

2023 부평구문화재단

**2023 문화도시부평  
서브컬처 특성화 사업  
운영 및 지역확산 방안 연구**

**2024. 03**

# 제출문

부평구문화재단 귀하

본 보고서를 「2023 문화도시부평 서브컬처 특성화 사업운영 및 지역확산 방안 연구」의 최종 보고서로 제출합니다.

2024년 3월 18일

주 관 기 관 : 사단법인 피스트레인  
연구 책임자 : 김미소 (사)피스트레인  
참여 연구원 : 이수정 (사)피스트레인  
참여 연구원 : 장석류 (국립인천대학교 문화대학원 교수)

# 목차

<b>제1장 : 서론</b>	<b>1</b>
제1절 연구배경 및 목적	2
1. 연구배경	2
2. 연구목적	2
제2절 연구범위 및 방법	3
1. 연구 범위	3
2. 연구 방법	3
3. 연구 고려사항	4
4. 연구 기대효과	5
<b>제2장</b>	<b>6</b>
제1절 문화도시부평 사업 전개	7
1. 문화도시부평 선정	7
2. 문화도시부평 조성계획 2021-2025	7
제2절 문화도시부평 2021-2023 사업성과	29
1. 문화도시부평 2021 사업성과	29
제3절 문화도시부평 사업 현황 종합	41
<b>제3장</b>	<b>44</b>
제1절 문화도시부평 특성화 사업 결과	45
1. <D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산> 사업 개요	45
2. 언더시티 프로젝트	46
3. 교육 및 기타 프로그램	57

제2절 문화도시부평 특성화 사업 참여자 심층 인터뷰	61
1. 인터뷰 설계	61
2. 심층 인터뷰	61
제3절 문화도시부평 특성화 사업분석	86
1. 문화도시부평 사업개요	86
2. 부평문화도시 특성화 사업 분석	90
제4절 부평구문화도시 특성화 사업 진단과 한계	96
1. 서브컬처 사업구조	96
제5절 특성화 사업 분석 소결	106
<b>제4장</b>	<b>109</b>
제1절 국내 음악도시 및 유사 프로젝트 사례 분석	110
1. 국내 음악도시 사례	110
2. 지역 음악창작소	121
3. 유사 프로젝트	126
4. 시사점	133
제2절 해외 음악도시 사례 분석	136
1. 유럽문화수도	136
2. 대중문화를 활용한 도시 재생의 사례	139
3. 시사점	143
제3절 국내외 음악도시 특성화 사례 분석 소결	146
<b>제5장 : 문화도시부평 특성화 사업 출구전략</b>	<b>147</b>
제1절 문화도시부평 특성화 사업 방향	148
제2절 문화도시부평 특성화 사업 전략	151
제3절 문화도시부평 특성화사업 2024-2030 로드맵	157

1. 출구전략을 위한 관문	157
2. 특성화 사업 추진 로드맵(2024+5년)	158

## 표 차례

[표 1-1] 연구 수행방법	4
[표 1-2] 연구 과업 내용	4
[표 1-3] 연구 핵심 질문	5
[표 1-4] 연구 세부 내용	5
[표 2-1] 시기별 부평의 주요 이슈	10
[표 2-2] 부평 문화도시 예비사업 개요	14
[표 2-3] 부평 문화도시 예비사업 영역 및 주요사업	14
[표 2-6] 문화도시 지정·지원사업 추진로드맵(2021~2025)	27
[표 2-7] 부평 문화도시 추진 로드맵 주요내용	28
[표 2-8] 부평 문화도시 2021 성과 총괄표	29
[표 2-9] 부평 문화도시 2021 주요 사업 내용	31
[표 2-10] 부평 문화도시 2022 성과 총괄표	33
[표 2-11] 부평 문화도시 2022 주요 사업 내용	36
[표 2-12] 부평 문화도시 2023 성과 총괄표	38
[표 2-13] 문화도시 부평 성과 총괄표 2021-2023 만족도 지표 비교	42
[표 2-14] 문화도시 부평 성과 총괄표 중 특성화 사업 관련 핵심 성과 비교	43
[표 3-1] <D-LAB 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산> 21-23 프로젝트	45
[표 3-2] 언더시티 프로젝트 2021 컨퍼런스 내용	46
[표 3-3] 언더시티 프로젝트 2021 전시 내용	48
[표 3-4] 언더시티 프로젝트 2021 시민 체험 및 공연 프로그램	48
[표 3-5] 언더시티 프로젝트 2022 프로그램	50
[표 3-6] 언더시티 프로젝트 2022 컨퍼런스 내용	50
[표 3-7] 언더시티 프로젝트 2022 스트리트 페어 프로그램	52
[표 3-8] 히업 더 스트리트 <언더시티 프로젝트 2023> 프로그램	55
[표 3-9] 2021 디지털 뮤직랩 교육 프로그램 및 워크숍	57
[표 3-10] 2022 디지털 뮤직랩 교육 프로그램	58
[표 3-11] 2023 디지털 뮤직랩 교육 프로그램	59
[표 3-12] 자유학기제 연계 프로그램	59
[표 3-13] 심층 인터뷰 대상자	61
[표 3-14] 문화도시 주요-세부 사업구성	87
[표 3-15] 부평구 문화도시 추진 로드맵	89
[표 3-16] 시민성 가치 중심 설계 사업	90
[표 3-17] 내발성 가치 중심 설계 사업	91

[표 3-18] 장소성 가치 중심 설계 사업	91
[표 3-19] 창조성 가치 중심 설계 사업	92
[표 3-20] 특성화사업 유형별 특징 및 연계성	93
[표 3-21] 특성화 사업 예산액 및 집행액	95
[표 3-22] 2023 서브컬처 사업구성	96
[표 3-23] FIG 질문 및 답변	98
[표 3-24] 문화도시 지정 지역	104
[표 3-25] 부평구문화도시 특성화사업 SWOT 분석 요약	105
[표 3-26] 언더시티 프로젝트 2021-2023 주요내용 비교	106
[표 4-1] 글로벌 음악도시 서울 세부 추진사업	112
[표 4-2] 글로벌 음악도시 연차별 투입 예산	112
[표 4-3] 음악도시, 인천 추진전략과제별 세부 추진사업	115
[표 4-4] 주요 프로그램	130
[표 4-5] 음악도시 서울과 인천의 정책 비교	134
[표 4-6] 초기 유럽문화 도시사업 특성	137
[표 4-7] 문화수도 글래스고의 전략 및 성과	138
[표 4-8] 문화수도 리버풀의 전략 및 성과	139
[표 4-9] 대중문화를 활용한 맨체스터 도시 재생 전략	146
[표 5-1] 문화도시부평 특성화사업 종합	149
[표 5-2] 문화도시부평 특성화 사업 운영 수정 전략	150
[표 5-3] 문화도시부평 특성화사업 AS IS - TO BE	151
[표 5-4] 음악서브컬처 통합형 페스티벌 구성 요소	153
[표 5-5] 문화도시부평 특성화사업 2024-2030 로드맵	158

## 그림 차례

[그림 2-1] 부평특화지역 조성사업	14
[그림 2-2] 부평 문화도시 비전	19
[그림 2-3] 핵심가치를 통한 미션 도출	19
[그림 2-4] 부평 문화도시 비전체계도	20
[그림 3-1] 문화도시부평 비전체계도	86
[그림 4-1] 서울시 민선 7기 <글로벌 음악도시 서울> 기본 계획 발표	110
[그림 4-2] 서울시 민선 7기 <글로벌 음악도시 서울> 기본 계획 발표	111
[그림 4-3] 음악도시, 인천 비전체계도	115
[그림 4-4] 음악도시, 인천 세부추진사업 연차별 예산투입계획	117
[그림 4-5] <유네스코 음악 창의도시, 대구> 비전과 추진 전략	120
[그림 4-6] 2019년 지역음악창작소 예산 현황	123
[그림 4-7] 인천 음악창작소 사업	125
[그림 4-8] 인천음악창작소 진행사업	126
[그림 4-9] 창동·상계 신경제 중심지 구상	127
[그림 4-10] 플랫폼창동61 시설 개요	127
[그림 4-11] 플랫폼창동61 주요 프로그램	128
[그림 4-12] 반스 스테이션 신당 유희공간 현황	129
[그림 4-13] 반스 스테이션 신당 행사 현장	130
[그림 4-14] 우수 뮤지션 발굴 프로그램 인디스땅스	131
[그림 4-15] 의정부문화재단 대표 음악·서브컬처 관련사업	133
[그림 4-16] 피터 새빌의 도시 브랜딩 디자인 및 응용 사례	142
[그림 4-17] (좌)더 스미스 화보 (우)관광객 인증 사진	143
[그림 4-18] (좌)맨체스터 서브컬처를 주제로 한 영화 '24 Hour Party People',	144

# 제1장

---

서론

# 제1절 연구배경 및 목적

## 1. 연구배경

- (재)부평구문화재단은 2016년 문화체육관광부 문화특화지역 조성사업 선정되어 지역에 내재되어 있는 음악적 문화가치를 기반으로 한 부평 음악-융합도시 조성사업을 진행하였으며 이후 2021년, 제2차 법정 문화도시로 선정되어 시민, 연대, 창조 3개의 핵심가치를 기준으로 한 23개 세부사업을 진행하고 있음
- 특히 문화도시부평은 음악융합도시의 긍정적인 성과와 음악으로 구축한 부평의 도시정체성을 중심으로 디지털 음악 및 비주류문화를 매개로 한 차별화된 도시브랜드, 창조 생태계 구축을 위해 <D-lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산> 사업을 특성화 사업으로 설정하였음
- 2021-2023년, 창작플랫폼 디지털뮤직랩을 기반으로 지역 청년 예술인들과 함께 언더시티 프로젝트 등 비주류문화 기반 조성 실험을 위한 다양한 사업을 펼치며 지역 문화 브랜드화로 확장해 나갈 수 있는 발판을 마련함과 동시에 다소 음악분야에 치중되어있던 창조적 문화생산의 역량을 다양한 분야로 확산시키는데 기여함
- 그러나 최근 실시한 2022-2023 문화도시부평 성과분석을 통해 특성화 사업에 대한 미비사항이 발견되고 브랜드 강화 및 확장에 대한 보안방안이 필요하다는 결과가 도출됨
- 이에따라, 4년차를 맞이하는 시점에서 그동안의 서브컬처 특성화 사업에 대한 성과를 면밀하게 진단하고, 대내외 환경 분석에 따른 사업 관리 및 지역확산 방안 재수립 필요
- 더불어, 문화도시 조성사업 종료 이후까지 지속 가능한 생태계 조성을 위해 문화도시 사업 및 문화재단, 유관기관 사업과의 유연한 사업 연계를 위한 방안을 모색하며 창조 생태계 구축 및 지속 가능한 문화정책 수립

## 2. 연구목적

- 본 연구의 목적은 문화도시부평 특성화 사업의 일환으로 진행되는 <D-lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산> 2021-2023 사업을 분석하고 향후 계획을 수립하는 것임
- 또한, 문화도시부평 사업이 종료되는 2025년 이후 특성화 사업의 출구전략을 수립함으로써 부평의 지속 가능한 특성화 사업계획을 수립하고 운영 방안을 제시함
- 이를 토대로 4년 차에 접어드는 문화도시부평 특성화 사업을 재정비 및 실행할 수 있는 대안을 모색하고, 향후 부평만의 독창적인 지역 문화를 만들어갈 수 있도록 하는 사업과제를 개발하고자 함

## 제2절 연구범위 및 방법

### 1. 연구범위

#### 가. 시간적 범위

- 2014년 지역문화진흥법이 제정 그에 따른 문화도시 정책이 준비된 이후
- 2018년 5월 정식 문화도시 정책 추진 공표 이후, 2019년 제1차 문화도시 지정 ~ 2022년 제4차 문화도시 6개 지정 고려
- 2021년 1월 제2차 문화도시로 '부평구' 선정, 제2차 문화도시 사업이 시작된 2021년 1월부터 종료되는 2025년 12월을 중심으로 설정
- 문화도시 사업 종료 후 부평구의 지속 가능한 생태계 조성을 위한 정책 및 사업개발을 고려하여 중장기 방안은 2026~2028년으로 설정

#### 나. 공간적 범위

- 제4차 문화도시로 지정된 24개 도시
- 지역 및 도시 환경 비교 검토를 위하여 24개 도시 중 수도권 지역과 비수도권 지역을 구분하여 살핌
- 문화도시 24개 도시 중 지역 특성화, 지역 고유 문화기반 콘텐츠 발굴 우수 사례를 중심으로 검토
- 서브컬처를 중심으로 도시문화가 형성된 해외 도시 사례를 폭넓게 검토

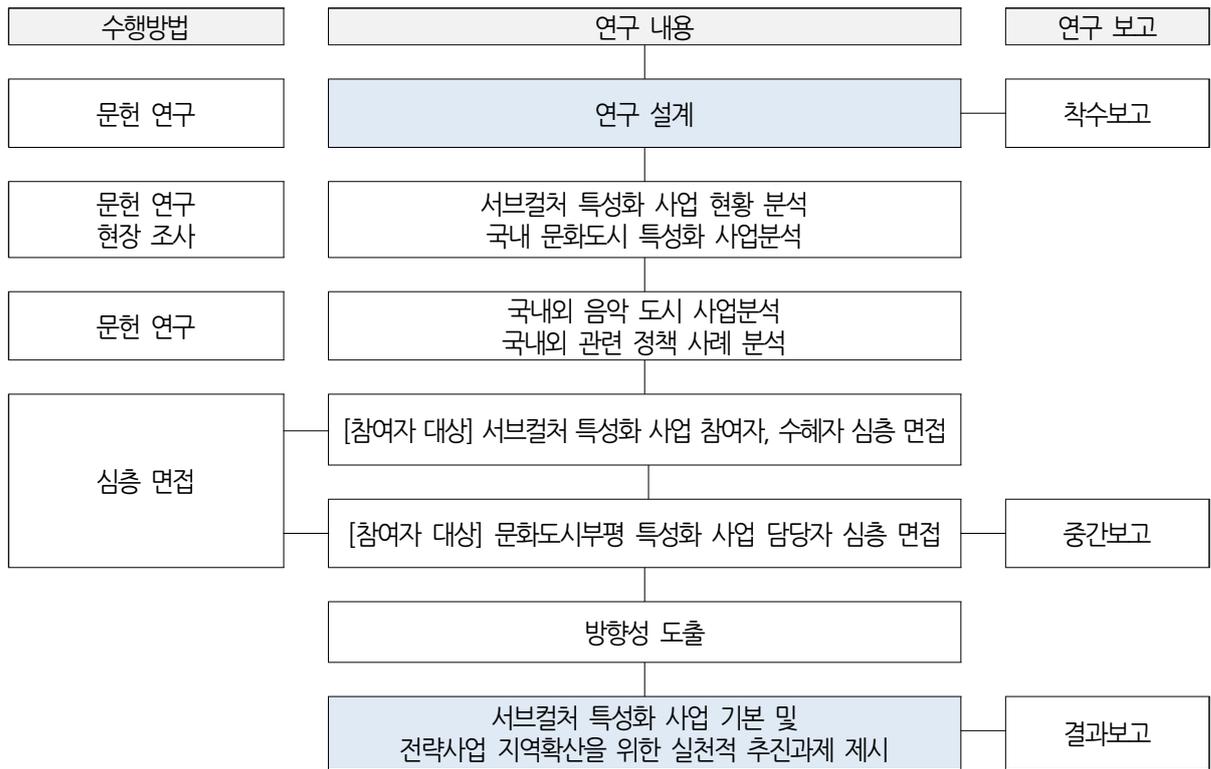
#### 다. 내용적 범위

- 서브컬처 특성화 사업 현황 점검 및 성과 진단
- 서브컬처 특성화 사업 가능성 재검토 및 추진방안 마련
- 서브컬처 특성화 사업 기본 및 전략사업 구상, 지역확산을 위한 실천적 추진과제 제안

### 2. 연구 방법

- 다음은 연구 과정에 따른 수행방법과 주요 연구 내용임

[표 1-1] 연구 수행방법



### 3. 연구 고려사항

[표 1-2] 연구 과업 내용

구분	제시된 과업 내용
과업 1	서브컬처 특성화 사업 현황 점검 및 성과 진단
과업 2	서브컬처 특성화 사업 가능성 재검토 및 추진방안 마련
과업 3	서브컬처 특성화 사업 기본 및 전략사업 구상 지역확산을 위한 실천적 추진과제 제시

■ 본 연구의 과업은 [표 1-2]와 같이 세 가지로 제시되었으며, 해당 과업에 대한 개략적 파악을 위해 부평문화 도시 특성화 사업 담당자를 통한 사업 공유 및 결과보고서 분석을 통해 문화도시부평의 특성화 사업에 다음과 같은 이슈가 있음을 확인함

- [이슈 1] 서브컬처가 무엇이고 왜 다루어져야 하는가? 를 설명하고 설득하기 어렵다
- [이슈 2] 왜 부평에서 특성화 사업으로 이 사업을 해야 하는지 명분과 맥락이 불분명하다.
- [이슈 3] 부평에 음악, 서브컬처 관련한 어떤 자원이 있는지 잘 모르겠다.
- [이슈 4] 왜 특성화 사업에서 음악과 서브컬처 사업을 각각 분리해서 진행하는지 모르겠다.
- [이슈 5] 앞으로의 사업의 방향, 과제, 로드맵을 잘 모르겠다.

■ 애초 제시된 과업이 현재 진행되고 있는 서브컬처 특성화 사업을 분석하고 미래 방향을 제시하는 구조 제한되어 있으나, 위 이슈에 관한 내용이 본 연구의 핵심 사항임을 고려하여 문화도시 부평 특성

화 사업이 수립된 배경을 확인하고, 더 나아가 특성화 사업으로 진행되고 있는 서브컬처 사업 외 음악사업 범위까지 고려하여 연구 질문을 다음과 같이 재구조화함

[표 1-3] 연구 핵심 질문

구분	이슈 해결을 위한 연구의 핵심 질문
질문 1	문화도시부평 사업에서 특성화 사업으로 음악/서브컬처 사업을 왜 전개하는가? 부평에는 관련한 어떤 자원이 있는가?
질문 2	공공 문화사업에서 음악/서브컬처 관련한 사업을 다루는 명분은 무엇인가? 선행 및 유관사업이 있는가?
질문 3	문화도시부평 특성화 사업의 의미와 가치는 무엇인가? 문제와 한계는 무엇인가?
질문 4	문화도시부평 사업 종료 후 특성화 사업은 무엇을, 어떻게 남기고 이어가야 하는가?

- 연구팀은 핵심 질문을 바탕으로 연구의 주요 내용과 방향을 재정리하였음. 특성화 사업의 실재를 확인하고 문화도시부평 후기부터 종료 이후의 출구전략을 수립하는 것을 본 연구의 핵심 목적으로 함

[표 1-4] 연구 세부 내용

구분	세부 내용	목적
연구 내용 1	문화도시부평 특성화 사업의 흐름과 현황 : 음악 및 서브컬처 사업 통합	특성화 사업 주제 발굴 배경, 사업 현황 파악
연구 내용 2	문화도시부평 특성화 사업분석 : 음악 및 서브컬처 사업 통합	특성화 사업 문제 파악 재검토 방향 수립
연구 내용 3	국내외 음악/서브컬처 특성화 도시사업 분석	특성화 사업 방향 수립 전략 도출
연구 내용4	문화도시부평 특성화 사업 방향과 전략	특성화 사업 전략 수립 및 과제 개발

## 4. 연구 기대효과

- 본 연구를 통해 문화도시부평 특성화 사업의 명분과 맥락을 탄탄히 하고, 지난 3년 동안 사업의 의미와 가치를 연결하여 향후에도 특성화 사업이 지속 가능할 수 있도록 사업의 토대를 구축함
- 음악/서브컬처로 분리된 특성화 사업을 통합하여 분석하고, 문화도시부평의 중장기 특성화 사업 방향, 전략, 과제를 제시함으로써 부평의 고유한 지역 문화와 브랜드를 만들어가는데 이바지함
- 해당 연구는 문화도시부평 사업 종료 이후에도 지역 문화의 정체성을 확립하고 특성화차별화하는데 활용될 수 있는 기초자료가 될 것임

# 제2장

---

## 문화도시부평 사업 현황

## 제1절 문화도시부평 사업 전개

### 1. 문화도시부평 선정

- 문화체육관광부는 ‘모든 도시는 특별하다’라는 관점하에 지역의 자율성, 다양성, 창의성을 살리는 문화 도시 지정 제도(지역문화진흥법, 제15조)를 수립해 전국적 문화도시의 상생발전을 촉진하고 있음
- 2018년부터 지역문화진흥법에 근거해 추진되는 법정 문화도시 정책은 문화 분권과 문화자치 기반을 구축하고자 하는 지역 문화 정책 기조와 함께 역동적으로 변화하고 있는 지역 문화생태계를 반영하고 있음. 이에 따라 문화도시 정책은 지역의 고유한 문화를 바탕으로 문화 민주주의에 기반을 둔 상향식 도시문화 형성과 지속 가능한 도시 전반의 문화력을 확장하는 1년의 예비사업과 5년의 본사업을 체계적으로 계획하고 다양한 주체와 연동된 추진구조를 구축하는 것에 초점을 두고 있음
- 2018년 12월 처음으로 10개 지자체가 ‘제1차 문화도시 조성계획’ 승인을 받아 예비 문화도시가 되었으며, 1년간 다양한 예비사업을 통해 문화도시 사업을 추진하였음. 2019년 12월 서면 및 현장검토와 문화도시 지정을 위한 최종발표회를 거친 후 문화 도시심의위원회의 지정 심의의결을 통해 제1차 문화도시로 7개 지자체가 지정되었음. 또한, 2019년 인천광역시 부평구를 포함한 10개의 지자체가 조성계획 승인을 받음으로써 2차 예비 문화도시로 선정되었음
- 2020년 부평구는 2019년 승인된 문화도시 조성계획에 기초해 다양한 예비사업을 추진하였고, 2021년 1월 문화체육관광부로부터 제2차 법정 문화도시에 지정되었음

### 2. 문화도시부평 조성계획 2021-2025<sup>1)</sup>

#### 가. 문화도시부평 필요성

##### 1) 부평의 이상

- ‘혼종다양성과 개방성’의 도시 속성을 지역 내발적 힘으로 전환한 도시
- 우리나라의 근현대사를 관통해온 부평의 역사로부터 시민성이 발현되는 도시
- 과거와 현재를 관통하는 음악적 장소성과 지역자원을 미래가치로 만드는 도시
- 시민의 일상에서 우러나는 삶의 소리가 생활문화가 되는 도시
- 젊은 계층이 떠나지 않고 역동적으로 시민 문화력을 키우는 도시

- 부평은 근현대에 걸쳐 외부의 힘으로 정치, 경제, 사회, 문화의 전 분야에서 수많은 뒤섞임과 변이를 경험하면서, 개방적인 혼종다양성을 내화 시켜옴. 또한, 노동자, 농민 및 사회운동을 이어온 시민사회

1) 해당 내용은 2차 예비 문화도시 사업 이후, 법정 문화도시 선정을 위해 작성한 보고서 <부평 문화도시 조성계획 2021-2025>의 주요 내용을 요약한 것임

- 의 역동성을 토대로 형성된 문화잠재력과 가치를 지켜나가는 도시가 됨
- 부평은 서울에의 절대적 문화 종속성을 극복한 문화독립도시로써, 시민이 자기 주도적으로 내 안의 시민성을 키우는 도시를 지향하며, 시민성을 토대로 시민 스스로 일상이 문화가 되는 문화생태계를 만들고 가꾸는 활동 주체로 성장하도록 함
  - 부평은 국내 대중음악의 관문이었던 애스컴시티의 역사적 유산인 캠프마켓의 문화 재생을 통해 미래 지향적 문화가치를 창조하는 문화도시를 만들고자 함
  - 부평의 도시 DNA 속에 녹아있는 두레 정신을 통해 새로운 삶의 가치와 관계를 찾아내어 도시의 문화적 재생과 아래로부터의 문화생태계 형성을 이루어가는 문화도시를 지향함
  - 창조적이고 실험적인 도전정신을 지닌 젊은 세대가 도시의 잠재력을 터트리는 중심에 서서 문턱 없는 (낮은) 비주류문화와 디지털 음악을 융합하는 문화도시로 진화시켜나가는 원동력이 되어 문화생산력과 창조산업으로의 발전 전망을 갖춘 문화도시가 되고자 함

## 2) 부평의 현실

· 삶터 기반의 문화를 생성, 발전시키지 못한, 외생적으로 형성된 뜨내기 도시  
 · 놓고 일하고 머물 수 있는 지역 선순환의 생활생태계를 잃은 채 도시를 떠나는 청년들  
 · 소비 지향의 지역 문화 추세, 지속적인 문화생산을 위한 도시 인프라의 부족  
 · 자랑스럽지만은 않은 미군기지의 기억, 그러나 장소 재생을 통한 새로운 지역 가치  
 · 활발하고 역동적이었던 시민사회 역량의 현실 담보와 세대 간 문화 격차  
 · 공업지역 및 배후주거지역, 서울의 베드타운 등 상호연결성이 결여된 채 파편화된 동네들

- 부평은 외적 요구 때문에 일제강점기, 해방 후 미군의 애스컴시티 설치, 60, 70년대 이후 제조업 기반의 공업 도시화로 이어지는 과정에서 농경사회 붕괴, 일제 군수기지 몰락, 미군기지 철수, 정보화 사회에 의한 산업구조조정으로 끊임없는 변화를 겪어옴. 이로 인해 도시의 정주성과 지역 문화의 지속성을 잃고 스스로 성장하는 자생력을 상실함
- 부평은 너무 가까운 서울로 인해 베드타운적인 성격이 지속적으로 강해졌으며, 부평지역의 청년 활동이 서울로 유출되고 있어 지역 문화의 선순환구조를 갖추지 못하고 있음. 서울의 외곽이기 때문에 고비용과 무한경쟁에 지치거나 새로운 기회를 찾는 젊은 창조인력과 문화예술인들이 일명 평리단길 등으로 역유입되는 현상이 공존함
- 부평은 젊은 계층들이 밀집하는 부평역 일대의 중심상권이 유흥소비 일변도의 트렌드에 의존하고 있음. 또한 부평은 타 지역에 비해 상대적으로 경제적 자생성을 보이고 있으나, 현재 제조업 기반의 산업구조 위기, 지속적인 인구 감소 등으로 인해 도시의 쇠퇴요인이 커지고 있음
- 미군기지 애스컴시티의 대중음악, 70년대 산업화 시대의 민중음악 등 부평은 시대의 변화에 맞춰 성장하고 변화하면서 부평만의 지역 문화 브랜드를 형성해왔음. 그러나 농경사회 붕괴, 미군기지 철수, 정보화 사회로 전환 등 도시 외부요인의 변화로 부평의 지역 문화가 시대의 전환기마다 지속성을 잃고 단절됨. 이는 부평의 지역 문화가 외부요인에 의지해 형성되었기 때문에 도시문화로 내재화하지 못하여 자생력을 갖지 못하고 현재까지 이어짐
- 일본군 조병창과 미군 주둔기지 애스컴시티로 이어지는 역사성과 장소성은 굴곡진 흑역사를 포함한

것으로서 이를 문화 정체성으로 어떻게 녹여낼 것인지에 대한 사회적 소통, 공유와 합의 과정이 미흡하며 현재진행형임

- 부평은 농민운동의 전통에서 이어진 부평의 노동, 시민사회 운동의 역사는 최근 생태 운동, 생활 속 실천에 이르기까지 시민사회의 역량으로 축적됐지만, 축적된 시민사회의 역량들이 구세대의 담론과 활동구조를 넘어서서 새로운 비전과 활동체계를 제시하지 못하고 젊은 세대와의 문화적 단절이 심화함
- 부평은 도시의 문화력을 성장시키기 위한 공간적 인프라가 취약하며 활용 가능한 유휴공간을 발굴하여 문화로 재생하여 활동의 구심성을 강화해야 할 필요성이 큼. 도심 한가운데 대규모 유휴부지 및 시설을 가진 캠프 마켓의 반환은 향후 부평의 문화력 성장을 위한 전략적 교두보이기 때문에 인천시 사업과의 연계·협력이 절실함

### 3) 부평의 문화도시 필요성 고백

‘부평’사람으로 불러다오

넓은 농토가 군사기지로, 군사기지가 공업지역과 주거지로 바뀌었다.

불투명한 지역 경제, 빠져나가는 인구, 시민이 없는 문화, 외부요인에 의해 변화되어온 뜨내기도시

부평은 문화도시 사업을 통해 시민들 스스로가 성장하면서 삶터로서의 문화 정체성을 회복하고 시민 문화력을 토대로 한 문화도시를 지향하고자 한다.

#### ■ 우리 모두의 부평을 위한 문화적 구심력을 집결

- 새로운 도시 전환기를 맞아 이제는 부평의 내발적 문화력으로 삶터의 정주성을 높이고 지속 가능한 문화환경을 조성해야 함. 이를 위해 파편화된 채 연결되지 못하는 지역 내 문화기반시설, 근린생활권의 문화공간, 생태문화 공간, 역사문화 공간 등을 연결하여 부평시민 모두에게 연결 가능한 구심 공간 조성 및 장소성 구축이 필요하며 문화도시사업을 통해 이를 구현하고자 함

#### ■ 시민들의 자기 주도적 활동을 지원, 권장하는 플랫폼 사업체계

- 지속 가능한 문화도시 추진에는 시민이 주도하는 문화 거버넌스가 필수 요소임. 부평은 시민들의 자기 주도적 문화 활동, 청소년/청년 등 새로운 주체 발굴 및 참여, 지역 뮤지션과 예술인들의 사업 주체화 등 문화 거버넌스를 구축하기 위한 노력을 해왔음. 시민들의 자기 주도 활동을 기반으로 완전한 상향식 사업체계를 구축하고 지속 가능한 지역 선순환 활동을 구축하기 위해 문화도시라는 체계를 활용하려 함

#### ■ 다양한 주체 발굴 및 연대를 고려한 포용적 도시문화의 실천

- 부평은 외국인 이주민과 다문화 가정, 청소년들의 비주류문화, 여성문화, 노동문화 등 다양한 주체들이 지역에 존재하고 있음. 도시 가치가 도시 전반으로 확장되려면 다양한 주체를 발견하고 연대를 통해 도시문화와 연결되는 것이 중요함. 그러나 부평의 문화정책에서 주요 주체로 호명되지 못하고 문화기획자, 예술인 등 특정 대상에 집중되어 문화도시 확산성에 한계가 있음. 도시의 다양한 구성원이 자신의 삶과 도시의 정체성에 연결될 수 있는 참여의 정신을 문화도시의 실천으로 연결하고자 함

## 나. 문화도시 여건 및 추진성과

### 1) 부평 도시 현황 및 문화환경

#### ■ 도시의 역사

[표 2-5] 시기별 부평의 주요 이슈

시기	주요 이슈
개화기 및 일제강점기	농업지대에서 공업지대로의 변화
해방 이후	공단을 중심으로 한 노동자 운동 전개
한국전쟁 및 전후	애스컴 주둔과 부평의 공업화·도시화 진행
1960년대	애스컴시티에 의존한 경제 구조와 공업단지의 성장
1970년대	미군 철수로 인한 도시생태계 변화와 교통망 확대로 급속한 도시화
1980년대	지속적인 경제 규모 확대 및 활발한 노동 운동
1990년대	시민운동의 활발한 전개
2000년대	시민 주체 활동의 다양화와 환경 관련 활동 증가

#### ■ 도시의 현재

##### ○ 지리적 환경

- 부평은 인천이 서울과 주변 지역으로 연결되는 통로이자 교통의 요충지로서 도시가 성장하였음
- 해안 도시 인천과 서울을 잇는 지리적 특성은 부평이 산업기반 발달, 교통망 구축, 주거시설 확대, 상업 활성화 등 도시의 성장과 확장으로 이어졌으나, 교통망 발달로 인한 서울의 베드타운 성격 심화, 문화 의존성 증가로 도시의 위기를 직면하고 있어 이중적인 성격을 가짐

##### ○ 산업과 환경

- 부평 평야를 기반으로 한 농업 생산 기지에서 일본군 군수공장, 부평 공업단지로 이어지는 공업화에 의해 농업과 공업 도시의 면모를 모두 경험한 도시로 역동성과 다양성을 지닌 도시임
- 이미 1930년대부터 설치된 경인공업지대의 중심지로, 제조업이 발달하여 1,500개 이상의 기업체가 입주해 있는 등 경제적 자생성이 높고, 근대적 산업의 전통과 현대적 산업의 유입이 공존하는 공업 기반 도시임
- 부평의 지역경제를 견인하는 핵심 기업인 GM 부평공장 철수 이슈는 지역의 경제기반 붕괴에 대한 지역사회 불안으로 이어졌고, 부평에 지속적이고 내생적인 지역발전 기반 마련이라는 지역의제가 등장하게 됨
- 생태하천인 굴포천과 도심 속 녹지공간인 공원 등의 환경 여건은 높은 삶의 질을 기대할 수 있도록 하는 조건임

##### ○ 사회문화 환경

- 지속적인 인구 감소(2017년 대비 2020년 8.1% 감소) 및 청년 인구 유출(부평구 전체 감소인구의 42.4%)로 인해 부평구의 인적 지역 기반이 위기에 직면하고 있음
- 역사적으로 인구 유입이 활발한 지역으로 현재도 역시 다문화 가정 학생 수 및 등록외국인 비율이 높고, 이에 따라 문화적 다양성과 개방성이 높음
- 애스컴은 지역 경제의 중심지인 동시에 미국 문화를 소개·전파하는 창구로 우리나라 대중음악사의

흐름을 바꾸는 역사적 배경으로서 장소성을 가지고 있음. 캠프마켓(에스컴, ASCOM)이 반환됨에 따라 이를 부평의 문화적 특성과 자원으로 하여 문화도시 조성의 토대로 활용할 수 있음

## ■ 부평 문화자원 현황

### ○ 사람·활동

- 부평구는 풍부한 문화예술 인적 자원을 가짐. 인천 내 구·군별 예술인 규모는 부평구(737명)가 가장 많았으며, 부평구를 기반으로 활동하고 있는 음악 장르(음악 분야, 대중음악 분야) 예술인들은 부평구 전체 예술인의 18.8%(138명)를 차지하며, 인천광역시 전체 음악 관련 예술인(687명)의 20.2%를 차지함
- 부평구에는 소규모 시민 활동이 네트워크 모임부터 문화예술 활동, 사회적 경제까지 다양하게 나타나고 있으며 부평 사회적 경제 마을센터가 시민 활동을 적극적으로 지원하고 발굴·육성하고 있음
- 2019년 기준 인천광역시 다문화 인구는 총 70,222명으로, 부평구에 16,343명(약 23%)의 가장 많은 다문화 인구가 거주하고 있음. 이주민의 활동이 많이 포착됨에도 불구하고 부평 주민과 분리된 생활권을 형성하고 있음. 이주민과의 문화적 접점을 형성하고 문화도시 사업의 중요한 주체가 될 수 있도록 해야 함

### ○ 콘텐츠

- 부평의 축제는 지역의 역사, 음악을 기반으로 다양한 축제가 추진 중임. 부평의 대표적인 축제인 부평풍물 대축제는 부평 두레놀이와 풍물을 모티브로 하여 1997년 축제를 시작함. 지역 공동체의 참여를 기반으로 운영되는 축제로서 지역 공동체와 지역 활성화에 이바지함
- 더불어 지역에 내재하여 있는 대중음악이라는 문화 정체성과 지역 문화의 활성화를 목적으로 ‘솔아솔아 음악제’, ‘부평음악도시축제 뮤직게더링(구, 밴드 페스티벌)’ 등 음악 중심의 축제들이 추진되고 있음
- 부평구의 문화예술 활동 및 행사는 부평구문화재단의 공연, 전시, 사업 또는 문화도시 예비사업들이 주를 이루고 있음. 부평아트센터와 부평문화사랑방에서 콘서트, 연극, 클래식, 전통음악, 오페라, 국악, 무용, 발레, 아동/가족극, 합창, 기타 등 여러 장르의 공연을 진행해 왔음.
- 문화예술프로그램은 재단 중심 행사 위주의 프로그램이 많고, 주민 참여 프로그램은 부족한 편으로 나타남. 문화도시 사업 안에서 시민들의 참여를 끌어내는 프로그램 마련을 통해 시민 누구나 문화의 주체로 활동할 수 있도록 시민 협력을 강화하여야 함
- 문화도시 사업이 부평구민의 삶으로 확장하기 위해서는 부평의 역사문화 공간 및 활동이 활용되어야 함. 특히 부평의 중요한 역사적 축이라 할 수 있는 근대역사문화 공간의 활용이 필요함. 부평지하호 필드워크, 81년 만에 개방된 부평 캠프마켓 등 지역의 다양한 근대역사문화 공간과 활동을 문화도시 사업, 프로그램 등에 활용할 수 있음
- 부평이 역사적으로 지닌 다양성과 개방성을 바탕으로 해외의 대중음악이 국내에 소개되고 보급되는 창구가 되었음. 부평문화재단은 에스컴시티를 중심으로 부평에 꽃을 피운 대중음악의 정체성을 살려 다양한 음악 관련 사업을 진행 중임. 음악동네 뮤직데이, 뮤직게더링, D랩 운영 등의 사업을 통해 사람, 장소, 프로그램 등 지역 문화 생태계의 토대가 되는 자원 개발 및 활성화를 위해 노력하고 있음. 음악 특성화 문화도시를 위해 부평이 지니고 있는 문화적 특성과 음악 자원 등을 활용

하여 문화도시로의 발전에 나아가야 함

- 부평은 지역의 청년 예술인들이 중심이 되어 비주류문화 씬(scene)을 형성해 가고 있음. 부평문화 의거리를 중심으로 전자음악 작업실, 스케이트보드 매장 등이 위치하며 예술인들이 조성한 공간을 기반으로 다양한 활동이 있음. 비주류문화(Sub-Culture) 콘텐츠를 부평구 청년층과 함께 다양한 문화 실험을 할 수 있는 창제작 지원을 통해 사회 경제적 가치를 창출, 지속 가능한 문화도시 기반을 만들 수 있도록 함

○ 공간·장소

- 부평구의 예술공간은 박물관(1개), 공연장(3개), 공방(12개), 갤러리(3개)로 이루어짐. 부평구 복합문화공간은 주로 음악을 중심으로 한 펍캠프마켓, 창고재즈펍, 베이지가 있고 원데이클래스·공연·전시 등 다양한 이벤트를 벌이는 부평구 청년 중심의 현대문화공간 샘, 스테인드글라스 공방 온리, 발로가 있음
- 부평구의 문화복지시설은 부평아트센터, 부평문화사랑방, 부개문화사랑방, 부평생활문화센터가 조성되어있으며 문화체육관광부 산하기관인 부평문화원이 부평구민의 문화적 발전을 위해 운영 중임
- 부평구립도서관은 부개도서관, 삼산도서관, 부평기적의도서관, 청천도서관, 갈산도서관, 부개어린이도서관 총 6개임. 도서관별 특성화 주제에 따른 장서 구축 및 사업을 추진하고 있음
- 부평국가산업단지 및 한국지엠(GM) 부평공장 등은 부평 경제의 심장이라 할 수 있으며 부평시민의 삶과 밀접하게 연결되어 있음. 이와 연계하여 근로자를 위한 프로그램 마련 등 문화도시 사업과의 연계하여 활용할 수 있음. 특히 인천콘텐츠기업지원센터와의 연계를 통해 문화콘텐츠 제작 기업육성 및 제작 지원 등 문화콘텐츠 생태계 조성의 노력이 필요함
- 부평역 일대의 시장, 지하상가, 문화의 거리는 부평시민의 일상생활과 밀접한 공간임. 현재까지는 젊은 인구가 밀집하여 상권을 유지하고 있지만, 유흥과 소비문화의 한계가 분명하고 중장기적으로는 쇠퇴의 가능성이 있음. 길거리 공연 등 문화관광형 시장으로 변모해가고 있는 만큼 일상 속 생활공간에서의 프로그램 및 활동을 발굴, 활용하여 문화도시 사업과 연계할 수 있음
- 부평구의 하천과 공원 등의 생태·자연자원을 활용하여 지속적인 공간 활용과 활동이 이루어질 수 있도록 문화도시 사업, 프로그램과 연계·활용할 수 있음

■ 부평 문화자원조사의 시사점

○ 다양한 시민 주체의 존재 및 잠재력 확인

- 부평구는 지난 역사를 통해 형성된 다양한 시민 주체들이 마을공동체, 협동조합, 사회적 기업, 생활문화동호회 등의 소규모 시민 활동을 벌이고 있음. 이들의 활동은 주로 생활권 단위인 마을에서 이루어지며 각각의 공동체를 잇고, 공동체별 활동을 확장할 수 있는 장치가 마련될 필요가 있음
- 인천광역시 내에서도 높은 비율을 차지하고 있는 문화예술인의 존재, 그 가운데서도 음악 분야 예술인의 높은 비율은 부평이 지닌 문화 예술적 잠재력을 보여주는 것임. 부평구에서 활동하는 문화 예술단체 또한 음악 단체가 가장 많으며 이를 통해 부평구의 음악적 정체성을 알 수 있음

○ 지역의 역사와 함께하는 문화력 존재

- 캠프마켓을 중심으로 대중음악이 자라나는 지역이었던 부평은, 현재까지도 풍부한 음악 자원을 가지고 있음. 부평이 지닌 문화적 특성과 음악 자원을 활용하여 캠프마켓 개방을 시작으로 대중음악 자료원, 대중음악창작소 등의 기반을 조성하는 지역의 움직임이 있음

- 부평은 풍부한 근대역사문화자원을 가지고 있음. 부평문화원과 부평역사박물관이 근대 역사 자료 아카이빙 및 콘텐츠화 작업을 지속적으로 이어오고 있음. 두 기관과 협력하여 새로운 역사문화관광콘텐츠를 개발하고, 이를 통해 부평의 지역성을 확장할 필요가 있음
- 지역 콘텐츠 및 하드웨어를 통해 확인된 문화적 창조력
  - 부평에는 지역을 기반으로 스케이트보드, 전자음악, 그래피티 예술 활동을 하는 청년 예술인들이 있음. 이들을 중심으로 한 다양한 비주류문화(Sub-Culture) 씬(scene)과의 접점 마련을 위한 문화도시 추진단과의 논의가 지속적으로 이어져 옴
  - 부평구 주민의 생활권 문화공간은 작은도서관, 독립서점을 중심으로 형성되어 있음. 또한 인천광역시 천 개의 문화오아시스 사업으로 지역의 다양한 공간들이 문화예술로 꾸려지고 있음. 이러한 생활권 문화공간이 활용하여 마을 단위의 문화 활동이 이루어지는 작은도서관, 지역의 소규모 문화공간이 문화도시 사업의 공간적 기반이 되고 프로그램 간의 연계 가능한 방안 마련이 필요함.
  - 기존의 문화예술프로그램은 재단 중심 행사 위주의 프로그램이 많고, 주민 참여 프로그램은 부족한 편으로 나타남. 문화도시 사업 안에서 지역에 이미 존재하는 콘텐츠와 기반시설을 활용하여 지역의 고유한 문화적 창조력을 강화해갈 수 있도록 할 것임.
- 지역 역사·생태·산업 중심지의 문화거점 활용
  - 부평국가산업단지 및 한국지엠(GM) 부평공장 등은 부평 경제의 심장이라 할 수 있으며 부평시민의 삶과 밀접하게 연결되어 있음. 이와 연계하여 근로자를 위한 프로그램 마련 등 문화도시 사업과의 연계 방안 모색이 필요함. 특히 인천콘텐츠기업지원센터와의 연계를 통해 문화콘텐츠 제작 기업육성 및 제작 지원 등 문화콘텐츠 생태계 조성의 노력이 필요함
  - 부평역 일대의 시장, 지하상가, 문화의 거리는 부평시민의 일상생활과 밀접한 공간임. 현재까지는 젊은 인구가 밀집하여 상권을 유지하고 있지만, 유흥과 소비문화의 한계가 분명하고 중장기적으로는 쇠퇴의 가능성이 있음. 이러한 한계를 극복하기 위해 길거리 공연, 참여형 문화 프로그램, 창작 주체들의 상주 등 문화관광형 시장으로 변모해가는 움직임을 확장하는 프로그램이 가능함
  - 문화도시 사업을 통해 부평을 따라 흐르는 굴포천과 많은 생태공원 및 자원을 활용하여 지속적인 공간 활용과 활동이 이루어질 수 있는 문화도시 사업, 프로그램으로 연계할 수 있을 것임
- 지역 내외의 주체들과 연대, 연계
  - 미안마 이주민을 중심으로 한 다문화 공동체 활동, 노동과 문화를 잇는 활동, 여성들의 문화·교육·자치 활동이 활발하게 있었으나 지금까지 다문화·노동·여성 주체와 활동은 비주류로 인식되어 왔음. 부평 문화도시는 이들이 지닌 생명력 있는 활동에 주목하여 문화도시 사업 추진과의 연계점을 만들 수 있음
  - 그뿐만 아니라, 생활권을 공유하는 부천, 같은 광역시에 속하는 인천 내 타 구 등 다양한 주체들과 연대와 연계할 수 있는 여건으로, 문화도시 사업이 해당 지자체의 변화에 그치는 것이 아니라 이웃 지역으로 확산함으로써 최대한의 파급효과를 기대할 수 있게 됨

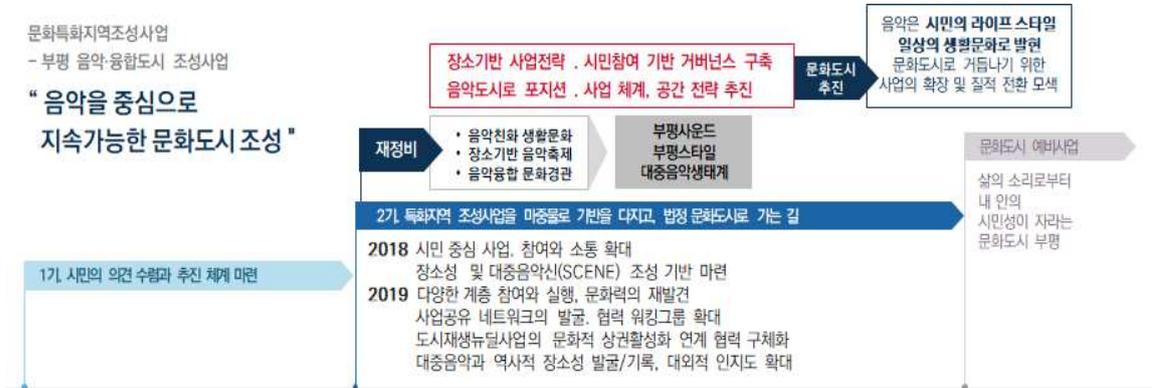
## 2) 부평 문화도시 예비사업 성과와 과제

### ■ 문화특화지역 조성사업

- 부평구는 2015년 문화체육관광부 문화특화지역 조성사업으로 선정되어 2016년부터 ‘음악을 중심으

로 지속 가능한 문화도시 조성'이라는 비전 아래 부평 음악·융합도시 조성사업을 진행하고 있음. 부평 지역 고유의 역사적 자산을 기반으로 문화도시 조성에 대한 꾸준한 노력을 추진하며 문화도시로서 대외적인 인지도를 탄탄히 만들어가고 있음

[그림 2-1] 부평특화지역 조성사업



■ 문화도시 예비사업

- 부평구는 2020년 '삶의 소리와 함께 내 안의 시민성이 자라는 문화도시 부평' 비전 아래 문화도시 예비사업을 진행하고 있음. 부평구 예비사업은 문화특화지역조성사업의 성과와 한계를 딛고 시민들이 음악을 삶의 소리로 확장하면서 생활문화와 문화예술 분야가 공진화하는 것을 목표로 삼고 있음

[표 2-1] 부평 문화도시 예비사업 개요

구분	세부 내용		
	사업 기간	2020년	사업장소
사업예산	총 925,000천원 /지방비(시비 472,500천원, 구비 452,500천원)		
비전	삶의 소리와 함께 내 안의 시민성이 자라는 문화도시 부평		
사업목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민들이 일상생활을 문화로 만들어가는 지역문화생태계 형성</li> <li>• 시민 스스로 '문화로 행복한 도시'를 제안, 실천하는 주체로 성장</li> <li>• 청년들이 지역을 떠나지 않고 지역 문화 주체로 자리 잡는 문화환경 조성</li> <li>• 대중음악, 비주류문화(Sub-Culture) 및 디지털 음악 기반의 차별화된 음악융합생태계 및 지역 문화 브랜드 구축</li> <li>• 타 지역들과 함께 상생·협력·교류를 지향하는 문화도시 협력네트워크 구축</li> </ul>		
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생활권 단위의 문화공간 네트워크 및 시민참여 체계 구축</li> <li>• 시민들의 자기 주도적 활동을 뒷받침하는 현장활동 지원체계 구축</li> <li>• 청년들의 창제작 활동 및 문화 경제 기반 지원을 위한 커먼즈프로젝트 실행</li> <li>• 에스컴시티의 장소성과 대중음악 연계 콘텐츠 개발 및 활용</li> <li>• 뉴미디어채널을 활용한 시민 소통·참여 및 코로나19 대응</li> <li>• 경인권 문화도시 상생협력네트워크 구축 및 부부(부평부천)프로젝트 추진</li> <li>• 부평 전역으로의 문화도시사업 확장과 협력네트워크 구축</li> <li>• 문화도시사업의 지속가능성 확보를 위한 기반 마련</li> </ul>		
추진체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민들이 실천 주체로 성장할 수 있는 상향식 실행구조 및 현장 거버넌스 체계 구축</li> <li>• 음악도시로서 포지셔닝과 공간(장소)전략에 따른 지역 내발적 사업 추진</li> <li>• 부평의 장소성을 기반으로 하는 시민참여의 현장거버넌스 체계 구축</li> </ul>		

[표 2-2] 부평 문화도시 예비사업 영역 및 주요사업

사업영역	주요사업	
문화도시 거버넌스	부평 공유원탁회의	
	문화도시 포럼	- 부평 문화도시 포럼 - 경인권 문화도시 상생 협력 포럼
	문화도시 추진위원회	
문화도시 추진체계	문화도시추진단 구성	
문화도시 행·재정적 준비	「문화도시 조성 및 지원 조례」 제정	
	문화도시 추진 및 지원을 위한 부평구·인천광역시 간 협약 체결	
예비사업 문화도시	문화도시 시민교육	-문화+도시+재생 시민학교 -청소년 그래피티 스쿨
	창작 공간 발굴 지원	-창작 공간 프로젝트 지원 공모사업
	문화도시 공공디자인	
	뉴미디어 채널 운영	-온라인 콘텐츠 지원 공모사업 -문화도시 온라인 채널 브랜드 구축
	음악동네·뮤직데이	-생활문화예술 신규 동아리 유희공간 정착 지원사업 -슬기로운 여가생활 -우리동네 골포천-둘레길 요가 -뮤직라이브러리, 뮤직데이음악이 있는 도서관
	시민기획단 부평뮤즈	-시민 도시 탐사 기반 아이디어 제안 공모사업 -청소년 도시탐구 프로젝트
	에스컴시티프로젝트	-다큐멘터리 제작+구술·채록 아카이브 활용 -청소년 체험 교육 프로그램 개발
	디지털뮤직랩	-비주류문화(Sub-Culture) 활성화 프로젝트 -청소년 창의 체험 프로그램 운영 -디지털뮤직랩 대관 운영
뮤직게더링	-음악 도시 포럼 구성 운영 -인천·부평 뮤지션 협력 음반 제작 -시민참여, 공유 프로그램 운영	
통합홍보	인천·부평 10인 스토리북 발간	
	문화도시 부평 브랜드 구축 및 주요사업 홍보	
연계사업	부평구 문화도시 종합발전 계획 수립 연구	
	문화영향평가	
	타 문화도시 상생 협력 프로젝트	-문화도시 부평부천 공동기획·제작 프로젝트 추진 -문화도시 연대 협력 네트워크 워크숍 -문화1호선 프로젝트 추진

■ 예비사업 성과와 과제

○ 시민이 주도하는 문화로의 전환

- 오랜 기간 부평의 시민들은 문화를 창조하는 생산의 주체이기보다는 문화 현상과 활동의 대상, 혹

은 소비자, 나아가 수혜자의 위치에 머물러 있었음. 이러한 현상을 극복하고 시민이 주도하는 문화, 시민이 생산하는 문화가 형성될 수 있도록 시민의 참여를 확대하고 더 나아가 시민이 문화를 형성하고 창조적인 연대를 형성하도록 하였음. 이는 시민이 만들어가는 문화도시라는 문화도시 정책의 핵심적인 정신에 부응하는 것으로 부평구 문화도시 예비사업의 핵심적인 부분을 구성하고 있음

- 주지하는 바와 같이 시민의 참여를 넘어서 시민주도에 의한 도시 형성은 긴 기간의 노력이 요구되는 것임. 따라서 예비사업을 통해 완전한 시민주도의 문화도시를 구현하였다고 보기에는 한계가 존재함. 부평구는 이렇게 예비사업에서의 한계를 인식하고 시민들이 문화적인 주체로서 성장함과 동시에 각 개인이 문화적인 실천력을 갖춘 주체가 되기 위한 다양한 참여의 플랫폼과 개인의 성장을 끌어낼 수 있는 교육 과정을 보완할 필요성이 있다는 평가를 내림. 이를 바탕으로 향후 본사업에서 구현할 핵심 가치 및 전략으로 ‘시민성: 시민의 문화적 성장과 실천’을 도출하고, 이를 추진하고자 함

○ 지역의 내발적 문화력 강화

- 부평구는 서울과 인천의 중간에서 거대한 문화적 구심점의 사이에 위치함으로써 부평구에 내재한 독자적인 문화력을 지니지 못했던 것이 사실임. 따라서 부평구 문화도시 예비사업은 ‘모든 지역은 특별하다’라는 문화도시 정책의 핵심 정신에 따라 지역이 지닌 고유한 내발적 문화력이 강화할 수 있는 사업으로 구성하였음. 특히 ‘자율적이고, 자발적인’ 상향식 경영체계를 구축함으로써 문화도시의 지속 가능한 실현을 가능하게 하였음
- 지역의 내발적 문화력을 강화하는 데에는 문화도시 경영을 위한 체계의 구축과 실질적인 도시 내 문화력의 향상을 위한 문화 역량 강화의 두 가지 노력이 요구됨. 문화도시 경영체계의 경우 시민의 참여와 민관 거버넌스의 성숙에 상당 기간의 노력이 필요한 사업으로 이후 지속해서 성장할 수 있는 토대를 마련할 필요가 있음. 또한, 문화력이 지역의 내적 역량으로 자리 잡기 위해서는 지역을 구성하는 여러 주체가 함께 영향을 주고받으며 순환하는 구조가 지속 가능한 생태계로 성장하여야 할 것임. 이를 위해 ‘내발성: 지속 가능한 (도시경영 조직화)와 문화생태계 구축’을 핵심 가치 및 전략으로 설정하여 추진하고자 함

○ 부평 고유의 지역적 장소성 발견

- 부평의 고유한 장소적 가치를 발굴하고, 이를 통해 도시의 문화적 정체성을 형성하고자 하였음. 장소는 문화도시의 모든 사업들이 이루어지는 공간적 배경이며, 그 공간에 존재하는 사람과 그 사람들의 활동에 영향을 미치는 중요한 환경임. 따라서 지역의 장소성을 인식하고, 이를 적극적으로 활용하는 것은 문화도시 사업에 있어서 매우 중요한 과제라고 할 수 있음
- 부평구를 타 지역과 가장 명확하게 구별 짓는 특성은 지난 역사에서 부평구의 형성에 가장 지대한 영향을 미쳤던 애스컴시티의 존재라고 할 수 있음. 부평구는 애스컴시티를 빼고 그 성장을 논할 수 없으며, 특히 대중문화, 음악문화의 형태로 부평구를 특징짓는 중요한 요소라고 할 수 있음. 현재 캠프 마켓의 반환과 이후 활용 계획을 통해 부평구의 문화 정체성의 역사에 대한 재조명이 이루어지고 있는 가운데, 단순히 기록하고, 전달하는 애스컴시티가 아니라 미래 지향적인 사업으로 연계할 필요가 있음. 이를 본 사업에서는 ‘장소성: 장소 가치 발굴을 통한 미래가치 창출’이라는 핵심가치와 전략으로 구체화하고자 함

○ 지역 문화의 창조적 재생산

- 애스컴시티로부터 비롯된 부평의 음악적 정체성과 역량을 지역의 창조력으로 연결하기 위해 음악 뿐만 아니라 다른 문화예술 영역의 창조 역량을 제고하기 위한 예비사업을 추진하였음
- 음악 분야를 특성화 사업으로 설정한 부평구 문화도시는 지역의 문화적 정체성을 음악으로부터 출발하기는 하지만, 음악만이 아니라 모든 예술 및 문화의 전 영역에서 지역의 창조성을 발현하고 높이는 데에 목표를 두고 있음. 예비사업을 통해 다소 음악분야에 치중되어있던 창조적 문화생산의 역량을 다양한 분야로 확산하였고, 인천시의 음악 도시 정책과 연계사업 추진을 통해 부평을 넘어 경인권으로 확대하는 문화도시의 도시 문화화를 구현하기 위해 '창조성: 창조적 문화생산구조 강화'를 핵심가치와 전략으로 추진하고자 함
- 지역 주체 간의 상호 연대
  - 문화도시 사업은 우리 지역의 발전만이 아니라 문화도시를 통한 타지역으로의 영향력의 확산과 상호 시너지를 위해 도시 안과 밖의 다양한 주체들과 연계하고 연대할 필요가 있음. 도시 안의 다양한 사업과 연계하고, 동시에 문화도시 간의 협력을 통해 상생하는 과정을 통해 도시의 다양한 문화자원이 연결되고 소통, 확장하는 노력을 기울인 바 있음
  - 현재 다양한 협약을 통해 구축된 도시 안팎의 연대를 보다 실질적이고 내용적인 연대로 강화해가기 위한 공동의 프로젝트를 추진하고 그 성과를 나눌 필요가 있음. 부평구 문화도시 본 사업에서는 '연대성: 연대를 통한 상생 협력체계 강화'를 핵심가치와 전략으로 하여 시민과 단체, 지자체 등 다양한 주체들 사이의 연대를 이루고자 함
- 지속 가능한 문화도시 구축
  - 문화도시의 지속가능성을 확보하기 위해서는 이를 뒷받침할 수 있는 제도가 완비되어야 하며, 장기적 발전 방향을 제시할 수 있는 R&D 사업을 병행할 필요가 있음

## 다. 문화도시 사업계획

### 1) 부평 문화도시 비전체계

#### ■ 부평 문화도시 비전 도출 방향 및 핵심가치

- 성숙하고 주체적인 시민들의 사회적 참여로 변화하는 도시 '시민성'
  - 부평은 도시 가치의 지속가능성을 위해서 행정 주도에서 시민자치를 확보하고, 시민들의 자기 주도 활동을 기반으로 문화도시의 시민성을 형성할 필요가 있음. 이에 부평 문화도시는 부평시민들을 성숙하고 자발적인 시민으로 성장시키고 시민의 사회적 참여를 통해 도시 변화로 끌어낼 수 있는 기반을 마련하고자 함
- 지역의 내발적인 문화력으로 성장하는 도시 '내발성'
  - 부평이 외생적으로 성장하고 쇠퇴하는 도시문화의 한계를 극복하고, 도시의 내발적 문화력으로 지역 문화생태계가 성장할 수 있는 기반을 마련할 필요가 있음. 이에 주체들의 활동이 부평 내부로 수렴되고, 시민들의 손으로 부평의 도시 정체성을 새롭게 규정해야 함. 따라서 부평은 지역 외생에서 지역 내발적 문화력으로 전환되는 도시로 변모하고자 함
- 부평의 문화적 장소성을 중심으로 문화적 가치가 도시 전반으로 확장되는 도시 '장소성'
  - 부평은 서울 등의 배후도시에 대한 문화 의존성을 탈피하고, 부평 고유의 지역성을 강화하기 위해서는 부평의 문화적 구심력을 형성할 수 있는 장소성을 회복할 필요가 있음. 이에 부평은 장소를

중심으로 지역 문화의 정체성과 문화생태계를 형성하여 도시 전체로 확장할 수 있는 기반을 마련하고, 부평과 그 배후지역을 아우르는 지역 문화의 판을 형성하고자 함

○ 문화 소비 중심이 아닌 창조적 문화생산이 활발히 이루어지는 도시 ‘창조성’

- 부평은 산업, 인구, 경제 등 도시기반이 쇠퇴하고 있는 상황 속에서 새로운 도시기반을 마련해야 함. 또한, 부평은 문화 소비 중심의 도시에서 창조적 문화생산이 가능한 도시로 전환해야 하며, 이를 위해서 시민 문화력이 문화산업 동력으로 확산할 수 있는 지역 내 문화생산체계를 구축할 필요가 있음. 도시 내 창조적 문화생산이 가능한 기반 구축은 지역발전을 위한 새로운 패러다임으로 정착시키고자 함

○ 시민들의 다양한 연대를 통해 지역의 가치가 형성되는 도시 ‘연대성’

- 문화도시의 가치가 도시 전반으로 확장되고 구현되기 위해서는 부평의 다양한 주체들이 호명되고 연대 되어야 함. 따라서 부평에 파편적으로 존재하는 주체, 공간 등을 연결함으로써 지역 문화생태계가 강화되고 확장되는 기반을 구축해야 함. 이를 위해서는 사람과 사람, 사람과 공간, 공간과 도시, 도시와 도시 등 다양한 연대는 가치가 도시 전반으로 확장되는 것에 동력이 됨. 부평은 다양한 시민들의 연대를 통해 지역의 가치를 지속해서 만들어가는 도시가 되고자 함

■ 부평 문화도시 비전 설정

○ 부평 문화도시 비전(안)의 변화: 삶의 소리로부터 확산하는 문화도시의 가치

- 2019년 부평구는 문화도시 조성계획을 통해 “삶의 소리와 함께 내 안의 시민성이 자라는 문화도시 부평”을 문화도시 비전으로 제시한 바 있음. 이는 문화특화지역 사업을 통해 음악 융합도시를 지향해 온 부평구의 성과를 계승하며, 이를 통해 부평구민이 각자 자기 안의 시민성을 확인하고, 실현하는 부평구를 지향하고자 하는 의지를 표현한 것임. 이에 지난 2020년 1년여의 예비도시기간 부평구는 해당 비전을 바탕으로 예비사업을 추진했으며, 음악 분야를 특성화 지정 분야로 하여 핵심적으로 발전시켜 왔음
- 그리고, 부평의 역사, 문화, 사회, 경제적 여건에 대한 거시적 검토와 문화자원에 대한 분석 및 예비사업 추진의 성과를 바탕으로 부평구가 음악 분야에 특화되어 있으며, 음악을 문화도시의 출발점으로 삼고 있으나, 문화도시 부평은 시민들 삶의 전반에 스며들며, 부평구가 지닌 복합적인 장소성, 역사성 등과 결합하여 시민성으로 확장되는 것이라는 결론을 도출하게 됨.
- 따라서 부평구가 제시하는 삶의 소리는 단순히 물리적인 소리, 혹은 음악이 아니라 부평구민의 삶 자체에 퍼져나가는 파동과 같은 것으로 결국 삶의 소리를 출발점으로 하여 문화도시가 퍼짐을 드러내고자 함. 그러한 의도를 담아 새로운 부평 문화도시 비전은 부평의 과거-현재-미래를 연결하는 핵심키워드를 중심으로 하여 ‘삶의 소리로부터 내 안의 시민성이 자라는 문화도시 부평’으로 새롭게 제시함

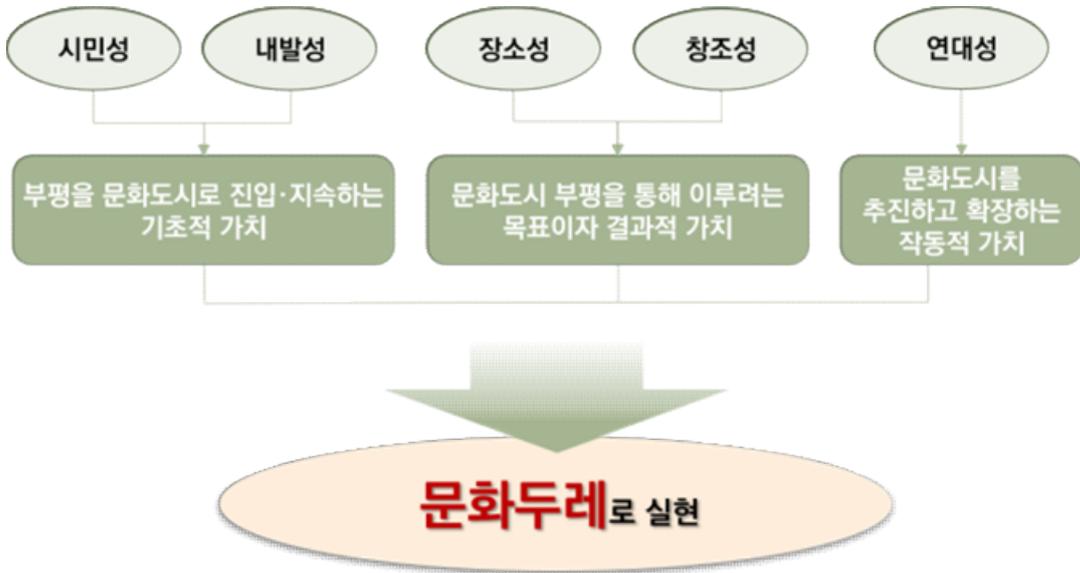
[그림 2-2] 부평 문화도시 비전

# 삶의 소리로부터 내 안의 시민성이 자라는 문화도시 부평

■ 부평 문화도시 비전 실현을 위한 미션 도출

- 부평이 문화도시 비전인 “삶의 소리로부터 내 안의 시민성이 자라는 문화도시 부평”을 실현하기 위해서는, ‘내발성’과 ‘시민성’의 가치에 전제하여 ‘연대성’의 작동원리를 통해 ‘장소성’과 ‘창조성’을 실현하고, 이를 도시의 가치로 확장하여야 함
- 즉, ‘내발성’과 ‘시민성’은 부평을 문화도시로 진입·지속하게 하는 기초적인 가치로서 의미가 있음. ‘장소성’과 ‘창조성’은 문화도시 부평을 통해 이루려는 목표이자 결과적 가치로서 설정하였으며, ‘연대성’은 부평이 문화도시를 추진하고 확장할 수 있는 자동적 가치로서 설정하였음. 부평 문화도시 가치들이 실질적으로 발현되는 실천체계를 ‘문화 두레’로 명명함

[그림 2-3] 핵심가치를 통한 미션 도출



■ 부평 문화도시 비전체계도

[그림 2-4] 부평 문화도시 비전체계도



■ 부평 문화도시 세부사업 구상

[표 2-4] 부평 문화도시 세부사업 구상

본사업		세부사업구상	연계가능사업
시민의 문화적 성장과 실천	1-1. 문화도시 통합플랫폼 구축	① 문화도시 통합플랫폼 <부평E모드니> 구축 활성화 • 부평문화도시센터의 사업 안내 • 지역문화자원, 지역현안 등 자율적 업데이트 시스템 마련 • 문화도시 시민 아이디어 온라인 플랫폼 구축 및 운영: 문화도시와 관련된 모든 아이디어 제안 • 시민 문화제안 공모전 개최: 정례적 시민 아이디어 공모 지원 • 시민문화제안의 사업화: 발굴된 의제를 문화두레 공유원탁을 통해 선정 및 사업화 추진	문화두레 시민회, 부평 문화탐정단
	1-2. 시티 랩(City LAB)	① 도시탐사 기반의 시민 도시탐구활동가 운영 • 시민기획단 부평뮤즈, 청소년 수련관 기자단 에디트 연계 및 일반시민 대상 모집 통한 도시탐	부평 문화탐정단, 문화두레 시민

본사업	세부사업구성	연계가능사업
	구활동가 구성 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 주제별/그룹별 도시 탐사 진행</li> <li>• 도시 탐구 일지 발표(아이디어 제안)</li> <li>• 주기적으로 문화도시 현안에 대해 시민들이 직접 참여하여 실험적인 아이디어와 해결 방안을 직접 적용하여 실행</li> </ul>	학교, 부평 문화 매개자 교육
1-3. 문화두레 시민학교	① 사례 워크숍 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 각 강사진이 지역에서 활동한 현장의 경험과 지역에서 만난 다양한 사람들, 자원들에 관한 사례를 깊이 있게 나누고 이어 현장에서 작동된 방법을 참여자들과 함께하는 워크숍으로 진행</li> </ul> ② 실행 워크숍 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 사례 워크숍에 이어, 부평의 다양한 문화자원에 대한 개별 주제를 공유하거나 알고 있는 자원을 시각화하는 실행 워크숍 진행</li> </ul> ③ 현장 워크숍 <ul style="list-style-type: none"> <li>• '부평 문화도시' 사업과의 연계 및 활용 방안 도출</li> </ul>	
1-4. 부평 문화매개자 교육	① 문화매개자 전문과정 개발 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화매개 진입, 연속 등에 따라 기본부터 심화까지 과정을 중시한 커리큘럼 개발</li> </ul> ② 현장 중심 문화매개자 <다벗문화기획학교> 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 현장 중심의 참여 프로그램 구성 및 양방향 소통 중심의 멘토링 방식</li> </ul> ③ 문화 전문가 네트워크 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 부평 문화매개자들의 협력 네트워크 구축을 위한 플랫폼 운영</li> </ul>	문화두레 시민회, 문화두레 협의체  인천 자치구 문화도시 상생협의체
1-5. 부평 문화탐정단	① 문화탐정 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 전문 활동가를 선발하여 탐정단으로 구성, 자원조사 활동 모니터링과 워크숍, 결과 공유 진행</li> </ul> ② 문화수집상 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 누구나 접근 가능한 온라인 플랫폼을 구축하여 시민의 관점에서 재해석되는 부평 지역문화자원 발굴, 아카이빙</li> </ul>	
1-6. 음악 도시 아카데미	① 시민 음악 교육 프로그램 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 장르 불문의 계층별 음악교육 프로그램 운영</li> <li>• 실연 및 실습 교육에서 나아가 시민이 직접 다양한 음악 콘텐츠를 기획/제작해보는 경험 제공</li> </ul> ② 음악 콘텐츠 제작 지원과 지역사회 환원 활동 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 교육과정을 통해 제작된 음악 콘텐츠를 지역사회의 문화소외계층과 장소를 찾아가 나누고 환원하는 활동으로 시민과 공유하는 음악 도시 조성</li> </ul> ③ 시민창작스튜디오 조성·운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 내 인천시 음악창작소와 지역의 음악 공간 연계 사업으로 시민의 음악 활동 확장을 위한 창작 활동 지원</li> </ul>	문화도시 통합 플랫폼 구축
1-7. 청소년 교육 및 활동 지원	① 청소년 음악제 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악, 춤, 영상, 디자인 등 음악 중심으로 다양한 장르가 융합하는 청소년들의 기획·제작 축제 지원</li> </ul> ② 청소년 음악 교육 및 진로체험 지원	

본사업		세부사업구성	연계가능사업	
지속 가능한 문화생태계 구축		<ul style="list-style-type: none"> <li>지역의 청소년들의 음악 분야 진로 체험을 위한 현장 음악 교육 활성화 및 확대</li> </ul>		
		③ 동아리활동 및 창제작 지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>청소년들이 자발적으로 참여하여 자신들의 취미와 소질을 개발하는 프로그램 운영</li> </ul>		
	2-1. 부평 문화도시 거버넌스	① 문화도시 시민 공간 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>공유카페, 다목적 시설, 회의실</li> <li>문화도시 센터 사무공간</li> <li>문화두레 시민회의 활동 거점으로 운용</li> </ul>	문화두레 시민회 문화두레시민학교 문화도시센터	
		② 문화두레 시민회 구성 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>문화도시 사업 추진 및 거버넌스 구축을 위한 열린 논의 테이블 운영, 전문가의 심의를 거쳐 채택된 아이디어를 중심으로 정책사업화 실행</li> <li>운영위원회 구성 및 운영: 문화두레 시민회 운영 및 의사결정</li> </ul>	문화도시 통합 플랫폼, 시티 랩 (City LAB)	
		③ 문화두레 협의체 <ul style="list-style-type: none"> <li>문화도시 비전 실현 그룹의 발굴: 부평구 문화도시의 상을 함께 그리고 만들어 나갈 비전 실현 그룹을 발굴하고 이들과 함께 지속해서 문화도시 비전에 대한 논의를 진행</li> <li>워킹/액션그룹 활성화 지원: 문화매개자, 기획자, 활동가 등의 지역 핵심 리더그룹이 문화도시 현장 사업을 중심으로 논의 협력실행할 수 있도록 다양한 프로그램 지원</li> </ul>	문화 매개자 교육, 시티 랩(City LAB), 문화두레 시민학교	
		④ 문화두레 사랑방 조성 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>마을 내 유휴공간을 활용하여 다양한 문화두레가 활동할 수 있는 장소 제공</li> </ul>	지역 문화생태계 활성화	
		⑤ 부평문화두레 지원 <ul style="list-style-type: none"> <li>마을공동체만들기지원센터와 연계하여, 주민들을 위한 부평 문화마을활동가 교육: 문화사업 컨설팅 등 문화콘텐츠 보급 사업 추진</li> <li>부평문화두레 지원단 운영: 현재 운영 중인 마을공동체 활동에 문화컨설팅 지원 및 부평문화두레 사업 제안, 문화도시 사업에 직접 참여와 실행할 수 있는 과정을 포함하여 향후 매개자로 성장할 수 있도록 지원</li> </ul>	부평 문화탐정단	
		2-2. 문화도시센터 운영	① 문화도시센터 운영 <ul style="list-style-type: none"> <li>문화도시 핵심가치 실현을 위한 지원조직으로서의 전문적·효율적인 사업관리 및 지원</li> <li>정책과 현장 사이에 발생하는 수요에 적절하게 대응할 수 있는 정책수단 개발·지원</li> <li>사업에 참여하는 다양한 이해관계자 간 관계 형성 및 이를 위한 전문매개인력 양성</li> <li>지역문화활동 및 문화주체 간 네트워크 형성 지원</li> </ul>	문화도시 공유 체계 구축, 문화도시 거버넌스, 부평 문화매개인력 양성
			② 문화도시 R&D <ul style="list-style-type: none"> <li>문화도시 수요조사, 실태조사</li> <li>문화도시 추진 사업 모니터링/컨설팅</li> <li>문화도시 성과지표(문화다양성 등) 개발</li> <li>문화도시 애뉴얼 리포트 발간</li> <li>문화도시기금 조성 및 운영 등</li> </ul>	인천 자치구 문화도시 상생협의체
			③ 문화도시 시민 문화 플랫폼 관리·운영	문화도시 시민

본사업	세부사업구성	연계가능사업
<p>2-3. 문화도시 공유 체계 구축</p> <p>2-4. 지역 문화생태계 활성화</p> <p>2-5. 즐겁고 신명나는 음악동네 만들기</p> <p>2-6. 뮤직라이브리 조성 및 지원</p>	<p>① 문화도시 포럼 기획 및 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 형태의 토론을 통한 지속 가능한 부평 문화도시 담론 형성 및 공유</li> </ul>	문화 플랫폼
	<p>② 부평문화담론 아카이빙·발간물 발행</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 축적된 자료를 바탕으로 온·오프라인 정기 발간물 발행</li> </ul>	인천 자치구 문화도시 상생협의회, 경인권 문화도시 상생협력 네트워크
	<p>① 생활권 문화공간의 기획 프로젝트 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화공간을 중심으로 문화 프로젝트 운영 지원 및 참여자 네트워크 지원</li> </ul>	인천광역시 2030 미래이음, 문화두레 사랑방 조성
	<p>② 유희공간 발굴 및 매개</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역의 유희공간 발굴 및 활용을 위한 행정적 지원</li> </ul>	
	<p>③ 예술인 창작 프로젝트 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 발굴된 유희공간을 활용한 창작 프로젝트 공모 및 지원</li> </ul>	
	<p>① 문화두레음악사랑방 조성 및 프로그램 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 동네 단위의 다양한 음악 활동과 프로그램을 운영하는 음악 공간 구축</li> </ul>	지역 문화생태계 활성화
<p>② 두레·풍물 연계 음악동네살이</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 동단위 풍물활동 지원 프로그램 운영</li> </ul>		
<p>① 음악이 있는 도서관</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민의 일상과 음악, 책을 통해 문화적 삶을 이어주는 음악도서 프로그램 운영</li> </ul>	2030 인천광역시 도시기본계획, 인천광역시 음악 도시 마스터플랜	
		<p>② 공간별 음악활동 네트워크 구성 및 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 장소 기반 음악 활동 네트워크 구성 및 지역무지선과 연계 활동 프로그램 운영</li> </ul>
<p>장소 가치 발굴을 통한 미래가치 창출</p>	<p>3-1. 역사문화자원 발굴 및 아카이브</p> <p>① 부평역사문화 투어 코스 개발 및 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓, 굴포천 등 부평의 근대역사공간을 연계한 시티투어 코스 개발</li> <li>• 스토리텔링 코스 개발 및 운영으로 흥미로운 역사문화투어콘텐츠 개발 및 운영</li> </ul> <p>② 부평 역사문화자원 아카이빙</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 부평의 역사를 주요 역사적, 결정적 국면으로 분석한 역사문화지도 제작</li> <li>• 온·오프라인 발간물 발행</li> </ul>	한국대중음악 자료원 설립 유치
	<p>3-2. 굴포천 예술천 조성</p> <p>① 부평구도시재생 네트워크 협력 체계 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 도시재생지원센터 및 관련 네트워크의 주기적인 논의구조 마련과 연계를 통해 협력체계 구축</li> <li>• 지속적이고 자발적으로 다양한 프로그램 운영을 위한 네트워크 지원</li> </ul> <p>② 거리예술ZONE 지정, 예술축제 개최</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 예술인들이 거리예술 공연을 펼칠 수 있는 공간 마련</li> <li>• 축제 개최를 통한 거리예술문화 확산</li> </ul>	부평구 도시재생사업(도시재생뉴딜사업)
	<p>3-3. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용</p> <p>① 애스컴시티 및 캠프마켓 시대 음악 아카이브 및 활용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 당시의 역사를 재조명하는 음악적 역사의 가치 발굴을 위한 기록화 작업 및 활용</li> </ul> <p>② 1950~70년대 초 애스컴 시절의 음악 리메이크</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 부평의 역사와 당시 음악을 도시의 브랜드로 대내외에 알릴 수 있는 음반 제작 판매</li> <li>• 음반 관련 MD 제작으로 도시브랜드 홍보 및</li> </ul>	2030 인천광역시 도시기본계획, 인천광역시 음악 도시 마스터플랜, 부평 미군부대 지구단위

본사업		세부사업구성	연계가능사업
		<p>수익 창출</p> <p>③ 캠프마켓 뮤직라이브러리 조성·운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 내 유희공간을 에코뮤지움 형태로 활용하여 아카이브 자료 전시 공간 조성</li> <li>• 지역예술인과 음악스토리와 역사를 연계한 전시 콘텐츠 개발</li> <li>• 캠프마켓 일대와 내부를 연결한 음악역사 투어 코스 개발</li> <li>• 한국대중음악자료원(유치 추진 중) 운영과 프로그램 연계</li> </ul>	<p>계획, 한국대중음악 자료원 설 립 유지</p>
	3-4. 음악 도시 브랜드 창출을 위한 축제	<p>① 컨퍼런스형 무경계 음악 축제 개최</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역의 작고 다양한 공간, 장소를 활용한 '도시가 무대'라는 컨셉으로 다양한 형태의 음악 콘텐츠가 펼쳐지는 프로그램 구성</li> </ul> <p>② 축제 네트워크 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 준비과정의 프로그램화와 네트워크 방식의 축제 운영으로 축제의 지역 내발성과 지속가능성을 확보하기 위한 기반 마련</li> <li>• 부평·인천에 대중음악 네트워크 형성을 위한 대내외 음악인 유입 및 협력</li> </ul> <p>③ 대중음악부터 풍물까지 소통하는 국제페스티벌 프로그램 구성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 라이브공연, 디지털음악 콘텐츠, 창작풍물쇼 등 부평 및 국내외 음악 네트워킹의 컨퍼런스 및 워크숍 운영</li> </ul>	<p>인천광역시 음악 도시 마스터플랜, 부평물대축제</p>
창조적 문화 생산구조 강 화	4-1. 시민크리에이터 활동 지원	<p>① 온라인 콘텐츠 제작 지원사업 공모</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화예술인 또는 시민을 대상으로 지역의 문화 예술과 관련된 주제의 영상 콘텐츠 아이디어 공고, 심사, 선정</li> <li>• D-Lab의 공간을 활용하여 영상촬영 및 편집 제작, 음원 녹음 진행</li> </ul> <p>② 크리에이터 파트너스 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 선정된 크리에이터 대상 주기적인 콘텐츠 및 추세 결과 공유</li> </ul>	<p>문화도시 시민 문화 플랫폼</p>
	4-2. 부평 예술과 도시 LAB	<p>① 예술로 도시문제 발굴 및 창제작 활동지원</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역의 문제 발굴을 위한 공감 형성, 아이디어 도출 라운드테이블 운영</li> <li>• 전시 및 공연 등 발표회를 통한 시민공유</li> </ul> <p>② 워크숍 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 예술적인 방법으로 문제 해결을 위한 워크숍 진행</li> </ul> <p>③ 추진협의체 네트워크 및 프로세스 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 예술인 네트워킹 및 사업 추진을 위한 프로세스 구축</li> </ul>	<p>문화두레 시민 회</p>
	4-3. 지역뮤지션 및 기획자 지원	<p>① 신인뮤지션 발굴 및 기존 뮤지션 활동, 콘텐츠 제작 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음원 및 음반 제작 및 홍보마케팅, 기획공연 제작, 공간 이용 등 음악 활동 지원. 문화도시 특성화분야 사업 음악교육 등 강사 참여 기회 제공</li> <li>• 음악관련 분야 전문가 및 기업, 기관 네트워크 지원</li> </ul> <p>② 창제작 과정 전문 교육</p>	<p>부평 미군부대 지구단위계획 (한국대중음악 창작소)</p>

본사업		세부사업구성	연계가능사업	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 작곡, 편곡, 레코딩, 제작, 엔지니어링, 공연기획, 홍보 등 음악 관련 창제작 과정의 전문 교육 실시</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>③ 디지털음악 전문 교육</li> <li>• 디지털음악 장비 및 프로그램, 음향 전문 교육 과정 실시</li> <li>• 음악 및 공연 등 음악콘텐츠 관련 분야 디자인, 영상 등 전문 교육 과정 실시</li> </ul>		
	4-4. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 디지털뮤직랩 창제작·교육 프로그램 운영</li> <li>• 전자음악 및 사운드아트 등 디지털기반 창작 교육 프로그램 및 멘토링, 커뮤니티 활동 지원</li> <li>• 지역 뮤지션과 기획자의 역량을 강화하기 위한 멘토링 및 교육프로그램, 커뮤니티 활동 지원</li> <li>② 언더시티 커먼즈몰 (Under City-Commons mall) 실험 운영 및 조성</li> <li>• 실험가게의 성과를 토대로 지하상가 빈가게를 활용하여 혁신 시장 운영</li> <li>• 창업 공간 지원, 창업준비·계획 단계의 사업화 지원 및 창업 실행 단계의 제품화 지원</li> <li>③ 캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트</li> <li>- 캠프마켓 담길 및 시설, 유휴공간을 활용한 스트리트컬처 갤러리 조성 및 프로그램 운영</li> </ul>	2030 인천광역시 도시기본계획, 인천광역시 음악 도시 마스터플랜, 부평 미군부대 지구단위계획, 한국대중음악 자료원 설립 유치	
연대를 통한 상생협력체계 강화	5-1. 부평 내 영역별 기관 연대	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 부평 내 영역별 공공기관 간 문화도시 네트워크 구성</li> <li>• 부평 문화도시 사업 추진에 대한 협력구조 마련</li> <li>• 네트워크 포럼 등 상시 의견소통 창구 운영</li> <li>② 영역별 의제발굴 및 협력 프로젝트</li> <li>• 부평의 각 영역에 찾아가는 의제 및 이슈 발굴</li> <li>• 도출된 이슈해결을 위한 협력 및 연대 프로젝트 실행</li> </ul>	문화두레 시민회, 문화도시 공유체계 구축	
	5-2. 부평 내 문화다양성 주체 연대	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 부평의 문화다양성 소모임 및 프로젝트 지원</li> <li>• 문화다양성 관련 주제별 커뮤니티 및 관심 소모임 지원</li> <li>• 소모임에서 발굴되는 캠페인 및 프로젝트 운영 지원</li> <li>② 문화다양성 모임 네트워크 운영</li> <li>• 문화다양성 소모임 네트워크 운영을 통해 문화다양성 가치 확산</li> </ul>	문화두레 시민회	
	5-3. 문화도시 협력 네트워크		<ul style="list-style-type: none"> <li>① 인천 자치구 간 문화도시 상생협력체 구성 및 미래포럼 운영</li> <li>• 문화도시 추진을 위한 교류 및 협력체계 마련</li> <li>• 인천 자치구별 문화도시 담론 교류 및 공유</li> <li>• 인천 문화도시의 미래상에 대한 담론 형성</li> <li>② 부천 공동 기획·제작 프로젝트</li> <li>• 각 지역의 문화예술인 네트워크를 통해 콘텐츠 구성</li> <li>• 온라인 콘텐츠 기획제작을 통해 각 지역의 문화 자원 소개</li> <li>③ 문화1호선 프로젝트</li> <li>• 경인선(1호선) 부설로 도시가 확장되고 발전해 온 역사적 가치를 미래적 가치로 이어가기 위해 도시 교류 사업 추진</li> <li>• 도시 간 인력, 공간, 자원 활용 등 협력</li> </ul>	문화도시 포럼

■ 부평 문화도시 추진 로드맵

■ △ 예비(시범), ● 실행, ■ 예산확대

[표 2-5] 부평 문화도시 추진 로드맵

추진과제	주요사업	비고	20	21	22	23	24	25
시민의 문화적 성장과 실천	1-1. 문화도시 통합플랫폼 구축	협력	△	●	■	●	●	●
	1-2. 시티 랩(City LAB)	협력	△	●	■	●	●	●
	1-3. 문화두레 시민학교	협력	△	●	■	●	●	●
	1-4. 부평 문화매개자 교육	협력		△	■	●	●	●
	1-5. 부평문화탐정단	협력	△	●	■	●	●	●
	1-6. 음악 도시 아카데미	특성화		△	●	■	●	●
	1-7. 청소년 교육 및 활동 지원	특성화	△	△	●	■	●	●
지속 가능한 문화생태계 구축	2-1. 부평 문화도시 거버넌스	협력	△	△	●	■	●	●
	2-2. 문화도시센터 운영	협력		●	■	●	●	●
	2-3. 문화도시 공유 체계 구축	협력		△	●	●	●	●
	2-4. 지역 문화생태계 활성화 지원	협력		△	●	■	●	●
	2-5. 즐겁고 신명나는 음악동네 만들기	특성화		△	●	■	●	●
	2-6. 뮤직라이브러리 조성 및 지원	특성화	△	●	■	●	●	●
장소 가치 발굴을 통한 미래가치 창출	3-1. 역사문화자원 발굴 및 아카이브	협력		△	●	■	●	●
	3-2. 굴포천 예술천 조성	연계		●	●	■	●	●
	3-3. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용	특성화	△	●	●	■	●	●
	3-4. 음악도시 브랜드 창출을 위한 축제	특성화		△	●	■	●	●
창조적 문화생산구조 강화	4-1. 시민크리에이터 활동 지원	협력	△	●	●	●	●	●
	4-2. 부평 예술과 도시 LAB	협력		△	●	■	●	●
	4-3. 지역 뮤지션 및 기획자 지원	특성화		△	●	■	●	●
	4-4. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산	특성화	△	●	■	●	●	●
연대를 통한 상생협력체계 강화	5-1. 부평 내 영역별 기관 연대	연계	△	●	■	●	●	●
	5-2. 부평 내 문화다양성 주체 연대	연계		△	●	■	●	●
	5-3. 경인권 문화도시 상생 협력 네트워크	연계	△	●	■	●	●	●

■ 문화도시 연차별 로드맵 구성

- 부평 문화도시가 지역문화진흥법에 의한 문화도시 지정되고 지원체계에 따라 문화도시로서 5년간 본 사업을 추진하게 됨

- 2021년부터 2025년까지 5년간 연차별 문화도시 본 사업 추진을 통해 부평 문화도시는 부평시민 중심의 문화 활성화와 부평 문화자원을 토대로 문화도시로서의 문화생태계 기반을 구축함. 또한, 도시의 문화적 장소 기반을 형성하여 창조적 문화산업의 토대를 마련함으로써 부평은 지역의 내발적 에너지와 문화력을 통해 지속해서 발전하는 문화도시로 실현해감

[표 2-6] 문화도시 지정·지원사업 추진로드맵(2021~2025)

구분		연차별 주요 추진내용
1년 차	시민 중심의 문화 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화도시 시민회 본격화 및 시민 중심 문화 활성화</li> <li>- 문화도시 포럼 정기적 운영</li> <li>- 부평 다양한 도시 LAB 운영 및 문화리더 발굴/양성</li> <li>- 문화도시 핵심/특성화 사업의 본격 추진 및 연속사업 실행</li> <li>- 문화도시 아카이빙 및 유희공간 발굴·활용 기반 구축</li> <li>- 문화도시 사업 모니터링 및 컨설팅</li> </ul>
2년 차	문화생태계 기반 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화도시 추진체계 안정화 및 구체화</li> <li>- 워킹그룹 협의체 구성 및 실천 확대</li> <li>- 문화도시 핵심/특성화/연계사업의 추진 지속</li> <li>- 문화도시 공간 발굴 및 거점 구축</li> <li>- 문화도시 공유 및 환류 체계 구축</li> </ul>
3년 차	문화적 장소 기반 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화도시 특성화사업 집중추진 및 지속사업 추진</li> <li>- 문화도시 로컬임팩트 기반 구축</li> <li>- 문화도시 연계사업 추진 본격화</li> <li>- 문화도시 공간 확장 및 장소 기반 조성</li> <li>- 문화도시 아카이빙/콘텐츠 활용사업 추진</li> </ul>
4년차	창조적 문화산업 토대 형성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화도시 거버넌스 강화 및 워킹그룹 확대</li> <li>- 문화도시 특성화사업 강화로 음악도시 브랜드화</li> <li>- 로컬임팩트 확산에 따른 문화산업 기반 구축</li> <li>- 문화도시 사회적 자본, 경제 활성화 사업 추진</li> <li>- 지속 가능한 문화도시 실현을 위한 도시문화 미래자산 확보</li> </ul>
5년 차	부평 문화도시 선언	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화도시 핵심/특성화/연계사업의 추진 지속</li> <li>- 부평 문화리더 활동 활성화</li> <li>- 문화도시 본 사업 추진의 효과 발현</li> <li>- 문화도시 플랫폼 활성화</li> <li>- 시민의 문화력으로 만들어가는 부평 문화도시로의 전환</li> </ul>
이후~	문화도시 성숙기 문화도시 실현기	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부평 문화도시 2050 장기계획 수립</li> <li>- 부평 문화도시 도시정체성 및 브랜드 정립</li> </ul>

■ 부평 문화도시 추진로드맵 구성 종합

- 부평 문화도시 추진로드맵은 부평 문화도시 비전의 실현을 목표로 총 3단계로 구성함
- 1단계(2020~2021년)
  - 문화도시 예비사업에서 문화도시 사업으로의 안정적인 정착륙의 시기, 이 과정에서 구축된 문화도

- 시 거버넌스가 체계화되어 문화도시 사업과 연동되어 작동되는 단계
- 문화도시 추진에 대한 시민 공감 및 인식 확대, 부평 문화도시 주체의 발굴, 양성을 위한 문화도시 거버넌스, 시민문화제안 등 부평시민들의 참여 기반 확보에 주력
- 부평시민들의 참여를 기반한 문화도시 추진사업들이 본격적으로 실행되는 단계
- 2단계(2022~2023년)
  - 부평 문화도시 추진체계가 안정화되어 부평시민 주도의 문화활동이 활성화되고, 문화도시 추진사업이 본격적으로 확대되는 단계
  - 부평시민의 문화력 발견과 연결, 시민들의 참여와 연대 활성화를 통해 문화도시 추진의 기반과 동력이 확보되는 시기로, 시민문화교육 및 부평 문화리더 육성, 문화도시 포럼의 정기 운영 등이 안정화되고, 문화도시와 타 분야의 연계를 위한 기반이 마련되는 시기
  - 문화도시 경영체계의 본격 가동과 더불어 문화도시 사업 추진에 대한 정기적인 모니터링/컨설팅 추진
- 3단계(2024~2025년)
  - 부평 문화도시 사업의 본격추진단계로, 문화도시 지정사업의 활발한 운영과 성과들이 발현되고 문화도시 장소성과 공간 구축, 다양한 연계사업의 실행되는 단계
  - 부평 문화주체의 다양화, 문화리더의 실행력이 문화도시 사업, 문화공간과 연결되면서 도시 부평의 문화력이 도시 전반에 발현되는 부평 문화도시 생태계 기반이 구축되는 시기
  - 문화도시와 다양한 도시 영역 간의 연계, 문화도시 추진의 사회·경제적 효과성 발현을 위한 문화산업 생태계 기반이 형성되는 시기

[표 2-7] 부평 문화도시 추진 로드맵 주요내용

구분		중점 추진 방향
1단계 (2020~2021)	문화도시 본격 추진기	- 문화도시 예비사업에서 문화도시 사업으로의 정착륙 - 문화도시 거버넌스 체계화 및 추진사업 본격 실행
2단계 (2022~2023)	문화도시 생태계 구축기	- 문화도시 추진사업 확대 및 문화공간 확대 - 특성화 전략사업 집중추진 및 지원 - 계속 사업의 체계적 실행
3단계 (2024~2025)	도시의 문화적 장소성 및 창조적 역량 발현기	- 문화도시 전략사업 및 연계사업 집중추진 - 문화도시 거버넌스 강화 및 사업 추진 효과 발현 - 사회 각 분야 연계 효과 및 문화산업 생태계 형성 - 공간사업 추진 전략 실행으로 문화적 장소성 확보
문화도시 실현기	문화도시 부평 실현기	- 부평 문화도시 2050 장기플랜 수립 - 부평 문화도시 정체성 및 도시가치 발현

## 제2절 문화도시부평 2021-2023 사업성과

### 1. 문화도시부평 2021 사업성과

#### 가. 성과 총괄

[표 2-8] 부평 문화도시 2021 성과 총괄표

구 분		주요 내용		
사업 개요	지자체명(광역/기초)	인천광역시 부평구(기초)		
	사업명	부평 문화도시 조성사업		
	비 전	삶의 소리로부터 내 안의 시민성이 자라는 문화도시 부평		
	목 표	시민 주도의 문화드레 실현		
①사업여건조 성	법제도	부평구 문화도시 조성 및 지원 조례개정 / '21.7.12.		
	센터 인력	교육·연수 회수	평균 21시간	
센터 직원의 근속평균 연수		7.2개월(0.6년)		
②사업수행 역량/성과	사업목표 달성	전체 사업수	54개	
		목표 설정 사업수 (정량목표)	30개	
		목표 달성률 ('21년)	25개(실적)/30개(목표)=83%	
	예산 집행 (단위:백만원)	'21년 예산현액	3,000,000천원	
		실집행액/실집행률 ('21.12.31.기준)	1,560백만원/52.03%	
'20년 사업 실적·정산보고서	해당사항없음			
③협력 역량	협력사업	굴포누리 문화공간 조성, 문화도시 BI 공공디자인 활용, 주민주도 통합공모, 2021 부평사, 2021학년도 고교학점제 선도지구 지역사회 기관 연계 프로그램(3회), 문화1호선, 문화공유지대, 문화드레시민회	8개	
	협력사업 협의체 운영	46회		
④만족도	만족도	시민 만족도	61.1점	
		대표사업 3개 참여자 만족도	82.9점	
		문화도시 인지도	67.7%	
	참여자	전체 참여자수	124,913명	
		대표사업 3개 참여자 수	20,502명	

[1] 공통지표

구 분		주요 내용
	문화거점방문자수	부평별곳 참여자 727명
①비전과 전략	문화도시 비전 공감 정도	사업설명회, 공유회, 워크숍 50회, 리플릿 및 전단지 12중, 포스터 및 현수막 36중, 카드뉴스 72중, 영상 72건, SNS 3,000명
	문화도시 추진위원회	2회 중 2회
②거버넌스 구축	시민참여율	57.5%
	주민참여예산 비율	8.5%
③문화진흥성과	문화예술 생태계 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>도시 현안 의제발굴과 예술생태계 진단, 공간발굴</li> <li>서브컬처분야 창제작 예술가 아트웍 제작·판매로 창업 경험 제공</li> <li>문화도시 간 네트워크 협력으로 시민의 문화 활동 영역 확장</li> </ul>
	문화예술활동참여증대	<ul style="list-style-type: none"> <li>비대면 상황, 디지털 문화향유 기회제공</li> <li>인천시교육청과 연계하여 고교학점제 예술 분야 협업</li> <li>성인발달장애인의 문화향유 참여 확대</li> <li>지역 생활문화 동호회 발전 기반 조성</li> <li>예산 정산의 장벽을 낮춰 시민참여 기회 확대</li> <li>(정량) 지역민의 전반적인 문화예술 활동 여건만족도</li> </ul>
	지역문화 발전	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화예술교육 강사, 활동가 역량 강화 및 네트워크 구축</li> <li>전자음악 저변확대 및 역량 강화를 위한 교육</li> <li>지역 밀착형 사업추진을 위한 지역인 중심 PM 구성</li> </ul>
	문화공간 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화공간의 다양성 확보로 공공부문 공간공급 한계 극복</li> <li>지역 문화공간으로 활용·전환이 가능한 민간 공간 DB 구축</li> <li>(정량) 문화시설에 대한 이용 편의성 만족도</li> </ul>
④지역발전 성과	지속 가능한 성장	<ul style="list-style-type: none"> <li>대중음악의 산실인 지역의 문화특성과 자원을 활용한 예술가의 활동 여건 지원</li> <li>벽화 동호회원, 경찰, 기관 협력으로 벽화 조성</li> <li>지역 내 활동 예술가, 예술단체와 거버넌스 구축</li> </ul>
	포용적 지역사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 내 이주민과 시민 간 상호적 문화교류 증진</li> <li>(정량) 지역문제 해결 기여에 대한 시민 평가</li> </ul>
	도시 브랜딩 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>굴포천 경관 조성으로 생태하천 내 문화공간 조성</li> <li>부평에 자리잡은 그래피티, 전자음악, 스케이트보드 등 비주류 문화 x 언더시티프로젝트</li> </ul>
	도시공간 발전	<ul style="list-style-type: none"> <li>대중음악의 발원지 애스컴 활용 영상제작으로 장소적 특성 강화</li> <li>정보 소외계층의 정보격차 완화를 위한 문화콘텐츠 협력 및 교류</li> <li>(정량) 도시 쇠퇴 완화를 위한 문화예술활동에 대한 시민 호응도</li> </ul>
⑤자체성과	열린 문화공간발굴 및 시민참여 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>공간 지원 시 대상에 맞는 전문가 컨설팅 진행</li> <li>문화공간 10곳 발굴로 시민의 생활문화예술 범위 확대</li> </ul>
	다차원적 융합을 통한 음악도시 구현	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 자생 뮤지션의 음원제작, 발매, 유통 등 지원</li> <li>미디어와 전자음악 분야 통합 교육을 통한 장르 융합</li> <li>장소의 상징성과 역사를 배경으로 한 공연물 제작</li> </ul>
	창의적 기반 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>외부 전문가 유입으로 지역 질적 성장 견인</li> <li>창의 청년을 위한 창·제작 지원사업으로 문화산업 기반 마련</li> </ul>

[2] 자율 지표

## 나. 핵심 성과

### ■ 지속 가능한 문화도시부평 추진 기반 조성

- 지속가능한 문화도시 조성을 위한 법제도, 행정재정적 기반을 다지고 각 추진 주체별 역할 강화를 위한 제도를 정비
  - 「인천광역시 부평구 문화도시 조성 및 지원」조례 제정과 추진주체 역할강화, ‘문화도시조성기금’ 관련 조례 개정
  - 부평구문화도시센터 개소 및 정원 규정 개정
  - 지방재정투자심사 의결을 통한 지방비 매칭과 문화도시조성기금운용계획 수립
- 지역 내외 전문가와 협력하여 지역의 문화예술인재 발굴과 양성 기반 조성
  - 문화도시 정책 및 기획분야 전문가 8명 협력
- 생활문화권별, 영역별 활동 주체 간 네트워크를 구축
  - 문화다양성 주체, 정책 및 지역 주체 등과 협력 네트워크 형성

### ■ 부평 문화도시 거버넌스 구축과 정책적 협력

- 부평의 문화를 시민의 눈으로 진단하고 참여하는 <문화두레시민회> 운영
- 정책협력과 각 분야별 활동주체, 전문가로 구성된 문화도시 추진위원회
- 문화를 통한 이주민과 접점 형성을 위한 문화다양성 주체간 네트워크 구축
- 도시재생 뉴딜사업, 반환을 앞둔 캠프마켓 문화공원 조성사업과 부평문화원, 교육청 등 외부기관 협력
- ‘문화1호선’법정 문화도시 연대, 인천 내 예비 문화도시 간 교류와 협력

### ■ 문화도시부평 비전 공유 및 핵심가치 확산

- 문화도시 부평 비전을 담은 슬로건 공모 및 BI 제작
  - 슬로건 공모 선정작“너와 나의 목소리로 채워지는 문화도시부평”
  - BI제작 및 슬로건에 주민이 직접 참여해 도시를 이해하고, 경험하며 변화를 일으키는 시민 주도적인 활동 확산 추진
- 주민자치회 설명회 등 찾아가는 문화도시 비전과 사업 설명회
- 다양한 채널을 활용하여 시민에게 쉽게 다가가는 홍보 추진

### ■ 2021년 주요 사업 방향 설정과 미래비전 제시

- 시민참여 활성화와 시민활동 거점 공간 발굴 및 프로그램 운영, 지원
- 기존 음악도시 브랜딩에서 ‘융합’을 강조한 문화도시 브랜딩 추진
- 비주류 문화 중심으로 문화콘텐츠산업과 창의적 문화생태계 기반 조성

## 다. 핵심 내용<sup>2)</sup>

[표 2-9] 부평 문화도시 2021 주요 사업 내용

공연	총 7건   2855명		
뮤즈컴 스페이스	6건	340명	지역의 기획자들에게 공간(스페이스) 프로그램의 기회 제공을 목적으로 지역 커뮤니티(관내 음악 공간) 활성화를 위한 협력 공연을 기획·제작하고 공연 또는 전시 진행

2) <2021 문화도시 부평 성과공유집> 내용 정리

언더시티 프로젝트	1건	2,515명	인천 내 언더그라운드 전자음악 아티스트들과 컴필레이션 앨범 제작을 통해 디지털뮤직랩 중심의 지역 문화 기반 전자음악 신(Scene) 형성되도록 프로젝트 진행
<b>전시</b>	<b>총 3건   6,600명</b>		
언더시티 프로젝트	1건	10,800명	국내외 아티스트 초대전 및 창작작 자원사업 선정자들의 아트웍 전시 및 대면비대면 판매
도시예술연구소	1건	400명	부평에서 발생하는 형상과 이슈를 예술인의 시각으로 탐구한 전시로 17명의 연구원(지역예술인)이 부평의 문제점을 시민과 함께 공감하고 공유하는 전시회 개최
그림으로 만나는 부평	1건	5,400명	코로나19 상황에서도 자유롭게 관람이 가능하도록 카페 공간을 전시관으로 꾸밈으로써 시민들이 창작한 작품을 일상 속에서 접할 수 있도록 전시 개최
<b>축제</b>	<b>총 3건   16,600명</b>		
뮤직 플로우 페스티벌	1건	4,078명	2016년 부평구 문화특화지역조성사업부터 '음악을 중심으로 지속가능한 문화도시 조상이라는 비전 아래 부평음악융합도시 <밴드 페스티벌> 음악 축제를 계승하고 법정 문화도시 선정 이후 부평 고유의 음악적 자산을 기반으로 "음악이 흐르는 문화도시 부평"이라는 의미를 담은 <뮤직 플로우 페스티벌> 축제 추진
<b>문화예술교육</b>	<b>총 21건   1675명</b>		
문화 1호선	3건	36명	부평역 일대에 정착한 미안바 이주민의 이야기를 주제로 영상 콘텐츠 제작 공모를 추진하고, <이번 역은 '문화1호선'역입니다.> 포럼을 개최하여 부평·영등포 기획의 개별 프로젝트 사례 공유
알쓸 매 잡(JOB)	2건	130명	지역에서 활동하는 예술 강사 또는 문화예술에 관심이 많은 시민을 대상으로 다양한 장르의 음악을 접목시킨 통합 문화예술 워크숍 운영
청소년 전자음악교육	1건	12명	2021 인천 고교학점제 선도지구 도서지역(G지구 옹진군, 강화군)의 일반 고등학교 학생들의 진로 선택에 도움이 되고자 다양한 전자음악 장르 교육 프로그램 진행
VJ 클래스	1건	32명	VJING을 위한 Source(모션그래픽, 이미지, 영상) 제작부터 VJING 툴 사용법, 하드웨어 운용과 프로젝션 맵핑에 관한 제작과정에 이르기까지 라이브 VJING에 필요한 기술 교육 진행
DJ 클래스	2건	125명	DJ 초보자를 위한 기초교육 및 음악성 확장 교육 프로그램(기초반)과 DJING 스킬 및 프로 DJ들의 다양한 경험을 바탕으로 제작된 디제이 전문 교육 프로그램(심화반) 진행
전자음악 컴퓨터 음악교육	1건	4명	인천광역시교육청 연계 프로그램으로, 미디프로그램(Ableton Live)을 활용한 교원 대상 전자음악 체험 진행
디지털뮤직랩 워크숍	2건	18명	아티스트와 기획자로서의 경험을 통한 국내외 언더그라운드 음악 문화의 역사와 사례발표
뮤즈컴 멘토링	1건	40명	공모에 선정된 뮤지션, 기획자들을 육성하고 지원하는 프로그램 및 선정된 뮤지션(오헬렌, 정예원, 조혜진, 황시훈, 보소) 대상으로 한 레코딩(김신원 작곡가), 프로듀싱(이평욱 기사), 콘텐츠 마케팅(이병욱 전문가), 저작권(유재진 컨설턴트) 멘토링 진행

전자음악 비트메이킹	2건	112명	미디 프로그램(Abelton Live)을 활용한 프로듀싱 및 사운드 디자인 기초 교육 프로그램 진행
시민크리에이터 영상학교	2건	210명	시민 누구나 자유롭게 미디어를 제작하고 편집할 수 있는 교육 프로그램 제공
음악도시 아카데미	3건	910명	예술가와 함께 내재된 음악적 감성을 이끌어 낼 수 있는 다양한 활동 프로그램 진행
청소년 교육 및 활동 지원	1건	60명	청소년 스스로 살고 싶은 부평의 모습을 찾고 구현하는 과정을 다루는 프로젝트형 프로그램 진행
<b>커뮤니티 프로그램</b>	<b>총 4건   1998명</b>		
도시예술연구소	1건	208명	도시문제를 공유하고 개선방안 마련을 위한 퍼실리테이션을 진행 도출된 문제점을 시민과 공유하는 부평 도시예술 프로젝트 추진
꼬리에 꼬리를 무는 예술가 네트워크	1건	42명	부평예술가 기획단 6명이 부평 예술가들을 찾아 소개하는 프로그램 운영
문화두레 시민회	1건	1,683명	시민 거버넌스 구축을 위한 월별 시민회 정기회의 개최
꽤 쓸모 있는 도시 실험	1건	65명	시민의 문화적 성장과 실천을 위한 리빙랩 기반의 <꽤 쓸모 있는 도시 실험>을 통해 지역 현안을 발굴하고 탐구하여 시민의 다양한 아이디어를 도시에 스스로 실험해 보는 프로젝트
<b>공모사업</b>	<b>총 7건   147명(팀)</b>		
1-4천리 프로젝트	2건	102명	사업제안자 회원 1명을 포함한 4인 이하 그룹의 시민이 직접사업을 기획하고 운영하는 프로젝트
시민크리에이터 영상제작 공모	1건	9명	부평에 있는 환경, 인적, 공간 등 자원을 활용한 영상 제작 공모전 개최
그림으로 만나는 부평	1건	23명	시민들의 시선으로 바라보는 부평의 이미지를 그림, 일러스트로 아카이빙하기 위한 그림 공모전 개최
뮤즈컴 공모사업	2건	12명	부평 내 다양한 장르의 뮤지션 기획자를 육성하고 지원하는 프로그램 추진
서브컬처 분야 아트웍을 활용한 굿즈 제작지원사업	1건	7명	서브컬처를 기반으로 활동하는 창작자, 기획자 등의 개인 혹은 단체를 대상으로 서브컬처 아트웍을 활용한 굿즈 제작 지원
<b>기타사업</b>	<b>총 4건   3,530명</b>		
문화도시 정책포럼	1건	85명	12개 법정문화도시 간 상시 교류 추진 및 소통체계 마련을 위해 참여형 연극과 공연 관람 등 실무자 네트워크 추진
언더시티 프로젝트	1건	473명	국내외 다양한 서브컬처 분야의 스피커들과 함께 색다른 가치를 추구하는 관련 지식정보스토리를 공유하는 컨퍼런스 진행
뮤직플로우 사운즈	1건	2,866명	'음악이 흐르는 문화도시부평'이라는 의미를 담은 부평의 대중음악 콘텐츠로 2021년에는 <아마도 이자람밴드, 소울트레인, 윤병주와 지인들, 이정선> 등이 참여하여 굴포천, 캠프마켓 등 부평의 장소를 소개하는 콘텐츠 제작
문화도시 협력 네트워크	1건	25명	법정 문화도시 부평과 부천의 새로운 출발을 알리는 시작점으로써 양 도시 접경지에 지역 예술가와 공간을 연계한 프로젝트 추진

## 2. 부평 문화도시 2022 성과

### 가. 성과 총괄

[표 2-10] 부평 문화도시 2022 성과 총괄표

구 분		주요 내용				
사업 개요	지자체명(광역/기초)	인천광역시 부평구(기초)				
	사업명	문화도시부평 조성사업				
	비 전	삶의 소리로부터 내 안의 시민성이 자라는 문화도시부평				
	목 표	시민 주도의 문화드레 실현				
	성과 지표	문화진흥성과				
①사업여건조성	법제도	인천광역시 부평구 문화도시 조성 및 지원 조례 / 2021. 7. 12. 개정				
	센터 인력	교육 연수 회수	평균 30.2 시간			
		센터 직원의 근속평균 연수	1년 20일			
②사업수행역량/성과	사업목표 달성	전체 사업수	54개			
		목표 설정 사업수(정량목표)	44개			
		목표 달성률	41개(실적)/44개(목표)=93.2%			
	예산 집행 (단위:백만원)	'22년	예산현액	국비	1,500백만원	
				지방비	1,500백만원	
				합계	3,000백만원	
			실집행액/실집행률 (22.12.31.기준)	국비	1,393백만원/92.9%	
				지방비	654백만원/43.7%	
				합계	2,047백만원/68.2%	
		'21년	이월액 (21년 예산의 이월액을 의미함)	국비	223백만원/7.4%	
지방비				1,216백만원/40.5%		
합계	1,439백만원/48.0%					
실집행액/실집행률 (22.12.31.기준)	국비		223백만원/100%			
	지방비	1,216백만원/100%				
	합계	1,439백만원/100%				
③협력역량	협력사업	심리학클래스, 풍물축제 홍보부스 운영 등	24개			
	협력사업 협의체 운영	32회				
④만족도	만족도	시민 만족도	90.8점			
		대표사업 3개 참여자 만족도	89.4점 (대표사업: 부평별곳, 뮤지 플로우 페스티벌, 언더시티 프로젝트)			
		문화도시 인지도	69.3%			
	참여자	전체 참여자수	176,032명(온라인 272,024명 제외)			
		대표사업 3개 참여자 수	34,864명			
		문화거점방문자수	3,807명(문화공간시소 952명, 부평별곳 2,855명)			

[1] 공통 지표

구 분		주요 내용
대표 성과지표 달성	문화예술생태계 강화	진단 및 분석에 근거한 문화예술생태계 강화 노력
	문화예술활동참여증대	문화도시 사업참여도 13.8%상승 / 문화여건개선정도 1.9점 상승
	문화공간강화	복합문화공간 활성화 사업 추진 / 조성공간인지도 68% 긍정
①비전과 전략	문화도시 비전 공감 정도	소통실적 : 대면 73회, 비대면(디지털SNS활용) 150회 비전/슬로건 시민 공감 여부 : 64.5% 비전과 사업 및 프로그램 일치여부 : 63.8%
②거버넌스 구축	문화도시추진위원회	4회
	시민참여율	69.1%
	주민참여예산 비율	10.9%
③문화진흥 성과	문화예술 생태계 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역예술인 현황 기초조사 실시 및 DB화 / 1,312명</li> <li>시민·예술가 주도 의제발굴 및 실험사업 추진(도시예술연구소)</li> <li>예술가 지원 강화(언더시티 프로젝트 음반발매 지원)</li> <li>시민의 문화 활동 역량강화 지원(문화콘텐츠 기획사 양성사업 등)</li> </ul>
	문화예술활동 참여 증대	<ul style="list-style-type: none"> <li>(정량)대표사업의 시민 참여자 수 증가 / 34,864명</li> <li>(정량)문화도시 참여도 전년 대비 향상(참여경험, 방문경험 등)</li> <li>청소년 문화예술기획 역량 강화 지원(대학교 협력)</li> </ul>
	문화공간 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>사적공간의 생활문화공간 전환 추진(부평별곳 22개소)</li> <li>(정량)부평 문화공간 이용 편의성에 대한 시민 만족 목표 달성</li> <li>(정량)부평 문화공간 방문경험 비중 목표달성</li> </ul>
④지역발전 성과	지속가능한 성장	<ul style="list-style-type: none"> <li>시민주도 거버넌스 강화(문화두레시민회)</li> <li>정주 및 창의환경 조성(부평별곳 22곳, 거점 문화공간 시소 1개소)</li> <li>특성화사업 발굴 자원의 관광산업 연계 지속</li> </ul>
	포용적 지역사회	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역정체성 강화 자원/콘텐츠 발굴(예술인DB, 음악아카이브)</li> <li>예술가, 시민이 주도하는 지역의제 발굴 추진(도시예술연구소)</li> <li>취약계층(장애·비장애 아동, 노년층, 다문화 등) 프로그램 강화</li> <li>(정량)지역문제해결/지역통합/지역발전 등에 대한 기대감 상승</li> </ul>
	도시 브랜딩 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>특성화 사업 강화(방송,기관협력을 통한 콘텐츠 개발)</li> <li>(정량)비전 호응도 및 비전달성 가능성 전년 대비 향상</li> <li>(정량)대표사업 인지도/상징성/필요성 인식 제고</li> </ul>
⑤자체성과	열린 문화공간발굴 및 시민참여 활성화	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 민간·공공을 문화도시 사업의 문화거점으로 역할 확대</li> <li>굴포천 중심으로 환경 인식을 확산하는 교육과 축제 진행</li> <li>(정량)복합문화공간 증가를 참여자가 체감하는 정도 63.2%</li> <li>(정량)비문화공간의 활용으로 인한 도시이미지 향상 목표달성</li> <li>(정량)도시재생으로 형성된 문화공간 활용 의향 상승</li> </ul>
	다차원적 융합을 통한 음악도시 구현	<ul style="list-style-type: none"> <li>특성화 콘텐츠(음악) 개발 및 공유 체계 추진</li> <li>음악과 타장르, 타행사 연계하여 다양성 활동 대폭 증대</li> <li>축제, 공연 등 대형 이벤트와 특성화 정체성 확보</li> <li>(정량)융합적 음악도시 사업의 문화도시 상징성 평가 83%</li> </ul>
	창의적 기반 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>산업기반 조성(뮤지션 지원) 및 지역활동가 양성 강화(교육)</li> <li>민간단체 협업을 통해 특성화 분야 아티스트 활동 지원</li> <li>(정량)창의적 기반조성 사업 상징성 평가 77%</li> </ul>

[2] 자  
율 지  
표

## 나. 핵심 성과

### ■ 시민이 주체로 도약하는 문화생태계 기반 강화

- (시민 문화자치 역량 재발견)
  - 시민 참여기반 확대: <문화두레시민운영회> 조직 및 운영으로 문화거버넌스 작동 본격화·제안형 기획 실행, <심사단 및 평가단> 활동
  - 시민·예술가에 의한 의제 발굴: <꽤 쓸모 있는 도시실험>, <도시예술연구소> 등 시민과 예술인이 직접 기획하고 주민-예술인 연계, 지역-예술인 연계 확대
- (생애주기별 시민참여 영역 확대) 9세 미만 아동, 청소년, 성인, 노인 대상 다양한 프로그램을 다각적으로 배치하여 연령별 참여 공백이 없도록 시민참여 활성화
- (문화다양성 강화) 각자의 '삶의 소리'를 존중하는 문화다양성 교육부터 체험형 행사, 소모임 운영까지 문화포용력 향상 노력

### ■ 가까이에서 골고루 즐기는 문화예술 공간·프로그램 기획

- (균형 잡힌 공간전략) 지역을 4개 생활권역으로 나누어 권역별 공간지원, 찾아가는 프로그램 운영으로 시민이 일상에서 문화를 누리는 전략 운용
  - 공공문화거점 공간 <문화공간 시소> 구축: 시민, 예술인, 기획자의 소통강화
  - 민간문화거점 공간 <부평별곳> 공간별 프로그램 운영, <뮤직 플로우 사운즈> 등 부평 전역에서 우리 집 가까이에서 만나는 일상문화기획 확대
- (비전 공유 확대) 공모로 선정된 슬로건 중심 홍보 강화, 사업별 설명회, 워크숍, 결과공유회 등을 통해 문화도시 비전을 공유하고 누구나 즐기는 문화도시 공감 확대 \* (설문결과) 문화도시부평 비전과 프로그램 적합도는 64.5%가 긍정
- (지역자원을 연계하는 새로운 시도)
  - 지역예술인과 각 동의 문화 수요 연결, 시민-예술가-지역 연계확대
  - 대표축제 협력 권역별 찾아가는 공연추진 <뮤직 플로우 사운즈 x 찾아가는 풍물 대축제>

### ■ 음악도시부평에서 '문화도시부평'으로 새로운 브랜딩 전략

- (음악도시브랜드 강화) 아카이브, 축제, 지역 음악가 지원 등 문화도시부평의 음악 특성화 영역 관련 공감 확대 ※지원사업 성격 부합도 87.5%
- (높고 싶은 도시브랜드 구축) 서브 컬처로 음악도시를 이은 지역 정체성 형성, 청년 인구 유입경로 확대 <언더시티 프로젝트> 등
- (장소성 기반 브랜드 강화) ▲문화거점 <부평별곳>, <문화공간 시소>, ▲장소·역사 기반 콘텐츠 <애스کم 아카이브>, ▲<만화부평사>, ▲생태하천 굴포천 중심 도시재생-환경 연계 <굴포천천히> 등 ※ 방문의향 86.9%

### ■ 협력 네트워크를 통한 연대 강화

- (문화도시 광역 연계 확장) 수도권 1호선으로 이어지는 문화도시 공동 사업 <문화1호선>
- (부평구 중장기계획에 확대 반영) 부평구청장 민선 8기 공약, [2023-2026]지역사회보장계획, [2023-2027]부평구 청년정책 기본계획, 민선 8기 일자리 종합대책 등
- (지역 내 기관, 협력사업 확장) 행정, 영역별 중간 지원조직과 사업 협업, 연대 구축

## 다. 핵심 내용<sup>3)</sup>

[표 2-11] 부평 문화도시 2022 주요 사업 내용

공연		총 21건   3,727명	
도시유랑단	5건	569명	시민들이 법정 문화도시 지정을 체감할 수 있도록 거리공연 진행 및 문화두레시민회 가입 독려, 또한 예술가와 시민이 거리에서 만나는 모습을 촬영한 홍보영상 제작
도시, 음악을 기록하다	1건	288명	에스컴 아카이브 등 그간 진행했던 관련 사업을 통해 축적해 온 부평의 대중음악 역사를 주제로 구민들이 체감할 수 있는 향유 콘텐츠(콘서트) 진행
부평시니어합창단 연주회: 아름다운 시작	1건	584명	노년층의 건전한 여가생활 지원 및 새로운 활력을 채우는 문화예술 프로그램으로 최종 연주회를 개최하여 지역 사회와 노년계층에 긍정적 영향을 끼침
지역 뮤지션 공연	6건	1,606명	문화도시센터와 '문화본부사업'간 협업으로 지역 예술인의 활동 영역을 확대하고 지역 음악 생태계 활성화를 위한 공연 진행 야외 공연 시리즈 <보통날>, <지역 뮤지션 앨범 제작 지원사업> 쇼케이스
찾아가는 문화마실	6건	369명	부평구 등록 생활문화동아리들이 관내에 공연이 가능한 장소를 직접 섭외, 지역 내 문화적 불균형 해소를 위한 찾아가는 공연 추진
청소년 교육 및 활동지원	2건	311명	청소년 교육 미치 활동지원 사업 교육 결과물로 작은발표회 및 뮤지컬 공연 진행
축제		총 12건   55,091명	
굴포천천히 환경 주간	1건	2,397명	굴포천을 중심으로 도시환경에 대해 시민들의 인식을 높일 수 있는 환경축제 및 환경주간 운영
문화다양성 축제: 우리 모두 다(多)가치	1건	438명	부평구 여성가족과 다문화가족지원센터와의 협업사업으로 각국의 다양한 문화를 체험하고 이주민의 삶을 이해·인식·존중하기 위한 축제
부평 생활문화축제	1건	20,248명	부평구 생활문화센터 등록 동아리 중 27팀이 기획·운영 등 주체적으로 만든 축제로 지속 가능한 생활문화의 안정적 생태계 조성 및 활성화 계기 마련
언더시티 프로젝트	2건	3,103명	대중문화가 아닌 비주류문화(서브컬처)를 주체적으로 만들어내며 살아가는 다양한 사람들이 모여 서로의 문화를 공유하는 축제
뮤직 플로우 사운즈 및 페스티벌	7건	28,905명	지역 뮤지션 지원 사업으로 발굴된 예술인과 시민에게 친숙한 대중 예술을 섭외하여 2016년부터 이어온 음악 축제 <뮤직플로우 사운즈 Vol.1, 2>, 뮤직 플로우 페스티벌
찾아가는 풍물대축제			
문화예술교육		총 37건   1,872명	
굴포천천히 시민 환경 교육	8건	136명	시민이 자원순환과 기후변화등 환경 문제를 체감할 수 있는 담론, 체험위주의 시민 환경 교육 프로그램 운영
디지털뮤직랩 교육 프로그램	7건	395명	디제잉, 브이제잉, 뮤직 프로덕션 등 전자음악 기반 교육 프로그램 진행
문화공간 시소 교육 프로그램	7건	104명	문화도시부평내 다양한 계층의 시민들이 참여할 수 있는 교육 프로그램 운영
문화다양성 교육	1건	54명	우리와 함께 더불어 살아가는 이주민들을 깊이 이해하고 문화 차이를 존중함으로써 다양함이 공존하는 문화도시부평을 만들기 위한 교육 프로그램
시민크리에이터 활동지원	2건	40명	일상에서 쉽게 접할 수 있는 휴대폰, 태블릿PC 등을 이용하여 시민들의 자발적인 문화예술활동을 지원하는 교육 프로그램
심리학 클래스	5건	510명	'문화도시센터'와 '책 읽는 부평'의 협업사업으로 시민의 지식

3) <2022 문화도시부평 성과공유집> 내용 정리

			항상과 정서 강화를 위한 강연 및 복도크 형식의 교육 프로그램
썬 메이커스	1건	35명	지역을 기반으로 하는 다양한 문화예술 활동 및 활성화에 함께 할 문화콘텐츠 기획자 발굴·역량 강화 프로그램
청소년 교육 및 활동지원	3건	753명	가정이나 학교에서 체험하기 어려운 문화예술 교육 활동 기회를 제공하여 청소년들의 재능을 개발하고 희망 분야로 진로를 확장할 수 있도록 프로그램 진행
<b>커뮤니티 프로그램</b>	<b>총 15건   2,325명</b>		
2021년도 성과공유회 '새 봄'	1건	144명	2021년도 문화도시부평의 성과를 공유하고 2022년 사업을 시민들과 공유하는 자리
굴포천천히 라운드테이블	5건	20명	굴포천 예술천 조성사업에서 시민이 주도적이고 주체적으로 활동에 참여할 수 있도록 논의 테이블 운영
꽤 쓸모있는 도시 실험	1건	107명	시민들이 주체적으로 지역의 현안 발굴부터 해결방안까지 실질적이고구체적인 프로젝트를 기획·실행하는 프로젝트
도시예술연구소	1건	231명	예술인 또는 기획자가 도시의 다양한 이야기와 문제점을 발굴하여 예술로 표현할 수 있도록 지원하는 프로젝트
문화다양성 소모임 발굴: 부평문화다양성 속으로	1건	29명	문화다양성에 대한 자발적인 학습과 체험 과정을 통해 일상 속 문화다양성을 실천하는 소모임 발굴
문화두레시민회	5건	1,780명	시민 중심으로 논의가 가능한 열린 모임을 구성하여 시민 문화자치권을 확대하고 부평 문화도시 거버넌스의 토대를 이루는 기반 조성
시민공작소 입주자 모집 및 지원	1건	14명	문화도시부평 시민거점 공간인 문화공간 시소에서 지역의 예술가 및 기획자들이 성장할 수 있도록 지원
<b>공모사업</b>	<b>총 6건   3,751명</b>		
꼬작꼬작	1건	138명	부평구 거주 또는 부평구 소재 교육기관에서 교육을 받는 9세 미만 어린이들의 자연스러운 시민회 참여를 가능하게 한 공모사업으로 꼬마 작가 발굴 및 어린이 그림을 활용한 굿즈 제작, 배부 진행
부평별곳	1건	2,855명	부평구 내 상업·예술공간 22개소 선정, 일상 공간에서 다양한 문화예술·커뮤니티 프로그램을 통해 문화 향유 기회 확대 및 문화공간으로의 기능 확장
시민문화플랫폼 통합 명칭 공모	1건	398명	시민의 활동 거점 공간 명칭을 시민이 직접 짓고 선정하는 과정을 통해 공간에 대한 기대감과 친밀감을 높임
시민크리에이터 공모: 48자 창작시	1건	309명	부평 또는 문화도시부평을 주제로 한 48자 이내 창작시 공모전 개최 및 25개 선정작 '문화공간 시소' 개소식 기념 전시 진행
언더시티 프로젝트 썬앤굿즈 제작 공모	1건	26명	서브컬처 썬에 관심있는 신진 아티스트, 디자인, 컬처 크루, 학생 등이 '언더시티/언더그라운드/ 서브컬처/로컬 썬'을 주제로 한 굿즈 제작 공모
지역 뮤지션 앨범 제작 지원사업	1건	25명	지역 뮤지션 19팀(25명)의 앨범 제작을 지원, 총 21곡의 음원을 발매하여 지역 음악 생태계 활성화 도모
<b>기타사업</b>	<b>총 7건   111,568명</b>		
공감 스페이스	1건	4,004명	연습 공간과 발표 공간이 필요한 부평구 생활문화센터 등록 동아리들에게 생활문화센터 내 공간지원을 통해 지속적인 문화 활동 장려
문화도시 부평 포럼 토론회	2건	105명	공공 지원방식의 전환 모색을 주제로 현장의 의견을 청취하고 지원체계를 점검하기 위한 포럼 및 토론회 개최
문화두레 시민회	4건	153명	문화거버넌스 중심 역할로 시민들이 문화도시의 이상을 함께 만들고 확대시킬 수 있도록 포럼, 도시탐색 등 다양한 문화적 프로젝트 진행
문화도시 협력 네트워크	2건	107,414명	지하철 1호선으로 연결된 부평·부천·영등포·수원 네 문화도시의 문화적 연대를 위한 공동의 문화예술 프로젝트 추진 문화공유시대 협업사업으로 부평과 부천을 중심으로 펼쳐지는 예술행사를 통해 두 지역의 문화 융성을 견인하는 프로젝트 추진

## 다. 부평 문화도시 2023 성과

### 가. 성과 총괄

[표 2-12] 부평 문화도시 2023 성과 총괄표

사업 역량	예산	<table border="1"> <tr> <th>구분</th> <th>'23년 예산(A)</th> <th>'23년 실적행액(B)</th> <th>실집행률(B/A)</th> <th>'24년 이월액</th> <th>'23년 불용액</th> </tr> <tr> <td>국비</td> <td>1,500백만원</td> <td>1,208백만원</td> <td>80.5%</td> <td>292백만원</td> <td>1백만원</td> </tr> <tr> <td>지방비</td> <td>1,500백만원</td> <td>1,090백만원</td> <td>72.7%</td> <td>410백만원</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>합계</td> <td>3,000백만원</td> <td>2,298백만원</td> <td>76.6%</td> <td>702백만원</td> <td>1백만원</td> </tr> </table>					구분	'23년 예산(A)	'23년 실적행액(B)	실집행률(B/A)	'24년 이월액	'23년 불용액	국비	1,500백만원	1,208백만원	80.5%	292백만원	1백만원	지방비	1,500백만원	1,090백만원	72.7%	410백만원	0	합계	3,000백만원	2,298백만원	76.6%	702백만원	1백만원
		구분	'23년 예산(A)	'23년 실적행액(B)	실집행률(B/A)	'24년 이월액	'23년 불용액																							
국비	1,500백만원	1,208백만원	80.5%	292백만원	1백만원																									
지방비	1,500백만원	1,090백만원	72.7%	410백만원	0																									
합계	3,000백만원	2,298백만원	76.6%	702백만원	1백만원																									
사업관리 행정지원 노력 등		<ul style="list-style-type: none"> <li>문화도시 관련 조례 제정 및 이에 따른 위원회 구성운영</li> <li>재정지원 및 문화도시조성기금 출연(구비 100% 반영 매년 2억원 씩 5년 간 적립)</li> </ul>																												
문화적 성과	참여자 수 (명)	문화도시 사업 참여자	참여자(명)	717,278 (온라인 포함) 전년 대비 269,222명 상승)																										
			참여율(%)	145.9(전년 대비 76.8% 상승)																										
		문화공간 방문자 수	5,850명 (문화공간 사소 3,197명, 부평별곳 2,658명)/ 전년 대비 2,043명 상승																											
		온라인 참여향유자 수	539,173명 (전년 대비 267,149명 상승)																											
	문화인력	지역 문화 인력 참여	187명																											
		일자리 창출	1,773명 (시태랩 105명 등)																											
	민족도	프로그램 참여 민족도(3개 사업)	83.2점																											
		문화거점 공간 방문참여 민족도	81.7점 (문화공간 사소 78.3점, 부평별곳 85.0점)																											
	도시브랜드 창출	비전과 브랜드 적정성	67.3점 (전년 대비 2.8점 상승)																											
		인지도 및 영향력	인지도 38.1%, 영향력 64.0%																											
<ul style="list-style-type: none"> <li>〈유지 플로우 페스티벌시즌즈〉 문화특화지역 조성사업부터 이어지는 음악콘텐츠로 매년 7,000여명 이상 참여</li> <li>〈언더시티 프로젝트〉 공업도시 부평의 이미지와 서브컬처를 결합하여 차별화되고 독창적인 대표 콘텐츠 개발·육성</li> <li>〈부평별곳〉 민간 공간을 문화거점 공간으로 전환 (16개소 총 3,165명 참여)</li> </ul>																														
성과 피급 효과	경제적 피급효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역예술인 창작 지원 및 판매 유통 판로 확대 아트페어 씬 앤 굿즈 등</li> <li>도시브랜드형 문화사업 〈언더시티 프로젝트〉 등을 통한 지역 상권 음식점 및 주점업 점포 매출액 전월대비 16.99% 증가</li> <li>〈부평생활문화축제〉를 〈부평풍물대축제〉와 공동 주최로 직접 경제효과 18.6억원 창출</li> </ul>																												
	고용 창출효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 뮤지션 발굴 및 축제 개최 등 간접 일자리 1,773명 창출</li> </ul>																												
	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 문화자원을 활용한 문화관광사업 육성 동력창출 지역기업인턴투주·소규모 공장·합업 인턴관광사 협업 스탬프 투어 운영 지역상권 연계 투자제도 및 프로그램 개발</li> <li>문화예술교육 프로그램 개발을 통한 지역재산된 설정</li> <li>지역 뮤지션 창작 콘텐츠 제작 지원으로 수익상승(31%), 공연 출연 요청 증가(34%) 등 경제적 성장 창출</li> </ul>																													
사회적 성과	생활인구 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역축제 개최로 유동인구 전년 대비 최대 252% 증가</li> <li>지역축제 행사 당일 인근 전철역 월 이용객 평균 대비 26% 증가</li> </ul>																												
	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 휴안 도출과 관심 유도 및 해결방안 마련, 문화다양성 가치 지역 내 확산</li> <li>환경축제 추진으로 부평 생활하천 정화 및 도시환경 문제 인식 고취</li> </ul>																													
균형 발전 성과	사업 간 연계협력	<ul style="list-style-type: none"> <li>(문체부) 문체부 선정 예비 문화관광축제 협력, 문화영향평가 우수사례 선정</li> <li>(타부처) 국토부 도시재생 뉴딜사업, 중기부 상권 르네상스 사업과 문화도시 사업 협력 진행</li> <li>(지자체) 부평구청 체육진흥과, 경제지원과 등 8개 부서 협업사업 진행 및 지속 운영</li> </ul>																												
	주변지역 간연계협력	<ul style="list-style-type: none"> <li>수도권 전철 1호선 기반 광역망 구축, 문화도시 협력 네트워크 〈문화1호선〉 → 공동 연계</li> <li>사업(1호선 중심 유튜브 영상 제작), 개별사업(지역 로컬크리에이터 선정, 전시 진행)</li> <li>인접 도시 간 문화공유사업 〈부평X부천 아트페어〉 개최: 지역 유희공간 도시재생 차원 활용, 시간적품 유통 기회 확대, 지역 최초 아트페어이자 대규모 시각예술 중심의 페스티벌 개최</li> </ul>																												

## 나. 핵심 성과

### ■ 시민이 주도하는 문화 민주주의 강화

#### ○ 시민 문화자치 역량 강화

- 문화도시부평 비전 공유 50만 부평을 대표하는 시민대표 50인의 목소리가 주인공이 되어 사업을 공유한 사업공유회 <새봄>을 비롯하여 각 사업별 추진 과정과 결과 공유 등을 통해 인지도 및 비전 공유기회 확대
- 시민참여 전문화 <문화두레시민회>의 역할 중 조직 및 운영 관련 논의·제안은 운영회, 문화도시사업 추진사업 심사 및 모니터링은 심사단·평가단 등 전문 역할 수행
- 시민이 도시 현안 발굴·해결 <꽤 쓸모 있는 도시 실험(시민)>, <도시예술연구소(예술가)> 등 각자의 눈높이에서 찾은 도시 현안을 협업을 통해 해결하며 정주의식과 만족도 향상

#### ○ 서로를 존중하는 다양성 강화 1인가구, 다문화, 장애는 물론 다양한 주제를 기반으로 문화다양성 교육과 소모임 지원과 비주류문화 영역까지 범위를 확대하여 문화 포용력 강화

### ■ 15분 내 일상 공간에서 문화를 향유할 수 있는 문화예술 공간·프로그램 강화

#### ○ 권역별 균형 잡힌 공간전략 추진

- 공공 문화공간의 한계 극복을 위한 <부평별곳> 사업을 통해 장소 기반 브랜드 구축
- 부평 전체를 4개 권역으로 구분할 때 1·4권역으로 문화공간 집중 → 대안 모색 → 2·3권역 내 민간 거점 <부평별곳> 확대

#### ○ 15분 내 문화향유 프로그램 강화

- 권역별로 <찾아가는 문화마실>, <뮤직 플로우 사운즈> 등을 배치하여 일상에서 즐길 수 있는 프로그램을 기획하여 시민의 균형 잡힌 문화예술 향유권 확보

### ■ 부평을 대표하는 문화자원 ‘음악을 주제로 차별화된 도시 인지도 전략

#### ○ ‘음악도시 부평’ 브랜드 강화 문화특화도시 조성사업을 이어가는 핵심 콘텐츠인 <뮤직 플로우 페스티벌>, <애스컴 아카이브> 등 음악사업의 내용과 지속성 강화

#### ○ 지역의 특색과 연계한 차별화된 콘텐츠 공업도시, 부평지하상가, 문화의 거리 중심상권 등 지역의 현황과 연계하여 비주류문화를 주제로 <언더시티 프로젝트> 등을 추진, 청년 인구 유입 및 음악도시 정체성 확대

### ■ 정책 반영 및 협력 네트워크를 통한 연대 강화

#### ○ 법정 문화도시 간 연대 강화 수도권 1호선으로 연결되는 광역 연계 공동사업 <문화1호선> 추진

#### ○ 연대에 기반한 도시 현안 해결 모색 지역 내 유아·청소년·노인 등 생애주기별 담당 기관과 연대하여 음악을 접목하여 현안 해결을 모색하고 참여기반 확대

#### ○ 행정 협업을 통한 문화도시 사업 가치와 원리 확대

#### ○ 부평구 중장기계획 확대 반영 민선 8기 부평구청장 공약(2023~2026) 지역사회 보장계획, 부평구 청년정책 기본 계획(2023~2027), 민선 8기 일자리 종합대책 등

## 제3절 문화도시부평 사업 현황 종합

### ■ 개방적인 혼종다양성이 특징인 도시 부평

- 부평은 근현대에 걸쳐 외부의 힘으로 정치, 경제, 사회, 문화의 전 분야에서 수많은 뒤섞임과 변이를 경험하면서, 개방적인 혼종다양성을 내화 시켜옴. 또한 노동자, 농민 및 사회운동을 이어온 시민사회의 역동성을 토대로 형성된 문화잠재력과 가치를 지켜나가는 도시가 됨
- 미군기지 애스컴시티의 대중음악, 70년대 산업화 시대의 민중음악 등 부평은 시대의 변화에 맞춰 성장하고 변화하면서 부평만의 지역 문화 브랜드를 형성해왔음. 그러나 농경사회 붕괴, 미군기지 철수, 정보화 사회로 전환 등 도시 외부요인의 변화로 부평의 지역 문화가 시대의 전환기마다 지속성을 잃고 단절됨. 이는 부평의 지역 문화가 외부요인에 의지해 형성되었기 때문에 도시문화로 내재화하지 못하여 자생력을 갖지 못하고 현재까지 이어짐
- 1990년대 이후 부평이 가진 개방적인 혼종다양성을 토대로 현재까지도 이어져 창조적이고 실험적인 비주류 문화(스케이트보드, 스트리트 댄스, 그래피티)가 부평에서 자연스럽게 태동하고 부평이 주요 거점 역할을 하고 있음
- 한편, 부평은 너무 가까운 서울로 인해 베드타운적인 성격이 지속해서 강해졌으며, 부평지역의 청년 활동이 서울로 유출되고 있어 지역 문화의 선순환구조를 갖추지 못하고 있음. 부평은 젊은 계층들이 밀집하는 부평역 일대의 중심상권이 유흥소비 일변도의 트렌드에 의존하고 있음.
- 서울의 외곽이기 때문에 고비용과 무한경쟁에 지치거나 새로운 기회를 찾는 젊은 창조인력과 문화에 솔인들이 일명 평리단길 등으로 역유입되는 현상이 공존함

### ■ 문화도시부평 특성화 사업 배경 확인

- 현재 문화도시부평 사업의 비전체계와 세부사업이 제시된 <부평 문화도시 조성계획 2021-2025>에서 문화도시부평 특성화 사업 배경과 맥락을 확인하고자 했으며, 관련 내용은 아래와 같음
- **[부평 고유의 지역적 장소성 발견]** 부평구를 타 지역과 가장 명확하게 구별 짓는 특성은 지난 역사에서 부평구의 형성에 가장 지대한 영향을 미쳤던 애스컴시티의 존재라고 할 수 있음. 부평구는 애스컴시티를 빼고 그 성장을 논할 수 없으며, 특히 대중문화, 음악문화의 형태로 부평구를 특징지은 중요한 요소라고 할 수 있음. 현재 캠프 마켓의 반환과 이후 활용 계획을 통해 부평구의 문화 정체성의 역사에 대한 재조명이 이루어지고 있는 가운데, 단순히 기록하고, 전달하는 애스컴시티가 아니라 미래 지향적인 사업으로 연계할 필요가 있음
- **[지역 콘텐츠 및 하드웨어를 통해 확인된 문화적 창조력]** 부평에는 지역을 기반으로 스케이트보드, 전자음악, 그래피티 예술 활동을 하는 청년 예술인들이 있음. 이들을 중심으로 한 다양한 비주류문화(Sub-Culture) 씬(scene)과의 접점 마련을 위한 문화도시 추진단과의 논의가 지속해서 이어져 옴
- **[다양한 시민 주체의 존재 및 잠재력 확인]** 인천광역시 내에서도 높은 비율을 차지하고 있는 문화예술인의 존재, 그 가운데서도 음악 분야 예술인의 높은 비율은 부평이 지닌 문화예술적 잠재력을 보여주는 것임. 부평구에서 활동하는 문화예술단체 또한 음악 단체가 가장 많으며 이를 통해 부평구의 음

약적 정체성을 알 수 있음

- [지역 역사생태산업 중심지의 문화거점 활용] 부평역 일대의 시장, 지하상가, 문화의 거리는 부평시민의 일상생활과 밀접한 공간임. 현재까지는 젊은 인구가 밀집하여 상권을 유지하고 있지만 유흥과 소비문화의 한계가 분명하고 중장기적으로는 쇠퇴의 가능성이 있음. 이러한 한계를 극복하기 위해 길 거리 공연, 참여형 문화 프로그램, 창작 주체들의 상주 등 문화관광형 시장으로 변모해가는 움직임을 확장하는 프로그램이 가능함
- 특성화 사업을 위한 도시의 기초 자원은 잘 발굴되었으나, 애스컴시티(하드웨어), 서브컬처 주체(휴먼웨어)의 존재 및 현상을 추출하는 차원임. 그 자원으로 왜 특성화를 해야 하는지, 개별사업으로 어떻게 연결시키고 발전시킬지 대한 구상과 계획이 부재함. 비전 체계도의 핵심가치에 연결되는 도식적으로 뽑힌 개별과제가 수행되고 있음

■ 문화도시부평 2021-2023 사업 성과 종합

- 문화도시 성과 총괄표의 공통지표인 만족도를 종합해 보면 아래와 같음. 문화도시 2년차에 시민 만족도가 크게 상승했으며 2023년 성과총괄표는 형식이 바뀌어 2023년도의 만족도를 파악하기 어려움
- 문화도시부평의 대표사업은 부평별곳, 뮤직플로우페스티벌, 언더시티 프로젝트로 특성화 사업 2개가 포함되어 있음. 2022년 만족도가 6.3점 상승하였으며, 2023년 6.2점 하락하였음
- 문화도시 인지도 또한 2022년 상승하였으나, 2023년 1년 차에 못 미치는 수치임. 반면 전체 참여자 수는 2023년 4배가 증가하였음. 참여자 수가 4배나 증가하였음에도 인지도, 만족도가 떨어지는 이유가 무엇인지 확인할 필요가 있음

[표 2-13] 문화도시 부평 성과 총괄표 2021-2023 만족도 지표 비교

	구분	2021년	2022년	2023년
공통 지표 만족도	시민 만족도	61.1점	90.8점	-
	대표사업 3개 참여자 만족도 (부평별곳 뮤직 플로우 페스티벌 언더시티 프로젝트)	82.9점	89.4점	83.2점
	문화도시 인지도	67.7%	69.3%	67.3점
	전체 참여자수	124,913명	176,032명	727,278명
	대표사업 3개 참여자 수	20,502명	34,864명	-
	문화거점 방문자수	727명	3,807명	5,850명

- 특성화 사업 관련 성과를 살펴보면, 2021년 관련 사업을 통해 특성화 사업의 주요 방향을 설정하고 공표한 것으로 보임. 2022년 음악도시 부평에서 확장한 서브컬처, 장소성 기반 브랜드 강화로 '문화도시부평'이라는 새로운 전략을 취하고 있음. 2023년에는 다시 '음악에 집중한 형태의 사업을 진행하고 성과가 축적된 것으로 보임. 연도별 특성화 사업의 방향과 목표가 명확하지 않은 데서 연도별 방향이 변화하는 것을 확인할 수 있음

[표 2-14] 문화도시 부평 성과 총괄표 중 특성화 사업 관련 핵심 성과 비교

구분	특성화 관련 정성적 핵심 성과
2021년	<p><b>2021년 주요사업 방향 설정과 미래비전 제시</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민참여 활성화와 시민 활동 거점 공간발굴 및 프로그램 운영, 지원</li> <li>• 기존 음악도시 브랜딩에서 '융합'을 강조한 문화도시 브랜딩 추진</li> <li>• 비주류 문화 중심으로 문화콘텐츠산업과 창의적 문화생태계 기반조성</li> </ul>
2022년	<p><b>음악도시부평에서 '문화도시부평'으로 새로운 브랜딩 전략</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (음악도시브랜드 강화) 아카이브, 축제, 지역 음악가 지원 등 문화도시부평의 음악 특성화 영역 관련 공감 확대 ※지원사업 성격 부합도 87.5%</li> <li>• (높고 싶은 도시브랜드 구축) 서브컬처로 음악도시를 이은 지역 정체성 형성, 청년 인구 유입경로 확대 &lt;언더시티 프로젝트&gt; 등</li> <li>• (장소성 기반 브랜드 강화) ▲문화거점 &lt;부평별곳&gt;, &lt;문화공간 시소&gt;, ▲장소·역사 기반 콘텐츠 &lt;에스컴 아카이브&gt;, ▲&lt;만화부평사&gt;, ▲생태하천 굴포천 중심 도시재생-환경 연계 &lt;굴포천천히&gt; 등 ※방문의향 86.9%</li> </ul>
2023년	<p><b>부평을 대표하는 문화자원 '음악을 주제로 차별화된 도시 브랜드 전략</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• '음악도시부평' 브랜드 강화 문화특화도시 조성사업을 이어가는 핵심 콘텐츠인 &lt;뮤직 플로우 페스티벌&gt;, &lt;에스컴 아카이브&gt; 등 음악 사업의 내용과 지속성 강화</li> <li>• 지역의 특색과 연계한 차별화된 콘텐츠 공업도시, 부평지하상가, 문화의 거리 중심 상권 등 지역의 현황과 연계하여 비주류문화를 주제로 &lt;언더시티 프로젝트&gt; 등을 추진, 청년 인구 유입 및 음악도시 정체성 확대</li> </ul>

# 제3장

---

## 문화도시부평 특성화 사업 분석

## 제1절 문화도시부평 특성화 사업 결과

### 1. <D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산> 사업 개요

■ <D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산> 사업의 배경

○ 부평이 역사적으로 지닌 다양성과 개방성을 바탕으로 해외의 대중음악이 국내에 소개되고 보급되는 창구가 되었음. 부평문화재단은 애스컴시티를 중심으로 부평에 꽃을 피운 대중음악의 정체성을 살려 다양한 음악 관련 사업을 진행 중임. 음악동네 뮤직데이, 뮤직게더링, D랩 운영 등의 사업을 통해 사람, 장소, 프로그램 등 지역 문화 생태계의 토대가 되는 자원 개발 및 활성화를 위해 노력하고 있음. 음악 특성화 문화도시를 위해 부평이 지니고 있는 문화적 특성과 음악 자원 등을 활용하여 문화도시로의 발전에 나아가야 함

○ 부평은 지역의 청년 예술인들이 중심이 되어 비주류문화 씬(scene)을 형성해 가고 있음. 부평문화의 거리를 중심으로 전자음악 작업실, 스케이트보드 매장 등이 위치하며 예술인들이 조성한 공간을 기반으로 다양한 활동이 있음. 비주류문화(Sub-Culture) 콘텐츠를 부평구 청년층과 함께 다양한 문화 실험을 할 수 있는 창제작 지원을 통해 사회 경제적 가치를 창출, 지속 가능한 문화도시 기반을 만들 수 있도록 함

■ <D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산>사업은 위 사업 배경을 바탕으로 문화도시 부평 비전체계도 핵심가치 - 창조성, 추진 전략 - 창조적 문화 생산구조에 해당하는 사업임

■ 문화도시 예비사업 단계에서 문화도시 시민교육의 일환으로 '청소년 그래피티 스쿨' 프로그램과 비주류 문화 활성화 프로젝트의 일환으로 '디지털 뮤직랩'을 운영함

■ <D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산> 사업으로 진행된 2021-2023 프로젝트는 다음과 같음

[표 3-1] <D-LAB 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산> 21-23 프로젝트

	2021	2022	2023
축제	언더시티 프로젝트	언더시티 프로젝트	힛 업 더 스트리트
교육프로그램 (강의)	디지털 뮤직랩 교육 ①DJ 클래스 ②VJ 클래스 ③비트메이킹 클래스	디지털뮤직랩 교육 ①DJ 클래스 ②VJ 클래스 ③뮤직 프로덕션 클래스	언더시티 프로젝트 교육 ①그래피티 ②스케이트보드 ③DJ 클래스 ④미디어아트 클래스
교육 프로그램 (기획)	-	문화콘텐츠 기획자 양성사업 <씬 메이커스>	자유학기제 연계 서브컬처 교육 (그래피티, 브레이킹 클래스)
지원사업	①창제작 지원 <씬 앤 굿즈> ②로컬 디지털뮤직 컴필레이션	창제작 지원 <씬앤 굿즈>	창제작 지원 <씬앤 굿즈>
기타			<부평에 그래피티 벽을 허하라>

## 2. 언더시티 프로젝트

### 가. 언더시티 프로젝트 2021

#### ■ 언더시티 프로젝트 2021 사업 개요

- 일 시: 2021년 9월-12월
- 장 소: 부평아트센터 달누리극장, 부평역 지하상가 일대(오프라인), 언더시티 프로젝트 공식 홈페이지, 문화도시 부평 유튜브채널(온라인)
- 슬로건: 서브컬처는 우리의 문화다 “This Culture Yours”
- 프로그램
  - 컨퍼런스 : 기초연설, 케이스 스터디, 토크&인터뷰, 라운드테이블
  - 실험가게 : 온-오프라인 전시, 굿즈 판매, 쇼케이스, 시민체험 프로그램
  - 창작제작 지원: 굿즈 제작지원 공모사업, 로컬 전자음악 컴필레이션 앨범 제작지원
- 주요성과
  - 4개 프로그램, 13회 운영, 총 13,788명 관람, 서브컬처 아티스트 50명 참여
  - 부평을 서브컬처의 선도지역으로 지역 브랜드화하여 부평만의 새로운 미래가치 창출 발판 마련
- 지출금액: 금 254,398,363원

#### ■ 글로벌 컨퍼런스

- 일 시: 2021년 12월 3일(금) 10:00-18:00
- 장 소: 부평아트센터 달누리극장, 언더시티 프로젝트 공식 홈페이지, 문화도시부평 유튜브 채널
- 내 용
  - 국내외 다양한 서브컬처 분야의 스피커들과 함께 색다른 가치를 추구하는 서브컬처와 관련된 지식, 정보, 스토리를 공유하는 컨퍼런스
  - 서브컬처의 정의를 다루는 키노트 스피치와, 도시, 라이프스타일, 기술과 미디어 융합을 주제로 한 케이스스터디, 인터뷰, 라운드테이블 형식의 총 9개 세션 구성
  - 해외 연사 발표는 사전녹화 영상 송출로 대체하고, 국내 연사 발표는 오프라인 현장 발표로 운영 및 온라인 생중계 동시 진행

[표 3-2] 언더시티 프로젝트 2021 컨퍼런스 내용

구분(시간)	연사명	세션 소개
오프닝 스피치 10:00-10:10	최정환	<b>[새로운 언어로 도시를 말한다]</b> 일제강점기와 미군정시기에 군수기지로, 70년대 이후에는 국가주도의 공업도시이자 베드타운이 된 부평에서 서브컬처가 갖는 의미와 전망을 짚어본다.
키노트 스피치1 10:10-10:40	George Lipsitz	<b>[21세기 서브컬처를 정의하다]</b> 기존 서브컬처가 갖고 있던 계급 중심의 담론, 백인중심의 담론에서 벗어나, 새로운 시선으로 현재의 서브컬처를 바라보며 새로운 세대가 이해하고 포용할 수 있는 동시대적 시선으로 하위문화를 재정의한다.
키노트 스피치 2 10:40~11:10)	신현준	<b>[21세기 한국 서브컬처를 정의하다]</b> 서양에서 탄생한 서브컬처의 개념이 한국의 대중문화 역사 속에서

		전개된 양상을 살펴보고, 급변하는 21세기 사회 속에서 나타나는 새로운 서브컬처의 과제와 가능성에 대해 짚어본다.
케이스 스터디 1 11:10~11:40	Juice Aleem	<b>[서브컬처를 통해 바라보는 도시의 새로운 가치들]</b> 영국 버밍엄 도시 재생의 성공 사례로 일컬어지는 영국 버밍엄에서 위험 지역 해소를 위해 적극적으로 활용했던 스트리트 컬처, 그래피티, 디제이, 엠씨, 비보잉이 라는 합합 문화를 페스티벌, 워크숍, 공간 운영 등으로 풀어내며 지역 청년층의 삶을 어떻게 개선하였는지 살펴본다.
케이스 스터디 2 11:40~12:10	Chucky Garcia	<b>[서브컬처를 통해 바라보는 도시의 새로운 가치들 - 콜롬비아 보고타]</b> 빈부 격차가 격심한 도시, 콜롬비아의 보고타에서 하드코어 록이라는 키워드를 가지고 무료페스티벌을 개최하여 소외 계층의 문화 향유를 촉진, 서브컬처를 내세운 음악 페스티벌이 어떻게 도시 사회 개선에 영향을 끼쳤는지 살펴본다.
인터뷰 13:20~14:20	Anita Corbin, AbiRay maker	<b>[서브컬처 라이프 스타일을 포착하다: &lt;Visible Girls&gt;]</b> 80년대와 80년대 서브컬처를 표방하는 일반 영국 여성들의 스타일을 담은 포토 시리즈 '비저블 걸즈(Visible Girls)'. 21세기에 리이슈된 포토 시리즈를 기념하여 작가인 아니타 코빈(Anita Corbin)이 인터뷰를 통해 서브컬처와 여성에 대해 이야기한다.
	Cedric Arnold, AbiRay maker	<b>[서브컬처 라이프 스타일을 포착하다: &lt;Yantra: Sacred Ink&gt;]</b> 아시아 지역에서 서브컬처가 갖는 의미는 무엇일까? 양트로 대표되는 태국의 타투 문화를 사진으로 담은 사진 작가 세드릭 아놀드(Cedric Arnold)와 함께 서양과는 다른 아시아 지역에서의 하위문화적 전통과 향유 방식에 대한 이야기를 들려준다.
라운드 테이블 1 14:20~15:40	유지성, 대구루, 레오다브, 미키킴	<b>[서브컬처 아티스트 태도와 라이프스타일로 표현하다]</b> 음악, 그래피티, 타투 등 다양한 서브컬처 아트 분야에서 활동하고 있는 대표 아티스트들이 참여하여, 서브컬처만의 매력과 가능성, 라이프스타일로서의 가치에 대해 이야기한다.
케이스 스터디 3 15:40~16:10	Pussykrew	<b>[에이 뉴 서브컬처 1: 메타버스에서 창조되는 새로운 신화]</b> 서브컬처는 더 이상 오프라인 스트리트만의 전유물이 아니다. 디지털 조형물과 이머시브 스토리를 활용한 게이밍 아트를 통해 새로운 시대에 진화하는 메타 세계의 모습을 담은 서브컬처 철학을 살펴본다.
케이스 스터디 4 16:10~16:40	노즈 스튜디오	<b>[에이 뉴 서브컬처 대체불가능한 가치]</b> 리얼타임 렌더링 기술을 통해 가상공간 플랫폼을 개발하며, 현실에서는 만들지 못하는 것들로 가상공간 속 전시를 창조해내는 인디 게임의 세계를 살펴본다
라운드 테이블 2 (16:40~18:00)	박지원, 이슬기, 장석중, 정우영, 한규진	<b>[서브컬처를 만난 브랜드와 미디어 - 디깅, 커넥팅, 사우팅]</b> 남다른 라이프스타일을 발견하고, 다른 씬과 연결하고 알리는 사람들. 서브컬처와 브랜드, 미디어의 협력사례를 살펴보고 씬을 지키며 성장을 돕는 문화산업의 순기능을 이야기한다.

■ 팝업전시 실험가게

- 일 시 : 2021.12.03.(금)~12.12.(일) / 9일간 \* 12.07.(화) 지하상가 휴무
- 장 소: 오프라인 : 부평역 지하상가 일대 (부평역 지하상가 F구역 9동, 신부평지하상가 6동), 언더시티 프로젝트 공식 홈페이지 내 가상 전시공간(온라인)
- 내 용
  - 워크숍: 사업참여자 대상 사업 추진방향 및 내용 공유 등을 위한 기획 워크숍
  - 오프라인 팝업전시: 서브컬처 콘텐츠로 구성된 팝업스토어
    - : 인천 로컬 아티스트 3팀의 아트워크 전시 및 굿즈 판매
    - : 굿즈 제작지원사업 선정 아티스트 7인의 아트워크 전시 및 굿즈
    - : 컨퍼런스에 참여한 국내외 아티스트 5인의 작품 전시
  - 시민 체험 및 공연 프로그램 : VR 그래피티, 스케이트보드 등 체험 및 디제잉 공연
  - 온라인 전시 : 가상공간에서 펼쳐지는 실험가게 팝업전시

■ 오프라인 전시 내용

[표 3-3] 언더시티 프로젝트 2021 전시 내용

구분	아티스트 명	주요 내용
초청작가	옥근남	이제는 사라진 휴먼트리(국내 1세대 서브컬처 스트리트 패션 브랜드)를 기리며 만든 추모 그래픽을 프린팅한 침구류 전시
	미키킴	서브컬처 타 장르와 연계해 발표한 일러스트들 중 엄선한 작품 전시
	아니카 코빈	80년대와 80년대 서브컬처를 표방하는 일반 영국 여성들의 스타일을 담은 포토 시리즈 '비저블 걸즈(Visible Girls)' 전시
	푸쉬크루	리얼타임 애니메이션, 포토그래메트리, VR 조형을 배경으로 한 미래적 풍경 속에 젠더, 아이덴티티를 뛰어넘은 유동적인 포스트 휴먼의 신체를 심어 넣어 경이로운 하이퍼리얼리즘의 디지털 세계 전시
	노즈스튜디오	시각을 후각화하며 후각을 시각화한 향수 시리즈 'ㄱㄹ' 전시
로컬 아티스트	김태연	'디제이의 작업실'을 컨셉으로 디제잉, 전자음악을 소개하고 경험할 수 있는 체험형 전시
	라이언	스케이트보드 문화 소개 및 아트워크 전시 및 굿즈 판매
	LAC Graffiti Studio	그래피티 아트부터 스트리트 문화와 대한민국의 역사, 문화를 소재로 한 아트워크 전시 및 굿즈 판매
굿즈 제작 지원사업 선정 아티스트	홍가람&한철희	MZ세대의 새로운 라이프 스타일을 반영하고 동시대의 휴머니티를 상징하는 아트워크&피지컬 레코드를 찾고 소유 하는 것에 대한 즐거움 캠페인과 굿즈 전시 및 판매
	쏟애플 &아월	흥내 낼 수 없는 독특한 감성의 가사와 몽환적인 사운드의 밴드 쏘애플&몽환적인 음악과 감각적인 가사가 특징인 4년차 밴드 아월의 아트워크를 활용한 굿즈 전시 및 판매
	이희서&청화	고양이를 모티브로 서브컬처의 대표적인 장르인 스케이트보드와 그래피티 표현&낙서화로 창조된 캐릭터 굿즈 전시 및 판매
	송주형	렌티큘러 프린팅 기법을 활용하여 시공간이 다르게 채집된 자연 이미지와 도시와 자연이 공존하는 이상적 도시환경에 대한 이미지 전시 및 굿즈 판매

■ 시민 체험 및 공연 프로그램

[표 3-4] 언더시티 프로젝트 2021 시민 체험 및 공연 프로그램

구분	일시 및 장소	주요 내용
오프닝 행사	12.03.(금) 18:30~19:30 부평역 지하상가	[DJING 공연] 로컬 아티스트 '김태연', Zudiex의 DJING 공연 [MR 그래피티 퍼포먼스] 그래피티 아티스트 '레오다브'의 VR 그래피티 퍼포먼스
아티스트 워크숍 IN 지하상가	12.04.(토)~05.(일), 11.(토)~12.(일)	[MR 그래피티 클래스] 쉽게 접하기 힘든 그래피티 아트를 VR 공간에서 실제와 가장 비슷한 방식으로 체험하는 프로그램(일 2회, 회차당 2명) [픽셀아트 클래스] 작은 타일들을 배치하여 자신만의 작품을 만드는 픽셀아트 체험 프로그램(일 1회, 회차당 6명)
	12.05.(일) 14:00~16:00 아트센터 구름광장	[스케이트보드 클래스] 스케이트보드 기초 이론 및 동작을 배워볼 수 있는 스케이트보드 체험 프로그램, 강습용 스케이트보드 무료대여(회, 20명)
상설체험 프로그램	12.04.(토)~05.(일), 11.(토)~ 12.(일) 부평역 지하상가	[Ding 공연] 로컬DJ 및 디지털뮤직교육 프로그램 <DJ 클래스가 천사화한> 수강생들의 DJING 공연
		[Ming 체험] 음에 맞춰 영상을 제어하고 이펙트를 넣어 컨트롤해보는 VJING 체험 프로그램

■ 사업 전반에 대한 평가 - 우수한 점

- 부평을 서브컬처의 선도지역으로 지역 브랜드화하여 부평만의 새로운 미래가치창출 발판 마련
  - 서브컬처의 학문적인 이야기부터 도시재생 사례, 현재 서브컬처 분야에서 활동하고 있는 국내외의 아티스트, 기획자, 미디어 담당자 등 각기 다른 분야와 장르에서 종사하는 사람들과의 담론의 장을 형성하며 서브컬처를 주제로 한 최초의 컨퍼런스를 진행
  - 컨퍼런스를 통해 부평의 서브컬처가 도시와 삶을 변화시키는 새로운 주체가 될 수 있는 가능성 모색할 수 있었으며, 서브컬처를 매개로 한 문화적 실험을 통해 서브컬처가 단순 장르를 떠나 라이프 스타일로 확장되는 발판 마련
- 서브컬처 장르에 대한 다양한 연령층의 관심 유도 및 서브컬처 장르 인식 확대
  - 서브컬처 소개, 서브컬처 관련 공간, 인물, 행사, 브랜드 소개 등 서브컬처 장르 이해를 위한 기획 콘텐츠 게시 등의 적극적인 마케팅 활동을 통해 서브컬처에 대한 인식 확대
  - 최근 MZ세대들에게 각광받는 서브컬처에 대한 주제를 통해 20~30대 시민들과의 공감대 형성. 뿐만 아니라 청소년 및 가족 대상 시민 체험 프로그램 운영을 통해 10대부터 50대까지 다양한 연령층의 참여 유도, 대기접수까지 마감되는 등 높은 관심과 참여를 보임
  - 온라인 가상전시, 컨퍼런스 온라인 생중계를 통해 현장에 오지 못하는 타 지역주민들에게도 관람기회를 제공하였음
- 지역 상권 내 문화적 활성화 도모 및 문화 창업 생태계 마련
  - 부평역 지하상가와 협업하여 코로나19의 여파로 발생하는 부평역 지하상가 공실을 활용하여 사업 운영, 기존의 오프라인 매장 형태와 다른 방식으로 접근함으로써 지역 상권 내 문화적 활성화 도모
  - 서브컬처 아티스트들의 콘텐츠를 상품화하고 진출할 수 있도록 지원함을 통해 실험적인 문화 창업 생태계 마련

■ 사업 전반에 대한 평가 - 시사점 및 개선사항

- 사업장소 및 형태 모색 필요

- 팝업전시 실험가게를 진행했던 부평역 지하상가 공실 임대는 장기 임대인에게 우선권이 있어, 단기 임대의 경우 사전점유가 불가하고 임대기간으로부터 2주전 확정 가능하여 사업의 기획 단계에서는 임대구역 및 공실 수를 담보할 수 없음
- 2021년의 경우, 기획시점에서의 공실을 확인하고 세부내용을 구상하였으나 그 사이 점포가 들어서 당초 계획한 공실 수의 1/2정도만 임대할 수 있었고, 이에 따라 행사 규모 및 내용을 급히 축소하여 운영함
- 사업장소가 확정되지 않은 상태로 사업을 기획하고 홍보하기에는 무리가 있는 것으로 판단되며, 기획 단계부터 확정할 수 있는 장소를 모색하고자 함
- 또한, 컨퍼런스, 전시, 체험, 마켓 등 다양한 프로그램을 한 자리에서 복합적으로 운영하는 형태로 추진함을 통해 행사의 다양화 추진

## 나. 언더시티 프로젝트 2022

### ■ 언더시티 프로젝트 2022 사업 개요

- 일 시: 2022년 7월-11월
- 장 소: 부평아트센터 달누리극장·야외극장, 부평역 일대
- 슬로건: 서브컬처의 유쾌한 소동, "Make scene yourself"
- 프로그램

[표 3-5] 언더시티 프로젝트 2022 프로그램

구분	일시	장소	세부프로그램
글로벌 컨퍼런스 [씬:씬]	09.17.(토) ~ 09.18.(일) 14:00 ~ 18:00	부평아트센터 달누리극장	전문가 인터뷰, 라운드 테이블
스트리트 페어 [자라라]	09.17.(토) ~ 09.18.(일) 13:00 ~ 21:00	부평아트센터 야외광장, 부평역 일대	서브컬처 굿즈 팝업스토어, 스케이트보드 대회, 힙합공연, 서브컬처 원데이 체험, 전자음악 교류, 네트워킹 파티, 홍보관
창제작 지원	07. ~ 09.	디지털뮤직랩 등	씬앤굿즈 제작지원
결과워크숍	11.21.(월) 15:00	문화의거리 내 창고재즈펍	2022 언더시티 프로젝트 결과워크숍

- 주요성과
  - 4개 프로그램, 6회 운영, 총 3,000명 관람, 서브컬처 아티스트 103명 참여
  - 서브컬처 로컬 씬(Scene) 발굴 및 지역 선순환구조 확보
- 지출금액: 금 422,811,724원
- 글로벌 컨퍼런스 [씬:씬]
- 일 시: 2022년 09월 17일(토) ~ 18일(일) 14:00 ~ 18:00

- 장 소: 부평아트센터 달누리극장
- 내 용
  - 국내외 다양한 서브컬처 분야의 스피커들과 함께 색다른 가치를 추구하는 서브컬처와 관련된 지식, 정보, 스토리를 공유하는 컨퍼런스
  - 지역에서 일어나는 씬의 현재와 현실을 주제로 도시와 서브컬처의 만남이 가져온 사회적 임팩트를 소개하고 한국의 현재를 진단

[표 3-6] 언더시티 프로젝트 2022 컨퍼런스 내용

구분(시간)	연사명	세션 소개
오프닝 공연 9/17(토) 14:00-14:20	살라만다	전자음악 프로듀싱 그룹 '살라만다'의 오프닝 공연
오프닝 공연 9/18(일) 14:00-14:20	해파리	얼트 일렉트로닉 듀오 '해파리'의 오프닝 공연
전문가 인터뷰1 9/17(토) 14:20~15:10	루츠 라이센링, 박준우	<b>[베를린 클럽 커미션 : 씬에서 문화유산으로]</b> 클럽컬처는 베를린을 사회/문화/경제적으로 풍요롭게 만들어 준 문화자산이다. 2000년에 설립된 베를린클럽 커미션은 140개가 넘는 클럽과 페스티벌, 파티, 문화행사 기획자들을 멤버로 둔 비영리 협회로, 독일 전역에 걸쳐 형성된 클럽 컬처의 길잡이를 자처한다. 베를린 클럽 커미션을 통해 서브컬처가 어떻게 도시문화의 유산으로 그 가치를 인정받게 되었는지 알아본다.
전문가 인터뷰 2 9/18(일) 14:20~15:10	마리 바르누앙 박준우	<b>[파리 Boulevard Paris 13 : 예술가와 갤러리, 구청과 구민이 함께 일군 문화자산]</b> '회색 도상'으로 알려진 프랑스 13구에 스트리트 아트에 특화된 갤러리 이티네랑스가 문을 열면서 예술가와 관공서가 함께 손을 잡고 예술 프로젝트를 시작했다. 철거 예정이었던 10층 아파트'라 투르 13'한 동 전체를 100여 명의 스트리트 아티스트에게 분양하여 각자의 스타일로 그래피티, 벽화 등을 남겨 폐건물을 하나의 작품으로 완성하여 전 세계에서 사람들이 모이는 관광 명소로 변모하였다. 성공 사례를 통해 예술가와 지자체, 시민이 함께 문화자산을 만들어낸 과정을 알아본다.
라운드 테이블 1 9/17(토) 15:20~16:35	이종범, 헥스터, 김태연, 한철희	<b>[인천의 컬처 커뮤니티: 도시문화로서의 잠재성]</b> 인천은 타지역 사람들에게 지역적으로는 '서울의 옆 동네', 문화적으로는 '거칠고 세련되지 않은' 이미지를 지닌다. 하지만 인천에서도 서브컬처를 중심으로 자신만의 개성을 가지고 주변 문화를 일구는 사람들이 있다. 이들을 통해 인천의 새로운 문화적

		가치와 발전, 보존을 이야기한다.
라운드 테이블 2 9/17(토) 16:45~18:00	이대화, 줄리안, 수퍼플라이, DJ 코난	<b>[홍대와 이태원의 음악과 춤: Dancing People Are Never Wrong]</b> 인디하면 홍대, 클럽하면 이태원. 한국에서도 서브컬처와 비주류 음악을 대표하는 동네가 있다. 서브컬처를 향유하던 예술가들이 자연스럽게 모여들어 인디 씬을 형성하고 자리를 잡아 자유롭게 대안적인 예술 활동의 본거지라는 이미지를 갖고있는 홍대 지역. 미군 부대와 다문화 밀집 지역으로 한국에선 볼 수 없는 바이브로, 90년대부터 댄스음악 씬의 발원지가 되며 지금까지도 클럽 컬처를 대표하는 지역으로 남은 이태원. 홍대와 이태원의 서브컬처 씬에서 음악과 춤을 사랑하는 사람들이 지역과 관계 맺으면서 고군분투했던 이야기를 들어보자.
라운드 테이블 3 9/18(일) 15:20~16:35	송근엽, 완다, 이영호, 김민호	<b>[멋의 탈중앙화: 지역에서 서브컬처 한다는 것]</b> 한국은 대부분 문화 자원이 서울에 집중되어 있다. 이런 환경에서 각 지방의 도시에서 서브컬처로 먹고 산다는 건 어떤 것일까? 게다가 서브컬처 씬과 커뮤니티를 만들고 지키는 건 서울에 있는 사람보다 훨씬 더 큰 사명감을 요구하기도 한다. 그럼에도 불구하고, 서울에서도 보지 못한 것으로 각 지역에서 대체불가한 서브컬처 브랜드를 구축한 사람들을 만나보자.
라운드 테이블 4 9/18(일) 16:45~18:00	차우진, 유준, 도이, GR1	<b>[냉정과 열정 사이: 서브컬처 씬의 규제와 지원]</b> 문화 예술 씬은 실력 있는 예술가와 기획력이 좋아 기회를 만들어 줄 수 있는 행정가, 거기에 거주민의 협조와 응원, 그리고 외부인의 관심까지 모두 뒷받침 되어야 성공적으로 운영이 가능하다. 서브컬처가 멋지다는 건 모두가 알고 있지만, 그들만의 리그로 끝나지 않고 지역과 사회의 가치로 인정하고 독려하기까진 여전히 길이 멀다. 반달리즘으로 치부되는 그래피티, 여전히 불법인 타투, 공공 광장을 쓰지 못하는 스케이트 보더 등 제한된 환경 속에서 꽃피지 못하는 서브컬처 씬과 함께 성장하는 방법은 없을까?

■ 스트리트 페어 <자라라(JARARA)>

- 일 시: 2022년 09월 17일(토) ~ 18일(일) 13:00 ~ 21:00
- 장 소: 부평아트센터 부평아트센터 야외광장
- 내 용
  - 동시대 서브컬처의 다양한 현재를 확인할 수 있는 전시, 공연, 체험 프로그램 운영
- 프로그램별 세부 내용

[표 3-7] 언더시티 프로젝트 2022 스트리트 페어 프로그램

구분	일시	세부프로그램																																																																																							
팝업스토어 실험가게	9/17(토) ~ 9/18(일) 13:00~19:00	<p>인천을 포함, 한국 서브컬처 씬에서 활동하는 크루와 브랜드의 머천다이즈와 씬앤굿즈 제작 지원사업 선정 아티스트들의 오리지널 굿즈까지 둘러보고 구매할 수 있는 팝업스토어</p> <p>· 지역 크루 및 브랜드</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>팀명</th> <th>주요내용</th> <th>판매품목</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>라이엇 스케이트</td> <td>스케이트보드 크루</td> <td>스케이트보드 용품 등</td> </tr> <tr> <td>슬로스 레코드</td> <td>DJ, 레코드바</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>LAC 스튜디오</td> <td>그래피티 크루</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>더존매터</td> <td>복합문화공간</td> <td>액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>빅웨이브</td> <td>하와이 컨셉 의류 브랜드</td> <td>라이프 스타일 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>서프코드</td> <td>서핑샵</td> <td>라이프 스타일 굿즈 등</td> </tr> </tbody> </table> <p>· 초청 크루 및 브랜드</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>팀명</th> <th>주요내용</th> <th>판매품목</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>비슬라 매거진</td> <td>서브컬처 매거진</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>헬리콥터 레코즈</td> <td>인디 레이블</td> <td>음반, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>잭슨파마</td> <td>부산 최초 바버샵</td> <td>의류 등</td> </tr> <tr> <td>우주만물</td> <td>크리에이터 브랜드</td> <td>의류, 서적 등</td> </tr> <tr> <td>신도시</td> <td>인디 공연장</td> <td>의류, 서적 등</td> </tr> <tr> <td>미도파</td> <td>음악 콘텐츠 브랜드</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>지미홍</td> <td>영국 서브컬처 컨셉 브랜드</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>노우 웨이브</td> <td>서브컬처 커뮤니티 플랫폼</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> </tbody> </table> <p>· 씬앤굿즈 제작 지원사업 선정 크루</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>팀명</th> <th>주요내용</th> <th>판매품목</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BAN</td> <td>그래피티 크루</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>MKP</td> <td>스케이트보드 크루</td> <td>의류, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>ScIT</td> <td>그래픽 디자인</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>side.st</td> <td>그래픽 디자인</td> <td>의류, 액세서리 등</td> </tr> <tr> <td>Though</td> <td>흑인음악 기반 음악듀오</td> <td>의류, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>오늘의 구조</td> <td>문화기획자</td> <td>의류, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>오븐</td> <td>힙합 프로듀서</td> <td>의류, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>윤산</td> <td>회화 아티스트</td> <td>의류, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>윤쟁</td> <td>일러스트레이터</td> <td>의류, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>디.씨.엘</td> <td>네오팝 아트 작가</td> <td>의류, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>한국소년</td> <td>네오팝 아트 작가</td> <td>의류, 굿즈 등</td> </tr> <tr> <td>후연</td> <td>일러스트레이터</td> <td>라이프스타일 굿즈 등</td> </tr> </tbody> </table>	팀명	주요내용	판매품목	라이엇 스케이트	스케이트보드 크루	스케이트보드 용품 등	슬로스 레코드	DJ, 레코드바	의류, 액세서리 등	LAC 스튜디오	그래피티 크루	의류, 액세서리 등	더존매터	복합문화공간	액세서리 등	빅웨이브	하와이 컨셉 의류 브랜드	라이프 스타일 굿즈 등	서프코드	서핑샵	라이프 스타일 굿즈 등	팀명	주요내용	판매품목	비슬라 매거진	서브컬처 매거진	의류, 액세서리 등	헬리콥터 레코즈	인디 레이블	음반, 굿즈 등	잭슨파마	부산 최초 바버샵	의류 등	우주만물	크리에이터 브랜드	의류, 서적 등	신도시	인디 공연장	의류, 서적 등	미도파	음악 콘텐츠 브랜드	의류, 액세서리 등	지미홍	영국 서브컬처 컨셉 브랜드	의류, 액세서리 등	노우 웨이브	서브컬처 커뮤니티 플랫폼	의류, 액세서리 등	팀명	주요내용	판매품목	BAN	그래피티 크루	의류, 액세서리 등	MKP	스케이트보드 크루	의류, 굿즈 등	ScIT	그래픽 디자인	의류, 액세서리 등	side.st	그래픽 디자인	의류, 액세서리 등	Though	흑인음악 기반 음악듀오	의류, 굿즈 등	오늘의 구조	문화기획자	의류, 굿즈 등	오븐	힙합 프로듀서	의류, 굿즈 등	윤산	회화 아티스트	의류, 굿즈 등	윤쟁	일러스트레이터	의류, 굿즈 등	디.씨.엘	네오팝 아트 작가	의류, 굿즈 등	한국소년	네오팝 아트 작가	의류, 굿즈 등	후연	일러스트레이터	라이프스타일 굿즈 등
		팀명	주요내용	판매품목																																																																																					
		라이엇 스케이트	스케이트보드 크루	스케이트보드 용품 등																																																																																					
		슬로스 레코드	DJ, 레코드바	의류, 액세서리 등																																																																																					
		LAC 스튜디오	그래피티 크루	의류, 액세서리 등																																																																																					
		더존매터	복합문화공간	액세서리 등																																																																																					
		빅웨이브	하와이 컨셉 의류 브랜드	라이프 스타일 굿즈 등																																																																																					
		서프코드	서핑샵	라이프 스타일 굿즈 등																																																																																					
		팀명	주요내용	판매품목																																																																																					
		비슬라 매거진	서브컬처 매거진	의류, 액세서리 등																																																																																					
헬리콥터 레코즈	인디 레이블	음반, 굿즈 등																																																																																							
잭슨파마	부산 최초 바버샵	의류 등																																																																																							
우주만물	크리에이터 브랜드	의류, 서적 등																																																																																							
신도시	인디 공연장	의류, 서적 등																																																																																							
미도파	음악 콘텐츠 브랜드	의류, 액세서리 등																																																																																							
지미홍	영국 서브컬처 컨셉 브랜드	의류, 액세서리 등																																																																																							
노우 웨이브	서브컬처 커뮤니티 플랫폼	의류, 액세서리 등																																																																																							
팀명	주요내용	판매품목																																																																																							
BAN	그래피티 크루	의류, 액세서리 등																																																																																							
MKP	스케이트보드 크루	의류, 굿즈 등																																																																																							
ScIT	그래픽 디자인	의류, 액세서리 등																																																																																							
side.st	그래픽 디자인	의류, 액세서리 등																																																																																							
Though	흑인음악 기반 음악듀오	의류, 굿즈 등																																																																																							
오늘의 구조	문화기획자	의류, 굿즈 등																																																																																							
오븐	힙합 프로듀서	의류, 굿즈 등																																																																																							
윤산	회화 아티스트	의류, 굿즈 등																																																																																							
윤쟁	일러스트레이터	의류, 굿즈 등																																																																																							
디.씨.엘	네오팝 아트 작가	의류, 굿즈 등																																																																																							
한국소년	네오팝 아트 작가	의류, 굿즈 등																																																																																							
후연	일러스트레이터	라이프스타일 굿즈 등																																																																																							
미니 스케이트 파크	9/17(토) 14:00~18:00	지역 스케이트보드 크루 라이엇과의 협력 이벤트로 '베스트 트릭 콘테스트'와 '캐시 포 트릭스' 등 운영																																																																																							
그래피티 라이브 페인팅	9/07(수) 18:00~19:00	언더시티 프로젝트 사전 홍보를 위해 부평 문화의거리 야외무대에서 LAC 그래피티 스튜디오의 필름지를 활용한 그래피티 라이브 페인팅 진행																																																																																							
	9/17(토) 14:00~19:00	인천 그래피티 아티스트들과 타지역 그래피티 아티스트의 콜라보레이션 라이브 페인팅으로 인천 그래피티 크루 LAC 그래피티 스튜디오와 ORIGINAL PUNX의 콜라보 라이브페인팅																																																																																							
블록파티	9/17(토) 19:00~21:00	힙합, 알앤비 뮤지션과 함께하는 리얼 스트리트 콘서트로 인천 기반 레이블 소속 아티스트 쿤디판다, 최엘비, 손 심바, 디젤, 으네 참여																																																																																							
전자음악 교류	9/08(목) 19:00~21:00	인천 지역의 전자음악 아티스트들과 타지역 전자음악 아티스트들간의 교류 프로그램으로 전자음악 아티스트 김태연, DJ보울컷, 코다, 텐거, 피에르 블랑쉐 참여																																																																																							
	9/18(일) 19:00~21:00	전자음악 대표 채널인 링크티비를 통해 그들만의 전자음악 세계 그리고 그들이 생각하는 '씬'에 대한 이야기를 나누는 토크형식의 라이브 세션 진행																																																																																							
라이브	9/17(토) ~	각양각색의 전자음악 라이브를 통하여 현재 전자음악 씬의 흐름을 확인할 수 있는 공연 진행																																																																																							
라이브	9/17(토) ~	2021 디지털뮤직랩 수강생 및 국내 로컬 디제이들의 라이브 디제이 공연으로																																																																																							

디제잉 공연	9/18(일) 13:00~19:00	LIM, JONY, NUKID 등 9명 출연
서브컬처 원데이 체험	9/17(토)~18(일) 13:00~19:00	실크스크린 티셔츠 만들기(실크스크린 아티스트 DEKAL), 그래피티(LAC 그래피티 스튜디오), 스케이트보드(라이엇) 등 시민 누구나 참여할 수 있는 원데이 체험 운영
네트워킹 파티	9/17(토) 19:00~21:00	참여 아티스트&크리에이터, 문화도시 관계자 등과 서브컬처를 매개로 다양한 의견을 교류하는 네트워킹 파티 (장소 : 부평 문화의거리 내 레코드바 슬로스)
홍보관	9/08(목)~18(일) 10:00~22:00	언더시티 프로젝트 사전 홍보를 위해 부평역 지하상가 내 홍보관을 조성하여 언더시티 프로젝트 소개 및 방문 인증샷 이벤트 진행

■ 사업 전반에 대한 평가 - 우수한 점

○ 서브컬처 로컬 씬(Scene) 발굴 및 지역 선순환구조 확보

- 지역 내 서브컬처를 기반으로 활동하는 크루 및 아티스트들의 지지와 참여로 로컬 씬 기반 마련
- 뿐만 아니라 타 지역에서 활동하고 있는 국내 로컬 서브컬처 크루 및 아티스트들의 참여를 유도하여 서브컬처 네트워킹 형성
- 향후 문화도시부평의 창조적 라이프스타일을 발현해낼 자발적인 주체로 협력할 수 있도록 지원, 촉진

○ 부평만의 새로운 도시문화 정체성을 형성하며 서브컬처를 통한 창조도시로의 전망 확보

- 컨퍼런스, 공연, 마켓, 전시 등을 통해 서브컬처의 현재 흐름과 트렌드 등을 한눈에 확인할 수 있는 아카이빙의 장을 마련하며 서브컬처를 다양식으로 조명
- 특히, 씬을 키워드로 하며 도시와 서브컬처의 만남이 가져온 사회적 임팩트를 소개하고 한국 특히 부평의 현재를 진단
- 누구나 자유롭게 즐기고 실험할 수 있는 혁신성을 가진 서브컬처의 특성을 통해 부평이 가지고 있던 기존의 이미지를 재고하며 새로운 도시문화 정체성 형성
- 타 기관 및 재단에서는 자주 소외되어 온 분야인 서브컬처를 조명하고 접근한 데 의미있는 시도라는 평가를 받으며 수도권뿐만 아니라 지방 아티스트, 유관기관 관계자 등 전국적인 차원에서의 공감과 연대를 얻음

■ 사업 전반에 대한 평가 - 시사점 및 개선사항

○ 서브컬처의 특색과 다양함을 대중에게 선보일 수 있는 장소적 한계

- 기존 실험가게를 진행했던 부평역 지하상가의 경우 코로나 완화에 따른 상권 활성화로 임대가능한 공실 수 부족 및 단기임대의 경우 사전점유가 불가능함에 따라 사업 운영에 제약이 있음을 확인함
- 또한 공연, 마켓, 체험 등 다양한 프로그램을 한 자리에서 복합적으로 운영하는 스트리트 페어로의 확장 운영을 계획함에 따라 새로운 운영장소를 모색하던 중, 평리단길 내 지상 주차장 공간을 임대하여 운영하기로 상호협약하여 추진하였으나 사업 운영 1달 전 임대인의 갑작스러운 단순변심으로 무산됨
- 평리단길 내에는 적합한 장소가 없어, 부평아트센터 야외광장을 활용하여 사업을 운영하였음
- 부평아트센터의 경우 넓은 공간을 활용할 수 있어 스케이트보드 대회 등 밀집지역에서는 진행할 수 없는 색다른 프로그램을 선보일 수 있었고, 특히 컨퍼런스와 스트리트 페어를 연결시키고 스트리트 페어 내 다양한 프로그램이 결합해 사업을 일체화 시킬 수 있었음
- 하지만 위치가 일반 시민들이 접근하기 어렵다는 한계가 있어 사업의 주요 대상이었던 청년층의 유입이 쉽지 않았으며, 사업을 알고 있는 시민과 인근 아파트 거주 가족들만 행사장을 방문하여 전반적인 참여율은 기대에 미치지 못함

- 서브컬처라는 장르의 인식이 낮은 상황 속에서 대중이 밀집되어있어 누구나 쉽게 접근할 수 있는 공간이자 서브컬처만의 특색과 다양함을 선보일 수 있는 적합한 공간을 새롭게 모색해야함
- 서브컬처에 대한 다양한 연령층의 관심 및 참여 유도 필요
  - 매니아층, 청년층뿐만 아니라 청소년 및 가족 대상 프로그램 마련을 통해 다양한 연령층의 관심 및 참여 유도 필요
  - 아직은 서브컬처가 낯선 시민들을 위해 서브컬처를 쉽게 이해시킬 수 있는 방안 마련
  - 서브컬처에 대한 접근성을 높이기 위해 교육, 체험 등을 통한 상시적인 프로그램 운영 필요

## 다. 핫 업 더 스트리트 2023

- 2023 언더시티 프로젝트 X 부평르네상스페스타 핫 업 더 스트리트(Heat up the Street)
  - 일 시: 2023.07.29.(토) 13:00 ~ 24:00
  - 장 소: 부평역 시장로, 평리단길 일대
  - 슬로건: 뜨겁고 짜릿한 서브컬처의 유쾌한 소동 “HOT VIBES ONLY”
  - 내 용: : 문화도시조성사업 <D-Lab 및 비주류문화기반의 로컬임팩트확산>에 근거하여 서브컬처 분야 (공연, 디제잉, 스케이트보드 대회, 굿즈 팝업스토어, 체험)의 영향력 확산을 위한 스트리트 페스티벌을 상권 르네상스 사업과 협력해 추진
  - 주요성과
    - 관람객 20,237명, 참여예술가 70명
    - 서브컬처 로컬 씬(Scene) 발굴 및 지역 선순환구조 확보
  - 지출금액: 금 191,883,090원
- 언더시티 프로젝트 프로그램

### Heat Up the Street 핫 업 더 스트리트 2023

우리가 좋아하는 것들로 채워지는 거리  
 뜨겁고 짜릿한 스트리트 페스티벌  
 공연, 스케이트보드 대회, 디제잉, 블록파티, 그래피티, 서브컬처 체험  
**거리로 나온 '언더시티 프로젝트'**  
 익숙한 거리가 서브컬처를 입고 한층 더 멋져진다!  
 재미있어서 좋아하고 좋아해서 진심인 서브컬처가 궁금한 사람, 모여라!

[표 3-8] 핫 업 더 스트리트 <언더시티 프로젝트 2023> 프로그램

구분	일시	세부프로그램
팝업스토어 실험가게	07/29. (토) 14:00~19:00	씬앤굿즈 제작 지원사업 선정 아티스트와 인천을 대표하는 로컬브랜드의 굿즈 전시 및 판매(참여아티스트 10팀)
그래피티 라이브 페인팅	07/29.(토) 14:00 ~ 18:00	거리 한가운데 설치된 오브제의 12면에 월(Wall)을 활용하여 실시간 그래피티 페인팅(LAC 그래피티 스튜디오)
DJ 스테이지	07/29.(토) 14:00 ~ 18:00	부평 등 서브컬처 씬에서 활발하게 활동하고 있는 다양한 로컬 DJ들의 라이브 디제잉(DJ Bowlcut, SGSY, T.T.E & KARLLLL, Sina Hill)

미니 스케이트 파크	07/29.(토) 15:00 ~ 18:00	누구나 즐길 수 있는 프리 스케이트링, 보더들을 위한 스케이트보드 대회 개최
체험 워크숍	07/29.(토) 13:00 ~ 19:00	시민 대상 타투, 페이퍼 컬러링, 실크스크린, 그래피티 체험 이벤트 진행 오피움 타투(타투), 오리지널 핑크(페이퍼 컬러링), 머치아웃(실크스크린), LAC 그래피티 스튜디오(그래피티)
문화도시부평 이벤트 부스	07/29.(토) 14:00 ~ 19:00	시민회 가입 및 만족도조사 이벤트 진행
오픈토크1	07/29.(토) 13:00 ~ 15:00 카페묵음	<b>[언더시티 프로젝트 그 후]</b> 문화도시부평에서 진행했던 서브컬처 프로젝트를 돌아보고 각 참여자들과 함께 작업의 의미와 문화의 가치를 되새겨본다.
오픈토크2	07/29.(토) 15:15 ~ 16:30 카페묵음	<b>[동네의 거리에서 탄생한 미래: 서브컬처가 업이 되기까지]</b> 독특한 감각과 스타일로 업계에서 가장 주목 받고 있는 예술가이자 기획자들을 만나 제도권 밖에서 경험할 수 있었던 던 어린 시절의 체험 이 현재의 직업과 정체성으로 확립될 수 있었던 던 이야기를 들어본다.
기획전시	7/29.(토) 14:00 ~ 19:00 아트스페이스 실	<b>[B-1]</b> 부평이 이끌어난 한국의 클럽컬처에서 나아가 부평 언더그라운드에서 만들어진 클럽의 이미지를 새롭게 그려나가는 전시 진행
애프터 파티	7/29.(토) 19:00 ~ 24:00 슬로스 레코드 바	언더시티 프로젝트 공식 애프터파티로, 시대적으로는 디스코부터 하우스를, 공간적으로는 미국의 뉴욕과 시카고부터 이탈리아와 독일까지의 언더그라운드 댄스음악으로 흥겨운 파티 진행
르네상스페스타 *르네상스센터 주관	7/29.(토) 13:00 ~ 23:00	공연, EDM 파티 및 ESG 문화체험 진행 지울팍, 마미손, 38sun, 반달락 등

## ■ 사업 전반에 대한 내부 평가

### ○ 르네상스센터

- 사업수행 시 발생한 다수의 문제 발생의 책임 동의, 위탁과 추진 담당 부서의 협력이 미흡하고 각 부서의 성과 목표가 다른 부분이 가장 큰 문제의 시작으로 보고 있음
- 부정적 결과만이 아닌, 지역에서 2개의 지원사업을 통합하여 큰 축제로 이끈 처음 시도된 사업이라는 측면에서는 매우 고무적이라 여기고 있으며 부평구문화재단 직원을 비롯해 협력 연출로 이어지는 분들의 역량으로 지역에서 처음 선보인 구조물의 형태와 기획의 역량은 높이 사고 있음
- 최대의 효과를 도모하지 못한 부분은 끝내 아쉬움으로 남으며 서로 다른 지향점을 가진 두 부서의 사업으로 지속성을 담보할 수 없어 차후의 결합은 어렵다고 판단하고 있음

### ○ 문화도시센터

- 태생적 사업 목표가 다른 두 사업 간의 결합은 긍정적으로 평가하고 있음. 그러나 경쟁 입찰을 통한 용역 발주 사업과 전문가 기획 집단 간 이해충돌에 대한 대비로 마련했던 지역사회 합의가 원활하지 못했음. 문화도시 사업이 시민의 자발적 참여로 시민적 성장과 문화도시 인식 확대로 이어지는 문화력 성장을 위해서는 일반 시민과 상인을 구분하지 않고 지역사회와 논의를 거쳐 합의되는 과정은 매우 중요했음에도 간과된 부분은 많은 아쉬움으로 남음
- 문화도시가 지향하는 서브컬처 사업 관련자가 부평상권르네상스 사업 구역 내 공간들을 운영하고

- 있어 결합하고자 하였으며 지역의 청소년, 청년에게 부평이라는 도시가 유흥의 놀거리만이 아닌, 다양한 문화예술적 활동이 가능한 도시라는 것을 공유하기 위해 도로를 막고 차별적 구조물을 선보이고 서브컬처 장르의 콘텐츠를 소개한다는 취지에는 어느 정도 부합하였다고 판단하고 있음
- 지역의 예술가들이 관련물품 제작과 판매를 실현하는 실험적 행위가 부평 도심에 펼쳐졌다는 것에도 긍정적 피드백을 얻었음. 많은 금액은 아니지만, 매출로 인한 경제적 성과의 가능성으로 평가하고 있음
  - 향후 이와 같은 기회는 두 부서 모두 어려운 것이 현실이지만 2023년 실행했다는 것과 잘된 부분과 아쉬운 부분은 어느 사업이나 다르지 않기에 그 시도 또한 좋게 평가되어야 한다고 보고 있음

### 3. 교육 및 기타 프로그램

#### 가. 교육 및 기타 프로그램 2021

##### 1) 2021 디지털뮤직랩 교육 프로그램 및 워크숍

- 일 시: 2021.08~12
- 장 소: 디지털 뮤직랩(D-Lab)
- 추진실적: 총 64명 수강, 9개 프로그램, 42회 운영
- 주요성과: 서브컬처 기반 창작 플랫폼 환경 조성, 서브컬처 교육 프로그램의 전문성 및 지속성 강화
- 집행금액: 금23,669,615원
- 프로그램 주요 내용

[표 3-9] 2021 디지털 뮤직랩 교육 프로그램 및 워크숍

구분	프로그램명	운영기간	주요내용	수강인원
정규교육 프로그램	VJ클래스	08.04~09.29 8회	라이브 VJING에 필요한 기술 교육 프로그램	성인 4명
	DJ클래스 기초반	08.05~09.23 8회	디제이 초보자를 위한 교육 프로그램	성인 8명
	DJ 클래스 심화반	09.28~11.16 8회	디제잉 스킬 강의 등 디제인 전문 교육 프로그램	성인 8명
	전자음악 비트메이팅	11.04~12.23 8회	미디프로그램(Ableton Live)을 활용한 프로듀싱 및 사운드	성인 10명
연계교육 프로그램	전자음악 비트메이킹	10.23~11.20 4회	디자인 기초교육 프로그램	청소년 8명
	에이블톤으로 만드는 전자음악	08.31 1회	미디프로그램(Ableton Live)을 활용한 전자음악 체험 연수	교원연구공동체 교사 4명
	청소년 전자음악교육	07.27~07.29 3회	전자음악의 다양한 장르 교육 프로그램	청소년 4명
워크숍	서브컬처 이야기	09.04 1회	국내외 언더그라운드 뮤직 컬처의 역사와 사례발표	성인 8명
	DJXVI 수강생 발표공연	10.08 1회	VJ 및 DJ 클래스 기초반 수강생 발표공연	성인 10명

## 나. 교육 및 기타 프로그램 2022

### 1) 2022 디지털 뮤직랩 교육 프로그램

- 일 시: 2022.05 ~ 09
- 장 소: 디지털 뮤직랩(D-Lab)
- 추진실적: 총 52명 수강, 7개 프로그램, 53회 운영
- 주요성과: 서브컬처 기반 창작 플랫폼으로 브랜드화 , 기초-심화 과정 운영으로 교육의 전문성 강화
- 집행금액: 금35,366,025원
- 프로그램 주요 내용

[표 3-10] 2022 디지털 뮤직랩 교육 프로그램

프로그램명	운영기간	주요내용	수강인원
뮤직 프로덕션 클래스 기초반	05.12~06.30 8회	Ableton Live 11을 활용해 다양한 사운드와 기능을 가지고 자신만의 음악을 만들어 보는 교육 프로그램	성인 8명
뮤직 프로덕션 클래스 심화반	07.07~08.25 8회		성인 8명
VJ 클래스 기초반	06.07~07.26 8회	명 VJING 툴 사용법, 하드웨어 운용과 프록션 맵핑에 관한 제작과정까지 라이브 VJING에 필요한 기술 교육 프로그램	성인 8명
VJ 클래스 심화반	08.02~09.20 8회		성인 8명
DJ 클래스 기초반	06.08~07.27 8회	DJING 스킬 및 음악성 확장 교육 프로그램	성인 6명
DJ 클래스 심화반	08.03-09.21 8회		성인 6명
에이블톤 라이브를 활용한 사운드디자인	07.30~09.03 5회	에이블톤 라이브 프로그램을 기반으로 프로듀싱 및 사운드디자인 기초교육 프로그램	청소년 8명

### 2) 2022 문화콘텐츠 기획자 양성사업 <씬 메이커스>

- 일 시: 2022.06 ~ 11
- 장 소: 부평생활문화센터 등
- 집행금액: 금44,297,965원
- 주요내용
  - 지역 기반 문화콘텐츠 기획자 발굴양성
  - (이론 교육) 서브컬처, 문화도시의 이해, 축제, 기획의 구체화
  - (필드 스터디) 씬과 커뮤니티 : 이태원, 홍대, 문화도시부평(뮤직 플로우 페스티벌, 언더시티 프로젝트)
  - (멘토링) 팀별 프로젝트 디벨롭을 위한 멘토링, 중간/결과 공유회
    - (팀별 프로젝트) 전시, 공연, 체험 등 팀별 프로젝트 기획운영
- 주요성과
  - 지역 문화재단 마다 진행하고 있는 문화기획자 양성과정과 차별화
  - 문화도시부평의 지속적 활력 및 관계망 형성의 초석이 될 수 있는 실행주체 발굴 및 양성
- 집행금액: 금44,297,965원

## 다. 교육 및 기타 프로그램 2023

### 1) 2023 <언더시티 프로젝트> 교육 프로그램

- 일 시: 2023.05 ~12
- 장 소: 디지털 뮤직랩(D-Lab)
- 추진실적: 6개 프로그램, 46회 운영, 511회 수강
- 주요내용: 그래피티, 스케이트보드, 디제잉 등 서브컬처 분야; 교육프로그램 개발과 운영으로 지역 내 영향력 증대
- 주요성과: 디지털 기반의 다양한 서브컬처 교육 프로그램을 제공하며 지역주민 대상 서브컬처 관심계층 발굴 및 서브컬처 활동 확대
- 집행금액: 금26,500,000원
- 프로그램 주요 내용

[표 3-11] 2023 디지털 뮤직랩 교육 프로그램

프로그램명	운영기간	주요내용	수강인원
DJ 클래스	05.02~06.27 8회	디제잉 교육 프로그램	48명
미디어아트 클래스	05.02~06.27 8회	프로젝션 맵핑 및 브이제잉 교육 프로그램	64명
그래피티 클래스	07.22~08.26 6회	그래피티 실습 교육 프로그램	60명
뮤직 프로덕션 클래스	10.05~11.23 8회	음악제작 교육 프로그램	64명
스케이트보드 클래스	1기 05.13~06.10 / 4회 2기 10.07~11.04 / 4회	스케이트보드 기술교육 프로그램 @삼산공원 X-게임장	160명
음악디깅클럽	05.12 매월둘째주 8회	음악을 기반으로 이야기를 나누는 커뮤니티 살롱 모임	115명

### 2) 문화도시부평X자유학기제 연계

- 일 시: 2023.03 ~ 12
- 장 소: 4개학교
- 추진실적: 4개학교, 5개 프로그램, 37회 운영, 총 874명 수강
- 주요성과
  - 다양한 기관과의 협력 운영을 바탕으로 청소년 대상 서브컬처 교육 확대 운영
  - 특색있는 프로그램 운영으로 참여학생들의 높은 호응도 및 만족도 확인
- 집행금액: 금20,700,000원
- 주요내용

[표 3-12] 자유학기제 연계 프로그램

프로그램명	운영기간	운영장소	주요내용	수강인원
그래피티 클래스	03.16-05.25 8회차	부평중학교	그래피티 이론 및 실습 교육 프로그램	160명
	08.22-10.17 8회차	부원중학교		224명
브레이킹 클래스	06.01-07.13 6회차	부평중학교	브레이킹 교육 프로그램	120명
	08.18-10.27 8회차	부일중학교		216명
	11.10-12.22 7회차	상정중학교		154명

### 3) 부평에 그래피티 벽을 허하라

- 일 시: 2023.10 ~ 12
- 사업내용: 부평구 내 그래피티 아트를 작업할 수 있는 건물 등 시설물 외벽 공모 진행, 선정된 시설물 외벽에 그래피티 아티스트와 협업으로 부평의 지역자원·문화 또는 시설물의 장소성을 반영한 그래피티 아트 작업
- 협 력: LAC 그래피티 스튜디오
- 주요결과
  - 외벽 공모 4건 접수, 2건(부평구 청소년 수련관, 부평삼거리역 앞 정석빌딩 선정)
  - 시범작업 1건(삼산분수공원 X- 게임장, 부평구청 체육진흥과 협력) 진행
  - 시민대상 그래피티 체험 진행: 130명 참여
- 주요성과
  - 도시에 멋을 더하고 문화도시부평이 추구하는 서브컬처 문화를 상징하는 랜드마크 조성
- 집행금액: 금41,310,000원

### 4) 굿즈제작지원사업 <씬앤굿즈>

- 기 간: 2023.05 ~ 12
- 공모내용: 서브컬처, 로컬 씬을 주제로 한 굿즈 제작 지원
- 참여 혜택
  - 굿즈 제작 지원금 1인당 최대 200만원
  - 오프라인 팝업이벤트 내 판매부스 제공(7월 29일(토), 부평역 일대)
  - 최종 결과물팝업스토어 운영결과 등을 종합적으로 평가해 우수자를 선정하여 부평구문화재단 공식 굿즈 제작기회 제공
  - 재단 연계사업 내 굿즈 전시 및 판매 기회 제공
- 결 과: 공모접수 18팀, 최종선정 8팀(23명), 굿즈 63종 제작, 굿즈판매 73건
- 집행금액: 금17,170,000원

## 제2절 문화도시부평 특성화 사업 참여자 심층 인터뷰

### 1. 인터뷰 설계

#### 가. 인터뷰 방향 및 진행

- 문화도시부평 서브컬처 특성화사업 배경 추적 및 정성적 효과 추출
- 부평 서브컬처 특성화사업의 배경은 실제 부평에 스케이트보드, 그래피티, 스트리트 댄스, 언더그라운드 뮤직 분야의 핵심 플레이어가 존재하는 현상에서부터 출발함
- 분야별 참여자들과의 심층 인터뷰를 통해서 왜 부평에서 활동을 시작하고 진행하고 있는지의 활동 배경을 추적함
- 언더시티 프로젝트 2021-2023에 3년간 참여한 참여자를 대상으로 심층 인터뷰를 통해 언더시티 프로젝트의 전후 활동 변화와 활동 성과를 추출하고자 함. 그래피티, 스케이트보드, 언더그라운드 음악 3개 분야를 대표 참여자와 인터뷰를 진행함

[표 3-13] 심층 인터뷰 대상자

구분	이름	소속/경력
인터뷰어	김미소	책임 연구원
그래피티	레오다브	LAC 스튜디오 대표
스케이트	김경호	스케이트보드숍 라이엇(RIOT) 대표
언더그라운드 음악	한철희	슬로스(Sloth) 레코드바 대표

### 2. 심층 인터뷰

#### 1) 그래피티 전문가 : 레오다브

##### 가. 부평 활동 배경/환경

- 부평 서브컬처 특성화사업을 시작하게 된 배경과 관련한 실마리를 찾기가 어렵습니다. 더 나아가 한국의 서브컬처가 어떻게 태동했고 흘러왔는지 추적하기가 쉽지 않습니다. 레오다브님은 그래피티 1세대로 봐도 무방할 거 같습니다. 언제 어떤 계기로 그래피티를 시작하게 되셨나요?
- 저는 98학번입니다. 미대에 진학해서 입시 미술에 대한 것만 알고 있었는데, 방송을 통해서 그래피티 다큐멘터리 영상을 처음 봤어요. 이후 가수들의 뮤직비디오를 통해서 보게 됐어요. 우연히 학교 힙합 동아리에 들어갔습니다. 힙합 동아리에 들어가서 춤 영상들을 많이 보게 되었는데 영상에 보면 그래피티가 있는 배경에서 춤을 추더라고요. 동아리 연습실 벽면이 하얀색이었는데, 우리도 여기에 그림을 그리면 어떨까? 하며 처음 그리게 됐어요. 그래피티가 뭔지도 모르고 영상으로 봤던 것을 흉내 낸 것이었어요. 그래피티로 그린 그림을 인터넷 카페에 올리고 자연스럽게 자연스럽게 그래피티로 아르

바이트를 하게 되고, 재미있어서 학교를 졸업하고서도 하게 됐어요. 회사에 다니면서도 주말에는 계속 그래피티를 했어요. 그러다 본격적으로 2007년부터 전업으로 하게 됐어요.

■ 대학에서는 순수 미술을 전공하신 건가요?

○ 저희 전 세대는 대부분 미술 전공하면 순수 미술을 전공했는데요. 저희가 대학교 들어갈 때부터 디자인 학과가 붐이었습니다. 선생님들이 디자인과를 권유하시고 저도 적성에 맞아서 디자인과를 진학했어요.

■ 원래 인천 부평 출신이신가요?

○ 태어난 곳은 인천 남동구 논현동입니다.

■ 인천에서 쪽 활동하셨던 건지, 아니면 서울이나 다른 지역으로 이동하셨다가 다시 부평으로 돌아오신 것인지 궁금합니다. 인천 부평을 거점으로 선택하신 이유가 있나요?

○ 저희 스튜디오를 처음 시작한 곳은 인천 중구입니다. 그다음 잠깐 파주에 3~4년 정도 있다가, 올해 부평으로 오게 되었어요. 인천을 택한 이유는 아무래도 저희 크루 친구들이 인천 출신 친구들이 많고 저도 인천에서 태어나고 자랐고 대학교도 인천에서 다녔어요. 가족과 친구가 있는 제일 편한 동네예요. 주변에 그림 그리는 후배들이 같이 있으니까 뭔가를 모여서 하기도 좋고 그래서 쪽 중구에 있었어요. 작업실을 조금 더 넓혀보자 해서 갔던 게 파주였어요. 저희 크루 중에 한 팀이 인하대 쪽에 사무실을 내기도 했고, 부평문화재단과 지속해서 작업하기도 하고 받은 게 많아서, 우리도 부평에 가서 무언가를 새로 만들어 보면 어떨까? 잘 알려지지 않은 그래피티 씬을 언더시티라는 프로젝트로 키우려고 하시는 게 체감돼서 부평으로 작업실을 옮겨보자고 해서 2024년 1월에 인천 부평으로 오게 됐습니다. 저희 스튜디오는 굴포천 공영주차장 쪽에 있습니다.

■ 인천에서 활동할 때 인천문화재단, 중구문화재단 다른 기관과도 그래피티 관련 작업이나 지원이 있었나요?

○ 중구 쪽 인천아트플랫폼에서 그래피티 관련 행사를 한 적이 있었는데 서울에서 활동하는 작가님이 와서 하셨더라고요. 저희가 바로 인천아트플랫폼 건너편에 작업실이 있을 때거든요. 외부 작가도 좋지만, 지역작가들과 같이했으면 어땠을까 아쉬움이 있었어요. 인천 중구청에서도 연락이 오셨었지만 성사되지 않았습니다. 연수문화재단과 작업을 진행한 적이 있어요.

■ 부평에는 그래피티도 있고 스케이트보드, 언더그라운드 음악 분야에서 활동하시는 분들이 있어요. 어디에나 다 있는 게 아닌데, 이런 장르를 하시는 분들이 있는 출현하는 이유가 있을까요?

○ 접근성이 좋은 편이죠. 저희가 있었던 신포동이나 완전 인천 끝쪽보다는 부평은 여러 군데로 갈 수 있는 거점이 되는 장소기도 하고요. 저희가 어렸을 때도 여기서 많이 모였지만, 지금도 젊은 친구들이 많이 모이잖아요. 그런 것들이 부평에서 뭔가 새로운 것을 하는 것, 젊은 세대들과 계속 소수의 매니아한 문화들을 유지하는데 다른 곳보다 유리한 점이 있는 것 같아요. 지역의 활기라는 게 예전부터도 그러했지만, 젊은 친구들이 계속 찾아오는 장소라는 게 중요한 거 같아요.

■ 인천에 조금 더 멋스러운 것들이 있는 핫스팟이 있지 않나요?

- 여러 군데가 있었지만 몇십 년이 지났는데도 지금까지 부평이 제일 무난하죠. 문화적인 뿌리가 아무래도 이쪽에서 시작했던 것들이 많이 있다 보니까 그걸 무시 못 하죠. 이미 하고 계신 분들이 조금 더 지속하려고 하는 것들도 있고, 그들을 지지해 주는 사람들도 다른 데보다는 낫다고 생각해요. 저희가 신포동에 있을 때도 외부에서 오시는 분들이 멀어서 힘들어하시더라구요. 서울 기준으로 봤을 때는 비교적 가까운 곳인 거죠.

## 나. 그래피티 분야 활동

- 개인적으로 활동하시다가 LAC를 만드신 건가요? 활동의 주요 흐름에 대해 듣고 싶습니다.
- 처음 회사에서 나와서는 루틴이라는 팀으로 활동을 했었어요. 대학교 동아리에서 같이 춤췄던 선배와 시작해서 3~4년 정도 같이 했습니다. 결혼하고 나서 일반적인 그래피티 활동에서 조금 더 발전적인 활동을 해야겠다는 생각이 들었어요. 인테리어나 큰 외벽 공사에 그래피티 작업을 했었어요. 경제적으로 어렵지 않은 활동이 이어지니 안주하는 느낌이 들어서 바뀌어야겠다는 생각이 들었어요.
- 그래피티를 하는 사람으로 나는 무엇을 할 수 있을까? 그래피티가 거리에서 사람들과 이야기하는 게 아닐까? 사회적인 메시지를 담은 커뮤니케이션을 하는 것이라는 생각이 들었어요. 그러면서 독립운동가를 2013년부터 그리기 시작했습니다. 해외에서는 단순하게 이름을 쓰는 것에서부터 시작해서 여러 시기별로 다양한 그래피티가 발전했는데, 우리나라에는 90년대 후반에서 2000년대 초반에 그래피티가 해외에서 들어왔어요. HOT 앨범 중에 그래피티가 커버로 쓰인 앨범이 있어요. 그때 유행한 스타일이 와일드 스타일, 굉장히 복잡하고 뭐라고 쓰였는지 모르는 형태예요. 길거리 담벼락에 스프레이로 낙서돼 있는 것만 보다가 작품들이 나오니깐 그사이에 무엇이 있었는지, 다양한 것들이 보여줘야 하는 생각이 들었어요. 그때 시작한 게 거품 스타일이었습니다. 잘 모르시는 분들이 봐도 크게 거부감이 없는 굉장히 익숙해져 있는 그래피티예요. 버블스타일에서 조금 더 올드스쿨, 버블 스타일에서 조금 더 딱딱해지는 글씨를 만들었고, 이렇게 단계를 만들어갈 생각입니다.
- 제가 처음 작업실을 오픈했던 2013년쯤 제일 먼저 저희 팀에 들어온 게 다솔 작가예요. 그때 중학교 2학년이었어요. 저희 사무실인 시장 쪽에 있을 때였어요. 다솔 작가 화도진공원 쪽에 사는데 검색하다가 가까운 곳에 그래피티 작업실이 있다고 나오니 궁금하다며 본인이 스케치한 것을 들고 사무실에 찾아왔어요. 그렇게 해서 같이 하게 됐고, 다솔 작가의 친구들도 저희 작업실을 찾아왔어요. 그 친구들이 지역에서 성장해서 인하대 쪽에 개인 작업실을 내서 작업을 쪽 이어가고 있어요. 지역에서 만나 같이 성장한 거죠.
- 헥스터 작가는 인스타그램에 올린 작업을 봤는데 독립운동가 시리즈를 그리고 있더라고요. 디지털 드로잉이나 그래픽을 섞는다거나 일러스트로 좀 화려하게 만든 작품들이 거의 없었어요. 헥스터 작가의 스타일을 보고 같이 뭔가 할 수 있으면 좋겠다. 생각했는데, 우연하게 전시회에서 만나게 되었는데 알고 보니 인천에서 살고 있더라고요. 그래서 신포동에 사무실이 있으니 군 복무가 끝나면 같이 활동을 해보자고 해서 지금까지 함께 활동하고 있어요.
- 새로 들어온 친구는 하재란 작가인데 인하대 회화과 졸업하고 활동을 같이하고 있어요. 하재 작가의 친구 중에 러시아 우크라이나 전쟁 때문에 징집을 피해서 온 친구인데, 한국에서 저희와 함께 작업하고 있어요.
- 힙합 쪽으로 활동하시는 분들이 개성이 굉장히 강해요. 그런거에 비하면 저희는 상대적으로 유하죠.

이러한 친구들이 모여서 계속할 수 있는 공간을 만들어가는 게 1세대 작가들이 행할 일이 아닌가 싶어요. ‘부평에 그래피티 벽을 허하라’ 작업을 하면서 좋았던 게 그 작업이 진행된 삼산 스케이프 파트에 원래 그래피티가 그려져 있어요. 그걸 최초로 그린 친구를 알고 있었어요. 재작업을 할 때 그 친구도 불렀죠. 그 친구의 친구도 합류하게 됐어요. 울산에 사는 친구인데 그래피티 활동을 하다가 온라인으로 부평에 있는 이 친구를 만나게 된 거예요... 이 친구가 그래피티 활동할 거면 아무것도 없는 울산이 아닌, 현재진행형으로 무언가가 이루어지고 있는 부평에 올라오라고 해서 아무 연고도 없는데 울산에서 올라오게 된 거죠. 이 친구들이 함께 저희와 벽을 허하라 작업을 함께 진행하고, 부평에서 계속 그래피티 관련한 것들을 할 거니까 같이 해보자고 해서 저희와 함께 활동하게 되었어요.

- 생각해 보니 독립운동가 시리즈의 최초 기획도 부평문화재단에서 이루어졌네요. 부평문화재단에 그로잉업이라고 기획자를 양성하는 프로그램이 있었어요. 독립운동가 시리즈를 해야겠다는 아이디어는 있었는데 실행을 못 하고 있었죠. 실제 그때 기획을 디벨롭하면서, 실행하지 않으면 아무것도 아니라는 것을 배울 수 있었어요.

■ 씬에 대한 정보가 많이 없어요. 개인적으로 파악을 하고 싶어서 여쭙습니다. 국내 그래피티 씬이 언제 시작됐고 주요한 분기점, 변곡점이 있었다면 언제였는지 시기별 특징들에 대해 듣고 싶어요.

- 1세대 작가라고 하면 90년대 초반, 95년~98년 사이에 시작하신 분들이 제일 많습니다. 나이대는 조금씩 다르지만 제일 나이 많으신 분이 50대 초반 정도 되셨을 거예요. 우리나라 첫 번째 그래피티 프리존은 압구정 갤러리아 백화점 뒤에 한강으로 나가는 토끼굴이라고 이야기하는 곳이 있어요. 처음에는 허가받은 지역이 아니었지만 하도 많이 그리다 보니깐 허가를 받게 되었죠. 우리나라 최초의 허가받은 그래피티 구역입니다. 90년대부터 2000년대 중반까지 그곳이 주요 스팟이었어요.
- 그 멤버들이 이후 홍대로 거의 이전했어요. 홍대 놀이터를 중심으로 주변에 그래피티들이 엄청 많이 생기면서 그쪽 중심으로 홍대 씬이 커지게 됐죠. 두 번째 프리존은 신촌역 옆에 조그마한 토끼굴이에요. 원래 불법으로 그래피티를 하는 지역이었는데 그곳이 드라마 도깨비에 나오게 되고, 그 곳이 관광 명소가 됐어요. 서대문구청에서 연락이 와서 관광객이 많이 오니 터널에 있는 그래피티를 다 지우고 새롭게 드러달라는 제안이었습니다. 합법적이지 않지만 프리존으로 활성화가 되어있는 장소여서, 이 기회에 합법적인 장소로 해주시면 더 멋진 장소가 될 수 있을거다 구청을 설득해서 허가를 받게 되었고, 그렇게 두 번째 프리존이 되었습니다. 스프레이를 300만 원어치 사서 프리존 기념 파티를 했어요. 엄청 추운 날이었는데 전국에서 그래피티를 하는 분들이 모여서 프리존을 알리는 행사를 했죠.
- 장르로 나누자면 진짜 오리지널만 해야지 그래피티 라고 하는 분들도 있어요. 허가를 받지 않고 그려야 그래피티지, 허가를 받고 돈 받고 그리면 그게 그래피티냐 생각하시는 분들도 계시죠. 예전에는 이런 분위기가 강하기도 하고 생각이 다른 사람들과 마찰도 있었어요. 초반에는 레터링이라고 하죠. 글자를 써서 뭔가를 표현해야 그래피티지라고 하는 분들도 계셨었죠. 스프레이를 써야지 그래피티지 스프레이를 안 쓰면 그래피티 아닌 거 아니야 이런 것부터 해서 여러 이슈가 있었지만, 현재는 형식, 재료, 활동 스타일 등 예전보다 많이 다양해졌어요. 그런데도 다양성이 필요해요. 국내 그림들은 아직도 레터링 위주와 꼭 스프레이를 써야 해 분위기가 있어요. 해외에 나가면 스프레이가 아니더라도 물감, 종이를 갖다 붙이던, 조각상을 잘라 벽에 붙이던 벽에서, 거리에서 하는 모든 것들, 스트리트아트에 포함된 모든 예술을 그래피티라고 생각하는 분위기입니다.

- 국내 힙합도 압구정동에서 출발한 것으로 압니다. 그래피티도 힙합 문화권에서 발전, 최초의 프리존인 압구정 토끼굴도 그 영향이 있었던 걸까요?
- 그쪽에 그래피티 좋은 장소가 있으니까, 어떤 분이 했는지 모르지만 거기서 시작된 게 다음 카페에 올라오면서 여기서 이렇게 가능해? 하고 빠르게 퍼졌어요. 천장도 높고 가로폭도 넓고 하다 보니 사람들 눈치 많이 안봐도 되고 비가 와도 작업할 수 있고 하다 보니 자연스럽게 좋은 스팟이 되었죠. 아무래도 그쪽 주변이 부유한 동네다 보니까 해외 문화들을 많이 보고 접했던 분들이 와서 시작했던 것도 있고 그런 것들이 결합이 돼서 국내 시작점이 된 거 같아요.
- 홍대로 씬이 옮겨 같은 것은 또 다른 뉴 스팟이 생겨난 영향일까요? 서브컬처, 인디 문화가 홍대에서 일어나기 시작한 자연스러운 이동일까요?
- 아무래도 클럽 문화도 있고, 홍대 앞 화방이 많다 보니 재료를 구하기도 쉽죠. 힙합씬도 홍대에서 한 번 더 붐업이 됐잖아요. 그럴 때 그래피티도 들어가면서 동네 분위기 자체가 음악이라는 문화와 시각적인 그림들이 조화가 잘 되다 보니까 점점 더 커지게 된 거죠. 상인들 처지에서는 막 셔터에 낙서하고 가게 입구에 낙서하고 그런 것들이 싫지만, 젊은 친구들은 그런 게 있으므로 그럼 음악과 그런 장소들이 있으므로 그곳을 찾게 된 거죠. 지금은 많이 없어지고 사라져서 아쉬워요.
- 압구정, 홍대 씬을 이은 제 3의 스팟이 있나요? 인천은 어떤가요?
- 아직은 없는 것 같습니다. 모여서 그럴 수 있는 장소가 있어야 하거든요. 저희도 재단이나 관광서 미팅할 때마다 혹시 그런 장소를 제공해달라는 요구를 많이 합니다. 이상한게 그려질까 봐 걱정하시는 경우도 많지만, 저희가 관리를 하면서 이용하겠다고 설득을 해요. 새로운 장소가 제공되면 새로운 예술가들이 모이고 또다른 스팟의 시작점이 될 수 있으니까 제안을 하지만, 쉽지는 않아요.
- 그럼 부산, 광주, 대구나 광역 단위에도 스팟이 없나요?
- 합법적인 장소는 아직은 없습니다. 부산도 장소가 있는데 합법적인 장소는 아니고, 자기네들끼리 모여서 그리는 장소가 있더라고요. 영구의 워털루 같은 경우는 그래피티 터널이 있어요. 거기에 오히려 조명을 다 해놔서 갤러리처럼 만들고 관광지가 된 경우도 있어요. 불량스럽다는 이미지를 만드는 것이 아니라, 좀 더 밝게 만들어서 사람들이 여기 와서 콘텐츠도 찍고 관광하러 오는 장소를 만드는 긍정적 접근도 필요한 거 같아요.
- 국내 그래피티 커뮤니티가 있나요?
- 지금은 온라인 카페 문화가 사라졌잖아요. 예전에는 다음에 그래피티 마니아라는 엄청난 큰 카페가 있었어요. 지금은 그래피티 스쿨이라는 네이버 카페가 있습니다. 거기도 가입자가 꽤 될 거예요. 젊은 친구들이 게시글을 올리고 정보도 나누고, 1세대 분들도 활동을 많이 하고 있습니다.

## 다. 언더시티 프로젝트 성과와 과제

■ 언더시티 프로젝트 행사에 참여도 하고, 그래피티 관련 교육 프로그램, 공간 프로그램도 진행하셨어요. 언더시티 프로젝트 이전과 이후를 어떻게 평가하시나요?

○ 처음에 언더시티가 지하 실험가게였을 때 시작했으니 3년 차네요. 일단 저희는 이 공간에서 일어난 언더시티 프로젝트를 기반으로 해서 부평으로 작업실을 옮기게 되었다는 게 중요한 거 같아요. 그다음에 언더시티 프로젝트를 통해서 새로운 젊은 작가 두 명을 만나게 되었다는 것도 성과죠. 저희의 크루였던 친구들이 개인 작업실도 열고 더 좋은 작업을 하고 있어요. 대형 작업은 한 군데 밖에 없지만, 그걸 시작으로 그래피티라는 이미지가 지역 내 조금 더 좋은 방향으로 갈 수 있지 않을까 생각합니다.

○ 교육 작업의 경우 저희가 계속 꾸준히 하고 있지만, 학교를 대상으로 하기는 어려워요. 학교에서 지금처럼 좋은 방향으로 학교 벽도 내주시고 좋은 평가를 해주셔서 반가웠습니다. 그래피티 수업을 했던 친구들이 가 작가가 될 수 없지만 스스로 작업을 이어가는 친구들이 인스타그램으로 연락 와서 자기 그림을 보여주고 해요. 그러면서 더 열심히 해야겠다는 생각이 들고, 그 친구들이 고등학생, 대학생이 돼도 저희가 부평에 있으면 언더시티 프로젝트 같은 축제를 통해 다시 만나 그림을 그릴 수 있으면 좋겠다고 생각해요.

○ 보통 이런 프로젝트들이 단발성으로 그치는데 사업이 지속해서 놀라워요. 저희도 그런 지원과 변화에 함께 하러 부평에 오게 됐고, 저희와 함께한 친구들이 또 다른 크루들을 구리고 전국적인 활동을 할 수 있는 크루가 부평에 존재하게 되면 좋을 거 같습니다.

■ 그래피티 넥스트 세대를 위한 과제는 무엇이 있을까요?

○ 돈이 많이 드는 그림이다 보니까 재료에 대한 부담이 크고, 그다음 장소죠. 합법적으로 하려면 서울까지 가야 하는데 만약 인천 부평으로 가져올 수 있다고 하면 인천에서 활동하는 작가뿐만 아니라 다른 지역에 있는 작가들도 서울에 가지 않아도 인천에서도 뭔가를 시작할 수 있겠다는 생각을 할 수 있을 거 같아요. 저희도 교육사업을 꾸준히 진행하겠지만, 공공과 민간에서 그래피티 교육사업이 진행되면 좋겠습니다. 문화재단으로서는 힘든 일이겠지만, 부평이 젊은 작가들의 거점이 되면 좋을 거 같아요. 저희처럼 이곳에 정착하려고 하는 친구들을 지원하고 성장할 수 있는 방향을 고민해봐 주시면 좋을 거 같아요.

○ 기회가 되면 부평 언더시티 프로젝트를 여기서만 하는게 아니라 다른 시군에 다른 지역에 가서 해봐도 좋을 거 같아요. 부평을 중심으로 다른 지역의 씨들과 연결하는 거죠. 협업, 협력 작업도 함께 하고요. 이렇게 키워나가 부평을 기반으로 전시도 하고 해외에도 나가고 하는 기회를 만드는 거죠. 젊은 친구들은 자기들의 미래가 막막하잖아요. 계속 뭔가를 시도하고, 또 다른 길들이 있다는 것들을 보여주고 그들이 넘어설 수 있게 하는 것들이 필요해요. 기관말의 말이 아니고 1세대의 역할이라고도 생각해요. 한 단계 한 단계 계속 발전해 나가는 모습을 보여줘야 젊은 작가들도 꿈을 꾸고 내가 좋아 하는 걸 할 수 있구나라는 것을 알 수 있겠죠.

■ 영국의 워털루 지역의 사례처럼, 그래피티를 중심으로 달라진 도시 사례가 있을까요?

○ 콜롬비아에 그래피티 투어 프로그램이 있어요. 원래 마약이랑 갱 문화로 안 좋았던 지역을 지역 그래피티 작가를 모아서 그 지역에 그림을 그렸어요. 지금은 관광객을 위한 가이드 프로그램을 마련하고 기념품도 만들고 마을 정화 사업이 돼버린 거죠. 우범 지역에서 사람들이 찾아오는 관광지역으로 바뀐

좋은 사례죠. 해외에는 창문이 없는 건물들이 많아서 그림 그리기 되게 좋은 벽들이 많아요. 그런 벽들을 활용한 도시 조경사업도 진행해요. 작가를 섭외해 대형 그림을 굉장히 많이 그려왔더라고요. 요즘 젊은 세대들은 그런 그림을 보러 다니며 사진을 찍는 경우도 많죠. 호주의 멜버른인 거 같은데, 미안하다. 사랑한다. 드라마에 나왔던 골목, 거기에는 아직도 사람들이 많이 가요. 그런 장소들이 그때 그 모습을 보존하는게 아니라 그 장소가 계속 프리존이어서 계속 변화가 된다면 같은 사람이 여러 번 와도 또 새로운 그림이 있는 거죠. 예를 들어 인천공항과 부평이 멀지 않으니 근처에 스프레이나 마커를 구입해 방명록처럼 자유롭게 누구나 와서 쓰고 할 수 있는 그래피티 존이 있다고 하면 국내, 해외 작가 활발히 이용할 거 같아요. 인위적인 벽화 마을이 아니라 정말 프리존으로서 전문가들을 위한 기능을 하면서 또 그런 공간에서 이제 자연스럽게 관광객도 올 수 있고 이렇게 될 수 있으면 좋을 것 같다는 생각이 들어요.

## 2) 스케이트 전문가 : 김경호

### 가. 활동 경로

■ 라이엇을 시작하게 된 배경과 시작 연도가 궁금합니다.

○ 라이엇은 운영진이 2명입니다. 저는 부평에 살고 있었고 라이엇을 함께 운영하는 태영이는 인천에서 살고 있었는데 둘이 스케이트보드를 시작하게 되면서 인천에 이미 커뮤니티가 있는 것을 알게 됐어요. 구월동 인천문화예술회관에서 타는 사람이 많았어요. 저희가 시작했을 때도 20년 가까이 유지되고 커뮤니티였는데 그곳에 자연스럽게 소속되며 스케이트보드에 깊게 빠지게 되었고 공동 목표가 생겼어요. 스케이트보드와 관련한 일을 하고 싶다, 막연하게 꿈이랑 목표만 있었지 나이도 어렸고 돈이 있거나 하는 상황은 아니었죠. 인천에서 타다 보니 인천에 스케이트보드와 관련된 것들을 소개할 장소를 마련하고 싶다는 생각이 들었어요. 무작정 장소를 찾아다니다가 지금의 평리단길을 우연히 알게 됐는데 금액도 저렴했고 장소도 마음에 들어서 현실적인 시작을 할 수 있겠다 싶어 바로 시작했죠. 이제 10년 정도 됐는데, 그동안 차근차근 구색을 갖춰가면서 지금의 자리가 완성됐다고 보시면 될 거 같아요.

■ 스케이트보드를 언제부터 타기 시작하셨나요?

○ 저희는 20대 중반 정도, 대학교 졸업하고 시작했습니다. 스케이트보드 문화를 원래 좋아해서 10대 때부터 좋아했구요. 그래서 관련된 것들을 구매하거나 봤던 상태였죠. 스케이트보드 의류, 신발, 보드와 관련된 매거진 등에 동경심이 생겨서 많이 찾아보았고 대학교 졸업하면서 본격적으로 시작을 하게 됐어요.

■ 아까 말씀하셨던 커뮤니티 이름은 무엇인가요? 커뮤니티에서는 어떤 활동이 전개됐나요?

○ 지금은 다 사라져서 없기는 한데 그때 당시 인천에서 제일 오래된 커뮤니티가 인천문화예술회관 중심의 ‘캔(CAN)’입니다. 부평에는 ‘비비(BB)’라는 커뮤니티가 있었어요. 구월동은 오래 타신 분들이 계셨다고 하면, 부평은 인천 중심지다 보니 새롭게 시작한 지 얼마 안 된 어린 친구들로 구성되어 있었어요. 저희가 시작했을 때도 이미 활성화가 되었고, 2013년~2015년이 황금기였다고 생각해요.

- 보드숍을 운영하시면서 별도 다른 프로그램도 운영하신다고 들었어요.
- 스케이트보드 무료 강습을 부평역 광장에서 진행했었고요. 매년 스케이트보드 관련된 이벤트들을 했었어요. 지역 로컬 스케이더들이 행사에 참여해서 상금을 받는다거나 아니면 관련 제품들을 받을 수도 있게 했고, 또 스케이트보드에 관심이 있거나 시작한 지 얼마 안 되신 분들한테 저희가 도움이 되고 싶었어요. 스케이트보드를 접하는 게 용이해졌지만, 그때 당시만 해도 접하기가 쉽지 않았기 때문에 저희를 홍보하자는 입장이 있었지만, 스케이트보드를 다 같이 타는 데에 큰 의의를 두고 시작했던 것 같아요. 지금은 무료 강습은 못 하는 상황이지요. 할 수 있는 장소가 없어서 멈춰 있는 상태이고 행사는 꾸준히 매년 하고 있습니다.
- 라이엇이 만들어진 지 10년이 되었다고 했어요. 그간 어떤 변화들이 있었나요?
- 스케이트보드 업계에서는 황금기가 되게 짧다고들 많이 얘기해요. 지금은 다시 스케이트보드가 떨어지고 있는 추세다라고 얘기하는데 수요는 확실히 늘어난 것 같습니다. 올림픽 정식 종목이나 시범 종목으로 채택이 되면서 매스컴에도 노출이 많이 되기도 했고, 작년에 최연소 국가대표라든지, 어린 친구들이 스케이더로서 꿈을 꿀 수 있는 국가대표라는 목표가 생겨나며 관련 시설들도 인천에 조금씩 생겨나고 있어요. 비록 학원처럼 운영이 되고 있기는 하지만 실내에서 탈 수 있는 인도어 파크들이 생겨나면서 수요나 공급이 늘어나고 있는 상황이에요. 저희는 스케이트보드를 문화적인 측면에서 접근하고 활동하다 보니, 저희와 비슷한 방식으로 활동하는 사람들, 로컬 커뮤니티를 찾는 게 그런 것들이 거의 없기는 하죠. 스케이트보드 본질 자체가 길거리라고 생각하는데, 스케이트보드가 왜 생겨났고 스케이트보드가 어떤 매력이 있고 이런 것들을 대다수 지금 시작하는 어린 친구들은 모르거든요. 국가대표의 꿈을 안고 안전한 장소에서 체계적으로 배워가면서 목표를 갖는 사람들이 더 많아지고 있는 것 같아요.

## 나. 스케이트보드 분야 특징

- 스케이트보드숍들이 전국적으로 얼마나 있나요? 인천에는 라이엇을 중심으로 커뮤니티가 형성되어 있나요?
- 전국적으로 전문적인 코어 스케이트숍은 다섯 군데 내외 정도예요. 많아도 열 군데 내외로 알고 있습니다. 이마저도 거의 서울 쪽에 모여 있어요. 홍대, 합정, 압구정, 성수 정도요. 그리고 일반분들이 구분을 못 하는 게 국내에서 실질적으로 롱보드 붐이 있었어요. 롱보드는 스케이트보드랑 다른 분야예요. 스케이트보드숍은 부산, 대구, 대전에 있는 정도인 것 같아요.
- 저희의 장점이라고 하면 국내나 국외에 있는 소규모 독립 브랜드들을 많이 소개하고 있어요. 판매로서 기능보다는 시장도 작고 씬도 작은 한국에서 저희만의 색깔을 보여줄 수 있는 것들이 무엇이 있겠냐는 생각에서요. 예를 들면 독일에 있는 스케이트숍에서 나오는 굿즈를 판매한다든지, 팔로우가 적지만 저희가 봤을 때 멋있는 추세, 프로젝트, 서적들을 소개하려고 해요. 직접 오프라인에서 눈으로 보고 싶으신 분들이나 구매하고 싶으신 분들이 방문해주시는 편이죠.
- 새로 시작하거나 어린 친구들은 알아서 소셜네트워크를 통해 접하죠. 저희는 무조건 인터넷을 타야 한다는 게 있었거든요. 지금은 서로서로 소통해서 보드를 탈 수 있는 좋은 곳들이 있으면 그런 데 가

서 모여서 타기도 하고 소통이 전국적으로 잘 되고, 해외까지도 잘 되는 거로 알고 있습니다.

- 결국에는 스케이트보드를 탈 수 있는 장소성이 되게 클 것 같은데, 중심이 되는 장소나 지역이 있나요?
- 스케이트보드를 가장 많이 타는 곳은 아무래도 서울이죠. 서울에서 타는 분들도 탈 수 있는 시설로 봤을 때는 부족하다고 많이들 이야기하죠. 스케이트보드 자체가 길거리잖아요. 역설적으로 길거리에 탈 만한 것을 탄다는 것은 공공 시설물을 파손시키는 행위기도 해요. 서울은 탈 곳이 많지만, 그만큼 제재가 심하죠. 그런데 인천은 제재가 조금 덜하고 탈 수 있는 장소들이 많긴 해요. 왜냐하면, 신도시가 많이 생겨서 청라나 송도 같은 경우에는 길거리에서 탈 수 있는 곳들이 아직 많습니다. 제재도 덜한 편이고 바닥이 좋은 흔히 대리석 판석이라고 하는 장소들이 많이 있어서 서울분들도 많이 아서 타고 촬영하는 편입니다.
- 대리석 판석이 깔리는 도로가 보드를 타기 더 좋은 환경인가 봐요.
- 스케이트보드 바퀴 자체가 딱딱한 편이어서 탈 수 있는 곳이 제한적입니다. 우리나라는 기본적으로 체육시설 바닥에 우레탄을 깔아서 스케이트보드를 탈 수 있는 시설인데 못 타요. 바퀴가 굴러가지 않아서요. 실제로도 탈 수 있는 안전한 시설들도 스케이트보드가 주가 아니라 다른 롤러블레이드라든지 다른 것에 포커스가 맞춰져서 설계돼있는 시설들이 많은 편입니다.
- 스케이트보드를 길에서 타면 위험하고 범죄니까 안전한 데에서 타라고 했을 때, 스케이트보드 기준에서는 타기가 어려운 상황인 거죠. 예를 들면 바닥이 괜찮다고 해도 시설물 자체가 잘 타는 사람한테도 위험한 구조로 되어 있어요. 공사에서부터 스케이트를 알고 접근해야 하는데, 실제 스케이트보드 종사자들이 건축 공사에 투입되기가 쉽지 않죠. 제대로 시설을 갖추려면, 해외에서 시공을 많이 했던 빌더들을 영입해서 만든다거나, 커뮤니티에 속해져 있는 스케이터들과 소통을 많이 해서 연습 구조물, 타고 싶은 구조물을 만들어야 하는데 현재까지는 국내에 없는 것 같아요. 서울은 그래도 동대문 역사공원 컬트라고 있어요. 없어질 뻔한 적이 많았고, 거기도 제한이 많이 생겼어요. 관광버스를 주차할 수 있는 주차장으로 바뀐다 해서 막아냈고, 그래서 상징적인 장소가 됐죠. 현재 인천에 그런 장소는 없습니다.

## 다. 부평 스케이트보드 환경

- 인천과 부평에 스케이트보드 인프라가 있나요?
- 부평 기준으로 말씀드리면 부평역 광장이 지금 정비 사업으로 탈바꿈됐지만 거기 바닥이 정말 괜찮았어요. 똑같이 판석으로 이루어져 있었고 중앙에는 무대도 설치돼 있어서 스케이트보드를 타기 괜찮은 장소였거든요. 광장인데도 분리된 느낌도 있었고 또 넓고 사람도 거의 없었어요. 거기는 오히려 노숙자들이 항상 있었던 장소였는데 정비 공사를 시작하게 되면서 바닥이 탈 수 없는 바닥이 돼버린 거죠. 부평에서는 부평역 광장 자체가 스케이터 기준으로는 20년이 넘게 역사를 자랑하는 가장 최애 스팟이었던 곳인데 한순간에 사라지게 되면서 자연스럽게 다 뿔뿔이 흩어진 것 같아요.
- 부평역 광장에 자연스럽게 사람들이 몰렸던 시기와 분위기는 어땠나요?
- 저희가 숨을 시작하기 전에 이미 부평역 광장에 스케이터들이 많이 있었습니다. 스팟이 된 이유는 첫

번째로 바닥이 가장 중요하고요. 바닥이 스케이트보드를 타기 괜찮은 바닥이었고 스케이트보드를 타고 싶게 만들어 놓은 구조물들이 형성돼 있었어요. 또 거기서 스케이트보드를 타다 보니까 부평역을 거쳐서 지나가시는 분들은 스케이트보드를 볼 수밖에 없는 거예요. 타고 계신 분들이 있으니까 노출되고 스케이트보드를 타고 싶거나 관심 있는 분들은 거기 계신 분들한테 물어보고 하는 거죠. 저희가 솥을 시작하면서 원래 타시던 분들이랑 같이 소통하기 시작했고 거기에서 불법으로 행사를 진행하기도 했어요. 사실은 부평구에 당시 민원을 넣었었는데 승인해 줄 수 없다고 해서 그냥 열어버렸거든요. 그때는 100명 가까이씩 몰리기도 하고 다른 지역에서도 오고, 그것을 시작으로 저희가 매주 스케이트보드 무료 강습을 했습니다. 부평구 신경 안 쓰고 했었고 저희가 스케이트보드 구조물도 만들어서 설치해놓기도 했었거든요. 안 탈 때는 한쪽에 잘 몰아놓고 타기도 했었고요.

- 정비 사업이 갑자기 시작된다는 공지가 내려왔고 어디서 타야 하나 걱정했죠. 이미 인천문화예술회관도 못 타게 하는 시기였거든요. 그래서 제가 부평구에 민원을 넣었어요. 부평역 광장에서 강습도 하고 보드도 타고 있는 사람인데 혹시 정비 공사에서 혹시 스케이트보드를 탈 수 있는 장소를 조금이라도 남겨주면 안 되겠냐 이게 없어지는 게 아쉽다, 해당 공간은 스케이트보드 기준에서 봤을 때 문화적이고 상징적인 장소라고 하면서 역사나 명분을 나름 정리해서 민원을 넣었더니 담당자분이 전화를 주셨어요. 안 그래도 거기서 스케이트보드 타는 거에 대해서 민원이 엄청 많이 들어오고 있었고 역 앞에 가장 유동인구가 많은 장소이기 때문에 위험하다, 계속 행해진 것을 알았으면 바로 처벌을 했을 거다 라고 말씀을 하시더라고요. 공공적인 것들을 파손하는 행위를 하는 건 맞으니까 그게 마지막 답변이었고 다 갈아엎어지면서 지금은 더 사람이 없어졌죠.
- 그 장소가 실제로 유동인구가 없었어요. 버려진 장소였어요. 노숙자들만 쉬고 있던 그런 장소였거든요. 그 외에는 저희밖에 없었으니까요. 그 장소가 없어지기 시작하니까 다 흩어져버리더라고요. 한 번에 다 거의 증발이 되듯이 흩어져버렸고 그나마 저희 솥에 놀러 오면 가게 앞 골목에서 보드를 엄청 많이 탔었어요. 그것도 평리단길 자체가 발전되니까 새로 오신 분들에게 항상 저희가 욕을 먹은 거죠. 시끄럽게 뭐 하나 계속 왜 사람들 다니는 데서 뭐 하나 경찰에 신고해서 경찰분들 오시고 또 저희도 거기 앞에서 타는 것도 이제 눈치가 좀 보이는 거죠. 매장 앞에서도 모르쇠로 행사하고 다 했었거든요.

■ 아까 말씀하셨던 시기가 언제쯤일까요?

- 정확히 기억이 안 나는데, 2017-18년 정도 인 것 같습니다.

■ 그때 몰렸던 사람들은 인천이나 부평 중심의 스케이터들이었나요?

- 맞아요. 주축이었던 분들은 그때 당시에도 이미 나이를 먹어가고 있었던 상태였으니까 어린 친구들이 유입되고 있었던 시점에 없어서 버린 거죠. 거기서 스케이트보드를 타던 어린 친구들은 알아서 자기만의 커뮤니티를 만들거나, 아니면 다른 커뮤니티 다른 지역으로 가서 타는 경우가 많아졌어요. 이쯤 오시던 분들은 어차피 나이 때문에도 주축하던 상황이었었는데 그런 상황까지 와버리니까 거의 접으신 분들이 많죠. 열정이 있으셨던 분들도 혹은 스케이트보드와 관련된 뭔가 사업을 하셨던 분들도 접게 된 계기가 돼버렸죠.

■ 삼산체육관은 어떤가요?

- 거기는 스케이트보드 파크는 맞고, 단점은 공간이 좁은 편이고요. 시설 자체가 스케이트보드를 타기에 적합한 바닥은 아니에요. 충분히 탈 수는 있거든요. 구조물도 물론 잘 타시는 분들은 다 타실 수 있는 구조물이기는 한데, 초보분들이 시작하기에는 제한적인 장소이기는 합니다. 좋은 부분은 밤에 불도 들어오고, 공원이자 보니까 안전한데, 시설이 노후도 많이 됐고 보수가 안 되고 있긴 하거든요. 최근에 가셨던 분들도 보수가 안 돼 있어서 못한다고 말씀을 하시더라고요. 이것도 제가 부평구에 민원도 넣었고 한 번은 문화재단에 말씀드려서 도움받은 적도 있어요. 문화재단에서도 담당이 아니니까 관련 과에 전달해 주셨다고 하더라고요. 유지보수를 해주시는 것 같기는 한데 노후가 된 것도 사실이고, 이곳을 스케이트보드 파크로써 이용객들을 많이 늘리기 위해서는 변화가 필요하다고 생각합니다.

■ 최초로 어떻게 만들어졌는지 배경을 아시나요?

- 저는 그때 인천에 있지 않아서 잘은 모르지만, 훨씬 더 이전에 다른 형태로 있었고 그게 한 번 리뉴얼이 돼서 지금의 구조가 된 거로 알고 있습니다. 아마 생각보다 거기가 꽤 오래된 장소이긴 할 거예요.

■ 인천이나 부천 주변에도 공공시설로 만들어 놓은 곳들이 있나요?

- 인천에는 청라 쪽에 스케이트 플라자라고 가장 최근에 생긴 곳이 있는데 거기는 관촬기는 합니다. 공간도 넓고 탈 수 있는 구조물도 많은 편이에요. 물론 부족한 부분들이 있지만, 공사하시는 분들이 공법이나 설계나 이런 것들의 제한이 있을 수밖에 없고 자재 등의 문제들이 있어서 생기는 문제라고 생각해요. 장소적으로 봤을 때는 나쁜 장소는 아닌데, 유입성이 어렵고요. 아무래도 청라라고는 하지만 실질적으로 대중교통으로 가기도 어렵고 구석진 곳에 있거든요, 거기도 똑같이 보수 관리가 안 돼서 위험이 있는 거로 알고 있어요. 크랙들도 많이 생기고요. 연수동에 연수체육공원이라고 스케이트 파크 형태가 있는데 거기도 스케이트보드를 타기에는 적합한 파크는 아니에요. 바닥이 우레탄으로 되어있거나 구조물들이 타기 어렵게 되어있고요.
- 부천에는 해그늘 체육공원이라고 있는데요. 고가다리 밑에 임시 부지였는데 한 번 불이 났었거든요. 임시 부지인데 거기를 스케이트보드 파크로 만들어 났어요. 장점은 비나 눈이 와도 탈 수 있다는 장점이 있어서 스케이트보드를 타시는 분들은 다 알아요. 단점은 바닥이 우레탄이 아니라 아스팔트여서 넘어지면 심하게 찰과상을 입는다는 단점이 있고 보수가 부족한 편이긴 하죠. 그런데 부천시 자체에서 정비 사업의 일환으로 진행이 되는 것 같은데 어떻게 바뀔지는 모르겠고 밤에도 조명이 없어서 탈 수가 없습니다. 저는 부천 사람이니까 관련해서 민원을 넣기도 했고 다른 분들도 넣기도 했는데 임시 부지여서 들어줄 수 없다고 얘기했지만 거의 20년은 다 된 것 같네요. 체육시설 외에는 법적으로 승인을 받고 타는 장소가 아니기 때문에 국내든 해외든 없어지는 건 당연한 거고, 계속 타다가 정말 지켜오고 발전시켜서 스케이트보드를 탈 수 있는 장소가 되는 경우가 있죠.

■ 잘 발전시켜서 스케이트보드를 탈 수 있는 장소가 된 케이스는 어떤 곳이 있나요?

- 런던에 사우스뱅크라고 있는데 제가 깊게 알고 있지는 않지만, 거기도 스케이트보드를 탈 수 있는 장소가 마련되어 있던 건지는 모르겠지만 없애려고 했었어요. 로컬 스케이더들이 막고 스케이트를 탈 수 있는 장소로 보존하기 위해 노력을 해서 지금은 오히려 지원을 받아서 탈 수 있게끔 바뀌었거든요. 스페인 바르셀로나 현대미술관 앞 스팟, 런던 워털루 스테이션 스케이트 파크 같은 곳이지요.

■ 인천, 부평에서 활동한 스케이더 1세대들의 이야기를 알고 있는 게 있으신지 그리고 초기의 활동들은

어디서 어떻게 이루어졌는지 궁금합니다.

- 인천을 기준으로 삼아서 역사를 정확히 알고 있지는 못하는데, 처음 시작하신 분은 알고 있습니다. 그분이 스케이트보드 자체를 인천에서 시작하셨고 같이 타시는 분들이 조금씩 생겨나면서 동생들이나 제 연령대에 있는 친구들이 프로가 됐습니다. 인천 스케이트보드에서 프로가 된다고 해서 사실 돈을 벌긴 어렵기는 하지만 인천에 실력 있는 친구들이 많이 있었던 거죠. 실력이 계속 좋다 보니까 다른 지역이랑도 자연스럽게 만나게 되고 교류하게 되고 또 스케이트보드 자체가 그런 것들이 중요하거든요. 스케이트보드 타는 영상을 꼭 만들고 위험해 보이는 구조물을 정복해야 하는 것들이 많은데 인천 문화예술회관이 그런 장소였어요. 인천에서는 역사가 깊은 곳이 남동구 구월동에 있는 인천문화예술회관이라는 곳에 형들이 타면서 잘 타는 사람들이 생겨나기 시작했고 잘 타는 사람들이 스케이트보드와 관련된 업이나 혹은 강습이나 이런 것들을 하면서 자연스럽게 인구가 그쪽으로 이제 몰리게 됐던 거고 저희도 그중 하나가 됐던 거죠.
  - 부평이라는 곳에 저희가 등지를 트니까 여기에도 커뮤니티가 있었어요. 그런데 커뮤니티를 시작하신 분도 결국 인천문화예술회관에서 타셨던 분이기는 합니다. 부평역 광장에서 타고 있던 분들도 실력이 조금씩 생겨나다 보니까 부평 자체도 활성화가 되기 시작한 거죠. 외부에서 놀러 와서 타기도 하고 또 부평역 자체가 놀 거리가 많으니까 같이 놀기도 하고 그랬었는데 그런 것들이 조금씩 생겨나기 시작하고 활성화가 될 때쯤 갑자기 정비 사업으로 멈춰서 그 상태 그대로 이제 쪽 가게 된 것 같아요. 저희가 스케이트보드숍을 하고 있으니 실질적으로 보드를 타는 친구들은 저희 숍에 놀러 오지만 새롭게 신규 유입이 돼서 오시는 분들은 예를 들면 특정 브랜드가 라이엇이라는 곳에 파네 이래서 오시는 분들이 더 많다고 생각하거든요.
- 만약 부평역 광장이 계속 있었거나, 해체되더라도 부평만의 자원이 될 수 있었던 것이 있을까요?
- 이게 참 모르겠어요. 스케이트보드를 재미있게 타려고 개인의 욕심을 부리는 거라고 생각을 하거든요. 없어진 것을 저희가 불평할 수 있다고 생각하지 않아요. 현재 문화도시로 노력하고 있고 서브 컬처라는 것을 주제로 해내려고 계속하고 있잖아요. 저희도 그 덕분에 스케이트보드로 인천 시민들이나 부평주민들한테 많이 알려진 것도 사실이고, 저희도 큰 도움을 매일 받고 있다고 생각해요. 제한적인 부분들이 있지만, 꾸준히 행사할 수 있게끔 지원해 주고 있고 장소를 제공해 주고 있어서 긍정적이고 좋기는 하거든요.
  - 스케이트보드만 단순히 봤을 때는 긍정적으로 발전이 되려면 장소가 필연적이긴 해요. 패션이나 음악에서도 스케이트보드와 관련된 것들을 항상 건드리려고 하고 있습니다. 그래피티 하시는 분들도 스케이트보드를 타지 않아도 스케이트보드라는 요소를 많이 담아내고 있잖아요. 스케이트보드를 스포츠적인 측면을 넘어 문화적인 측면으로 알게 되었을 때 더 재미있는 것들이 많고 물론 범죄 행위가 될 수 있지만, 결과적으로는 개인이 할 수 있는 행위 예술이고 충분히 다른 예술 영역으로 발전할 수 있는 가능성이 충분히 있고 또 그런 사례들도 있죠. 다양한 아티스트가 나올 수도 있다고 생각해요.
  - 인천만의 스케이트보드 커뮤니티도 역사가 깊은데 한순간에 무너져서 아쉬움이 큰 편이죠. 그래서 장소들이 체육시설의 느낌보다는 해외의 긍정적인 사례들을 참고해보면 좋을 거 같아요. 왜 유지 보존되고 있는가를 살펴보는 것이 필요하죠. 혹시라도 부평에서 지원하고 발전시킬 계획이 있다면 문화의 발상지가 될 수 있는 작은 공간이라도 생겨났으면 하는 바람인 거죠. 상징적인 랜드마크가 될 수 있는 공간에서 문화적인 측면으로 좋아하는 것들을 계속 노출될 수 있는 장소가 하나만 생겨도 자연스

롭게 발전될 수는 있다고 생각합니다.

■ 어느 곳에 그런 것들이 이루어질 수 있다고 생각하세요?

- 전체적으로 생각나는 공간이 없기는 합니다. 저희가 실내에서 탈 수 있는 장소를 찾고 싶어서 나름 조사를 하기도 하긴 했었습니다. 인천 서구에 있는 코스모라는 곳이 스케이트보드도 탈 수 있게끔 설계를 해놓은 공간이거든요. 거기 승인을 받아서 스케이트보드를 탄 적이 있기는 한데 자연스러운 발전은 아닌 것 같아요. 결국, 돈을 벌어서 유지해야 하는 공간이고 카페나 이런 것들이 들어오잖아요. 스케이트보드나 다른 것들을 할 수 있는 장소는 안 되더라고요. 부평에 예를 들어서 그런 공간이 생긴다고 한들 어쨌든 유지하고 보수하고 운영을 하려면 비슷한 패턴대로 가다 보면 결국 똑같아질 것 같은 거죠. 그런데도 여전히 부평역 광장이 스케이트보드를 탈 수 있는 장소가 된다고 하면 음악을 하시는 분들은 공연도 할 수 있을 것이고 재미있는 것들은 많이 생길 것 같긴 해요. 물론 문제도 많이 생기겠죠.

## 라. 언더시티 프로젝트 성과와 과제

■ 언더시티 프로젝트 통해서 사업 전후 달라진 점이 있나요?

- 서브컬처를 주제로 하는 이벤트가 전개된 곳은 없었던 거 같아요. 참여하셨던 분 중에 멋진 분들도 계셨고 인천을 통해서 많이 알려졌다고 생각합니다. 이런 분위기 때문인지 광주에도 서브컬처 관련한 이벤트가 진행됐는데 생각보다 괜찮았어요. 영향력 있는 스케이터들이 하는 브랜드도 입점에 있었어요. 인천도 계속해내고 있고 다른 지역에서도 조금씩 발전해 가고 있다는 생각이 들고요. 스케이트보드 자체를 긍정적으로 생각하는 인식이 생겨난 것이 가장 좋아요.

■ 앞으로 부평이 서브컬처 특성화 도시가 된다고 할 때, 어떤 과제가 있을까요?

- 가능하다면 스케이트보드 행사를 저희가 하고 싶은 대로 한번 할 수 있게끔 지원 해주셨으면 좋겠습니다. 구조물 만들고 안되는 경우도 있었고, 과감하게 저희를 믿고 하고 싶은 것들을 하게 해주시면 부평에서 더 멋진 스케이트보드 행사의 상을 만들 수 있을 거 같아요. 하나 더 가능하다면 장소가 체육시설이라기보다는 스케이트보드 기준으로 커뮤니티가 계속 편성이 되거나 보존·발전될 수 있는 장소가 하나쯤은 있어도 좋을 거 같아요. 그걸 통한 새로운 발전 가능성은 충분하거든요.

■ 보더들을 중심으로 한 문화에 음악과 패션은 어떻게 서로 작용하나요?

- 제가 음악을 진짜 모르거든요. 예를 들면 하드코어 펑크 스케이트록이 있더라고요. 같이 보드타는 친구들이 현역으로 활동하고 있거든요. 그 친구들의 꿈이 스케이트보드를 타는 장소에서 공연하는 거예요. 미국처럼 바비큐도 구워 먹고 하는 것들이 국내에서는 이루어질 수 없겠지만, 부평에서는 그런 공연과 섞인 이벤트를 해봐도 좋을 거 같아요. 스케이트보드와 밀접해 있는 요소는 비디오예요. 스케이트보드 비디오에는 항상 음악이 나와요. 저희는 그런 부분들을 깊게 구현해내지 못하는 편인데, 음악을 의도에 맞게 넣어서 영상들을 보여주는 경우가 되게 많다고 하더라고요. 스케이트보드와 관련한 노래들도 많이 있어요. 예전에 코스모의 도움을 받아 사비 들여 행사했을 때 공연과 같이했는데 반응이 좋았어요.

### 3) 음악 전문가 : 한철희

#### 가. 활동 경로

■ 슬로스를 부평에서 어떻게 시작하셨나요?

- DJ라는 게 순간적인 예술이라서 녹화되거나 기록을 할 수 없으니까 다들 그런 부분에 대한 허망함은 느끼고 있습니다. 저 같은 경우에는 그게 되게 심했습니다. 어떻게 보면 DJ들이 가지고 있는 직업병이라고 할 수 있는데 금요일, 토요일날 음악을 멋지게 선보이면서 많은 사람과 즐기고 에너지를 만들지만, 다음 날 일어나면 약간 몸이 너털너털해져서 힐링과 디톡스가 필요합니다. 쉽게 얘기해서 그 디톡스가 서울에 있는 DJ들은 같이 커피도 마시면서 해결한다면, 저는 인천에 살고 있어서 쉽지 않았습니디. 그래서 '뭔가 좋지 않다', '이렇게 쌓아가는 게 DJ로서 커리어에는 도움이 될 수 있어도 내 인생 전체로 보면 DJ만 하는 것은 저한테는 별로 좋은 일이 아닌 것 같다'라는 생각이 들었습니다.
- 그런데 결국에는 음악을 하고 싶고 음악이랑 같이 살고 싶은 사람이니까 여러 가지 프로젝트를 같이 해 보기 시작했습니다. 그중 하나가 인천과 부산에서 하는 로컬 프로젝트가 있었습니다. 그런데 부산은 제가 베뉴를 가지고 했고, 인천은 베뉴 없이 시작했습니다. 이 두 개의 차이가 너무 많이 났습니다. 물론 베뉴가 없어서 좋은 점도 있었지만, 결국 지역에서 하다 보니 확실히 느끼는 것은 지속하는 게 제일 힘들었고 반대로 지속을 하기 위해 진짜 노력을 많이 해야 하는 프로젝트들이었는데 와중에 느낀 건 여러 가지를 하는 데 있어서 내가 계속 소모적이 되지 않으려면 공간이 필요하겠다는 생각을 했습니다. 그래서 슬로스라는 공간을 열게 된 것 같습니다.
- 그런데 왜 인천, 부평지역이냐면 제가 태어난 곳이라는 이유도 있고요. 이곳이 붐업이 될 것이라고 2000년대 후반부터 생각했습니다. 재단에도 문화도시 전에 음악도시 선정작업을 할 때 이곳이 괜찮을 것 같으니 무언가를 했으면 좋겠다, 클럽을 만들거나 이런 식으로 추천을 드렸었습니다. 저도 여기서 공간을 열 것이라는 얘기를 했었고요. 그래서 공간을 열게 됐는데 왜 하필 LP바를 열었냐면, 지속 가능한 대중음악 공간을 만들고 싶었습니다. 그런데 그게 클럽이 되고 싶진 않았습니디. 클럽은 제가 하고 싶은 거랑은 거리가 있었고, 처음에는 할 수 있는 것에 대한 한계도 명확했습니다. 그래서 레코드바를 하면 이것저것 재밌는 걸 해볼 수 있겠다고 생각을 해서 슬로스를 열게 되었습니다.

■ 슬로스를 여신 게 몇 년이시죠?

- 2018년 9월에 열었고, 이제 문을 연 지 6년 차가 돼 갑니다.

■ 그때 평리단길을 선정했던 이유를 설명해 주세요.

- 제가 태어난 곳이랑 불과 한 100m도 안 떨어져 있는 공간이었고요. 그리고 제가 태어났을 때 저희 부모님이 레코드샵을 하고 계셨기 때문에 이런 재미있는 내러티브를 가진 요소가 좋다는 생각을 했습니다. 바에서 얘기하기도 너무 좋고 누구한테 얘기했을 때도 재밌고요. 또 저희가 30평 정도의 공간을 원했는데 동네 건물이 다 오래되다 보니까 그런 공간이 없었고, 있더라도 위층에 사람이 살거나 세를 들어 사는 경우가 많았습니다. 그래서 제가 한 3~4개월을 넘게 구하러 다니다가 한 군데 찾았는데 위에 사람이 살아서 위층까지 저희가 쓰겠다고 하고 결국 통째로 계약을 하려고 했었는데 옆 건물이랑 너무 붙어 있었습니다. 건물이 틈도 없이 붙어 있어서 정말 문제가 되겠다 싶었습니다. 건물 컨디션이 괜찮은 걸 찾다 보니까 지금 자리가 있었고 사실 이 자리는 제가 절대 안 하려던 자리였습니다. 제가 생각했던 것보

다 너무 넓어서요. 그런데 결국에는 여기서 하자 해서 문을 열게 됐고요. 부동산 물건 보러 다닌 지 한 5개월 만에 계약하게 된 것 같습니다. 평리단길이 왜 뜨게 될 것이라고 예상했냐 하면 제가 부평에서 나고 자랐기 때문에 아는 것이지만 다른 공간들은 상권이 뜨고 지고 하는 게 있었는데 부평은 위치적으로도 역사적으로도 젊은 사람들에게 사랑받는 공간이었습니다. 그래서 여기서 하면 망하지 않겠다는 생각을 처음에 했었고, 거기에 부평이지만 월세도 저렴한 편에 속했습니다. 더불어 문화의 거리, 테마의 거리에서 도보로 오기에도 나쁘지 않았습니다. 그래서 이 공간이 나중에는 이런 식으로 변하겠다는 생각을 했었고 생각대로 되더라고요. 평리단길이 만들어지는 과정을 제가 봤는데 2009년이나 2008년 정도에 시작됐던 것 같습니다. 제가 봤을 때는 그때부터 멋진 가게들이 하나씩 생기는 걸 보면서 저도 주목을 했었고, 그래서 결국은 이곳에 차리게 된 것 같습니다.

## 나. 음악 공간 운영 특징

■ 현재 슬로스에서 진행되는 활동과 판매되는 것들이 궁금합니다.

- 일단 레코드바라는 형태이기 때문에 음식이랑 주류가 한 일천 가지 정도 되고요. 저희가 코로나 동안에 가게를 9시에 닫아야 했습니다. 제가 봤을 때 낮에는 열어도 괜찮겠다 싶어서 손님들이 가볍게 찾아올 수 있는 카페 겸 레코드샵으로 운영을 했었고요. 그때 레코드는 위탁 판매식으로 진행을 했고, 카페 형태긴 했지만, 술도 가볍게 마실 수 있는 형태로 돼서 레코드를 한 300~400장 가지고 있었습니다. 그걸 계속 지금도 판매 중인데 약간 부스로 손을 봐야 하는 부분이 있고, 그리고 로컬 아티스트와 문화재단과 함께 레코드나 여러 가지 의류들을 제작해서 판매했습니다. 그다음 계획까지 얘기해 드리면 지역 양조장이랑 같이 맥주를 하나 만들어서 판매할 예정입니다.
- 그리고 활동에 대해 말씀드리면 평소에는 디제잉 공연하고 있고, 게스트 DJ들도 열심히 선별해 보면서 로컬 아티스트도 계속 양성하고 있습니다. 현재 DJ 슬로스 단독방에 저까지 13명 있는데요. 저희를 거쳐간 레지던트 DJ가 12명이라는 얘기입니다. 어떻게 보면 꽤 많은 DJ들이 지금 플레이를 하거나 또 플레이를 했었고요. 그다음에 음악 공연도 하고 있고 파티도 했고 LP 콜렉터를 위한 LP 살롱이라는 단체 카톡을 만들어서 모임도 진행을 하고 있는데 사실은 한 달에 한 번씩 계속 모이다가 코로나 이후에는 코로나 때문에 모임 수가 없었습니다. 5인 이상이 안 되니까요. 그 이후에는 조금 텀을 많이 두고 한 4개월에 한 번 6개월에 한 번 이렇게 모이고 있습니다. 살롱은 지금 저 포함 25명이 있는 단체 카톡이 있고 여기서 이제 LP 관련된 정보라든가 아니면 추천이라든가 이런 내용을 주고받고요. 그다음에 와인이나 위스키 시음회 같은 것들도 열고 있고 게스트 바텐딩도 열고 있고 위스키 증류소 투어도 하고요. 2024년에는 스몰토크라는 이름으로 강연보다는 덜 부담스럽고 수다라고 하기에는 내용 있는 것들을 푸는 프로그램을 기획하고 있습니다. 1회로 1월에 바이닐 디제잉 관련 얘기를 했는데 한 아홉 분 오셨어요. 아홉 분 중에서 다섯 분인가가 서울이랑 타지방 사람들이더라고요. 한 2시간씩 걸려서 오셔서 얘기 들어주시고 재밌었습니다.

■ 슬로스의 주요 고객 타겟들은 누구며 어떤 특징이 있나?

- 제가 생각하기에 이곳은 남녀노소가 다 올 수는 있지만, 누구나 좋아하진 않을 거라는 생각을 합니다. 왜냐하면, 저희가 기본적으로 누구에게나 익숙한 방식으로 영업을 하는 게 아니고 조금 새로운 것들을 계속 제시하는 거에 중점을 두기 때문입니다. 그래서 음식도 마찬가지로 음악도 마찬가지로 술도 마찬가

지고 계속 새로운 것들을 들여오고 그중에 좋은 것들을 선정해서 손님들한테 제시하는 그런 입장이기 때문에 받아들이는 것에 대해서 거부감이 없으신 분들이 저희는 타겟이라 생각하고 있습니다. 그러다 보니 연령층이 제가 생각했던 것보다는 조금 더 낮은 것 같고요. 지금 오시는 주 연령층은 20대 중반부터 30대 중반까지가 아마 거의 대부분인 것 같습니다.

■ 그럼 대부분이 부평에서 오시는 손님인가요?

○ 네, 아무래도 그렇습니다. 대부분 부평분이신데 제가 손님들이랑 얘기를 해보면 부평분들의 비율이 한 60%밖에 안 되는 것 같습니다. 나머지는 부천이라든가 아니면 계양구라든가 다른 쪽에서 오시는 분들이 많습니다. 부평분들도 많이 오시지만 타지방에서도 계속 오고 계시는 것 같습니다. 그리고 요즘 외국인 손님들도 꽤 많이 오고 있습니다.

■ 슬로스가 만든 문화적 변화들을 느끼고 계신가요?

○ 제가 감히 자평하자면 슬로스 이전에는 사실 음악 공간이라는 곳이 많지 않았습니다. 특히 저희랑 거의 비슷하게 연 곳이 창고재즈팝이었고, 그전에 락캠프도 있긴 했지만 아무래도 손님 수가 저희보다 적고요. 또 어떻게 보면 규정되지 않은 여러 가지 장르들을 많이 다룹니다. 저희 오픈하기 전에는 부평에서 소울 펑크 음악을 들어본 적이 한 번도 없습니다. 그런데 지금 어딜 가나 틀고 있고 또 사람들도 많이 듣고 있고 이런 것들을 보면 확실히 조금 영향은 있다고 생각합니다. 사실은 그리고 정확한 숫자는 말씀드릴 수는 없지만 저희가 처음에 목표했던 객수나 매출 규모에 비해 한 2배 이상 뽐아내고 있어요. 그런 점에서 슬로스를 즐기시는 분들은 사실 와보셔서 아시겠지만, 음악 소리가 작은 편도 아니고요. 그렇기 때문에 음악이라는 걸 즐기지 않으면 여기서 오래 있기가 힘들습니다. 그런데 다 들어주시는 걸 보면 그래도 음악 듣는 재미를 느끼시지 않나 이런 생각을 좀 하고요. 그 외에도 음악 하시는 분들이 많이 오시다 보니까 음악을 하시려는 분들, 하시는 분들 또 전문적으로 하시는 분들까지 다 오시니까 저희 입장에서도 음악 얘기를 하다 보면 앨범을 냈다고 앨범을 피지컬 음반을 가지고 오시는 경우도 되게 많습니다. 그런 분들이 많이 모이게 됐고 저희 목표는 멀게 보면 공연인데 공연을 유치하고 싶은 이유가 로컬 아티스트들이 많은데 로컬에서 공연할 수 있는 공간이 너무 없다는 것입니다. 예를 들면 락캠프는 락을 다루고 있고 창고 재즈팝은 재즈를 다루고 있지만, 그 외 장르의 음악도 너무 많습니다.

○ 그 외의 음악들을 할 수 있는 공간이 없다고 다들 말씀하시어서 그래서 지금 저희가 다루고 있고 또 앞으로는 더 적극적으로 참여할 수 있게 만들고 싶다는 생각도 있고요. 계속 굉장히 커지고 있다는 생각은 많이 들어요. 그런데 현실적으로 접근하기가 힘든 부분이라서 저희 안에서의 느낌만 들고 있습니다.

■ 전문적으로 다양한 장르 음악이나 새로운 음악적 즐거움을 체험할 수 있는 음악 전문 공간으로서 슬로스를 찾아주는 사람들이 많이 늘어나고 있다고 볼 수 있겠네요. 인천이나 부천에서도 레코드숍들이 생겼나요? 일반적인 레코드 가게와 그걸 듣거나 할 수 있는 문화적 공간은 좀 다른 거 같아요.

○ 상징적인 공간이라 그러면 제가 생각하는 건 부평에서는 당연히 창고랑 락 캠프가 될 것 같습니다. 다행히도 창고는 공연을 중간에 안 하다가 지금 다시 하는 거로 알고 있습니다. 저는 너무 잘됐다고 생각하고 인천 내에서는 ‘흐르는 물’, ‘바텀 라인’ 같은 옛날 LP바나 재즈 공간이죠. ‘흐르는 물’은 오래된 LP 바인데 상징적인 공간이라고 생각합니다. ‘바텀 라인’은 아시다시피 우리나라에서 제일 오래된 재즈 클럽이라고 알고 있습니다. 아시다시피 재즈 아니면 락에 치중되어있어서 그 외의 장르를 하는 곳은 글썽 생각

이 안 납니다.

■ 인천에는 라이브클럽이나 전자음악을 다루는 댄스 뮤직 클럽이 없나요?

○ 아예 없습니다. 클럽도 없었는데 얼마 전에 '가요 토탈' 이런 곳이 생겼습니다. 그런 곳에서 만든 힙합 클럽이 하나 생기긴 했는데 이건 그냥 그런 느낌이고요. 뭔가 제가 규정을 할 수 없지만, 음악과 유희 사이에 있는 것들이 음악 쪽으로 와 있는 데가 많지는 않더라고요. 개인적으로는 너무 아쉽습니다.

## 다. 음악도시로서의 인천과 부평의 가능성

■ 문화도시 부평 특성화사업은 애스컴시티에서부터 시작합니다. 인천도 음악도시를 표방하고 있죠. 과거의 흔적도 있고, 분명 인천이 잠재적인 포텐이 있는 도시인데 수면 위로 올라오지 못한 느낌이에요. 음악도시로서의 인천과 부평에 대해 어떻게 생각하시나요?

○ 아까 말씀드린 것처럼 이곳은 제가 태어난 곳입니다. '제가 태어난 곳에서 100m 떨어진 데에 저희 부모님이 레코드 가게를 하고 있었다'라는 내러티브가 있는 것과 없는 차이를 받아들이는 느낌은 너무 다르다고 생각합니다.

○ 그래서 음악 도시를 만들었을 때 옛날에 있던 그 레거시들이 있었다는 것들이 저는 되게 좋은 베이스라고 생각합니다. 그런데 과거의 어떤 것들을 현재로 끌고 와있는 작업 자체가 아까 말씀하신 것처럼 부자연스러운 면이 저는 항상 보였습니다. 부평 사운드도 그랬고 나오는 것들도 마찬가지로 아쉬웠던 부분은 그런 부분이었습니다. 과거가 있었고 지금 현재가 있는데, 과거, 현재, 그리고 미래라는 부분이 있다고 했을 때 타임라인 상에서 이르려는 노력을 지금 하는 것보다 차라리 지금은 오히려 현재와 미래에 집중하고 과거는 조망만 해도 사실은 괜찮다고 저는 생각합니다. 그래서 굳이 이르려는 것이 부자연스럽게 느껴지고요. 힘을 빼고 있다는 생각을 하고 있습니다. 개인적으로는 음악 도시사업이 진정한 음악 도시를 만들기 위해 관여해야 할 일들이 있다고 생각합니다. 제가 항상 재단에도 얘기하고 해외 사례에서도 보이는 건데요, 결국 정책적인 게 가장 크다고 저는 생각합니다. 저는 요즘에 부평에 오만 정이 다 떨어지고 있어요. 개인적인 어떤 상황 때문에 영업정지를 당하면서 제가 문의를 해본 결과는 노래를 따라 불러도 불법이고 손뼉을 쳐도 불법이고, 고개를 끄덕거리는 행위도 누가 걸고 따지면 불법이 될 수 있는 것입니다. 이건 춤이라고 얘기를 하면은 춤이 될 수 있는 거고 춤을 추기 위해 음악을 제공하는 행위가 될 테니까요. 그런데 이것에 대한 어떤 기준을 두지 않고 경찰이나 구청의 판단하에 영업해야 하는 상황이 저는 여러 가지 음악적인 움직임을 하는데 엄청나게 저해가 된다고 생각합니다. 제가 영업정지를 당하고 나서 생각을 해봤는데 공연을 해도 안 되는 거고 클럽 파티는 당연히 안 되고 항상 느끼지만 뭘 해도 표면적으로 불법이 되는 상황인 겁니다. 우리나라 전체적인 일이긴 하지만 정책적으로 빠져나갈 구멍이 없다는 것 자체가 공간을 운영하는 사람으로서 힘듭니다. 실은 제가 이걸 하면서 이런 일을 하려면 불법을 저질러야 한다고 생각하는 것 자체가 불안합니다. 일단 첫 번째로 관에서 해야 하는 일은 되게 극명하다고 생각합니다. 제 상황과 맞물려서 그런 것도 있지만, 그렇지 않았을 때에도. 관이 앞에서 뭔가 프로그램을 만들고 공연을 만들고 큰 페스티벌을 하는 것 다 좋습니다. 그런데 그것보다 더 중요한 것은 여기서 음악적인 어떤 것들을 했을 때 너희들이 마음껏 하게 해주겠다, 정도만 해도 여기에는 음악 하려는 사람들이나 음악으로 공간을 만들려는 사람들이나 사업을 하려는 사람들이 엄청 많이 생길 것 같습니다. 베를린 같은 경우도 클럽이 잘 운영할 수 있게 많은 지원을 해줍니다. 결국은 베를린이 그렇게 된

거고 그래서 부평에서 어떤 정책적인 도움을 주신다면 저는 음악 도시 되는 것은 그렇게 어려운 일은 아니라고 생각합니다. 항상 말씀드리는데 관에만 할 수 있는 일들이 있고 관에서 해 주셨을 때 필드에서 뛰는 플레이어들이나 이런 사람들은 당연히 이쪽으로 몰릴 수밖에 없다고 저는 생각을 하고 해야 한다고 생각합니다. 일단 부평이 포텐셜이 있냐는 부분에 대해서는 엄청 많다고 생각합니다. 개인적으로 저도 몰랐는데 이 동네 음악하시는 분들이 너무 많고, 음악 학원도 많고 음악을 배우려는 사람도 많고 음악을 하고 있는 사람도 너무 많습니다. 신기하게도 정말 많아요. 그런데 그분들도 그걸 알고 계시고요.

- 음악하는 사람이 여기 많다는 걸 알고 계시고 프로 연주자들도 마찬가지로 그래서 너무 신기합니다. 다들 지금 하고 있구나, 라는 생각을 하고 이 사람들이 도대체 뭘 하고 있는지 보면 프로 연주자들이야 방송 나가고 세션하고 레코딩하고 자기 음반도 만들고 있지만, 그 외의 부분들은 아마추어에서 프로 사이에 있는 분들은 거의 집에서 작업만 하고 있습니다. 그리고 끝입니다. 이런 것들을 선보일 기회가 있으면 참 좋겠다는 생각을 하고 있고 조금만 하면 번성할 수 있는 어떤 단계라고 저는 생각합니다. 그런 부분에서 현재를 잘 조망해주면 멋지지 않나 라는 생각을 하고 미래가 보이지 않나 라는 생각입니다. 사실은 에스컴 시티 같은 과거만 가지고 현재를 만들어나기려는 시도보다 지금 현재에 있는 아티스트들을 데리고, 이런 인적 자원들을 가지고 잘 풀어낼 수 있는 공간이나 정책에 대한 지원이 있어야 한다는 생각을 하고 있습니다.
  - 저희가 아니라 새로 생기는 것에 대해서 제가 아쉬웠던 부분이 슬로스가 열리고 창고가 열리고 나서 이 동네가 어떤 음악 도시가 되었기 때문에 음악적인 공간이 더 생길 거니 음악적인 이벤트가 더 생기겠거니 라고 생각을 했었는데 전혀 그렇지 않았습니다. 너무 아쉬운 부분인데 왜 그런지 생각을 하면, 결국 운영하기가 쉽지 않았고 결론은 다들 똑같은 겁니다. LP바 하나 더 생긴 건 있는데 그것도 그냥 LP바예요. 그것도 당연히 중요하죠. 필요하고 일반 LP바도 중요하고 그런데 어떤 재미있는 시도들이 많았으면 좋겠다는 생각을 하는데 이게 쉽지 않습니다.
  - 어떤 곳이든 마찬가지로 거고 그러면 흥대는 왜 잘됐냐 하면 제 생각에는 선점됐다고 생각합니다. 공연장으로서 한두 개가 생기면서 선점이 되어가고 음악적인 부분들이 미래가 있으므로 더 그런 것도 있는 것 같고요. 아무래도 그렇게 되면서 제가 봤을 때는 공연장과 클럽들이 혼재해 있던 그런 시기였지만 90년대 말이니까 레코드샵도 마찬가지로 처음부터 그렇지 않았을 것 같습니다. 결론은 흥대에서 공연하는 사람들도 흥대에 사는 사람 없었고 서울 근교나 인천이나 수원 사시는 분들이 많았어요.
  - 옛날에 서울 신촌의 마스터플랜 같은 공연장에서 공연을 보면, 거기 흥대에 사는 사람 없었습니다. 흥대, 신촌 사는 사람 없고 결론은 다른 동네에서 다 보러 오시는 것입니다. 타지에서요. 거기에 인천 사람들 엄청 많았어요. 공연을 봐도 마찬가지고요. 그러니까 제일 중요한 것은 제가 늘 말씀드리고 공감하기 때문에 여기다 한 거지만 공간이 제일 중요하고 재미있는 공간이 많이 만들어지려면은 정책적인 게 중요하다 이렇게 말씀드리고 싶습니다.
- 음악하는 사람들이 되게 많다는 이야기를 해주셨는데, 부평에서 활동하는 뮤지션들이 많은 것인지, 실제 활동은 다른 곳에서 하지만 여기서 거주하는 뮤지션이 많은 것인지요? 부평에도 뮤지션들이 활동할 수 있는 공간이나 프로젝트가 있다면 다른 곳에 가서 활동하지 않고 지역을 기반으로 활동하는 게 가능할까요?
- 짧게 저희 얘기를 드리자면 저희 슬로스에서 데뷔한 DJ들이 있습니다.
  - 레지던트들이 슬로스를 통해서 잘 돼서 서울 베뉴에서 활동을 많이 하고 있습니다. 그러면서 그들이 서

울에서 바빠지니까 그럼 서울로 가라 같은 활동을 해라 이런 경우도 되게 많습니다. 또 그거 말고도 제가 알고 있기로는 인천 아티스트가 인천에서 활동할 데가 없으므로 결국은 다 서울에서 활동을 하게 되는 것 같습니다. 얼마 전에도 제가 스토리에 올렸는데 박재신 씨 같은 경우는 지금 인천 부평 계양구 사시는데 그분 스튜디오도 그쪽에 있는 거로 알고 있고 엄청 유명하신 베이시스트인데 얼마 전 타이니 데스크 코리아 황소운 편에서 베이스 세션으로 들어가셔서 연주하셨어요. 또 한 분은 계속 방송 활동하고 콘서트 활동하고 계시고요. 본인 앨범도 잘 만드시고 계속 흥대 에반스 있습니다.

- 다 인천 사시고 부평 사시고 이런 분들이예요. 그리고 또 재밌는 것은 제가 아는 아티스트들도 마찬가지로 아닌 분들도 계실 텐데 서울이나 혹은 지방 사시다가 부평으로 이사 오시는 경우도 많습니다. 그런 경우 이 사람을 부평에 있는 아티스트니까 당연히 부평 아티스트라고 할 수 있는 거죠. 제가 아는 DJ가 부평 신희집으로 이사 와서 다시 저희 레지던트로 활동하는 경우도 있고 제가 좋아하는 아티스트인데 R&B 아티스트인데 인천으로 이사 오셔서 다시 작품 활동하고 계시는 거로 알고 있습니다.

■ 인천의 경우 트라이트포트, 펜타포트 페스티벌과 같은 대형 페스티벌이 존재해서일까요? 상징적인 이벤트 외에 다른 자원에는 무엇이 있을까요?

- 유명한 것은 루비살롱, 루비 레코드가 있었습니다. 루비 레코드 대표님이 만든 공간이 부평에 있었습니다. 그리고 동인천에 음악창작소에서도 계시다가 지금은 안 하시는 거로 알고 있는데 그분도 계셨고, 그리고 밴드로는 사랑과 평화 같은 유명한 밴드도 있었습니다. 미8군에서 공연했던 밴드들이 거의 다 인천에 거주했었기 때문에 밴드 멤버 출신들이 거주했죠. 그 외에 레이블은 사실 쉽지 않았던 것 같습니다.
- 제가 봤을 때 인천에서 가장 유명한 음악 공간은 심지다방이었는데요, 음악 감상실이었는데 93년까지인가 있었던 거로 알고 있는데 지금도 동인천에 가면 항상 심지다방 얘기를 합니다. 두 개 층으로 이루어진 음악 감상실이었습니다. 부평은 음악 감상실은 없어서 아쉬웠는데 그 외에도 계속 클럽이나 소규모 클럽이 생겼다, 없어졌다 합니다.

■ 애스컴시티가 있었고 부평에 신촌이라고 뮤지션들이 대거 거주하는 마을이 있었다고 하더라고요. 지금 그 동네에서 여전히 현재까지 연결되는 공간이 있다거나 레거시가 남아 있는 것은 없을까요?

- 네, 미군 부대 앞에 정문 앞에 길 건너편에 공연장이나 사창가, 바(bar)들이 많았습니다. 아마도 이태원 처럼 발전이 된 거니까 딱 유사한 거리가 된 것 같습니다. 그런데 너무 오래전 일이고 부평이라는 곳이 발전되다 보니까 다 없어진 걸로 알고 있어요. 그래서 처음에 재단에서 거기다가 라이브 클럽이든 댄스 클럽이든 한 5개 정도를 만들어서 위탁 운영을 하거나, 아니면 운영할 사람을 모아서 돈을 지원을 해주면 클럽이 한 5~6개 만들어지는 그림을 그리시더라고요. 그 거리를 다시 부흥시키자 이렇게 말씀을 하셔서, 제가 단연코 여기서 하면 다 망하고, 하려는 사람도 없다고 했어요. 만약 한다는 사람이 나오면 정말 아무런 책임감이 없거나 아무것도 모르는 사람일 테니까 절대로 하지 말라고 얘기했습니다.
- 그래서 할 거면 평리단길이라는 데가 생기기 전에, 평리단에서 해라 여기 진짜 싸고 괜찮다고 말씀을 많이 드렸었어요. 왜냐하면, 거기는 교통이 너무 안 좋아서 기능하기가 힘들거든요. 제가 봤을 때 기능을 할 수 곳이라면 백운역 일대가 더 부흥해야 한다고 저는 생각하고요. 그런데 예전 그곳은 보시면 아시겠지만, 지형적으로도 좋지 않고 더 이상 사람이 살기도 힘든 공간입니다. 굳이 거기서 해야 하는 것이 아니면, 안 했으면 좋겠고요. 제가 재단에 맨날 얘기하는데 결국은 문화재단이라는 데가 좋은 프로그램을 가지고 있고 항상 좋은 것들을 하지만 시민들이 찾기 힘든 공간에 위치해 있어서 발길이 잘 안 떨어진

다는 얘기를 많이 드리는데 그래서 슬로스를 여기다 차린 거기도 하고요. 부디 노력으로만 끝날 것 같은 일에 힘을 주지 않았으면 좋겠다는 생각을 좀 많이 합니다.

## 라. 언더시티 프로젝트 성과와 과제

■ 문화도시의 애스컴시티 프로젝트를 통해 레거시를 복원하거나 아카이브하는 작업이 진행됐어요. 컴필레이션 앨범도 만들어졌고요. 뮤직 플로우 페스티벌, 언더시티 프로젝트도 생겼죠. 사업 전후의 변화를 체감하시나요?

○ 제가 외부자는 아니니까 어떻게 보면 일반 시민의 관점에서 말씀드리기는 힘들지만, 인천문화재단, 부평문화재단 그리고 경기문화재단이랑 협업을 많이 한 이력도 있고, 특히 부평문화재단은 지원서 같은 것도 하나 없을 때 찾아가서 문 두드린 적이 있습니다. 그 정도로 오래 보고 인연을 맺어 왔는데 요즘 제일 잘하는 것 같습니다.

○ 라이어 대표님이랑도 그런 얘기를 하는데 제가 재단 다른 데랑도 일을 많이 해보고 재단이랑 오래 일을 해봤는데 그래도 가장 의미 있게 무언가 전개를 하는 곳이 아닌가.해요. 그래서 개인적으로 아쉬움을 토로하긴 했지만, 결론적으로 해야 될 일들을 지금 잘하고 있다고 생각하고 결국은 서브컬처 신에 있는 사람이나 이런 말씀을 드릴 수밖에 없는 것 같습니다. 음악적 지원이라는 것들, 특히나 예술 지원이나 아니면 예술 사업들 같은 경우도 보면 항상 현실과 동떨어져 있거나 혹은 특정 타겟을 가지고 지원해 주려는 의도가 보이는 사업들이 되게 많았습니다. 아마도 기초예술로만 제한된 경우가 되게 많았어요. 타 재단 지원사업들 같은 경우였는데, 서브컬처를 지원한다는 아이디어가 특별했고, 특징이 있어서 좋았다고 느꼈습니다. 그래서 제가 굳이 이쪽에 종사하지 않았더라도 되게 응원을 했을 것입니다.

○ 분명히 현재 지금 많은 사람들이 즐기고 있는 문화니까요. 비주류라고는 하지만, 비주류의 영역들이 모이다 보면 주류에 맞먹는 크기를 가지고 있는 것 같습니다. 그런 것들을 꾸준히 지원해 주신다는 것 자체가 좋았고, 만약에 제가 공간을 운영을 안 했더라면 어떨지 생각해봤을 때도, 사업들을 외부에서 재미있게 봤을 것 같습니다. 특히나 언더시티 프로젝트 같은 경우는 제가 제일 아쉬웠던 부분이 공간을 운영하기 때문에 강연들을 못 본 게 진짜 아쉬웠습니다. 특히 강연이나 대담 프로그램 같은 경우는 퀄리티가 좋아서 제가 왜 유튜브에 안 올리실까 이런 생각이 들 정도로 너무 좋은 프로그램이었던 것 같고 계속 제가 재단에서 프로그램을 보면서 ‘아, 이거 참여하고 싶다, 이거 보고 싶다, 소비하고 싶다.’ 이런 생각을 한 적이 평생 없었는데 지금 재단에서 하는 것들은 많은 부분에서 소비하고 싶다는 생각을 많이 하고 있습니다.

■ 문화도시 사업은 부평 내 시민들이 참여가 우선되는 거 같긴 합니다. 조금 더 외부에서도 끌어당기는 전략 같은 게 필요할 거 같아요. 교육 프로그램 같은 경우는 되게 유효하게 잘하고 있다고 생각되더라고요. 전자음악 클래스, VJ 클래스와 같은 프로그램이 접하기 쉽지 않잖아요.

○ 제가 가보지는 못했습니다. 사실 들어보지 못해서 정확히는 알 수 없지만 가지고 있는 역할은 VJ 클래스나 전자음악 클래스를 들으면서 초입 부분을 알려준다고 생각합니다. 그다음까지 책임을 지라는 얘기가 아니고 그다음에 개인 지도를 받거나 혹은 자기가 이제 할 수 있었구나 혼자서 해나간다거나 할 수 있는 데까지는 자기가 선택하면서 이제 들을 수 있으면 참 좋을 것 같은데 불행히도 거기까진 못 간 것 같아요. 그런데도 처음에 길라잡이로서의 프로그램들은 좋다고 생각합니다. 그리고 관에서 하기 좋은 일

이라고 생각을 하고 있고요. 그러니까 예를 들면은 저는 부평도 물론 되게 많은 자원이 있지만, 실질적으로는 베드타운 같은 부분도 있다고 생각합니다. 척박한 곳에서 교육 프로그램 같은 것들을 한다는 거는 저는 좋은 역할을 한다고 생각을 하고 있고 실제로 유사한 외국 사례도 있고요. 어떻게 보면 조금 더 도시가 좋아지는 자정의 역할을 부평이 해나가고 있는 것 같아서 저는 너무 좋습니다. 그래서 일단은 기본적으로 계속했으면 좋겠습니다. 그런데 오히려 음악창작소나 (물론 음악창작소가 부평문화재단이랑은 좀 거리가 있지만) 혹은 공간이 따로 있는 곳에서 거점 공간이 운영돼도 좋겠다는 생각은 합니다. 사실은 개인적으로 개인 지도하는 사람 밖으로 빼는 것처럼 될 수 있지만, 프로그램을 잘 운영을 했을 때 갖춰지는 역할도 작지 않다고 생각하고요. 특히 요즘에는 학교 교육 자체가 그렇게 힘이 있는 게 아니니까 그런 식으로 가는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다.

- 서브컬처 특성화 도시로 지속하기 위한 아이디어나 과제는 무엇이 있을까요? 문화도시 사업에서 음악과 서브컬처 사업이 분리돼서 진행되었는데, 이게 떨어질 수 있는 건 아니잖아요. 애스컴시티에서 시작된 대중음악·대중문화의 시작점으로서의 부평이라는 포지션에 대해서는 어떻게 생각하시나요?
- 대중음악이라고 하면 오해의 소지가 있지 않을까 생각도 되고요. 지금에 와서 대중음악은 케이팝이잖아요. 거기까지 건드리는 것은 여기 결이랑은 좀 맞지 않으니까 거기까지 간다면 모르겠습니다. 서브컬처 안에도 어차피 서브컬처랑 음악의 교집합이 있어서 거기만 다루려고 하는 건지 아니면 아까 말씀하신 것처럼 대중음악·대중문화까지 폭넓게 건드리려고 하시는 건지는 확실하지 않게 들립니다.
- 그런데, 재밌는 지점은요, 예를 들어서 저희집 바로 뒤에 공장지대가 많았습니다. 콜트로 문제 됐던 공장도 있었고 삼익피아노 공장도 근처에 있는 거로 알고 있고요. 사실은 크고 작은 공장들이 되게 많은데 여기 중에 저희집이랑 한 2분 거리 되는 공간을 빌려서 88 스케이팅샵이라고 실내 스케이팅보드 파크를 만들어서 운영하고 계시더라고요. 공장을 빌려서 하시는 거 재밌는 것 같고 아마 그때 제가 본부장님도 말씀드렸었는데 평촌동, 산곡동 일대가 재개발돼서 한 2만 호 정도 들었거든요. 그런데 바로 옆이 공장지대입니다. 배후에 많은 사람을 끼고 있는 곳인데, 공장 단지가 옆에 있으니까 만약에 유휴공간이 있다면 거기서 해도 나쁘진 않을 것 같아요. 그 외 부평구에서 무언가를 할 만한 공간이 많지 않은 것 같습니다. 제 생각에는 남부역도 꼭 찻어요. 남부역, 부평역 쪽도 카페들 같은 경우는 계속 생각하고 있는데 공간은 없다고 생각하고요. 부평은 정말 공간이 없습니다. 너무 부족하고 계속 아파트로 계속 채워나가고 있어서 다들 공간에 목말라 하는 것 같고요. 그리고 상징적인 공간의 모임이 연출이 되려면 많은 조건이 필요합니다. 거기에 맞는 곳이 그 외에는 잘 떠오르지는 않는 것 같습니다. 근방에 사람이 안 살면서 사람들이 오고 가기도 교통 접근성이 좋고, 그러면서도 저렴한 곳이에요. 아무래도 월세나 이런 것들이 유지가 되어야 하는 부분들이 있는데 너무 어렵더라고요. 만약에 한다면 본부장님 말씀대로 그쪽도 나쁘진 않은 것 같고 아니면 부평구에서는 쉽지 않은 것 같습니다. 그래서 테마의 거리가 망할 수가 없는 게 거긴 상가라 계속 상업 활동하기가 좋으니까 그렇게 되는 것 같고요.
- 저는 90년대 말에서 2000년대 초반 흥대를 생각하게 되는데 거기도 지금 평리단길이랑 똑같았습니다. 맨날 신고하고 신고받고 그러면서 없어지고, 다시 생기고요. 지금은 옛날처럼 자그마한 공연장들은 많이 없어지고 기업화된 곳들이 많아졌습니다. 작은 공연장이 생존하기 쉽지 않은 환경이 된 거죠. 제가 혼자 해보니까 느끼는 건데 좋은 아티스트를 초빙하고 싶어도 공간 자체가 한계가 있다 보니까 부를 수가 없더라고요. 그래서 큰 곳이었으면 좋겠고 만약에 음악적인 것들을 다룬다면 라이엇도 파크를 자꾸 만들고 싶어 하시고 넓은 공간 널찍널찍한 공간들이 있으면 참 좋을 것 같은데 그러려면 큰 곳들이 많은 곳이

필요하고 거기가 좋은 것 같습니다.

- 재미난 아이디어들이 늘 많으시니까, 이런 게 있으면 재밌을 거 같은데, 라고 생각했던 것들이 있나요?
- 공연장 같은 거 하나 있으면 진짜 좋을 것 같고요. 사실 사람들이 가장 편안하게 즐길 수 있는 게 음악이라 저는 생각을 해서 서브컬처 중에서도 특히나 음악 공간이 진짜 중요하다라는 생각을 하고 있고 많이 생겼으면 좋겠습니다. 그리고 매체도 필요하다고 생각합니다. 라디오 프로그램이나 팟캐스트라든가 아니면 그냥 종이 잡지라든가. 그런 것들이 생기려면 기본적으로 공간 이벤트가 많은 동네가 돼야 재미있는 거니까 그런 것들도 필요하고요. 일단 저희는 가장 필요한 건 공연이라 생각해서 계속 공연 준비를 하고 있습니다... 그런데 이것도 1~2천만 원으로 해결이 되는 문제가 아니더라고요. 천천히 돈 벌면서 하나 하나씩 해 봐요. 이번에 비싼 스피커를 설치한 것도 공연 때문이에요. 지금은 공연하고 나중에는 클럽 하나 하자 이러면서 길게 보고 산 거고 그걸로 누가 공연해줬으면 좋겠습니다. 저도 이걸 처음부터 끝까지 혼자 하고 싶지가 않습니다. 이걸 정말 안 예쁜 그림입니다. 제가 슬로스만 하면서 레이블 슬로스 레코드 하나 만들고, 그런데 여기는 소울 펑크 많이 다루니까 소울 펑크 한번 해볼까 이러면서 아티스트들 모아서 앨범 내고, 이제 재즈 펑크 하나까 재즈 펑크 관련된 앨범 내고 이런 식으로 좀 하고 싶습니다. 누가 전자음악 태현이 같은 친구가 전자음악 레이블 같은 거 하나 만들어주고 좀 그랬으면 좋겠습니다. 개인적으로 요즘에는 레이블이라는 게 굳이 피지컬 릴리즈를 안 하더라도 가능한 거라서 해외 아티스트들 이메일 주고받으면서 앨범 내주고 있는 경우도 있습니다. 프랑스 파리 기반, 특히 전자음악 레이블들을 보면서 느끼는 건데 로컬 레코드샵이나 이런 곳으로 해서 모인 아티스트들이 같이 앨범 하나씩 EP를 내고 이런 경우 되게 많습니다.
- 그러니 서로 잘하고 좋아하는 여럿이 각자 해줬으면 좋겠어요. 같이 좀 레이블 만드는 거 어려운 거 아니니까 만들어서 우리 해외 글로벌 플랫폼에서 음원 내고 수수료 내고, 음원료도 벌고, 이런 것들도 경험해보고요. 캐피털즈라고 힙합 하는 친구들이 있는데, 그중 DJ 친구 한 명은 제외하고 나머지는 다 부평 살고 있습니다. 이번에 뮤직비디오도 찍어서 냈더라고요. 그리고 잘 나가는 작곡가랑 같이 활동도 하고 자기들이 곡 만들고 작업하고 맨날 음원 발매하고 진짜 열심히 합니다. 음악 이렇게 열심히 하는데 빛을 못 보는데도 열심히 하는 거 보면서 애네들 진짜 한 번 공연 만들어주고 싶다는 생각 진짜 많이 합니다.
- 저희 개업 5주년 때 재즈 펑크 공연을 했다면 이번에는 이 친구들 공연을 한번 만들어서 하고 싶어요. 저희 연말 파티 때는 펑크부터 힙합까지를 다뤘는데 중간에 그 친구들 공연을 중간에 만들어주고 싶었는데 스케줄상 쉽지 않아서 안 됐고, 그런데 아마도 다음에 공연한다면 그 친구를 먼저 데려다 놓고 하고 싶어요. 이게 또 웃긴 게 저희가 공연장의 역할을 하기 시작하면 또 분명히 민원이 들어올 거고 또 걸리면 또 영업정지가 될 수 있다는 겁니다.
- 하여튼 공연 정말 필요한 것 같고요. 그리고 그런 어떤 것 외에도 서브컬처라는 것들이 가지고 있는 고유한 어떤 문화 맥락이라는 게 있습니다. 스케이트 보드면 스케이트 보드가 왜 이렇게 만들어져서 이렇게 거쳐와서 지금은 이렇게 됐는지, 또 애네들은 스케이트보드를 왜 타고, 그리고 이게 어떤 즐거운 점이 있는지, 그리고 탔을 때 어떤 리스크가 있는지, 사람들이 알았으면 좋겠는데 처음에 초심자들은 사실 알기 쉽지 않습니다. 제가 라이엇과 친해서 많이 가서 보면서도 스케이트보드를 전혀 몰랐습니다. 롱보드랑 스케이트보드랑 서로 그 씬이 배척하는 것도 몰랐고 정말 무식했습니다. 사실은 그거는 남이 알려주지도 않았고 교육의 기회가 없었으니까 알 수 없죠. 그 신에 속해 있는 친구들한테 얘기를 들어야 되

는 것들이니까요. DJ도 그렇습니다. 저희가 DJ 관련해서 얘기할 기회가 몇 번 있었지만, 이번에 스물토크 프로그램을 하면서 그 역사에 대해서 되게 많이 다뤘습니다. 자료도 만들어서 역사에 대해서 많이 이렇게 알려드렸는데 사람들이 재미있어하시는 거예요. 그런 것들에 대한 프로그램들이 좀 더 있었으면 좋겠다는 생각도 많이 하고 서브컬처라는 것들에 대해서 일반인들은 받아들이기가 쉽지 않으니 문화적 맥락에 대해서 다루는 것들도 있으면 좀 재밌을 것 같다는 생각을 좀 합니다.

- 이 동네에 분명 이런 분위기들이 있어서 음악, 서브컬처를 다루면 가능성이 클 것 같다는 직감에서 시작된 사업인 거 같아요. 그것들을 발견하고 캐치한 건 심정적으로 이해가 가지만 지속해 나가기 위해서는 조금 더 선명한 이유나 맥락이 필요한 거 같아요.
- 제가 지금 단순하게 생각하는 걸 수도 있지만, 음악적으로 국한해서 말씀드리자, 홍대 신도 마찬가지로 공간 기반의 음악 신을 만드는 데 가장 중요하고 단순한 요소는 그냥 공연장입니다. 사실은 다른 거 없고요. 교육도 필요하고 인큐베이션 진짜 많이 하는데 인큐베이션 많이 해봤자 공연할 공간이 없어서 다 바깥으로 빠지니까 그건 헛수고라고 생각합니다. 솔직히 말해서 제가 맨날 홍대에서 공연하는데 홍대에 사는 사람 없다고 진짜로 계속 공연장이 많아지고 한 공연장이 잘 되면 또 다른 공연장이 생기고 약간 이렇게 되는 연쇄 작용이 필요하다고 저는 생각을 하고 그렇게 신이 생기니까 부수적인 매거진들도 계속 생기고 또 그게 이제 웹진의 형태가 됐든 종이 잡지가 됐든 뭐 하고요. 전 세계적으로도 마찬가지로 클럽들도 유행하기 시작하는데, 이태원 같은 곳은 예전부터 가지고 있던 게 되게 많았잖아요. 그런 기반 위에서 다양성을 가진 음악들이 제시되고 클럽들이 생기고 이러면서 자양분을 가지고 정말 많은 것들이 이루어졌다고 생각합니다. 제가 이제 클럽 신을 완전히 떠난 건 아니지만 조금 거리를 두고 생활을 하게 된 지가 슬로스 락 오픈 때부터였으니까 5년이 넘었는데, 요즘에 보면 음악이 진짜 많이 바뀌었습니다. 옛날보다 디제이들 수준이 진짜 많이 올라갔다고 생각합니다. 어떻게 보면 진짜 신이 계속 발전하고 있다는 증거 중 하나인데 다양한 장르의 음악을 하는 친구들이 너무 많아지고요. 또 클럽에서 자주 보기 힘든데 친구들도 SCR이나 믹스믹스 같은 플랫폼에서 계속 다뤄주고 있습니다. 그 역할이 저는 엄청 대단하다고 생각합니다. SCR 조회수는 사실 그렇게 많지는 않지만 조회수를 뛰어넘는 새로운 DJ들이나 새로운 음악을 소개하는 측면에서 엄청난 역할을 하고 있다고 저는 생각을 하고 있고 그게 되게 신이 풍부해지는 데 역할을 하고 있다고 생각합니다. 그런데 최초에 뭐가 있었냐 하면 사실 클럽과 공연장입니다. 관에서 해야 하는 일이 인큐베이팅은 절대 아닌 것 같습니다. 인큐베이팅이 만약에 어떤 역할을 한다면 음악 도시를 만들기 위한 인큐베이팅이라고 하면 당연히 맞는 말이지만, 그것이 음악 도시로 만들어지는 과정에서 10년 20년은 보면서 해야 하는 사업인데 그때까지 재단이 그걸 버티면서 할 수 있을지는 사실 의문인 부분도 있고요. 그런데도 그 꼭지는 꼭 가져갔으면 좋겠지만, 중점적으로 음악 그러니까 문화도시에서 음악적인 도시로 만들기 위해서 해야 하는 일은 클럽이나 여타 음악 공간이 만들어지기 쉬워야 한다는 겁니다. 쉬워지면 공간이 생기고 지원이 되면 공간이 생기는 건 당연한 일입니다. 아티스트들 와서 공연하고 공연하다 보면 콘텐츠가 풍부해지는 거예요. 예를 들면 30평짜리 클럽이 됐든 아니면 100명 200명짜리 그냥 중규모 공연장이 됐든 열릴 수 있는 공간이 있으면 좋겠어요. 정말로 너무 부러워서 그런 것들이 계속 있으면 사실은 저는 많이도 필요 없다고 생각합니다. 음악 레코드바 말고, 작은 라이브클럽 한 두세 개만 있어도 도시는 많이 달라질 거라 생각합니다. 사실은 어려운 일 아니라고 저는 생각을 하고 꼭 그렇게 됐으면 좋습니다.
- 저는 앞으로 엄청 달라질 거라고 생각합니다. 제가 단순하게 생각하는 걸 수도 있습니다. 하지만 결국은

그렇잖아요. 에스컴이라는 것도 그건 그냥 공연장입니다. 미8군 공연장이잖아요. 결론은 그 공연장 때문에 다들 뮤지션들이 와서 공연을 했고, 와중에 큰 아티스트가 와서 살기 시작하면서 이분들과 뭔가 친해지고 싶고, 배우고 싶으니 옆에서 모여서 배우고 같이 공연하고 같이 교류하고 이러면서 계속 모인 거죠. 그렇게 연쇄 작용이 시작된다고 생각합니다.

- 이게 쉽지 않은 거죠. 서울시도 플랫폼창동61, 노들섬과 같은 공간을 만들어 민간 위탁으로 운영을 했었어요.
- 위탁으로 하면 안 됩니다. 저는 위탁으로 하면 절대 안 된다 생각합니다. 그냥 정책적인 도움이 필요합니다. 결론은 투 트랙인데 하나는 정책적으로 법적인 제한을 완화하거나, 조례식으로라도 공연장이나 클럽을 편하게 운영할 수 있게 만들어주는 거예요. 이런 것들 하나 사실 구청이 해야 할 일이지요.
- 그리고 또 하나는 클럽을 만들게 되면 옛날에는 음향장비, 조명 장비를 빌려주는 형식으로 지원을 했다고 저는 알고 있습니다. 그런 게 아니더라도 세금 관련 지원 등 여러 가지 작은 도움들 있잖아요. 그런 것들도 있으면 좋겠어요. 인천에서 하면, 부평에서 하면은 경찰 신경 안 써도 할 수 있다, 이렇게 되면 좋겠습니다. 비슷한 업종에 있는 공간 중 영업정지를 재판은 안 받은 곳이 없습니다. 그런 상황임에도 계속 운영하는 거더라고요. 이런 것들 두고 도움 줄 수 있는 것들이 있으면, 다 부평과 인천 쪽으로 많이 몰리지 않을까 하는 생각도 하고 있습니다. 저도 마찬가지로 내가 공연을 하고 싶다고 해서 지금 공연을 열 수 있는 상황이 절대 아닌 거죠. 그런 도움이 굳이 세금 안 들고도 할 수 있는 좋은 방법입니다. 소음 민원, 이런 것들이야 저희가 감수해야 할 부분이지만 나머지 제한적인 부분이 해결 가능하다고 하면 전부 여기로 올걸요.
- 공간 운영하시는 분들 모두 마음고생이 다 심하더라고요. 그런 거 하나하나가 되게 중요한 것 같습니다. 우리나라랑 일본만 있는 법이라 바뀌었으면 좋겠습니다.
- 결국, 어떤 정책적인 도움이나 위에서 언급한 여러 지원이 있다면 서울 외에도 이곳에서도 가능성이 있다고 생각을 하면 인천과 부평에서 공연장이나 아니면 클럽들이나 음악적인 공간을 자생적으로 만드는 사람이 생길 텐데 그 순간부터 저는 시작이라 생각합니다. 저희는 저희가 잘 되면 누군가 같이 만들어줄 거라 생각을 했었습니다. 그게 안 되더라고요. 그러니까 오히려 애들이 다 그런 얘기를 합니다. 차라리 서울에서 하지 그랬냐, 훨씬 더 잘 됐을 텐데. 반박할 수가 없었습니다. 개인적으로는 차라리 송도에 할 걸, 서울에 할 걸, 이런 생각이 진짜 많이 들었습니다.
- 개인적으로는 내가 왜 여기서 고군분투를 하고 있을까, 이런 생각도 하죠. 제가 바라는 거는요, 부평에서 평리단길 같은 이름들, 부평 카페거리라고 이름 지었잖아요. 그러면서 카페에 우후죽순 생기고요. 오히려 태클 거는 일입니다. 제가 봤을 때는 태클만 안 걸었으면 좋겠고 구청이랑 재단이랑 또 여기 진짜 상권에서 장사하시는 분들이나 아니면 진짜 서브컬처하시는 분들이나 연계가 잘 되고, 음악하시는 분들이나 기타 인적 자원도 연계가 되면 뭔가를 만들 수는 있다고 저는 생각하는데 진짜 한 곳 차이라 생각하고 있습니다. 재단에서 판도 되게 잘 깔았고 그런데 일반 시민들한테 말했을 때 슬로스 말고 부평이 달라진 점이 뭐가 있냐 하면은 막 와닿게 달라진 건 없을 겁니다.
- 결국은 말씀하셨다시피 많은 시민들이 지속할 수 있게 뭔가를 향유할 수 있는 문화적인 것들을 만들려면 지속해서 뭔가를 제시해 주고 공급할 수 있는 어떤 형태가 필요합니다. 여러 가지가 있겠지만 저는 공간이 많아져야 한다는 게 지론입니다.

- 각기 다른 음악과 서브컬처 사업이 하나로 꿰어져야 하는 시점인 것 같아요. 각자 사업이 열심히 전개되는데 그 효과가 연결되거나 궁극적으로 추구하는 방향이 보이지는 않는 느낌입니다. 음악적으로 어떤 방향이나 장르, 스타일에 집중해보면 좋겠다는 의견이 있으세요?
- 에스컴시티에서 나온 음악이 정확히는 뭔지 모르지만 그래도 제가 봤을 때는 로큰롤부터 펑크, 디스코 이런 쪽일 거란 말이죠.
- 그래서 그런 장르의 음악을 하는 친구들이랑 무언가를 하면 좋을 것 같아요. 음악이라는 게 너무 다양해서 a부터 z까지가 있다면 에스컴시티 관련돼 레거시를 이어서 나간다는 그 그림을 그린다면, 그 맥락에서 아티스트들을 발굴해 가는 것은 나쁘지 않다고 생각합니다.
  
- 중심에 있는 장르가 있고 그를 중심으로 펼치고 확장된 형태로 맥락을 만들어주면 좋겠다는 생각이 들었어요. 저런 분위기에서 또 새로운 뮤지션이 나오면 좋겠다는 생각도 하고요.
- 나쁘지 않은 것 같습니다. 옛날에 부평 사운드, 처음에 코로나 때 원래 공연하려다가 좌초되고 비디오로 찍은 게 있습니다. 그때도 느꼈던 건데 ‘프롬 올 투 휴먼’이라고 참고에서 했던 팀 있는데 그 친구들도 되게 소울풀하더라고요. 그런 친구들이나 아니면 로큰롤 하는 팀도 생각나고요. 그런 친구들 데리고 뭔가를 한다면 되게 좋을 것 같은데 또 어떤 형태가 되는지도 중요한 것 같습니다.
- 예를 들면 이런 것입니다. 공연들이 여러 가지가 있는데 그중에 한 꼭지의 공연이 에스컴시티의 음악같은 것들을 다루는 프로그램이 있어서 그런 결의 아티스트들이 쪽 나와서 한다든가요. 그리고 레이블도 생기는 거죠. 저희가 소울펑크 쪽으로 한다 그랬잖아요. 그런 장르의 EP들을 좀 내주고 한다면 나쁘지 않은 것 같고요. 컴필레이션의 경우, 에스컴 컴필도 마찬가지로 아쉬웠던 부분이 이런 겁니다. 먼저 해야 하는 게 맞고, 부평 사운드 7인치처럼 옛날 에스컴시티 음악을 먼저 지금의 색으로 지금의 아티스트들이 다뤄야 하는 건 맞고 재조명한 건 맞습니다. 그런데 이게 그다음 스텝으로 연결되어서 에스컴시티 때 나왔던 그런 장르의 음악들을 지금의 어떤 친구들이 하고 있는지 다루고, 이들의 앨범을 내준다면 그런 것들도 나쁘지 않은 것 같습니다. 제가 봤을 때는 소울/펑크 진짜 많이 틀고 있고, 지금 평리단길 창고 재즈 팝도 소울이나 펑크를 틀어요. 그리고 부평 다른 데도 마찬가지로 카페도 마찬가지로요. 이게 되게 웃긴 게 저희 가게에 부평에서 일하시는 분들도 엄청 많이 오실 거 아니에요. 사장님들이나 오시면 음악 검색 앱으로 공간에서 나오는 음악 정보 찾아가세요. 다 그렇게 따 가시고 자기 매장에서 플레이 리스트를 돌리시더라고요. 저는 그거 정말 나쁘지 않게 생각합니다. 옛날에는 부평 어딜 가도 음악이 되게 별로였는데 요즘에는 뭐 카페를 가도 음악 플레이리스트 신경 많이 쓰시는 것 같고 다들 믹스 틀어놓는 데도 있어요. 그러니까 분위기는 만들어지고 있다고 생각합니다. 그런 음악들을 하는 밴드들이 있다면 손님들이나 혹은 관객들, 일반 시민도 무리 없이 받아들일 수 있지 않을까, 누구나 다 좋아할 만하지 않나 하는 생각도 합니다. 그래서 이렇게 하나의 중요한 어떤 줄기로서 가운데를 딱 잡아주고 있다면 나머지 것들은 다 같이 올라올 거니까 좋을 것으로 생각합니다. 아까 말씀하셨던 중구난방으로 보인다는 부분도 해결되고 억지로 만들어진 것 같은 그 연결고리에 의미가 생길 것 같기도 하고요.

### 제3절 문화도시부평 특성화 사업분석

## 1. 문화도시부평 사업 개요

### 가. 문화도시부평 사업 개요

#### 1) 문화도시부평 비전체계도

[그림 3-1] 문화도시부평 비전체계도



#### ■ 미션과 비전

- 미션을 ‘시민주도’의 문화두레를 실현하는 것으로 설정하고 있음. 미션을 통해 ‘시민성이 성장하는 것’을 문화도시 비전으로 설정하고 있음

#### ■ 핵심가치와 추진 전략

- 핵심가치를 시민성, 내발성, 장소성, 창조성, 연대성으로 설정하고 있음. 본 연구에 해당하는 D-Lab 및 비주류문화 기반 사업은 ‘창조성’ 가치를 핵심가치로 설정하여 문화생산의 구조를 강화하고자 하였음

## 2) 문화도시 주요-세부 사업구성

### ■ 5대 추진 전략에 따른 5개 대분류 사업

○ 사업의 대분류는 1) 시민의 문화적 성장과 실천, 2) 지속가능한 문화생태계 구축, 3) 장소 가치 발굴을 통한 미래가치 창출, 4) 창조적 문화생산구조 강화, 5) 연대를 통한 상생협력체계 강화로 구성

### ■ 5대 추진 전략에서 이어지는 총 24개 중분류 중 특성화사업을 별도 분류함

[표 3-14] 문화도시 주요-세부 사업구성

주요사업		세부사업구성	연계가능사업
시민의 문화적 성장과 실천	1-6. 음악도시 아카데미	① 시민 음악 교육 프로그램 운영 • 장르 불문의 계층별 음악 교육 프로그램 운영 • 실연 및 실습 교육에서 나아가 시민이 직접 다양한 음악 콘텐츠를 기획/제작해보는 경험 제공 ② 음악 콘텐츠 제작 지원과 지역사회 환원 활동 • 교육 과정을 통해 제작된 음악 콘텐츠를 지역사회의 문화소외계층과 장소를 찾아가 나누고 환원하는 활동으로 시민과 공유하는 음악도시 조성 ③ 시민창작스튜디오 조성·운영 • 캠프마켓 내 인천시 음악창작소와 지역의 음악 공간 연계사업으로 시민의 음악 활동 확장을 위한 창작 활동 지원	
	1-7. 청소년 교육 및 활동 지원	① 청소년 음악제 • 음악, 춤, 영상, 디자인 등 음악 중심으로 다양한 장르가 융합하는 청소년들의 기획·제작 축제 지원 ② 청소년 음악 교육 및 진로체험 지원 • 지역의 청소년들의 음악 분야 진로체험을 위한 현장 음악 교육 활성화 및 확대 ③ 동아리활동 및 창작작 지원 • 청소년들이 자발적으로 참여하여 자신들의 취미와 소질을 계발하는 프로그램 운영	
지속가능한 문화생태계 구축	2-5. 즐겁고 신명나는 음악동네 만들기	① 문화드레음악사랑방 조성 및 프로그램 운영 • 동네 단위의 다양한 음악 활동과 프로그램을 운영하는 음악 공간 구축 ② 두레·풍물 연계 음악동네살이 • 동단위 풍물활동 지원 프로그램 운영	지역 문화생태계 활성화
	2-6. 뮤직라이브러리 조성 및 지원	① 음악이 있는 도서관 • 시민의 일상과 음악, 책을 통해 문화적 삶을 이어주는 음악도서 프로그램 운영 ② 공간별 음악활동 네트워크 구성 및 운영 • 장소 기반 음악 활동 네트워크 구성 및 지역 뮤지션과 연계 활동 프로그램 운영	2030 인천광역시 도시기본계획, 인천광역시 음악도시 마스터플랜
장소 가치 발굴을 통한 미래가치 창출	3-3. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용	① 애스컴시티 및 캠프마켓 시대 음악 아카이브 및 활용 • 당시의 역사를 재조명하는 음악적 역사의 가치 발굴을 위한 기록화 작업 및 활용 ② 1950~70년대 초 애스컴 시절의 음악 리메이크 • 부평의 역사와 당시 음악을 도시의 브랜드로 대내외에 알릴 수 있는 음반 제작 판매 • 음반 관련 MD 제작으로 도시브랜드 홍보 및 수익 창출 ③ 캠프마켓 뮤직라이브러리 조성·운영	2030 인천광역시 도시기본계획, 인천광역시 음악도시 마스터플랜, 부평 미군부대 지구단위계획, 한국 대중음악 자료원 설립 유치

주요사업		세부사업구성	연계가능사업
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 내 유휴공간을 에코뮤지움 형태로 활용하여 아카이브 자료 전시공간 조성</li> <li>• 지역예술인과 음악스토리와 역사를 연계한 전시콘텐츠 개발</li> <li>• 캠프마켓 일대와 내부를 연결한 음악역사 투어 코스 개발</li> <li>• 한국대중음악자료원(유치 추진 중) 운영과 프로그램 연계</li> </ul>	
	3-4. 음악도시 브랜드 창출을 위한 축제	<p>① 컨퍼런스형 무경계 음악 축제 개최</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역의 작고 다양한 공간, 장소를 활용한 '도시가 무대'라는 컨셉으로 다양한 형태의 음악 콘텐츠가 펼쳐지는 프로그램 구성</li> </ul> <p>② 축제 네트워크 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 준비과정의 프로그램화와 네트워크 방식의 축제 운영으로 축제의 지역 내발성과 지속가능성을 확보하기 위한 기반 마련</li> <li>• 부평·인천에 대중음악 네트워크 형성을 위한 대내외 음악인 유입 및 협력</li> </ul> <p>③ 대중음악부터 풍물까지 소통하는 국제페스티벌 프로그램 구성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 라이브공연, 디지털음악 콘텐츠, 창작풍물쇼 등 부평 및 국내외 음악 네트워킹의 컨퍼런스 및 워크숍 운영</li> </ul>	인천광역시 음악도시 마스터플랜, 부평물대축제
창조적 문화 생산구조 강화	4-3. 지역 뮤지션 및 기획자 지원	<p>① 신인뮤지션 발굴 및 기존 뮤지션 활동, 콘텐츠 제작 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음원 및 음반 제작 및 홍보마케팅, 기획공연 제작, 공간 이용 등 음악 활동 지원. 문화도시 특성화분야 사업 음악 교육 등 강사 참여 기회제공</li> <li>• 음악 관련 분야 전문가와 기업, 기관 네트워크 지원</li> </ul> <p>② 창제작 과정 전문 교육</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 작곡, 편곡, 레코딩, 제작, 엔지니어링, 공연기획, 홍보 등 음악 관련 창제작 과정의 전문 교육 시행</li> </ul> <p>③ 디지털음악 전문 교육</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털음악 장비와 프로그램, 음향 전문 교육 과정 실시</li> <li>• 음악 및 공연 등 음악 콘텐츠 관련 분야 디자인, 영상 등 전문 교육 과정 실시</li> </ul>	부평 미군부대 지구단위계획 (한국대중음악 창작소)
	4-4. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산	<p>① 디지털뮤직랩 창제작·교육 프로그램 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자음악 및 사운드아트 등 디지털기반 창작 교육 프로그램 및 멘토링, 커뮤니티 활동 지원</li> <li>• 지역 뮤지션과 기획자의 역량을 강화하기 위한 멘토링 및 교육 프로그램, 커뮤니티 활동 지원</li> </ul> <p>② 언더시티 커먼즈몰 (Under City-Commons mall) 실험 운영 및 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 실험가게의 성과를 토대로 지하상가 빈가게를 활용하여 혁신 마켓 운영</li> <li>• 창업 공간 지원, 창업준비·계획 단계의 사업화 지원 및 창업 실행 단계의 제품화 지원</li> </ul> <p>③ 캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 담길 및 시설, 유휴공간을 활용한 스트리트컬처 갤러리 조성 및 프로그램 운영</li> </ul>	2030 인천광역시 도시기본계획, 인천광역시 음악도시 마스터플랜, 부평 미군부대 지구단위계획, 한국대중음악자료원 설립 유치

### 3) 부평구 문화도시 추진 로드맵

△ 예비(시범), ● 실행, ■ 예산확대  
[표 3-15] 부평구 문화도시 추진 로드맵

추진과제	주요사업	비고	20	21	22	23	24	25
시민의 문화적 성장과 실천	1-1. 문화도시 통합플랫폼 구축	협력	△	●	■	●	●	●
	1-2. 시티 랩(City LAB)	협력	△	●	■	●	●	●
	1-3. 문화두레 시민학교	협력	△	●	■	●	●	●
	1-4. 부평 문화매개자 교육	협력		△	■	●	●	●
	1-5. 부평문화탐정단	협력	△	●	■	●	●	●
	1-6. 음악도시 아카데미	특성화		△	●	■	●	●
	1-7. 청소년 교육 및 활동 지원	특성화	△	△	●	■	●	●
지속가능한 문화생태계 구축	2-1. 부평 문화도시 거버넌스	협력	△	△	●	■	●	●
	2-2. 문화도시센터 운영	협력		●	■	●	●	●
	2-3. 문화도시 공유 체계 구축	협력		△	●	●	●	●
	2-4. 지역 문화생태계 활성화 지원	협력		△	●	■	●	●
	2-5. 즐겁고 신명나는 음악동네 만들기	특성화		△	●	■	●	●
	2-6. 뮤직라이브러리 조성 및 지원	특성화	△	●	■	●	●	●
장소 가치 발굴을 통한 미래가치 창출	3-1. 역사문화자원 발굴 및 아카이브	협력		△	●	■	●	●
	3-2. 골포천 예술천 조성	연계		●	●	■	●	●
	3-3. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용	특성화	△	●	●	■	●	●
	3-4. 음악도시 브랜드 창출을 위한 축제	특성화		△	●	■	●	●
창조적 문화생산구조 강화	4-1. 시민크리에이터 활동 지원	협력	△	●	●	●	●	●
	4-2. 부평 예술과 도시 LAB	협력		△	●	■	●	●
	4-3. 지역 뮤지션 및 기획자 지원	특성화		△	●	■	●	●
	4-4. D-lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산	특성화	△	●	■	●	●	●
연대를 통한 상생협력체계 강화	5-1. 부평 내 영역별 기관 연대	연계	△	●	■	●	●	●
	5-2. 부평 내 문화다양성 주체 연대	연계		△	●	■	●	●
	5-3. 경인권 문화도시 상생 협력 네트워크	연계	△	●	■	●	●	●

## 2. 부평문화 도시 특성화 사업 분석

본 연구 과제인 '서브컬처' 특성화사업의 방향성 문제는 결국, 문화도시부평 '특성화사업'의 출구전략 문제임

### 가. 문화도시부평 '특성화사업' 구성 및 주요 특징

#### 1) 4개 대분류, 8개 중분류 사업으로 구성

\* 문화도시 중분류 사업 24개 중, 8개가 '특성화사업'으로 분류

##### ■ 시민성 가치 중심 설계 - 2개 사업

- 1) 음악도시 아카데미, 2) 청소년 교육 및 활동 지원
- <음악도시 아카데미> 사업은 '교육'을 통한 부평을 중심으로 하는 시민들의 창작활동 촉진과 역량 증진에 방향성을 가지고 있음
- <청소년 교육 및 활동 지원> 사업은 음악을 기반으로 하는 진로체험, 동아리활동 지원, 음악제 축제를 기획해보고 만들어 갈 수 있는 경험을 해볼 수 있게 함
- 본 사업을 통해 남길 수 있는 시민과 청소년의 양적, 질적 가치가 사업성과가 됨

[표 3-16] 시민성 가치 중심 설계 사업

1-1. 음악도시 아카데미	<b>① 시민 음악 교육 프로그램 운영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 장르 불문의 계층별 음악 교육 프로그램 운영</li> <li>• 실연 및 실습 교육에서 나아가 시민이 직접 다양한 음악 콘텐츠를 기획/제작 해보는 경험 제공</li> </ul>
	<b>② 음악 콘텐츠 제작 지원과 지역사회 환원 활동</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 교육 과정을 통해 제작된 음악 콘텐츠를 지역사회의 문화소외계층과 장소를 찾아가 나누고 환원하는 활동으로 시민과 공유하는 음악도시 조성</li> </ul>
	<b>③ 시민창작스튜디오 조성·운영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 내 인천시 음악창작소와 지역의 음악공간 연계사업으로 시민의 음악 활동 확장을 위한 창작 활동 지원</li> </ul>
1-2. 청소년 교육 및 활동 지원	<b>① 청소년 음악제</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악, 춤, 영상, 디자인 등 음악 중심으로 다양한 장르가 융합하는 청소년들의 기획·제작 축제</li> </ul>
	<b>② 청소년 음악 교육 및 진로체험 지원</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역의 청소년들의 음악 분야 진로체험을 위한 현장 음악 교육 활성화 및 확대</li> </ul>
	<b>③ 동아리활동 및 창제작 지원</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소년들이 자발적으로 참여하여 자신들의 취미와 소질을 계발하는 프로그램 운영</li> </ul>

■ 내발성 가치 중심 설계 - 2개 사업

- 1) 즐겁고 신명나는 음악동네 만들기, 2) 뮤직라이브러리 조성 및 지원
- <즐겁고 신명나는 음악동네 만들기> 사업은 문화도시 사업의 미션이기도 한 ‘시민주도 문화두레 실현’을 위해 문화두레음악사랑방 조성 및 동단위 풍물활동을 지원하고자 함
- <뮤직라이브러리 조성 및 지원> 사업은 부평의 도서관과 협력하고, 지역 뮤지션 활동 기반과 네트워크를 조성하고자 함
- 본 사업을 통해 남길 수 있는 동 단위 음악 공간과 시민 커뮤니티, 지역 뮤지션 활동 기반 네트워크를 구축하는 것이 사업성과가 됨

[표 3-17] 내발성 가치 중심 설계 사업

2-1. 즐겁고 신명나는 음악동네 만들기	① 문화두레음악사랑방 조성 및 프로그램 운영 • 동네 단위의 다양한 음악 활동과 프로그램을 운영하는 음악 공간 구축
	② 두레풍물 연계 음악동네살이 • 동단위 풍물활동 지원 프로그램 운영
2-1. 뮤직라이브러리 조성 및 지원	① 음악이 있는 도서관 • 시민의 일상과 음악, 책을 통해 문화적 삶을 이어주는 음악도서 프로그램 운영
	② 공간별 음악활동 네트워크 구성 및 운영 • 장소 기반 음악 활동 네트워크 구성 및 지역 뮤지션과 연계 활동 프로그램 운영

■ 장소성 가치 중심 설계 - 2개 사업

- 1) 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용 2) 음악도시 브랜드 창출을 위한 축제
- <장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용> 사업은 음악도시 부평의 뿌리라고 할 수 있는 에스컴시티 및 캠프마켓 시대 음악을 아카이빙하고, 당시 음악 리메이크, 캠프마켓 뮤직라이브러리를 조성하여 운영하고 자 함. 본 사업은 향후 부평 음악도시 브랜드의 뿌리를 깊게 내리는 역할을 할 수 있음
- <음악도시 브랜드 창출을 위한 축제> 사업은 컨퍼런스형 무경계 음악 축제, 축제 네트워크 조성, 대중 음악부터 풍물까지 소통하는 국제페스티벌 프로그램을 시도하는 것임. 본 사업을 통해 음악도시 부평의 동시대적 가치를 실현하고, 이를 기반으로 글로벌 네트워크로 확장하는 성과를 목표로 함

[표 3-18] 장소성 가치 중심 설계 사업

3-1. 장소성 기반의 음악자원 발굴 활용	① 에스컴시티 및 캠프마켓 시대 음악 아카이브 및 활용 • 당시의 역사를 재조명하는 음악적 역사의 가치 발굴을 위한 기록화 작업 및 활용
	② 1950~70년대 초 에스컴 시절의 음악 리메이크 • 부평의 역사와 당시 음악을 도시의 브랜드로 대내외에 알릴 수 있는 음반 제작 판매 • 음반 관련 MD 제작으로 도시브랜드 홍보 및 수익 창출
	③ 캠프마켓 뮤직라이브러리 조성·운영

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠프마켓 내 유휴공간을 에코뮤지움 형태로 활용하여 아카이브 자료 전시공간 조성</li> <li>• 지역예술인과 음악스토리와 역사를 연계한 전시콘텐츠 개발</li> <li>• 캠프마켓 일대와 내부를 연결한 음악역사 투어코스 개발</li> <li>• 한국대중음악자료원(유치 추진 중) 운영과 프로그램 연계</li> </ul>
3-2. 음악도시 브랜드 창출을 위한 축제	<p>① 컨퍼런스형 무경계 음악 축제 개최</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역의 작고 다양한 공간, 장소를 활용한 '도시가 무대'라는 컨셉으로 다양한 형태의 음악 콘텐츠가 펼쳐지는 프로그램 구성</li> </ul>
	<p>② 축제 네트워크 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 준비과정의 프로그램화와 네트워크 방식의 축제 운영으로 축제의 지역 내발성과 지속가능성을 확보하기 위한 기반 마련</li> <li>• 부평·인천에 대중음악 네트워크 형성을 위한 대내외 음악인 유입 및 협력</li> </ul>
	<p>③ 대중음악부터 풍물까지 소통하는 국제페스티벌 프로그램 구성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 라이브공연, 디지털음악 콘텐츠, 창작풍물쇼 등 부평 및 국내외 음악 네트워크의 컨퍼런스 및 워크숍 운영</li> </ul>

■ 창조성 가치 중심 설계 - 2개 사업

- 1) 지역 뮤지션 및 기획자 지원, 2) D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산
- 본 연구에서는 문화도시 특성화사업 중, 창조성 가치를 핵심으로 하는 'D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산'의 출구전략을 논하고 있음
- <지역 뮤지션 및 기획자 지원> 사업은 신인뮤지션 발굴 및 기존 뮤지션 활동, 콘텐츠를 제작 지원하고, 창제작 과정과 디지털음악 전문 교육을 진행하여 지역의 음악 창작 역량을 성장시키는 전략임. <D-lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산> 사업은 디지털뮤직랩 창제작·교육 프로그램을 운영하고, 부평지하상가라는 지역 자산을 기반으로 언더시티 커먼즈를 실험 운영, 캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트를 운영하고자 하였음.

[표 3-19] 창조성 가치 중심 설계 사업

4-1. 지역 뮤지션 및 기획자 지원	<p>① 신인뮤지션 발굴 및 기존 뮤지션 활동, 콘텐츠 제작 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 음원 및 음반 제작 및 홍보마케팅, 기획공연 제작, 공간 이용 등 음악 활동지원</li> <li>• 문화도시 특성화분야 사업 음악 교육 등 강사 참여 기회제공</li> <li>• 음악 관련 분야 전문가와 기업, 기관 네트워크 지원</li> </ul>
	<p>② 창제작 과정 전문 교육</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 작곡, 편곡, 레코딩, 제작, 엔지니어링, 공연기획, 홍보 등 음악 관련 창제작 과정의 전문 교육 시행</li> </ul>
	<p>③ 디지털음악 전문 교육</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털음악 장비와 프로그램, 음향 전문 교육 과정 실시</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>음악 및 공연 등 음악 콘텐츠 관련 분야 디자인, 영상 등 전문 교육 과정 실시</li> </ul>
(*) 4-2. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산	<b>① 디지털뮤직랩 창제작·교육 프로그램 운영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>전자음악 및 사운드아트 등 디지털기반 창작 교육 프로그램 및 멘토링, 커뮤니티 활동 지원</li> <li>지역 뮤지션과 기획자의 역량을 강화하기 위한 멘토링 및 교육 프로그램, 커뮤니티 활동 지원</li> </ul>
	<b>② 언더시티 커먼즈몰 (Under City-Com mons mall) 실험 운영 및 조성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>실험가게의 성과를 토대로 지하상가 빈가게를 활용하여 혁신 마켓 운영</li> <li>창업 공간 지원, 창업준비·계획 단계의 사업화 지원 및 창업 실행 단계의 제품화 지원</li> </ul>
	<b>③ 캠프마켓 스트리트컬처 프로젝트</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>캠프마켓 담길 및 시설, 유휴공간을 활용한 스트리트컬처 갤러리 조성 및 프로그램 운영</li> </ul>

## 2) 4개 대분류 특성화사업 간, 연계성 분석

### ■ 특성화사업 유형별 특징 및 연계성 검토

[표 3-20] 특성화사업 유형별 특징 및 연계성

A 기반	장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용 - 애스컴 시티 및 캠프마켓 시대 아카이브 및 리메이크, 뮤직라이브러리 조성		
	<b>A 사업은 부평 음악도시 특성화의 뿌리가 되는 사업임</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>검토사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 문화도시 사업 종료 전, 해당 사업 완결을 통해 Next 문화도시 기반 구축 필요</li> <li>특히, 아카이빙 사업은 1차 완결 필요</li> <li>: 특성화사업의 역사성을 뿌리 내릴 수 있는 온·오프라인 거점 필요</li> <li>↳ 이를 위한 아카이빙 기획, 홍보, 거버넌스 역량 필요</li> </ul> </li> </ul>		
B 사람	① (시민) 음악도시 아카데미	② 청소년 교육 및 활동 지원	③ 지역 뮤지션과 연계
	<b>B 사업은 특성화사업을 위해 ‘사람’을 키우는 전략임</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>지역 정주 시민, 청소년, 지역기반 음악가를 나누어 육성하고 있음</li> <li>해당 사업을 통해 얼마나 많은 시민, 청소년, 지역기반 음악가들이 육성되었고, 육성된 ‘사람’들이 어떤 활동과 영향을 주고 있는지가 부평구 문화도시 사업의 핵심성과로 측정될 필요가 있음</li> <li><b>검토사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 향후 예산이 축소되었을 때, 공공에서 실행할 것과 시장에 맡길 것을 구분</li> <li>: 각 사업의 누적 결과 분석을 통해 향후 선택과 집중 혹은 세부사업 통합 고려</li> <li>: ‘②청소년 교육 및 활동 지원’ 사업은 청소년 수련관, 문화예술교육 쪽 이관 가능</li> </ul> </li> </ul>		

C 커뮤 니티	①즐겁고 신명나는 음악동네 만들기 - 문화두레음악사랑방	②뮤직라이브러리 조성 및 지원
	<b>C 사업은 지역 시민을 대상으로 하는 작은 단위 지원사업 ‘시민성’으로 연결된 지역 커뮤니티 네트워크를 조성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 검토사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>: 사람을 키우는 B 사업과 C 사업의 전략적 연계가 어떻게 작동하는지 점검할 필요가 있음</li> <li>B 사업을 기반으로 C 사업이 활성화 필요</li> <li>: 현재 B 사업과 C 사업은 전략적 연계 없이 따로 가고 있음</li> </ul> </li> </ul>	
D 축제	①음악도시 브랜드 창출을 위한 축제	② D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산
	<b>D 사업은 문화도시 특성화사업의 동시대적 가치를 만들어내는 핵심임</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상대적으로 예산 투입이 큰 ‘특성화사업’ 중에서 대표사업임</li> <li>▪ 검토사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>: D 사업이 A 사업과의 연계가 강할수록 특성화의 명분이 강해질 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ (하지만) 현재 D 사업은 부평 음악도시의 뿌리가 되는 A 사업과 연계성 부족</li> </ul> </li> <li>: D 사업이 B 사업과 연계가 강할수록 지속할 수 있게 ‘사람’을 성장시킬 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ (하지만) 현재 D 사업은 사업을 성장시키는 B 사업과 연계성 부족</li> </ul> </li> <li>: D 사업이 C 사업과 연계가 강할수록 지역 시민의 지지를 더 얻을 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ (하지만) 현재 D 사업은 지역 시민성으로 연결된 커뮤니티 사업과 연계성 부족</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- D① 음악도시 브랜드 창출을 위한 축제 사업과 D② D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산 사업 간 연계성, 시너지가 거의 없음</li> </ul>	

■ 특성화사업 전략 전환의 필요성

- 상기 특성화사업 A, B, C, D 간 전략적 연계성이 매우 약함
- 문화도시 사업의 미션은 ‘시민주도의 문화두레 실현’으로 미션을 달성을 위해서는 B, C 사업이 핵심이었음
- 하지만 예산 투입 비중은 D 사업에 집중되었고, D 사업은 B, C 사업과 연계가 약했음
- 특성화사업을 서로 다른 팀에서 추진하면서, 팀 간, 사업 간 시너지가 약했음

■ D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산 사업의 ‘고립화’

- 해당 사업은 특성화사업 전체에서 별도의 정체성을 가지고 추진되어 있음
- 음악도시 브랜드 창출 사업과도 연계성이 약하고, A, B, C 사업과도 연계가 약했음
- (하지만) 연계가 약했음에도 독자적인 힘과 브랜드 파워를 가지고 성과를 낼 수 있었다면, 문화도시 사업의 다양성을 제고할 수는 있었음

### 3) 특성화사업 예산액 및 집행액

■ 특성화사업 예산액 및 집행액 (2023년 결산 기준)

[표 3-21] 특성화 사업 예산액 및 집행액

D	① 음악도시 브랜드 창출을 위한 축제		② D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산		
		당초예산	변경예산	집행액	잔액
	①	197,500	457,000	457,000	0
	②	355,060	321,429	309,357	12,072
		552,560	778,429	766,357	12,072
	- 음악도시 브랜드 사업예산이 2배 이상 늘어난 이유는 무엇인가? - 서브컬처 사업예산이 소폭 감소한 이유는? - 두 사업 모두 최종 집행액 비율은?				
C	① 즐겁고 신명나는 음악동네 만들기		② 뮤직라이브러리 조성 및 지원		
		당초예산	변경예산	집행액	잔액
	①	0	0	-	-
	②	100,000	95,000	900	94,100
		100,000	95,000	900	94,100
	- 음악동네 만들기 사업은 매몰된 것인가? : 정책 기조의 변화가 반영(?)  - 뮤직라이브러리 조성 및 지원사업은 진행되었나?				
B	① 음악도시 아카데미	② 지역 뮤지션 및 기획자 지원		③ 청소년 교육 및 활동 지원	
		당초예산	변경예산	집행액	잔액
	①	66,116	47,385	29,328	18,057
	②	170,000	132,849	127,849	5,000
	③	50,630	50,913	41,612	9,301
		286,746	231,147	198,789	32,358
	- 각각의 사업은 제대로 진행되었나? - 지역 뮤지션 (개인3, 단체6), 학생 버스킹 5회 지원				
A 가중치 (상)	장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용 - 캠프마켓 뮤직라이브러리 조성.운영				
		당초예산	변경예산	집행액	잔액
		100,000	177,338	124,500	52,838
	- 본 사업은 제대로 진행되었나?				

## 제4절 부평구 문화도시 특성화사업 진단과 한계

### 1. 서브컬처 사업구조

#### 가. 2023년 서브컬처 추진 사업 모형

■ 핵심 전략

- 서브컬처 교육 프로그램 제공 및 굿즈 제작 지원을 기반으로 스트리트 페스티벌 운영
- 2023년은 언더시티 프로젝트와 부평르네상스페스타 연계 전략

■ 핵심 콘텐츠 : 그래피티, 스케이트보드, 디제잉, 굿즈

■ 사업구성

[표 3-22] 2023 서브컬처 사업구성

1	<p><b>언더시티 프로젝트x부평르네상스페스타, 2023 &lt;힙 업 더 스트릿&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 소요예산: 191,883천원</li> <li>• 굿즈 팝업스토어(10개 팀), 그래피티 라이브페인팅, 미니 스케이트보드 대회, 서브컬처 체험 워크숍, 기획전시, 르네상스 페스타(공연, EDM 파티 등)</li> <li>• 관람객 : 20,237명 (시장로 프로그램 2만명, 평리단길 프로그램 237명)</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>* 설문조사 결과 (n=306)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 프로그램 참여 전반적 만족도 75.1점</li> <li>- 프로그램을 알게 된 배경 : 동네 주민이어서(33%), 우연히 지나가다(28.4%) 온·오프라인 홍보(29%), 가족/지인(9.5%)</li> <li>- 문화재단에서 하는 보통의 사업에 비해 전반적 만족도가 높지는 않음</li> </ul> </div>
2	<p><b>언더시티 프로젝트 &lt;부평에 그래피티 벽을 허하라&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 소요예산: 43,100천원</li> <li>• 부평구 내 그래피티 아트를 작업할 수 있는 벽 공모 진행, 선정된 공간에 지역 그래피티 아티스트와 협업으로 부평의 지역자원, 문화를 반영한 그래피티 아트 작업</li> <li>• 협력 : LAC 그래피티 스튜디오</li> <li>• 단계 별 일정 1) 시설물 외벽 공모 → 2) 시범작업 1개소 → 3) 서류 검토 및 현장심의 → 4) 선정발표 → 5) 그래피티 아트웍 협의 → 6) 그래피티 작업</li> <li>• 참여자 : 문화예술인 9명, 주민 130명</li> </ul> <p><b>언더시티 프로젝트 굿즈 제작 지원사업</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 소요예산: 17,170천원</li> <li>• 굿즈 제작지원금 1인당(1팀당) 최대 200만원</li> <li>• 오프라인 팝업이벤트 내 판매부스 제공</li> <li>• 총 18팀 지원, 8팀 선정, 굿즈 63종 제작, 판매 73건</li> </ul>
3	<p><b>문화도시부평x자유학기제 연계 서브컬처 교육</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 소요예산: 20,700천원</li> <li>• 자유학기제 제도를 활용하여 관내 중학교 대상 서브컬처 분야 교육 프로그램 운영</li> </ul>

**언더시티 프로젝트 교육**

- 소요예산: 26,500천원
- 디제잉, 브이제잉, 뮤직 프로덕션, 그래피티 등 서브컬처 교육 프로그램 운영
- 서브컬처를 매개로 한 네트워킹 프로그램 운영

프로그램명	운영장소	주요내용	수강인원(명)
DJ 클래스	디지털 뮤직랩	디제잉 교육 프로그램	48
미디어아트 클래스		프로젝트 맵핑 및 브이제잉 교육	64
그래피티 클래스		그래피티 실습 교육	60
뮤직 프로덕션 클래스		음악제작 교육	64
스케이트보드 클래스	삼산분수 공원 X-게임장	스케이트보드 기술교육	160
음악디깅클럽	디지털 뮤직랩 등	음악 기반 이야기 나누는 커뮤니티 살롱	115

**강점**

- 디지털 기반 서브컬처 교육 프로그램 제공으로 관심계층 발굴 및 활동 확대

■ 사업평가

- 하나의 단위 사업으로 보았을 때, 본 사업의 핵심 전략은 서브컬처의 대표적인 하위 문화를 “그래피티, 스케이트보드, 디제잉”이라고 규정하고 관련 문화를 교육을 통해 참여자를 제고하는 전략을 사용함. 이와 병행하여 굿즈 제작 등을 지원하여 페스티벌을 좀 더 활성화하려고 하였음
- 이런 방식의 전략은 문화 진흥이라는 관점에서 행정 혹은 관(官) 주도에서 사용하는 패턴임
- 서브컬처는 교육과 지원 등을 통해 특정 문화예술 분야의 진흥을 이끄는 관(官) 주도 방식이 아닌, 서브컬처를 마음껏 뽐어낼 수 있는 판을 깔아주는 전략이 더 적절할 수 있음. 설문조사(n=306)를 통해 확인된, 전반적 만족도 75.1점의 경우 통상 문화재단 등에서 진행하는 축제 사업에서 조사되는 만족도 점수에 비해 낮음
- 하나의 전투에서 승리했다고, 전쟁에서 이기는 것은 아님. 전쟁의 승리를 위해, 해당 전투가 승, 패 이전에 어떤 역할을 하는지가 중요함. 전체 문화도시 사업의 미션과 비전 차원, 그리고 특성화 사업 내에서도 ‘서브컬처’ 사업은 별개의 독자적인 사업으로 운영되었다고 평가함
- 서브컬처 사업만 보았을 때는 좋은 평가를 할 수 있는 지점도 있지만, ‘시민 주도의 문화두레 실현’이라는 부평구 문화도시 사업을 통해 달성하고자 했던, 미션을 위해서는 본 사업에 투입된 인력과 예산은 적절했다고 평가하기 어려움. 미션을 달성하지 못하면, 결국 전쟁에서 지는 것임

## 나. 서브컬처 사업에 던지는 연구자의 질문

### 1) 부평구문화재단 서브컬처 담당 팀장, 실무자 4명 FIG 진행

- 일시 : 2024년 2월 21일(수)
- 인터뷰어 : 장석류 국립인천대 문화대학원 교수
- 인터뷰이 : 임정인 팀장, 이미숙 팀장, 정지혜 팀원, 문희원 팀원
- 질문에 대한 답변은 연구자 요약

[표 3-23] FIG 질문 및 답변

번호	질문
1	<p><b>Q 기존문화행사에서 비주류문화 기반을 조성해야 하는 당위는 무엇일까?</b> - 공공의 자원을 투입해 서브컬처를 지원하고, 교육해야 하는 법적 근거는</p> <p><b>(FIG를 통한 연구자의 해석)</b> 1) 법적 근거의 약점으로 인해 기존 행장과 의회 영역 이해관계자의 자기가 약하다고 생각함 2) 공공의 측면에서 조례 등을 만들지 못했음. 하지만 문화도시 사업을 하면서 이 도시가 갖는 다양한 가능성을 구현해볼 수 있지 않겠냐는 생각을 하였음 3) 서브컬처는 역점이 있더라도 개인이 좋아서 하는 일이지만, 좋은 일조차도 모르는 이 시대 청년층에게 어떤 기회를 주는 측면에서 자원을 해야 하는 영역으로 봄 4) 하지만 자원을 해야 하는 분야라고 주장하려면 제도적 기반에 있는 예술지원사업에 비해 큰 정책적 수요가 있어야 함. 수요가 크지 않은 사업을 무리하게 명분을 찾아 계속 끌고 가는 부분에서 조건의 피로도가 있음</p>
2	<p><b>Q 지역에서 서브컬처 특성화사업의 수요는 구체적으로 무엇인가?</b> - 서브컬처 사업의 고객은 누구인가? - 서브컬처 사업과 부평구문화도시 사업의 임무인 '시민주도의 문화두레 실현'에 어떤 영향을 주고 있는가?</p> <p><b>(FIG를 통한 연구자의 해석)</b> 1) 해당 자점은 구의회의 주요 지적 사항이기도 하였음 2) 하지만 명확하게 지역에서 서브컬처 수요를 설명할 수 있는 데야도 부족했고, 이 사업이 꼭 필요하다는 지역 주민의 큰 목소리도 포착되지 않음 3) 하지만 많은 예산과 인력이 투입되었음. 이에 많은 예산이 투입되어야 하는 시민들이 가진 '수요의 크기'에 대해서 의회를 설득하지 못함</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p><b>2023년도 부평구의회 행정사무감사 : 문화도시 사업에 대한 주요 지적사항</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 구민에게 체감되지 않는 문화도시</li> <li>2) 계약지침에 맞지 않는 업체 선정방식</li> <li>3) 부평의 정체성과 동떨어진 사업주체 선정</li> <li>4) 예산대비 미진한 사업성과</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 인천 부평구와 함께 같은 시기에 2차 문화도시로 지정되었던, 강원 춘천강릉, 전북 완주군, 경남 김해시 등과 비교 관점이 작동됨</li> <li>• 구의회 지적사항 중 “구민에게 체감되지 않는 문화도시”에서 서브컬처 사업이 ‘시민주도의 문화두레 실현’이라는 미션을 달성하기 위한 정책의 ‘수요-공급’ 관점에서 적절했는지 검토가 필요</li> </ul> </div> <p><b>Q 서브컬처 사업을 통해 어떤 사람들이 남았다고 생각하나요?</b></p>

	<p><b>(FG를 통한 연구의 해석)</b>  1) 인적이 낱게 봤을 때 주요 장르에서 몇몇의 아티스트가 있음 DJ 전자음악, 그래피티, 스케이트보드 3개 장르의 대표적 아티스트가 있음</p> <p>2) 타 지역에서도 많은 관심을 보였음</p> <p>3) 사람을 낚는 부분에는 자해서 발달하고 프로그램도 계속하면 더 남길 수도 있었지만 결과적으로 남은 사람은 없거나 생도 등</p> <p>4) 좀 더 강하게 밀어붙이지 못한 부분은 아쉬움</p>
3	<p><b>Q 당초 문화도시 계획이 현실에 적용될 때 왜 유연하게 계획 수정 및 변경이 고과 행정의 관점에서 적용되지 못했는지 생각하고 생각하는가?</b></p> <p><b>(FG를 통한 연구의 해석)</b>  1) 예비도시 준비 단계에서는 사업의 외주화 단계였고, 정규직인들이 포함되지 않았음 해당 과정에서 정규직원의 역량이 문화도시에 맞게 빠르게 성장하지 못함. 최초 계획에 따라 관성적으로 진행된 흐름이 있음</p> <p>2) 꿈을 가지고 이상적으로 수립된 계획이 현실에서 문제가 발생했을 때 조직에서 사업의 조정 변화 때기 등 과감한 의사 결정을 하지 못했음</p>
4	<p><b>Q 비류문화를 매개로 추구하고자 했던 차별화된 도시 브랜드는 무엇인가?</b>  - 단지 차별화를 추구하고 싶은 것은 아니었을까? 차별화 그 자체는 목적이 될 수 없음. 기계적 차별보다는 부평에 필요한 차별화가 필요함  - 정말 추구하고 싶었던 도시 브랜드는 무엇이 있었을까?</p> <p><b>(FG를 통한 연구의 해석)</b>  1) 데파를 찾아 보면 부평에는 스케이트보드숍도 있고 다 세팅하는 사람 댄스 하는 크루도 있음 하지만 다른 곳에 비해 부평에만 있거나 부평에 더 많은 것은 아 없음</p> <p>2) 문화도시 사업을 준비했을 때 최초 기획자 입장에서 부평은 지하철을 타면 30분 이내에 홍대에 갈 수 있고 젊은 사람들이 매력 부족한 부평에 남아 있을 이유가 없다고 생각했음. '서브컬처 사업이 이들을 다시 불러올 수 있는 수단이 될 수 있다고 보았던 것이 사업의 목표로 볼 수 있음</p> <p>3) 해당 사업은 '지역주민의 수요에서 출발했다기보다 사업 기획자의 적극적인 욕망이 투입되었던 사업'이라고 해석됨</p> <p>4) 그렇다면 '서브컬처 사업이 부평과 부평 밖에 있는 젊은 사람들을 끌어모을 수 있는 임팩트와 결과를 만들었는' 질문은 하볼 수 있음</p> <p>5) 사업 초인인 2021년까지만 해도 타 문화도시의 사업들과 비교했을 때 차별성이 뚜렷하게 보였음. 최근에는 다른 도시에서도 많이 하고 있다는 생각이 듭</p>
5	<p><b>Q 서브컬처 사업은 '음악 융합도시 브랜드 전략'에서 어떤 위치에 있는가?</b>  - 서브컬처 사업은 '음악도시 브랜드와 병행하는 전략인가?  - (아니면) 음악도시 브랜드 하위에 서브컬처 사업이 대표 사업으로 위치하?</p> <p><b>(FG를 통한 연구의 해석)</b>  1) 서브컬처 사업 내에서는 음악을 포함해 다양한 방식으로 변주하려고 했음</p> <p>2) 시점점부터 음악과 서브컬처가 따로 움직이면서 지금은 너무 떨어져 있음 (하지만) 같이 가야 하는 부분을 인식하고 있음 현재 사업 구조에서 서브컬처가 음악을 견인하기에는 한계가 있고, 음악이 서브컬처를 견인하는 그림으로 가는 것이 현실적임  <b>*음악이 주연, 서브컬처는 조연</b></p>

## 2) FIG 요약 및 주요 인사이트

### ■ '서브컬처' 사업의 초기목적

- 부평구문화도시는 1, 2차 문화 도시 중에서 '특성화사업'의 경우 차별화의 욕구가 있었음
- 부평이 가진 대중교통 인프라는 서울 홍대 지역 등에 30분 내외에 도달 가능함. 젊은 사람들에게 부평은 문화적 매력이 부족했고, 이들을 다시 불러 모으고 싶은 욕구가 있었음. 이것이 본 사업의 초기목적이었음.
- \* 부평에 대한 좋은 점은 정확히 보지 못하고, 부정적인 면을 만회하고 싶은 전략은 아니었을까?
- 이러한 목적을 가진 사업 설계가 좋은 평가를 받아, 2차 문화도시로 지정되었고 목표 예산을 획득함. 획득한 예산으로 하고 싶었던 사업을 시도해보았음

### ■ 서브컬처 사업 지역주민 '수요'와 미스 매칭

- '서브컬처' 사업은 부평구 시민들의 정책 수요는 크지 않았고, 이에 비해 투입 예산은 상대적으로 컸음. 본 사업은 부평구민을 염두에 두긴 했지만, 인천·서울 등에 있는 10~30대를 주 타겟으로 삼았다고 볼 수 있음. 이들의 유입을 통해 부평의 도시브랜드에 활력을 더하고, 풍물 중심에서 지역의 문화다양성을 확대하는 시도로 보는 것이 적절함
- 결과적으로 본 사업의 임팩트를 통해 부평의 도시 브랜드에 긍정적 영향을 얼마나 끼쳤는지에 따라 사업의 지속성을 판단할 수 있음. 이 과정에서 구민을 대표하는 구의회에서 사업의 적절성에 대한 지적을 꾸준히 하였고, 재단 문화도시센터는 명확한 설명책임으로 사업의 당위성을 설득하는 데 한계를 보임. 이로 인해 사업 추진의 동력이 떨어졌음

### ■ '미션'과의 연계 부족, 음악 융합도시 사업과도 연계 부족

- '서브컬처' 사업이 부평구문화도시의 미션인 '시민주도 문화두레' 실현에 얼마나 긍정적 영향을 주었는지도 지속성에 관한 판단에 영향을 줄 수 있음. 하지만, 고객 만족 설문조사 등에서 긍정적인 연계성은 크게 확인되지 않고 있음
- 부평구문화도시 사업은 음악도시 브랜드를 2016년부터 지속해서 키워왔음. 하지만, 상대적으로 내부에서 익숙했던 음악도시 사업은 '장소성' 가치로 해석하였고, '서브컬처' 사업은 '창조성' 가치로 분류하여 해석하였음
- 또한, 업무의 분장 차원에서 '자의적인 가치' 중심으로 팀을 나누면서 '특성화사업'이 서로 다른 팀으로 분장 되었고, 도시 브랜딩 차원에서 각각의 사업은 연계를 통한 시너지가 나지 못했음
- 향후 음악도시 브랜드가 주연의 역할을 하고, '서브컬처' 브랜딩은 일몰 후 세부사업이 조연의 역할을 하는 방식으로 가야 할 것으로 보임

## 다. 부평구문화도시 특성화사업 SWOT 분석

### 1) 강점(Strength)

#### ■ 2016년부터 축적되어 온 음악 융합도시 브랜딩 자산

- 2015년 문화부 문화특화지역 조성사업으로 '음악을 중심으로 지속 가능한 문화도시 조성' 비전 아래, 부평 음악·융합도시 사업을 지속해왔음
- 이런 흐름에서 인천광역시 2020년 12월 <음악도시, 인천> 마스터 플랜을 발표하여, 5년간 총 39개 사업에 3,544억원을 투입하기로 하였음

- 서브컬처 사업(2021-2023)을 통해 쌓아온 사람과 네트워킹 자산
  - 핵심 콘텐츠였던 그래피티, 스케이트보드, 디제잉, 굿즈 등을 매개로 스트리트 페스티벌에 참여했던 사람과 사람들과의 관계 속에서 쌓인 사업의 전문성과 관계자본을 보유하고 있음
  - <부평문화매개자> 교육사업을 통해 특화 문화콘텐츠 기획자로 양성된 인력
  - 언더사이트 프로젝트 교육(DJ 클래스, 미디어아트 클래스, 그래피티 클래스, 스케이트보드 클래스 등)을 통해 클래스를 운영했던 사람들과 수강했던 사람들과의 네트워킹 자산
  - 자유학기제와 연계하여 서브컬처를 교육했던 사람들과의 네트워킹 자산
- 특성화사업을 통해 발굴한 음악을 애호하는 시민 그룹과 예술인 커뮤니티 자산
  - 시민들의 음악활동 확장을 위해 시작한 <음악도시 아카데미> 사업과 함께 성장한 사람들
  - 지역 청소년의 음악 교육, 동아리 지원, 청소년 음악제 개최 등을 추진했던 <청소년 교육 및 활동지원> 사업을 통해 성장한 청소년 그룹의 사람들
  - 부평을 비롯한 인천의 대중음악 네트워크 형성을 위해 추진했던 <축제 네트워크 조성> 사업을 통해 만들어진 대중음악 커뮤니티 자산
- 발굴한 음악자원과 아카이브
  - 대중음악 웹진과 연계해 부평을 기록하는 음악자원 발굴
  - 에스컴 당대 음악을 재해석한 리메이크 음반 제작
  - 만화부평사 1945, 부평 조병창 이야기 도서 5000부 발간
  - 디지털 아카이브를 통해 축적된 자료를 한곳에 모으고, 수집·보관·확산·지속을 위한 전략과 실행 필요
- 역사와 전통을 가진 부평아트센터와 구립예술단 보유
  - 해누리(868석)극장, 달누리(323석) 극장을 보유하고 있고, 숙련된 무대파트 인력을 가지고 있음
  - 구립예술단으로 여성합창단, 풍물단, 소년소녀합창단을 보유하고 있음. 특히, 풍물단의 경우 부평구 동별로 풍물단을 보유하고 있음
  - 2024년 지역주민 문화현황 조사(n=2,427명)에 따르면, '부평아트센터'의 경우 도서관과 함께 지역주민들에게 인지율(87.4%)이 가장 높음. 부평구문화재단 진행사업 중 참여의향이 가장 높았던 것은 공연(68.6%)> 축제(50.4%)> 전시(28.8%)> 문화예술교육(16.3%)> 모임활동(10.9%) 순이었음

## 2) 약점(Weakness)

- 음악도시 부평의 대표 음악 소프트웨어 부재
  - 2015년 문화부 문화특화지역 조성사업으로 '음악을 중심으로 지속 가능한 문화도시 조성' 비전 아래, 부평 음악-융합도시 사업을 지속해왔으며 문화도시부평 특성화 사업으로 21~23년 음악 관련 사업을 다양한 펼쳐왔음에도 불구하고, 부평을 대표할 수 있는 음악 스타일, 콘텐츠, 공간, 대표 뮤지션이 부족함
  - 부평에 한국 대중음악의 발상지인 에스컴이 있었다, 에스컴을 기반으로 음악도시가 되어야 한다는 정책 기조와 지역 내 공감은 확실하나 이를 뒷받침하는 전략과 콘텐츠가 부족함. 부평 내부에서 음악도시 부평에 대한 각인은 있으나, 대표적인 스타일과 콘텐츠가 무엇인지 모름. 부평은 국내 대중음악 생태계의 관계 네트워크가 약하고, 외부에서도 음악도시 부평의 인지도가 낮음
- 문화도시 사업의 피보팅(pivoting) 역량 필요

**\* 피보팅(pivoting)**

- 비전을 유지하면서 전략을 수정하여 사업의 방향을 전환하는 것을 뜻함  
변화가 잦은 외부요인에 맞게 끊임없이 사업의 방향을 수정하는 일련의 과정

- 문화도시 사업은 '기본 계획'을 1년 차, 2년 차, 3년 차 등 단계별로 추진하면서 1) 사업에 참여하는 시민들의 반응과 욕구, 2) 사업 실행의 과정에서 겪는 시행착오, 3) 사업이 성장하면서 필요한 변화, 4) 정책환경의 변화 5) 다른 사례를 통한 인사이트 등을 감지하여 위기가 있을 때, 이해관계자와 내부 조직을 설득하면서 효율적으로 '사업 방향과 전략을 전환'하는 역량이 필요함
- 이 부분에서 조직이 가진 변화대응 역량과 의사결정의 속도 부분에서 내부 리더십이 제대로 작동되고 있었는지 검토가 필요해 보임
- 특성화사업의 통합적 경영역량 필요
- 부평구 문화도시 사업 중에서 '특성화사업'은 총 8개로 구성되어 있음
- 시민성 가치 중심으로 설계한 <음악도시 아카데미>, <청소년 교육 및 활동 지원> 사업이 있고, 내발성 가치 중심으로 <즐겁고 신명나는 음악동네 만들기>, <뮤직라이브러리 조성 및 지원> 사업이 있음. 장소성 가치 추구로 <장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용>, <음악도시 브랜드 창출을 위한 축제> 사업이 있음. 끝으로 창조성 가치 중심으로 <지역 뮤지션 및 기획자 지원>, <D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬 임팩트 확산> 사업이 있음
- 각각의 사업은 특성화사업이 추구하는 '미션' 안에서 유기적으로 결합하여 경영할 필요가 있지만, 각 사업이 따로 떨어져 시너지를 제대로 내지 못하고 있음
- 특히, <음악도시 아카데미>, <즐겁고 신명나는 음악동네 만들기>, <장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용>, <지역 뮤지션 및 기획자 지원>, <음악도시 브랜드 창출을 위한 축제> 등은 사업 간 연계될 수 있는 '가치사슬'을 만들 수 있었지만, 업무를 칸막이식으로 나누면서 통합되지 못한 측면이 있었음
- 문화도시 4년 차, 5년 차에는 특성화사업을 통합적으로 경영할 수 있는 역량이 성장해야 함
- 조직 내 본부(센터) 간 협력할 수 있는 역량 필요
- '문화도시'는 부평구문화재단 내에서는 '센터'라는 조직명일 수 있지만, 해당 사업이 추구하는 미션은 부평구문화재단과 부평구 문화 행정의 미션일 수 있음
- 문화도시 사업의 출구전략은 부평구문화재단 내 '문화도시센터' 조직 안에서만 해결하기에는 한계가 있음. 부평구문화재단이 3년 뒤에 만날 수 있는 최악의 시나리오는 1) 2021~2025년 문화도시 사업 종료 후, 예산의 70~80%가 축소되는 상황에서 부평구청과 의회에 인정을 받지 못하고 외면을 받는 것임. 그렇게 되면 축적된 전문인력과 네트워크 등 사업 자산이 손실됨. 또한, 2) 도서관사업과 청소년 수련관 등이 분리되어 나가고, 3) 부평아트센터는 계속해서 자리를 잡지 못하고 노후화되면서 존재감과 정체성이 흔들리는 것임. 문화도시 특성화사업의 출구전략은 부평구문화재단 내에 있는 각 본부와 센터의 연합과 협력이 필요함. 이 과제를 슬기롭게 돌파할 수 있어야, 조직의 미래가 좀 더 좋아질 수 있음

### 3) 기회(Opportunity)

- 한류의 강세와 음악을 중심으로 도시를 변화시키는 정책 흐름
- 한류의 강세와 분화는 음악 융합도시 브랜딩을 꾸준히 추진하고 있는 부평구 문화도시의 입장에서 기

회가 됨

- 서울시도 2019년 9월 <글로벌 음악도시 서울> 기본 계획을 발표하면서, '매력적인' 글로벌 음악도시 서울을 주창함. 이를 통해 선계 무대에서 서울의 경쟁력을 강화하고 있음
- 통영과 대구는 유네스코 음악 창의 도시임. 유네스코 음악 창의 도시는 총 38개가 선정되었으며, 아시아는 8개 도시가 지정되었고, 우리나라는 통영시(2015년), 대구광역시(2017)가 지정되었음. 통영은 통영 국제음악당을 거점으로 통영국제음악제, 이상운 콩쿠르, 남해안 별신굿, 통영오광대 등 한국 전통 공연예술의 전승과 보존을 주요사업을 진행함. 대구는 2003년부터 대구 국제오페라축제, 2007년부터 대구 국제뮤지컬 페스티벌을 매년 개최하고 있으며, 대구오페라하우스, 대구 콘서트하우스, 대구문화예술회관, 대구음악창작소, 김광석 거리와 같은 하드웨어 인프라를 기반으로 사업을 추진하고 있음

■ 정부에서 한류 지원 및 국제교류 정책 강화

- 정부는 'K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산'한다는 비전을 위해 4대 전략으로 1) K-콘텐츠 기반조성, 2) K-콘텐츠 대표 장르 집중 육성, 3) K-콘텐츠 매력 확산, 4) K-콘텐츠로 신시장 개척을 추진하고 있음
- 문화부는 2024년 2월, 국제문화홍보정책실을 신설하여 국제문화교류와 해외 한국문화 홍보를 강화하고 있음
- 공공의 영역에서 예술기업인력육성 강화, 예술시장 유통 경쟁력 강화하고 있음.

■ 「음악산업의 진흥에 관한 법률」의 제도적 기반 활용

- 부평구문화재단에서 진행하는 주요사업의 경우 「지역문화진흥법」, 「문화예술진흥법」, 「공연법」, 「문화예술교육 지원법」, 「청소년활동 진흥법」 등의 법적 토대 위에서 예산 집행을 통한 사업 추진을 하고 있음
- 음악 융합도시 부평 브랜딩 관점에서 기초문화재단에서 음악의 창작·공연·교육, 음반·음원 파일·음악 영상물의 제작·유통 등을 지원하는 사업을 법적 토대로 삼을 수 있음

■ 대중음악을 중심으로 하는 기초단위 전문 공공극장의 부족

- 기초단위 문예회관의 경우 대관 위주로 운영되는 곳이 많고, 특화된 전문성이 부족한 경우가 많음
- 특히, 서울인천경기권에서 클래식을 중심으로 하는 전용 극장은 있지만, 대중음악을 포함한 음악 중심 전문 공공극장을 표방하는 기초단위 공공극장은 부재함
- 유네스코 음악 창의 도시의 특징을 반영하여 전문 공공극장을 운영할 경우 1) 음악창작과 활동의 중심이 되고, 2) 국제적인 차원에서 음악 축제 진행, 3) 활성화된 음악 전문학교와 4) 아마추어 합창단, 풍물 등을 포함한 음악 교육 시스템, 5) 음악 활동을 위한 연습실, 커뮤니티가 가능한 다양한 문화공간을 함께 경영하는 것임
- 상기 사업을 부평구문화재단에서 하는 부분도 있지만, 이를 통합적으로 경영하고 있지는 못함
- 특성화의 전제는 차별화할 수 있는 지점에 사업을 포지셔닝 시킬 수 있어야 함. 여기서 차별화는 '수요'가 절실하게 있지만, '공급'이 제대로 이루어지지 않는 지점을 겨냥해야 함

#### 4) 위협(Threat)

■ 문화도시부평은 2026년부터 사업 일몰로 정부 보조금 지원 종료

- 문화부는 2019~2022년 제 1~4차로 문화도시를 지정함

[표 3-24] 문화도시 지정 지역

구분	해당 도시	사업 종료
1차 문화도시	부천시, 서귀포시, 부산 영도구, 원주시, 천안시, 청주시, 포항시	25년 2월

2차 문화도시	강릉시, 김해시, 인천 부평구, 완주군, 춘천시 * 2025년까지 진행 후, 2026년 2월까지 마무리	26년 2월
3차 문화도시	공주시, 목포시, 밀양시, 수원시, 영등포구, 익산시	27년 2월
4차 문화도시	고창군, 달성군, 영월군, 울산광역시, 의정부시, 칠곡군	28년 2월

- 해당 사업은 5년간 정부 보조금을 지원받게 되고, 이후 정부 보조금 지원이 종료됨
- 각각의 도시들은 5년 차 사업 이후, 문화도시 출구전략을 고민하고 있음
- 1차 문화도시 부산 영도구의 경우 2023년 최우수문화도시 중에 하나임. 영도의 경우 지역 기초문화재단 기반 없이 ‘영도문화도시센터’ 조직으로만 운영되었고, 2025년 2월 사업 종료 후 새로운 조직 설립과 문화도시 출구전략이 맞물려 있음
- 효과적인 문화도시 출구전략 수립을 위해서는 1) 종료 후, 다음에 대한 미션과 비전 방향성에 대한 전략 수립이 필요하고, 2) 해당 방향에 대해 기초 지자체가 예산 투입이 동반된 ‘사업 연속성’에 대한 의지가 있어야 함. 3) 이를 위해 지역민들이 체감할 수 있는 ‘사업성과’가 있어야 함
- 출구전략의 핵심은 5년간 추진하는 부평구문화도시 사업의 미션인 ‘시민주도의 문화두레 실현’이 5년간 얼마나 실현되었는지 측정해보고, 이를 위해 사용했던 추진 전략을 검토하여, 이 사업의 다음을 그려낼 수 있어야 함
- 부평구 문화도시 2024년은 사업 4년 차임. 2020년부터 현재까지 가용예산의 60%를 사용하였고, 아직 40%가 남아 있는 상황임. 5년 뒤를 바라보면서, 남은 2년을 효과적으로 보내는 게 필요함
- 서브컬처 사업 등 정책 관계자의 문화도시 사업에 대한 문제점 지적
- 부평구의회 행정 사무감사에서 서브컬처 사업에 대해 문제를 지속해서 지적하고 있음. 해당 지적을 반박할 수 있는 사업 수요에 대한 분석이 제대로 있지 않고, 본 사업에 대한 반대 의견에 대해 강하게 반박하는 시민 그룹도 보이지 않음
- 전문 공연장의 양적, 질적 확대로 부평아트센터 경쟁력 약화
- 부평구문화재단 차원에서 최근 5년 내 새롭게 부각 된 문화도시 사업은 향후 축소되고, 이전에 중심이 되었던 부평아트센터의 경쟁력 문제도 함께 발생하고 있음
- 인천을 대표하는 기획·제작극장이 부재한 상황에서 인근 부천아트센터의 경우 클래식 전문극장으로 역량을 강화하고 있고, 주요 전문극장은 서울과 경기를 중심으로 양적, 질적으로 성장하고 있음
- 부평구문화재단 내부적으로도 이전에는 공연제작을 시도할 수 있는 전문성을 갖춘 인력들을 보유하고 있었지만, 대관 위주로 운영하면서 인력의 전문성도 약화되었음
- 음악서브컬처 관련 축제 및 이벤트의 포화로 경쟁 심화
- 전국단위로 공공민간에서 주최하는 중대형 규모의 음악 페스티벌 포화, 기업의 팝업스토어 및 서브컬처 관련 이벤트 포화 상태로 경쟁이 심화
- 문화도시부평 음악서브컬처 사업이 매력적인 콘텐츠로 지속할 수 있기를 위해서는 특성화사업 소프트웨어의 정체성 및 경쟁력 강화가 필요함
- 대동소이한 프로그램이 아닌, 부평만의 내러티브를 개발하고 부평만의 문화적 감수성이 담긴 대표 콘텐츠로 차별화
- 부평구문화도시 특성화사업 SWOT 분석 요약

[표 3-25] 부평구문화도시 특성화사업 SWOT 분석 요약

강점 Strength	약점 Weakness
<p>①2016년부터 축적되어 온 음악 융합도시 브랜딩 자산</p> <p>②서브컬처 사업(21-23)을 통해 쌓아온 사람과 네트워크 자산</p> <p>③특성화사업을 통해 발굴한 음악을 애호하는 시민 그룹과 예술인 커뮤니티 자산</p> <p>④발굴한 음악 자원과 아카이브(특성화사업의 뿌리가 됨) ↳ 도서관 사업본부로 이관 검토 가능</p> <p>⑤역사와 전통을 가진 부평아트센터와 구립예술단 보유 ↳ 극장 하드웨어, 마당부지, 무대 인력 ↳ 부평 구립예술단 보유</p>	<p>①음악도시 부평의 대표 음악 소프트웨어 부재</p> <p>②서브컬처 사업에 대한 약한 수요 ↳ 고객 타게팅의 어려움</p> <p>③음악도시 브랜드와 서브컬처 사업의 전략적 연계 부족 ↳ 특성화사업의 핵심인 &lt;뮤직 플로우 페스티벌&gt;과 &lt;언더시티 프로젝트&gt;의 약한 시너지</p> <p>④특성화사업의 통합적 경영역량 부족 r ↳ 서로 다른 팀에서 운영, 사업 간 연계와 시너지가 약함</p> <p>⑤문화도시센터, 문화사업본부(부평아트센터), 도서관 본부 간 약한 협력체계 ↳ 공동의 미션 체계, 목표 설정 필요</p>
기회 Opportunity	위협 Threat
<p>①한류의 상세와 음악을 중심으로 도시를 변화시키는 정책 흐름 ↳ 음악도시 인천, 인천음악창작소(부평)와 조력</p> <p>②정부에서 한류 지원 및 국제교류 정책 강화 ↳ 문화부 국제문화홍보정책실 출범 (국제문화정책관, 해외 홍보정책관)</p> <p>③음악산업의 진흥에 관한 법률의 제도적 기반 활용 ↳ 대중음악 인프라 및 창작기반 강화, 유통 및 홍보 활성화 지원, 해외 진출, 소규모 대중음악공연 활성화 지원</p> <p>④대중음악을 중심으로 하는 기초단위 전문 공공극장의 부족 ↳ 시장과 정부 사이에서 역할 가능 ↳ 음악 융합도시 브랜딩을 살리면서, - 부평아트센터의 정체성 확립 필요</p>	<p>①문화도시부평은 2026년부터 사업 일몰로 정부 보조금 지원 종료 ↳ 사업 계약직 직원 퇴사, 투입인력 감소 ↳ 축적역량 손실 위험 - 2026년 가용예산 (30억~최대 10억) 감소 : 부평구 자원 예산 7억5천 유지 조건</p> <p>②서브컬처 사업 등 정책 관계자의 문화도시 사업에 대한 문제점 지적 ↳ 지적을 지지와 조력으로 바꿀 수 있는 전략 수정이 필요함</p> <p>③서브컬처 사업을 지원할 수 있는 법적 체계 부재 ↳ 법적 체계가 있는 사업 옆에 포지셔닝</p> <p>④전문 공연장의 양적, 질적 확대로 부평아트센터 경쟁력 약화</p> <p>⑤음악서브컬처 관련 축제 및 이벤트의 포화로 경쟁 심</p>

## 제5절 특성화사업 분석 소결

### ■ 사업의 정체성은 점차 강화되지만, 개최 환경은 불안정 <언더시티 프로젝트 2021-2023>

- 언더시티 프로젝트 2021은 서브컬처 특성화사업을 정체성을 수립하고 지역은 물론 국내 문화예술계에 서브컬처 특성화사업을 알리고자 코로나 상황임에도 불구하고 서브컬처와 관련한 지식정보를 수집하는 글로벌 컨퍼런스를 진행하였음. 부평역 대표 상권이자 명소인 부평역 지하상가를 장소로 서브컬처 관련 초청작가 및 로컬 아티스트의 전시 및 굿즈 판매가 이루어지며 부평 서브컬처 특성화사업의 잠재적 가능성을 확인함
- 언더시티 프로젝트 2022는 한국 서브컬처의 허브(거점) 역할을 목표로 지역 서브컬처 씬과 사람을 조명하는 컨퍼런스를 개최하였고, 팝업스토어에서 개념을 확장하여 블록파티 형식의 ‘스트리트페어’를 구상하고 관련 프로그램을 개발함. 부평역 지하상가 공실여부의 불확실성을 해결하고, 조금 더 젊은 유동인구가 많은 평리단길 야외공간을 대관하여 준비하였으나 사업 중간 해당 공간 대관이 불가하여 부평아트센터 야외광장에서 해당 프로그램을 진행하게 되었음. 21년보다 약 1.7억 더 많이 확보된 예산을 바탕으로 다양하고 풍성한 프로그램을 준비하였으나, 접근성이 다소 떨어지는 아트센터로 공간을 옮기며 21년보다 작은 규모의 관객이 참여하게 됨
- 늘어난 예산에도 불구하고 적은 관객의 참여, 서브컬처 특성화 사업에 대한 불확실한 명분과 얇은 공감대 조성으로 인하여 2023년 언더시티 프로젝트 예산은 첫 해 보다 적은 1.9억의 예산을 확보함. 적은 예산, 접근성 강화를 위해 부평상권르네상스 센터와 함께 문화도시부평의 ‘언더시티 프로젝트’와 부평상권르네상스 센터의 ‘르네상스 페스타’를 결합한 ‘힛 업 더 스트리트(Heat up the Street)’을 개최함. 줄어든 예산으로 인해 21~22년 진행했던 컨퍼런스 규모를 대폭 줄이고, 22년 스트리트페어 프로그램을 시장로 일대에 페스티벌 형태로 풀어냄. 평리단길 주요 스폿을 이용하여 오픈 토크, 기획전시, 애프터파티 프로그램을 진행함. 줄어든 예산에도 불구하고 야외공간의 접근성이 반영되어 2만여 명의 관객이 참여한 것으로 집계됨. 그러나 한 공간임에도 불구하고 정체성이 다른 각각의 프로젝트 르네상스 페스타, 언더시티 프로젝트가 함께하며 프로그램에도 이질감이 있었던 것으로 보이며, 행사 준비 기간에도 원활하지 않은 이슈가 있었던 것으로 보임
- 언더시티 프로젝트는 요즘 젊은 층이 좋아하고 감각적으로 생각하는 비주류 문화(라이프 스타일)를 특성화한 프로젝트로 타 도시와 차별화되는 특성화 사업임. 3회를 거치며 부평 내외부에서 해당 프로그램을 인지하게 되었으며, 3년간의 시도로 다양한 국내외 서브컬처 관련한 지식정보, 네트워크를 보유하고 있음
- 언더시티 프로젝트의 예산 축소, 장소 변화는 추후 특성화사업을 진행하는 가장 큰 위협 요인이며, 또한 부평 지역 내 서브컬처 사업의 낮은 공감대와 인지도를 개선하지 않으면 서브컬처 특성화사업을 지속해 가는데 장애요인이 될 것으로 보임
- 언더시티 프로젝트는 위의 기회 요인과 위협 요인을 바탕으로 사업의 재정비가 필요함

[표 3-26] 언더시티 프로젝트 2021-2023 주요내용 비교

	2021년	2022년	2023년
일시	9월~12월 12월 3일~12일	7월~11월 9월 17일~18일	7월 29일
장소	부평아트센터 달누리극장 부평역 지하상가 일대	부평아트센터 달누리극장 야외광장	부평역 시장로, 평리단길 일대
주제	서브컬처는 우리의 문화다 This Culture Yours	서브컬처의 유쾌한 소동 Make scene yourself	뜨겁고 짜릿한 서브컬처의 유쾌한 소동 HOT VIBES ONLY
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 컨퍼런스(9개 세션)</li> <li>• 팝업전시 실험가게(전시 및 굿즈 판매)</li> <li>• 시민 체험 및 공연 프로그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 컨퍼런스(6개 세션)</li> <li>• 스트리트페어 자라라                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 팝업스토어 실험가게</li> <li>- 미니 스케이트 파크</li> <li>- 그래피티 라이브페인팅</li> </ul> </li> <li>- 블록파티</li> <li>- 전자음악 교류</li> <li>- 서브컬처 원데이 체험</li> <li>- 네트워킹 파티</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시장로 프로그램                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 팝업스토어 실험가게</li> <li>- 미니 스케이트 파크</li> <li>- 그래피티 라이브페인팅</li> <li>- DJ 스테이지</li> <li>- 서브컬처 체험 워크숍</li> </ul> </li> <li>• 평리단길 프로그램                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오픈 토크(2개 세션)</li> <li>- 기획전시</li> <li>- 애프터파티</li> </ul> </li> </ul>
특징	코로나로 인해 온오프라인진행	개별이벤트를 스트리트페어 형태로 엮음 서브컬처 생태계의 허브(거점) 역할을 위한 축제 프로그램 구성	힙업 더 스트릿으로 행사명 전환 부평역 시장로로 장소 전환 상권 르네상스 사업과 협력하여 추진
예산	254,398,363원	422,811,724원	191,883,090원
참여규모	13,788명 관람 50명 아티스트 참여	3,000명 관람 103명 아티스트 참여	20,237명 관람 참여 아티스트 70명

■ 서브컬처 특화 창의적 교육 프로그램 개발, 청소년·시민 독창적 문화 교육 수혜, 특성화사업의 옹호자

- 부평아트센터 내 디지털 뮤직랩 공간을 활용하여 서브컬처 특화 교육 프로그램 DJ 클래스, VJ 클래스, 전자음악 비트메이킹, 뮤직 프로덕션 클래스, 미디어아트 클래스, 스케이트보드 클래스, 음악디깅 클래스 교육이 가능한 시설과 프로그램을 갖춘
- 타 문화재단 및 문화센터에서도 보기 드문 프로그램으로 서브컬처 특성화에 맞게 사업이 잘 꾸려져 있으며 지역 내 있는 서브컬처 아티스트가 직접 프로그램의 강사로 참여하여 프로그램을 공급함. 본 교육 프로그램을 통해 서브컬처를 취미 및 라이프스타일로 경험하는 시민들이 늘어날 수 있으며, 교육 참여자는 서브컬처 특성화사업의 맥락을 이해하고 확산할 수 있는 옹호자가 될 수 있음
- 단순 클래스 외에도 서브컬처를 주제로 하는 창작자를 대상으로 한 씬 앤 굿즈 사업을 통해 지역의 초기 단계에 있는 창작자가 해당 사업을 통해 성장할 수 있는 계기를 제공하고 있으며, 서브컬처 자원을 활용하여 지역 청소년 교육 + 도시 재생을 결합한 <부평에 그래피티 벽을 허하라>와 같은 창의적인 프로그램 또한 개발되고 있음

■ 전략적 연계성이 매우 약한 현재의 특성화사업, 사업 유형별 재분류와 서브컬처 사업의 리포지셔닝

- 본 연구 과제인 서브컬처 특성화사업의 방향성 문제는 결국 문화도시부평 특성화 사업의 출구전략 문제임. 현재 문화도시 부평 중분류 사업 24개 중 8개가 특성화사업으로 분류되어 있음. 5대가치를 중

심으로 매칭된 사업을 통해서는 특성화 사업 간의 특징 및 연계성 검토가 어려움. 문화도시부평 특성화사업의 출구전략 수립을 위해 특성화사업을 유형별로 재분류함

구분	유형	사업
A	부평 음악도시 특성화의 뿌리가 되는 사업	〈장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용〉
B	특성화사업을 위해 사람을 키우는 사업	〈음악도시 아카데미〉, 〈청소년 교육 및 활동 지원〉, 〈지역 뮤지션과 연계〉
C	시민성으로 연결된 지역 커뮤니티 사업	〈즐겁고 신명나는 음악동네 만들기〉, 〈뮤직라이브러리 조성 및 지원〉
D	특성화사업의 동시대적 가치를 만들어내는 핵심 사업	〈음악도시 브랜드 창출을 위한 축제〉, 〈D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산〉

- 상기 특성화사업은 A, B, C, D 간 전략적 연계성이 매우 약함. ‘시민주도의 문화두레 실현’으로 미션을 달성하기 위해서는 B, C 사업이 핵심이었으나 예산 투입 비중은 D 사업에 투입됨. 문화도시부평의 특성화사업은 ‘음악’과 관련된 사업임에도 불구하고 사업간 연계성이 약했으며, D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산 사업만 별도의 정체성을 가지고 추진되어 고립되어 있었음
- 특성화사업 분석을 위하여 SWOT 분석을 진행하였으며, 해당 분석 결과는 3절에 명시함

# 제4장

---

## 국내외 음악도시 사례 분석

# 제1절 국내 음악도시 및 유사 프로젝트 사례 분석

## 1. 국내 음악도시 사례

### 가. 글로벌 음악도시 서울

#### 1) 기본 계획

- 서울시는 민선 7기 서울특별시장 공약, 시정 4개년 계획의 일환으로 ‘글로벌 음악도시 서울’ 조성사업을 추진, 2019년 9월 16일 <글로벌 음악도시 서울> 기본 계획을 발표하며 2019년부터 5년간 (2019~2023년) 총 4818억 원이 투입될 예정이라 밝힘
- 서울시는 ‘글로벌 음악도시 서울’ 조성을 위하여 2018년 10월-19년 3월 ‘글로벌 음악도시, 서울’ TF를 6개 분과(서울아레나, 국악, 인디 음악, 클래식, 음악거점, 음악 축제)로 나누어 추진과제를 제안 받았음. 이후 2019년 3월~8월 기본 계획 수립을 위한 전문가 자문 및 연구 활동을 진행하고 최종 기본 계획을 수립함
- 서울 시민의 행복과 음악인(산업) 성장을 통해 세계와 소통하는 매력적인 글로벌 음악도시 구현을 목표로 함
- 시민 누구나 가까운 곳에서 손쉽게 음악을 배우고 참여할 수 있고, 언제든지 다양한 음악 공연축제를 즐길 수 있는 음악문화 형성
- 여러 음악 장르 음악인(산업)들이 마음껏 음악을 만들고, 공연하고, 성장할 수 있도록 창작을 지원하고 다양한 공연장 인프라 조성
- 음악도시 서울의 지속가능한 성장을 위해 앞선 음악 도시들과 교류를 강화하고, 서울을 알리는 축제명소 등 음악 콘텐츠 발굴 및 홍보

[그림 4-1] 서울시 민선 7기 <글로벌 음악도시 서울> 기본 계획 발표



- 핵심 사업으로 사계절별 대표 음악 축제를 발표함. 기존 서울드럼페스티벌(5월), 독립 음악 축제(9~10월)와 함께 여름에는 서울국악축제(6월)와 한강썸머 뮤직페스티벌(8월), 가을에는 서울뮤직페스티벌(9~10월), 겨울에는 서울클래식음악축제(11~12월)가 새롭게 선보이는 계획임
- 음악산업 성장을 뒷받침하는 4대 음악거점 조성 계획을 발표함. '노들섬 복합문화공간'(생활음악)을 시작으로 2023년 12월에는 창동 서울아레나(K팝), 2024년에는 1천500석 이상을 갖춘 서남권 대공연장과 서울클래식홀을 조성함

[그림 4-2] 서울시 민선 7기 <글로벌 음악도시 서울> 기본 계획 발표



## 2) 추진 방향 및 세부 추진사업

- 서울(대한민국) 하면 떠올릴 수 있는 음악 축제 브랜드화
  - 소소한 음악축제는 많으나 대표적인 글로벌 축제 부재
    - 전 세계에서 찾아오는 음악팬들에게 다양한 음악 공연 관람과 음악문화를 체험할 수 있는 페스티벌 개최 등으로 음악도시로서의 정체성 확립
    - 서울뮤직페스티벌 개최 및 글로벌화, 다양한 음악 축제 성장 지원
- 다양한 장르가 함께 성장하는 음악 생태계 지원
  - K-POP 위주 급성장으로 장르별 불균형 심화, 체계적 지원책 미흡
    - K-POP외에 국악, 인디, 클래식, 힙합, 록, EDM 등 다양한 음악들이 공존하여 고르게 발전할 수 있는 음악 장르별 생태계 조성
    - 장르별 라이브 공연, 페스티벌 개최, 음악레이블 및 매니지먼트 등 균형적 육성을 통해서 음악장르의 다양성 확보
- 모든 음악공연이 가능한 환경 조성
  - 공연장은 많이 있으나, 대형 공연에 적합한 인프라 부족
    - 서울 아레나, 라이브공연장, 클래식 콘서트홀, 서남권대공연장 등 음악 관련 기반 시설 조성

- 미래를 이끌어 나갈 음악 콘텐츠 기업 및 전문 인재 양성을 통해서 세계 최고의 음악 산업 도시로 성장할 수 있는 잠재기반 육성

■ 세계 무대에서 음악도시 서울의 경쟁력 강화

○ 잠재력에 비해 세계적인 음악도시 중 서울의 인지도는 미약

- 세계 음악도시들간 산업 및 정책교류, 음악자원 유통을 위한 국제협의체 구축을 통해 음악도시로서 서울의 국제적 위상 제고
- 국제음악행사 서울유치(MCC, WOMAD), 글로벌 홍보대사 위촉운영, 음악공간 BEST 50 등을 통한 다각적 홍보에 주력

[표 4-1] 글로벌 음악도시 서울 세부 추진사업

3대 목표	9대 과제	세부 추진사업
음악으로 시민이 행복한 도시	1) 음악체험 및 교육 프로그램 확대	- 생활문화지원센터 확충 - 찾아가는 생활예술오케스트라 공연 - 악기나눔 및 기증 사업 - 예술교육센터 확충, 연령대별 클래식 교육 - 저소득층 음악영재 교육, 세종아카데미 교양 교육
	2) 다양한 음악 공연 활성화	- 서울365거리공연, 한옥명소 국악공연 - 찾아가는 음악회, 문화가 흐르는 서울광장
	3) 세계적 음악 축제 개최 및 축제활성화	- 6개 브랜드 축제, 서울뮤직페스티벌 - 작은축제 지원 및 축제 플랫폼 구축
음악인 (산업)이 성장하는 문화도시	4) 음악산업 체계적 지원	- 음악기업유치, 비즈니스 아카데미 - 예술작품, 청년예술지원 사업(음악 장르)
	5) 다양한 공연이 가능한 공연장 확충	- 아레나, 중형공연장, 라이브공연장 - 서울시향 클래식 전용홀 건립 - 노들섬, 서남권대공연장
	6) 장르별 균형적 지원 (국악, 인디, 클래식)	- 국악의 대중화 세계화 - 인디음악 생태계 복원 - 서울시향 세계적 수준 육성
세계와 교류하는 글로벌 음악도시	7) 뮤직투어리즘 활성화	- 음악명소 선정 콘텐츠화 - 대중음악 명예의 전당 조성, 아카이빙 - 축제, 공연 연계 음악관광 활성화
	8) 민간 및 도시간 음악교류 확대	- 20년 상반기 MCC 개최 - 22년 이후 WOMAD, WOMEX 개최 - 22년 국제음악도시 협의체 구축
	9) 글로벌 홍보마케팅 강화	- 해외음악전문매체 활용 홍보 - 언론 및 인플루언서 초청 마케팅 - 명소 및 관광 프로그램 개발 홍보

[표 4-2] 글로벌 음악도시 연차별 투입 예산

추진과제	소요예산 (단위: 백만원)					
	합계	2019	2020	2021	2022	2023
연차별 합계	478,685	24,799	28,905	46,529	97,360	281,092
1) 음악체험 및 교육 프로그램 확대	56,784	11,177	11,567	13,950	11,380	8,710
2) 다양한 음악 공연 활성화	17,536	2,656	3,490	3,610	3,840	3,940
3) 세계적 음악 축제 개최 및 축제활성화	30,575	1,980	3,195	7,600	8,400	9,400
4) 음악산업 체계적 지원	17,488	2,924	2,866	2,916	4,866	3,916
5) 다양한 공연이 가능한 공연장 확충	306,290	2,989	2,708	9,893	53,574	237,126
6) 장르별 균형적 지원 (국악, 인디, 클래식)	39,492	2,993	4,499	7,400	12,200	12,400
7) 뮤직투어리즘 활성화	8,430	0	230	800	2,200	5,200
8) 민간 및 도시간 음악교류 확대	1,140	80	300	60	600	100
9) 글로벌 홍보마케팅 강화	950	0	50	300	300	300

## 나. 음악도시, 인천

### 1) 기본 계획

- 인천시는 2020년 12월 12일 음악으로 소통하며 향유하는 음악도시를 만들기 위한 <음악도시, 인천> 마스터플랜을 발표함. 인천시는 <음악도시, 인천> 마스터 플랜을 토대로 5년간 총 39개 사업에 3,544억원을 투입해 3대 목표 9개 과제를 추진한다고 밝힘
- 인천은 부평미군부대 애스컴(신촌·삼릉 일대)을 통해 팝, 로큰롤, 재즈 등 다양한 장르의 대중음악이 유입돼 대중음악인들의 주요 활동무대 역할을 한 1950~60년대 한국 대중음악의 발상지이며, 이어 7~80년대 공단 지역은 민중가요의 산실로, 이를 바탕으로 90년대 관교동·동인천을 중심으로 형성된 록밴드 타운은 전국적으로 명성을 떨친 도시임. 이에 인천의 음악적 역사성과 잠재력을 바탕으로 생활음악·음악산업·음악축제의 조화로운 육성·지원을 위한 종합적 마스터플랜을 수립하게 됐다고 밝힘
- 인천시는 2019년 6월 인천음악도시 조성방안 정책연구(인천연구원) 진행, 2020년 4월 4개 분과(음악도시·산업·축제·공간)로 구성된 음악도시 민관협의체(TF)를 운영, 분과별 주요 내용을 반영한 마스터플랜을 수립함
- 마스터 플랜의 3대 목표는 ‘음악으로 행복한 시민’, ‘음악으로 키우는 산업’, ‘음악으로 활기찬 도시’로 이러한 목표를 달성하기 위해 ①일상에서 함께하는 음악 ②음악산업 생태계 조성 ③음악자원 가치확산 및 음악연계 도시재생이라는 3대 전략을 세움
- **(생활 속 음악향유 활성화)** 시민 음악공간 조성, 시민음악교육 활성화, 음악활동 지원 등을 통한 일상 속 음악향유 제고
- **(음악산업 생태계 조성)** 음악산업 지원시설 조성, 전문인력 양성, 음악축제와 융복합 콘텐츠 연계 등 지속가능한 음악 산업 기반 구축
- **(음악자원 가치 발굴·확산)** 다양한 음악자원의 발굴 수집·스토리텔링을 통한 역사적 가치 인식 및 시민 공감대 형성
- **(음악연계 도시재생)** 음악을 활용한 원도심 도시재생, 유휴공간 활용 문화적 재생

### 2) 추진 방향

- 인천 음악자원 현황조사 및 해외 음악도시 사례 연구를 통한 주요 시사점은 및 음악도시 추진 방향은 다음과 같음
- 시민의 일상속 문화예술참여 확대 필요
  - 시민이 문화예술 활동의 객체에서 주체로 변화하는 문화트렌드 변화에 따라 생활기반을 중심으로 한 다양한 문화공간 조성 및 시민참여 문화 예술활동(향유) 지원으로 건강한 문화분위기 조성
- 개별적 대표 음악 축제를 연계한 공통의 지향점 불명확
  - 다양한 대·중·소 음악축제들을 8~9월에 연속집중시켜 ‘Music month’화 하고, 문화(관광)상품으로 브랜딩 및 통합마케팅하여, 음악도시 브랜드 가치 제고
- 지역음악인의 참여와 시민이 체감할 수 있는 음악 축제 부족
  - 시민 생활과 밀접한 다양한 공간으로 로컬뮤지션이 찾아가서 공연하는 프린지 축제의 확대로 모두가 즐기고 공감하는 축제로 조성
- 대규모 음악축제와 지역 음악산업·생태계와의 관련성 미미
  - 음악 축제를 중심으로 음악산업 콘퍼런스, 네트워킹 행사, 쇼케이스 행사 등의 뮤직MICE 개최를

- 시작으로, 단계적으로 음악산업을 둘러싼 여러 유관 산업(게임, 기술 등)과의 연계로 시너지 창출
- 지역음악인 지원-육성 거점시설 부재로 음악 산업 부진
    - 지역에서 활동하는 아티스트들의 창작·교류·홍보·마케팅 등을 지원할 음악창작소 조성으로 음악인 역량강화 및 음악산업 기반 구축
  - 소규모 음악 전용 공연장 부족
    - 지역 인디뮤지션은 물론, 실력 있는 타지역 음악밴드, 힙합 아티스트 등의 공연이 개최될 수 있는 음악 전용 스탠딩 공연장 확충
  - 포스트코로나 시대의 예술활동 환경 변화 대응 필요
    - 코로나19로 예술활동 플랫폼이 오프라인에서 온라인으로 확장됨에 따라 온라인을 통한 창작·홍보 기반 마련으로 단절없는 창작환경 조성
  - 한국 대중음악 태동지로서의 역사문화적 가치 인식 부족
    - 인천 대중음악 자료 아카이빙, 전시, 스토리텔링을 통한 역사적 가치 인식·확산으로 음악도시 추진에 대한 시민 공감대 형성

### 3) 추진 전략 및 과제

[그림 4-3] 음악도시, 인천 비전체계도



[표 4-3] 음악도시, 인천 추진전략과제별 세부 추진사업

3대 전략	9대 추진과제	세부추진사업(안)	추진목표시기			
			단기	중기	장기	
일상에서 함께하는 음악	① 생활 속 음악 향유 확대	[신규] 거리공연 추진	○			
		찾아가는 음악 공연 확대	○			
		음악 기획공연 활성화 및 브랜드 강화	○			
		국악 야외상설공연 '얼썬'	○			
		인천문화정보 아이큐업 개선	○			
		[신규] 온라인 공연홍보 강화(SNS 서포터즈 활용)	○			
	② 시민 음악 교육 활성화	[신규] 공연장 기반 음악 아카데미 운영 (어린이·청소년·성인 대상)	○			
		생애주기별 문화예술교육(문화재단)	○			
		국악교육 활성화	○			
	③ 시민 생활 음악 활동 지원	[신규] 시민참여 경연 프로젝트 추진 (아마추어 악기연주 경연, 시민창작가요제 등)	○			
		[신규] 아마추어 오케스트라 페스티벌 개최	○			
		섬마을 밴드 운영	○			
		동아리 활동지원·생활문화축제 활성화	○			
		일상속 생활문화 공간 확충 (문화오아시스, 동네방네 아지트)	○			
		생활문화센터 조성	○			
	음악산업 생태계 조성	④ 음악산업 기반 및 음악인 역량 강화	[신규] 음악창작소 조성·운영 (뮤지션 지원, 음대와의 협력사업 등)	○		
			[신규] 음악산업 전문인력 양성 아카데미 개설		○	
			[신규] 음악산업 유치(음반기획·제작사협회 등)			○
[신규] 수제 악기제조샵 육성				○		
[신규] 온라인 음악활동사업 지원			○			
시립국악관현악단 창단					○	
음악인의 안정적 창작활동 지원			○			
⑤ 음악 공연장 확충		라이브뮤직 홀리데이(작은 민간공연장 활성화)	○			
		[신규] 소규모 라이브 스탠딩 공연장 조성 (아트플랫폼 C동 공연장, 캠프마켓 공연장)	○			
		[신규] 오페라하우스 건립(아트센터 인천 2단계)			○	
		[신규] 관객 친화적 공연장 조성(문화예술회관)		○		
		[신규] 지역별 공연장(복합문화센터) 건립		○		
⑥ 개성 있고 매력적인 음악이벤트 개최		[신규] August Music Rush to Incheon(가칭) (펜타, INK, 재즈 등 8~9월 개별음악축제 집중연계)	○			
		[신규] 프린지공연확대(지역음악인, 시민참여확대) (골목라이브 & 메트로 콘서트 개최)	○			
		[신규] 글로벌 메가 음악이벤트 유치 개최 ex) K-Pop 중심 드림콘서트, 대중음악시상식 등	○			
		[신규] 펜타음악축제 자문기구 구성·운영	○			
		[신규] 음악축제와 뮤직MICE 산업 연계 (8월중 국제적 수준의 뮤직미이스 개최)	○			

3대 전략	9대 추진과제	세부추진사업(안)	추진목표시기		
			단기	중기	장기
음악자원 가치확산 및 음악연계 도시재생	⑦ 음악자원 전용시설 건립	음악대학 유치 (지역음악인의 구심점 역할 담당)			○
		국립한국대중음악자료원(가칭) 건립 유치			○
	⑧ 음악자원 발굴 및 활용	인천음악자원 발굴수집전시		○	
		인천의 독창적 뮤직콘텐츠 제작공연 (인천 문화 역사를 바탕으로 한 뮤지컬 등 제작지원)	○		
	⑨ 음악을 통한 원도심 활성화	도시재생을 통한 음악전용공연장 조성			○
		뮤지션 레지던시 조성(캠프마켓)			○
		캠프마켓 내 소규모 음악 공연 활성화			○

[그림 4-4] 음악도시, 인천 세부추진사업 연차별 예산투입계획

(단위:백만원)

3대 전략	9대 추진과제	소요 예산					
		계	2021	2022	2023	2024	2025
<b>총 계</b>		<b>354,495</b>	<b>21,800</b>	<b>47,314</b>	<b>91,664</b>	<b>99,772</b>	<b>93,945</b>
일상에서 함께하는 음악	<b>소 계</b>	<b>52,240</b>	<b>10,876</b>	<b>10,268</b>	<b>10,264</b>	<b>10,262</b>	<b>10,570</b>
	① 생활 속 음악 향유 확대	24,498	4,482	4,272	4,779	5,355	5,610
	② 시민 음악 교육 활성화	9,208	1,810	1,818	1,843	1,862	1,875
	③ 시민 생활음악 활동지원	18,534	4,584	4,178	3,642	3,045	3,085
음악산업 생태계 조성	<b>소 계</b>	<b>299,535</b>	<b>10,724</b>	<b>36,696</b>	<b>80,950</b>	<b>88,650</b>	<b>82,515</b>
	④ 음악 산업 기반 및 음악인 역량 강화	18,762	4,217	1,817	2,913	4,645	5,170
	⑤ 음악 공연장 확충	263,713	4,267	31,664	74,522	80,130	73,130
	⑥ 개성 있고 매력적인 음악 이벤트 개최	17,060	2,240	3,215	3,515	3,875	4,215
음악자원 가치확산 도시재생 및	<b>소 계</b>	<b>2,720</b>	<b>200</b>	<b>350</b>	<b>450</b>	<b>860</b>	<b>860</b>
	⑦ 음악자원 전용시설 건립	0	0	0	0	0	0
	⑧ 음악자원 발굴 및 활용	1,920	200	350	350	460	560
	⑨ 음악을 통한 원도심 활성화	800	0	0	100	400	300

## 다. 유네스코 음악 창의도시, 통영

### ■ 유네스코 창의도시와 음악도시

- 유네스코의 창의도시 네트워크는 2002년 유네스코의 세계연맹(Global Alliance)의 문화산업 다양화 계획에 의해 시작되어 2004년부터 정식 네트워크 체제로 발전하게 됨. 음악, 문화, 영화, 민속예술, 디자인, 미디어, 음식 분야 등 총 7개 분야의 문화에 대한 국제적 수준의 경험 및 지식을 가진 도시들 간의 네트워크를 구축하고 있으며, 우리나라는 총 8개의 도시가 유네스코 창의도시로 선정됨
- 유네스코 음악 창의도시란 이러한 창의도시 개념에 음악이 삽입된 것으로 음악분야에 특화되어 도시의 문화적 자산과 창의력에 기반한 문화산업을 육성하고, 도시들 간 협력을 통해 발전을 장려하고자 하는 네트워크 활동이라 할 수 있음
- 유네스코 음악 창의도시란 총 38개(2020년 기준) 선정되어 있음. 아시아는 8개 도시로 이 중 한국에서는 통영시(2015년), 대구광역시(2017년)에 지정되었음
- 유네스코 음악 창의도시의 특징

구분	특징
1	음악 창작 및 활동의 중심지
2	국가 또는 국제 차원에서 음악 축제 및 행사 개최 경험 다수
3	여러 형태의 음악산업 홍보 방안을 보유
4	활성화된 음악 전문학교, 아카데미 및 음악 전문 교육기관
5	아마추어 합창단 및 오케스트라를 포함한 음악 교육 시스템
6	특정 음악 장르 혹은 다른 국가의 음악을 위한 국내외 플랫폼
7	음악 활동을 위한 다양한 문화공간 보유

출처: 유네스코 음악도시의 특성 재구성, 유네스코

### ■ 유네스코 음악 창의도시, 통영

- 통영시는 2015년 12월 아시아에서 두 번째로 유네스코 음악 창의도시로 선정됨
- 2010년 8월부터 유네스코 음악 창의도시 지정 추진위원회, 유네스코한국위원회, 유관기관, 단체 등으로부터 많은 지원과 협조, 전담팀을 만들고 여러 차례 전문가와 시민을 초청해 세미나 포럼 등을 여는 등 창의도시 가입에 대한 지역 공감대 형성에 힘씀
- 통영의 문화적 자산이자 국가중요무형문화재인 승전무, 통영오광대, 남해안 별신굿을 소개하고 세계적인 작곡가 윤이상 선생과 관련 행사 및 공연장, 통영국제음악당, 통영국제음악제 등을 강조했음. 아시아태평양공연예술센터연합회(AAP PAC), 국제음악콩쿠르 세계연맹(WFIMC) 등과 국제교류 활동 현황 등 시가 보유하고 있는 음악 자산과 음악을 도시발전의 원동력으로 삼고자 하는 내용을 담았음
- 2015년 유네스코 음악 창의도시로 지정된 이후 통영은 통영국제음악제, 이상윤 콩쿠르, 한국예술영재교육원 통영캠퍼스, 남해안 별신굿, 통영오광대, 승전무 등 한국 전통 공연예술의 전승과 보존을 주요사업으로 진행함
- **[통영국제음악제]** 아시아에서 가장 영향력 있고 높은 평가를 받는 클래식 음악 축제로 1999년 '이상윤의 노래가 이는 밤'이라는 제목의 콘서트에서 시작되어 1999년~2001년에 열린 '통영

현대음악제를 시작으로 2022년부터 매년 3월에 열고 있으며 2022년부터 작곡가 진은숙이 예술감독을 맡고 있음

- **[이상윤 콩쿠르]** 이상윤 콩쿠르는 2003년부터 매년 11월에 바이올린, 첼로, 피아노 분야를 번갈아가며 개최되고 있음. 한국의 위대한 작곡가인 윤이상 선생을 기리고 국가 간 음악을 통한 문화교류를 증진하며, 재능있는 전 세계 젊은 음악가들을 지원하기 위해 개최됨
- **[전통문화 프로그램]** 충무공 이순신 장군의 업적과 함께 통영의 지역성을 담은 국가무형문화재 '승전무', 남해안 연안의 마을에서 행해지는 공동체 의식축제로 1987년 국가무형문화재로 지정된 '남해안 별신굿', 한국의 전통 탈놀이 중 하나인 '통영오광대'를 지속해서 보존·전승하기 위한 다양한 프로그램을 운영
- **[교육 프로그램]** 세계적인 아티스트들이 통영시의 학생들을 위해 공연하는 '스쿨 콘서트', 한국 및 아시아에서 재능있는 음악가들을 선발하여 우수한 국제 강사진이 교육하는 'TIMF 아카데미', 마스터클래스, 통영시민 누구나 한가지 이상의 악기를 연주할 수 있도록 교육하는 'TIMF 음악교실', 한국예술영재교육원 통영캠퍼스에서 진행되는 예술 및 인문학 강좌 '스쿨 오브 조이', 음악을 통해 아이들의 건강하고 긍정적인 자극과 통합을 도모하는 청소년 오케스트라 '통영 드림 오케스트라'를 운영
- **[도시 프로그램]** 통영시 내 문화예술 소외지역에서의 'TIMF 아웃리치 콘서트', 아마추어 뮤지션들에게 도시 곳곳의 다양한 공공장소에서 공연할 기회를 제공하는 '거리의 악사' 프로젝트를 진행

## 라. 유네스코 음악 창의도시, 대구

### ■ 유네스코 음악 창의도시, 대구

- 대구시는 유네스코 음악 창의도시로 2017년에 통영에 이어 국내 두 번째로 선정됨. '시민과 함께 만드는 아시아 대표 음악수도 대구'를 비전으로 함
- 대구는 2003년부터 대구 국제오페라축제, 2007년부터 대국국제뮤지컬페스티벌을 매년 개최해오고 있으며, 대한민국 최초의 피아노 유입지, 대한민국 최초의 클래식 음악감상실 '녹향, 대한민국 최초의 동요 작곡가 박태준, 근현대 대표 성악가 및 음악교육자 현제명 등을 자원으로 음악도시를 표방함
- 대구에는 대구오페라하우스, 대구 콘서트하우스, 대구문화예술회관, 대명문화공연거리, 대구음악창작소, 김광석 거리와 같은 하드웨어 음악인프라가 조성되어 있음
- 유네스코 음악 창의도시 대구의 비전은 '시민과 함께 만드는 아시아 대표 음악수도 대구'로 ①생활 속 멜로디가 넘치는 음악행복도시 ②음악의 고부가가치화로 음악 창의산업 육성 ③지역 음악의 글로벌화로 세계적 명품 음악도시 구현을 목표로 함
- 유네스코 음악 창의도시 대구의 비전은 '시민과 함께 만드는 아시아 대표 음악수도 대구'로 ①생활 속 멜로디가 넘치는 음악행복도시 ②음악의 고부가가치화로 음악 창의산업 육성 ③지역 음악의 글로벌화로 세계적 명품 음악도시 구현을 목표로 함

[그림 4-5] <유네스코 음악 창의도시, 대구> 비전과 추진 전략



■ 전략 및 추진과제

- 품격 있는 음악 창의도시 브랜드화 추진
  - D-Music City 브랜드화(2018년~2019년)
  - 대구음악 스토리테링(2018년~2019년)
  - 음악공연장 이색 광고 및 야간경관(2018년~2019년)
  - 대구음악아카이브 / e-음악박물관 개설(2019년~2021년)
- 음악 창의도시 추진체계 및 네트워크 구축

- 음악창의센터 설치(2018년)
- 음악창의도시 지원조례 제정/전문인력 채용(2018년)
- 국내 창의도시와의 MOU 체결로 공동사업 추진(2018년)
- 지역 특성에 맞는 창의산업 활성화
  - 음악 콘텐츠 팩토리 사업 및 저작권 등록지원
  - 뮤직 콘텐츠 비즈니스 플랫폼 구축
- 스토리가 있는 음악관광 육성
  - 대구음악 스토리텔링 및 관광자원화(2018년~2020년)
  - 대구음악 외국어 해설사 양성(2018년~2020년)
- 글로벌 음악도시 창조인재 육성
  - 음악 창의산업 인큐베이팅 센터 구축(2020년~계속)
  - 음악 전문인력 해외진출 사업 추진(2019년~2025년)
  - 대구스타일 전통공연 인재육성 및 대구 국악당 건립(2019년~2025년)
- 시민과 함께하는 음악 행복도시
  - 대구 보이스(Daegu Voice) 국제 페스티벌 개최
  - 대구뮤직로드 명칭화 사업(2018)
- 대표 프로젝트
- [대구 국제오페라축제] 2003년 8월 대구오페라하우스 개관과 함께 대구를 세계적인 오페라의 메카로 만들기 위한 움직임이 가시화 되며 '대구오페라축제' 개최, 매년 가을 한 달 여 동안 펼쳐지는 축제를 통해 대구 시민과 국내 각지에서 찾아온 관객들이 오페라에 친숙해지고 지역문화예술발전에 기여
- [월드오케스트라페스티벌] 대구콘서트하우스가 주최, 주관하는 국제적인 오케스트라 페스티벌로 2013년 설립. 국내외 오케스트라 공연과 관련 학술 및 해외교류, 아웃리치 프로그램이 결합한 축제
- [대구국제뮤지컬페스티벌] 2006년 개최된 뮤지컬 축제로 세계 각국 뮤지컬 소개, 신작 뮤지컬 발굴 및 제작 지원하는 창작뮤지컬지원사업, 대학생뮤지컬페스티벌, 개폐막(DIMF 어워즈), DIMF 뮤지컬아카데미 등의 프로그램을 진행
- [유네스코 음악창의도시 대구 국제포럼] '유네스코 창의도시 네트워크'에 가입후 유네스코 창의도시 간 파트너십 구축을 위해 매년 대구 주도의 국제포럼과 공연을 이어옴. 2023 국내외 유네스코 창의도시 관계자, 관련 전문가 등150여명이 참석, '기후위기와 창의도시의 역할'을 주제로 포럼을 진행

## 2. 지역 음악창작소

### 가. 지역 음악창작소 운영현황

- 지역 음악창작소 사업 배경
- 지역 음악창작소 사업은 2013년 문화체육관광부가 독립음악 창작 생태계를 지원하기 위해 마포구 및 한국음악발전소와 2013년 8월 30일 음악창작소 조성용지(구 마포문화원,아현동 소재) 현장에서

업무협약을 맺으며 처음 시작함. 당시 홍익대학교 지역이 상업화되면서 임대료가 크게 올라 홍대 지역을 기반으로 활동하고 있는 독립음악인(단체)들이 창작의 터전을 잃고 외곽으로 떠나고 있는 상황과 맞물려 시작한 사업임

- 당시 구 마포문화원(마포대로 238, 지하 1, 2층, 720㎡)을 리모델링해 공연장/녹음실/연습실 등의 창작 인프라를 조성하고, 음악아카데미 운영과 홍보마케팅 지원 등을 통해 자생 기반을 마련할 계획으로 시작됨
- 음악창작소 사업을 위해 문화체육관광부는 2012년부터 독립음악인(단체)들과 소통하며 의견을 수렴하고 연구를 추진한 후, 신규 사업예산을 확보해 음악산업 관련 예산을 2013년 53억 원에서 2014년 85억 원으로 늘렸음
- 2014년 12월 22일(월) 서울 마포의 뮤지스땅스를 시작으로, 광주와 부산 음악창작소가 이어서 개관함. 매년 문화체육관광부의 지역 기반형 음악창작소 조성사업 공모를 통해 2개 지역 내외의 음악창작소가 새롭게 문을 열고 있음
- 2024년 현재 전국에 17개 음악창작소(서울 마포음악창작소, 인천음악창작소, 구리시 음악창작소, 충남음악창작소, 세종음악창작소, 대전음악창작소, 충주음악창작소, 강원음악창작소, 전라북도레드콘음악창작소, 광주음악산업진흥센터, 전남음악창작소, 제주음악창작소, 대구음악창작소, 경북음악창작소, 경남음악창작소, 울산음악창작소, 부산음악창작소)가 있음

■ 지역 음악창작소 운영방향

- 2019년 문화체육관광부는 음악창작소의 목적을 한국 대중음악의 지속적인 발전을 위해 다양하고 실험적인 음악 창작 생태계 조성 및 음악인들에게 창작에서부터 작품이 음반(음원)으로 재생산되는 과정에 필요한 기반시설 제공 및 교육 프로그램 지원을 통한 자생력 강화 도모를 규정함
- 음악창작소의 기본 방향을 ① 음악인들의 창작 활동과 작품이 음반(음원)으로 재생산되는 과정에 필요한 기반시설을 제공함으로써 다양한 장르의 음악이 창작될 수 있는 안정적인 활동 공간 제공, ② 음악 아카데미 운영, 음악 비즈니스 멘토링 프로그램, 컨퍼런스 및 세미나 개최 등 지원, ③ 지역주민에게는 문화향유의 공간으로서 다양한 문화콘텐츠 체험 및 학생들의 진로탐색의 장으로 운영이라고 공지
- 기능별 주요내용으로는 ① (음악창작 기능) 녹음스튜디오, 연습실 등의 사용에 대한 심사 및 지원, ②(음악아카데미 기능) 창작 워크숍 및 기획·홍보·마케팅 교육과정 개발 및 운영 지원, ③ (음악비즈니스 기능) 창작 프로젝트에 대한 컨설팅 및 비즈니스 멘토링 연계 지원, ④ (음악네트워크 기능) 다양한 주제의 컨퍼런스 및 세미나 개최 지원임

■ 지역 음악창작소 조성 시 정부지원

- 2019년 문화체육관광부는 지역 기반형 음악창작소 조성 사업 공모를 통해 광역자치단체(광역시·도 단위)에서 지원할 수 있으며, 지원 규모는 총 20억 원의 2개소로, 각 지자체당 최대 10억 원 지원과 지자체 경상 보조라는 규정을 고지. 국비와 지방비는 1:1 매칭, 지방비는 현물(건물, 토지 등) 매칭 가능한 조건. 지원기간은 단년도 지원이며, 인프라 조성·운영(시설 리모델링, 음악창작 장비 구입비 등)으로 한정

[그림 4-6] 2019년 지역음악창작소 예산 현황

기관명	국고지원금	지방비(자비)	총사업비
부산음악창작소	144,000,000	144,000,000	288,000,000
전북음악창작소	132,000,000	132,000,000	264,000,000
강진군문화관광재단	120,000,000	120,000,000	240,000,000
(사)한국음악발전소	380,000,000	20,000,000	400,000,000
(재)광주정보문화산업진흥원	120,000,000	120,000,000	240,000,000
대구음악창작소운영위원회	108,000,000	108,000,000	216,000,000
(재)충남문화산업진흥원	96,000,000	96,000,000	192,000,000
(재)충주중원문화재단	45,000,000	45,000,000	90,000,000
(재)강원정보문화진흥원	25,000,000	25,000,000	50,000,000
(재)경남문화예술진흥원	30,000,000	30,000,000	60,000,000
<b>합계</b>	<b>1,200,000,000</b>	<b>840,000,000</b>	<b>2,040,000,000</b>

출처: 문화체육관광부(2020), 「2019년 자체평가 결과보고서」

■ 지역 음악창작소 공통 운영 사항

○ 공간 대관 및 녹음실 운영

- 국내 음악창작소는 모두 녹음실, 공연장, 연습실 등 음악 관련 활동 시설을 갖추고 대관하거나 레코딩 서비스를 제공. 음악창작소의 시설은 상대적으로 가격이 저렴할 뿐만 아니라 우수한 설비를 갖추고 있어 지역의 전업/비전업 뮤지션들이 상시적으로 이용하는 편이며 지역의 음악인들에게 실질적으로 도움이 되고 있음

○ 뮤지션 지원 프로그램

- 국내 음악창작소는 모두 교육·공연·음반·활동 등의 분야에서 뮤지션을 지원하는 프로그램을 중심으로 음악창작소를 운영. 초기에는 공연과 음반 제작 부문에 집중되었던 뮤지션 지원 프로그램은 갈수록 뮤직비디오 제작, 국내외 쇼케이스, 페스티벌 참가 등의 형태로 다양해지고 있음. 일부 음악창작소의 경우 해당 지역, 전업 뮤지션에 한정하거나 아마추어 뮤지션이나 지역민을 대상으로 하는 지원 프로그램을 병행하는 차이가 있음

■ 지역 음악창작소 운영 성과

○ 지역 음악인들에 대한 기회제공 및 음악 신 조성

- 지역 음악창작소는 소규모 예산으로 음악활동을 펼치는 다수의 비주류 음악인들에게 음악창작소가 보유한 양질의 시설 과 지원 프로그램은 음악활동의 버팀목이 되었으며, 지역에서도 음악활동을 이어갈 수 있는 디딤돌의 역할을 함으로써 지역 음악 생태계가 끊어지지 않도록 도움을 줌

○ 지역 음악인들의 거점 역할

- 지역 음악창작소에서 지속해서 사업을 진행하면서 지역 음악창작소는 지역 음악인의 존재를 확인시킬 뿐만 아니라, 음악인들이 만나고 교류할 수 있는 기회를 제공

○ 지역 음악창작소의 프로그램 변화

- 지역 내에서만 정해진 프로그램을 운영하지 않고 수도권이나 해외와 연계한 프로그램을 개발하거나 음악 비즈니스 교육을 신설하고 온라인 활동을 돕는 프로그램을 지원함으로써 음악인들의 새로운 지향을 수용하고, 음악인들이 필요를 느끼는 영역에서 실질적인 도움을 주는

음악창작소의 사례가 생겨나며 변화 발전함

■ 지역 음악창작소 운영의 개선점

○ 지역 음악 생태계의 차이

- 상대적으로 서울과 광주, 대구, 부산과 같은 특별시나 광역시 규모의 지역에는 비교적 지역에서 활동하는 뮤지션이 많고, 활동의 기반이 되는 커뮤니티와 관련 기반 시설, 인적 자원이 폭넓게 존재. 음악 생태계의 다양성이 충분하지 않은 지역에서는 지원 대상 뮤지션을 찾는 일부터 어려움에 봉착하며 특정음악인이 자주 혜택을 받음

○ 운영 인력의 전문성 부족

- 지역 음악창작소를 운영하는 책임자나 음악창작소의 담당자가 대중음악산업의 생태계를 충분히 이해하지 못하고, 지역 예술계의 이해관계와 얽혀 있는 경우가 많아, 지역의 상황에 맞지 않는 사업을 펼치거나 한정된 지역 음악역량을 반복적으로 지원함

○ 천편일률적인 프로그램 운영

- 지역 음악창작소 사업이 대부분 시설 대관이나 뮤지션 지원으로 정형화되면서 대동소이해진 측면. 지역 음악 생태계의 특성을 고려한 장기적인 마스터플랜이 부재하거나 새로운 사업을 기획해내지 못하는 실무 역량의 한계

○ 운영 평가 시스템 부재

- 매년 사업 결과를 보고하지만, 상시적으로 관리 감독하는 방식의 운영이 아니므로 외부기관과 전문가들의 평가를 받은 경우가 적음. 그 결과 음악창작소가 얼마나 내실 있고 현재의 음악계의 흐름에 맞게 운영되고 있는지 다면적으로 판단하기 어려움

○ 예산 부족

- 음악창작소는 국비와 지방비 전액 지원을 통해 운영하기 때문에 중앙정부와 지자체의 지원 없이 운영이 어려움. 특히 지방비의 경우 지역에서 충분한 예산을 지원하지 않는 경우, 한정된 예산에 맞춰 사업을 운영해야 하므로 운영에 어려움이 있음

## 나. 인천 음악창작소

■ 인천음악창작소 포트락 시설 개요

- ‘인천음악창작소 포트락’은 인천을 기반으로 활동하는 음악인들에게 자유로운 창작공간을 지원하고 다양하고 실험적인 음악창작 생태계 기반조성을 목적으로 2022년 10월 인천광역시 부평구 산곡동 490번지(캠프마켓 내 1583)에 설립되었음

- 문화체육관광부 지역 음악창작소 공모사업에 선정되어 국비 10억, 시비 15억의 예산이 투입, 부평 캠프마켓 내 미군 부대 공연장 건물 2개를 리모델링해 음악창작소를 조성한 후 외부기관에 위탁 운영하며 수탁 기관으로는 인천음악콘텐츠협회가 선정됨

- 창작동과 포트락 라이브홀로 나뉘어져 있으며 창작동은 컨트롤 룸(믹싱, 마스터링을 포함한 음반, 녹음 작업에 관련된 창작 공간), 레코딩 부스(드럼·기타·오케스트라·밴드 합주 녹음이 가능한 공간), 보컬실(개인 보컬 녹음이 가능한 공간), 세미나실(토론회·세미나 등 회의 공간), 다목적홀(소규모 발표회 및 음악 관련 행사), 창작실1,2(1~4인 보컬, 악기 및 밴드 연습이 가능한 공간)로 구성되어 있음

- 창작동의 스튜디오, 다목적홀, 세미나실, 창작실1-2는 대관 가능하며 1시간에 5천-3만원의 저렴한 비

용으로 대관할 수 있으며, 인천시에 거주하는 예술인의 경우 50% 할인이 적용됨

[그림 4-7] 인천 음악창작소 사업



■ 주요사업: 지원 및 육성

- 음반 제작 지원 : 인천 지역의 음악 자원을 발굴하고 뮤지션 성장을 위한 앨범 제작 지원사업
  - 상반기(1차) 2~3월, 하반기(2차) 6~7월
  - 싱글, EP, 정규 앨범 제작 지원(녹음, 믹싱, 마스터링)
  - 선배 음악인과의 매칭 지원(콜라보레이션, 프로듀싱 등)
  - 제작된 음반에 대한 홍보 및 프로모션, 쇼케이스 진행
- 해외 초청 마스터 클래스 : 연주자 및 엔지니어 역량강화를 위한 해외 저명한 뮤지션, 엔지니어의 마스터 클래스 진행(상, 하반기 2회 진행)
- 해외공연지원사업 : 인천음악창작소 선정 뮤지션을 대상으로 한 해외공연지원사업
  - 상, 하반기 선정 뮤지션 중 별도의 심사를 거쳐 선정

■ 주요사업: 기획 및 제작

- 기획공연사업: 지역과 지역, 공간과 공간, 뮤지션과 뮤지션을 연계하는 기획공연 진행(자체기획, 하반기)
- 전국청소년음악경연대회(나스락페스티벌): 전국 청소년들의 건강하고 자발적인 음악 활동 육성 및 장려를 위한 사업 경연을 통한 시상 및 음원제작지원
- 영상콘텐츠제작사업: 음악인의 활동을 다각적으로 홍보할 수 있는 영상콘텐츠 제작

■ 네트워크 및 시민참여

- 음악창작소 포럼: 지역의 음악 관련 현안, 창작과 음악산업 등 음악을 주제로 한 포럼 진행
- 기획자문운영단: 시민과 전문 뮤지션, 음악 관련 종사자 등 다양한 분야 전문가의 의견 수렴과 음악창작소의 실질적 운영을 위한 기획자문운영단 구성 및 운영, 정기적 운영을 통한 음악창작소의 각종 현안 및 음악시장의 이슈에 대한 점검과 논의 진행
- 서포터즈: 인천 시민 및 청년에게 인천음악창작소의 운영과 홍보에 참여할 수 있는 활동 제공(소정의 활동비 및 각종 프로그램 관람 기회 제공)
- 네트워킹: 타 지역 음악창작소와 사업 및 정보 교류, 지역 뮤지션들을 위한 라운드테이블 및 네트워킹 파티 진행, 유통과 프로모션을 위한 관계 기관 및 산업계와의 협력

■ 인천음악창작소X부평구문화재단 문화도시센터 <2024 싱글·EP·정규앨범 음반제작지원>

- 인천음악창작소 2022년 개소해 24년 세 번째 음반제작지원사업 진행, 부평구문화재단 문화도시센터 문화도시사업의 일환으로 음반제작 사업 운영. 각 기관의 역량을 발휘해 활동하는 뮤지션에게 보다

체계적이고 알찬 지원사업 운영할 계획

- 인천에서 활동한 실적이 있는 뮤지션을 대상으로 싱글, EP앨범, 정규앨범 분야 지원, 앨범 제작을 위해 필요한 녹음, 믹싱, 마스터링, 세션, 홍보, 쇼케이스, 영상제작 등 전 과정을 지원함

[그림 4-8] 인천음악창작소 진행사업



### 3. 유사 프로젝트

#### 가. 서울아레나 마중물 프로젝트 <플랫폼창동61>

##### ■ <플랫폼창동61> 사업 개요 및 배경

- 서울아레나의 마중물 프로젝트로 2016년 4월 29일 개장한 '플랫폼창동61'은 창동역 1번 출구에서 걸어서 1분 거리에 있는 환승주차장 내 3층 규모(건축면적 2,241.98㎡, 연면적 2,456.73㎡)로 건립되었음
- 서울아레나의 마중물 프로젝트로 2016년 4월 29일 개장한 '플랫폼창동61'은 창동역 1번 출구에서 걸어서 1분 거리에 있는 환승주차장 내 3층 규모(건축면적 2,241.98㎡, 연면적 2,456.73㎡)로 건립되었음
- 서울 동북권은 1980~1990년대 조성된 택지개발사업 등으로 5대 권역 중 가장 많은 서울 시민이 살고 있음. 하지만 부족한 인프라와 직장-주거 불균형으로 일자리 부족 등 경제활력은 서울시 최저 수준으로 외곽의 베드타운, 낙후된 지역 이미지를 갖고 있음. 서울시는 이 지역의 도시문제 해결 방안을 위해 2009년 동북권 르네상스를 구상으로 2010년 창동-상계 전략적 개발 구상, 2014년 행복플랜발표, 2015년 창동-상계 신경제 중심지를 발표함

[그림 4-9] 창동·상계 신경제 중심지 구상



- 해당 사업은 1천 개 기업, 8만 개 일자리를 창출을 목표로 이전을 앞둔 창동차량기지, 도봉면허시험장과 창동역 환승주차장·문화체육시설 부지 등 38만㎡ 부지에 '17년부터 단계별로 문화공연시설, 지식형 R&D, 특화산업단지, 복합환승센터 등을 조성하는 「창동·상계 신경제중심지 조성사업」의 마중물 사업
- '플랫폼창동61'은 본격적인 사업에 앞서 주민 관심도를 높이고 '집밖에 없는 도시' 이미지가 강했던 서울 동북4구(강북성북도봉노원) 지역 이미지를 개선하며, 최신 문화라이프스타일을 통해 지역 정체성을 만들어가기 위한 붐업(Boom-up) 시설물임
- 사업운영을 서울주택공사가 맡아 2016년4월부터 2022년8월까지 사업 전개, 민간 위탁을 통해 운영하였음
- 플랫폼창동61 시설 및 프로그램
- '플랫폼창동61'은 해상용 컨테이너 61개를 다양하게 조합하여 음악, 라이프스타일, 커뮤니티의 복합문화 공간으로 구성되었음
- 컨테이너 만든 클럽형 전문 공연장인 '레드박스(2층 규모, 스탠딩 400명)', 창동사운드스튜디오(녹음실, 합주실, 입주 뮤지션 레지던시 공간)으로 구성된 음악공간, 푸드, 패션, 사진 등 각종 라이프 스타일 관련 영역인 라이프스타일 공간, 도시재생협력지원센터, 주민워크숍룸, 관리동으로 구성된 커뮤니티 공간으로 구성되었음

[그림 4-10] 플랫폼창동61 시설 개요

창동역 1번 출구 앞에 위치한 "플랫폼 창동 61"은 해상용 컨테이너 61개를 다양하게 조합하여 만들었습니다.

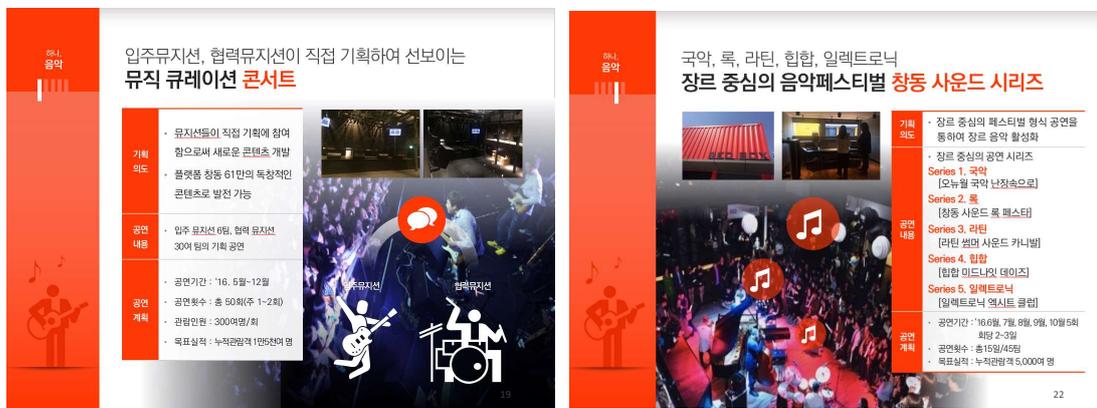


발강, 노랑, 파랑색 등 오색 빛깔의 독특한 외관을 가진 음악, 라이프스타일, 커뮤니티의 복합문화 공간으로 구성



- 플랫폼창동61은 전문공연장 운영을 위해 개장프로그램, 계절별 음악 페스티벌, 상설 공연 등을 운영하였으며, 입주·협력 뮤지션 프로그램을 운영했음
- 2016년 개관 이후 안정적인 환경에서 뮤지션들이 음악창작에 집중할 수 있도록 2017년부터 입주·협력뮤지션 공모 사업을 진행했음
- 선정된 입주·협력뮤지션은 1년간 플랫폼창동61과 협력해 활동하는 프로그램으로, 뮤지션들은 녹음실, 합주실, 레드박스 공연장 등의 창작 공간 이용과 공연 진행 시 전문 인력(무대기술 감독, 현장 크루, 티켓 매니저)을 무상으로 지원받고, 플랫폼창동61의 홍보 채널을 통한 활동 제작 지원, 또한 '뮤직 큐레이션 콘서트' 프로그램을 통해 다양한 기획 공연을 선보이게 되며, 글로벌 교류프로그램과 정기 기획공연에도 출연하는 기회를 우선 부여하는 등 서로 협력하는 구조로 활동함

[그림 4-11] 플랫폼창동61 주요 프로그램



## 나. 서울시 <반스스테이션 신당>

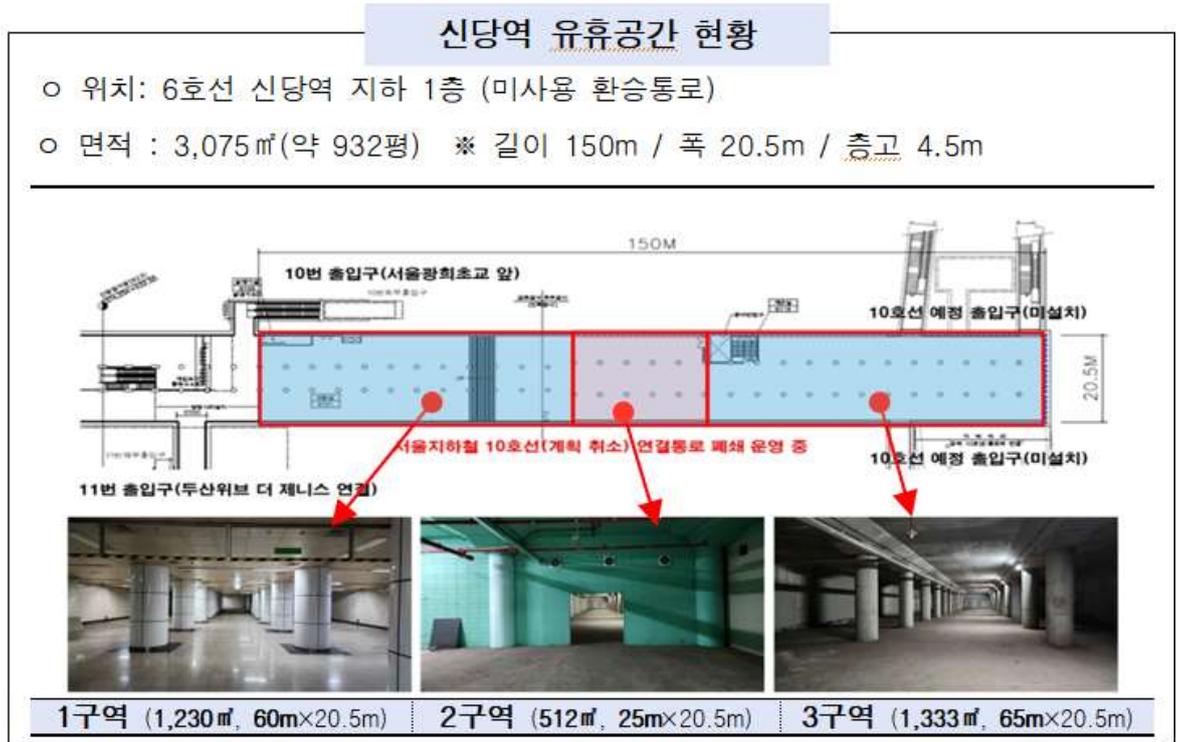
### ■ <반스스테이션 신당> 사업 개요

- 서울시는 2023년 1월에 발표한 지하철역사 혁신프로젝트의 일환으로 신당역 유휴공간을 거리문화 거점 공간으로 석기 위해 글로벌 브랜드 반스와 협업하여, 서울시가 지원하고 반스코리아가 주최하는 '반스 스테이션 신당'을 2023년10월 20일(금)~21일(토) 양일간 진행함
  - 서울시-서울교통공사-반스는 '신당역 유휴공간 활성화 시범사업'의 원활한 추진을 위해 업무협약을 체결하고, 민관협력으로 해당 사업을 추진함
  - 신당역 유휴공간은 당초 10호선 계획과 함께 환승 통로로 이용하기 위하여 미리 만들어진 공간이다. 2009년부터 2015년까지는 '근충-파충류 체험 테마역사'로 구성되어 운영된 바 있음
- 서울시는 이번 행사를 통해 신당역을 '산'나고 '당'당한, '힙(Hip)'한 문화예술공간으로 재탄생시킨다고 발표함. 최근 MZ세대를 중심으로 '힙당동'이라고 불리며 새로운 명소로 떠오르고 있는 신당역을 스포츠, 예술, 음악, 거리문화가 결합된 새로운 공간으로 브랜드링하여 역사 자체의 장소적 가치를 높일 방침임. 향후 민간사업자를 대상으로 공간 임대 시 이번 행사와 같은 지하철 역사 공간의 매력적이고 이색적인 활용사례를 제시할 계획이라 발표함
- 서울시는 이번 시범사업 후 신당역 유휴공간을 장기적으로 복합문화공간으로 조성하기 위한

추진방향을 설정하고, 해당공간의 최적 활용방안을 도출하기 위해 기본구상 및 타당성 조사 용역을 시행하고 있음

- 서울시와 서울교통공사는 지역 특성과 트렌드를 반영해 지하철 역사 자체를 도심 속 명소로 만드는 '지하철역사 혁신 프로젝트'를 계속해서 이어 나감
  - '지하철 역사 혁신프로젝트' 시범사업은 이번 신당역 프로젝트 이외에도 역 전체를 러너(runner)스테이션으로 조성하는 ▲여의나루역, 이색스포츠 체험이 가능한 공간 ▲문정역과 지난 9월에 "숨은 공간 지하철역사 시민탐사대"를 모집해 시민들의 뜨거운 관심을 모았던 ▲시청역 총 4곳에서 진행됨

[그림 4-12] 반스 스테이션 신당 유휴공간 현황



■ <반스스테이션 신당> 프로그램

- 반스스테이션 신당 프로그램 개요
  - 기간: 23. 10. 20.(금)~10. 22.(일) (1일차) 10. 20. 12:00~익일 02:00, (2일차) 10. 21. 12:00~익일 05:00
  - 장소: 신당역 유휴공간 10호선 미사용 환승통로
  - 주최/후원 : 반스코리아 / 서울시, 서울교통공사
  - 행사내용 : 국내외 뮤지션·아티스트·스케이터 퍼포먼스 및 공연 등
- 구역별 프로그램
  - 1구역 : 다양한 플리마켓, 글로벌 라디오 부스, 공연 및 체험 등
  - 2구역 : 스케이드보드 스쿨, 국내외 유명 글로벌 아티스트(DJ) 공연
  - 3구역 : 아트 라이팅(Art lighting)을 활용한 배경 \*관람객 출입 불가

■ <반스스테이션 신당> 주요 프로그램

[표 4-4] 주요 프로그램

VANS POP-UP	반스의 문화를 온전히 경험할 수 있는 특별한 공간. 반스 팝업에서는 브랜드 히스토리나 전시, 아트워크샵, 티셔츠 커스텀 그리고 제품 구매 가능 - DIY 스테인드 글래스: 반스 스페셜 스페인드 글라스 키링 클래스 - 커스텀 머치: 티셔츠와 스트링백을 나만의 스타일로 커스텀
SKATE	누구나 참여할 수 있는 스케이트 스쿨과 프리스케이팅, 반스 팀 스케이터 김동혁을 중심으로 한 반스 쇼다운(Vans Showdown) 프로그램 진행
Music	DJ로 구성된 라인업으로 '댄스 플로어'라는 콘셉트를 선보임. 로컬 디제이와 글로벌 빅네임 디제이들 참여
Community Market	반스에서 엄선한 단체로운 파트너들이 채워주는 마켓으로 유명 F&B 파트너부터 독립패션/라이프스타일의 다양한 파트너들이 참여
Dance	화려한 퍼포먼스로 공연에 다채로움을 더해줄 드래그 퍼포먼스, 드래그, 보그, 발레스크, 에어리얼 퍼포먼스와 관객과 함께하는 고고타임 마련
Light Installation Art	반스스테이션 신당 공간에 최적화된 라이팅 아트로 음악과 어우러져 공연의 분위기를 한껏 끌어올려주는 이벤트

[그림 4-13] 반스 스테이션 신당 행사 현장



**나. 경기콘텐츠진흥원 <경기인디뮤직페스티벌>, <인디스땅스>**

■ 경기인디뮤직페스타 사업 개요

- 경기콘텐츠진흥원에서 인디뮤지션들에게 무대에 설수 있는 '기회'를 제공하는 한편 인디신(Scene)에서 활동을 시작한 선후배 뮤지션을 초청해 관객과 호흡할 수 있는 장을 제공하기 위한 행사인 <경기인디뮤직페스티벌>을 2022년부터 개최함
- 2023년에는 경기도와 안산시가 주최하고 경기콘텐츠진흥원 주관으로 10월 13일~15일 안산 와 스타디움에서 개최됨. 경기도 내 공동주최할 지역을 공모하며, 선정된 지역에서 행사 개최. 전체 예산은 12억 규모이며, 유료 티켓 1일권 3만원, 3일권 9만원에 판매함
- 이승환밴드, 크라잉넛, 전인권, 데이브레이크 등이 출연하며 경기콘텐츠진흥원의 인디 오디션 프로그램인 '인디스땅스'의 결선 경연이 해당 페스티벌에서 치러짐
- 누구나 무료로 즐길 수 있는 EDM 오픈스테이지, 청년아트마켓, 대학생 버스킹, 릴레이 버스킹, 지역특산품 판매 등의 프로그램이 있음

■ 인디스땅스 사업 개요

- 경기콘텐츠진흥원은 경기도형 우수 뮤지션 발굴 프로그램 '인디스탕스' 사업을 진행해 오고 있으며 2023년 8회를 맞이함
- 오디션 프로그램의 형식으로 예선(30팀), 본선 TOP10(공개 경연), 최종 TOP5(공개 경연)까지 총 3회의 심사를 걸쳐 선발됨
- 본선 경연을 통과한 5팀의 뮤지션에게는 총상금 2천만 원과 경기인디뮤직페스티벌 무대에 오를 수 있는 특전, 해외진출 지원의 기회를 제공함
- 2023년 인디스탕스에는 총 705팀이 신청했으며, 2022년까지 총 3,996팀이 참가했음. 인디스탕스 결선 진출 뮤지션에는 기프트, 터치드, 롤링퀵츠, 우자앤췌인, 더픽스 등이 있음

[그림 4-14] 우수 뮤지션 발굴 프로그램 인디스탕스

포스터는 '예술인 기회소득의 시작점, 인디스탕스'라는 문구와 함께 '8th 인디스탕스 INDIESTANCE 2023'를 표시하고 있다. 공연 일정은 다음과 같다:

8월19일(토)	8월20일(일)
ANDOR(앤드오어)	사운드힐즈
오헬렌	원디비(1DB)
트라이브(TRIBE)	더 픽스(THE FIX)
왓에버댓민즈	아도레(adore)
	SEMA
	다양성

\*경기도청 구청사 전디마당 - PM 06:00  
-경기도 수원시 팔달구 효원로 1 경기도청

## 다. 의정부문화재단 <의정부음악극축제>, <블랙뮤직페스티벌>

### ■ 의정부문화재단 음악/서브컬처 프로그램 개요

- 의정부문화재단은 2019년 의정부예술의전당에서 문화재단으로 확대 개편됨. 2001년 의정부 예술의전당 개관 후 2002년부터 현재까지 '의정부음악극축제'를 개최해오고 있음. 이후 2018년에는 힙합·소울 중심의 '블랙뮤직페스티벌'을 개최해 오고 있음. 2022년 법정문화도시로 지정되었으며 음악 및 서브컬처 관련한 프로그램을 운영하고 있음
- [의정부음악극축제] 의정부음악극축제는 2002년 의정부예술의전당이 개관 1주년을 맞았을 때며, 뮤지컬이나 오페라가 한창 활성화되던 2000년 초반 의정부음악극축제는 '음악극'이라는 장르의 공연예술축제를 시도하였음. 문화체육관광부 대표적 공연예술제 관광자원화 지원사업에 선정되기도 했으며 경기도 10대 축제로 선정되기도 했음. 수원화성국제연극제, 안산국제거리극축제와 함께 경기도를 대표하는 공연예술축제임.
  - 2023년 음악극축제는 의정부시 승격 60주년을 맞아 '함께 존재하기(co-Exist)'란 주제로 현대사회에서 발생하는 다양한 사회문제를 예술적인 시각으로 바라보고, 여러 다양성의 존중과 자연과 인간, 예술과 일상 등 다양한 공존을 그리는 메시지를 전달하였고 6.2억 예산이 투입됨

- 시 승격 60주년 맞아 시민 대표 60인과 함께 축제 개막 거리 퍼레이드, 이색적인 공간에서 이색적인 예술의 만남(의정부 예술의 전당 외 도심 곳곳에서의 공연), 비건 & 제로웨이스트 플리마켓 등의 프로그램을 진행함
- [블랙뮤직페스티벌] 의정부시는 오랜 기간 미군부대가 주둔했고, 그 영향으로 젊은 층 사이에서 비보이, 힙합, 소울 등 문화가 발달되어 오며, 퓨전MC와 같은 비보이팀의 주요 활동지, 타이거JK, 윤미래등 대중적인 뮤지션, 힙합레이블 필굿뮤직이 의정부에서 활동을 시작함. 이를 기반으로 의정부문화재단은 의정부지역만의 문화적 특색과 현대의 음악 트렌드에 부합하는 ‘블랙뮤직 페스티벌’을 2018년 개최함. 2019년 ‘경기관광유망축제’ 선정을 시작으로 2020년 ‘경기관광특성화축제’, 2021년, 2022년, 2023년 ‘경기관광대표축제’로 선정. 2023년 3.5억 예산이 사용됨
  - 2023년 5회를 맞이하는 블랙뮤직 페스티벌은 2023년 9월 22일-23일 의정부시청 앞 광장에서 개최됨. 스윙스, 딘딘, 던밀르, 키썸, 원슈타인 등이 출연한 <BMF 스테이지>, DJ 러블리, DJ 비비가 진행하는 <EDM 파티>, 랩 메이킹, 스트리트 댄스를 배워보는 <힙합 원데이클래스>, 옷 쓰레기 줄이는 옷 교환, 리폼을 진행하는 친환경 체험존, 페이스페인팅, 헤나 등을 경험할 수 있는 <힙스터 체험존>과 같은 프로그램이 운영됨
- [의정부시 대표 비보이단 육성사업] 의정부시는 2024년 파리 올림픽 정식종목으로 채택된 비보이(브레이킹) 장르의 인재 육성 및 국가 대표 비보이를 발굴하여 비보이 문화의 메카도시로서 입지를 강화하기 위한 사업을 전개해 오고 있음. 2022년 브레이킹 종목 국가대표 선발대회에서 의정부비보이단 김종호 단원이 비보이부문 우승, 2022년 국가 대표로 선발됨. 국가대표 트레이닝센터 운영, 아시안게임, 올림픽국가대표 선발전 지역예선전 의정부 개최, 비보이문화예술 교육 프로그램이 운영되고 있으면 예산 규모는 1.8억임
  - 2023년 10월 29일 의정부예술의전당 대극장에서는 ‘5VS5 의정부 브레이킹 대회’가 개최되었음. 퓨전엠씨, 독트 크루의 초청공연, 초청배틀, 예선을 통과한 한국팀 7팀과 초청팀 1팀이 맞붙는 대회로 우승상금 5백만원이 주어짐
- [의정부 아트캠프] 의정부 아트캠프는 2015년 반환된 미군공여지 캠프 홀링워트의 남측 부지에 컨테이너박스로 조성되어 2019년 4월에 개관하였음. 2017년 문화체육관광부의 ‘지역기반 문화예술 거점공간 조성사업’의 일환으로 국비 5억원을 포함해 총 11억원을 들여 건립, 약 350㎡ 규모임. 아트캠프는 △블랙박스 씨어터 ‘블랙캠프’ △위크숍이나 강의를 진행할 수 있는 ‘캠프오렌지’ △휴게 및 커뮤니티 공간 ‘캠프민트’ △300여권의 만화책을 보유한 카툰카페 ‘캠프엘로우’ △사무공간 ‘캠프퍼플’ 5개 공간으로 구성됐음. 개관 당시 의정부음악극축제, 블랙뮤직페스티벌과 연계한 프로그램인 한국형 창작음악극 개발프로젝트인 ‘넥스트 웨이브’와 블랙뮤직 미니콘서트, 비보이&랩, 카툰작가와의 만남, 어린이들을 위한 ‘책 읽어주는 북극곰’ 등을 선보였음

[그림 4-15] 의정부문화재단 대표 음악·서브컬처 관련사업



## 4. 시사점

### ■ 음악도시 및 유사 프로젝트의 특징

- 국내 음악도시를 표방하는 서울, 인천의 경우 시정 운영을 위한 대표 문화공약으로 음악도시 계획이 발표되었으며, 서울 4,818억원, 인천 3,544억 대형 예산이 투입되는 프로젝트임
- 서울과 인천 모두 시민, 산업, 도시 키워드 또한 목표와 비전을 설정하고 있으며 핵심 사업은 ①음악 공연장 및 전용 시설, ②대표 음악 축제 활성화, ③음악자원 교류 및 활용임

[표 4-5] 음악도시 서울과 인천의 정책 비교

	글로벌 음악도시, 서울	음악도시 인천
추진시기	2019년-2023년(4년) *2019년 10월 발표	2020년-2025년(5년) *2020년 12월 발표
투입예산	4,818억	3,544억
추진배경	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 규모의 공연장(35%) 서울 집중</li> <li>• 음악공연(77%)이 서울 집중</li> <li>• 음악 관련 산업체(62.3%)가 서울에 위치</li> <li>• 음악 장르 공존 및 지역별 특색 보유</li> <li>• K-POP 스타들의 성공 효과</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부평 애스컴 통해 1950-60년 한국 대중음악의 발상지</li> <li>• 7-80년대 민중가요 산실</li> <li>• 90년대 관교동, 동인천 중심 록밴드 타운 형성 및 인천페타포르트록페스티벌 개최</li> </ul>
목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악으로 시민이 행복한 도시</li> <li>• 음악(산업)이 성장하는 문화도시</li> <li>• 세계와 교류하는 글로벌 음악도시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악으로 행복한 시민</li> <li>• 음악으로 키우는 산업</li> <li>• 음악으로 활기찬 도시</li> </ul>
대표과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악체험 및 교육 프로그램 확대</li> <li>• 다양한 음악 공연 활성화</li> <li>• 세계적 음악 축제 개최 및 축제 활성화</li> <li>• 음악산업 체계적 지원</li> <li>• 다양한 공연이 가능한 공연장 확충</li> <li>• 장르별 균형적 지원</li> <li>• 뮤직투어리즘 활성화</li> <li>• 민간 및 도시간 음악교류 확대</li> <li>• 글로벌 홍보마케팅 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생활 속 음악 향유 확대</li> <li>• 시민 음악 교육 활성화</li> <li>• 시민 생활음악 활동 지원</li> <li>• 음악산업 기반 및 음악인 역량 강화</li> <li>• 음악공연장 확충</li> <li>• 개성있고 매력적인 음악이벤트 개최</li> <li>• 음악자원 전용 시설 건립</li> <li>• 음악자원 발굴 및 활용</li> <li>• 음악을 통한 원도시 활성화</li> </ul>

- 유네스코 음악 창의도시 통영의 경우도 마찬가지로 통영국제음악당을 중심으로 진행되는 통영국제음악

악제가 대표사업이며, 대구의 경우 대구오페라하우스를 중심으로 진행되는 대국국제오페라축제, 대구 국제뮤지컬페스티벌이 핵심사업임

- 지역음악창작소의 경우 지역의 음악 생태계 조성 및 음악 인력 양성을 목표로 음악 창작 활동을 지원하는 지원 프로그램을 핵심 사업으로 녹음이 가능한 레코딩 스튜디오, 합주실, 워크숍 룸 등의 시설을 보유한 공간이 운영되고 있음
- 서울시에서 진행한 플랫폼창동61, 반스스테이션 신당은 도시재생사업의 일환으로 진행되었으며, 문화적 도시 재생을 위해 젊은 층에 소구 가능한 음악, 서브컬처를 콘텐츠로 활용하고 있으며, 축제를 통해 공간의 정체성을 부여하고 이슈를 통해 많은 시민이 참여할 수 있도록 함
- 의정부문화재단의 경우 의정부 예술의전당이 개관했던 초기부터 현재까지 대표 브랜드 축제인 의정부 음악극축제를 통해 도시의 문화 정체성을 확실히 하였으며, 미군부대의 영향으로 발전한 대중음악, 스트리트 컬처를 도시 자원으로 이를 기반으로 하는 블랙뮤직페스티벌과 비보이단 육성사업을 전개함
- 위의 사례처럼 음악도시 사업은 ①도시 고유의 음악자원 체계화·활성화 ②음악공연장 개발 및 해당 시설 중심 음악 프로그램 운영 ③대표 음악 축제 개발·성장을 필수로 함

■ 성과와 과제

- 서울시의 문화공약이 부재했던 상황에서, ‘음악 도시’를 주제로 한 정책 및 관련 사업이 전개된 것에 관해서는 의미가 크나 실제 서울시의 경우 민선 7기가 종료되며 사실상 ‘글로벌 음악도시, 서울’ 사업이 일몰된 것이나 다름없음
- 서울 내 음악 중심의 공공극장이 부재한 상황 속에, 창동·상계 및 노들섬을 중심으로 플랫폼창동61, 노들섬 라이브하우스가 마련되며 다양한 장르 음악이 공연할 수 있는 환경이 조성되었으며, 흥대를 중심으로 한 인디 뮤지션이 서울의 다양한 공간에서 공연하고 활동하는 사례가 마련되었음. 해당 사업의 일환으로 서울문화재단의 ‘인디음악 생태계 활성화 지원사업 「서울라이브」’가 2019년부터 현재까지 사업을 진행해 오고 있음
- 동북권 핵심사업으로 서울 도봉구 창동역 인근 연면적 11만평 부지에 건립될 계획으로 총 3600억원 규모였던 서울아레나는 2022년 카카오와 실시협약하고 서울아레나 복합문화시설 민간투자사업에 대한 실시 계획을 승인했으나 23년 12월이었던 착공식이 카카오의 요청으로 연기되어 중단사태에 이름
- 민선 7기에서 발표된 ‘음악도시, 인천’ 사업이 민선 8기로 이어지며 해당 사업이 진행되는 양상이나, 정확히 해당 사업의 전개여부와 가시화를 확인하기 어려움. 음악도시 인천의 경우 투입 예산 3,544억원의 예산에서 오페라하우스 건립 2,200억원, 인천문화예술회관 리모델링 333억원, 연수문화예술회관 건립 98억 등 총 2637억원으로 사업비의 74% 차지하고 있음. 인천송도국제도시에 조성되는 오페라하우스는 2019년 건립이 본격 추진되며 2022년 2단계 사업 기본 계획 타당성 수립을 마치고 2024년 설계용역 시작을 계획중임
- 문화체육관광부가 독립음악 창작 생태계를 지원하기 위해 마련한 ‘지역 음악창작소’ 사업은 2014년에 시작되어 현재 전국에 17개의 음악창작소가 있으며, 인천음악창작소는 부평구 캠프마켓 내 건물에 2022년 설립되었음. 전국의 지역음악창작소는 지역음악생태계 조성 및 지역 뮤지션 양성을 목적으로 대동소이한 음원·공연 제작 지원사업을 펼쳐오고 있으며 지역간 편차가 큰편임. 초기 서울·부산·대구 음악창작소를 중심으로 성장한 뮤지션이 배출되었으나, 현재 지역음악창작소가 전국적으로 늘었음에도 불구하고 이를 통해 배출된 대표 뮤지션이 부재한 실정임

- 경기콘텐츠진흥원 ‘경기인디뮤직페스티벌’은 경기도가 주최하고 경기콘텐츠진흥원이 주관하는 공공 음악페스티벌임. 3일간 1개 스테이지, 12억원이 투입되는 대형급 음악 페스티벌로, 경기도형 대표 핵심 콘텐츠로의 성장을 목표로 하며, 진흥원 내 음악사업인 우수 뮤지션 발굴 사업 ‘인디스땅스’, 경기 음악산업 진흥을 위한 ‘경기뮤직네트워크’ 사업을 연계해서 페스티벌·쇼케이스·국제교류 프로그램을 진행함
- 의정부문화재단은 의정부아트센터의 대표 프로그램으로 ‘의정부음악극축제’, 미군부대 자원을 활용한 ‘블랙뮤직페스티벌’, 비보이단 육성사업 등 도시가 이미 갖고 있거나 차별화될 요소를 발굴하고 육성해왔음. 음악 서브컬처 중심의 특징 자원이 있음에도 불구하고 이를 연계한 마스터플랜이 부재한 상황이며, 국제공연예술제로 우수한 공연 작품을 소개하고 발굴했던 초기와 달리 시민참여형 축제로 변화, 블랙뮤직페스티벌은 경쟁이 심한 민간의 힙합 페스티벌과 비교되는 위치에 있음
- 음악 공연장, 스튜디오와 같은 시설 중심의 도시계획은 장시간 막대한 예산이 투입되며, 정치 및 시정운영 계획에 따라 변화와 부침이 심함. 공약으로서의 문화 정책과 과제 뽑기가 아닌, 실제 해당 도에서 음악도시가 왜 필요한지에 대한 진짜 명분과 맥락이 뒷받침되어야 함
- 하드웨어 개발과 무관하게 음악도시 및 관련 사업을 뒷받침 해주는 대표 소프트웨어를 체계적으로 개발하고 관리하는 것이 핵심임. 공공에서 주최하는 행사의 경우, 공공축제/프로젝트의 성격과 태도를 확실하고 포지셔닝할 필요가 있음

## 제2절 해외 음악도시 사례 분석

### 1. 유럽문화수도

#### 가. 도시문화 정책에 따른 유럽문화수도 전개 배경

- 1900년대 이후 유럽 문화정책은 1940~1960년대 재건 중심, 1970~1980년대 참여 중심, 1980년대 이후 마케팅 중심으로 세워짐. 이 과정에서 문화정책의 탈중양화에 따른 도시문화정책의 성장 및 도시문화정책의 정치화에 이은 경제적 관점이 대두되었고 사회경제적 변동에 따른 도시 재생 전략으로서 문화정책이 부상하였으며 도시 이미지 전략으로서 문화정책의 활용 증대가 수반됨
- 유럽문화수도 사업이 본격적으로 출발한 때는 1985년으로 그리스 아테네(Athens)가 최초의 문화 수도로 지정되었으며 이후 2019년까지 총 60개 도시에서 문화수도 프로그램이 개최됨
- 초기에는 예술행사 중심의 단기 사업에서 도시 전체를 대상으로 하는 사업으로 진화하였으며 이 가운데 형성된 문화도시 사업의 성격은 다섯 단계로 구분할 수 있음

[표 4-6] 초기 유럽문화 도시사업 특성

구분	내용	사례 도시
1단계	문화유적 기반으로 한 예술 페스티벌을 여름에 한시적으로 개최	아테네(1985), 피렌체(1986), 파리(1989)
2단계	고급예술을 기반으로 한 국제페스티벌을 연중으로 개최	암스테르담(1987), 더블린(1991), 마드리드(1992)
3단계	연중 개최 국제 행사를 전략적으로 체계화함으로써 예술생산에 초점을 맞추고 도시 정부 재정지원 및 후원 확대, 예술 도시로서의 정체성 추구	베를린(1988), 안트베르펜(1993)
4단계	문화의 광의적 개념에 기반을 두고 종합 프로그램을 운영, 도시 이미지 개선 전략, 장기계획 및 지역 집단 관리 참여, 광범위한 민관 자연 활용 수행	글래스고(1990)
5단계	문화수도 발전 및 도시 이미지 개선을 위한 장기전략 개발, 개최연도를 넘어선 계획 제시, 지속적 문화교육과 네트워크 구축을 위한 지역주민과 지역업체 참여, 메트로폴리탄 지역 전체 관여, 광범위한 자원 확보 등을 추진	코펜하겐(1996)

#### 나. 유럽문화수도 결과 및 유치 도시 사례

##### 1) 도시 사례: 글래스고 (1990년대)

- 스코틀랜드에서 가장 큰 도시인 글래스고는 대영제국 시대 유럽에서 네 번째로 큰 대도시이자 세계에서 가장 큰 산업도시 중 하나였음. 그러나 1960년대 이후 주력산업이었던 조선·석탄 산업의 쇠퇴로 실업률이 증가하면서 인구가 절반 이상 급감, 도시는 경쟁력을 상실하고 실업과 빈곤, 슬럼가 주택 문제 등 장기적인 산업적 쇠퇴에 직면함
- 이에 글래스고 지방정부(Glasgow District Council)와 스코틀랜드 개발청(Scottish Development Agency)은 기존의 산업구조와 낡은 도시 이미지를 타파하고 도심의 쾌적성을 향상하기 위해 도시

주변의 주택 개량사업을 추진하였고, 1983년부터는 ‘글래스고, 훨씬 나아지다 (Glasgow's Miles Better)’, ‘활기찬 글래스고(Glasgow Alive)’ 라는 슬로건 아래 범시민 운동이 일어남

- 주택 개량을 중심으로 한 위의 사업에 이어 1990년대 문화수도 지정을 통해 글래스고는 본격적인 이미지 변신에 착수함. 이미 80년대 중반부터 버릴 박물관(Burrell Museum) 개관(1983), 정원축제 (National Garden Festival) 등을 통해 관광객을 유치하고 있었으나 1990년대 시청의 주도로 축제 위원회(the 1990 Festivals Office)라는 전담 조직을 수립하여 전략적으로 프로그램을 기획하고 운영 하여 아래와 같은 성과를 만들어 냄

[표 4-7] 문화수도 글래스고의 전략 및 성과

전략	이전의 문화도시와는 달리 한 해 전체의 일정을 채우는 광대한 연간 프로그램 기획 및 운영	문화의 정의를 확대하여 글래스고의 정체성을 반영할 수 있는 다양한 분야 (역사, 디자인, 선박건축, 종교, 스포츠 등)에서 프로그램 개발
정량적 성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3,400개 이상의 공공이벤트에 23개국 예술가들 참여</li> <li>- 40여 개 주요 작품 전시 및 공연 위탁</li> <li>- 60여 편 이상의 세계 우수 연극/댄스 작품 초연</li> <li>- 공연 3,979건, 연극 656편, 전시회 1,901건, 스포츠 행사 157건 개최</li> </ul>	
정성적 성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘매력물 마케팅 활동4)’으로 인해 문화수도 지정 이후 관광객 급증</li> <li>- 장기적인 빈곤, 폭력에서 벗어나 ‘활기가 넘치고’, ‘후기 산업적이고’, ‘최신 유행의’ 도시로서 ‘신 글래스고(new Glasgow)’의 이미지 획득</li> <li>- <b>문화에 기반을 둔 도시재생 프로그램을 시행한 최초의 도시</b>로 기록되어 대표적인 모범사례로 회자</li> </ul>	

- 위에서 보듯 글래스고는 유럽문화 도시 프로그램을 통해 도시재생을 가속한 대표 사례이며 유럽 타 지역의 오래된 산업도시들에게 도시문화정책과 장소마케팅을 논의할 때 좋은 벤치마킹 대상이 됨
- 이러한 업적에도 불구하고 한계와 문제점을 드러내는데, 정부 주도형 의사결정이 도시의 발전과 주민들의 삶을 반영하기보다는 잠재적 사업수익, 미디어 노출도, 관광객의 요구를 기반으로 이루어진 부분임
- 즉, 유럽문화수도 프로그램 시행으로 도시 이미지 문제는 해결하였으나, 경제적 추동력과 시민 혜택을 위한 경제발전은 이끌지 못함. 주로 도시 중심의 홍보나 이미지 복원을 통한 서비스 분야의 촉진에 초점을 맞춘 도시 발전전략이 도시를 찾는 관광객의 증가에 효과적이었던 반면, 문화예술 자원을 산업자원으로 전환하는 획기적인 수익모델을 창출함으로써 도시의 경제적 회복을 실현하는 데는 실패했다는 평가도 있음

## 2) 도시 사례: 리버풀 (2000년대)

- 리버풀은 글래스고와 마찬가지로 18~19세기 인근 산업혁명의 중심지에서 1960년대 이후 조선산업의 쇠락으로 위기를 맞음. 1980년대 후반 공공과 민간의 협력으로 머지사이드개발공사가 설립되며 리버풀을 문화와 관광의 측면에서 개발해야 한다는 의견이 대두됨. 이에 국제정원축제(1984), 머지사이드 해양박물관 이전(1986), 런던 테이트모던 미술관 분관 테이트 리버풀 갤러리 개관(1988) 등

4) 도시를 매력적으로 만들어 새로운 이미지를 창출해 외부기업가 및 관광객으로부터 투자 및 소비를 유치하기 위한 전략적 행동으로 기존장소 홍보 판매 그뿐만 아니라 새로운 상징적 이미지를 구축하는 적극적 활동이다. 즉, 도시 공간 정비·개발을 통해 새로운 장소를 구축하고 그를 통해 매력적이고 고유한 이미지를 구축하는 체계적인 작업이다. (Keams and Philo, 1993), (김숙경, 2016)에서 재인용

문화자산을 통한 관광-레저 중심 전략의 성공으로 문화산업이 도시재건에 발휘하는 잠재력을 인식하게 됨

- 글래스고의 성공 사례를 벤치마킹하였으나 도시 마케팅, 외부 관광객, 도시 이미지를 강조하기보다 **지속가능한 문화환경 구축 및 확대, 포괄적이고 역동적인 지역 공동체 형성** 등에 집중한 컨셉으로 치열한 경쟁을 뚫고 2008년 유럽 문화수도로 지정됨.
- 문화수도 지정을 위해 준비과정부터 당해 행사 프로그램 전체를 주관한 곳은 리버풀문화회사(Liverpool Culture Company)라는 전담 조직이었으며 리버풀 시의회와 지역관계자를 비롯, 다양한 이해관계자와 파트너십을 구축함
- 해당 조직에 할당된 예산은 5,470만 파운드(2023 환율 기준 한화 약 840억)이었으며 2008년 한해에만 마케팅 예산으로 430만 파운드(2023 환율 기준 한화 약 72억)를 투자함. 또한, 2004년 이래 총 54개의 지역 단체들의 프로젝트를 지원하고 수천만 명의 참여자를 지원하기 위해 337만 파운드(약 56억)를 투자한 것이 다른 사례와의 차별점임
- 리버풀 사례의 특징은 **문화환경 투자와 문화산업 활성화를 통한 경제 활성화를 전략으로 추진하였으나, 그 가운데 '참여'를 모든 프로그램에 걸쳐 강조했다는 점**임

[표 4-8] 문화수도 리버풀의 전략 및 성과

전략	문화산업 이용자로서 지역주민의 문화 활동 참여	문화산업 분야(레저서비스에서부터 창조산업에 이르는 광의의 문화산업)에서의 고용 창출을 통한 지역주민 참여
정량적 성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 약 300건의 개발프로젝트</li> <li>- 10,000명 수용 규모의 조지 콘서트홀 개관</li> <li>- 2009년까지 7개의 국립박물관 개관, 2008년 약 280만 명의 관람객 유치</li> </ul>	
정성적 성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영국 내 문화수도 유치 경쟁이 치열해지며, 지정도시인 리버풀의 미디어 노출 급증</li> <li>- 과거 쇠퇴한 산업도시 이미지에서 비틀즈의 유산을 포함한 음악도시, 다양한 문화공급이 이루어진 활기찬 도시로 이미지 변화</li> </ul>	

### 3) 성과 및 문제점<sup>5)</sup>

- 도시 재생 및 지역 활성화 추진 전략으로서 유럽 문화수도의 육성은 아래의 긍정적인 효과를 가져옴
- 문화도시로서 대내·외 인지도가 향상되었고 국내·외 대중매체 홍보에 힘입어 관광객 증가하였는데, 그 증가 폭은 대도시보다 중소도시에서 뚜렷하게 나타남
- 문화예술 관련 프로그램 및 이벤트 준비과정에서 도시기반시설이 확충되고 환경이 개선됨. 공공장소가 재개발되었으며, 역사·문화적 장소의 환경 개선, 신규 문화기반 시설이 확충됨
- 지역 문화 활동이 역동적이고 지속해서 나타났으며, 특히 지역예술인들에게 기회가 주어졌으며 다른 지역예술인들과의 교류가 촉진됨
- 지역 관광자원과 문화자원을 연계한 문화관광산업이 증대하였고 지역 경쟁력이 높아짐
- 위와 같은 긍정적인 결과에도 불구하고 추진 과정상에서 아래와 같은 문제점이 드러남
- EU의 자체 예산 지원의 부족, EU 내 전담 책임 조직 부재하였음
- 목표의 명확성이나 측정 가능성, 실현 가능성이 미흡하였음
- 회원국 간 순환시스템으로 인해 문화수도 선정방식에서 문제점이 표출됨

5) 국토연구원 (2008): '유럽'문화수도(Capital of Culture) 추진전략의 성과와 시사점', 국토정책 제173호

- 이를 통해 EU와 같은 상위 행정부의 행·재정적 지원 확대, 성공적인 문화수도를 만들기 위한 목표의 명확성과 부합성 제고, 모니터링 및 성과평가 시스템 구축, 문화수도 간 네트워크 구축, 관광산업과 문화의 연계성 제고, 지역주민 삶의 질 개선 등의 향후 과제를 안고 있음을 알 수 있음

## 2. 대중문화를 활용한 도시 재생의 사례

### 가. 맨체스터: 대중음악 유산을 활용한 문화 마케팅 및 도시 재생

#### 1) 배경: 코튼폴리스(Cottonpolis) 에서 매드체스터(Madchester)로

- 맨체스터시는 약 40만 명의 인구가 거주하는 도시로 영국 북서부 지역의 금융 및 문화 중심지이며, 역사적으로는 세계 최초의 산업혁명이 일어난 도시임
- 산업혁명 이후 목화산업과 섬유 제조업을 통해 급격하게 성장한 맨체스터는 20세기 중반 이후 제조업이 붕괴하고 산업구조가 변하는 과정에서 경제가 어려워지고 인구가 감소하며 쇠퇴기를 맞음
- 이에 맨체스터시는 1980년대 이후 서비스업으로의 전환을 꾀하며 문화 개발을 통해 국제적인 비즈니스 및 관광 중심지로 거듭나기 위해 노력하였음
- 맨체스터는 1970년대부터 90년대까지 영국 출신의 세계적인 밴드 조이 디비전(Joy Division), 더 스미스(The Smiths), 뉴 오더(New Order), 테이크 댓(Take That), 오아시스(Oasis)와 같은 뮤지션을 배출함
- 70년대와 80년대 이들의 음악은 '포스트 펑크', '뉴 웨이브' 등 록 음악 계열 중에서도 서브컬처를 강렬하게 반영한 것으로, 음악 문법에서의 독특함을 넘어 패션, 스타일, 생활양식에까지 주류 문화와는 구분되는 개성으로 맨체스터만의 음악 문화 정체성을 형성함
- 당시, 능력 있는 대중음악인들의 활약과 더불어 녹음 스튜디오, 음반사, 공연장 등의 음악 인프라가 구축되었고 주변부에 레코드숍과 댄스 클럽, 음악 전문 술집, 상점 등이 맨체스터로 모여들면서 맨체스터는 런던을 제외하고 영국에서 가장 성공한 음악산업 도시로 성장함
- 서브컬처에서 시작한 문화인프라의 성장은 젊은 층을 유입하는 데 지대한 영향을 미쳤는데, 1990년대 맨체스터 지역 주요 3개 대학의 입학률이 과거 10년에 비해 25% 증가, 졸업 이후에도 다수가 음악산업 활성화에 이바지함

#### 2) 문화부흥을 위한 맨체스터시의 전략<sup>6)</sup>

- 맨체스터시는 대중음악과 관련한 아래의 사업을 시행하며 간접적인 환경 조성에 이바지함
  - 먼저 맨체스터시는 1980년대 말부터 시의 이미지 개선을 목적으로 세계 싸이클링 챔피언십, 세계 테니스 챔피언십과 같은 스포츠 이벤트와 더불어 댄스뮤직페스티벌을 개최하여 외부 관광객을 대규모 유치
  - 시 중앙에 맨체스터시의 가장 중요한 문화적 자산인 서브컬처 대중음악 산업을 위한 인프라를 간접적으로 지원했는데, 대중음악밴드 밀집지 재건축과 시내 유흥지역 재개발 등임
  - 특히, 공간 관리에 있어서 민간과 파트너십을 형성하여 문화 기관이 대중음악 영세사업자에게 저렴한 가격으로 공간을 제공하고, 전문 잡지 발행이나 프로모션 등을 적극 지원함

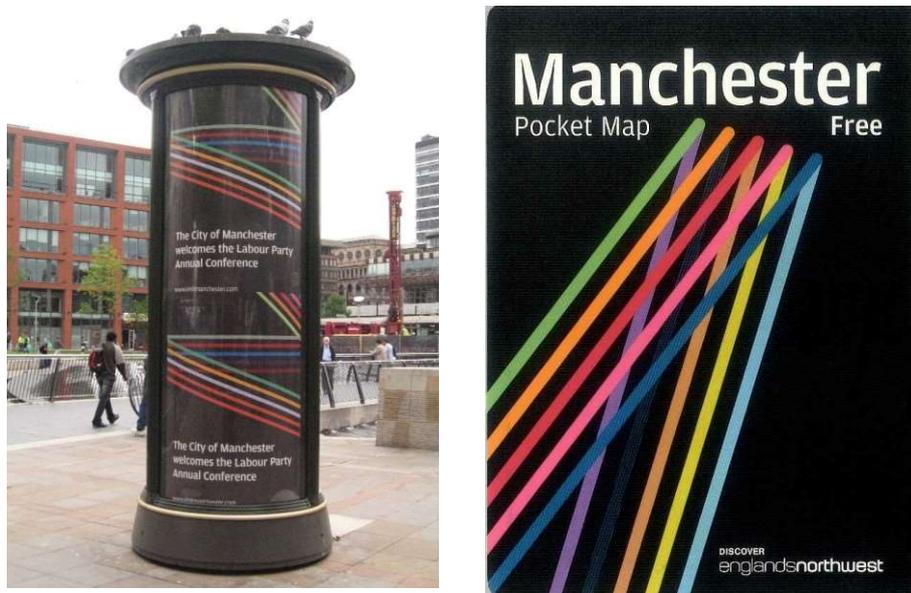
6) 구문모 (2006): '영국의 대중음악과 지역개발 정책의 특성', 유럽연구 제 24호

- 또한, 지역 내 일반인에게 음악 녹음과 관련한 교육 훈련을 제공하고, 연습실, 녹음 스튜디오 등을 지원하면서 음악의 공급과 잠재 수요층이 요구하는 물리적 공공인프라 구축, 인허가 제도 개선, 음악 관련 국제 행사 개최 등을 지원함으로써 지역 구성원이 스스로 지원을 통해 사업을 실행할 수 있도록 도움
- **소비자 지향적 개발 전략은 맨체스터시가 서비스업 중심으로 성장할 수 있도록 견인하는 주역할을 함**
- 소비자 지향 전략은 역내 소비를 유도하고, 역외로부터는 투자를 유치하기 위해 지역의 '삶의 질'을 획기적으로 개선하는 사업을 추진하는 것으로 대표적으로는 지역에 수준 높은 이벤트와 축제를 개최하는 문화관광 환경을 조성하는 일임
- 초기에는 맨체스터시가 대중음악에 직접 관여하며 국제음악컨벤션과 같은 행사를 지속해서 개최
- 이후 단계로 맨체스터시는 물리적인 공공인프라 외에도 지역에 기반한 대중음악계 가치사슬 전반을 마케팅하고, 역내·외의 소비를 부추기는 소비자 지향적 전략을 펼침
- 즉, 초기에는 대중음악 행사를 위주로 시의 이미지를 개선하고, 공공인프라와 생태계 지원을 통해 문화의 자생력을 확보, 행사가 안정화되는 시기에 맞춰 관련 대형 기업 유치, 하드웨어 인프라 구축 등으로 소비환경에서 점차 제작환경으로 개발 방향을 전환
- **맨체스터시는 대중음악 진흥을 통한 지역 활성화를 목표로 주로 민간과의 네트워크를 통해 지역개발**
- 문화산업의 성장을 위해서는 '창의성'의 확보가 매우 중요한 역할을 하며, 이러한 특성으로 인해 지역 내에 문화산업을 토양으로 뿌리내리게 하는 일은 적지 않은 시행착오를 요구함
- 프로젝트 단위로 임시 조직되는 문화산업의 고유 특성으로 인해 발생하는 불안정성을 해소하는 역할을 하는 것이 사회적 네트워크이며, 이는 지역 밀착형 문화산업이 지속해서 발전하기 위해서는 물리적인 인프라보다 문화산업 인력 간 상호의존 관계를 강화하는 비공식적 인적 네트워크가 중요한 것임을 의미함
- 지식과 정보(대중음악 사업과 관련된 자금원, 일자리, 신기술 등)가 지역 네트워크에서 비공식적인 대면 접촉이나 대화를 통해 검증되고, 경험을 교환해서 경쟁력 있는 상품으로 배출되도록 조성하는 역할을 공공에서 맡아야 함
- 맨체스터시는 민관이 파트너십을 맺고 1999년 MCMN(Manchester City Music Network)를 설립, 시를 기반으로 활동하는 대중음악 중소 업체 간 네트워크 형성과 업계에 필요한 인프라 발굴 등의 서비스를 제공함
- 소규모 밴드들에 대해서도 법무 및 보험 서비스 제공, 이들에 관한 뉴스, 인터뷰 등 각종 정보를 웹진에서 발행하며 네트워크 형성을 지원함
- 더불어 공공에서 지원하여 안정적으로 운영되는 물리적 인프라 중 소비공간(술집, 카페, 레스토랑)과 이벤트(축제, 무역전시회) 등이 비공식적으로 접촉하여 아이디어를 교환하고 공유할 수 있는 유익한 환경이 조성되어있음
- 대중문화, 대중음악과 같이 특수한 창작 인력의 제작과 공연 활동 등이 주 정책 대상일 경우에는 구성원 간 정보와 지식이 교환되고 실험되어 산출물에 가치를 부여하는 사회적 네트워크 형성을 위해 공공이 얼마나 적합한 소프트 인프라를 제공할 것인가를 중점으로 고민해야 함

### 3) 포스트 펑크와 서브컬처(하위문화)를 활용한 장소 만들기<sup>7)</sup>

- 맨체스터는 많은 부분에서 런던의 정치 및 경제 권력에 대항하는 실천을 겪었으며, 이 지역의 음악 문화는 이러한 성질을 반영하고 있음
- 주류 문화나 대형 음반사의 상업주의에 반대하는 DIY(Do It Yourself)에서 영감을 받은 하위문화이자 음악 장르인 펑크가 도시의 성격을 대변하기도 함
- 지역민으로서의 자기 정체성을 형성하고 런던을 포함한 수도권 주류 문화로부터 문화 차별성을 선언하는 요소로서 서브컬처는 “지리적·정치적 변방을 포용하는 문화이자 지배 문화로부터 분리된 대중 문화”이며 지역성 개발을 위한 훌륭한 도구가 될 수 있음
- 1980년대 포스트 펑크 문화는 자연스럽게 ‘서브컬처 도시 브랜드’로서 맨체스터의 브랜드 아이덴티티를 구성하였고, 여기에는 “의도적으로 주류에서 벗어난 독립 음반사 팬 진(fanzine), 공연장을 만들어 자체적인 문화 네트워크를 구축했고 이를 통해 런던 외부의 사람들에게 강력한 목소리를 냈다”라는 강력한 브랜드 내러티브가 생성됨
- 더 현재진행형이 아닌 맨체스터 대중음악 부흥기의 여러 콘텐츠를 의도적으로 선택하여 재생산하고 재가공함으로써 도시의 기억을 재구성하여 과거의 유산을 통한 새로운 ‘장소 만들기’를 실천함
- 2000년대 초반, 70년대와 80년대 맨체스터 출신의 펑크, 뉴 웨이브 음악가인 조이 디비전(Joy Division)과 뉴 오더(New Order)의 상징적인 음반 커버를 디자인한 팩토리 레코드의 설립자이자 그래픽 디자이너 피터 새빌(Peter Saville)이 맨체스터시의 크리에이티브 디렉터로 임명되었고, 음반 디자인을 담당했던 피터 새빌은 국제 전시회, 축제 콘셉트, 도시문화 전략 등 문화 주도의 도시 디자인을 맡으며 음악 도시로서의 상징성을 선보임

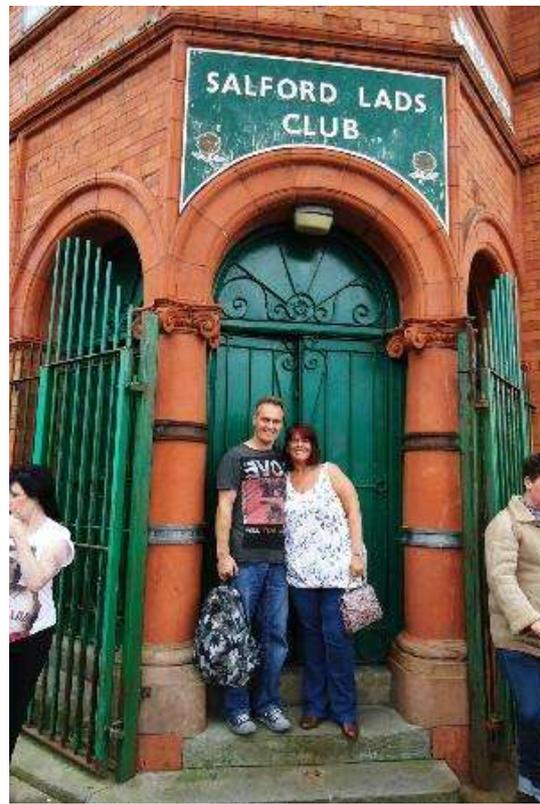
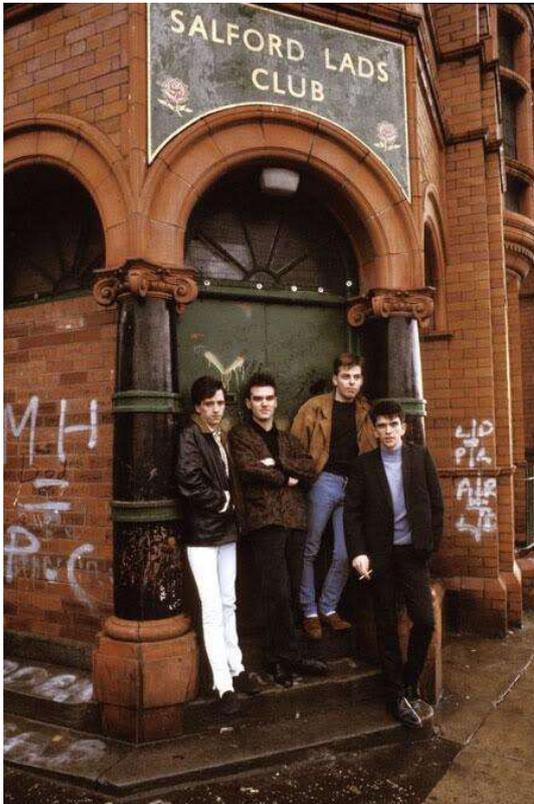
[그림 4-16] 피터 새빌의 도시 브랜딩 디자인 및 응용 사례



7) Brunow, Dagmar (2019): 'Manchester's Post-punk Heritage: Mobilising and Contesting Transcultural Memory in the Context of Urban Regeneration', Culture Unbound Journal of Current cultural Research 11(1):9-29

- 이를 통해 2000년에서 2010년까지 맨체스터는 영국에서 가장 유망한 도시로서 브랜딩 됨
- 2005년에 설립된 맨체스터 뮤직 투어(Manchester Music Tour)는 지역 음악계의 주요 명소를 방문하는 도보 투어로 시작되었다가 5개의 드라이브 투어로 발전했으며, 이어 맨체스터를 대표하는 네 밴드(더 스미스, 조이 디비전, 오아시스, 더 스톤 로지스)의 개별 투어로 이어짐
- 과거의 향수로부터 촉발된 문화적 기억을 도시 공간에 재배치하면서 도시를 새롭게 매핑하였으며, 방문객은 여행 가이드, 시티 투어, 오디오 워크, 각종 사진 촬영 등 상징적인 건물이나 조형물을 사진이나 영상으로 박제하고 소셜미디어에 디지털 추억을 공유하면서 도시의 심리적 지리를 구성하는 데 이바지함
- 예를 들어, 붉은 벽돌로 지어진 살퍼드 라드(Salford Lads) 클럽 입구에서 찍은 밴드 더 스미스(The Smiths)의 사진을 통해 이 장소는 포스트펑크 팬 사이에서 상징적인 지위를 얻게 되었으며, 현재까지도 'Salford Lads'를 이미지로 검색하면 원본 사진을 모방한 무수히 많은 관광객의 사진을 찾을 수 있음

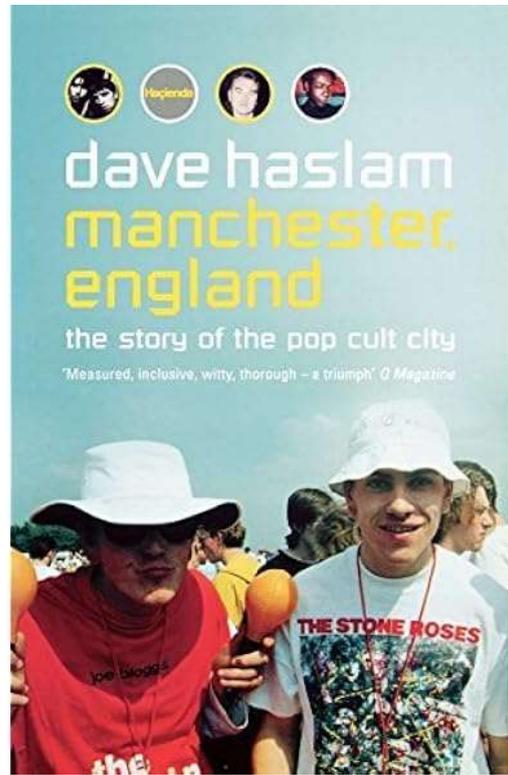
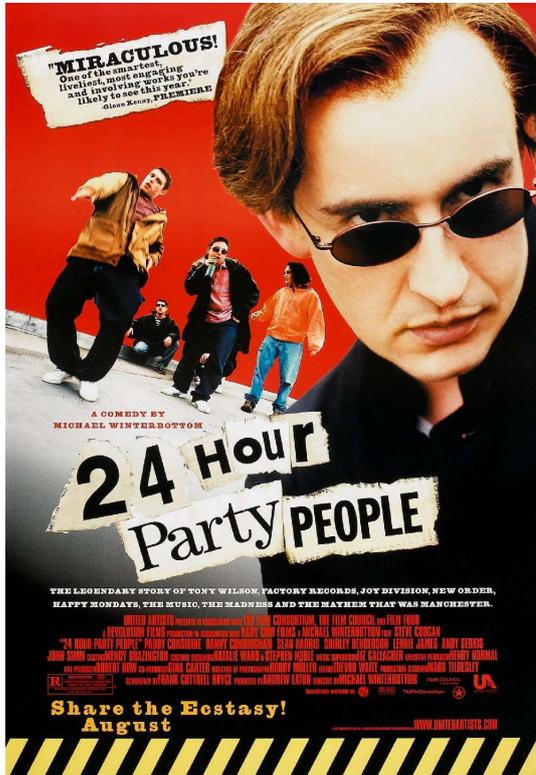
[그림 4-17] (좌)더 스미스 화보 (우)관광객 인증 사진



- 맨체스터는 스스로 '코튼폴리스(Cottonpolis)'에서 '매드체스터(Madchester)'로 변화한 도시의 변천사를 내러티브화하여, 목화산업으로 한 번 번성했던 도시가 '하위문화'로 번성하며 맨체스터의 재건과 재구성을 위해 중요한 전환점이 되었다는 점과 '날씨, 환경, 비참한 삶이라는 150년간의 선입견으로부터 벗어났다'는 메시지를 지속해서 내보임
- 이는 도시의 하위문화를 구성하는 장소, 인물, 사건 등을 도서, 영화, 공간 등으로 재가공하고 재구성하여 문화 구성원 스스로가 기억문화를 재건함으로써 도시 브랜딩에 기여한 것임

- 결국, 내러티브를 바탕으로 메시지를 구성하고 문화적 기억의 산물로서의 ‘장소 만들기’ 프로젝트를 통해 하위문화의 미학과 추억을 상품화함으로써 대중의 기억이 지역의 유산을 구성하는 사업에 편입되어 도시 재생 정책의 일부가 된 성공사례라고 평가할 수 있음

[그림 4-18 ](좌) 맨체스터 서브컬처를 주제로 한 영화 ‘24 Hour Party People’,  
(우) 맨체스터 서브컬처에 관한 도서 ‘Manchester England: the story of pop cult city’

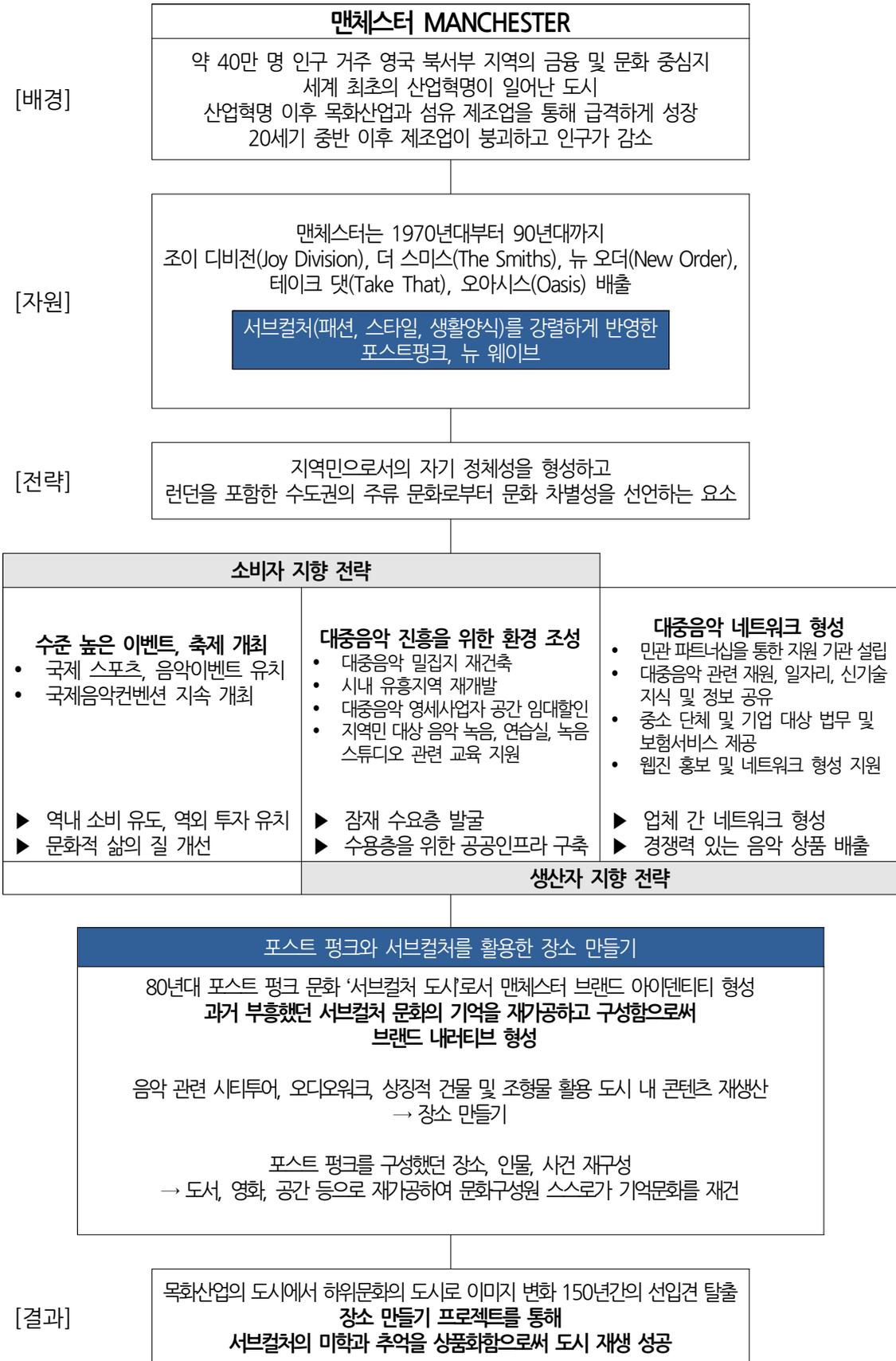


### 3. 시사점

- ‘문화도시’와 같은 정책 사업은 중소도시의 회복과 재생을 위한 하드웨어와 소프트웨어 개발의 좋은 수단이 되나, 명확한 목표가 없고 전담 조직이 부재하거나 부실할 경우 지속성을 갖지 못함
- 영국 사례를 살펴보았을 때, 글래스고와 리버풀의 경우 대형 행사 유치, 물리적 인프라 구축을 통해 대외적인 도시 이미지 변화를 꾀하였으나 지속성을 갖지 못함
- ‘비틀즈’라는 아이콘을 활용하여 대중음악의 중심 도시로 브랜딩한 리버풀의 경우 예산에 있어서도 연간 수백억을 투자함으로써 부평의 조건에는 부합하지 않는다고 볼 수 있음
- 1900년대 초반 제조업으로 번성하였다가 쇠퇴기를 맞았으며, 대중음악 하위 장르를 중심으로 한 ‘서브컬처’가 한때 융성했던 맨체스터의 사례에서 시사하는 바가 본 연구에 유효함
- 맨체스터 시는 제조업의 쇠퇴로 경제적 위기를 맞고 활기를 잃어가는 지역을 음악을 활용하여 서비스업이 중심이 되는 도시로 전환하기 위해 음악도시로서의 개발을 시작함
- 초기에는 ‘소비자 지향 개발’ 전략을 택하며, 스포츠 및 음악 관련 대형 행사를 개최함으로써 관광객과 외부 투자 유치를 꾀하였고 이를 통해 맨체스터라는 도시의 문화 활동이 지역민의 높은 ‘삶의 질’을 증명한다는 메시지를 노출함으로써 외부인을 유입함

- 더불어, 대중음악 밀집 지역의 재건축이나 재개발, 공공 인프라 구축 및 개선 등을 통해 대중음악 생태계의 가치사슬에 있는 관계자들이 자연스럽게 모일 수 있는 환경을 조성하여, 맨체스터 지역민뿐만 아니라 외부의 관계자들이 맨체스터로 유입하여 자연스럽게 맨체스터시 안에서 네트워크를 형성할 수 있도록 함
- 또한 잠재적 수요층을 개발하기 위해 지역민을 대상으로 해당 음악 활동과 관련한 교육을 지원하고 감상과 창작과 관련된 사업을 지원함
- 이는 소비층과 생산층이 안정적으로 선순환할 수 있는 환경을 제공한 것임
- 소비층이 유입됨과 동시에, 민간의 중소기업체를 중심으로 기관과의 파트너십을 맺고 음악산업 진흥을 위해 재원 지원, 일자리, 신기술과 관련하여 지원하고 해당 정보와 지식이 공유될 수 있도록 네트워크를 지원함
- 이를 통해 민간의 중소 생산자와 기업이 비공식적인 대면접촉과 대화를 통해 검증되고 경쟁력 있는 음악 상품을 생산할 수 있는 환경이 조성됨
- 2000년대와 2010년대에 들어서, 안정된 생산 및 소비환경을 바탕으로 과거에 부흥했던 ‘서브컬처’를 핵심 콘텐츠로 활용하여 서브컬처와 관련된 장소, 인물, 사건을 재구성하고 재가공, 도시의 내러티브를 생성함. 이 내러티브를 바탕으로 ‘서브컬처 도시’로서의 브랜드 아이덴티티를 형성하였으며 도시 곳곳에 서브컬처 관련 관광 콘텐츠를 심는 ‘장소 만들기’ 전략을 통해 150년간 지속하였던 도시 이미지를 개선함
- 과거에 부흥했던 ‘서브컬처’로서의 특정 음악 장르는 맨체스터에 다른 지역과는 다른 문화 차별성을 부여하였으며, 대중적이므로 흔한 콘텐츠가 아닌, 도시만의 내러티브가 담긴 매력적인 문화콘텐츠가 되어 성공적인 음악 도시의 현재진행형인 사례가 됨
  - 문화는 결코 안정적이거나 고정된 것이 아닌, 일련의 실천임. 따라서 한 지역의 문화를 일원화하는 본질주의적 태도를 보이는 것은 위험하며, 지역이라는 틀 안에서 문화적 관행의 다양성과 이 관행을 기억하는 방식과 관점이 다각도의 방향으로 흐른다는 것을 인지해야 함
  - 도시가 가진 특정 문화유산이 하나의 맥락으로만 번역되지 않고 다양하게 재구성되고 재가공될 때 도시의 문화 주도적 재생이 비로소 힘을 얻을 수 있을 것
  - 부평구의 경우, 맨체스터의 사례에서 본 바와 같이 과거 음악 자산에 관한 기억을 현재에 맞게 재구성하고 재가공한다면 유산으로서가 아닌, 현재의 대중문화 산업과 맞물려 도시의 이미지와 도시의 산업 분야를 개선할 가능성이 있음
  - 다만, 외부로 향한 도시 브랜딩에만 치중하거나 일자리나 산업 육성에만 집중하는 것이 아니라 외부로 유입할 수 있는 콘텐츠 구성과 더불어 이를 바탕으로 내부에 문화산업 네트워크가 구축되도록 투 트랙의 지원 전략을 택하는 것이 성공적인 도시 개발의 핵심 방안이라고 볼 수 있을 것

[표 4-9] 대중문화를 활용한 맨체스터 도시 재생 전략



### 제3절 국내외 음악도시 특성화 사례 분석 소결

#### ■ 미래의 레거시가 될 소프트웨어를 중심의 음악 도시 정책과 과제 필요

- 매력적이고 활기찬 도시 브랜딩 및 관광화를 위하여 도시 문화정책의 하나로 '음악', '서브컬처'는 활용되어왔음. 특히 음악 레거시 및 음악 자원이 있는 도시에서는 '음악 도시'를 표방한 정책사업과 개발이 이루어졌음. 국내에서는 대표적으로 서울특별시, 인천광역시, 대구광역시, 통영시가 있음
- 서울특별시의 경우 민선 7기 <글로벌 음악도시, 서울> 정책을 발표하였으며, 민선 8기 현재 지하철 역사 혁신프로젝트의 일환으로 글로벌 패션 브랜드 반스와 함께 '서브컬처'를 활용한 팝업 이벤트를 개최함. 또한, 패션, 스타트업, 팝업스토어가 밀집해 있는 성동구 역시 해당 콘텐츠를 전시하는 문화 창조산업축제인 '크리에이티브 성수'를 개최하기도 함
- 국내 대표 음악도시 정책 사업의 분석 결과 성공적인 음악 도시 설립을 위해서는 ①도시 고유의 음악자원 체계화·활성화 ②음악공연장 개발 및 해당 시설 중심 음악 프로그램 운영 ③대표 음악 축제 개발·성장이 필수적임
- 음악 공연장, 스튜디오와 같은 시설 중심의 도시계획은 장시간 막대한 예산이 투입되며, 정치 및 시장운영 계획에 따라 변화와 부침이 심함. 공약으로서의 문화 정책과 과제 뽑기가 아닌, 실제 해당 도시에서 음악도시가 왜 필요한지에 대한 진짜 명분과 맥락이 뒷받침되어야 함
- 하드웨어 개발과 무관하게 음악도시 및 관련 사업을 뒷받침 해주는 대표 소프트웨어를 체계적으로 개발하고 관리하는 것이 핵심임. 공공에서 주최하는 행사의 경우, 공공축제/프로젝트의 성격과 태도를 확실하고 포지셔닝할 필요가 있음

#### ■ 음악서브컬처의 내러티브가 담긴 도시, 소프트 인프라가 바탕이 된 도시 브랜딩

- 영국에서도 음악도시를 표방한 글래스고, 리버풀의 경우 대형 행사 유치, 물리적 인프라 구축을 통해 대외적인 도시 이미지를 꾀하였으나 지속성을 갖지 못함. '비틀즈'라는 아이콘을 활용하여 대중음악의 중심 도시로 브랜딩한 리버풀의 경우 연간 수백억을 투자해서 현재 음악도시를 유지하고 있음
- 음악도시로서의 재발을 시작한 맨체스터는 1)소비자 지향 개발 2)생산층과 소비층이 선순환 할 수 있도록 대중음악 생태계 환경 조성 3)서브컬처를 핵심 콘텐츠로 장소, 인물, 사건을 재구성하여 도시의 내러티브를 생성 전략을 통해 도시만의 내러티브가 담긴 매력적인 문화콘텐츠, 성공적인 음악도시의 현재진행형 사례가 됨
- 부평구의 경우 맨체스터의 사례에서 본 바와 같이 과거 음악 자산에 관한 기억을 현재에 맞게 재구성하고 재가공한다면 유산으로서가 아닌, 현재의 대중문화 산업과 맞물려 도시의 이미지와 도시의 산업 분야를 개선할 수 있는 가능성이 있음. 이는 외부로 향한 도시 브랜딩에만 치중하거나 산업 육성에만 집중하는 것이 아니라, 외부로 유입할 수 있는 콘텐츠 구성과 이를 바탕으로 내부에 문화산업 생태계가 구축되도록 두 트랙의 지원 전략을 택하는 것이 바람직함

# 제5장

---

문화도시부평 특성화사업 출구전략

# 제1절 문화도시부평 특성화사업 방향

## 1. 문화도시부평 특성화사업 분석 종합

- 문화도시부평 특성화사업의 현재를 종합해 보면 아래와 같음. 1~4장의 연구를 통해 문화도시부평 특성화사업의 배경과 자원을 추출하고, 문화도시부평의 5대 가치 중심의 사업과제를 특성화사업의 성격으로 재구조화함. 특성화사업 SWOT 분석을 통해 특성화사업의 향후 사업 방향을 아래와 같이 추출함

[표 5-1] 문화도시부평 특성화사업 종합

문화도시부평 특성화사업			
[배경]	해방 후 미군 애스컴시티 조성, 70년대 산업화 이후 공업 도시화 애스컴시티를 통해 미국 대중음악 전파, 한국 대중음악사 변곡점 서울의 베드타운, 인천과 서울을 잇는 통로 개방적 혼종다양성이 부평의 대표 정체성 주류 문화로부터 차별된 문화를 만들어가는 주체/커뮤니티의 등장		
[자원]	2016년부터 축적되어온 음악도시, 부평 브랜드 2021년부터 실행된 문화도시부평 특성화사업 부평아트센터, D-lab, 평리단길 음악&서브컬처 주요 스팟 뮤직플로우 페스티벌, 언더시티 프로젝트 서브컬처 주도 커뮤니티, 지역 뮤지션 및 창작자		
	A. 기반조성	B. 사람 양성	C. 커뮤니티 구축
	①장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용	①음악 도시 아카데미 ②청소년 교육 및 활동 지원 ③지역 뮤지션과 연계	①즐겁고 신명나는 음악동네 만들기 ②뮤직이브리 조성 및 지원
			D. 축제 조성
			①음악도시 브랜드 창출을 위한 축제 ②D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산
	강점/기회 요인		약점/위협 요인
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016년부터 축적되어 온 음악 융합도시 브랜딩 자산</li> <li>• 2021년부터 축적되어 온 문화도시부평 자원 (음악/서브컬처 지식정보, 네트워크, 사람, 커뮤니티 등)</li> <li>• 특성화사업 중심 공간 부평아트센터</li> <li>• 음악/서브컬처 중심으로 도시를 변화시키는 정책 흐름</li> <li>• 정부의 한류 지원 및 국제교류 정책 강화</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악도시부평의 대표 소프트웨어 부재</li> <li>• 음악도시 브랜드와 서브컬처 사업의 전략적 연계 부족</li> <li>• 특성화사업의 통합적 경영역량 부족</li> <li>• 2026년부터 사업 일몰로 정부 보조금 지원 종료</li> <li>• 서브컬처 사업 등 정책 관계자의 특성화사업에 대한 문제점 지적</li> </ul>
[방향]	문화도시부평 사업 종료 후 예산 축소에 대비 음악서브컬처 자원 연계를 통한 특성화사업 대표 소프트 인프라 구축 부평만의 문화 감수성과 내러티브를 바탕으로 지속가능한 문화도시 구현		

## 2. 특성화사업 후기 운영 전략(24~25년)

■ 문화도시부평 특성화 후기 운영 전략을 다음과 같이 제시함. 후기 운영에서는 문화도시부평 사업 종료 후 출구전략으로 남길 사업을 선택하여 해당 사업의 정체성을 강화하고, 전기(21년~23년)의 사업성과를 종합해 내는 것이 미션임

- A. 기반조성 사업의 성과를 종합하여 D. 축제 조성사업의 맥락과 정체성을 만들어주는 것이 필요함
- B, C 사업은 향후 부평구 문화재단 내 문화예술교육사업으로 흡수를 염두에 두고, 후기 사업 기간 내 대표적인 사람(지역 대표 뮤지션), 대표 교육사업, 대표 거점(장소)을 남기는 것이 요구됨
- 특별한 이유 없이 두 트랙으로 분리된 음악과 서브컬처 사업을 통합하는 것이 필요함. 음악과 서브컬처는 구분 짓기가 어려우며 서로 영향을 받는 속성이 있음. 음악 장르에 따라 패션, 스타일, 생활양식이 같이 발전하기도 하고, 도시의 생활양식이 고유한 음악과 문화를 만들기도 함. D-1-① 사업과 D-2-① 사업이 연계하여 진행될 때 부평만의 고유한 축제로서 성장할 가능성이 큼

[표 5-2] 문화도시부평 특성화 사업 운영 수정 전략

유형화	주요사업	전략
D. 축제 조성	1. 음악도시 브랜드 창출을 위한 축제	D-1-① 강화 D-2-① 연계
	①뮤직 플로우 페스티벌(1회)	
	②뮤직 플로우 사운즈(5회)	
	③부평 생활문화축제(1회)	
	2. D-Lab 및 비주류문화 기반의 로컬임팩트 확산	D-2-①사업과 D-1-① 사업 연계  24~25년 교육지원사업 진행 재단 교육 사업화
	①언더시티 프로젝트	
	②자유학기제 연계 서브컬처 교육	
	③언더시티 프로젝트 교육	
	④열성 팬용 상품제작지원 <씬앤 굿즈>	
	⑤부평에 그래피티 벽을 허하라	
C. 커뮤니티 구축	3. 즐겁고 신명나는 음악동네 만들기	24~25년 사업 후 종료 재단 내 사업 연계
	①부평별곳 거점형 조성	
	4. 뮤직라이브러리 조성 및 지원	
B. 사람 양성	5. 음악도시 아카데미	D-2 교육사업과 통폐합
	①시니어 대상 문화예술교육 프로그램 운영	
	②아동 통합 문화예술교육	
	6. 지역 뮤지션 및 기획자 지원	B-6 사업과 D-1 축제 연계 타 음악 기관 연계
	①뮤지션 지원사업(1회)	
	②학생 버스킹 지원(5회)	
	7. 청소년 교육 및 활동 지원	
①아동청소년 공연제작 예술교육 프로그램		
A. 기반조성	8. 장소성 기반의 음악자원 발굴, 활용	D의 기반 21~23년 사업 종합아카이브 구축
	①인터뷰	
	②음악도시 아카이브	
	③부평사운드 음반 제작	

- 문화도시부평 특성화 사업은 5대 가치 중심에서, 특성화사업 유형별 사업으로 전개하여 사업별 연계를 강화에서 성과가 축적되는 방식이 되어야 함. 음악과 서브컬처의 주제 융합, 개별사업들이 축제를 중심으로 종합되고 집중될 수 있어야 함. 초기사업이 부평을 문화도시로 진압·지속하는 가치인 시민성, 내발성에 집중했다면, 문화도시를 통해 발현된 효과와 집약되어 외부로 발신될 수 있어야 함

[표 5-3] 문화도시부평 특성화사업 AS IS - TO BE

AS IS(현재)	TO BE(미래)
문화도시부평 5대 가치 중심의 사업 실행	특성화사업 통합형 사업 실행
개별 단일 사업별 추진, 연계성 약함	사업별 연계 강화, 전략적 성과 배출
음악과 서브컬처 주제 분리	음악과 서브컬처 주제 융합
축제·교육·지원·아카이브 사업 진행	축제 중심으로 연계·집중
지역의 '내발성' 중심	지역의 '내발성'을 외부로 확산

## 제2절 문화도시부평 특성화사업 전략

### 1. [전략1] 문화도시 '특성화사업' 전략 수정

#### ■ 전제조건

- 2021년부터 인천 부평구는 강원 춘천·강릉, 전북 완주군, 경남 김해시와 함께 2차 문화도시로 지정됨
- 현재 부평구문화재단은 문화도시 사업에 연간 30억 내외 예산을 사용하고 있음
- 2024년 기준 '특성화사업'에 투입하는 예산은 총 12억
- 2025년은 5년 차 마지막 사업이 되고, 2026년부터는 부평구청과 부평구의회 협조와 사내 유보금 등을 더하면 최대 10억 내외의 예산 확보가 가능할 수 있음.
- (현실) 예산은 30억→10억 미만으로 축소, 조직 인력도 축소 예정

### 가. 서브컬처 사업의 '조연' 전략

#### ■ 부평 서브컬처의 핵심 주체를 중심으로 서브컬처 콘텐츠의 독창성을 사업 전반에 유지

- 특성화사업 대표 페스티벌 (음악)뮤직 플로우 페스티벌 / (서브컬처)언더시티 프로젝트 중 프로그램의 독창성과 차별성을 보유하고 있는 쪽은 언더시티 프로젝트임
- 뮤직 플로우 페스티벌 : 1.8억 규모(23년) | 1개 무대 | 8팀 출연(지역 뮤지션 1팀 포함)  
→ 음악 페스티벌 규모로 봤을 때 적은 예산, 평이한 스타일, 지역 대표 뮤지션 비중 적음
- 언더시티 프로젝트: 1.9억 규모(23년) | 스케이트보드, 그래피티 라이브 페인팅, 굿즈 팝업스토어  
→ 전국 문화재단에서 독보적인 프로그램, 서브컬처 중심의 핵심 플레이어 투입 비중 높음

#### ■ 교육지원재생 사업 중 효과성 높은 사업 선택 후 일몰

- 서브컬처 창작지원이라 할 수 있는 <씬 앤 굿즈> 사업은 지속해서 청년 아티스트를 유입할 수 있고, 페스티벌 전사·체험 프로그램으로도 운영될 가능성이 큼  
→ 문화 도시사업 종료 후 지속사업 고려
- 부평아트센터 내 설립된 디지털뮤직랩(하드웨어)을 기반으로 진행되는 서브컬처 아카데미 사업은 시설, 커리큘럼, 강사진이 축적됨  
→ 기반조성, 차별화 프로그램으로 부평구문화재단 교육 프로그램으로 흡수 고려
- 서브컬처 자유학기제, 부평에 그래피티 벽을 허하라  
→ 사업의 취지는 좋으나 이벤트성 사업으로 문화도시 사업 기간 내 사업 시행 및 이후 일몰

## 나. 뮤직 플로우 페스티벌, 언더시티 프로젝트 통합

- 메인 프로그램은 음악, 부대 프로그램 서브컬처(언더시티) 프로그램 연계
- 음악과 서브컬처는 구분 짓기가 어려우며 서로 영향을 받는 속성이 있음. 음악 장르에 따라 패션, 스타일, 생활양식이 같이 발전하기도 하고, 도시의 생활양식이 고유한 음악과 문화를 만들기도 함
- 공연예술이 기반이 되는 축제는 공연 외에도 관객을 대상으로 하는 전시·체험·마켓 등의 프로그램이 병행됨. 뮤직 플로우 페스티벌에서도 메인 공연 프로그램 외 부대 프로그램 운영이 요구되었으며, 언더시티 프로젝트에서도 음악 프로그램은 서브컬처의 하나로 필수적인 구성 요소임. 오히려 뮤직 플로우와의 성격을 고려하여 팝, 록 장르 등의 공연은 배제하고 전자음악, DJ 스테이지의 프로그램을 마련하여 운영하였음
- 뮤직 플로우 페스티벌, 언더시티 프로젝트 모두 차별화되고 내실 있는 프로그램으로 부평구민의 참여는 물론, 외부에도 매력적인 공공문화 페스티벌로 포지셔닝하고 외부 관객도 끌어들이 수 있어야 함
- 24년~25년 후기 사업에서 뮤직 플로우 페스티벌(1.8억), 언더시티 프로젝트(1.9억), 총 3.7억 예산 규모가 되면 보다 체계화된 프로그램, 프로덕션을 기반으로 부평 내·외부로 발산하는 페스티벌을 만들어 특성화사업의 최종 결과, 지속사업의 토대를 마련할 수 있음
  - ※ 유사사업 의정부 블랙뮤직페스티벌: 3.5억(의정부시청 야외광장, 2일간 개최)
- 단 전제조건은 21-23 특성화사업의 종합, 개별화된 사업의 결실을 페스티벌 내에 종합할 수 있어야 함
- 기존에 있는 두 개 사업을 가져다 붙이는 형식이 아닌 통합형 페스티벌의 비전, 미션을 새롭게 수립하고 프로그램, 공간 구성 주체를 구성하여 통합형 페스티벌의 토대를 갖춰야 함

[표 5-4] 음악서브컬처 통합형 페스티벌 구성 요소

통합형 페스티벌 구성을 위한 주요 질문			
음악+서브컬처 통합 페스티벌은 무엇을 지향해야 하는가?			
핵심 프로그램은 무엇인가? 부평 특성화사업의 내러티브는 무엇인가?			
장소를 어떻게 구성할 수 있는가?			
참여아티스트, 협력 주체는 누구인가?			
21-23의 특성화사업의 결실을 어떻게 녹여낼 수 있는가?			
통합형 페스티벌 주요 구성 요소			
비전/미션	프로그램	공간	구성 주체
특성화 사업성과 종합 지속사업 토대 마련 축제의 정체성, 스타일 구축	음악 프로그램(차별화) 서브컬처 메인 프로그램 장소성 기반 음악사업 연계 지역 뮤지션 아티스트 연계 음악서브컬처 씬 연계	부평아트센터 전 공간 해누리, 달누리극장, 전시장, 루프탑, 야외공간, D-Lab 등	음악서브컬처 예술감독 협력 기획그룹 지역 뮤지션 서브컬처 대표 아티스트

## 2. [전략2] 시작한 사업, 성과 축적을 위한 자산 남기기 전략

### 가. 아카이브 사업의 전략 수정과 완성 필요

#### ■ 음악 자원 발굴 아카이브 사업 전략 수정 필요

- 현재 아카이브 사업은 '장소성' 가치로 매우 좁게 제한하면서, 애스컴시티 및 캠프마켓 시대 음악 아카이브에 한정하고 있음. 또한, 아카이브 사업의 기본 접근 방식이라 할 수 있는 '수집-보관-확산-지속'의 관점에서 아카이브 콘텐츠와 이를 활용하는 시민들을 연결할 수 있어야 함. 현재 특성화사업에서 시도하고 있는 아카이브 사업은 죽어있는 상태임
- 문화도시부평 사업을 통해 "우리는 어떤 자료를 수집하여, 보관하고, 이를 시민들과 지속해서 소통할 수 있는 아카이빙을 시도할 것인가?"라는 질문과 이에 필요한 전략 수정이 필요함
- 아카이빙 사업은 5년간 누적했던 문화도시 사업의 자산을 최대한 보유하고, 다음의 미션을 추구할 수 있는 새로운 출발점이 될 수 있음

#### ■ 아카이빙을 위한 수집, 보관, 확산, 지속 전략 수립 및 실행 필요

- 일차적으로 부평구 문화도시 사업이 종료되는 시점까지 우리는 1) 어떤 주제 선정을 기준으로 2) 수집의 기준과 범위, 수집방식을 정하고, 3) 수집 프로젝트 진행, 협력 기관과의 협업, 4) 개인정보 관리 등의 전략이 담긴 계획과 실행이 필요함
- 부평구 자료 전산화 오픈을 위해 보관 가치 판단 기준, DB 관리, 웹사이트 관리, 탑재 방식, 관리 방식, 오류 관리 등의 전략을 수립 필요
- 확산을 위해서는 1) 콘텐츠를 유형화할 수 있어야 하고, 2) 웹큐레이션 적용, 3) 그리고 기록 경험과 기록 문화를 꾸준히 확대하고 확산할 수 있어야 함
- 특히 애스컴시티 기반 발굴 자원 인터뷰, 아티스트 협업, 영상, 부평 사운드 컴필레이션 앨범 콘텐츠는 이를 토대로 2차 가공하여 공연화전시화 할 수 있어야 함
- 끝으로 문화도시 사업 종료 이후에도 해당 아카이브의 지속 가능성을 위한 인력, 예산, 홍보-마케팅이 꾸준히 지속하여야 함. 이 사업은 많은 예산이 투입되는 행사성 사업보다 미래를 위해 중요함

### 나. 음악서브컬처 특성화 도시를 위해 사람을 남길 수 있는 전략

#### ■ 문화도시부평을 통해 지역 내 음악서브컬처 생산자 육성

- 특성화사업을 전개하며 사람을 양성하는 프로그램으로 1) 지역 뮤지션 및 기획자 지원 2) 굿즈제작 지원사업 <씬 앤 굿즈> 사업을 통해 지역 내 청년 예술가들을 발굴하고, 해당 예술가가 지역 내에서 활동할 수 있는 토대를 마련하였으며, 문화도시 부평 사업 곳곳에 투입되었음
- 또한 서브컬처 분야의 경우, 부평뿐만 아니라 전국에서도 씬의 중심에 있는 서브컬처 아티스트가 부평에 거주하며 공간을 운영하고, 언더시티 프로젝트와 협업하고, 교육프로그램의 강사로 활동하였음. 이는 부평에 거주했던 전문 예술가들이 문화도시부평 특성화사업의 주체가 되는 계기를 마련하였으며, 해당 사업을 통해 본인들이 가진 역량을 강화하며 프로젝트를 디벨롭 할 수 있는 선순환 계기가 되었음

■ 창작자 그룹 성장 및 지속 유입을 위한 창작지원 프로그램 개설 검토

- 문화도시부평 사업 종료 이후에도 음악서브컬처 특성화 도시로 자리매김하기 위해서는, 지역 문화예술 씬의 활기를 불어 넣어주고 지역에 문화자원을 지속해서 공급해 줄 수 있는 창작 주체의 성장과 지속적인 발굴이 핵심임
- 문화도시부평 특성화사업 일환으로 진행된 씬 앤 굿즈사업, 기획자 양성사업에는 부평은 물론, 서울 및 타지역에서도 참여한 바 있으며, 그래피티의 경우 문화도시부평 사업의 후광효과로 활동지역을 부평으로 옮기고 해당 거점을 중심으로 커뮤니티가 형성되고 있음
- 문화도시부평 사업 종료 이후에도 부평구문화재단에서 음악서브컬처 관련한 창작자 성장 및 발굴을 위한 창작지원 프로그램을 운영하기를 제안함
- 해당 지원사업을 통해 부평구문화재단이 대중음악서브컬처를 지원하고 양성하는 기관으로서 포지셔닝할 수 있으며, 지원의 수혜대상이 되는 아티스트를 중심으로 부평과의 네트워크 관계를 구축할 수 있음
- 인근에 있는 부천문화재단의 경우 부천 지역의 청년 예술가를 지원하는 <차세대 전문 예술 활동 지원 - 청년 예술가 S> 프로그램을 운영함. 해당 지원사업은 청년 예술가의 독립 예술 프로젝트를 지원하며, 500만 원 지원금을 수여함. 또한, 부천 내 우수공연예술단체의 안정적이고 지속적인 예술창작 환경을 지원을 위해 <공간플러스 예술창작 지원사업>을 운영하고 있으며 창작지원금 700만 원과 부천시민회관 공간 사용을 지원함

### 3. [전략3] 음악도시 브랜딩 유지전략

#### 가. 부평이 추구하는 음악도시 미션과 비전의 구체화 필요

- 4장에서 살펴본 국내외 음악도시 사례를 살펴본 결과, 음악도시 설립을 위해 검토되어야 하는 사항은 다음과 같음

구분	주요 검토사항
정책	음악도시를 향한 체계적이고 구체적인 계획이 수립되어 있는가?
법	음악도시를 실현을 뒷받침할 수 있는 법적 토대가 있는가?
예산	위 정책을 실행하기 위한 합당한 예산 마련이 가능한가?
자원	지역을 대표할 수 있는 음악자원이 있는가? - 하드웨어, 소프트웨어, 휴먼웨어
스타일	자원과 정책을 구조할 수 있는 맥락, 내러티브, 톤 앤 매너는 무엇인가?
조직/주체	지역 내 음악도시를 주도할 수 있는 전문가 및 실행조직이 있는가?
거버넌스	음악산업, 음악 생태계의 네트워크와 관계가 있는가?
시간	해당 사업을 중장기적으로 바라보고 사업을 실현할 수 있는가?
공간	핵심 사업을 실현할 수 있는 장소(공간)가 있는가?

- 부평은 2015년 문화체육관광부 문화특화지역 조성사업으로 '음악을 중심으로 지속 가능한 문화도시

구성' 비전 아래 부평 음악융합 도시사업을 지속해왔음. 해당 사업은 문화도시부평의 특성화사업으로 연결되며 음악 관련 특성화사업이 전개되는 토대가 되었음

- 1950-60년대 애스컴 시티를 통해 미국 대중음악이 유입되고 국내로 빠르게 확산하는 계기를 마련하였으며, 애스컴시티 내외부 클럽이 형성되며 클럽에서 연주하는 하우스클럽, 플로어밴드, 오픈 밴드나 비주류 뮤지션들이 부평으로 유입되었음. 당시 부평은 뮤지션들이 팝 음악의 트렌드를 이해하고 훈련하는 과정의 역할을 했으며, 애스컴시티 안팎의 크고 작은 음악공간으로 이어지며 음악 생태계를 구성하였음. 1970년 이후 애스컴시티의 쇠락과 해체 이후 부평에 형성된 음악 생태계도 해체되었으며 현재는 과거의 기억과 레거시로만 존재하고 있음
- 구 애스컴시티의 캠프 마켓이 부평구에 자리하고 있으며, 캠프 마켓 공간을 일부 음악 자원화하는 논의는 계속 언급되었으나, 인천음악창작소가 어렵게 캠프마켓 내에 개소한 것 외에는 실제로 애스컴시티의 물리적 공간을 자원화하는 것은 어려워 보임
- 2016년부터 음악도시 부평이라는 아젠다는 지속 노출, 문화도시 부평의 특성화사업과도 맞물리며 도시 브랜딩과 특성화를 위해서는 '음악도시 부평'이 지속할 정체성이자 핵심가치로 고려되고 있음
- 애스컴시티에서 발화한 음악도시 부평은 과거의 기억에만 의존하는 경향이 있음. 음악도시가 되어야 한다는 당위를 뒷받침하는 소프트웨어가 부족한 상황임. 과거의 기억을 현재화하고, 맨체스터 음악도시 사례처럼 기억을 재구성하고 가시화하는 다양한 프로그램으로 발전시켜 부평 내외부로 음악도시임을 설득할 수 있어야 하고, 도시 자원으로 외부 인프라를 끌어들이 수 있어야 함
- 4장의 음악도시 사례에서 보면 국내도시 통영, 해외도시 맨체스터의 경우 장기적으로 음악도시가 되기 위한 설계와 인프라를 투자하여 서울, 런던과 같은 수도가 아님에도 대내외적으로 음악도시로 브랜딩하였음
- 문화도시부평 이후 특성화사업을 기반의 '음악도시 부평'이 되기 위해서는 현재 시점에서 위에 제시한 '음악도시 설립을 위한 검토사항'을 확인하고, 중장기적인 정책 전략, 소프트웨어(콘텐츠) 전략을 수립해야 함

## 나. 부평아트센터를 음악중심 전문극장으로 리포지셔닝

- 부평구는 부평구아트센터를 제외하고는 지속적인 음악 공연 및 축제가 이루어지기 적합한 공간이 부재함. 부평의 경우, 도시 및 인구수보다 복합문화공간, 활용할 수 있는 유휴공간이 적음. 실제 뮤직플로우 페스티벌과 언더시티 프로젝트 사업 수행에 있어서도 매해 공간 구성의 어려움이 존재하는 것으로 확인됨
- 음악서브컬처를 가장 잘 효과적으로 구현할 수 있는 공간인 부평아트센터가 있음에도 불구하고 부평구문화재단 내 부평아트센터 사업과 문화도시부평 사업이 분리되어서 해당 공간 및 프로그램의 연계성이 떨어짐. 실제 음악도시 부평으로서의 브랜딩을 위해서는 매번 공간 및 프로덕션 예산이 투입되는 야외공간이 아닌, 부평아트센터의 전체 공간을 적극적으로 활용하는 현실적인 필요가 있으며, 음악도시 부평이라는 도시 아젠다에 걸맞게 음악중심 전문극장으로 리포지셔닝하고 상시적으로 부평구민이 음악을 향유할 수 있어야 함
- 부평구문화재단의 미션/비전은 "문화적 삶과 창조적 생태계를 함께 가꾸는 열린 소통 광장"이며 전략 목표는 1) 지역민의 삶의 질 향상 2) 건강한 문화생태계 구축 및 콘텐츠 발굴 3) 협력체계 구축 및

주민문화 주도성 확 보임. 현재 부평아트센터의 미션과 비전, 전략 목표는 부재한 상태임. 문화도시 부평 출구전략과 함께 부평 아트센터 음악중심 전문극장으로 미션/비전 수립이 고려되어야 함

- 이를 위해서는 부평아트센터 중장기 발전 계획 선행, 내부적으로 문화사업본부와 문화도시센터와의 협력, 내부 프로듀서의 성장 필요, 다양한 외부기획자, 예술가, 관련 정책 관계자 등 협력 네트워크의 꾸준한 확장이 필요함
- 이를 위해서는 부평아트센터 중장기 발전 계획 선행, 내부적으로 문화사업본부와 문화도시센터와의 협력, 내부 프로듀서의 성장 필요, 다양한 외부기획자, 예술가, 관련 정책 관계자 등 협력 네트워크의 꾸준한 확장이 필요함
- 공공 제작극장인 국립극장은 국악크로스오버 장르 음악 브랜드 공연 <여우락 페스티벌(23년 14회)>을 전개 해오고 있으며, 세종문화회관은 인디, R&B, 트로트, 록 등 다채로운 음악 장르 음악을 포함한 컨템포러리 시즌 <싱크 넥스트>를 22년부터 개최함. 서울문화재단이 운영하는 대학로극장퀴드에서는 23년 여름시즌 현재 독창적인 음악을 선보이는 밴드음악 구성의 <퀴드여름페스타>를 개최해왔음
- 기초 예술이 중심이 되던 공공극장과 아트센터에서도 독립적이고 실험적인 대중음악이 중심이 된 시즌 음악 프로그램을 선보이고 있음. 음악도시 부평으로 특성화를 위해서는 잘 갖춰진 부평아트센터를 기반으로 기획 음악 프로그램, 음악 축제, 지역 및 우수 뮤지션 연계 공연, 음악오디션 및 음악컨벤션 유치 등의 프로그램이 필요함

## 제3절 특성화사업 출구전략을 위한 로드맵

### 1. 출구전략을 위한 관문

#### 가. 첫 번째 관문 : 문화도시 특성화사업 출구전략에 대한 내부합의

##### \* 출구를 찾으려면 출구를 가로막는 관문을 지나가야 함

■ 기관장, 센터장/본부장, 주요 관계 팀장 간 토론을 통한 의사결정 도출

■ 필요에 따라 간부급 워크숍 필요

○ 전제: 문화도시 특성화사업의 출구전략은 문화도시센터 내에서만 해결할 수 없음. 첫 관문을 지나지 못하면, 출구를 찾을 수 없음

#### 나. 두 번째 관문 : 문화도시 특성화사업 출구전략에 대한 정책

##### 이해관계자 협의

■ 부평구청 관계자, 부평구의회 행정복지위원회 위원 협력 도출

○ 전제: 문화도시 특성화사업의 출구전략은 의회의 지원이 필요함. 행정감사 지적사항을 극복할 수 있어야 함

#### 다. 세 번째 관문 : 내부의 힘으로 문화도시 사업 피보팅(pivoting)

##### 전략 수립

■ 문화도시 4, 5년 차가 남았다는 것은 5년간 사용할 예산에 40%가 아직 남은 것임

■ 그동안 해왔던 관성으로 사업을 지속할 경우, 앞에 3년과 같은 평가를 받게 됨

■ 그간 해왔던 사업계획 수립과 집행의 관성에서 벗어나 필요할 경우 사업전환 시도

■ '시민성', '내발성', '장소성', '창조성' 등 특정 가치로 무리하게 사업을 분류하고, 사업 간 칸막이를 쳐 놓은 관성에서 벗어나 사업을 재평가 후 수정할 수 있어야 함

예) '서브컬처' 사업 조기 일몰 및 아카이빙 사업 강화 등

#### 라. 네 번째 관문 : 학습형 조직으로 전환, 조직 내 일하는 방식의 변화 필요

■ 특성화사업의 출구를 찾는 과정에서 새로운 방향을 선택하고, 문제를 해결하기 위해 새로운 일의 방식을 찾고, 처음 접해보는 이슈를 효과적으로 극복하기 위해 자발적 학습형 조직으로 전환될 수 있어야 함

○ 예) 아카이빙 사업 전략의 수정이 필요할 때, '아카이빙'이란 무엇이고, 어떤 방식으로 일을 접근해야 하고, 좋은 사례는 무엇이었는지, 우리는 어떤 방식으로 접근 해야 하는지에 대한 조직 내부에서

공동으로 학습을 시도할 수 있는 조직문화 필요

- 문화도시 내에서 사업 간 칸막이를 극복하고, 사업 간 협력을 시도하기 위해서는 공동의 목표를 분명하게 하고, 서로에게 정보가 공유될 수 있어야 하고, 적재적소에 따른 업무분장과 일에 따라 서로가 붙었다 떨어지는 것이 유연하게 적용될 수 있는 일하는 방식, 조직문화의 변화가 필요

## 2. 특성화사업 추진 로드맵(2024+5년)

- 문화도시 4, 5년 차가 남았다는 것은 5년간 사용할 예산에 40%가 아직 남은 것임
- 2024년~2025년 문화도시부평의 남은 사업 기간 본 연구를 토대로 재단 내부적으로 대표사업을 추출하고, 남겨야 할 사업과 일몰되는 사업을 구분 정리함. 추출된 대표사업을 중심으로 사업을 재설계 하고 특히 뮤직플로우와 언더시티 프로젝트의 통합은 2024년 파일럿 형태로 추진해보며, 향후 부평의 대표 특성화사업으로 남길 수 있는 구조와 내용을 설계해야 함
- 2025년은 문화도시 부평 사업 일몰 후 특성화사업 지속을 위한 부평구, 부평구문화재단의 예산 확보, 사업 추진체계 마련이 진행되어야 하며, 음악서브컬처 특성화를 중심으로 하는 부평구의 중장기 발전방안이 수립되어야 함. 재단 내부적으로는 음악서브컬처 특성화사업을 2024년 파일럿 프로젝트로 통합한 대표사업의 안착, 문화도시부평의 사업 결과와 효과가 기록되는 레거시를 구축해야 함
- 문화도시부평 사업이 종료되는 2026년부터 2030년까지 5년간 연차별 특성화사업 추진을 통해 부평은 음악서브컬처 소프트 인프라를 구축하고 부평만의 문화 감수성과 내러티브를 바탕으로 지속해서 발전하는 문화도시를 실현해감

[표 5-5] 문화도시부평 특성화사업 2024-2030 로드맵

구분		연차별 주요 추진내용
2024년 문화도시 4년차	문화도시 특성화사업 재편 통합과 일몰	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화도시 특성화사업 대표사업 추출과 재편</li> <li>• 문화도시 특성화 대표축제 통합, 재설계</li> <li>• 일몰 확정 사업의 아카이브 구축</li> <li>• 음악서브컬처 통합 사업으로 음악도시 재점화</li> </ul>
2025년 문화도시 5년 차	문화도시 특성화사업 수렴 일몰과 지속	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화도시 이후 특성화사업의 추진체계 마련</li> <li>• 문화도시 이후 특성화 사업 예산 구축</li> <li>• 문화도시 특성화 대표 사업(축제)의 안착</li> <li>• 문화도시 특성화사업 결과와 효과 확산</li> <li>• 문화도시 본 사업 추진의 효과 발현</li> <li>• 문화도시 사업 대표사업 부평구문화재단으로 귀속</li> <li>• 음악서브컬처 특성화를 중심으로 하는 부평의 중장기 발전방안</li> </ul>
2026년- 2030년	특성화 성숙기 특성화 실현기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 음악서브컬처 특성화사업 지속 추진</li> <li>• 음악서브컬처 특성화사업을 위한 예산 추가 확보(국비/시비 등)</li> </ul>