「지방정부연구」 제21권 제3호(2017 가을): 475-494
The Korean Journal of Local Government Studies, Vol.21 No.3 (2017 Autumn)
http://dx.doi.org/10.20484/klog.21.3.19

공동창조(Co-creation)기반의 공공미술사업을 통한 지역혁신 효과분석: 부산 다대포 홍티아트센터의 사례*

이 태 헌**
정 하 영***
홍 순 구****

국문요약

지역 정체성 생성과 지속가능한 성장을 위해서는 공공이 책임을 가지고 운영하는 문화예술정책이 필수적이다. 최근에는 공공미술사업과 지역재생사업의 결합을 통해 낙후된 지역의 혁신을 시도하는 사업들이 다양하게 실시되고 있다. 실례로 벽화조성 및 조형작품 설치 등을 통한 주거환경개선 사업을 들 수 있다. 벽화와 조형물은 낙후된 지역에 활력을 불어넣고 사람들의 이목을 집중시키기 위한 시도로는 효과적이지만 주민의 참여가 한정되고 일회적인 정책의 한계를 가진다. 다대포 무지개공단의 홍티아트센터에서는 이러한 공공미술정책의 한계를 극복하기 위해 Co-creation 개념에 기반 한 입주예술가 지원 사업을 통해 지역주민들과 공공미술 활동을 지난 3년간 실시해 왔다. 본 연구에서는 홍티아트센터의 입주예술가 지원 사업에 대한 혁신 효과를 분석함으로써 공동가치창출과정과 지역재생의 유효성을 검토하였다. 여행비용법(TCM)에 기반한 지불의사비용 도출 및 비용편익 분석 결과, 2015년과 2016년의 홍티아트센터는 예산대비 약 2.5배의 비용편익률을 나타내었다. 본 연구는 서부산권 지역재생을 위해 현재진행 중인 공공미술정책인 홍티아트센터의 입주예술가 지원 사업에 대한 분석을 통하여 사업의 유효성을 입증함으로써 실무적 기여를 하였다. 또한 입주예술가 지원사업을 통한 지역의 공동가치창출과정을 설명함으로써 지역정책분야에 학술적 기여를 하였다.

주제어: Co-creation,지역혁신, 다대포 무지개 공단, 아트센터, 공공문화예술정책, 여행비용법

Ⅰ. 서론

지역혁신을 위한 정책은 지역주민의 생활에 일차적인 영향을 미치는 문제들을 우선하여 다루어지는 경향이 있다. 지역 내의 일자리 창출, 경제생산량 증대, 도시기반시설 및 도시의 물리적 환경

* 이 논문은 2015년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2015S1A3A2046781).
** 제1저자
*** 교신저자
**** 공동저자

의 정비 등 뚜렷한 결과를 체감할 수 있는 사업들이 우선 된다. 이와 같이 가시적인 민생 문제만을 중요시 하다보면 근시안적인 정책의 연속으로 이어지게 되며 도시는 곧 성장의 한계에 부딪히게 된다. 지속적인 지역혁신과 성장을 이어가기 위해서는 경제생산의 부가가치를 증가시키고 도시서비스를 다양화하기 위한 노력이 요구된다. 이러한 영역에서는 지역 정체성(identity)이 중요하게 작용한다. [1] 지역의 지속적 발전과 관계된 많은 요소들 중에 지역경제의 지지기반이 되는 지역생산은 중요한 요소다. 지역생산물이 그 지역의 정체성이 투영된 고유한 제품 혹은 서비스가 될 때 제품 혹의 서비스의 희소가치는 증가한다. 또한 다른 지역의 기업으로부터 의뢰받아 위탁생산하는 생산물보다 지역의 오리지널리티가 부여된 자기상품의 생산은 투입대비 많은 부가가치를 얻을 수 있다. 생산을 통한 부가가치가 지역내부에 축적이 되는 경제구조가 조성될 때 지역의 지속과 발전은 더욱 용이해진다. 고유한 제품의 탄생과 부가가치생산 배경에는 지역내부에 문화적인 성숙과 다양성, 예술적 감수성의 토양이 자리하고 있어야 한다.[2]

지역민의 생활배경에 문화적 토양을 제공하고 지역 정체성을 형성해 가는 것은 사적인 영역의 예술 활동을 통해서는 이루어 질 수 없다. 공공영역에서 책임을 가지는 정책을 통하여 민간과의 협력사업을 통해 이루어 져야한다. 따라서 대부분의 지방행정과 기초단체는 공공영역의 문화예술정책을 가지고 있으며, 예산을 배분하고 지역의 정체성 형성과 문화발전을 위한 공공미술사업을 진행하고 있다. 최근의 기초자치단체의 문화예술정책에서 나타나는 새로운 경향은 공공미술사업과 지역재생사업의 결합이다.

부산시의 경우에는 도심으로 부터 유리되어 낙후된 산복도로 및 해안가 지역에 벽화를 그리는 사업 및 젊은 작가들의 조형미술작품을 공공장소에 배치하는 사업이 주로 이루어지고 있다. 이러한 사업은 미술작품 배치를 통해 낙후된 지역의 물리적 환경을 미화하고 대중들의 관심을 모으기 위한 목적으로 진행된다. 구체적으로 산복도로르네상스 사업을 통한 산복도로 마을의 벽화 및 설치작품들 지원사업들이 그 예다.

벽화조성과 공공장소에 작품을 설치하는 지역재생과 공공미술의 결합은 낙후된 지역의 환경을 표면적으로 미화하고 지역적인 이슈를 생산하여 사람들의 주의를 환기하는 역할에 있어서 효과적이다. 그러나 지역재생의 주체인 주민에게 풍부한 문화적 토양을 제공하여 세대를 거치면서 새로운 다양성을 생산해내는 이상적인 형태의 커뮤니티 활성화로는 이어지기 어렵다. 이러한 맥락에서 하나의 고정된 작품을 장시간 변화가 없는 상태로 공공장소에 전시하는 공공미술로 부터 지역주민에게 항상 변화하는 컨텐츠로 지속적으로 제공되는 공공미술정책으로의 개선이 요구된다. 이에 대응하는 방법론으로 지역에 거주할 입주 예술가를 모집하고 창작활동을 지원하는 입주예술가 지원 사업이 지역재생을 위한 공공미술 사업으로 부각되어 실시되고 있다. 지역의 재생과 정체성 형성과 더불어 젊은 예술가들을 성장시켜 내는 것 또한 지역행정이 가지고 있는 하나의 과제이다.

---

1) '행정주도 지역개발'과 비교되는 '거버넌스 기반의 지속적인 지역관리 및 성장'에 있어서는 지역공동체 형성이 중요하며, 지역공동체 형성과 지역 정체성은 상호작용을 하는 중요한 요소다. 지역공동체 형성과 지역정체성의 상호작용에 대해서는 'Ⅱ.1. 공공미술의 개념과 지역 정체성의 개념'에서 자세히 기술하였다.

2) 지역정체성과 지역고유 제품생산을 통한 지역의 지속적 발전에 대한 논리전개는 宮本憲一(1998)의 책 『公共政策のすすめ』로 부터 p.17,p.231의'내발적발전론'과 p.232의 '일촌일품'을 참고로 하였다.

해당 지역의 정체성이 젊은 작가들의 작품에 용해되도록 하며 지역작가들의 성장의 계기를 마련하는 지원 사업의 일면으로도 장점을 가진다.

부산 사하구 다대포 매립지의 무지개공단과 홍티마을은 공단 제조업 침체와 마을의 과소화 현상이 심화되고 있는 지역이다. 이와 같은 소외지역에 지역재생의 목적을 가지고 2013년에 조성되어진 홍티아트센터는 문화공공재로써 아트센터가 직접 운영하는 입주예술가 지원 프로그램을 실시해 왔다. 아트센터의 운영팀과 전문위원들이 직접 입주 작가를 선정하여 작품 활동 지원 및 주민과의 거버넌스 형성을 통해 지역혁신에 기여 해왔다. 공공예산의 일정적인 투입을 통해 작품전시 활동과 주민이 참여하는 공동가치생산이 이루어지고 있으나, 아트센터의 운영에 있어서는 비영리사업을 원칙으로 하고 있어 그 성과를 측정하기가 어렵다. 정량적인 성과는 방문객 숫자와 행사진행 일수로만 알 수 있으며, 정성적인 평가는 예술의 영역으로 사실상 측정이 어려운 문제가 존재한다.

홍티 아트센터의 입주예술가 지원 사업은 공공의 예산으로 운영되는 공공정책의 영역으로 예산의 사용과 정책의 실행에 있어 구체적인 설명책임을 가지고 있다. 또한 홍티아트센터 뿐만이 아니라 지역의 공공재인 아트센터의 활동들이 지역혁신에 얼마나 기여하고 있는지에 대한 평가가 이루어지는 것은 공공미술사업의 증가가 예상되는 현실에서 향후 점점 중요한 문제가 되어갈 것이다. 아트센터의 운영가치에 대한 가시적이고 구체적인 평가는 일차적으로 현재 이루어지는 아트센터에 대한 공적인 예산지원을 유지할 것인가의 판단기준이 되는 것과 더불어 향후사업 확대와 다양화에 대한 논의를 시작하는 근거가 된다.

본 연구에서는 공공미술의 필요성과 입주예술가 지원 사업의 Co-ceation과정에 대한 이론적 고찰을 통해 지역의 정체성 형성을 통한 지역의 문화적공공재 형성에 기여하는 매커니즘을 기술하였다. 또한 비영리로 운영되는 아트센터의 현재가치를 파악하는 방법론으로 여행비용법(TCM)을 적용하여 홍티아트센터의 2013년부터 2016년까지의 사업성과를 비용편익의 관점에서 구체적으로 도출하였다.

Ⅱ. 입주예술가 지원사업을 통한 지역 정체성의 형성

1. 공공미술의 개념과 지역 정체성의 개념

도시계획인 경관계획에 사용되는 가로등의 디자인, 벤치의 디자인과 같은 구체적인 도시기반시설의 영역에서 부터 전위적으로 평가받는 작가의 설치 미술작품을 공공장소에 조성하는 분야에 이르기까지 공공미술의 개념은 다양하고 포괄적이다. 가장 큰 범위의 설명으로 사적인 미술(Private Art)의 범위를 넘어선 것을 말한다. 즉, 공공미술은 시민들의 삶의 질을 향상시키는데 기여하는 공공성을 가지는 다양한 미술활동들이라고 정의할 수 있다.

공공미술의 개념에 대하여 최범(2005)은 공간적 관계와 의식적 관계의 두 가지 영역에서 미술과

공공성의 관계를 나누어 설명하였다. 이 해석은 공공미술을 통한 미적가치의 전달이 현실공간에서 일어나는가 집단의식의 가상공간에서 일어나는가를 중심으로 나누어진다. 공간적 관계는 미술과 공공성이 특정공간을 매개로 이루어지는 공공공간의 미술(Art in Public Space)이고 의식적 관계는 공공적인 의식을 축으로 형성되는 공공적 관심의 미술(Art in Public Interest)이다. 공공영역의 도시환경디자인에서 부터 새로운 장르의 다양한 공공미술들이 모두 이 두 가지 틀 내에서 이루어진다고 보았다(김경욱, 2005,재인용).

공공미술은 특히 도시의 환경적인 요소들과 관련을 가지고 지역의 정체성을 형성하고 강화하는 중요한 하나의 요소로 작용한다. 하나의 추상적인 지역적 정체성은 현실공간에서 구체적인 상징의 형태로 디자인되어 공공의 의식에 영향을 미치며 형성되고 강화된다. 단순한 예를 들어보면 항구도시의 지역적 아이덴티는 갈매기나 파도모양의 심볼로 가로등과 가로시설물에 디자인되어 공공미술로 현실화 된다. 그리고 이를 사용하는 지역주민들은 의식 속에서 항구도시의 지역적인 정체성을 강화해간다. 이와 같이 지역 정체성은 공공예산 및 정책실행을 통해 공공의 의식 속에 지속적, 잠재적으로 형성되어 간다는 측면에서 사회적 자본의 성격을 가진다.

지역 정체성은 개인의 정체성과 구분되는 영역의 추상적인 정체성 개념이다. 지역 정체성 개념에 대한 탐구는 장소와 지역민과의 관계 속에서 나타나는 정체성에 대한 탐구로 개념의 정립을 위한 연구가 지속적으로 이루어져 왔다(Puddifoot, 1995).

지역의 정체성은 커뮤니티의 사회적인 특성에 더욱 집중하는 개념인 지역사회 정체성(community Identity)과 지역의 물리적인 환경특성에 집중하는 지역환경 정체성(regional Identity)으로 세분할 수 있다. 사람들의 관계에서 기인하는 커뮤니티의 정체성과 물리적인 환경에 기인하는 지역정체성은 서로 영향을 주고받으며 하나의 지역 정체성을 형성해 간다는 점에서 본 연구에서는 “지역 정체성”이라는 용어로 통일되어 사용되었다(Paasi, 2002).

지역 정체성은 같은 장소에 사는 사람과의 연대를 형성하는 기능과 장소 자체에 대한 애착과 자부심의 형성으로 이어진다. 이는 구체적으로 지역의 전통문화와 규범, 인근주민과 지역과의 연결이 만들어내는 도덕자본(moral capital), 사회의식(psychological sense of community) 지역의식(regional consciousness), 지역의 잠재력(power of regions)에 영향을 주고 지역의 지속적 성장과 혁신에 기여하게 된다(Paasi, 2002).

Puddifoot(1995)는 공동체 의식(psychological sense of community)을 구성하는 4 개의 축으로 멤버쉽, 소속집단에 대한 영향력, 요구에 의한 집회(collective meeting of need), 시간과 공간과의 정서적 관계를 다루었다. 공동체 의식을 형성하는 위의 네 가지 요소 중에서 시관과 공간과의 정서적 관계는 지역 정체성을 의미한다. 소속집단이 도시의 환경적 공간에 애착을 가지고 기여해온 시간이 길수록 지역 정체성은 뚜렷해진다고 설명하였다.

Passi(2002)는 지역을 구성하고 유지하는 네 가지 요소로 1)지역을 구분하는 영토 경계(territorial shape), 2)지역을 알 수 있는 경제 · 문화(미디어) 거버넌스 등 상징적인 형상(symbolic shape), 3)지역의 영토 경계와 상징적인 형상을 유지하기 위한 조직 군(a number of institutions), 4)내부적이고 외부적인 사회관행과 의식에 의한 지역 정체성 형성을 다루었다.

지역 정체성이라는 것은 개인이 속한 사회와의 관계(social relation)과 장소와의 관계(territorial relation)에 의해 형성되는 것이며, 다른 지역과 구별되는 독자적인 문화, 생활양식, 경관 등 **'지역스러움'**을 창출하기위한 원동력이 된다.

지역 정체성은 또한 일종의 암묵적인 규범을 형성한다. 이는 지역 주민 사이에서 수년 동안 공유되어 온 자신들의 규정이며, 평소의 교류를 통해 유지 관리된다. 이와 같은 공동체 내부 혹은 지역의 규범은 사회 네트워크 창출과 교류의 증대에 영향 주게 되어 지역 정체성 형성과 상호작용한다.

최근의 공공미술을 통한 지역재생정책은 새로운 지역 정체성을 발굴하여 전파함으로써 지역에 대한 애착과 자부심을 주고 지역의 재생 · 활성화로 이어지는 중요한 역할을 할 것으로 기대가 높아지고 있다. 특히 인구감소 및 낙후지역화 문제를 안고 있는 많은 산복도로 지역마을과 개발에서 소외된 해안지역에서 문화 활동이나 평소의 교류를 확대함으로써 지역 정체성을 재인식하려는 노력이 확대되고 있다.

2. 기존 공공미술의 문제점과 Co-creation의 필요성

지속적인 지역의 발전을 위해서는 부가가치 생산, 안정적인 도시생활 서비스 등과 같은 외적인 정책과 더불어 지역의 정체성을 형성하고 지역주민에게 문화적인 감수성을 제공하는 내적인 요소의 정책이 공공정책의 영역에서 다루어져야 한다. 지역거주자의 삶의 질은 외부적인 요소에 더하여 문화적인 풍요로움이 더해질 때 온전한 것이 된다.

문화예술과 지역재생을 결합한 공공미술의 구체적인 사업형태는 주로 공모사업과 위탁관리 사업을 통해 이루어진다. 민간에 공모하거나 위탁하여 예산을 배분하고 사업을 감시 감독하는 관리중심으로 이루어지고 있다. 이와 같은 공공사업의 진행 방식은 신공공관리론 을 기반으로 하는 거버넌스 형태에서 온 것이다. 이러한 사업방식은 민간과의 협력에 있어서 예산사용의 지나친 감시와 결과물을 통한 경쟁강화는 예산에 대응하는 실적을 가시화하는 데에만 치중하게 되는 1980년대 신공공관리론이 시작된 시점부터 지속적으로 제기되어온 예상 가능한 한계점을 내포하고 있다(김번웅,2003).

공공미술의 분야는 일반적인 인프라 건설이나 단순한 청소 위생서비스와 같은 도시환경미화 서비스와는 달리 자율성이 요구된다. 하지만 성과 확보가 요구되는 매커니즘은 문화예술 사업이 가진 다양성과 창의성을 억압하고 눈에 띄는 작품의 설치와 물리적인 인프라 건설과 같은 사업의 근시안적인 목표에 사로잡히는 현상으로 연결된다.

가시적인 성과와 물리적 시설 혹은 설치작품 조성을 중심으로 하는 지역재생과 공공미술의 결합사업은 가시적인 성과는 크게 보일지 모르지만 곧 지속가능성에 한계를 드러내며, 시설물이나 설치작품의 유지 보수에 필요한 비용의 증가로 시간이 지날수록 지역의 관리부담을 초래하게 된다.

최근의 공공미술을 통한 지역재생의 경향은 낙후된 지역에 벽화그리기, 조형작품의 공공장소에 배치 등이 전국에 걸쳐서 주된 형태로 나타난다. 이 형태는 표면적, 단기적으로 낙후된 지역의 환경을 미화하고 지역적인 이슈를 생산하여 사람들의 주의를 환기하는 역할에 있어서는 효과적이

다. 그러나 지역재생의 주체인 주민은 벽화와 예술작품의 설치와 소비에 있어서 제3자에 해당하는 소외된 입장에 처하게 된다. 따라서 원래의 정책 목표인 주민에게 풍부한 문화적 토양을 제공하여 세대를 거치면서 새로운 다양성을 생산해내는 이상적인 결과로 이어지기 어렵다. 변화가 없는 단순한 물적 결과물을 공공장소에 전시하는 일차원적인 공공미술로부터 탈피하여 지역주민에게 항상 변화하는 컨텐츠로 지속적으로 제공되는 공공미술정책의 모색이 요구되는 시점이다.

공공미술의 가장 큰 목적은 지역 정체성 형성을 통한 성장 잠재력 형성과 지역에 대한 자긍심과 애착을 강화 하는 것이라고 할 수 있다. 이를 위해서는 앞서 지역 정체성의 이론적인 고찰을 통해 설명한 것과 같이 지역주민들 간의 공동 활동과 관계형성이 중요하다. 따라서 공공미술 정책에 주민참가의 능동성을 부여할 수 있는 부분이 고려되어야 된다는 점이 핵심이라고 할 수 있다. 기업의 경영문제해결을 위한 접근으로서 시작된 Co-creation개념은 기업적 효율성을 행정에 도입한 신공공관리론적 정책의 개선에 그대로 적용할 수 있다.

Co-creation은 기업이 제품과 서비스에 대한 소비자의견을 사후수집 반영하던 형태를 버리고 상품기획, 테스트, 개발, 마케팅 등의 가치사슬 과정에 직접 참여시키는 시스템을 구상하면서 생겨난 개념이다. Chesbrough(2011)가 제안한 새로운 가치사슬 모델중의 하나인 공동창조(Co-creation) 모델은 다양한 일반적인 이해관계자를 서비스 활동의 주체로 끌어들이기 위해 생산물의 기획, 제조, 판매, 홍보 등 전 단계에서 관여하는 프로슈머 전략이다. 소비자와 시장에 대한 통찰을 찾는 어렵고 복잡한 과제를 해결하기 위해서 소비자를 생산과정에 직접 끌어들여서 해결하고자 하는 개념이다(홍순구 외, 2014).

일방적인 미술품 제작과 배치를 통한 공공미술의 문제는 이와 같은 Co-creation개념의 도입을 통해 지역주민을 공공미술의 능동적인 주체로 불러들일 수 있다. 벽화와 조형물과 같은 미술품은 유지와 보존 관리의 비용이 지속적으로 소모되며 능동적인 관리주체를 잃는 순간 금방 훼손되기 쉬운 특징을 지닌다. Co-creation은 공공미술의 제작과정에서 부터 전시 유지 관리의 전 과정에 주민들을 참여를 전제로 함으로써 관리문제를 쉽게 해결할 수 있다. 또한 생산과정의 작가와 지역주민 아트센터의 상호작용은 지역 정체성을 형성하는 실질적인 활동이 된다.

3. Co-creation 기반 입주예술가 지원 사업과 거버넌스 형성

입주예술가 지원 사업은 예술가들에게 일정 기간 동안 지역 내에 작업공간을 제공하여 체재시키는 가운데 새로운 환경과 이질적 문화 속에서 작가들 간의 소통, 교류를 통해 작품 활동에 새로운 영향을 제공함으로서 창작의욕을 환기시키는 프로그램을 말한다. 그 유래는 예술가들의 창작지원 방안에 대한 오랜 고민을 통해 유럽과 미국 등에서 “예술창작촌(Artists' Village)” 또는 “아티스트 인 레지던시(Artist in Residency)” 등의 이름으로 실시된 것으로부터 시작되었다. 운영 주체와 설립 취지, 입주 작가들의 성향에 따라 작업공간과 시설의 특징과 프로그램의 특징이 제 각각이며 입주예술가 지원 사업을 위한 프로그램을 기획, 운영하는 전문가들까지 포함하고 있는 개념의 예술창작지원방식이라고 할 수 있다. 공공기관이나 민간이 지원주체가 되어 창작지원을 목적

으로 조성되어 운영되는 형태와 예술가들이 자발적으로 형성하여 운영되는 형태로 크게 나눌 수 있다.

입주예술가 지원 사업은 창작 공간의 확보라는 측면을 넘어서 작가들이 일정한 공간에 공동으로 체재하며 공동생활을 해가며 영향을 주고받는 효과적인 측면에 주목한다. 다른 거주자들과 교류하고 서로 다른 문화와 생각을 공유하는 가운데 다가오는 새로운 생활상의 경험을 토대로 새로운 창작을 시도하기 위한 의욕을 고취시킨다. 뿐만 아니라 장르를 벗어나는 실험 프로젝트, 공공환경 미술, 미디어 영상작업, 첨단 테크놀러지 작품, 장소 특정적 설치 작업 등 다변화 된 현대 미술의 경향에 따른 대안적 성격을 지닌 프로그램이다(이선영, 2010).

공공미술을 통해 지역재생을 추구하는 정책에 있어서 입주예술가 지원 사업이 가지는 성격은 유용하게 작용한다. 작품을 제작하는 현장과 과정을 지역민들에게 일상의 한 부분으로 공개하거나 일반 관객을 공동작업자로 참여시킴으로써 공동가치창출을 시도하기도 한다. 더불어 입주예술가 지원 시설이 지역 문화예술의 구심점이 되어 사회적인 커뮤니케이션의 장으로 점차 확대 이용되는 경향이 나타난다(심소연, 2012).

공공지원을 받는 입주예술가 지원 프로그램은 예산책정을 통하여 국내외 작가들의 교류 프로그램을 진행한다. 국제교류활동은 해외작가의 지속적인 전입지원, 작품결과물의 다양화, 새로운 조류의 소개 등을 통해 교류활동의 긍정적인 결과를 지역내부로 자연스럽게 파급시킴으로써 지역에 새로운 창조력을 제공한다. 또한 예술가들에게 창작환경과 생활 공간을 제공하는 것은 예술과 생활문화, 문화산업, 기술 간의 창조적 융합을 촉진하여 지역내부의 문화예술적 토양을 지속적으로 제공하고자 하는 원래의 정책의도에 부합하는 결과를 가져온다.

Co-creation개념에 기반한 입주예술가 지원 사업은 〈표 1〉과 같은 3자의 거버넌스 주체가 참여하여 이루어지게 된다. 문화예술사업이라는 특징을 가지는 사업일지라도 공공부분, 전문가, 민간 이해당사자가 참여주체가 되는 다른 거버넌스 기반의 정책지원사업과 유사하다. 다만 전문가 집단을 대신하여 예술분야의 전문가라고 할 수 있는 입주작가가 존재한다. 입주작가는 작품 활동을 통한 컨텐츠 생산으로 입주예술가 지원 사업의 직접적인 생산물을 제공하게 된다. 지역주민 및 아트센터를 이용하는 이용자는 단순히 작품을 소비하는 소비자의 역할을 넘어 일상적인 교류를 통해 작품 활동을 더욱 깊이 있게 이해하고 확산 공유 하는 역할을 자연스럽게 수행하게 된다. 이를 통해 컨텐츠가 가지는 문화적 파장을 지역 정체성으로 확대 재생산하는 능동적인 행위자의 역할을 한다.

이상적인 형태의 이러한 사업구조 가운데에서 입주예술가 지원 프로그램을 운영하는 아트센터의 역할이 매우 중요하다. 입주작가와 지역주민간의 영향을 주고받는 관계의 프레임을 만들고 접점을 늘리는 역할을 함으로써 거버넌스 형성에 있어서 핵심적인 역할을 수행한다. 즉 핵심적인 가치를 생산하는 작가와 이를 확대 재생산하는 지역주민의 연결고리가 아트센터가 매년 기획하고 실행하는 프로그램들을 통해서 이루어지게 되는 것이다. 따라서 아트센터가 실행하는 프로그램의 성격에 따라 작가와 주민간의 교류형태도 영향을 받는다. 작가와 주민이 나누는 대화의 숫자와 주제 성격도 프로그램에 따라 다르게 나타나게 된다.

〈표 1〉거버넌스 주체별 역할과 충족사항

사업주체	역할	충족사항
공공부분: 아트센터	입주작가와 지역주민 및 이용객의 매개체, 거버넌스 체계 구성	-예술창작 진흥 -지역민의 문화적 삶의 질 향상 -지역 정체성 및 공동체 형성 -지역 공공문화예술 가치 창출
전문가: 입주작가	지역 정체성을 흡수하고 지역주민의 감수성을 체화하여 핵심가치인 작품을 생산	-기본적 창작공간 제공 -거주·생활공간 제공 -여러 장르와의 교류를 통한 작품영역 확장 -여러 작가와의 교류를 통한 인식의 소통 -지역커뮤니티 봉사와 교육 등 공공활동 -대중과의 소통 및 작품판매 기회 제공
민간이해당사자: 지역주민 및 이용자	입주작가와 교류를 통하여 작품활동을 깊이 있게 이해하고 확대 재생산	-새로운 문화·예술 접촉 기회 확대 -여가생활과 휴식 공간 제공 -예술을 통한 교육의 영역 확장 -다양한 영역의 커뮤니티 연계 가능성

홍티아트 센터가 운영하는 입주예술가 지원 사업은 Co-creation에 기반해 있으며, 공공미술 작품의 단순한 전시와 나열을 통한 일방적인 수요와 공급형태의 문화 보급에서 벗어나기 위한 시도이다.

이러한 인식을 토대로 공공부분의 주체인 홍티아트센터가 운영하는 입주예술가 지원 프로그램의 사업추이를 분석하였다. 분석을 통해 작가와 이용자는 어떤 형태로 영향을 주고받게 되는지, 그리고 영향을 주고받는 이용자의 범위는 얼마나 되는지, 얼마만큼의 사업을 통해서 접점이 형성되고 있는지 파악이 가능하다.

홍티사업의 추이는 4년간의 운영보고서의 검토를 통해 파악하였으며 4년간의 변화로부터 다양한 사업 시도들과 구체적인 성과를 파악하였다.

Ⅲ. 홍티아트센터 레지던스사업 운영분석

1. 홍티아트센터 관리운영 사업개요

부산 사하구 다대포 매립지의 무지개공단과 홍티마을은 공단 제조업 침체와 마을의 과소화 현상이 심화되고 있는 지역이다. 이와 같은 소외지역에 지역재생 및 공단 활성화의 목적을 가지고 2013년에 지어진 홍티아트센터는 부산시 서부권의 문화공공재로 자리하며 입주예술가 지원 프로그램 실시를 통해 지역외부로 파급되는 문화예술적 가치생산과 공급에 기여해왔다. 홍티아트센터는 관리와 입주예술가 지원 사업의 운영에 있어서 2013년 조성 당시부터 현재까지 (재)부산문화재단에 위탁하여 진행하고 있다.

민간의 위탁운영자를 정하여 사업운영을 위탁하고 예산의 사용을 감시하는 신공공관리론 기반의 거버넌스 형태는 1980년대 신공공관리론이 시작된 시점부터 지속적으로 제기되어온 예상 가능

한 한계점을 내포하고 있다. 민간과의 협력에 있어서 무임승차차(free rider)의 발생을 방지하기 위한 예산사용의 지나친 감시와 결과물을 통한 타 기관, 타 부서와의 경쟁을 추구하게 되는 것 등이 한계점으로 작용한다(이태헌, 2017). 예산에 대응하는 실적을 가시화하는 데에만 치중하게 되면 문화예술 사업이 가진 다양성과 창의성을 억압하고 눈에 띄는 작품의 설치와 물리적인 인프라 건설과 같은 눈에 보이는 결과물과 전시성 목표달성에 사로잡혀버리는 현상으로 이어진다. 물리적 시설 혹은 설치작품 조성을 중심으로 하는 지역재생과 공공미술의 결합사업은 가시적인 성과는 크게 보일지 모르지만 곧 지속가능성에 한계를 드러내며, 시설물이나 설치작품의 유지 보수에 필요한 비용의 증가로 시간이 지날수록 지역의 관리부담을 초래하게 된다. 따라서 이러한 지나친 감시와 경쟁을 통한 평가가 일어나지 않도록 사업을 운영하는 것이 중요하다.

이러한 맥락에서 (재)부산문화재단에 위탁운영 중인 아트센터 공간 활용사업과 입주예술가 지원 프로그램에 대한 그 동안의 사업성과를 파악하고 년차에 따른 프로그램 운영의 추이를 파악함으로써 아트센터의 사업성장이 어떻게 이루어지고 있으며 어떤 방향성으로 움직이고 있는지를 알 수 있는 결과를 도출하고자 하였다.

2015년과 2016년은 동일한 사업목적을 토대로 하고 있다. 첫째, 예술가 유치와 창작 진흥을 통한 서부산권 문화예술진흥과 새로운 거버넌스 구축. 둘째, 설치미술중심 창작공간으로 지역민의 문화향유공간으로 동시 활용. 셋째, 입주작가와 지역민간의 연대와 예술교육을 통한 지역문화 커뮤니티 토대 마련. 넷째, 주변 자연환경 및 문화공간과의 유기적 협력을 통한 문화관광컨텐츠 개발이다.

즉, 홍티아트센터는 서부산권 문화예술 진흥이라는 목표와 문화관광컨텐츠 개발, 작가의 발굴, 지역민의 문화향유 공간제공의 세 가지 구체적인 정책적인 목표를 가지고 있다. 이를 위한 수단으로 새로운 지역 거버넌스 구조를 입주작가와 지역민간의 연대 및 예술교육과 같은 커뮤니티사업을 통해 실현하겠다는 의미로 해석된다. 그리고 전시공간의 구체적인 작품형태를 설치미술 중심이라고 제시하였다.

2017년의 사업목적에는 위의 내용에 새롭게 “산업공단지역에 소규모 창작공간 조성을 통해 지역주민 및 근로자대상 문화향유기회 확대” 라는 새로운 목적이 추가 되었다. 사업이 산업공단지역의 지역활성화 목적이 조금 더 강조되었다고 볼 수 있으며, 최근의 공공문화예술사업의 추세인 지역재생과의 결합이 더욱 확실한 목표로 나타났다고 볼 수 있다.

부산문화재단의 홍티 관리팀이 관리하는 홍티아트센터의 시설은 부지 1,357㎡로 약 411평의 부지면적에 건축연면적은 1,224.81㎡로 약 371평 지상3층의 건물이다. 사업기간은 매해 1월부터 12월까지이며 2015년은 3억2천4백만원, 2016년은 3억4백만원의 예산이 지원되어 2015년에서 2016년 일년사이 2천만원의 예산이 축소되었다. 2017년은 2016년과 동일한 예산을 가지고 사업을 운영 중에 있다.

2. 최근 4년간 홍티아트센터 사업운영 추이

2013년에 조성된 홍티아트센터의 관리운영사업의 추이를 개괄하여 보기 위하여 〈표 2〉를 작성하였다. (재)부산문화재단이 부산광역시 보고용으로 작성한 "「예술인 창작공간 조성지원」 홍티아트센터 관리운영 위탁사업 실적보고서(2014)", "2015 홍티아트센터 관리운영 위탁사업 실적보고서(2016)", "2016년 홍티아트센터 운영 사업 실적보고서(2017)","2017년도 홍티아트센터 운영 기본계획(2017)"을 참고하여 작성하였다. 〈표 2〉에서 사업일수가 사업기간인 365일을 초과하는 이유는 여러 개의 사업이 중첩해서 운영되는 특성상 중첩된 사업일수를 모두 합산한 결과이다.

2014년은 조성사업을 중심으로 진행되어 프로그램이 시범적으로 운영되었다. 2017년은 현재 운영계획에 따라 사업진행 중이므로 프로그램운영에 관한 데이터는 아직 수집 및 집계가 되지 않았다. 2016년부터 입주작가 이 외에 별도로 교류전을 가지는 교류작가가 생겼으며 이를 토대로 2017년에는 국내 교류활성화에 중점을 두고 운영 중에 있다.

홍티아트센터가 그간 운영해온 사업은 크게 네 가지로 구분할 수 있다. 첫째, 입주작가의 창작을 지원하는 사업이다. 둘째, 지역주민에게 공동작업기회를 제공하는 참여사업이다. 셋째, 지역내에 소규모 작업장을 운영 중인 작가들을 지원하는 사업이다. 넷째, 센터 공간을 지역행사에 빌려주거나, 점심시간에 지역노동자들의 여가활동에 이용할 수 있도록 개방하는 공간개방사업이다.

첫째, 창작지원사업은 센터 프로그램 중에 가장 주가 되는 사업이며 2016년 기준 사업비 예산의 76%, 전체예산의 24%를 차지한다. 입주작가의 창작지원사업을 통해 홍티의 핵심결과물인 설치예술전시가 이루어지며 이를 통해 주로 지역과 문화예술교류를 시도한다고 볼 수 있다.

둘째, 홍티예풍으로 이름지어진 지역주민 문화예술체험사업이다. 쉽고 다양한 컨텐츠를 통해 일반인의 문화예술체험을 유도하고 입주작가와 지역민 소통의 접점이 된다. 홍티의 주 된 사업 목적인 지역민과 소통하여 문화예술 거버넌스를 구축하기 위한 구체적인 프로그램의 한 갈래로 볼 수 있으며, 지역민이 홍티에서 작가와 교류하게 되는 시작지점이 되는 사업이다. 따라서 홍티를 외부에 알리고 광역권의 시민과 거버넌스를 구축하고자 하는 큰 프레임에서는 레지던스의 창작지원 보다 더욱 중요시 되어야 할 사업이라고 평가 할 수 있다.

셋째, 소규모 창작공간 지원사업은 무지개 공단내부에서 소규모 작업장을 운영하는 작가들을 지원하는 사업이다. 입주예술가 지원 형태의 문화예술지원사업은 입주작가의 숫자와 다양성이 사업의 질과 효과를 결정한다고 할 수 있다. 홍티의 입주작가는 체계적으로 이루어지는 공공의 지원을 받는 일종의 정규화 된 체제의 입주작가들이다. 개별적이고 독립적인 작품활동을 하지만 하나의 공간과 일정에 따른 전시활동 플랫폼을 공유하고 있다. 이와 같은 의미의 '정규화'가 되어 있으며, 지역에 지속적이고 일상적 문화예술 컨텐츠를 제공하기 위한 목적을 센터 운영자들과 공유하고 있으므로 "홍티아트센터와 입주작가들"은 하나의 단체로 보는 것이 합리적이다.

〈표 2〉 2013년-2016년까지 홍티아트센터 운영추이

구분	2013	2014	2015	2016
예산	2억5천만원	3억7백8십만원	3억2천4백만원	3억4백만원
창작지원프로그램	조성사업	3500명/ 375일	10,580명/ 664일	13,944명/ 463일
체험프로그램		1,224명/36일	7,174명/30일	4,391명/18일
전체 프로그램 운영 일 수	51일	419일	767일	530일
총 이용자 수	430명	4,962명	18,995명	19,035명
입주작가 수	14명	12명	10명	10명

자료: 2013-2016년 홍티아트센터 관리운영 위탁사업 실적보고서를 참고하여 직접작성

지역의 문화예술경향의 다양성을 보장하기 위해서는 하나의 단체만으로는 부족하다. 따라서 홍티와 일상적인 네트워크를 형성하고 다른 플랫폼에서 예술활동을 지속하는 센터외부의 입주작가들의 숫자가 늘어나는 경향이 바람직하다고 할 수 있다. 이런 측면에서 볼 때 소규모창작공간지원사업은 지역 내 문화예술 거버넌스 활성화에 반드시 필요한 지원사업이라고 할 수 있다.

입주예술가 지원사업은 위의 네 가지 영역의 활동을 이어가는 중심축의 역할을 한다. 지역 거주자로서 다수의 작가들이 입주하여 작가들 간의 교류와 지역 간의 교류를 일상적으로 가지게 됨으로써 일상생활 속에 문화예술의 지속적인 토양을 제공하는 공동가치를 창출하게 된다. 중요한 점은 교류를 통해 지역이 일방적으로 작가들의 예술적인 감수성을 향유하게 되는 것이 아니라 작가집단도 지역이 가지고 있는 고유한 정체성과 생활의 감수성을 공유하게 됨으로써 작품 활동에 반영된다.

젊은 예술가들을 성장시켜 내는 것 또한 지역행정이 가지고 있는 하나의 과제이다. 해당 지역이 가지고 있는 정체성이 작가들이 표현하는 작품 속에 자연스럽게 용해되도록 하는 과정에서 지역정체성과 작가의 작품세계가 서로 영향을 주고받으며 동반 성장하게 된다.

Ⅳ. 홍티아트센터 운영사업의 가치측정

홍티아트센터는 젊은 작가들에게 작업공간을 제공하고 공동작업 프로그램과 발표기회를 제공한다. 예술가들이 개인전을 한 번 가지기 위해서는 많은 인력과 비용이 소모된다. 홍티 아트센터는 센터가 운영하는 정기적인 전시사업을 통해 젊은 작가들에게 개인전의 기회를 제공하는 지원을 통해 침체된 지역 예술 활동에 새로운 창작활력을 불어넣는 계기를 제공한다. 지역의 인근 근로자와 거주자 및 초·중·고등학교 학생들의 문화경험 확대에 기여하고 주변의 문화 공간 및 문화유적과의 연계 등을 통하여 지역의 무형의 문화적 가치를 생산한다. 또한 이를 망라한 총체적인 아트센터의 운영은 지역의 관광 컨텐츠로 활용된다.

이와 같은 목적을 위해 설립 운영되고 있는 홍티아트센터의 지역혁신에 기여하는 효용가치를 계량적으로 측정하기 위한 분석을 실시하였다.

수익사업을 하지 않는 문화시설의 고유가치를 산출하기 위한 방법론으로 널리 사용되는 여행비용법(travel cost method, TCM)을 이용하였다. 어디서 왔는지 알 수 있는 단체 방문자 리스트를 토대로 이동거리를 측정하여 홍티아트센터의 방문자들이 가지는 예상 지불의사비용을 도출하였다. 단체방문자 리스트는 단체방문자의 샘플 수가 적다는 단점이 있지만 단체방문객의 전수를 포함하고 있다는 점에서 방문객에 대한 대표성을 포함하고 있다.

지불의사비용에 년 간 총 방문자수를 곱하면 년 간 효용을 수치로 파악하는 것이 가능하다. 이를 토대로 비용편익 분석을 실시함으로써 홍티아트센터가 지역에 미치는 긍정적인 영향을 순현재가치로 측정하였다.

1. 여행비용법(TCM)

여행비용법을 통한 지불의사비용 산출과 이를 통한 경제적인 비용편익분석방식은 공공정책을 통해 운영되는 미술관과 아트센터의 가치측정에 사용된 해외연구에서 주로 사용되어 왔으나 국내의 연구에는 처음으로 사용되었다. 본 연구의 분석 방법론은 Hsieh(2012)의 분석방법을 주로 참고하였다.

Boter at al. (2005)는 여행비용법을 사용하여 미술관의 가치를 추정하는 연구를 실시하였다. 여기서 말하는 미술관의 가치(value)는 미술관의 사용가치(use value)와 비사용가치(non-use value)를 말하는 것이 아니라 미술관 방문객의 지불의사(willingness to pay)의 관점에서 미술관이 가지고 있는 가치를 말한다. TCM은 소비자가 가진 미술관에 대한 방문의사(willingness to visit)의 여부를 통해 가치를 추정한다. 소비자가 미술관을 방문하기 위해서 소비하는 시간, 교통비, 입장료 및 소득상실 등의 비용을 소비자가 미술관을 방문하기 위해 소비해야 하는 비용으로 간주하여 이를 지불의사라는 개념으로 정의한다.

Randall (1994)에 따르면, TCM에는 여행비용의 관찰 불가능한 특성 때문에 발생하는 몇 가지 한계점을 지적하였다. TCM은 선택된 대안(목적지)의 비용을 산정하는 것을 목표로 하지만 소비자가 어떤 대안을 선택할지 결정하는 과정에 대한 설명이 부족하다. 여행과정의 관찰에서 다른 것들이 선택되지 않을 이유를 적절하게 고려하지 않기 때문에 발생하는 문제이다. 또한 기존의 TCM은 집에서 목적지까지의 거리 개념에 따라 여행비용을 계산하고, km 당 소요되는 비용은 외생적으로 주어진다. TCM은 의사결정 과정이 소요되는 비용에 영향을 미치고 여가 시설이 주거지역의 선택행태나 운송방법 선택에 영향을 미칠 가능성이 있음을 무시하고 있다. 마지막으로 공동비용이 계산되지 않는 문제가 내재되어 있다.

이와 같이 의사결정과정의 문제, 이동 비용이 외생적으로 주어지는 문제, 공동비용이 계산되지 않는 문제와 같은 한계점들이 존재하지만, 결론적으로 위와 같은 세 가지 변수들을 잘 통제하여 합리적인 통제 값에 대한 설명이 부가된다면 TCM은 미술관과같이 영리활동을 하지 않음으로 해

서 가치 환산을 할 수 없는 시설의 시장수요를 예측할 수 있는 독특한 방법으로 이용될 수 있다.

본 연구에서는 집에서 목적지(홍티 아트센터)까지의 단일 목적의 이동거리를 여행비용으로 정의함으로써 의사결정과정의 문제를 배제하였다. 본 연구에서 측정하고자 하는 것은 수요자가 홍티아트센터를 선택하기까지의 의사결정과정에 대한 것이 아니라, 홍티아트센터의 방문의사를 이미 확고히 가지고 있는 사람들에 대한 지불의사비용을 도출하기 위한 분석이기 때문이다.

또한 이미 방문한 수요자가 지불한 것으로 가정한 지불의사 비용을 산출하는 과정에서, 주소 기록이 남아있는 방문자의 전수를 샘플로 사용한 대표 값이기 때문에, 실제이동거리와 운송수단의 선택 문제를 배제하였다. 이에 따라 이동거리 값으로 실제이동거리 값이 아니라 주소를 위도와 경도로 환산한 절대거리를 사용하였다. 개별 이용자의 구체적인 실제 비용환산이 아닌 통제된 샘플의 1인당 대표값을 구하고자 하는 것이기 때문에 미터 당 이동비용의 값으로는 지역의 일반대중교통인 미터 당 택시요금을 공통적으로 사용하였다.

즉, 개별적인 이동 수단선택에 따른 비용관찰의 문제를 배제한 샘플집단의 대표 값을 도출하였다. 마찬가지의 이유로 공동이동을 통한 이동비용의 변화도 배제하였다.

2. 홍티아트센터 운영사업의 가치측정

여행비용 분석을 위한 자료는 홍티아트센터가 작성한 2015년과 2016년의 단체 방문객 데이터를 토대로 하였다. 개인정보가 될 수 있는 일상적인 관람객의 주소를 홍티아트센터는 수집하고 있지 않기 때문에 여행비용 분석을 위한 데이터로 사용될 수 있는 자료로 단체방문 리스트가 유일하다. 단체 관람객들의 방문목적은 관람, 견학, 취재, 행사참여 등 다양하였다. 해외로부터 방문자도 포함되었다.

방문자의 위치정보로 홍티아트센터까지의 거리를 계산하여 방문자의 홍티아트센터에 대한 수요를 수치화한다. 〈식 a 〉는 위도와 경도로 방문자와 홍티아트센터까지의 거리를 계측하는 식이다.

$$\Delta\sigma = \arccos(\sin\varphi_1 \cdot sin\varphi_2 + \cos\varphi_1 \cdot cos\varphi_2 \cdot \cos(\Delta\lambda)) \quad \text{〈식 a〉}$$

$$d = r\Delta\sigma \quad \text{〈식 b〉}$$

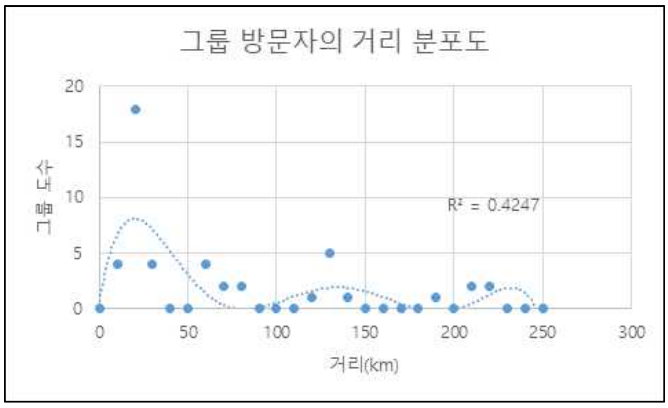
단체방문자 리스트로부터 방문자집단의 정식 명칭을 통해 주소정보가 파악 가능하며 주소정보로부터 위도 경도를 추출하였다. 이와 같이 파악된 위치정보로 홍티아트센터까지의 거리를 계산하였다.

분석 결과, 46그룹 방문자의 거리는 평균 약 60.7 km (표준편차 65.7)로 자동차로 1시간 정도 떨어진 곳으로 평균적으로는 부산시와 밀양, 울산, 창원 등 서부경남 일대를 포함하는 반경이라고 할 수 있다. 이정도 반경이 단체방문객의 평균 이동거리를 통해 알 수 있는 홍티아트센터의 주요 수요시장범위라고 판단할 수 있다.

〈그림 1〉은 그룹 방문자의 위치를 도수 분포표로 나타낸 것으로 위치 특성을 보다 더 자세히 살

펴볼 수 있다. 30km이내 범위의 수요가 가장 많고, 다음으로 130km, 200km 범위의 수요가 많은 것을 알 수 있다.

〈그림1〉 그룹 방문자의 거리 도수 분포표



$$c_v = 2d \times c_t \times n$$ 〈식 c〉

〈식 c〉는 홍티아트센터에 참여하기 위해 지불한 참여자의 방문비용(지불의사비용)을 왕복거리와 여비, 그리고 참여자 수로 정의한 것이다. 여기서 여비는 택시요금143m당 100원 (2014년 01월 기준)을 적용하였다. 〈식 c 〉에 따라 〈표 3〉과 같은 결과를 산출하였다. 2016년 총 46그룹이 방문하였고, 여기에 속한 총 방문객 729명의 방문 비용은 약54,200,000원, 1인당 평균 74,300원으로 추정할 수 있다.

〈표 3〉 연간 그룹 방문 비용

그룹 총 방문객수(명)	그룹 방문객 총 방문비용(원)	1인당 평균 방문비용(원)
729	54,216,286.55	74,370.76345

〈표 4〉 홍티아트센터 방문비용을 기준으로 한 총 수요 추정표

	2015년도		2016년도	
	총 방문객수(명)	총 수요(원)	총 방문객수(명)	총 수요(원)
센터 내	5,448	405,171,919	5,759	428,301,227
센터 외	13,547	1,007,500,732	13,276	987,346,256
총계	18,995	1,412,672,652	19,035	1,415,647,482
운영비		324,000,000		304,000,000

2015년도 홍티아트센터 내 총 방문객수는 5,448명, 홍티아트센터 외 대외 연계활동과 관련한

참여자수 13,547명으로 총 수요는 약 14.12억원으로 추정되며, 2016년도의 경우 홍티아트센터 내 총 방문객수는 5,759명, 홍티아트센터 외 대외 연계활동과 관련한 참여자수 13,276명으로 총 수요는 약 14.15억원으로 추정된다.

위 추정된 수요를 홍티아트센터의 편익로하고, 운영비를기준으로B/C(Benefit/Cost) 비율, NPV(순현재가치), 내부수익률(IRR) 등 경제성 분석을 실시한다.

〈표 5〉 경제성 분석 지표

구분	의미	경제성 판단
BC Ratio Benefit/Cost Ratio (편익/비용 비율)	시점별 현재가치화 된 비용 합계에 대한 시점별 현재가치화 된 편익 합계의 비율	BC Ratio가 1보다 클 때 경제성이 있다고 판단
NPV Net Present Value (순현재가치)	시점별 현재 가치화된 순편익의 합계	NPV가 0보다 클 때 경제성이 있다고 판단
IRR Internal Rate of Return (내부수익률)	사업의 시행으로 인한 NPV(순 현재가치) 합계를 0으로 만드는 할인율	IRR이 할인율보다 클 때 경제성이 있다고 판단

홍티아트센터는 공공미술사업으로 이 경우 비용과 편익은 장기간에 걸쳐서 나타나므로 비용과 편익을 그대로 분석할 수 없으며 현재의 가치로 환산하여야 한다. 이때 현재의 가치로 환산해 주는 것이 할인율(discount rate)이며 할인율을 어떻게 설정하느냐에 따라서 이 사업의 타당성 분석이 달라지므로 매우 중요하다.

보통 공공사업을 평가하는 데 적용되는 할인율은 시장이자율 보다 낮은 사회적 할인율(social rate of discount)을 적용해야 한다는 것이 지배적인 견해이다. 그 이유는 공공사업이 창출하는 경제적 파급효과, 경제의 장기적 성장률, 미래소비의 가치 등을 감안한다면 공공정책의 현재가치를 높게 평가하여야 하며 그러기 위해서는 할인율이 낮아야 되기 때문이다.

현재 미국, EU, 일본 등 대부분의 선진국에서는 4% 이하의 사회적 할인율을 정부지침으로 채택하고 있으며, 장기사업의 경우 이보다 낮은 할인율을 적용하고 있고, 우리나라 정부의 사회적 할인율은 KDI의 지침에 따라 현재 5.5%를 채택하고 있어 이를(KEMRI, 2016)적용한 값으로 순 현재가치를 환산하였다.

〈표 6〉 2015년 2016년 홍티아트센터 비용편익 분석

(단위: 천원)

연도	총비용	총편익	현재가치		경제 성장률	연차	총편익 -총비용
			비용	편익			
2015	324,000	1,412,673	291,098	1,408,971	0.049	2	1,088,672
2016	304,000	1,415,647	258,890	1,412,014	0.048	3	1,111,647
총계	1,185,800	2,828,320	1,091,743	2,820,985			1,642,520

〈표 7〉 연평균 편익, B/C, NPV, IRR

(단위: 천원)

연평균 편익	1,414,160,067
할인율(%)	5.50
B/C	2.58
NPV	1729242675
IRR	101.82

홍티아트센터의 연평균편익은 약 14억원으로 측정되었다. 분석지표의 설명과 같이 BC Ratio(편익/비용 비율)은 1보다 클 때 경제성이 있다고 판단한다. 홍티아트 센터의 입주예술가 지원 사업은 5.5%의 할인율을 적용하여 2.58의 BC Ratio로 계산되어 경제성이 있음을 판단할 수 있다.

NPVNet (Net Present Value, 순현재가치)는 시점별 현재 가치화된 순편익의 합계를 나타내며, 0을 기준으로 클 때 가치가 있다고 본다. 약 1억 7천만원의 순현재가치로 계산되어 입주예술가 지원 사업의 경제성을 나타내었다.

IRR (Internal Rate of Return, 내부수익률)은 사업의 시행으로 인한 NPV합계를 0으로 만드는 할인율을 나타낸다. IRR이 기준으로 적용된 할인율 5.50보다 클 때 경제성이 있다고 판단하며, 101.82의 약 20배의 수치를 나타내었다.

분석을 통하여 본 홍티의 입주예술가 지원 사업은 수치상으로 볼 때 서부산권 문화예술활성화라는 사업목적에 대하여 투입 한 비용대비 약 2.5배의 효과를 나타낸다고 설명 할 수 있으며 정책적인 지원을 늘림으로써 지역재생의 효과를 더욱 강화하는 정책방향도 고려해 볼 가치가 있다는 것을 보여준다.

V. 결론

다대포 무지개 공단의 홍티아트센터는 2013년 조성 후 4년간 '서부산권의 창작기지'라는 구체적인 지역적 범위와 역할을 정의하고, 공장-작가-소규모창작공간-지역주민 간의 연계와 거버넌스 구축을 통해 이를 실현하고자 하였다.

본 연구는 영리활동을 하지 않는 공공미술기관인 홍티아트센터의 현재가치를 파악하기 위하여 구체적 수치로 분석이 가능한 데이터 샘플을 찾고, 이를 통해 4년간 홍티아트센터가 생산한 가치로 파악할 수 있는 계량화된 수치를 도출하는 것을 목적으로 하였다.

홍티아트 센터 운영보고서는 행사운영과 방문자 수에 대한 정량적인 기록과 진행된 사업의 내용과 목적, 결과에 대한 정성적인 기록이 데이터로 사용되었다. 또한 센터의 운영결과에 대한 구체적인 성과를 어떻게 계량화 할 수 있을 것인가에 대한 문제를 해결하기 위해 센터 운영자들과 지역주민들, 작가들과 대화를 진행하는 과정에서 파악한 사실들을 토대로 다음과 같은 분석결과와 시사점들을 도출하였다.

첫째, 다른 아트센터와 미술관과 구분되는 독특한 형태의 실험적인 운영사업인 입주예술가 지원 사업은 실제로 지역 공공미술활성화에 긍정적으로 작용하였다. 입주예술가 지원사업은 Co-cration의 긍정적 기능으로 인접한 공장근로자, 인근 거주자, 무지개 공단이 조성되기 전부터 마을에 살았던 원주민들의 능동적인 참여를 유도 하였다. 사업 2년만인 2015년에 나타는 체험프로그램 참가자수의 급증과 안정화가 이를 뒷받침하는 근거가 된다.

〈표 2〉의 체험프로그램 참가자수는 2015년 7,174명으로 전해 대비 5,950명이 증가하였다. 이는 입주예술가들과의 공동작업 활동이 잠재적 수요자였던 인근근로자와 지역주민의 참여를 유도할 만한 가치를 제공했다고 보는 것이 타당하다, 2016년에는 4,391명으로 전년대비 2,783명이 줄어든 수치를 보여준다. 하지만 이를 안정화된 수치라고 평가할 수 있는 이유는 운영일수와 대비했을 때 설명이 된다. 2015년 30일의 행사운영을 통해 1일 평균 약 239명의 참여가 있었다고 한다면, 2016년은 18일의 행사운영을 통해 1일 평균 약 243명의 참여자 수를 보여줌으로써 행사가 진행된 경우라면 1일 평균 안정화된 참여자수가 나타난다는 사실을 알 수 있다.

둘째, 기존 공공미술 정책의 한계였던 고정된 작품의 생산과 보관 유지 관리를 중심으로 하는 정책을 벗어나서, **'공동가치생산을 통한 지역 정체성 형성'**의 핵심 축의 기능을 수행하는 입주 작가들을 성장시켰다. 일종의 **'사회적 자본'**으로 가치매김 할 수 있는 눈에 보이지 않는 가치를 생산하는 작가들의 역량을 축으로 하여, 지역민의 문화적 역량을 향상시키는 프로그램이 충실하게 실행되는 구조가 확립되었다. 구체적으로 입주작가의 창작지원활동들을 통해서, 그리고 타 단체와 지역민과 교류하는 홍티예풍을 통해서 이루어지고 있다.

이는 기존의 정책형태라고 할 수 있는 눈에 보이는 전시물을 설치하고 유지관리의 비용충당에 급급해 하는 문제들에서 탈피하여, 무형의 **'사회적 공동자본'**을 생산하여 자본이 스스로 가치를 유지하고 성장해가도록 하는 한 차원 높은 정책으로의 전환이라는 의미를 가진다.

셋째, Co-creation의 개념을 통해 홍티아트센터가 지난 4년간 생산하고 이룩한 **'사회적 공동자본'의 순현재가치는 1,729,242,675원**으로 산출되었다. 매 해 평균 약 3억원의 예산대비 약 2.5배의 편익을 생산하고 있다는 사실을 알 수 있다.

중요한 변화라고 할 수 있는 위와 같은 정책 패러다임의 전환을 통해서 홍티아트센터가 이룩한 사회적 자본이 가지는 경제적 가치를 환산하는 것은 매우 중요한 문제다. 새로운 전환적인 정책은 정책결과에 대한 시급한 가치판단을 사회로 부터 요구받는 경향이 존재하기 때문이다. 따라서 분석결과와 같은 계량적인 순현재가치의 평가가 지역사회에 받아들여짐으로써, 위험부담을 가지고 실시되는 전환적인 정책이 향후 정당성을 가지고 더욱 확대되어 갈 수 있게 해준다.

홍티아트센터는 다대포 무지개 공단이라고 하는 도심으로부터 상당히 유리된 지점에 위치하고 있는 공공문화시설로써는 아주 심각한 영향을 받는 약점을 공동가치창출 개념을 통한 혁신적인 운영구조를 통해 극복하며 원활한 운영을 이어가고 있다. 하지만 지리적 한계 극복과 정책목표를 살리기 위해서는 참여자 수와 이용객의 증가가 더욱 요구되며, 이를 위해서는 더욱 다양한 프로그램과 이를 뒷받침하는 예산지원이 필요하다. 또한 현재의 홍티는 창작공간으로서의 규모는 충분하나 이외의 다양한 커뮤니티 활동을 벌이기에는 공간이 협소하다. 일상적인 설문을 통해 수요가

있는 것을 알 수 있는 공연 및 지역커뮤니티 활동을 제공하기에는 공간적인 어려움이 있어 이를 위한기반시설이 더 만들어져야 한다.

본 연구는 '거버넌스구축 활동의 기록'이라고 할 수 있는 4년간 센터의 '운영기록 데이터'를 토대로 TCM분석을 실시하였다. 이를 통해 비용편익비의 형태로 도출된 아트센터의 현재가치를 파악하였다. 현재 가치를 수치로 계량하게 됨으로써 향후 전망에 대한 계획과 정책방향을 더욱 자유롭게 구상할 수 있는 근거를 제시하는 실무적인 기여를 하였다. 공공미술사업의 가치를 경제적으로 환산 불가한 사업으로만 치부하기 보다는 공공정책으로써 설명책임이 있다는 원칙에 입각하여 문화예술사업의 가치를 분석하는 방법론을 체계화하고 정책의 일부로 운영할 수 있도록 하는 기초연구가 될 수 있을 것이다.

또한 공공미술을 통한 지역재생 정책분야에 있어서 공공미술과 지역의 재생효과 사이의 매개체가 되는 지역정체성의 개념에 대한 이론적 고찰을 실시하고, 홍티아트센터와 같이 무형의 가치를 생산하는 공공사업의 성과를 측정하기위한 방법론을 실제사례에 적용하는 학술적 기여를 하였다.

본 연구에서 홍티아트센터의 가치측정에 사용된 TCM은 경제적 가치 측정이 어려운 아트센터와 같은 공공기관의 가치를 평가 하는데 유용한 분석방법이다. 하지만 주소정보를 가진 방문자 샘플추출의 한계점이 있으며, 통제 값에 대한 이론적 설명은 가능하지만 검증할 수 있는 다른 계산방법이 없는 점이 한계점으로 존재한다.

통계를 활용하는 귀납적 방법론에서 개별적이고 구체적인 값의 합산이 가장 이상적인 분석방법론이 되겠지만, 개별적인 데이터가 없는 현실에서 한정된 정보를 최대한 활용하여 가능한 한 근사 값을 통한 가치측정은 향후 정책결정의 판단근거로 유용하게 활용될 수 있다는 점에서 가치를 가진다. 향후 연구에서는 TCM의 샘플추출의 대표성을 확보하기 위한 연구의 진행이 요구된다.

참고문헌

이선영. (2010). 복합문화공간 일상화를 위한 Cafe계획안-창작 레지던스 개념을 중심으로-. 홍익대학교 석사논문.

심소연. (2012). 입주예술가 지원 프로그램 기획을 통한 공동체 미술 활성화 방안 연구-성촌마을 레지던시 프로그램을 중심으로-. 전남대학교 석사학위논문.

김번웅. (2003). 신공공관리론과 기업형 거버넌스의 한계. 「사회과학연구」, 9: 1-29.

안희정. (2015). 「예술인 창작공간 조성지원」 홍티아트센터 관리운영 위탁사업 실적보고서. (재)부산문화재단

_____. (2016). 2015 홍티아트센터 관리운영 위탁사업 실적보고서. (재)부산문화재단

_____. (2017). 홍티아트센터 운영 사업 실적보고서. (재)부산문화재단

이태헌. (2017). 마을기업육성사업을 중심으로 한 Co-creation기반의 공공정책 수립방안에 관한 연구. 한국지역사회학회. 25(1): 1-20

김경욱. (2005). 공공미술의 다양한 혜택들, 2005년 11월 16일 공공미술을 통한 지역문화환경 개선방안 심포지엄 자료. 한국문화관광정책연구원, pp1-11

홍순구·한세억·이현미. (2014). 지역공동체 문제해결을 위한 Co-creation 접근.「한국지역정보화학회지」,17(1): 1-24

Randall, A., (1994). A difficulty with the travel cost method. Land Economics, 70(1):88-96.

Boter, J., Rouwendal, J., Wedel, M., (2005). Employing travel time to comepare the value of competing cultural organizations, Journal of Cultural Economics, 29: 19-33.

Hsieh, C, Y., (2012). Demand Estimation for the Newly Built Art Museum in the Cultural-and-Leisure Market, Graduate School of Engineering, Kyoto University

Puddifoot, J. E., (1995). Dimensions of community identity,Journal of Community & Applied Social Psychology, 5: 357-370

Paasi, A., (2002). Bounded spaces in the mobile world: deconstructing, Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 93(2): 137-148

宮本憲一. (1998).「公共政策のすすめ：現代的公共性とは何か」. 東京: 有斐閣

이태헌(李泰憲): 동아대학교에서 도시계획을 전공하고 일본의 리츠메이칸(立命館)대학 정책과학부에서 정책과학 박사학위를 취득하였다. 현재는 동아대학교 산학협력단 전임연구원으로 재직하고 있으며, 주요관심분야는 마을만들기를 통한 부산의 지역혁신, Co-creation, 지리정보시스템을 활용한 지역정책 분석 및 새로운 정책대안 모색이다.

정하영(鄭蝦榮): 일본교토대학 도시사회공학연구과 박사를 취득하였으며, 일본교토대학 도시사회공학연구과 인간안전보장공학연구 프로젝트의 연구원 및 경영대학원 아시아 비즈니스 리더육성강좌의 조교수를 거쳐, 현재 동아대학교 경영문제연구소 공동연구원이다. 통계학, 계량경제학, 정보학, 자연언어처리학을 기반으로 한 '삶의 질 지표 개발', '주민참여형 공공계획의 코퍼스분석기법 및 온톨로지 개발', '트위터 내용분석을 통한 불안계량기법 개발', '지역아이덴티티의 정량적 분석기법 개발' 등 있다.

홍순구(洪淳玖): University of Nebraska-Lincoln에서 경영정보학 박사학위를 취득하고 동아대학교 경영정보학과 교수로 재직중이다. 학문적 관심분야는 Co-creation, 웹 접근성, 정보시스템 평가, 지역혁신 등이고 주요저술로는「유비쿼터스의 이해와 활용사례」,「정보기술의 전략적 활용: 경영정보시스템」, 주요논문으로는 "Co-creation 플랫폼 운영 전략: 삼성 앱스와 애플 앱스토어 비교(2014)", "ICT기반 지역공동체 가치창출 전략의 탐색"(2013), "청년층 일자리 창출문제에서 Co-creation적 해결방안에 관한 연구: 부산광역시를 중심으로"(2015) 등이 있다. 주요경력은 Texas A&M International University 조교수, 한국은행 근무, 동아대학교 재무처장, 기획처장 등이다(shong@dau.ac.kr).

〈논문접수일: 2017. 10. 16 / 심사개시일: 2017. 10. 20 / 심사완료일: 2017. 10. 26〉

Abstract

A Study on Regional Innovation Effect of Co-Creation based Public Art Project Focusing on Hongti Art Center

Lee, Tai Hun

Jeong, Hayeong

Hong, Soon-Goo

For the creation of regional identity and sustainable growth, culture and arts policies run by public institutions are essential. Recently, there have been diverse attempts to innovate depressed regions by linking public art projects to regional regeneration projects. The main projects are residential environment improvement projects such as painting community murals and installing sculptures in public spaces. Mural paintings and sculptures are effective as an attempt to bring vitality to depressed areas and focus people's attention, but residents' participation is limited. That is, it is a one-sided policy. In order to overcome the limitations of public art policies, the Hongdae Art Center of Dadaepo Rainbow Complex has been conducting public art activities for the last three years by collaborating with local residents through the artist residency support project based on the concept of co-creation. The purpose of this study is to examine the effectiveness of community value creation process and regional regeneration by analyzing the regional innovation effect on the residency project of Hongtae Art Center in Busan. As a result of the travel cost analysis and the cost benefit analysis, the Hongtai Art Center in 2015 and 2016 showed a cost benefit rate of about 2.5 times the budget. This study contributed to practical work by verifying the validity of the public art project through the analysis of the residency project of the Hong-art Center, the public art policy currently in progress for the regeneration of the Western Area of Busan Metropolitan City. It also contributed to academic research in the field of regional policy by demonstrating the process of regional value creation through the residency project.

Key Words: Co-creation, regional innovation, Dadaepo Rainbow Complex, art center, public art policies, travel cost method