형성한 ‘단어 네트워크 목록’에서 형용사와 연결된 명사를 검토하여 감성 대상을 살펴봤다<sup>19)</sup>. 본 논문에서는 빈도수가 가장 높게 나온 ‘좋다’와 연결된 명사를 중심으로 관련 내용을 기술했다.

[그림 6] 감성 어휘 비율 클라우드 맵

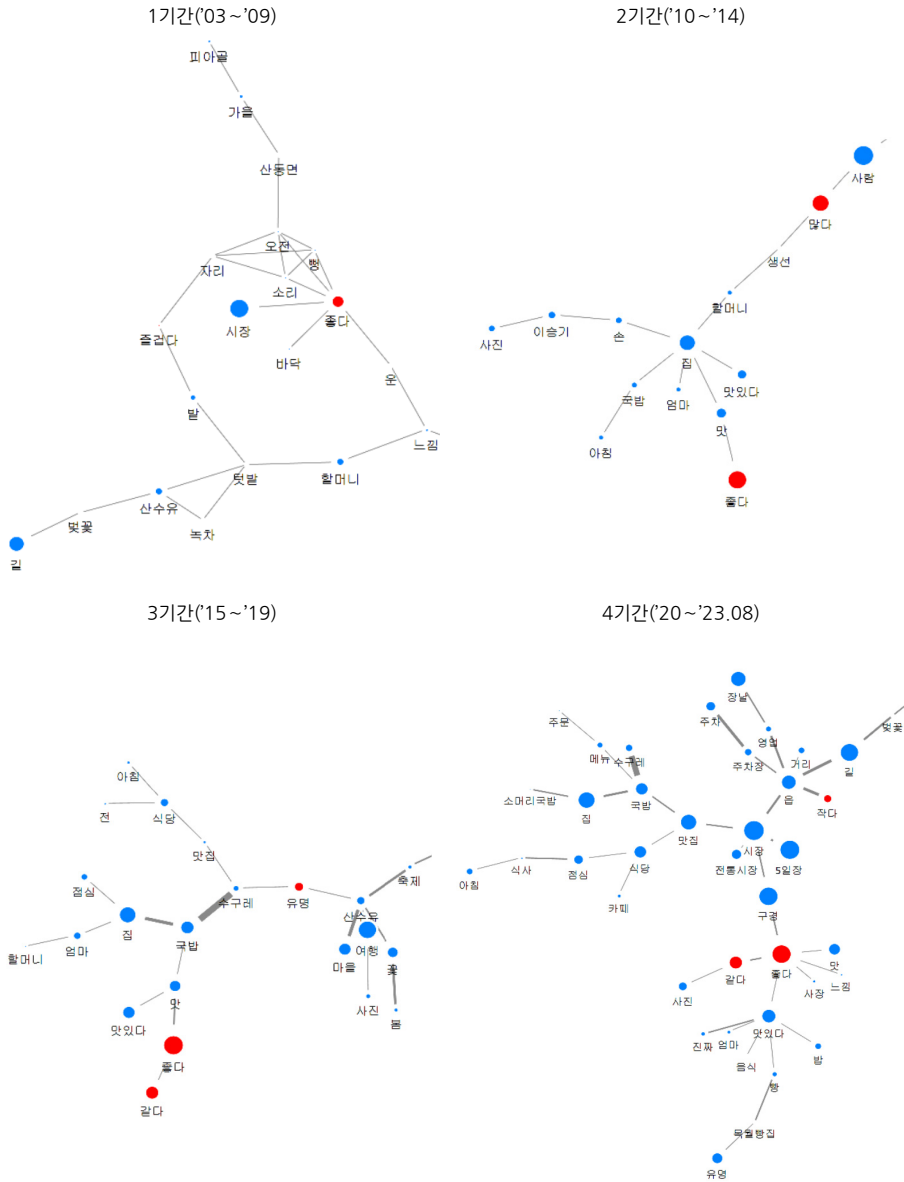


## 2) ‘좋다’의 감성 대상 변화

[그림 7]은 시맨틱 네트워크 분석 방법으로 형성한 단어 네트워크 목록에서 ‘좋다’와 연결된 명사를 모아서 시각화한 것이다. 그림을 보면 구례5일장에서 ‘좋다’의 감성 대상이 시간이 흐르면서 어떻게 바뀌었는지 알 수 있다. 그림에서 보듯이 1기간 맵에서 ‘중

19) ‘명사·형용사 네트워크 목록’에서 형용사 ‘정겹다, 반갑다, 고우하다, 남다르다, 예쁘다, 친절하다 등’과 연결된 명사를 살펴봤다. 주요 내용을 요약하면, ‘예쁘다’에 사진, ‘정겹다’에 시장, ‘고우하다’에 어물전, ‘남다르다’에 정육점, ‘드물다’에 수구레국밥 등이 연결돼 있었다.

[그림 7] 기간별 ‘좋다’ 중심 에고 네트워크 맵



다'와 바로 연결된 단어에 '바닥', '소리', '운'이 있지만, 2·3·4기간 맵에서 '좋다'와 바로 연결된 단어에 '맛', '맛집'이 있다. 이는 사람들은 1기간 블로그 경험담에서 '좋다'라는 감성을 구례5일장의 '바닥', '소리', '운'에 표현했지만, 2기간부터 '맛', '맛집'에

주로 표현했기 때문에 나온 결과이다.

이러한 결과가 나온 원인을 다음과 같이 생각해 볼 수 있다. 첫째, ‘바닥’은 전통시장의 물리적 환경을 나타내는 말이다. 과거에 재래시장 바닥은 지저분하고 비나 눈이 오면 미끄러웠다. 그러나 2009년에 ‘전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법’이 개정되고 시설 현대화 사업이 추진되면서 바닥을 포함한 물리적 환경이 개선되기 시작했다. 구례5일장의 경우 2008년부터 주차장 정비 등 시설 현대화 사업이 추진되었다. 이에 따라 방문객들은 개선된 시장 바닥에 ‘좋다’라는 감성을 느끼고 표현한 것으로 보인다. 둘째, ‘소리’는 시장 활기를 나타내는 말이다. 과거 사람들은 시장에서 상인들과 만나 대화하고 시장에서 들려오는 시끌벅적한 소리에 즐거움을 느끼고 표현한 것으로 보인다. 셋째, ‘운’은 시장에서 물건을 사고파는 과정에서 느끼는 우연성과 기회를 의미한다. 과거 사람들은 시장에서 텀으로 얻은 물건이나 물건값을 깎는 일에서 우연한 즐거움을 느끼고 이를 블로그에 기술한 것으로 보인다. 넷째, ‘맛집’에는 음식 종류, 특징, 맛, 분위기, 서비스, 가격 등 자신만의 기준을 드러낼 수 있는 요소가 많다. 그래서 오늘날 젊은 사람들은 자신만의 취향을 드러내는 수단으로 맛집을 활용하고 있다(변희원, 2021-03-31). 이러한 사회적 분위기에 따라 구례5일장 방문객들도 시장에서 새롭거나 유명한 ‘맛집’을 발견하고 블로그에 추천하면서 즐거움이나 흥미를 느끼는 것으로 보인다.

### Ⅲ. 결론

‘시장통처럼 시끄럽다’라는 말은 옛말이 됐다. 손님들로 북적이는 시장통을 찾아보기가 어렵기 때문이다. 전통시장을 찾는 사람이 줄면서 지난 15년 동안 전통시장이 한 달에 하나꼴로 사라졌다. 농촌의 전통시장은 상황이 더 어렵다. 농촌 인구가 감소하고 젊은 사람들이 도시로 빠져나가면서 소비력이 줄었고 전통시장 매출에도 영향을 미쳤다. 이제 전통시장을 살리려면 외지인 방문객, 특히 젊은 사람들을 유치해야 한다.

이에 본 논문에서는 전통시장을 활성화하기 위해 젊은 세대를 중심으로 사람들이 전통시장에 갖는 기대가 무엇인지, 전통시장을 어떻게 인식하고 있는지 등 관련 자료를 수집해 살펴봤다. 소멸 위험이 큰 전라남도 ‘구례5일장’을 연구 대상으로 선택하여, 네이버 블로그에서 2003년부터 2023년 최근까지 약 20년 동안 공유된 관련 게시글 총

4,683건을 수집했다. 그리고 텍스트 마이닝의 '빈도수 분석', '배울 분석', '시맨틱 네트워크 분석', '에고 네트워크 분석', '감성 분석'으로 분석했다. 본 논문에서는 기존의 감성 분석 한계를 극복하기 위해서 시맨틱 네트워크 분석 방법을 응용해 감성 대상의 내용을 검토했다. 시맨틱 네트워크 분석으로 연결한 단어 네트워크 목록과 이를 시각화한 그래프에서 감성을 나타내는 '형용사'와 연결된 '명사'의 내용을 확인했다. 이러한 방법은 선행연구에서 찾아보기 어렵다. 주요 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 명사형 형태소를 대상으로 한 빈도수 분석 결과, 과거 20년 전 사람들은 구례5일장을 방문하고 블로그에 경험담을 올리면서 '사람', '장터'를 중요한 주제로 자주 다뤘지만, 이러한 경향은 시간이 지날수록 약해졌다. 2010년 무렵부터 '맛집'을 중요한 주제로 자주 다루는 경향이 생겨났고, 이러한 경향은 최근 4년간 강해졌다. 이러한 특징은 동사형, 형용사형 형태소 빈도수 분석 결과에서도 나타났다.

둘째, 배울 분석 결과, 과거 20년 전과 비교해 요즘 사람들은 구례5일장에서 버섯, 더덕, 약초와 같은 상품보다는 맛집, 빵집, 카페 등 음식점에 큰 관심을 나타냈다. '맛집'의 배율은 과거 20년 전과 비교해 최근 4년간 1,400배 폭발적으로 증가했다. 이를 통해 오늘날 구례5일장에 관한 관심 주제가 '맛집'으로 완전히 바뀌었음을 알 수 있다.

셋째, 구례5일장을 중심으로 한 에고 네트워크 맵 분석 결과, 과거 20년 전 사람들은 지리산, 더덕, 고사리, 화전민과 같은 단어를 주로 써서 구례5일장을 설명했다. 하지만, 최근 4년간 사람들은 시장, 구경이라는 단어를 주로 써서 구례5일장을 설명했다. 그리고 최근에 구례5일장을 방문한 사람들은 시장에서 무언가를 구매하고 먹으며 보고 사진 찍는 행위를 하나의 흐름처럼 하는 것으로 나타났다.

넷째, 시맨틱 네트워크 분석을 응용한 감성 분석 결과, 과거에 사람들은 구례5일장에서 '(시장)바닥', '소리', '운'에 '좋다'라는 감성을 나타냈지만, 오늘날 사람들은 '맛', '맛집'에 '좋다'라는 감성을 나타냈다. 이는 과거 사람들은 2009년 무렵부터 추진된 시설 현대화 사업 등으로 개선된 '시장 바닥'에 좋은 기분을 느낀 것으로 해석할 수 있다. 그리고 장터에서 들려오는 상인과 대화 '소리'와 시끌벅적한 시장통 '소리'에 즐거움을 느꼈고, 텅으로 얻는 물건에서 '우연'한 재미를 느낀 것으로 해석할 수 있다. 하지만 오늘날 사람들은 과거와 달리 구례5일장에서 새롭거나 유명한 '맛집'을 발견하고 블로그에 추천하면서 즐거움을 느끼는 것으로 해석할 수 있다.

분석 결과에서 얻은 시사점은 다음과 같다. 경동시장, 예산시장 등과 비교해 젊은 사

람의 방문이 상대적으로 적을 것이라 예상되는 구례5일장의 경험담을 분석한 결과에서 관심 주제와 선호 대상이 시장 상품이 아닌 맛집, 빵집, 음식점으로 나타난 점을 주목해서 볼 필요가 있다. 오늘날 사람들은 전통시장이 물건을 사고파는 공간을 넘어서 지역 특색과 맛을 즐기는 공간으로 변신하기를 기대하고 있음이 분석 결과에 나타났기 때문이다. 구례5일장처럼 인구감소가 두드러진 농촌 전통시장은 예산시장처럼 외지인 방문객, 특히 젊은 사람을 유치하기 위해 지역 특색을 가진 맛집과 먹거리 발굴에 힘써야 할 것이다. 하지만 현재 정부 정책은 시설 현대화에 집중돼 있으며, 구례군 역시 예산 대부분을 주차장 개선에 투입하고 있다. 사람들이 전통시장을 찾지 않으면 사라지기 마련이다. 정부와 지자체, 시장 상인회 등 운영 주체들은 변화하는 사회적 요구를 직시하여 관련 정책과 사업을 운용할 필요가 있다. 본 논문에서 도출한 시사점을 바탕으로 정책적 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 정부와 지자체, 시장 상인회 등 운영 주체들은 전통시장에 대한 인식을 획기적으로 전환할 필요가 있다. 본 논문의 분석 결과에서 나타났듯이 사람들은 전통시장을 단순한 유통시설이 아닌 지역 특색과 맛을 경험할 수 있는 공간으로 발전하기를 기대하고 있다. 정부와 시장 상인회는 전통시장을 단순히 물건을 판매하는 시설로만 볼 게 아니라, 문화적 기능과 비경제적 활동도 일어나는 공간으로 확대해 볼 필요가 있다. 지금처럼 단순히 판매를 촉진하기 위해 일회성 공연 개최, 포토 존 설치, 푸드트럭 운영과 같은 사업만으로 젊은 사람의 발길을 잡을 수 없다. 전통시장에 대한 인식을 획기적으로 바꿔야, 그에 걸맞은 전략이 나올 수 있을 것이다.

둘째, 소비 활동이 여가 생활의 일부로 여기는 오늘날 사람들의 요구에 부응하여 전통시장에서 소비 활동과 여가 활동이 함께 이뤄질 수 있도록 관련 공간과 프로그램을 구성해야 할 것이다. 본 논문의 분석 결과에서 나타났듯이 구례5일장을 방문한 사람들은 무언가를 구매하고 먹으며 보고 사진 찍는 행위를 하나의 흐름처럼 하고 있다. 이러한 행위 흐름이 시장 한 곳에서 이뤄질 수 있도록 관련 공간과 프로그램을 개발해야 할 것이다.

셋째, 전통시장에 젊은 사람을 유치하기 위해서 이들의 방문 동기, 선호 경험, 정서적 요인 등을 적극적으로 파악하여 관련 정책을 마련할 필요가 있다. 특히 선호 경험과 정서적 요인은 재방문으로 이어질 수 있는 요소가 될 수 있기에 비중 있게 조사할 필요가 있다. 이때 설문조사보다는 소셜미디어 자료를 적극 활용할 필요가 있다. 소셜미디어 자

료는 대중이 자기 경험을 바탕으로 후기를 자발적으로 작성해 공유하기에 솔직한 의견이나 요구 사항을 파악할 때 유용하다. 본 논문에서 제시한 시맨틱 네트워크 분석을 응용한 감성 분석 방법은 이러한 작업에 활용할 수 있다.

마지막으로 본 논문의 한계점은 다음과 같다. 본 논문에서 수집한 블로그 자료가 구례5일장을 방문한 모든 사람의 의견을 나타내는 것은 아니다. 블로그를 사용하지 않는 방문객도 있기 때문이다. 향후 설문조사, 인터뷰를 통해 블로그를 사용하지 않는 사람들의 의견도 조사할 필요가 있다. 하지만 이러한 한계가 있음에도 불구하고 설문조사와 인터뷰로 밝힐 수 없는, 지난 20년간 구례5일장에 관한 생각과 감성의 변화 흐름을 밝혀냈다는 점에서 본 논문은 의미가 있다. 그리고 본 논문에서 제시한 시맨틱 네트워크 분석을 응용한 감성 분석 방법은 감성 형용사를 다루는 여러 분야에 활용할 수 있을 것이다○.

## [참고문헌]

- 강범모(2014), 텍스트 맥락과 단어 의미: 잠재의미분석, 『언어학』, 68권, 3-34.
- 구례군청(2022), 「민선 7기 군정백서」, 구례:구례군청.
- 구례군청(2024), 「구례군 업무계획서」, 구례:구례군청.
- 국회예산정책처(2012), 「전국시장육성사업평가」, 서울:국회예산정책처.
- 김승범(2015), 서촌 방문자들의 경험 변화에 관한 블로그 텍스트 분석, 『대한건축학회 논문집』, 31권 6호, 93-102.
- 김수현 외 3인(2020), 거시경제 분석을 위한 텍스트 마이닝, 『韓國經濟의 分析』, 제26권 제1호, 1-85.
- 김용철(2004), 조선시대 섬진강유역의 장시, 『지역발전연구』, 제10권, 17-58.
- 김현중 · 송지은 · 정일훈(2022), 인구감소가 전통시장 축소에 미칠 영향 예측, 『도시설계』, 23권 4호, 77-92.
- 박상훈 · 유기현(2021), ‘감성정보 분석방법’을 활용한 전통시장 매력요인 분석 연구, 『도시행정학보』, 34권, 59-77.
- 박상훈 · 이희정(2019), 도시 공간 변화에 따른 전통시장 소비자 인식변화 연구, 『부동산학보』, 76권, 45-60.
- 박중신 · 김태영(2010), 섬진강유역 장시의 공간구성과 기능 특성에 관한 연구 -순창 · 곡성 · 구례 · 옥곡장시를 중심으로-, 『한국농촌건축학회논문집』, 12권 1호, 17-24.
- 변충기 · 하환호(2012), 문화관광형시장 방문객의 관광동기와 세분시장 특성에 관한 연구, 『지역산업연구』, 제35권 제2호, 269-288.
- 소상공인시장진흥공단(2022), 「2021년 전통시장 상점가 점포 경영실태조사 결과보고서」, 대전: 소상공인시장진흥공단.
- 소현진(2013), 신뢰받는 블로그 콘텐츠의 특성 탐구: 파워블로그의 사용후기분석과 소비자 조사를 통하여, 『한국콘텐츠학회논문지』, 13권 1호, 73-82.
- 오정심(2020), 토픽모델링 및 네트워크 분석을 통한 문화콘텐츠학 지식구조 연구, 『문화정책논총』, 34권 2호, 35-69.
- 오정심(2022), 「다시 문화콘텐츠란 무엇인가 -빅데이터를 통해 꿰뚫어 보다」, 서울:



BOKK.

오정심(2023), 빅데이터 의미망 분석을 활용한 ‘문화경관 형용사 목록’ 개발, 「문화정책논총」, 37권 2호, 131-160.

이상호(2016), 한국의 지방소멸에 관한 7가지 분석, 「지역고용동향브리프」, 2016년 봄호, 1-17.

이윤명(2021), 현대인들에게 지각된 전통적 소매공간의 문화사회적 의미- 서울시 전통시장 방문 기록을 대상으로 한 정성적 내용분석 -, 「서울시도시연구」, 제22권 제1호, 109-129.

조광익(2018), 「관광 특성화 전통시장 지원사업의 성과 평가 지표 개발 결과보고서」, 대전: 한국연구재단.

중소벤처기업부(2023), 「지역상권 상생 및 활성화 종합계획(2023-2025)」, 세종: 중소기업벤처부.

제임스 W. 페니베이커(2016), 김아영 역, 「단어의 사생활」, 서울: 사이.

한지수(2020), 대학생들의 전통문화 인식이 전통시장 행동의도에 미치는 영향:관광 매력성의 매개역할을 중심으로, 「한국조리학회지」, 26권 3호, 206-216.

Michel, J. B. et al. (2011). Quantitative analysis of culture using millions of digitized books. *Science*, 331(6014), 176-182.

김효인 · 조유빈(2022-06-08), 유통 불모지 입성한 더현대서울, ‘취향 쏘개기’로 진화하다, 「투데이션문」.

권상재(2024-02-15), 예산상설시장, 설 연휴도 발걸음 이어져, 「충청뉴스」.

전재용(2022-11-21), 지역 전통시장 14년 새 53곳 사라졌다, 「경북일보」.

신현보(2022-08-07), 나이 든 사람만 전통 시장 가길 바라나, 「한국경제」.

최문정(2023-01-05), 60년된 전통시장과 상생 MZ세대 놀이터 스벅 ‘경동1960점, 「한겨레」.

서정민(2023-06-23), 빈대떡 · 곱창집 옆 힙한 카페…할매 입맛 MZ ‘광장’몰려갔다, 「중앙일보」.

안재형(2023-11-03), 로컬 감성 자극하며 ‘핫플’ 인증 로코노미 트렌드 된 전통시장, 「대전일보」.

박재현(2023-11-22), ‘백종원 효과 톡톡’ 예산시장, 개장 후 300만 명 돌파 ‘눈앞’, 「매

일경제」.

박현우(2023-05-18), 지역소멸 위기에 전통시장 흔들린다...외판점으로 전략, 「全北日報」.

류인하(2022-11-21), 변화속도 따라잡지 못하는 전통시장 · · · 14년새 209곳 사라져, 「경향신문」.

조유빈(2023-03-20), 백종원 “휴장은 지속 위한 ‘잠시 멈춤’… 지역 인구 소멸 막아야”, 「시시저널」.

박현익(2021-12-09), 네이버 블로그 콘텐츠 3억개 역대 최다…“MZ세대가 하드캐리”, 「서울경제」.

정책브리핑(2011-09-11), 문화체육관광부, 전통시장 활성화 힘 더 보태, 「정책브리핑」.

변희원(2021-03-01), 착한가게 · 친환경 · 한정판… ‘취소가치’엔 아낌없이 지갑 연다, 「조선일보」.

홍성용 · 진영화(2023-07-28), 전통시장 살리려 대형마트 눌렀더니 ‘반전’, 「매일경제」.

대전투데이(2011-10-25), 여기가 이승기가 다녀간 시장?” 5일장에 부는 ‘1박 2일’바람, 「대전투데이」.

YTN(2023-02-27), 상인회장 만난 백종원 애정어린 일침 “전통시장 이미 끝났다”, 「YTN」.

공공데이터포털, <https://www.data.go.kr> (접속일, 2023. 11. 30.)

구례군청, <https://www.gurye.go.kr> (접속일, 2023. 11. 30.)

전라남도 공공보건의료지원단, <https://www.jncare.go.kr/health> (접속일, 2023. 11. 30.)

두산백과, <https://www.doopedia.co.kr> (접속일, 2023. 11. 30.)

네이버블로그리포트, <https://campaign.naver.com/2022blog/blogreport> (접속일, 2023. 11. 30.)

NAVIS균형발전종합정보시스템, <https://www.nabis.go.kr> (접속일, 2023. 11. 30.)

중소벤처기업부, <https://www.mss.go.kr/site/smba/submain/submain03.do> (접속일, 2023. 11. 30.)

KOSIS국가통계포털, <https://kosis.kr/index/index.do> (접속일, 2023. 11. 30.)

[Abstract]

## **A Study on the Perception and Sentiment Change of Traditional Markets through Case Analysis of Gurye 5-Day Market :Using Blogs and Text Mining**

Oh, Jung-Shim

This study aims to gather blog posts discussing traditional markets from blogs, apply text mining techniques to analyze them, and explore shifts in perceptions and sentiments towards traditional markets. It particularly focuses on the 'Gurye 5-day Market' in Jeollanam-do, which faces a significant risk of extinction. Between 2003 to 2023, 4,683 posts from a Blog were collected and subjected to analysis through techniques including frequency analysis, 'semantic network analysis,' and sentiment analysis. An interesting finding from the analysis is that compared to the past, there has been a decline in interest among people in market products like ferns and medicinal herbs. Instead, there has been a shift towards focusing on restaurants, bakeries, and cafés in the Gurye 5-day Market. Two decades ago, individuals experienced positive vibes from the upgraded market floor, bustling market ambiance, and unexpected bonus items at the Gurye 5-day Market. However, present-day preferences lean towards the enjoyment of dining experiences at new or renowned restaurants. This study's significance lies in its departure from conventional research methods, opting instead for text mining to trace the evolving thoughts and sentiments surrounding the Gurye 5-day Market over the past two decades. To enhance the understanding of emotional content and overcome the limitations of traditional sentiment analysis, a semantic network analysis was employed to extract a list of interconnected word networks. This approach offers valuable insights into emotional adjectives, which can find applications across various

domains.

**[Keywords]** traditional market, Gurye 5-day market, text mining, sentiment analysis, semantic network analysis

## 예술지원 심의제도와 제비뽑기

김정수

---

[국문초록]

이 글의 목적은 예술지원 심의제도의 필연적인 한계를 지적하고 그 대안을 제시하는 데 있다. 통상적인 심의제도는 ‘전문가들이 충분한 정보를 가지고 공정하게 숙고하면 훌륭한 적격자들을 가려낼 수 있다’는 전제에 기반하고 있다. 그런데 이 논문은 이 기본 전제가 잘못되었다고 주장한다. 심의과정에서 아무리 열심히 노력한다고 해도 판단오류를 제거하는 것은 근본적으로 불가능하다. 즉, 결정비용을 더 많이 들인다고 해서 결정의 질이 그에 상응하게 좋아진다는 보장이 없다. 심의제도를 개선하기 위한 기존의 대부분의 논의들은 이 사실을 직시하지 않는다는 점에서 마치 벌거벗은 임금님에 비유할 수 있다. 판단오류의 불가피성을 인정한다면 결정비용을 최소로 하는 것이 현명한 길이 될 수 있다. 이 논문은 기존의 예술지원 심의제도보다는 제비뽑기가 더 현명한 방식이라고 주장한다.

[주제어] 예술지원심의, 판단오류, 제비뽑기

---

투고일: 2024. 1. 16 심사일: 2024. 2. 28. 게재 확정일: 2024. 3. 27.

<https://doi.org/10.16937/jcp.2024.38.1.149>

김정수\_한양대학교 행정학과 교수/주저자(coramdeo@hanyang.ac.kr)

## I. 산타클로스와 별거벗은 임금님

예술(인)을 지원하기 위한 공공보조금은 마치 성탄절 선물과 같다. 산타클로스의 선물은 이 세상 모든 아이들이 아니라 오직 착한 아이들만 받게 된다. 마찬가지로 국가의 예술지원금은 아무에게나 다 주는 것이 아니라 (원칙적으로) “탁월한” 예술인을 선별하여 제공한다. 그런데 중요한 차이점이 있다. 산타는 모든 것을 이미 다 꿰뚫어 알고 있기 때문에 누가 진짜 착한 아이인지 바로 가려낸다(고 알려져 있다). 그러나 국가는 누가 진짜 훌륭한 예술인인지 잘 알지 못한다. 그래서 적격자(지원금을 받을 충분한 자격을 갖춘 예술인)를 선별하기 위한 심의 과정을 거치게 된다. 적격자를 가려내려는 통상적인 방법은 소수의 전문가들이 주어진 기준과 원칙에 의거해서 판단을 내리는 집단심의 방식이다. 그런데 불확실성과 불규칙성으로 가득한 예술세계에서는 이러한 심의방식은 근본적으로 한계가 있다. 객관적으로 누가 진정 탁월한 예술인인지 선별하는 것이 거의 불가능하기 때문이다.

이 근본적인 한계를 무시하는 것은 마치 별거벗은 임금님이 멋진 옷을 입고 있다고 우기는 것이나 다름없다. 별거벗은 임금님의 행차를 보며 (있지도 않은) 그 옷에 대해 왈가왈부하는 것은 참으로 무의미한 헛수고에 불과하다. 이 민망한 상황을 바로잡는 첫 걸음은 임금님이 별거벗었음을 다 같이 솔직하게 인정하는 것이다. 예술지원에 관한 한 국가는 산타클로스보다는 별거벗은 임금님에 더 가까운 존재이다. 이 논문은, 마치 임금님은 별거벗었다고 외치는 아이와도 같이, 예술지원사업에 있어서 기존의 심의방식을 과감히 포기하고 차라리 제비뽑기로 대상자를 선발하는 게 낫다고 제안한다. 단 예술에 대한 공적 지원의 정당성 여부는 여기서 다루지 않는다. 이 논문은 예술(인) 지원금 자체는 주어진 상황으로 간주하고 그 수혜자를 선정하는 심의제도의 타당성에 대해 논의한다.

## II. 판단오류

예술지원 심의제도는 다수의 신청자들 중에서 일정한 수의 적격자들을 선별해내려는 메커니즘이다. 이런 면에서 심의절차는 마치 선다형 문제에서 정답을 골라내는 작업에 비유할 수 있다. 수험생이 보기들 중에서 고른 답이 정답이 아니라면 판단오류

(judgement error)가 발생한 것이다. 어떤 반 학생들이 동일한 문제를 푼다고 할 때, 이들 간에 항상 완벽한 의견의 일치가 일어나리라 기대하긴 어렵다. 동일한 문제라고 해도 각자의 판단은 다르기 마련이다. 카너먼 등(2022)은 인간의 판단에서 발생하는 이러한 오류의 원천으로 편향(bias)과 잡음(noise)을 지적한다. 편향은 대부분의 수험생들이 정답에서 체계적으로 이탈하는 현상을 의미한다. 반면 잡음은 답을 고르는 과정에서 임의적으로 나타나는 변산성을 뜻한다. 잡음은 다시 두 종류로 나뉘진다. 먼저 수준잡음(level noise)은 동일한 문제에서 수험생 개개인에 따른 편차 혹은 변산성을 말한다. 그리고 패턴잡음(pattern noise)이란 동일한 수험생이 동일한 문제를 반복해서 풀 때 관측되는 변산성을 의미한다.

시험문제에서 정답을 고르는 작업은 예측적 판단(predictive judgement)이다. 예측적 판단의 정확도는 사후적인 평가를 통해 파악할 수 있다. 예컨대 입사 지원자들 중에서 훌륭한 인재를 선발해 내려는 면접담당관의 결정은 채용된 직원들의 추후 실제 업무실적과 비교해 보면 그 정확도를 계산할 수 있다. 사전 예측과 사후 평가가 얼마나 근접하게 공변(co-vary)하는지를 알려주는 척도로는 일치백분율(percent concordant)과 상관계수(correlation coefficient)가 있다. 그런데 인재 채용에 관한 최근 연구에 따르면, 대단히 흥미롭게도, 면접 판단과 사후 결과의 상관계수는 불과 0.28(일치백분율 59%)에 불과하다(Kuncel et al., 2013).

예측적 판단에서 이러한 오류가 발생하는 이유는 불확실성과 무지 때문이다. 미래의 불확실성과 불완전한 정보로 인해 완벽한 예측이란 불가능해진다. Tetlock(2005)의 연구에 의하면 정치적 사건에 대한 소위 전문가들의 예측 정확도는 “대략 다트판에 다트를 던져 예측하는 칠판지의 수준”에 불과했다고 한다(카너먼, 2022: 206). 하지만 흥미롭게도 대부분의 그 전문가들은 자신의 예측에 대해 과도한 확신을 가지고 있었다. 세상사를 설명하는 명료한 이론으로 무장한 전문가들이 자신만만하게 예측했지만 결국은 가장 정확하지 않은 예측을 한 것이었다. 이처럼 사실상 예측 불가능한 사건들을 예측 가능하다고 믿는 것을 카너먼(2022: 211)은 “무지의 부정”이라고 불렀다.

객관적인 정확도가 그토록 낮음에도 불구하고 전문가들이 자신의 판단을 확신하는 이유는 무엇일까? 카너먼의 주장에 의하면 이는 ‘감정적 보상’이 매우 크기 때문이다. 전문가들은 미래를 예측할 때 직감에 귀 기울이면서 좋은 판단에 이르렀다는 느낌이 들 때 결정을 내린다. ‘정확한 이유는 모르지만 아무튼 알고 있다’는 확신은 판단의 내재적

신호가 된다. 이러한 직관적인 확신이 주는 감정적 보상은 포기하기 어려울 정도로 매력적이다. 불확실한 상황에서 객관적 무지가 클수록 주관적 확신이 주는 감정적 보상의 힘은 커지기 마련이다. 이는 마치 어려운 시험을 준비한답시고 읽지도 않을 참고서들만 잔뜩 사오는 학생과도 비슷하다. 참고서를 많이 사냈다는 사실이 괜히 뿌듯한 감정을 북돋우고 시험에 완벽히 대비했다는 자신감을 불어넣는 것이다. 그러나 시험을 잘 볼 것이라는 주관적 확신이 곧 객관적으로도 높은 점수로 이어지는 것은 아니다.

### Ⅲ. 산타 마을의 ‘착한 아이 선정’ 시스템

예술 보조금을 지원해줄 훌륭한 적격자를 선정하는 것은 크리스마스 선물을 받을 ‘착한’ 아이를 선별하는 작업과 같다. 산타 마을에서 ‘착한’ 아이를 선정하려 할 때 두 가지 방식이 있다.

#### 1. 산타 친정(親政) 시스템

산타클로스가 모든 선정작업을 직접 담당하는 시스템에는 두 가지 중요한 전제가 있다. 첫째, 이 세상의 모든 아이들은 ‘착한’ 아이와 ‘나쁜’ 아이 둘 중 하나로 확실하게 구분된다. 둘째, 산타는 누가 착하고 누가 나쁜지 정확하게 알고 있는 전지적 존재이다. 이런 시스템에서는 판단의 오류는 발생하지 않는다. 즉 착한 아이들은 누구나 빠짐없이 선물을 받고, 나쁜 아이들은 아무도 선물을 받지 못한다. 이것이 완벽한 판정이 이루어지는 가장 이상적인 상황이다.

#### 2. 요정들의 대리 시스템

산타가 자신의 업무를 요정들에게 위임했다고 가정해 보자. 이 시스템에서는 두 번째 전제가 달라진다; 요정들은 산타와 달리 전지적 존재가 아니다. 즉, 무지한 요정들은 누가 착하고 누가 나쁜지 미리 알지 못한다. 그래서 그 중 똑똑해 보이는 몇몇 요정들로 ‘착한 아이 선정’ 심의위원회를 구성한다. 그리고 아이들의 기도문(신청서)을 받아 미리 준비된 기준에 의거하여 채점하고 누구에게 선물을 줄 지 결정한다. 여기서 세 번째 전제 혹은 믿음이 필요해진다; 요정들은 무지하지만 충분한 정보가 주어진다면 정확한 판



정을 내릴 수 있다. 그런데 만약 요정들(전부 혹은 일부)이 이 정보와는 상관없이 자신의 개인적인 이해관계에 따라 선정결과를 왜곡한다면 진짜 착한 아이가 선물을 못 받거나 반대로 나쁜 아이가 선물을 받게 되는 일이 생길 수 있다. 따라서 이 대리 시스템이 성공적으로 작동하기 위해서는 또 하나의 전제가 필요하다; 요정들은 사심 없이 산타의 대의를 충실하게 받드는 존재들이다.

심의 요정들의 판단이 얼마나 정확했는지는 다음 해 그 아이들이 어떻게 살았는가를 평가함으로써 확인하게 된다. 여기서 다섯 번째 전제가 등장한다; 착한 아이로 선정된 아이들이 진짜로 착한지 여부는 사후평가를 통해 정확하게 확인할 수 있다. 만약 선물 받은 모든 아이들이 그 후 실제로 착하게 살았다고 판명되면 요정들의 사전 예측은 정확했다고 판명된다. 반면 만약에 선물 받은 아이들 중에 일부(혹은 전부)가 나쁜 짓을 했다든가 혹은 선물을 못 받은 아이들 중 일부(혹은 전부)가 실제로는 매우 착하게 살았다면 요정들은 판단오류를 범한 것이 된다.

요정 심의위원회의 판단에 오류가 발생한다면 그 원천으로 두 가지를 생각해볼 수 있다. 하나는 심의에 사용한 기준 혹은 준거체계가 불완전하기 때문일 수 있다. 잘못되거나 편향된 심의기준은 수정, 폐지 혹은 교체될 필요가 있다. 다른 하나는 심사를 담당 한 요정들의 불완전성(전문적 식견 부족, 사적 친분관계 등) 때문일 수도 있다. 판단오류를 자주 많이 범하는 요정은 퇴출시키고 더 나은 요정으로 교체되어야 한다. 착한 아이 심의결정의 오류를 줄이려면 이처럼 기준체계 그리고/혹은 심의위원의 불완전성을 개선해야 한다. 하지만 산타와 달리 근본적으로 무지한 존재인 요정들이 심의를 담당하는 한, 어떤 식으로 제도를 개선하건 판단오류 가능성을 완전히 제거하기란 불가능하다.

## IV. 예술지원 심의제도

### 1. 개요

통상적으로 심의제도와 하면 ‘지원(Apply)-심의(Review)-선정(Select)’ 방식의 결정 시스템을 의미한다. ‘지원’은 보조금을 희망하는 예술인들이 신청서 및 관련 자료들을 제출하는 단계이다. 그리고 ‘심의’는 보통 대상사업별로 소수의 전문가들로 구성되는 심의위원회에서 각 신청자에 대한 서류심사, 인터뷰, 실연심사 등을 진행하는 단계

이다. 마지막으로 '선정'은 심의위원들의 평가와 논의를 거쳐 최종 지원대상자를 선별하는 단계이다. 물론 실제로 예술지원 프로그램들은 매우 다양하며 구체적인 정책목표 및 선정절차도 다를 수 있다. 하지만 지원 대상자를 선발하는 심의제도의 근본적인 구조는 대부분 A-R-S 방식으로 동일하다.

## 2. 전제

예술지원 심의제도는 산타클로스가 직접 착한 아이들을 판정하는 시스템과는 본질적으로 다르다. 인간은 아무리 전문가라 해도 결코 산타와 같은 전지적 존재가 아니기 때문이다. 심의위원들은 마치 산타 마을 요정들처럼 불확실성 속에서 정답을 찾아 헤매는 무지한 존재이다. 따라서 통상적인 심의제도가 성공적으로 작동하기 위해서는 요정들의 대리 시스템처럼 다음과 같은 전제조건들이 충족되어야 한다.

- 전제 1: 모든 지원 신청자들은 정책목표달성에 충실히 부합되는 '적격자'와 그렇지 못한 '부적격자'로 확실하게 나뉜다.
- 전제 2: 심의위원들은 누가 진정한 적격자인지 선형적으로 알지 못한다.
- 전제 3: 심의위원들은 전지적 존재는 아니지만 충분한 정보가 주어지면 진정한 적격자를 가려낼 수는 있다.
- 전제 4: 심의위원들은 개인적 이해관계에 좌우되지 않고 공정하고 성실하게 판정한다.
- 전제 5: 선정된 적격자들이 진정으로 훌륭한(즉 보조사업 목적에 부합되는) 적격자인지 여부는 사후 평가를 통해 정확히 확인할 수 있다.

## 3. 성공적인 작동을 위한 핵심 요소: 정보와 공정성

A-R-S 방식의 메커니즘이 성공적으로 작동한다는 것은 신청자들 중에 진정한 적격자들은 지원대상자로 선정되고 부실한 부적격자들은 탈락됨을 의미한다. 이를 위해서는 심의위원들의 판단이 정확하고 아무런 오류가 발생하지 않아야만 한다. 그렇다면 심의과정에서 합리적 의사결정을 방해하는 것은 무엇일까? 문제해결 과정에서 정답이 아닌 오답을 택하는 경우는 두 가지이다. 하나는 잘 몰라서인 경우이고, 다른 하나는 알면서도 일부러 그러는 경우이다. 예술지원 심의제도의 설계 및 운영에서 위의 다섯 가지

전제들 중 특히 3번(정보)과 4번(공정성)에 각별한 주의가 기울여지는 것도 이 때문이다.

먼저, 무지를 극복하는 가장 이상적인 방법은 정확한 정보를 충분히 제공하는 것이다. 정보는 합리적 의사결정을 위한 필수 요건이다. 신청자 개개인에 대해 잘 판단할 수 있는 적절한 정보가 제공된다면 심사위원들은 누가 적격자인지 정확히 판정할 수 있다. 또한 의도적인 오답을 방지하는 길은 심의과정의 공정성과 투명성을 확보하는 것이다. 요컨대 심의위원들이 비록 전지적 존재는 아니지만 충분한 정보를 가지고 공정하게 심사한다면 정확한 판단을 내릴 수 있다는 것이다. 지원 신청자들에게 각종 서류를 제출하게 하고 인터뷰 혹은 실연심사를 하는 것은 결국 신청자들에 관한 정보를 수집하려는 것이다. 심의위원 선발, 심의위원회 구성, 심의 기준 및 절차 등에 관한 각종 까다로운 규정들은 결국 심의의 공정성을 확보하기 위함이다.

## V. 심의제도의 제약된 합리성

### 1. 판단오류의 불가피성

현실의 A-R-S 심의제도는 완벽하게 합리적인 의사결정을 보장하지 못한다. 그 첫 번째 이유는 판단오류의 발생이 불가피하기 때문이다. 예술지원사업의 경우, 과연 누가 장차 그 사업의 목적에 부합되는 훌륭한 성과를 거둘 것인지는 결코 자명하지 않다. 미래가 어떻게 될지 정확히 예측할 수 없다는 것은 그만큼 적격자를 고르는 판단이 잘못될 가능성이 크다는 것을 의미한다. 정답을 알기 어려운 불확실한 상황에서는 편향과 잡음이 의사결정의 합리성을 제약할 여지가 많아진다. 즉, 심의과정에서 적격자와 부적격자를 구분해내는 판단에는 항상 오류가 발생할 가능성이 상존하는 것이다. 따라서 전제 3번은 유지하기 어렵다.

#### 1) 거짓긍정과 거짓부정

판단오류에는 두 가지 종류가 있다. 예컨대 O/X 문제를 푸는 상황을 생각해 보자. 판단오류란 정답이라 생각하고 선택한 답이 실상은 오답인 경우를 말한다. O/X 문제풀이에서 정답을 맞히는 경우는 두 가지이다. 하나는 정답이 O인 문제에 대해 O라고 답하는 것이고, 다른 하나는 정답이 X인 문제에 대해 X라고 답하는 것이다. 전자를 참긍정, 후자를 참부정이라 한다. 마찬가지로 판단오류가 발생하는 경우 역시 두 가지이다. 하나

는 정답이 O인 문제에 대해 X라고 판단하는 것이고, 다른 하나는 정답이 O인 문제에 대해 X라고 판단하는 것이다. 전자를 거짓부정, 후자를 거짓긍정이라 한다. <표 1>은 판단오류의 이러한 쌍대성을 나타낸 것이다(심준섭, 2004: 135).

<표 1> 판단오류의 쌍대성

판정치 진실치	True	False
True	참긍정 (합리적 판정)	거짓부정 (판단오류)
False	거짓긍정 (판단오류)	참부정 (합리적 판정)

예술지원 심의제도는 다수의 신청자들 중에서 일부를 적격자로 지정한다는 점에서 O/X 문제와 같은 이분법적 의사결정에 해당한다. 그래서 거짓긍정과 거짓부정이라는 두 종류의 판단오류가 발생할 수 있다. 심의에 있어서 불확실성이란 기금지원을 받아 사업목적(예를 들면 예술진흥)에 기여할 진정한 적격자가 누구인지 미리 알 수 없음을 의미한다. 심의과정에서 적격자로 판단되어 수혜자로 선정된 자가 사업수행 후 알고 보니 실은 부적격자로 판명될 수도 있다. 이는 부적격자를 선정한 거짓긍정의 오류이다. 반대로 심의과정에서 부적격자로 판단되어 탈락된 자가 나중에 보니 훌륭한 성과를 거둔, 진정한 적격자였을 수도 있다. 이는 적격자를 탈락시킨 거짓부정의 오류이다. 예술지원 심의제도처럼 다수의 후보군에서 소수의 적격자를 선정하는 경우 거짓긍정 오류에 대해서만 신경 쓰는 것이 보통이다. 왜냐하면 거짓긍정은 사후평가를 통해 적발될 수 있는 반면 거짓부정의 경우는 판단오류가 발생했다는 사실 자체가 드러날 가능성이 희박하기 때문이다.

## 2) 포장역량

심의제도의 특성상, 오류가 발생할 수 있는 원천이 하나 더 있다. 지원신청자의 적격성에 대한 판단은 기본적으로 그들이 제출한 정보를 토대로 해서 이루어지게 된다. 그런데 이때 포장역량이라는 변수가 심사위원들의 정확한 판단을 방해하게 된다. 포장역량이란 ‘자신의 역량을 타인이 인정하도록 보여주는 능력’을 의미한다.<sup>1)</sup> 심의과정에서 채

점되는 점수는 각 신청자의 예술역량에 대한 평가가 100% 반영되는 것이 이상적이다. 그러나 실제로는 서류나 인터뷰가 어떻게 포장되어 있느냐 역시 채점점수에 영향을 미치는 것이 사실이다. 포장역량이 많은 후보는 자신의 실제 예술역량 이상의 높은 점수를, 반대로 포장역량이 부족한 신청자는 자기의 실제 수준보다 더 낮은 점수를 받게 될 가능성이 크다. 어느 쪽이건 100% 정확한 채점이 아니기 때문에 적격자 선정과정에서 판단오류가 발생할 수 있는 것이다.

## 2. 움직이는 정답

심의결정의 오류를 야기시키는 불확실성은 두 가지 종류로 구분된다(김정수, 2007). 첫째, ‘미지(未知)의 불확실성’은 확실한 정답이 이미 존재하고 있으나, 다만의 사결정자가 그것이 무엇인지 모르는 경우이다. 이는 미래가 확정되어 있지만 지금은 감춰져 있기 때문에 정답을 맞히기 어려운 상황이다. 둘째, ‘미완(未完)의 불확실성’은 정답 자체가 아직 정해져 있지 않고 유동적이기 때문에 지금은 정답을 알 수 없는 경우이다. 이 경우 무엇이 정답인지는 미래에 가서야 확정되기 때문에 지금 어떤 판단을 내리든 결국은 틀린 선택일 가능성을 배제할 수 없다. 미지의 불확실성 하에서는 의사결정자의 선택과 무관하게 정답은 이미 독립적으로 존재한다. 그러나 미완의 불확실성 하에서는 현재 어떤 선택을 하느냐가 미래에 무엇이 정답이 되느냐에 영향을 미칠 수 있다.<sup>2)</sup>

예술지원 보조사업의 경우, 심의결정의 정오(正誤) 여부를 확인해줄 수 있는 결과물(예술적 성과)은 미래에 가서야 창출된다. 따라서 예술지원 심의제도의 합리성을 제약하는 것은 미완의 불확실성이라 할 수 있다. 이 상황에서는 판단오류의 쌍대성이 한층 더 복잡하게 꼬일 수 있다. 왜냐하면 인간이란 존재는 (긍정적이든 부정적이든) 변화 가능성이 무궁무진하기 때문이다.

- 1) ‘포장역량’이란 개념은 공기업 경영평가의 타당성을 분석한 김태일·한동숙(2023: 215)의 연구에서 힌트를 얻은 것이다. 평가위원은 피평가기관이 제출한 평가물을 통해 실제 내용을 파악하려 애쓴다. 그러나 평가보고서 및 실사에서의 답변은 엄밀히 말해서 ‘실제’가 아니고 실제에 대한 피평가기관의 ‘표현’이다. “‘실제 내용’을 보고서나 실사의 ‘표현물’로 바꾸는 능력”을 평가역량이라 한다. 표현된 것은 실제보다 과장될 수도 있고 축소될 수도 있다. 결국 피평가기관의 점수는 실제내용(과정 및 성과의 수준) 뿐 아니라 평가역량에 의해서도 좌우된다는 것이다.
- 2) 미지의 불확실성은 마치 시험문제가 이미 출제자에 의해 작성되어 있지만, 그 내용은 나중에 시험당일에야 공개되는 상황에 비유할 수 있다. 이때 출제자는 시험문제를 이미 확실히 알고 있지만 수험생은 시험보는 날이 되어야 알게 된다. 반면 미완의 불확실성은 마치 출제자가 문제를 만들지 않고 시간을 보내다가 시험당일에야 출제하는 상황과도 같다. 이 경우 시험당일 전까지는 수험생은 물론 출제자 자신도 정확히 어떤 문제들이 최종적으로 확정될지 모르는 것이다.

예를 들어 생각해 보자. 신청자 중 실상은 자격이 부족함에도 불구하고 잘못 선정된 사람은 적격 판정을 받았다는 그 사실로 인해 사기가 올라 열심히 노력하게 될 수도 있다. 그 결과, 본래의 사업목적을 충분히 달성할 정도로 만족스러운 성과를 거둘 수 있다. 말하자면 진짜 자격이 있어서 적격판정을 받았다고보다는 적격판정을 받았기 때문에 자격을 갖추게 되었다는 것이다. 이 경우, 판정 자체만 보면 거짓긍정의 오류이다. 하지만 그 잘못된 판정 때문에 결과적으로는 옳은 결정이 된 것이다. 이를 ‘간택-회심 효과’라 부를 수 있다. 이와 반대로 ‘낙선-분발 효과’도 있을 수 있다. 즉, 실제로 자질이 부족하여 탈락했는데 이에 자극받아 더욱 분발함으로써 결과적으로 큰 성과를 이룰 수도 있다. 사실 공모전에서는 낙방했지만 그 후 위대한 예술가로 인정받은 사례는 예술사에 허다하다.

물론 각각의 경우에 반대 상황이 벌어질 수 있다. 즉, 적격판정을 받고 안주하다가 결국 별다른 성과를 이루지 못할 수도 있다(‘간택-안주 효과’). 또는 부적격판정에 낙심하여 자포자기함으로써 아무런 성과를 거두지 못할 수도 있다(‘낙선-낙심 효과’). 전자의 경우는 원래 옳은 판단(참긍정)이었으나 오히려 그 판정으로 인해 거짓긍정의 오류가 발생한 셈이다.<sup>3)</sup> 후자의 경우, 거짓부정의 오류가 발생했었다가 그 잘못된 판정으로 인해 결과적으로는 옳은 결정(참부정)이 되어버리는 것이다.

이처럼 아직 미래가 정해지지 않은, 정답이 미리 확정되지 않은 상황에서는 더 많은 정보를 수집하고 더 엄격하고 까다롭게 따져본다고 해서 불확실성이 해소되는 것은 아니다. 과연 어떤 효과가 나타날 것인지 미리 알 수가 없다. 미완의 불확실성 하에서는, 미완의 불확실성과는 달리, 예측과 통제는 거의 불가능한 일이다. 결정비용을 높인다고 해서 결정의 합리성이 높아진다는 보장이 없다. 그렇기 때문에 전제 3번의 타당성은 더 이상 인정될 수 없다.

### 3. 정답의 부재(혹은 불투명성)

예술지원 심의제도의 합리성을 제약하는 보다 근본적인 난제는 한마디로 정답의 부재(혹은 불투명성)라고 할 수 있다. 앞에서 살펴봤듯이, 산타 마을의 착한 아이 선정시스템이나 예술지원 심의시스템 모두 공통적으로 소위 ‘정답’의 존재를 당연시한다(전제 1

3) 예술인을 위한 재정 지원은 오히려 그의 내적 창작열망을 위축시키고 예술적 창조성을 저해하는 부작용, 즉 ‘구축효과’(crowding-out effect)를 일으킬 수 있다(Frey, 1997; 임상오, 2002).

번). 그리고 심의결정의 오류 여부는 사후평가를 통해 확인할 수 있다고 믿는다(전제 5 번). 사실 판단오류라는 것도 ‘정답’이 존재해야만 비로소 성립될 수 있는 개념이다. 만약 정답이 존재하지 않는다면 판단오류 자체가 존재할 수 없다. 설령 정답이 존재한다고 해도 그것이 무엇인지 정확한 확인이 불가능하다면 판단의 오류가 발생했는지 여부를 판명하는 것도 불가능하다.

예술지원 심의제도의 이러한 한계는 예술의 본질에서 비롯된다. 예술이란 과연 무엇인가? 예술과 예술 아닌 것은 어떤 기준으로 어떻게 구분하는가? 좋은 예술(인)이란 무엇인가? 훌륭한 예술(인)과 그렇지 못한 예술(인)은 누가 어떤 기준으로 구분할 수 있는가? 예술적 수월성(artistic excellence) 판정에 필요한 전문성이란 과연 어떤 것인가? 예술적 성취 혹은 성과(performance)를 객관적으로 측정할 수 있는가?<sup>4)</sup> 과연 예술의 세계에 모든 사람이 승복하는 ‘정답’이란 것이 존재하는가? 만약 존재한다면 누가 어떻게 그것을 확인할 수 있는가? 이러한 질문들에 대해 과연 누가 완벽하고 권위 있는 해답을 제시할 수 있는가? 미국의 유명한 포크락 가수 Bob Dylan에게 노벨문학상이 수여되었을 때의 뜨거운 논쟁이 단적으로 보여주듯이 예술계에서 어떤 예술인 혹은 작품에 대한 평가가 극과 극으로 갈리는 것은 흔히 있는 일이다.<sup>5)</sup> 또한 시간이 흐르면서 당초의 평가가 판이하게 달라지는 경우도 드물지 않다. 예컨대 비디오 아트의 대부 백남준은 오늘날에는 세계적인 예술 거장으로 존경받지만 처음에는 반쯤 미친 기인(奇人) 정도로 취급받았었다(서울경제, 2019).

심의제도가 당초 취지대로 잘 작동하는지 알아보려면 지원대상자로 선정된 예술인들이 과연 진정한 적격자였는지 따져보는 사후평가가 필요하다. 즉 보조금을 지원받은 예술인이 과연 사업목적에 완전히 부합되는 훌륭한 성과를 실제로 거두었는지 확인해

4) 예술지원사업처럼 정책목표가 애매모호하거나 계량적인 측정이 어려운 경우 성과역설(performance paradox) 현상이 발생하기 쉽다(Thiel and Leeuw, 2002: 272-273). 정책의 성과 전모를 그나마 판단할 수 없기에 그 대신 조작적 정의가 가능한 대리지표(proxy indicator)들을 사용하게 된다(Lowe, 2013: 214). 그런데 측정과 자료수집이 용이한 성과지표들을 채택하다보면 실제 성과에 대한 심도 있고 충실한 이해와는 거리가 멀어지게 된다. 즉 성과지표로 측정된 기록과 실제 성과 자체 사이의 불일치가 심하게 된다. 그래서 사후평가작업을 아무리 열심히 한다 해도 그 점수가 예술적 성취의 실재를 충실히 반영하기는 어렵다는 것이다(Hodsoll, 1998).

5) 1960년대 반전운동을 노래했던 밥 딜런은 2016년 노벨문학상을 수상하였다. 스웨덴 왕립과학원 노벨상 위원회는 그가 위대한 미국의 노래 전통 속에서 새로운 시적 표현을 창조해냈다"고 칭송하였다. 반면 이 결정이 현대문학을 이끄는 작가들을 무시한 것이라는 비난도 들끓었다. 예컨대 스코틀랜드 작가 어빈 웰시는 "나는 딜런의 팬이지만 이번 수상은 높고 알 수 없는 말을 지껄이는 히피의 썩은 전립선에서 짜낸 노스텔지어 상"이라고 신랄하게 비판했다(머니투데이, 2016).

야 한다. 적격자를 골라내는 심의결정이 사전의 예측적 판단이라면, 선정된 예술인들의 실제 성과를 측정/채점하는 것은 평가적 판단(evaluative judgement)이다. 예술지원 사업을 수행하는 공공기관들은 어떤 식으로든 사후평가를 시행한다. 그러나 대부분의 사후평가제도는 “사업계획 대비 실제 수행 내용의 일치를 확인하는 정도”에 그친다. 많은 현장 예술인들은 현재의 사후평가가 “행정적 절차 충족이나 지원금 관리 차원에 불과”하다고 비판한다(한국문화예술위원회, 2019: 85).

사실 예술적 성취 혹은 성과에 대한 완벽한 평가판정은 거의 불가능한 일이다.<sup>6)</sup> 보조금을 지원해주는 공공예술기관 자체를 대상으로 하는 사후평가든 혹은 각 기관 내부적으로 실시하는 개별 사업들에 대한 사후평가든 그 현실은 결코 만족스러운 수준이 아니다(한국문화정책개발원, 2002; 한국문화예술위원회, 2022). 기껏해야 행정적 절차와 규정을 잘 준수했는지 감사하거나 혹은 몇몇 기초적인 통계수치를 제시하는 것이 고작이다. 예술지원금 사업의 성과에 대한 충실한 질적 평가가 이루어지지 않는다는 것은 곧 심의결과가 과연 정확한 판정이었는지 여부를 확인하지 않음을 뜻한다. 이것은 기관 담당자의 고의적인 업무태만이나 실수가 아니다. 애당초 불가능한 일이기 때문이다. 안 하는 것이 아니라 못 하는 것이다.

설령 사후평가 결과가 신뢰할만한하다고 가정하더라도, 방법론 차원에서 볼 때, 현실적인 난제가 하나 더 있다. 판단오류의 전모를 확실히 알아보기 위해서는 선정된 예술인들 뿐 아니라 탈락자들에 대한 사후평가도 같이 이루어져야 한다. 보조금 지원받은 예술인들을 대상으로 한 사후평가는 참긍정/거짓긍정 여부를 확인하기 위한 자료는 될 수 있다. 그러나 이것으로 참부정/거짓부정 여부까지 확인할 수는 없다. 그러려면 당초 지원했던 모든 후보들에 대한 사후평가가 전부 다 이루어져야 한다. 그래서 선정자와 탈락자 두 그룹 간 비교가 이루어져야만 비로소 정확한 판단이 가능해지는 것이다. 하지만 선정결과 발표 후에 모든 탈락자들까지 일일이 추적해서 그 성취에 대한 사후평가를 한다는 것은 사실상 불가능한 일이다. 무엇보다도 탈락자 그룹의 사후평가에 소요될 비용을 감당하기란 현실적으로 가능하지 않을 것이다.

결국 예술적 성취에 관한 판단에는 객관적이고 절대적인 정답이 존재한다고 믿기 어

6) 예술에 대한 공적 지원은 과학에 대한 공공보조와 유사하지만 결정적인 차이점이 있다(Rushton, 2000). 과학의 세계에는 과학의 본질 및 방법론에 관하여 대부분의 과학자들이 동의하는 일정한 표준이 존재한다. 그래서 동료평가(peer-review)의 권위가 인정된다. 하지만 예술의 세계에서는 예술적 성취/성과를 평가하는 객관적이고 보편적인 표준 같은 건 존재하지 않는다.



렵다. 설령 정답이 존재한다고 해도 그것을 명백하게 확인할 방법이 없다. 즉 가장 근본적인 가정인 전제 1번 자체가 성립되지 않는 것이다. 따라서 선정자들에 대한 사후평가가 과연 정확한지 아니면 오류인지 여부를 확인하는 것이 가능하지 않다. 이는 곧 전제 5번 역시 타당하지 않음을 뜻한다. 사후평가의 정확성을 담보할 수 없다면 예측적 판단의 정확성 정도를 파악하는 것도 불가능해진다. 사실 예술지원사업에서 심의위원들의 판정이 실제로 정확했었는지에 대한 사후평가는 찾아볼 수도 없다. 과연 진정한 적격자들이 지원금을 받았었는지 혹은 반대로 실상은 부적격자인데 수혜자로 잘못 선정되었는지 여부를 확인하는 것이 불가능하기 때문이다. 정답이 없거나 확인 불가능하다면 애당초 판단오류 여부를 확인하려는 시도 자체가 아무런 의미도 없게 된다. 즉 심의과정에서의 판단이 과연 합리적이었는지 아니면 오류였는지 그조차도 파악할 수 없다는 것이다.

## VI. 별거벗은 임금님의 무(모)한도전

이처럼 예술지원 심의제도는 본질적으로 의사결정의 합리성이 심각하게 제약된 시스템이다. 성공적인 작동을 위한 핵심 전제들이 모두 성립되지 않기 때문이다. 물론 현실에서는 심의제도를 개선하기 위한 진지한 논의들이 수시로 이루어지고 있다. 그러나 근본적인 한계를 인정하지 않는 한 그 어떤 제도적 변화 노력도 헛수고에 그칠 뿐이다. 본질적으로 불가능한 것을 가능하리라 믿고 덤비는 무모한 도전일 뿐이다.

### 1. 제약된 합리성을 극복하기 위한 노력: 정보수집과 공정한 심의절차

예술지원 심의제도를 개선하기 위한 노력들은 대부분 정보수집과 공정성 확보에 초점을 맞추고 있다. 사실 일반적으로는 이 두 가지가 정확한 의사결정을 위한 필수요건이라 할 수 있다.

먼저 정보수집은 무지로 인한 판단오류를 극복하기 위한 대응책이다. 충실한 정보는 불확실성을 감소시켜서 의사결정의 합리성 제고에 도움이 된다. 양질의 정보가 많으면 많을수록 보다 엄정한 계산과 치밀한 추리가 가능해진다. 그 결과 미래 예측의 정확도는 높아지고 판단의 오류 가능성은 줄어둘 수 있다. 많은 지원자들 중에서 적격자를 가려내야 할 때, 흔히 각종 다양한 증빙자료를 제출하도록 한다. 또한 인터뷰를 할 때는

여러 가지 기준과 항목들로 구성된 채점표를 놓고 꼼꼼하게 점수를 매기도록 한다. 이는 결국 지원자에 관한 보다 정확하고 많은 정보를 입수·처리함으로써 심의과정에서 판정의 정확성을 높이려는 의도라고 볼 수 있다.

또한 공정성 제고는 심의위원들의 개인적 이해관계에서 비롯되는 의도적인 판단오류를 제어하기 위한 대책이다. 심의과정에서 개인적인 친분을 우선시하거나 부당한 청탁 혹은 압력이 용인된다면 적격자가 탈락되고 부적격자가 선정될 우려가 있다. 정확한 판정이 이루어지기 위해서는 오직 전문적인 식견에 의해 공정한 심의가 이루어져야 한다. 그래서 심의위원들을 선정하는 일부터 시작해서 심의위원회를 구성하고 운영하는 일까지 조금이라도 공정성 시비가 일어나지 않도록 신경 쓰게 된다. 사실 심의제도 개선에 관한 모든 연구와 현장토론에서 항상 제1번으로 강조되는 것이 바로 공정성 제고이다(임학순, 2001; 한국문화예술진흥원, 2003; 한국문화예술진흥원, 2004; 한국문화예술위원회, 2018: 95; 한국문화예술위원회, 2022: 99).

## 2. 무시되는 결정비용

세상만사가 다 그렇듯 뭔가를 얻기 위한 노력에는 반드시 대가가 따르기 마련이다. 심의판정의 합리성을 높이기 위한 제도적 개선노력 역시 그에 상응하는 비용이 발생하게 된다. 정보를 많이 수집하려 할수록, 그리고 결정과정을 더욱 공정하게 만들려 할수록 그에 소요되는 비용 또한 필연적으로 증가한다. 결정이 이루어지는 데 소요되는 제반 비용 및 불편함을 ‘결정비용(decision cost)’이라 하는데, 이는 직접비용과 간접비용으로 구분된다(김정수, 2007). 직접비용은 정책을 결정하는 주체가 지불하는 비용이고, 간접비용은 정책대상자가 부담하는 비용이다. 지원자 입장에서는 자신의 적격성을 입증하기 위해 준비·제출해야 하는 각종 증빙자료가 많을수록 비용과 불편함은 커지게 된다. 지원기관 입장에서는 수많은 서류 검토, 번거로운 절차 관리, 심의위원 풀 구성 및 선정 등 제반 행정비용이 많아지게 된다. 심의위원 입장에서는 엄격하게 검토해야 할 참고자료가 많을수록 그리고 채점체계가 복잡할수록 더 많이 수고하고 고민해야 한다.

그럼에도 불구하고 심의제도 개선에 관한 대부분의 논의에서 “엄격하고 까다로운 자격요건 및 심사기준의 강화”를 주문한다. 그 기저에는 “정책결정의 합리성과 공정성을 대외적으로 신호·과시하려는 욕구”가 깔려 있다(최종원, 1999: 268). 심사기준을 강화함으로써 결정절차의 공정성을 과시한다고 해서 판정의 합리성이 획기적으로 높아

지는 것은 아니다. 하지만 “선택과정에서의 불공정성 시비”로부터 지원기관과 심의위원들을 보호하는 좋은 방어막은 될 수 있다. 사실 예술지원사업의 최종 선정결과가 발표되면 거의 언제나 심의결과의 공정성에 대한 시비가 빚어지곤 한다(홍경한·정대웅, 2005; 사혜정, 2006). 하지만 심의과정의 공정성이란 어디까지나 진정한 적격자를 잘 가려 뽑기 위한 수단이지 그 자체가 지고지선의 목표가 아니다. 그런데 진정한 적격자여부는 확인할 도리가 없다. 선정 결과를 비판하는 이들을 보면, 그것이 과연 정당인가에 대한 관심보다는 심의의 공정성·투명성 결여를 지적하는 목소리가 훨씬 더 드세다.<sup>7)</sup> 그러다보니 심의결과를 발표할 때 최적의 후보자들이 선정되었다라고 설명하는 대신 심의가 매우 공정하게 이루어졌다고 강조하는 것이다. 이는 결국 예술지원기관 입장에서는 판정의 합리성보다 비난 회피(blame avoidance)를 더 중시하기 때문이라 할 수 있다(Weaver, 1986).

### 3. 밑 빠진 독에 물 붓기

그렇다면 과연 정보수집과 공정성 제고를 위해 많은 공을 들이면 심의판정의 합리성도 높아지는가? 보통의 경우라면 결정비용과 결정의 질(decision quality)은 어느 정도 비례한다고 할 수 있다. 예컨대 열심히 공부하면 그만큼 시험문제를 잘 맞출 것이다. 따라서 좋은 성적을 받으려면, 즉 의사결정의 합리성을 높이려면 그만큼 결정비용을 높이는 것이 현명한 대책이다. 그러나 난이도 최상급의 소위 킬러문항들만 출제된다면 아무리 머리를 싸매고 최선을 다해 노력한다고 해도 정답을 맞힐 가능성이 그에 비례해서 높아지지는 않는다. 이런 경우에는, 행동경제학의 선구자 Kahneman(2003: 1469)이 지적하듯이, “집중적인 노력 그 자체가 반드시 합리적 의사결정을 보장하는 것은 아니다.” 즉 열심히 공부한 학생이나 빈둥빈둥 놀았던 학생이나 성적 차이가 그다지 많이 나지 않을 것이다.

여기서 따져봐야 할 것이 바로 ‘계산의 효율성(computational efficiency)’이다(Simon, 1976). 이것은 투입되는 계산비용과 산출되는 결정의 질의 비율을 의미하는 개념이다. 즉, 결정과정의 개선을 위해 투입되는 비용과 그로 인해 결정의 질이 향상됨

7) 문재인 정권 동안 대통령의 아들이 몇몇 공공기관으로부터 창작 지원금을 받은 사실을 두고 신랄한 비판이 제기되기도 하였다. 그런데 비판의 초점은 그가 과연 해당 보조사업에 선정될 충분한 자격을 갖춘 훌륭한 예술인이냐가 아니었다. 그보다는 현직 대통령의 아들이 공공 보조금 수혜자로 선정된 사실 자체가 심의과정의 공정성 훼손을 보여준다는 것이 비난의 핵심이었다.

으로써 얻어지는 편익을 함께 비교해야 한다는 것이다(김영평, 1991: 32). 예를 들어, 10만원의 계산비용을 투입했는데 결정의 질이 50만큼 좋아진다면 이때 계산의 효율성은  $5(50 \div 10)$ 가 된다. 만약 계산비용 100에도 불구하고 결정의 질이 1에 불과하다면 이때 계산의 효율성은  $0.01(1 \div 100)$ 밖에 되지 않는다. 심의제도 개선방안에 관한 논의에서 이 개념은 어떤 함의가 있을까?

예술지원사업의 심의는 본질적으로 불확실성이 대단히 높고 정답이 부재(혹은 불투명)한 상황에서 이루어지는 의사결정이다. 마치 난이도 최상급 킬러문항처럼 이런 상황에서는 아무리 열심히 노력한다고 해도 심의판단의 품질(합리성)을 높이는 데 필연적인 한계가 있다. 말하자면 계산비용이 100에서 1,000 혹은 10,000으로 높아진다고 해도 결정의 질은 1 정도로 거의 변화가 없다는 것이다. 이때 계산 효율성을 고려한다면 계산비용을 1,000이나 10,000 투입하는 것보다는 100만 투입하는 것이 훨씬 현명한 처사가 된다.

그런데 만약 결정의 질에 대해 아무런 고려가 없다면 어떻게 될까? 바꿔 말해서 심의판정의 결과적 합리성 정도에 대해 아예 관심이 없거나 혹은 측정 자체가 불가능하다면 어떻게 될까? 산출의 정확한 수준이 불확실하거나 무시되는 경우, 투입 수준이 시스템의 성능을 가늠하는 잣대로 대치되기 쉽다. 특히 ‘투입이 많으면 당연히 산출도 많아질 것’이라는 어리숙한 믿음을 가지고 있다면 투입을 곧 산출과 동일시하는 우를 범하기 쉽다. 즉 계산비용을 많이 높이는 것이 곧 판단의 질도 자동으로 높이는 길이라 착각하는 것이다. 그래서 심의절차와 규정을 더욱 더 까다롭고 정교하게 다듬으려고만 한다. 하지만 정작 그러한 소위 제도개선으로 인해 심의판정의 질이 실제로 얼마나 더 나아지는지에 대해서는 명확히 확인할 생각도 없고 관심도 없다. 이는 마치 시험 볼 때마다 정작 점수 확인은 안 하고(실은 못 하고) 그저 시험 잘 치려면 이렇게 저렇게 해야 한다고 떠드느라 헛수고하는 것과도 같다.

그래서 판정의 질 및 계산 효율성에 대한 진지한 숙고가 결여된 심의제도 개선 노력은 자칫 ‘밑 빠진 독에 물 붓기’가 될 공산이 크다. 심의판정의 합리성이 진실로 제고되다는 보장이 없음에도 불구하고 그저 많은 결정비용을 쏟아 붓는 데만 몰두한다. 그런데 앞에서 누누이 강조했듯이 예술지원 심의제도에는 인간의 힘으로는 어쩔 수 없는 제약이 있다. 말하자면 아무리 결정비용을 높이고 발버둥을 친다고 해도 도저히 넘을 수 없는 한계가 있다는 것이다. 심의제도의 정상 작동을 위한 핵심 전제들이 무너진 마당에

공정성(전제 4번) 하나만으로 판단오류를 제거하는 것은 불가능하다. 심의절차의 공정성이 강화되면 완전무결한 판정이 도출되리라는 것은, 고도의 불확실성 하에서는, 그저 ‘환상’(fantasy)이나 ‘신화’(myth)에 불과하다(김정수, 2007: 67). 열심히 노력하면 이러한 한계를 극복할 수 있다는 믿음은 ‘합리적 의사결정에 대한 비합리적 기대’가 아닐 수 있다.

현재와 같은 A-R-S 방식의 예술지원 심의제도는 별거벗은 몸으로 시가지를 행진하는 임금님에 비유할 수 있다. 실상은 아무것도 걸치고 있지 않은 임금님을 보고 옷의 색깔을 이렇게 바꿔야 한다느니, 디자인을 저렇게 바꿔야 한다느니 하는 조언은 공허한 소음에 불과하다. 만약 임금님의 옷을 더 멋있게 바꾸려고 돈을 더 쓴다면 사기꾼 재단사의 지갑만 채워줄 뿐이다. 아무리 많은 돈을 쓴다한들 별거벗은 임금님이 실제로 더 멋있어지지는 않는다. 오히려 더욱 처량하고 청승맞게 될 뿐이다. 그러면 어떻게 해야 할까?

## VII. 제비뽑기를 허(許)하라!

### 1. 산타클로스와 야수

예술의 세계는 과학이나 기업경영의 세계와는 근본적으로 다르다. 예술적 성공이나 실패에 대한 객관적이고 보편적인 판단기준 같은 것은 없다. 훌륭한 예술(인)에 대한 통일된 정의도 없다. 어떻게 하면 탁월한 대가 혹은 불후의 명작이 나오게 되는지 알려주는 명확한 인과관계나 법칙도 알 수 없다(Throsby, 2001). 불확실성과 불규칙성으로 가득한 예술의 세계는 마치 <이상한 나라의 앨리스>를 연상시킨다. 이런 요지경 세상에서 과연 심의제도의 공정성을 최대한 확보한다고 해서 정말로 오류 없는 정확한 판정이 나올 수 있을까? 이런 믿음은 마치 부모님 말을 잘 들으면 정말로 산타 할아버지가 선물을 주러 올 것이라 기다리는 어린 아이의 천진난만한 기대와 같다. 누가 착한 아이인지 누가 나쁜 아이인지 전지적으로 알고 있는 산타클로스는, 사실 모든 어른들은 다 알고 있듯이, 이 세상에 존재하지 않기 때문이다.

별거벗은 임금님을 구원하는 첫 걸음은 그가 실상은 별거벗었다는 현실을 솔직히 인정하는 것이다. 문화와 예술에 관한 한 정부나 공공기관은 <백설공주> 동화 속의 세련된 ‘백마 탄 왕자’가 아니고 <미녀와 야수>에 나오는 ‘야수’처럼 투박한 존재이다(김정수,

2002). 한계와 약점은 무시하거나 감춘다고 없어지지 않는다. 인간이 슈퍼맨처럼 망토를 두르고 하늘을 날 수 있다고 우기는 사람은 비행기라는 좋은 대안을 생각할 수 없다. 허황된 슈퍼맨 신화를 버리고 인간의 한계를 있는 그대로 받아들여야 비로소 진정 의미 있는 대책을 찾을 수 있다. 그렇다면 예술지원 심의제도의 이러한 근본적인 한계를 인정했을 때의 대안은 무엇일까?

## 2. 주식투자는 원숭이에게 맡겨봐

극도의 불확실성 하에서는 합리성을 추구하려 노력할수록 오히려 비합리적인 행위가 될 수 있다. 만약 열심히 공부를 하건 안하건 어차피 시험성적이 비슷하게 나온다면 애써 준비를 하는 것이 오히려 어리석은 노력 낭비가 된다.<sup>8)</sup> 정답을 찾기가 불가능할 정도로 어려운 문제상황에서는 결정비용을 늘리는 것은 곧 제한된 자원을 낭비해 버리는 것이다. 산출되는 편익은 그대로인데 계속 더 많은 비용을 투입한다면 대단히 어리석고 비합리적인 자원배분이 아닐 수 없다. ‘예술지원사업은 공금으로 시행되므로 심의판정의 합리성을 제고하기 위해 최대한 노력해야 한다’는 주장은 도덕적으로 올바르고 정치적으로 멋있게 들리는 구호이다. 그러나 현실적으로 불가능한 일을 이루려고 계속 자원을 투입하는 것은 무의미한 낭비가 아닐 수 없다.

결정비용을 아무리 높여도 결정의 질은 그다지 높아질 가능성이 없는 상황에서는 투입되는 비용을 최소화하는 것이 현명한 대안이다. 복잡하고 불확실한 문제상황에서는 “보다 단순한 정책결정기준의 도입이 바람직”(최종원, 1999: 273)할 수 있다. 결정비용으로 쓰일 자원을 차라리 다른 용처에 투입해서 효과를 거둔다면 그것이 더 합리적인 자원배분이 된다. 예컨대, 아무리 열심히 공부한다고 해도 문제가 너무 어려워 어차피 정답을 맞힐 가능성이 희박하다면 그 시험은 차라리 그냥 찍는 편이 더 낫다. 그 시간과 정성으로 차라리 다른 과목을 공부해서 그 성적을 올리는 편이 훨씬 더 현명한 길이다. 마찬가지로, 주식시장은 미래의 불확실성이 극도로 높기 때문에 아무리 열심히 연구하고 궁리해도 미래를 정확히 예측한다는 것은 불가능하다. 그래서 많은 데이터를 분석하는 펀드매니저보다 오히려 그냥 다트를 던져서 투자종목을 고르는 원숭이가 더 나은 실적을 올릴 수 있다.<sup>9)</sup>

8) 물론 윤리적 차원에서 보면 결과에 상관없이 열심히 공부하는 것이 학생의 마땅한 본분일 것이다.

9) 미국 월스트리트저널지는 짐팬지와 펀드매니저 4명, 아마추어 투자자 4명을 대상으로 모의투자게임을

### 3. 제비뽑기의 역설

불확실성이 극도로 높은 상황에서는 제비뽑기 혹은 추첨(lottery)이 가장 현명한 결정방식이 될 수 있다(김정수, 2007). 제비뽑기의 핵심은 무작위성(randomness)이다. 무작위적으로 수혜자를 선정한다는 것은 지원자들의 자질과 가능성에 대한 면밀한 검토와 숙고가 없음을 뜻한다. 심의 자체가 불필요하다는 점에서 제비뽑기는 결정비용을 최소화하는 방식이다. 그런데 상식적으로 제비뽑기는 대단히 무책임하고 비합리적인 결정방식이 아닐까?

예술지원 심의제도를 제비뽑기 방식으로 바꾸게 되면 결정비용이 어떻게 줄어들게 될까? 우선 직접비용인 경제적 비용, 심의위원들의 지적 노동과 시간 소비, 사무처의 행정지원 노력은 거의 무시할만한 수준으로 최소화될 것이다. 또한 간접비용의 경우, 지원자들의 신청서 준비를 위한 노고, 결과발표를 기다리는 시간, 그리고 공정성 시비와 탈락자의 불만(이은주, 2006) 역시 크게 줄어들 것이다. 번거롭게 까다로운 서류를 작성할 필요도 없고, 복잡한 심의절차도 거칠 필요 없다. 단순한 추첨으로 즉각적인 선정작업이 이루어지므로 업무처리에 소요되는 시간도 크게 줄어든다. 또한 선정과 탈락이 ‘운’에 의해 좌우되므로 판정에 대한 공정성 시비와 불만 자체가 생길 여지가 없다. 탈락했다고 해서 예술가로서의 자존심에 상처받을 일도 없다.

그런데 막상 무작위 추첨으로 보조금 지급 대상자를 선정한다고 하면 예술지원사업의 취지가 훼손될 것 같은 막연한 우려가 생길 수 있다. 실력 없고 수준 낮은 지원자가 뽑힐 수 있는데 그리 되면 아까운 공금만 날려버리는 것 아닌가 하는 두려움이다. 그렇다면 국가가 예술을 지원할 때 진정한 목표는 무엇일까? 막연하기는 하지만 훌륭한 예술의 발전과 확산 그리고 나아가 국민의 문화생활 향상이라고 할 수 있다. 그리고 이 목표는 훌륭한 예술인들의 창작활동을 통해 달성될 수 있고, 예술지원금은 이를 뒷받침해줄 수 있다. 그런데 진정으로 훌륭한 예술인이라면 설령 운이 없어 지원사업에서 탈락되었다고 해서 엉터리같은 작품을 대충 만들어내지는 않을 것이다. 보조금 수혜 여부와는 상관없이 그는 여전히 최선을 다해 예술활동을 해나갈 것이다. 반대로 실력이 떨어지는 예술인이 어쩌다 운 좋게 선정된다면 보조금 지원 덕분에 좀 더 여유있는 창작활동을 수행

---

실시했었다. 그 결과 모두 다 손해를 보았다. 그런데 흥미롭게도 다트를 던지는 방식으로 무작위로 골랐던 침팬지가 가장 적은 손해를 기록했다. 즉 펀드매니저는 -13.4%, 일반투자자는 -28.6%의 손해를 보았던 반면 침팬지는 -2.7%로 상당히 양호한 수준이었던 것이다(이데일리, 2005).

할 수 있을 것이다. 그렇다면 결국 보조금 대상자를 제비뽑기로 선정한다고 해서 예술지원사업이 실패할 것이라고 걱정할 필요는 없다.<sup>10)</sup>

사실 예술세계의 근본적인 불확실성과 모호성을 고려하면 예술발전이라는 정책목표가 얼마나 성취/훼손되었는지를 정확하게 판정하기도 어렵다. 제비뽑기 방식으로 수혜자를 선정한다면 예술지원사업의 효과가 감소하리라 단언할 수도 없지만 그렇다고 더 좋은 성과를 거두리라 확신할 수도 없다. 근본적으로 심의판정의 오류 자체를 완벽하게 막을 수는 없으며 그로 인한 손실 역시 완전히 없앤다고 장담할 수 없기 때문이다. 하지만 어차피 심의절차를 까다롭게 강화하고 결정비용을 높인다고 해서 판정의 오류가 획기적으로 감소되리라는 보장도 없다. 예술적 성패의 사전예측 및 사후평가 자체가 사실상 모두 불가능하기 때문이다. 따라서 무작정 결정비용을 높이려 하기보다는 반대로 비용을 최소화하는 방법이 더 현명한 길이라 할 수 있다. 요컨대 일견 비합리적으로 보이는 제비뽑기 방식이야말로 역설적으로 매우 합리적인 심의방식인 것이다.

## VIII. 맺는 말

현행 예술지원 심의제도는 성공적으로 작동해 왔는가? 기존의 A-R-S 방식을 통해 과연 진정한 적격자들이 잘 선정되어 예술지원사업의 목적이 십분 달성되었는가? 심의 과정에서 공정성이 충실히 확보되면 정확한 선정이 이루어지고, 반대로 공정성이 결여되면 판정오류(거짓긍정이든 거짓부정이든)가 초래되는가? 심의과정의 공정성이 심하게 훼손된 대표적인 사례로 박근혜 정부 당시의 소위 ‘블랙리스트 사태’를 꼽을 수 있다. 정권을 비판하는 예술인들을 공적 지원의 대상에서 배제하는 것은 결코 바람직한 문화행정이라 할 수 없다. 그런데 불공정한 심의가 정말 대상자 선정에 있어서 심각한 판단오류를 초래했는가? 만약 그것이 사실이라면 블랙리스트 사태 이후 우리나라 예술계는 심각한 퇴보를 경험했어야 한다. 심의판정의 오류란 진정한 적격자들은 탈락되고 부적

10) 미국 IVY리그의 하나인 프린스턴대 사회학과의 Dalton Conley(2018) 교수는 이와 동일한 맥락에서 대학입시제도를 추천 방식으로 바꾸자고 제안한 바 있다. 추천 결과, 유능한 학생이 아이비 리그 대학에 떨어진다면 그래도 열심히 공부해서 성공할 것이다. 반대로 실력이 부족한 학생이 추천으로 아이비 리그 대학에 들어가면 양질의 교육기회를 통해 성공할 가능성이 높아지게 된다는 것이다. 이러한 논리는 Dale and Krueger(2002)의 실증 연구에 의해서도 뒷받침된다. 소위 ‘일류대학’에 입학할 정도의 자질이 있는 학생이라면 비록 그런 대학을 다니지 않아도 훗날 일류대 졸업생만큼이나 사회적 성공을 거둔다는 것이다.



격자들은 선정되었음을 뜻하기 때문이다. 하지만 실제로 얼마나 더 나아졌는지 혹은 악화되었는지 객관적으로 타당하고 신뢰할만한 평가자료는 찾아볼 수 없다. 말하자면 기존 심의제도가 예술지원사업의 목적달성에 성공적으로 기여했는지 여부를 판단할 뚜렷한 근거조차 없다는 것이다.

오래된 고정관념은, 특히 그것이 상식적으로 합당하다고 느껴질 때는, 바꾸기가 쉽지 않다. 예술지원사업에는 막대한 공금이 투입되는 만큼 마땅히 충실한 자격을 갖춘 이들이 선정되어야 한다. 사업별로 배분된 보조금은 제한되어 있지만 그것을 바라는 이들은 훨씬 더 많기 때문에 지원자들 중에서 옥석을 잘 가려내야만 한다. 각 예술 장르의 전문가들은 서류 검토, 인터뷰, 시연 심사 등을 통해 진정한 적격자들을 선별할 수 있(어야 한다). 선별판정의 합리성을 위해서는 심의절차의 공정성 강화가 반드시 필요하며, 이를 위해 제도개선 노력을 계속해야 한다. 이런 생각들은 지극히 타당하고 올바른 말처럼 들린다. 합리적 의사결정을 위해 열심히 노력해야 한다는 것은 지극히 당연한 상식이 아닌가?

문제는 정답 확인이 불가능할 정도로 불확실한 상황에서는 결정과정에서 많은 노력을 쏟아붓는다고 해도 그로 인해 더 합리적인 결정이 나온다는 보장이 전혀 없다는 것이다. 즉 결정비용과 결정의 질 사이에 별다른 인과관계가 없다는 말이다. 이런 경우에는 제비뽑기처럼 차라리 결정비용을 최소화하는 것이 더 현명한 결정방식이 될 수 있다. 사실 초중고교 신입생 배정이나 신축 아파트 분양 등 사회적으로 중요한 사안에서 실제로 무작위 추첨 방식으로 결정이 이루어지고 있다. 어떤 학생을 어느 학교로 보내는 것이 가장 바람직한지, 누구에게 어떤 아파트 입주권을 주는 것이 최적의 배정인지 판단하기 위해 관련 자료를 모두 수집하고 전문가들을 동원하여 면밀히 분석해야 한다고 주장하는 사람은 없다. 만약 그렇게 한다면 실로 어리석은 짓이 될 것이다. 결국 어떤 결정방식이 최선인가 하는 것은 확일적으로 단언할 수 없다. 문제상황에 따라 얼마든지 달라질 수 있기 때문이다(김영평, 1991: 20).

불확실성과 결정비용이란 관점에서 볼 때, 현행 A-R-S 방식의 예술지원 심의제도는 그 의도와는 반대로 실은 상당히 비합리적인 결정방식이다. 엄격하고 공정한 심의에 집착해서 결정비용을 아무리 높여본다고 해도 판정의 합리성은 근본적으로 심하게 제약되어 있기 때문이다. 과학적 분석이 불가능할 정도로 어렵고 불확실한 문제라면 억지로 분석하려고 애쓰는 것은 쓸데없는 헛수고일 따름이다. 그보다는 차라리 동전던지기

(coin-tossing)로 대책을 정하는 게 더 낫다(Lindblom, 1979).

예술지원사업과 같이 극도로 불확실한 문제상황에서는 제비뽑기와 같이 결정비용을 가장 적게 들이는 것이 오히려 가장 현명한 결정방식이 된다.<sup>11)</sup> 그러려면 먼저 심의과정에서의 합리성 제약 및 판단오류의 불가피성을 인정해야만 한다. 산타 할아버지가 착한 아이에게 선물을 가져다 주신다는 어린 시절의 천진난만한 믿음은 철이 들고 어른이 되면서 내려놓는 것이 정상이다. 별거벗은 임금님은 보는 사람들이 눈을 가리거나 고개를 돌린다고 해서 없던 옷이 저절로 입혀지는 것이 아니다. 그가 화려한 옷을 입고 있다고 우긴다고 해서 그 별거벗음이 가려지는 것도 아니다. 별거벗은 임금님을 보고 그가 실상 별거벗었음을 인정하는 것은 부끄러운 일도 아니고 비합리적인 선동도 아니다. 오히려 그의 난처한 상황을 타개할 합리적 해결의 출발점이다.

물론 그렇다고 해서 제비뽑기 방식이 만병통치약이라 단언할 수는 없다. 좋은 심사 점수를 받기 위한 선의의 경쟁은 예술적 성장을 촉진하는 좋은 계기가 될 수 있다. 또한 지원금 수혜를 단지 운과 요행에 맡긴다면 도덕적 해이가 유발될 수도 있다. 근본적으로 예술지원정책의 예산은 국민 부담으로 조성되는 재원이다. 따라서 사업 전과정에서 관리자, 심의위원, 수혜 예술인들의 공적 책임이 무겁게 요청되는데 제비뽑기는 자칫 이를 면제시켜줄 우려가 있다. 그렇지만 그렇다고 해서 이 논문에서 지적한 기존 심의제도의 필연적 한계에 눈을 감는 것이 정당화될 수는 없다. 최소한 심의방식을 좀 더 다양화하려는 노력이 필요하다. 그러려면 예술 세계의 불확실성과 인간의 한계를 인정하고 제비뽑기에 대한 고정관념과 편견을 바꿀 때가 되었다○.

11) 그러나 이러한 주장은 비록 머리로는 이해되어도 가슴으로는 받아들이기 힘든 것 같다. 전면적이고 철저한 분석을 강조하는 소위 합리주의 모델(rational-comprehensive model) 또는 전지적 접근(synoptic approach)은 “규범적으로 대단히 막강한 호소력(powerful normative appeal)”을 가지고 있기 때문이다(Saint-Martin and Allison, 2011: 20). 한 지역문화재단의 대표는 지원 심의를 제비뽑기로 하는 게 낫다는 필자의 주장에 논리적·경험적으로 동의하면서 문화행정가들과 예술계에서는 그 행간의 뜻을 다 이해할 수 있다고 했었다(박상인, 2017). 그럼에도 불구하고 그는 다시 “안 될 말씀! 최대한 공정하게 심의해야 한다”고 피력한다. 어렵지만 계속 노력하면서 “예술 지원 심의가 안고 있는 태생적인 오류를 줄여갈 수밖에” 없다는 것이다. 그러나 과연 열심히 노력하다 보면 현행 심의제도의 근본적인 한계가 완전히 극복될 수 있을까? 그는 다소 무책임한 탄식으로 마무리한다. “그리고도 남은 문제는? 어찌겠는가, 정말 예술의 숙명인 것을!”이라고 말이다.

## [참고문헌]

- 김영평(1991), 불확실성에 적합한 행정이론의 모색: 능률성의 행정학과 가외성의 행정학. 「불확실성과 정책의 정당성」, 서울: 고려대학교 출판부.
- 김정수(2002), 미녀와 야수: 문화행정의 새로운 패러다임 모색. 「한국행정연구」, 제11권 제1호, 29-54.
- 김정수(2007), 불확실성, 결정오차, 그리고 제비뽑기의 역설: 문예진흥기금 지원심의 방식에 대한 역발상. 「한국정책학회보」, 제16권 제1호, 49-72.
- 김태일 · 한동숙(2023), 공기업 경영평가의 타당성 분석: 기관의 '평가역량'은 얼마나 중요할까?. 「한국정책학회보」, 제32권 제2호, 195-220.
- 대니얼 카너먼, 올리비에 시보니, 캐스 선스타인 저/장진영 역 (2022), 「노이즈: 생각의 잡음 (판단을 조종하는 생각의 함정)」, 김영사.
- 박상언(2017), [현장소리 칼럼] 지원 심의를 제비뽑기로 하자고요? 「울산매일」, 12. 28: 16. Available: <https://www.iusm.co.kr/news/articleView.html?idxno=780090>
- 박장렬(2018), 소수의 심의위원을 통한 지원심의제도에서 공유형 지원심의제도로의 전환을 위하여. 「지원심의제도 개선을 위한 예술현장 대토론회」, 한국문화예술위원회.
- 사혜정(2006), 벽 뒤에 숨은 문화예술위원회. 무엇이 문제인가?. 「미디어 다음 아고라」. Available: <http://agorabbs1.media.daum.net/griffin/do/debate/read?bbsId=D109&articleId=44340>
- 심준섭(2004), 불확실성과 정책오차의 이중성(duality of policy errors): 신용카드사 규제정책을 중심으로. 「한국행정학보」, 제38권 제6호, 131-153.
- 이은주(2006), 현장에서 바라본 지원 선정과 낙선. 한국문화예술위원회 다원예술소위원회 제1차 월례포럼. 「현장 예술인들과의 만남1 - 다원예술 낙선포럼」. 4. 28.
- 임상오(2002), 문화산업과 순수예술의 발달. 「정신문화연구」, 제25권 제4호.
- 임학순(2001), 문화예술진흥기금 운영 28년의 성과와 한계: 문화예술진흥기금의 지원 체계. 「문화예술」, 8호.
- 최종원(1999), 불확실성하에서의 정부의 규제정책결정의 한계: '잘못된 긍정'의 오차

최소화전략의 문제점과 대안적 전략. 「한국행정학보」, 제33권 제4호, 259-278.

한국문화예술위원회(2018), 「문화예술진흥기금사업 지원심의제도 개선방안 연구」.

한국문화예술위원회(2019), 「사후평가를 통한 문화예술지원 확대방안 연구」.

한국문화예술위원회(2022), 「문화예술진흥기금 지원사업 평가방식 개선방안 연구」.

한국문화예술위원회(2022), 「연차보고서」.

한국문화예술진흥원(2003), 「2002년도 문예진흥기금사업 종합 심사평가 보고서」.

한국문화예술진흥원(2004), 「경영실적보고서」.

한국문화정책개발원(2002), 「문예진흥기금의 지원효과 분석」.

홍경한·정대웅(2005), '편파지원 의혹'에 몸살 앓는 문예진흥기금. 「미술세계」, 231.

머니투데이(2016. 10. 14.), '노벨문학상' 밥 딜런 수상에 전 세계 갑론을박...무슨 말  
오갔나. 10. 14. Available: <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2016101409020355880>

서울경제(2019. 3. 29.), [인간 백남준을 만나다]통념 부정 '문화 테러리스트'...엄숙주  
의 예술을 조롱하다. Available: <https://www.sedaily.com/NewsView/1VGS143F9J>

이데일리(2005. 7. 13.), (서진희의 맛깔스런 펀드) 주식펀드 (1) 인덱스 펀드.  
Available: <https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01866326576634192&mediaCodeNo=257>

Conley, D.(2018), Enough fretting over college admissions. It's time for a  
lottery, *The Washington Post*.

Dale, S. B., & Krueger, A. B. (2002). Estimating the payoff to attending a more  
selective college: An application of selection on observables and  
unobservables, *The Quarterly Journal of Economics*, 117(4),  
1491-1527.

Frey, B. S.(1997), *Not just for the money: An economic theory of personal  
motivation*, Cheltenham: Edward Elgar.

Hodsoll, F. (1998). Measuring for success and failure in government and the  
arts, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 28(3),

230-239.

- Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics, *American Economic Review*, 93(5), 1449-1475.
- Kuncel, N. R., Klieger, D. M., Connelly, B. S., & Ones, D. S. (2013). Mechanical versus clinical data combination in selection and admissions decisions: A meta-analysis, *Journal of applied Psychology*, 98(6), 1060.
- Lindblom, C. E. (1979). Still muddling, not yet through, *Public Administration Review*, 39(6), 517-526.
- Lowe, T.(2013), New development: The paradox of outcomes-the more we measure, the less we understand, *Public Money & Management*, 33(3), 213-216.
- Saint-Martin, D. & Christine, R. A.(2011), Rationalism and public policy: Mode of analysis or symbolic politics?, *Policy and Society*, 30(1), 19-27.
- Simon, H. A.(1976), From substantive to procedural rationality, in S. J. Latsis (Ed.), *Method and appraisal in economics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Tetlock, P. E.(2005), *Expert political judgment: How good is it? how can we know?*, Princeton: Princeton University Press.
- Throsby, C. D.(2001), *Economics and culture*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Thiel, S. & Leeuw, F. L.(2002), The performance paradox in the public sector, *Public Performance & Management Review*, 25(3), 267-281.
- Weaver, R. K.(1986), The politics of blame avoidance, *Journal of Public Policy*, 6(4), 371-398.

[Abstract]

## Art Subsidy Review System and Lottery

Kim, Jungsoo

This study examines the inevitable limitations of the art subsidy review system and provides a plausible alternative. A typical review system is based on the premise that professionals with sufficient information and fair deliberation can correctly select the most eligible artists from among the many applicants. This study argues that this assumption is fundamentally wrong because no matter how hard the reviewers try, judgement errors are inevitable. There is no guarantee that increasing the decision cost will improve decision quality. This fatal limitation of human judgement implies that a wiser path minimizes rather than maximizes the decision cost. This study concludes that a lottery system may be a better alternative to conventional review systems for art subsidy programs.

[Keywords] art subsidy review system, judgement error, lottery

A P R I L

2024

제38집 1호

THE JOURNAL OF CULTURAL POLICY



발간 규정

## 문화정책논총 발간규정

〈제정 2018. 03. 28.〉

〈개정 2018. 11. 09.〉

### 제1장 총 칙

**제1조(목적)** 이 규정은 한국문화관광연구원(이하 “연구원”이라 한다)이 발간하는 학술지 ‘문화정책논총’의 발간 업무에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

**제2조(적용범위)** 연구원에서 발간하는 문화정책논총은 이 규정에서 정하는 바에 따른다.  
다만, 이 규정에서 정하지 아니한 사항에 관하여는 원장이 따로 정한다.

### 제2장 연구윤리

**제3조(적용대상)** 이 규정은 문화정책논총에 연구논문을 투고한 연구자와 투고된 연구논문의 게재 여부를 결정하는 심사자에 대해 적용한다.

#### 제4조(연구자의 윤리)

- ① 문화정책논총에 연구논문을 투고한 연구자는 연구의 전 과정 및 투고 과정에서 연구윤리 위반행위를 하지 않아야 한다.
- ② 연구윤리 위반행위에는 위조, 변조, 표절, 중복게재, 부당한 논문저자 표시, 이중투고 등이 포함되며 그 정의는 다음과 같다.
  1. “위조”라 함은 존재하지 않는 연구자료 또는 연구결과 등을 허위로 만들어 내는 행위를 말한다.
  2. “변조”라 함은 연구자료, 연구과정, 연구결과를 사실과 다르게 인위적으로 조작하거나 변형, 삭제함으로써 연구내용 또는 결과를 왜곡하는 행위를 말한다.
  3. “표절”이라 함은 타인의 아이디어나 저작물을 적절한 출처 표시 없이 자신의 것처럼



럼 부당하게 사용하는 행위를 말한다.

4. “중복게재”라 함은 연구자가 자신의 동일 또는 유사한 가설, 자료, 논의, 결론 등에서 상당부분 겹치는 출판된 학술적 저작물을 적절한 출처표시 없이 게재했을 경우를 말한다.
5. “부당한 논문저자 표시”라 함은 연구내용 또는 연구결과에 대하여 학술적 공헌 또는 기여를 한 사람에게 정당한 이유 없이 논문저자 자격을 부여하지 않거나, 학술적 공헌 또는 기여를 하지 않은 자에게 감사의 표시 또는 예우 등을 이유로 논문저자 자격을 부여하는 행위를 말한다.
6. “이중투고”라 함은 동일한 연구결과를 2개 이상의 학술지에 동시에 투고하여 비슷한 시기에 심사를 받는 행위를 말한다. 다만, 먼저 투고한 학술지에서 게재 불가의 심사결과 통지를 받은 이후 다른 학술지에 투고하는 것은 이중투고에 해당하지 않는 것으로 본다.
- ③ 연구자는 연구논문을 투고할 때 해당 논문이 연구윤리 위반행위에 해당되지 않음을 밝히는 별지 제1호 서식의 서약서를 제출하여야 한다.
- ④ 연구자는 게재 결정이 내려진 이후에도 자신의 연구결과에서 심각한 오류를 발견하였을 경우 연구내용의 수정 또는 논문의 게재 철회 요청을 하여야 하며 문화정책논총에 게재된 이후에 오류를 발견하였을 경우에는 즉시 편집위원회에 알려야 한다.

### 제5조(심사자의 윤리)

- ① 모든 심사자는 편집위원장이 의뢰하는 논문을 정해진 기간 내에 성실하게 심사하여 그 결과를 편집위원회에 통보해야 한다. 만약 자신이 논문의 내용을 심사하기에 적임자가 아니라고 판단되는 경우에는 편집위원회에 지체 없이 그 사실을 알려야 한다.
- ② 심사위원은 심사의뢰 받은 논문을 개인적인 학술적 신념이나 저자와의 사적인 친분 관계를 떠나 객관적 기준에 의해 공정하게 평가하여야 한다. 충분한 근거를 명시하지 않은 채 논문을 탈락시키거나 심사자 본인의 관점이나 해석과 상충된다는 이유로 논문을 탈락시켜서는 안 되며 심사 대상 논문을 제대로 읽지 않은 채 평가해서도 안 된다.
- ③ 심사위원은 심사의뢰 받은 논문이 이미 다른 학술지에 출판되었거나 중복심사 중임을 인지하거나 혹은 기타 문제를 발견하였을 때에는 편집위원회에 해당 사실을 알려야 한다.

- ④ 심사위원은 전문 지식인으로서의 저자의 독립성을 존중하여야 한다. 평가 의견서에는 논문에 대한 자신의 판단을 밝히되 보완이 필요하다고 생각되는 부분에 대해서는 그 이유를 설명해야 한다. 정중하고 부드러운 표현을 사용하고 저자를 비하하거나 모욕하는 표현은 하지 않아야 한다.
- ⑤ 심사위원은 심사를 의뢰한 논문에 대한 비밀을 보장하여야 한다. 논문에 대하여 특별한 조언을 받기 위해서가 아니라면 논문을 다른 사람에게 보여주거나 그 내용에 대하여 다른 사람과 논의해서는 안 된다. 논문이 게재된 학술지가 발간되기 전에는 저자의 동의 없이 논문의 내용을 인용하지 못한다.

### 제6조(윤리위원회의 구성)

- ① 윤리위원회(이하 “위원회”라 한다)는 위원장을 포함하여 7인 이내의 윤리위원으로 구성한다.
- ② 윤리위원은 문화정책논총 편집위원장의 추천을 받아 원장이 위촉하며 공정성과 객관성 확보를 위하여 외부 전문가를 2인 이상 위촉하도록 한다.
- ③ 위원장은 윤리위원 중에서 호선하며 위원장 및 위원 임기는 2년으로 한다.  
〈개정 2018.11.09〉
- ④ 위원장은 위원회의 운영 실무 및 기록물 유지·관리를 위해 운영 간사 1인을 선임한다.

### 제7조(위원회의 권한과 역할)

- ① 위원회는 연구윤리 위반행위와 관련하여 제보되거나 자체적으로 인지한 사안에 대하여 본 규정에 의거하여 독립적인 지위에서 조사·심의·의결한다.
- ② 위원회는 제기된 사안이 접수된 날로부터 원칙적으로 30일 이내에 심의·의결하도록 한다.
- ③ 위원회는 심의·의결결과를 편집위원회에 통보하여 후속조치를 취하도록 한다.

### 제8조(위원회의 소집과 운영)

- ① 연구윤리 위반행위를 인지하거나 제보가 있을 경우 위원장은 위원회를 소집하여야 한다.
- ② 위원회는 이의 제기 또는 소명의 내용을 토대로 조사내용과 절차를 확정한다.
- ③ 연구윤리 위반행위의 판정은 재적위원 과반수 이상의 출석과 출석위원 3분의 2이

상 찬성으로 판정한다.

- ④ 위원장은 심의 안전이 경미하다고 인정될 경우 서면심의로 대체할 수 있다.
- ⑤ 연구윤리 위반과 이해관계가 얽혀있는 위원의 경우 의견을 개진할 수는 있으나 관련된 사항의 의결 과정에는 참여할 수 없다.
- ⑥ 회의는 비공개를 원칙으로 하되 필요한 경우 관계자를 출석케 하여 의견을 청취할 수 있다. 다만 합당한 공개의 필요성이 있는 경우 위원회의 의결을 거쳐 공개할 수 있다.

### 제9조(소명기회와 비밀 보장)

- ① 연구윤리 위반행위로 조사를 받는 연구자는 위반 사실이 확정되기 전까지는 연구윤리를 위반하지 않은 것으로 본다.
- ② 위원회는 연구윤리 위반행위로 조사를 받는 연구자에게 이의 제기 및 충분한 소명 기회를 제공하여야 한다.
- ③ 위원회는 제보자의 신원을 외부에 공개해서는 안 된다.
- ④ 위원회는 최종결정이 내려질 때까지 피조사자의 신원을 외부에 공개해서는 안 된다.

### 제10조(연구윤리 위반행위에 대한 제재 조치)

- ① 위원회는 조사·심의 결과 연구윤리 위반행위가 사실로 확인되면 그 위반의 경중을 따져 다음 제2항에 열거된 제재 조치 중 선택하여 편집위원장에게 서면으로 시행을 요구한다.
- ② 연구윤리 위반행위자에 대한 제재 조치는 다음과 같다.
  - 1. 위반행위자에 대한 서면 경고
  - 2. 논문이 문화정책논총에 게재되기 이전인 경우에는 당해 논문의 게재 불허
  - 3. 논문이 이미 문화정책논총에 게재된 경우에는 당해 논문 목록에서 삭제하고 학술지 게재 취소 사실을 한국연구재단에 통지
  - 4. 향후 3년간 문화정책논총에 논문 투고 금지
  - 5. 위반 사실이 확인된 후 처음 발간되는 문화정책논총에 위반 사실을 공지
- ③ 위원회는 조사·심의결과 심사자가 연구윤리를 위반한 경우 향후 3년간 문화정책논총에 논문 투고를 금지하며 심사에서 배제한다.

### 제11조(결과의 통지 및 사후조치)

- ① 위원장은 조사결과 및 제재 조치 판정 요구서를 서면으로 작성하여 편집위원장에게 통보하고, 편집위원장은 통보 받은 즉시 제재 조치의 내용을 위반행위자에게 통지하며 판정 결과에 따른 사후 조치를 시행한다.
- ② 위반행위자는 위원회의 결정에 불복할 경우 제1항의 통지를 받은 날로부터 7일 이내에 서면으로 위원회에 재조사를 요청할 수 있다.

### 제12조(위원회의 기록물 유지)

- ① 위원회는 회의 내용을 회의록으로 작성하여 보관하여야 하며 회의록에는 심의 안전 내용, 연구윤리 위반행위의 내용, 참석 윤리위원의 명단과 의결 절차, 결정사항의 근거 및 관련 증거, 심의대상 연구자의 소명 및 처리 절차가 포함된다.
- ② 심의와 관련된 기록은 심의 종료 시점을 기준으로 5년간 보관하여야 한다.

## 제3장 편집위원회

### 제13조(구성 및 임기)

- ① 편집위원회(이하 “위원회”라 한다)는 원내 및 원외위원 8인 이내로 구성한다.
- ② 위원장 및 편집위원의 임기는 2년으로 하되 연임할 수 있다
- ③ 위원회는 원내 및 관련 분야 외부 전문가로 원장이 위촉한다.
  1. 원내 위원은 해당 부서장의 추천을 받아 원장이 위촉한다.
  2. 원외 위원은 위원회의 추천을 받아 지역별 고른 분포를 이루도록 각 지역별로 안배하여 원장이 위촉한다.
- ④ 위원장은 편집위원 중에서 호선하며 학술지 편집 전반에 관한 사항에 대해 결정한다.
- ⑤ 위원회에는 각종 제반업무를 수행하기 위하여 담당자(간사)를 둔다.

### 제14조(기능 및 권한)

- ① 문화정책논총에 투고된 논문의 심사위원 선정 및 심사에 참여할 수 있다.
- ② 문화정책논총과 관련된 간행물을 기획·편집하며 투고된 논문의 게재 여부 결정과 관련된 모든 책임을 진다.
- ③ 편집위원회는 투고된 논문에 대하여 본 규정에 의거하여 공정하게 취급하고 적절한

심사 조치를 취한다.

- ④ 편집위원회는 전공 분야에 대하여 전문적인 지식과 공정한 판단 능력을 가져야 한다.
- ⑤ 편집위원회는 투고된 논문의 게재가 결정될 때까지는 심사위원 이외의 사람에게 투고된 논문의 내용을 공개하지 않아야 한다.
- ⑥ 저자는 편집위원장에게 투고한 논문과 관련하여 특정한 인사를 심사위원으로부터 제외시켜줄 것을 요청할 수 있으며 편집위원장은 투고된 논문의 내용을 감안하여 이에 관한 결정을 내릴 수 있다.

### 제15조(회의)

- ① 편집위원회는 필요에 따라 위원장이 임시회의를 소집할 수 있다.
- ② 심의·의결 사항은 제적위원 과반수 출석과 출석위원 3분의 2이상의 찬성으로 의결한다.

## 제4장 심사위원

### 제16조(심사위원 위촉)

- ① 심사위원은 편집위원회에서 해당 분야의 전문 연구자로 위촉한다.
- ② 각 논문당 편집위원회가 선정한 3인의 심사위원이 독자적으로 심사를 하며 심사위원은 별지 제2호 서식의 논문심사표를 작성하여 편집위원회에 제출하여야 한다.
- ③ 편집위원회는 심사위원이 오직 학자적 양심과 학문적 관점에서 심사할 수 있도록 하기 위해 심사위원의 익명성을 엄격히 유지한다.
- ④ 논문을 투고한 자는 해당 호 다른 논문의 심사위원이 될 수 없다.
- ⑤ 선정된 심사위원이 심사기간 중 부득이하게 심사를 못하게 된 경우 편집위원회에서 다른 심사위원을 선정해 심사를 의뢰할 수 있다.
- ⑥ 편집위원장은 투고할 수 없으며 편집위원이 논문을 투고한 경우, 그 편집위원은 해당 호의 심사위원 선정 과정 및 심사에 참여할 수 없다.

### 제17조(심사 기준 및 절차)

- ① 심사위원은 연구 주제의 적절성, 연구 방법의 타당성, 연구의 체계성, 연구의 독창성, 연구 결과의 학문·실용적 기여도, 참고문헌·각주·표·그림의 출처 및 적합

성과 정확성, 초록의 질적 수준을 평가하며 ‘게재가, 수정 후 게재, 수정 후 재심사, 게재불가’의 네 단계로 판정한다.

- ② 편집위원회는 초심에서 3인의 심사위원이 내린 평가를 종합하여 아래와 같이 판정한다.

유형 번호	심사위원 평가 결과				최종 판정 결과	판 정 기 준
	게재 가	수정후 게재	수정후 재심사	게재 불가		
1	3				게재 가	2명 이상이 ‘게재 가’로 평가한 경우, ‘수정 후 재심사’나 ‘게재불가’가 없는 경우
2	2	1				
3	2		1		수정 후 게재	위의 유형에 해당하지 않으면서 2명 이상이 ‘수정 후 게재’ 이상으로 평가한 경우
4	2			1		
5	1	2				
6	1	1	1			
7		3				
8		2	1			
9		2		1	수정 후 재심사	위의 두 유형에 해당하지 않으면서 2명 이상이 ‘수정 후 재심사’ 이상으로 평가한 경우, 이 경우에도 게재불가가 1명 있는 경우
10	1	1		1		
11	1		1	1		
12		1	1	1		
13	1		2			
14		1	2			
15			3			
16			2	1	게재 불가	2명 이상이 ‘게재 불가’로 평가한 경우
17	1			2		
18		1		2		
19			1	2		
20				3		

\* 표 안의 숫자는 해당 판정의 심사위원 수

- ③ 초심 결과 ‘수정 후 게재’의 경우 수정 세부 사항을 해당 연구자에게 소정의 문서를 통해 알려야 하며 투고자는 수정 보완된 논문과 수정 요지를 기한 내 제출하고 수정 사항이 반영되었는지 여부는 편집위원회가 검토하여 판단한다. 다만, 투고자가 정당한 사유 없이 수정본을 제출하지 않은 경우에는 투고를 철회한 것으로 간주한다.

- ④ 초심 결과 ‘수정 후 재심’의 통보를 받은 투고자는 통보를 받은 후 7일 이내에 수정된 논문을 제출하여 초심 심사위원 3인의 재심사를 받아야 하며, 재심은 ‘게재 불가’, ‘게재’로 심사하고, 재심사에서 2인 이상에게 ‘게재 가’ 판정을 받지 못한 경우에는 ‘게재 불가’로 판정한다. 다만, 투고자가 정당한 사유 없이 수정본을 제출하지 않은 경우에는 투고를 철회한 것으로 간주한다.
- ⑤ 초심 결과 ‘게재 불가’의 평가를 받은 자는 통보 받은 후 3일 이내에 심사 결과에 대해 서면으로 이의를 제기할 수 있다. 편집위원회장은 제출된 이의 내용 검토를 위해 편집위원회를 소집하고, 출석위원 2/3 이상의 동의를 얻은 경우 편집위원 전원이 해당 논문을 재심사하여 다수결에 따라 재심여부를 의결한다. 출석위원 2/3 이상의 동의를 얻지 못한 경우에는 원래 심사결과를 적용한다.  
다만, 재심 결과 ‘게재 불가’ 통보를 받은 자는 이의를 제기할 수 없다.
- ⑥ 게재 우선순위는 초심 결과 ‘게재 가’ ‘수정 후 게재’를 우선으로 하고 다음으로는 재심에서 ‘게재 가’ 중 초심 심사 상위 점수 순에 의한다. 다만, 동점이 발생할 경우는 게재 편수를 추가할 수 있다.

#### 제18조(심사 대상에서 제외되는 논문)

- ① 기존에 발표된 논문 혹은 이와 실질적으로 유사한 논문은 제외되며 다른 학술논문집에 게재하지 않은 학회의 제반 행사에서 발표된 논문은 심사 대상에서 제외하지 않는다.
- ② 학술적 논문의 성격을 벗어난 논문은 제외되며 문화정책논총 게재 논문의 주제를 다양화하고 게재자의 폭을 넓히기 위하여 특별기고 논문, 국제학술대회 발표 논문, 기획초청 논문 등은 편집위원회의 의결 및 심사를 거쳐 게재할 수 있다.
- ③ 논문 투고 공고문에 제시된 ‘주제 영역’을 벗어난 논문은 제외된다.

#### 제19조(심사 결과 통보 및 최종결정)

- ① 심사가 완료된 후에 편집위원회는 심사위원의 실명을 삭제한 논문심사표 사본과 심사결과를 투고자에게 통보한다.
- ② 게재 결정 후이라도 연구윤리를 위반한 것으로 확인된 논문은 편집위원회에서 게재 결정을 취소할 수 있으며 일정기간 투고자격을 제한할 수 있다.

**제20조(심사 수당)** 심사 관련 수당은 내부 지침에 의거하여 지급할 수 있다.

## 제5장 논문 투고 및 발간

### 제21조(논문투고 자격)

- ① 논문 투고는 관련 분야의 석사학위 이상 소지자에 한한다.
- ② 논문은 다른 학술지 또는 문헌에 게재하지 않은 것이어야 한다.
- ③ 심사 과정을 통해 게재불가 판정을 받은 논문의 경우 논문을 수정하여 다음 호에 투고할 수 있다. 투고 시 재신청임을 반드시 명기해야 한다. 다만, 재투고하여 게재 불가 판정을 받은 논문은 더 이상 투고할 수 없다.
- ④ 투고자는 한 호에 한 편의 논문만 투고할 수 있다.

### 제22조(논문투고 방법)

- ① 논문은 별표 1의 원고작성요령을 준수하여 작성하고 연구원 홈페이지 온라인 논문 투고시스템을 통해 제출하여야 한다.
- ② 투고자는 연구윤리 준수 서약 및 저작권 이양 동의 확인 등이 포함된 별지 제1호 서식의 논문투고신청서를 작성하여 서명한 후 논문과 같이 제출하여야 한다.
- ③ 위의 내용이 준수되지 않은 논문은 심사 및 게재가 거부될 수 있다.

**제23조(발행 일자)** 문화정책논총은 매년 3회 발행하며, 발행일자는 다음과 같다.

- ① 제1호 : 4월 30일 <개정 2018.11.09>
- ② 제2호 : 8월 31일
- ③ 제3호 : 12월 31일

**제24조(저작권)** 제출된 논문은 최종 심사를 거쳐 문화정책논총에 게재되면 해당 논문에 대한 저작권은 연구원이 갖는다.

**제25조(기타)** 영문논문에 대해서도 국문논문과 동일한 기준을 적용한다.



**부 칙** 〈2018. 3. 28.〉

**제1조(시행일)** 이 규정은 원장의 승인을 받은 날부터 시행한다.

**부 칙** 〈2018. 11. 09.〉

이 규정은 원장의 승인을 받은 날부터 시행한다.

[별지 제1호] <제정. 2018. 03. 28>

## 《문화정책논총 논문투고 신청서》

논문제목				
논문매수	총 매 (헌글 프로그램에서 '파일-문서정보-문서통계-원고지'로 체크)			
주저자	이름	국문)	학위	
		영문)	E-mail	
	소속 및 직위		주소	인쇄본 책자를 받을 주소 표기
	휴대전화		생년월일, 성별	(주민번호 앞자리) 남, 여
교신저자	이름	국문)	학위	
		영문)	E-mail	
	소속 및 직위		주소	인쇄본 책자를 받을 주소 표기
	휴대전화		생년월일, 성별	(주민번호 앞자리) 남, 여
공동저자 * 공동저자 추가는 복사하여 작성(붙이기) 하시기 바랍니다.	이름	국문)	학위	
		영문)	E-mail	
	소속 및 직위		주소	인쇄본 책자를 받을 주소 표기
	휴대전화		생년월일, 성별	(주민번호 앞자리) 남, 여
연구윤리 준수 서약 및 저작권이양 동의 확인	<p>◎ 연구윤리 준수 서약</p> <p>저자(들)는 문화정책논총 발간규정의 '연구윤리' 을 숙지하였으며, 본인이 귀 원에 투고한 이 논문은 문화정책논총 연구윤리 위반행위(출처표시 부정확 등)에 해당하지 않습니다. 본인이 연구윤리를 위반하는 경우 이에 따른 제재를 받게됨을 인지하고 있으며, 연구윤리를 준수할 것을 서약합니다.</p> <p>◎ 저작권이양 동의</p> <p>저자(들)는 본 논문의 저작권 이양에 관한 사항을 확인하였으며, 본 논문이 『문화정책논총』에 게재될 경우, 본 논문의 저작권 및 디지털 저작권에 따른 권한의 행사 등을 한국문화관광연구원에 이양합니다. 단, 저자(들)가 다른 연구물에 본 논문 내용의 일부를 사용할 경우 그 내용의 출처로 본 논문을 인용하도록 하겠습니다.</p> <p>저자(들)는 본 논문의 교신저자에게 대표 권한을 일임하며, 동 권한을 위임받아 교신저자가 저자(들)를 대표하여 확인합니다.</p> <p style="text-align: right;">년    월    일</p> <p style="text-align: right;">교신저자 (자필서명 必)</p> <p style="text-align: right;">한국문화관광연구원 《문화정책논총》 편집위원회 귀하</p>			

[별지 제2호] &lt;제정. 2018. 03. 28&gt;

## 《문화정책논총 논문심사표》

		초심		재심				
논 문 제 목								
심사의뢰 받은 일자	년 월 일	논 문 유 형	기획논문 ( )					
심 사 표 제출 일자	년 월 일		일반논문 ( )					
심 사 위 원	성 명: 소 속: 전 화:		직 위: 이메일: 계좌번호(외부심사위원):					
<p>※ 아래의 척도를 이용하여 각 항목 해당 점수에 ○로 표시하여 주십시오.          각 항목의 점수를 합산하여 총점을 기입하여 주십시오.          게재불가의 경우 심사총평에 그 사유를 밝혀주시기 바랍니다.</p>								
심 사 항 목		점 수						
		매우 미흡		보 통		매우 우수		
1. 연구 주제의 적절성		1	2	3	4	5	6	7
2. 연구 방법의 타당성		1	2	3	4	5	6	7
3. 연구의 체계성		1	2	3	4	5	6	7
4. 논문의 독창성		1	2	3	4	5	6	7
5. 연구 결과의 학문·실용적 기여도		1	2	3	4	5	6	7
6. 참고문헌·각주·표·그림의 적합·정확성		1	2	3	4	5	6	7
7. 초록의 질적 수준		1	2	3	4	5	6	7
총 점		_____점						
<p>※ 참 고 [심사 총점]          7-24점 : 게재불가                      36-42점 : 수정 후 게재          25-35점 : 수정 후 재심사              43-49점 : 게재가</p>								
<p>&lt;심사 총평&gt;</p> <p style="text-align: center;">년 월 일</p> <p style="text-align: right;">심사위원: _____ (인)</p>								

한국문화관광연구원《문화정책논총》편집위원회

〈세부 심사평〉

※ 수정사항에 대한 의견, 제안 및 논평 등을 가급적 자세히 기술하여 논문 저자에게 많은 도움을 주시기 바랍니다.

[별표 1] <제정. 2018. 03. 28>

## 《문화정책논총 원고작성요령》

### 1. 논문의 기본요건

- ① 원고는 한글 프로그램을 사용하여 A4 용지 단면으로 작성한다. 다만, 영문 논문은 MS word 프로그램을 사용한다.
- ② 원고 분량은 200자 원고지 100매 내외(한글 프로그램에서 '파일-문서정보-문서분량-원고지'로 체크)로 하며, 전체 분량이 200자 원고지 150매를 초과한 원고는 원칙적으로 투고할 수 없으며 영문원고 분량도 동일하다.
- ③ 논문 구성은 제목, 필자명, 국문초록(200자 원고지 3매 이내, 키워드 5개 내외 포함), 본문, 참고문헌, 부록, 영문초록의 순으로 배열한다. 영문 논문 구성은 제목, 필자명, 영문초록, 본문, 참고문헌, 부록, 국문초록 순으로 배열한다.
- ④ 개별 게재논문의 표지에는 투고일자(접수일자), 심사(수정)일자, 게재확정일자를 편집위원회에서 명기한다.
- ⑤ 저자는 제1저자를 제일 처음 명기하며, 공동저자는 논문 기여도를 고려하여 명기한다.
- ⑥ 본문의 체제는 '서론/본론/결론'이나 '장, 절' 등을 쓰지 않고 I → 1. → 1) → (1) → ①의 순서로 한다.
- ⑦ 원고 작성 언어는 한글 또는 영어로 하되, 한자와 외국어로 된 용어, 인명, 지명 등은 한글로 적고 처음 나올 때에 한해 ( ) 안에 같이 적는다.
- ⑧ 원고는 논문 투고 공고문에 명시한 곳으로 투고하는 것을 원칙으로 한다. 투고자는 본지의 논문 작성요령에 따라 작성된 원고파일과 논문투고신청서를 함께 제출해야 한다. 다만, 논문투고신청서의 세부사항은 편집위원장이 정한다.
- ⑨ 제출된 논문에 대한 심사를 거친 후 연구원 측의 내용 수정 및 보완 요청이 있을 시 이를 수용한다.
- ⑩ 본문 작성 시 원고의 글자체는 신명조, 글자크기 10pt, 장평100%, 자간 0%, 줄간격 160%, 용지종류 A4(국배판), 용지여백은 위, 아래, 왼쪽, 오른쪽 30mm, 머리말, 꼬리말 12mm로 한다.

## 2. 본문주

① 인용 · 참고한 자료의 출처를 밝히는 참고주는 다음과 같이 본문 중에 괄호를 사용하여 처리하고, 그 자료의 내역을 정리한 참고문헌을 논문의 말미에 첨부한다.

1) 저자가 본문의 일부로 언급되는 경우

예) 박동서(1990)에 의하면 …; 강내희(1985)의 연구에서도 …; 김창식 · 안문훈, 1989: 79)은…; 이종석 등(1990: 410-412)이 제시한…; 토마스(Thomas, 1976: 900)의 모형을 수정하여 …; …황(Hwang, 1987)을 들 수 있다.; 페리와 와이즈(Perry & Wise, 1990)의 분류에 따라 …; 브라운 등(Brown et al., 1982)을 중심으로…

2) 저자가 본문과 분리되어 언급되는 경우

예) …입장을 취하고 있다(박동석, 1990; 이정서 등, 1990: 410-412; 김창식 · 안문훈, 1989: 79; 신문섭, 1985).; …새로운 시각을 제시하였다(예: Perry & Wise, 1990; Hwang, 1987; Brown et al., 1982; Thomas, 1976: 900).

② 각주

1) 본문 중에 부연 설명을 필요로 하는 내용이 있을 경우, 해당 페이지 하단에 각주로 처리한다. 예) ~ 높아진다.1) ~와 같다.2)

2) 각주에는 가능한 인용자료의 출처를 기재하지 않는다. 자료 출처는 본문에 인용표시를 한 뒤 참고문헌에 기재하여야 한다. 본문에 인용표시를 하기 힘들 경우 각주에 출처를 기재할 수 있다. 이 경우에도 인용자료를 참고문헌에 포함시켜야 하고 표기방법은 인용문헌 작성방법과 동일하다.

## 3. 참고문헌

① 일반적인 사항

1) 참고문헌은 본문 다음에 ‘참고문헌’이라는 제목 아래 나열하되, 본문에서 인용하거나 언급한 문헌만을 정확한 서지정보에 의해 제시한다.

2) 한글문헌, 동양어 문헌(일본어, 중국어), 서양문헌 순으로 배열하되, 번역서(예컨대 한글로 번역된 영문서)는 해당 원어 문헌으로 분류한다.

- 3) 한글 · 한자 · 일본어로 된 저자명은 가나다순으로, 서양 문헌 저자명은 알파벳순으로 나열한다. 중국어나 일본어 저자명은 한자의 한글식 표기에 따라 배열하되, 원어 표기를 할 때에는 괄호 속에 병기한다.  
예) 吉澤 清-지(요시자와 키요요시)(2007),
- 4) 같은 저자의 문헌은 출판연도가 오래된 순서대로 배열하되, 같은 연도의 것이 두 편 이상일 때에는 연도 다음에 a, b, c, ... 등을 넣어 구별한다. 예) (1999a), (1999b)
- 5) 참고문헌을 나열할 때 각 문헌의 둘째 줄(行)부터는 3칸 들여쓰기를 하여 각 참고 문헌간의 구별을 쉽게 한다.
- 6) 저자가 1~5명인 문헌은 이름을 모두 밝히고, 저자가 6인 이상일 때는 ○○○ 외, ○○○○, et al. 로 표기한다. 예) 김문환 외(1990), Gibbon et al.(1983),
- 7) 저자가 없는 문헌은 문헌 제목을 저자 위치로 두고 그 다음에 발간연도를 밝힌다. 다만, 인용문헌에서 Anonymous라고 된 것은 이것을 저자로 간주한다.
- 8) 만일 주 저자 다음에 with와 더불어 다른 이름이 열거된 문헌(예, Kuan-Hsing Chen with Hsiu-Ling Kuo, Hans Hang, and Hsu Ming Chu)은 참고문헌에 서는 이름을 모두 열거한다. 다만, 본문에서 인용할 때에는 주 저자 이름만 밝힌다.
- 9) 특히 단행본의 연도는 문헌이 인쇄된 연도가 아니라 저작권 표시(©)된 연도를 쓴다.
- 10) 발간연도가 불분명한 문헌은 (n.d.) 라고 쓴다.

## ② 논문

- 1) 학술지나 기타 정기간행물에 게재된 논문의 예  
임학순(2004), 지역문화산업 클러스터 조성사업의 사전평가모델 개발에 관한 연구, 「한국사회와 행정연구」, 제15집 2호, 305-324.  
홍길동 · 이몽룡(1990), 문화와 관광, 「문화관광」, 34권 2호, 78-91.  
Knapp, M., Ellis, D., & Williams, B.(1980), Perceptions of communication behavior associated with relationship terms, *Communication Monographs*, 47, 262-278.  
Scott, W. A.(1950), Reliability of content analysis: The case of nominal scaling coding, *Public Opinion Quarterly*, 51(3), 79-91.  
(\* 저널명, volume은 이탤릭체로 처리)

Glaser, R., & Bond, L. (Eds.).(1981), Testing: Concepts, policy, practice, and research [Special issue], American Psychologist, 36(10).

(저널 특별호 전체를 표기할 때).

다만, 학술지의 권, 호수를 알 수 없을 때에는 저자 / 연도 다음에 발간 월이나 계절을 표기한다.

예) Austin, J. E.(2003, September), 홍길동(2003, 가을)

## 2) 단행본에 게재된 논문의 예

홍길동(1990), 미디어 문화정책의 전망, 홍길동 · 이몽룡(편), 「미디어문화정책론」(45-66), 서울: 한울아카데미.

Berger, C. R.(1987), Communicating under uncertainty. In M. E. Roloff & G. R. Miller(Eds.), Interpersonal processes: New directions in communication research (39-62), Newbury Park, CA: Sage.

## ③ 단행본 · 보고서 · 학위논문

1) 출판사 사항을 표기할 때 미국 출판사 출간도서는 ‘출판사 소재 도시, 주: 출판사’, 미국 이외 국가 출판사 출간도서는 ‘도시, 국가: 출판사’, 널리 알려진 대도시 소재 출판사 출간도서는 ‘도시: 출판사’ 순으로 한다. 이 때 주(state) 이름은 약자로 쓴다(예: CA, NY, IL). 출판된 도시가 둘 이상일 때에는 가장 먼저 나온 것만 표시한다.

예) Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Oxford, England: Basil Blackwell.

Amsterdam: Elsevier.

2) 출판사 이름에서 Books, Press 등은 밝히나, Publishers, Co., Inc. 등은 생략한다.

- 단행본의 예

고정민(2007), 「문화콘텐츠 경영전략」, 서울: 커뮤니케이션북스.

홍길동 · 이몽룡(편)(1995), 「문화예술정책 연구」, 서울: 새나라.(공편저일 때)

Fiske, J.(1990), Introduction to communication studies. London: Routledge.

Burgoon, J. K., Bowers, J. W., & Woodall, W. G.(1986), Nonverbal communication: The unspoken dialogue, NY: Harper & Row.(공저일 때)

Gibbs, J. T., & Huang, L. N.(Eds.).(1991), Children of color: Psychological interventions with minority youth, San Francisco, CA:



Jossey-Bass.(공편저일 때)

- 보고서의 예

조현성(2007), 「2006 문화향수 실태조사」, 서울 : 문화관광부.

National Institute of Mental Health.(1982), Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties (DHHS Publication No. ADM 82-1195), Washington, DC: U. S. Government Printing Office.

- 학위논문의 예

홍길동(2000), 「지역과 학교를 연계한 예술교육 프로그램 조사 연구」, 한국대학교 대학원 박사학위 논문.

Ryerson, J. F.(1983), Effective management trainging: Two models, Unpublished master's thesis, Clarke College of Technology, Potsdam, NY.

④ 번역서나 번역논문

1) 번역서는 한글 번역서에 한해 원서명을 함께 밝혀준다.

- 번역서의 예

Illich, I.(1996), Deschooling Society, 심성보 역(2004), 「학교 없는 사회」, 서울: 도서출판 미토.

Laplace, P. -S.(1951), A philosophical essay of probabilities(F. W. Truscott & F. L. Emory, Trans.), New York, NY: Dover(Original work published 1814).

- 번역논문의 예

Hall, S.(1996), 문화연구의 두 가지 패러다임, 임영호(편역), 「스튜어트 홀의 문화이론」(203-232), 서울 : 한나래출판사(원저 출판연도 1980).

Freud, S.(1961), The ego and the id. In J. Strachey(Ed. and Trans.), The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud(Vol. 19, 3-66), London: Hogarth Press(Original work published 1923).

### ⑤ 신문·잡지기사

#### 1) 국문 기사의 예

홍길동(2002. 6. 28), 문화환경이 지역가치에 미치는 영향은 무엇인가, 「한국매일신문」, 5.

문화예술품을 말한다(2001. 9. 1), 「한국매일신문」, 1. (\* 저자를 알 수 없을 때는 기사명, 날짜. 신문, 쪽수 순으로 표기)

#### 2) 영문 기사의 예

Gardner, H.(1981, September), Do babies sing a universal song, Psychology Today, 70-76.(잡지 기사)

Study finds free care used more(1982, April 15), APA Monitor, 14.(신문기사)

### ⑥ 인터넷 자료

인터넷 자료를 참고한 경우, 해당 기관(개인) 홈페이지 사이트명, 실제로 참고한 자료의 이름과 주소를 모두 표기한다. 맨 끝에 마침표는 찍지 않는다. 저자가 없을 때는 문서명을 저자 위치에 둔다. 출판일은 사이트에 명기된 날짜를 기준으로 하되, 날짜가 나와 있지 않을 때에는 접속일자를 밝힌다.

예) Author, I.(date), Title of article. Name of Periodical[On-line], 호수,  
Available: 웹사이트 주소나 이메일 주소

### ⑦ 시청각 자료

Harrison, J.(Producer), & Schmiechen, R.(Director).(1992), Changing our minds: The story of Evelyn Hooker[Film]. (NY: Changing Our Minds). (영화일 때)

Crystal, L.(Executive Producer).(1993, October 11), The MacNeil/ Leher news hour.

New York and Washington, DC: Public Broadcasting Service. (텔레비전 프로그램일 때)

### ⑧ 기타

1) 표나 그림의 제목은 세분화 없이 각각 논문 전편을 통해서 일련번호를 매겨(예:

〈표 1〉, [그림 1]) 표나 그림의 윗부분 중앙에 표기하고, 자료의 출처는 ‘자료 :’라고 표시하고 본 책자의 인용 요령에 따라 표나 그림의 아랫부분 왼쪽에 위치하게 표기한다.

- 2) 표나 그림에 대한 註는 개별주(a), b), c)의 기호 사용, 일반주(‘주 :’로 표시하고 기재)의 순으로 자료출처의 아랫부분에 달아 준다. 그림에 대한 註도 이에 준한다. 즉, 표나 그림의 하단에 자료, 개별주, 일반주, 자료의 순이 되도록 배열한다.

〈표 2〉○○○

구분	○○	○○	○○

자료 : Duncan(1981:349)a)의 재구성  
a) ○○○○○○

- 3) 표와 그림은 원본 그대로 복사, 인쇄할 수 있도록 저자가 완벽하게 그려서 제출하고, 다양한 도식, 화살표 등을 사용하였을 경우에는 개체를 묶고 반드시 문서에 포함시킨다.
- 4) 저자의 논문이나 저술을 가리킬 때에는 ‘줄고’라는 용어를 사용하지 않고 이름을 밝혀 적는다.
- 5) 여기에 제시된 주와 참고문헌의 작성양식은 1986년 미국심리학회(APA) 양식을 표준으로 하여 필요한 조정을 한 것으로, 본 요령에 언급되지 않은 사항은 APA 매뉴얼에 따른다.

#### 4. 국·영문초록(ABSTRACT)

- ① 국문 요약 및 영문을 포함한 외국어 초록은 연구목적, 연구방법, 연구결과, 연구의 시사점, 향후 연구방향 등을 중심으로 작성한다.
- ② 국문초록은 원고지 3매 이내, 영문을 포함한 외국어 초록은 250단어를 넘지 않도록 한다.

A P R I L

2024

제38집 1호

THE JOURNAL OF CULTURAL POLICY

문화  
정책  
논총

편집위원회

편집위원장	차민경	한국문화관광연구원 연구위원
편집위원	김세훈	숙명여자대학교 문화관광외식학부 교수
	박찬욱	한국문화관광연구원 연구위원
	서우석	서울시립대학교 도시사회학과 교수
	양지연	동덕여자대학교 큐레이터학과 교수
	윤소영	한국문화관광연구원 선임연구위원
	이성민	한국방송통신대학교 미디어영상학과 교수
	최보연	상지대학교 문화콘텐츠학과 교수
	〈가나다 순〉	

발행일 : 2024년 4월 30일

발행인 : 김세원

발행처 : 한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

TEL/ 02)2669-9800, FAX/02)2669-9880, [www.kcti.re.kr](http://www.kcti.re.kr)

디자인 및 편집 : 거목문화사/거목인포

인쇄 : 거목문화사/거목인포

투고 및 기타 문의처

한국문화관광연구원 문화정책논총 편집위원회

전화: 02-2669-8437, 메일: [thejeesun@kcti.re.kr](mailto:thejeesun@kcti.re.kr)