
2015부평문화포럼 '새로운 변화의 시작, 문화도시 부평'

4회차 문화도시 부평의 미래

주 최 | (재)인천광역시부평구문화재단

후 원 | 부평구

프로그램

• 사회 : 김유정 (부평구문화재단 기획조정팀 팀장)

시 간	내 용
14:00 ~ 14:10	인사말
14:10 ~ 14:50	발 표 1. 문화도시 브랜드 전략 권순석 문화컨설팅 바라 대표
14:50 ~ 15:30	발 표 2. 부평문화도시 조성사업 전략 수립의 전제들 김창수 인천발전연구원 연구위원 · 도시인문학 센터장
15:30 ~ 15:40	휴식 (Tea Time)
15:40 ~ 16:30	종합토론 좌 장 류정아 한국문화관광연구원 문화예술연구실장 토 론 조주연 사회적기업 티팟(주) 대표 임동근 서울대 지리학과 교수

Contents

발 표 1	문화도시 브랜드 전략	권순석 문화컨설팅 바라 대표	7p
발 표 2	부평문화도시 조성사업 전략 수립의 전제들	김창수 인천발전연구원 연구위원 도시인문학 센터장	15p
토 론 1	미래를 만드는 것은 문화적으로 계획하고, 이를 함께하는 것	조주연 사회적기업 티팟(주) 대표	37p
토 론 2	문화도시는 문화 “밖”에 있다	임동근 서울대 지리학과 교수	43P

문화도시 브랜드 전략

권 순 석 | 문화컨설팅 바라 대표

2015 부평문화포럼 - 새로운 변화의 시작 문화도시 부평

문화도시 브랜드 전략

권 순 석
문화컨설팅 바라

도시와 브랜드

브랜드란 :

의류, 가방, 신발을 비롯한 각종 제품에 표시된 브랜드란 특정회사의 제품임을 알리는 수단으로 특정 상품이나 지역, 단체의 이름을 쉽게 널리 알리기 위해 만든 문자나 기호, 도형 등을 의미함.

오늘날에는 각종 제품뿐 아니라 도시의 이미지를 만들고 홍보하여 세계에 알리는데 브랜드가 활용되고 있음.

도시 브랜드는 다른 도시와의 차별성을 갖기 위해 시각적 상징인 심볼(Symbol)과 브랜드의 주제를 짧게 압축하여 표현한 슬로건(Slogan), 그리고 브랜드를 의인화하여 만들고 표현한 그림 형태의 캐릭터(Character) 등이 사용됨.

The logo for 'Hi Seoul' features the word 'Hi' in a simple, rounded font, followed by 'Seoul' in a larger, elegant, cursive script. A small heart shape is positioned above the 'i' in 'Hi'.The logo for 'I. SEÒUL.U' consists of the text 'I. SEÒUL.U' in a bold, uppercase, sans-serif font. The 'O' in 'SEÒUL' has a unique, stylized shape with a dot above it.

나와 너의 서울



네덜란드 암스테르담 - 'I amsterdam'

'나는 암스테르담 사람'이라는 뜻을 가지는 이 브랜드는 암스테르담 시민임을 자랑스럽게 생각하고 자부심을 갖자는 뜻을 담고 있음.

2004년부터 사용되었으며 관광지 곳곳에 조형물로 설치되어 랜드마크가 되어주며 'I amsterdam'이라는 로고가 새겨진 시티카드를 만들어 여행의 편리한 서비스를 제공함.

암스테르담의 전체 인구 중 절반정도가 외국 출신이며 이러한 다인종, 다문화가 공존하는 도시의 문화적 다양성과 유연성을 상징화한 사례임.



덴마크 코펜하겐 - 'C OPEN HAGEN'

코펜하겐이라는 철자에 OPEN이라는 부분을 강조해 만든 로고로, '당신에게 열려 있는(Open for You) 코펜하겐'이라는 슬로건을 통한 다양한 캠페인 활동을 함께 벌이고 있음.

현재는 덴마크인들의 주요 교통수단인 자전거부터 시청 앞 잔디밭, 지하철역, 휴지통 등에 이 브랜드를 붙여 널리 홍보를 하고 있음.

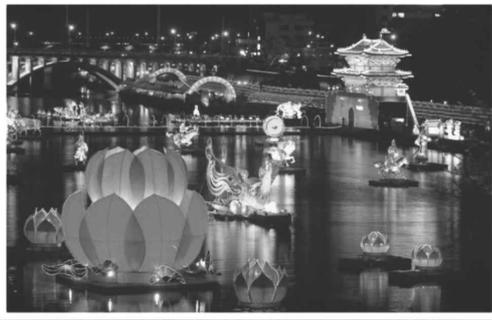


지역브랜드와 슬로건의 실체가 필요함

네이밍과 슬로건만 있는 실체가 없는 브랜드는 선언적 의미외에 도시 브랜드가 가져야 할 도시민의 소속감이나 대외적 도시 이미지를 만들어 내는데 한계가 있음
 '양구에 가서 무엇을 해야 10년이 젊어질 수 있을까?' 두타연 DMZ길을 걷고 양구백자로 만든 그릇에 양구 두부음식을 먹고 자연과 교감한다면? 양구 = 국토정중앙? 청춘양구?
 무엇보다 해당 도시의 구성원들이 공감할 수 있어야 함

도시, 스타일을 고민하다

- ❖ 도시 스타일이란 해당도시의 삶의 양태, 생활문화 등을 의미하는 것으로서 지역 공동체의 구성원 간에 소속감을 제공하기도 함
- ❖ 도시의 스타일은 도시 브랜드를 지지하고 끈고히 하는 가장 강력한 수단임
- ❖ 젠스타일 (Zen-style), 샷포로 스타일 등 다양한 공간적 범위에 적용 가능하며 때로는 디자인의 정체성 (Identity)을 의미하기도 하고 도시의 성격을 규정 하기도 함
- ❖ 브랜드가 상징성과 정체성 등 추상적 이미지를 나타낸다면 스타일은 이를 뒷받침하며 현실에서의 구체성을 띄고 경험을 제공함
- ❖ 도시의 브랜드 전략과 더불어 실제적 정체성을 나타내는 스타일 전략을 함께 구성하여 실천함으로써 실질적인 도시 브랜드 효과를 가져올 수 있음



진주남강유등축제 - 서울 등축제

흥내대기가 가능한 브랜드는 브랜드로서의 의미를 가지지 못함.
 진주성전투 등 과거의 역사적 사실에 기반한 전통문화이지만 지역내 내재된 문화 - 생활문화로 의미를 찾지 못한다면 언젠가 빼앗길 수 있음
 (화천산천어축제와 산천어 공방의 사례)



강력한 지역의 상징(물)은 도시의 브랜드가 될 수 있을까?

춘천의 경우 대부분의 국민은 아직도 '호반의 도시'라 부르기에 망설임이 없다.
 '애니타운 춘천' '문화예술의 도시' '축제의 도시 춘천' '낭만춘천' 등 현재까지도 여러 갈래의 도시 이미지를 부르고 있음.
 최근 춘천은 레고랜드, 헬로키티 테마파크, 로봇 박물관 등 어린이 관련 테마를 유치하며 키즈도시를 표방하고 있다.
 과연 춘천은 어린이 천국의 도시 브랜드를 가질 수 있을까? (소비되어지는 브랜드는 유한할 수 있음)



일본 교토 - '당신은 교토 하십니까?'

전통문화의 도시, 사색과 여유로움의 도시, 공예산업도시 교토가 가지는 도시 이미지와 슬로건 그리고 다양한 스타일의 구체화 사례
 일본내 유명 택시회사인 MK택시는 기모노 등 전통의상을 입은 손님에게 무료 등의 서비스를 제공하는 이벤트를 진행함
 동경에서 활동하던 공예작가가 교토를 찾은 이유는?



일본 홋카이도 스타일 (오타루)

유난히 겨울이 긴 홋카이도는 긴밤과 많은 눈 등의 상징을 가지고 있음
 긴밤으로 인한 촛불의 사용이라는 전통 아래 다양한 양초관련 공예산업을 키우고 있으며 오타루 지역은 이를 활용한 축제를 만들어 도시의 상징적 이미지를 만들어 냄
 양초 = 아날로그 = 느낌의 정서 = 서로간의 교감 등의 이미지를 활용한 캔들데이와 같은 프로그램들을 진행

부평의 문화도시 브랜드 전략이 성공하려면?

- ❖ 도시 브랜드는 도시의 상징으로 해당 도시의 정체성을 드러냄
- ❖ 도시 정체성은 흉내 낼 수 없는 것으로 도시민의 삶에 근거해 만들어짐
- ❖ 도시민의 삶의 양태와 생활문화로 현재 진행형의 도시 브랜드, 누구나 인정하고 상상이 가능 한 브랜드가 됨
- ❖ 이는 도시 스타일로서 음악도시 부평의 근거를 과거의 역사와 현재의 두드러진 문화 영역에서 찾아 냈다면 이를 뒷받침해줄 부평 스타일을 만들어 낼 필요가 있음
- ❖ 누구나 인정하고 지역민 누구나 참여하며 모두가 상상 가능한 ‘음악(활동)’은 무엇인가
- ❖ 도시 스타일은 풍물, 재즈, 특정장소 등 영역화 된 부분만으로 만들어 지지 않음.
- ❖ 상징적 사례 만들기과 더불어 보편적 가치 인식과 일상에서의 활용이 가능한 음악(활동)으로 지역민들에게 인식 시킬 수 있어야 함

부평문화도시 조성사업 전략 수립의 전제들

김 창 수 | 인천발전연구원 연구위원·도시인문학센터장

부평문화도시 조성사업 전략 수립의 전제들

김창수(인천발전연구원 연구위원·도시인문학센터장)

1. 부평의 인문지리

□ 연혁

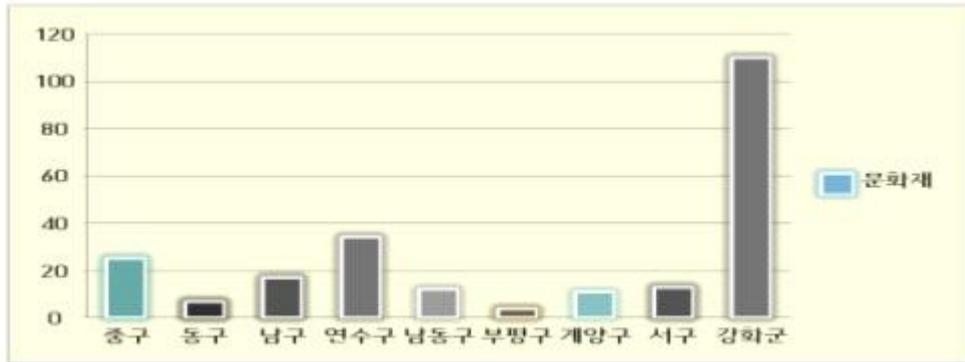
- 부평(계양)문화권은 ‘주부토’로 불리던 삼국시대 이래 오랜 기간 독자적 문화 권역을 형성해왔지만 개항이후 빈번한 행정체계의 변화, 해방후 급속한 산업화와 도시화로 인해 주민들이 느끼는 역사적 단절감이 큼. 1914년 일제의 행정구역 개편당시 이 일대는 경기도 부천군에 편입되었으며, 1940년에는 부평 일부가 다시 인천부에 편입되었음.
- 해방이후 부천군에 속해 있던 부평지역(계양, 서구, 부평)의 대부분은 다시 인천시로 통합되었고 1968년 ‘북구’로 명명되었으며, 1988년에는 철마산 서쪽의 해안 지역은 서구로 분리되었으며, 1995년에는 경인고속도로 북쪽에서 계양산 일대와 경인운하 일대의 지역이 계양구로 분구되고, 북구의 잔여 구역이 ‘부평구’로 개칭되는 과정을 거쳤음.

<표 1> 부평구 연혁과 행정구역 명칭 변천

고려시대 부평의 명칭과 읍격 변화				부평구	계양구	서구
명칭		시기	읍격			
고려이전	주부토(主夫吐)	고구려	군(郡)	(조선시대) 부평도호부		
	장제(長堤)	통일신라	군(郡)	1910 경기도 인천부		
수주(樹州)	고려초 (10세기 전반)		-	1914 부천군 부내면 계양면	서곶면	
	성종 14년(995)	단련사(團練使)		1940 부평출장소	1940 서곶출장소	
	현종 9년(1018)	지주사(知州事)		1968 북구		
안남(安南)	의종 4년(1105)	도호부(都護府)	북구			
계양(桂陽)	고종 2년(1215)	도호부(都護府)	1995 부평구	1995 계양구	1988 서구	
길주(吉州)	충렬왕34년(1308)	목(牧)				
부평(富平)	충선왕 2년(1310)	부(府)				

- 현재의 부평구는 고려시대(1310년)이래 사용해온 역사적 지명을 새로이 계승하고 있으나 전통적 문화유산들은 대부분 계양구와 서구에 남아 있어 ‘유형의’ 문화유산이 전무한 지자체임.¹⁾ 전통문화유산의 빈곤 현상은 이웃 서구(13)나 계양구(11)와 비교해보면 더욱 두드러짐.

<그림 1> 인천광역시구군별 문화재 보유현황(2014)



- 부평은 고려시대 이래 곡창지대였으며 근대 농업의 발상지였으며 일제 강점기에는 조병창 설치로 식민지 병참기지로 기능했으며, 해방후에는 자동차 산업을 비롯한 근대산업도시로 도시의 주된 기능이 변화해왔음. 부평지역(현재의 부평구)은 일제가 대륙침략의 병참기지로 조성한 군수산업 도시라는 부정적 유산을 지니고 있으나 한편으로는 근대적 농업과 공업의 선구지로서 산업화를 이끌어 온 도시이기도 함.

2. 부평구의 역사 및 자연자원

□ 역사자원

- 민속 문화 자원 : 인천시 무형문화재 제26호 부평두레놀이, 천일시험 염전터 표지석, 부평회다지소리 등.
- 설화 자원 : 굴포 운하 굴착 실패담, 원통이고개의 한양천도 실패담을 비롯한 원적산, 아나지고개 관련 설화가 다수 전해오고 있음. 또 부평 일대는 저습지로 큰 우물이 많아서 대정리, 후정리, 열우물, 항굴 등의 샘 관련 지명과 샘에 얽힌 전설이 다수 남아 있음.²⁾

1) 부평구의 보유 문화재는 모두 무형문화재임

2) 중국 산둥성 제남시의 경우 샘이 많은 도시라는 점에 착안 샘을 관광자원화하고 ‘샘의 도시’로 브랜드하고 있음

<표 2> 부평구 설화 및 지명유래 사례

구분	사 례	비고
설화	아나지고개와 주막,아나지고개 도둑, 굴포천과 원통이고개, 굴포천 한다리 와 구렁이, 원적사의 말무덤, 원적산 호랑이,십정동 대장바위,코박굴 코바 위, 항굴마을 우물이야기	굴포천 아나지 원통이
지명유래	주부토(主夫吐), 장제(長堤), 부평(富平), 동소정면(同所井面), ³⁾ 대정리(大井 里), ⁴⁾ 후정리(後井里), 십정동(十井洞, 열우물)	우물

□ 자연자원

- 부평구의 뚜렷한 자연자원은 굴포천과 한남정맥이다. 한남정맥을 인천광역시
시의 육지부를 가로지르고 있어 전통시대에는 인천도호부와 부평도호부의
경계를 이루고 있었다. 현재는 주안산에서 호봉산, 원적산을 거쳐 청천동에
이르는 능선과 산록, 고개들로 부평구와 서구의 경계를 이루고 있다. 아나지
고개 (효성동-서구 가정동), 장고개 (청천동-서구 가좌동) 구루지고개 (산곡
동-가좌4동), 원통이고개 (부평동-십정동), 비리고개 (일신동-남동구 만수동),
무네미고개(일신동-남동구 장수동)등은 주로 한남정맥을 넘어 인천도호부 지
역과의 교통로이다.

<그림 2> 대동여지도에 나타난 부평계양지역



- 굴포천(堀浦川)은 인천광역시의 부평구 금마산 북사면의 공설모지 내 칠성약
수터에서 발원하여 부평구와 경기도 부천시의 경계를 이루며 북류하는 하천
이므로 김포시를 지나 한강에 유입함.
- 『신증동국여지승람』에는 대교천(大橋川) · 직포(直浦) · 굴포(堀浦)라는 세

3) 민간에서는 ‘동수재이’로 부르고 동수동도 동소정과 관련되는 지명으로 보임
4) 현재 부평대로의 좌측 우리은행 앞 부근에 큰 우물이 있었다고 함

가지 지명이 등장하는데 이 중 대교천에 대한 설명을 보면 "근원은 원적산에서 나와서 북쪽으로 흘러 직포가 되고, 김포현을 지나면서 굴포가 되어 제법진(濟法津)으로 들어간다."고 기록되어 되어 있음.

- 오늘날의 굴포천 상류는 대교천, 중류는 직포, 그리고 김포 일대의 하류는 굴포라는 지명으로 구분되어 불렸음. 굴포라는 지명은 부평과 인천 사이의 산줄기에 위치한 원통이고개 · 무네미고개 · 안하지고개와 함께 고려와 조선 시대에 걸친 운하 굴착과 관련된 지명 유래를 갖고 있음.

<그림 3> 군현도(1872)에 나타난 부평(서울대 규장각 소장)



<그림 4> 굴포천 풍경



출처: <http://blog.naver.com/kimrg?Redirect=Log&log>

- 부평지역의 문화발전 전략을 수립하기 위해서는 공간 단절의 역사를 보완할 수 있는 대안이 모색되어야 함. 특히 도시의 뚜렷한 경관이자 전통시대로부터 일제강점기, 산업화시기의 생활사 유적이라 할 수 있는 굴포천을 부평문화의 상징으로 부각시킬 필요가 있음. 복개된 굴포천 상류를 생태공원으로 재생한다면 그동안 도로와 건물로 단절되었던 도시 공간을 문화생태적으로 횡단·접속시킬 수 있으며 굴포천변에 산재하고 있는 유휴공간과 건물을 활용하여 ‘천변문화’를 형성한다면 구도심 재생의 모델이 될 수 있을 것임.

- 부평구의 역사 자원의 특징은 전통적 문화자원이 빈약한 대신 근대문화유산이 상대적으로 풍부하며, 자연자원인 굴포천과 한남정맥을 보유하고 있는 것이 강점임.

<표 3> 부평계양문화권 역사, 자연자원

구분	전통문화자원(유물)	자연(경관)	근대문화유산(사건)	문화 특징	
부평계양문화권	계양구	부평도호부, 부평향교, 만일사지, 계양산성, 옥은지, 어사대, 봉일사지, 자오당지, 오조산, 중심성 유적, 이규보의 계양시문	계양산	황어장 만세시위운동(3.1),	고려문화 농경문화
	부평구	부평두레놀이 ⁵⁾	철마산 굴포천	농경문화, 근대적 천일제염 발상지(십정동) 부평 수리조합투쟁, 일본병참기지(일본육군조병창), 미군주둔(애스컴, 캠프마켓) . 최초의 자동차 생산지, 6월항쟁	근대 농업 상공업 도시
	서구	경서동녹청자도요지, 검암, 연희진지, 가정지, 청송심씨 세거지	원적산 다도해	세곡선 경유지 해안방어	고려도자기문화 해양문화

- 부평은 1940년대 일본조병창에서 해방후 미군 보급창인 애스컴(ASCOM)을 거쳐 오늘의 캠프마켓(Camp Market)으로 이어지는 병참기지의 역사를 가진 도시임. 2016년 캠프마켓의 개방을 앞두고 부지 활용계획에 대한 다양한 의견이 제시되고 있음. 캠프마켓내부에는 일본육군조병창 당시 사용된 거대한 지하시설과, 폐철로 부지등이 있음. 부평구는 이 공간을 역사·문화적 기능을 중심으로 슬럼화한 인근 지역을 재생할 수 있는 계획을 제시해야 할 것임.

5) 인천광역시 무형문화재 제26호 지정

3. 문화예술자원

□ 부평구 문화 시설

○ 부평구의 주요 문화시설은 총 24개소로, 공연장 11개소(야외공연장 2개소 포함), 전시관 3개소, 생활문화시설 3개소, 박물관 1개소, 도서관 6개소임.

<표 5> 부평구 주요공연 및 전시장 현황

구 분		소재지	좌석수(면적)	비고
공연장	부평아트센터	부평구 아트센터로 166	1,207석	대공연장: 884석 소공연장: 323석
	부평문화사랑방	부평구 주부토로 173	170석	
	부개문화사랑방	동수로 162번길 11	113석	
공연장	부평구청소년수련관	부평구 체육관로 76	400석	
	부평구청 대회의실	부평구 부평대로 168	360석	
	부평구청역 공연장	서울지하철 7호선	50석	
	굴포천역 공연장	서울지하철 7호선	50석	
야외 공연장	분수공원 야외공연장	삼산동 458-4	908석	
	부평역사박물관 야외공연장	부평구 굴포로 151	540m ²	
	부평구청 (구청내지하)	부평구 부평대로 168	320m ²	
전시관	부평아트센터	부평구 부평대로 168	391m ²	
	부평구청역	인천지하철 1호선	86m ²	

<표 6> 생활문화시설 현황: 3개소

구분	부평아트하우스	부평문화사랑방	부개문화사랑방
위치	부평구 아트센터로 168	부평구 주부토로 173	부평구 동수로 162번길 11
면적	1,817m ²	490m ²	203m ²
좌석수		170석	113석
개관일	2010.12.29	2003.12.29	2008.09.24

<표 7> 박물관: 1개소

박물관명	소재지	규모(m ²)	개관	소장물품	비고
부평역사박물관	부평구 굴포로 151	3,056.64	2007.03.29	3,680점	

<표 8> 도서관 현황

도서관명	소재지	시설(m ²)		규모	열람석수(석)			도서관 개관일
		부지	건물		계	자료실	열람실	
계	6개소	6,861.64	2,715.74		984	984	-	
부개 도서관	부일로83번길 46(부개동)	3,130.40	638.23	지상3층	205	205	-	2012.09.13
삼산 도서관	부평북로445 (삼산동)	1,048.40	416.30	지하1층 지상4층	171	171	-	2012.05.07
부평 기적의 도서관	길주남로 166 (부개동)	1,300.10	644.47	지하1층 지상2층	300	300	-	2006.03.10
청천 도서관	원길로 23 (청천동)	760.00	527.60	지하1층 지상2층	146	146	-	2013.04.12
갈산 도서관	주부토로 254 (갈산동)	303.34	303.30	지상2층	92	92	-	2011.07.19
부개 어린이도서 관	동수로 166 (부개동)	319.40	185.84	지상 3,4층	70	70	-	2011.07.14

*기타 꿈나무작은도서관 등 작은 도서관 29개소가 부평구일원에 산재·운영되고 있음.

□ 문화콘텐츠 및 프로그램

- 부평두레농악: 인천시 무형문화재 부평두레놀이 는 예로부터 부평평야에서 모내기철에 행해지던 전통적인 노동풍물놀이이며, 가락이 경쾌하고 맷음이 분명하고 힘이 넘치고 불가락을 펴서 강하게 치는 것이 특징임. 부평두레놀이는 주인공 41명 외 부평구 22개동 500여명의 지역주민으로 구성됨.

<그림 5> 부평풍물대축제



- 부평풍물대축제: 부평풍물대축제는 1997년 이래 부평두레농악을 계승하여 매년 개최되어온 부평과 인천의 대표적 축제임 국내외초청공연, 경연대회, 퍼레이드, 체험행사 등으로 구성되며 연인원 7~80만명이 관람하는 전형적 도심축제임. 2015년 문화체육관광부 <대한민국 공연예술 대표축제>로 선정된 바 있음.

□ 인적자원

<표 9> 부평구 문화예술인연합회 회원현황 (단위: 명)

구분	합계	국악	음악	무용	미술	사진	서예	문학
인원	356	71	48	68	89	32	29	19

<표 10> 부평구 문화예술단체 현황 (단위 1개)

구분	합계	공연예술	시각예술	문학	문화일반	기타
단체수	51	39	7	3	1	1

<표 11> 부평구 문화예술동아리 현황 (단위 1개)

구분	합계	음악	연극영화	공예	미술	무용	문학	사진	기타
단체수	75	27	8	10	8	7	4	2	9

<표 12> 부평관련음악가

구분	부평관련음악가	비고
50년대~70년대	<노란 샤스 입은 사나이>의 한명숙, <내 사랑 주리안>. <우리 애인은 올드 미스>의 최희준, <밤안개>의 현미, <사랑과 평화>의 보컬 이철호, <한국 락 기타의 신>이라는 별명을 들던 김홍탁 등	
70년대~90년대	구창모, 최성수, 유심초, 백영규, 파이오니아, 서울패밀리, 이승재, 코요테(신지), 박기영 등	
90년대~현재	글루미써티스(KBS 드라마 ‘추노’), GUTZ(3인조 인디밴드), 씨드스톤(3인조 인디밴드), 이규영(루비레코드 대표), 하일라이츠, 락타이거즈, 덤덤라디오, 카멜라이즈(포크트리오), NARANG, 블루니어마더, 부평올스타악단, 정유천밴드, 휘오리 등	

4. 문화지표에 나타난 부평구민의 문화 활동 특성

□ 문화 소외

- 부평구민 중 문화예술 행사에 연간 1회도 참여하지 않은 구민이 39%에 달하며, 참여하였다는 인원 가운데 대다수는 축제 참가나 대중문화공연 관람, 역사·문화유적 방문 등과 같은 일회적 참여나 단순한 활동에 그치고 있음. 구민의 4.4%만이 동호회 활동을 경험하였다는 답한 사실 역시 문화적 소외 현상을 확인해주는 지표임.

□ 탈부평화 현상

- 2012 부평문화지표조사 결과 상당수의 부평구민의 문화 활동이 서울과 부천을 비롯한 부평 이외의 지역에서 주로 이뤄지고 있다는 사실이 확인되었음. 이러한 결과는 시설이나 기구의 부족에 기인한 것으로 보기는 어려움. 물론 부평의 문화시설에서 미술관을 비롯한 전시시설이 부족한 것으로 나타나고 있어 대책이 수립되어야 하겠지만, 문화지원기구인 부평문화재단, 공연시설인 부평아트센터, 부평역사박물관, 문화사랑방 등을 갖추고 있어 인천시 타 군구에 비해 우월한 문화적 환경을 보유하고 있음.
- 부평구민의 문화활동 패턴에서 나타나는 탈부평화 현상은 부평구가 문화행정과 시설 프로그램 면에서 압도적인 서울과 부천에 인접해 있으며, 부평구의 낮은 주간인구지수(90), 그리고 부평구민의 상당수(24.8%)가 서울과 경기도의 도시로 출퇴근하고 있는 인구특성, 문화프로그램의 부족 등이 요인으로 보임.



	서울시	인천시										경기도		
		총계	중구	남구	서구	강동구	강서구	부평구	계양구	서구	동구		연수구	
인구	110	780	87	24	110	75	143	134	78	110	21	85	53	83
문화	7.0	88.0	88.0	8.5	8.7	2.1	3.1	5.0	8.0	2.0	5.1	8.0	8.8	2.3
비율	6.4	88.2	7.8	85.0	7.9	2.8	3.0	6.0	8.0	5.1	8.1	8.0	8.8	2.7
남성	8.9	88.0	8.7	2.0	11.8	3.8	8.0	2.2	8.0	3.2	5.1	8.1	8.8	8.8
여성	7.0	88.0	8.0	1.0	8.0	0.2	11.0	2.4	8.0	1.8	5.1	8.0	7.4	7.0
남성	7.0	78.0	7.0	8.0	3.0	0.2	8.0	3.0	1.0	2.0	5.1	8.1	8.0	8.0
여성	13.0	73.0	1.0	8.7	3.8	1.8	4.0	3.0	3.0	3.0	5.1	8.0	3.8	8.0
연령	14.0	76.1	2.0	9.0	1.0	1.0	2.0	9.0	10.1	4.7	6.0	9.0	3.0	9.0
19세	18.0	78.0	2.4	1.0	2.4	1.1	2.0	3.0	1.0	8.1	3.0	8.0	8.0	8.1
20대	2.0	88.7	8.0	3.1	8.0	8.7	8.8	8.0	8.0	8.0	8.7	8.8	8.8	8.8
30대	8.0	87.0	1.1	3.1	8.0	8.0	8.1	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	1.1

그림 13 부평구민 출퇴근 통학인구 비율: 부평문화재단 『2012부평문화지표조사』(2012)

□ 문화향수의 편중성

- 부평구의 대표적 문화행사인 인천부평풍물대축제에 대한 인지율 및 만족도는 매우 높음(인지도 91.4%, 참여율52.0%). 부평풍물축제는 부평구의 지속적인 지원과 지역 문화예술인들의 적극적 참여로 대표적 문화예술행사로 자리 잡은 것으로 평가됨. 그러나 전통예술의 특성이 강한 풍물축제에 대한 집중이 부평의 인문사회적 특성과 조화를 이루어 지속적으로 성장 발전할 수 있을 것인지에 대한 종합적인 판단이 필요한 시점임. 특히 풍물축제에 대한 집중은 지역문화 생태계를 단조롭게 만들 개연성도 있기 때문임.



- 문화향유와 활동의 다양성을 위해 부평구의 지역성과 주민들의 요구를 고려한 보완적 프로그램과 축제를 개발할 필요가 있음. 이와 관련하여 부평은 한국 대중음악 특히 로큰롤과 재즈 음악의 발상지 중의 하나로 평가되고 있다는 점을 상기할 필요가 있음. 재즈음악은 1951년 이후 30여년간 존속했던 미군 군수지원사령부인 일명 애스컴(US Army Service Command)을 중심으로 형성된 기지촌 클럽 문화이었지만 한국 현대 대중음악의 한 흐름으로 자리잡았음. 이를 활용한 대중음악 축제는 부평의 지역정체성과 장소성, 그리고 주민의 문화적 요구와 부합할 수 있음.⁶⁾

6) 부평문화재단. 『2012부평문화지표조사』(2012)

5. 문화도시 비전 및 전략

1) 부평구 문화 환경 종합 분석(SWOT)

	강점(Strength)	약점(Weakness)
부평 음악융합도시 SWOT 분석 대응 전략 요약	<ul style="list-style-type: none"> -인구 밀집, 대단위 아파트 -편리한 교통 -인적 자산과 의사소통 네트워크 -축제성공 경험 -도심생태하천(굴포천) -애스컴 주변 클럽 문화 역사 -부평문화재단(부평아트센터) 음악 관련 콘텐츠 개발 운영 경험 	<ul style="list-style-type: none"> -주간 인구지수 감소(이동) -전통문화자원 빈약 -구 재정 기반 취약 -공단도시 이미지 -구도심슬럼화, 취약계층 증가 -음악·음반 산업특화 기반 취약
기회(Opportunity)	SO : 강점강화전략	WO : 약점극복전략
<ul style="list-style-type: none"> -캠프마켓 개방, 굴포천 복원 등 대형 도시 재생 사업 -대형 문화 체육시설의 입지 -정부의 콘텐츠·생활문화 도시재생 관련 사업 지원 강화 	<ul style="list-style-type: none"> -시민참여형 문화도시추진조직 구성 운영 -생태하천 문화 회랑 벨트화 -생활밀착형 음악생활화 공간구축 -라이브 클럽 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> -부평역등 이동 공간 활용 -근현대 역사문화자원 발굴 -도시재생 등 연계사업을 통한 자원 확보 -구도심 낙후지역 문화거점화 -부평 연고 음악인 유치
위협(Threat)	ST : 강점강화·위협극복전략	WT : 약점 위험 회피전략
<ul style="list-style-type: none"> -인근도시와의 비교(부천) -지자체 공연장간 경쟁 -풍물축제의 정형화 -구도심 쇠퇴로 청년 인력유출 지속 	<ul style="list-style-type: none"> -시민 생활음악 커뮤니티 활성화 -부평풍물축제와 음악콘텐츠 융합 -뮤직플랫폼에 청년인력 유치 -음악문화전문인력 양성 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> -근현대 대중 음악사 중심 스토리텔링 -뮤직플랫폼을 중심으로 콘텐츠 생태계 조성 -음악도시와 쾌적한 생태하천을 부평 브랜드화

2) 문화도시 조성사업 비전 설정의 전제

- 부평문화도시조성사업의 목표는 문화도시사업의 공모계획에서 제시한 일반적 목표를 기준으로 하되, 국가 문화 정책의 핵심요소, 문화 관련 주요 법안의 목표와 중점사업, 문화 패러다임 및 트렌드 변화, 광역 및 기초 지자체의 현안과제 등을 종합 검토하여 재설정 되어야 함
- 문화도시사업의 목표: ‘문화도시’란 도시 고유의 문화를 바탕으로 한 새로운 사회현상 및 효과를 창출하여 발전과 성장을 지속하는 도시로 요약되며, 문화도시 사업은 “도시문화중심의 사회생태계 구축을 통한 지속가능한 도시 발전 기반을 마련하는 것”이 핵심 가치임⁷⁾
- 「문화기본법」, 「지역문화진흥법」 등 문화관련법안의 목적
 - 「문화기본법」의 목적은 문화의 가치와 위상 제고를 통해 국민의 삶의 질을 향상시키고 국가·사회의 발전에서 문화의 역할을 높이는 것임. 「문화기본법」에서는 최초로 ‘문화권(文化權: 자유권과 사회권의 개념을 포괄)이 국민의 ‘권리’로 명시되었음.
 - 「문화기본법」이 시행되면서 지자체 차원에서는 문화관련 인프라 운영에 대한 종합적 평가를 기초로 기관별 목표와 역할을 재조정해야 할 과제를 안게 되었음. 지자체 차원에서 주민의 문화적 권리를 구체적으로 보장하는 방법은 문화 인프라의 공공성 구현을 확대하는 것임.
 - 모든 공공 문화시설과 프로그램을 비롯한 각종 문화 활동과 자원에 쉽게 접근하여 평등하게 향유할 수 있도록 운영해야 함. 특히 사회적 약자와 소수자의 문화적 권리는 세심하게 보호되어야 하며 문화예술인들을 비롯한 모든 시민들이 자유롭고 다양한 방식으로 문화예술 활동을 할 수 있는 창조의 주체가 될 수 있는 환경을 조성해야 함.
 - 「지역문화진흥법」: 이 법의 목적은 ‘지역간 문화격차 해소’, ‘지역별 특색있는 고유 문화발전’, ‘지역주민의 삶의 질 향상’으로 제시되었으며, 지역문화진흥의 4대 기본원칙도 이 목적에 의거하여 명시하고 있음.

7) 문화도시사업의 유형은 ① 문화예술 창작 및 향유활동을 중심으로 하는 문화예술중심형, ② 문화기반 경제활동 중심의 문화산업중심형, ③ 지역의 고유자산을 부각하여 문화관광 효과를 강조하는 문화자산 중심형으로 구분하고 있음.

○ 부평구 도시 공간 재생 계획

- 부평미군기지 이전 : 부평미군기지인 캠프마켓은 2016년 이후 반환이 예정 될 예정이며 총 60만6천615㎡에 달하는 부평미군기지 부지와 잔존 시설 및 주변지역 활용에 관한 논의가 진행중이며, 대형 문화 인프라 입지 가능성이 높음⁸⁾
- 굴포천의 생태·문화적 재생 : 부평구는 굴포천을 중심으로 도시재생사업을 추진하고 있음. 부천시와 함께 2015년부터 '굴포천 Eco-Service 네트워크 구축사업'을 추진 중. 이사업은 사업비 29억6천만 원(국비 23.7억원, 지방비 5.9억원)이 투입하여 굴포천 제방길 단절구간 연결, 지역자원간의 연계 촉진을 위한 안내판 및 쉼터 설치, 제방길 위험구간 정비, 우리 동네 굴포천 가꾸기 프로그램 운영 등 세부사업 추진.
- 부평구는 「도시재생활성화계획」을 수립하여 부평1동 굴포천 상류 일부 복개 지역 2km구간을 굴포천 복원사업 대상 구간으로 설정하고 생태하천을 따라 전시공간 및 아뜰리에 등 문화 회랑 지대를 조성하려는 계획임.⁹⁾



- 부평문화도시 조성사업에서 필요한 공간조성사업은 도시재생사업 계획과 연계 추진하여 사업예산을 중점사업에 투입하는 것이 바람직함

8) 인천시는 미군기지에 남아 있는 땅굴과 건물을 활용해 생태연못과 역사사료관을 조성하고 역사 가치가 있는 필수 건물을 제외한 구역에는 도심 숲을 조성, 시민이 자연 속으로 다가가갈 수 있는 녹지공간을 조성할 예정임. 부지매입비 4,195억원은 국비 시비 매칭으로 납부중임. 2017년 실시설계용역 추진 예정

9) 2016년 4월 국토부 도시재생사업 공모 준비중인 사업으로, 2015년 8월 10일, 「부평구 도시재생 활성화 계획 수립 용역 착수보고회」가 개최된 후 굴포천유역 일원 도시재생 활성화계획 및 도시경쟁력 강화를 위한 다양한 전략계획을 수립 중에 있음. 선정될 경우 역시 실시설계가 필요하며 2017년 하반기부터 사업이 추진될 것임.

3) 비전과 추진전략(안)

□ 비전 : 키워드 “굴포천, 샘, 음악, 생태계 ”

굴포천변에 샘솟는 b.p.음악 생태 도시

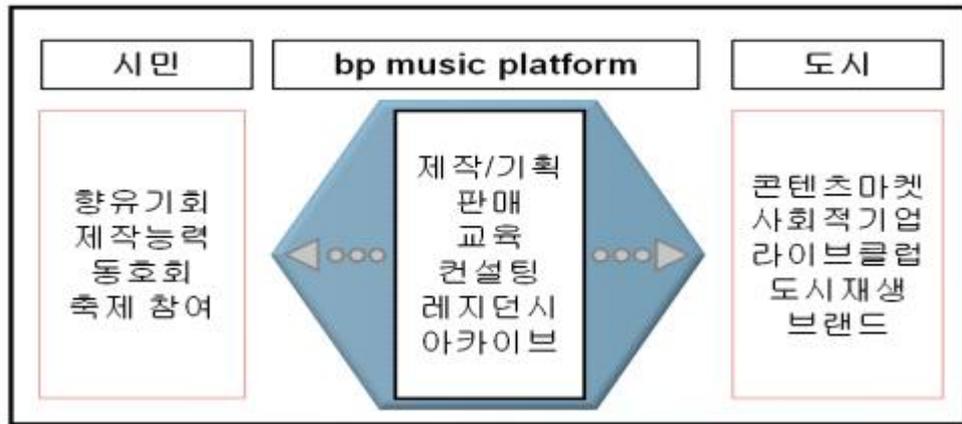
□ 추진전략

○ 집중과 확산

- 뮤직플랫폼을 구축하여 플랫폼을 마중물로 음악 기반 문화 생태계 조성
부평구를, 뮤직콘텐츠 산업도시 및 시민 생활문화 특화도시로 발전시킴.

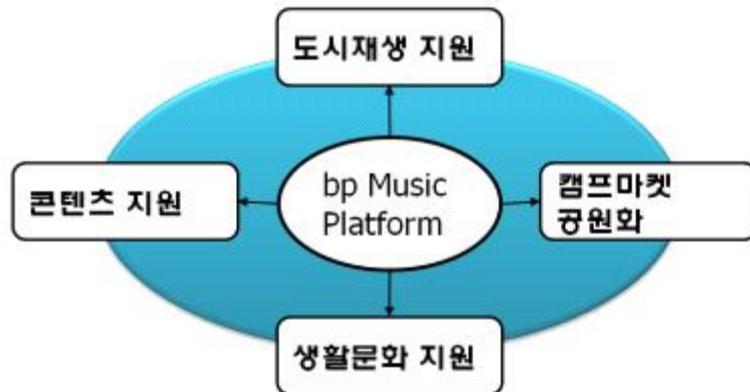


- 뮤직플랫폼은 문화도시사업의 역점사업으로 플랫폼에는 음악예술의 DNA를 굴포천 문화생태계를 중심으로 부평의 전도시공간과 시민생활의 전영역으로 확산해나가는 발전소 기능을 해야 함.



○ 사업의 입체화

- 정부의 문화 콘텐츠 지원, 생활문화센터 조성 및 지원 사업, 인천시 부평 미군기지 문화공원화 사업, 인천시 및 부평구 도시재생전략, 인천시 인천가치 재창조 사업 등과 연계하여 자원부족을 극복하고 사업성과를 공간화 입체화 함

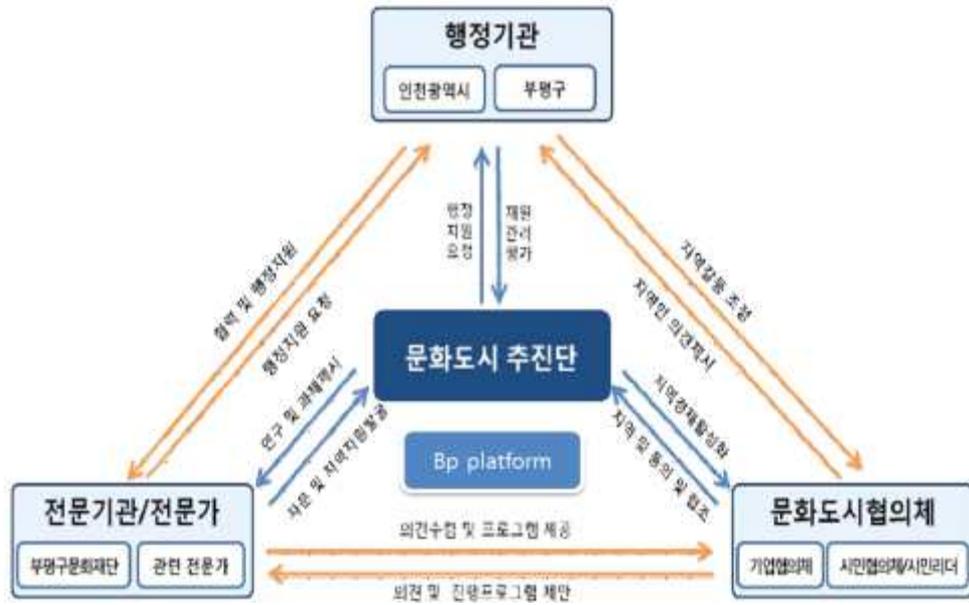


○ 지역 창조인력 양

- 문화도시 조성 사업을 통해 창조 인력의 지역에 유치하고 지역문화인력을 발굴 양성함으로써 도시의 문화 창조 역량을 확대 심화시키는 것임.

○ 거버넌스에서 자율형 네트워크로

- 사업초기 단계에는 민관협력 거버넌스 체계로 추진협의체를 구성하여 운영하고 단계적으로 민간 역량을 강화하여 자율적 문화도시 네트워크로 발전시켜 나감.



- 문화도시 사업은 문화도시협의체(추진단)가 중심이며 행정기관과 전문기관이 지원하여 사업을 추진하는 프레임으로 재조화해야 함

기구별 역할 및 구성

구분	역할	구성
문화도시협의체	사업제안, 갈등조정, 지역 예술인·전문가·주민 참여 유도	문화단체/시민단체/관련기업
문화도시추진단	기획, 집행, 대외협력, 홍보	행정·전문기관, 추진 협의체, 실무팀
bp 뮤직플랫폼	제작, 유통, 뮤직랩, 창업지원, 뮤직아카이브 운영	음악 음반관련 전문가, 기업
행정기관	행정지원, 정부 보고·협조요청, 재생·콘텐츠 정부기관 협력	문체부/인천시/부평구
전문기관	자문, 연구지원, 평가, 컨설팅	부평문화재단, 연구기관, 대학 연구소
주요협력기관	문화, 콘텐츠, 연구 기관	인천문화재단, 인천관광공사, 인천정보산업진흥원, 인천콘텐츠코리아랩

6. 중점 사업

1) 중점사업 선정 기준

- **지속가능성** : 추진사업의 성과는 측정될 수 있고 사업목표 기간 중 자생력을 확보하여 장기적으로 지속가능한가?
- **문화적 파급** : 중점사업들은 지역 문화 예술 기관과 단체, 행사와 프로그램, 타장르와의 융합을 활성화할 수 있으며 문화전문인력 유치와 양성에 기여할 수 있는 프로그램인가?
- **문화 예술의 생활화** : 다수의 시민들이 사업에 참여할 수 있고 문화예술 동호회와 커뮤니티 형성 등을 통해 창의적이고 능동적인 문화예술 활동의 주체로 발전할 수 있는가?
- **사회 경제적 파급** : 사업을 통해 거버넌스와 네트워크가 강화되고 문화예술 관련 산업과 지역 사회경제적 기업의 활성화가 가능한가?
- **브랜드 구축** : 도시의 고유한 자산과 잠재력을 역동화하여 도시 특성화를 달성할 수 있는가?

2) 중점사업 예시

- 뮤직플랫폼조성 : 제작·유통 기업지원, 뮤직랩, 아카이브 운영
- 전문창작역량지원사업: 밴드활동지원
- 음악생활문화 활성화 사업: 아카데미, 아마추어 밴드 지원, 축제
 - 구민: '1악기 1클럽 운동' (지표 현황조사후 별도 설정)
- 음악도시 생태계 조성: 뮤지션 레지던시, 라이브 클럽활성화, 음악박물관
 - 음악인과 음악이 흐르는 거리

3) 연계 사업 발굴 구체화 (재원 확충 및 사업 입체화)

- 도시재생 : 부평구 굴포천 생태하천 복원, 굴포천상류 복원(계획중)
- 캠프마켓 이전사업: 2016년 이전 후 하반기 사업 가시화될 예정
- 생활문화센터 조성사업: 문체부 문화의 일상화를 위한 6대 중점과제-문화공

간 재생 사업 , 유희산업 군사 공공시설의 문화재생 추진으로 새로운 문화융합공간 조성 (2015년 237억)

- 인천시 인천가치재창조 사업: 인천시 2016년부터 ‘인천가치재창조추진단’구성 사업 본격화 계획, 구군별 <인천가치재창조 정책 오디션>사업 (예정)
- 문화콘텐츠제작 공간 조성 사업 : 문체부 융합형 디지털 문화콘텐츠 산업육성-‘콘텐츠 창작공간 조성 지원 사업’¹⁰⁾ (2015년 45개 지원)

4) 당면 과제

- 준비조직(TF) 구성 (사업추진전체일정 검토)
- 마스터플랜 작성 (4~5개월 소요)
 - 비전과 전략 수립, 주요사업 타당성, 추진 체계 구체화
- 추진조직 구성

10) 콘텐츠 창작 공간 마런스토리 창작자 지원 위한 ‘스토리클러스터’ 조성, 지역 고유 인문자산 이야기를 발굴하는 ‘지역스토리랩’ 운영, 음악인 창작 지원 위한 ‘음악창작소’ 구축, 웹툰 소비 및 창작확산 위한 ‘웹툰 창작체험관’ 구축

□ 보론

1. 뮤직 아카이브 사업과 ‘기지촌 문화’의 범위에 대해

- 애스컴 일대인 신촌지역에 17개 내외의 클럽이 성업을 이루었고, 이 일대에 상당수의 밴드단원들이 거주하는 등 스탠다드 팝과 로큰롤이 한국에 전파되는 거점 지역 중의 하나였다는 점, 그리고 6,70년대는 물론 현재까지도 부평연고 음악인과 전문밴드가 타도시에 비해 월등히 많다는 사실은 부평음악융합도시 조성사업을 추진하는 장소의 역사적 배경에 해당함.
- 부평음악도시 사업은 예술의 한 분야인 대중음악의 창작과 유통 플랫폼을 조성하고, 이를 도시 문화예술 활동과 시민생활문화로 확대함으로써 인천시와 부평구를 문화도시로 발전시켜 나가기 위한 전략임
- 아카이브 구축의 주된 대상은 클럽 및 미군 캠프 내 음악활동과 관련된 자료, 한국 대중음악의 변천과 관련된 자료임.
- ‘기지촌 문화’도 미국 대중문화가 한국의 대중음악으로 접변·정착하는 과정과 생태계를 고찰하기 위한 것이므로 그 대상은 기지촌 주변 클럽의 음악을 중심으로 설정하는 것이 바람직함 (주한 미군이나 군속의 생활, 미군위안부의 생활 등은 사회학적 연구 대상으로 설정할 수 있으나 본 사업과 직접 관련된다고 할 수는 없음).

2. 인천시 음악 기반 콘텐츠산업의 타당성

- 부평구의 문화도시 전략을 콘텐츠산업 플랫폼을 구축하여 이 플랫폼을 중심으로 음악 창작과 음반제작 유통업체를 유치하여 음악 음반 제작 산업 활성화시킴으로서 시민 생활문화역량강화, 도시브랜드 구축 등으로 확산시키는 전략임.
- 최근 인천의 문화창조산업의 입지계수를 분석한 논문에서는¹¹⁾ 고성장·고특화도를 기준으로 볼 때, 행위예술분야를 인천시의 육성대상분야로 설정할 수 있음을 시사한 바 있음. ¹²⁾ 그러나 그러나 음반 및 비디오 물 제작업의 입

11) 윤석진(2015), 「인천시 문화창조산업의 현황 및 시사점」, 인천발전연구원.

12) “인천은 행위 예술 분야의 성장세는 인천이 가진 잠재력을 보여준다. 부평을 중심으로 한 언더그라운드 음악이 뿌리 깊은 전통을 가지고 있고 이러한 전통은 여전히 유효한 것으로 판단된다. 다만, 행위 예술 분야의 산업 기반이 여전히 취약하다는 점을 고려하여 공연예술가의 지역 내 정착 지원, 공연예술 서비스업체의 유치, 다중이용시설을 활용한 공연 공간 확보 등의 종합적 지원 정책이 요구된다.”(윤석진, 2015)

지계수는 사업체 및 종사자수 기준으로 각각 0.31, 0.34로 나타났으며, 음악 및 기타 오디오 출판업의 입지계수는 0.18, 0.03으로 나타나 산업입지계수로 볼 때 음악 관련 산업의 특성화는 상대적으로 어려운 것으로 나타나고 있음.¹³⁾

13)

<표 17> 인천 오디오 비주얼 분야의 세세산업분류별 입지계수 (2013년 기준)

표준산업분류(세세분류 기준)	사업체수 기준	종사자수 기준
G46461 음반 및 비디오물 제작업	0.31	0.34
J59111 일반 영화 및 비디오물 제작업	0.21	0.08
J59112 애니메이션 영화 및 비디오물 제작업	0.29	0.18
J59113 광고 영화 및 비디오물 제작업	0.21	0.13
J59114 방송 프로그램 제작업	0.10	0.05
J59120 영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업	0.00	0.00
J59130 영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업	0.15	0.26
J59141 영화관 운영업	1.05	1.34
J59201 음악 및 기타 오디오물 출판업	0.18	0.03
J59202 녹음시설 운영업	0.21	0.15
J60100 라디오 방송업	0.54	0.84
J60210 지상파 방송업	0.63	0.04
J60221 프로그램 공급업	0.00	0.00
J60222 유선방송업	0.83	0.78
J60229 위성 및 기타 방송업	0.74	0.65

미래를 만든다는 것은 문화적으로
계획하고, 이를 함께하는 것

조 주 연 | 사회적기업 티팻 대표

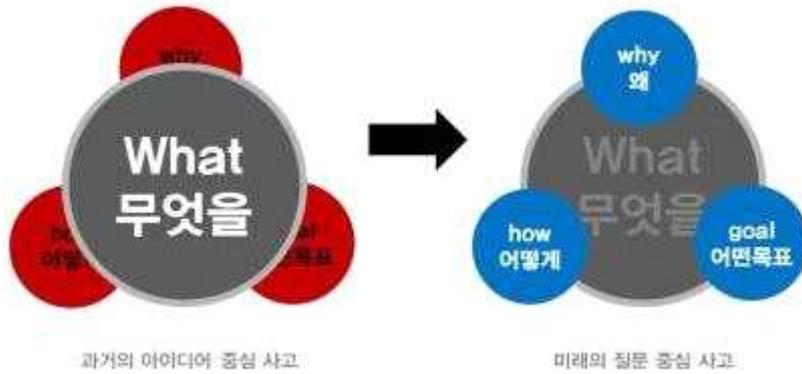
미래를 만드는 것은 문화적으로 계획하고, 이를 함께하는 것

조주연(사회적기업 티팟 대표)

□ 도시의 미래는 누가 계획하는가?

지금 세상 살기가 만족스럽다고 말하는 사람은 만나기 어렵다. 우리가 사는 사회에는 뭔가 잘못된 점, 고쳐야 할 문제가 있다는 것을 누구나 느끼지만, 세상을 바꾸는 것은 개인이 할 수 없는 엄청난 일이라 여겨 감히 시도조차 못하는 경우가 많다. 그러나 현재에 머무르지 않고 좀 더 나은 미래, 지속 가능한 사회, 또 다른 세상을 위해 늘 고민하고 투쟁하고 개척하는 사람들은 늘 있었다. 이제 그 한 사람의 노력이 이어지면 가능한 일, 그래서 실제로 조금씩 세상을 바꾸어 가는 실천에 대한 희망을 품어본다는 관점에서 문화도시 부평의 미래에 대해 이야기해 본다.

앞서 발제자가 “문화도시란 도시 고유의 문화를 바탕으로 한 새로운 사회현상 및 효과를 창출하여 발전과 성장을 지속하는 도시로 요약되며, 문화도시 사업은 도시 문화중심의 사회생태계 구축을 통한 지속가능한 도시 발전기반을 마련하는 것”이라고 정의했다. 이를 위해 가장 중요한 것이 무엇일까? 새로운 비전, 역동적인 전략, 아니면 특별한 사업? 이 모든 것에 앞서서 문화도시 부평을 왜하는지, 어떤 새로운 방식으로 만들어 갈 것인지, 그 결과 부평은 어떤 도시가 될 것인지가 숙고되어야 한다. 게다가 이 숙고는 누가 할 것이고, 그 결과에 대한 선택 또한 누가 할 것인가가 문제다. 과거의 방식은 행정가와 전문가가 숙고-선택-실행을 했고, 그 말미에 시민을 참여시키는 방식이었다면, 지금은 그러한 방식이 도시의 미래를 지속 가능하게 할 수 없다는 생각이 주도하고 있다. 그렇다면 이것을 접근해야 하는가?



<그림1> 새로운 도시계획은 '무엇을 할 것인가' 보다 '왜-어떻게-어떤 목표로 함께할 것인가'를 더 중요하게 여겨야 한다. 공동체가 교감하는 소통을 이루어 내려면, 사업 아이템을 정하기 이전에 이유-방법-목표를 공감하는 것이 선행되어야 한다.

□ 비전을 함께 만드는 과정, 시카고문화발전계획

시카고시 문화업무특별행사부(Department of Cultrural Affairs and Special Events)는 도시의 문화예술 성장기회를 확인하기 위해 2012년 2월 시카고문화발전계획(Chicago Cultural Plan 2012)에 착수하고, 문화 민주화(시민과 도시 문화 비전을 창조하는 과정)에 초점을 맞춘 계획과정을 시작하였다. 첫 타운홀 미팅에서 “문화란 무엇입니까?”라고 묻는 것을 시작으로, 이후 4,700명이 넘는 시카고 시민들이 계획과정에 직접 참여하였다. 또 다른 수천 명은 온라인을 통해 참여하였다.



<그림2> 프로젝트 팀은 다음의 방법을 통해 대중들의 피드백을 모았다. 8번의 타운홀 미팅, 20번의 근린지역 문화 대화시간, 소셜 미디어 교류, 10번의 문화부문 집중 분석 회의, 2번의 도시 전문가와 사상가들의 글로벌 포럼, 수많은 일대일 이해당사자 인터뷰, 독자적으로 열린 분야별 회의, 문화발전계획 웹사이트와 블로그 등

이 과정을 통해 2012년 10월 시카고문화발전계획을 발표한다. 시민제안 대표로

발표장에 선 미셸 분(Michelle T. Boone)은 “비전은 일어나야만 하거나 일어날 지도 모르는 일을 예상하는 행위나 능력으로 정의됩니다. 시카고는 거대한 아이디어와 비전을 가진 사상가들이 언제나 넘쳐났던 도시였습니다. 이 계획 역시 비전을 가진 사상가인 시카고 시민들, 바로 여러분에 의해 만들어졌습니다... 그 결과 예술을 통해 커뮤니티를 건설하고, 경제개발을 촉진하고, 일자리를 창출하고, 관광객을 유치하고, 혁신을 강화할 수 있는 방법에 관한 수백 개의 권고사항이 만들어졌습니다... 여러분의 도시, 여러분의 비전, 여러분의 계획입니다. 이제 모두 함께 계획을 달성하기 위해 노력해봅시다.”라고 제안했다. 발표장에 함께한 람 엠마뉴엘(Rahm Emanuel) 시카고 시장은 이행계획(Transition Plan)에 제시된 이니셔티브를 완수하겠다고 다짐했고, 이 계획은 시민과 시가 함께 추진 중이다.

□ 처음부터 끝까지 함께해야

도시의 미래에 대한 계획은 누가 그 계획을 수립하는가가 무엇보다 중요하다. 왜냐하면 계획과 실행은 분리될 수 없고, 계획한 주체가 자발성을 내기가 더 쉽기 때문이다. 여기에서 중요한 질문을 던지고 싶다. 부평의 문화도시는 구청과 재단, 그리고 전문가가 중심이 되어 실행할 것인가? 아니면 처음부터 끝까지 시민을 중심에 두고, 시민이 주체가 되도록, 계획부터 실행까지 함께하는 혁신적인 계획이 필요할 것이다.

“문화적으로 계획한다”는 것은 주체적인 시민들과 창의적인 예술이 새롭게 결합해 보다 나은 도시를 만드는 과정을 말한다. 지금 세상은 문화예술에게 '나의 문제와 그들의 문제를 뒤섞어 내기'를 통해 새로운 문제해결자로서 창의적인 실천을 요구하고 있기 때문이다. 문화도시 부평의 미래는 문화적으로 계획하고, 시민과 함께하는 방법을 지금 찾는 것에 달려있다고 생각한다.

문화도시는 문화 “밖”에 있다

임 동 근 | 서울대학교 지리학과 교수

문화도시는 문화 “밖”에 있다

임동근(서울대학교 지리학과 교수)

□ 김창수, 부평문화도시 조성사업 전략 수립의 전제들

발표문 중 부평구민의 문화소외 현상을 말하는 부분이 인상적이었다. "부평구민 중 문화예술 행사에 연간 1회도 참여하지 않은 구민이 39%"에 달한다. 그나마도 일회성 단순 참여이고, 구민 중 4.4%만이 동호회 활동을 했었다. 여기에 문화활동을 하더라도 부평 이외에서 진행된다. 그럼에도 부평구에는 많은 문화시설들이 있다. 부평문화재단, 부평아트센터, 부평역사박물관, 등등.

부평의 문화환경에서 개선해야 할 부분, 새로 개발해야 할 부분을 제시하고자 할 때 위 상황은 곱씹어 볼 내용이다. 시설의 문제가 아니라 시설의 활용면을 다시 생각해보자는 의견 또한 타당하다. 하지만 더 나아가 시설의 활용, 그 이상으로 생각해볼 필요도 있다. 부평구민에게 문화예술 행사란 무엇이고, 문화활동이란 어떤 의미인가? 쉽게 말해 부평문화 환경을 만들어 가는 조건들, 여건들은 문화 외부에 있는 않은가? 이 말은 문화도시를 '문화'에서 찾는 한계를 생각하자는 것이다.

발표글의 마지막부분에 중점사업을 구상하며 그 선정기준을 제시하였다. '지속가능성', '문화적 파급', '문화예술의 생활화', '사회경제적 파급', '브랜드 구축'. 문화를 통해 상상하고, 다른 자원들을 문화로 끌어들이고자 하는 기준들이 될 것이다. 여기에 하나 더 첨부하자면 문화라는 장 이전에 부평이라는 장을 계속 생성시키는 새로운 유입들(청년, 이주자 등), 떠나가는 사람들에 대한 고려가 있어야 하지 않을까 생각한다. 모든 정부정책들이 그리는 꿈(정책, 비전)에서 제일 혜택을 못 받아왔던 사람들, 그럼에도 계속 그 곳(부평)에서 사는 사람들을 고려했으면 한다.

□ 권순석, 문화도시 브랜드 전략

얼마전 결정된 서울 도시브랜드를 둘러싼 구설수들은 기존 여러 도시들의 브랜드들을 떠올렸다. 너도나도 유치원 수준의 영어단어들로 만든 브랜드명과 이와함께 보여지는 유치한 도형들을 도시 여기저기에 광고하는 촌극은 지금도 계속된다. 이런 일들을 보며 근본적인 질문을 한다. 왜 다른 도시사람들에게 그 도시를 쉽게 떠올릴 수 있도록 이미지를 씌우길 바라는가? 도시에 거주하는 사람들이 자신의 도시명 앞에 붙는 여러 단어들이 필요한 이유는 무엇인가? 나는 해피 수원에 살아서 해피한가? 물건을 하나라도 더 팔기 위한 광고와 같다면 도시명의 광고는 무엇을 팔고자 하는가?

발표문에서 문화도시 브랜드전략의 성공요건들을 제시하였고, 그 안에는 도시정체성, 일상, 도시스타일, 상징성 등의 중요한 개념들이 있다. 그 개념들이 포괄하는 부평의 많은 것(일, 이벤트, 물건)들이 외부에 널리 퍼지길 바란다. 이 발표문은 그 많은 '것'들을 먼저 생각하는 프로젝트와 결합되어야 할 것 같다.

MEMO

MEMO

MEMO

2015 부 평 문 화 포 럼

4회차 문화도시 부평의 미래

2015년 11월 24일 인쇄

2015년 11월 24일 발행

주 최 | (재)인천광역시부평구문화재단
후 원 | 부평구