

공공미술의 공공성과 주체간 관계의 특성 -〈황금시장 황금시대〉 공공미술 사업 사례를 중심으로-

남기범* · 남미영**

The Publicness of Public Art : Focused on the “Golden market, Golden Age” Public Art Project

Kee-Bom Nahm* · Miyoung Nam**

요약 : 이 연구는 정부 주도적으로 이루어지는 새장르 공공미술을 관찰하고, 주체 간 관계에 대한 분석한다. 새장르 공공미술은 사회적 쟁점에 대해 민감하고, 민주주의와 공동체를 지지하며, 다양하고 폭넓은 관객의 참여를 지향한다. 사례지역인 서울시 도시갤러리 프로젝트 〈황금시장 황금시대〉 공공미술사업의 주체는 사업내용과 방향을 지시하는 정부, 이를 수행하는 예술가, 공공미술 과정에 참여하는 주민 등으로 구분된다. 정부는 경쟁력 있고 질서 있는 도시를 만들기 위해 공공미술 작업을 초대한다. 예술가는 공동체적 삶을 강조하며 주민을 계몽해야할 대상으로 파악한다. 반면, 주민들은 정부지원금이 경제적인 도움이 되기를 희망한다. 예술가는 정부의 사업지시를 수용하는 하향식 운영방식을 보이고, 주민은 예술가의 일방적 계몽에 소외되고 소극적 참여를 한다. 새장르 공공미술의 공공성은 다양한 사람들의 담론이 교환되는 장으로서의 사회적 공공성이라기보다는, 공공사업이 가지는 행정적 의미의 공공성만을 담지한다.

주요어 : 새장르 공공미술, 황금시장 황금시대, 공공성, 공동체

Abstract : This paper analyzes the public nature of New Genre Public Arts. It is very sensitive to the social issues and supports democracy and communities with the diverse civic participation. Therefore, it is be widely known without doubt that new genre public arts is more public in nature compared to the previous public arts. This research observes the practices of new genre public art and focuses on the problems of the revealing nature of new genre public art through the analysis of the interrelations among government, artists, and the residents by through observation on the <Golden Market, Golden Age>, Seoul City Gallery project from October 2008 to January 2009. The implementation of the project is divided into three constituent parts: local government for funding, artists for planning and implementing, and residents. Local government supports and commands the public art works to create more competitive and harmonious city. Artists emphasize the revitalization of community and take the residents as the passive objects of enlightenment. Whereas, the residents hope to use the funds to improve economic conditions. Artists accept the top-down commands of government, whereas residents tend to passively participate and

이 논문은 2007년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(KRF-2007-361-AM0027).

*서울시립대학교 도시사회학과 교수(Professor, Department of Urban Sociology, The University of Seoul, nahm@uos.ac.kr)

**서울시립대학교 대학원 도시사회학과(Graduate student, Department of Urban Sociology, The University of Seoul, action_ming@naver.com)

become objects for enlightenment by artists, after all, might be alienated by the project. These kinds of communications and relationships raise the issue of the possibility of failure of public arts projects.

Key Words : publicness, new genre public art, Golden Market, Golden Age, community

1. 서론

도시의 예술작품은 도시환경의 가치를 향상시키고 도시민의 문화예술 향수역량을 강화시켜, 삶의 질을 높이고 도시 이미지를 개선한다. 나아가 도시의 장소적 특성과 도시브랜드의 가치를 향상시켜, 인구의 유입과 정착, 투자유치, 관광수입 증가 등 경제적 효과를 가져 올 수 있다는 기대도 존재한다. 따라서 문화도시를 위한 공공부문의 노력은 도시를 경제적으로 부유하게 한다는 기대에 기인하며, 문화예술 지원은 도시개발의 새로운 전략 중 하나가 되었다.

도시의 공공미술은 이러한 총량적 경제가치의 향상만이 아니라 공공재로서의 도시의 공공성과 공적 영역의 의미와 가치를 재조명한다는 데 강조점을 두고 있다. 마일스는 공공공간에서의 공공미술의 가치와 장점을 설명하면서 공공미술이 사회적, 생태적 치유(social and ecological healing)를 통해 활력있는 도시(convivial cities)를 만들고 도시민의 역량강화(empowerment of urban dwellers)에 기여한다고 밝히고 있다(Miles, 1997). 서구의 공공미술은 미술작품을 공공장소에 설치함으로써 미술작품의 향유범위를 확대하기 위한 기획에서 시작되어, 개념의 다양화와 확장이 이루어졌으며(Grodach, 2010), 대형건물 앞이나 공공장소에 설치된 조형물에서부터 시작해, 벽화, 스트리트 퍼니처, 공공공간의 재생 등 다양한 형태로 나타났다.

1970~1980년대에 이르러 주민참여와 예술가의 사회인식을 강조하는 새로운 경향의 공공미술

이 등장했다. 수잔 레이시(Suzanne Lacy)는 이러한 흐름을 새장르 공공미술(new genre public art)로 명명하고, “주민들의 삶과 직접적인 주제에 대해, 폭넓고 다양한 청중과 소통하고 상호작용하는, 전통적 비전통적 매체를 모두 활용하는 시각 예술”로 정의했다(Lacy, 1995: 19). 새장르 공공미술은 기존의 장소특정적이고 조형물 중심적인 공공미술에서 탈피해, 공동체 지향적이며 쟁점 특적인 특징을 갖는다. 나아가 예술가와 이론가들은 민주주의와 공공성을 강조하면서 윤리적이며 민주적인 쟁점과 바람직한 예술가-관객과의 관계를 만들 수 있다고 주장한다(공주형, 2011; Hall and Robertson, 2001; Knight, 2009; Levine, 2002).

그러나 공동체와 민주주의를 지향하는 새장르 공공미술이 진정한 ‘공공성’을 담보하고 있는가에 대해서는 논란이 있다. 새장르 공공미술이 지향하는 ‘공동체’와 공공성은 일치하는가에 대한 철학적인 의문에서(심상용, 2008) ‘공동체지향’ 속성의 특성에 대한 논의, 공공미술에서 자발적이며 수평적 참여가 가능한가에 대한 논의, 정부-주민-예술가의 관계의 정립에 대한 논의들이 이루어지고 있다(이영욱, 2010; Holman, 1997; Kwon, 2002).

우리나라는 1980년대부터 건축물 미술장식품법에 의해 일정규모 이상의 건축물에 공공조형물을 신설하는 등 공공미술 작업을 진행해왔다. 2000년대에는 새장르 공공미술형 공공미술 작업을 다양한 장소에서 실현되었으며, 기존의 건축물 미술장식품법에 대한 반성과 비판으로 인해 새장르 공공미술 형식의 공공미술이 빠르게 확장되었다. 우리나라 공공미술의 예산의 대부분을 정부지원

금에 의존하는 경향이 있으며, 공공부문이 예술가에게 과업지시를 하달하는 등 하향식 사업구조를 가지고 있다(김장언, 2008). 이 연구는 우리나라 새장르 공공미술의 미시적 특징을 관찰하고, 정부·예술가·주민의 역할과 관계 분석을 통해 새장르 공공미술의 공공성에 대해 고찰해 본다.

2. 공공미술과 공공성

1) 공공장소 속의 미술

공공미술은 공공장소의 건축물에 대한 미술 장식에서 태동되었다고 본다. 건물의 미적 장식을 위해 수행되는 미술작업은 1934년 미국의 대공황 시기에 공공사업진흥국(Works Progress Administration, WPA)의 연방예술사업(Federal Arts Project)의 예술가 지원사업의 일환으로 시작되었으며, 1963년 공공시설국(General Services Administration, GSA)의 건축 속의 미술 프로그램의 모태가 되었다(김윤경, 2004: 229). 프랑스에서는 1951년 공공건물의 신축 및 증축 시 건축비의 1%를 미술품 주문에 사용하도록 규정한 1%법이 제정되었다.

이후 공공장소 속의 미술은 설치장소가 공공건물에서 공공장소로 확대되었으며, 공원이나 광장과 같은 공공장소에 벽화나 조각을 도입하기 시작했다(박찬경·양현미, 2008: 112). 1930~1940년대 뉴딜정책의 일환으로 실행되었던 벽화, 공공 조각 프로그램의 전통을 이어받아 1967년에는 국립예술진흥기금(National Endowment for the Arts, NEA)이 공공장소에서의 예술 프로그램(The Art in Public Places Program)을 시작했고, 1960년대 전반에 걸쳐 미국의 각 주와 도시는 예술을 위한 지원프로그램(percent for art program)과 민간 기업의 지원으로 공공미술의 확대되었다(김윤경,

2004: 230). 국립예술진흥기금은 “대중이 미술관 밖에서 우리 시대 최고의 걸작을 접근할 수 있는 목적을 위해 공공미술을 실행”하며, 공공공간의 미술은 도시환경을 갱생하고 안정화하는 의미를 갖는다고 해석했다(Lacy, 1995: 22). 제도가 정착된 후에, 공공건물이나, 도시의 가로, 공원이나 광장, 병원, 교통시설물 등에 현대 미술 작업들이 놓이기 시작했다(이광준, 2007: 58).

지방자치단체도 도시재개발이나 도시활성화 정책의 일환으로 공공미술을 도시계획과정에 결합하기 시작했다. 시애틀, 댈러스, 로스앤젤레스, 스페인 바르셀로나, 프랑스 라빌레르 등은 도시재개발에 공공미술을 결합해 도시 재활성화에 성공한 사례로 꼽히며, 최근에는 동아시아 도시에서도 공공미술의 긍정적 효과들이 보고되고 있다(Bianchini, 1999; Cameron and Coaffee, 2005; Chang, 2008; Chang and Huang, 2005; Dalafons, 1998). 이러한 정책은 많은 작품을 공공건물, 가로, 광장 등 공공장소로 이끌어 내는 데는 성공했으나, 지역주민과 문화에 대한 관심과 배려 없이 순수미술을 거대하게 복제해 장소에 떨어뜨려 놓았다는 비판을 받는다.¹⁾ 마일스(Miles, 1997)는 복수로 제작되어 여러 지역에 배치되거나, 작품의 의미 혹은 장소의 의미가 예술품이 어떤 장소에 배치되느냐에 구애받지 않는 작품이 늘어나고 있다고 지적했으며, 주디스 베이커(Baca, 1995)는 주민들을 배제하고 국가의 역사적 관점을 미화하는 조각의 설치를 반복하는 공공미술을 ‘공원의 대포’에 비유하며, 강도 높게 비판했다. 도시의 공공장소는 새로운 순수미술의 전시공간이 되었으며, 예술품은 오히려 공공공간의 장소성을 해치고, 도시민의 소외를 부추기며, 이데올로기를 양산하는 폭력물로 존재하고 있다(Lacy, 1995: 21). 이 같은 공공미술 제작 시스템은 갤러리 시스템의 대안으로서 공공미술 제도는 새로운 예술 행정가 집단을 출현시켜 관료화(bureaucratization)를 부추기고 있다는 지적도 더해졌다(Dubin,

1987; Pollock and Paddison, 2010; Sharp, Pollock, and Paddison, 2005; Zebracki, 2011).

2) 새장르 공공미술

1960년대 미국은 반전운동, 히피, 흑인문제, 소수인종, 여성문제 등과 같은 사회문제와 프랑스 68운동으로 폭발된 기존 사회에 대한 저항이 활발했던 시기였다. 기존사회의 지배적 가치, 제도, 질서에 대해 근본적인 의문을 던지고 도전하면서 새로운 대안을 모색하는 문화운동으로 발전해갔다(한국문화관광연구원, 2007). 지역주민이 참여하여 자기 지역의 정체성을 표현하는 벽화를 만든 1970년대 주민벽화운동 등 예술가의 사회 참여가 강조된 예술 방식은 새장르 공공미술의 중요한 토대가 되었다. 수잔 레이시는 “새장르 공공미술은 폭넓고 다양한 관객과 같이 그들의 삶과 직접 관계가 있는 쟁점에 관하여 대화하고 소통하기 위해 매체를 사용하는 시각예술”이며, “기존의 공공미술은 전위적 형식으로부터 나온 아이디어에 의존하며, 관객에 대한 발달된 감각, 사회적 전략, 시각예술의 독특한 효과를 첨가한다.”라고 개념 규정을 한다(Lacy, 1995: 19-20). 기존 공공미술의 ‘장소특정적’(site-specific) 속성과 달리 ‘쟁점 특성적’(issue-specific), ‘공동체 지향적’(community-specific) 특징을 갖는다. 예술가들은 사회적 전략으로서 공공미술 작업을 실행하며, 주민참여를 핵심적인 방법론으로 택한다.

새장르 공공미술 예술가들은 사회적 변화를 위한 수단의 생산으로서 예술을 만들어 내며, 미술은 사회적 정치적 변화를 고무하는 협력적 과정으로서 존재한다. 예술가들은 예술이 의식을 바꾸고 행동에 영향을 미치며, 지속적으로 역동성을 만들어 낼 수 있다고 믿는다(Phillips, 1995: 60-70). 예술가는 주민 참여와 더불어 주민 집단을 파트너로서 인정한다. 관람자의 스펙트럼은 비계층적이며, 서로 끊임없이 투과되어 침투할 수 있는 동심원구

조로서, 원의 중심에는 작품의 출발점이자 책임감을 공유하는 관객이 있으며, 다음은 협력과 상호발전의 관객, 자원봉사자와 행위자, 직접적인 관객, 미디어를 통한 관객, 기억의 관객으로 확장된다(Lacy, 1995: 177-180).

3) 공공미술의 공공성

사이토 준이치(2009)는 일반적으로 사용되는 공공성의 중요한 의미를 세 가지로 구분한다. 첫째는 국가에 관계된 공적인(official) 것으로, 국가가 법이나 정책과 같은 것을 통해 국민을 대상으로 실시하는 활동을 가리킨다. 둘째는 모든 사람들과 관계된 공통적인 것(common)의 의미로 공공의 복지, 공익, 공동의 질서, 공공심 등이 있다. 셋째는 누구에게나 열려있다는 의미(open)로, 누구의 접근도 거부하지 않는 공간이나 정보를 가리킨다(사이토 준이치, 2009: 18-19). ‘공동체’는 두 번째 의미가 말하는 ‘공통된 것’을 의미하는 닫힌 영역에 가깝고 ‘공공성’이란 누구나 접근할 수 있는 열린 영역이라는 데 큰 차이가 있다(사이토 준이치, 2009: 27). 공공성이란 서로의 다름을 분명하게 하는데 있지, 다름을 하나의 합의로 수렴하기 위해 있는 것은 아니다. 공공성의 장에서 합치될 수 있는 것은 서로의 관심이지, 사유의 통합이 아니다(사이토 준이치, 2009: 58-78).

새장르 공공미술 예술가와 연구자들은 하버마스과 아렌트적인 규범적인 공공성의 의미를 바탕으로 상호 호혜적 공동체가 탄생할 것으로 기대한다. 새장르 공공미술 작업이 갖는 경청하고 소통하는 특징이 자기 자신을 탈중심화하고, 내부에 타자를 위한 공간을 만들어 줄 것으로 믿으며, 이같은 과정이 개인과 공동체, 예술가와 관객 사이의 관계를 재구축하며, 상호호혜적 공간을 갖는 공동체를 탄생시킬 것이라고 주장한다(Gablik, 1995). 권미원은 새장르 공공미술의 ‘공동체’ 개념에 대해 비판적으로 성찰하는 것이 필요하다고 지

적한다. 예술가가 사회적 대리인으로서 사회정의를 추구하며 공동체의 연합을 지향하나, 예술가들이 수사적으로 지향하는 공동체와 실제의 공동체는 일치하지 않은 경우가 많다고 지적한다(Kwon, 2002: 101-117).

새장르 공공미술이 추구하는 ‘공동체’가 쟁점에 대한 관심의 통합을 넘어 쟁점에 대한 사회적 입장과 의견의 통합을 추구한다면, 오히려 다양한 개인들의 존재를 강조하는 ‘공공성’ 개념을 해치게 된다. ‘주민참여’ 역시 ‘동원(mobilization)’이 될 수 있다. 공공미술의 공공성을 확인하기 위해서는 공공미술 프로젝트의 쟁점이 어떻게 구성되는지 살펴볼 필요가 있으며, 주민참여가 수평적으로 이루어지고 있는가에 대한 분석이 필요하다. 공공미술 사업이 일방향적 관찰, 제안, 통합의 과정인지에 대한 성찰이 필요하다. 새장르 공공미술이 ‘공동체’와 ‘참여’를 강조한다고 해서, 반드시 공공성이 강화되지는 않는다. 새장르 공공미술의 가치는 무엇보다도 정부-주민-예술가의 관계 측면에서 발생되어야 한다.

4) 우리나라 공공미술의 특징

우리나라는 구미의 국가들이 수십 년의 과정을 통해 겪어온 공공미술의 변화과정을 집약적으로 경험하고 있다. 한국 공공미술 제도는 문화예술진흥법 제11조(건축물에 대한 미술장식)에 근거한다. 이 제도에 의하면 일정 규모 이상의 대형 건물을 지을 때, 건축비의 1% 미만의 비용을 미술장식품 건설에 사용해야한다. 10여 년 전부터는 중앙정부와 지방자치단체는 이 법과는 별개로 공공미술 사업을 지원하고 있다. 정부는 하드웨어 및 시설물뿐만 아니라 새장르 혹은 커뮤니티 기반형 공공미술 사업에 대한 공모사업을 꾸준히 진행하고 있으며, 재래시장, 공부방 등 지원이 필요한 지역 및 공간에 공공미술 프로그램을 추진하고 있다²⁾.

우리나라 공공미술의 가장 두드러지는 특징은,

새장르 공공미술 방식의 공공미술 프로젝트가 대안으로 활발히 제시되고 있다는 점과 공공미술 프로젝트를 정부가 주도적으로 공모하거나 실행하고 있다는 점이다. 공동체의 자발적인 소규모 활동도 있지만, 공공미술작업 운영에 필요한 예산은 대부분 정부 지원금에 의존하고 있다. 김장언(2008: 83)은 위와 같은 공공미술 프로젝트가 대부분 정부나 기업과의 관계를 통해서 행정적 경제적 토대를 마련하는 까닭에 공공미술 담론이 일종의 행정적 방법론 혹은 경영적 전략으로 변질되는 현상을 목격하게 된다고 지적한다. 지난 10여 년간 다양한 공공예술 프로젝트가 있어왔으나 아카이브 기록이나 비평은 많지 않으며, 공공미술 연구자는 새장르 공공미술의 한국적 맥락을 발전시키기보다는 서구의 새장르 공공미술 개념과 사례를 수용하는데 집중하는 경향이 짙다고 할 수 있다.

3. 사례연구 개관

1) 연구대상 및 연구방법

이 연구는 정부주도로 이루어지는 새장르 공공미술 형식의 공공미술 프로젝트를 대상으로 한다. 새장르 공공미술 실천을 경험적으로 관찰하고, 주체 간 관계에 대한 분석함으로써 새장르 공공미술의 공공성의 특징을 알아보는데 집중한다. 이 연구는 2008년 서울시 도시갤러리 프로젝트 <황금시장 황금시대>에 대한 참여관찰을 중심으로 한다. 참여관찰은 <황금시장 황금시대>의 프로그램 중 ‘공간토크’ 과정을 대상으로 한다. ‘공간토크’는 시장의 지붕구조물과 판매대 등의 제작 및 설치와 이를 위한 워크숍을 포함한다. ‘공간토크 워크숍’은 시장 공간 개선에 대한 새로운 인식과 상인과 예술가의 토론과 협업을 위해, 일주일에 한 번 기

획팀, 건축가, 상인이 모여 강의 혹은 토론을 진행한 프로그램이다. ‘공간토크’는 상인들의 직접적인 필요와 이익에 관련된 지붕구조물과 판매대 등을 다루기 때문에 공공미술에 대한 상인들의 반응이 민감하게 드러난다는 특징이 있다. 또한 최종결과물을 기간 내에 설치해야함으로써 예술가와 주민의 협업구조가 집약적으로 나타난다.

‘공간토크 워크숍’은 〈황금시장 황금시대〉의 다른 프로그램과 비교해 볼 때 예술적 성격보다 예술가와 상인 간 의사소통 구조가 부각되므로 공공미술 사업의 예술가-주민 간 의사소통구조를 비교적 분명히 보여준다는 장점이 있다. 또한 공간토크의 예산상의 비중이 전체 예산 대비 약 50%이며, 〈황금시장 황금시대〉 전체 프로젝트가 상인들과의 관계에 의존해 진행되었다는 점 등을 볼 때, ‘공간토크’에 집중해서 사례를 파악하는 것에 무리는 없을 것으로 판단된다. 〈황금시장 황금시대〉와 관련한 자료는 〈황금시장 황금시대〉 기획안과 회의록, 공간토크 워크숍 기획안과 회의록, 공간토크 워크숍 과정 녹취자료, 상인들에 대한 인터뷰, 설문조사 등을 활용했다.

2) 〈황금시장 황금시대〉 프로젝트의 기획

〈황금시장 황금시대〉 공공미술 사업은 ‘2008 서울시 도시갤러리 프로젝트’의 〈예술+경제: 재래시장〉부문에 선발·진행되었다. 이 부문은 경기 약화와 다양한 소매 유통 경로의 증가로 어려움을 겪고 있는 재래시장을 재활성하는 목표로 기획되었다. 사업기간은 2008년 10월부터 2009년 1월까지 4개월, 예산은 3억 5천만원이다. 도시갤러리 프로젝트의 특징은 시장에 대한 유통·경제적인 접근이 아닌 문화적 접근을 지향한다는 점이다. 도시갤러리가 제시한 재래시장을 활성화 전략은 재래시장이 커뮤니티 공간으로서 공공성, 생활문화의 장소로서 장소성을 획득하는 것이다. 다시 말해 이웃과 동네 등 공동체 개념을 문화예술을

통해 주민들에게 전달함으로써 시장 활성화를 유도하겠다는 전략이다.

서울시 성북구 석관황금시장의 〈황금시장 황금시대〉 콘셉트는 ‘활력커뮤니티의 활성화’, ‘지역공간의 발견과 재발견’, ‘예술과 생활의 만남’이다. 이는 전통적 재래시장의 기능 중 하나였던 소통의 장을 재활성화하면 주민들과 상인들이 재래시장에 대한 ‘애정’을 가질 것이며, 이는 재래시장의 경기 활성화와 연결될 것이라는 논리에 기반한다. 나아가 주민과 상인이 소득에 상관없이 행복함을 느끼고 삶의 질을 높일 수 있다고 주장한다. 이는 문화예술이 공간의 시각적 변화와 더불어 사회심리적인 변화까지 만들어 낼 수 있다는 기대에 기반한다. 공공미술 프로젝트 과정을 통해 주민들이 장소성, 공동체성, 자율성을 획득하는 것을 목표로 한다.

3) 〈황금시장 황금시대〉 프로젝트의 실행과정

〈황금시장 황금시대〉공공미술 사업의 내용은 ‘공간토크’, ‘누들누들 수다방’, ‘황금골목’, ‘황금매스컴’, ‘황금제조’ 등 다섯 가지 프로그램으로 구분된다. ‘공간토크’는 시장 공간의 시각적인 변화와 이에 선행해서 예술가와 상인의 토론과 협업을 진행하기 위해 기획되었다. 예술가와 상인이 일주일에 한 번 씩 만나 시장공간에 대한 이야기를 진행한 ‘공간토크’ 워크숍과 다른 재래시장을 방문하는 ‘투어’ 프로그램, 워크숍을 바탕으로 지붕구조물을 제작·설치하는 ‘어닝 토크’, 매장에 적합한 판매대 제작 설치를 진행한 ‘매대 토크’, 시장의 정체성에 맞는 색을 개발하고자 만들어진 ‘컬러와 소재 리서치’, 시장에 콘텐츠를 제공하기 위해 상인들의 특징을 담아 캐리커처를 제작한 ‘상인 캐릭터’ 등이 있다.

‘누들누들 수다방’은 시장골목의 빈 점포를 카페 형식으로 개조한 공간으로, 이벤트와 파티, 문화

프로그램 등을 개최했다. 시장과 프로젝트의 정보를 전파하고 홍보하는 역할도 담당했다. ‘황금골목’은 주민을 대상으로 하는 미술 교육 프로그램으로 지역 어린이들과 시장과 동네를 탐험하며 시장 지도를 만드는 ‘황금물고기’, 시장 소비자들이 컵에 그림을 그리고, 벽화에 사용할 타일그림을 제작한 ‘주민공방’, 2회에 걸쳐 열린 벼룩시장인 ‘장날법석벼룩시장’, 시장과 연결된 골목길에 벽화와 벤치를 제작하는 ‘골목길 아트워크’ 등이 있다. ‘황금 마스크’는 프로젝트 기간 동안 시장에서 일어난 사건과 프로젝트 진행 상황을 영상과 사진, 글로 기록한 프로그램으로, 온라인 카페(<http://cafe.naver.com/4989goldmarket>)에 영상자료 ‘황금 뉴스’를 게시했으며, 뉴스레터와 프로젝트북을 제작했다. ‘황금체조’는 시장 상인들의 움직임을 바탕으로 만든 체조로, 상인들과 주변의 주부들이 체조를 배우고 함께 공연함으로써 ‘황금체조’를 시장의 문화예술 콘텐츠로 육성하는 것이었으나, 예술가의 퍼포먼스 위주로 진행되었다는 한계가 있었다.

〈황금시장 황금시대〉가 실시한 조사에서 상인들은 프로젝트를 통해 시장지붕구조물, 판매대, 화장실 등에 대한 교체 및 제작설치 등 시설물의 개선을 바라고 있다는 것이 확인되었다. ‘공간토크’ 워크숍은 2008년 10월 31일부터 시작해, 사업의 종료 시점인 2009년 1월까지 총 8회 진행했으며, 다른 재래시장의 환경과 운영을 관찰하기 위한 투어를 2회 진행했다. 창의적인 시장공간의 개발을 위한 상인들 간 협력의 강조, 다른 시장 소개 등 상인교육과정과 더불어 지붕구조물, 판매대 디자인 소개와 토론이 이루어졌으며, 이를 바탕으로 2009년 1월과 2월 사이에 황금구름의 제작 및 설치가 진행되었다.

사례소개와 상인교육을 중심으로 한 11월까지의 워크숍 과정은 실효성이 적은 것으로 나타났다. 상인들은 여전히 시설개선사업을 요구했고, 예술가들은 아이디어를 충분히 상인들에게 설득

하지 못했다. 예술가와 상인은 표면적으로는 협업의 관계를 구성하는 듯 보였으나, 실제로는 상호간 이해가 부족한 상황이었다. 예술가는 상인들이 시장을 살리겠다는 자발적인 의지가 없다고 비판했고, 상인들은 예술가가 통해 추상적 목표를 반복하는데 대한 피로를 느꼈다. 2008년 11월 이후 예술가는 전체 상인에 대한 설득과 안내과정을 없애고, 상인회와 기존 워크숍 참여자들을 대상으로 상인과 예술가를 소통시킬 매개조직을 만들고자 결정하고, 상인들로 이루어진 TF팀을 신설해 상인들의 책임을 공식화할 것을 제안했다. 예술가는 상인들의 낮은 참여율과 관심을 비판하며, 워크숍에 참석한 일부 상인들이 전체 상인들을 이끌어가는 리더 역할을 맡아줄 것을 요청했다. 이는 예술가와 상인 간 소통의 한계를 인정하고, 그들 사이에 관료적 조직체를 삽입한 것이다. 상인들은 ‘시

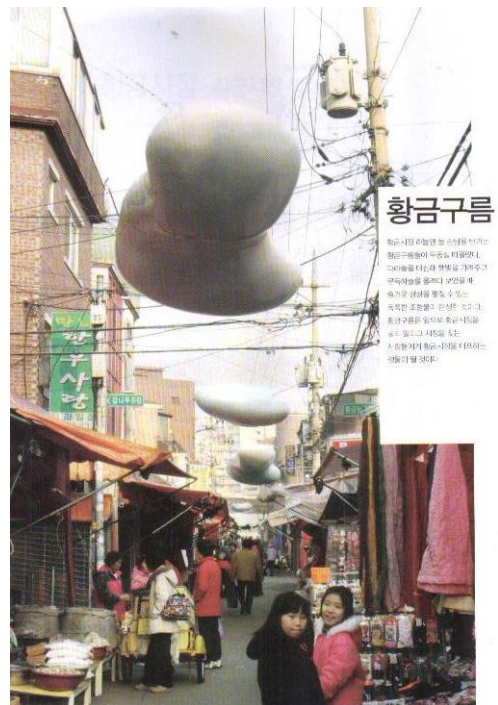


그림 1. 황금구름

출처: 〈황금시장 황금시대〉 프로젝트북

장이 필요한 것을 예술가들에게 요청'하던 역할에서 '다른 상인들과 예술가를 매개'하는 역할로 변화되었으며, 사업의 책임을 일부 공유하게 되었다. 공공미술 사업의 목표와 기획에 대한 전반적인 이해와 공감을 하지 못한 상황임에도 불구하고, 업무와 책임을 맡게 되는, 비자발적이며 수동적인 주민참여의 형태를 띠었다.

2008년 12월 25일 워크숍에서는 '황금구름'이라는 새로운 지붕구조물에 대한 디자인을 공개했다. 이는 플라스틱 재질의 폭이 약 4m, 무게가 50kg 정도인 구름모양의 구조물로, 시장통로에 10~11개 정도 설치할 예정이었다. '황금구름'은 심미성 뿐만 아니라, 직사광선과 눈비를 피할 수 있게 하는 기능도 있다. 결과적으로 상인-예술가의 협업으로 디자인하고자 했던 본래의 취지를 포기하고, 담당 예술가의 디자인안에 대한 협의로 토론의 범위가 축소되었다. TF팀 신설 이후에는 논의가 예술가적 자율성에 의해 작가주도로 진행되었다. 워크숍은 상인과 예술가의 토론보다, 기획팀이 디자인에 대해 설명하고 합리화하는 과정에 집중되었다. 상인들의 동의를 얻거나 사업을 이해시키는 과정은 상인회가 전담함으로써 기획팀은 디자인과 설치과정을, 상인들은 안내와 설득을 전담하는 분업체계가 성립되었다. 예술가들은 상인들의 협조를 구하는 업무에 대해 상인회에게 의존하거나, 상인들에게 지시를 내리는 형태를 취한다. 상인들은 디자인 과정에 대해서는 소외되는 반면, 미참여상인들을 설득해야하는 모순적인 지위를 가지게 되었다.

2009년 1월부터 2월까지 '황금구름'에 대한 제작과 설치가 진행되었다. 설치 이후, 대부분의 상인들과 주민들의 부정적인 민원이 상인회를 통해 접수되었다. 몇몇 주민들은 안전성과 추락에 대한 두려움으로 인해 서울시에 황금구름을 철수해줄 것을 민원으로 제출했고, 2009년 4월 황금구름은 철거되어 마포구 성산동으로 이전되었다.

4. 공공미술 사업의 세 주체: 정부, 예술가, 주민

1) 정부: 서울시 도시갤러리의 특징

서울시 도시갤러리 프로젝트를 통해 공공미술 사업을 진행하는 이유는 비교적 명확하다. 도시갤러리 프로젝트가 속해있는 상위 행정조직인 서울특별시 디자인본부는 "서울은 그동안 건설과 산업 중심, 기능과 효율 중심의 개발 패러다임이 우선시되는 하드시티였다. 앞으로 서울은 문화와 디자인이 중심이 된 소프트 시티로 거듭날 것이다." 라고 서울시의 비전을 제시한다(<http://design.seoul.go.kr>). 서울시장 오세훈은 "도시갤러리 프로젝트는 시각적인 아름다움을 추구하는데서 끝나는 것이 아니라, 도시의 본질적인 변화를 지향한다. 편안하고 쾌적한 도시를 만들어서 시민들의 삶의 질은 높이는 동시에, 도시에 개성을 부여하고 질서를 갖게 하는 노력이다. 이를 통해 도시의 부(富)를 창출하고 경쟁력을 높이는 일인 것" 라고 도시갤러리의 목표를 설명한다(서울특별시, 2008). 서울시의 공공미술 사업은 도시환경의 심미화, 서울시민의 문화적 향유 증진, 서울시의 낙후된 공간의 질서 확립이 서울시의 경쟁력 강화에 도움이 될 것이라는 전망에 기반 한다. 이러한 전망은 서울이 문화예술 분야 육성을 통해 도시경쟁력을 확보할 수 있으며, 성장이 도시민에게 재분배되어 서울시민의 삶의 질과 경제적 수준이 향상될 것이라는 낙관적 기대와 연결된다.

도시갤러리 추진단은 문화예술을 통한 경제성장의 철학을 가진 서울시의 산하기관인 동시에, 사회개혁적인 새장르 공공미술 예술가의 특징을 갖는다. 도시갤러리 추진단은 미술을 통한 사회적 변화와 기성미술의 상품화 체제화에 대한 반대를 위해서 부조화스럽더라도 예술가와 정부가 협업해야한다고 주장한다(서울특별시, 2008). 도시갤

러리 추진단이 말하는 “사회적 변화”는 ‘경쟁과 파괴, 소외의 폐해를 낳는 개체의 근대에서 다시 협력과 상생, 연대를 찾는 공동체의 탈근대’다. 이들은 현대 자본주의적 도시문화에 대해 거부하고, 윤리적이며 당위적인 공동체의 재발견을 희망한다. 추진단은 ‘시대정신의 예술적 구현’에 대한 관심이 낮은 반면 상품화·체제화되어 있는 현대 시각예술에 대해 비판하며, 공공미술을 ‘공공영역에서 시민의 공동의 관심이나 이익(public interest)을 찾아 삶의 질을 향상시키는 예술행위’로 정의한다(서울특별시, 2008). 이 같은 도시갤러리의 목표는 기존 조형중심의 예술 비판에서 시작된 수잔 레이시의 새 장르 공공미술관과 상당 부분 일치한다. 예술가 주도적이며 조형 중심의 기존 공공미술에서 벗어나, 예술가의 사회의식을 작업에 반영하고 주민참여를 강조하는 것은 새장르 공공미술로 구분되는 작업들의 특징이다.

도시갤러리 추진단의 목표는 서울시의 도시갤러리 사업 추진 의도와 모순되는 경향을 보인다. 추진단은 경쟁과 파괴를 반대하고 소외된 것들에 대한 관심을 강조하며 이상적 공동체에 대한 희망을 강조하는 반면, 서울시는 문화예술을 매개로 도시개발을 진행하여 도시의 경쟁력을 확보하는 성장위주의 담론과 관련이 있다. 또한, 추진단은 문화적 속성의 소프트웨어적 변화를 강조하는 한편, 서울시는 하드웨어적 공간 개선에 집중한다. 서울시와 추진단은 철학의 차이를 재조정하지 못했으며, 오히려 이 같은 모순에 대해 상호 방관하는 모습을 보인다. 이처럼 도시갤러리의 사업 목표가 불명확하면, 오히려 서울시의 개발사업을 미화하는데 공공미술이 이용될 수도 있다(정현, 2009). 도시갤러리는 도시의 심미화, 공동체의 회복, 시대정신의 예술적 구현, 시민의 공동의 관심이나 이익 등을 주장한다. 이 같은 내용은 해석의 폭이 넓은 추상적 언명이자 당위적 명제다. 이는 서울시의 개발 위주의 전략과 결합해 개발의 공공적으로 타당한 ‘취지’를 생산해낸다. 서울시는 경

우 도시개발과 시민동원의 속성을 갖고 있음에도 불구하고 도시갤러리의 당위적 명제에 가려 그 불합리성이 분명히 드러나지 않는다.

① 하향식 사업목표 제시와 계약방식: 도시갤러리는 기획자들에게 문제의식과 기획의 틀을 제시한다. 자유경쟁으로 공모가 진행된 <예술+경제: 재래시장>의 경우, 서울시와 도시갤러리의 구상에 따라 예술가 작업의 방향과 목표가 설정되어야 한다는 전제에 의한 것이다. 이는 공공미술 사업이 예술가의 독자적 사회인식에 따라 기획되기보다는 서울시 사업목표에의 종속과 공공사업의 위탁시행자로서 예술가가 기능하게 될 가능성을 내포한다. 이는 예술가의 다양한 사회인식이 소외되거나 자율성을 해칠 수 있다. 나아가 협약서에 의하면 작품계획서, 산출내역서, 일정계획서 등을 포함하며, 저작권과 사용권의 문제에 있어서도 저작권은 기획팀과 작가에게 있으나, 소유권은 서울시에게 귀속된다. 이와 같은 계약 시스템은, 사실상 서울시가 문화예술에 대한 ‘지원’보다는 ‘공공용역’을 제공하는 것에 가깝다. 예술지원사업임에도 정부(지자체)는 시설의 건설 및 운영의 주체가 되고, 민간 예술가는 단순히 시설공사의 위탁시행자로서 기능한다.

② 예산사용 규정의 경직성: 예산지출의 투명성을 확보하기 위해서는 예산사용에는 엄격한 규정이 따르게 마련이다. 그러나 공공미술 사업의 특성상 하드웨어의 설치보다는 프로그램의 운영과 대화와 설득, 토론의 과정이 중요하다. 하지만 예산대비 최대 30%만을 프로그램비로 사용될 수 있다는 규정을 두고 있다. 이러한 사업비 운용의 제한은 사업예산의 대부분을 시설물 개선 혹은 조형물 제작 등 하드웨어적 사업에 투입해야한다. 하드웨어적 사업은 상대적으로 예산지출이 투명하며, 가시적인 성과를 보여줄 수 있다는 면에서 행정적 효율성에는 적합하다. 이와 같은 예산 사용 규정은 예술가와 주민의 소통을 강조하는 도시갤러리 프로그램의 성격과 모순되며 예술가의 자율

성을 해칠 수 있다. 예산처리는 공공사업의 투명성을 위해 엄격하게 처리되어야하나, 맥락과 목적에 부합하지 않는 엄격성은 오히려 예산 사용의 비효율성과 편법적 사용의 원인이 될 수 있다.

③ 단기간, 단발 사업의 한계: 〈예술+경제: 재래시장〉 프로젝트의 기간은 4개월 내외로 규정되어 있다. 계약, 제작, 설치, 보고 등의 과정이 사업기간 안에 포함되어 있어서 예술가와 주민의 소통 과정은 4개월도 되지 못한다. 이는 예술가와 주민이 상호 협력을 위한 관계를 갖고, 사업을 진행하기에는 매우 짧은 기간이다. 또한 1년 단발사업이라는 특징은 다양한 장소에 공공미술 지원이 가능하게 한다는 장점이 있지만, 사업의 장기적 효과를 담보하기에는 무리가 따른다. 공공미술이 사회문화적 변화를 추구한다면, 최소한 수년 이상의 시간이 필요할 것이다.

④ 소외지역 지원과 예술가 지원의 이중목표: 〈예술+경제: 재래시장〉은 문화 예술적 혜택을 받기 어려운 소외지역인 재래시장을 대상으로 사업이 진행되었다. 서울시는 사업의 목표에 따르면 예술가의 경제적 상황 해결을 위한 예술가 지원도 포함되어 있다. 하지만 사실상 사업의 목표가 재래시장 살리기에 있을 때와 예술가 지원에 있을 때의 사업의 방향의 차이는 꽤 크다. 이 차이는 〈황금시장 황금시대〉에서는 예술가-상인의 갈등으로 드러났다.

2) 예술가: 〈황금시장 황금시대〉 기획팀과 예술가군

예술가의 작업의 목표는 문화예술적 해법을 통한 생활문화의 개선에 있다. 〈황금시장 황금시대〉 기획의 특징은 시장과 마을을 생활권으로 하는 주민의 자발성을 디자인하는데 있다. 그렇기 때문에 예술가가 일방적으로 공간을 새롭게 꾸민다거나, 직접적으로 상행위에 개입하는 전략은 기획시 고려되지 않았고, 예술가들은 회화, 조형, 설치 등

예술가 주도의 전통적 미술 작업 방식보다 퍼포먼스, 문화예술 교육, 의사소통 과정 등을 포괄하는 매체를 선호한다. 〈황금시장 황금시대〉의 경우, 상인들의 목표는 ‘시장 경기 회복’인 반면, 예술가의 목표는 ‘시장의 문화적 속성 변화’에 가깝다. 지향하는 목표의 애매함은 〈황금시장 황금시대〉 프로그램의 설득력을 떨어뜨리고, 사업의 방향을 혼란스럽게 하며, 한편으로는 상인의 기대감 상승을 조장하여 직접적 이익이 발생하지 않는데 대한 상인들의 불만을 확대시킬 수 있다.

‘커뮤니티 기반형 공공미술’의 일반적 성격은 예술가의 자기 억제적 과정으로 주민들의 참여와 소통에 기반 한다는 데 있다. 반면, ‘예술가 주도적’ 공공미술에서는 예술가의 자율성과 전문성은 강조되는 한편 주민들은 배제되기 쉽다(홍현철, 2011; Mccarthy, 2006). 행정주도적 공공미술은 공공사업의 특성상 사업의 주관인 예술가에게 힘을 실어준다. 예술가는 프로그램을 기획·실행하고 시장의 새로운 비전을 제시한다. 예술가들은 공공미술 사업의 책임자이자 결정권자의 역할을 한다.

① 작가의 자율성: 예술가는 공공미술 사업을 통해 “작가가 자기 존재를 확인”해야 하며, 작가로서 자율성을 존중받기 원한다. 예술가의 자율성은 예술가는 기획·실행 측면에서 자유롭게 활동할 수 있음을 의미함과 동시에 지역의 현안에 대해 독립적인 존재임을 의미한다. 이는 새장르 공공미술이 쟁점-특성적이며 사회를 변화시키려는 노력을 한다는 논의와는 간극을 보인다. 새장르 공공미술 작가는 자율성을 없애는 것이 아니라 자기 억제적 태도를 취해야 한다(Gablik, 1995).

② 문화예술적 해법에 대한 믿음: 예술가가 제시하는 문화적 해법은 공간 등 물리적인 변화에 선행하는, 문화적이며 개인적 인식 차원의 변화와 관련되어 있다. 예술가는 문화예술이 제공하는 부드러움이 개개인의 인식에 영향을 미치고, 개인들의 이 같은 변화를 통해 궁극적으로 현실 문제가

개선될 것으로 기대한다. 이와 같은 확신이 강해지면, 사회를 일방적이며 인위적인 노력으로 변화시킬 수 있다고 보는 전문가주의적 맹신으로 발전할 수 있다. 예술가는 참여율 저조와 주위의 비판 등 기획의 실패가 발생할 때 예술가는 기획의 내용보다 주민들의 문화예술적 인식 부족을 비판하는 태도를 취할 때가 많다. 예술에 대한 지나치게 강한 믿음은 편향되고 고정적인 사유를 만들고, 예술가는 사업 대상지의 특색에 대한 연구와 관계형성을 게을리 하고, 예술의 외부효과를 통한 무책임한 낙관론을 양산할 수 있다.

③ 계몽적·배타적 태도: 새장르 공공미술은 주민과 공동체에 대한 계몽적 접근을 전제한다. 예술가들은 긍정적인 공동체의 형성과 주민 인식의 변화를 꾀하기 때문에 교육과 홍보 등의 전략을 택한다. 그러나 이런 계몽적 속성이 예술행위는 바람직한 것, 주민 민원은 그릇된 것이라는 부당한 이분법적 사고를 생산할 때 문제가 발생한다. 주민의 의견이 타당함에도 불구하고 예술가들은 이들의 의견에 대해 함께 고민하기보다 설득하고 이해시키려는 태도를 취한다. 계몽적 특성은 특정 가치관에 절대성을 부여함으로써 인간의 사유 속에 있는 질을 해체시킬 뿐만 아니라 실제적인 획일화를 강요한다(아도르노·호르크하이머, 2001:

36). 예술가의 문화예술적 해법이라는 믿음에 대한 절대성은 주민 인식의 다양성을 배척한다. 자기 억제적 태도를 취하지 않는 예술가는 주민에 대한 배타성과 예술의 외부효과에 대한 맹신의 굴레에서 벗어나기 힘들다.

3) 주민: 석관황금시장 상인

주민들은 정부 정책을 통해 예술가가 지역사회에 개입하는 것에 대부분 무관심한 태도를 취하거나 지역사회에 직접적이고 경제적으로 이익이 되는 시설물 사업에 집중하는 경향이 있다. 주민에게는 ‘예술’보다 ‘생존’과 ‘생활’을 위한 것들이 더 중요하다. <황금시장 황금시대>의 경우, 상인들은 공공미술 사업의 대상지로 선정된 것을 환영했으며, 시장발전을 위한 기회로 생각하는 경우가 많았다. 상인들의 공공미술 사업에 대한 요구는 시설교체, 건축사업 등이다.

주민참여와 예술가와 주민 간 소통을 위해서는 노력과 긴 시간을 필요로 한다. 단기적인 공공미술 프로젝트에서 예술가들의 주민들에 대한 접근은 주민들의 인식변화를 위한 직·간접적 교육이나 주민들과의 갈등에 머무르는 경우가 많다. 주민들은 사업주체라기 보다는 사업대상에 가깝다.

표 1. 공공미술 사업의 세 주체의 특징

주체	역할	사업목표	특징
정부	주최	<ul style="list-style-type: none"> • 도시개발의 심미화 • 새로운 시민의식의 발견과 생산 	공공사업으로서 공공미술 <ul style="list-style-type: none"> • 상의하달식 목표 제시 • 계약을 통한 사업운영 • 예산사용의 경직성 • 단기간, 단발 사업
예술가	주관	<ul style="list-style-type: none"> • 작가주의적 새장르 공공미술 작업 • 주민의식의 변화 • 주민 요구에 대한 비판적 수용 	예술가 주도적 공공미술 <ul style="list-style-type: none"> • 공신력 • 작가적 자율성 • 공공미술적 해법에 대한 맹신 • 주민의견에 대한 배타성: 계몽성
주민	참여	지역의 실제적 혜택	형식적 주민참여, 소외

나아가 공공미술은 예술작업과 지역재활성화라는 이중의 목표를 가짐으로써 주민들의 요구와는 괴리가 커진다. 공공미술 작업에서 주민들의 참여는 공청회에서 의견을 개진하거나 예술가들의 지시에 따라 작업과정에 부분적으로 동참하는 정도이다(백종욱, 2007).

새 장르 공공미술에서 주민참여는 예술가와 지역민의 소통을 활발히 하고, 주민들이 공공미술 작업의 주체가 되어 지역사회의 문제를 드러내주는 특징을 갖는다. 우리나라 공공미술 사업도 주민참여를 지향해 왔으나, 대부분 형식적인 수준에 머무르고 있다. 예술가와 주민의 친밀한 관계가 형성되고, 주민들이 자발적으로 참여의사를 표시하는 것이 이상적이나, 주민의 공공미술 사업에 대한 거부감, 무관심, 이해 부족과 단기간에 성과를 보여야하는 공공사업의 특성상 이상적인 주민참여는 실현되기 어렵다.

5. 공공미술의 주체간 관계의 특성

1) 정부-예술가 관계

공공미술 사업의 목표는 낙후된 지역에 대한 생활환경 개선, 예술작업을 통한 이슈 창출, 예술가

지원 등이다. 문화예술 지원기관은 정부의 개발 위주 정책과 새장르 공공미술의 주민 참여적 속성을 결합한다. 주민참여, 콘텐츠 중심의 공공미술, 커뮤니티 창출 등 새장르 공공미술 지향의 목표를 과업 지시 형태로 예술가에게 전달된다. 행정주도의 공공미술 사업은 행정적 경직성과 정부의 과업 지시 하달의 구조를 포함한 주민참여형 공공미술이다.

공공미술에서 예술가는 가장 복합적인 주체다. 공공미술 예술가는 사회 문제에 대한 의식과 주민 참여를 통한 공공성의 구현을 특징으로 한다. 예술가는 자율적 사고와 창조적 능력을 바탕으로 예술작업을 진행하고자 한다. 예술가는 정부의 과업 지시와 행정적 제약에 한계를 갖는다. 단발성 사업에서 예술가의 지역에 대한 분석과 기획은 형식적으로 머무를 가능성이 크다. 반면, 정부는 예술가가 공공미술 프로젝트를 진행하기 위해 필요한 예산과 공신력을 제공한다. 예술가는 공공미술의 공공사업적 성격에 대해 예술가집단 내부적으로 비판하지만, 전반적으로 수용하는 태도를 취하게 된다.

2) 예술가-주민의 관계

공공미술 예술가는 공공의 관심이나 이익에 관심을 갖고 미술작업을 기획한다. 공공미술 예술가

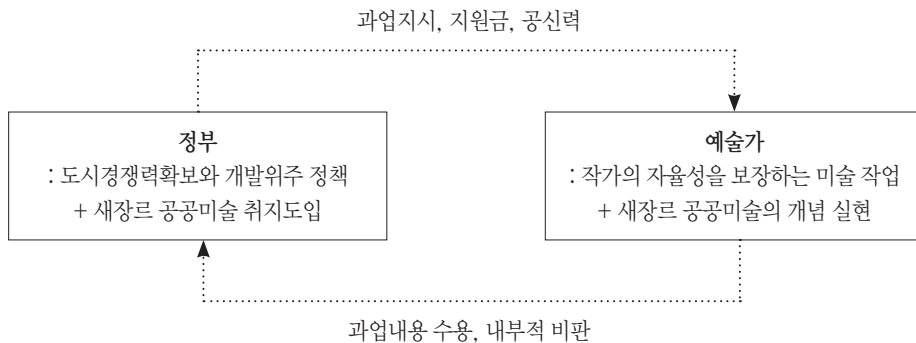


그림 2. 공공미술사업에서 정부-예술가 관계

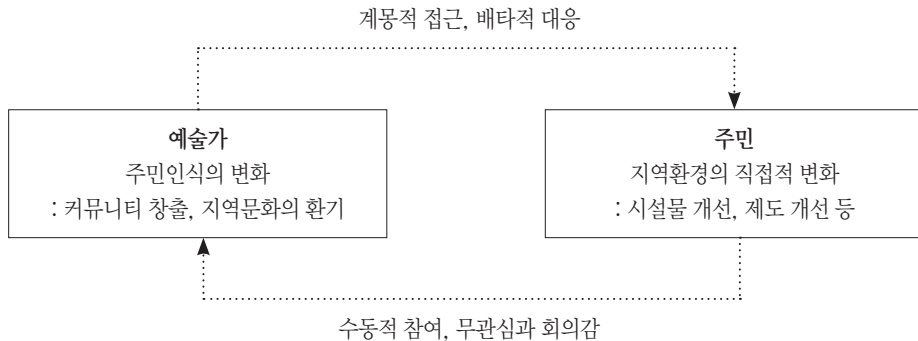


그림 3. 공공미술사업에서 예술가-주민 관계

들이 지향하는 커뮤니티의 창출, 지역문화의 환기 등은 공공의 이익을 추구하는 방법이다. 그러나 주민들이 원하는 시설물 개선, 제도의 개선 등도 공공의 이익을 추구하는 방법 중 하나일 수 있다. 여기에서 예술가와 주민의 공공미술 사업의 목표가 첨예하게 대립되고 갈등이 드러난다. 공공미술의 기획에서 주민의 요구를 어느 정도 어떠한 방법으로 수용할 것인지, 예술가 얼마만큼 자기억제적인 태도를 취할 것인지는 예술가와 주민의 소통에 있어서 매우 중요한 문제이다.

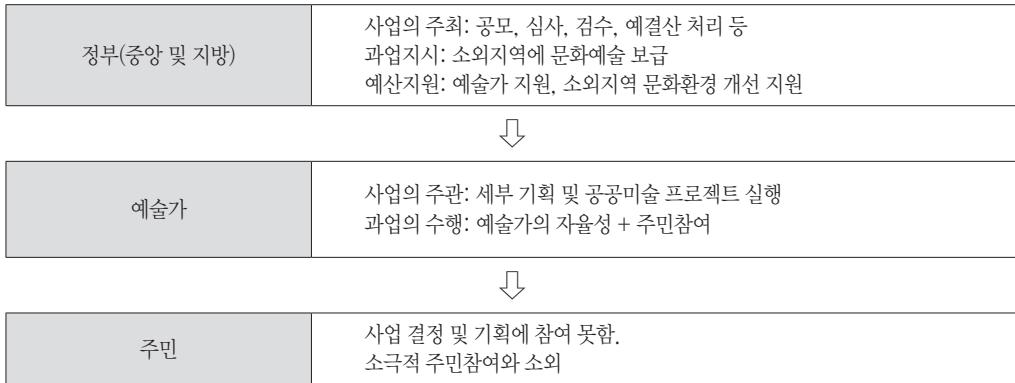
대부분의 공공미술 사업에서 예술가는 현장에 대한 이해와 분석보다는 주민에 대해 계몽적 접근과 배타적 응대의 권위적 태도를 취한다. 이는 공공미술에 직접 관여하고 있는 사람들이 어떠한 철학적, 사회학적 관심을 갖고 있는가에 대해 회의하게 되는 요소이다(소키지 수기무라(杉村莊吉), 1997: 44). 공공미술 사업에서 주민 참여는 주민의 자발성과 동떨어지게 되고, 형식적으로 이루어진다. 예술가가 공공미술 작업에 흥미를 갖는 일부 주민이나 반응을 확대 재생산해서 공공미술 성공사례로 활용한다면, 대부분의 공공미술 사업은 주민들의 자발성을 양성하지 못하고 단발적인 이벤트에 그치고 만다.

3) 하향식(top-down) 운영구조와 주민의 소외

공공미술 사업은 정부와 공공미술 프로젝트를 관리 운영하는 조직, 프로젝트를 실행하고 운영하는 기획자 및 예술가 조직, 그리고 대상지의 거주자이자 프로젝트의 참여자인 주민 등의 세 주체로 구성된다. 이 세 주체들이 상보적 협력관계로 운영될 때, 공공미술 사업은 이상적으로 실현된다. 그러나 현실에서는 정부-관리조직-예술가-주민의 하향식 운영구조를 보인다. 정부는 예술가에게 과업을 부여하고, 계약을 통해 예술가와 고용인-피고용인의 관계를 맺는다. 예술가는 정부의 사업요청을 기반으로 프로젝트를 기획하고 현장에서 실행한다. 예술가는 기획내용과 예술가의 정체성에 대해 최대한 자율성을 보장받고자 한다. 그러나 정부 하향식 과업 설정과 대상지 선택, 예산사용의 제약 등으로 인해 예술가가 자유롭게 활동할 수 있는 범위를 축소한다.

공공미술은 예술가의 일방성을 지양하며, 예술가와 주민의 소통을 중요시 한다. 예술가는 공공미술을 통해 주민과의 소통의 방법을 디자인하고, 주민자발성을 끌어내기를 원한다. 그러나 예술가의 권위와 작가적 자율성이 강조될수록 수평적 주민참여는 요원해진다. 주민들은 사업의 결정과 기

표 2. 공공미술 사업의 하향식 운영구조와 주민의 소외



획의 과정에서 소외되고, 예술가-주민 간 소통은 일방향적으로 구조화될 위험이 크다. 따라서 주민은 공공미술 사업에 무관심하거나, 지역 이익에 도움이 되는 즉자적인 요청을 하는 것에 머무르는 경우가 많다. 공공미술 사업은 대부분 예술가 주도적으로 진행되며, 프로젝트 이후 주민들이 자발적으로 공공미술 프로그램을 이어가는 경우는 매우 적다.

4. 결론과 토의

새장르 공공미술은 공공미술의 민주적 공공성을 강화하기 위한 모색 중 하나로 주민참여와 쟁점 지향적 성격을 갖는다. 그러나 새장르 공공미술은 쉽게 모방되고 있으며 제도화, 규범화되는 경향을 보인다. 특히 우리나라의 경우 정부 주도적으로 공공미술 사업이 진행되는 경우가 대부분이며 하향식, 발주-하청식으로 공공미술 사업이 진행되는 경우도 많다. 2008 서울시 도시갤러리 프로젝트 〈황금시장 황금시대〉는 한국 공공미술 사업의 한 단면을 보여준다. 정부주도의 공공미술 사업은 일방적 사회통합 중심의 공동체 형성의 기

조로 나아간다. 이 같은 사업 목표는 자발적 주민참여의 가능성을 해치며, 주민참여를 지역발전위원회, 부녀회, 상인회 등의 중간단계의 관리집단의 희생이나 일반주민의 소극적 참여에만 국한시키게 된다. 또한 공공사업의 가시적 성과와 효율적 진행을 추구하는 풍토는 새장르 공공미술이 공동체와 예술가가 쟁점을 수렴하는데 충분한 시간을 갖지 못하게 됨으로써 실효성을 떨어뜨리고 궁극적으로는 주민을 소외시키게 된다.

〈황금시장 황금시대〉 공공미술 사업은 공공성을 추구한다기보다는 일방적 사회 통합을 목표로 하는 것에 가깝다. 정부주도의 공공미술 사업에서 공공성은 사회질서 유지, 경쟁력 확보, 사회 질서 유지 등을 목표로 하는 경우가 많으며, 이 역시 공공성의 한 부분이다. 이 사업도 수많은 공공미술 사업과 마찬가지로 정부주도의 일방적 “개발 의도”과 뒤섞여 변질되었으며, 반강제적 주민참여를 양산해내고, 개발위주의 공공사업을 미화한다는 비판에서 자유롭기 어렵다.

공공미술 사업이 처한 문제 중의 하나는 국가의 공적 권력과 새장르 공공미술의 계몽적, 설득적 속성이 결합함으로써 공공미술 예술가의 권위적 구조가 발생한다는 점이다. 예술가 중심으로 진행되는 공공미술 프로젝트는 예술가의 자율성

을 최대한 존중해 주는 방식으로 정부주도의 공공미술과는 다른 방식으로 진행되어야 한다. 예술가는 작업의 방법, 작업의 내용, 작업의 대상, 예산의 사용에 대해서 자율적이어야 한다. 정부로부터 일정한 거리를 유지하면서 간섭을 받지 않는 ‘팔길이 원칙(arm’s length principle)’을 지켜야 한다(전병태, 2007: 90).

이 연구는 경제적, 사회적 기능이 쇠퇴하고 있는 재래시장이라는 특정한 지역을 대상으로 했다. 이러한 재래시장은 예전의 ‘도시경제의 필수적인 하부구조이며, 시장의 구성원에게는 물리적, 사회적 심리적 뿌리를 내리는 장소로서 기능하고, 사람들을 서로 만나게 하고 연결해주는 공공장소(communal public space)의 역할을 수행하는, 지역공동체생활과 도시문화의 중심이 되는 장소성’을(진양교·허미선·홍윤순, 2000) 더 이상 담지하고 않는 경우가 많다. 기존의 교류와 정보교환을 기반으로 하는 공동체성은 감소하고, 시장에 대한 주민과 상인의 관심이 시장 매출 향상에만 집중되어 있는 경우가 많다. 또한 시장현대화 사업 모델이 이미 널리 확산되어서 공공미술 사업과 같은 낯선 방식의 사업에 대한 이해가 낮고, 공공미술을 수행하는 작업자에게 심리적 장벽을 가질 수 있다는 근본적인 한계가 있다. 그럼에도 불구하고 이 연구가 우리나라 공공미술의 착근, 우리나라 공동체의 공공성, 공공사업의 전달체계, 이질적인 집단간의 관계망에 대한 연구 등으로 다양하게 연결되어 공공미술과 공동체의 발전에 기여할 수 있기를 희망한다.

주

- 1) 이 같은 비판을 받는 작품을 ‘플롭 아트(plop art)’라고 칭하기도 한다(Freedman, 2004).
- 2) 문화관광부는 2006년 ‘공공미술추진위원회’를 신설하고 2006년부터 2007년까지 2년간 <아트 인 시티(Art in

City): 소외지역 생활환경개선을 위한 공공미술> 프로젝트를 운영하며 전국적으로 공공미술 사업을 시행했다. 성남문화재단은 2006년부터 <우리동네 문화 공동체 만들기> 사업을, 서울시는 2007년부터 <도시갤러리 프로젝트>등을 진행해왔다. 2009년에는 문화관광부 <2009 마을미술 프로젝트>, 서울시 <도시갤러리 프로젝트>, 지방자치단체 등의 공동체 기반형(community-based) 공공미술 사업으로 이어졌다.

참고문헌

- 공주형, 2011, “사회적 과정으로서 공공미술,” 기초조형학연구 12(3), pp.13-23.
- 김윤경, 2004, “공공미술, 또 하나의 접근법 - 「행동하는 문화」 사례를 중심으로,” 현대미술사연구 16, pp.227-262.
- 김장언, 2008, “한국의 공공미술, 어떻게 변화하고 작동해왔는가: 공공미술의 변천 양상 개괄,” 문화예술 328호, pp.80-85.
- 문화관광부, 2006, 공공미술이 도시를 바꾼다, 서울: 문화관광부.
- 박삼철, 2006, 왜 공공미술인가, 서울 학교재.
- 박찬경·양현미, 2008, “공공미술과 미술의 공공성,” 문화과학 53, pp.95-125.
- 백종욱, 2007, “공공미술 현장의 건축적인 문제와 ‘주민 참여’의 이상과 현실”, 대한건축학회지 51(9), pp.21-23.
- 사이토 준이치 저, 윤대석외 역, 2009, 민주적 공공성-하버마스과 아렌트를 넘어서, 서울: 이음.
- 서울특별시, 2008, Seoul City Gallery Project 2007 자료집, 서울.
- 소키지 수기무라(杉村莊吉), 1997, ‘커뮤니티 아트로의 공공미술’, 미술세계 1997년 6월호.
- 심상용, 2008, “공공미술(Public Art)의 비평적 단초 찾기: 공공미술(Public Art)에서 공공적인 미술(Public-Spirited Art)로,” 현대미술학논집 12, pp.135-180.
- 아도르노, 호르크하이머 저, 김유동 역, 2001, 계몽의 변증법, 서울: 문화과학사.

- 안주아·김봉섭, 2003, '인터넷신문의 미디어 공신력 (Credibility)에 관한 연구', 한국방송학보 17(3), pp.239-273
- 이광준, 2007, "생태철학과 환경미학 관점에서 본 공공예술의 미학적 과제들", 홍익대학교 석사논문.
- 이영옥, 2010, "새로운 장르 공공미술과 그 비판," 한국미술회지 61, pp.101-138.
- 전병태, 2007, "팔길이원칙, 문화 민주주의, 창조적 산업: 전후영국의 예술진흥 정책 개관", 문화예술 327, pp.88-95.
- 정현, 2009, '바그다드, 킹스턴 그리고 서울의 배회자', 월간말 2009. 1월호.
- 진양교·허미선·홍윤순, 2000, "거주 상인의 내부적 관점에서 본 재래시장 공간의 장소적 의미," 한국조경학회지 28(1), pp.118-128.
- 한국문화관광연구원, 2007, 커뮤니티아트 진흥방안 연구, 서울: 한국문화관광연구원.
- 홍현철, 2011, "마을미술프로젝트 분석을 통한 관주도형 공공미술의 비판적 고찰," 인문학연구 42, pp.451-494.
- Baca, J.F., 1995, "Whose monument where? public art in a many-cultured society, in Lacy. S., ed., *Mapping the Terrain: New Genre Public Art*, Seattle: Bay Press.
- Bianchini, F, 1999, "Cultural planning for urban sustainability", in Nystro, L. ed., *City and Culture: Cultural Processes and Urban Sustainability*, Swedish Urban Development Council, Kalmar, pp.34-51.
- Cameron, S. and Coaffee, J., 2005, "Art, gentrification and regeneration – from artist as pioneer to public arts," *European Journal of Housing Policy* 5(1), pp.39-58.
- Chang, T.C., 2008, "Art and soul: powerful and powerless art in Singapore," *Environment and Planning A*, 40, pp.1921-1943.
- Chang, T.C. and Huang, S., 2005, "Recreating place, replacing memory: Creative destruction at the Singapore River," *Asia Pacific Viewpoint* 46(3), pp.267-280.
- Dalafons, J., 1998, "Art, space and the city: public art and urban futures," *Cities*, 15(4), pp.315-315.
- Dubin, S.C., 1987, *Bureaucratizing the Muse: Public Funds and the Cultural Worker*, University of Chicago Press.
- Freedman, S.K., 2004, *Plop: Recent Projects of the Public Art Fund*, London: Merrell Publishers in association with Public Art Fund, New York.
- Gablík, S., "Connective Aesthetic: Art after Individualism", in Lacy. S., ed., *Mapping the Terrain: New Genre Public Art*, Seattle: Bay Press.
- Grodach, C., 2010, "Art spaces, public space, and the link to community development," *Community Development Journal* 45(4), pp.474-493.
- Hall, T. and Robertson, I., 2001, "Public art and urban regeneration: advocacy, claims and critical debates," *Landscape Research* 26(1), pp.5-26.
- Hall, T., 2007, "Artful cities," *Geography Compass* 1(6), pp.1376-1392.
- Holman, V., 1997, "Public art: the problems and potential of multiple meanings," *International Journal of Art & Design Education* 16(2), pp.127-135.
- Knight, C.K., 2009, "Public art: theory, practice and populism," *Journal of Aesthetics and Art Criticism* 67(4), pp.433-435.
- Kwon, Miwon, 2002, *One Place After Another: Site Specificity and Locational Identity*, MIT Press.
- Lacy. S., 1995, "Debated territory: toward a critical language for public art" in Lacy. S., ed., *Mapping the Terrain: New Genre Public Art*, Seattle: Bay Press.
- Levine C., 2002, "The paradox of public art: democratic space, the avant-garde, and Richard Serra's "Tilted Arc", *Philosophy and Geography* 5(1), pp.51-68.
- Mccarthy, J., 2006, "Regeneration of cultural quarters: public art for place image or place identity?" *Journal of Urban Design* 11(2), pp.243-262.
- Miles, M., 1997, *Art, Space and the City: Public Art and Urban Futures*, London: Routledge.
- Phillips. P.C., 1995, "Public construction", in Lacy. S., ed., *Mapping the Terrain: New Genre Public Art*, Seattle: Bay Press.

- Pollock, V. and Paddison, R., 2010, "Embedding public art: practice, policy and problems" *Journal of Urban Design* 15, pp.335-356.
- Sharp, J., Pollock, V., and Paddison, R., 2005, "Just art for a just city: public art and social inclusion in urban regeneration," *Urban Studies* 42(5/6), pp.1001-1023.
- Zebracki, M., 2011, "Does cultural policy matter in public-art production? The Netherlands and Flanders compared, 1945 – present," *Environment and Planning A* 43(12), pp.2953 -2970.

교신: 남기범, 130-743, 서울시 동대문구 시립대로 163 서울시립대학교 도시과학대학 도시사회학과, 이메일: nahm@uos.ac.kr

Correspondence: Kee-Bom Nahm, Department of Urban Sociology, College of Urban Sciences, University of Seoul, 130-743 Seoul, Korea, E-mail: nahm@uos.ac.kr

최초투고일 2013년 2월 20일

최종접수일 2013년 2월 27일