

만화축제의 도시 활성화 가치 인식에 관한 연구 : BICOF 사례를 중심으로

- I. 연구의 목적과 의의
 - II. 이론적 배경 및 분석의 틀
 - III. 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치 분석
 - IV. 결론
- 참고문헌
ABSTRACT

임학순

초 록

이 연구는 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치를 경제적 가치, 사회적 가치, 문화적 가치, 도시 이미지 가치로 구분하여 지표체계를 개발하고, 이러한 가치들에 대한 축제 이해관계자들의 인식을 조사하는데 목적을 두고 있다. 이를 위하여 축제와 도시의 관계에 관한 선행연구들을 살펴보았으며, 부천국제만화축제의 목적과 프로그램을 분석하였다. 또한 59명의 축제 이해관계자들을 대상으로 도시 활성화 가치에 대한 AHP 조사를 실시하였다. 분석결과, 축제 운영기관의 제도적 가치는 문화적 가치와 도시 이미지 가치 패러다임에서 최근에 경제적 가치 패러다임으로 전환하고 있지만, 축제 이해관계자들은 오히려 경제적 가치 보다 문화적 가치와 도시 이미지 가치를 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 부천국제만화축제의 경우, 만화축제의 정체성이 아직 정립되어 있지 않으며 도시 활성화 차원에서 어떻게 접근할 것인지에 대한 비전이 구체적으로 설정되어 있지 않은 것으로 나타났다. 축제 운영과정에서 문화적 가치는 상대적으로 지속성을 확보하고 있으나, 경제적 가치와 사회적 가치는 지속성과 체계성을 확보하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 축제 관련 전문가 AHP 분석결과, 문화적 가치와 도시 이미지 가치를 경제적 가치와 사회적 가치에 비해 높게 평가한 것으로 나타났다. 이것은 경제적 가치를 중요한 정당성의 근거로 표방하는 도시정책에 대한 비판적 시각이 담겨있다고 볼 수 있다. 이러한 분석결과는 앞으로 축제의 정체성을 도시 활성화 관점에서 정립하는데 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 또한 이해관계자의 인식 조사 결과, 이해관계자들에 따라 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 인식에 있어서 중요도와 우선순위에 있어서 차이가 있는 것으로 나타났다. 대부분의 집단이 '문화도시 정체성 형성'을 1순위로 인식한 것에 반해 주민자치조직 관계자들의 경우 '시민들의 문화 활동 참여 활성화'를 1순위로 꼽았고, 만화창작 부문(만화가)의 경우 '만화창작 활성화'와 '만화문화인식 개선'을 1순위로 인식했다. 이해관계자 분석결과, 문화적 가치와 도시 이미지 가치에 대해서는 비교적 인식의 차이가 작은 반면에, 경제적 가치와 사회적 가치를 둘러싸고는 인식의 차이가 크게 나타났다. 이와 관련하여 이 연구에서는 앞으로 가치 인식차이를 해소하기 위해 축제의 정체성 확립과 이해관계자 간의 소통, 그리고 참여기반의 거버넌스 체계를 구축할 필요가 있다는 점을 제시하였다.

주제어 : 만화축제, 도시 활성화, 콘텐츠산업, 문화도시, 도시문화, 문화정책

I. 연구의 목적과 의의

부천만화축제(BICOF)는 1998년에 처음 개최된 이래 2011년 제 14회에 이르기까지 부천시의 도시 활성화 정책과 밀접하게 연관되어 있다. 부천시는 1998년에 만화문화도시 계획을 수립한 이후 부천만화정보센터를 설립하고, 부천만화축제를 개최하였으며, 1999년에는 만화산업육성 중장기계획을 수립하였다.¹⁾ 이것은 부천만화축제가 부천시의 도시 활성화 정책과 밀접하게 연관되어 있다는 것을 의미한다.²⁾ 이러한 도시 활성화 전략은 지역의 문화전통에 바탕을 둔 것이 아니라 만화라는 새로운 문화영역을 도입하여 도시 활성화 자원으로 활용하려는 의도가 담겨있다고 볼 수 있다. 다른 한편으로, 부천만화축제는 출판만화에 초점을 둔 축제로서 만화창작 활성화, 만화문화 발전, 그리고 만화산업 발전 등 우리나라 만화생태계 차원에서 중요한 의미를 지니고 있다.³⁾

이와 같이 부천만화축제는 도시 활성화 측면과 만화생태계 측면을 모두 내포하고 있다고 할 수 있다. 도시 활성화 측면과 만화생태계 측면은 한편으로는 상호 긴밀하게 연관되어 있으면서도 다른 한편으로는 가치의 우선순위를 둘러싸고 갈등 관계를 형성할 수도 있다. 부천만화축제와 연관 있는 중앙정부, 부천시, 지역주민, 만화창작자, 만화산업 관련 기업, 시민사회단체, 방문객 등 다양한 이해관계자들의 이해관계가 축제과정에 투입될 수 있기 때문이다. 또한 부천만화축제의 도시 활성화 가치를 구성하는 경제적 가치, 사회적 가치, 문화적 가치, 도시 이미지 가치 중에서 어떤 가치를 중요하게 우선적으로 고려해야 하는지에 대해서도 갈등상황이 야기될 수 있다.

그러나 그 동안 도시 활성화 차원에서 부천만화축제의 정체

- 1) 김승동, 「지방의 문화산업 계획과정에 대한 소고 : 부천시의 만화산업 육성 과정과 성과를 중심으로」, 『지방문화정책연구』, 통권 1호(2006), pp.37-50.
- 2) 만화축제는 도시와 밀접한 관계를 지니고 있다. 프랑스 앙굴렘 시의 경우, 만화페스티벌을 통해 국제만화도시로서의 위상을 확보하고 있으며, 만화페스티벌, 만화 문화 공간, 교육 공간 등의 요소를 바탕으로 도시 활성화를 추구하는 대표적인 사례라고 할 수 있다. (한상경, 「앙굴렘 국제만화 페스티벌 그 성공적 개최의 요인」, 『만화와 문화산업 그리고 도시』, 북코리아, 2007, pp.264-279)
- 3) 부천국제만화축제가 처음 개최된 1998년은 '국민의 정부'가 들어서서 문화산업을 육성하기 위한 지원정책을 강화하는 시기였다. 1999년에 문화관광부는 문화산업진흥5개년계획과 첨단문화산업단지 조성지원 기본계획을 수립하였다. 그리고 문화관광부는 2003년에 '만화산업진흥 5개년계획 : 2003-2007'을 수립하여 만화산업진흥정책을 적극적으로 추진하기 시작하였다.

성과 포지셔닝(positioning)에 대해 논의한 연구는 거의 없는 실정이다. 부천만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 논의 또한 거의 이루어지지 않고 있다.⁴⁾ 부천만화축제의 도시 활성화 파급효과에 대한 논의는 그 동안 추상적이고 수사학적인 차원에 머물렀으며, 구체적인 지표 및 평가를 바탕으로 이루어지지 못하고 있다. 부천국제만화축제가 지역경제와 시민들의 생활에 어떤 의미를 가져야 하는가에 대한 논의 또한 주로 정치적 담론에서 부분적으로 이루어지는데 머물렀으며, 학문적인 연구로 발전되지는 못하였다.

이러한 맥락에서 이 논문에서는 부천만화축제의 도시 활성화 가치 모형을 개발하고, 이러한 가치모형에 대한 축제 이해관계자들의 인식을 파악하는데 목적을 두고 있다. 이를 위하여 축제와 도시활성화의 관계에 대한 이론적 논의들을 살펴보고, 부천만화축제의 목적과 프로그램에 대한 사례분석을 실시하였다. 또한 부천만화축제 이해관계자 59명에 대한 계층화분석법(AHP: Analytic Hierarchy Process)을 실시하였다. 이러한 분석은 부천만화축제의 정체성을 도시활성화 맥락에서 정립하고, 포지셔닝 하는데 활용될 수 있을 것이다. 또한 이 연구는 부천만화축제를 둘러싼 이해관계의 차이를 규명함으로써 참여와 협력기반의 축제체계를 구축하는 준거자료가 될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경 및 분석의 틀

1. 이론적 배경

만화축제의 도시 활성화 가치모형을 개발하기 위해서는 만화축제, 문화와 도시 활성화, 그리고 축제와 도시 활성화의 관계에 관한 선행연구를 살펴볼 필요가 있다.

첫째, 만화축제에 대한 학문적 논의는 2007년 이후 점차 늘어나고 있지만 아직은 매우 취약한 실정이다.⁵⁾ 박성식(2007,

4) 박성식은 부천국제만화축제의 개별프로그램의 목적성이 모호하여 문화축제와 산업행사와 지역축제 사이에서 표류한 측면이 있다고 지적하고 있다. (박성식, 「만화콘텐츠 기획의 사례 : 2007 부천국제만화축제를 중심으로」, 『디지털콘텐츠와 문화정책』, 통권 2호(2007), p.238).

2011)과 강정연(2008)은 만화축제의 전반적인 발전방안에 대해 논의하고 있지만, 만화축제와 도시 활성화의 관계에 대해서는 다루고 있지 않다.⁶⁾ 만화축제와 도시 활성화에 관한 최초의 연구로는 유은옥(2010)의 연구를 들 수 있다. 이 연구는 부천국제만화축제의 도시 활성화 효과를 도시 이미지 창출, 지역경제 활성화, 창의적 커뮤니티 구축 측면에서 진단하고, 만화축제를 활용한 도시 활성화 방안을 제시하고 있다.⁷⁾ 특히 만화축제의 사회적 가치라고 할 수 있는 ‘창의적 커뮤니티 구축’ 요인을 중요하게 제시했다는 점에서 의미가 있다고 할 수 있다. 그러나 이 연구에서는 부천국제만화축제와 도시 활성화의 관계에 작용하는 다양한 이해관계에 대한 분석은 제시되지 못하고 있다.

둘째, 문화를 활용한 도시 활성화 논의는 만화축제의 도시 활성화 가치를 이해하는데 중요한 이론적 배경으로 작용할 수 있다. 만화는 문화를 구성하는 요소 중의 하나이기 때문이다. 문화와 도시 활성화 관계를 연구한 대표적인 학자라고 할 수 있는 Bianchini(1993)는 도시 활성화(Urban regeneration)를 경제적 차원, 환경적 차원, 사회적 차원, 문화적 차원, 상징적 차원, 정치적 차원 등이 혼합된 개념으로 이해하고, 이러한 도시 활성화 전략으로 문화계획 접근(cultural planning approach)방법을 제시하고 있다.⁸⁾ 그는 또한 도시 활성화 전략을 추진하는 과정에서 사회문화적 목표와 경제적 목표, 국제화와 지역정체성, 순수예술과 대중예술, 커뮤니티 지향성과 엘리트 지향성, 소비지향성과 생산지향성 등 대립되는 이슈들이 제기된다고 지적하고 있다. 또한 문화를 활용한 도시 활성화 가치는 시대에 따라 다를 수 있다. 예컨대, 유럽도시들의 경우, 1970년대에는 주로 사회적, 정치적 관심이 초점이었지

5) 이상민·임학순, 「우리나라 만화연구경향 분석과 향후과제」, 『만화애니메이션연구』, 동권 16호 (2009), p. 12.

6) 박성식, 앞의 책, pp.61-76, 박성식, 「부천국제만화축제의 발전방향과 기획체계」, 『만화와 문화산업 그리고 도시』, 북코리아, 2007, pp.226-251. 박성식, 「서울 국제 만화애니메이션 페스티벌(SICAF)를 통해 본 국내 문화콘텐츠 국제축제의 이슈」, 『디지털콘텐츠와 문화정책』, 통권 5호 (2011), pp.117-131. 강정연, “부천 국제 만화축제의 진단과 발전방향에 관한 연구”, 이화여자대학교 석사학위논문(2008).

7) 유은옥, “만화축제를 활용한 도시활성화 방안 연구 : BICOF 사례를 중심으로”, 가톨릭대학교 석사학위논문(2010.02).

8) Bianchini F. & Parkinson Med, *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*, Manchester : Manchester University Press, 1993., pp.199-213.

만, 1980년대에는 경제적 관심이 주요하게 대두되었다.⁹⁾

Throsby(2010) 또한 도시 활성화의 개념을 도시경제, 문화 발전, 사회발전, 시민들의 삶, 도시환경 전반을 포괄하는 것으로 광범위하게 정의하고 있다. 문화를 활용하여 달성할 수 있는 도시 활성화 범주에는 사회적 참여, 고용창출, 사회통합, 지속가능한 도시 창조, 도시경제, 도시의 문화적 정체성 형성, 창조클러스터 형성 등이 포함된다.¹⁰⁾ Stewart(2008)는 예술을 삶의 질과 도시경제 차원에서 도시자산(urban asset)으로 인식하고, 예술기반 도시 활성화 전략 모델을 제시하고 있다.¹¹⁾ 이와 같이 문화를 활용한 도시 활성화 접근들은 도시 활성화의 개념을 종합적으로 정의하고, 이 과정에서 작용하는 가치 갈등 이슈를 파악할 필요가 있다는 점을 제시할 수 있다는 점에서 의미가 있다.

셋째, 축제와 도시 활성화의 관계에 관한 이론적 논의를 정리한 대표적인 연구로는 Quinn(2005)의 논문을 들 수 있다.¹²⁾ 그는 도시에 예술페스티벌이 증가하고 있지만, 예술페스티벌이 도시에 미친 영향에 대해서는 논의가 미흡하다고 지적하고 있다. 이 논문에 따르면, 그 동안 도시정부는 축제의 경제적 문제와 도시 이미지문제를 해결하는 단기 수단 차원에서 접근하였고, 축제의 사회적 가치와 문화적 가치에 대한 논의는 상대적으로 미흡했다. 그는 축제와 도시의 관계에 대해 이미지 창조(imager-maker), 관광객 유치(tourist attraction), 커뮤니티(community), 국제화와 지역다양성(globalisation and Local Diversity) 관점으로 구분하고 있다. 또한 Gets(1991)는 축제를 ‘공공성과 주제가 있는 축하이벤트’라고 정의하고, 경제적 의미 뿐 아니라 사회문화적 의미도 동시에 내포하고 있다고 보고 있다.¹³⁾

Richards & Palmer(2010)는 이벤트가 도시의 경제적, 사회적, 문화적, 정치적 측면 전반에 영향을 주고 있고 있기 때문에 이벤트는 도시의 개발 및 재건의 과정에서 중요하게 작용

9) Bianchini F., 1993, 앞의 책, pp.1-20.

10) Throsby D., *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge University Press, 2010, pp.131-145.

11) Cherbo J. M., Stewart R. A. & Wyszomirski M.J.(eds), *Understanding the Arts and Creative Sector in the United States*, Rutgers, 2008, pp.105-128.

12) Quinn B., "Arts Festivals and the City", *Urban Studies*, Vol.42, No.5(2005), pp.927-943.

13) Gets D., *Festivals, special events, and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, 1991, pp.39-66.

하고 있다고 보고 있다.¹⁴⁾ 여기서 도시 활성화 개념에는 도시의 역동성, 생동감, 차별성, 활력, 지속가능성, 브랜드이미지가 모두 내포되어 있다.¹⁵⁾ 이와 관련하여 Richards & Palmer는 이벤트의 도시 활성화 효과를 경제적 영향(economic impacts), 사회적 영향(social impacts), 문화적 영향(cultural impacts), 그리고 이미지 영향(image impacts)으로 구분하고 있다.¹⁶⁾

한편 축제와 도시 활성화의 관계를 이해관계자 및 정치과정으로 접근하는 연구들이 있다. Richards & Palmer(2010)는 도시이벤트가 복잡한 이해관계 네트워크 맥락에서 이루어지고 있다고 지적하고, 도시이벤트가 성공적으로 추진되기 위해서는 이러한 이해관계를 조정하고 합의를 도출하는 체계를 갖출 필요가 있다고 제시하고 있다.¹⁷⁾ Mossberg & Gets(2006)는 축제를 이해관계자 관점에서 분석하면서 브랜드소유권이 페스티벌 브랜딩에 영향을 미치는가에 대해 다루고 있다.¹⁸⁾ 이들은 지역주민, 민간기업, 지방정부 등 다양한 이해관계자들이 있기 때문에 축제의 브랜드통제 과정이 복잡하며, 갈등이 존재한다고 인식하고 있다. 이들은 또한 축제의 소유권, 이해관계자들의 참여, 공동브랜딩 전략 등을 분석하여 이해관계자 지도(stakeholder mapping approach)작성 접근방법을 제시하고 있다. Larson(2002) 또한 ‘정치적 마켓광장(Political market square)’이란 개념을 사용하여 축제조직과 축제마케팅을 이해관계, 갈등, 권력 관점에서 분석하고 있다.¹⁹⁾

2. 분석의 틀

-
- 14) Richards G. & Palmer R., *Eventful Cities : Cultural Management and Urban Revitalisation*, Elsevier, 2010, pp.1-38.
- 15) Richards & Palmer는 도시들이 이러한 이벤트를 도시활성화 수단으로 활용하는 데에는 ①도시 삶의 질 증진 ② 창조적 활동 촉진 ③ 고객 성장 ④ 파트너십의 형성 ⑤ 레크리에이션 및 교육 기회 증대 ⑥ 경제적 편익과 사회적 편익 ⑦ 국내 및 국제적인 이미지 고양 ⑧ 시민들의 목적 충족 등의 요인들이 작용하고 있다고 제시하고 있다. (Richards G. & Palmer R., 2010, 앞의 책, pp.1-38)
- 16) Richards G. & Palmer R., 2010, 앞의 책, pp.335-381.
- 17) Richards G. & Palmer R., 2010, 앞의 책, pp.335-381.
- 18) Mossberg L & Gets D., “Stakeholder Influences on the Ownership and Management of Festival Brands”, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol.6, No.4(2006), pp.308-326.
- 19) Larson은 gatekeeping(페스티벌 참여 통제), negotiation(상대적 권력 차이 반영), coalition building(공식적/개인간 네트워크), building trust(평판과 과거 성과), identity building(이벤트 이미지와 브랜드) 등 5개의 정치과정 유형을 제시하고 있다. (Larson, M.,Larson, M., “A political approach to relationship marketing : Case study of the Storsjöyran Festival”, *International Journal of Tourism Research*, Vol.4, No.2(2002), pp.119-143).

이 논문에서는 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치 모델을 개발하고, 다양한 이해관계자들의 가치인식 수준을 분석하는데 초점을 두고 있다. 도시 활성화 가치란 부천국제만화축제가 도시를 활성화하기 위하여 추구하는 이념과 목표를 의미한다. 이 논문에서는 도시 활성화의 개념을 앞에서 살펴본 Bianchini(1993)와 Throsby(2010), 그리고 Richards & Palmer(2010)의 논의와 마찬가지로 경제, 문화, 사회, 환경, 이미지, 정치 등을 모두 아우르는 포괄적인 개념으로 설정하였다. 그리고 Richards & Palmer의 이벤트의 도시 활성화 가치 모델을 준거로 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치를 설정하였다.

Richards & Palmer(2010)는 이벤트의 도시 활성화 효과를 경제적 영향(economic impacts), 사회적 영향(social impacts), 문화적 영향(cultural impacts), 그리고 이미지 영향(image impacts)으로 구분하고 있다.²⁰⁾ 첫째, 경제적 영향은 이벤트가 방문객 확대, 이벤트지출, 고용창출, 관광활성화 등을 통해 지역경제에 기여하는 것을 의미한다. 이벤트의 직접효과(direct effects) 뿐 아니라 간접효과(indirect effects) 및 유발효과(induced effects)를 모두 포괄한다. 이러한 이벤트의 경제적 영향은 상징경제(symbolic economy: Lash & Urry, 1994, Zukin, 1995)와 체험경제(experience economy: Pine & Gilmore, 1999), 그리고 문화경제(cultural economy)가 발전하면서 한층 확대되고 있다.

둘째, 사회적 영향은 이벤트가 도시의 사회발전에 미치는 영향을 나타낸 것으로 시민 자부심(civic pride), 사회적 네트워킹(social networking), 공동체 형성, 삶의 질 향상, 자발적 조직 활동 강화, 사회통합, 지역자부심 등이 이러한 범주에 포함된다. 셋째, 문화적 영향은 이벤트가 도시의 문화영역에 미치는 양향을 의미하는데, 이를 측정하는 지표로는 문화 참여수준, 문화조직간 협력, 문화생산 수준, 문화재원 변화, 새로운 창작활동 등을 들 수 있다. 넷째, 이미지 영향은 이벤트가 도시의 이미지 변화에 미치는 영향을 나타낸 것이

20) Richards G. & Palmer R., 2010, 앞의 책, pp.335-381.

다. 도시 이미지는 도시의 차별적 특성과 브랜드를 형성하는 중요한 자원으로 도시경쟁력에 영향을 미친다. 이러한 도시 이미지는 도시정체성과 브랜드이미지에 영향을 미칠 뿐 아니라 도시의 경제와 사회 및 문화에도 중요한 영향을 미친다.

이 논문에서는 이러한 이론적 논의를 바탕으로 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치를 경제적 가치, 사회적 가치, 문화적 가치, 도시 이미지 가치로 세분하여 가치모델을 개발하였다.

첫째, 경제적 가치는 부천국제만화축제를 통해서 부천시의 지역경제를 활성화하는 것에 초점을 둔 것이다. 축제관광은 이러한 가치를 구현하는 대표적인 지표라고 할 수 있다. 또한 만화축제는 만화의 창작과 소비를 연결해주는 마케팅 측면을 내포하고 있기 때문에 지역의 만화산업 및 연관 산업의 경쟁력을 강화하는데 중요한 마켓플레이스 기능을 수행할 수 있다. 이와 관련하여 이 연구에서는 경제적 가치를 ‘지역관광 활성화’, ‘만화산업 경쟁력 강화’, ‘지역콘텐츠산업 경쟁력 강화’로 세분하였다.

둘째, 사회적 가치는 부천국제만화축제를 통해서 지역사회의 활력, 공동체형성 및 사회통합, 시민들의 긍정적 인식과 참여 등을 활성화하는 것에 초점을 둔 것이다. 이와 관련하여 사회적 가치를 ‘지역에 대한 시민들의 자긍심’, ‘시민들의 자발적 참여 활성화’, ‘시민들의 문화 활동 참여 활성화’, ‘지역공동체 형성’으로 세분하였다.

셋째, 문화적 가치는 부천국제만화축제가 만화문화, 만화창작, 만화네트워크 등 만화생태계의 문화적 측면에 초점을 둔 것이다. 이와 관련하여 문화적 가치를 ‘만화 창작 활성화’, ‘만화 문화 인식 개선’, ‘만화 문화 활동 참여 활성화’, ‘만화네트워크 구축’ 등으로 세분하였다.

넷째, 도시 이미지 가치는 부천국제만화축제가 도시의 이미지 변화에 미치는 영향에 초점을 둔 것이다. 이와 관련하여 이 연구에서는 도시 이미지 가치를 ‘문화도시정체성 형성’, ‘도시 공간 환경 개선’ 지표로 세분화하였다.

아래 <표 1>은 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치모델의 세부지표들에 대한 설명을 나타낸 것이다.

가치 영역	지 표	지표에 대한 설명
경제적 가치	지역관광 활성화	• BICOF는 방문객을 확대하여 지역관광을 활성화해야 한다.
	만화산업 경쟁력 강화	• BICOF는 만화산업의 경쟁력을 강화하는데 기여해야 하고, 만화마켓플레이스로서의 기능을 강화해야 한다.
	지역콘텐츠 산업 경쟁력 강화	• BICOF는 콘텐츠산업 전체의 경쟁력을 강화하는데 기여해야 한다.
사회적 가치	지역에 대한 자긍심	• BICOF는 시민들의 지역에 대한 자긍심을 향상시켜야 한다.
	시민참여 활성화	• BICOF는 시민들의 지역사회 활동에 대한 참여를 활성화시켜야 한다.
	시민들의 문화 활동 참여 활성화	• BICOF는 시민들의 문화활동에 대한 참여를 활성화하여 문화적 삶의 질을 향상하는데 기여해야 한다.
	지역공동체 형성	• BICOF는 지역사회의 다양한 공공 및 민간부문 조직들간의 파트너십을 증진하고 협력네트워크를 구축하는데 기여해야 한다.
문화적 가치	만화창작 활성화	• BICOF는 지역에서의 만화 창작 활동이 활발하게 일어나는데 기여해야 한다.
	만화문화 인식 개선	• BICOF는 시민들의 만화에 대한 인식을 긍정적으로 개선하는데 기여해야 한다.
	만화 문화 활동 참여 활성화	• BICOF는 시민들의 만화문화 활동에 대한 참여를 증진시키는데 기여해야 한다.
	만화네트워크 구축	• BICOF는 만화분야의 협력네트워크를 구축하는데 기여해야 한다.
도시 이미지 가치	문화도시 정체성 형성	• BICOF는 부천시의 문화특별시로서의 정체성을 형성하는데 기여해야 한다.
	도시 공간 환경 개선	• BICOF는 부천의 도시공간 환경을 개선하는데 기여해야 한다.

표 1. 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치 모델 : AHP 분석 구조도

한편 이 연구에서는 만화축제의 도시 활성화 가치가 실제 축제의 목표 및 내용에 어떻게 내포되어 있는가를 분석하였다. 또한 축제 이해관계자들(stakeholders)을 대상으로 만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 인식조사를 실시하였다. 이것은 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 인식이 이해관계자들에 따라 다를 것이라는 가설에 바탕을 둔 것이다. 부천만화축제의 핵심 이해관계자는 크게 두개의 축으로 구분하여 살펴볼 수 있다. 하나는 부천이라는 지역 차원에서 초점을 둔 것이고 다른 하나는 만화생태계 차원에 초점을 둔 것이다.

첫째, 지역성에 기반을 둔 이해관계자로는 부천시청과 지역 주민을 들 수 있다. 부천시청은 부천국제만화축제를 설립했을 뿐 아니라 축제운영에 필요한 자원을 제공하고 있다는 점에서 영향력이 큰 이해관계자라고 할 수 있다. 또한 부천시는 축제 기획, 집행, 평가에 이르는 전체 과정에서 중요한 의사결정자로서의 위상을 확보하고 있다. 다른 한편으로 지역주민은 시의회 및 주민조직을 통해 축제체계에 영향을 미칠 수 있다. 축제가 상당부분 부천시의 예산으로 운영된다는 점에서 지역 주민들은 일정한 소비자주권으로서의 권리를 가지고 있다고 할 수 있다. 또한 지역주민은 축제의 고객으로서, 그리고 협력자로서의 위상을 갖고 있다.

둘째, 만화생태계에 기반을 둔 이해관계자는 만화의 생산과 소비 차원에서 접근할 수 있다. 만화창작자, 만화관련 기업, 만화독자 등이 이러한 범주에 포함된다. 만화창작자는 축제를 통해 만화창작 활동을 발표하고, 만화기업 및 소비자들과 소통할 수 있는 기회를 가질 수 있다. 만화창작자들은 부천국제만화축제 설립당시부터 중요한 역할을 수행하여 왔으며, 지속적으로 운영과정에서 핵심역할을 수행하고 있다. 또한 만화창작자들은 축제의 핵심자원이라고 할 수 있는 전문지식과 만화 콘텐츠를 제공하는 위치에 있다. 만화관련 기업은 축제의 마켓플레이스 역량을 강화하는데 있어서 중요한 이해관계자라고 할 수 있다. 기업을 통해 만화창작품이 산출되고, 만화의 가치가 확장될 수 있기 때문이다. 만화독자 또한 만화문화를 발전시키는데 있어서 매우 중요한 이해관계자라고 할 수 있다.

이 연구에는 공무원 및 공공기관 종사자, 만화창작자, 만화관련 기업가, 주민조직 및 시의회 관계자 등을 부천국제만화축제의 이해관계자로 선정하여 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 인식조사를 실시하였다. 또한 만화영역에 대한 학자 및 연구자들을 대상으로 인식조사를 실시하여 비교적 이해관계로부터 자유로운 전문가들의 도시 활성화 가치 인식 수준을 파악하였다. 이를 위하여 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 지표체계를 중심으로 AHP 조사를 실시하였다.

본 연구의 설문대상은 만화관련 전문가들로 구성되어 있으

며, 설문은 2011년 8월 중 전자우편(e-mail) 및 면접 조사방법으로 진행되었다. 설문지는 총 59부가 회수되었고, 회수된 설문들의 신뢰성분석 결과 일관성이 낮거나 불성실한 응답이 없었기 때문에 59부 모두가 분석에 사용되었다.²¹⁾ 본 연구의 분석은 Microsoft Excel 2007 프로그램을 사용하여 실시하였다. 인구통계학적 특성은 ①시의회 및 주민자치회 관계자 12명 ② 공무원 및 만화진흥기관 관계자 13명 ③ 만화가 12명 ④ 만화산업 및 콘텐츠산업 관계자 11명 ⑤ 대학교수 및 만화분야 전문가 11명 등이다.

Ⅲ. 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치 분석

1. 축제목표 및 프로그램 분석

축제의 목표는 축제의 방향과 성과를 제시하기 때문에, 축제기획, 프로그램운영, 평가 등 축제 과정 전반에 걸쳐 준거지표로 작용한다. 이러한 목표를 분석함으로써 부천국제만화축제가 추구하는 도시 활성화 가치를 파악하는데 활용할 수 있다. 부천국제만화축제의 결과보고서 자료들을 바탕으로 축제목표를 분석한 결과, 만화문화, 만화산업, 지역이미지, 지역경제, 국제화 등 복합적인 가치를 추구하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 개최시기에 따라 축제목표들의 중요도에는 차이가 있는 것으로 나타났다. 설립 초기에는 주로 만화문화에 초점을 두었으나 점차 만화산업, 지역이미지, 국제화 등 경제적 가치를 추구하는 방향으로 확대되는 경향을 보이고 있다.

첫째, 만화축제의 초기(1회-4회)에는 주로 만화문화의 확산 관점에서 접근되었다. 사단법인 부천만화정보센터(2002)의 『부천만화정보센터 백서 1998-2001』에 따르면, 부천국제만화축제가 초기에는 만화가 저급한 문화가 아닌 생활문화로 인식시키는데 크게 기여한 것으로 자체 진단하고 있다.²²⁾ 제 4

21) AHP 기법의 신뢰성은 개인의 판단오차 정도를 측정하는 방법인 일관성 비율(Consistency Ratio: 이하 CR)을 계산함으로써 확보가 가능하다. 일반적으로 일관성 비율은 그 값이 대체로 0.1보다 작을 경우 응답자가 일관성 있게 이원비교를 수행한 것으로 판단하고 있다(Saaty, 1982). 하지만 CR의 값이 0.2 이하까지도 일관성 유지가 가능하다는 견해도 있다(Saaty & Kearns, 1985). 본 연구에서는 CR을 0.2까지 수용하여 분석에 포함시켰다.

회 축제에서는 “한국만화박물관 개관을 기념하여 한국만화문화의 다양한 흐름을 소개하고, 만화인과 만화애호가들이 만나는 만남의 장을 마련하여, 출판만화의 활성화와 만화문화의 대중적 확산 “을 부천만화축제의 목적으로 설정하였다. 기획전시 프로그램은 축제 초기 단계에서부터 지속적으로 중요하게 운영되고 있는데, 전시주제는 작가, 작품, 해외만화작품, 만화 트렌드, 만화연관 이슈 등 다양하다.

둘째, 만화축제의 경제적 가치가 부각되기 시작한 것은 제 5회 축제부터라고 할 수 있다. 제 5회 축제는 축제 개최목적으로 “만화 출판계 및 관련업계의 글로벌 네트워크 구축”, “만화와 관련한 캐릭터 산업 등 파생산업의 참여기회를 통한 만화산업의 육성과 시장의 활성화”, “생산과 유통 및 투자의 참여 기회를 제공하여 민간투자를 촉진하며 전시, 거래의 장을 통한 시장 확대 가능성을 제출”, “향후 아시아 출판만화를 중심으로 한 세계 출판만화의 견본시로서의 토대 마련” 등을 설정하여 만화산업 활성화에 초점을 두고 있다. 제 5회 축제는 ‘만화, 문 열고 나가기’ 라는 컨셉으로 기획되었으며, 만화산업에 대한 관심이 처음으로 도입되었다. 제 5회 축제를 계기로 만화산업의 경쟁력이 축제의 중요한 목적으로 추가 설정되었다. 그러나 이러한 경제적 가치는 그 이후 구체적인 프로그램으로 확대되지 못하고, 오히려 위축되어 왔으며, 정체성의 혼란을 경험하고 있다. 이와 함께 부천국제만화축제는 국제만화페어 및 마켓플레이스 기능을 어떻게 재정립해야 할 것인가의 문제에 직면하고 있다. 아래 <표 2>는 부천국제만화축제의 프로그램을 역사적으로 분석한 것이다.

구 분	내 용
기획전시	<ul style="list-style-type: none"> • 1회부터 매년 3-10개 기획전시 개최. 주제는 작가, 작품, 해외만화, 만화 트렌드, 만화관련 이슈 등 다양. 8회축제부터 부천만화대상 수상작가의 ‘작가특별전’ 운영. • 10회부터 국제교류전시 (한중만화일러스트전)개최
만화페어 /비즈니스	<ul style="list-style-type: none"> • 3회에 만화업체관 운영. • 2002년 5회 축제부터 만화산업마켓 프로그램 운영 (국제코믹북페어, 출판만화견본시 Bpp, 만화산업전 등. 국내 출판사 50개, 해외출판사 9개국 50

22) 부천만화정보센터, 『제 5회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2002, p.18.

	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년 5회 축제부터 ‘국제코미북페어’를 통해 국제행사를 지향함. • 9회 축제부터 온라인만화전 개최 • 10회부터 해외기업 참여 대폭 감소(해외업체 2개 참여). • 10회부터 출판전문사 프로그램을 ‘Creative World’ 작가부스로 운영. • 13회부터 마켓 기능 활성화 도모 (중국관 운영, 디지털콘텐츠관, 기업홍보관, 우수콘텐츠관, 프로젝트 쇼룸, 주니어콘텐츠관)
학술행사 /교류협력	<ul style="list-style-type: none"> • 5회부터 중요한 프로그램으로 추진. • 2008년 11회 축제에는 세계만화가대회 컨퍼런스 개최
이벤트 /체험	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 6-10개 정도의 만화관련 체험프로그램 운영 • 작가사인회는 초기부터 개최 • 11회 축제부터 만화체험존 운영

표 2. 부천국제만화축제의 프로그램 분석 (1998-2010)

셋째, 지역성을 축제의 공식적인 목표로 강조한 것은 2007년 제 10회 행사에서부터라고 할 수 있다. 제 10회 부천국제만화축제에서는 ‘지역사회를 향한 밀착’과 ‘만화문화를 향한 밀착’을 화두로 설정하고, ‘만화로 도시를 물들이다’라는 기획 컨셉과 ‘판타지아, 도시의 꿈을 만화로’라는 슬로건을 표방하였다. 그러나 이러한 접근은 프로그램 차원에서 고려된 것이었으며, 지역사회의 다양한 주민들의 적극적인 참여를 유도하기 위한 축제체계를 구축하지는 못했다.

넷째, 최근에는 만화산업의 경쟁력과 국제성이 중요한 축제의 목적으로 부각되고 있다. 제 13회 부천국제만화축제 결과보고서에서는 향후 추진방향으로 “지역 축제 이미지 탈피, 지역 산업 활성화와 일자리 창출 중점”, “저작권 거리 및 수출사업 중심의 지역 거점형 국제산업전 지향”을 제시한 바 있다. 또한 한국만화영상진흥원(2009)이 수립, 발표한 『Vision 2015』에서는 부천국제만화축제를 글로벌네트워크와 시장개척 관점에서 아시아의 대표적인 축제로 육성하기 위한 전략을 수립하여 제시하고 있다. 이것은 축제의 지향점이 기존의 만화문화 차원에서 글로벌 만화산업 차원으로 이동했다는 것을 보여주고 있다.²³⁾ 이것은 부천시(2008)의 『비전 부천 2018』의 국제지향성과도 밀접하게 연관되어 있다고 볼 수 있다.

23) 한국만화영상진흥원, 『Vision 2015』, 2009, pp.141-146.

이에 따르면, 부천시 세계지향의 문화도시를 목표로 하고 있다. 이를 위하여 6대 문화사업의 고도화, 문화예술 인프라 구축, 만화/영상/문화 관광도시 정책과제를 설정하고 있다. 이 비전에 따르면 2009년부터 2018년까지 부천국제만화축제는 부천국제 코믹 북페어전으로 기능을 확대하는 것을 담고 있다. 이러한 기능을 수행하기 위해서 앞으로는 “만화의 예술적 이해와 확산을 넘어 만화도서관, 저작권 거래 등 세계적인 출판만화 견본시장 등 산업전으로 전환할 필요가 있다”고 방향을 설정하고 있다.

한편 부천시 의회 회의록을 분석한 결과, 부천국제만화축제에 대해서는 아래 <표 3>에 나타난 바와 같이 지난 1998년부터 2011년 7월까지 6개 회기에 10건 정도가 언급되어 있다. 내용을 분석한 결과, 축제의 정체성에 대해서는 만화산업의 경쟁력 관점과 시민참여 관점에서 이슈를 제기하고 있는 것으로 나타났다. 이것은 한편으로는 만화축제가 시민의 삶의 질에 영향을 미치고, 시민의 참여를 촉진하는데 기여할 수 있어야 한다는 것을 의미한다. 다른 한편으로는 만화축제를 만화산업의 경쟁력을 강화하는 수단으로 여기고 있다고 볼 수 있다.

회기명	위원	내용
제109회 정례회 2003.12.09	류중혁	“현수막이 너무 많다. 예산낭비다.”
제140회 정례회 2007.11.27	김미숙	“부천의 위상에 걸맞은 국제적인 행사가 되어야 하는데 행사하는 거 보면 나아지는 것이 하나도 없다.”
	강동구	“전국에서 유일한 만화도시로 선점하고 있는 이 장점을 가지고 만화를 산업으로 연결시킬 수 있는 고민을 할 때이다.” “신인작가들을 발굴해서 우리가 그 작가들이 만든 작품의 소유권을 가지거나 그걸 산업으로 연결시킬 수 있다.” “올해 만화축제는 외형적 이벤트 행사에 많이 치중했다는 지적이 있었다.”
	서강진	“인프라 구축이 돼서 거기서 수익이 창출될 수 있는 만화산업으로 발전이 돼 줘야 한다.”
	변재욱	“부천시민 전체의 축제가 되어야 한다.” “지역 인기도 중요하겠지만 시민들이 많이 참석해야 한다.” “부천을 전국에 알리는 좋은 계기로 삼았으면 싶다.”
제148회 정례회	강일원	“산업 콘텐츠화 부분은 미비한 것 같다. 산업 콘텐츠화 시켜야 시민들에게 자랑할 만한 성과를 내놓는 것이지”

2008.11.25	김미숙	“축제를 즐길 수 있는 어린이나 시민들이 많이 와서 호응을 해주고 그러한 아이들이 자라서 이러한 데 관심을 가질 때 만화라는 게 발전되는 것 아니겠습니까?” “구도심 시민들이, 소외된 지역에서도 접할 수 있는 데서도 행사 좀 하세요. 아직까지도 BICOF, PISAF가 있는지도 모르는 시민들이 많다. 쉽게 접하지 않기 때문이다.”
제157회 정례회 2009.12.09	위원장 김관수	“BICOF하고 PISAF를 통합해서 한다면 예산 절감효과나 파급 기대효과”
제164회 정례회 2010.09.06	강병일	“대학에 만화과가 있는데도 불구하고 서로 연계활동을 안 하는 것이 상당히 어렵다.”
제166회 정례회 2010.11.23	이진연	“부천시에 있는 초등학교, 중학교, 고등학교, 대학생까지도 많은 관심을 가지고 있는데도 불구하고 거기를 찾았던 인원은 상당히 적었다.”

표 3. 부천시의회 회의록의 부천만화국제축제에 관한 사항 분석
(1999.1.1 - 20011.7)

2. 도시 활성화 가치인식에 대한 AHP 분석 결과

1) 1차 수준의 분석결과

부천국제만화축제의 가치 중 1차 수준인 ‘경제적 가치’, ‘사회적 가치’, ‘문화적 가치’, ‘도시 이미지 가치’ 간 상대적 중요도 및 우선순위의 분석결과는 다음 <표 4>와 같다.

설문대상	1차 수준	경제적 가치	사회적 가치	문화적 가치	도시 이미지 가치	CR
전체	중요도 (우선순 위)	0.163 (4)	0.194 (3)	0.371 (1)	0.272 (2)	0.02
시의회, 시민사회단체, 주민자치회	중요도 (우선순 위)	0.096 (4)	0.268 (2)	0.143 (3)	0.493 (1)	0.048
공무원, 만화진흥기관 관계자	중요도 (우선순 위)	0.184 (3)	0.164 (4)	0.368 (1)	0.284 (2)	0.02
만화창작 부문 (만화가)	중요도 (우선순 위)	0.087 (4)	0.208 (2)	0.538 (1)	0.167 (3)	0.039
만화산업 및 콘텐츠산업 부문의 기업	중요도 (우선순 위)	0.202 (2)	0.132 (4)	0.468 (1)	0.197 (3)	0.02
교수 및 만화연관 연구 전문가	중요도 (우선순 위)	0.261 (2)	0.156 (4)	0.370 (1)	0.213 (3)	0.035

표 4. 1차 수준의 분석결과

전체결과를 살펴보면 부천국제만화축제의 가치 중 ‘문화적 가치’가 0.371의 중요도를 가짐으로써 상대적 중요도 및 우선순위가 가장 높은 것으로 나타났다. 이어서 ‘도시 이미지 가치(0.272)’, ‘사회적 가치(0.194)’, ‘경제적 가치(0.163)’의 순으로 나타났다. ‘문화적 가치’가 가장 높게 나타난 것은 문화적 가치가 축제의 핵심가치일 뿐 아니라 도시활성화 가치를 창출하는 기반이라는 인식에 바탕을 둔 것이라고 할 수 있다. ‘경제적 가치’가 가장 낮게 평가된 것은 제 5회 축제부터 경제적 가치를 중요하게 추구하고 있는 점을 고려할 때, 다소 의외라고 할 수 있다. 여기에는 아직 만화축제의 경제적 가치 창출 효과에 대한 실증적인 준거가 미흡한 측면이 반영되었다고 볼 수 있다.

또한 이해관계자 집단에 따라 부천만화축제의 도시활성화 가치에 대한 인식은 다르게 나타났다. 주민자치조직 관계자들은 주로 도시 이미지 가치와 사회적 가치를 강조한 반면에 만화가 및 만화기업가는 문화적 가치를 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 공무원 및 만화진흥기관 관계자들은 도시 이미지 가치를 다른 이해관계자 집단에 비해 높게 평가하였다. 그리고 만화가는 문화적 가치와 사회적 가치를 강조한 반면에 기업가는 문화적 가치와 경제적 가치를 강조하고 있다.

2) 2차 수준의 분석결과

첫째, ‘경제적 가치’의 2차 수준 간 상대적 중요도 및 우선순위 분석결과, ‘만화산업 경쟁력 강화’가 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 ‘지역콘텐츠산업 경쟁력 강화’, ‘지역관광 활성화’ 순으로 나타났다. 반면에 시의회 의원 및 주민자치회 관계자들은 ‘지역관광 활성화’를 가장 중요하게 평가하였다.

둘째, ‘사회적 가치’의 2차 수준 간 상대적 중요도 및 우선순위 분석결과, ‘시민들의 문화활동 참여 활성화’가 0.387의 중요도를 가짐으로써 상대적 중요도 및 우선순위가

가장 높은 것으로 나타났다. 이어서 ‘시민참여 활성화(0.272)’, ‘지역공동체 형성(0.182)’, ‘지역에 대한 자긍심(0.158)’의 순으로 나타났다. 모든 집단별로 1순위에서 4순위까지 우선순위가 동일하게 나타났다.

셋째, ‘문화적 가치’의 2차 수준 간 상대적 중요도 및 우선순위 분석결과, ‘만화문화 인식 개선’이 0.275의 중요도를 가짐으로써 상대적 중요도 및 우선순위가 가장 높은 것으로 나타났다. 이어서 ‘만화 문화활동 참여 활성화(0.252)’, ‘만화창작 활성화(0.237)’, ‘만화네트워크 구축(0.236)’의 순으로 나타났다. 특히 집단별로 1순위가 다양하게 나타나 전체결과에서는 1순위에서 4순위까지의 중요도 크기의 차이가 그다지 크지 않았다. 만화창작 및 만화산업계 관계자들이 ‘만화창작활성화’와 ‘만화문화 인식개선’을 강조한 반면에 지역주민단체 관계자들은 시민들의 ‘만화문화 활동 참여 활성화’를 상대적으로 높게 평가하였다.

넷째, 부천국제만화축제의 가치 중 ‘도시 이미지 가치’의 2차 수준 간 상대적 중요도 및 우선순위 분석결과, ‘문화도시 정체성 형성’이 0.713의 중요도를 가짐으로써 ‘도시 공간 환경 개선(0.287)’에 비해 매우 중요한 것으로 나타났다.

3) 종합가중치 및 전체 우선순위 설정

부천국제만화축제의 가치에 대한 종합 중요도 및 전체 우선순위를 분석한 결과는 아래 <표 5>와 같다.

지표		설문대상 ²⁴⁾		①	②	③	④	⑤
		종합	중요도 (우선순위)	중요도 (우선순위)	중요도 (우선순위)	중요도 (우선순위)	중요도 (우선순위)	중요도 (우선순위)
경제적 가치	지역관광 활성화	0.042 (11)	0.056 (8)	0.060 (9)	0.010 (13)	0.036 (10)	0.046 (9)	
	만화산업 경쟁력 강화	0.074 (8)	0.017 (12)	0.083 (5)	0.058 (8)	0.097 (4)	0.125 (3)	
	지역콘텐츠산업 경쟁력 강화	0.047 (10)	0.024 (10)	0.041 (11)	0.019 (12)	0.069 (7)	0.090 (4)	
사회적 가치	지역에 대한 자긍심	0.031 (13)	0.070 (6)	0.027 (13)	0.029 (11)	0.021 (12)	0.031 (13)	

	시민참여 활성화	0.053 (9)	0.162 (2)	0.044 (10)	0.063 (7)	0.034 (11)	0.032 (11)
	시민들의 문화활동 참여 활성화	0.075 (7)	0.186 (1)	0.061 (8)	0.075 (6)	0.056 (8)	0.062 (8)
	지역공동체 형성	0.035 (12)	0.075 (5)	0.032 (12)	0.041 (9)	0.021 (12)	0.032 (11)
문화적 가치	만화창작 활성화	0.088 (4)	0.014 (13)	0.098 (2)	0.152 (1)	0.180 (3)	0.075 (6)
	만화문화 인식 개선	0.102 (2)	0.023 (11)	0.095 (4)	0.152 (1)	0.122 (2)	0.152 (2)
	만화문화활동 참여 활성화	0.093 (3)	0.063 (7)	0.096 (3)	0.108 (5)	0.082 (6)	0.067 (7)
	만화네트워크 구축	0.088 (4)	0.043 (9)	0.079 (6)	0.126 (4)	0.084 (5)	0.076 (5)
도시 이미지 가치	문화도시 정체성 형성	0.194 (1)	0.116 (4)	0.212 (1)	0.129 (3)	0.143 (1)	0.177 (1)
	도시공간환경 개선	0.078 (6)	0.152 (3)	0.072 (7)	0.037 (10)	0.054 (9)	0.037 (10)

표 5. 종합가중치 및 전체 우선순위

전체결과를 살펴보면 부천국제만화축제의 모든 평가지표 중 ‘문화도시 정체성 형성’이 0.194의 중요도를 가짐으로써 상대적으로 중요도 및 우선순위가 가장 높은 것으로 나타났다. 이어서 ‘만화문화 인식 개선(0.102)’, ‘만화 문화 활동 참여 활성화(0.093)’, ‘만화네트워크 구축(0.088)’ 및 ‘만화창작 활성화(0.088)’, ‘도시 공간 환경 개선(0.078)’ 등의 순으로 나타났다. 대부분의 집단이 ‘문화도시 정체성 형성’을 1순위로 인식한 것에 반해 주민자치조직 관계자들의 경우 ‘시민들의 문화 활동 참여 활성화’를 1순위로 꼽았고, 만화창작 부문(만화가)의 경우 ‘만화창작 활성화(0.152)’와 ‘만화문화인식 개선(0.152)을 1순위로 인식했다.

3. 부천국제만화축제의 도시 활성화 영향도

‘부천국제만화축제가 종합적으로 도시 활성화에 실제로 어느 정도 긍정적인 영향을 미치는가’에 대한 전문가들의 의견

24) ① 시의회, 시민사회단체, 주민자치회, ② 공무원, 만화진흥기관 관계자, ③ 만화창작 부문(만화가), ④ 만화산업 및 콘텐츠산업 부문의 기업, ⑤ 교수 및 만화연관 연구 전문가.

은 전체적으로 3.47의 평균을 보여 다소 영향을 미친다는 의견으로 수렴하였음을 알 수 있다²⁵⁾. 문화적 가치와 도시 이미지 가치에 미친 영향이 경제적 가치와 사회적 가치에 미친 영향이 비해 상대적으로 높게 나타났다. 특히 부천국제만화축제의 사회적 가치에 대해서 상대적으로 가장 낮게 평가한 것으로 나타났다. <표 6>에 나타난 바와 같이 평균 3.0을 넘지 못하는 항목은 ‘지역시민들의 자긍심 고취(2.98)’, ‘지역사회 참여 활성화(2.95)’, ‘지역사회 협력네트워크 구축(2.97)’로 모두 사회적 가치에 관련된 것이다.

소속	전체 도시 활성화	지역 관광 활성화	만화 산업 경쟁력	콘텐츠 산업 경쟁력	지역 자긍심	지역 사회 활동 참여	만화 문화 인식 개선	지역 사회 네트워크	만화 창작 활동	만화 인식	만화 문화 활동	만화 네트워크	도시 정체성	도시 공간 환경
	응답 수	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59	59
합계	평균	3.47	3.22	3.24	3.17	2.98	2.95	3.36	2.97	3.56	3.68	3.42	3.37	3.64
	표준 편차	1.01	1.12	1.07	1.00	.991	.972	1.17	.982	.896	.918	1.12	1.03	.978

표 6. 설문분석결과

4. 분석결과의 시사점과 과제

부천국제만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 분석 결과, 크게 다음 세 가지 관점에서 의미가 있다고 할 수 있다.

첫째, 최근에 부천국제만화축제에 대한 비전 및 평가보고서에서는 경제적 가치를 중요하게 강조하는데 비해서, 축제 관계자 및 전문가들을 대상으로 한 AHP 조사결과에서는 문화적 가치와 도시 이미지 가치를 경제적 가치보다 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다. 1차 수준의 분석결과, 문화적 가치가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 도시 이미지 가치, 사회적 가치, 경제적 가치 순으로 나타났다. 전체 13개 세부 지표에 대한 AHP 분석결과에 있어서도 도시 이미지 가치에 해당하는 ‘문화도시 정체성 형성’이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 문화적 가치에 해당하는 ‘만화문화 인식 개선’,

25) 본 설문은 5점 척도에 의하여 1점 ‘매우 그렇지 않다’, 2점 ‘그렇지 않다’, 3점 ‘보통이다’, 4점 ‘그렇다’, 5점 ‘매우 그렇다’의 의견을 보이게 구성되었다. 따라서 연구자는 평균 3.47의 경우 중도에서 다소 긍정적인 의견이 모아진 것으로 판단하였음을 밝힌다.

‘만화 문화 활동 참여 활성화’, ‘만화창작 활성화’, ‘만화네트워크 구축’ 순으로 나타났다. 이러한 분석결과는 최근에 부천국제만화축제의 비전 및 개선방향에서 제시되고 있는 경제적 가치 중심의 패러다임 정립에 대한 비판적 시각이 담겨있다고 볼 수 있다. 경제적 가치에 대한 논의는 부천의 만화도시 정책과정에서 항상 중요하게 제기되어 왔지만, 실질적인 영향지표로서의 인식되기 보다는 다소 정책수사학적인 측면이 강했다고 볼 수 있다. 다른 한편으로는 부천국제만화축제가 1998년 개최된 이래 지속적으로 추구해온 축제의 문화적 가치를 도시 이미지 가치, 사회적 가치, 경제적 가치를 창출하는 핵심기반으로 발전시키고자 하는 인식이 담겨있다고 볼 수 있다.

둘째, 부천국제만화축제의 가치에 대한 이해관계자 분석을 실시한 결과, 앞에서 언급한 바와 같이 이해관계자들 간의 가치인식 차이가 다소 큰 것으로 나타났다. 이러한 인식의 차이는 이해관계자들 간의 이해의 차이에서 기인된 측면이 있지만 아직 축제의 정체성이 확립되어 있지 않고, 인식 공감을 위한 소통체계가 미흡한데서 기인한 측면도 있다. 문화적 가치와 도시 이미지 가치에 대해서는 비교적 인식의 차이가 작은 반면에, 경제적 가치와 사회적 가치를 둘러싸고는 인식의 차이가 크게 나타났다. 다른 한편으로는 그 동안 부천국제만화축제의 의사결정 과정에 다양한 이해관계자들이 참여할 수 있는 체계를 갖추지 못한 측면도 인식의 차이를 가져오는 중요한 요인으로 작용했다고 볼 수 있다. 이와 관련하여 앞으로 다양한 이해관계자들이 부천만화축제에 대한 인식을 공유할 수 있는 소통체계를 마련할 필요가 있다. 또한 지역사회의 주민조직들과의 협력네트워크를 강화하여 지역사회가 능동적으로 참여하는 축제 거버넌스 체계를 갖출 필요가 있다.

셋째, 전체적으로 부천국제만화축제가 도시 활성화에 미친 효과에 대해서는 ‘보통’ 또는 ‘약간 긍정’ 등으로 다소 긍정적이지만, 그리 높은 수준은 아니었다는 점이다. 장기적인 관점에서 부천국제만화축제는 만화생태계에 차원에서 한정되지 않고, 도시 활성화에 긍정적으로 작용할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다. 이를 위해서는 축제의 기획력과 마케팅

역량을 강화해야 하며, 전문적인 축제사무국 조직체계를 정립할 필요가 있다.

IV. 결론

이 연구는 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치 모델을 개발하고, 이러한 도시 활성화 가치가 축제 운영과정과 이해관계자들의 인식에 어떻게 반영되고 있는지를 분석하였다. 분석결과, 만화축제의 정체성이 정립되어 있지 않으며 도시 활성화 차원에서 어떻게 접근할 것인지에 대한 비전이 구체적으로 설정되어 있지 않은 것으로 나타났다. 축제운영과정에서 문화적 가치는 상대적으로 지속성을 확보하고 있으나, 경제적 가치와 사회적 가치는 지속성과 체계성을 확보하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 축제관련 전문가 AHP 분석결과, 문화적 가치와 도시 이미지 가치를 경제적 가치와 사회적 가치에 비해 높게 평가한 것으로 나타났다. 이것은 경제적 가치를 중요한 정당성의 근거로 표방하는 도시정책에 대한 비판적 시각이 담겨있다고 볼 수 있다. 또한 이해관계자의 인식 조사결과, 이해관계자들에 따라 부천국제만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 인식에 있어서 중요도와 우선순위에 있어서 차이가 있는 것으로 나타났다.

이러한 분석결과는 앞으로 축제의 정체성을 도시 활성화 관점에서 정립하는데 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 무엇보다 가치 인식차이를 해소하기 위해 축제의 정체성 확립과 이해관계자들 간의 소통, 그리고 참여기반의 거버넌스 체계를 구축할 필요가 있다. 이를 위해서는 축제를 둘러싼 이해관계 지도도를 작성하여 전략적으로 이해관계를 조정하기 위한 접근이 필요하다. 또한 만화축제의 가치 및 가치인식에 대한 실증적인 조사연구가 지속적으로 이루어질 필요가 있다. 조사 시점이 언제인가에 따라 인식조사 결과는 영향을 받기 때문이다.

이 연구는 만화축제와 도시 활성화의 관계를 가치별로 구분하여 지표화하고, 이해관계자 관점에서 가치의 중요도와 우선

순위를 살펴보았다는 점에서 의미가 있다고 할 수 있다. 그러나 만화축제를 활용한 도시 활성화 전략을 구체적으로 제시하지 못한 측면이 있다. 앞으로 만화축제의 도시 활성화 가치에 대한 인식 수준에서 나아가 도시 활성화 가치를 실증적으로 검증하는 연구가 이루어질 필요가 있다.

참고문헌

- 부천만화정보센터, 『제 3회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2000.
- _____, 『제 4회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2001.
- _____, 『제 5회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2002.
- _____, 『제 6회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2003.
- _____, 『제 7회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2004.
- _____, 『제 8회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2005.
- _____, 『제 9회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2006.
- _____, 『제 10회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2007.
- _____, 『제 11회 부천국제만화축제 결과보고서』, 2008.
- _____, 『부천만화정보센터 백서 : 1998-2001』, 2002.
- 부천시, 『비전 부천 2017 장기발전계획』, 2008.
- 강정연, “부천 국제 만화축제의 진단과 발전방향에 관한 연구”, 이화여자대학교 석사학위논문(2008).
- 유은옥, “만화축제를 활용한 도시활성화 방안 연구 : BICOF 사례를 중심으로”, 가톨릭대학교 석사학위논문(2010.02)
- 김세훈, 「국내외 애니메이션 페스티벌의 현황 및 발전방안에 대한 연구」, 『만화애니메이션연구』, 통권 5호(2001), pp.270-304.
- 김승동, 「지방의 문화산업 개척과정에 대한 소고 : 부천시의 문화산업 육성과정과 성과를 중심으로」, 『지방문화정책연구』, 통권 1호(2006), pp.37-50.
- 라도삼, 「문화도시와 문화전략」, 『디지털콘텐츠와 문화정책』, 통권 2호(2007), pp.155-178.
- 박성식, 「만화콘텐츠 기획의 사례 : 2007 부천국제만화축제를 중심으로」, 『디지털콘텐츠와 문화정책』, 통권 2호(2007), pp.61-76.
- _____, 「부천국제만화축제의 발전방향과 기획체계」, 『만화와 문화산업 그리고 도시』, 북코리아, 2007, pp.226-251.
- _____, 「서울 국제 만화애니메이션 페스티벌(SICAF)을 통해 본 국내 문화콘텐츠 국제축제의 이슈」, 『디지털콘텐츠와 문화정책』, 통권 5호(2011), pp.117-132.
- 이규식, 「앙굴렘 문화산업과 도시 이미지 혁신」, 『프랑스학 연구』, 통권 41호(2007), pp.248-271.
- 이상민·임학순, 「우리나라 만화연구경향 분석과 향후과제」, 『만화애니메이

- 선연구」, 통권 16호(2009), pp.1-20.
- 이재은·김영평·정운수·김태진, 「발전원별 사회적 위험도에 대한 상대적 심각성 분석: AHP기법을 활용하여」, 『한국행정학보』, 통권 41호(2007), pp.113-132.
- 임학순, 「애니메이션페스티벌 공모전과 지역문화산업 육성 전략의 연계 모델 연구 : WAF 사례 분석을 중심으로」, 『만화애니메이션연구』, 통권 14호(2008), pp.
- _____, 「만화를 활용한 도시 활성화 정책 : 부천시의 사례를 중심으로」, 『만화와 문화산업 그리고 도시』, 북코리아, 2007, pp.264-279.
- 한국만화영상진흥원, 『부천만화정보센터에서 한국만화영상진흥원: 변화와 도전의 시간들(1998-2009)』, 2009.
- _____, 『Vision 2015』, 2009.
- _____, 『ICC & BICOF 2010 결과보고서』, 2011.
- 한상경, 「앙골렘 국제만화 페스티벌 그 성공적 개최의 요인」, 『만화와 문화산업 그리고 도시』, 북코리아, 2007, pp.252-263
- Bianchini F. & Parkinson Med, *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*, Manchester : Manchester University Press, 1993.
- Cherbo J. M., Stewart R. A. & Wyszomirski M.J.(eds), *Understanding the Arts and Creative Sector in the United States*, Rutgers, 2008.
- Gets D., *Festivals, special events, and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, 1991.
- Richards G. & Palmer R., *Eventful Cities : Cultural Management and Urban Revitalisation*, Elsevier, 2010.
- Saaty, T. L., *Decision Making For Leader: The AHP for Decisions in a Complex World*, CA: Wadsworth, 1982.
- Saaty, T. L. & Kevin P. Kearns, *Analytical Planning: The Organization of Systems*. New York: Pergamon Press, Inc., 1985.
- Throsby D., *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge University Press, 2010.
- Larson, M., “A political approach to relationship marketing : Case study of the Storsjöyrän Festival” , *International Journal of Tourism Research*, Vol.4, No.2(2002), pp.119-143.
- Mossberg L & Gets D., “Stakeholder Influences on the Ownership and Management of Festival Brands” , *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Vol.6, No.4(2006), pp.308-326.
- Quinn B., “Arts Festivals and the City” , *Urban Studies*, Vol.42, No.5(2005), pp.927-943.

ABSTRACT

Identifying the Comic Festival's values on the Urban Revitalization: in the case of BICOF

Yim, Hak-Soon

This article is concerned with the values of the BICOF in terms of the urban revitalization. The values of the BICOF cover the economic value, social value, cultural value and city image value. The 13 indicators for measuring the values of the BICOF are developed. The article examined how the related stakeholders identified the BICOF's values on the Bucheon City by using AHP method. In addition, the objectives and programmes of the BICOF are analyzed in the perspective of the urban revitalization. As a result, the recognition of the BICOF's values varied according to the stakeholders. In addition, the result of AHP analysis indicates that the cultural values and image values should have priorities in comparison with the social values and economic values. This recognitions is different from the recent formal statements that BICOF's economic values should be emphasized as a priority. The article concludes that the identity of the BICOF should be established in the base of building the value consensus among the related stakeholders.

Key Words : Comic Festival, Urban Revitalization, Cultural City, City Culture, Cultural Policy

임학순

가톨릭대학교 문화콘텐츠학과 교수

(420-743) 경기도 부천시 원미구 역곡2동 산 43-1 가톨릭대학교 성심교정 다솔관 644호

Tel : 02-2164-4908

hsyim@catholic.ac.kr

논문투고일 : 2011.08.15

심사종료일 : 2011.09.09

게재확정일 : 2011.09.12