

미국 공영방송의 문화예술 프로그램 육성정책 연구 - PBS 「Art 21C」 사례를 중심으로

A Study on Cultural Arts Program Development Policy of US Public Broadcasting - Focused on PBS 「Art 21c」

최종한

세명대학교 공연영상학과

Jonghan Choi(hansnine@hotmail.com)

요약

본 연구는 현재 미국 공영방송 PBS TV에서 방영되고 있는 「Art 21C(Art in the 21st Century)」의 작품 분석, Art 21 재단과 전담 제작진, 전략과 정책, 프로그램 역사, 활용방안과 교육 등의 사례연구를 통해 문화매체인 TV를 통한 예술교육의 정책적 지향과 전략적 방향에 대해 탐구해 보고자 한다. 먼저, 국내 관련 선행연구 점검을 필두로 영국과 프랑스, 독일 등 유럽지역의 공영방송을 통한 문화예술 교육 현황을 살펴본다. 편집원칙과 재원 그리고 의미와 가능성 등을 파악해 유럽을 아우르고 있는 예술교육 매체로서 TV방송을 살펴본다. 이를 바탕으로 미국 예술 교육의 든든한 지원자로 자임하고 있는 「Art 21C」의 시즌 별 작품연구, 제반 편집규정 그리고 운영정책 및 제작전략 등을 실제 제작진과의 인터뷰 등을 통해 면밀히 살펴, 국내 TV 매체를 통한 문화예술 교육의 활성화 방안을 모색함이 주 연구의 목적이다. 결론적으로 본 연구는 TV를 통한 문화예술 교육은 국가성장동력 차원의 체계적이고 단계적 그리고 통합적인 접근이 필요하며, 이를 바탕으로 한 예술 리터러시 교육이 정책적으로 뒷받침 되어야 한다고 주장한다. 세부 실천 사항으로 먼저, 토대구축 단계로써 전문인력양성, TV 예술 리터러시 교육 그리고 확장성장 단계로써 멀티 플랫폼, 국지전략(지역친화형)확립 마지막 세 번째 장기구조 단계로써 TV를 활용한 예술교육 정책과 매체 제도 확립이 필요하다고 제안한다.

■ 중심어 : | 공영방송 | 문화예술 프로그램 | 아트 21 | 예술교육 | 예술리터러시 |

Abstract

TV Broadcasting is an undeniable cultural medium. TV Broadcasting Station needs a long-term perspective that suits cultural media and an aggressive cultural and artistic program development strategy that matches rapidly changing culture and technology. Of course, production staff should be composed of experts in the field as well as cultural artists. This paper is researching the promotion strategy of TV Arts programs by substituting the three keywords - the U.S., the public broadcasting station(TV) and Arts programs. And through case studies and analyses of PBS TV's 「Art in the 21st Century」series, the way the public TV broadcasting station shares cultural arts with viewers is extracted. It raises the question of how the U.S. TV public broadcaster's cultural and artistic programs are different from South KOREA's. Through the above research, let's find a clue to the future direction of how the new media, now represented as Korea's blacklist, should recognize, foster, educate and strategize Fine Arts.

■ keyword : | PBS | TV Art | Art 21 | Art Education | Art Literacy |

* 본 연구는 2018년도 방송문화진흥회 해외연구자 지원사업의 지원을 받아 연구되었습니다.

접수일자 : 2019년 07월 19일

심사완료일 : 2019년 08월 06일

수정일자 : 2019년 08월 06일

교신저자 : 최종한, e-mail : hansnine@hotmail.com

I. 서론

문화예술의 중요성과 효용성에는 동서고금 어느 집단을 막론하고 아무런 이견이 없을 것이다. 하지만 문화예술이 존재하고 다뤄지는 방식은 시대와 국가 그리고 공간과 매체마다 달라왔다. 대한민국을 뜨겁게 달궜던 '문화계 블랙리스트와 화이트리스트'의 문제도 이와 대동소이한 맥락이라. 정권마다 관행이었다와 헌법 정신에 근본으로 위배된다는 주장이 팽팽하다. 본 연구는 지금, 여기, 한국에서 벌어지고 있는 위와 같은 논란을 현상 배경삼아 출발한다. 특히 문화예술이 가장 가까이 대중들에게 다가가는 창구인 TV 방송에서 문화예술을 다루고 전파하는 방식에 집중해보고자 한다. 현재까지 방송매체는 가장 든든한 문화예술의 후원자 중 하나로 자리매김 해왔다. 박물관과 갤러리 등에 접근하기 힘든 대중들과 '하얀 벽(White Wall)'로 대표되는 제도권 갤러리 시스템에 진입하지 못한 작가들 그리고 게릴라 같이 아방가르드한 '뉴 장르(New Genre)'를 들고 뛰쳐나온 선구자들을 모두 받아들이며 소화해왔기 때문이다. 그중에서 극단적 상업방송 시장에서도 곳곳하게 그 위상과 가치를 인정받고 있는 미국 공영방송 PBS가 문화예술 관련 프로그램을 어떻게 제작하고 육성하고 있는지 그리고 어떠한 기준으로 작가와 작품을 선정하며 TV 방송을 통해 균형 있게 시청자들에게 전달되는지가 주 사례연구의 대상이다. 환언하면 공공재인 TV 방송매체를 통해 문화예술의 교육과 파급이 이뤄질 때, 어떤 기준과 선정근거 그리고 조직과 전략, 정책을 통해 수행되는가에 대한 연구다.

II. 연구개요

방송은 부인할 수 없는 문화매체다. 그에 걸맞은 장기적 안목과 빠르게 변화하는 문화와 기술에 발맞춘 적극적 문화예술 프로그램 육성전략이 절실하다. 해당 제작진도 문화예술인 못지않은 해당분야 전문가로 구성돼야 함은 물론이다. 미국, 공영방송(TV), 문화예술 프로그램이라는 3개의 키워드를 대입해 현재 미국이라는 국가에서 TV 공영방송이 문화예술을 어떻게 인식하고 육성하며 시청자들과 공유하는가를 PBS 「Art 21C(Art

in the 21st Century)」프로그램의 사례연구, 분석을 통해 그 육성전략을 추출해 보고자 한다. '미국 공영방송 문화예술 프로그램의 존재방식은 우리의 것과 어떻게 다르고 또 같은가'라는 문제제기를 통해, 지금 우리 한국이 처한 '블랙리스트'로 대변되는 분열된 문화현실 그리고 TV 방송이라는 대중매체가 문화예술을 어떻게 인지, 육성, 교육, 전략화 해야 하는 가에 대한 순방향 지향의 실마리를 찾아내고자하는 노력이다.

보다 원활하고 세밀한 연구를 위해 미국 공영방송 중 가장 대표적인 매체인 PBS 그 중 라디오를 제외한 TV로 매체를 한정한다. 문화예술의 범주 역시 광범위하기 때문에 현대순수예술(Contemporary Fine Art) 장르를 주 연구대상으로 다룬다. III장에서는 한국과 해외의 관련 선행연구의 분석을 통해 다양한 TV 공영방송의 순수예술 프로그램 육성정책에 관해 그 맥락과 제도 그리고 정책과 전략 등을 상세히 살펴본다. IV장에서는 PBS TV의 문화예술 프로그램 육성전략과 배경을 심도 있게 살펴보고 이어 대표적 사례연구로써 「Art 21C」의 태동배경, 제작진, 재단 이사회, 배급, 유통 등을 살펴본다. 또한 출연 작가 및 작품 선정 원칙, 지속과제 등을 살펴 농밀한 육성정책을 수렴해본다. 마지막 V장에서는 위의 연구 결과를 요약하고 이를 바탕으로 한국 TV 방송에서 문화예술 프로그램이 올바르게 육성되고 확산되기 위한 단계적, 전략적 원칙 등을 제안하고 논의한다. 정책연구 특성상 이론적 배경 논의는 관련 다양한 선행연구와 국내외 사례분석으로 대신하며, 해당 연구 결과를 바탕으로 실천적 대안과 전략적 제언을 제시함에 본 연구의 의미와 목표를 둔다.

III. 선행연구

1. 한국 방송 문화예술 프로그램 관련

한국 지상파 TV 문화예술 프로그램은 다음과 같이 분류된다. 방송통신위원회 프로그램 분류 기준인 교양, 보도, 오락 중 교양에 생활정보, 토론, 다큐멘터리 등과 함께 문화예술과 교육으로 포함되어 있다.¹⁾ 교양 프로

1) 방송통신위원회의 규정에 따르면 문화예술 프로그램은 다음과 같이 설명된다. 국악, 고전음악, 연극, 미술, 무용 등 문화 예술적

그램 영역으로는 교육, 문화, 토크, 다큐멘터리, 토론, 다큐멘터리, 예술, 정보 프로그램이 있다. 교육, 교양 방송은 고유문화의 계승, 발전과 공중의 일반적 교양 및 문화 수준 향상 및 교육을 목적으로 하는 방송을 일컫는다. 즉, 교육문화에 관한 프로그램에 의해 문화수준의 향상에 이바지해야 하는 영역이 문화예술관련 프로그램이라 규정할 수 있다[1]. 오세곤(2004)에 의하면 방송에서 제작할 수 있는 문화예술 프로그램은 크게 세 가지로 나눌 수 있다. 첫 번째는 정보 프로그램이다. 국내의 주요한 문화 현상들을 객관적으로 소개하는 프로그램으로, 특정 이슈에 대해서는 깊이 있는 분석을 시도하기도 한다. 두 번째는 진단 프로그램이다. 일차적 정보 전달에서 한 발짝 더 나아가 심층적으로 그런 것들이 어떤 의미를 가지고 있고, 어떤 가치를 가지고 있는지, 때로는 서로 다른 의견들이 하나의 작품을 가지고 토론하는 토론-진단 프로그램들을 말한다. 세 번째는 문화예술 현장을 방송으로 그대로 전달하는 중계 프로그램이다[2]. 이 밖에도 예술가나 예술작품을 다룬 다큐멘터리 프로그램 등이 있다. 현정주(2004)는 TV의 문화예술 프로그램을 문화예술 다큐멘터리 프로그램, 문화예술 정보 매거진 프로그램, 공연 중계 프로그램 그리고 스튜디오에서 공연과 토크를 곁들인 문화예술 프로그램으로 분류했다. 동시에 문화예술 프로그램 포맷은 탈 형식-탈장르 시대를 맞아 크로스오버(Cross-over)되고 퓨전화(Fusion)되고 있다고 설명했다[3]. 강주현, 김세준(2014)은 지상파 TV 문화예술 프로그램의 시청 동기와 시청 만족도에 관한 연구에서 시청 동기 요인으로 정보의 취득, 오락과 휴식, 도피 및 동반자, 시간 보내기 등 네 개 요인을 도출해냈다[4]. 이 밖에도 공익채널 선정과 예술전문 프로그램의 제작 다양성에 관한 연구(김유빈, 윤석민, 2010)[5], 과거 미국 공영방송 PBS의 사영화 논쟁에 관한 분석논문(백미숙, 2004 ; Quелlette, 1999 ; Patricia, 1991)도 공영방

송의 독립성과 공공성 그리고 정부 정책의 공영방송 채널에의 영향성 등을 따져볼 수 있는 방향계로써 눈여겨 볼만 한다[6][7].

순수예술과 미술교육 등과 관련된 TV 방송 프로그램 연구들도 진행됐다. 국내 TV 미술 관련 프로그램은 크게 학교 또는 학생 미술교육을 위한 프로그램과 대중 미술교양을 위한 프로그램으로 나눌 수 있다. 한진만(2011)에 의하면 학교 미술교육 프로그램은 KBS가 1969년부터 'TV 교육방송'이란 이름으로 초등학교 대상의 미술교과 프로그램을 방송한 것에서 출발하였으나 1974년에 중단되었다. 1980년에 KBS 3TV가 교육방송 전담 채널로서 신설되었으나 주로 대학 입시에 초점을 둔 고교 프로그램 중심이었고, 1990년 EBS가 KBS에서 분리, 개국하게 되면서 다시 미술교과 프로그램을 비롯해 국외에서 제작된 미술 감상 프로그램을 번역하여 방송하기 시작하였다[8]. 반면, 교육방송 이외의 국내 지상파 방송은 주로 대중의 교양을 위한 프로그램 제작에 초점을 맞춘 것으로 볼 수 있지만, 사실상 1980년대 이전까지는 음악, 미술 등의 문화예술 프로그램의 편성을 거의 찾아보기 어려웠다. 컬러TV가 도입된 1980년 이후부터 교양 프로그램이 강화되었고[8], 문화예술 프로그램이 도입, 발전하기 시작한 것은 1990년대 초부터라고 할 수 있다[9]. 안혜리(2016)는 TV 방송과 미술교육에 관한 국내 사례연구를 통해 활성화 방안으로써 TV 문화예술 프로그램의 편성확대와 주시간대 편성, 일방향적 정보전달에서 탈피, 다양한 미술관련 주제의 발굴 등을 제시하기도 했다[10]. 한편, 2000년대 이후 한국 지상파 TV 방송의 대표적인 순수예술관련 프로그램을 살펴보면 다음과 같다. KBS <미술관 가는 길>, <디지털미술관>, <문화지대>, <미술>, <TV미술관>, <명작스캔들>, <문화책갈피> 등 MBC는 <즐거운 문화읽기>, <문화사색> SBS는 <컬처클럽>, <아트멘터리> EBS <미술탐험대>, <서양미술기행>, <한국미술기행>, <EBS미술기행> 등의 프로그램 등이 방영됐다. 이 밖에도 KBS <국악한마당>, <클래식 오디세이> 등의 예와 같이 공연, 실황 중계방송 등이 대부분을 차지한다. 곧 정보전달 위주의 매거진 형식과 감상 중심의 현장 중계방송 포맷이 주를 차지하고 있음을 알 수 있다.

성격의 주제를 다루는 프로그램이며 형식으로는 관련 인물을 스튜디오로 초대, 인터뷰와 공연을 동시에 진행하는 초대 공연대담, 무대공연 및 음악회의 현지 공연중계녹화, 위의 형식을 혼합한 종합 구성으로 나뉜다. 프로그램의 내용은 전통음악, 고전음악, 연극, 미술, 무용, 예술전반으로 나눌 수 있다. 형식으로만 보면 국악, 고전음악 등 음악회는 버라이어티 쇼와 동일하나, 내용의 성격상 대중 오락적 쇼와 순수예술적인 프로그램의 구분이 필요하기 때문에 문화예술 프로그램으로 분류된다.

2. 해외 방송 문화예술 프로그램 관련

2.1 영국 BBC

BBC의 문화예술 프로그램 관련 편성정책을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 예술프로그램의 경우 국가적 관심사가 되는 예술행사에 대해 방송의 우선권을 주고, 프로그램 내용에 있어서도 다인종, 다문화 사회의 표현과 영국의 문화적 다양성을 수용하는 방향을 중시한다. 또한 위와 같은 프로그램을 프라임 타임 대에 편성함으로써 많은 시청자들에게 제공한다. 오페라, 발레, 고전 음악 연주회, 록 콘서트의 실황공연 방송을 중요시하며 작곡가, 작가, 음악가, 미술가, 무용가의 재능을 고양시키기 위한 새로운 작품을 방송한다는 방침을 세우고 있다. 둘째, 음악교실이나 청소년 예술 콩쿠르 등을 통한 교육적 차원의 예술증진에 힘쓰며, 음악과 예술계의 최신 동향을 다루는 예술 매거진 프로그램을 편성하고 있다. 또한 교육의 기회를 제공하는 과학, 예술, 역사, 음악 프로그램을 프라임 타임 대에 편성한다는 방침이다. 이러한 편성정책은 새로운 방송환경 속에서, 공영방송으로써 BBC의 위상을 명확히 함으로써 방송의 상업화와 시청률 경쟁을 극복해 나가려는 의지이다. 실천적 세부 편성전략으로 첫째, 공연예술의 최근 동향을 반영하고 여가생활의 혁명적 변화를 수용할 수 있는 프로그램을 개발한다. 둘째, BBC 4를 문화예술 및 지식 전문 테마 채널로 편성한다. 셋째, BBC 2에도 건축과 디자인, 다큐멘터리와 예술관련 새로운 시각의 프로그램을 개발한다. 넷째, 인기가 많았던 웬디 수녀, 사이먼 쉐마 등과 같은 유능한 예술 프로그램 진행자의 발굴을 강화한다. 다섯째, 라디오 전 채널에 걸쳐 예술관련 대중강연, 도서 소개, 인터뷰 등 다양한 형태의 프로그램을 개발한다. 물론 BBC가 이러한 정책과 전략을 유지할 수 있는 데는 광고 없이 소비자의 물가지수에 수신료를 연동시킴으로써 재원의 독립성을 유지할 수 있기 때문이다. 그리고 이러한 정책과 전략은 양질의 문화예술 프로그램을 제작함으로써 세계에서 프로그램을 가장 많이 수출하는 방송국으로 자리매김을 할 수 있게 만들었다. 이외에도 BBC는 출판물 판매, 방송 프로그램 수출, 교육영화 판매 등으로 시청료 외에도 부가 수입을 올리고 있다[11].

2.2 프랑스와 독일 ARTE

프랑스와 독일은 공동으로 1992년 유럽 문화전문채널인 ARTE를 만들었다. 재원의 95%를 프랑스와 독일 국민들이 납부한 시청료로 충당하며 상업광고는 일절 방송하지 않는다. 유럽의 예술과 역사 등 순수문화콘텐츠를 제공하는 데 주 목표를 두고 있다. 독일과 프랑스는 물론 유럽지역을 문화적으로 풍성하게 만드는 역할을 하고 있으며 다양한 주제와 프로그램으로 주목을 끌고 있다. 1990년 10월 2일 양국은 정부조약을 통해 ARTE 설립에 합의했다.²⁾ 1991년 4월 30일 방송사를 설립해 1992년 5월 30일 첫 방송을 내보냈다. 드골 정부 시 체결된 1963년 엘리제조약을 근간으로 하고 있는 ARTE는 프랑스와 독일의 화해협력을 이끌고 있다 [12]. 2차 세계대전 등으로 감정의 골이 깊었던 프랑스와 독일 국민들에게 문화예술을 통한 감정의 교류와 소통은 서로를 이해하는 바탕을 형성해주고 있다. 제도적으로 자문기구인 프로그램 편성위원회를 설치해 16명의 편성위원을 양국에서 각각 8명씩 임명한다. 이들은 ARTE 프로그램의 질적 향상을 위해 비평, 연구, 제안 등의 역할을 맡고 있다. 지배구조 역시 프랑스와 독일이 50대 50이며 프랑스의 경우 프랑스 텔레비전이 45%, 정부가 25%, 라디오 프랑스가 15% 그리고 프랑스 국립자료보관소가 15% 지분을 보유하고 있다. 독일의 경우 공영방송인 ARD와 ZDF가 각각 50%씩 보유중이다. 본사는 프랑스 스트라스부르에 있으며 프랑스와 독일에서 각각 제작된 프로그램들이 본사를 통해 유럽 전역으로 방송된다. 한 달에 한 번씩 프로그램 컨퍼런스를 개최해 양국의 제작진이 편성과 프로그램 제작 일정 등을 협력, 결정한다. 간혹 양국의 제작진이 공동 제작으로 프로그램을 제작해 방송하기도 한다. 현재 오스트리아, 벨기에, 스위스, 룩셈부르크, 모나코 등 많은 유럽 국가에서 시청가능하다. 문화예술 채널의 특성상 시청률은 낮지만 대중들의 문화예술 접근권을 보장하

2) 프랑스에서는 1992년에 폐국한 라 생크(La Cinq)가 있었던 채널에서 방송을 시작하였다. 저녁 시간대 한정으로 방송을 하였으며(오후 7시~오전 3시) 낮 시간대(오전 3시~오후 7시)에는 다른 채널이 방송되었는데, 1994년에 개국한 Télé emploi와 뒤를 이어 개국한 La Cinquième(현 프랑스 5)가 방송되었다. 독일에서는 이보다 늦은 1994년에 Astra 1D를 통한 위성 방송으로 중계되었다. 그리고 1995년에 니켈로디언 독일판과 뒤를 이어 킨더카날(Kinderkanal, 현 KiKA)과 채널을 공유하였다.

기 위해 3시간 넘는 오페라를 방송하기도 하며, 이슬람과 아시아 출신 이민자들을 위한 별도 프로그램도 방송된다[13].

ARTE 외에 프랑스 공영방송에서도 정보의 공유, 즐거움의 선사, 시민교육이라는 큰 틀의 정책을 유지하며, 작가와 작품에 대한 비평, 소개, 예술계 관련 뉴스 등의 문화예술 프로그램들을 방송하고 있다. 가장 독특한 사항은 영화와 관련된 정책이다. 영화를 TV를 통해 많이 방영하고 있는 프랑스는 영화인들의 요구와 시대적 상황에 맞는 법령을 만들어 이를 기본 원칙으로 삼고 있다. 주 내용은 방송사의 영화에 대한 의무를 규정한 조항과 영화관에서의 상영에 관한 조항으로 나뉜다. '방송사는 정해진 책임 조항에 따라 영화의 모든 활동의 발전에 기여해야 한다'는 원칙하에 첫째, 방송 프로그램 편성에 있어서 영화의 엄격한 제한 둘째, 필름의 방영에 관한 보다 세밀한 날짜 및 시간 계획표 작성 셋째, 장편 영화의 제작에 대한 방송사의 투자 증대 넷째, 1984년부터 영화제작 지원금을 '영화산업 및 시청각산업 지원금'으로 변경 등을 명시하고 있다. 특히 프랑스 영화제작 활성화를 위해 '카날 플러스'는 오랜 기간 큰 예산을 영화제작 지원금으로 쏟아 붓고 있는데, 이 정책으로 프랑스 영화발전의 현대적 기틀이 만들어지게 된다. 또한 프랑스는 영화를 방영하는 TV가 광고로 수입을 올린다면, 그 수입은 당연히 영화와 같은 공공 문화예술을 위해 쓰여 져야 한다는 논리를 가지고 있다. 직접적으로 수혜를 받고 있는 영화에 대하여 어떤 형태로든 자신이 거두어들이 이익을 되돌리고 있는 것이다. 프랑스처럼 영화, 연극, 문학, 무용, 미술, 음악 등 각 매체 사이의 교류가 활성화 된 나라에서 한 매체에 대한 투자 이득을 간접적이기는 하지만 타 매체에도까지 확산시키는 정책은 TV 문화예술 프로그램 역할에 있어서 좋은 표본이라 할 수 있다[14].

2.3 미국 PBS

미국의 대표적 공영방송인 PBS는 각 지역 회원사와 제휴해 고 품질의 프로그램 및 서비스를 다양한 관점에서 미국 국민들에게 제공하고 있다. PBS는 개인들이 잠재력을 성취하고 미국이 사회적, 민주적, 문화적으로 건강해지도록 봉사한다. 이를 위해 주로 아이들의

마음을 넓혀주는 프로그램, 새로운 세상을 여는 다큐멘터리, 세계 문화, 음악, 연극 등의 예술에 관한 프로그램 등을 많이 제공하고 있다. 아울러 PBS는 TV, 모바일, 웹, 교실 등을 통해 미국인들에게 문화예술 서비스를 제공하는 멀티 플랫폼 미디어조직이기도 하다. 미국에서 가장 큰 교실이기도 한 PBS는 유치원에 다닐 수 없는 학생들을 포함한 모든 아이들이 이용할 수 있으며, 학교에서도 학생들을 성공적으로 교육시키기 위한 도구로써 기능한다. 교육자들이 새롭고 다른 방식으로 학생들을 참여시키는 것을 돕기 위해 미디어의 힘을 교실에 가져오는 데 관심을 두고 있다. 또한 PBS는 미국인 누구에게나 최대, 최고의 무대를 선사한다. 2016-17 시즌 동안 거의 600시간의 문화예술 프로그램을 제공했고 전 세계 1억 1천만 명에 가까운 사람들이 시청했다. 온라인을 통해 문화예술을 넘어 세계와 소통할 수 있는 창구가 되기 위해 노력 중이다. 대표적인 문화예술 관련 프로그램으로는 <명화극장 Masterpiece Theatre>, <위대한 공연 Great Performances>, <미국의 놀이집 American Playhouse>, <미국의 대가들 American Masters>, <링컨 센터로부터의 생방송 Live from Lincoln Center>, <메트로폴리탄 오페라 상연 The Metropolitan Opera Presents>, <팝 뮤직의 밤 Evening at Pops>, <노바 Nova>, <스미스소니언 월드 Smithsonian World> 등이 있다.

미국 공영방송 PBS는 백남준의 든든한 후원자였다. 1960년대 중반부터 백남준은 PBS의 지역 방송국인 뉴욕 WNET 방송국, 보스턴 WGBH 방송국과 협력해 자신의 비디오 아트 '매체는 매체다' 같은 작품들을 방송했다. '모음곡 212'라는 작품은 뉴욕의 WNET 심야시간에 방송되었던 3-5분짜리 비디오 30여 편으로 구성된 것이며 '비디오 꼬문(1971)'은 백-아베 신디사이저로 콜라주된 합성영상으로 4시간 동안 보스턴 WGBH에서 생방송되기도 했다. 이렇듯 PBS는 선구적 예술가에게 진보적이고 유력한 후원 매체였다.³⁾ 이후 1984년

3) ABC 방송의 경우 1970년대 '스크리닝 룸'이라는 TV 시리즈를 거의 10년간 100편 넘게 제작했다. 독립영화제작자들에게 작품을 보여주고 토론할 기회를 제공하는 인기 프로그램이었다. 이 독특한 프로그램에는 데릭 램(1973년과 1975년), 안 레니카(1973년), 존 앤 페이스 후블리(1975년), 에밀 드 안토니오(1973년), 진 루치(1980년), 리키 레콕(1975년), 요나스 메카스(1975년), 브루스 베일리(1975년), 이본 레인저(1997년) 등 실

1월 1일 '굿모닝 미스터 오웰'이라는 제목으로 세계적인 아티스트들의 퍼포먼스를 뉴욕 WNET 방송국과 파리 퐁피두센터, 한국 등을 연결해 실시간 위성 생중계로 방송했다. 이 위성 아트에는 로리 앤더슨, 피터 가브리엘, 존 케이지, 요셉 보이스, 앨런 긴즈버그, 이브 몽탕 등이 참여했으며, 전 세계 2천 5백만 명(재방송 포함)이 시청하였다. 이후에도 '위성 아트' 3부작으로 명명된 '바이 바이 키플링'(1986), '손에 손 잡고'(1988) 등이 PBS를 통해 방송되기도 했다. WGBH는 현재까지도 PBS 전국 지역 협력사 중에서도 가장 오래되고 크고, 강력한 문화예술 프로그램의 후원자다. 아울러 PBS 전체 프로그램의 2/3 정도를 프로듀싱하고 있기도 하다. 대표적으로 <노바(Nova)>, <프론트라인(Frontline)>, <마스터피스(Masterpiece)> 등이 있다. WGBH는 백남준 외에도 많은 실험적 예술을 방송에 담았다. 보스턴 미술관과 공동으로 제작한 예술 시리즈는 '비디오 아트' 매체의 기준을 세우는데 큰 기여를 했다. 또 'NEW TV 워크숍' 프로그램은 무용과 드라마의 대중적 확산에 일조했다.

IV. 사례연구

1. 'PBS Art'와 편집정책

PBS(Public Broadcasting Service, 공영 방송 서비스)는 미국의 공영 방송이다.⁴⁾ 교육을 목적으로 하는

협영화를 포함한 다양한 영상작가들이 등장했다.

4) PBS는 1969년 비영리 방송국들을 통합해 프로그램을 제공할 목적으로 설립되었다. 회원 방송국들이 파견하는 13명의 전문가 대표와 17명의 비전문인 대표 및 4명의 이사와 PBS 회장 등 35명으로 구성되는 이사회에 의해 운영된다. 사업 영역은 다음과 같다. ① 성인과 아동 공용의 프로그램을 제공하는 내셔널 프로그램 서비스, ② 텔레비전 방송통신대학 강좌를 제공하는 어덜트러닝 서비스(Adult Learning Service), ③ 유치원부터 12학년까지의 학습 프로그램을 제공하는 엘리멘터리 서비스(Elementary Service)또는 세컨더리 서비스(Secondary Service), ④ PBS와 회원 방송국들의 기금을 모으기 위해 상품과 용역을 판매하는 영리적 자회사인 PBS 엔터프라이시스, ⑤ 가정과 기업체들에게 신속한 데이터 배급을 제공하는 내셔널데이터캐스트사, ⑥ 학교와 도서관 및 기타 공공기관에 비디오카세트 판매·대여·특허하는 PBS 비디오, ⑦ 공공 텔레비전 프로그램의 비디오카세트를 소매시장에 배포하는 PBS 홈비디오, ⑧ PBS와 회원 방송국들을 위해 기술체제를 연구하고 개발하는 PBS 엔지니어링, ⑨ 방송국 독립 프로그램, 개발 서비스, 전미공

방송국인 NET(National Educational Television, 전국 교육 텔레비전)을 전신으로 1970년 PBS로 대체되어 1973년 종합방송국으로 전환되었다. 미국과 푸에르토리코, 버진 제도, 괌, 아메리칸 사모아 등의 공공 텔레비전 방송국을 회원으로 하는 미국의 비영리 민간법인 방송국으로, 1969년 11월 3일 설립해 1970년 10월 5일 개국하였다[15]. PBS는 문화·교육·과학 분야와 아동물 및 뉴스와 시사정보 등 우수한 프로그램을 회원 방송국들에게 제공하지만 프로그램을 직접 자체 제작하지는 않는다. 프로그램은 회원 방송국, 독립 제작자, 기타 전 세계의 프로그램 제작자들에 의해 제작된다. 본사는 워싱턴 D. C.의 교외인 버지니아 주의 알렉산드리아에 있다. 340개가 넘는 비영리 회원 방송국들은 다음과 같은 4개의 경우에 한해 회원의 자격을 부여받는다. 뉴욕 주 로체스터의 WXXI 등과 같이 지역사회 단체에 해당할 경우, 오하이오 주 콜럼버스의 WOSU(오하이오 주립대학교에서 인가함)와 같이 대학에서 인가받은 방송국이나 대학 방송국인 경우, 사우스캐롤라이나 교육 텔레비전과 같이 주립 방송국일 경우, WNYE(뉴욕 시의 공립학교들에서 인가함)와 같이 시나 지역 자치 당국의 방송국일 경우 등이다. PBS는 다양한 연령, 관심사 및 장르를 위한 프로그램을 제공하고 있다. 매달 거의 1억 명의 사람들이 PBS TV를 통해 그리고 거의 3천 3백만 명의 사람들이 온라인으로 PBS를 시청하고 있고 문화예술을 넘어 과학, 역사, 세계이슈, 공공 문제 등을 탐험하고 있다.

PBS의 모든 Art 관련 프로그램들은 미국에서 예술이 부흥하는 것을 목표로 하고 있다. 또한 모든 미국인들에게 문화예술에 접근할 수 있다는 것을 알리고, 문화예술 프로그램이 자신들을 위해 만들어졌으며 그들 자신에 대한 이야기라는 점을 이해하도록 돕는다. PBS의 Art 프로그램은 크게 건축, 무용, 디지털, 영화와 방송, 음악, 공연, 시각예술, 문학의 장르 범주로 분류된다. 또

매 서비스, 전미법인지원 등으로 불리는 PBS 부서들이 취급하는 각종 모금 서비스 등이 있다. 미국의 연방정부는 공영방송공사 CPB(Corporation for Public Broadcasting)와 그 밖의 여러 기관을 통해 공공 텔레비전의 전국·지구·지방 조직들을 위한 자금 조달의 약 1/6을 담당한다. 시청료 징수가 공공방송망 수입의 약 20%를 차지하고, 주정부가 20% 정도를 부담한다. 나머지 수입은 법인과 그 밖의 업체, 대학, 재단, 지방정부, 공매 등 기타 잡다한 수입원들로부터 거두어들인다.

한 최근 문화예술 관련 작품과 전시 그리고 공연 등을 포함하며 지역예술가들과 그 활동들에 초점을 각 지역 방송국들이 나누어 맡는다.⁵⁾ 다양한 플랫폼과 장치들에 의해 PBS에 접근할 수 있도록 기술적으로 지원하고 있으며 자체 프로그램 컬렉션을 갖춰 온라인 스트리밍 혹은 DVD 대여와 판매 등으로 각종 문화예술 프로그램을 확산시키고 있다. 미국 국립예술기금(National Endowment for the Arts) 그리고 Anne Ray Foundation이 주 후원자로서 지원 중이다.

PBS Art 프로그램들을 지지하고 있는 것은 편집 정책과 관행적 제작 표준이다. 공익에 봉사하고 시청자의 신뢰를 지키려는 PBS의 약속이자 초석이기도 하다. PBS가 배포한 모든 콘텐츠의 품질과 무결성을 보장해주는 것이 바로 아래의 편집 핵심 원칙들이다. 먼저 PBS의 프로그램 담당자는 편집 원칙을 충실히 적용해 최선의 판단을 해야 할 의무를 진다. PBS의 편집기준은 1)독립된 편집자 2)정확성 3)공정성 4)투명성 5)포괄성 6)책임성의 키워드로 요약된다. 먼저, 편집자의 독립성 보장은 공공의 이익을 위해 봉사하고 시청자의 신뢰를 유지하기 위해 필수적이다. 이 의무는 생산자와 PBS 담당자에 대한 선의의 전문적 판단을 통해 달성된다. 편집자의 독립성은 생산자들에게 아래의 다른 원칙을 달성할 수 있는 자율성을 준다. 정확성은 그들이 다루고 있는 주제에 대한 생산자와 PBS 담당자의 정직함, 진실성, 겸손함을 의미한다. 정확성에는 정보가 정확한지 확인하는 것이 당연히 포괄된다. 생산자는 공정성의 의무를 가진다. 특정 주제에 대한 모든 관련 사실들과 관점들을 고려해야 하며, 존중되고 책임감 있는 방식으로 정보를 제시해야 한다. 개인의 의견과 편견을 관리하면서 모든 의견이나 관점의 신뢰도를 평가해야 한다. 공정성의 한 목적은 비록 시청자들이 프로그램의 결론에 동의하지 않더라도 그 내용을 인지하고 내용으로부터 배울 수 있는 것을 의미한다. 생산자들은 결코 제작하

는 프로그램의 관점을 조작해서는 안 된다. 투명성은 작품의 신뢰성을 평가할 수 있고, 신뢰할 수 있는지 여부 자체를 결정할 수 있도록 만들어져야 한다는 원칙이다. 제작자는 편집의 효과, 즉 작업이 어떻게 실제로 이루어졌는지를 공개할 수 있어야 한다. 곧, 특정한 결론이나 관점에 도달했을 때 시청자들이 어떻게 그 결론이나 관점에 도달했는지 평가할 수 있어야 한다는 것이다. 또한 광범위한 아이디어, 정보 및 관점을 다루는 포괄적인 콘텐츠를 제시해야 한다. 시청자들이 다양한 결론을 도출할 수 있는 관점을 포함하는 프로그램을 제작해야 한다. 곧, 다양한 관점을 가진 신뢰할 수 있는 추가 정보를 제공해야 한다. 마지막으로 제작자와 PBS 담당자는 시청자, PBS의 편성 대표자, PBS 회원국에 대해 책임성을 가지고 대응해야 한다. 책임에 대해서는 생산자가 자신의 업무를 숙지하고, 이에 대한 적극적인 디지털 참여와 그에 대한 대응능력을 갖춰야 한다. 또한 생산자들은 최고 수준의 전문적 행동기준을 고수하고 부지런히 진실을 추구하고 보고해야 한다는 것을 의미한다. 이해 상충은 피해야 한다. 오류 발생을 인지한 즉시 제작자는 PBS와 긴밀하게 협력하여, 중요한 편집 결정이나 내용 관련된 윤리적 문제에 대한 시청자들의 질문이나 비판에 시기적절 하게 대응해야 한다.

2. 「ART 21C」사례연구

위와 같은 PBS의 문화예술 프로그램을 대표하고 있는 TV 시리즈가 「ART 21C」다⁶⁾. 예술교육 자료, 아카이빙 기록 그리고 TV 방송으로 만나는 현대 미술의 역사 그 자체라고 할 수 있다. 평상시 접하기 어려운 작가들의 일상생활과 작품에 대한 이야기 등을 밀착해 보여 준다. 현대 미술 작가들 스스로의 목소리로 그들만의 독특하고 진취적인 예술관과 자신의 인생 일부를 가감 없이 생생하게 전달하고 있다. 2001년부터 시작돼

5) 대표적으로 AHA! A House for Arts | WMHT, Art Loft | WPBT2, ART EFFECTS | KNPB, Arts District | Rocky Mountain PBS, Arts In Focus | WXXI, ¡COLORES! | New Mexico PBS, Detroit Performs | WTVS, Gallery America | OETA, Greater Chattanooga | WTCL, Minnesota Original | TPT, The Arts Page | MPTV, The Lowertown Line | TPT 등의 각 지역 문화예술 관련 프로그램들이 자체 편성되고 있다. (2018년 10월 현재)

6) 시리즈별 테마를 요약하면 다음과 같다. 시즌 1(2001) : 장소, 영감, 아이덴티티, 소비, 시즌 2(2003) : 스토리, 손실과 욕망, 유머, 시간, 시즌3(2005) : 파워, 기억, 플레이, 구조, 시즌 4(2007) : 로맨스, 시위, 생태학, 패러독스, 시즌 5(2009) : 컴패션, 판타지, 혁신, 시스템, 시즌 6(2012) : 변화, 경계선, 역사, 균형, 시즌 7(2014) : 조사, 비밀, 유산(레거시), 픽션, 시즌 8(2016) : 시카고, 멕시코시티, 로스앤젤레스, 밴쿠버, 시즌 9(2018) : 베를린, 요하네스버그, 샌프란시스코이며 한국에서는 EBS가 방송 판권을 보유하고 있다.

2018년 현재 시즌 9까지 제작돼, 미국 전역을 포함 세계 50여 개국에 방송되고 있다. 매 2년마다 새로운 시즌으로 방송되며 각 시즌마다 예술장르별, 작가별, 테마별, 장소별 등 다양한 방식으로 시청자들에게 문화예술의 향기를 느낄 수 있도록 제작되고 있다[16]. 「ART 21C」는 현대 미술에 대한 생각 많고 정교한 콘텐츠로 우리 시대 명망 있는 예술가들로부터 직접 배울 수 있는 기회를 제공한다. 「ART 21C」를 전담 제작하고 있는 제작사는 비영리 단체인 'Art 21 재단'[17]이다. 재단의 주 임무는 현대 예술가와 그들의 작품을 통해 보다 창의적인 세상에 대한 영감을 시청자들에게 전해 주는 것이다. 「ART 21C」는 전략적 사고와 정책을 바탕으로 전 세계 수백만 시청자들에게 디지털 미디어의 힘을 빌려 전달되고 있다. 현재까지 거의 20년 동안 「ART 21C」는 순수 예술에 대한 감상과 교육 곧 예술 리터러시를 시청자들에게 다양하고 친근하게 그리고 효과적이고 창조적으로 소개하고 있다. 한마디로 TV 방송과 신기술 미디어를 통한 예술 감상과 교육의 패러다임을 변화시키고 있는 중이다.

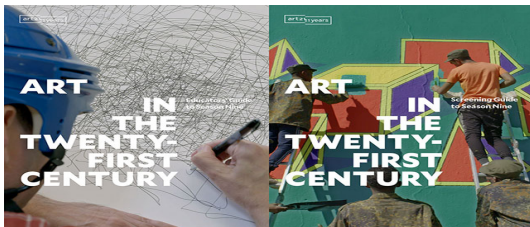


그림 1. 「ART 21C」교육자용 가이드북 및 오프라인 상영회(스 크리닝 소사이어티) 모습

「ART 21C」는 운영을 총괄하는 재단 이사회를 필두로 부분별 4개의 자문조직으로 운영, 관리, 감독된다.7)

7) 'Art 21 재단'은 「ART 21C」를 기획, 제작하는 곳으로 1997년 현대 문화 예술을 좀 더 대중들에게 접근하기 쉽도록 그리고 예

첫째는 큐레이토리얼 위원회로서 「ART 21C」의 전반적이며 기본적인 예술적 방향성에 관해 결정하는 위원회이다. 두 번째는 교육자문위원회로서 미국 초, 중, 고등 과정에서 각각 문화교육의 임무를 달성하기 위한 자문을 주로 한다. 셋째는 인문학 자문위원회로 「ART 21C」 프로그램에서 문화예술과 인문학의 관계성에 대해 자문하며, 다수의 인문학자들로 구성된다. 마지막으로 국제위원회로서 세계 여러 나라의 문화예술 관련 학자, 예술 전문가들, 박물관 관장들, 비평가들과 큐레이터들로 구성돼 'Art 21 재단'의 글로벌 문화예술 교육 임무를 지원하는 역할을 한다. 위의 4개 위원회는 재단 이사회와 협조하며 제작진과의 유기적인 소통은 물론, 문화예술 교육이라는 공동의 목표를 달성하기 위해 운영되고 있다. 하나의 이사회가 총괄하는 구조가 아닌 서로 다른 전문가 그룹들이 서로 다른 위원회를 통해 균형 있고 전문적인 도움을 주고 있는 것이 특징이다. 이러한 분권과 각자 전문 영역에 대한 인정은 「ART 21C」프로그램의 안정성과 독창성 그리고 높은 권위성으로 귀결되고 있다. 위원회 외에도 큐레이토리얼 팀, 디지털 콘텐츠 팀, 예술교육 팀, 프로덕션 팀 등 대략 12명의 전문 상근 직원이 근무하고 있다. 프로덕션 팀의 경우 상근 직원은 2명이나 프로그램 촬영 시 지역 영상전문인력을 채용해 「ART 21C」를 제작한다.8)

「ART 21 재단」의 주요 역할은 총 5개 분야로 요약된다. 필름 프로젝트, 이를 바탕으로 한 예술교육, 출판, 디지털 프로그램, 라이브러리 구축이다.9) 피바디상을 수상하기도 한 PBS TV 시리즈 「ART 21C」를 기본으로 디지털 영화시리즈인 「뉴욕 클로즈업(New York Close Up)」, 「익스텐디드 플레이(Extended Play)」등을 제작하고 있다. 방송 프로그램 외에 각종 온라인 출

술가들이 자신들의 자유로운 관점에서 21세기 예술과 문화를 대중들에게 설명하고 보여주기 위한 목적의 비영리법인으로 출발했다. 주요 재원으로는 앤디 워홀 시각예술재단과 미국 공영방송 PBS 파운데이션, 국립예술기금 등이 있다. 'Art 21 재단'의 주 프로젝트는 PBS 「ART 21C」시리즈 제작이며 동시에 예술교육, 상영회 등의 공공 프로그램, 「ART 21C」블로그 운영 그리고 관련 출판까지 포함한다.

8) 'Art 21 재단' 프로덕션 팀장, 닉 래비쉬(Nick Ravich)와의 심층 인터뷰 2018.09-2019.01

9) 현재 700편이 넘는 VOD 아카이브와 각종 오프라인 출판물, 잡지, 가이드 등을 상시 서비스 중이다.

판물 제작 및 Art21.org 등의 웹사이트와 블로그 등 디지털 매체를 통해 예술가들과 시청자들을 연결시키는 많은 공공 프로그램들도 매년 운영된다. 특히 교실 없는 학교의 교육도구로서 「ART 21C」 프로그램을 활용한 오프라인 현대 미술 교육과 감상에도 큰 기여를 하고 있다.¹⁰⁾ 「ART 21C」 교육자 커뮤니티 조직, 예술교육 자료 생산, 예술교육 프로그램 개발 워크숍과 강연회, 시청자 참여 프로그램과 상영회(Screening Society) 그리고 각종 예술관련 콘서트 이벤트 등이 있다. 한마디로 미국 전역에 분포된 예술 교육자들에게 교육 자료와 프로그램을 무료로 제공함으로써 교육자와 학생들에게 봉사하고 있다. 동시에 「ART 21C」 프로그램은 TV 방송과 상영회를 통해 시청자들로 하여금 현대 미술과 대화할 수 있는 능력을 직접 배양하도록 독려하고 있다. 가장 많은 시청 층인 예술 교육자들과 학생들 그리고 시청자들이 오늘날 예술가들이 무엇을 생각하며 어떻게 사고하는지를 탐구할 수 있도록 온, 오프라인을 통해 「ART 21C」는 대화하고 있는 것이다.

2. 「ART 21C」콘텐츠 분석

2018년 9월에 첫 방송된 최신작 시즌 9은 베를린, 요하네스버그 그리고 샌프란시스코 지역을 중심으로 진행된다. 냉전 이후 베를린의 문화적, 경제적 재탄생부터 남아프리카공화국의 인종 차별 정책 그리고 샌프란시스코 베이 지역의 기술적 붐까지 담고 있다. 총 12명

의 예술가들과 비영리 예술 센터들이 출연한다.¹¹⁾ 예술가들은 식민지, 전쟁, 이민의 복잡한 역사를 조사하고, 기술과 환경과의 상호작용에 대한 새로운 시각을 제공한다. 또한 성별, 인종에 대한 우리의 개념을 비판하며, 궁극적으로는 새로운 방법을 보도록 영감을 준다. 시즌 8의 예술가들은 그들이 사는 곳, 즉 시카고, 로스앤젤레스, 멕시코시티, 밴쿠버라는 장소에 의해 분류된다. 저항, 즐거움, 죽음 그리고 더 나은 미래를 위한 희망을 공유한다. 각 지역의 지리, 건축, 사회, 문화, 유산을 보여주지만 동시에 세계 모든 곳에서 시청자들이 경험하는 현대인의 삶을 조망하고 강조한다. 총 16명의 출연한 예술가들은 모두 테러, 환경, 인권과 같은 우리 시대의 긴급한 문제들에 대한 국제적이며 적극적인 대화를 추구하고 있다. 에미상 수상 여배우인 클레어 데니스가 진행자로 참여해 에피소드 각각에 대해 소개한다. 시즌 7은 미국, 유럽, 라틴 아메리카 출신의 12명의 예술가들이 시청자들을 미국과 전 세계의 예술 프로젝트로 초대한다. 브롱스 공공주택 프로젝트, 네바다 사막의 군사 실험 시설, 스웨덴의 재즈 축제 등 다양한 장소에서 예술가들은 그들의 삶과 창의적 과정에 대한 친밀하고 개인적인 통찰력을 드러낸다. 시즌 7의 예술가들은 사회적으로 그리고 정치적으로 관여된 예술을 창조하며, 형태와 매체 실험을 통해 새로운 경험을 이끌어낸다[16].

시기적절하고 시대를 초월한 글로벌하고 지역적인, 아름답고 도발적인 현대 미술은 우리가 새로운 방식으로 우리의 세상을 바라볼 수 있는 도전이다. 현대 예술가들은 우리 시대의 복잡한 이슈와 씨름하고, 어려운 질문을 던지며, 전 세계의 관객들을 즐겁게 하고, 놀라게 하고, 때로는 불안하게 하는 작품들을 만들어낸다. 위와 같은 화두의 시즌 6에는 5개 대륙 출신의 13명의 예술가들이 등장한다. 나이지리아에서 뉴욕까지, 북경에서 브라질까지 전 세계를 아우르는 이 에피소드들은, 예술이 인식을 바꾸고, 관습에 도전하고, 우리가 세상을 보는 방식을 바꿀 수 있는 힘을 보여주면서, 일하는 예

10) 'ART 21 재단'은 교실 안팎에서 활용할 수 있는 상세한 활동 안내 및 21세기 미술 교육을 위한 다양한 지침서들을 제공한다. 경험이 풍부한 미술 교육자들의 수업계획과 경험 그리고 생각들이 종종 「ART 21C」잡지에도 실린다. 교육자 가이드는 「ART 21C」영화를 보기 전, 상영 중 및 본 후에 교육자가 강의실에서 활용할 수 있도록 설계 되어있다. 이 가이드들은 시리즈별 예술가들과 주제들에 대한 정보, 교실 토론을 위한 질문, 그리고 학생들이 창의적이고 비판적인 사고 과정에 대한 근본적인 이해를 제공하는 실습활동을 포함 한다. 특히 상영 가이드는 공공 상영 이벤트를 계획하는 데 도움이 되도록 설계되었는데, 시작할 때의 조언, 각 에피소드 개요, 참여 예술가들의 활동내역, 토론 질문들과 연계 그룹 활동들을 담고 있다. 'ART 21 재단'은 미국 전역의 교육자 커뮤니티를 육성하고 지원하는 연중 프로그램을 진행하기도 한다. 이 프로그램은 현대미술 리터러시의 교육을 담당하고 있는 유치원부터 초, 중등학교 교육자를 지원하기 위해 고안되었다. 이상과 같이 방송 이후에도 각 지역별로 이뤄지는 연중 교육 프로그램과 자료 제작, 배포 그리고 온라인을(블로그와 기타 SNS 등) 통한 재매개들은, 시청자와 예술 교육자들이 언제, 어디서든 활용할 수 있도록 정리되고 체계화 되어 있다.

11) 'Art 21 재단' 프로덕션 팀 닉 래비쉬(Nick Ravich)에 따르면 출연 작가들의 선정은 독립적, 전문적인 내부 큐레이토리얼 팀에서 진행된다. 작가와 작품의 혁신성과 성취도가 제일 중요한 평가기준이며 정치적 의견과 국적, 성별, 인종 등은 전혀 고려대상이 아니다. 기타 고려사항으로는 촬영장소, 작가의 전시일정, 프로그램을 위한 현대미술 매체별 다양성(그림, 조각, 설치 등 조울) 뿐이다.

술가들을 자신들의 언어로 보여준다. 시즌 5는 시청자들에게 현대 미술가의 삶과 작품을 독특한 시각으로 볼 수 있게 하고, 예술가의 관점을 드러내며 그들의 작업 과정과 스튜디오를 보여준다. 제작진은 남극 대륙을 제외한 모든 대륙과 9개국에 있는 박물관, 스튜디오, 갤러리, 주택에서 새로운 예술 창조물들을 촬영했다. 화가, 조각가, 사진작가, 영화 제작자에 이르기까지 국제적으로 인정받는 14명의 예술가들이 그들 자신의 환경과 언어로 촬영되었다. 그 결과는 관객들이 오늘날 가장 흥미로워하는 예술 미면의 복잡한 예술 과정을 직접 경험할 수 있게 한다. 특히 이번 시즌 5에는 한국 예술가인 김수자가 등장하기도 한다. 시즌 4는 17명의 현대 예술가의 창작 작품 뒤에 있는 영감, 비전, 기술을 보여준다. 예술가들은 시청자들에게 그들의 열정, 충동, 그리고 예술 창작 방법을 직접적으로 말한다.

오늘날 가장 역동적인 시각 예술가의 마음속에서는 어떤 일이 벌어지고 있을까? 그들은 통찰력과 창작 결과물 사이를 어떻게 연결시키는가? 무엇이 예술가들이 관습의 장벽을 깨고 새로운 시각에 도달하도록 고무시키는가? 이러한 질문들은 시즌 3에서 탐구된다. 예술을 창조하는 것은 복잡한 과정이며 때때로 신중하고, 우연히 발생하기도 하며 또 엄격하기도 하기 때문이다. 상파울루에서 보스턴까지 베를린에서 휴스턴까지, 16명의 예술가들을 촬영하고 그들이 소개하는 친숙한 장소로 시청자들을 안내한다. 시즌 2는 박물관과 미술관의 경계를 허무는 데 초점을 맞추고 있다. 시청자들이 갤러리를 방문하는 것 이상의 시각 경험을 제공하기 위해 필름을 사용한다. 강렬한 영상을 통해 시청자들은 작업 중인 예술가를 관찰하고, 그들의 작업 과정을 호호하며, 그들이 어떻게 자신의 예술적 비전을 달성하기 위해 도전하고 해결하는지를 경험할 수 있다. 한국 작가 서도호가 스토리 편에 출연한다. 최초 시리즈인 시즌 1은 21세기 미국 예술가들의 자기표현, 예술적 과정, 세계와 대중을 사로잡는 방법, 다양한 미디어 활용법, 대중문화와 정치, 민족적 유산, 고전적 모델 그리고 깊숙한 개인 경험의 원천을 끌어들인다. 모두 21명의 예술가들이 현대 미술과 예술 철학의 단면을 드러낸다.

V. 연구결과 및 제언

「ART 21C」의 위와 같은 사례연구를 통해 몇 가지 성공 전략을 추출해낼 수 있다. 첫 번째, 온, 오프라인 순수예술 교육과 TV 프로그램 제작 등을 기획, 총괄하는 기구의 존재다. 곧 'ART 21C 재단'은 정부와 민간으로부터의 지원을 흡수해 총괄적이고 체계적인 마스터 플랜을 기획한다. 이는 국가적으로 문화예술 교육의 중요성과 효용성 등이 고려된 결과다. TV를 통한 문화예술 확산은 국가적, 정책적, 미래적 견지에서 정책과 실천전략이 수립되어야 한다. 문화예술 육성정책을 개별 방송사나 제작자 혹은 아티스들의 몫으로 돌리기에 그 파괴력과 전파력, 중요성이 상당하기 때문이다. 둘째로는 공정을 기하기 위한 집단 작가 선정위원회(큐레이토리얼 위원회)와 편집권이 독립된 전문 제작진의 존재다. 위 두 가지는 현재 방송사와 제작사가 문화예술에 관해 전문화되지 못한 한국 현실과 매우 대비되는 지점이다. 셋째로 방송 이후를 체계적으로 고려하고 있다는 점이다. 방송 프로그램을 활용한 멀티유즈 개념이 확립돼, 출판과 온라인과 오프라인 교육, 상영회, 강사 육성 등이 체계적으로 정비돼 있다. 미디어를 활용한 미술 교과서로 대체될 수 있도록 그 프로그램의 질과 양을 보장하고 있는 것이다. 움직이는 예술 교육 교실이라는 PBS의 이념이 상기된다. 방송 이후가 전혀 고려되지 않고 오프라인 예술교육으로 시너지효과를 보지 못하고 있는 현재 한국 TV 방송의 예술교육 개념에 조정이 필요한 시점이다. 마지막 넷째로 위의 세 가지를 법적 제도적으로 보장하고 안정화시킬 수 있는 정책과 전략의 제도화가 이뤄져 있다는 점이다. PBS의 재원을 국가가 보장하고 있고 'ART 21C 재단' 작가 선정위원회로서 큐레이토리얼 위원회 등이 안정적, 독립적으로 존재함을 참고할 필요가 있다.

이상에서 살펴본 PBS TV 「ART 21C」의 전략과 선행연구 등에서 살펴본 해외 사례 등을 바탕으로 아래와 같은 전략과 정책을 제언할 수 있다. 먼저 대전제로써 올바르고 체계적인 TV 문화예술 프로그램을 육성하기 위한 국가적 정책 로드맵 마련이 필요하다. 국가미래전략이자 국가성장동력으로 상정해 단계적이고 적극적인 자원의 투자가 요구된다. 한국의 경우 현재 문화체육관광

광부, 문화예술위원회, 문화예술교육진흥원, 콘텐츠진흥원, 영화진흥위원회, 공중파 방송국 그리고 각 시도 산하 문화재단과 위원회, 지역방송국, 예술전문 공익채널 등이 개별적 혹은 산별적으로 대중에 대한 문화예술 확산과 지원 그리고 교육을 담당하고 있다. 이 중 거시적 안목에서 TV 예술 교육을 담당할 수 있는 조직이 필요하며 TV 예술교육을 담당했던 각 단체별 역량과 노하우를 집결시켜 체계화해야 한다. 한 곳에서 문화예술 교육과 감상에 대한 장, 단기 마스터 플랜을 설정하고 전담 제작진과 방송 이후 교육을 담당할 인력과 자원들을 육성한다. 전담 제작진에 의해 만들어지고 편성된 TV 프로그램은 다양한 문화 기구들을 통해 지역으로 확산되며 학교 교실에 까지 이어져야 된다. 이러한 일련의 예술 리터러시 교육은 국민들의 문화예술 향유와 전문 작가 육성 그리고 궁극적으로 사회 전반에 걸친 문화적 소양 고양에 지속적으로 선 순환될 것이다. 현재 각 지역의 영상위원회에서 실시하고 있는 미디어 리터러시 교육이 참고 될 만하다. 미디어 리터러시와 대중소이하게 TV(또는 여타 미디어)를 활용한 예술 리터러시 교육과 확산이 이뤄져야 하며 이를 위한 순수예술계 그리고 예술교육학계의 관심과 동참이 절실하다.

구체적 세부 실천 사항들을 단계별로 제시해보자면 첫 번째, 토대구축 단계로써 전문인력양성, 예술 리터러시 교육, 두 번째 확장성장 단계로써 멀티 플랫폼, 국지 전략(지역친화형) 확립 마지막 세 번째 장기구조 단계로써 정책과 제도 확립이 필요하다. 세부사항으로 첫 번째 토대구축 단계에는 미디어 리터러시를 활용한 문화예술 리터러시 확산이 필요하다. PBS의 시청률 또한 높지 않은 게 사실이다. 방송이 재밌어야 하며 문화예술 프로그램은 일부 특정층만의 전유물일 뿐 전혀 재밌지 않다는 따라서 상업적으로 방송프로그램에 적당하지 않다는 인식에서 탈피해야 한다. 재밌는 문화예술 프로그램도 얼마든지 가능하며 이러한 맥락은 다음 항의 전문 제작진의 육성과도 맞물린다. 더욱 중요한 점은 문화예술 프로그램을 볼 수 있고 즐길 수 있는 능력을 시청자들에게 제공하는 문화예술 프로그램 미디어 리터러시 교육이 매우 필요하다. 문화예술 프로그램 전문 제작 인력 양성이 필수적이다. 문화예술 전담 제작진을 선발하고 교육시켜야 하며 다양한 외부의 전문가

들이 기획, 발굴, 대본, 제작 등에 참여할 수 있는 아웃소싱도 고려되어야 한다. 「ART 21C」의 경우처럼 오로지 해당 프로그램만을 담당함으로써 전문성과 특수성을 높여 양질의 콘텐츠를 창작할 수 있는 풍토를 구축해야 한다. 문화예술 관련 전담 제작진과 제작사의 육성은 매우 시급히 해결해야 될 과제다.

두 번째 단계인 확장성장을 위해서는 현대 첨단 기술에 맞는 멀티 플랫폼 전략과 지역친화형 국지 전략이 동시에 진행되어야 한다. 현재의 전형적 문화예술 프로그램 포맷(매거진과 다큐멘터리)에서 탈피해 다양한 포맷과 멀티 플랫폼을 통한 멀티유즈 개념을 확립해야 한다. 아울러 미술 교육 위주에서 역시 탈피가 필요하다. 곧 교육, 감상, 중계, 아티스트 1인 방송, 미술예능, 옥션 생중계 등으로 감상 중심, 미술예능 등 다원화 전략이 요구된다. 일례로 현재 SBS에서 국립현대미술관과 함께 시행중인 올해의 작가상 프로그램 등은 매우 바람직한 방송사와 미술 교육 기관과의 협력사례라 할 수 있다.

「ART 21C」의 경우 방송 프로그램 창작과 함께 디지털 아카이브를 구축해 전 시즌 프로그램을 누구나 볼 수 있게 무료로 공급하고 있다. 또한 아카이브에 다양한 작가 및 작품관련 자료들을 꾸준히 업데이트 해 향후 지속적으로 활용되기 위한 플랫폼으로 작동시킨다. 이 외에도 SNS, 블로그와 디지털 라이브러리를 운영해 인쇄매체를 통한 관련 자료들을 확충해 동시에 제공한다. 교육자들과 선생님 등을 위해 참고자료도 배포한다. 또한 원본 필름의 대여도 가능해 대규모 집단 상영 역시 가능하다. 이러한 멀티 유즈는 자연스럽게 지역 문화예술로 확산되는 순환 고리를 강화하게 만든다. 작가, 작품, 대중, 교육, 관람, 지역, 창작 등으로 이어지는 순환구조가 확립되는 것이다. 「ART 21C」는 방송 프로그램 제작을 넘어 그 이후까지 철저하게 기획된다. 방송 프로그램이 방영된 후 본 프로그램이 각종 학교나 예술 집단 등에서 교육자료로 활용될 수 있도록 관련 자료들을 모두 제공한다. 교육자들을 위한 매뉴얼을 제작해 상세하게 스크립트화 해 제공해 오프라인에서 학생들 혹은 지역민들에게 교육에 적절하게 잘 활용될 수 있는 관련 교재를 영상과 함께 제공하고 있다. 또한 본격적인 예술교육이 아닌 문화예술 향유를 위한 단순 상영

등의 목적으로 활용되는 경우까지 포괄해 준비를 해주고 있다. 이러한 멀티 유즈와 방송 후에 이어지는 지역화 교육도구화 등에 따른 연계성은 많은 시사점을 안겨준다.

세 번째 장기 구조적 안착 전략으로써 정책과 제도 개선이 요청된다. 현재 방송법에 따르면 방송의 종류로 텔레비전방송, 라디오방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송으로 구분하고 방송사업자를 지상파방송사업, 종합유선방송사업, 위성방송사업, 방송채널사용사업으로 나누고 있다. 종합유선방송사업자와 위성방송사업자(이동멀티미디어방송을 행하는 위성방송사업자는 제외)는 공익채널을 의무적으로 운용해야 한다. 공익채널 방송 분야는 사회복지, 과학문화진흥, 교육 및 지역으로 구분되는데 과학문화진흥 분야의 세부 내용 중 하나가 '예술에 대한 이해와 진흥을 도모하고 한국문화에 대한 홍보와 이해를 제고할 수 있는 방송프로그램을 주되게 편성하는 방송분야'이다. 현재 위성방송사업자는 공익채널 의무자인데 위성방송사업자 중에서 이동멀티미디어 방송을 행하는 위성사업자는 의무 대상에서 제외하고 있다. 방송 시청의 트렌드가 이동멀티미디어방송 쪽으로 옮겨지고 있는 현재의 추세에 비추어 볼 때 이동멀티방송사업을 영위하는 위성방송사업자를 의무 대상자에서 제외하고 있는 현 방송법의 개정을 고민해봐야 할 것으로 보인다.

끝으로, 프랑스와 독일의 협력 방송인 ARTE를 교훈삼을 필요가 있다. 남과 북의 통일에 대비한 '남북문화예술TV(가칭)' 설립도 고려해 봐야할 시점이다. 전쟁 후에 쌓인 프랑스와 독일간의 감정의 골이 문화예술TV인 ARTE를 통해 해소되고 있음에 주목해야 한다. 남과 북이 현재도 문화예술 등의 교류를 통해 거리를 좁히고 있듯이 이제는 본격적인 문화예술 교류를 위한 방송사의 공동설립이 필요하다. 문화적 공감대를 형성하고 통일 이후 세대 육성을 위해 꼭 필요한 전략이다. 왜냐하면 TV를 통한 문화예술 교육과 감상은 아무리 강조해도 지나치지 않은 영역이기 때문이다. 대중을 향한 예술 리터러시 확산과 공평하고 공정한 전문 작가 지원과 육성 그리고 교실, 강의실, 각급 공동체, 학원 등에 모두 예술의 향기가 남과 북 모두에게 충분히 다다를 수 있는 활용법을 진지하게 고민해야할 시점이다. PBS TV

「ART 21C」사례연구가 이러한 육성정책 확립에 좋은 본보기이자 교본이 되었으면 한다.

참 고 문 헌

- [1] 김우룡, *현대방송학*, 서울 : 나남출판사, 2002.
- [2] 오세곤, "TV는 문화예술 환경의 핵심이다," *문화예술*, 제10월호, pp.17-36, 2004.
- [3] 한정주, "TV속 문화예술 프로그램 편성의 중요성과 역할," *문화예술*, 제10월호, pp.37-49, 2004.
- [4] 강주현, 김세준, "지상파 TV 문화예술 프로그램의 시청 동기와 시청 만족도에 관한 연구," *예술경영연구*, 제32권, pp.31-65, 2014.
- [5] 김유빈, 윤석민, "공익채널의 의무편성제도가 채널 성과에 미치는 영향 분석," *방송통신연구*, 제73호, pp.201-233, 2010.
- [6] Patricia Aufderheide, *Public television and the public sphere*, *Critical Studies in Media Communication*, 1991.
- [7] L. Quellette, "TV viewing as good citizenship? Political rationality, enlightened democracy and PBS," *Cultural Studies*, Vol.7, No.1, pp.62-90, 1999.
- [8] 한진만, *한국 텔레비전 방송 50년*, 커뮤니케이션북스, 2011.
- [9] 전종영, *TV 방송매체의 문화예술 프로그램 현황과 특성에 관한 연구*, 단국대학교, 석사학위논문, 2010.
- [10] 안혜리, "텔레비전 프로그램을 통한 미술 대중화: 국내 사례를 중심으로," *미술사학보*, 제47권, pp.147-170, 2016.
- [11] BBC Editorial Guideline, <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines>, 2019.04.15.
- [12] <https://www.arte.tv/en/>, 2019.04.15.
- [13] 정철운, 허완, "국경없는 공영방송이 유럽을 감싸고 있다," *미디어 오늘*, 2013.06.17.
- [14] 김정애, *TV 문화예술 프로그램의 현황과 특성에 관한 연구*, 중앙대학교, 석사학위논문, 2005.
- [15] <http://pbs.org>, 2018.10.30.
- [16] PBS ART 21C DVD (시즌 1 - 9)
- [17] <https://art21.org/>, 2018.10.30.

저 자 소 개

최 종 한(Jonghan Choi)

정회원



- 1999년 2월 : 서강대학교 국어국문학과(문학사)
- 2006년 5월 : San Francisco Art Institute New Genre(MFA)
- 2016년 2월 : 서강대학교 신문방송학과대학원 연극영화(박사수료)
- 2007년 9월 ~ 현재 : 세명대학교

공연영상학과 부교수

〈관심분야〉 : 실험영화, 오디오비주얼