〈문화정책 동향〉 제1호

제3차 인천 예술인 플랜의 향후 과제와 자생적 예술생태계 조성 모색

2024. 10.

인천문화재단
INCHEON FOUNDATION FOR ARTS & CULTURE

Contents

기획의도 02

Chapter I
예술인 실태조사를 통해 본 인천의 예술창작 환경과
제3차 예술인 플랜의 주요 과제 03

Chapter II
지역문화 창업 정책 방향 연구 20

Chapter III
아티스트 레지던시의 아트마켓 실험과 예술가의 경험 33

◆ 일러두기

1. 문화정책 동향에 수록된 연구 논문 및 보고서의 내용은 인천문화재단의 공식적 견해와 다를 수 있습니다.
2. 문화정책 동향은 인천문화재단 홈페이지를 통해서도 보실 수 있습니다.
3. 수록된 내용을 전재 혹은 인용할 경우 원문의 출처를 반드시 명기해 주시기 바랍니다.
4. 문화정책 동향에 수록된 연구보고서 및 논문의 출처는 다음과 같습니다.

Ⅰ. 예술인 실태조사를 통해 본 인천의 예술창작 환경과 제3차 예술인 플랜의 주요 과제
인천문화재단, 『인천 예술인 플랜92025~2027) 수립 연구』, 2024.

Ⅱ. 지역문화 창업정책 연구-국내외 지역문화 창업 정책 현황 및 방향성을 중심으로
한국문화관광연구원, 『지역문화 창업 정책 방향 연구』, 2023.

Ⅲ. 아티스트 레지던시의 아트마켓 실험과 예술가의 경험-신당창작아케이드 에스스토어 사례를 중심으로-
김민재·서우석, 「아티스트 레지던시의 아트마켓 실험과 예술가의 참여 경험: 신당창작아케이드 에스스토어 사례를 중심으로」, 『예술경영연구』65, 5-40, 2023.

◆ 기획 의도

- 인천문화재단은 창립 20주년을 기념하여, 문화예술 트렌드와 시대적 요구를 반영한 정책 역량 강화를 위해 <문화정책 동향> 발간을 기획함
- <문화정책 동향>은 동시대 문화예술 이슈에 대한 연구논문과 보고서를 발굴하여 요약·정리하고 시민, 예술인, 연구자에게 소개하는 것을 목표로 함
- <문화정책 동향> 1호는 "제3차 인천 예술인 플랜의 향후 과제와 자생적 예술생태계 조성 모색"을 주제로 인천 예술인 실태조사를 통해 나타난 창작 환경 분석과 주요 추진 정책과제, 지역문화 창업 정책 방향 연구, 아티스트 레지던시의 아트마켓 참여 사례 등 세 가지 연구보고서 및 논문을 게재함
- 제1장은 문화예술계의 대내외 환경 변화와 예술인 실태조사 결과를 분석해 제3차 예술인 플랜에 반영한 주요 정책과제를 제시함
- 제2장은 로컬리티에 기반한 예술창작 창업에 대한 연구를 소개함. '로컬리티'는 지역문화를 새롭게 해석하는 콘텐츠이자 청년 예술인의 창업 아이템으로 주목받고 있는데 이와 관련해서는 한국문화관광연구원에서 발간한 <지역문화 창업 정책 방향 연구> 보고서를 요약·정리함
- 제3장은 예술생태계의 자생성 강화를 위한 방안의 하나로 서울문화재단 신당창작아케이드에서 진행된 아트마켓 '에스스토어' 사례를 통해 예술생태계 조성에 필수적 조건에 대해 살펴봄
- 인천문화재단은 급변하는 사회 속에서 예술인 지원과 시민의 문화 향유라는 본연의 역할을 하면서, 한편으로는 기술과 예술의 융합, 지역 문화 콘텐츠 개발, 예술인 지원 확대 등과 같은 시의성 있는 이슈를 발굴하고 정책 대안을 꾸준히 제시할 계획임

Ⅰ 예술인 실태조사를 통해 본, 인천의 예술창작 환경과 제3차 예술인 플랜의 주요 과제

최혜자
㈜문화디자인자리 대표

1 예술인 복지정책의 수립 배경

◆ 근대국가 예술, 예술인 지원 역사와 한국의 예술인 지원

- 예술의 탄생은 인류문화의 보편적인 성격이지만 근대국가로의 전환이 완성된 서구에서도 문화예술 국가정책은 1936년 프랑스 인민전선정부의 문화정책과 1946년 영국의 예술위원회 설립이 시초
- 예술인에 대한 관심과 처우, 사회적 역할에 대한 논의 확장은 1970년대에 이루어짐
- 한국은 1970년대 문예진흥정책 추진되었고 1980년대 이후부터 예술지원 방식, 영역, 예술인 처우 등에 대한 논의가 시작됨
- 예술인의 사회적 역할과 새로운 예술에 대한 문제의식은 2005년『새로운 예술의 힘』으로 공론화 되었고 2010년 고 최고은 작가 사망 사건으로 예술인의 사회적 처우 문제 촉발

◆ 2010년대 이후 급속한 예술, 예술인 정책 변화

- 예술인 처우와 열악한 환경에 대한 대응으로 2011년 <예술인 복지법> 제정, 2012년에는 예술인복지재단이 설립되었고, 2017년 블랙리스트 사건, 2018년 미투 확산으로 <예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률> 제정됨
- <예술인 복지법>에 따라 문체부는 제1차 예술인복지정책 기본계획(2023~2027) 수립

◆ 인천의 예술인 정책 추진

- 2016년 경기도에 이어 <인천광역시 예술인 복지 증진에 관한 조례> 제정하고 2020년에는 인천문화재단 내 '인천예술인지원센터' 출범해 현장 맞춤형 예술창작 지원사업 다각화
- 장애예술인 및 청년예술인 지원을 위해 2017년, 2023년 각각 <인천광역시 장애인 문화활동 지원 조례> 및 <인천광역시 청년 예술인 육성 및 지원 조례> 제정

2 인천 예술인 실태조사에서 확인 되는 주요 이슈

◆ 예술인의 개념과 인천 예술인에 관한 규정

- 예술인을 특정하기는 어려우나 유네스코에서는 예술인을 다음과 같이 규정

> 예술작품을 창조하거나 창조적 표현을 제공 또는 재창조하는 사람, 예술적 창조를 자기 삶의 본질적 부분으로 여기는 사람, 이를 통해 예술과 문화의 발전에 기여하는 사람 그리고, 고용되어 있거나 협회에 소속 여부에 관계없이 예술인으로 인정받고 있거나 인정받기를 원하는 모든 사람

- 그러나 우리나라에서는 「예술인 복지법」에 의해 예술활동을 증명할 수 있는 사람으로 규정

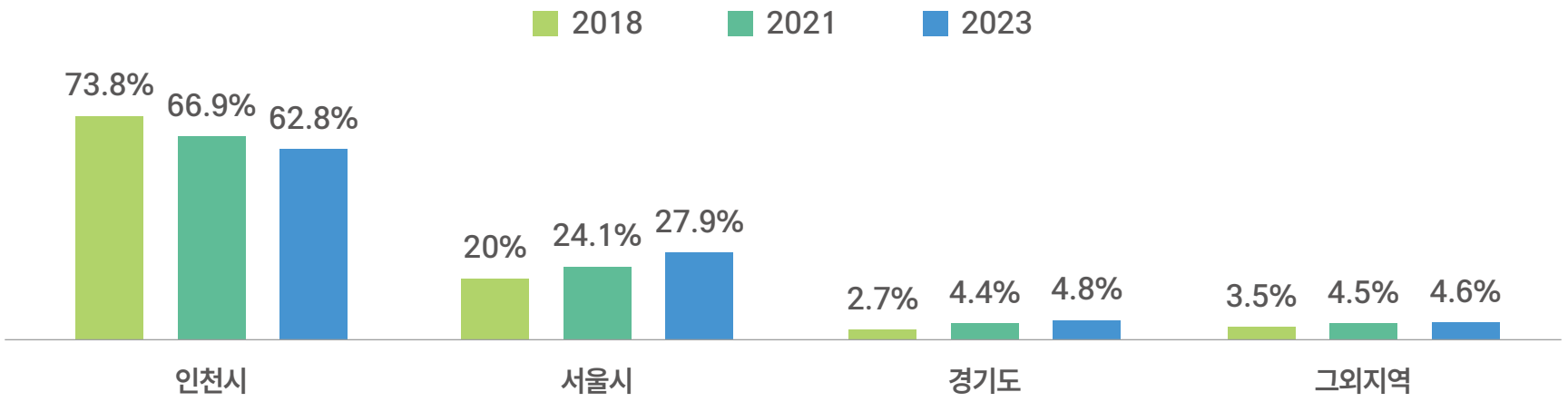
> 예술활동을 업(業)으로 하여 국가를 문화적, 사회적, 경제적, 정치적으로 풍요롭게 만드는데 공헌하는 사람으로서 문화예술 분야에서 창작, 실연(實演), 기술지원 등의 활동을 증명할 수 있는 사람

- 현재 예술인증명을 한 인천 예술인은 2024년 기준 8,163명으로, 전국 18만 등록예술인의 4.5%를 차지하여 서울, 경기, 부산에 이어 4번째를 차지함
- 인천시에서는 예술인 등록 방식과 절차의 어려움을 인지하고, 인천 예술인의 범위를 인천 거주 예술인에 국한하지 않고, 거주자, 출생자, 인천에 있는 학교 재학/졸업자, 인천에서 3년 이상 활동한 예술인으로 유연하게 적용함
- 인천시는 「인천광역시 예술인 복지증진에 관한 조례」에 따라, 3년에 한 번씩 예술인 실태조사를 시행하고 있으며, 2018년(1차), 2021년(2차), 2023년(3차)에 걸쳐 예술인 실태조사를 시행함

◆ 인천 예술인의 지역활동은 꾸준히 감소하나 다양한 지역에서의 활동이 증가함

- 인천시 예술인들의 지역 내 활동이 2018년 조사에서 73.8%에서, 2021년 조사에서 66.9%, 2023년 조사에서 62.8%로 나타나 꾸준히 감소하는 추세임

인천시 예술인 1년간 주요 활동지역 추이

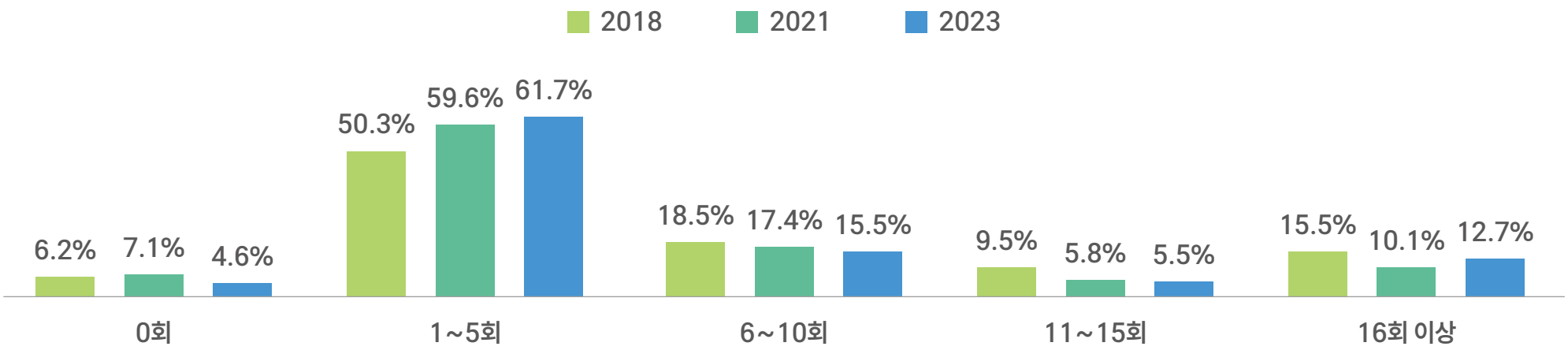


- 반면, 인천 예술인의 타 지역 즉, 서울, 경기 지역에서의 활동은 꾸준히 증가하고 있는데, 2023년 타 지역 활동 이유를 볼 때, 예술작품 창작지원이 많아서(39.6%), 예술활동 발표 기회가 많아서(16.7%), 예술 인프라가 잘 갖춰져 있어서(14.6%)로 나타남
- 이는 인천 예술인들의 활동이 확장되고 있다는 긍정성으로 인식할 수 있는 반면, 지역 내 활동 여건의 문제를 돌아봐야 할 지점임

◆ 예술작품 발표 또는 참여 횟수 격차에도 전반적인 기회가 확장되고 있다.

• 인천시 예술인들의 발표, 전시 등 표현활동의 횟수를 나타내는 지표에서 1~5회와 16회 이상 사이에 양극화 현상이 발생하고 있음.

최근 1년간 예술작품 발표횟수 추이



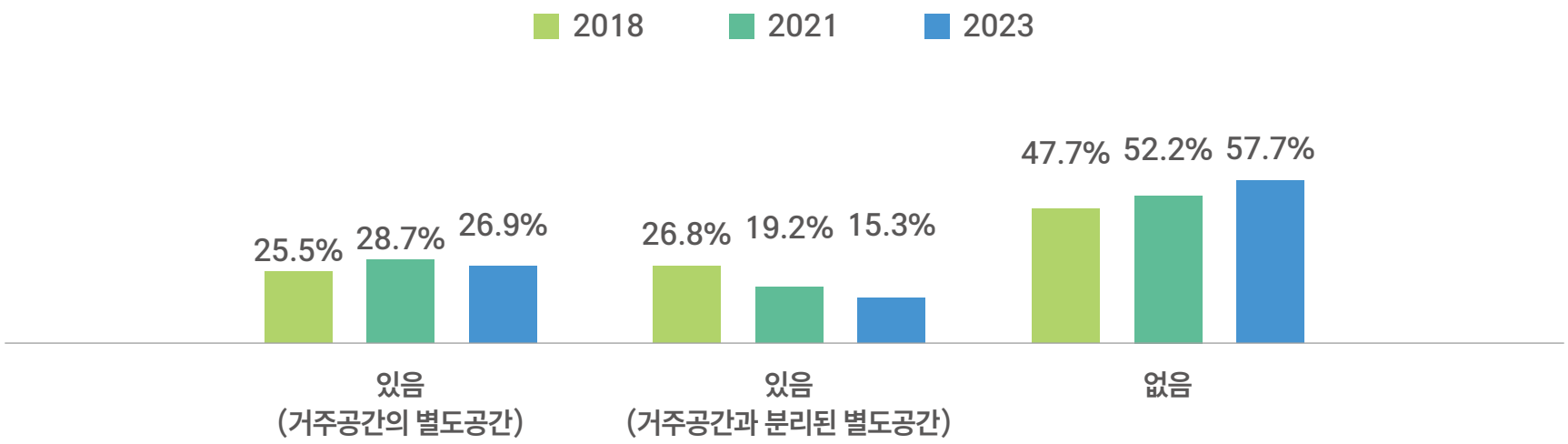
• 한편, 예술작품의 발표 및 참여 횟수가 '1~5회'인 예술가의 증가가 다른 모든 경우보다 현격히 높은 것으로 나타나, 예술활동의 진입 기회 확장이 이루어지고 있음도 확인됨

• 그러나 지난 1년간 받은 창작활동 지원금액을 확인해 보면, 전반적으로 낮아지는 경향이 있는데. 공공기관에서의 지원금액이 2018년 평균 1,353만 원이었으나 2021년 438만 원, 2023년 745만 원으로 창작지원 기회의 확대가 소액지원방식과 연관이 있을 것으로 보임

◆ 개인 창작공간 보유율 감소와 공유 창작공간 운영방식의 전환 필요성

• 인천시 예술인들은 예술활동을 위한 개인 창작공간을 보유하지 않고 있는 예술인이 조사마다 꾸준히 증가하고 있음

예술활동을 위한 개인 창작공간 보유 추이



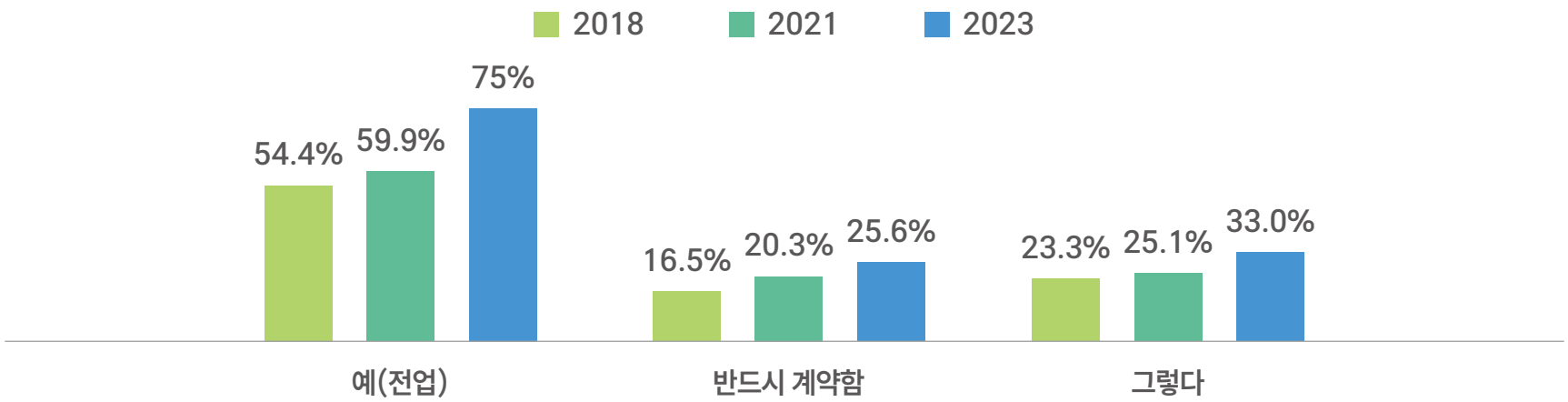
• 2023년 기준 장착 공간을 보유한 예술가들의 보유 형태는 월세 임대방식이 67.1%로 나타나 공간 유지의 부담을 겪고 있을 것으로 예상됨

• 반면 2023년 기준, 66.4%의 예술인들이 공유 창작공간 입주 의향을 가지고 있으나 공유 창작공간 입주 의향이 없는 예술인들(33.6%)은 안정적인 시설 이용이 불편을 들어 부정적인 의향을 보여 이에 대한 대책이 필요함

◆ 예술인 권리 보장을 위해 안전하고 안정적인 예술환경 조성 노력 필요

- 인천 예술인의 75%가 '전업 예술인'이라고 응답하여 전업 비율이 증가하고 있는데,
  이는 전업 활동을 해야만 활동의 지속가능성이 커지는 상황이거나 예술창작 활동과 겸업할 수 있는 일이
  마땅치 않은 상황 등으로 해석할 수 있음
- 또한, 2023년 예술노동 시 계약체결 비율 25.6%로 나타났으나, 조사마다 점진적으로 높아지고 있어 노동계약 문화의 확산을 확인됨
- 반면, 인천 예술인들은 성폭력(성희롱·성추행·성폭행) 발생 여부에 대해 증가하는 추세라고 응답하고 있는데,
  이는 실제 사건의 증가를 의미할 수도 있고, 성폭력에 대한 인식이 높아진 것일 수 있는데, 어떠한 경우라도 지속적인 관리가 필요함

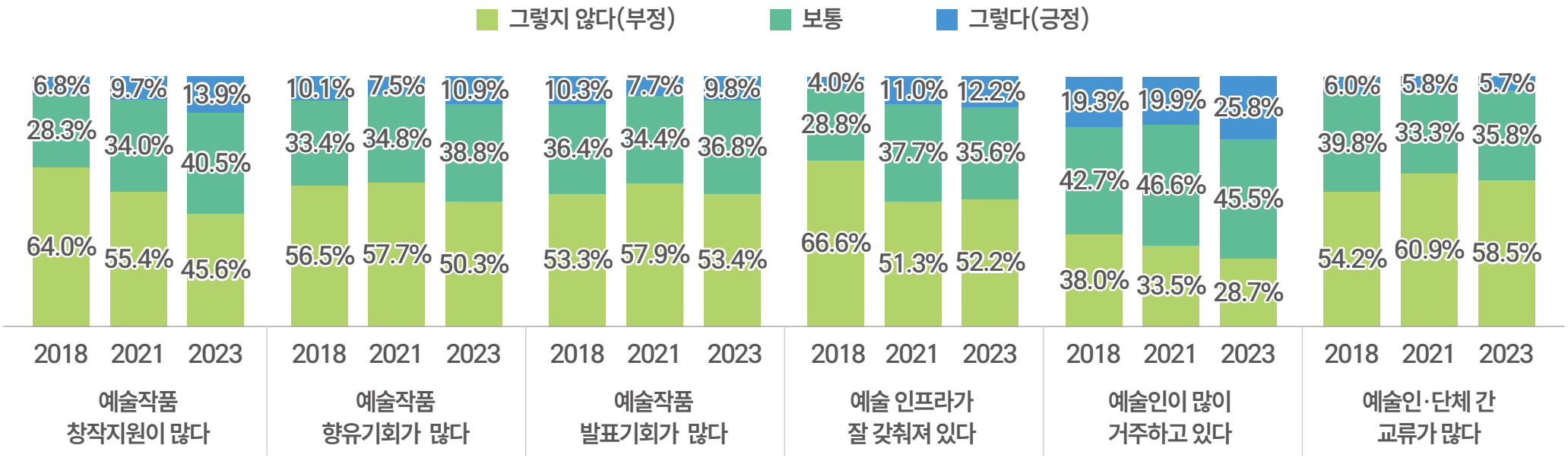
예술활동 전업 추이(왼쪽) / 예술활동 시 계약체결 추이(중간) / 성폭력 서건 발생 추이(오른쪽)



◆ 인천시 예술사업 및 지원에 대해 예술인들의 긍정 인식 상승

- 인천 예술인들은 인천지역의 '창작지원', '향유 기회', '발표 기회', '예술 인프라', '예술인 거주', '예술인 단체 간 교류' 여건에 대해 보통 이상 긍정 인식이 50% 내에 머물고 있음
- 그러나 2018년 이후 매 조사에서 긍정적인 인식이 확대되고 있는 점은 고무적이며, 상대적으로 긍정성 정도가 '낮은 예술발표 기회', '예술인·단체 간 교류'에 주목할 필요가 있음

인천시 예술사업 및 지원에 대한 인천 예술인의 인식 변화 추이

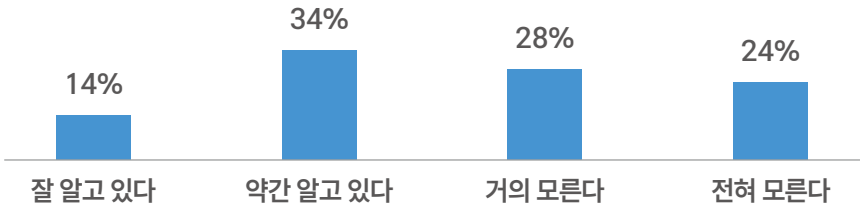
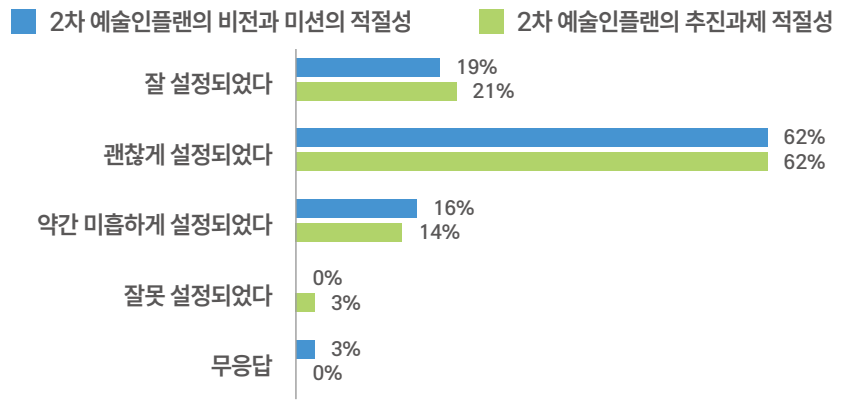


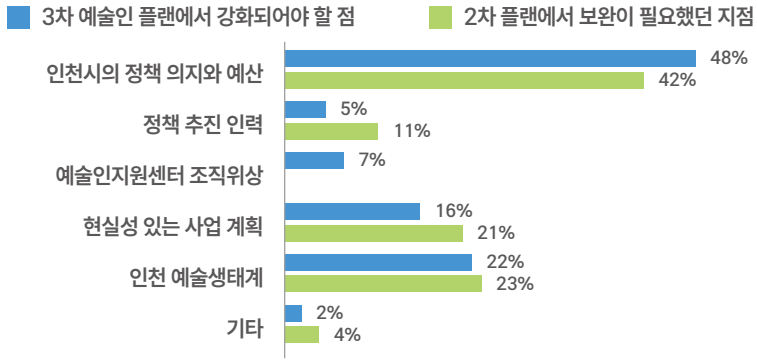
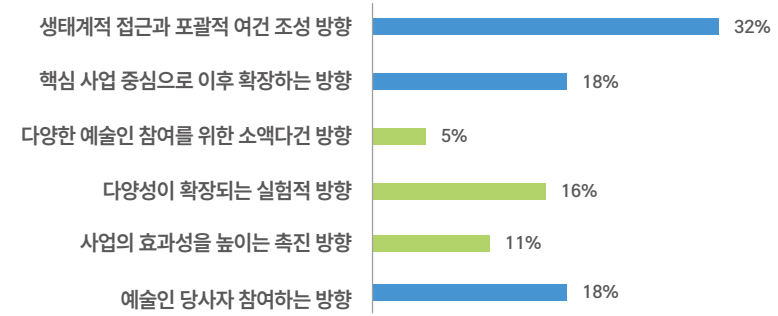
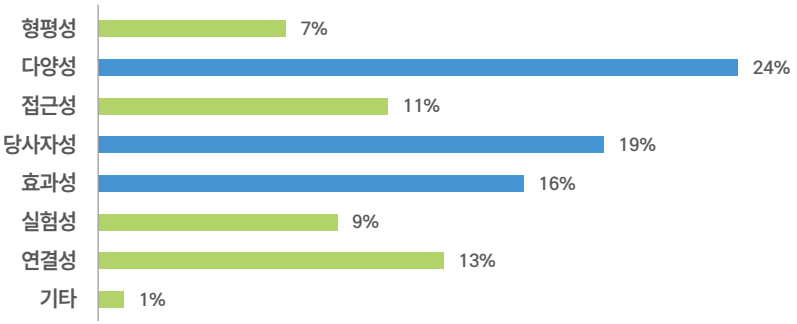
3 제3차 인천 예술인 플랜의 주요 내용

◆ 다양한 의견 수렴을 통한 제3차 인천 예술인 플랜 방향 정립

• 2025년부터 시행될 제3차 예술인 플랜의 방향 수립을 위해 16명을 대상으로 인터뷰,58명의 인천 예술인 플랜 관계자를 대상으로 델파이 조사 등을 실시하여 제3차 예술인 플랜의 기초를 마련함

제3차 예술인 플랜의 방향 정립을 위한 기초 정리

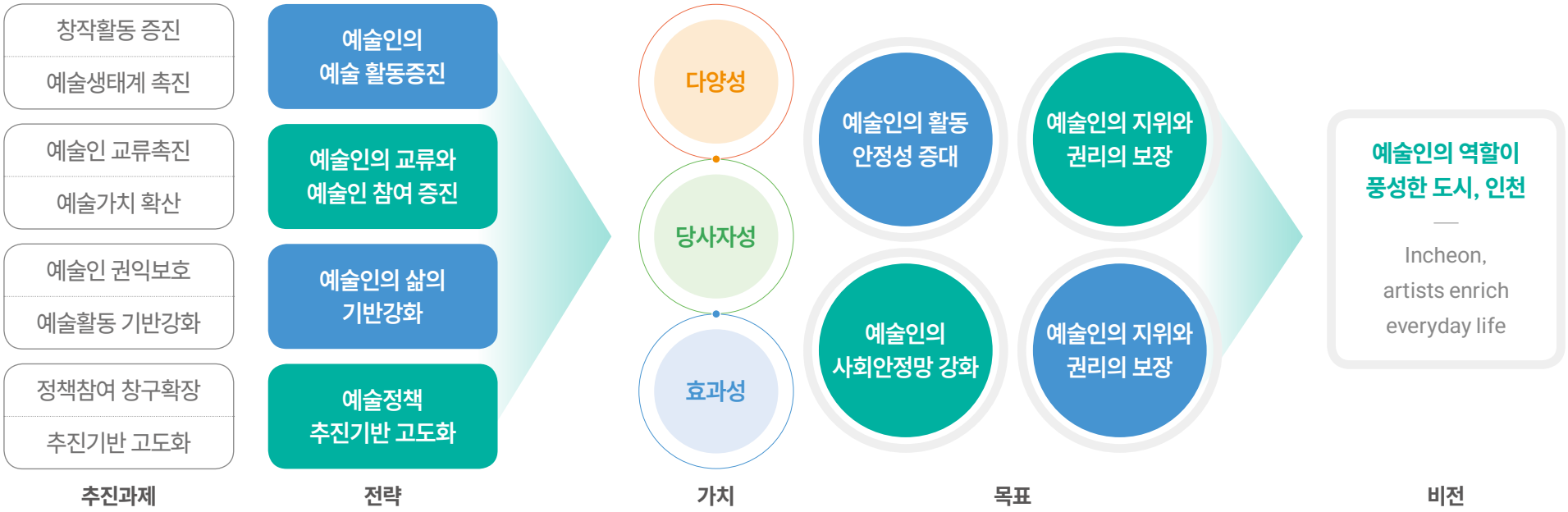
구 분	조사 결과	방향도출
예술인은 예술인 플랜을 인지하는가?		- 델파이 조사에서 전체 응답자의 48%만 잘 알고 있거나 약간 알고 있음 - 제3차 예술인 플랜은 보다 많은 예술인들과 공유하는 과정 혹은 장을 마련할 필요가 있음
제2차 예술인 플랜에 대해 어떻게 생각하는가?		- 델파이 조사는 제2차 예술인 플랜의 비전체계와 추진과제를 제시 후 설문함 - 제2차 예술인 플랜의 적절성에 관해 80% 이상이 잘 혹은 괜찮게 설정되었다고 응답함 - 이에 제2차 예술인 플랜의 기조를 유지하는 방향으로 수립할 필요가 있음

구 분	조사 결과	방향도출
제2차 인천 예술인 플랜의 보완점과 제3차 인천 예술인 플랜의 강화지점은 무엇인가?		- 델파이 조사에서 제2차 예술인 플랜의 보완 지점과 제3차 예술인 플랜의 강화 지점이 유사하게 나타남 - 따라서, 제3차 예술인 플랜은 '인천시의 정책의지와 예산'이 기반이 되어 '인천 예술생태계를 구축'할 수 있는 '현실성 있는 사업 계획'이 요구됨
제3차 예술인 플랜의 방향은 무엇이 되어야 하는가?		- 위의 내용과 연결하여 제3차 예술인 플랜의 방향과 관련된 의견은 거의 유사하게 나타남 - '생태계적 접근과 포괄적 여건 조성 방향' 속에 '핵심사업 중심으로 확장하는 방향'과 '예술인 당사자가 참여하는 방향'이 요구되고 있음
제3차 인천 예술인 플랜에서 가장 중요한 가치		- 제3차 예술인 플랜의 가치에 대해 위의 내용과 유사성을 보임 - 제3차 예술인 플랜의 핵심 가치는 '다양성', '당사자성', '효과성'을 중심에 두고 수립되어야 함

◆ 제3차 인천 예술인 플랜의 비전 “예술인의 역할이 풍성한 도시, 인천”

- 예술인 실태조사의 분석과 다양한 의견수렴 결과, 제3차 예술인 플랜은 제2차 예술인 플랜의 기조를 유지하면서 인천 예술생태계를 강화할 수 있는 현실적인 사업을 구축하되, 당사자 예술인의 참여를 촉진하는 방향으로 구성될 필요가 있음
- 제3차 인천 예술인 플랜의 비전은 도출된 수립 방향을 따르면서 제2차 인천 예술인 플랜의 비전인 “예술인이 존중받고 성장하는 도시, 인천”의 기조를 유지하여 “예술인의 역할이 풍성한 도시, 인천”으로 설정함
- 또한, ‘예술생태계 기반’, ‘확산하고 성장하는 희망’, ‘예술인의 참여와 사회적 역할’ 등의 메시지를 담아 4개의 목표와 3대 가치, 4대 전략, 8대 추진과제로 비전체계를 구성함

제3차 인천 예술인 플랜 비전 체계(2025~2027)



◆ 제3차 예술인 플랜은 현실성과 미래방향을 고려한 사업 계획수립

- 제3차 인천 예술인 플랜의 사업은 4대 전략과 8대 추진과제를 선순환되도록 각각의 개념을 정리하여 20개 사업으로 구별함
- 각 사업은 매년 사업을 개선하면서 효과성을 높여야 하지만, 사업의 구조와 범주를 일정하게 유지하는 선에서 실행해야 하며, 일정한 사업 형식을 통해 예술인의 사업 접근성을 높이고, 정확한 평가와 환류의 기반을 이루어야 함

제3차 인천 예술인 플랜 사업 구성

대구분	중구분	소구분	내용	설명
전략1	- 예술인의 예술활동 증진			
	추진과제1	- 창작활동증진		
		세부사업 1	- 예술창작지원	일반예술지원 및 특정 예술생애지원 사업
		세부사업 2	- 예술공간지원	예술연습공간 및 창작공간 지원사업
		세부사업 3	- 장애예술 다각화	장애예술인의 창작, 발표 및 교육지원사업
	추진과제2	- 예술생태계 촉진		
		세부사업 4	- 새예술 아카데미	예술인의 사회적 역할 확대를 위한 연구, 교육지원
		세부사업 5	- 예술창작 플랫폼 강화	공간 및 거리를 중심으로 한 연계망 지원사업
		세부사업 6	- 미술활성화 기획지원	미술은행 및 아카이브, 미술시장 활성화지원사업

대구분	중구분	소구분	내용	설명
전략2	- 예술인의 교류와 사회참여 증진			
	추진과제3	- 예술인 교류 촉진		
		세부사업 7	- 예술인 네트워킹 지원	인천 예술인 네트워크 강화사업
		세부사업 8	- 문화예술 축제 지원	예술축제 활성화를 위한 지원 및 브랜딩 사업
		세부사업 9	- 예술인 국내·외 창작교류 지원	레지던시 및 예술인 캠프로 교류확대 사업
	추진과제4	- 예술가치확산		
		세부사업 10	- 예술가치 캠페인	예술가치 확산을 위한 대시민 캠페인 사업
		세부사업 11	- 예술실험 지원	새로운 예술실험을 지원하는 사업
		세부사업 12	- 인천형 예술인파견 지원	인천형 예술인 일자리 확대 사업
전략3	- 예술인의 삶의 기반강화			
	추진과제5	- 예술인 권익보호		
		세부사업 13	- 예술인 건강지원	예술인 종합검진 및 심리상담 지원사업
		세부사업 14	- 예술인 권익보호	예술인 법률상담 및 권익보호, 성폭력 예방대응사업
	추진과제6	- 예술활동 기반강화		
		세부사업 15	- 예술인 활동이음 지원	예술인이음카드 및 DB구축사업
		세부사업 16	- 예술인 생활안정 지원	예술인 임대주택, 융자 등 생활안정지원사업

대구분	중구분	소구분	내용	설명
전략4	- 예술정책 추진기반 고도화			
	추진과제7	- 정책참여 창구확장		
		세부사업 17	- 예술인 참여 확대	예술이이 참여하는 모니터링 운영사업
		세부사업 18	- 인천시 예술인정책위원회 구성 및 운영	예술인 정책창구로서 예술인정책위원회 운영사업
	추진과제8	- 추진기반 고도화		
		세부사업 19	- 인천예술인지원센터 역할 강화	예술인지원센터 역량강화 및 정책 개발 사업
		세부사업 20	- 기초-광역 예술인정책 네트워크 구축	광역-기초 간 네트워크 구축사업

4 글로벌 문화·예술도시 인천을 위한 제언

◆ 예술인 플랜의 확장을 통한 도시 가치 제고

- 현대사회에서는 문화의 힘과 예술의 역할이 지속해서 확장됐으며, 이는 우리나라뿐 아니라 세계적인 추세로 읽힘
- 1980년대 이후 유럽을 중심으로 문화·예술을 통해 사회문제나 도시문제를 해결하려는 노력이 활발하게 전개되어, 유럽문화수도, 아메리카 문화수도, 아랍문화수도 등이 확산됨
- 한국에서도 2010년대 이후 문화특화지구, 문화적 도시재생, 문화도시 등으로 확산하였으며, 이제 도시의 문화·예술적 가치를 높이려는 노력은 보편적 정책으로 자리 잡음

- 또한, 장기적으로 ① 과학·기술의 발전과 인구변동 ② 사회적 다양성 확대와 갈등관리 이슈 확대 ③ 글로벌 시티로서의 인천시의 도시 브랜드를 고려할 때 문화·예술의 중요성은 더욱 강조될 필요가 있음
- 특히, 부산을 제치고 우리나라의 제2 도시를 눈앞에 두고 있는 인천시는 연결도시이자 글로벌 문화 메신저로서의 역할 수행을 통해 도시의 다양성과 창조성을 높일 필요가 있음
- 따라서 제3차 인천 예술인 플랜은 글로벌 시티로 발돋움하는 미래 인천의 창조적 동력과 매력을 발산하는 구체적인 기반과 동력을 끌어내는 방향으로 구축되어야 하여, 이는 가칭 '인천 ART PLAN 10'과 같은 장기 플랜으로 확장되어야 함

인천 예술인 플랜의 장기적 방향

2025 ~ 2027 제3차 인천 예술인 플랜 → **2028 ~ 2032** 제4차 인천 예술인 플랜 → **2033 ~ 2037** 제5차 인천 예술인 플랜 → **다양성이 숨쉬는 창조도시 인천**

인천 예술 생태계 구축과 예술창작활동 활성화

- 예술인의 안정적 창작활동 조성
- 예술거점 공간/네트워크 구축
- 예술생산의 선순화구조 구축
- 내·외부 예술적 발신 실험

국내 예술창조 거점으로 도시 브랜딩화

- 인천 예술인 활동 재활성화
- 국내 예술인 교류도시 자원축적
- 새로운 예술실험으로 특성화
- 창의인력이 이주지로 각광

아시아 예술창조도시로 도시 가치 확장

- 인천 예술인의 이동성 강화
- 해외 예술인 교류도시 자원축적
- 새로운 예술의 발신지로 부상
- 다국적 예술활동 시티로 브랜딩

◆ 예술인 플랜의 효과성 제고를 위한 인천시의 노력 필요

- 예술인 플랜의 효과성을 높이기 위해서는 정책 의지와 재원 마련 그리고 추진체계의 합리성이 중요함
  이는 정책에 대한 신뢰감을 형성하며, 예술활동의 안정성을 가져오게 됨
- 또한, 예술인 플랜의 당사자로서 예술인의 정책 참여는 예술인 스스로 사회적 역할을 구성하는데 중요한 기반이 됨
- 문화적 접근과 예술의 사회적 역할 확장을 위해 '문화 거버넌스'는 유럽에서 보편화 된 방식으로
  우리나라에서도 다양한 지자체에서 실험하고 있다는 점은 주목할 부분임

예술인 플랜의 효과성을 높이기 위한 방안

구분	내용	방향
정책의지	- 인천시의 도시적 차원의 도시 브랜드 구축과 생태계 생성을 위한 결단 필요 - 인천시 내 기업체와 연계 방안 모색 필요	- 인천시의 도시적 차원의 도시 브랜드 구축과 생태계 생성을 위한 결단 필요 - 인천시 내 기업체와 연계 방안 모색 필요
재원마련	- 예술지원은 지원결과의 가시적 확인이 어려움 - 지원의 결과가 도시 가치에 영향을 미치기 위해서는 실질적 재원 마련이 필수	- 장기적 플랜에서 예술지원 체계성으로 안정적 재원 구조 구축 필요 - 시민 캠페인으로 사회적 공감 필요
추진체계	- 인천문화재단의 업무 체계의 합리화 필요 - 기존 관행을 극복한 전략적 지원으로 체계화 필요	- 행정을 넘어 기획으로의 업무방식 전문화 필요 - 지원구조에서 설계 구조로 전환 필요
지속가능성	- 법정 계획임에도 법적 위상과 지위가 모호한 경향 - 정치적 변동기에는 계획 추진의 불확실성 증대	- 법정계획의 지속가능한 추진을 위한 제도적 기반 필요 - 조례상 수립된 계획의 변동에 대해 위원회의 심의 의결 조항 마련
예술인 참여	- 예술인 플랜에 대한 설명, 홍보 강화 - 예술인정책 설계, 평가 등에 참여기회 제공	- 예술인의 알 권리 보장 - 예측가능한 정책으로 신뢰자본 형성 필요

◆ 예술인의 자각과 성장을 통한 공공적 가치의 생성

- 제3차 인천 예술인 플랜에서 예술인의 '당사자성'을 핵심 가치의 하나로 설정하고, 예술인의 사회적 역할 확장을 중요한 과제로 다루고 있음
- 이는 정책 측면에서 설계되는 내용이지만, 예술인 스스로 예술의 가치를 높이고, 사회적 역할을 확장하고자 하는 노력이 필요함
- 예술인 스스로 예술의 공공적 가치에 대한 인식을 확장하고, 공적 지원제도의 책무감에 관한 이해를 높일 필요가 있으며, 이에 따른 예술인의 사회적 역할 확장 과정이 필요함
- 예술과 예술인에 관한 담론은 매우 섬세한 논쟁지점을 가지고 있기에, 제3차 인천 예술인 플랜이 예술과 예술인에 관한 인식 전환의 장이자, 예술인을 포함한 다양한 예술주체(정책, 행정 포함)간의 논의를 확장하는 기회가 되기를 기대함

예술의 가치와 역할에 관한 논의 흐름

구분	기존의 인식	인식의 전환 방향
예술지원의 의미	**가치재(merit goods)로 인식** 인간의 욕구를 충족시켜주고 삶의 질을 높여주는 재화로서 정부가 보조금을 지급해서라도 소비를 늘리도록 유도하는 재화에 해당	**공공재(Public Goods)로 전환** 사회 전체의 행복과 밀접한 관련이 있으며, 개인의 비용 부담 없이도 누구나 혜택을 누릴 수 있는 재화에 해당 - 2022년 유네스코 세계문화정책회의에서는 문화예술을 공공가치(Public Value)로 선언(MONDIACULT 2022)
예술인의 역할	- 예술인은 예술창작 활동 그 자체로 새로운 가치를 창조하는 존재	- 예술인은 인류 혹은 사회적 이슈에 예술적 행위를 통해 새로운 가치를 창조하는 존재

Ⅱ 지역문화 창업 정책 방향 연구

- 국내외 지역문화 창업 정책 현황 및 방향성을 중심으로 -

김소연
한국문화관광연구원 부연구위원

1 지역문화 창업 정책의 필요성

◆ 인구감소 위기 극복을 위한 지역경제활성화 정책 중요성

- 정부는 인구구조의 변화와 위기를 극복하기 위한 지역경제활성화 대응책으로, 인구감소지역 대응 특별법을 시행하고, 지방소멸대응기금을 마련하는 등 정책 지원 노력을 기울이고 있음
  - 정부의 지역경제활성화 목표와 의지는 지역활성화 투자 펀드 운영 계획, 스타트업 코리아 종합대책 등의 발표로 구체화되었음
- 지역문화 창업 정책은 국내 특유의 사회현상이라고도 볼 수 있는 비수도권 중심의 급격한 인구감소 문제를 극복할만한 정책으로 그 중요성이 높음
  - 비수도권 중심의 인구감소를 견인하는 일자리 부족 문제를 해결하고, 장기적으로 지역경제 활력을 지속시킬 것을 목표로 한다는 점이 특히 부합함

◆ 기술 창업과 차별화된 지역문화 창업 정책의 가치

- 창업 정책은 역사적으로나 전세계적으로, 기술 및 신산업 분야를 중심으로 발전해 왔음
  - 한국은 주요 시장과 사업체, 인재들이 모두 수도권으로 집중돼 있다는 점 때문에, 수도권 선호 현상이 합리적인 선택으로 이해될 수 있었음
  - 그러나 이러한 방향의 국내 창업 정책 활성화가 오히려 지역 청년 유출을 막거나, 비수도권 지역에서도 일과 삶을 정주할 수 있는 방향이 아니라, 오히려 인구를 수도권으로 흡수하고 더욱 집중하게 한 측면도 있었음
- 국내 특수성을 고려할 때, 정보통신(IT)이나 기술·신산업 위주의 창업 지원도 물론 중요하지만, 지역의 다양한 문화자원을 활용하여 글로벌 창업 성공 사례를 만들 수 있도록 지원하는 것도 효과가 클 수 있음

◆ 삶의 질과 지역문화에 대한 사회적 관심 확산

- 지역문화 창업 정책 필요성을 견인하는 우리 사회의 근본적인 변화로는 삶의 질에 대한 사회적 관심, 지역문화 창업에 대한 긍정 인식이 상승 추세에 있다는 점 등이 있음
- 동시에 지역문화 창업으로 글로벌 성장을 할 수 있다는 기대 요인으로는 라이프스타일 비즈니스(생활문화 산업)의 부상, 글로벌 기업들의 ESG, DEI(DE&I) 트렌드와 같은 지속가능하고 조화를 중시하는 동반 성장 트렌드가 있음

지역경제활성화를 위한 지역문화 창업 정책 연구의 방향성

인구감소 가속화	지역경제 활성화	제도적 노력	문제해결 방향	문화분야
∘ 저출산 고령화 가속 ∘ 해외인구 유입 필요성 증대 ∘ 국내인구 경제활동 생산성 증대 필요	∘ 인구감소로 비수도권 지역의 사회, 경제적 타격에 대비한 극복방안 마련 필요성 증대	∘ 인구감소지역 특별법 ∘ 지방소멸대응기금 ∘ 지역활성화투자펀드 ∘ 스타트업 코리아 등 정책(사업) 증가세	∘ 지역 일자리 창출 ∘ 일자리와 주거의 지속 동반 상승 효과 제고 ∘ 전통적인 일자리 개발 방식과 다른 접근법 필요 ∘ 사회의 질과 삶의 질 제고	∘ 기술창업 중심의 정책과 결이 다른 특성 발휘 ∘ 범주화가 어려운 융합성을 강점으로 활용 ∘ 지역문화 정책지원책 정비 필요

2 국내외 지역문화 창업 정책 현황

◆ 국내 지역문화 정책 및 사업 현황

- 2022년 발표된 새 정부 120대 국정 과제의 6대 국정 목표 가운데 하나가 '대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대'임
- 문화체육관광부는 2023년 3월, 지역문화 정책 중점 추진 과제로 '지역발전을 이끄는 창의적인 문화 인력 양성과 일자리 창출'을 정책 추진 전략 목표로 발표하였음
  - 문화체육관광부가 발표한 '문화로 여는 지방시대, 지역문화 정책 추진 전략' 가운데, 문화 분야에서 지역 기반 창업과 관련된 내용은 문화 향유 및 생산 측면을 두루 관통함
  - 지역문화 정책 분야에서는 지역 고유의 매력과 문화적 자생력을 통한 지역 발전이 곧 국가 발전이라는 점이 강조됨
- 문화체육관광부에서는 창업과 관련된 사업들이 상당히 다양하게 운영되고 있는데, 이는 첫째, 창업 사업체 지원사업, 둘째, 분야별 전문인력 양성사업으로 크게 구분할 수 있음
  - 지역문화 정책 분야에서는 지역문화 전문인력 양성사업이 운영되어온 바 있음

문화체육관광부 창업 분야 주요 지원사업

창업 지원사업		전문인력 양성사업	
기관명	사업명(수)	기관명	사업명(수)
한국콘텐츠진흥원	콘텐츠 아이디어 융합 팩토리 등(5개 사업)	한국콘텐츠진흥원	지역특화콘텐츠 개발지원 등(31개 사업)
한국공예디자인 문화진흥원	전통문화 청년창업 육성지원(1개 사업)	한국공예디자인 문화진흥원	전통문화 전문인력양성 교육프로그램(1개 사업)
예술경영지원센터	예술기업 성장지원 등(2개 사업)	예술경영지원센터	예술경영아카데미 등(4개 사업)
한국관광공사	관광벤처사업 공모전 등(2개 사업)	한국문화예술위원회	차세대 예술인력육성 등(3개 사업)
국민체육진흥공단	스포츠 산업 창업지원 등(3개 사업)	지역문화진흥원	지역문화 전문인력 양성(1개 사업)
기타	문화콘텐츠, 문화기술(CT), 저작권 등 지원사업(3개)	한국문화정보원	문화 PD(1개 사업)
		한국관광공사	2023 미래형 관광인재 육성
	-	한국MICE협회	MICE 입문자 교육
		국민체육진흥공단	체육인재 육성(1개 사업)
총 17개 분야별 창업 지원사업		총 46개 분야별 전문인력 양성사업	

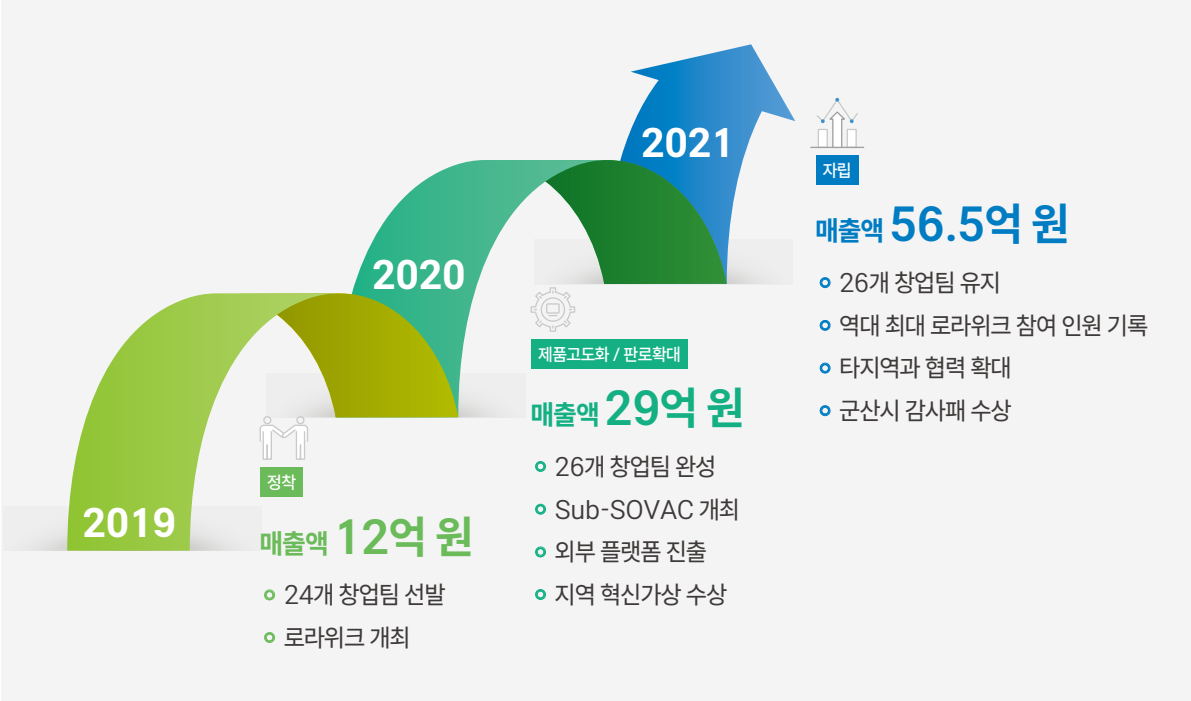
자료: 언더독스(2023), 2023 지역문화 전문인력 창업 지원 모델 방안 연구 최종보고회 발표자료 -재구성

◆ 타 부처 및 기관별 지역문화 창업 정책 현황

- 지역문화 창업 분야에서는 중소벤처기업부, 고용노동부, 행정안전부, 해양수산부, 여성가족부 등 다양한 중앙부처들뿐만 아니라, 지방자치단체에서도 다양한 사업들이 운영됨
- 기업의 창업 지원사업 내용도 다양화되고 있는 추세로, 다양한 방식의 협력이 시도되고 있음

◆ ESG 지역 창업 지원 사례: SK E&S 지역재생 프로젝트 '로컬라이즈(Local:Rise)'[1]

- SK E&S가 한때 자동차, 조선 산업도시였던 군산의 제조업 쇠퇴, 일자리 감소, 지역 소비 위축, 청년인구 유출 등 지역 경제가 위축되는 문제 해결을 돕기 위해, 창업 생태계를 지원
- 2019년 이후 프로젝트 진행 3년간 중도 탈락 팀 없이 27개 창업 팀 모두 생존
- 후속 사업으로, SK머티리얼즈 '영주 경제 속으로', SK넥실리스 '조인 정읍(Joy'n 정읍)'



1 SK E&S(2022), 지역(Local)을 재생(Rise)하다, '로컬라이즈 군산'의 도전 스토리https://media.skens.com/1405

◆ 주요 해외 국가 창업 정책 현황과 특징

- 본 연구에서는 지역문화 창업 정책 방향 제언에 도움이 될 만한 주요 국가로
  일본, 독일, 미국 3개 국가의 창업 정책 부상 배경과 특징을 검토하였음
  - 한국이 참고할만한 아시아 대표국가로서 일본, 유럽 대표국가로서 독일, 북미 대표국가로서 미국을 선정하였으며,
    이들 각 국가들 모두 창업 또는 지역문화 관련 창업 정책과 사업에 있어 괄목할만한 정책이나 사업을 선행한 바 있음
- 한국과 가장 유사한 사례는 일본으로, 일본의 지역문화 창업의 부상 배경 역시
  지역 인구감소와 청년인구 유출 문제를 해결하기 위한 정책의 필요성 때문이었음
  - 일본은 2014년 지방창생정책을 기점으로 인구감소와 지방소멸 문제에 대응하기 위한 방안으로 지역기반 창업을 본격적으로 추진하였음

일본 지역기반 창업을 가속화 한 지방창생정책의 주요 목표 및 내용

구분	내용
궁극적 목표	지방 활력 소생
주요 목표	① 지역에 기반한 안정적 **일자리**를 창출하는 것 ② 지방에 새로운 **인구 유입**을 유인하는 것 ③ **젊은 세대**에게 결혼, 출산, 양육의 희망을 주는 것 ④ 시대에 부응하는 지역을 만들고 안심하고 안전하게 생활할 수 있는 지역을 만들어, **지역 간 연계**를 구축하는 것

구체적 방안	내용
① 일자리	① 지역 **혁신**을 통한 지역기술과 자원의 **국제화**(local innovation) ② 지역 장점의 **브랜드화**(local branding) ③ 지역 일자리의 **고도화**(local service 생산성 향상) ④ 지방기업의 **경영체제** 개선과 **인재 확보** ⑤ 지역 전체의 **경영 능력의 향상** ⑥ **ICT 활용에 의한 지역 활성화** ⑦ **지역경제선순환 확대** ⑧ **종합적 지원체제의 강화**
② 인구유입	① **정부기관의 지방 이전** ② **기업의 지역 연계 강화** ③ 인구의 **지방이주 유인** ④ **지방대학 활성화**
③ 젊은 세대	① **지역 특성 존중** ② 젊은 층의 **경제적 안정 강화** ③ **출산 및 양육 직접 보조** ④ 지역 상황을 고려한 **일-가정 양립**(work-life balance)
④ 지역 연계	① **마을만들기 사업** 적극 추진 ② **지역 공동체 간 협력 촉진**: 공공시설 공동관리, 정책 간 연계 추진

출처: 內閣府(김순은, 2016; 2017에서 재인용)

- 독일은 사회적 시장 경제에 대한 오랜 역사적 전통에 기반하여,
  중소기업을 지역에서 글로벌 기업으로 바로 성장시키도록 하는 데 많은 정책 노하우를 쌓아왔으며,
  무엇보다 민관학(산학연) 협력 네트워크를 잘 구축하여 기업이 글로벌 시장에 진출해 성장할 때까지
  민관학이 끊임없이 상호보완 및 협력을 통해 밀착지원하는 특징이 있음
- 미국은 '스타트업 아메리카 이니셔티브'라는 창업 정책을 필두로 일관성 있게 창업 생태계를 지원하는 대표적인 국가로,
  독일과 흡사하게 정책의 대부분이 기술창업 중심의 내용으로 이루어짐
  - 지역문화 분야와 가장 흡사한 문화예술이나 문화산업 분야에서의 창업 정책 참여가 비교적 활발한 국가라는 점에서 참고할 만한 가치가 높음[2]
- 위 3개 국가 모두 공통적으로 창업에 대한 일반적인 사회적, 정책적 관심이 높다는 점에서 우리나라 지역문화 창업 정책 방향성을 수립하고,
  그 내용을 풍성하게 하는데 지속적인 연구와 참고가치가 높음
  - 우리나라 지역문화 창업 분야에서도 이러한 흐름을 참고하여, 우리 사회와 경제 상황에 조화로운 특화 정책 구축이 필요함

2 필라델피아 예술대학 '예술가와 선구자 양성(Artists & Instigators Practicum)' 프로그램 발족 등

3 지역문화 창업 정책 수립의 주요 쟁점과 방향성

◆ 주요 쟁점

• 첫째, 정책 대상 확대의 필요성

- 지역문화 분야에서의 기존 정책 주요 대상이 지역문화 전문인력 양성을 위한 주로 '기획자' 또는 '기획자 희망층'으로 한정되었던 것을 넘어, 정책 대상을 폭넓게 확충할 필요가 있음

- 전통적인 경제활동 희망 집단인 학생이나 실업 집단뿐만 아니라, 경제활동 욕구가 높은 경력 단절 여성, 재취업 희망 중고령층, 재직자 또는 외국인 집단 등을 포함함

- 또한 지역별 정책 지원 방식을 다양화해야 한다는 점도 확인함. 지역별로는 수도권 및 비수도권, 나아가 지역 규모나 지역 상황에 따른 맞춤형 지원 정책 개발의 필요성임

• 둘째, 차별성 있는 지역문화 창업 교육

- 지역문화 창업 정책의 교육은 이 분야의 특수성, 실무경험 등을 중시하여, 기술창업 등 일반 창업분야와 다른 차별성을 이해하도록 설계해야 할 필요성이 높으며, 교육과정에서부터 실무경험을 쌓고, 성장단계별로 고급 교육을 지향하도록 설계해야 한다는 점에 대한 의견도 많았음

• 셋째, 창업 네트워크 구축의 다각화, 파격화 추진

- 특히 지역문화 창업 분야는 교육기관 네트워크를 다각화하여, 다양한 기업, 재단, 대학 등 다양한 조직들간의 네트워크를 강화해야 시너지 효과를 더 높일 수 있을 것이라는 의견임

- 또한 지역문화 분야에서도 충분히 글로벌 성장이 가능하다는 동기부여를 제공할 수 있도록, 해외 네트워크 등 보다 파격적인 네트워크를 구축, 운영해야 할 필요성도 다수 제기

• 넷째, 지역문화 창업 분야에 특화된 투자 및 융자 제도 확충

- 국내 자영업 사업 생태계가 국가경제 수준에 비해 창업 진입 비중이 다소 높고, 이 때문에 창업 생태계의 생산성이 낮아지는 효과가 발생한다는 진단도 있는 상황이나, 지역문화의 자생력을 키우고 이를 문화자원으로서 활용한 사업체의 창업 사례에 있어서는 특화된 정책금융 제도 지원이 필요하다는 의견임

지역문화 창업 정책 방향 제안을 위한 주요 쟁점

구분	주요 내용
① 정책 대상	• 참여 대상(학생, 경력단절여성, 재취업 준비 집단(실업층, 중고령층), 재직자, 외국인)
	• 지역별 지원 방법(수도권 및 비수도권, 지역 규모별 지원 방법 등)
② 창업 교육과정	• 기술창업과 다른 지역문화 창업 성장의 특수성 이해도 제고
	• 교육과정에서부터 창업 실무 경험 강화(대학 네트워크 대폭 강화 등)
	• 성장단계별 교육 강화, 교육 고급화
③ 창업 네트워크 구축	• 교육기관·기업·재단 등 교육 네트워크 강화 및 다각화
	• 지역일수록 보다 파격적인 네트워크 구축(해외 네트워크 등)
④ 투자 및 융자 제도 지원	• 투자, 융자 관련 제도 확충

자료: 김소연 외(2023), 지역문화 창업 정책 방향 연구, 한국문화관광연구원

◆ 정책 방향성

- 정책 대상 확대: 지역 규모가 작을수록 창업에 어려움이 크므로, 더 파격적이고 특화된 지원이 필요함
- 교육 과정 강화: 창업 교육과정에서 실무 경험을 대폭 강화하고, 성장 단계별 맞춤형 교육 및 네트워크 다각화 필요
- 창업 특수성 고려: 지역문화 창업은 기술 창업보다 성장 속도가 느리며, 무형 자산의 축적과 활용이 중요하므로 이를 이해하는 지원 필요
- 전문 투자 시스템: 문화와 사회적 가치 창출을 이해하는 투자 시스템과 지역문화 창업에 특화된 펀드 조성이 필요함

지역문화 창업 정책 제언

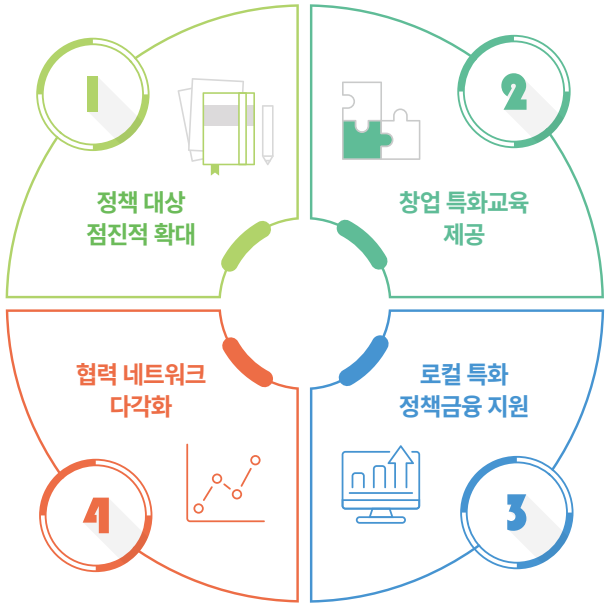
정책 수혜 연령대, 구성원 다양화

창업 최대 참여층이자 최대효과층인
청년층(대학생)뿐만 아니라 중장년, 고령층,
나아가 중등교육과정 이하로도 점진적 확대

고용취약계층(실업자, 경력단절여성, 이주외국인)
및 재직자 재교육층 포용확대

기업, 대학, 해외 등 네트워크 확장

다양한 성격의 주체, 기관들이
공통의 문제해결에 투입될 수 있도록
정책 네트워크 확대



교육 고도화

교육기관, 전문가 네트워크 확대
기술창업과 다른 특성을 이해하고,
이를 실질적으로 도와줄 수 있는 pool
중요(이론과 실무 결합형)

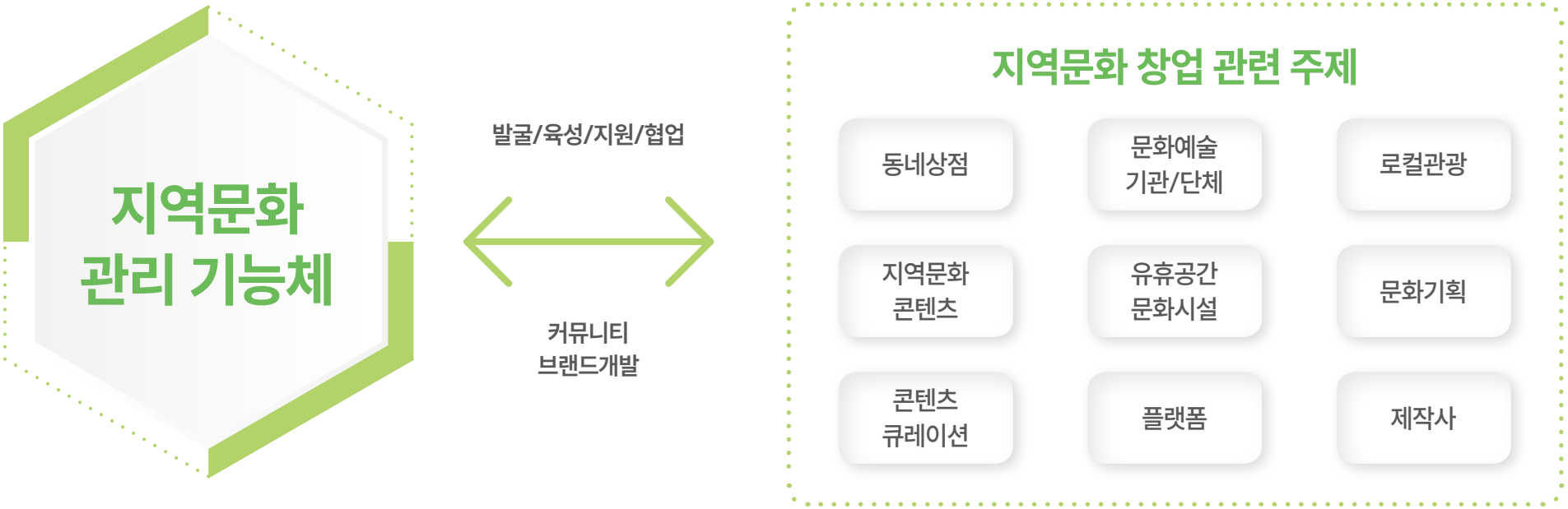
로컬 창업에 특화된 정책펀드 구축

일반, 기술창업과 다른 성격, 속도로 성장하는
문화분야 지역기반 창업의 특징과 성격에
맞춤형 정책금융, 전문투자 시스템 필요

비수도권 소규모 지역일수록 특화 지원내용 확충

- 통합 지원 모델: 기존 개별 창업 지원과 달리 창업 팀을 결성해 통합 지원하는 방식 제안

지역문화 창업 지원안



- 인구 감소 문제 대응: 지역 창업은 비수도권 인구 감소 문제 해결과 경제 활성화에 중요한 역할을 하며, 지속가능한 발전을 위한 정책 개발이 필요함
- 지역문화 창업 정책들은 지역의 경제 활성화와 지속가능한 사회를 고민한다는 점에서 향후 계속적 관심과 개발 필요

Ⅲ 아티스트 레지던시의 아트마켓 실험과 예술가의 경험[1]

- 신당창작아케이드 에스스토어(S-store) 사례를 중심으로 -

김민재

예술사회융합연구소(ASCRC) 소장/ 서울시립대 강사(사회학박사)

1 서론

- 아티스트 레지던시는 예술가를 위한 작업공간 제공과 예술 활동의 지원 기능을 수행했으며
  최근에는 다양한 활동이 레지던시 개념에 포함되는 추세(European Union, 2014)로,
  본 연구에서 살펴본 에스스토어(S-store) 역시 아티스트 레지던시가 운영하는 상설 마켓이라는 점에서 레지던시 역할 확장 사례로 볼 수 있음
- 에스스토어는 공예·디자인 분야 아티스트 레지던시인 신당창작아케이드가 직접 운영한 상설 아트마켓으로
  2021년 4월 ~ 2022년 12월까지 롯데백화점 강남점 4층에 상설매장으로 운영되었으며 아티스트 레지던시가
  예술가의 상품개발과 시장 경험을 돕는 목적으로 새로운 모델을 고안한 중요한 실험적 사례로 볼 수 있음

---

1 이 원고는 김민재·서우석, 2023. 「아티스트 레지던시의 아트마켓 실험과 예술가의 참여 경험: 신당창작아케이드 에스스토어(S-store) 사례를 중심으로」, 『예술경영연구』, 65, 5-40. 를 요약하여 작성하였음. 보다 상세한 내용은 연구 전문을 참고하기 바람.

- 공예는 르네상스 시기를 거쳐 18세기 중반 순수예술과 분리되어 인식되었으나(안재영, 2019)
  1950년대 말부터 순수예술과 통합되는 방향으로 변화함(Shiner, 2001/2005)
- 이 같은 공예세계에는 금전적 이익 극대화에 집중하는 장인과 스스로를 예술가로 정의하는 크리에이터가 구분되면서도
  공존함(Jourdain, 2018)
- 신당창작아케이드 참여 예술가는 전시 활동으로 작품을 알리며 스스로 공예 '작가'로 지칭하는 점에서 공예예술가에 가까움
- 본 연구에서는 공예의 예술성에 대한 이해를 바탕으로 아티스트 레지던시를 매개로
  한 상업시장 운영 실험에서 순수예술 경향이 강한 공예예술가를 어떻게 고려했는지 그리고 시장 경험이 예술가에게
  어떤 변화를 유도했는지 살펴봄
- 분석에는 부르디외(Pierre Bourdieu, 1992/1999)가 제시한 예술생산 장(field) 논의를 적용했음
  부르디외는 예술생산 장 논의에서 제한된 생산(순수생산) 장과 거대한 생산(상업적 생산)으로 구분
- 제한된 생산 장에서는 세속적인 것에 대한 거부로 상징자본 축적이 가능하나 경제적 자산 축적은 어려운 반면,
  거대한 생산 장에서는 상업적 가치를 추구해 경제적 자산 획득은 용이하나 상징자산 축적이 어렵다는 것이 특징임(Bourdieu, 1992/1999)
- 이상의 부르디외의 예술생산 장 논의는 공예예술에 혼재된 예술과 산업적 논리를 분석하고
  아티스트 레지던시 입주 예술가와 상업시장 간 연결이 어려운 이유를 설명하는데 유용
- 순수예술을 지향하며 제한된 생산의 장에 익숙한 공예예술가와 상업시장 간 연구가 드문 상황에서
  부르디외의 제한된 생산 장과 거대한 생산 장 논리가 혼재된 에스스토어 사례는 예술가와 상업시장의 연결, 예술생산과 유통 관계를
  이해하는데 중요한 의미가 있음

2 이론적 배경

◆ 아티스트 레지던시의 역할

- 아티스트 레지던시는 예술가에게 입주 공간, 활동비, 장비, 부속시설, 전문가 조언, 교류 기회를 제공해(Lehman, 2017) 예술가의 안정적 창작활동을 지원하는 기능을 함(Schnugg, 2019:4-5, 하명규·이규홍, 2020: Motalebi & Parvaneh, 2021)
- 최근 아티스트 레지던시 개념에 활동과 참여가 포함되는 추세로(European Union, 2014) 용어가 함축한 의미가 유동적이며 활동영역 또한 다각화되고 있음. 본 연구에는 이와 같은 레지던시 현재 역할 특성에 비추어 신당창작아케이드 에스스토어 사례를 검토함

◆ 예술생산 장과 예술가

- 부르디외가 개념화한 예술의 장(field)은 사회를 구성하는 제도와 조직 중 하나로(Alexander, 2003/2010) 장내 행위자의 투쟁과 실천을 통해 자율성을 가지며(부르디외, 1992/1999:177-181), 예술 장에서는 예술적 표현을 차별화해 보다 큰 자율성을 갖고자 함 (부르디외, 1992/1999: 187)
- 예술 장에 자율성이 확보될수록 장은 고유한 논리를 강조하며 개별 장르는 더욱 뚜렷하게 상징자본에 의해 구분되고, 상징적 신용은 상업적 성공과 경제적 이익획득과 점차 더 무관해짐(부르디외, 1992/1999: 160)
- 결과적으로 예술 장에서 자율적(autonomous) 영역은 “예술을 위한 예술”에 가치를 두며 “순수한 응시”에 기반한 순수예술을 추구함으로써 경제적 가치를 지향하지 않는 반면, 상업적 성공에 기반한 타율적(heteronomous) 영역은 관객 수요, 판매 실적 등 외부에 영향을 받고(Alexander, 2023/2010: 536-537) 경제적 이익을 추구

• 부르디외는 예술 장에서 발생하는 두 경제 논리에 대해 시장이 생산자에 제한되는 “제한된 생산(순수 생산)”과 대중적 기대를 충족하는 “거대한 생산(상업적 생산)”으로 설명하며 이를 예술생산 장의 하위 장으로 존재한다고 봄(부르디외, 1992/1999: 167, 225)

• 본 연구는 부르디외의 장 이론을 심층 적용해 분석하는 한편, 연구 분석에 유용한 문화생산 장과 예술생산 장에 대한 선행연구를 살펴봄

3 연구사례 및 분석방법

◆ 에스스토어

에스스토어(S-Store) 매장 모습

롯데백화점이 무상 제공한 인테리어로 구현된 매장의 모습

매장 입구에 부착되어 있는 취지 설명 팻말

에스컬레이터 바로 옆에 위치한 매장

출처: 연구자가 직접 촬영

• 본 연구 대상인 에스스토어 사례는 신당창작아케이드가 운영했던 상설 아트마켓으로 작품 판매를 통한 수익창출로 공예예술가의 자생력 강화 지원 목적으로 설립되어(서울문화재단, 2022b) 2021년 4월 ~ 2022년 12월까지 약 2년 간 운영됨

• 에스스토어 매장은 롯데백화점 강남점 4층에 33.2m² 규모로 조성되었으며 매장은 앞뒤가 모두 열린 형태로
에스컬레이터 옆에 위치시켜 고객이 빈번히 왕래하게끔 설계하였음. 매장 입구에는 '신당창작아케이드 예술가들이 만든 작품으로
상품 이상의 가치를 담고 있으며 판매액은 최소 수수료를 제외하고 전액 예술가에게 전달되어 창작활동을 지원한다'는
설명문을 부착해 에스스토어만의 차별점을 부각

◆ 연구방법

• 연구는 국내외 선행연구, 관련 자료, 언론기사, 온라인 채널 게시글 등 문헌분석을 수행했고
신당창작아케이드 현장관찰 및 에스스토어 매장 3회 방문으로 매장 특성, 현장 반응, 디스플레이 변경 등을 관찰함

• 이와 함께 에스스토어 운영관계자 2인, 입점 작가 4인, 아티스트 레지던시 입주 및 시장 경험이 있는
작가 2인, 미술계 관계자 2인 등을 대상으로 반-구조화된 면접(semi-structured interview) 방식의 심층 인터뷰 수행함

• 연구는 예술가의 시장경험이 일어난 에스스토어를 예술생산과 유통이 발생하는 공간으로 바라보고
부르디외의 예술생산 장이론을 논의 분석틀로 사용해 공예예술에 혼재된 예술과 산업적 논리를 설명하고
아티스트 레지던시 입주 예술가와 상업 시장 간 연결의 어려움을 질적으로 해석해 경험적 연구 가치를 확립하고자 함

구분	사례	연령	성별	장르	특성
에스스토어 참여작가	A	30대 후반	여성	도예	- 신당창작아케이드 전 입주작가 - 에스스토어 18개월 입점(21년 2~4분기, 22년 2~4분기)
	B	40대 초반	여성	도예	- 신당창작아케이드 현 입주작가 - 에스스토어 18개월 입점(21년 2~4분기, 22년 2~4분기)
	C	30대 후반	여성	옻칠공예	- 신당창작아케이드 현 입주작가 - 에스스토어 6개월 입점(22년 2분기, 4분기)
	D	30대 초반	남성	도예	- 신당창작아케이드 현 입주작가 - 에스스토어 3개월 입점(22년 4분기)
아티스트 레지던시 경험 작가	E	40대 초반	여성	회화	아티스트 레지던시 입주 경험 상업 갤러리, 옥션 판매 경험
	F	40대 초반	남성	회화	아티스트 레지던시 입주 경험
에스스토어 운영관계자	G	40대 중반	남성	-	신당창작아케이드 운영 관계자
	H	60대 중반	여성	-	S-STORE 매장 관리자
미술계 관계자	I	40대 후반	여성	-	서울문화재단 아티스트 레지던시 운영 관계자
	J	50대 중반	남성	-	현 미술관 관장, 전시 기획 경험 다수

4 분석 결과

◆ 순수예술과 상업예술의 결합 시도

- 신당창작아케이드는 작가 개인의 성향, 가치관, 전공에 따라 전시활동에 집중하며 순수예술을 지향하는 작가와 상품디자인을 추구하는 작가가 입주해 있음. 에스스토어를 기획, 준비하는 과정에 이들 모두 활발한 참여를 유발하고 순수예술과 상업예술 간 결합을 위해 노력
- 에스스토어 실행 과정에서 “작품 만드는 작가”를 지향하는 입주 예술가의 특성을 고려해 심사는 예술가 자신이 제시할 수 있는 상품 리스트와 실물을 제출하면 심사위원이 지원자 중 상대적으로 시장성, 작품성이 담보된 작품을 많이 보유한 작가를 선발함
- 최초 선발 시 ‘작품’ 기준이었으나 이후 ‘작가’로 선정단위 변경해 심사 당시 작가 제출 작품 리스트 외에도 입점을 희망하는 다른 상품 추가하게 함
- 분기별 약 70~80여 점의 상품이 입점했으며 심사 및 선발을 분기별로 두어 탈락되었다 하더라도 보완 후 재지원하면 선발 가능하게 함
- 미술공예품은 작가가 직접 수작업해 유통시키는 특성으로(김이연·김경훈, 2013) 대량생산이 힘들고 미판매시 재고상품과 적자는 작가가 부담하는 점을 고려하여 유통방식에서도 ‘선주문, 후제작’ 방식을 적용
- 매장에는 디스플레이용 작품 1점씩 입점하고 주문이 되면 작가가 주문 수량만큼 제작 납품케 했으며 상품의 가격도 작가가 작업 시간, 제작과정, 재료비 등을 고려해 제시한 가격 범위 내에서 직접 책정함
- 위와 같은 특수성에도 불구하고 작가는 전시 준비용 작품 작업 및 입점용 상품 작업 병행이 어렵다고 술회·신당창작아케이드 전현직 입주작가 다수가 레지던시 입주 이전 상품에 대한 고려 없이 전시 중심의 작업에 집중해 온 경우가 많음
- 본 연구 심층 인터뷰 대상 에스스토어 참여작가 A, B, C, D의 경력에도 이런 특징이 나타남
- 작가 A와 B는 약 10여 년간 40~50회 단체전과 약 5회 가량의 개인전, 페어, 수상 경력 등을 갖고 있었으며 작가 C와 D는 경력이 5년 내

로 길지 않으나 신당창작아케이드 입주 전까지 전시에 집중해 상품 경험이 없다는 점에서 A, B와 유사함

- 이러한 전시 위주 활동 경향은 공예 예술가에 제한된 생산 장에서 형성되는 평판이 작가 활동에서 중요한 역할을 하는 것과 밀접히 관련 있는 것으로(최영신·현은정, 2018) 이들의 활동 형태에서 제한된 생산 장 내 위치한 공예 에술가 면모가 확인됨(Jourdain, 2018)
- 에스스토어는 신당창작아케이드와 담당자의 매개자적 역할을 토대로 제한된 생산 장(순수 생산)의 방식(부르디외, 1992/1999:225)이 상당 부분 유지되는 모습이 관찰되었음
- 에스스토어를 경험하는 예술가들은 에스스토어가 상업영역에 위치함에도 제한된 생산 장의 하위분야로 기능하는(Reberts & Strandvad, 2022) 아티스트 레지던시를 경험해 관객의 수요와 같은 외부적 영향을 받는 상업영역의 타율적(hetronomous) 특성(Alexander, 2003/2010: 536-537)을 경험하지 않을 수 있었음
- 에스스토어에서는 순수예술과 상업예술 논리가 공존하며 아티스트 레지던시와 레지던시 운영 담당자의 매개자 활동으로 거대한 생산 장의 경제적 가치를 제한된 생산 장이 추구하는 상징자본으로 전환하고자 하는 시도가 발생한 것으로 해석됨

◆ 공예예술 상품화 전략

- 에스스토어는 예술가의 순수예술적 가치 추구와 백화점 유통시장의 특성을 함께 고려한 시도가 드러나는데 매장 특성과 매니저 활동에서 이 같은 성격이 나타남
- 매장 입구의 “예술가들이 만든 작품으로 상품 이상의 가치”를 강조하는 안내문은 소비자의 관심을 유도하기 위한 현대미술 요소를 매장 디스플레이에 적용한 사례이며(민경훈·윤재은, 2017), 예술가가 창작한 예술작품이라는 가치를 강조하는 명품 프랜드 전략을 연상시킴(Joy et al., 2014: 361)
- 에스스토어는 일반적 대량 생산품과 차이를 강조하고자 모든 입점 상품의 수작업 창작 영상과 매장 한편에 이달의 작가 전시 부스도 마련

- 이러한 토대에서 예술가는 에스스토어 입점 상품에 대해 '작품의 파생물', '또 다른 작품'으로 상징적 가치를 획득하고자 하며 에스스토어를 수익발생이 기대되는 투자수단(Bonus & Ronte, 1997)이 아닌 대중 대상의 새로운 전시 장소이자 판매 가능한 시장으로 인식
- 일부 참여 예술가는 입점 상품에 에디션 넘버를 부여해 작품과 같이 취급함으로써 순수예술 경향을 유지하며 거대한 생산 장에서 경제적 가치를 상징적으로 재구성하고 상징자본과 경제자본의 유연한 전환 시도(Jourdain, 2018)
- 매장 매니저의 활동은 다양한 자원과 전략 활용해 예술가의 상징자본 획득에 일조하는 매개자적 특징(Lizé, 2016)과 미술관 방문객에게 새로운 경험을 제공하는 큐레이터(Joy et al., 2014)와 유사한 특성이 나타남
- 매장 매니저는 '작가들이 만든 작품'으로 입점 상품을 소개해 에스스토어 고객에게 미적 경험 제공하고 예술가가 창작한 수공예품의 구입 및 감상 장소로 에스스토어를 인식(Joy et al., 2014)
- 매니저의 차별적 역할은 작가에게 조언을 제공했다는 점인데 매장 내 소비자 반응을 통해 소비자가 선호하는 상품 사이즈, 디자인, 컬러 등을 인식하고 이를 토대로 작가에게 구체적 의견을 제시했는데 이를 통해 수정한 작품 일부는 실제 판매 증가로 이어짐
- 이처럼 에스스토어 매장 구성 및 운영 방식에서 작가를 고려한 제한된 생산 장의 가치가 상당 부분 반영됨
- 그러나 에스스토어는 백화점에 위치하여 거대한 생산 장 논리로부터 자유로울 수 없음
- 에스스토어는 다른 매장과 동일하게 '고객 불만족 시 2주 내 환불교환 가능' 조건이 적용되었고 '지속적으로 발생하는 안정적 매출'을 고려해 신당창작아케이드에서는 주간, 월간 판매 동향을 파악해 입점 장르 비율 조정함
- 실제 에스스토어 매출은 2021년 9개월 운영 50,115천원이었으나 2022년에는 12개월 운영 38,251천원으로 감소되었는데 이는 빠른 변화주기가 요구되는 백화점 유통 특성이 반영된 결과로 해석됨
- 매장 운영과 매니저의 특수성은 제한된 생산 장을 거대한 생산 장에 적용하는 과정에 고려된 부분으로 참여 예술가와 소비자 모두에게 에스스토어가 일반적 거대한 생산 장과 다르며 제한된 생산 장의 상징자본이 거대한 생산장에서도 발현될 수 있다는 이상향을 제시

- 그러나 에스스토어 사례는 역설적으로 이 같은 이상향의 현실적 구현을 위해서는 거대한 생산 장이 추구하는 가치가 더 반영되어야 함을 보여줌
- 에스스토어 사례는 매출 달성이 목표가 아니라 작가의 지속적 성장을 돕기 위한 방안임에도 결국 거대한 생산 장에서 지속적, 안정적으로 살아남기 위해서는 대량생산 상품과 유통방식에 익숙한 소비자 구매를 유도하는 장치를 더 세밀하게 고려할 필요가 있음을 보여줌

◆ 예술가의 인식 변화

- 참여 작가 A, B, C, D와 심층 인터뷰를 통해 참여 예술가의 지향점이 공예예술의 바탕이 되는 일루지오를 근간으로 제한된 생산 장에서 선호되는 하비투스가 강화되는 방향으로 나타나는 것을 발견했지만 거대한 생산 장을 경험하고 이를 수용하는 과정은 예술가 개인의 경험과 환경적 상황에 따라 다르게 나타남(Lane, 2005)
- 에스스토어 참여 예술가는 공예품에 대한 시장의 관심(박소정·정진원, 2019)와 무관하게 거대한 생산 장에 참여하는 과정에서 오히려 제한된 생산 장에서 체화되어 온 인식이 강화되는 경향이 나타남
- 에스스토어 사례는 순수생산과 상업생산 장의 논리(부르디외, 1992/1999:225)를 넘어 새로운 집단적 하비투스가 형성될 가능성도 예상되었지만 실제로 제한된 생산 장에 내재된 신념이 예술가에 내면화되어 작품 생산과 유통에 영향을 미치고 있는 것으로 해석됨
- 에스스토어 경험은 표면적으로 예술 장의 행위자로서 예술가가 고정되지 않은 장의 유연한 구조를 넘나들며 과거와 달리 시장을 통한 경제적 수익 창출과 예술 작업을 통한 상징적 가치의 동시 획득 과정으로 보이나 실제로 동시 획득은 여전히 어려움
- 결론적으로 아티스트 레지던시를 통한 예술가 성장 제고와 예술가 지원 모델을 고려함에 있어 예술생산 장 논리와 그 행위자로서 예술가에 내면화된 신념을 충분히 숙지할 필요성이 제기됨

〈문화정책 동향〉 제1호

제3차 인천 예술인 플랜의 향후 과제와 자생적 예술생태계 조성 모색

발행인 김영덕(인천문화재단 대표이사)

기획 및 편집 노수연(인천문화재단 정책연구실장)
정민섭(인천문화재단 정책연구실 과장)

집필진 최혜자(문화디자인자리 대표)
김소연(한국문화관광연구원 부연구위원)
김민재(예술사회융합연구소 소장)

발행처 인천문화재단 정책연구실
22313 인천광역시 중구 제물량로 195(항동5가 13)
Tel. 032-455-7166 **Fax.** 032-772-7190
www.ifac.or.kr

발행일 2024년 10월

디자인 제작 아이드디자인

통권 1호