

특별연구

2022

# 기술환경 변화에 따른 문화예술 콘텐츠 구성 적응 전략 소고

A review of strategies for  
adapting the composition of  
cultural and artistic contents  
in accordance with changes  
in the technological  
environment

류정아



---

# 기술환경 변화에 따른 문화예술 콘텐츠 구성 적응 전략 소고

A review of strategies for adapting the composition of cultural and artistic contents in accordance with changes in the technological environment

---

류정아





## 연구책임

류 정 아 한국문화관광연구원 선임연구위원



# 목차

<b>제1장</b>	<b>문화예술 콘텐츠 구성 환경 변화 .....</b>	<b>1</b>
	제1절 연구개요: 연구의 목적과 필요성	3
	제2절 문화예술 환경 변화: 대면/비대면-On/OFF	5
	1. 문화예술 인프라가 당면한 딜레마	5
	2. 위기상황에의 대응전략 수립 필요성	7
<b>제2장</b>	<b>문화인프라의 스마트 융합플랫폼 리빌딩 .....</b>	<b>11</b>
	제1절 문화예술 기관의 융합플랫폼: 기능과 역할	13
	1. 온라인 콘텐츠 개발 역량 강화	13
	2. 문화예술 기관의 콘텐츠 활용 능력 강화	15
	제2절 융복합 플랫폼 강화 전략 방안	18
	1. 프로그램 및 콘텐츠 운영의 융합 효과 극대화	18
	2. 예술적 공감각 경험의 활용과 예술가들의 적극적 참여 기회 제공	22
<b>제3장</b>	<b>축제성과 예술성: 예술과 기술의 상호 전환 및 융합적 상상력 .....</b>	<b>27</b>
	제1절 예술성과 축제성의 콘텐츠 융합전략	29
	1. 문화표현 전략의 다각화	29
	2. 감성(感性, Emotional) 전략의 효과 극대화	31
	3. 소통(疏通, Communication) 전략의 최적화	32
	4. 심미(審美, Artistic) 전략의 고도화	34
	5. 유희(遊戱, Festive) 전략의 정예화	36
	제2절 예술·축제·기술 환경의 변화	39
	1. 예술과 기술의 관계	39
	2. 예술성과 축제성의 조화와 공감스토리	41

---

	3. 의례적 축제의 스펙터클화	43
	4. 종합스펙터클로서의 공연예술축제	47
	<b>제3절 아비뇽페스티벌의 축제성과 예술성</b>	<b>51</b>
	1. 축제적 가치 극대화	51
	2. 예술적 역량의 강화	57
	3. 기타 공연예술축제 사례	58
<b>제4장</b>	<b>결론</b> .....	<b>61</b>
<b>참고문헌</b>	.....	<b>63</b>
<b>Abstract</b>	.....	<b>65</b>

기술환경 변화에 따른 문화예술 콘텐츠 구성  
적응 전략 소고



## 제1장

# 문화예술 콘텐츠 구성 환경 변화



## 제1절 연구개요: 연구의 목적과 필요성

### ■ 박물관·미술관은 지식공유 방식의 변화와 융복합 콘텐츠 향유 기회의 양적/질적 확대에 직면

- 최근까지만 해도 기존의 방식으로 운영되던 박물관이나 미술관은, 예술학·미학 등의 고유한 전문 영역 기능을 그대로 가진 채로 스마트 융합 기반 운영이라는 새로운 임무를 부여받았음. 이것은 자연스러운 변화의 과정에 있었으나, 코로나 등의 영향으로 그 속도가 빠르게 진행되고 있음
- 박물관·미술관은 빠르게 다차원 문화예술 플랫폼의 기능을 갖춰야 할 것을 요구받고 있으며, 스마트융합 환경에서 개방적이며 적극적인 참여를 통해서 다양한 콘텐츠를 자연스럽게 공유하고자 노력하고 있는 중임

### ■ 고급문화 향유공간으로서의 박물관·미술관의 영역은 점차 일반 대중들의 공간으로 그 의미가 확장되고 있음

- 기존의 한정된 계층들의 계층적 위상을 즐기고 향유하며, 다른 한편으로는 고급문화적 취향을 드러내던 물리적 공간으로서의 박물관과 미술관의 활용 주체가 빠르게 국민 일반으로 확대되고 있으며, 이것은 광범위한 문화향유체계의 변화를 수반하지 않을 수 없게 하였음
- 스마트 융합 환경의 변화에 가능한 빠르게 적응하는 것이 문제가 아니라, 어떻게 적응해야 하는지 등의 고민을 해야 하며, 이러한 상황에서 박물관·미술관의 콘텐츠는 이제 콘텐츠 그 자체로서 의미를 갖기 힘들고 그것을 어떻게 서비스해야 하는지가 더 중요한 관건이 됨

### ■ 반 강제적 비대면 콘텐츠 구성이 필수적인 표현방법으로 등장하면서 기존의 문화예술 콘텐츠 표현 방식의 변화 상황에 적극 대응해야 할 필요성이 제기됨

- 이러한 상황에서 가장 큰 어려움을 겪고 있는 곳 중의 하나가 박물관·미술관과 같은 기본적인 물리적 공간 인프라를 전제로 하고 있는 곳과, 필연적으로 직접적 대면 접촉을 전제로 하고 있는 문화행사 및 이벤트 표현 활동임
- 박물관 미술관은 물리적인 공간에 직접 방문하여 문화예술 향유활동과 창조활동을 위한 아이디어를 얻는 곳으로 간주되었기 때문에, 코로나19 이전에 이미 온라인으로 제공되던 박물관 미술관의 콘텐츠는 관람객 만족도 평가에(온라인 홍보 등을 제외하면), 그다지 큰 영향을 미치지 못하였음

- 그 결과 당연히 이와 관련한 외부의 비판에 그다지 기민하게 고민하지 않았으나, 이제는 직접적인 방문, 즉 오프라인 방문만으로는 박물관 미술관이 존재하기 어려운 상황이 되었음
- 즉 필수적이라기보다는 보완적이었던 비대면 상황 관련 콘텐츠 관리 전략과 계획이 이제는 박물관과 미술관의 존폐를 결정짓는 중요한 요소가 되었으며, 코로나와 같은 외부적인 비대면 상황이 아니더라도 이 부분은 앞으로 더욱 중요한 기능을 할 수밖에 없게 되었음

■ **본 연구에서는 이러한 사회적 환경변화에 따른 박물관·미술관 및 문화예술 이벤트의 콘텐츠 구성 전략을 수립하는데 고려해야 하는 내용들을 정리하고자 하였음**

- 특히 환경변화에의 대응전략을 광범위한 의미의 융합플랫폼의 형식으로 대응하는 것이 가지는 기능과 역할 및 효과 그리고 그 플랫폼의 내용에 해당하는 콘텐츠 구성 전략에 대한 개괄적인 분석을 시도하였음
- 문화예술 환경변화에 따른 문화콘텐츠 기획 및 프로그램 구성 방향 설정에서의 시사점을 제공하고자 하였음
- 이 이외에도 박물관·미술관의 스마트 문화융복합 콘텐츠 활용의 효과 제고 및 활용방안을 제시하고, 예술과 기술의 결합으로 확산되는 콘텐츠 부가가치 극대화 효과를 검토하며, 공연예술축제 사례를 통해 예술성과 축제성의 융복합 결합 효과를 제시하고자 하였음



## 제2절 문화예술 환경 변화: 대면/비대면-On/OFF

### 1. 문화예술 인프라가 당면한 딜레마

- 박물관·미술관은 다양한 디지털 환경 또는 스마트융합 기술의 발전에 부응하여 다양한 관람객들의 수요를 반영하고자 부단히 노력하고 있는 중
  - 박물관·미술관은 예술교육의 대표 공간으로 활용되고 즐거운 예술교육의 장으로서 오감을 활용한 교육프로그램을 경쟁적으로 운영하였고, 최근에는 스마트 박물관을 표방하면서 전시나 교육 등의 프로그램 운영방식이 빠르게 개편되고 있는 상황임
  - 그러나 단순한 스마트 기술에 집착해서 박물관·미술관의 본연의 콘텐츠 가치가 기술을 따라가지 못하거나, 기술 자체가 빠른 변화에 대응하지 못한 채 기술과 내용의 지체 현상 또한 상당한 정도 나타나고 있는 것도 사실이고, 이러한 와중에 코로나19라는 위기 상황에 맞닥뜨리게 되면서 내부적인 운영방식의 문제가 드러나게 되었음
- 코로나로 인해 박물관·미술관 관련 환경은 종합적으로 위기상황을 경험함<sup>1)</sup>
  - ICOM이 수행한 최근 조사결과에 의하면, 2020년 4월을 기준으로, 코로나-19로 전 세계 박물관·미술관의 94.7%가 임시 폐쇄를 한 것으로 나타남
  - 이에 따라 디지털 기술을 활용한 커뮤니케이션 정도는 15% 증가하였고, 소셜미디어 활용은 50% 이상 증가함
- 고용관계에서 일자리 규모 축소 및 급여감소 현상 등의 문제가 나타나기 시작함<sup>2)</sup>
  - 특히 비정규직의 경우에 16.1%가 계약 미체결, 22.6%가 계약 연장이 안 되었고, 56.4%가 급여감소를 예측하였으며, 39.4%가 박물관 직원 수가 줄어들 것으로 생각하고 있는 것으로 나타남

1) ICOM, "Museum, museum professionals and Covid-19", *ICOM Report*, 2020. 본 리포트는 2020년 4월 7일부터 5월 7일까지 5개 대륙에 있는 107개국 나라의 박물관 관계자들을 대상으로 조사한 것으로 1600개의 응답표본을 분석한 것임.

2) Ibid.

- 박물관 미술관 프로그램은 82.6%가 감소할 것이며, 29.8%는 규모를 축소할 것이라 대답하였으며, 12.8%는 운영의 문제들로 인해 영구적으로 박물관이 폐쇄될 것을 예상함


#### ■ 웹사이트의 중요성이 급격히 증대되어 기존의 문화시설의 운영에서 난관에 봉착함

- 아이콴에서 실시한 웨비나(ICOM WEBINAR, 2020.04.10.)에서는 코로나 19에 대처하면서 주로 온라인으로 콘텐츠를 제공했을 때 유럽의 주요 박물관 웹사이트 방문율이 5배 증가하였다는 조사자료를 제시함<sup>3)</sup>
- 코로나로 인해 고통을 받기 이전부터 스마트 융합시대에 빠르게 직면한 미술관과 박물관의 운영과 사회적 기능에 대한 많은 논의가 이미 시작되었으나, 우리나라의 경우 사실 적극적인 대처를 하지 못하였음. 그러던 와중에 갑자기 들이닥친 코로나 비대면 환경은 미술관 담당자들에게는 참으로 당혹스러운 상황이 되지 않을 수 없었을 것으로 판단됨

〈실감기술 활용의 예〉

구 분	내 용	예 시
가상현실 (Virtual Reality)	HMD(Head Mounted Display) 등 기기를 사용해 현실 세계를 차단한 3차원의 가상세계를 구축, 실제와 같은 체험 제공	
증강현실 (Augment Reality)	투명 디스플레이, 카메라 등으로 실제 현실에 3차원 가상 이미지를 겹쳐 보이게 하는 기술	
혼합현실 (Mixed Reality)	현실과 가상을 결합하여, 실물과 가상정보가 공존하는 환경 조성, 가상현실(VR)의 몰입감과 증강현실(AR)의 현실소통 특징 융합	
고해상도 영상 (Full UHD)	8K UHD급(Ultra High Definition) 디지털 영상 촬영 기법 및 송출을 통해 콘텐츠의 실감을 극대화하는 기술	

3) 장화정, 「다변화 시대의 어린이를 위한 체험 전시 콘텐츠와 공간」, 〈제9회 국립민속박물관 어린이박물관 학술대회: 참여적 박물관으로서의 어린이박물관의 가치와 미래지향 전략〉, 국립민속박물관, 2020, pp.19-39 참조.

구 분	내 용	예 시
홀로그램 (Hologram)	투명 반사막에 영상을 투영시켜 실물과 연동되는 콘텐츠 영상을 보여주는 기술과 하드웨어	
인터랙티브 미디어 (Interactive Media)	사용자의 음성이나 동작에 반응하는 디지털 매체. 사용자 참여를 통해 매체가 반응하여 흥미 유발 및 몰입 효과 제공	
4DX	CJ가 2009년 세계 최초로 상용화한 4D 영화 상영시스템의 브랜드명. 모션체어와 특수 환경효과(바람, 향기 등)로 오감체험 영상 상영 방식	
미디어 파사드 (Media Facade)	'파사드(Facade)'와 '미디어'의 합성어로, 건물 외벽 등에 LED 조명을 설치, 미디어 기능을 구현	
프로젝션 맵핑 (Projection Mapping)	대상물의 표면에 빛으로 이루어진 영상을 투사하여 변화를 줌으로써, 현실에 존재하는 대상이 다른 성격을 가진 것처럼 보이도록 함	

출처: 「2022년 국립박물관·미술관 실감콘텐츠 제작 및 체험존 조성지원 사업」 보조사업 공모 및 사업제안서 작성 지침, 문화체육관광부, 2021.12, p. 14~15

## 2. 위기상황에의 대응전략 수립 필요성

### ■ 스마트 융합시대에 문화예술시설이 갑자기 직면하게 된 위기 상황에서의 대응전략 제시 필요

- 기존 박물관·미술관의 대응 전략 구사 능력과 실천적인 노력이 팬데믹 상황을 극복하면서 새로운 차원의 미술관 환경 조성 및 기능 활성화에 기여할 수 있음을 강조하고자 함
- 현재 박물관·미술관은 단순히 작품이나 문화유산들의 전시공간으로서만이 아니라 방문자들의 문화예술의 경험 기회를 확대할 수 있는 복합문화공간으로서의 기능을 수행할 것을 요구받고 있음
- 따라서 문화시설의 기획자나 매개자 또는 관람자 모두 다양한 지식과 정보를 공유하고, 새롭게 창조해내는 문화예술플랫폼의 공동참여자가 되지 않는다면, 문화시설의 의미나 가치가 높아지기 어려운 상황이 되었음

### ■ 스마트융합 환경에서 드러난 전통적 큐레이션 방식의 위기상황에 대한 정확한 인식 필요

- 코로나19의 팬데믹 현상이 몰아치기 이전부터 이미 미술관은 스마트 융합 환경에 적응해야 하는 상황에서 수많은 한계점을 노출하였고, 기존의 전시기획 인력이 새로운 스마트 융합 환경에서 역량을 발휘하는데 한계를 가짐
- 기존의 박물관·미술관 인력들은 관람객과의 현장적 대면관계 속에서 실물 전시물을 중심으로 프로그램을 운영해 왔으며, 그러한 기획전략은 '전문성'에 기반한 것으로 이에 대한 자부심도 높았음
- 그러나 점차 박물관·미술관 운영이 생산자 입장이 아니라 소비자 입장에서, 코로나 이후 수요가 급증한 온라인 방식으로 기획되어야 하는 상황에 진입하게 되면서 기획자의 절대적인 역량보다 더 먼저 요구되는 것이 온-오프라인 접속 관객의 입장이 되었음
- 따라서 기존의 개별적 큐레이션 역량만으로는 관람객들의 다양한 수요와 빠르게 변화하는 기술력을 감당할 수 없게 됨

### ■ 박물관·미술관의 디지털 기술 수용도 점검 필요

- 기존 문화시설 인력들은 디지털 환경을 적극 수용하는 데 소극적이며, 여러 프로그램 중 하나의 프로그램으로만 기술을 취급했을 뿐 그 중요성은 상대적으로 부차적인 것으로 간주하기도 하였음
- 2016년에 미술관의 디지털 기술 수용도를 조사한 자료에 의하면<sup>4)</sup>, 박물관·미술관의 디지털 기술 적용 환경이 그다지 녹록치 않음을 알 수 있음. 국공립기관과 시도 광역시의 대표적인 기관 중 46개 기관(중복응답)은 "디지털 기술 적용 및 스마트 환경 조성 한계 요인" 관련 질문에 디지털 기술을 적용하기 위한 인력이 부족하다는 대답이 40곳, 예산부족 38곳, 새로운 기술에 대한 정보 부족 19곳, 인프라 부족 18곳, 디지털 기술 적용 전략 부족 18곳, 디지털 기술을 기관에서 중요하게 생각하지 않음 11곳 등으로 대답함
- 2016년 당시에는 이러한 기술역량이 필수적인 사항이 아니었기 때문에 사실 이러한 조사결과가 미술관의 운영에 결정적인 영향을 미치는 것은 아니었으나, 현재는 상황이 완전히 달라져 앞에서 언급한 항목 중에 중요하지 않은 것이 없게 되었음

### ■ 기존 박물관·미술관 조직 내 위계관계 재편성 및 혼란의 문제를 직시할 필요가 있음

- 박물관·미술관의 대외적 위상(국립, 도립, 시립, 민간 등) 또는 물리적 규모보다 온라인에서 제공되는 콘텐츠의 질은 상대적으로 중요성이 더욱 강화되고 있음
- 경우에 따라서 원 자원 없이 기획력만으로도 온라인 전시 콘텐츠를 기획할 수 있게 되면서, 기존 박물관·미술관에서 제공되는 콘텐츠의 내용 및 구성, 우선순위 등이 기존의 경직된 위계체계 하에서만 조직되기는 어려운 상황이 자주 발생하고 있음

4) 류정아, 김현경, 『스마트융합 환경에서의 박물관 미술관 기능개선에 관한 연구』, 한국문화관광연구원, 2016, p.119.

- 디지털 기술 활용능력 그리고 작품의 온라인 콘텐츠 구성 역량과 아이디어를 같이 구비하고 있는 인력의 경우 활용도나 수요도가 높아질 것이고, 반대의 경우 실질적인 박물관·미술관 기획에서 영향력을 행사하기 어려워질 수 있음
- 따라서 기존의 박물관·미술관 전문인력들과 디지털 기술, 융합과학, 엔지니어링 테크놀로지 등 분야의 인력들 중에 전자가 주가 되고 후자가 수동적인 역할을 해왔다면, 향후에는 이 두 집단들 간의 유기적인 협력이 중요해지게 될 것임
- 경우에 따라서는 예술적 큐레이팅 역량을 가지면서도 융복합 테크놀로지에 익숙한 인력이 양성된다면 문화시설 내의 인적 구조에는 상당한 변화가 일어날 수 있음



## 제2장

# 문화인프라의 스마트 융합플랫폼 리빌딩





## 제1절 문화예술 기관의 융합플랫폼: 기능과 역할

### 1. 온라인 콘텐츠 개발 역량 강화

- 코로나19 확산에 대응하는 과정에서 사회적 거리두기와 더불어 문화시설에서 온라인서비스 관련 수요가 급증하여 이에 적극 대응하고 있는 상황임<sup>5)</sup>

- 최근 다양한 문화예술 콘텐츠의 디지털화로 박물관과 미술관에서는 전시물을 온라인에서 감상하는 ‘온라인 전시관’ 서비스를 경쟁적으로 제공하고 있음. 이러한 경향이 코로나19를 계기로 갑자기 도입되었다가 최근에는 일반적인 콘텐츠 제공방식의 하나로 자리를 잡아가고 있음
- 최근 문화예술기관에서는 가상체험이 가능하도록 ‘360°VR’ 기술을 활용하는 등 다양한 방식으로 관람객이 원하는 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있도록 디지털 기술을 활용하여 가상 전시 공간 연계 콘텐츠를 개발하고 소통할 수 있는 창구를 마련하고 있음

〈온라인 전시관 서비스를 제공하는 국립박물관〉

박물관	이용가능 온라인 전시관(VR)	홈페이지 URL
국립중앙박물관	핀란드 디자인 100년, 가야본성, 로마 이전, 에르투리아, 지도예찬, 황금인간의 땅 카자흐스탄, 황금문명 엘도라도, 칸의 제국 몽골, 왕이 사랑한 보물	www.museum.go.kr
국립경주박물관	황룡사, 신라역사관 2실-황금의 나라, 신라천년보고	gyeongju.museum.go.kr
국립공주박물관	한성에서 웅진으로-공주 수춘리, 상설전시실	gongju.museum.go.kr
국립광주박물관	흑백의 향연	gwangju.museum.go.kr
국립김해박물관	특별전 김해	gimhae.museum.go.kr
국립나주박물관	나주 복암리 정촌고분	naju.museum.go.kr
국립대구박물관	이영희 기증 복식-새바람, 금호강과 길	daegu.museum.go.kr
국립부여박물관	치미-하늘의 소리를 듣다, 백제 능산리 1호 동하총	buyeo.museum.go.kr
국립익산박물관	사리장엄, 익산백제실, 미륵사지실, 역사물화실	iksan.museum.go.kr
국립전주박물관	오로지 오롯한 고을-완주	jeonju.museum.go.kr
국립진주박물관	조선도자-히젠의 색을 입다	jinju.museum.go.kr
국립청주박물관	호서의 마한-미지의 역사를 깨우다	cheongju.museum.go.kr
국립춘천박물관	창령사 터 오백나한	chuncheon.museum.go.kr

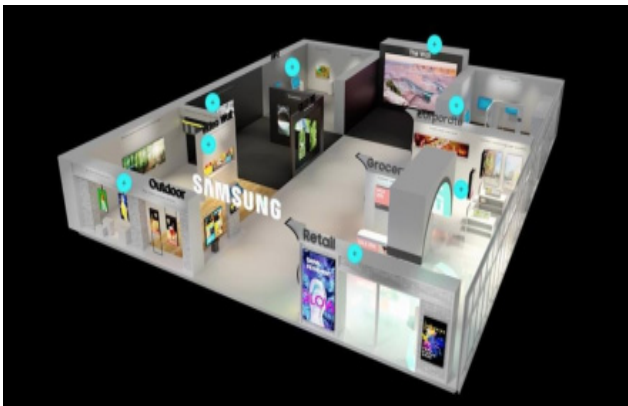
출처: 김연준(2020). “난 방에서 관람한다! ‘360° 온라인 VR 전시관,’ 한국문화관광연구원, 문화예술지식정보시스템(ACKIS), 아키스 서포터즈 기사단, <https://policydb.kcti.re.kr/#/supporterDetail?bbstypecd=3002011&postno=200403>

5) 김연준(2020). “난 방에서 관람한다! ‘360° 온라인 VR 전시관,’” 한국문화관광연구원, 문화예술지식정보시스템(ACKIS) 아키스 서포터즈 기사단, <https://policydb.kcti.re.kr/#/supporterDetail?bbstypecd=3002011&postno=200403>

### ■ 비대면 콘텐츠 디지털화 전략은 최근 기업의 홍보전략에서도 적극 활용되고 있음

- 삼성전자, KT 등 대기업은 신제품 홍보마케팅을 위한 비대면 전시 공간을 마련하고<sup>6)</sup>, 신제품을 온라인으로 전시하는 방식을 택하고 있는데, 삼성전자 VX의 비전은 소비자가 원하는 모든 공간에서 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있도록 한다는 의미의 ‘스크린 에브리웨어’(Screens Everywhere) 개념을 제시함
- 즉 디지털 소통을 빠르게 대체하여 삼성의 디스플레이 혁신 모색과, 고객 및 파트너사에 삼성전자 디스플레이 솔루션과 다양한 포트폴리오를 선보이는 자리를 마련하는 것임. 가상쇼케이스 ‘삼성 VX(Visual Experience, 시각적 경험)’ 이벤트를 진행하면서 삼성 VX 사이트 방문자들은 디바이스 화면을 통해 가상의 전시공간을 돌아다니며 모듈러 LED 디스플레이 ‘더 월(The Wall)’ 등 제품을 체험할 수 있음
- KT의 경우에는 ‘퓨처온(Future-on)’ 과 ‘5G 오픈랩(Open Lab)’을 비대면 전시 프로그램 ‘언택트 R&D 전시 투어’로 소개함. 퓨처온은 KT 융합기술원에서 개발된 혁신 기술을 소비자가 직접 체험할 수 공간이며, 5G 오픈랩은 5G와 관련된 기술과 자원을 파트너사에 제공하고, KT의 5G 기술을 공유해주는 ‘개방형 협업·지원 연구 체계’를 갖춘 전시관을 마련함
- KT는 인공지능, 사물인터넷(IoT), 가상현실(VR)·증강현실(AR), 스마트시티, 5G 솔루션 등 4차 산업혁명 기술을 활용하여 퓨처온과 5G 오픈랩을 운영하고 있음. 1:1 혹은 1:N(최대 20명)으로 전문 도슨트가 퓨처온과 5G 오픈랩을 실시간으로 소개하는 양방향 방식임. 오프라인 전시와 같이 참가자가 투어 중 언제든지 영상통화와 채팅을 통해 전시에 대한 추가 설명을 질문하고 답을 들을 수 있음

〈비대면 전시 콘텐츠 활용 사례〉



출처: (좌) 연합뉴스(2020.07.01.). “전시도 비대면으로” 삼성, 디지털 사이니지 가상 쇼케이스,”  
(우) 서울경제 TV(2020.06.15.). “KT ‘언택트 R&D 전시 투어’ 시작.. 전시관람도 비대면”

6) 연합뉴스(2020.07.01.). ““전시도 비대면으로” 삼성, 디지털 사이니지 가상 쇼케이스,” <https://www.yna.co.kr/view/AKR20200701158700003> 서울경제 TV(2020.06.15.). “KT ‘언택트 R&D 전시 투어’ 시작... 전시 관람도 비대면,” <https://www.sentv.co.kr/news/view/574676>

〈국립중앙박물관의 가상현실(VR) 전시 체험관 모습.  
국립중앙박물관 누리집〉



출처: <https://www.kocis.go.kr/koreanet/view.do?seq=1035378>

〈부산콘텐츠마켓(BCM) 비대면 행사에도  
8760만 달러 실적(2020.12)〉



출처: <https://m.kmib.co.kr/view.asp?arcid=0015344673>

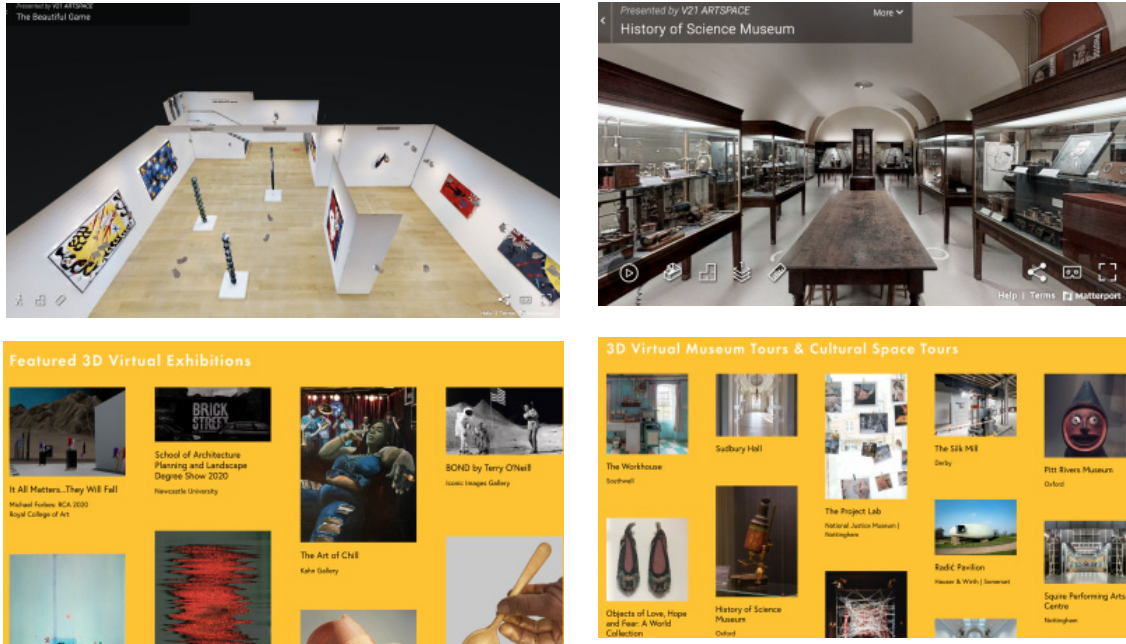
## 2. 문화예술 기관의 콘텐츠 활용 능력 강화

### ■ 디지털 기술을 활용한 예술적 창작역량 강화 플랫폼 구축 활성화

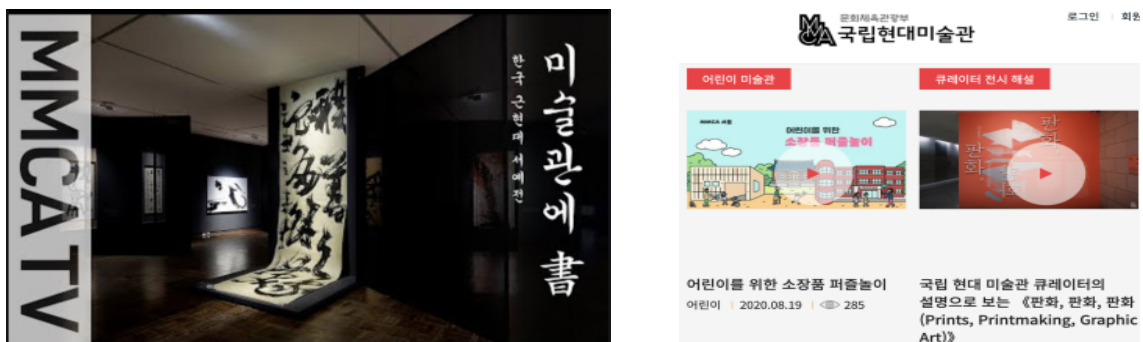
- 전자통신업체의 기술역량 제고와 더불어서 콘텐츠 고유성에 기초해야 하는 문화예술 분야는 온라인 가상 전시 및 상호작용적 3D 가상 전시 투어 프로그램을 마련하여, 언제 어디서나 편리하게 예술 창작품의 관람·체험이 가능한 예술공간 플랫폼을 구축하고 있음
- 언택트에서 온택트 사회로 빠르게 변화하면서, 가상의 형태로 전시·갤러리·박물관 투어 등 다채롭고 실험적인 시도들이 새로운 예술 창조성을 드러내는 아이디어의 표현의 장이 되고 있음
- 영국의 V21 Artspace 온라인 플랫폼은<sup>7)</sup> 100여 건 이상의 예술과 문화 분야의 인터랙티브 3D 가상 투어 콘텐츠가 구축되어 있으며, 전 세계 국가들 중 133개국의 온라인 방문객들이 찾아오는 곳임
- V21 Artspace는 인터랙티브 3D 가상 투어, 몰입형 3D 가상 갤러리와 전시 환경을 디지털 기술로 제작하여 웹사이트에 기반한 플랫폼과 온라인, 모바일과 가상 현실(VR)을 통해 접속 가능함
- 가상 뮤지엄과 문화공간 투어로는 옥스퍼드 대학교가 과학 역사 뮤지엄을 온라인으로 가상투어 할 수 있으며, 여기서는 실시간 예술, 문화, 뮤지엄과 유산, 전시, 갤러리, 공간과 오브제를 인터랙티브 3D 가상 투어와 몰입형 VR 체험 등을 할 수 있음

7) <https://v21artspace.com/>

〈V21 Artspace의 인터랙티브 3D 가상 투어 및 3D 가상 전시 콘텐츠 사례〉



출처: V21 Artspace 홈페이지, <https://v21artspace.com/>



출처: (좌) 국립현대미술관 큐레이터의 설명으로 보는 〈미술관에 書: 한국 근현대 서예전〉, 국립현대미술관 유튜브 사이트, <https://www.youtube.com/watch?v=Sx1Vr7vNtcw>, (우) 국립현대미술관 홈페이지, <https://www.mmca.go.kr/>

■ 박물관·미술관의 콘텐츠 소통방식은 오프라인과 온라인의 두 가지 방식이 호혜적으로 발전하고 있음

- 관람객들에게 체험의 기회를 제공하고, 다양한 방식으로 소통하고 정보를 교환할 수 있는 오프라인 방식과, 콘텐츠 스토리텔링과 미디어 인터랙티브 효과 등을 활용하고 원천 콘텐츠 가치를 기술력으로 더욱 높이는 온라인 방식은 상호 호혜적으로 서로 영향을 미치면서 발전하는 것이어야 할 것임
- 볼티모어의 월터아트뮤지엄이 구축한 미술관들 간에 상호작용이 가능한 네트워크(The Art Museum Reciprocal Network, AMRN)가 미국민속박물관(The American Folk Art Museum)을 비롯한 미국 내 유관 박물관·미술관 네트워크 구축에 기여함<sup>8)</sup>

8) North American Reciprocal Museum(NARM) Association, <https://narmassociation.org/about/>



- 미술관/박물관 간 네트워킹으로 회원멤버십 제도를 운영하여 상설전시 및 뮤지엄 숍의 상품을 무료 또는 할인해서 제공하는 서비스, 전시 콘텐츠 구현 및 조직 운영 방안을 공유하여 소통의 장을 마련하는 등 미래지향적 열린 박물관을 지향하고 있음

〈지역 주민 참여형 박물관 프로그램〉



출처: North American Reciprocal Museum(NARM) Association,  
<https://narmassociation.org/about/>



출처: <https://www.locallearningnetwork.org/professional-development/teacher-training-and-institutes/>

- 디지털 기술은 콘텐츠 가공이나 전시효과뿐만 아니라 소통의 방식을 다양화 하고 그 효과도 확장할 수 있게 함. 콘텐츠의 스토리텔링과 인터랙티브 기술 활용 전략은 자주 활용되고 있으며 앞으로 그 활용도가 더욱 많아질 것임
- 3차원 입체로 관객이 직접 체험할 수 있도록 하는 인터랙티브 미디어 월(Interactive media wall)이나 디지털 미디어아트 영상체험 등은 박물관 미술관의 실체 콘텐츠 뿐만 아니라, 수원화성, 고인돌, 석굴암 등과 같은 유네스코 세계유산 등과 같이 직접 방문하기 어려운 유산의 체험에도 적극 활용되고 있음

## 제2절 융복합 플랫폼 강화 전략 방안

### 1. 프로그램 및 콘텐츠 운영의 융합 효과 극대화

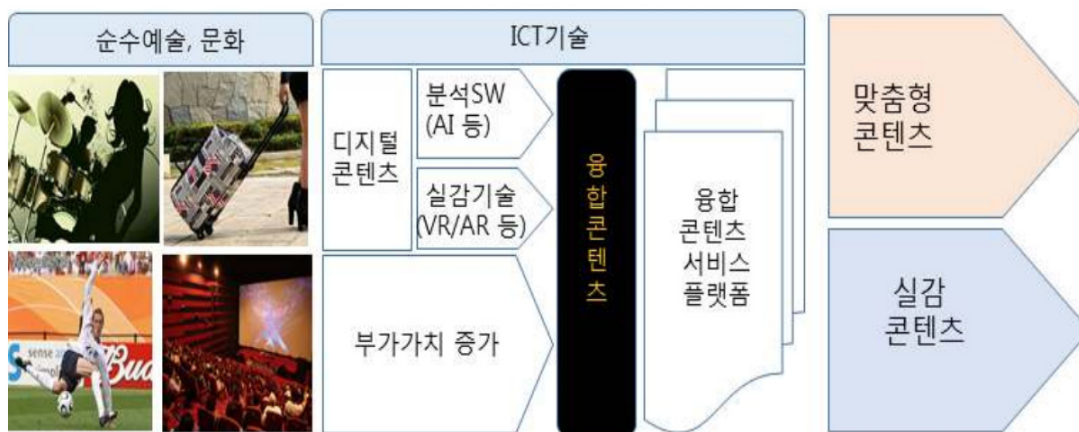
#### ■ 스마트 융복합 콘텐츠 기획과 운영능력 제고 및 관련 분야 인력양성이 시급함

- 박물관·미술관에 새로이 추가될 인력은 소장품(미술품이나 문화재 등)에 대한 제반 지식이나 정보는 물론이고, 이를 스마트 융복합 전략을 통해서 다양하게 활용할 수 있는 역량까지 동시에 겸비하고 있는 인력이어야 함
- 그러나 우리나라의 현실에서 큐레이터 직종에 속한 전문가 또는 준전문가의 경우 대부분 기존의 특정 학문분야(예술학, 역사학, 민속학, 고고학 등)에서 배출되는 경우가 대부분이어서 이러한 융복합 인력들이 새롭게 박물관·미술관에 진입하기는 구조적으로 어려운 상황임

#### ■ 스마트 융복합 환경의 수준이 미술관 운영 성패의 가장 중요한 요소가 되었음

- 굳이 코로나 현상이 아니었다 하더라도 이미 스마트 박물관·미술관의 수요는 지속적으로 높아지는 상황이었기 때문에 문화시설에 스마트 환경을 구축하기 위한 노력은 점진적이지만 지속적으로 진행될 것으로 봄

〈ICT 기술과 문화산업의 융합콘텐츠 과정〉



출처: 하세정, 2017, “디지털 경제에서의 콘텐츠 융합 및 서비스화 동향”, 〈제4차 산업혁명과 소프트 파워, 이슈리포트 2017-3〉, 정보통신산업진흥원, p.7

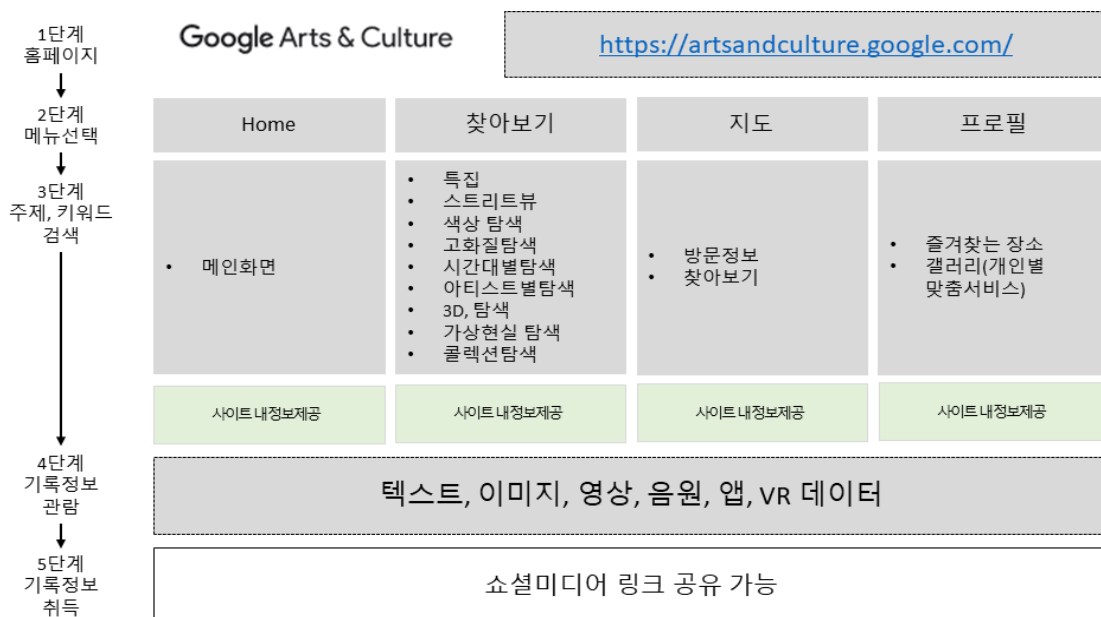
### ■ 중장기적으로 개별 박물관·미술관 내에서 또는 연합 형태로 기술융합 콘텐츠 플랫폼을 구축해야 함

- 박물관·미술관의 온/오프라인 관람자들의 기본적인 기술 활용능력은 빠르게 높아질 것이고 요구사항도 많아질 것이므로, 단순한 몇 개의 스마트 융합기술을 결합한 전시기획 정도로는 수요자들의 융합적 수요 수준을 따라갈 수 없게 될 것임
- 최근 박물관·미술관은 4차 산업혁명 시대에 스마트 디지털 콘텐츠 플랫폼화 경향에 빠르게 대응해야 한다는 외부적인 환경 변화 압박을 강하게 받고 있는 상황이며, 이러한 외부적인 압박 강도는 코로나로 인해 더욱 강화되었음

### ■ 대표적인 사례는 구글의 ‘아트 앤 컬처’ 사이트로 세계 유수의 문화기관과의 제휴를 통해서 전 세계의 다양한 문화예술을 온라인상에서 즐길 수 있는 엄청난 양과 질의 콘텐츠를 제공하고 있음

- ‘구글 아트 & 컬처’(https://artsandculture.google.com/)는 온라인 가상 미술관으로, 스트리트뷰 등 구글 맵의 기능을 연동하여 운영. 이 플랫폼에는 40개국 3만점 이상의 작품이 등록(2012년 기준)되어 있으며, 매년 협력기관, 아티스트, 협력국가 등이 늘어나고 있는 상황임. 우리나라는 개별 박물관이나 미술관의 사이트가 연결되어 있음
- ‘구글 아트 & 컬처’의 플랫폼의 정보관람단계는 아래의 그림과 같은 과정을 거침

〈구글 아트 & 컬처(https://artsandculture.google.com/) 콘텐츠 구성 도식표〉

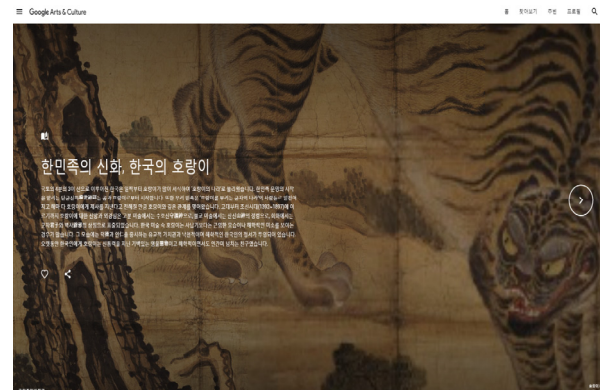


출처: 유네스코 아태무형유산센터(ichcap), 2020, 『ICHCAP 사업평가 및 정보공유플랫폼 구축사업(ichLinks) 실행계획 수립연구』 (연구기관: 한국문화관광연구원, 연구책임 류정아), p. 150 참조

- 구글아트앤컬처는 국립중앙박물관과의 협업을 통해 온라인 전시감상, 가상전시실체험 등 온라인서비스로 콘텐츠를 제공함. 예로 <동아시아 호랑이 미술>전시에 대한 온라인 전시서비스 및 가상 전시실(VR) 체험 서비스를 제공하여 특별전시에 대한 관심을 유도함<sup>9)</sup>



출처: 국립중앙박물관 <동아시아의 호랑이미술> VR서비스 사이트  
<http://www.museum.go.kr/museum/2018/tigers/>



출처: 구글아트앤컬처 사이트 <동아시아의 호랑이미술> 온라인서비스  
[https://artsandculture.google.com/exhibit/rglC\\_exZf\\_u-JA](https://artsandculture.google.com/exhibit/rglC_exZf_u-JA)

- 개별 국가의 각각의 기관들과 협약을 통해 기관이 보유한 데이터가 노출되는 형태를 취하며, 이 과정에서 구글은 정교한 검색 및 필터링 도구를 제공하고, 콘텐츠의 호스팅 공간을 제공함

#### ■ 이러한 융복합 기술을 적용한 콘텐츠 활용방식은 전통문화유산을 현대적인 기술과 융합하고 사용자 편의를 중심으로 스마트 콘텐츠로 구현하는데도 중요한 역할을 함

- 콘텐츠 소비자의 입장에서 스마트기기들의 이동성, 계속성, 체험성 등의 기능으로 일상생활에서 쉽게 사용할 수 있는 다양한 응용 콘텐츠 서비스 활용이 언제 어디서나 가능함
- 문화관광자원으로서의 전통문화유산의 스마트콘텐츠 네트워킹 기능과 전통문화유산의 장소, 사진, 예술성 등을 접목시켜 클럽활동을 활성화시키는 방안을 모색해 볼 필요가 있음
- 디지털 기술과 전통문화유산을 접목시켜 뉴미디어 콘텐츠를 개발하는 작업은 기존의 전통 콘텐츠에 새로운 의미와 가치, 그리고 보다 적극적인 관심을 불러일으키는데 중요하고도 획기적인 영향을 미칠 것으로 판단됨

#### ■ 원천 자원을 콘텐츠로 활용하고 멀티프로그래밍으로 구체화하는 역량을 강화시켜야 함

- 미술작품 그 자체만으로는 스마트 융합환경에서 발휘할 수 있는 다양한 부가가치를 창출해 내기 어렵고, 아날로그 자원을 디지털 방식으로 소통(Phygital: Physical+Digital)해야 하는 수요를 충족시키기 위한

9) 특별전시에 출품된 <옹호도>, <맹호도>, <범과 모란> 등 한국의 호랑이 미술 대표작 13점을 기가픽셀(10억 화소에 달하는 이미지)의 이미지로 보여주며, 확대감상이 가능하도록 한 것이 그 예이다. 큐레이터의 작품 해설을 4개 언어로 제공하였는데, 아메리카 대륙과 유럽의 온라인 관객들이 특히 관심을 가졌으며 전시 종료시까지 5,518회 이용자가 접속한 것으로 나타났다. VR서비스의 경우 전시기간 내 에 3,451회 이용자가 조회한 것으로 나타났다.(2019.4.20.기준)



노력이 더 많이 요구되고 있음

- 특히나 미술관은 미술작품을 통해서 일상적인 삶의 흐름보다 항상 앞서서 비전을 제시하고 삶을 바라보는 관점을 예견해 주는 곳이어야 하므로, 이와 관련한 시장에서의 경쟁은 이미 치열한 상황에 돌입해 있음
- 스마트미디어 기기의 질적 수준이나 다양한 디바이스가 보급되면서 사물인터넷이나 증강현실(AR, Augmented Reality)을 활용하여 현실을 가상 공간에 구현해 내는 방식(Virtualization)<sup>10)</sup>이 문화시설 콘텐츠 구현의 필수 항목이 되었음

#### ■ 정부에서도 융복합 흐름에 대응하기 위한 예산 책정에 서둘렀으나 현장에서의 수용력이 떨어지는 상황임

- 중앙정부 차원에서도 이와 관련된 예산을 증액하여 구체적인 지원사업으로 추진하고자 하여, 2020년에는 89억원, 2021년에는 125억을 책정하였음
- 이 예산은 박물관과 미술관 진흥 지원 사업으로 실감콘텐츠 제작 및 체험존 조성 지원사업으로 전국 공립박물관과 미술관에 실감콘텐츠 체험존 조성을 지원하는 것이었으나, 2020년에 22개 박물관과 미술관에<sup>11)</sup> 지원된 예산의 집행률이 대단히 낮았음
- 물론 코로나라는 불가피한 상황이 있었으나, 코로나 때문에 더 책정된 예산이었음에도 불구하고 예산 활용 방법이 구체적으로 수립되어 있지 않아서 예산의 용도 또한 정확히 파악하지 못했던 것으로 이행됨

#### ■ 박물관/미술관 콘텐츠의 가상화 전략이 고품격 자원의 콘텐츠와 프로그램 구성에 효과적으로 적용될 수 있다면 비대면/대면의 어떤 상황이어도 대응하는데 큰 문제는 없을 것임

- 프랑스 앙갱 레 벵(Enghien les Bains)시<sup>12)</sup>의 CDA<sup>13)</sup>의 사례는 많은 시사점을 주고 있음
- 프랑스의 앙갱 레 벵 시는 2013년에 미디어아트 유네스코 창조도시 네트워크에 가입되었고, 그 이후 예술, 과학, 기술융합의 도시를 표방하면서 문화예술과 과학기술의 융합 관련 국제적 협업 플랫폼을 구축하였음
- 작은 규모의 도시임에도 모든 형태의 디지털 아트가 모여 있는 첨단 문화예술 중심지로 다양한 문화예술 서비스는 물론 첨단과학기술을 융합한 프로그램을 운영하고 있음
- 직접 방문하지 않고도 CDA 곳곳을 둘러볼 수 있는 가상투어 서비스도 오래 전부터 제공하고 있으며, 문화예술과 과학기술 융합의 인큐베이터로서 프랑스 과학아카데미와 협력하여 상호 발전전략을 지속적으로 수립하고 있음

10) 정원조 외, 「스마트 미디어 디바이스 기반의 광고 융합 가능성 게임의 UAMC 사용자 인증 매칭 시스템 연구」, 『한국게임학회』, 2011.

11) 2020년에는 6개 미술관과 16개 박물관에 2억5천만원에서 5억원까지 지원되었음. 국회예산정책처, 『2021년도 예산안 위원회별 분석: 문화체육관광위원회 소관 편』, pp.56-58 참조.

12) Paris 중심으로부터 북서부로 13.5km에 위치한 인구 11,200명 정도의 작은 도시이다. 파리의 위성도시이기도 하고 관광도시이기도 하다.

13) <https://www.cda95.fr> (2020년 11월 18일 접속).

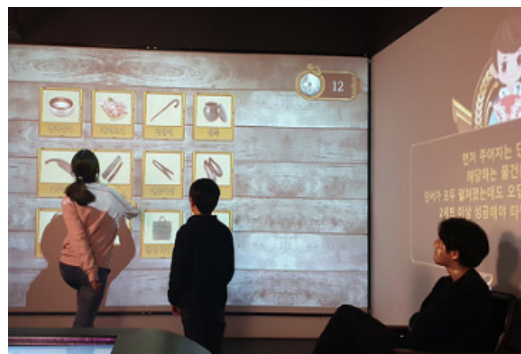
## 2. 예술적 공감각 경험의 활용과 예술가들의 적극적 참여 기회 제공

### ■ 평행적-쌍방향적 인적자원 네트워크 시스템 구축이 우선되어야 함

- 기존의 박물관 미술관의 조직 운영 원칙이, 조직 내 위계관계를 중심으로 지속 유지되어 왔다면, 이제는 점차 기관 내 불평등/권위적/위계적/수직적 상하관계가 아니라, 기관과 외부 소비자, 기관과 또 다른 기관, 공공기관과 민간기관 그리고 관람객 간의 쌍방향/연계적/소통적/상생적 평행관계로 빠르게 변화하게 될 것으로 예측됨
- 과거에는, 담당자의 경력, 학력, 다양한 경험 등 겉으로 드러나지 않는 내부자들 간의 정태적이고 불변하는 실적으로 인적자원의 역량이 평가되었다면, 이제는 점차 프로그램의 표현방식, 전달능력, 소통능력, 네트워킹 방식, 홍보력과 마케팅 효과 등과 같이 외면적으로 드러나고 실질적으로 구현되는 양태로 평가될 것임
- 이 점은 구체적인 질적 수준과 실천적 역량으로 평가될 수밖에 없게 되었다는 것으로 기존에 이미 설정되어 있었던 자원과 인력 간, 또는 인력과 인력 간 관계맺음 양태의 빠른 변화를 수반할 수밖에 없음

### ■ 오감을 통해 경험하는 공감각적 실감형 콘텐츠를 개발하여, 콘텐츠 관람 만족도 제고 필요

- 디지로그 아트를 활용하여 디지털 기술과 결합하고, 정보통신과 인간과의 만남, 이성과 감성의 만남을 통해 새로운 가치를 창조해 낼 수 있음
- 디지로그는 예술분야에서 활용 빈도가 높으며, 새로운 미디어를 작가적 아이디어와 결합시켜 예술과 기술의 경계를 넘나드는 것으로 미디어 아트 영역이 빠르게 확장되고 있음



출처: 프로젝트 궁리(2019). "오감을 자극하여 '존재'를 경험하기," <http://arte365.kr/>

- 디지털과 전통 아날로그의 융합을 통해 첨단 기술의 시연을 뛰어넘는 예술성을 겸비한 문화기술(CT) 활용 콘텐츠를 제공하는 성공적인 사례가 자주 발견됨
- 한국의 전통 공연인 사물놀이에 첨단 디지털 홀로그램 기술을 활용하여 디지로그 사물놀이 <죽은 나무 꽃피우기>는 아날로그와 디지털 기술이 융합된 공연으로, 이어령 전 문화부 장관의 대본을 바탕으로 김덕수

사물놀이 연주자, 국수호 전통무용 안무가, 안숙선 가야금 연주자가 참여하여 홀로그램 영상을 사용한 세계 최초의 4D 공연임<sup>14)</sup>

#### 〈디지털 기법 활용 사례〉



출처: (좌) 디스트릭트 사이트, <http://www.dstrict.com/arttechfactory/kr/12-4D-digilog-sanulnori.html>  
(우) 경기일보(2012.11.22.) “춤과 3D 영상으로 만나는 ‘추사 디지털’”

#### 〈디지털과 아날로그의 융합 사례〉



#### Tropical Still Life, 2012

다니엘 고든은 이미지를 이용하는 마술사다. 인터넷에서 수집한 이미지를 프린트해 자르고 붙여 3차원 조각으로 재탄생 시킨다. 다다이즘 콜라주와 정물화를 연상케 하는 작업을 주로 선보이는 그는 ‘매체작업’ 최전선에 있는 작가 중 한 명이다. ‘마티스를 미니멀리스트처럼 보이게 만드는 작가’로 불리는 다니엘 고든은 사진과 조각, 콜라주의 경계를 허무는 작업으로 유명하다.

출처: <https://www.jungle.co.kr/magazine/200759>

출처: [https://www.mediafront.kr/pdf/ko\\_hello\\_my\\_kids\\_catalogue.pdf](https://www.mediafront.kr/pdf/ko_hello_my_kids_catalogue.pdf)

아날로그와 디지털을 결합한 어린이놀이콘텐츠



14) 한국콘텐츠진흥원(2011), 2011년 7월, 문화기술(CT) 심층리포트

■ **예술적 상상력이 가미된 디지털 기술은 그 전달효과와 만족정도가 더욱 높아질뿐더러 해당 분야 활동 예술가들에서 활동의 기회를 제공하는데 상당한 기여를 함**

- 이러한 기회는 아이러니하게도 코로나로 인해 기대보다 더 빠르게 왔으며, 공연 및 전시 분야에서 본격적으로 도입되고 있음
- 한국예술문화단체총연합회가 2020년 3월에 조사한 결과에 따르면, 코로나 19로 취소 및 연기된 문화예술행사는 2,511건이며 피해금액은 약 523억, 공연예술 분야는 823억 원, 시각예술분야는 666억 원 등으로 공연 및 시각예술분야에서 총 1,489억 원의 매출액 피해가 발생하였다고 분석하였음
- 코로나 19 확산으로 인한 고용피해는, 2020년 1월~6월 동안 공연예술분야 305억원, 시각예술분야 34억으로 약 339억 원의 피해가 발생한 것으로 추정됨<sup>15)</sup>

〈예술작품 및 온라인 콘텐츠 제작 지원 사업〉

지원대상	사업명 (예산)	규모	
		건	금액
예술인(단체)	코로나19 피해 긴급예술지원(3,000백만원)	150건 내외	최대 2천만원
예술교육가	예술교육 연구활동 및 온라인콘텐츠 제작 긴급 지원 (640백만원)	100명 내외 (연구)	2백만원
		30건 내외 (온라인 콘텐츠)	최대 1천만원
문화예술 기획자	예술인 문화기획활동 긴급지원 (310백만원)	120명 내외	2백만원
문화예술 관계자 누구나	〈예술인이 재난을 대하는 가지가지 비법〉 기획 공모(350백만원)	100명(단체) 내외	평균5백만원 내외

출처: 서울문화재단 홈페이지

■ **위기 상황에 대응하기 위해서 문화체육관광부는 온라인 한국문화 콘텐츠 사업 공모를 통해서 온라인 한국 민속 문화 콘텐츠 발굴 및 문화예술단체와 예술인 지원 정책을 마련하여 추진하였음<sup>16)</sup>**

- 공연, 무용, 음악, 전시, 융·복합 공연 등 다채로운 한국문화 콘텐츠를 가진 문화예술인과 단체를 선정하여 영상전문가와 협업하고 온라인으로 해외에 송출할 수 있는 영상 콘텐츠를 제작하는 것들에 대한 지원사업임
- 이를 위한 공모 작품 유형으로 ① 전통예술, 무용, 음악 등의 공연을 360도 카메라 등 신기술로 촬영해 평소 공연장에서 관람하기 어려웠던 부분까지 실감나고 현장감 있게 전달하는 체험형 공연영상 콘텐츠, ② 여러 분야의 영상 콘텐츠를 모아 하나의 이야기를 만드는 단편 콘텐츠 모음, ③ 미술, 공예 등 현재

15) 양혜원(2020), “코로나19가 문화예술분야에 미친 영향과 향후 과제,” 문화·관광 인사이트 제146호, 한국문화관광연구원

16) 문화체육관광부 보도자료(2020.06.18.). “코로나 19 대응 온라인 한국문화 콘텐츠 사업 공모 시작,” 문화체육관광부 홈페이지, [https://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/](https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/)

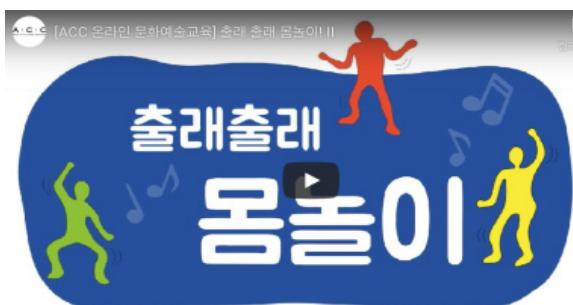


진행되고 있거나 계획 중인 전시를 설명하는 콘텐츠 또는 자체 보유한 전시 콘텐츠를 특정 주제로 가공한 콘텐츠가 포함된 설명이 있는 전시 등임

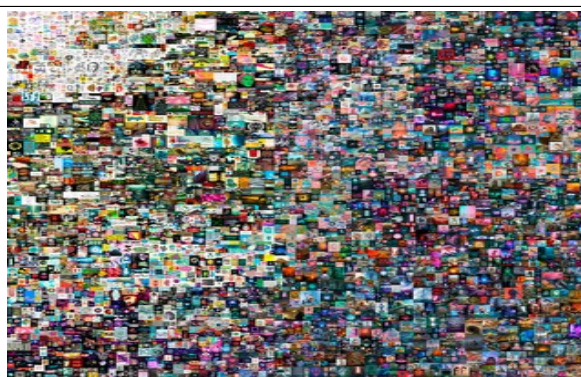
#### ■ 예술콘텐츠의 디지털라이징, 예술가의 예술창작활동 활성화 사업은 예술교육에도 적용 가능함

- 지역 문화와 연계하여 지역 특성에 맞는 문화예술교육 콘텐츠를 강화하여 보다 많은 시민들이 문화예술을 즐길 수 있는 다양한 방안들이 마련되고 있음
- 국립아시아문화전당은 어린이와 가족을 대상으로 집에서도 즐기는 온라인 문화예술교육 프로그램을 운영하고 있음. 온라인 문화예술교육 프로그램의 사례는 “놀러와, 이야기 숲으로”이며 스토리텔러가 들려주는 아시아 이야기부터 동물이야기에 이르기까지 어린이와 가족을 대상으로 동화 속 이야기와 같은 콘텐츠를 제공함. 또한 그림책 작가 ‘이현’과 함께하는 북 토크 프로그램, “책 나와라 똑딱!,” 아시아 여러 나라 악기와 놀기 프로그램인 “세상에 이런 악기,” 세계의 다양한 춤과 함께 몸놀이를 할 수 있는 “출래출래 몸놀이” 온라인 문화예술교육 프로그램을 운영함

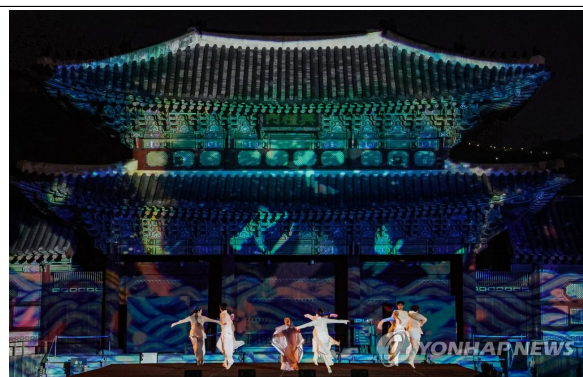
〈국립아시아문화전당의 온라인 문화예술교육 사례〉



출처: 국립아시아문화전당 홈페이지, <https://www.acc.go.kr/main/>



2021년 크리스티 경매에서 한화 약 780억원에 낙찰되어 이슈가 되었던 미국 작가 비플(Beeples, 본명 Mike Winkelmann)의 〈날마다: 첫 오천일〉. 2007년 5월부터 데일리 프로젝트로, 하루에 한 장씩 그림을 그려 인터넷에 올렸고, 이 작품들을 모두 합성해 만든 디지털 아트로 만든 것.  
출처: <https://www.todayart.kr/post/330>



2022년 5월 10일 오후 서울 경복궁 흥례문 광장에서 열린 2022 궁중문화축전 개막제에서 미디어파사드인 '열상진원' 나라는 선달그믐날 궁중과 민가에서 귀신을 몰아내던 전통 의식. 축전에서는 조선 시대 궁중에서 귀신을 물리치며 행한 의식을 현대적으로 재해석  
출처: <https://www.yna.co.kr/view/PYH20220510332600013>

■ **박물관/미술관은 개방된 네트워킹 방식을 통해서 미래 R&D의 허브 역할을 하기 위한 유연한 시스템 구축으로 수시로 발생 가능한 위기 상황에 빠르게 대응할 수 있는 능력제고가 요구되고 있음**

- 미국 메트로폴리탄 미술관의 The Media lab<sup>17)</sup>은 2013년에 미술관의 디지털 미디어 부서(Digital Media Department)의 하부 조직으로 신설되었음. 상주 조직은 소규모이지만, 미술관 내부의 예술과 기술 분야를 모두 전공하고 전문성을 가진 큐레이터로 구성되어 있는 것은 물론이고, 외부의 연구기관, 스타트업 기업, 대학, 스마트기술자, 과학자, 활동 중인 예술가들과 유기적인 협업체계를 이루고 있음
- 샌프란시스코 현대미술관 SFMOMA Lab<sup>18)</sup>의 미술관 미래전략팀은 디지털, 인터랙티브 미디어, 디자인 IT전문가로 구성되어, 기존의 디지털과 전산업무 뿐만 아니라, 변화하는 디지털 시대에 빠르게 적응할 수 있는 시스템을 갖추고 있음

■ **맞춤형 콘텐츠를 기획하기 위한 소비자 수요 파악과 콘텐츠의 홍보-마케팅 능력 제고 필요**

- 물리적 공간의 존재만으로 박물관/미술관의 기능이 유지될 수 있는 시대를 지났으며, 박물관/미술관의 가장 중요하면서도 지속가능한 효과의 원천은 사회적 포용성 기능임
- 박물관/미술관이 현실적 위기 상황을 극복하면서 온-오프라인 모두에서 복합문화공간으로서의 기능을 충실히 이행하고 그렇게 평가받기 위해서 이제는 단순한 모객 수만이 아니라 실질적이고 또는 잠재적인 기관의 사회적 가치 및 선도적 위상을 인정받는 것이 중요함
- 영국의 테이트(Tate) 미술관이 운영하는 소셜미디어 채널은 트위터, 페이스북, 유튜브, 플리커, 포스퀘어 등 6~7개 이상임<sup>19)</sup>. 각 채널의 특성에 맞는 홍보마케팅, 콘텐츠를 제작하고 관객과의 상호작용을 도모하고 있음
- 테이트 온라인의 경우 단순한 정보제공 홈페이지가 아닌 온라인 예술 관련 플랫폼으로 활용되고 있음. '테이트 모던'의 좀 더 자율적인 책임경영이 이러한 다양한 자체 소통 미디어 채널을 운영할 수 있게 해주는 조건이 될 수 있는 여건이 되었다고 볼 수 있음

17) <http://www.metmuseum.org> (2020년 11월 17일 접속).

18) <http://www.sfmoma.org> (2020년 11월 17일 접속).

19) 예술경영지원센터, "조직의 역량, 관객의 니즈 먼저 파악해야", <http://webzine.gokams.or.kr> (2020년 11월 18일 접속).

## 제3장

# 축제성과 예술성: 예술과 기술의 상호 전환 및 융합적 상상력





## 제1절 예술성과 축제성의 콘텐츠 융합전략

### 1. 문화표현 전략의 다각화

#### ■ 축제이벤트의 표현전략은 ICT의 발전과 함께 다양한 양상을 띠면서 발전

- 관객 또는 수요자/소비자의 취향과 요구 정도에 보다 더 부합하면서 만족도를 높이기 위한 다양한 융합전략이 사용되고 있으며, 예술과 비즈니스 그리고 기술들이 결합되면서 기존의 일차원적 이벤트 프로그램들은 여러 산업 영역으로 확장되고 있음
- 기발한 상상력이 가미된 소프트콘텐츠를 개발하고 높은 부가가치를 창출할 수 있는 프로그램을 개발해야 한다는 필요성은 더욱 더 커지고 있음

#### ■ 예술과 과학이 융합하여 새로운 형태의 예술이 창조되고 있음

- 아날로그와 디지털, 과거와 현재, 개인과 집단, 지역과 세계 등이 서로 만나서 발현되는 하이브리드 아트는 이젠 예술가들의 창조적 범주만이라고 이야기할 수 있는 범위를 훨씬 넘어서고 있음
- 과학기술에 감성을 부여하면서 새로운 부가가치를 창출하고자 하는 수요는 다양한 서비스 기반 산업에서 그 수요가 급속히 증가하고 있으며, 이러한 과정에서 예술과 과학은 각각의 한계를 극복하면서 새로운 영역을 창출하기도 함
- 과학과 예술을 이분법적으로 나눌 수 있는 시대는 이미 지났으며, 이미 두 영역의 경계는 상당 정도 무너지고 있음
- 예술은 점점 더 발전하는 과학 기술을 차용해 새로운 것들을 펼쳐 보이기 시작했고, 예술에 영감을 받은 과학은 인공지능을 이용해 그림을 그리며 작곡을 하는 정도에까지 이르고 있는 것이 이러한 점을 대변해 주는 전형적인 사례가 될 것임



MIT 미디어 랩의 '미디에이티드 매터'의 수장인 네리 옥스먼의 '야수' 작품. 그는 생물학과 컴퓨터공학, 디자인과 건축학을 자유자재로 넘나들며 작품을 만들고 있음. 과학 기술을 차용한 예술, 한계 넘어서 예술의 영감을 받은 과학, 시로 그림·작곡 등 50여 년 간 서로 영향 주고받으며 발전한 '미디어 아트'를 통해 예술가와 과학자 융합. 저자는 저자 "예술 정의나 미학개념이 모두 변화할 것이며, 예술과 과학이 융합한 '제3의 문화' 나올 것"이라고 말함

참고: 아서 I 밀러, 『충돌하는 세계』(구계원역), 문학동네, <https://www.segye.com/newsView>



〈Dragon Bench〉

가구가 아니다. 예술이자 과학이다. 기존 가구와 디자인 영역에서 흔히 볼 수 없었던 소재를 활용해 아트 퍼니처를 만드는 네덜란드 출신 작가 요리스 라만이 한국에서 두 번째 전시 개최

3D 그래디언트 패턴에 개념적 기반을 둔 〈Microstructures〉 시리즈를 비롯해, 요리스 라만 랩이 개발한 혁신적인 대규모 다축 금속 프린팅 기술 도구인 MX3D 프린터를 활용한 〈Dragon Bench〉와 〈Gradient Screen〉까지 첨단 기술로 실험한 신작과 근작 30여 점을 전시함

출처: <https://www.allurekorea.com>

## ■ 새롭게 구성된 문화플랫폼은 전통문화자원의 디지털콘텐츠 활용가능성을 높이며, 산업 간 경계를 낮춰서 콘텐츠 산업의 확장효과를 증폭시킴

- 특히나 이것이 특정 지역과 연관된 것이라면 지역특화된 소재를 발굴해서 지역문화자원의 다양성과 경쟁력을 제고하는 효과도 낼 수 있음
- 문화이벤트의 종류는 날로 다양해지고 있으며 그 수도 많아지다 보니, 동일한 소재를 사용할 수밖에 없는 경우도 자주 발생하지만, 동일 소재 또는 동일 콘텐츠라고 하더라도 그것을 프로그램으로 어떻게 구현해 내느냐에 따라 전달되는 내용의 질과 양이 완전히 달라질 수 있음

## 2. 감성(感性, Emotional) 전략의 효과 극대화

### ■ 스토리텔링을 통해 허구적·판타지적 요소의 가미로 콘텐츠 부가가치 제고

- 스토리텔링은 흥미 있는 사건을 통해 생동감 있는 콘텐츠 제작을 위해서 역사·문화·인물·유적지 등을 소재로 하여 대표 프로그램을 제작하는데 유용하게 활용되고 있음
- 스토리텔링 제작은 '콘텐츠 선정 → 콘텐츠 서술 → 테마 구성 → 스토리 제작'의 4가지 단계로 진행되며, 결과물을 이용하여 광고·홍보·전시·공연 등 모든 문화 영역에 활용하여 그 효과를 얻을 수 있음
- 스토리텔링을 통해 콘텐츠의 차별성·고유성을 나타내고 주제와 메시지를 참가자에게 각인시켜 여운을 남기도록 함으로써 관심을 유도하고 소통의 효과를 극대화 할 수 있음
- 기초적 자원인 문화원형을 영화, 드라마, 게임, 애니메이션, 캐릭터 등 여러 연관 산업에 적용해 상품을 출시하고 시너지 효과를 극대화하는 OSMU 전략은 현재 다양한 문화콘텐츠산업 분야에서 널리 사용되고 있는 전략임

### ■ 공감하고 몰입할 수 있는 감성 자극을 통한 흥미 유발

- 흥미롭고 복합적 의미를 갖고 있는 콘텐츠를 구체적으로 재구성하여 메시지를 쉽게 각인시킬 수 있도록 제작하고, 지속적으로 기억하고 간직될 수 있도록 하는 것이 중요함
- 문화콘텐츠의 산업적 측면에서 원형성에 기반한 스토리텔링은 콘텐츠를 위한 기본적 전략(OSMU)으로, 문화원형이 보존된 상태에서 제작된 1차 콘텐츠는 시장에서 성공 후 투자 및 라이선싱을 통해 2차, 3차 콘텐츠로 발전됨
- 1차 콘텐츠의 경쟁력은 보편적 공감대, 극적인 요소, 캐릭터의 독창성에 좌우되며, 1차 스토리텔링의 역할은 2차, 3차 스토리텔링으로 변형될 때 각각의 영역에 어울리도록 과감한 가공과정을 거침

### ■ 문화의 원형성 보존 및 역사적 요소 도입으로 콘텐츠의 고유성과 독자성 제고

- 특정 지역이 지니고 있는 고유한 가치(원형)를 부각시킨 콘텐츠에 교육적 요소를 가미함으로써 참가자가 프로그램을 통해 지식 및 정보를 습득할 수 있도록 유도하며, 다양한 정보를 함께 제공하여 유익한 체험 효과를 높일 수 있음
- 역사적 이야기를 바탕으로 현대적 감성에 맞추어 드라마적인 요소를 도입하고, 영상·음향 등의 최신 기술적 요소를 도입하여 콘텐츠 의미와 가치를 더욱 높일 수 있음
- 단순히 보고 듣는 행위를 통해서 느껴지는 단편적 감성에서 벗어나 역사자원(유물·유적), 설화 등을 표현하는 자료를 통해 미지의 세계, 미스터리 등을 상상할 수 있는 기회를 제공할 수 있음
- 역사적 사실에 상상력을 추가하여 호기심과 감성을 자극하고 탐구적인 세계로 이끌어 이벤트를 보다 입체적으로 즐길 수 있게 하는 것이 중요함

〈감성지극 사례〉



고래문화마을 우체국에 느린우체통·일반우체통 설치

출처: 울산제일일보 (<http://www.ujeil.com>)



레트로 감성 눈길, 바비핀스 신곡 '멋쟁이 김씨' 발표

출처: <https://www.raonnews.com/news/>

### 3. 소통(疏通, Communication) 전략의 최적화

#### ■ 감성적 의사소통과 지속적인 상호작용은 관계설정의 윤활유 역할을 함

- 감성적 인식은 사물을 감각, 지각, 표상이라는 세 가지 형태로 느끼는 것으로 감성은 인간과 세계를 잇는 원초적 유대관계를 맺는 기본적인 단초를 제공하며 인간의 삶에서 없어서는 안 되는 요소임
- 대상과 사람이 지속적인 상호작용이 이루어 질 때 감성적 의사소통이 진행된다고 할 수 있으므로 프로그램 기획 시 반드시 고려하여야 하는 요소임. 따라서 일방적인 정보전달 보다는 쌍방향 간의 소통이 이루어질 수 있도록 체험·이벤트 형식의 프로그램을 입체적으로 구성해야 함

〈감성 소통 마케팅 전략의 사례〉



AI, 단순 인공지능 아닌 감성 소통 존재로 인식  
대다수 소비자들은 인공지능(AI)의 기술적인 부분보다 소통과 감성을 나눌 수 있는 '감성 AI'에 더 많은 가치를 두고 있음  
출처 : 일간투데이(<http://www.dtoday.co.kr>)



### ■ 입체적 소통을 통한 즐거움과 재미 제고로 참여의 기회를 빠르게 확장시킴

- 적극적 상호작용을 고려한 프로그램은 창조성·유연성·다양성·즉흥성 등의 표현이 가능하므로 참가자의 흥미와 참여욕구를 증가시켜 프로그램의 완성도를 향상시켜줄 수 있음
- 말과 행동, 감정 등은 참가자로부터 즉각적인 반응을 유도할 수 있으며, 상호간에 소통이 되고 있다는 느낌을 주어 즐거움과 흥미를 배가시킬 수 있으므로 쌍방향의 소통은 프로그램 기획 시 필수적으로 고려해야 함

### ■ 신규 디지털 기술의 적극적 도입으로 최신의 콘텐츠 구성 트렌드 반영

- 디지털 기술을 통해 프로그램 기획자의 의도가 프로그램 연출에 반영되어 관객에게 전달되게 하기 위해서 예술 표현의 일부가 되는 인터랙티브 아트를 적극 활용하여 참가자들이 정적·동적인 체험을 동시에 할 수 있게 하는 방법이 점 점 더 많이 사용되고 있는 추세임
- 디지털 테크놀로지와 아날로그 콘텐츠가 융복합 될 때 더 큰 효과가 발생하는 디지털 미디어 아트는 문화예술은 물론 전시, 연구, 교육까지 다양한 공간에 적용이 가능하므로 다채롭고 환상적인 시각적 흥미 유발을 통해 참가자와 소통하는데 적극 활용됨
- 최근 메가문화이벤트의 전시 프로그램에서는 단순히 감상하는 차원이 아니라 소리와 빛을 내는 디지털 미디어 아트가 적극적으로 활용되고 있으며, 이러한 추세가 일반화되고 있음
- 가상현실을 활용하는 이벤트 표현기술도 날로 그 활용도와 수요가 높아지고 있고, 개인들이 직접 제작할 수 있는 기기도 다양한 종류가 개발되어 활용되고 있음

신화와 전설 속 동물이 신화 밖으로 나와 새로운 세계로 관람객 인도, 물고기가 헤엄치는 바닷속을 걷는 관람객 역사적 사건의 한 가운데에서 숨겨졌던 역사 속 뒤 이야기 체험 등



디지털미디어 아트를 사용한 엑스포 사례(1)<sup>20)</sup>



디지털미디어 아트를 사용한 엑스포 사례(2)<sup>21)</sup>

20) 출처: <http://blog.busan.go.kr/1203>

21) 출처: <http://www.tournews21.com>



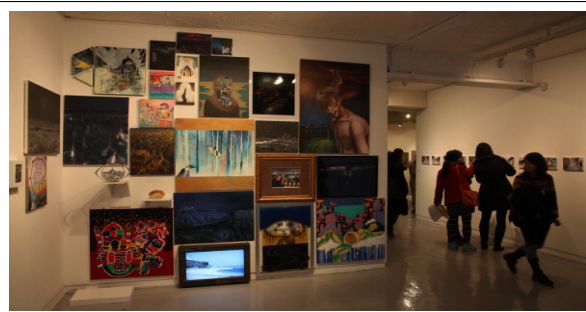
■ SNS를 활용한 쌍방향 소통 방식은 다양한 매체의 개발로 양과 질, 속도가 고도화되고 있는 추세

- 최근 페이스북, 트위터, 유튜브 등 세계적인 SNS를 활용하여 참가자와 기획자는 빠르게 소통하고 있으며, 참가자와 비참가자의 소통도 자유롭게 이루어져 즉각적인 피드백이 가능한 상황
- 이러한 현상은 사람들의 관심과 흥미 유발과 함께 소통의 즐거움을 누릴 수 있도록 하며, 홍보 효과까지 유도할 수 있음
- 이러한 수요를 반영하여 SNS 간 네트워킹도 활발히 일어나고 있어서 완성된 프로그램 또는 콘텐츠의 전파 속도 또한 대단히 빨라지고 있음



인터넷이 등장한 후 자신의 의사를 적극적으로 표현하고, 상호교류를 위한 커뮤니케이션 공간의 구축이 용이해졌음을 표현

출처: <https://www.sciencetimes.co.kr/news/sns>



"Social Art"전에 전시중인 김진의 <천일야화 프로젝트>(2012), 소셜네트워크, 예술과 만나다. 인사동 사비나 미술관 'Social Art' 전

출처: [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CN\\_TN\\_CD=A0001706751](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CN_TN_CD=A0001706751)

#### 4. 심미(審美, Artistic) 전략의 고도화

■ 전통적 소재의 현대적 가치 재발견으로 전통성과 현대성의 유기적 연계

- 역사적 사실과 근거를 바탕으로 역사적 사건, 인물, 설화 등을 현대인의 기호와 코드에 맞추어 각색 및 재구성하고 이를 공연·전시·체험·이벤트 등의 다양한 프로그램으로 구현시키고자 하는 수요는 빠르게 증가하고 있음
- 현대적 감성에 맞추어 전통을 재구성하는 것은 과거와 현재를 연결시키며, 역사 속에 숨겨진 선조의 지혜와 가치가 오늘날 현대인들에게 얼마나 유용한 것인지를 보여주는 작업이 되기도 함

■ 디지털 컨버전스의 구축으로 지각체험 다원화

- 첨단기술을 적극 활용해 시각, 청각, 후각, 미각 등 다양한 지각체험이 가능한 프로그램을 기획하고, 이러한 디지털 컨버전스를 통해서 스위트 스팟(Sweet Spot)을 조성함으로써 관람객의 프로그램 몰입도를 강화시킬 수 있다는 점이 전시 기획에서 적극적으로 활용되고 있음

- 스위트 스팟(Sweet Spot)은 어떤 대상이나 행위에 몰입(沒入)하고 있을 때 느끼는 즐거움으로 거기에 완전히 얽매어 그 이외의 다른 것(잡음, 시간의 경과 등)을 완전히 잊게 되는 상태를 의미<sup>22)</sup>
- 관람객이 콘텐츠를 접할 때 최적의 체험 상태에 있게 되면 자신이 사용하는 콘텐츠에 전적으로 집중하게 되고, 이로 인해 관람 만족도는 극대화될 수 있음

	
<p>실크로드경주2015_석굴암 HMD (Head Mounted Display) 트래블체험관(1)<sup>23)</sup></p>	<p>실크로드경주2015_석굴암 HMD (Head Mounted Display) 트래블체험관(2)<sup>24)</sup></p>

#### ■ Trick Art 등 현대 과학기술 활용으로 강렬한 인상과 감동을 전달함

- 기존의 예술 분야에 창조를 결합하여 새로운 예술 장르를 만들어낸 트릭아트(Trick Art)<sup>25)</sup>를 활용하여 기존의 딱딱할 수 있는 고전 미술 등 다양한 작품을 직접 체험하면서 즐길 수 있음
- 착시회화(Painting Illusion), 착시영상(Digital Illusion), 착시조형(Object Illusion)을 활용하여 회화적 고정관념을 버리고 직접 작품의 주인공이 되어 보는 동시에 숨어 있는 과학적·심리적 원리를 학습하는 경험의 기회를 제공함

	
<p>트릭아트(1)<sup>26)</sup></p>	<p>트릭아트(2)<sup>27)</sup></p>

22) 김원제(2009), 「콘텐츠 실크로드 미디어 오디세이」, 이담, p.57.

23) 출처: <http://www.ycn24.co.kr>

24) 출처: <http://m.kbmaeil.com/news>

25) 트릭아트: 일본SD사에서 전수받은 입체회화기술과 특수재료를 사용하여 평면의 그림을 입체로 표현하는 착시 예술장르의 포괄적 개념

26) 출처: <http://www.encar.com>

27) 출처: <http://blog.naver.com/dewyyk>



지각 디지털 예술 체험: 레오나르도 다빈치, 보편적 인간 티켓, 지각 속에서 몰입하는 디지털 아트 세계  
최첨단 4K 프로젝터, 12.1 돌비 디지털 오디오, LED 다이내믹 비주얼 스크린을 사용하는 박물관은 최신 전시물에 몰입할 수 있는 기술을 최대한 활용.

출처: <https://www.tickets.com/ko/las-vegas-attractions-c82073/>



디지털 체험프로그램 사례: 전남 나주시와 북암리고분전시관이 최근 구축한 디지털 실감 영상관 내부 모습. 영상관에서는 아동 관람객을 겨냥한 애니메이션인 '임금님의 금동신발'과 3D모델링과 드론 기술 등이 접목된 '오래된 미래, 마한의 기억' 2개 작품 상영 (사진 나주시 제공).

출처: <http://www.aitimes.com/news/articleView.html?idxno=142386>

## 5. 유희(遊戱, Festive) 전략의 정예화

### ■ 허구성과 판타지의 결합으로 유희성 극대화

- 참가자에게 흥미를 불러일으킬 수 있는 프로그램은 참가자의 참여도와 만족도를 동시에 높일 수 있으므로 참가자의 흥미를 이끌 수 있는 소재를 발굴하여 행사의 진정성이 정확히 전달될 수 있도록 함
- 놀이는 규율에서 벗어난 자유로운 발상으로 창조성을 구현해 내기도 유용하여 자주 사용되는 기법으로, 특히 이벤트 참가자들의 흥미를 유발하고 적극적 참여를 유도하고, 참가자의 재방문 및 재참여를 이끌어내기 위해서는 무엇보다 '즐거움' 행사를 기획해야 하므로 이벤트의 세부 프로그램들을 통해 일탈적 유희가 존재하는 '축제적 환상'을 구현할 필요가 있음



- 환상적인 공연, 전시, 체험, 스펙터클 등의 프로그램을 통해 참가자들이 이벤트 관해 좀 더 흥미를 갖고 재미를 느낄 수 있도록 해야 함
- 특히 빛과 조명장치에 따른 시각적 효과가 극대화되는 야간 시간대의 경우 축제적 환상 분위기를 연출하기 용이하므로 이를 적절히 활용한 프로그램은 이벤트의 효과를 높이는데 자주 활용됨



롯데월드 '환타지 스노우 파티'의 백미는 하늘에서 눈이 쏟아져 내리는 순간

출처: <http://m.sportsworldi.com/view/20110803004722#csidxcea957f3af1a080a9883a9bcb84350d> Copyright © LinkBack



롯데월드 어드벤처 봄 축제 'VR판타지아' 국내 최대 가상현실 체험축제. 후렌치레볼루션, 자이로드롭 등 VR 기술을 접목한 놀이기구

출처: <https://m.news.zum.com/articles/37009951>

#### ■ 장소특정형(site-specific) 프로그램 확대

- 각 장소가 지니고 있는 고유의 특성(장소성)을 충분히 조사·분석하여 '그 장소에만 존재하는(혹은 존재할 수 있는) 특성'을 발굴 및 제작함으로써 콘텐츠(혹은 프로그램)의 고유성과 독창성을 제고함
- 단순한 물리적 공간에 인간의 삶을 결합시키면, 그 공간은 곧 장소가 되고, 그 곳에는 '장소성'이 형성되는 것과 같이 장소특정형 프로그램이란 '특정 공간에서만 그 의미와 가치가 극대화 되는 프로그램'을 가리키는 것
- 특정 지역 혹은 장소의 환경적 특성(site-specific)을 충분히 반영함과 동시에 그 장소의 주요 이슈(issue-specific)를 함께 담아냄으로써 참가자의 흥미를 유발하고 몰입도를 강화시킬 수 있음



1930양림살롱 4월의 프로그램 / 양림동 장소특정형 <연극 1930모단걸다이어리>는 양림동의 다양한 문화공간들로 이루어진 3개의 무대를 관객과 배우가 함께 이동하며 관람하는 장소특정형 공연

출처: <http://m.blog.naver.com/salon1930/220983186027>



앨런 맥컬럼(Allan McCollum, 1944~)의 담론적 제도 비평 작업, <망실된 오브제들>(1991). 카네기자연사박물관의 공룡화석 소장선을 캐스팅해 원본처럼 채색함으로써 그 등가물을 만들고, 신고전주의 양식의 카네기 박물관에 설치한 이 작품은 제도비평의 성격을 가지고 있지만, 담론적 차원을 발굴해 냈다는 점에서, 장소성 탐구의 제3기에 속하는 것으로 평가됨

출처: <https://m.post.naver.com/viewer/postView.naver?volumeNo=8405038&memberNo=4568479>

#### ■ 다양한 체험프로그램과 이벤트 제공으로 참가자 만족도 증대

- 축제 만족도는 참가자의 현장 체험에 대한 사후 이미지 평가로서 중요한 요소이며, 참가자의 높은 만족도는 재방문 의사에 긍정적 영향을 미치고 많은 잠재 방문객을 발생시킬 수 있음
- 참가자들은 심미적 체험, 신기한 경험, 사교기회, 특별함 등을 통해 참여에 높은 동기를 보이므로 주제에 부합하는 다양한 체험프로그램과 이벤트를 제공하여 만족도를 높이고 참여율을 증가시킬 수 있음
- 이 부분에서 소개한 내용들은 비교적 규모가 크고, 어느 정도의 예산이 확보된 메가이벤트에 적용하기 적합한 내용들로 주로 구성되었음. 최근에 자주 볼 수 있는 엑스포행사, 메가스포츠행사의 개폐막식이나 부대 문화프로그램, 비교적 예산 규모가 큰 지자체단체 문화행사 등에서 활용될 수 있는 전략임을 고려해야 함. 그러나 기본적으로 전달하고자 하는 중요 메시지는 단순히 메가이벤트에만 한정된 것은 아님은 분명함
- 즉 여기서는 이벤트의 규모와 상관없이 궁극적으로 이벤트에 참여하는 다양한 역할을 하는 사람들(기획, 준비, 참여, 체험, 참관, 관찰, 지원, 평가 등의 모든 활동 포함)의 만족도를 높이기 위해서 반드시 고려해야 하는 최소한의 프로그램 구성 전략들을 소개하고자 하였음

## 제2절 예술·축제·기술 환경의 변화


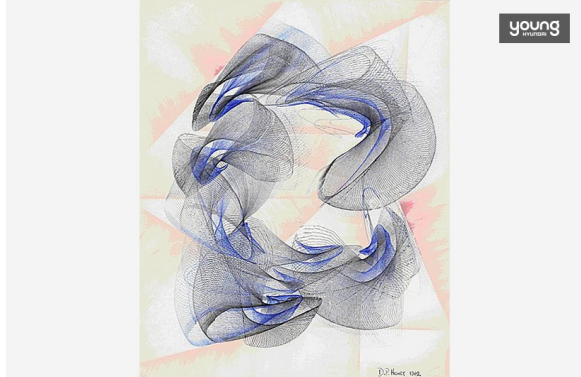

### 1. 예술과 기술의 관계

#### ■ 예술과 기술은 축제 안에서 결합되어서 예술축제의 새로운 장이 열리는 추세

- 예술축제는 예술과 축제의 중간 지점에서 정체성의 혼란을 느끼는 경우가 많이 발생함. 기본적인 재원이 많이 필요한 예술축제는 예술성과 축제성보다는 상업적 대중성에 영합할 수밖에 없는 상황이 자주 발생하여 축제가 지녀야 할 가장 기본적인 요소인 자율성에 침해를 당하기도 함<sup>28)</sup>
- 그러나 예술축제가 현대사회에서 가지는 중요성이 점차 커져가면서 예술축제가 모두 충족시켜야 하는 예술성과 축제성의 갈등 문제를 해결하려는 노력은 필요하며, 특히 공연예술축제의 경우 이 문제는 항상 많은 논쟁을 야기시키고 있음
- 4차 산업혁명 시대, 인공지능과 여러 첨단기술이 발달하고 있는 가운데, 예술시장에서도 큰 변화가 생기고 있음. 기존의 2차원적인 예술은 여러 첨단 기술과 융합하거나 인간의 논리적인 추론 능력을 이용하면서 예술에서 관람자의 주체적 역할이 중요하게 등장하고, 이것이 인터랙티브 아트 활성화와 연결됨
- 가상현실세계를 표현하는 VR 기술은 보편화 단계에 들어가는 추세로, 인터랙티브 아트와 마찬가지로 관객이 능동적으로 참여하는 것이 중요하고, 2차원의 예술을 3차원으로 확장시켰음. 오늘날에는 게임의 형태로, 관람객이 직접 가상현실 속에서 문제를 해결해나가는 방식이 일반적임

28) 이 점과 관련하여 김규현과 이송이(2005)는 다음과 같이 설명한다. “국내의 예술시장은 상업화, 대형화 추세로 예술시장의 버팀목이라고 할 수 있는 비주류 예술이 설자리를 점차 잃어가고 있어 국내 문화예술발전의 불균형 현상을 가져올 수 있다. 이러한 현상은 새로운 형식의 차별성 있는 예술축제의 필요성을 나타내고 있다.” in “프린지 페스티벌의 효율적 운영방안에 관한 연구”, 「경희대학교부설디자인연구원 논문집」vol.7, No.2, 2월, p. 85



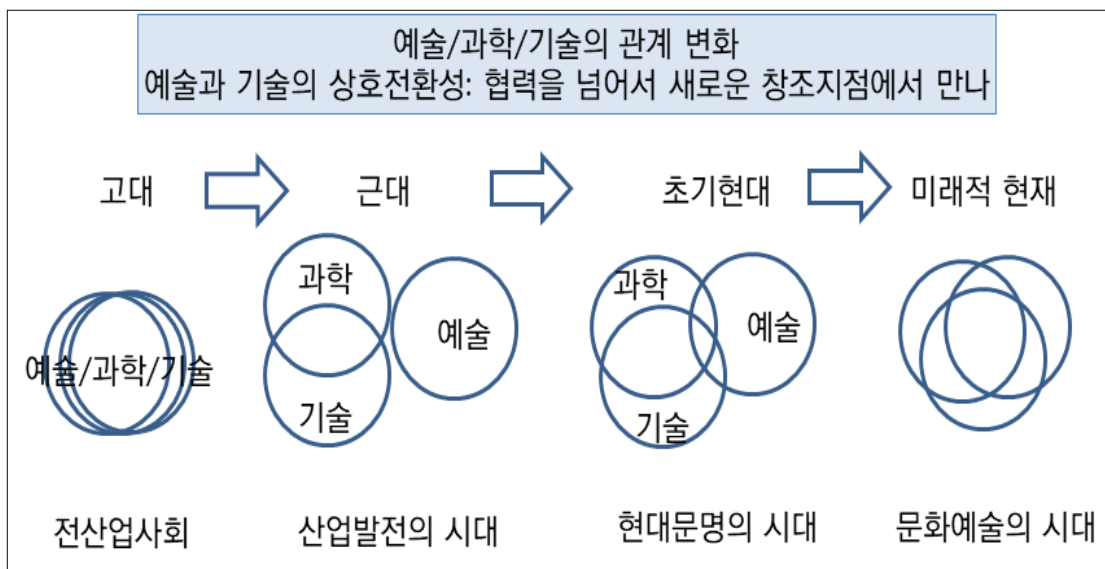
	
<p>▲ 인터랙티브 아티스트 팀랩의 작업 중 일부</p> <p>출처: <a href="https://bit.ly/2Pkrum">https://bit.ly/2Pkrum</a></p>	<p>▲ Desmond Paul Henry의 Picture by Drawing Machine</p>
	
<p>▲ 팀랩의 Moving Creates Vortices and Vortices Create Movement</p> <p>출처: <a href="https://bit.ly/2olzKTm">https://bit.ly/2olzKTm</a></p>	<p>▲ 팀랩의 Graffiti Flowers Bombing 작업</p> <p>출처: <a href="https://bit.ly/2LHlmNg">https://bit.ly/2LHlmNg</a></p>
<p>출처: <a href="https://young.hyundai.com/magazine/trend/detail.do?seq=17565">https://young.hyundai.com/magazine/trend/detail.do?seq=17565</a></p>	

#### ■ 공연예술에서 축제성의 가치가 지원을 받기 위한 수단으로만 활용되면서 비판을 받기도 함

- 많은 경우에 공연예술축제의 축제적 요소가 전체 이벤트의 활기를 불어넣는 중요하면서도 본질적인 요소가 되기보다는 단지 행사개최를 위한 예산확보의 수단으로 활용되거나, 축제의 상업적 속성이 과도하게 강조되면서 예술적 진정성이 적절하게 표현되지 못하는 문제가 자주 발생함
- 축제성의 입장에서 보면 지나치게 예술적 전문성과 진정성을 강조하느라 대중과의 친밀한 소통의 기회를 차단하거나 과도한 참여비용을 지불하게 되는 것 또는 일반인들에게 이해하기 어려운 난해한 퍼포먼스로 일관하는 등의 문제들이 제기됨
- 최근에는 다양한 기술이 예술과 결합하면서 융복합 예술축제의 수요도 높아지고 있으면서 공연예술축제에서 드러내야 하는 것이 예술성, 축제성, 그리고 기술성 또한 중요한 항목으로 요구되고 있음

### ■ 예술과 기술, 예술과 과학의 관계는 대척관계에서 상생관계로 변화하고 있음

- 예술축제의 핵심은 전달하고자 하는 ‘메시지 진정성’에 있으며, 전달하기 위한 기술은 수단에 불과해서 언제든지 변화될 수 있는 것임. 그러므로 기술에 내용이 종속되거나 본질이 변화될 수는 없는 것은 분명함
- 본래 동일한 지점에서 시작되었을 예술과 기술은 현대 대척 관계에서 다시 상생의 문제를 고민하기 시작했다는 것에 문제의 핵심이 있음
- 여러 변수를 최대한 간략하게 요약해서 예술/과학/기술의 관계를 (어느 정도 작위적인) 시기 구분을 통해서 정리하여 도식화 하면 다음과 같이 정리됨



## 2. 예술성과 축제성의 조화와 공감스토리

### ■ 2000년 이후 공연예술축제의 수는 급격히 증가하기 시작함

- 우리나라에서 개최되는 축제의 수가 적게는 1300개, 많게는 3000여 개로 공식/비공식으로 집계되고 있으며, 이중 공연예술축제의 범주에 들어갈 수 있는 축제들은 보통 2000년 이후에 급격히 증가하였음
- 우리나라의 경우, 지역 또는 권역 활성화 차원에서 축제가 진행되는 경우가 많아서 주로 지자체단체의 축제 행정력이 축제 발전에 결정적인 영향력을 행사하는 경우가 대부분임. 특히 재원을 지자체 축제지원금에 대부분 의존하는 비중이 높아서 행정의 영향력은 더욱 강해질 수밖에 없음
- 공연예술축제의 경우 더더욱 지자체의 의지가 축제 개최 여부에 중요한 영향을 미칠 가능성이 높은데, 최근에 그 수가 급격히 증가한 거리예술축제들이 이러한 경향을 반영하는 대표적인 사례임

### ■ 축제가 점진적으로 발전되어 왔다가보다는 최근 2~30년간 급격히 증가하였음

- 축제 수요자 입장에서 볼 때 우리나라의 축제문화는 과거와의 오랜 연속성 속에서 점진적으로 발전하지 못하고, 수많은 단절의 시기를 경험하여 왔음. 따라서 근현대 복잡한 역사과정을 경험하면서 우리의 고유한 것의 가치를 느끼고 보전하면서 새로운 가치를 창출하는 과정이 쉽지 않았음
- 갑자기 맞닥뜨린 축제 문화의 물결에 대응하는 과정에서 당연히 우리의 고유한 축제의 소재를 활용한 자발적인 축제가 발전되어야 하나, 현대사회의 축제문화가 빠르게 밀려들면서 그 흐름에 수동적으로 따라갈 수밖에 없어 아래로부터의 축제발전의 경험을 다채롭게 하지 못하였던 것이 사실임
- 따라서 중요한 보존자원을 핵심콘텐츠로 축제를 구성하고 개최하기 보다는 새로운 축제를 개발하는 것에 더 많은 노력을 기울일 수밖에 없었음

### ■ 새롭게 늘어나는 축제의 상당부분은 축제 참가자가 수동적 또는 부분적 참여만 가능한 공연예술축제가 될 가능성이 그만큼 높아졌다고 볼 수 있음

- 축제 자체가 전적으로 공연예술 축제가 되거나, 아니면 공연예술이 축제의 중요한 프로그램으로 자리잡은 축제의 수가 빠르게 늘어났고, 또 계속해서 늘어나고 있음. 성공적으로 매년 개최되고 있는가 하면, 한두 번의 시행착오를 반복하는 축제나 지자체도 많이 존재하고 있는 상황임
- 공연예술축제는 예술적 전문성, 상대적으로 많은 예산 필요, 단기간 축제 성패 여부를 결정해야 하는 속성 등으로 예술성이나 축제성보다는 상업적 대중성에 더 많이 종속될 수밖에 없는 구조적인 한계를 가지고 있는 것도 사실임

### ■ 점증하는 공연예술축제에 대한 수요에 대응하기 위한 다양한 장르에서의 노력이 지속적으로 추진되고 있음

- 공연예술축제단 공연의 속성을 가진 다양한 예술적 연행체를 대중적 연회형태로 재각색한 것으로 공연예술의 대중화는 물론이고, 개최공간이나 지역 활성화에 기여하는 것을 목적으로 하는 것임
- 이와 관련한 이벤트는 계속 늘어날 수밖에 없으며, 축제 수요 또한 계속 증가할 수밖에 없을 것으로 판단됨

### ■ 공연예술축제는 종합스펙터클로서 예술성과 축제성을 동시에 만족시켜야 하는 난제를 안고 있음

- 공연예술축제는 축제의 핵심적인 부분을 차지하는 경우가 많은데, 상당한 경우 공연이 예산확보의 수단이 되거나 축제의 상업적 목적이 과도하게 강조되면서 예술의 진정성이 적절하게 표현되거나 수용되지 못하는 경우도 많이 발생함
- 반대로 축제성의 입장에서 보면 예술성만을 지나치게 강조하면서 축제의 흥겨움에 맥이 빠지거나 몇몇 전문가들의 잔치로 전락하면서 일반인들의 공감을 얻어내지 못하는 위험성도 존재함

### ■ 예술성과 축제성의 상충의 문제를 해결하기 위해서 고려해야 할 4가지 포인트에 관심 가져야 함

- 첫째, 예술적 감성과 축제적 기획력을 효과적으로 결합시켜야 함. 공연예술축제는 공연이 중심이 되고 축제적 요소들이 전체적 연행환경을 조성하면서 버팀목의 역할을 해야 하는 것으로, 연극, 거리극, 음악, 뮤지컬, 무용, 서커스, 마임, 마술 등 다양하게 구성됨. 이 중에 하나가 중심이 되거나 2개 이상의 장르가 복합적으로 연계되기도 함
- 둘째, 무대화된 축제의 스펙터클의 효과를 극대화해야 함. 소위 볼거리, 즐길거리로서의 축제적 요소를 충분히 만족시키면서 도시성과 물신성이 팽배한 도시 사회 속의 분열된 개인들을 결집시키는데 용이한 기제로 활용도가 높아야 함. 특히 지역적 단위에서 개최되는 축제의 경우에는 지역의 대외적인 이미지를 높이고 브랜드 가치를 높이는 데도 유용하게 활용될 수 있을 것임
- 셋째, 전문적 공연자와 비판적 관객과의 만남과 소통의 장으로서의 역할 수행의 조화가 중요함. 축제는 기본적으로 일탈성을 지향하는 것으로 즉흥성과 전도성이 이벤트 효과와 만족도를 결정짓는 중요한 요소임. 반면 예술성은 고된 훈련과정을 거친 전문성과 엄밀성 또는 정확성이 핵심임. 이 두 가지의 상반되거나 이율배반적인 요소들이 서로 만나서 일반 대중과 만나게 되는 것으로, 이것은 결국 예술의 대중화 또는 대중성에 예술적 품격을 높이는 효과를 동시에 보게 하는 것임
- 마지막으로, 그리고 제일 중요한 것은 공감의 요소임. 그것이 어떤 장르, 어떤 성격의 축제이든 기저에는 반드시 모든 이들이 공감하는 이야기가 있어야 한다는 것으로 여기서 말하는 이야기는 역사적 사건, 특정 인물, 공동의 목적 등 어떤 것이든 될 수 있음. 이 공통분모가 없는 공연예술축제는 그야말로 돈 먹는 일회성 대형이벤트에 불과하거나, 예산이 지원되는 동안 지속되다 곧 사라져 없어져서 아무도 기억하지 못하게 되는 전형적 보여주기식 이벤트에 불과한 것임

## 3. 의례적 축제의 스펙터클화

### ■ 축제의 근원을 의례로부터 찾는 것에서 벗어나서 축제를 연행체(performance)로 보고 이를 드라마와 스펙터클과 연결시켜 해석하고자 하는 경향이 점점 더 두드러지고 있음<sup>29)</sup>

- 메스닐은 이미 1974년 『축제에 대한 세 가지 논문: 민속학에서 민족기호학으로』에서<sup>30)</sup> “축제는 ‘보기 위해 하는 것’이지, 더 이상 ‘하기 위해서 하는 것’은 아니다”라고 지적함.
- 즉 사회가 복잡하고 고도화되면서 축제를 의례적인 집단적 상징 상태로 보기보다는 연기자와 관람자가 분리되는 현실적 연행상황인 스펙터클로서 표현하는 빈도가 점차 증가되고 있다는 것을 말함

29) 류정아, 2006, “축제의 연행론적 분석”, 『축제와 문화적 본질』 유럽사회문화연구소, 연세대학교 출판부 참조, p.41~68

30) Marianne Mesnil, 1974, *Trois essais sur la Fête: Du folklore à l'ethno-sémiotique*, Editions de l'Université de Bruxelles, Belgique, p. 20





국내 최대 규모 '한국민속예술축제', 민속예술을 재현하는 최대 규모의 축제로 지역을 순회하면서 진행함. 전국의 민속 예술이 한자리에 모이는 '한국민속예술축제'는 전국에 흩어져 전래되는 민속예술을 발굴하고 보존하기 위하여 마련된 국가적인 규모의 민속축제로 1958년 처음 시작돼 현재에 이름. 1994년에 열린 35회 축제부터는 중·고등학교 학생들의 민속예술에 대한 지속적인 관심과 전승·보급을 위해 전국청 소년민속예술제도 함께 진행됨

출처: <https://www.ttlnews.com/article/KOREA/1729>



당진의 대표적인 무형유산이자 500년의 역사를 가진 중요무형문화재 제75호 기지시줄다리기가 유네스코 인류무형문화유산에 등재됨. 유네스코 아태무형유산센터 관계자에 의하면 아프리카 나미비아 빈트후크에서 열린 제10차 무형유산 위원회(이하 위원회)에서 기지시줄다리를 비롯한 한국, 캄보디아, 필리핀, 베트남 줄다리기 종목의 유네스코 인류무형유산 등재가 최종 결정됨

출처: 충청투데이(<https://www.cctoday.co.kr>)



국가무형문화재 제69호 "하회별신굿탈놀이"  
제60회 한국민속예술축제 경상북도 대표 참가 선정  
위 사진은 과거 자료실 사진임

출처: [https://www.cultureline.kr/coding/sub1/sub1\\_view.asp?bseq=1&mode=view&cat=&aseq=19586&page=1&sk=&sv=](https://www.cultureline.kr/coding/sub1/sub1_view.asp?bseq=1&mode=view&cat=&aseq=19586&page=1&sk=&sv=)




전통공연예술진흥재단, '제60회 한국민속예술축제' 고성오광대탈놀이 대통령상 수상

출처: <https://www.sisamagazine.co.kr/news/articleView.html?idxno=233727>



## ■ 축제는 기본적으로 “리미날리티” 단계에 접어드는 것이면서 동시에 “신성한” 순간에 들어가는 것임

- 축제는 사회구조의 전복이 일어나면서 일상적인 시간의 흐름이 멈추거나 역행하고 기존의 사회적 규범이나 규칙이 일시적으로 무너지거나 혼란을 느끼는 상태로, 터너(V. Turner)의 표현을 빌면 ‘리미날한 단계(liminality)’에 접어드는 것임<sup>31)</sup>
- 이 상태에 참여하고 있는 사람들은 ‘자유로움(freedom)’, ‘평등함(equality)’, ‘동료애(comradeship)’, ‘동질성(homogeneity)’ 등을 경험할 수 있음



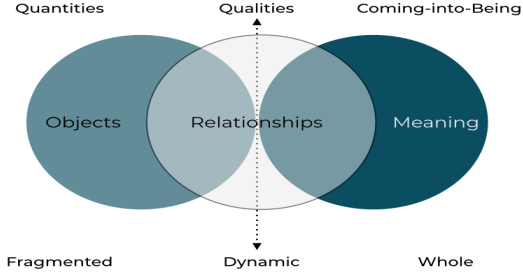
**LIMINAL TO LIMINOID, IN PLAY, FLOW, AND RITUAL: AN ESSAY IN COMPARATIVE SYMBOLOLOGY**  
by Victor Turner

First I will describe what I mean by "comparative symbolism" and how, in a broad way, it differs from such disciplines as "semiotics" (or "semiology") and "symbolic anthropology," which are also concerned with the study of such terms as symbols, signs, signals, significations, icons, signifiers, signifieds, sign-vehicles, and so on. Here, I want to discuss some of the types of sociocultural processes and settings in which new symbols, verbal and non-verbal, tend to be generated. This will lead me into a comparison of "liminal" and "liminoid" phenomena, terms which I will consider shortly.

According to Josiah Webster's lexicographical progeny, the people who produced the second College edition of Webster's New World Dictionary, "symbolism" is "the study or interpretation of symbols"; it is also "representation or expression by means of symbols." The term "comparative" merely means that this branch of study involves comparison as a method, as does, for example, comparative linguistics. Comparative symbolism is narrower than "semiotics" or "semiology" (to use Saussure's and Roland Barthes's terms), and wider than "symbolic anthropology" in range and scope of data and problems. "Semiotics" is "a general theory of signs and symbols, especially, the analysis of the nature and relationship of signs in language, usually including three branches, syntactics, semantics, and pragmatics."

Victor Turner. 1974. "Liminal to Liminoid, in Play, Flow, and Ritual: An Essay in Comparative Symbolology." *Rice Institute Pamphlet - Rice University Studies*, 60, no. 3

**Threshold of Liminality**



©Simon Robinson and Maria Moraes Robinson (2014). *Holonomics: Business Where People and Planet Matter*

Transition Consciousness  
<https://transitionconsciousness.wordpress.com/>

## ■ 현대 사회에 올수록 점점 더 가속화되어가는 축제의 스펙터클화 경향은 축제의 탈신성화 및 개체화 현상을 촉발시키고 있음

- 축제가 이제는 적극적으로 소비되는 대상 또는 문화향유의 객체로 그 성격이 변화하고 있음
- 축제의 고유한 의미를 그대로 간직한 채 존재하는 축제를 찾기란 점점 더 어려워지거나 희소해지면서 그 가치가 더욱 증대되는 반면, 스펙터클로 기본적인 성격이 변화하는 축제는 양적인 수의 증대에도 불구하고 축제로서의 가치를 점차 상실해 가서 결국 일회성 이벤트로 전락할 위험성이 더욱 커져갈 수밖에 없게 됨
- 고유한 축제의 속성을 비교적 온전히 가지고 있는 축제를 지키는 것도 중요하지만, 후자의 형태로 축제가 빠르게 변질되는 것을 막으면서도 스펙터클의 장점을 활용한 새로운 축제의 개발 및 육성도 필요함

## ■ “리미날(Liminal)” 상태에서 “리미노이드(Liminoid)” 상태로 변화하는 추세에 관심을 가질 필요성은 충분함

- 의례에서 축제로, 그리고 연극적 연행형태로 연구분야를 확장시켜온 터너는 기술적으로 단순한 사회에서 나타나는 의례적인 과정 속의 ‘리미날(Liminal)’한 단계는 보다 복합적인 사회에서 ‘리미노이드(Liminoid)’가 된다고 말하고 이것의 가장 대표적인 형태로 ‘연극’을 제시하고 있음<sup>32)</sup>

31) V. Turner, 1969, *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*, Chicago Aldine, p. 166~168

여기서 터너가 말하는 ‘리미날한 단계’란 정체성이 불분명해서 정확하게 규정할 수 없는 애매한 상태이거나, 또는 다양한 가치가 공존하는 상태를 말하며 이때에 비로소 축제가 나타난다고 본다.

- 터너의 견해에 비추어 볼 때, 현대사회에서는 ‘리미날’한 축제적 상황보다는 ‘리미노이드적’인 현상에 더 가까운 상황이 자주 발생하고, 연극적 스펙터클을 이러한 것의 가장 전형적인 형태로 보았음
- 여기서 말하는 연극은 무대 위나 또는 무대적인 상황에서 연기와 관객이 분리되어서 연희되고 감상되는 모든 장르의 예술적 표현형태를 말하는 것으로 우리나라에서는 공연예술이라고 불리는 것과 동일한 것으로 이해해도 무리가 없을 것임

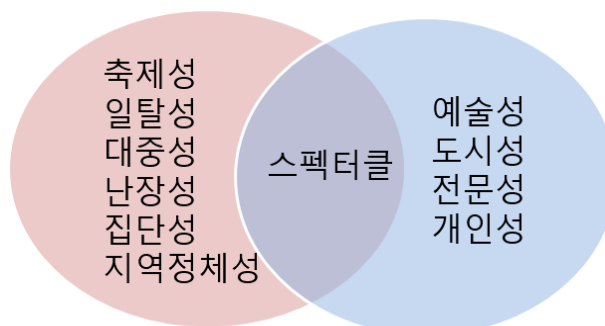
■ **축제성과 예술성은 차별적 논리로 진행되지만 공연예술축제는 현대 도시형 축제로 재탄생되고 있음**

- 공연예술은 이미 하나의 예술적 장르로 존재하고 있고, 축제적인 환경이 없이도 존재하고 있음에도 불구하고 공연예술축제는 형식을 띠게 되는 것은 축제적 특성이 예술적 특성의 한계를 극복하게 해주는 고유한 역할을 하기 때문임
- 공연예술축제는 일종의 종합적 스펙터클로서 예술성과 축제성을 동시에 만족시켜야 하는 것이지만, 그것 각각이 가진 고유한 특성이 때로는 충돌을 일으킬 수밖에 없는 것임

■ **축제성과 예술성은 스펙터클이라는 형식적 구조에서 서로 만나게 되어 상호 긴밀한 관계를 형성함**

- 축제성이란 일반적으로 특정 지역이 가진 문화적 정체성을 기본적인 전제로 하거나 그 정체성을 정립시키기 위한 목적으로 진행되는 것으로 여기에 일탈성, 대중성, 전도성, 난장과 같은 특성이 결합됨
- 예술성은, 이벤트성, 도시성, 전문성 등의 과정과 목적을 동원하여 궁극적으로 최고수준의 예술적 성취와 만족감을 이뤄내는 것이고, 이러한 예술적 충족감을 느끼는 주체는 단체라기보다는 개인적 차원에서 감지되는 경우가 많음
- 축제성과 예술성이 감지되는 최종적인 종착점이 축제성에서는 집단이나 공동체에서 마무리가 지어지지만, 예술성이란 최종적으로 개인에게서 마무리 되는 경우가 많음. 그러나 공연예술축제의 예술성과 축제성은 스펙터클의 형태로 서로 만나게 됨

〈공연예술축제의 축제성과 예술성 관계 도식〉



32) V. Turner, 1986, *The Anthropology of Performance*, PAJ pub, N.Y. p. 9. 터너가 말하는 ‘리미날’이나 ‘리미노이드’는 결국은 같은 의미를 가진 어휘이나, 전자의 경우는 의례나 비일상적 축제기간과 같은 일상의 구조적인 흐름이 차단되는 신성한 단계에 들어선다는 의미가 강하고, 후자의 경우는 연극이나 관객이 되는 것과 같이 보다 현대적이고 복합적인 상황에서 일시적으로 몰입하게 되는 비일상적 순간이나 장소에 처해있는 상황을 말한다.

## 4. 종합스펙터클로서의 공연예술축제

### ■ 공연예술축제는 무대 위로 올려지는 작품의 주제와 내용에 관해서 작품과 관객의 관계맺음이 이루어지는 기회를 제공하는 심미적인 공간이 됨

- 관객의 경험을 풍성하게 하는 것이 공연예술축제가 가지는 축제성의 목적이라고 볼 수 있음. 작품을 무대에 올리는 작가는 이 속에서 절대적인 이타성을 경험하게 되고, 관객은 일상적인 것들에 의문을 제기하게 됨
- 여기서 바로 페스티벌의 축제성이 구체적으로 발현하면서 소통적 관계 맺음이 완성되고, 페스티벌에 작품을 올리는 것은 작품을 풍성하게 하는 것이면서 동시에 상호호혜적인 소통의 순간이 되는 것임
- 공연예술축제는 무대공간을 서로 공유하고, 대화하며, 상호간에 만남이 이루어지는 행위임. 동일 공간을 점유함으로써 모두 서로 같이 있게 된다는 꿈이 실현되는 것이며, 이러한 과정에서 불가능한 것이 가능한 것으로 바뀌는 경험을 하게 되기도 함

### ■ 예술적 감성과 축제적 기획력의 결합 필요성이 빠르게 대두하고 있음

- 공연예술축제는 공연예술작품의 연회를 주요 프로그램으로 하는 축제로서, 공연이 중심이 되고 축제적 요소들이 전체적 여행환경을 조성하면서 행사의 버팀목 역할을 하는 축제를 말하며, 공연되는 분야는 다양하여 연극, 거리극, 음악, 뮤지컬, 무용, 서커스, 마임, 마술 등 중에 하나가 선정되거나 2개 이상의 장르가 복합적으로 활용되기도 함
- 공연예술축제의 수가 증가하는 이유로 문화향유에 대한 일반인들의 수요증가가 있지만, 일반인들의 문화향유 욕구를 끌어내는데 공연예술축제가 미치는 영향력이 큰 것을 적극적으로 활용하려는 경향이 빠르게 늘어나고 있는 것도 중요함

### ■ 통상적으로 공연예술축제는 수요창출보다는 공급의 관점에서 먼저 주도되는 경향이 강함

- 일반인들의 문화향유의 욕구와 그에 따른 수요증가에 의해 연회되는 것이 축제의 기본적인 원칙임에도 불구하고 공연예술축제의 경우에는 위에서부터 만들어진 축제가 일반인들에게 제공되는 경향이 강한 것도 바로 공연예술축제 파급효과 때문임
- 공연예술을 주요 소재로 한 축제의 연회목적이 축제라는 외피를 걸친 문화상품의 창조와 보전에 대한 관심의 표현으로 간주되는 것도 위와 같은 이유로 설명될 수 있음
- 즉 공연예술축제에서 예술성은 고전적인 의미의 예술성의 강조라기보다는 예술적 요소를 중심으로 한 문화상품의 판촉이 주 목적인 경우가 많으며, 또한 이것은 예술가들에 의해 주도되는 것이 아니라 축제가 연회되는 지역이나 단체에서 축제 연회로 촉발되는 문화상품의 판촉과 깊은 관련을 가지는 것도 무시할 수 없는 사실임

- 따라서 공연예술축제는 즐기기 위한 목적보다는 잘 보여줘야 한다는 의무감을 가질 수밖에 없는 경우도 있고, 그 결과 축제의 마케팅 능력, 전문적 연출능력, 공연대상물의 해석 능력 등이 강조되는 경향이 강함

#### ■ 공연예술축제의 성공여부에 축제적 효과가 미치는 영향력이 더욱 커져가고 있음

- 공연예술축제의 수가 증가하고 규모가 커진다고 하여 기존의 공연예술이 가지는 고급예술 지향성이 더욱 강화되는 것은 아니라고 볼 수 있음
- 기본적으로 축제는 일반 대중을 주요 대상으로 연희되는 것이니만큼 공연예술축제는 예술성보다는 축제성으로 인하여 고급예술 지향적 경향에서 일상생활의 '예술화'를 강조하는 경향으로 변화하고 있기 때문임
- 공연예술축제의 성공에 결정적인 영향을 미치는 것은 지속적인 홍보, 관련기관과 원활한 업무협력체계를 가지고 있는지의 여부, 그리고 기획역량 축적을 위한 상설조직체의 존재임
- 예술적 역량에서 기본적으로 요구하는 훈련된 운영 및 연행인력의 확보와 이들을 지속적으로 활용하고 이들의 예술적 역량을 축제적 상황과 지속적으로 상호작용할 수 있게 하는 능력 등과 관련된 고도의 전문적 기획 및 운영능력은 대단히 중요함
- 또한 지속적으로 새로운 것을 요구하는 관람객의 비평에 민감하게 대응해야 하는 점과, 관련 프로그램의 교육, 홍보, 상품화를 통한 다각적인 차원의 소비는 그 중요성이 더욱 커질 것으로 보임

#### ■ 공연예술축제는 무대화된 축제의 스펙터클 효과를 극대화하고자 하는 전형적 축제 스펙터클로 연희되면서 '불거리'로서의 축제연행체의 성격을 가지면서 외형이 다듬어지고 세련되어짐

- 이것은 축제참여자가 모두 한 마당에서 어울려 즐기던 대동적 축제에서 관람적 축제로 변화하면서 자연스럽게 야기된 결과임. 당연히 축제의 무대화와 장식화가 수반되고 이에 따라 축제개최를 위해 필요한 예산이 일반 대동적 축제보다 훨씬 많아질 수밖에 없음
- 공연예술축제는 도시성, 물신성이 팽배한 현대 도시사회 속의 분열된 개인들을 결집시키며 소외적 도시성을 극복하게 하는데 용이한 기제로 활용도가 높음



출처: [https://www.kgnews.co.kr/news/article\\_print.html?no=208722](https://www.kgnews.co.kr/news/article_print.html?no=208722), 2009년 과천한마당축제



출처: [https://www.chosun.com/site/data/html\\_dir/2017/10/06/2017100600353.html](https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2017/10/06/2017100600353.html), 2017년 서울거리예술축제



〈시암 나라밋〉에서는 무대에 호수를 만든다  
출처: 더프리뷰(<http://www.thepreview.co.kr>)



장예모의 인상시리즈  
출처: 더프리뷰(<http://www.thepreview.co.kr>)

■ 많은 경우에 공연예술축제는 지역 자치단체에서 직접 주최하면서 재정지원을 하고 있는 경우가 많음

- 지역 자치단체에서 소유하고 있는 문화예술 공간의 부진한 활용문제가 많은 논의와 비판의 대상이 되고 있는 상황에서 공연예술축제는 대도시 또는 중소도시의 문화예술 공간의 효율적 활용이라는 효과를 내는 것으로 간주되어 지역자치단체의 문화예술 활동 지원의 대상에서 가장 우선적인 자리를 차지함
- 지역 단위로 개최되는 공연예술축제의 경우에는 지역의 대외적인 이미지를 고양시키거나 쇄신시키기 위한 수단으로 공연예술축제가 사용될 수 있어, 공연예술축제가 궁극적으로 지향하고자 하는 예술성과 축제성의 결합이라는 순수한 목적이 상쇄되는 경우가 발생하기도 함
- 그러나 원자화되어 있거나 서로 만나서 소통을 할 수 있는 기회를 거의 가지고 있지 못하고 있는 지역의 주민들을 한 자리에 모을 수 있다는 사실 하나만으로도 공연예술축제의 개최가치는 충분한 경우가 대부분임
- 이것이 궁극적으로 지역과 지역민의 문화예술적 품격을 격상시키는 기능을 수행하게 될 것이라는 점에서는 이의를 달 수 없을 것임

■ 공연예술축제는 전문적 ‘actors’와 비판적 ‘spectators’의 만남과 소통의 장으로 기능함

- 일탈 지향적 축제성과 심미적 예술성이 결합한 형태의 연희에서는 ‘actor’와 ‘spectator’가 명백히 구분됨
- 예술적 전문성과 엄밀함이 일반 대중성과 결합하면서 전문가와 일반 대중이 직접적으로 만날 수 있는 기회를 제공하고, 이것은 결국 예술의 대중화에 직접적인 영향을 미치게 됨
- 그러나 ‘actor’와 ‘spectator’의 구분이 엄격하여 상호 교감이나 소통 또는 입장전이의 가능성이 없어질 경우 예술성과 축제성 간의 간격은 계속해서 멀어질 수밖에 없으며, 맥락(context)과 분리된 텍스트만 강조되어 맥락(축제장소, 관중을 포함한 축제에 참여하는 사람)과의 지속적인 상호작용이 간과될 가능성이 있음



## ■ 예술적 전문성과 축제적 공동체성의 상보적 관계 형성의 시너지 효과 극대화가 궁극적 목적

- 공연예술축제는 처음 기획단계뿐만 아니라 축제가 진행되는 과정에서 기본적으로 일반인이 아닌 공연예술전문가가 축제의 모든 과정을 지배할 수밖에 없음
- 따라서 소수의 전문가가 다수의 일반인들을 일방적으로 리드하거나, 이해 불가능한 연행을 단순히 제시해주는 차원에 머물러 장기적으로 일반인들의 지속적인 관심이 떨어질 가능성도 배제할 수 없음
- 이러한 한계를 극복하기 위해서는 공연예술축제가 가지는 예술적 전문성과 축제적 공동체성이 상쇄적인 관계가 아니라 상보적인 관계를 이루어야 함
- 이것은 예술성과 축제성이 가진 고유한 속성이 분명히 부각될 때에야 비로소 그 효과를 실감할 수 있게 될 것임

## ■ 공동체 가치 구현을 위한 공연예술축제로서의 의미를 더욱 강조할 필요가 있음

- 페스티벌에 참여한다는 것은 페스티벌이 가진 감성적이면서도 희귀한 힘의 강렬하고 독특한 특성을 경험하면서 전혀 기대하지 않았던 영역으로 자연스럽게 이끌려지는 것임. 이러한 경험이 페스티벌로 창조됨으로써 삶과 죽음, 공포와 슬픔, 사랑과 믿음에의 욕구, 성장과 변신의 욕구 등에 대해 스스로에게 자문하는 기회임
- 페스티벌은 관람객의 지적 능력을 일깨우고, 관점의 자유로움을 존중하는 것임. 인간은 페스티벌을 통해서 스스로의 존재적 신비함을 끌어안게 되고, 여기서 관객은 세상에 대한 공동의 표상을 공유하게 되며 연대성을 경험함
- 현대인의 생활방식을 놓고 볼 때 공연예술축제에 대한 수요가 더욱 증가할 것임. 이는 축제에 대한 일반 대중들의 관심은 지속적으로 증가하고 있기 때문임. 특히 지역자치단체나 그 속의 구성원들은 자신의 지역에 대한 자부심을 표현하고자 하고 이를 위해서 보다 적극적으로 지역에서 개최되는 문화예술 활동에 적극적으로 참여하고자 함
- 우리나라의 경우처럼 정규 교과과정에서 문화예술교육의 정도가 상당히 결핍되어 있는 경우 이러한 욕구는 더욱 커질 것으로 봄. 열린 공간에서 문화예술을 활용하고자 하는 욕구는 문화예술축제에 대한 관심의 증가를 야기할 수밖에 없으며, 이를 통해서 지역공동체성은 더욱 증가될 것임
- 반면에, 지나치게 공연예술축제가 빠른 속도로 증가하게 될 때 나타날 수 있는 부정적인 효과도 간과해서는 안 될 것임. 예를 들어서 축제에 대한 적극적 참여보다는 소극적 관람자로 만족하여 축제자발성을 감소하게 되는 점, 축제의 재정자립도가 낮은 우리나라의 현실적인 여건을 감안해 볼 때 지자체 축제개최 예산이 급증하는 문제, 메가이벤트 행사를 남발하거나 연속성이 부족해지는 문제, 단기간의 공연물 만들기에 급급하여 장기간의 숙련된 문화예술창조역량의 강화에 소홀할 우려, 공연예술 및 행위예술의 급증으로 인한 장기적 차원의 문화예술의 수급불균형이 초래될 수 있는 점 등이 그러한 문제들임

## 제3절 아비뇽페스티벌의 축제성과 예술성

### 1. 축제적 가치 극대화

#### ■ 예술의 대중화 및 지방의 고급예술 향유권 보장의 기회 제공사례로서의 아비뇽 연극페스티벌

- 아비뇽은 프랑스 남부지방(보클뤼즈주) 인구수 9만 정도 규모의 중소도시로, 교황청을 중심으로 중세도시의 모습과 역사적인 유물을 보유하고 있음
- 프랑스 혁명 이전까지 교황의 도시로서 자리 잡았고 예술적으로도 상당한 발전을 이루는 등 계속 번영을 더해가던 아비뇽의 규모는 갈수록 커져갔고, 2000년에 유럽의 문화도시로 선정되기도 하였음
- 2차 세계대전 이후 프랑스 정부는 파리를 중심으로 산업과 문화, 인구가 과도하게 집중되는 것에 문제가 있음을 심각하게 인식
- 이러한 문화와 예술의 수도집중 문제를 해결하기 위해서 고급문화를 지방으로 확산시키고자 하는 노력을 작가와 예술가 등의 문화예술 활동가뿐만 아니라 지식인들과 함께 고급 문화의 지방확산에 노력하기 시작함



출처: <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%95%84%EB%B9%84%EB%87%BD>



출처: <https://www.sncf-connect.com/en-en/article/our-tour-avignon-city-popes>



출처: <https://mag.agendaculturel.fr/blog/sortie-culturelle/>



출처: <https://compagnieaffable.com/2015/06/22/>

#### ■ 아비뇽 연극페스티벌은 프랑스의 결사체 활동과 그에 대한 정부 지원에 기반한 대표적인 공연예술축제임

- 1947년부터 아비뇽페스티벌은 예술의 대중화와 생활화를 모토로 아비뇽 교향청이라는 전통과 역사가 어우러져 있으면서 완고한 보수주의가 뿌리박혀 있던 장소에서 '살아있는 연극의 시대'를 열게 됨
- 기존의 난해한 부르주아 연극을 반대하고 모든 사람에게 개방된 연극, 젊고 열성적인 참신한 관객들을 공략하기 시작함
- 활발한 결사체 활동이 지역 또는 지방의 문화예술활동의 기반을 조성해 주고 있는 상황에서 일반대중과 고급예술 간의 격차를 극복하는데 아비뇽연극페스티벌은 시기적절한 시기에 시작되어 지금까지 80여 년의 역사를 만들어 가고 있음

#### ■ 2차 세계대전 이후 예술의 대중화와 생활화를 위한 중앙정부와 지방정부의 노력의 결과

- 2차 대전 이후 프랑스 정부는 파리를 중심으로 산업, 문화, 인구가 집중되자 지방 소도시를 중심으로 공업 등 지방발전계획을 수립하게 됨
- 고급문화와 대중문화의 긴장이 갈수록 커져감에 따라 이러한 문화적 상황을 극복하기 위해서 작가와 시인, 신학자와 철학자들을 중심으로 지식인의 신성한 의무가 강조되기 시작함
- 특히 정부는 연극이 일부 특수 관객들만을 위해 파리에 집중되는 것을 지양하고 지방으로 확산되어 보다 폭넓은 대상에게 공연되어 연극문화의 창조와 생활화를 추구하고자 하였음
- 아비뇽페스티벌은 프랑스 정부에서 적극적으로 지방문화의 발전을 장려하기 시작하는 시점에 시작된 것으로 예술의 대중화와 생활화를 기본적인 목적으로 한 것이었음





#### ■ 장 빌라르(Jean Vilar)는 “살아있는 연극의 시대”를 개막함

- 1947년 장 빌라르(Jean Vilar)는 당시 프랑스에 팽배했던 실존주의, 부조리, 전위연극 등이 가지는 비대중성의 한계를 극복하고자 교황청 야외무대에서 모든 이들에게 개방된 열린 연극공연을 소개함
- 장 빌라르는, 기존 부르주아 연극을 반대하고 모든 사람에게 개방된, 다양한 예술적 장르에 접근할 수 있는 연극공연으로 축제의 방향을 정하고 당시 파리시 풍토와는 다른 타입의 연극으로 젊고 열성적이며, 참신한 관객을 공략하였음

#### ■ 적극적으로 추진되던 지방분권화 정책과 활발한 결사체 활동과 조화를 이루면서 국민의 문화향수 기회 제공

- 특히 이 당시 프랑스는 지방문화분권화 정책이 적극적으로 추진되는 초기단계였고, 여기에 여러 분야의 전문가들이 적극적인 지원을 아끼지 않았던 시기이기도 하였기에 장 빌라르의 이러한 시도는 일반인들의 열렬한 지지를 받을 수 있었음
- 활발한 결사체 활동이 활성화되면서 젊은이들이 아비뇽으로 모여들기 시작함
- 2차 대전 직후 파리에 집중된 예술과 문화를 지방으로 분산함으로써 일반대중과 고급문화 사이의 괴리를 극복하고, 보다 많은 대중들이 수준 높은 문화를 향유할 수 있는 기반을 마련하고자 하는 목적을 달성하는데 아비뇽페스티벌은 아주 안성맞춤인 연행체였음
- 특정 몇몇 계층의 사람들만을 위해서 공연되던 연극을 과감하게 광장으로 끌고 나와 총체적인 예술형식을 구축하면서 연극 자체뿐만 아니라 다양한 문화향유에 목말라 하던 수많은 대중들의 문화적 갈증을 해소시켜 주는 효과 발생

 <p><b>SÉNAT</b> — ANNÉE 1901 SESSION ORDINAIRE — <b>PROJET DE LOI</b> <i>Adopté par la Chambre des Députés, Adopté avec modifications par le Sénat.</i> <b>Relatif au contrat d'association.</b>  Le Sénat a adopté le projet de loi dont la teneur suit :  <b>TITRE PREMIER.</b>  <b>ARTICLE PREMIER.</b>  L'association est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun d'une façon permanente leurs connaissances ou leur acti-</p>	 <p><a href="https://humanhist.com/culture/histoire-de-la-liberte-dassociation-et-du-mouvement-associatif/">https://humanhist.com/culture/histoire-de-la-liberte-dassociation-et-du-mouvement-associatif/</a></p> <p><b>LOI DU 1<sup>er</sup> JUILLET 1901</b></p> <p><b>TITRE PREMIER</b></p> <p><b>ARTICLE PREMIER.</b> — L'association est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun d'une façon permanente leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices. Elle est régie, quant à sa validité, par les principes généraux du droit applicables aux contrats et obligations.</p> <p><b>ART. 2.</b> — Les associations de personnes pourront se former librement sans autorisation ni déclaration préalable, mais elles ne jouiront de la capacité juridique que si elles se sont conformées aux dispositions de l'article 5.</p> <p><a href="https://memoires.laligue.org/chronologie/loi-relative-au-contrat-dassociation-en-france">https://memoires.laligue.org/chronologie/loi-relative-au-contrat-dassociation-en-france</a></p>
--	--

발데크 루소와 결사의 자유: 결사 계약에 관한 1901년 7월 1일자 법률은 제3공화국의 위대한 자유주의 입법 작업의 정점을 나타낸다. 그것은 Tocqueville이 자유의 첫째 요소로 여긴 기본적, 개인적 및 집단적 자유를 내포하고 있기 때문이다. "민주주의 국가에서 결사의 과학은 모체 과학이다. 1901년의 법을 보호하고, 르 샤플리에 법을 폐지함으로써 구 정권의 기업체를 되살리거나 혁명작업을 연장하지 않도록 보장한 것은 확실히 민주적이고 공화적인 자유 개념이다. 이 법은 오랜 숙고와 열띤 토론 끝에 등장했다. 위원회 의장이자 내무부 및 종교부 장관인 발데크 루소(Waldeck-Rousseau)는 이 법이 채택되는데 결정적인 역할을 했다. 어렵게 탄생된 만큼 이 법은 오늘날에도 여전히 시행되고 있으며, 밝은 미래를 지향한다. 이 법은 거의 수정되지 않았으며 계속해서 증가하는 수의 결사체가 프랑스인으로 하여금 일상 생활 조직에 참여할 수 있게 한다.

출처: <https://www.senat.fr/evenement/archives/D19/intro.html>

#### ■ 자발성과 개방성의 기본 이념 아래 ‘페스티벌 IN’과 ‘페스티벌 OFF’의 적절한 조화 추구

- 60년대 후반을 넘어가면서 페스티벌에서 펼쳐지는 공연의 영역이 확대되면서 축제의 성격이 대폭 변화됨. 이때부터 페스티벌은 연극, 뮤지컬, 무용, 현대음악, 시, 미술, 영화, 비디오아트에까지 공연물의 영역이 확장됨
- 초대 감독인 장 빌라르가 1971년에 사망한 후 후임자인 폴 푸오(Paul Puau) 시기에 'Off' 공연을 만들어서 지역 내의 다양한 공연집단뿐만 아니라 프랑스의 여러 지방으로부터 공식적인 초청이 없어도 아비뇽페스티벌에 참여할 수 있는 길을 열어놓음

- 'Off' 공연은 가능한 많은 대중에게 공연예술을 보급시키고자 하는 취지로 시도된 것으로, 예술감독도 없으며 축제 조직기관과는 별개의 결사체(Association)가 일정 및 장소공지, 공동 프로그램 제작 등을 위한 서비스를 제공할 뿐임<sup>33)</sup>
- 프로와 아마추어를 불문하고 자유롭게 축제에 참여함으로써 관객의 선택영역을 확장하고, 관객이 각자의 취향에 따라 상연작을 직접 선택하게 됨. 시내 곳곳을 예술적 실험 무대로 활용함으로써 관람객의 흥미를 유발하고 축제분위기를 고조시킴. 'In'과 'Off' 공연을 비교하면 다음과 같이 정리될 수 있음

#### 〈페스티벌 In과 페스티벌 Off의 축제운영원리 비교〉

	지향점과 목적	구성	조직과 진행
페스티벌 In	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제가 지향하는 예술표현 추구</li> <li>• 새로운 예술적 경향의 소개</li> <li>• 지역 예술활동의 활성화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공식 초청 극단들의 공연, 전시회, 토론회 등으로 구성</li> <li>• 완성도 높은 작품 선정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프랑스 정부 및 각 문화단체의 공식적인 지원을 받아 제작</li> <li>• 교황청 공식 공연장에서 유료공연이 대부분</li> </ul>
페스티벌 Off	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 장르나 형식의 실험성 · 창조성 · 가능성 중시</li> <li>• 비주류 예술활동의 중요성 제시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자유참가를 통한 다양한 예술작품의 소개</li> <li>• 예술관계자들의 소통의 장소</li> <li>• 실무경험의 증대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 500여 개의 공연단이 아비뇽시에 시간과 장소를 미리 예약</li> <li>• 교황청 주변 및 아비뇽시 일원의 여러 공간에서 공연, 무료공연으로 자유로운 관람</li> </ul>



“Unhealthy”, “vulgar”, “pedophile” 역설적 의미의 포스터

출처: <https://europe-cities.com/2022/04/27/unhealthy-vulgar-pedophile-the-avignon-festival-defends-its-controversial-poster/>



출처: <https://www.madinin-art.net/annulation-du-festival-davignon-une-bombe-a-retardement-pour-les-compagnies-de-theatre/>

33) Avignon Festival & Compagnies - Le Off



출처: [https://www.challenges.fr/economie/festival-d-avignon-un-investissement-peu-rentable-pour-les-artistes\\_485270](https://www.challenges.fr/economie/festival-d-avignon-un-investissement-peu-rentable-pour-les-artistes_485270)



출처: <https://www.linternaute.com/sortir/guide-des-loisirs/1314658-festival-d-avignon-2022-20-spectacles-du-off-a-ne-pas-manquer/>

#### ■ 아비뇽 페스티벌의 발전은 OFF 공연의 도입으로 본격화 됨

- 'Off'에는 200개 이상의 다양한 공연이 펼쳐지며, 아비뇽 페스티벌 조직위원회와는 별도로 존재하는 '아비뇽 퍼블릭 오프(Avignon-Public-Off)'에 의해 1982년부터 준비 운영되고 있음
- 이 협회는 전체 페스티벌의 축제적 특성을 부각시키기 위해 축제의 진행만을 지원할 뿐 공연의 내용에 대해 간섭하지 않음. 'Off' 공연은 'In' 공연과는 별도로 훨씬 자유롭고 개방된 거리, 광장, 지하철, 창고 등에서 공연되는데, 보통 100여 개의 장소에서 1000여 회의 공연이 펼쳐짐
- 'Off'는 그것 자체로서 다양하고 풍성한 문화적 가치를 표현하고 있어서 축제로서의 독자적인 성격을 잘 드러내고 있다고 볼 수 있으며, 이러한 축제성은 역으로 예술적 창조성을 풍성하게 하는 중요한 영역이 됨
- '페스티벌 Off'는 극단 종사자들의 자기 훈련의 기회가 되기도 하고, 실험적 정신을 시험하고, 일반 대중들로부터 공연물의 내용에 대한 검증을 받는 기회가 되기도 함. 결국 이러한 파격적인 공연형식의 적극적인 도입으로 아비뇽 축제는 자발성과 개방성을 확보하면서 축제적 영향력을 더 강하게 확보할 수 있게 되었음

#### ■ 1980년대부터 지역축제를 넘어서 세계적인 문화예술축제로 발돋움 함

- 이러한 과정을 거치면서 아비뇽페스티벌은 모든 형태의 연극 중심지가 되었으며, 단일작품 운영방식에서 탈피하여 자유참여 형태의 'Off' 공연을 보다 적극적으로 수용하면서 1980년대부터는 세계적인 문화축제로 자리 잡게 됨
- 재정자립도가 강조되면서 신세대 연출자와 배우를 끌어들이기 위해 공연물의 전문성이 더욱 요구되었고, 현대적인 운영시스템이 필요하게 되었고, 해외 작품에 보다 더 개방적인 입장을 가지게 됨
- 페스티벌을 통해서 대중들에게 공유된 축제의 기억은 어떤 것으로도 대체될 수 없는 강력한 전달력을 가진 것으로, 이야기의 토론과 전달을 통해서 시간이 흐를수록 숙성되어 집단적인 기억 속에서 공유됨. 이러한

총체적인 축제의 이해 과정이 아비뇽 페스티벌에서 확인되고 있음

## 2. 예술적 역량의 강화

### ■ 예술축제는 예술적 전문성을 대중과의 소통을 통해서 보다 넓게 확산시키는 창조적 행위임

- 예술축제의 성공여부는 전적으로 예술감독에 의해 크게 좌우될 수밖에 없음. 그해 축제의 중심을 어디에 두고, 어떤 컨셉으로 진행하며, 이를 위해 어떤 단체들의 작품을 선정할지 정하는 것은 전적으로 예술감독의 몫이기 때문임. 축제의 예술감독은 장기적인 계획에 의해 페스티벌의 방향을 결정하고 페스티벌의 프로그램밍을 책임지면서 동시에 상당한 권한이 동시에 주어짐<sup>34)</sup>
- 장 빌라르는 문화의 탈중심화를 주장하면서 국가와 아비뇽 시로부터 안정적인 재정지원을 보장 받으면서 축제업무는 비영리 민간단체가 관할하도록 하고 5년 임기의 예술감독제를 도입하는 밑그림을 그렸음<sup>35)</sup>
- 이후 아비뇽페스티벌에서는 예술감독의 예술적 경향이 페스티벌의 내용에 절대적인 영향을 미치게 되었으며, 특히 국제적인 수준의 예술적 창조와 독창적인 대중이 서로 만나 공연예술축제의 정신을 성공적으로 표현해 냄

### ■ 2022년 아비뇽 페스티벌<sup>36)</sup> 주요 사항을 요약 정리하면 다음과 같음

- 3주간의 축제 기간 동안 23개의 장소, 50개의 공연(총공연 횟수는 300개 이상) 및 토론, 회의, 상영, 총 130,000명(유료 및 무료)이 참여하는 450회 이상의 행사가 있음
- 축제를 실시하기 위해 750~800명의 비정기 및 계절근로자(기술자, 예술가, 접수대리인, 행정대리인 등)와 함께 30여 명의 정규직이 연중 상시 근무함. 예술팀이 구성되면서 1,700개의 일자리가 만들어짐
- 일 년 내내 5,000명의 학생, 140개의 학급, 90개의 학교, 37개 도시, 1,600명의 사람들이 축제를 방문함
- 예산은 1,670만 유로(약 218억 6천만원)이며, 51%는 공공 보조금, 33%는 자체 수입(쇼 판매, 공동 제작 활동, 후원 및 파트너십, 티켓팅), 16%는 기타 수입임
- 2,000개 이상의 기사를 작성하는 600명 이상의 국내외 기자들이 방문, 50여명의 사진기자들도 참석함
- 80000개의 프로그램, 12,000개의 가이드가 준비되어 있음
- 웹사이트는 프랑스어와 영어로 되어 있으며 연간 400만 뷰를 확보
- 2019년에 모바일 어플리케이션이 출시되었음
- 140,000명이 4개의 Festival d'Avignon 계정(Facebook, Twitter, Instagram 및 LinkedIn) 중 하나 이상을 팔로우 함
- 후원자들과 지속적인 관계를 구축했으며, 그 중 가장 중요한 것이 Crédit Coopératif Foundation임. 페스티벌은 15개 중소기업과 개인 후원자 서클을 모아 페스티벌 파트너 회사 서클을 구성하였음
- 문화/관광 생태계 내에서 100,000백만 유로(약 130조원)로 추정되는 지역 유역에 대한 경제적 이익을 창출하는 것으로 추정됨

34) 장광열, 2004, p. 122-123 참조

35) ibid., p. 114 참조

36) <https://festival-avignon.com/>



■ **아비뇽페스티벌과 관련해서 어떤 자료에서도 관광활성화라는 것이 축제의 주요목적으로 제시되고 있는 부분을 찾아볼 수 없다는 점을 주목해야 할 것임**

- 그럼에도 불구하고 직접적인 외래 관광객으로 인해 야기되는 경제적인 수입은 막대하다는 점을 확인할 수 있으며, 이로 인해 아비뇽시가 얻는 지역활성화 효과가 얼마나 클 것인지는 충분히 미루어 짐작할 수 있음
- 상업성을 축제기획의 중요 요소로 고려하지 않은 채 순수 예술성만을 적극적으로 강조한 연극공연을 표방한 다 하여도 경제가치가 부가적으로 형성될 뿐만 아니라 축제적 환경 조성에 전혀 문제가 생기지 않는다는 것을 이 사례를 통해서 알 수 있음

### 3. 기타 공연예술축제 사례

■ **바이로이트 페스티벌: ‘바그너’ 오페라 축제**

- 바이에른 주의 바이로이트 페스티벌은 잘츠부르크 페스티벌, 에든버러 국제페스티벌과 함께 유럽을 대표하는 3대 음악제로 꼽히며, 독일 작곡가 리하르트 바그너(1813~1883) 작품 중심의 오페라축제로, 매년 7~8월에 열림
- 극장 개관 기념으로 바그너의 <니벨룽의 반지> 전곡이 초연된 이후, 매년 여름 한 달여 동안 리하르트 바그너 축제 극장에서 바그너의 오페라 작품들을 공연하는 바이로이트 페스티벌이 점차 연례행사로 발전해 감

■ **라이프치히 ‘바흐’ 페스티벌: 세계에서 가장 규모가 크고 오랜 역사를 가진 축제**

- 라이프치히 바흐 페스티벌은 1723년부터 1750년까지 라이프치히 주요 교회 4개 합창단의 합창단장을 역임한 요한 제바스티안 바흐를 기념해 열리는 클래식 음악 축제로, 1904년에 시작되어 세계에서 가장 규모가 크고 오랜 역사를 가진 바흐 음악페스티벌로 인정받고 있으며, 매년 6월 축제 기간에 시 전역에서 100회 이상의 음악회와 공연이 펼쳐짐
- 제2차 세계대전이 끝난 뒤 서독과 동독으로 분리될 때 라이프치히는 동독지역에 속해 있었고, 1950년대 냉전시대에 사회주의 이념을 지향한 동독에서는 바흐의 종교음악은 무시하고 세속음악에만 초점을 맞추고자 했음
- 그렇지만 라이프치히 바흐 페스티벌은 이런 정치적인 압력에 대항해 끈끌하게 바흐를 기리고자 하는 축제의 성격을 지켜내며 이어짐
- 라이프치히 시의회는 라이프치히를 바흐의 도시로 헌정하기도 함. 페스티벌 기간에는 음악회 외에 강연회, 세미나, 14~27세 음악가와 무용수, 래퍼, 그래피티 아티스트, 시인 등 다양한 분야의 예술가들이 참가하는 경연대회는 물론 바흐의 작품을 현대적으로 재해석한 공연 등이 다양하게 마련됨

### ■ 잘츠부르크 페스티벌<sup>37)</sup>: 모차르트에서 카라얀으로 이어지는 음악 전통

- 매년 7~8월에 오스트리아 잘츠부르크에서 개최되는 공연예술축제는, 세계적으로 유명한 오케스트라와 지휘자, 연주자, 성악가들이 모여 연극, 오페라, 관현악, 실내악 공연 등 음악과 극예술을 아우르는 무대를 펼침. 1920년에 시작된 이 페스티벌은 현재까지 매년 25만 명 이상의 관람객이 참여함
- 잘츠부르크는 모차르트의 도시로, 1870년 모차르트의 마지막 오페라 <마술피리>의 완전한 악보가 발견된 것을 계기로 모차르트 연구기관인 국제 모차르테움 재단이 1870년 잘츠부르크에서 발족함. 이 재단에서 여러차례에 걸쳐서 잘츠부르크 음악축제를 개최했고, 1880년에는 모차르트 생가에 모차르트 박물관을 설립함. 1920년엔 잘츠부르크 페스티벌이 공식 개최
- 1938년 나치 독일이 오스트리아를 합병하면서 페스티벌에 대한 나치의 간섭이 가속화. 지휘자 토스카니니가 이에 항의하면서 사임하고, 유대계 음악가인 조시 솔티 등은 더 이상에 이 페스티벌에 참여하지 않음
- 전쟁이 끝나고 잘츠부르크 페스티벌이 세계 최고의 음악축제로 자리 잡은 데는 지휘자 카라얀과 빈필하모니 오케스트라의 공헌이 컸음
- 종합예술축제를 지향하는 잘츠부르크 페스티벌의 프로그램은 오페라, 연극, 음악회 부문으로 나뉨. 연극은 상대적으로 비중이 작지만 호프만슈탈의 연극 '예더만'은 나치 간섭시기를 제외하고는 1920년 개막작이면서 지금까지도 매해 공연되고 있어 잘츠부르크 페스티벌의 상징이 되었음

### ■ 전쟁의 상흔을 종합공연예술로 치유하고자 하는 재할의지: 빈 페스티벌

- 빈 축제는 2차 대전 이후 연합군이 오스트리아를 점령하고 있던 1951년에 처음 시작되어 매년 5~6월에 개최되는 종합예술축제임
- 빈은 모차르트, 요한 슈트라우스, 베토벤 등의 음악가들이 생애 대부분의 시간을 보낸 곳으로 음악과 문화에 있어서 오랜 전통과 역사를 지닌 도시로 발전한 곳이었으나, 전쟁 당시 연합군의 폭격으로 오페라 극장을 비롯한 많은 건물들이 파괴되었고, 연합군, 소련군의 신탁통치로 제국의 화려한 모습을 거의 사라져가고 있었음
- 이러한 상황에서 시가 중심이 되어 시작한 빈 축제는 전쟁의 참상을 떨쳐내고 자랑스러운 전통과 문화를 통해서 새로이 도약하려는 시민들의 재할 의지의 표현이었음
- 빈 축제는 공연을 중심으로 한 종합예술축제로서 클래식·전위·현대음악 등을 모두 포괄하며 분야도 연극, 행위예술, 설치미술, 영화, 영상에 이르기까지 광범위하게 아우름. 단순히 예술행사에 그치지 않고 기후변화, 물 부족 문제 등 정치적·사회적 주제를 선정해 그와 관련된 예술 공연을 중심으로 프로그램을 편성함
- 즉 '문화는 곧 사회를 반영하는 거울'이라는 점을 표방하며 문화적 힘을 개방적이면서 포용적으로 발휘하고자 함

37) 다빈치 편, 류정아 김홍희 감수, 2016, 『세계 축제 100』, p. 197~199

#### ■ 캐나다 몬트리올 국제재즈페스티벌: '다양성 가치'의 저변 확대

- 몬트리올 국제재즈페스티벌은 1980년부터 퀘벡주 몬트리올에서 매년 6월 개최되는 세계 최대 규모의 재즈축제임
- 재즈가 중심이기는 하지만, 다양성을 지향하는 정신을 기반으로 하여 록, 팝, 블루스, R&B, 힙합, 레게, 가스펠, 일렉트로니카 등 여러 분야의 음악이 참여
- 실내공연과 야외공연으로 구성되며, 야외공연은 최대 10만 명이 즐기며 모두 무료임
- 전체 2백만 명 정도의 관객이 참여하는 것으로 추산되며, 이에 따라 2004년에는 기네스에 세계에서 가장 큰 재즈 페스티벌로 기록됨
- 1990년대 이후 축제의 규모가 확대되고 방문자가 100만 명을 넘기게 되자 몬트리올 시 정부가 본격적으로 축제를 지원하기 시작함



## 제4장

## 결론

본 연구에서 강조하고자 하였던 내용들을 요약해서 정리하면 다음과 같다.

첫째, 디지털 문화 인프라 확충은 더 이상 선택사항이 아니다. 코로나 상황과 같은 비정상적인 언택팅 상황에서 점차 벗어난다 해도 우리의 일상적인 삶은 그 이전과 동일한 사회로 다시 돌아갈 수 없을 것이기 때문이다. 비대면 언택팅 사회에서 사전에 의도하였든 아니면 위급한 상황에서의 갑작스러운 대응이었던 문화예술은 더 이상 고도의 과학적 기술과의 융합적 협업에서 벗어날 수 없게 되었다.

둘째, 문화예술과 과학, 기술이 본래 연결되어 있던 원칙을 다시 생각해 볼 때가 되었다. 본래 문화예술과 과학 그리고 기술은 긴밀한 연계성을 가지고 있었다. 그러나 복잡한 산업사회를 거치고 고도로 분업화된 문명사회로 진화하면서 이 연계고리의 중요성이 간과되었다. 이 연결고리가 최근의 디지털과 아날로그의 연결고리를 찾는 과정에서 다시 부각되고 있다. 전산업사회에서 상호 유기적으로 결합되어 있었던 예술-과학-기술은 현대사회를 거쳐서 빠르게 미래로 이어지고 있다. 이들은 서로 상호적으로 전환-융합-협력하면서 새로운 창조지점을 만들어내게 될 것이다.

셋째, 기술력의 혁신은 대단히 중요하다. 그러나 그것보다 더 중요한 것은 그러한 기술력과 새로운 창의성을 적극적으로 수용할 수 있는 혁신적 마인드를 가진 인적 자원이다. 그리고 이러한 환경에 순조롭게 적응하여 충분한 효과를 산출하기 위해서는 인적 네트워크 구성방식의 변화이다. 문화예술 영역에서 인적자원의 구성의 변화에 적극적인 관심을 기울여야 하는 이유는 여기에 있다. 즉 문화예술 활동 기관이나 조직 내 잔존하고 있는 권위적-위계적 상하관계 구조가 변화되어야 한다는 것이다. 이것은 소비자 니즈 맞춤형 콘텐츠의 기획, 생산, 홍보, 마케팅 능력을 적극적으로 발휘하는 데 장애요인이 되고, 기관이나 조직의 경쟁을 떨어뜨리게 될 것이므로, 이러한 부분을 개선할 구조적인 변화의 시도가 하루 빨리 이루어져야 할 것이다.

넷째, 전반적 사회분위기는 빠르게 쌍방향-상호연계적-소통적-상생적 평행관계로 바뀌어 가고 있다. 이러한 환경에 문화예술 활동을 하기 위한 기반도 빠른 변화를 모색해야 한다. 아이러니하게도 가장 창의적인 아이디어를 가장 먼저 창출하는 문화예술 분야의 활동 환경은 이러한 환경변화에 가장 뒤늦게 쫓아가고 있는 것이 현실이다. 이러한 전반적인 환경에 빠르게 적응하지 못할 경우 도태되는 속도는 빨라질 것이므로 변화에의 적응전략을 시급하게 수립하는 것이 중요하다. 과거에는 인력의 역량을 평가하는 것이 지남 경력, 학력, 이론적 기반 등 불변하는 정태적 과거의 경험이었다. 그러나 지금은 평가 기준이 다양한 표현 능력과 전달능력, 소통 및 네트워킹 방식 등의 실천적이고 구체적인 역동적인 역량으로 대체될 것이다. 이에 따라 인력 간 네트워킹 방식 또한 빠르게 변화하게 될 것임은 분명하다.

마지막으로, 예술과 기술의 결합가능성이 높은 공연예술축제의 수가 앞으로 더욱 더 증가될 수밖에 없다는 점이 분명하다는 점을 강조하였다. 이것이 가진 예술성과 축제성이 본래 의도한 바를 충분히 발현시키면서 서로 긍정적인 상호작용을 할 수 있을지에 대한 보다 분석적인 고민을 하는데 이 연구가 조금이라도 기여할 수 있기를 기대해 본다.

## 참고문헌

- 김원제, 2009, 『콘텐츠 실크로드 미디어 오디세이』, 이담.
- 다빈치축제편집팀, 2016, 류정아·김홍희 감수, 『세계 축제 100』, 네이버/도서출판 다빈치.
- 류정아(2016). 축제이벤트의 융합콘텐츠 구성전략에 대한 일고. 문화예술지식DB 문화돋보기 제17호. 한국문화관광연구원.
- 류정아, 김현경 (2016), 스마트융합 환경에서의 박물관 미술관 기능개선에 관한 연구, 한국문화관광연구원.
- 류정아, 2020, “비대면(Untacting) 사회 대응 문화예술 융합플랫폼으로서의 박물관·미술관의 새로운 기능과 역할 모색”, 국립민속박물관.
- 류정아, 2004, “연극축제의 세계화 가능성과 문제점: 아비뇽 연극페스티벌과 과천한마당축제”, 『축제로 이어지는 한국과 유럽』 유럽문화정보센터 편, 연세대학교출판부.
- 류정아, 2006, “축제의 여행론적 분석”, 『축제와 문화적 본질』 유럽사회문화연구소, 연세대학교 출판부
- 류정아 저, 2013, 『축제이론』, 커뮤니케이션 북스.
- 류정아, 「지역문화콘텐츠 개발의 이론과 실제: 축제를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제8호, 인문콘텐츠학회, 2006.
- 류정아, 2012, 『한국축제와 지역문화콘텐츠』 커뮤니케이션북스.
- 문화체육관광부, 2022년 공립박물관·미술관 실감콘텐츠 제작 및 체험존 조성지원 사업」보조사업 공모 및 사업제안서 작성 지침, 문화체육관광부, 2021.12.
- 장광열, 2004, “아비뇽 & 몽펠리에 댄스 페스티벌 :해체와 융합, 새로운 춤의 경향”, 『문화예술』한국문화예술진흥원.
- 정원조 외 (2011), “스마트 미디어 디바이스 기반의 광고 융합 기능성 게임의 UAMC 사용자 인증 매칭 시스템 연구”, 「2011년 한국게임학회 추계학술대회 논문집」, 287-293, 한국게임학회.
- Arts Council England (2015), Digital Culture 2015, Digital R&D Fund for the Arts.
- Carmen Camarero & Ma Jose Garrido (2012), “Fostering Innovation in Cultural Contexts : Market Orientation, Service Orientation, and Innovations in Museums”, Journal of Service Research, 15(1), 39-58.



# ABSTRACT

## **A review of strategies for adapting the composition of cultural and artistic contents in accordance with changes in the technological environment**

Jeung-Ah RYOO

The summary of the contents to be emphasized in this study is as follows.

First, expanding digital cultural infrastructure is no longer an option. Even if we gradually escape from abnormal untacting situations such as the corona situation, our daily lives will not be able to return to the same society as before. In a non-face-to-face, untacting society, whether it was intentional in advance or a sudden response in an emergency situation, culture and arts can no longer escape convergent collaboration with advanced scientific technology.

Second, it is time to rethink the principles that originally linked culture, art, science and technology. Originally, culture, art, science, and technology had a close connection. However, the importance of this link was overlooked as we evolved from a complex industrial society to a highly specialized civilized society. This link is emerging again in the recent process of finding a link between digital and analog. Art, science, and technology, which were organically combined in the pre-industrial society, are rapidly leading to the future through modern society. They will mutually transform, converge, and cooperate with each other to create a new point of creation.

Third, technological innovation is very important in the post-COVID-19 era. But more important than that is human resources with an innovative mindset that can actively embrace such technology and new creativity. And in order to smoothly adapt to this environment and produce sufficient effects, it is necessary to change the way of human networking. This is the reason why active attention should be paid to changes in the composition of human resources in the field of culture and art. In other words, the authoritative-hierarchical structure of relationship that remains within institutions or organizations for cultural and artistic activities must be changed. This will become an obstacle to actively displaying the planning, production, promotion, and marketing capabilities of content to consumer needs, and will reduce the competition of institutions or organizations. The structural changes to improve these areas must be made as soon as possible.

Fourth, the overall social atmosphere is rapidly changing into a parallel relationship of interactive, mutually connected, communicative, and mutually beneficial. In this environment, the foundation for cultural and artistic

activities must also seek rapid change. Ironically, the reality is that the environment for activities in the field of culture and art, where the most creative ideas are first created, is the latest to catch up with these environmental changes.

It is important to urgently establish a strategy to adapt to the change, because the rate of weeding out will increase if we do not quickly adapt to this overall environment. In the past, evaluating the capabilities of human resources was an immutable, static past experience such as past careers, academic backgrounds, and theoretical foundations. However, now, the evaluation criteria will be replaced by practical and concrete dynamic competencies such as various expressive skills, communication skills, and communication and networking methods. As a result, it is clear that the networking method among human resources will also change rapidly.

Lastly, it was emphasized that it is clear that the number of performing arts festivals with a high possibility of combining art and technology will inevitably increase in the future. It is hoped that this study will contribute even a little to more analytical considerations on whether it is possible to interact positively with each other while fully expressing the original intention of the artistry and festival.



## 집필내역

---

연구책임

류정아 한국문화관광연구원 선임연구위원: 제1장~4절

## 기술환경 변화에 따른 문화예술 콘텐츠 구성 적응 전략 소고

---

발행인 김 세 원

발행처 한국문화관광연구원

서울시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880

<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2023년 1월 20일

발행일 2023년 1월 20일

인쇄인 (사)한국장애인위크협회 일자리사업장

ISBN 978-89-6035-967-3 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2022.e49>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

류정아(2022), 기술환경 변화에 따른 문화예술 콘텐츠 구성 적응 전략 소고, 한국문화관광연구원

아래의 DOI 또는 QR코드를 통해 이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.

<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2022.e49>



**한국문화관광연구원**

서울특별시 강서구 금남화로 154

**전화** 02-2669-9800

**팩스** 02 2669 9880

**www.kcti.re.kr**

