

# 지역문화 활성화를 위한 박물관의 계획에 관한 연구

김진형

청운대학교 인테리어디자인학과

jinkim@chungwoon.ac.kr

## A study on the museum planning for promotion of regional culture

Kim, Jin-Hyung

Interior Design Dept. Chungwoon University

### 요 약

박물관은 과거의 단순한 유물의 수장과 전시라고 하는 전통적 개념에 더하여 일반 대중에게 휴식과 교양을 제공하는 문화시설로서 현대인의 심리를 충족시키는 사회교육기관으로까지 그 기능이 확대 되고 있다. 이러한 요구에 비하여 현존하는 지역 박물관은 기능을 충족하기 어려운 현실이고 이를 해결할 방안이 모색되어야 할 시점이다. 이에 본 연구는 이러한 기존 박물관의 문제점을 지역 사회의 특징을 고려하지 않은 사업 시행의 결과로 파악하고, 이를 바탕으로 새로운 박물관의 계획 및 기존 박물관의 리모델링에 있어서 기초적으로 고려하여야 할 사항을 문화 정책과 장소 마케팅 차원에서 접근하였다. 이러한 이론적 조사를 토대로 지역 박물관의 계획의 중요 요소를 도출하여 기초 자료로서 제안하고자 한다.

### 1. 서론

지역사회는 각기 그 나름대로 풍토나 사회가 만들어낸 독자적인 문화적 특징을 가지고 있다. 그러나 근대화와 더불어 지역사회는 그 고유의 독자성을 조금씩 상실하기 시작하였고 오늘날 그 추세는 더욱 빨라지고 있다. 지역의 문화는 다른 지역과는 구분되는 독특한 개성을 가질 때 많은 사람들의 관심을 이끌 수 있으며 이것이 관광 자원화 되어 그 지역의 경제에도 큰 보탬이 될 수 있다.

오늘날 지역 박물관은 ‘지역’이라는 개념의 재인식을 바탕으로 새로운 박물관의 바람직한 위상을 정립해 나가는 시점이라 볼 수 있다. ‘지역에 뿌리를 내리는 박물관’, ‘지역 사회의 활성화를 이끄는 박물관’, ‘지역 사회에 열린 박물관’ 등의 표현은 그 반영이라 할 수 있다. 이러한 새로운 의식의 기본은 박물관에서 새로운 지식을 수동적으로 수용하는 존재로서의 지역 주민을 유치시키는 것이 아니라, 지역 박물관과 지역 주민이 연대하고 지역문화를 내외에 발언하여 지역문화의 중심에 위치하게 하는 것이다.

최근에는 정부의 문화정책에 힘입어 국립 박물관의 경우에는 예산의 증가와 활성화가 이루어지고 있으나, 소수의 국립, 도립 박물관을 제외한 대부분의 지역 박물관은 영세성을 면치 못하여 새로운 요구의 수용은 물론 운영조차 여의치 않은 곳이 많다. 박물관의 과거의 단순한 유물의 수장과 전시라고 하는 전통적 개념에 더하여 일반 대중에게 휴식과 교양을 제공하는 문화시설로서 현대인의 심리를 충족시키는 사회교육기관으로까지 그 기능이 확대 되고 있다.

이러한 요구에 비하여 현존하는 지역 박물관은 기능을 충족하기 어려운 현실이고 이를 해결할 방안이 모색되어야 할 시점이다. 따라서 본 연구에서는 기존 지역문화의 특징을 외국 지역 문화의 발전과 비교하여 살펴보고 앞으로 지역 사회의 문화 성장을 위한 매체로서 박물관의 계획에 관하여 그 계획적 관점에서 논하고자 한다.

## 2. 지역 문화 활성화

### 2.1. 지역사회와 문화 정책

서구의 문화정책은 크게 산업혁명에 의한 도시화의 단계와 2차 세계대전을 전후로 하는 근대화시기를 기점으로 나누어 볼 수 있을 것이다. 급속한 산업화와 이에 따른 사회문제와 주거 문제는 다양한 법률과 정책을 이끌었다. 영국의 경우 도시의 열악한 환경에서 벗어나 전원주택으로의 회귀를 꿈꾸는 열망은 하워드(Ebenezer Howard)의 전원도시 이론에서 비롯된 유토피아적 전원도시를 건설하게 된다.

이러한 19세기와 20세기 초의 영국에서의 문화정책은 예술정책보다는 여가문화정책과 공공녹지(Public space)의 계획이 매우 중요한 부분으로 자리 잡게 되었다. 산업혁명의 발상지 영국과 그러한 문화를 받아들인 미국, 그리고 유럽의 다른 국가들에서도 문화예술 정책 이전에 20세기 초반은 여가문화 정책이 큰 부분을 차지하였고, 오히려 문화유산 및 지적재산권에 대한 소규모 분야를 제외하고는 현재 문화정책의 많은 부분은 자유방임 혹은 자기들이 알아서 지속되었다고 볼 수 있다. 여가 문화는 항상 전원문화와 함께 진행되는데 이는 여가라는 개념이 대부분 도시의 열악한 환경, 노동의 중압감과 반대되는 개념으로 풀여졌기 때문이다. 따라서 산업 환경 위주의 도시내부에 전원풍의 녹지(영국의 하이드 파크와 미국의 센트럴 파크 등)를 조성하고 전통적인 예술보다는 전원풍의 휴양 및 여가에 중점을 둔 문화정책이 중요시 되었다.

전반적으로 2차 세계대전 이전의 유럽 주요 국가들의 문화정책은 ‘푸르름’과 ‘휴식’으로 대변할 수 있고 이는 한 편 ‘자본주의를 위해서’ 다른 한편 ‘자본주의에 대항해서’ 추진되었으며 주요 대상은 도시 노동자였다. 여기서 ‘녹지’, ‘휴식’과 함께 첨가할 수 있는 주제는 바로 ‘교육’이었는데 특히 노동자의 교육에서 나아가 문화 복지의 개념까지 연결되는 ‘대중교육’이 중시됨을 발견할 수 있다. 그러나 여기서 대부분 대중의 교육이란 측면은 시민문화, 생활문화 등 자생적인 문화 활동의 정책적 지원이라기보다는 자본주의 진영 측에서는 국민의 생산력 강화의 측면 그리고 사회주의 진영 측에서는 정치적인 의미가 짙었고 이러한 개념과 원칙은 현재까지도 많은 부분 지속되고 있음을 알 수 있다. 그리고 이러한 부분에서 ‘education’의 개념은 교육이라기보다 훈육 및 양성의 개념이 더욱 짙다고 볼 수 있다.

결론적으로 도시의 악화에 대한 대책으로 성장 및 계획하게 되는 문화정책은 ‘문화’ 혹은 ‘문화예술’ 자체의 기능과 필요성이라기보다 도시의 삶의 질 혹은 Amenity 차원에서 ‘여가(recreation)’와 ‘교육(education)’이 중요한 핵심이 된 부분이라 할 수 있다.

또한 다른 중요한 변화로서 문화예술의 사회적 역할 그리고 공동체 문화와 자생적 문화에 대한 요구가 지역문화의 중요한 화두가 되었던 점을 들 수 있다. 때로는 전통문화의 벽이 너무 커서 이러한 변화가 외면되기도 하였고 때로는 거대한 충돌이 벌어지기도 하였다. 이와 함께 ‘문화운동’이 중요한 사회운동으로 나타나기도 하였고 이러한 변화가 표현된 장이 바로 유럽의 자그마한 페스티벌들의 발돋움이라고 할 수 있다. 당시의 페스티벌 운동은 한마디로 버려진 시간, 버려진 공간과 버려진 시민을 개선하는 운동이라고 표현되기도 하는데 이는 바로 문화가 사라진 시민의 삶에 문화를 불어넣는 역할, 그리고 지역 내의 폐허 혹은 버려진 공간에서의 문화 활동 그리고 가장 중요한 일반 시민에게 문화를 가꾸고 느끼는 기회를 만들어 주는 장으로써 페스티벌이 활용되었다는 것이다. 특히 페스티벌의 공간으로 활용되는 장소는 기존의 전통문화, 순수예술의 장인 근사한 무대가 아닌 일반 생활환경이었다는 점에서 이러한 페스티벌이 ‘삶’과 ‘문화’를 엮어내려 하였다는 의의를 발견할 수 있으며 따라서 이러한 행사들은 자그마하지만 진지하게 벌어졌다. 여기서 진지하다는 표현은 계획성 없이 일회성의 예산 낭비 행사나 관에 의해 주도되는 지자체장을 위한 치적을 염두에 둔 행사나 관광객을 위한 행사가 아닌 자신들을 위한 자신들의 행사로서 추진되었다는 것이다.

특히 이러한 작은 페스티벌에서 30~40년 후 현재에는 매우 거대하고 중요한 페스티벌로 성장된 사례가 많다는 점은 이러한 진지한 출발이 가장 우수한 예술 페스티벌을 낳게 된다는 교훈을 주기도 한다. 우리나라의 경우도 춘천 마임축제, 남양주 야외극 페스티벌, 거창 국제연극제 등이 작지만 수준 높은 행사로 발전하게 된 것도 어느 정도 유사한 점이라고 볼 수 있다.<sup>1)</sup>

### 2.2. 우리나라의 지방자치제와 지역문화정책

우리나라는 1995년 지방자치단체장 선거 이후 본격

1) 김규원, 도시 및 지역 문화정책의 변화와 도전, 지역문화 정책과 마케팅, 디프넷, p.33, 2005

화된 지방화 시대의 물결은 지역중심의 독자적인 문화 개발을 보다 본격화 시키는 계기가 되었다. 국토 개발계획, 문화기본계획, 각 시, 군의 각종 개발계획의 방향이 크게 바뀌게 되었으며, 이를 바탕으로 각 지역사회는 독자적인 전략과 계획으로 그 지역이 갖는 특질을 가다듬어 타 지역과 구분되는 독자적인 문화 요소를 발굴하고 성장시킬 필요에 직면해 있다. 각 지역을 대표하는 특산물과 전통 민속놀이 그리고 유적지는 가장 중요한 관광 자원으로서 2차 산업의 이전에 따른 공동화를 극복하고 공해 없는 친환경적 산업으로서 문화 관광 산업은 더욱 주목받게 되었다.

서구에서 장소마케팅 전략이 등장하고, 그에 대한 학계의 연구와 분석이 본격적으로 시작된 지 어언 20여 년의 세월이 흘렀다. 그러나 우리나라에서는 그 개념이 학문적으로 도입된 지 5년여 밖에 되지 않았고, 아직도 장소 마케팅 전략을 본격적으로 도입한 도시정부는 찾아보기 힘들 정도로, 우리에게 아직 낯선 개념이다. 도시마다 문화도시, 생태도시, 관광도시, 지속가능한 도시, 기업하기 좋은 도시 등을 내세우며 관광객과 기업과 외부주민을 유치하려는 각종 정책들을 펴곤 있지만, 그러한 전략들은 장소마케팅 현상의 일부로 해석될 수는 있어도 장소마케팅 전략으로 자리매김 하기엔 부족함이 많다.

개념에 있어서도 장소마케팅이 아닌, 도시마케팅, 지역마케팅, 관광마케팅, 문화마케팅, 축제마케팅 등 다양한 이름으로 불리고 있고, 그 목적이나 방법도 도시이미지 개선을 위한 단순 캐릭터나 슬로건 개발에서부터, 지역경제를 위한 물리적 개발이나 지역특산물 홍보, 지역문화를 위한 역사문화자원 발굴 및 상품화, 지역자치단체의 정치적 목적을 위한 주민화합축제 등 실로 천차만별이다. 따라서 장소마케팅 전략을 어떤 이는 경제적 측면에서 해석하려 한다. 이 얘기는 그만큼 장소마케팅 전략은 문화와 경제와 정치가 통합되는 새로운 도시발전의 대안적 패러다임으로 자리매김 될 수 있는 잠재력을 지니고 있을 수도 있고, 경제라는 이름으로 문화가 파괴되거나 문화라는 이름으로 개발의 논리를 은폐시키는 일종의 지배이데올로기로 작용할 수도 있다는 것이다.

따라서 장소 마케팅 전략은 어떻게 그것을 인식하고 사용하는냐에 따라 문화를 발전시키는 실천적, 생산적 패러다임이 될 수도 있다. 즉 장소 마케팅 전략은 문화생성이나 문화파괴나를 둘러싼 다양한 담론과 실천들의 끊임없이 개입되고, 부딪치고, 교섭

하는 문화 정치적 장이 될 수 있다.

장소 마케팅 전략의 출발은 ‘장소성 만들기’, 즉 장소의 정체성을 발견, 기획, 생성하는 작업에서 시작한다. 그런 후에 장소성을 토대로 한 ‘문화 콘텐츠 만들기’, 즉 상품화 할 수 있는 지역의 문화적 콘텐츠를 기획, 개발하는 작업이 이어진다. 마지막으로 그러한 콘텐츠를 문화 상품화시키는 세부적인 마케팅 전략과 프로그램이 기획, 추진된다. 이렇게 ‘장소성 만들기’, ‘문화 콘텐츠 만들기’, 그리고 ‘마케팅 프로그램 만들기’가 장소마케팅 전략 만들기의 세 가지 기본 컨셉이라 할 수 있다. 이를 통해서 도시이미지를 향상시키고, 문화관광적 파급효과를 창출하며, 삶의 질을 향상 시키고 정체성을 세우는 도시를 만드는 것이 도시문화 활성화의 기본내용이라 할 수 있다.<sup>2)</sup>

### 3. 지역 박물관의 계획 및 설계

#### 3.1. 지역 박물관의 개념 및 기본계획

지역박물관의 기능은 지역에 관한 역사, 예술, 민속, 산업, 과학 등 고고학 자료 및 기타, 인문, 자연에 관한 학술적 자료를 수집, 보관, 진열하여 지역 주민의 교육적 목적에 이용할 수 있도록 하며 지역 주민의 문화적 향수를 충족시키는 역할을 한다. 이것이 지역을 중심으로 본 박물관의 소극적 역할일 것이다. 그러나 오늘날 박물관은 과거의 문화유산의 보존과 전시라는 소극적 영역에서 탈피하여 보다 적극적인 활동 양상을 보이는데 다양한 교육 프로그램의 제공과 관광영역의 문화활동 그리고 전 예술적 연계 활동 등을 들 수 있다.

지역박물관의 사회적 역할은 지역공동체의 공동관심사를 현실적으로 적절하게 수렴하여 공동체성원의 정체성을 확보하고 지역사회의 발전에 이바지하도록 하는 것이다. 또한 지역의 문화유산과 지역문화재에 대한 이해를 통해 후세에 상속시키는 전달자로서의 역할을 들 수 있다.

#### 3.2. 운영 프로그램

일반적으로 박물관의 교육 프로그램은 장소에 따라 분류하면 관내 교육과 관외교육으로 분류할 수 있다. 관내 교육은 강연 · 강좌 · 세미나 등의 강의식 프로그램과, 전시실의 안내 및 해설을 위한 가이드 투어와 전시실 설명, 체험학습 위주의 워크숍 등

2) 이무용, 도시문화 활성화를 위한 장소마케팅 전략, 지역문화정책과 마케팅, 디프넷, p.56, 2005

으로 구성될 수 있다.

관람객 계층별로 분류하면 일반 대중을 위한 공공 프로그램(청소년 강좌, 어린이 교육프로그램, 주부 강좌, 노인 대학, 관광안내원 강좌), 가족 단위 프로그램, 학교 연계 프로그램, 국내 거주 외국인 대상 프로그램, 장애인 프로그램 등이 있으며, 이외에도 안내도우미 양성교육과 자원봉사자 양성, 박물관 전문 인력 재교육 프로그램이 포함된다. 그 밖에 지역 및 생활문화 환경에 따라 도시 · 농촌 · 어촌 · 산간 · 도서 프로그램 등이 있다.

관외 프로그램으로서 전시회나 교육프로그램에 특정 지역의 관람객을 유도하기 위해서는 지역사회 주민의 공통적인 관심사와 관련된 주제를 설정함으로써 교육적 · 계몽적인 효과를 거둘 수 있다. 관외 프로그램은 순회전시, 학교 대여 서비스, 행사 및 활동 프로그램 등이 있다. 순회 전시는 기존에 박물관에서 기획했던 전시를 중심으로 이루어져서 기존의 소장품을 보충하거나 박물관의 봉사영역을 확장시키기 위해 새로운 자료를 제공해 준다. 국내외 유적과 박물관 · 미술관을 탐방하는 고적 답사 프로그램이 여기에 해당된다. 이는 현재 관내에서 이루어지고 있는 다양한 교육 프로그램과 관외 프로그램을 통해 박물관의 교육 기능을 확장시켜 궁극적으로는 새로운 관람객 계층을 개발하고 그들에게 효과적인 방법을 통해 더 좋은 프로그램을 제공하기 위한 것이다.

#### 4. 결론

본 연구는 지방자치 제도의 실시와 더불어 지역 사회의 주요 문화 시설 가운데 하나인 지역박물관의 계획을 위한 기초 연구로서 지역사회의 정책적 관점에서 접근하여 보았다. 시민사회의 대두와 더불어 문화적 향수를 대표하는 시설중의 하나로 개념적 변화를 거친 박물관은 현대에 와서 종합 문화공간으로서 그리고 지역 마케팅의 대표적 기관으로서 자리 잡아 나아가고 있는 현실이다. 그런데 현재의 대부분의 지역 박물관의 경우 이러한 경향과 지역사회의 요구를 충족하기 어려운 현실임을 볼 때 앞으로 계획되어지는 박물관의 경우 고려되어야 할 내용들을 정리하여 보았다.

먼저 지역 사회의 박물관은 지역 시설과 박물관 시설의 두 가지 개념을 근거로 지역의 문화발전과 주민의 공동체적 지역문화행위를 수용할 수 있는 물리적 공간이 시설로 구현된 것을 의미한다고 볼 수 있다. 즉 지역 사회의 필요에 의해 지역 내에 만든 시

설물을 의미한다. 지역 박물관은 지역공동체의 공동관심사를 현실적으로 적절히 수렴하여 공동체 구성원의 정체성을 확보하고 지역사회의 발전에 이바지하도록 하는 것이다. 또한 평생교육기관으로서 지역 박물관은 훌륭한 조건을 갖추고 있다.

지역 박물관의 계획을 위한 내용으로는 지역 박물관의 개념에 대해 고찰 해 보았고, 건축 설계를 위한 중요 사항을 정리하였다. 그리고 실내 공간 계획을 위한 내용을 정리하였으며 박물관 운영 프로그램에 대하여 다룸으로서 본 연구를 마무리하였다. 박물관은 문화와 정책 그리고 물리적으로는 건축과 실내 공간으로 구성되며 장치와 프로그램을 갖는 종합 문화공간으로서 어느 한 분야에만 집중할 수 없는 매우 복잡하고도 섬세한 조직이라는 특징을 띄고 있다. 지역 문화를 이끄는 박물관으로서 자리 잡기 위해서는 설립의 주체가 되는 관이나 개인 모두 독자적인 관점보다는 지속할 수 있는 박물관으로 거듭나기 위한 노력이 필요하다고 본다. 이르기 위해서는 먼저 지역의 정체성을 확실히 파악하고 지역 문화를 발굴하며 지역 주민의 참여를 이끄는 노력이 필수적이라고 할 수 있다.

#### 참고문헌

- [1] 김규원 외, 도시 및 지역 문화정책의 변화와 도전, 지역문화 정책과 마케팅, 디프넷, 2005,
- [2] 배리 로드, 문화 산업의 핵 박물관 디자인하기, 월간 디자인284, 2002
- [3] 보니타 M. 콜브 지음, 이보아 외 번역, 문화예술 기관의 마케팅, 김영사, 2005
- [4] 박물관학 개론, 이보아, 김영사, 2000
- [5] 사단법인 한국박물관협회, 한국의 박물관 미술관 (강원, 대전, 충남, 충북), 한국박물관 협회, 2006
- [6] 마이클 벨처, 박물관 전시의 기획과 디자인, 예경, 2006
- [7] 이영진 외 편저, 박물관 전시의 이해, 학문사, 2000
- [8] 박선상 외, 폐광지역 활성화를 고려한 지역전시관 계획에 관한 연구, 대한건축학회 학술발표대회 논문집 제26권 제1호
- [9] 오즈카 카즈요시, 홍종필 역, 박물관학, 백산출판사, 2004