

결과보고서

2020 제5회 부산개발협력포럼

개발협력사업과 문화

: ODA의 미래, 부산 영상영화에서 보다

Culture for Development Cooperation
Framing the Future of Busan ODA in Film and Media

2020년 11월 20일 (금) 14:00-17:30

온 · 오프라인 동시개최

| 공동주최 |



부산국제교류재단
Busan Foundation for International Cooperation

KOICA

한국국제협력단

| 후원 |



국제연합
교육·과학·문화기구



유네스코
한국위원회

KOFICE
한국국제문화교류진흥원



BUSAN FILM COMMISSION
부산영상위원회

영화의전당 busan cinema center

AFCN et



부산아시아영화학교
Busan Asian Film School



부산일보사



국제신문



부산 MBC



문화 ODA, 그리고 부산 영상영화의 가치와 가능성을 함께 확인해주심에 진심으로 감사드립니다.

올해 부산개발협력포럼은 문화ODA와 영상영화가 지니는 각각의 가치를
짚어보고, 어떻게 연계시킬 수 있을지 그 방안을 모색하는 자리였습니다.
문화ODA는 인류와 국제사회의 보편가치를 실현하는 거대 담론이자 우리의
삶을 그대로 보여주는 실행 방식이기도 하다는 점을 알 수 있었습니다.
카메라 앵글과 프레임을 통해 영상영화는 우리의 삶을 비춰주기도 하고 우리가
지향해야 할 미래와 지속가능발전의 모습을 보여줄 수 있는 수단이 되기도
하다는 것 또한 참석하신 모든 분들께서 공감하셨으리라 생각합니다.

첨단 기술과의 접목, 창의인재와 산업과의 연계와 같은 융합 ODA의 새로운
영역으로 영상영화가 발전할 수 있는 가능성을 발견할 수 있는 의미있는 시간이
었습니다. 그 현장에 바로 여러분과 부산개발협력포럼이 함께 있었습니다.

열띤 강연과 토론이 이어지는 시간 내내 온라인과 오프라인 현장에서 참여해주
시고 성원해주셔서 정말 감사합니다. 실시간 댓글로 다양하고 의미있는 질문과
격려의 글을 올려주셨는데, 시간 관계상 모두 소개드리지 못한 점 이 글을 빌어
양해를 구합니다. 보내주신 글을 토대로 내년 포럼과 영상영화ODA사업 현장에
반영할 수 있도록 하겠습니다.

내년 2021년은 부산세계원조총회(2011년)가 개최된 10주년이 되는 의미있는
해입니다. 부산개발협력포럼은 효과적인 개발협력으로의 패러다임을 제시한
부산세계원조총회의 정신과 의의를 살리고, 부산을 중심으로 한 지역에서의
개발협력 활성화에 기여할 수 있도록 지속적으로 노력해 나가겠습니다.

부산개발협력포럼 사무국 드림

가능성의 힘을 믿고 앞으로 나아가겠습니다.

부산의 ODA!

지속적인 관심과 많은 응원 부탁드립니다.



부산국제교류재단
Busan Foundation for International Cooperation

KOICA

한국국제협력단

CONTENTS

I 개요 및 주요내용

1. 행사개요	5 p
2. 프로그램	6 p
3. 참석자 집계	7 p
4. 연사 소개	9 p
5. 회의 주요내용	15 p
6. 행사 사진	27 p

II 발표자료 및 녹취록

1. [기조강연] 문화 ODA의 특별한 가치와 성과, 그리고 오해들	33 p
----- 정 정 숙 한국문화기획평가연구소 소장	
2. [세션1-1] SDGs의 시대 : 문화 ODA의 역할	55 p
----- 이 성 훈 한국국제협력단 비상임이사, 경희대 미래문명원 특임 연구원	
3. [세션1-2] 문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화 ODA의 필요성	75 p
----- 유 은 정 한국국제문화교류진흥원(KOFICE) 교류기반팀장	
4. [세션2-1] 영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제	87 p
----- 성 상 철 부산영상위원회 사무처장	
5. [세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치	101 p
----- 윤 지 영 부산연구원 연구위원	
6. [세션3] 종합토론	115 p

BUSAN
ODA FORUM

부산개발협력포럼



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



BUSAN CITY OF FILM

Designated
UNESCO Creative City
in 2014



I 개요 및 주요내용

1. 행사개요
2. 프로그램
3. 참석자 집계
4. 연사 소개
5. 회의 주요내용
6. 행사 사진

1. 행사 개요

❖ 일시/장소

2020. 11. 20.(금) 14:00~17:30 / 벅스코 제1전시장 314-16호

❖ 회의 주제

개발협력사업과 문화 : ODA의 미래 부산영상영화에서 보다
Culture for Development Cooperation :
Framing the Future of Busan ODA in Film and Media

❖ 공동주최

부산국제교류재단, 코이카 부산사무소

❖ 진행방식

온·오프라인 동시 진행 (현장 토론, 유튜브 온라인 생중계)

❖ 진행언어 : 한국어

❖ 참석인원 : 161명 (온/오프라인)

개발협력 사업수행기관 관계자, 학계 전문가, 기업인,
국내 대학 및 대학원 유관 학과 학생 및 관심있는 일반인

❖ 후원

유네스코 한국위원회, 한국국제문화교류진흥원(KOFICE),
부산영상위원회, 영화의 전당, 부산아시아영화학교(AFiS),
AFCnet, 부산일보, 국제신문, (주)KNN, 부산MBC

2. 프로그램

시 간	내 용
개 회 식	
14:00-14:40	□개 회 사 김 기 환 부산광역시 성장전략국장
	□축 사 송 진 호 한국국제협력단 사회적가치경영본부 이사
	□[기조강연] 문화 ODA의 특별한 가치와 성과, 그리고 오해들 정 정 숙, 한국문화기획평가연구소 연구소장
14:40-14:50	커피 브레이크
(세션 1) 개발협력사업과 문화	
14:50-15:30	□SDGs 시대 : 문화 ODA의 역할 이 성 훈, 한국국제협력단비상임이사. 경희대 미래문명원특임 연구원
	□문화동반자 사업 (CPI)을 통해서 본 문화 ODA의 필요성 유 은 정, 한국국제문화교류진흥원(KOFICE) 교류기반팀장
14:40-14:50	커피 브레이크
(세션 2) ODA의 미래, 부산 영상영화에서 보다	
15:30-16:10	□영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제 성 상 철, 부산영상위원회 사무처장
	□포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치 윤 지 영, 부산연구원 연구위원
16:10-16:30	커피 브레이크
(세션3) 종합토론	
16:30-17:30	□특별패널 : 협력국 전문가 *video 인도네시아 : 인도네시아 문화교육부 ICT 센터장 라오스 : 라오스 청년동맹 국제협력팀장
	□발표자 토론 및 질의 응답 진행 : 연 경 심 부산국제교류재단 개발협력팀장

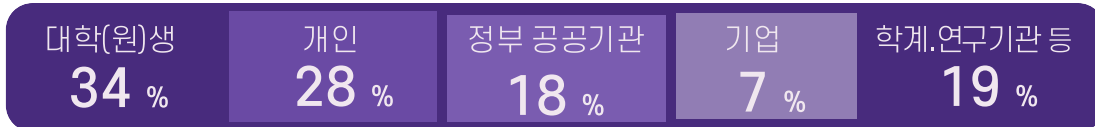
3. 참석자 집계 및 만족도 조사 결과

❖ 참석자 집계

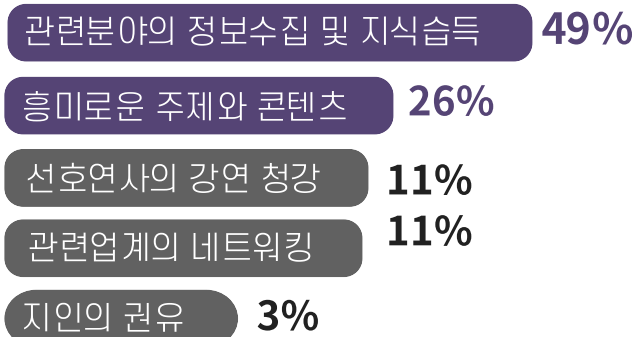
■ 참가자 수

- 유튜브 시청자수 : 101명(동시접속)
- 현장참관객 : 60명
- 영상조회수 : 2,000회 (20.12.31 기준)

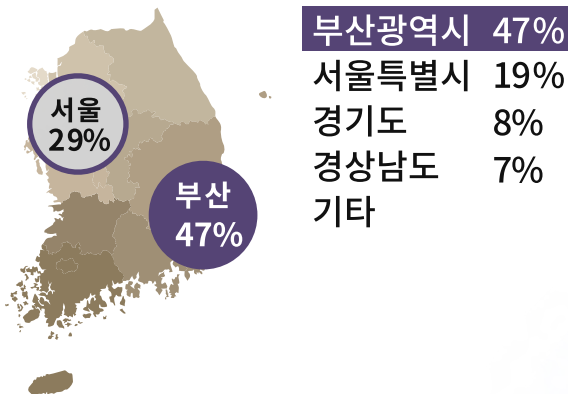
■ 참가자 소속별 집계



■ 부산개발협력포럼 참가목적

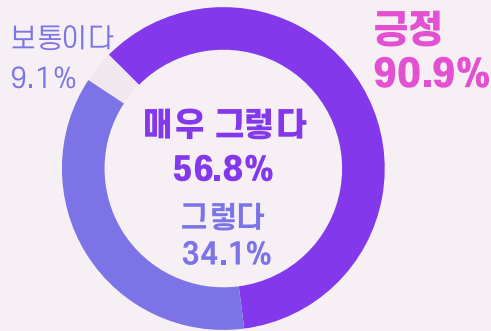


■ 지역별 현황

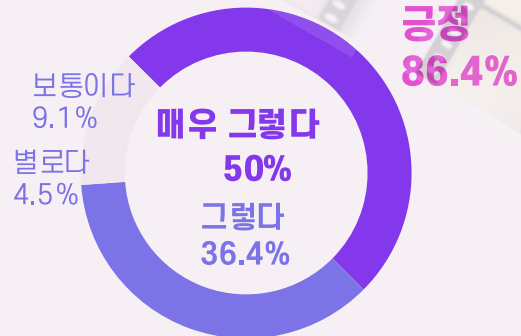


❖ 만족도조사 결과

Q1 2020 부산개발협력포럼은 전반적으로 만족스러우셨나요?



Q2 부산개발협력포럼은 유익한 내용으로 짜임새 있게 구성되었다고 생각하나요?



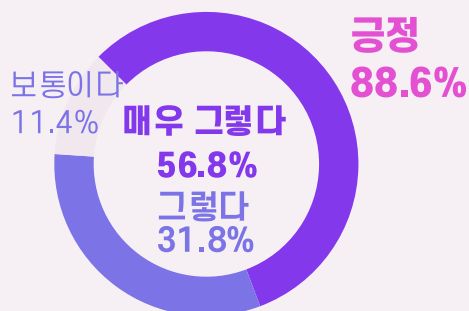
Q3 이번 포럼에서 좋았던 점은 어떤 부분인가요?

좋은 주제 강연	61.4%
운영진의 준비성(친절함)	36.4%
전체적으로 만족	36.4%
연사의 전문성, 인지도	31.8%
흥미롭고 트렌드에 맞는 주제	29.5%
온라인 진행	29.5%
진행방식	9.1%

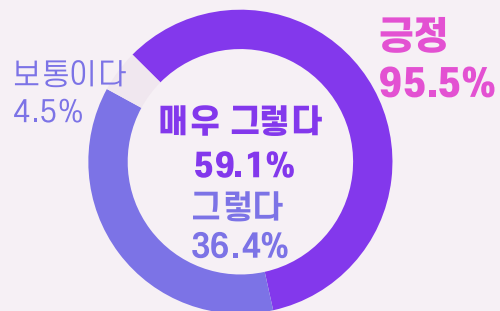
Q4 부산개발협력포럼 참여 목적은 무엇입니까?

관심 분야 학습	65.9%
개발협력 분야 최신 정보 확인	52.3%
지자체 개발협력 동향 확인	20.5%
사업 발굴 및 제안	15.9%
네트워크 구축	9.1%

Q5 부산개발협력포럼의 온라인 중계는 원활했는지요?



Q6 내년에도 부산개발협력포럼에 참여할 의향이 있으신가요?



4. 연사 소개

[개회식] 개회사



김기환

부산광역시 성장전략국장

김기환 성장전략국장은 미국 미시간주립대학 대학원을 졸업하여 2012년 부산광역시 안전행정 국 국제협력과장을 역임했다. 이후 2014년 산업통상자원부 조선 해양 플랜트과 팀장, 2015년 기획 관리실 기획담당관, 2016년 기획행정관, 총무담당관, 비서실장을 역임했다. 2019년 1월부터 부산 광역시 성장전략국 국장을 맡고 있다.

[개회식] 축사



송진호

한국국제협력단 사회적가치경영본부 이사

송진호 이사는 1985년 고려 대학교 경제학과를 졸업하고 통계학을 전공했으며 1999년부터 2001년까지 미국 유니온 신학교 (Union Theological Seminary)에서 객원 연구원으로 재직했다. 송진호 이사는 울산 YMCA 사무총장, 부산 YMCA 사무총장, 아태YMCA연맹 다자간 개발협력사업 파트너서포팅그룹 위원장, 세계 YMCA연맹 기획위원 등을 지냈으며, 국제개발협력민간협의회 (KCOC) 교육위원 및 봉사사업위원, 지구촌빈곤퇴치시민네트워크 공동운영위원장, 한국국제개발협력 학회(KAIDEC) 홍보이사, 부산세계개발원조총회 세계시민사회포럼 조직위원, 국제개발협력시민사회포럼(KOFID) 운영위원 등을 역임했다. 2018년 4월부터 한국 국제협력단 사회적가치 본부 이사를 맡고 있다.

[기조강연] 문화 ODA의 특별한 가치와 성과, 그리고 오해들



정정숙

한국문화기획평가연구소 연구소장

정정숙 소장은 이화여대에서 영어영문학과(1981년 학사), 이화여대 국제정치학과(1985년 석사) 그리고 이화여대 비교정치학(1994 박사)을 전공하였다.

정정숙 소장은 서울대 국제대학원 연구행정실 경력개발 실장, 세종연구소 일본연구센터 연구위원, 한국문화관광연구원 문화예술연구실 연구위원, 대통령 직속 동북아시아위원회 사회문화협력분과 전문위원 및 분과 위원장을 역임했으며 2017년부터 2020년까지 전주문화재단 대표이사를 역임했다. 유네스코 아태무형유산 국제정보네트워킹 센터 중장기 발전계획(2009), 문화분야 공적개발원조(ODA) 사업개발 연구(문화체육관광부 2010), 국제문화교류진흥방안 연구(한국문화관광연구원 2012), 문화 영역 ODA 활성화 방안 연구(한국문화관광연구원 2013), 문화 ODA 평가체계 구축을 위한 기초연구(한국문화관광연구원 2014), 문화 ODA 평가 실행계획과 적용 연구(한국문화관광연구원 2015) 등 다수의 문화 ODA 연구과제를 수행하였다.

2018년부터 대통령 직속 국가균형발전위원회 전문위원, 제31대 유네스코 한국위원회 집행위원, 외교부 정책자문 위원, 공공외교위원회 민간위원으로 활동하고 있다.

[세션1-1] SDGs 시대 : 문화 ODA의 역할



이 성 훈

한국국제협력단 비상임이사.
경희대학교 미래문명원 특임 연구원

이성훈 교수는 서울대학교 사회학과(1987), 가톨릭대학교 사회학과 대학원(2005)을 전공하였다.

이성훈 교수는 아시아인권단체 협의회(FORUM-ASIA) 사무총장, 국가인권위원회 정책교육국장, 한국인권재단 (상임)이사, 세계시민사회단체 CIVICUS 국제이사를 지냈으며 국제개발협력민간위원회(KCOC) 정책 센터장, 국제개발협력시민사회포럼(KoFID) 운영위원장, 대한적십자사 총재 국제 특별보좌관을 역임했다. 현재 국제개발협력민간협의회(KCOC) 정책 홍보위원회 위원, 아시아발전연대 (Asia Development Alliance(ADA)의 Senior Advisor, 한국인권학회 부회장 및 대외협력 이사로 활동하는 등 다수의 민간기관 위원으로 활동하고 있으며 외교부 정책자문위원(공공외교 분야), 제9기 환경부 지속가능발전위원회 전문위원, 국가인권위원회 국제인권자문위원, 평창평화포럼 자문위원, 국무총리실 제2기 시민사회발전위원회 위원 등 공공기관 전문 자문 위원으로도 활발히 활동하고 있다.

현재 경희대학교 미래문명원 특임 연구원이자 2020년 9월 부터 한국국제협력단(KOICA) 비상임이사를 맡고 있다.

[세션1-2] 문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화 ODA의 필요성



유 은 정

한국국제문화교류진흥원(KOFICE) 교류기반팀장

유은정 팀장은 한국국제문화교류진흥원(KOFICE) 교류기반팀 팀장으로 근무하고 있다. 라오스 (2016), 캄보디아(2017) 민관협력 사회공헌사업을 추진하면서 동남아 문화사업을 수행하였다.

2018년부터 2020년까지 문화동반자 사업을 추진하며 문화 ODA 실무 관리를 하고 있다.

[세션2-1] 영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제



성상철

부산영상위원회 사무처장

성상철 처장은 동아대학교 경제학과 학사(1998), 동아대학교 신문방송학과 석사(2006)를 전공하였다.

성처장은 에티오피아 오로미아주 라디오교육방송 PMC 사업 PM을 시작으로 몽골 여성 기업가 육성 포용적 비즈니스 프로그램(IBS) 전문가, 알제리 2020년 신규사업 형성조사 전문가로 참여하였고, 그외 다수의 KOICA사업에서 전문가로 참여해오고 있다.

현재는 부산영상위원회 사무처장이자 부산국제교류재단 비상임이사를 맡고 있으며 한국장학재단에서 사회리더 멘토링 재능기부 활동을 통해 지역의 대학생들에게 국제개발협력 전문가 진로 멘토 활동에 관심을 쏟고 있다.

[세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치



윤지영
부산연구원 연구위원

윤지영 박사는 밀라노국립미술대학교에서 공공미술 석사(2002), Brunel University(영국, 런던) 디자인 경영학 박사(2010)을 전공했다.

윤지영 박사는 가톨릭문화정책연구소에서 수석연구원으로 근무하며 문화 관광 연구 및 문화정책관련 교육프로그램을 개발했다. 건국대학교 등에서 문화 및 디자인 관련 강의를 했으며 2012년부터 현재까지 부산연구원 도시기반 연구실 연구위원으로 근무 중이며 도시문화 콘텐츠, 공공 디자인, 도시브랜딩 관련 연구를 다수 수행하였다

5. 회의 주요 내용

[기조강연] 문화 ODA의 특별한 가치와 성과, 그리고 오해들

발표자 : 정정숙 한국문화기획평가연구소 연구소장



[문화와 문화ODA의 개념]

- 문화상대론적 관점: 문화와 그 가치는 평가 및 비교가 불가능한 것으로 그러한 개념에 입각한 문화 사업 추진 필요
- 문화 영역론적 측면: 문화 원리가 적용된 사회에서 구성원의 삶의 가치가 존중받고, 보편적 수준의 삶의 질이 보장될 수 있는 사회 실현
- 문화 기본법(국내)적 측면: 예술, 생활양식, 공동체 삶, 가치, 책임 및 신념을 포함하는 사회나 사회 구성원의 고유한 정신적, 물질, 지적 감성적 특징의 총체로 포괄성과 추상성에 입각한 종합적 개념 (참조: 유네스코 문화다양성 선언)

※ 문화 사업 관련 사례

- 1) 수직분만실 (캐나다 투라살로드 국제개발협력단체 추진 사업)
 - 과테말라 코반 지역에 건립한 병원의 분만시설
 - 서서 출산하는 지역의 생활양식을 반영하여 설계, 기존 산파들이 분만에 참여할 수 있도록 운영
 - 서양식 병원 건립으로 인한 전통 문화 및 관련 직원군들의 일자리를 보존한 사례
- 2) 유네스코 통계연구소-문화 영역 (2009년)
 - 문화유산/자연유산, 공연/축제, 시각예술/공예, 도서/언론, 시청각쌍방향미디어, 디자인 창조형 서비스 분류
 - 사업화를 위한 영역을 분류하였으며, '영상영화'는 시청각쌍방향미디어에 포함

[문화 사업과 관련 활동의 가치]

- 문화의 미적가치를 발현하고 확산하는 것이 사업화에 중요하며, 전제는 사업 대상자의 수요, 즉 요구를 이해하는 것이 중요
- 사업 대상의 수요는 다양한 사업대상자의 욕구*를 종합적으로 이해하고, 욕구의 강도와 발현의 다양성을 이해하여 수요조사와 사업 기획을 시행
 - * 윌리엄 글래서(Glasser)-통제(선택)이론

[개발협력사업에서 문화ODA]

- 법적 정책적 측면
 - 국내: 개발도상국의 발전과 복지증진을 위한 개발협력(개발협력기본법), 삶의 향상*
 - * 국제개발협력의 정신 및 목표 중 기본정신(제1항)을 추구하기 위한 목표로는 빈곤 감소, 삶의 질 향상, 제도 개선, 상호 교류 증진, 범 지구적 문제 해결
 - 국제: 다양한 의미의 빈곤 해소를 위한 문화적 접근 방식 필요(문화ODA)하며, OECD DAC 기준*에 따르면 문화 레크레이션의 영역에서 시행
 - * 시설, 장비지원, 교육 사업, 세미나 지원 사업 등

[문화ODA사업의 문제점]

- 문화 제국주의식의 일방향적 문화 전파와 이식 (예: 한류 전파에 한정된 ODA)
- 공여국의 자국 문화 정책 및 전략의 이식 (획일성보다는 다양성)
- 국격 제고를 위한 외연적 수단으로써의 문화ODA사업 활용
- 공급자 중심의 사업 체계에 따른 사업 추진

[문화ODA의 실효적 측면]

- 문화 ODA사업의 효과는 조력, 증진, 창출의 측면에서 이해할 수 있으며, 이러한 측면을 기존 문화ODA사업의 문제점을 극복하는 방식에 적용
 - 조력: 문화 존중의 방식에 입각한 사업의 효과성과 효율성 제고(예: 수직분만실)
 - 증진: 사업 대상자의 문화복지권과 문화 향유권의 증진
 - 창출: 문화ODA를 통한 경제 발전창출
- 빈곤을 다양한 사회관계, 안전, 조직, 능력 등 경제적 빈곤에 국한하지 않고 해석해야 하며 이를 위해 문화ODA를 활용

※ 문화ODA 사업의 우수 사례

- 1) 엘시스테마: 음악 교육을 통한 빈곤층 아동 변화.
- 2) 베트남 라오까이성 문화예술교육사업: 아동/청소년, 지역민 대상 문화예술교육지원. 사업의 지속가능성을 위한 매개자(학생 및 사범대생) 교육 포함. 문화를 통한 자긍심과 자아존중 함양 중요

[우리나라 문화 ODA사업 추진을 위한 방향 제안]

- 사업화를 위한 전략 제안
 - 문화 독해력 심화
 - 관계 중심의 사고
 - 실천 전문성 실현을 위한 전문성 심화
 - 문화 사업 특성에 맞는 성과와 모니터링 다각화
- 현 사업의 SWOT 분석에 따른 시사점: 문화ODA 모델 제안 필요
 - 강점: 수원국에서 공여국으로의 전환 경험과 성과
 - 약점: 문화 ODA를 국격 제고를 위한 수단으로 인식
 - 기회: 한류에 대한 세계적 관심
 - 위협: 문화ODA에 대한 선진 모델 부재
- 기타 고려 사항
 - 문화ODA에 대한 인식 제고와 전문화된 사업 개발 및 확산

I 개요 및 주요 내용

[세션1-1] SDGs의 시대 : 문화 ODA의 역할

발표자 : 이성훈, 한국국제협력단 비상임이사, 경희대학교 미래문명원 특임 연구원



[지속가능개발목표 : SDGs]

- SDGs(지속가능 개발 목표)란, 인류의 보편적 문제, 지구 환경문제, 경제사회문제 해결을 위해 유엔 국제기구에서 이행하는 인류 최대 공동 목표
 - 2016년부터 2030년까지 이행을 목표로 하며 17대 목표와 169개 세부목표로 구성
 - 밀레니엄개발목표 MDGs(2000-2015) 이후 복합적 지구위기(에너지, 식량, 기후, 금융위기) 해결을 위한 통합적 접근이 필요하다는 인식의 결과로 탄생
- SDGs는 문제를 해결하는 완전한 것이 아니라 목표사회로 가기위한 중간 단계로서의 수단
 - 문제의 심각성을 함께 공유하며 잘못된 방향성을 인지하고 전환하도록 함.

[SDGs 시대]

- 2015년 반기문 사무총장 시절 국제사회가 지구적 위기해결을 위해 SDGs 채택
- 미국 트럼프 대통령의 고립주의로 국제사회의 다자협력 분위기가 침체됨에 따라 적극이행 불가
- 조 바이든 미 대통령 당선인은 다자주의 복원을 강조하고 있음. 이제부터 본격적인 SDGs 시대가 열릴 것이라 예견됨.
 - UN은 목표연도(2030)까지 열심히 실천하자는 의미에서 2020년을 'Dedicate of Action'으로 선포

[SDGs와 문화]

- 문화는 보편적 가치로 하나의 분야이면서 동시에 범분야적 성격을 가지므로 '범분야(Cross-cutting issue)'에 해당됨.
- SDGs 17개의 목표 중 직접적인 언급은 없으나 범분야의 관점에서는 1-16번까지 모두 해당됨
- SDGs 이행을 위한 과제들이 개발되더라도 삶의 방식인 문화가 바뀌지 않으면 소용없음.

[K-culture 의 확산과 부작용]

- K-Culture가 세계적으로 확산됨에 따라 문화 전유(Culture Appropriation)*'문제 심각
 - * 어느 한 문화집단이 다른 인종이나 문화집단의 전통문화를 자신의 것 마냥 무단으로 사용하는 것 혹은 해당 문화의 의미와 역사에 대해 별다른 이해 없이 사용하는 것
- 수원국 주민들과 밀접하게 일상을 공유해야하는 개발협력사업 현장에서 특히 주의해야함.

[SDGs시대와 한류(K-culture)]

- 현재는 SDGs에 대한 한류의 활용론과 기여론이 공존하고 있음.
 - 활용론 : 한류 확산과 국위선양 및 한국기업 해외진출에 SDGs를 어떻게 활용할 것인가?
 - 기여론 : SDGs 달성에 한국은 한류를 통해 어떻게 기여할 것인가?
- 국제사회에서 한류의 힘은 보편적 가치(인권, 민주주의) 실현을 위한 도구로 활용되고 있음.
 - 음악·영상이 보편적 가치(인권, 민주주의)와 연결되어 새로운 가치가 창출되는 의미 있는 현상

※ 국제사회 속 보편적 가치실현을 위한 한류(K-Culture) 활용 사례

- 1) 홍콩의 시위현장에서 울려 퍼지는 '임을 위한 행진곡'
- 2) 태국의 시위현장에서 울려 퍼지는 '소녀시대의 다시만남세대'
- 3) 민주주의를 위한 기금에 k-pop 팬들의 기부행렬

- 김구 선생의 '문화강국*'과 안중근 의사의 '동양평화론*'를 기반으로 한류의 비전을 세워야 함.
 - * 문화강국 : 나라는 빼앗겼지만 언젠가는 독립을 할 것이고 독립을 했을 때 무력을 통한 강한 나라가 아닌 문화를 통한 강국이라는 비전을 세움
 - * 동양평화론 : 일본을 적대시 하는 것이 아니라 일본을 끌어안고 세계평화에 대한 비전 제시

[문화ODA의 정의와 역할]

- 문화는 공공외교의 중요한 내용이자 도구*(Soft power)
 - * 촉매제이자 마중물 역할
- 문화ODA와 공공외교는 한국과 대상국의 문화교류와 문화산업발전에 동시 기여함
- UN 발전권 합의 내용*처럼 문화는 ODA 뿐만 아니라 권리의 일부로 여겨지고 있음.
 - * UN 발전권 - 발전은 경제적이고 사회적이고 문화적이고 정치적이다.
 - 문화적 권리 : 세계인권선언 제27조, 경제사회문화적 권리 국제규약 제15조에 규범됨

[SDGs와 문화ODA]

- (4.7번 세계시민교육)인권, 빈곤, 성평등 등 문화 다양성 존중 및 지속가능발전을 위한 문화의 기여 등에 대한 교육 실시
- (12.b번) 생산소비의 일환으로서 지속가능한 관광
- (16번) 세부목표- 폭력방지,개도국의 참여 강조, 알권리, 기본적인 자유와 평화 등
 - 문화 ODA가 지향해야할 방향이라고 생각함.
 - 16.2 아동을 대상으로 하는 모든 형태의 폭력을 종식한다. *BTS의 UN연설 주제

[문화ODA의 미래가치와 방향]

- 문화의 힘은 사람들을 변화시키는 엄청난 운동으로 발전하고 있음.
- 문화 ODA를 통해 문화의 힘이 더 많은 사람들에게 확산되도록 해야 함.

I 개요 및 주요 내용

[세션1-2] 문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화 ODA의 필요성

발표자 : 유은정, 한국국제문화교류진흥원(KOFICE) 교류기반팀장



[2020년도 문화체육관광부의 문화ODA]

- 추진목표
 - 1) 문화ODA 확대를 통한 수원국 문화역량 자생력 강화
 - 2) 문화ODA를 통해 지속가능발전목표(SDGs) 달성 기여
- 약 135.2억의 예산. 17개 사업 추진중이며 연수사업이 10개로 가장 많음
 - (연수사업) 69.3억/10개, (프로젝트) 36.3억/3개, (장학지원) 34.8억 (기타)2.9억

[문화동반자 사업(CPI) 사업개요]

- 문체부에서 추진하는 대표적인 문화 ODA사업
 - [추진기간] 2005~ 2020년(16년간)
 - [연수생] 105개국 수원국 문화 전문가 1,268명
 - [국내협력기관] 문화관련 유관기관 63개
 - [추진분야] 60개의 세부분야(전통문화, 현대공연예술, 미술 관련 리서치, 연극 등)
- (기본목적) 해외 개도국의 문화전문가들을 국내로 초청하여 우수한 역량을 가진 국내 문화 관련 기관 및 전문가들과의 연결을 통한 연수생 역량 강화
- (최종목표) 연수생들이 자국으로 돌아가 그들이 속한 커뮤니티나 지역사회, 더 나아가 국가적 문화 역량강화에 기여
- 해외인지도가 매우 높은 편이며 실제 개도국에서 한국관련 업무담당자 중 CPI 출신이 많음

※2020년도 문화동반자(CPI)사업

- 운영기간 : 20.11월-12월(8주간)
- 분야 : 6개 분야(출판/문화상품/영화/공연예술/현대무용/대중음악)
 - *부산국제교류재단 CPI사업(인도네시아 영화전문가 역량강화) 운영기관 선정
- 대상국가 : 신남방신북방 6개국 (라오스, 인도네시아, 카자흐스탄, 필리핀, 베트남)
- 운영방법 : 온라인
- 연구구성 : 총 80시간(공통교육 30, 전문교육 30)

[문화동반자 사업(CPI) 추진체계]

- 전문분야 선정 → 분야별 연수기관 공모 → 수원국 연수생 공모 → 분야별 전문연수
- 2년전 해외협력국의 수요 조사를 통해 분야를 선정하며 선정된 분야를 기준으로 해당연도에 가능한 분야와 연결하여 최종 선정

[성과도출 과정]

- 전문교육이수 → 액션플랜 수립 → 사업화 지원 → 연수성과 환류
- 연수생이 소속된 기관 안에서 할 수 있는 작은 프로젝트 단위의 사업 지원
- 문화동반자 사업은 국가대 국가의 사업이 아닌 현지 문화 종사자 및 전문가를 초청하는 사업이므로 대규모 후속사업으로 지원하는 것은 현실적으로 어려움
- 사업화 지원을 통해 궁극적으로 추구하는 것은 큰 규모의 문화 ODA사업을 지원할 때 그 매개체 역할을 연수생들이 하는 것임.

[후속사업 지원 강화]

- 연수 후속지원강화를 목적으로 사업화 지원을 지속적으로 강화하고 있음.
- (2020년) 기연수생 공공문화사업 프로젝트 지원*
 - 볼리비아 아동음악도서 발간 프로젝트/인도네시아 유네스코문화유산 맵핑 프로젝트
 - 몽골 문화예술인들의 코로나 극복 응원 프로젝트
- (2019년) 기연수생 기획 프로젝트 전문가 활용비 지원
 - 우즈베키스탄 국립도서관 전자카달로그 시스템 관련 워크숍 개최 지원
- (2018년) 기운영기관 프로젝트 참여를 통한 기연수생 재초청
 - 스리랑카 남도국악원 초청 워크숍 개최 지원 등

[향후 문화ODA의 방향]

- 문화 ODA사업, 연속성과 중장기적인 단계적 접근 필요
- 예산 규모는 작지만 역량 안에서 연수생들의 문화 역량 강화를 위해 노력 할 것이며 그 역량이 선한 영향력을 미칠 수 있도록 지원하기 위해 후속사업 지속 확대 계획

I 개요 및 주요 내용

[세션2-1] 영상영화 ODA 발굴을 위한 노력과 과제

발표자 : 성상철, 부산영상위원회 사무처장



[부산 영상영화의 강점]

- 지난 20년간 부산은 영상영화분야 산업 육성을 위한 지속적인 하드웨어 및 인프라 확대되어 옴
 - 부산국제영화제, 부산영상위원회, 어린이청소년 영화제, 부산영상벤처센터, 후반작업시설 유치 등
 - 한국영화의 약 1,300편 부산에서 촬영
- 부산영상위원회 중심으로 영상영화산업 육성을 위한 물적·인적인프라 구축
 - 1999년 설립. 실제 코이카의 프로젝트성 사업(하드웨어-인프라 프로그램) 사업 추진

[영상영화ODA의 한계점]

- 우리 정부의 국제개발협력종합시행계획, 코이카 중장기 경영목표에 영상영화 분야 미분류
 - 코이카 통계사이트에도 영상영화라는 특별한 분야는 찾기 어려움.
- 영상영화는 커뮤니케이션 수단으로 범분야에 해당되므로 하나의 분야로서 인정받을

[영상 관련 ODA 사례]

- (KOICA IBS사업) 탄자니아 잔지바르 에듀테인먼트 비즈니스 구축사업
 - : SBS-대교-코이카-굿네이버스
- (KOICA IBS사업) 네팔 취약계층 CG전문인력 양성사업
- 세상에서가장 아름다운 방송국, 네팔 MBC(2013.7)
- (KOICA) 부탄 영화산업역량강화
- (KOICA) 에티오피아 오로미아주 라디오 방송사업
 - 코이카 사업 중 라디오 방송 혹은 방송이라는 키워드를 가진 유일한 사업

[부산 영상영화 ODA 사업]

- (영상위 자체사업) 부산아시아영화학교(AFiS)
 - 설립목적* : 영화 매개로 교육 및 문화교류 확대와 공적개발원조의 첨병 역할 수행
 - * 영화도시 부산과 영상문화, 산업, 교육 중심국의 완성, 아시아 최초로 유네스코 영화 창의도시에 지정된 부산이 아시아영화산업의 대표도시로서 영화를 매개로 교육 및 문화 교류 확대와 공적개발원조(ODA)의 첨병 역할 수행
 - 주요내용 : 매년 아시아 영화인 20명 대상 영화 및 프로듀싱 교육
 - 주요성과 : 23개국 59명 졸업(2017-2019)
- (영상위 사업) 한-ASEAN 차세대 영화인재육성사업(FLY)
 - 추진목적 : 아세안 젊은 영화 인재 발굴 및 영화산업 육성프로그램 운영
 - 주요내용 : 한아세안 협력기금으로 운영. 단편영화 제작 워크숍 및 멘토링 사업
 - 추진성과 : 총 178명 졸업. 국제공동제작 단편영화 16편 제작
 - 2012년 필리핀 시작으로 아시아 10개국 순회 개최(2019년 브루나이 개최)

- (협력사업) 2020 문화동반자 사업-영화전문가 역량강화 온라인 연수
 - (주최/주관) 문화관광체육부/한국국제문화교류진흥원 (운영기관)부산국제교류재단
 - *부산영상위 협력
 - 연수분야 : 영화
 - 연수대상 : 인도네시아 문화교육부 산하 ICT 센터 소속 영상영화 전문인력 13명
- (협력사업) 2019 아세안 영상영화산업 역량강화 사업
 - (운영기관) 부산국제교류재단 (협력기관) 부산영상위원회
 - 연수분야 : 영상/영화
 - 주요성과 : 라오스 청년동맹 대외협력부 라오스영상위원회 설립 관련 자문 요청

[영상영화 ODA의 노력]

- 한아세안 협력기금 사업 「한-ASEAN 차세대 영화인재육성사업(FLY)」추진
- '20.02 우즈베키스탄 국립영상위, 아시아영화학교 커리큘럼 및 영화영상 정책관련 컨설팅 요청
- 정부부처 제안사업* 및 신남방 국가대상융합 ODA 사업발굴 응모** 등 지속적인 사업 발굴 추진
 - * 라오스 영상산업 전문인력 양성 및 생태계 조성 구축 사업 제안(2020)*
 - ** 캄보디아 영상산업양성 플랫폼 개발(2019)

[영상영화 ODA의 기회]

- 신남방정책에 기반한 한국형 공적개발원조사업(ODA) 발굴 지속적으로 요구됨
 - '2019 한아세안 정상회의 공동의장 성명'채택을 통해'22년까지 아세안 국가들에 대한 무상원조 2배 이상 증액 약속
 - 2022년까지 신남방지역에 우수한 디지털 기술을 활용한 다양한 분야에서의 개발협력 강화 목표
- KOICA 신남방 정책의 핵심인 3P(사람·평화·번영)의 실행가능한 후속사업 문화 중심으로 영상 콘텐츠 산업에 기반한 수원국 경제발전목표로 사업 아이디어 발굴 필요
- 부산시가 가진 영상산업의 강점을 중심으로 영상영화 분야에서의 부산 ODA 발굴 필요

[제언사항]

- 부산아시아영화학교 역할 강화
 - 설립 취지*에 맞게 ODA 역할 강화 및 영화영상 교육 거점기관으로 확대
- 부산의 특징과 강점을 중심으로 한 부산 ODA 발굴
 - ODA 중점협력분야를 부산시 출자출연기관의 사업분야와 매핑하는 사업 기획
- 부산국제교류재단의 기능 및 역할 강화
- 지역 내 ODA 전문가 육성
 - 코이카부산사무소, 지역대학과 연계하여 청년+4050세대의 ODA 전문가 육성을 위한 교육 실시
- 민간 참여의 확대와 포트폴리오 형성
 - ODA 전문가 중 70%가 학교와 연구자임
 - 전문가 육성을 위해 민간 영역의 다양한 섹터에 있는 사람들을 끌어모아야함.
- 영상영화분야는 범분야 요소를 적용하여 다양하고 구체적인 사업 발굴
 - 영상영화를 본다는 것은 결국 교육적인 효과를 느끼고 행동변화를 이끌어 낼 수 있음.
 - 독립적인 사업 추진 보다 교육방송, 영화리터러시*, 미디어를 이용한 캠페인 사업 등 아이디어 결합 * 영화를 이용한 인권,젠더 인식 제고

I 개요 및 주요 내용

[세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치

발표자 : 윤지영, 부산연구원 연구위원



[COVID 19와 영화영상]

- Before COVID-19 : 이미 영상영화 서비스 활성화는 진행되고 있었음.
 - 팬데믹 이전에도 영화영상 분야는 디지털화, 스트리밍 송출 등 빠르게 진행 중
 - 다양한 플랫폼을 통한 영상 송출(넷플릭스, 유튜브 등)
- With CORONA VIRUS : 영상영화산업의 변혁 가속화
 - 영화제, 영화관 등 오프라인 영화영상 시장 하락 및 공연, 영화제작, 배급 및 소비 형태 지속적 변화
 - 역설적으로 스트리밍을 선호하는 콘텐츠 소비 증가
- Post COVID 19 시대 : 온라인과 오프라인 투트랙 병행체제 가동
 - 플랫폼 및 디지털화의 일상화
 - 오프라인 수요에 대비하여 온오프라인 투트랙으로 대비 필요

[ODA 패러다임의 변화]*

- (2000년 이전) 일방적/일반적 원조 : 인도주의적 지원. 원조정책
- (2000년 초반) 개발협력 기초 : 개발원조가 개도국의 성장기반 구축에 기여
- (현재) 동반성장 : 상호 간 경제협력 강화, 상생파트너로 관계적 위상 변화
- (미래) 네트워크 : 사회문화교류 협력 및 인적교류 확대로 문화ODA 수요 증가 예정

※ 영상영화 ODA의 흐름

- (과거) 일방적 전수 : 영화영상물을 공급 및 향유하는 인프라 시설 조성
- (현재) 경험을 공유하는 파트너십의 관계. 상호 실리의 관계

[부산 영화영상 ODA 현황]

- 아시아영화학교 : 영화영상 제작 지원 체계 전수*. ODA 초청연수 등
 - * 관련 인프라, 전문인력 양성, 전산시스템, 교육 영상 콘텐츠 제작 등
- 한-ASEAN 차세대 영화인재육성사업(FLY)
- 온·오프라인 연수 사업 : 문화동반자 사업-부산국제교류재단 운영사업
- 유네스코 영화창의도시 : 아시아 첫 유네스코 영화창의도시, 도시간 협업체제 구축
- 한-아세안 영화기구(ARFO) : 한국영화진흥위원회 중심추진, 부산 유치 추진 중

[부산 영상영화 ODA 추진방향 도출을 위한 SWOT 분석]

- 강점 : 영상영화 메카도시로서의 부산의 도시 브랜드와 인프라
- 약점 : 체계적 시스템 미흡, 관련 전문 인력 부족, 일회성 문화교류 사업, 융합콘텐츠 개발 미약
- 기회 : ICT 문화콘텐츠 예산 및 수요 증가. 지속적인 지역 내 인프라* 유치
* 한아세안 영화기구 출범, 한아세안 ICT 빌리지 개소
- 위기 : 선진 국가의 대규모 투자, 역내외 경쟁국들의 공세적 전략 등

[부산 영상영화 ODA의 향후 방향]

- 준비단계
 - 온라인 콘텐츠 확대 : ICT 기술융합 강화, 이러닝 콘텐츠 개발 등
 - 재원조달 활용 : 다자개발은행/정부재원/협력기금 활용 등 다양한 채널에 적극적으로 도전
 - 인프라 연계 강화 : 유네스코 영화창의도시 연계프로그램 및 온·오프라인 투트랙 프로그램 개발
 - 영화영상 메카도시 홍보 : 유네스코 영화 창의 도시 홍보 마케팅 강화
- 향후 방향
 - SDGs와 유네스코 영화창의도시 접목을 통한 영상영화 ODA 컨셉 명확화

[부산 영상영화 ODA의 미래가치]

- 이종분야와의 융합 : 창조 산업이자 미래 동력 산업, 경계없는 초분야적 문화 실현 가능
- 공유경제 플랫폼 : 콘텐츠를 공유하며 협업 소비 가능, 이를 활용해 지속가능한 발전 가능
- 국가-지역간 협력 가교 역할
- 사회문화 정화 : 문화향유를 통한 사회적 가치 제고, 안정문화기본권 확보(문화적 소외개선)
- 문화향유 확대 : 문화소외계층의 문화향유 확대

※ 영상영화 ODA의 발전가능성

- 모바일 활용기능 전세계 95% : O2O형태의 서비스 병행 속도 가속화 및 세분화
- 신남방 국가 모바일 보급률 141% : 디지털 친화력이 매우 좋음
- 신남방국가 평균 연령층 30대
- 문화 영역 ODA 예산 증액 : 2016년 133억 → 2020년 143.6억

[정책적 제언]

- 교육콘텐츠 확장 및 확대
- 국가·지역별 이해를 모든 사업의 기초로 문화향유 기회증진을 목적으로 접근해야 함
- 연구 R&D 강화를 통한 중장기 계획 수립 및 예산 지원 펀딩 매칭을 위한 연구 추진
- ODA 전문가와 영화영상 전문인력 양성 시스템 구축
- 인비윤드와 아웃바운드 상호관계 속에서 재생산 되는 콘텐츠 생성 및 활용
- ICT 접목 콘텐츠 확대

I 개요 및 주요 내용

[세션3] 종합토론

사회자 : 연경심 부산국제교류재단 개발협력팀장



Q. 문화ODA가치 중 영상영화는 어떤 가치를 가지고 있다고 생각하는지?

A. (정정숙 소장)

가치의 측면에서 영화는 종합예술분야로 문화의 모든 가치를 발현시킬 수 있음. IT 기술까지 포함하며 문화 예술을 선도하는 종합적이고 주요한 콘텐츠로서의 가치가 있음. 성과의 측면에 있어서도 영화는 그 기능이 매우 광범위 하므로 모든 ODA에 활용가능하며 소외되는 약자 집단에 자긍심을 심어주고 정체성을 표현 할 수 있도록 지원하는 주요한 도구임. 또한 경제적 가치 창출이 가능한 창조물로서 지속가능한 성장이 가능하도록 함.

Q. 인류 보편적 가치를 달성하기 위한 문화ODA 비전 수립에 있어 영상영화의 역할은?

A. (윤지영 박사)

SDGs의 17개 목표는 모두 문화를 베이스로 하고 있기 때문에 문화를 베이스로 목표를 향해 접근하는 것이 바람직함. 영상영화는 사람들이 가장 친근하고 용이하게 접근하는 분야임. 사실 영상영화는 문화를 가시화시킨 콘텐츠임. 문화로 할 수 있는 긍정적인 역량들을 영상영화라는 하나의 매개체를 통해 녹여내 접근하도록 하는 역할을 영상영화 ODA의 주요한 역할이라고 생각함.

Q. 인도네시아 ICT센터에서 인재양성 측면의 수요가 있었음. 이에 대한 조언은?

A. (성상철 사무처장)

코이카 사업 현장에서 보면 가장 유사한 사업이 IBS 사업임. 일자리 창출은 SDGs 8번 목표이자 최근 코이카 사업의 트렌드임. 최근 영상영화 콘텐츠, 유튜브, 웹툰에 이르기까지 영상을 둘러싼 직업군이 지금과 같은 비대면 환경에서는 더욱 증가하는 추세이므로 영상산업 육성, 인재양성 등의 사업목표를 인도네시아 중점 정책(CPS 등)으로 다룬다면 충분히 사업화가 될 수 있다고 생각함. 또한 부산의 경우 부산영상위를 중심으로 독립영화 제작 지원, 시나리오 개발, 인큐베이팅 사업 등 영상영화와 관련한 여러 가지 정책들과 사례들이 있으므로 도움을 줄 수 있을거라 생각함.



Q. 문화 ODA사업의 효과성에 대한 우려가 많은데 이런 어려움에 대해 어떻게 생각하는지?

A. (유은정 팀장)

한국이 지난 20년간 영화영상분야에서 급속도로 발전함. 물론 정부적 지원도 있었지만 소득이나 나이의 차이에 상관없이 국민들의 관심과 지지가 컸기 때문이라고 생각함. 문화ODA사업을 추진하며 가장 절실하게 느끼는 것은 사업의 성과가 지역사회 주민들과 그 나라의 국민들에게 가야한다는 것임. 어떤 정책과 함께 움직이면서 좋은 성과를 내는 것도 좋지만 사업의 결과물을 향유하고 받는 지역의 주민과 국민들이 원하는 방향으로 사업의 목표가 설정되어야 한다고 생각함.

Q. 궁극적으로 부산에서 할 수 있는 문화 ODA의 방향성은?

A. (이성훈 이사)

부산국제영화제, 국제시장, 변호인과 같은 유명 영화 등, 해외에서는 부산이라고 하면 영화를 통해 전달되는 이미지가 많다고 생각함. 또한 내년이 부산개발원조총회 10주년인 만큼 SDGs 10년의 큰 방향성을 다시 한번 짚어봐야하는 시점임. SDGs의 큰 방향은 문화의 힘이라고 생각함. 지금처럼 각 국들이 자국 중심으로 바뀌는 상황 속에서 소통과 대화라는 문화의 힘이 없이는 SDGs가 달성 될 수 없음. 개인적인 견해로 문화 ODA의 핵심적 가치는 바로 '아름다움'임. 문화는 진(眞)과 선(善)을 아름다움으로 표현하여 오랫동안 유지되도록 하는 힘임. 대표적인 인물로 BTS의 지민 역시 메시지의 진정성과 선한 영향력을 아름답고 멋지게 표현하는 능력이 있기때문에 지금의 인기를 얻을 수 있었다고 생각함. 우리만의 아름다움이 아니라 우리의 아름다움을 보여줌으로서 협력국 스스로 자신들의 아름다움을 찾아내고 서로의 아름다움을 인정하면서 교류를 하는 것이 가장 이상적인 방향이라고 생각함.

I 개요 및 주요 내용

6. 행사 사진



행사 사진



I 개요 및 주요 내용



행사 사진



BUSAN
ODA FORUM

부산개발협력포럼





United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



BUSAN CITY OF FILM

Designated
UNESCO Creative City
in 2014



발표자료 및 녹취록

1. [기조강연] 문화 ODA의 특별한 가치와 성과,
그리고 오해들
----- 정 정 숙 | 한국문화기획평가연구소 소장
2. [세션1-1] SDGs의 시대 : 문화 ODA의 역할
-----이 성 훈 | 한국국제협력단 비상임이사.
경희대 미래문명원 특임 연구원
3. [세션1-2] 문화동반자 사업(CPI)을 통해서
본 문화 ODA의 필요성
----- 유 은 정 | 한국국제문화교류진흥원
(KOFICE) 교류기반팀장
4. [세션2-1] 영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제
-----성 상 철 | 부산영상위원회 사무처장
5. [세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화
ODA의 미래가치
-----윤 지 영 | 부산연구원 연구위원
6. [세션3] 종합토론

문화 ODA의 특별한 가치와 성과, 그리고 오해들

2020.11.20(금)

한국문화기획평가연구소, 정정숙 소장
jschung1221@naver.com

- 1 -

Issue

- | 문화는 어떤 가치를 가지고 있는가?
- | 개발협력(ODA) 사업에서는 문화가 어떻게 해석되는가?
- | 문화 ODA와 관련해 널리 인식되고 있는 오해는 무엇인가?
- | 문화 ODA는 사회의 발전에 어떠한 성과를 가져오는가?
- | 문화 ODA가 나아갈 방향은 무엇일까?



- 2 -

목 차

- I 문화의 개념과 가치
- II 국제개발협력에서 문화 ODA 역할
- III 문화 ODA에 대한 오해
- IV 문화 ODA의 성과
- V 문화 ODA의 미래 방향



- 3 -

문화의 개념

I. 문화의 개념과 가치

■ '문화' 라는 용어가 사용되는 사례 '확인'

I '문화' ~~~~

스웨덴 국민은 한국인보다 좀 더 **문화적인 삶**을 산다.

서울에는 시민들이 **문화를 향유할 시설**이 많다.

우리는 주말에 **문화적인 삶**을 꿈꾼다.

II ~~~~ '문화'

일본에는 사무라이 **문화**가 있다

청소년과 노인의 **문화**는 다르다.

- 4 -

문화의 개념

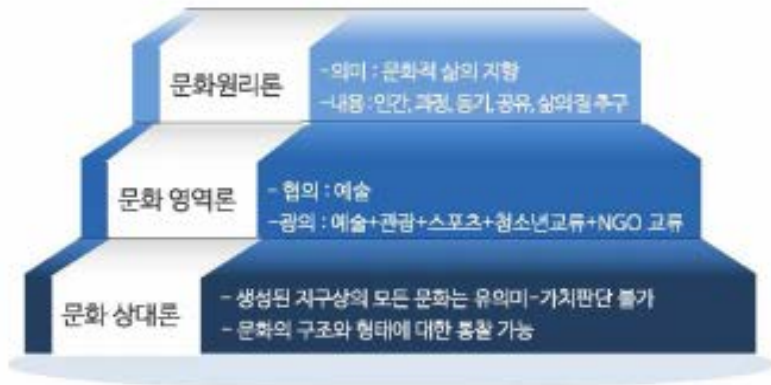
I. 문화의 개념과 가치

문화 개념의 차원

종합적 지향

▲
활동

▲
인식 + 태도



- 5 -

문화의 개념

I. 문화의 개념과 가치

문화 기본법

문화란

문화예술, 생활양식, 공동체적 삶의 방식, 가치체계, 전통 및 신념을 포함하는 **사회나 사회구성원의 고유한 정신적, 물질적, 지적, 감성적 특징의 총체**

- 6 -

문화의 개념

I. 문화의 개념과 가치

▮ 과테말라의 Coban 지역

▮ 캐나다 TulaSalud



문화의 영역

I. 문화의 개념과 가치





문화 관련 영역

I. 문화의 개념과 가치

문화 관련 영역

- G 관광**
 - 전체 관광 및 여행 서비스
 - 임대 및 숙박
- H 스포츠 및 레크리에이션**
 - 스포츠
 - 신체 건강 및 웰빙
 - 놀이공원 및 테마파크
 - 도박

- 9 -

문화의 가치

I. 문화의 개념과 가치

문화 가치의 사회적 확산

- 미적 가치
- 오락적 가치
- 소통 공감의 가치
- 치료/치유적 가치
- 역사적 가치
- 삼징적 가치
- 교육적 가치
- 장조력 가치
- 경제적/산업적 가치

- 10 -

행복 추구(관계 속에서)

Glasser / 조정을 위한 소통 I. 문화의 개념과 가치

우리는 다양한 욕구를 가진 존재-PELEF/ 강약, 시점 불일치- 불만, 불행



관계 : 동시에 다른 추구

《비판이 아니라 표현과 조정, 합리적 절제 필요》

국제개발협력의 정의와 문화 ODA

II. 국제개발협력에서 문화 ODA

국제개발협력이란(국제개발협력기본법 제2조 정의)

국가·지방자치단체 또는 공공기관이 개발도상국의 발전과 복지증진을 위하여 협력대상국에 직접 또는 간접적으로 제공하는 무상 또는 유상의 개발협력(이하 "양자간 개발협력")과 국제기구를 통하여 제공하는 다자간 개발협력

※※ 국제개발협력 사업이 아닌 것
: 단순교류, 기업진출, 국가이미지제고, 제외동포 대상 사업

국제개발협력의 정의와 문화 ODA

II. 국제개발협력에서 문화 ODA

국제개발협력의 정신 및 목표(3조)

- ① 국제개발협력은 개발도상국의 빈곤감소, 여성·아동·장애인의 인권향상, 성평등 실현, 지속가능한 발전 및 인도주의를 실현하고 협력대상국과의 경제협력관계를 증진하며 국제사회의 평화와 번영을 추구하는 것이 기본정신
- ② 제1항의 기본정신을 추구하기 위한 달성 목표
 1. 개발도상국의 빈곤감소 및 삶의 질 향상
 2. 개발도상국의 발전 및 이를 위한 제반 제도·조건 개선
 3. 개발도상국과의 우호협력관계 및 상호교류 증진
 4. 국제개발협력과 관련된 범지구적 문제 해결에 대한 기여

- 13 -

국제개발협력의 정의와 문화 ODA

II. 국제개발협력에서 문화 ODA

발전권에 관한 유엔 선언(1986)

“발전이란 주인과 모든 개인들이 이익의 공정한 분배에 대해 적극적으로, 자유롭게, 의미 있게 참여하는 것을 기초로 하며 주인의 복지 증진을 지향하는 경제적, 사회적, 문화적, 정치적 과정이다.”

제1조 발전권은 양보할 수 없는 인권이고, 모든 인간은 인권과 기본적 자유가 완전히 실현될 수 있는 경제적, 사회적, 문화적, 정치적 발전에 참여하고 공헌하고 이를 향유할 권리를 가진다.

제2조 인간이 발전의 주체이고 참여자이며 수혜자이어야 한다.

- 14 -

현재 ODA 사업의 분류 체계

II. 국제개발협력에서 문화 ODA

DAC 분류	분야 코드	DAC분류	분야 코드	분야(한글/영문)
사회인프라 및 서비스	10000~	기타 사회 인프라 및 서비스	11000~15000	교육, 건강, 인구정책, 식수, 청부 및 시민사회
경제인프라 및 서비스	20000~		16000	기타 사회 인프라 및 서비스
생산분야	30000~		16010	사회/복지서비스
다부문	40000~		16020	고용정책 및 행정관리
일반프로그램 지원	50000~		16030	주택정책 및 행정관리
인도적 지원	70000~		16040	저비용주택개발
행정비용	91000~		16050	기초사회서비스 다부문원조
NGO 지원	32000~		16061	문화 및 레크리에이션 /Culture and recreation
비배분/비특정	99800~		16062	통계능력강화
부채관련 지원	60000~		16063	마약관리
		16330	AIDS의 사회적 영향 완화	

- 15 -

문화영역 ODA사업

II. 국제개발협력에서 문화 ODA

문화. 레크리에이션 코드(16061) 안에 입력된 사업 사례

- 고대궁궐 등 보존 지원
- 공연장 건립 및 지원
- 국가 소유 도시 카탈로그 제작
- 국제공공회의 지원
- 국제학생페스티벌 참가 지원
- 근린시설 개보수, 기념비 복구
- 다문화미디어제작지원
- 도서관역 지원
- 마이크로금융지원 지원
- 문화 및 레크리에이션 세미나
- 문화 및 레크리에이션 장학금지원
- 문화(음악, 미술 등)지도자 지원
- 문화프류, 기관, 센터 지원
- 문화시설 기금조성
- 문화예술 관련 문서정보지원
- 문화예술 협력 지원
- 문화유산, 문화재 관리 지원
- 문화유산 유네스코 등록 지원
- 문화재 복원, 영화촬영 보존
- 예술 교육지원
- 민족연구 지원
- 연구주최 및 인공교육
- 복제어 지원
- 네만인 운동프로그램 지원
- 네티즌 및 특수지역민 사회성 교육, 시민활동 지원
- 생명종 문화 관련 지원
- 수공예산업, 스포츠장비 지원
- 스포츠 트레이닝 지원
- 실포니오케스트라 지원
- 어린이문화센터, 박물관건립, 지원
- 엑스포지원
- 역사기록보존소, 연구자 연구주어 지원
- 영화산업 및 영화교육 지원
- 예술프로젝트지원
- 수원국 스포츠 교육 전문가 파견
- 음악학교 지원
- 음향, 악기, 조명기기 및 녹음 지원
- 작가협회지원
- NGO를 통한 문화지원 (스포츠, 미술 등)
- 제 3세계 국가 도서관 지원
- 지방 도서관 건립, 체육시설 확충 (체육교육 활성화)

- 16 -

문화 ODA 사업에 대한 오해 (misperceptions) III. 문화 ODA에 대한 오해

- 1 문화제국주의 ≠ 그 국가의 <~~류>
- 2 문화 획일성 ≠ 문화 다양성
- 3 외부포장주의 ≠ 균형주의
- 4 공급자 중심 ≠ 수요자 중심

- 17 -

문화 ODA 사업의 효과

IV. 문화 ODA 사업의 성과



출처: UNESCO (2012), '문화: 지속가능한 발전을 위한 동력이자 조력자 (Culture: a driver and an enabler of sustainable development)'

- 18 -

문화 ODA 사업의 효과

IV. 문화 ODA 사업의 성과

빈곤과 무력감의 다각적 측면

* 출처: World Bank (2000), 'Voices of the Poor'

- 19 -

문화 예술교육의 효과

IV. 문화 ODA 사업의 성과

'사회성, 자기조절력, 스트레스에 대한 저항력 향상 효과 있어'

임영식 (중앙대학교 사회복지학부 교수) 외, 「2011 문화예술교육 효과성 연구 - 교정시설/소년원학교를 중심으로」

심리적 측정 (사전조사)

생리적 측정

측정 항목	변화율
스트레스 (Stress)	-3% ~ -6%
사회성 (Sociality)	+4% ~ +8%
자기조절력 (Self-regulation)	+1% ~ +8%
SDNN (생리적)	+32% (↑), -15% (↓)
RMSSD (생리적)	+27% (↑), -6% (↓)


스트레스 대처능력

- 20 -

문화 사업의 사례 (1)

IV. 문화 ODA 사업의 성과

엘 시스템아(EI Sistema)




- 1975년 베네주엘라의 경제학자인 호세 안토니오 아브레우에 의해 창립됨
- 고질적인 청소년 범죄에 대한 대안과 권한 부여
- 개발을 증진시키기 위한 공통의 가치가 되고 있음
- 현재 베네주엘라의 250개 이상의 오케스트라들이 정부의 사회복지 예산으로 지원

◆ ◆ 구스타보 두다멜-1981년생/LA Phil

- 21 -

문화 사업의 사례 (2)

IV. 문화 ODA 사업의 성과



- 문화예술ODA 사업은 ODA의 본 목적인 인도주의적, 보편적 가치를 지향
- 아이들에게 사진이라는 문화 콘텐츠를 통해 문화예술을 접하고 세상과 소통할 수 있도록 돕는 것이 목적
- 베트남 라오까이성 사범대 교수 및 학생을 대상으로 매개자 교육과 사파현 지역 초 중등학교 수혜자 교육 결과발표회로 구성된 사업으로 사진예술교육이 주된 내용
- 2014년 총 5개 프로그램, 총 102명 참가 (매개자 교육 2개, 아동·청소년 대상 교육 3개)
- 문화예술교육을 통해 수요자들은 주변을 관찰하는 힘을 기르고, 활기차고 자신감 있는 생활을 하게 되었다는 실제 효과를 최종 평가회 및 설문조사를 통해 확인
- 교육 참여자 교육에 대한 긍정적 평가 확인 (전체 만족도 91.6/100점)

- 22 -

문화 ODA 의 미래 방향

V. 문화 ODA의 미래 방향

문화 독해력 심화 = **문화이해, 태도**

관계 중심 사고 = **수요자 라포, 조사**

실천전문성 = **전문성 심화**

모니터링 다각화 = **평가 체계화**

- 23 -

국내 부처별 ODA 현황(2019년 기준)

V. 문화 ODA의 미래 방향

첨부 4 '19년도 기관별 ODA 사업 예산 현황(확정액 기준)

[총괄] 총 41개 기관(지자체 10개 포함)이 1,434개 사업 추진 (총 2,751억원)
 [유상 및 NDB] 총 1개 기관이 171개 사업 추진 (총 2,744억원)
 [무상 및 UDF] 총 40개 기관(지자체 10개 포함)이 1,263개 사업 추진 (총 507억원)

연번	시행부처(기관)	2019년		비고	비고	
		당차	타차			합계
1	국무조정실	91.8	-	156	22	국제개발협력지원회 운영
2	기획재정부(국회)	501.5	1,300	1,801.5	227	경제발전기금관리위원회 운영 등
3	수출입은행(UDF)	11,432	-	11,432	236	외교부 해외개발사업의 구축사업 등
4	교육부	661.7	-	661.7	28	글로벌 코리아 확산사업 등
5	과학기술정보통신부	184.1	28.1	212.2	52	전도적 문화기술지원 등
6	외교통상부	1,851.8	1,021.5	2,873.3	33	국제기구원정금 및 25%지원금 등
7	외무경제협력담당관	228.3	-	228.3	309	전도적 해외 문화사업(UDF) 등
8	법무부	9.8	-	9.8	1	전도적 국제법 지원 등
9	행정안전부	11.9	-	11.9	12	전도적 세자생애교육 홍보사업 등
10	문화체육관광부	111.1	31	142.1	28	전도적 문화기술 지원사업 등
11	농림축산식품부	661.5	388.2	1,049.7	28	세계농업협력사업(UDF) 등
12	산업통상자원부	489.9	26.1	516	44	전도적 문화기술 해외확산사업(MAC) 등
13	보건복지부	272.9	278.2	551.1	28	중요문화유산유형 복합문화유산(UDF)사업 등
14	통관부	307.9	51.4	359.3	21	문화유산 디지털화사업 지원 등
15	국무노동위원회	94.8	10.2	105	12	전도적 문화기술 해외확산사업 구축사업 등
16	여성가족부	38.2	10.2	48.4	4	전도적 문화기술지원사업 지원 등
17	국립중앙도서관	271.9	1.8	273.7	12	한스리움의 후원 등
18	행정안전부	204.7	-	204.7	28	문화유산의 홍보사업 등
19	당사확산처	218.2	-	218.2	1	국제기구 교류협력 지원사업

2019 정부 전체 예산

466.9조

문화분야 예산

7.2조

* 전체의 1.5%..

문체부+문화재청
예산 비율

0.6%

건수비율

2%

- 24 -

문화 ODA SWOT 분석

V. 문화 ODA의 미래 방향

S Strength

- 한류 등 다중문화산업의 능력 활성화
- 스포츠(월드컵, 피겨, 태권도 등) 강국
- 기업의 해외 문화마케팅 파급효과
- G 20 회의 유치 등 국가이미지 상승
- 다문화사회에 대한 국민 관심 증대
- 개도국과 피식민지 경험 공유

W Weakness

- 문화분야 ODA 인식 미흡
- 문화분야 ODA 전문인력과 연구 부족
- 문화분야 ODA 사업 역사 일진
- 문화산업의 일방적 수출 마인드
- ODA를 활용한 국제적 외교 의지 부족

O Opportunity

- 원조의 상호성과 문화부담 관심 계고
- 문화권에 대한 국가들의 관심 증대
- 국제사회의 동태일 패러다임 발생
- 한류, 한글 등에 대한 개도국의 선호

T Threats

- 문화적 민감성 무고려 원조 집행
- 문화권, 문화적 반근성 무관심
- 원조분절화와 모니터링 난이
- 문화 ODA의 선진모델 미흡
- 문화다양성협약 실행을 위한 장치 미흡

목표 : 문화 ODA 사업 모델의 개발과 확산

전략 : 1. 문화적 관점의 ODA 사전교육 매뉴얼과 시스템 개발 및 정착
2. 예술과 문화상품 창작 및 생산과 유통, 소비 부문 방법은 활용전략 발굴

- 25 -

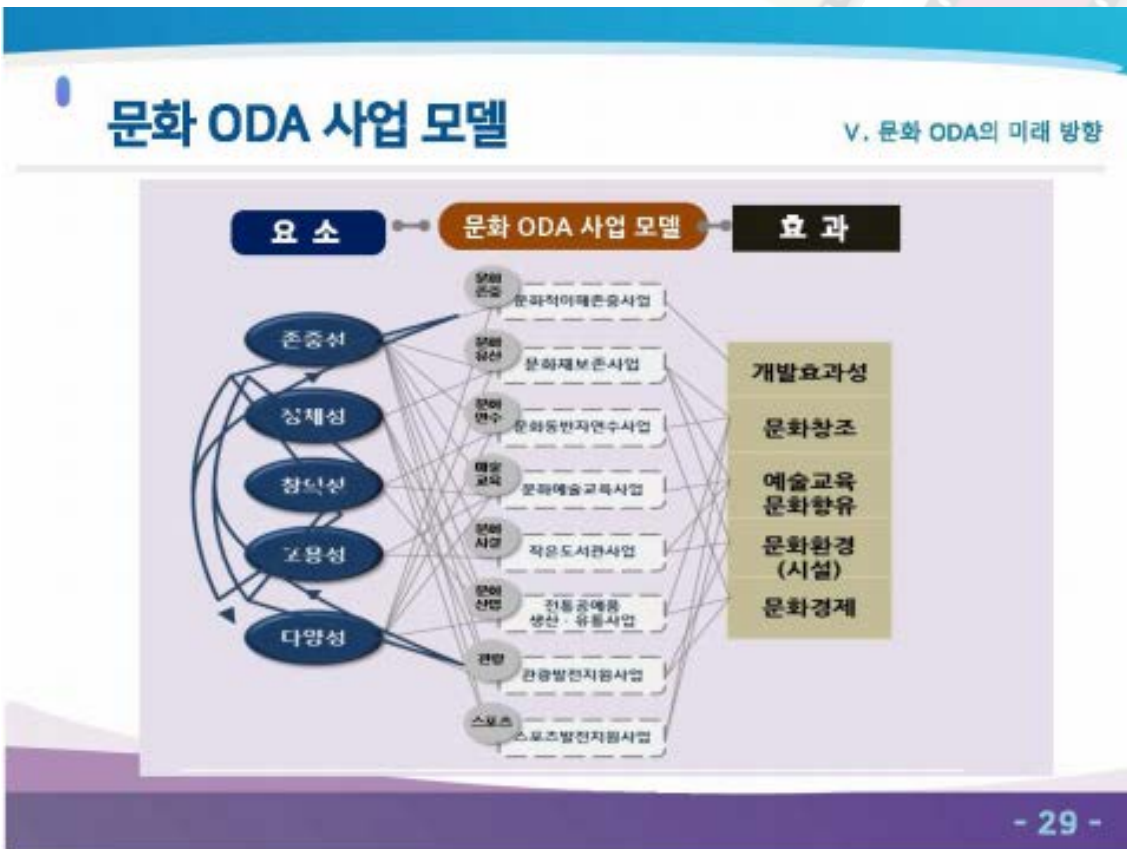
각 국가들의 문화정책 트렌드

V. 문화 ODA의 미래 방향

창작*문화민주주의
*인정 Recognition

- **미국 NEA** 탁월한 예술가+공동체예술
뉴욕시 박물관의 사회통합프로그램 지원
- **영국 잉글랜드 예술위** 장애인 연차보고서
- **프랑스** 유럽박물관의 밤-1시까지, 무료,
1999년/2005유럽 확산-100개 박물관
자크랑 아랍세계연구소 대표
- **독일** 정부개방 문화행사-문화퀴즈
- **일본** 치유, 고령층예술교육, 오이타시 지역상인 가극단
- **스웨덴** 연극 중심
- **캐나다** 아시아, 아프리카 등 문화의 달 행사

- 26 -



**두 손과 마음으로 드리는
ODA를 실현하실 여러분! 감사합니다.**

한류 전파가 아닌 그들의 '류'를 만드는
문화분야의 국제개발협력,
문화적 국제개발협력!!!



기조강연

문화 ODA의 특별한 가치와 성과, 그리고 오해들

정정숙 | 한국문화기획평가연구소 소장

반갑습니다. 저는 오늘 ‘문화 ODA의 특별한 가치와 성과, 그리고 오해들’이라는 주제로 발표를 준비했는데요. 오늘 공유하고자 하는 내용은 1) 과연 문화는 어떤 가치를 가지고 있는가 2) 개발 협력사업에서 문화가 어떻게 해석되고 이해되는가 3) 문화 ODA와 관련해 널리 인식되고 있는 오류와 오해는 무엇인가 4) 문화 ODA가 사회의 발전에 가져오는 성과 5) 향후 문화 ODA가 나아가야 할 방향에 대해 말씀드리겠습니다.

문화라는 개념은 경제와도 비슷하다는 생각이 듭니다. 경제를 이야기할 때 거시경제, 미시경제 등 다양한 경제 주체에 대한 의견이 있음에도 불구하고 개념이 혼란스럽다는 인식은 잘 없는 것 같은데 문화에 대한 개념이 혼재되는 경우는 많은 것 같습니다. 사례를 살펴보면 ‘우리는 주말에 문화적인 삶을 꿈꾼다.’와 ‘청소년과 노인의 문화는 다르다’ 두 문장에서 사용된 ‘문화’는 동일한 단어를 사용하고 있으나 포함하는 내용과 영역이 다릅니다. 이처럼 개념이 혼란스러워서인지 문화와 관련된 발표를 하고 나면 항상 문화의 정의에 대한 질문이 나오더라고요.

문화의 개념은 기본적으로 3가지 차원이 있습니다. 가장 기본적인 관점이 문화상대론적 관점입니다. 문화상대론적 관점은 지구상의 모든 문화는 다 이유가 있다. 따라서 다른 사람이 상대방의 문화나 지역 또는 세대, 계층의 문화에 대해 가치 판단을 할 수 없다는 것입니다. 좀 더 전문적인 용어로 말하자면 문화 정체성이라는 게 모든 사람과 집단에 있는데 그것들은 반드시 인권을 침해하지 않는 선에서 존중되어야 하며 의미가 있다는 것입니다. 그러므로 문화 부분에 있어서 진실 혹은 옳고 그름을 따질 수 없다는 관점이 바로 문화상대적인 관점이라 설명드립니다. 저는 이러한 관점이 우리의 인식이면서 태도가 되어 문화사업의 전제조건이 되어야 한다고 생각합니다.

일반적으로 문화 ODA는 그러한 인식과 태도를 기반으로 한 문화 활동을 포함하는 문화 영역론적인 측면에서 논의되고 있습니다. 우리가 흔히 말하는 문화도시 문화국가 문화사회라는 것은 문화 원리가 작동되는 집단을 뜻하는데요. 문화 원리적인 사회의 진정한 의미는 우리 모두가 개발협력을 통한 경제 번영을 꿈꾸고 있듯 자본보다는 인간이 중심이 되는, 삶의 양만큼 삶의 질이 균형적으로 추구되는, 특정인에게만 의미있는 가치가 아니라 함께 공유할 수 있는 사회를 뜻합니다.

[기조강연] 문화ODA의 특별한 가치와 성과 그리고 오해들

우리나라 문화 기본법을 살펴보면 ‘문화란 문화 예술, 생활 양식, 공동체적 삶의 방식, 가치, 책임 및 신념을 포함하는 사회나 사회 구성원의 고유한 정신적, 물질적, 지적, 감성적 특징의 총체’로 규정하고 있습니다. ‘유네스코 문화다양성 선언’에 나오는 문화 개념과도 비슷합니다. 사실상 문화는 모든 것을 의미하지요. 그렇다면 왜 이렇게 포괄적으로 정의할 수밖에 없는지에 대해 살펴보자면 문화는 굉장히 중요하고 포괄적인 것이기 때문에 저기서 어느 하나를 빼고 구체화하기 위해서 추상성을 낮출 수가 없기 때문입니다.

제가 생각하는 문화 상대주의적 관점이 반영된 대표적인 성공 사례를 다음 사진으로 보시겠습니다. 이 시설 사진에 대한 느낌을 학생들에게 물어보면 대개 어두운 분위기의 장애인 재활시설 같다고 하더라고요. 이 시설은 바로 캐나다 투라살로드라는 국제개발협력단체가 과테말라 코반 지역에 건립한 병원의 분만 시설입니다. ‘수직분만실’이라고 불리는 이 시설은 출산을 할 때 서서 출산을 하는 이 지역의 독특한 생활 양식이 반영된 분만 시설입니다. 이 사례는 그들의 생활문화를 존중하여 설계했다는 점에서도 의미가 있지만 동시에 분만을 도와주는 지역 산파들이 일자리를 잃지 않고 그들의 문화를 보존 할 수 있도록 했다는 점에서 큰 의미가 있다고 생각합니다.

ODA 사업을 함에 있어 대상 지역의 문화와 생활방식을 연구 및 분석하고 인권을 침해하지 않는 선에서 수혜자들이 원하는 방식으로 그들의 생활 양식을 보존 할 수 있도록 사업을 기획하고 관리해야 한다는 것을 알 수 있습니다.

유네스코 통계 연구소는 2009년에 문화의 영역은 크게 6개 분야로 분류했습니다. 문화 유산/자연유산, 공연/축제, 시각예술/공예, 도서/언론, 시청각쌍방향미디어, 디자인 창조형 서비스로 분류되어 있는데요. 문화 관련 영역으로는 관광과 스포츠 및 레크리에이션이 들어가 있습니다. ‘영상영화’는 문화 영역 중 시청각 쌍방향 미디어에 속하네요.

다음은 실제 문화라는 이름을 걸고 하는 사업과 활동들이 과연 어떤 가치를 가지는지 말씀드리겠습니다. 문화는 모든 가치(미적 가치, 오락적 가치, 소통 공감의 가치, 치료/치유적 가치, 역사적 가치, 상징적인 가치, 교육적인 가치, 창조적인 가치, 경제적, 산업적인 가치)를 다룰 수 있습니다. 이러한 문화의 가치가 잘 발현되고 확산되기 위해서는 수요자들의 정확한 욕구 판단이 가장 중요한데요. 우리가 잘 아는 매슬로우 인간 욕구론 5단계. 최근에 인지적, 심미적 단계 넣어 7단계로 확장했죠. 매슬로우는 첫 단계 단계에서 단계적으로 점점 진화한다는 관점에서 이야기를 했는데요. 또 다른 학자인 글래스(Glasser)의 이론에 따르면 우리 모든 인간은 공급자가 되었던 수요자가 되었던 예외 없이 P.E.L.E.F(지배력, 자유, 오락, 소속, 생존)이라는 다섯가지 욕구를 다 가지고 있다고 설명합니다. 그러나 사람마다 각 욕구가 발현되는 시점과 강도가 다르기므로 서로 갈등을 겪을 수 있다고 하는데요 그러므로 욕구를 충족시키는 데 있어서 중요한 것은 어떤 사람이나 단체를 비난하는 것이 아니라 그들과 그 욕구 문제를 놓고 조정하는 것이 굉장히 중요하다고 주장합니다.

II 발표자료 및 녹취록

그러한 맥락에서 수요자들을 조사할 때 그들이 현재의 시점에서 가장 중요하게 생각하는 욕구가 무엇인지 잘 파악해야 합니다. 욕구는 한 두가지의 감정이 아니라 글래스(Glasser)의 주장처럼 다섯 가지 욕구는 언제든지 동시다발적으로 다르게 나타날 수 있다는 것을 항상 염두해야 합니다. 즉 관계 속에서 추구하는 욕구는 우리 모두에게 똑같이 있다. 다만 강도와 발현되는 시점이 다르다는 사실을 인식하며 사업을 기획하고 진행하면 훨씬 더 큰 효과를 낼 수 있을거라 생각합니다. 사실 문화 사업 자체가 수요조사를 할 때 그들의 문화를 이해하고 고자 하는 기본적인 마인드가 있어야만 하므로 훨씬 더 효율적으로 사업을 기획하고 진행할 수 있지 않나 생각합니다.

그렇다면 국제개발협력에서 문화 ODA는 어떻게 정의되고 있을까요. 우리나라 기본법을 보면 정의 자체에서 이미 ‘개발도상국의 발전과 복지증진을 위한다’라는 목적이 나옵니다. 국제개발협력의 정신 및 목표에서도 정신과 목표가 확인되는데, 아래 제1항 기본정신을 추구하기 위한 달성 목표를 보면 빈곤 감소, 삶의 질 향상, 제도 개선, 상호 교류 증진, 범 지구적 문제 해결에 대한 기여라는 목표를 확인하실 수 있습니다. 여기서 문화 ODA 사업은 ‘삶의 질 향상’에 가장 최적화된 분야죠. 빈곤 감소를 보면 보통 신체적인 빈곤만을 절대빈곤이라고 생각하는 경우가 많은데요. 월드뱅크에서 가난한 사람들을 대상으로 조사를 했었습니다. 그 조사를 따르면 빈곤에도 10가지 측면에 있다고 합니다. 이처럼 빈곤에는 다양한 측면이 있기 때문에 문화 ODA는 반드시 필요한 분야라고 말씀드릴 수 있습니다.

1980년 발전권에 관한 유엔 선언에 따르면 “발전은 모든 주민들이 적극적으로 참여하는 것이 발전이며 발전권은 양보할 수 없는 인권이자 모든 인간은 인권과 기본적 자유가 완전히 실현될 수 있는 경제, 사회, 문화, 정치적인 발전에 참여하고 공헌하고 이를 향유해야 한다”고 되어 있습니다. ‘문화가 빠진 발전은 영혼이 없는 발전이다’라는 이야기도 나왔죠.

DAC의 통계시스템 분류체계를 보시면 ‘사회인프라 및 서비스(10000번~)’ 아래 세부 분야로 ‘문화 및 레크리에이션(16061)’라는 파트가 있습니다. DAC 통계 시스템은 가입 국가들이 자발적으로 매년 실적을 입력하고 있는데요. 이 통계치는 각종 연구에 활용되고 있지요. ‘문화 레크리에이션(16061)’ 안에 입력된 사업사례를 보면 굉장히 다양한데요. 시설, 장비 지원, 교육 사업 세미나 지원사업까지 있습니다. 국가별로 살펴보면 스페인이 문화 분야 ODA 사업총액이 가장 높은데요 여기서 문제를 하나 짚고 넘어가자면 스페인은 제국주의의 역사를 가지고 있지요. 스페인은 현재 과거 식민지로 삼았던 국가의 대학교들의 스페인어과 등에 상당한 지원을 해주고 있는데요. 그 영역까지 문화 ODA 실적통계로 잡고 있습니다. 스페인 언어를 확산시키기 위한 장학사업이 과연 문화 ODA가 될 수 있는가에 대한 문제가 제기되고 있고 다 같이 생각해 볼 부분이라 생각합니다.

[기조강연] 문화ODA의 특별한 가치와 성과 그리고 오해들

문화ODA사업에 대한 네 가지 오해를 말씀드리고자 합니다. 가장 첫 번째 오해는 송진호 이 사님께서 문제 제기를 잘 해주셨는데요. 바로 우리의 한류를 전파하는 것은 문화 ODA가 아니라 하는 것입니다. 또 하나의 문화 제국주의를 실현하자는 것이 아닙니다. 오늘날 우리가 한류를 이끌어낸 방법론을 그들과 나누어 그들이 그들만의 VIEW를 만들게 하는 것. 그것이 바로 문화 ODA입니다. 문화 제국주의는 항시 주의를 해야 하는데요. 우리가 한류를 전파하는 것이 아니라고 해도 한류가 지명도가 높으므로 상대국으로부터 그런 오해를 더욱 쉽게 받을 수 있습니다. 동시에 우리 내부적으로도 이런 오해가 굉장히 많음. 다시 한번 강조하자면 우리는 한류를 전파하는 것이 아니라 한류를 이끌어 낸 우리들의 다양한 경험과 기술들을 나누어 그들이 그들만의 류를 만들 수 있도록 하는 것이 진정한 문화 ODA라고 할 수 있습니다.

두 번째 오해는 선진국이라고 불리는 OECD DAC 가입국들이 문화 ODA사업을 할 때 자신들의 문화에 입각한 발언이나 방법론을 제시하게 되면서 세계 문화가 획일화될 수 있지 않느냐 하는 우려의 목소리가 있습니다. 제국주의를 경영했던 국가는 문화 제국주의를 더더욱 조심하고 있는데요. 그래서 사실 문화 ODA 전략이라는 것 자체가 없습니다. 스웨덴은 아프리카를 중심으로 문화 ODA를 하고 있는데 주로 생활 속에서 소멸할 위기가 있는 의식주들을 보존하고 전시할 수 있는 생활사 박물관을 지어주는 사업을 하고 있는데요. 이처럼 문화 ODA는 문화 획일성을 지향하는 것이 아니라 문화 다양성을 중시하는 사업이라는 것을 강조하고 싶습니다.

세 번째 오해는 우리 내부적인 오해입니다. 사실 우리나라 예술계를 살펴보면 빈부의 양극화도 심하고 어려운 사람들이 굉장히 많은 현실입니다. 그렇다 보니, 국내 예술인들도 이렇게 힘이 드는데 외부적으로 다른 나라의 문화 복지, 산업, 예술을 발전시켜준다는 것이 의미가 있는가. 그저 외부로 포장하기 위한, 우리의 국격을 높이기 위한 수단으로서 이용하는 것이 아니냐 하는 외부포장적인 인식이 있습니다. 일면으로 보면 타당한 의견이라고 생각합니다. 다만 우리는 좀 더 균형을 추구해야 될 필요가 있습니다. 1969년 우리 정부의 총예산이 당시 3천억 정도였는데요 그때 ODA로 받은 예산이 무려 800억이었습니다. 즉 정부 예산 중 약 4분의 1을 ODA를 받아 오늘의 국가 성장을 한 것이라고 설명드릴 수 있는데요. 이제 누구도 의심치 않는 선진국으로 성장했기 때문에 우리는 그만큼 나눔으로 되갚아야 하는 책임 혹은 의무가 분명히 있습니다. 다시 말해 우리 내부의 풍요만큼 국제사회의 풍요를 함께 추구해야 할 책임과 도전이 주어져 있는 것인데요. 외부적으로 포장하기 위한 것이 아니라 내부의 상처를 치료하기 위해 펼쳐는 예술인 대상 복지 사업은 그 사업대로 추진을 하되 그 규모에 준하는 균형 잡힌 국제개발협력사업을 해야 한다는 것입니다.

II 발표자료 및 녹취록

네 번째, 공급자 중심. 즉 한류의 방법론을 가지고 간다고 했을 때 우리 입맛에 맞는 개발협력 사업을 개발하는 것이 아닌가 하는 오해가 있습니다. 우리 정부는 ‘N-2년제’를 기본으로 하고 있는데요. 2년전에 수요자들을 조사하고 그 의견을 기반으로 계획을 세우는 시스템이므로 지금은 공급자 중심으로 사업을 기획할 수 없습니다.

이처럼 문화 ODA사업에 대한 네 가지 오해를 살펴보았는데요. 이러한 부분들이 앞으로 점점 더 희석되고 약해지고 생각들이 깊어진다면, 문화 ODA사업은 개도국 국민 개개인의 문화 향유권을 증진시켜주고 그들이 경제 발전을 함께 있어서도 문화 자원을 활용할 수 있는 다양한 사업들을 할 수 있을 거라고 확신합니다.

문화 ODA사업의 효과는 ‘조력’, ‘증진’, ‘창출’이라는 세 가지 측면에서 볼 수 있습니다. 먼저 ‘조력’의 측면에서 보면, 문화에 대한 존중은 모든 종류의 사업의 효과성과 효율성의 확장함에 있어 조력적인 작용을 합니다. 앞서 소개한 ‘과테말라’ 사례는 문화 ODA의 좋은 사례로 평가받고 있는데요. 이처럼 문화에 대한 존중이 좋은 성과를 내는 데에 큰 조력 작용을 했다는 것을 알 수 있었습니다. ‘증진’이라는 측면은 말 그대로 그들의 문화복지권과 문화 향유권을 증진시킨다는 것입니다. 마지막으로 ‘창출’의 측면은 문화 ODA사업이 경제 발전에 직접적으로 도움이 된다는 것입니다. 실제로 그 지역의 공예품들이 잘 유통될 수 있도록 지원하는 사업들도 전개되고 있는데요. 이러한 사업을 통해 실제로 지역주민들의 자긍심이 높아지고 산업 일꾼으로서의 성장 가능성을 느껴 경제적인 성과로 나타날 수 있습니다. 이런 부분에서 문화 ODA 사업은 굉장히 큰 기여를 하고 있다고 볼 수 있습니다.

또한, 빈곤과 무력감에 대한 다각적 측면에서 설명할 수 있는데요. 보통 우리가 생각하는 보편적인 빈곤으로 신체, 생계, 자산 등을 이야기합니다. 민간 구호단체들이 아프리카의 불쌍한 아이들을 보여줄 때 이런 단면적인 부분만 노출하는 경우가 많죠. 그러나 경제적인 빈곤만이 빈곤이 아닙니다. 사람들은 다양한 사회관계나 안전, 조직, 능력 이런 측면에서도 빈곤감을 느끼고 있고, 월드뱅크 인터뷰에서도 계속해서 이런 이야기가 나왔다고 합니다. 문화 ODA는 이런 정신적 정서적 빈곤 해소에도 기여할 수 있는 역할이 큼니다. 문화 ODA를 통해 그들이 정서를 표현할 수 있게 지원함으로써 그들이 지향하는 발전방향도 그들 스스로 꿈꿀 수 있도록 만드는 것. 그것이야말로 문화 ODA사업의 진정한 목표가 아닐까 생각합니다.

문화예술교육사업을 해서 나타난 효과 연구를 위해 실제 우리나라 소년원에 있는 아이들을 대상으로 실험을 진행했는데요. 결과를 보시면 알 수 있듯이 문화예술교육이 사회성, 자기 조절력, 스트레스에 대한 저항력 증대에 효과가 있다는 것이 과학적으로 증명되었습니다.

[기조강연] 문화ODA의 특별한 가치와 성과 그리고 오해들

문화사업의 대표적인 사례로 '엘시스테마'를 꼽을 수 있는데요. 워낙 유명한 사례이므로 잘 아실거라 생각합니다. 베네수엘라 빈친층 아이들을 대상으로 무상으로 진행한 음악교육 프로그램이지요. 이 교육은 베네수엘라 사회의 엄청난 변화를 이끌어 냈습니다. 세계적으로 확산이 되었고 우리나라도 엘시스테마 사업을 하고 있는걸로 알고 있습니다, 이런 것들이 더욱 퍼져나가야 한다고 생각합니다..

국내의 대표사례는 문화체육부 소속 기관인 국제문화예술교육진흥원에서 진행한 베트남 라오까이성 문화예술교육사업이 있습니다. 이 사업은 대상 지역의 아동과 청소년을 비롯한 지역민 대상 문화예술교육 지원하는 것뿐만 아니라, 나아가 지속 가능한 문화예술교육 기반 구축을 위해 매개자(현지 학생 및 사범대 학생들) 대상 교육까지 실시했는데요. 잠시 사업 영상을 시청하시겠습니까. (영상 시청) 이 사업에서 가장 중요한 성과는 바로 아이들이 자신의 마을을 바라보도록 만든 것입니다. 대부분 발전이라 함은 미래지향적인 꿈만 꾀야 한다고 생각하는데요. 그러다보니 아이들은 스스로나 자신의 지역 등 주변 환경에 대해 굉장히 비하하게 됩니다. 자기 발전에 대한 동력을 스스로에게서 찾지 못한다는 것인데 그런 사고방식은 건강하지 않죠. 사실 우리도 우리 사회가 지금 선진국이 되었다고 하지만 OECD 국가 안에서 자살률이 가장 높잖아요? 저희도 했던 경험인데요. 문화적으로 서양 음악이 중심화되면서 국악과 같은 전통예술을 굉장히 천시하던 시절도 있었죠. 이처럼 지금 현재 상태의 개발 원조사사업만 하다가는 개도국들이 자신들의 문화나 환경을 비하하는 생각을 할 수도 있습니다. 그러므로 우리가 문화 ODA 사업을 할 때 그들이 그들의 문화에 스스로 자긍심을 가지고 만들어 가는 것이 매우 중요하다는 것을 다시 한번 말씀드리고 싶습니다.

그렇다면 우리나라가 앞으로 추구해나가야 하는 문화 ODA 방향은 무엇일까요. 크게 네가지가 있습니다. 첫째, 문화 독해력을 심화해야 합니다. 예를 들어 프랑스의 경우 10여년간 문화부 장관을 한 자끄라강이 아랍 연구소 소장을 맡고 있습니다. 이는 프랑스가 타 문화를 깊이있게 이해하도록 노력한다 라는 의지를 보여주는 상징적인 작업이라고 생각합니다. 둘째, 관계 중심의 사고가 좀 더 확산되어야 합니다. 즉 수요자들의 욕구 조사 단계에서부터 라포를 형성해 조사를 심도 있게 하도록 해야 합니다. 셋째는 실천 전문성 실현을 위한 전문성 심화가 필요합니다. 앞에서 설명드린대로 문화예술은 '조력'의 효과가 있습니다. 그런 맥락에서 모든 사업에서 문화예술을 수단으로 활용하려고 하다 보니 전문성이 낮아지는 문제가 있습니다. 마지막으로 모니터링을 좀 더 다각화 해야 합니다. 우리나라 국제개발협력사업에서는 20억 이상이 되면 평가를 하도록 되어있죠. 20억 미만의 사업의 경우에는 자체평가가 진행되는데요. 평가 체계도 조금 더 다각화하고 모니터링도 강화해야 합니다. 그런데 중요한 것은 심도있는 사전조사와 모니터링은 현지에서 이루어져야 되고 또 시간이 필요하기 때문에 당연히 예산이 수반됩니다. 그러나 문화파트에 예산은 아직 굉장히 적기 때문에 이 문제가 당연히 지적될 수밖에 없습니다.

II 발표자료 및 녹취록

2019년을 기준으로 볼 때 문화 분야 그러니까 문체부 예산이 7조였는데요. 우리나라 전체 국가 예산 중에 문화 분야의 예산이 약 1.5% 정도 되는데 그 중 ODA와 관련된 예산은 0.6% 밖에 되지 않습니다. 앞에서 균형주의에 대해 이야기를 했는데 균형이 맞으려면 우리 내부에서도 우리가 누리는 1.5% 만큼은 외부로도 보내주어야지 균형이 맞는 것이라 생각합니다.

우리나라 문화 ODA 사업을 SWOT으로 분석해보았습니다. 강점은 다들 알다시피 한류의 파급효과는 나날히 커지고 있습니다. 또한 우리나라는 수원국이자 개도국에서 공여국이자 선진국으로 성장한 최초의 사례인데요. 그런 배경을 바탕으로 공감대를 형성할 수 있으며 실제 경험과 사례를 공유할 수 있습니다. 약점은 문화 ODA를 여전히 국격 제고의 수단으로 활용한다는 인식이 많아 효과적인 사업을 발굴하기가 쉽지 않다는 것입니다. 기회 요인으로는 한류에 대한 관심이 세계적으로 굉장히 많다는 것임. 시장성이 넓다는 것이고 영상영화도 이런 부분에서 정말 중요한 콘텐츠가 될거라 생각합니다. 위협요인은 문화 ODA에 대한 선진 모델이 전 세계적으로 거의 없다는 것입니다. 왜냐하면 제국을 경영했던 지금의 선진국들은 문화 ODA 전략이라는 표현 자체를 쓸 수가 없습니다. 그런 표현을 쓰게 되면 다시 문화 제국주의 역사가 떠오르게 되고, 문제가 제기 되기 때문에 그 용어를 사용하지 않습니다. 그러므로 문화 ODA는 우리나라가 선진모델을 만들 수 밖에 없는 그런 상황이라고 말씀드릴 수 있습니다.

문화 ODA 전략 자체는 없다고 말씀드렸는데요. 그래도 문화 정책이 충분히 숙성 되면 그것들이 ODA 사업으로 발전되기 때문에 선진국들의 문화 정책 트렌드를 살펴볼 필요가 있습니다. 미국 뉴욕의 경우 박물관에서 사회통합 프로그램을 하고 있는데요. 박물관에 단순히 소장품만 전시하는 것이 아니라 주말에는 댄스 파티를 여는 등 다양한 소수자들이 와서 즐길 수 있는 프로그램도 함께 운영하고 있습니다. 스웨덴은 연극 등을 통해 자기를 표현할 수 있도록 하는 정책들을 추진하고 있습니다. 스톡홀름에 '문화의 집'이라는 복합 문화 시설이 있는데요. 이 시설에는 3개의 극장이 있습니다. 흔히 극장이라 하면 복합 영화관을 생각하실 텐데요. 3개 중 2개는 영화극장이 아니라 연극 무대가 있는 극장입니다. 그 극장에서 스웨덴 주민들이 연극을 할 수 있도록 지원하는 정책을 전개하고 있습니다. 우리나라도 성공적인 문화 정책 케이스들이 많습니다. 그런 것들이 협력국으로 잘 흘러가 그들을 돕는데 활용 될 것이라 생각합니다.

실제로 문체부에서 문화 ODA 사업을 상당히 많이 진행하고 있으나 보다 전문적인 사업을 개발하고 확산시켜야 하는 숙제가 남아 있습니다. 문화 ODA 사업 모델을 정리해보았는데 자료집을 참고하시면 될 것 같습니다. 2010년부터 문화 ODA에 대한 이야기가 나오기 시작했는데요.

[기조강연] 문화ODA의 특별한 가치와 성과 그리고 오해들

그 당시 우리나라에서 국제개발협력사업이 잘되던 시기였습니다. 정치 고위급들이 해외에 나가보면 실제로 협력국에서 우리나라의 문화와 예술에 대해 관심이 많은데 그런 부분에 ODA사업이 적은 것 같다, 좀 더 그들의 정서를 다독이고 공감할 수 있는 그런 ODA사업을 만들어야 하지 않는가 하는 문제의식에서 출발했습니다. 우리가 ODA를 이야기할 때 두 손과 마음으로 드리는 어디입니다. 라는 표현을 쓰죠. 앞으로 여기 계신 분들은 ODA사업을 하실 거고 문화 ODA 영역이 되었든 다른 영역이든 두 손과 마음으로 드리는 ODA를 실현할 것이라 믿고 있습니다. 이상으로 발표를 마치겠습니다. 들어주셔서 감사합니다.

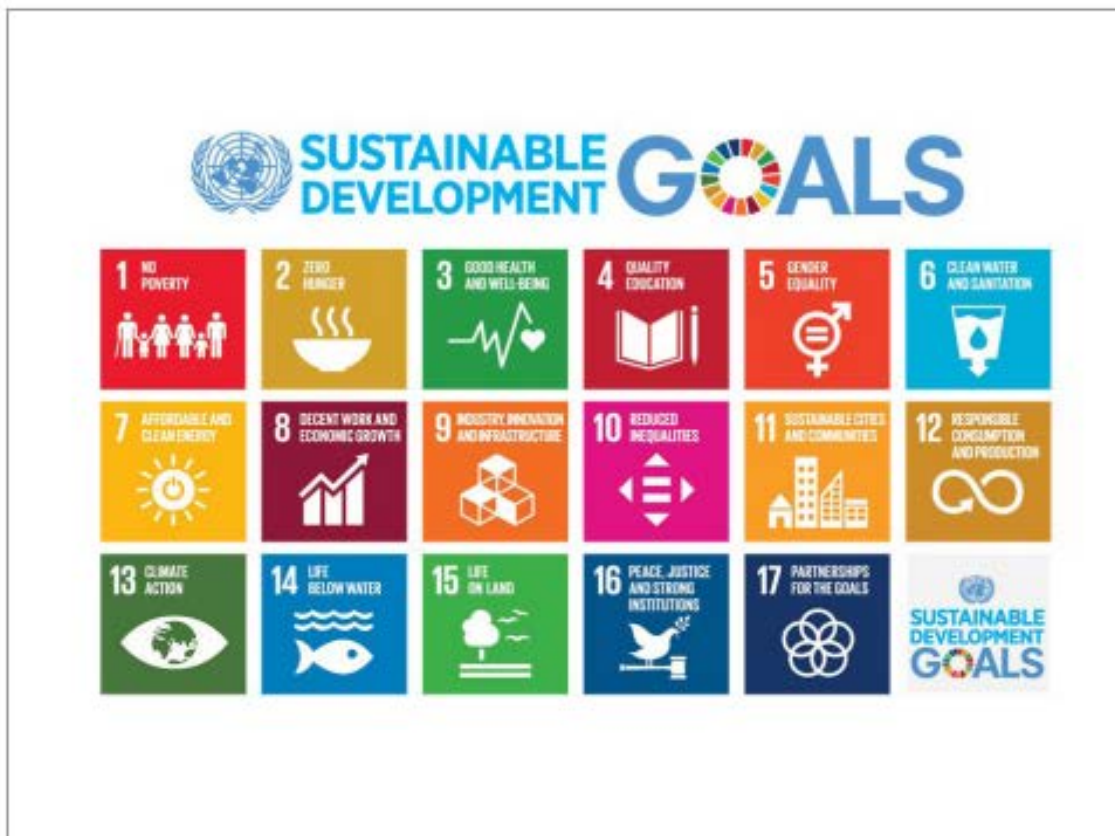
SDGs 시대: 문화 ODA

이성훈
경희대 미래문명원
KOICA 비상임이사
alee7080@gmail.com

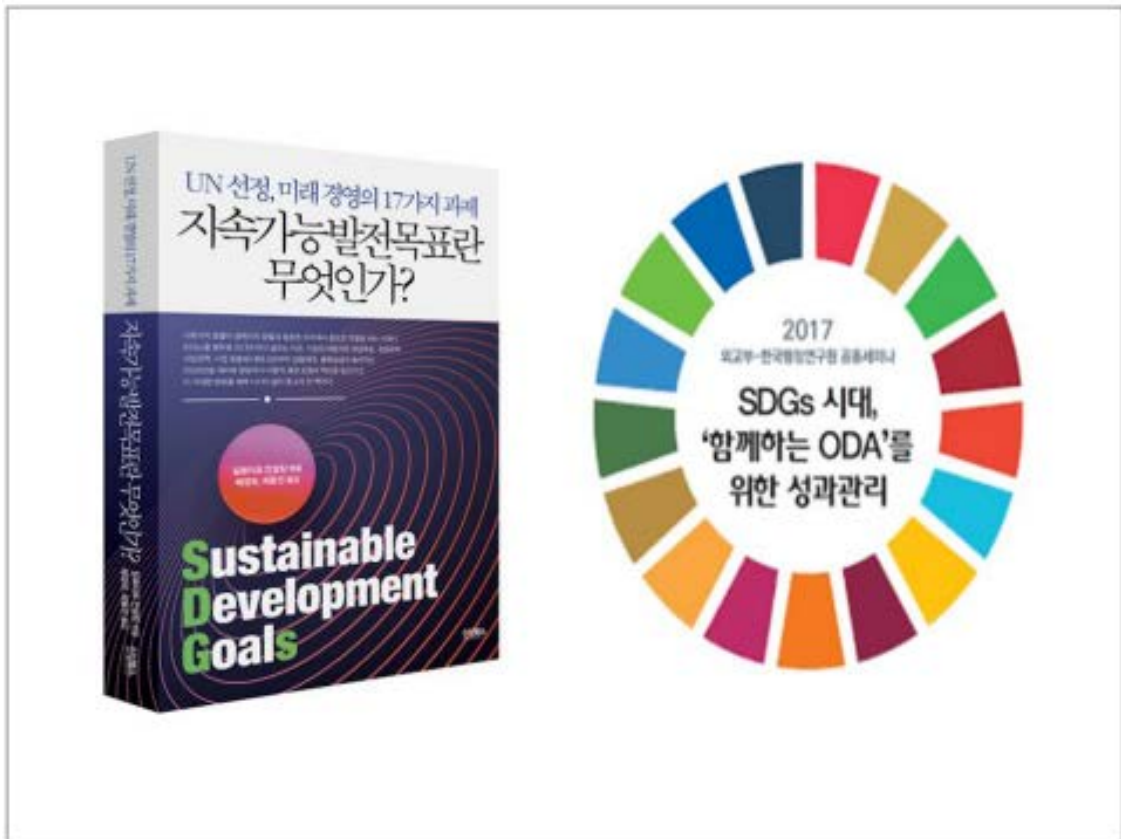
주요 내용

- SDGs 시대
- 한류 3단계와 '국뽕의 시대'
- SDGs 와 한류의 역할
- 문화 ODA 의 역할
- 문화적 권리 Cultural Rights
- SDGs 와 문화
 - SDG 4.7 세계시민교육 - 문화다양성
 - SDG 12.b 지속가능관광
 - SDG 16 평화와 정의, 16.2 End Violence

[세션 1-1] SDGs시대 : 문화 ODA의 역할



II 발표자료 및 녹취록



SDGs란 무엇인가?

21세기 복합적인 지구적 도전과 위기 (빈곤, 식량, 에너지, 불평등, 금융, 기후 등)를 해결하기 위해 UN이 국제사회와 함께 준비하고 채택한 공동의 미래 비전이자 실천 목표.

- ▶ 지구촌 문제를 다루는 국제사회 공동의 개념, 프레임이자 패러다임
- ▶ 국제협력과 ODA 분야 정책과 사업의 청사진 Blueprint, 가이드북, 이정표 Milestone
- ▶ 인류 미래의 파국을 방지 또는 지연하기 위한 수단



2030년까지 17가지 주요 목표와 169개의 세부목표를 이행하는 국제사회 최대 공동목표

인류의 보편적 사회문제
빈곤, 질병, 교육, 여성, 아동, 난민, 분쟁 등

지구 환경 및 기후변화 문제
기후변화, 에너지, 환경오염, 물, 생물다양성 등

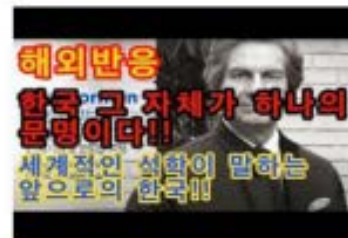
경제문제
기술, 무역, 노사, 고용, 생산 소비, 사회구조, 법, 인프라구축, 국내외 경제 등

한류 (K-Culture) 2020년

- 2020 봉준호 기생충 칸 영화제 그랑프리 와 오스카상
- BTS & Blackpink
- 넷플릭스 - 킹덤, 사랑의 불시착, 이태원 등.
- 이날치밴드 '범내려온다'
- 한류 발전 3단계: K-pop 한국인 없는 외국인 그룹 EXP Edition, 니썬,

한류

- 문화 전유
- Koreaboo 현상
- K-방역'
- K-민주주의
- K-평화
-





한류 3기

한류의 발전단계

구분	한류1기	한류2기	한류3기(신한류)
키워드	한류 생성	한류 심화	한류 다양화
기간	1997년 ~2000년대 초	2000년대 중반	2000년대 후반 이후
주요분야 (콘텐츠)	드라마(사랑이 뭐길래) 음악(HOT)	드라마(겨울연가, 대장금), 음악, 영화, 게임	음악(K-POP), 드라마, 영화, 게임, 만화, 캐릭터, 한식, 한글
주요지역	중국, 대만, 베트남	중국, 대만, 베트남, 일본, 동남아	중국, 대만, 베트남, 일본, 동남아, 중앙아시아, 유럽, 남미, 미국, 아프리카

코리아부 Koreaboo



A Koreaboo is

- ✗ -Someone who listens to K-pop
- ✗ -Someone who watches Kdramas
- ✗ -Someone who wants to learn Korean
- ✗ -Someone who is interested in some aspects of Korean culture
- ✓ -Someone who is not Korean but tries to 'be Korean' and fetishizes Koreans, forgetting their own culture in the process

엘로 피버 Yellow Fever



1. 뜻

아시아여성들이 가부장적인 마인드를 가지고 있기에 순종적이고 영전할 것이라는 편견과 좁은 질구를 가지고 있을 것이라는 환상을 가지고 아시아여성을 만나고 싶다고 생각하는 인종차별적인 사람, 또는 사상을 뜻한다.

동양인 여자만을 좋아하는 일종의 패티쉬다.

영문 위키 백과에서는 같은 단어를 설명하는 표제어로 'Asian fetish'를 쓰고 있다.

K-Pop과 '문화 전유'



文化的專有 / Cultural Appropriation

어느 한 문화집단이 다른 인종이나 문화집단의 전통 문화를 자신의 것 마냥 무단으로 사용하는 것.

특히 그 문화에 대한 이해 없이 사용하는 것을 의미.

문화 절도, 문화 배당, 문화 도용 등으로 번역되기도 한다.



동아샘 오리지 흑인 분장 논란

2019년 2월 21일

Time and time again only want people get the blackface is very offensive and not funny at all!!! There have been so many instances where we and other white people spent their lives black face in Korea and think it's funny it's not and it ain't right against it and highly disrespectful.

lbfcr.com 00

'흑인 분장'에 인종차별 비판이 쏟아지고 있다



중국인 유명 실용음악학교에 흑인 분장을 한 배우가 등장해 인종차별 논란이 불거졌다.

SDGs 시대와 한류 (K-Culture)

한류 확산과
'국위선양' 및
한국기업
해외 진출에
SDGs를
어떻게 활용할 것인가?
(활용론)

SDGs 달성에
한국은
한류를 통해
어떻게
기여할 것인가?
(기여론)

'K-민주주의'



'K-평화'



장성규 기자 20200929 트위터 @yonghap_graphics 페이스북 loney.kr/LeNI



'문화강국' vs. '부국강병'

나는 우리나라가 세계에서 가장 아름다운 나라가 되기를 원한다.
가장 부강한 나라가 되기를 원하는 것은 아니다.
내가 남의 침략에 가슴이 아팠으니,
내 나라가 남을 침략하는 것은 원치 아니한다.
우리의 부력은 우리의 생활을 풍족히 할 만하고,
우리의 강력은 남의 침략을 막을 만하면 족하다.
오직 한없이 가지고 싶은 것은 높은 문화의 힘이다.



문화 ODA



- 문화는 공공외교의 중요한 내용이자 도구.
(Soft power)
- 문화 ODA는 공공외교의 중요한 내용이자 도구.
- 문화 ODA와 공공외교는 한국과 대상국(개도국 파트너국가)의 문화 교류와 문화산업 발전에 동시 기여 (축매, 마중물)

문화적 권리

세계인권선언 제27조

1. 모든 사람은 공동체의 문화생활에 자유롭게 참여하며 예술을 향유하고 과학의 발전과 그 혜택을 공유할 권리를 가진다.
2. 모든 사람은 자신이 창작한 과학적, 문학적 또는 예술적 산물로부터 발생하는 정신적, 물질적 이익을 보호받을 권리를 가진다.



경제사회문화적 권리 국제규약 제15조

- (a) 문화생활에 참여할 권리
- (b) 과학의 진보 및 응용으로부터 이익을 향유할 권리
- (c) 자기가 저작한 모든 과학적, 문학적 또는 예술적 창작품으로부터 생기는 정신적, 물질적 이익의 보호로부터 이익을 받을 권리

Q1 세계시민교육이란?
IGCED: Global Citizenship Education



4 QUALITY EDUCATION





4.7

2030년까지 모든 학습자들에게 지속가능발전, 지속가능한 생활 방식, 인권, 성평등, 평화와 비폭력 문화 확산, 세계시민의식, 문화 다양성 존중 및 지속가능발전을 위한 문화의 기여 등에 대한 교육을 통해 지속가능발전 증진을 위한 필요한 지식과 기술의 습득을 보장한다.

The Global Goals 100


TARGET 4-7



세계시민교육이란?

세계시민교육은 인권, 빈곤, 평화, 환경 등의 글로벌 이슈에 관해 배우고 더불어 사는 지구촌을 만들기 위한 공동체 의식 함양을 목표로 하는 교육으로 UN이 정한 지속가능한 발전목표 (SDGs)의 4.7 이행을 위해 시행되는 대표적인 교육 프로그램입니다.

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



SDG 12. 지속가능한 생산 소비

12.1 개발도상국의 발전 상황과 역량을 고려하면서, 선진국 주도로 지속 가능한 소비와 생산 양식에 대한 10년 계획 프레임워크 프로그램을 모든 국가가 이행한다.

- **12.2** 2030년까지 천연자원의 지속 가능한 관리와 효율적 사용을 달성한다.
- **12.3** 2030년까지 유통 및 소비자 수준에서의 전 세계 인구 1인당 음식물 쓰레기 발생량을 절반으로 줄이고, 출하 후 손실을 포함한 식품의 생산 및 공급망에서 발생하는 식품 손실을 감소한다.
- **12.4** 2020년까지 국제사회에서 합의된 프레임워크에 근거하여 화학물질 및 유해폐기물을 모든 주기에서 친환경적으로 관리하며, 인간의 건강과 환경에 대한 부정적인 영향을 최소화하기 위해 대기, 물, 토양으로의 유출을 현저하게 줄인다.
- **12.5** 2030년까지 예방, 감축, 재활용 및 재사용을 통해 쓰레기 발생을 대폭 줄인다.
- **12.6** 기업, 특히 대기업 및 다국적기업이 지속 가능한 실천계획을 그들의 보고 체계에 채택하고 지속 가능성에 대한 정보를 통합하도록 장려한다.
- **12.7** 2030년까지 국가의 정책과 전략에 따라 지속 가능한 공공조달 시행을 확대한다.
- **12.8** 2030년까지 모든 사람이 지속 가능한 발전과 자연과의 조화를 이루는 생활양식에 대해 인지하고 필요한 정보를 가질 수 있도록 보장한다.
- **12.a** 지속 가능한 소비 및 생산 패턴 구축을 위한 개발도상국의 과학기술 역량강화를 지원한다.
- **12.b** 일자리를 창출하고 지역의 고유 문화와 특산품을 알리는 지속가능한 관광이, 지속가능발전 전에 미치는 영향을 모니터링 할 수 있는 수단을 개발하고 이행한다.
- **12.c** 개발도상국의 특수한 필요와 여건을 충분히 고려하고 빈곤층과 영향을 받는 지역 공동체를 보호하는 방식으로 개발도상국의 발전에 미칠 악영향을 최소화하면서 조세 제도를 개혁하고, 해로운 보조금이 존재하는 경우 그에 따른 환경 영향을 반영하기 위해 이를 단계적으로 폐지하는 등의 방법으로 국가별 상황에 따라 시장 왜곡을 제거함으로써, 남비를 조정하는 비효율적인 화석연료 보조금 제도를 합리적으로 개선한다.



- Goal 16. 지속가능발전을 위한 평화롭고 포용적인 사회 증진, 모두에게 정의에 대한 접근성 제공, 모든 수준에서 효과적이고 책임성 있고 포용적인 제도 구축
- 16.1 모든 곳에서 모든 형태의 폭력과 그로 인한 사망률을 대폭 감소시킨다.
- **16.2 아동을 대상으로 하는 학대, 착취, 인신매매와 모든 형태의 폭력 및 고문을 종식한다.**
- 16.3 국내·국제적 수준에서 법치를 증진하며 모두를 위한 정의에의 평등한 접근을 보장한다.
- 16.4 2030년까지 불법 자금 및 무기거래를 대폭 감소시키고, 불법취득자산의 환수와 반환조치를 강화하며, 모든 형태의 조직범죄를 퇴치한다.
- 16.5 모든 형태의 부정부패와 뇌물수수율 대폭 감소시킨다.
- 16.6 모든 수준에서 효과적이고 투명하며 책임성 있는 제도를 개발한다.
- **16.7 모든 수준에서 의사결정이 대응적, 포용적, 참여적, 대의적이 될 수 있도록 보장한다.**
- 16.8 글로벌 거버넌스 제도에서 개발도상국의 참여를 확대하고 강화한다.
- 16.9 2030년까지 출생 등록을 포함하여 모든 사람에게 법적 지위를 부여한다.
- 16.10 국내법 및 국제적 합의에 따라, 정보에 대한 대중의 접근을 보장하고 기본적인 자유를 보호한다.
- 16.a 폭력예방 및 테러와 범죄 퇴치를 위해 모든 수준에서 역량이 강화되도록, 특히 개발도상국에서 국제협력 등을 통해 관련 국내제도를 강화한다.
- 16.b 지속가능발전을 위한 비차별적 법규와 정책을 증진하고 강화한다.



Kim Kyo said, "My only endless desire is the power of highly developed culture".

방탄 랩몬 "김구선생님이 말하기를
강한 문화의 힘을 가지길 원하셨죠"



I believe culture is truly stronger than any other physical power, and it can break all the boundaries.

"정말 (선생님의) 그 말은 맞습니다,
문화의 힘은
어떤 물리적인 힘보다 강합니다"

세션1-1

SDGs의 시대 : 문화 ODA의 역할

이 성 훈 | 한국국제협력단 비상임이사. 경희대학교 미래문명원 특임 연구원

안녕하십니까. 한국국제협력단 비상임이사 이성훈입니다. 정정숙 소장님께서 문화 ODA 전반에 대한 큰 그림을 크게 그려주십니다. 저의 뒤에 나오는 발표에서는 구체적인 사업에 대한 이야기가 나오는 것으로 알고 있는데요. 저는 중간에서 매개하는 관점으로 발표를 준비했습니다. 2016부터 2030년까지 SDGs시대라고 하죠. 올해로 벌써 3분의 1일이 지나고 있습니다. 이 시점에서 SDGs 시대의 문화ODA에 대해 성찰해보는 시간을 가져보도록 하겠습니다.

여기 부산시민분들이 잘 알고 계신지는 모르겠지만 2011년, 부산에서 ‘부산 세계개발원조 총회’라는 역사적인 회의가 열렸었지요. 이 총회를 통해 이른바 부산선언, 효과적인 개발협력력을 위한 부산파트너십이 채택되었습니다. 엄청난 역사적 의미가 있다고 생각합니다. 2011년은 SDGs가 만들어지기 4년 전이었습니다. 어떻게 보면 SDGs시대를 내다보고 SDGs시대의 ODA의 역할을 이미 부산에서 준비를 다 했다고 볼 수 있어요. 다음번에는 오늘이 포럼에서 부산파트너십과 SDGs 그리고 ODA의 연결성과 후속조치에 대한 이야기를 다루면 좋을 것 같다는 생각이 드네요.

시작에 앞서 오늘 준비한 발표의 주요 내용을 말씀드리겠습니다. 먼저 SDGs 시대에 대해 잘 알고 계시겠지만 간략하게 설명드리겠습니다. 앞에서 송진호 이사님께서 말씀하신 것처럼 제가 요즘 BTS에 관심이 정말 많습니다. 네. 아미입니다. (웃음) 사실 제가 예전에는 BTS나 한류, K-POP에 전혀 관심이 없었습니다. 2004년, 태국 방콕에서 근무하던 때였는데요. 그 당시 아시아 인권 단체의 사무총장으로 있었습니다. 현지 직원들이 한국 문화에 대해 상당히 관심이 많았는데 직원들과 소통을 하기 위해 관심을 가지기 시작했습니다. 그 당시가 마침 한류가 동남아시아로 확산되는 시기였고 한류가 아시아의 민주주의, 평화와 인권에 어떻게 기여할 수 있는가의 관점에서 계속 연구했습니다. 제가 이걸 말씀드리는 이유는, 앞으로 이야기하는 내용도 이런 맥락의 관점이라는 것을 미리 알려드립니다. 문화 ODA에 대한 이야기를 하면서 자연스럽게 인권과 연관 지어보고 SDGs에서도 문화에 대한 이야기가 많은데 어떤 내용이 있는지 소개하는 순서로 진행해보겠습니다.

앞 발표에서 흥미로운 큰 그림을 들으면서 저도 여러 가지 생각을 했는데요. 말씀하신듯이 문화 ODA라고 하는 것은 하나의 영역으로 이야기가 되고 있습니다. 코이카도 문화 ODA에 대한 여러 가지 용어표현을 쓰고 있는데요. 오늘 주제인 ‘국제개발협력과 문화’의 제목의 영문명이 참 흥미롭습니다.

한국어는 ‘국제개발협력과 문화’ 이렇게 그냥 병렬로 두었는데요. 영어에서는 의미가 규정된 것 같습니다. Culture for development cooperation. 개발협력을 위한 문화라고 해석되는데 어떤 의도인지는 이해가 됩니다. 문화 ODA사업을 표현하는 또 다른 영어표현을 살펴보면 ‘Development Cooperation for Culture(문화를 위한 개발)’ 혹은 ‘Development Cooperation through Culture(문화를 통한 개발)’으로도 사용되고 있습니다. 이렇게 다양한 표현으로 쓰이는 이유는 뭘까요? 문화가 다양한 의미와 맥락을 가지고 있기 때문이라고 생각합니다. 문화도 인권이나 평화처럼 보편적인 가치로 볼 수 있습니다. 코이카에서는 이를 범분야(Cross-cutting issue)라고 말하죠. 하나의 분야이기도 하면서 동시에 범분야적인 이중적인 성격을 가지고 있는 것입니다. 문화 역시 하나의 분야이면서 범분야적 성격을 가지고 있습니다.

저 사진은 SDGs가 채택되던 날 UN 본부의 사진인데요. 반기문 사무총장님 시절이었고 17개의 목표화 16개의 세부 목표가 만들어지고 2030년까지 국제사회가 다 함께 지구적 위기를 해결하기 위해 합의를 했다는 점에서 축제의 분위기였습니다. 저도 저 자리에 NGO로 참석했었어요. 한슈미르공원에서 다 같이 파티도 하며 ‘자! 우리 함께 15년동안 열심히 해보자!’ 하는 그런 희망찬 분위기가었습니다. 안타깝게도 잔치 분위기가 오래 못 갔죠. 트럼프 대통령이 고립주의로 가게 되면서 SDGs의 근간이 되는 다자 협력의 분위기가 굉장히 침체되었습니다. 아무래도 분위기가 이렇다 보니 지난 5년 동안 국제사회가 적극적으로 하지 않았다고 생각해요. 그러나, 아직 확정되지는 않았지만 조 바이든이 미국 대통령이 된다면, 바이든은 ‘다자주의’ 복원을 강조한 인물이기 때문에 이제부터 본격적인 SDGs 시대가 열리지 않을까 감히 예견해 봅니다.

SDGs의 17개 목표 중 문화는 어디에 해당이 될까요. 사실 문화라는 단어가 직접적으로 들어가는 것은 없습니다. 그러나 범분야적인 관점에서 이야기하면 1번부터 16번이 모두 다 문화에 관한 것입니다. 의외로 오히려 문화 분야에서 SDGs라는 말을 잘 안 쓰는 것 같아요. 오히려 SDGs라는 말은 기업에서 가장 많이 쓰고 있죠. 우리나라 대기업의 경우 매년 지속가능경영 보고서를 내고 있습니다. 뒷장에 가면 SDGs를 가지고 사업의 방향과 성과를 설명하고 있어요. 역설적으로 이를 보면 기업이 가장 열심히 SDGs를 실천하고 볼 수 있겠네요. 물론 형식적이라는 문제 제기도 있습니다. 정부 역시 환경부와 코이카를 중심으로 대부분의 부처가 SDGs를 기본으로 성과나 방향을 설명하고 있습니다. 그런데 문화 ODA 쪽은 아직은 주류화가 안된 상태라고 볼 수 있겠고요.

SDGs는 5년 전에 만들어졌습니다. 사실 올해로 목표연도까지 딱 10년이 남았는데요. UN은 남은 10년 동안 열심히 실천해보자는 의미에서 올해 ‘Decade of Action’를 선포하기도 했습니다. 오늘이 논의가 그런 의미에서 SDGs에서 제대로 다루지 못한 문화 분야를 제대로 다뤄본다는 점에서, 특히 부산 파트너십이라는 역사적 의미가 있는 부산에서 한다는 점이 굉장한 가치와 의미가 있다고 생각합니다.

II 발표자료 및 녹취록

SDGs에 대해 다시 한번 정확하게 정리하고 넘어가겠습니다. 숫자로 이야기하자면 17개 169개의 세부 목표로 2030년까지 이행한다는 것인데 그 의미는 무엇일까요. SDGs를 만들 때 굉장히 많은 이야기가 있었다고 합니다. MDGs는 8개였는데 2배 이상이 되면서 너무 많다. 이렇게 해서 되겠나라는 우려의 목소리가 컸습니다. MDGs 시대에는 알다시피 절대 빈곤 중심으로 사업을 했습니다. 그러나 시간이 지나니 빈곤의 문제는 어느 정도 해결이 되는데 불평등 문제가 다시 불거지면서 모든 문제가 연결이 되어버렸죠. 현재의 코로나의 원인을 단순한 공중보건이 아닌 기후 위기에서 찾고 그 원인이 산림 파괴, 과도한 생산과 소비에서 찾는 것과 같은 맥락입니다. 그 당시 복합적 지구 위기라는 표현. 즉 에너지, 식량, 기후, 금융위기까지 통합적으로 접근해야 한다는 인식의 결과로 SDGs가 만들어진 것입니다. 17개의 목표를 만들고 가까스로 합의를 해 공동 실천문까지 만든 결과 모든 유엔 기구들이 SDGs를 기본방향으로 놓고 이야기하게 된 것이죠. 대부분의 정책과 문제는 SDGs안에 들어가 있고 국제개발협력의 청사진이자 이정표 역할까지 하고 있습니다.

그러나 SDGs가 만병통치약은 아닙니다. 다시 말해 SDGs를 100%실현하면 2030년에 천국이 되느냐. 그렇지 않습니다. 전 세계가 이 복합적 문제를 다 함께 해결한다? 그렇지 않아요. 단지 SDGs는 문제의 심각성을 함께 공유하고 지금까지의 잘못된 방향성을 인지하고 전환해야 한다는 것을 이야기한다는 정도의 성격을 가지고 있는 것이지 모든 문제를 해결하는 열쇠는 아닙니다. 우리나라의 경우에도 대통령께서 SDGs 언급을 잘 안 하는데 지난주에 2050년까지 탄소제로 선언을 하셨죠. 우리나라뿐 아니라 중국, 조 바이든도 탄소 중립 선언을 했어요. 이는 기후 위기 앞에서 전 세계가 탄소 제로 사회로 가야 한다는 공통의 목적이 수립되었기 때문입니다. 이렇듯 SDGs는 그 문제를 해결하는 완전한 것이 아니라 문제를 진단하고 탄소 제로 사회로 가기 위한 중간단계라고 할 수 있습니다. 2030년을 목표로 하고 있지만 사실은 2050년을 보고 있습니다. 2030년까지는 이처럼 문제를 진단하고 방향을 전환한다면 2050년까지 진짜 철저히 해서 파국적인 기후 위기를 막아내야 한다는 인류 공동의 의식 아래 진도가 나간다는 것이죠. 지금 이야기한 탄소 제로와 문화 ODA를 연관 지어보자면, 정정숙 소장님께서 기조 발표에서 이야기 한 것처럼 문화라는 것은 뜻이 문화라는 것이지 결론은 삶의 방식입니다. 탄소 제로 이행을 위한 과제들이 개발되었다고 우리가 사회를 이해하는 방식 즉 '문화'가 바뀌지 않는다면 미래도 없다는 것이죠.

다음은 K-Culture에 대한 이야기를 안 할 수가 없는데요. 특히 올해 기생충 칸 영화제, 그랑프리, 오스카상, BTS, 블랙핑크 등등 한류가 계속해서 커지면서 '국뽕'이라는 단어를 자주 접하셨을 겁니다. 한편으로는 이런 이야기가 확산되면서 여러 부작용도 나타나고 있습니다. 다음 사진들이 이제 이른바 국뽕에 해당되는 유튜브에서 범람하는 내용들인데요. 한류의 발전 단계로 한류 3기라는 이야기도 나오고 있습니다. 용어들도 많이 생성되고 있는데 한국 사람이 되고 싶은 사람을 의미하는 'Korea Boo'. 마치 우리가 예전에 서양 사람이 되고 싶어 했듯 그런 상황에 역전되어 나타나고 있습니다.

동양 여자에 대한 선입견을 광적으로 추구하는 서양 사람들을 빗대어 표현하는 ‘Yellow Fever’도 있습니다. 이런 문화 전유 문제가 최근 심각하게 보이고 있습니다. 예를 들어 최근 블랙핑크의 ‘How you like that?’ 뮤직비디오 힌두교 종교 모독 논란, 봉준호 감독의 기생충에 나온 인디언 논란 등 우리에게 익숙한 것이 당사자들에게는 굉장히 불편한 이야기가 되는 경우가 많다는 거죠. 우리는 전혀 그 문화를 폄하할 생각도 의도가 없었지만 받아들이는 입장에서는 아니라는 겁니다. 사실 우리도 자주 당했죠. 동양이라고 하면 눈을 찌는 행위라든지 최근의 샘 오취리 사건 등등. 앞으로 이런 현상들이 더 자주 발생할 겁니다. ODA라고 예외는 아니지요. ODA는 실제 일상 현장에서 부딪히기 때문에 더욱 심각할 것이라 생각합니다.

결론적으로 말씀드리자면, SDGs 시대의 한류는 두 가지 길이 있습니다. 첫째, 단순하게 접근하는 활용론. SDGs 그러니까 ODA를 활용해서 어떻게 국위 선양을 할 것인가. 한국 기업이 진출하느냐에 대한 내용이죠. 둘째, SDGs라는 인류 공동의 과제를 두고 우리는 한류를 통해 어떻게 기여할 것인가라는 방식에서 접근하는 것입니다. 지금은 그 두 가지가 공존하고 있어요. 그렇다면 앞으로 우리는 어떤 방식으로 풀어갈 것인가를 논의 해야 되고 부산역시 앞으로의 10년을 깊이 있게 고민해야 합니다.

최근에 K-culture의 시발점인 음악과 문화영상이 보편적 가치와 만나면서 굉장히 새로운 현상들이 벌어지고 있습니다. 저와 송진호 이사는 ‘임을 위한 행진곡’ 세대인데요. 홍콩 시위대가 시위에서 불렀죠. 최순실 국정 농단 사건 때 이대학생들이 거리에서 불렀던 그 노래. 소녀시대의 다시 만난 시대가 태국의 시위현장에 울려 퍼졌고요. 또한 BTS의 이름으로 혹은 블랙핑크의 이름으로 팬들이 돈을 모아서 민주주의를 위한 기금에 기부도 합니다. 특히나 노래를 영어로 하는 것이 아니라 한국어로 불러요. 즉 전 세계 K-POP 팬들에게 평화를 위해 같이 일해보자고 호소를 하는 것이죠. 우리가 전혀 의도하지 않았고 일부러 한 것도 아니지만 자연스럽게 이렇게 흘러들어간다는 것입니다. K-Culture가 단순하게 좁은 의미에서의 문화가 되는 것이 아니라 보편적 가치인 인권, 민주주의 더 나아가서는 평화로까지 이어지고 있다는 것을 알 수 있습니다. 이처럼 한국 문화가 힘과 지지를 얻고 우리의 고유한 문화가 보편적인 가치와 연결되었을 때 나타날 수 있는 굉장히 독특한 현상. 의미 있는 현상이라고 생각합니다. 그렇다면 문화라는 특수한 것과 보편적 가치를 매개 하는 ODA가 만난다면 앞으로 어떻게 전개될지 생각해 볼 수 있겠죠.

앞선 발표에서 ‘문화 ODA는 모델이 없다’라는 이야기를 해주셨는데요. 저는 김구 선생님의 “문화대국” 과 안중근 의사의 ‘동양평화론’을 읽을 때마다 항상 깜짝깜짝 놀랍니다. 나라도 다 뺏긴 상황 속에서 군사력을 키우고 경제력을 키워서 빨리 식민지를 벗어나야 한다! 라는 이야기가 나올법한데 김구 선생님의 ‘문화대국’은 전혀 다른 비전을 담고 있죠.

나라는 뺏겼지만 언젠가는 독립을 할 것이고 독립했을 때 ‘무력을 통한 강한 나라’가 아닌 ‘문화를 통한 강국’이라는 비전을 세우셨는데요. 정말 존경스러워요. 안중근 의사 역시 일본을 적대시하는 것이 아니라 일본을 끌어안아서 세계 평화를 어떻게 가지고 갈 것인가에 대한 고민을 했죠. 굉장히 큰 비전이라고 생각합니다. 과연 지금의 한류 비전이 저 정도 크기의 반이라도 따라갈 수 있을까요? 문화 ODA가 포괄하고 있는 ODA, 산업, 공공외교 등을 어떻게 조화시킬 것인가에 대한 내용이 오늘 포럼에서 진지하게 고민해야 할 부분이라고 생각합니다.

문화적 권리가 나온 UN 발전권을 이야기하면서 1980년 UN 총회에서 발전 또는 개발이 무엇이나라는 치열한 논쟁이 있었는데요. 결과적으로 4가지를 합의했습니다. ‘발전은 경제적이고 사회적이고 문화적이고 정치적이다’라고 합의를 했는데 그 내용이 SDGs에 다 들어가 있습니다. SDGs에는 경제, 사회, 환경, 문화, 정치가 모두 들어가 있거든요. 그런 의미에서 세계인권선언, 경제 문화적 권리에 들어가 있는 것처럼 문화는 ODA 뿐만 아니라 권리의 일부로 여겨지고 있습니다.

직접적으로 SDGs와 연결한다면 들 수 있는 예시로 4.7번과 12번.b, 그리고 16.2번을 가지고 와봤는데요. SDGs 4.7은 세계시민교육입니다. 부산국제교류재단도 굉장히 열심히 하고 있는 것으로 알고 있는데요. 4.7번 세계시민교육은 여러개 중 하나를 단순하게 소개하는 형태가 아니라 평화, 문화적 다양성, 성평등, 환경, 인권이 다 어우러지는 식으로 소개하고 있습니다. 12번의 경우 12.b에 생산 소비의 일환으로서 지속가능한 관광이 언급되어 있고요. 16번을 보면 문화 ODA가 지향해야 될 방향에 대한 내용이 나옵니다. 세부 목표를 보면 폭력 방지, 참여, 개도국의 참여도 강조하고 알 권리 기본적인 자유 등 평화와 정의 그리고 민주주의에 대한 이야기가 나오죠. 특히 최근 이슈가 된 BTS의 유엔 연설 다들 한 번씩은 보셨죠? 유니세프 홍보대사인 BTS가 유엔에서 연설한 주제가 바로 16.2번(아동을 대상으로 하는 학대, 착취, 인신매매와 모든 형태의 폭력 및 고문을 종식한다)입니다. 유니세프와 BTS의 ‘End Violence’ 캠페인 ‘Love yourself’ 역시 16.2번에 대한 내용이죠. 사실 우리나라에 대한 자부심이 굉장히 깊지만 OECD 국가 중 자살률 1위 국가이기도 합니다. 확인된 사실은 아니지만 개인적으로 저 BTS 노래가 세계적으로 자살률 예방에 엄청난 기여를 했을 거라 생각합니다. 우울증에 빠져있는 많은 전 세계 청소년들이 좌절하지 않고 삶의 희망을 얻도록 도움을 주었을 거예요. BTS가 이렇게까지 세계적인 인정을 받을 수 있었던 것은 우리 전통의 진선미 즉 진실과 선한 영향력 그리고 아름다움이 가미되었기 때문에 폭발적인 힘을 발휘할 수 있었다고 생각합니다. 그 아름다움의 핵심에는 바로 문화가 있죠. 앞 발표에서 언급한 베트남 사례처럼 사진을 통해 자신들의 일상에서 아름다움을 찾아내는 그 힘. 그 문화의 힘이 음악과 연결되었기 때문에 사람들을 변화시키는 엄청난 운동으로 발전하고 있다는 것. 그것이 BTS가 문화 ODA에 주는 큰 메시지라고 생각합니다.

[세션 1-1] SDGs시대 : 문화 ODA의 역할

마지막으로 BTS의 리더 RM이 UN 연설에서 유명한 말을 했죠. ‘김구 선생님이 말하기를 강한 문화의 힘을 가지길 원하셨죠. 그 선생님의 말이 맞습니다. 문화의 힘은 어떤 물리적 힘보다 강합니다.’. 100년 전 김구 선생의 비전이 현재 20대 청년을 통해 다시 나오고 있죠. 알다시피 이 청년들은 대학을 나오지 않았습시다. 기존의 제도를 굉장히 비판하면서 자기 나름대로의 창조적인 문화를 만들어가고 있어요. 문화의 힘은 이런식으로 나타나고 있고 거기에 우리가 손가락을 얹는 것이 아니라 ODA를 통해 문화의 힘이 더 많은 사람들에게 확산되도록 하는 것이 우리의 방향이라고 생각합니다. 들어주셔서 감사합니다.

세션 1 : 개발 협력 사업 과 문화

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

발표자 유 은 정_KOFICE 교류기반팀장

KOFICE

01 문체부 + ODA

- 추진목표
- 2020 문화ODA 사업

02 문화동반자사업

- 목적
- 추진현황

03 문화동반자사업 2020

- 문화동반자 2020 소개
- 사업화 지원

04 마무리

- 문화ODA 발전을 위한 제언

KOFICE

01

“ 문화체육관광부 2020 문화 ODA ”

목표 1 문화 ODA 확대를 통한 수원국 문화역량 자생력 강화

목표 2 문화 ODA를 통해 지속가능발전목표(SDGs) 달성 기여

02

“ 문화체육관광부 2020 문화 ODA ”

1	총 예산	135.2억	17개
2	연수사업	69.3억	10개
3	프로젝트	36.3억	3개
4	장학지원	34.8억	2억
5	기타	2.9억	2억

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

03

“ 문화동반자 사업(CPI) ”

국제사회 공적원조 분야에서
문화의 중요성 지속 강화

+

문화 ODA를 활용한
쌍방향 국제협력 강화

➔

개도국 문화발전 및 SDGs(지속가능한발전목표) 이행
한국형 대표 문화ODA 모델로써 사업의 전문화, 체계화

KOFICE

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

04

“ 문화동반자 사업(CPI) ”

1	추진기간	2005~2020년	16년
2	연수생	1,268명	수원국 문화전문가
3	연수내용	문화분야 전문연수	후속지원
4	연수기관	63개	문체부 소속기관 민간문화단체
5	참여국가	105개국	ODA 수원국

KOFICE

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

05

“ 2020 문화동반자 사업(CPI) ”



문화예술, 문화유산, 문화인생 등
다양한 분야를 포괄하는 사업
주요 분야별 사업 내용



문화동반자 사업은 - 후속 지원으로
기초적인 문화동반자 역량 강화 지원
Supports to contribute to the development of cultural exchange
through CPI Collaboration and Training Agency



문화동반자 사업은 - 후속 지원으로
기초적인 문화동반자 역량 강화 지원
Supports to contribute to the development of cultural exchange
through CPI Collaboration and Training Agency



문화동반자 사업은 - 후속 지원으로
기초적인 문화동반자 역량 강화 지원
Supports to contribute to the development of cultural exchange
through CPI Collaboration and Training Agency

KOFICE

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

06

“ 문화동반자 사업(CPI) ”

전문
연수분야
선정

➤

분야별
연수기관
공모

➤

수원국
연수생
공모

➤

분야별
전문
연수

KOFICE

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

07

“ 2020 문화동반자 사업(CPI) ”

1	한국국제교육	아동도서출판 역량강화	라오스 청년동맹
2	상명대학교 천안산학협력단	문화상품 개발 역량강화	라오스 루앙프라방 문화관광부
3	부산국제교류재단	아세안 영화전문가 역량강화	인도네시아 교육문화부 정보기술청
4	한국연출가협회	공연예술인 역량강화	카자흐스탄 국립고려 아카데미극장
5	국제무용협회	현대무용 발전방향 모색	필리핀 Myra Beltran's 댄스포럼
6	하나를 위한 음악재단	대중음악을 통한 청소년 문화예술 공공사업 발굴	베트남 인민청년동맹

KOFICE

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

08

“ 2020 문화동반자 사업(CPI) ”

공동교육	오리엔테이션	30시간	영상 실시간 워크숍 자문단 멘토링
	문화사업 기획 준비		
	사업기획력 강화 및 실습		
	코로나와 문화예술		
전문교육	분야별 전문교육	50시간	
총 80시간			

KOFICE

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

09

“ 2020 문화동반자 사업(CPI) ”

전문연수 이수 > 액션플랜 수립 > 사업화 지원 > 연수성과 환류

KOFICE

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

10

“ 2020 문화동반자 사업(CPI) ”

전문연수 이수 > 액션플랜 수립 > 사업화 지원 > 연수성과 환류

KOFICE

11

“ 2020 문화동반자 사업(CPI) ”

2018 기운영기관 프로젝트 참여를 통한 기연수생 재 초청

2019 기연수생 기획 프로젝트 전문가 활용비 지원

2020 기연수생 공공문화사업 프로젝트 지원

- ◆ 볼리비아 아동음악도서 발간 프로젝트
- ◆ 인도네시아 유네스코 문화유산 맵핑 프로젝트
- ◆ 몽골 문화예술인들의 코로나 극복 응원 프로젝트

12

“ 2020 문화동반자 사업(CPI) ”



문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

13

“ 문화 ODA 사업 ”

```
graph LR; A[문화 ODA 사업의 성과 환류?] --> B[문화 ODA 사업의 전략적 추진]; B --> C[부산시의 영상 영화 특화사업]; D[문화 ODA 확대를 통한 수원국 문화역량 자생력 강화  
문화 ODA를 통해 지속가능발전목표(SDGs) 달성 기여]
```

문화 ODA 사업의 성과 환류?

문화 ODA 사업의 전략적 추진

부산시의 영상 영화 특화사업

문화 ODA 확대를 통한 수원국 문화역량 자생력 강화
문화 ODA를 통해 지속가능발전목표(SDGs) 달성 기여

KOFICE

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화ODA의 필요성

감사합니다

KOFICE

세션1-2

문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화 ODA의 필요성

유은정 | 한국국제문화교류진흥원(KOFICE) 교류기반팀장

오늘 이 자리에 서게 되어 영광입니다. 저는 현재 문체부의 대표적인 문화 ODA 사업을 하고 있는 한국국제문화교류진흥원에서 문화동반자 사업을 추진하고 있습니다. 앞서 정정숙 소장님과 이성훈 교수님께서 일반적으로 문화 ODA 사업을 추진하는 관계자들이 알아야 할 사안들을 짚어주었다면 저는 실제 문화 ODA 사업을 추진하고 있는 실무자로서 현장에서 느끼는 내용을 공유해드리도록 하겠습니다.

오늘 여러분께 소개하는 ‘문화동반자 사업’은 추진한지 16년이 된 굉장히 역사가 오래된 사업입니다. 이 사업은 오늘날 문화관광체육부가 추진하는 ODA 사업의 대표적인 브랜드로 성장했습니다. 문화관광체육부와 한국국제문화교류진흥원에서도 더욱 확대하고 성장시키기 위해 노력하고 있는 사업이기도 합니다. 오늘은 간단히 문화동반자 사업과 문체부의 ODA 사업에 대해 말씀드리도록 하겠습니다.

문체부의 2020년도 문화 ODA의 사업목표는 크게 문화 ODA 확대를 통한 수원국 문화역량 자생력 강화이고 또 하나는 문화 ODA를 통해 SDGs에 기여하는 것입니다. 앞에 정소장님께서 언급하셨듯이 우리나라 문화 ODA의 비중은 크지 않습니다. 하지만 지금까지 큰 관심을 받지 못한 문화 ODA 분야가 오늘날 이런 자리까지 만들어지며 하나의 주제로서 이해하게 되었다는 것 자체가 굉장히 고무적이라고 생각합니다. 현재 문체부는 4-5개 정도의 분야에서 사업을 추진하고 있고 연수사업이 10개 정도의 사업으로 가장 많습니다. 문화동반자 사업 역시 연수사업에 해당됩니다.

문화동반자 사업이 추구하는 가장 기본적인 것은 해외 개발도상국의 문화 전문가들을 국내로 초청하여 국내에서 한국의 우수한 문화역량을 가진 기관과 전문가들을 연결해 역량을 강화시키는 것입니다. 그리고 연수생들이 자국으로 돌아가 그들이 속한 커뮤니티나 지역사회 더 나아가 그 나라의 문화 역량 강화에 기여하도록 만드는 것이 문화동반자사업의 최종적 목표라고 말씀드릴 수 있습니다.

2005년부터 시작해 올해 16년 차를 맞이하는 문화동반자사업은 CPI 사업이라고도 하는데요. 해외 연수생들 사이에 하나의 고유명사가 되었습니다. 특히 한국 관련 업무를 하는 사람 중에 CPI 출신들이 굉장히 많아요. 그만큼 해외의 협력국에 나갔을 때 CPI 사업의 인지도는 굉장히 높다는 점을 알 수 있습니다. 현재까지 총 1,300여명에 가까운 연수생들이 한국에서 연수를 받았습니다.

[세션1-2] 문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화 ODA의 필요성

진흥원에서 직접 연수생들을 대상으로 연수를 하는 것이 아니라 각 문화분야의 최고의 기관과 단체에 연결을 시켜주는 형태로 운영되는데 지금까지 약 70여 개의 기관과 단체들이 참여하고 있습니다. 16년간 105개 국가의 동반자들이 한국에 와서 문화와 기술을 습득하고 본국으로 돌아가 활동을 하고 있는데요. 올해는 신남방 신북방 국가 5개국을 대상으로 온라인 연수를 하고 있음. 실제 연수 현장을 홍보영상을 통해 보시겠습니다.(영상)

문화동반자 사업은 전통문화부터 현대공연예술, 미술관 관련 리서치나 그 외 연극분야 등 세부적으로는 60개의 분야에서 진행되었습니다.

다음은 문화동반자 사업의 추진체계입니다. 가장 먼저 전문연수 분야를 선정합니다. 연수분야는 해외 협력국의 수요를 2년 전에 조사를 하고 선정된 분야를 기준으로 해당 연도에 가능한 분야와 연결해서 최종적으로 선정됩니다. 그 후 공모를 통해 분야별 운영기관을 선정합니다. 운영기관에서 직접 협력국의 연수생들을 공모를 통해 선정하고 나면 최종적으로 연수생들을 한국을 초청해 연수사업을 진행하는 절차입니다. 간단하게 표현이 되었지만 실무진들은 이 4단계를 굉장히 세분화된 단계로 진행하고 있습니다. 동반자 사업을 하고 나면 실무자들의 주름이 몇 개가 더 늘어난다고 표현할 만큼 굉장히 복잡하고 힘든 사업으로 내부적으로 유명한데요. 그만큼 문화 ODA사업 중 대표적인 브랜드 사업이라는 자부심을 가지고 있고 그에 대한 성취감도 굉장히 높은 편입니다.

올해는 총 5개 분야 신남방 신북방 5개국에서 60명의 연수생들이 참여하고 있습니다. 올해는 코로나로 인해 초청연수 사업을 진행할 수 없는 상황이었는데요. 6월에 온라인 연수로 전환을 최종 결정했습니다. 다소 급하게 공모를 통해 총 6개의 운영 기관들을 선정했는데요. 그 중 부산에 있는 2개 기관. 부산국제교류재단과 EDCN도 함께 하고 있습니다. 코로나로 사업이 다소 급하게 진행되었지만 오히려 이 경험이 굉장히 소중한 기회라고 생각합니다. 보통 문화동반자사업은 4~5개월 정도 연수가 진행되는데요. 이번에는 온라인 연수이므로 8주간 진행하고 있음. 오늘로 온라인 연수가 시작된지 3주 차인데요. 한국 기관과 현지기관 모두 낯선 환경임에도 불구하고 잘 적응하고 있습니다. 교육은 공통 교육 30시간 전문교육 50시간 4대 6비율로 구성되어 있습니다.

성과 도출 과정은 '전문연수 이수→액션플랜 수립→사업화 지원→연수 성과 환류'의 단계로 진행됩니다. 연수를 이수하고 나면 액션플랜 즉 사업화 계획을 수립하고 그 해에 선정된 우수한 사업을 별도로 지원할 예정입니다. 이런 과정을 통한 연수 성과 환류를 계획하고 있습니다. 저희가 가장 중요하게 생각하는 부분이 세 번째에 해당하는 사업화 지원 부분인데요. 문화라는 분야가 ODA사업을 했을 때 어떻게 사업화가 되고 성과를 낼 수 있을까에 대한 궁금증과 우려가 많으실 겁니다.

II 발표자료 및 녹취록

기존에는 캄보디아 앙코르와트 유적지를 함께 보존해 준다든지 문화재를 보존하는 박물관 혹은 문화센터를 지어주는 등 큰 규모의 대규모 사업들을 후속으로 지원되었습니다. 그러나 문화동반자 사업의 경우 국가대 국가의 사업이 아닌 현지 문화 사업 종사자, 전문가들을 초청해서 하는 사업이기 때문에 거대한 사업을 후속사업으로 지원하고 중장기 발전 계획을 세운다는 것이 쉽지 않습니다. 그래서 생각하는 부분은 사업화 지원에 있어서 갓 귀국한 연수생들 수준에서 소속된 국립기관이나 문화단체의 커뮤니티 안에서 할 수 있는 사업들, 작은 프로젝트 단위의 사업을 지원하고 있습니다. 궁극적으로 추구하는 것은 사실 큰 규모의 문화 ODA사업으로서 현지 국가를 지원하고 그 매개체 역할을 우리 동반자 연수생들이 현지에서 해주는 것입니다. 그러나 그 과정에서, 문화 분야에서 그 단계까지 가는 것은 사실상 현 상황에서는 힘든 부분이기 때문에 작은 규모의 프로젝트 사업을 진행함으로써 그 기반을 다져나가는 중입니다.

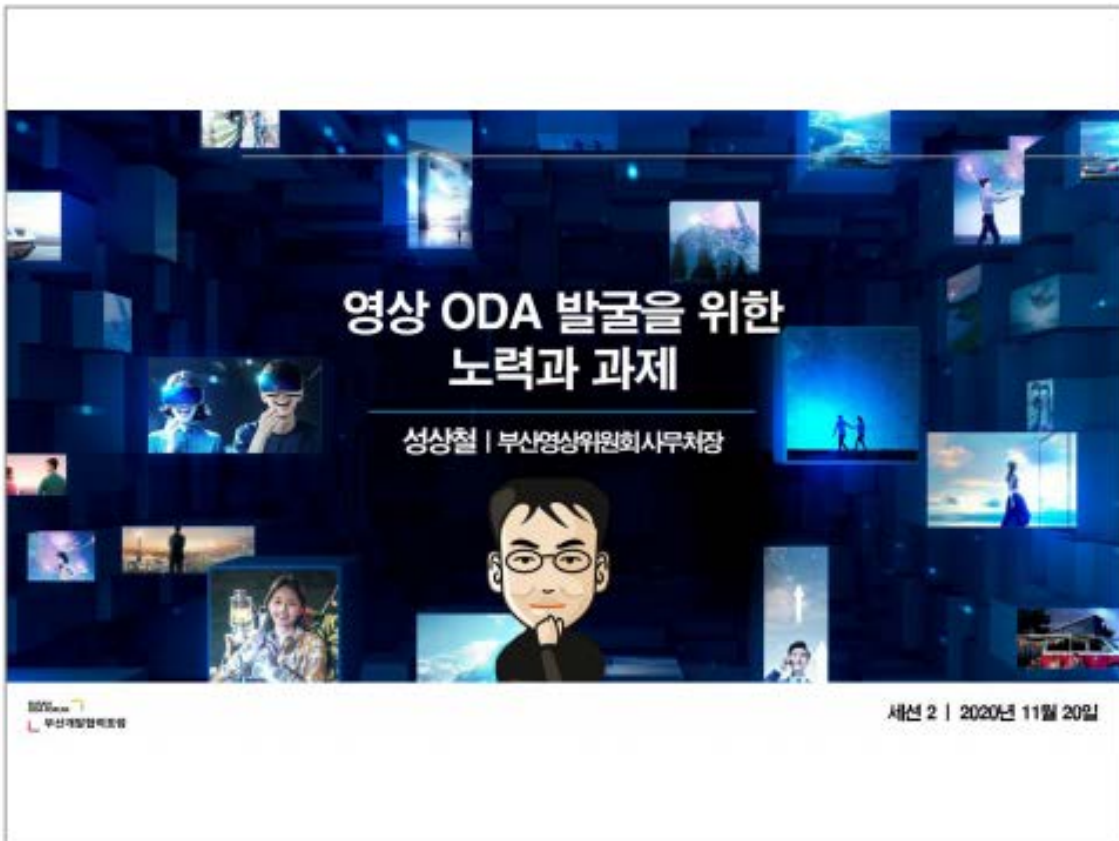
2018년도의 경우 기존에 전문기관으로 참여했던 국내 기관과 CPI 참가 경력이 있는 연수생들을 다시 한국으로 초청해 창작 작업을 하는 프로젝트를 지원했습니다. 2019년에는 연수생이 국립 도서관에 전자 카탈로그 시스템에 관한 워크숍을 자체 계획하여 우즈베키스탄 국립도서관에서 개최했으며 스리랑카에서는 남도 국악원분들을 자국으로 초청하여 현지인들과 간단한 워크숍을 개최하기도 했습니다.

올해의 경우 연수생들의 후속 지원 강화를 목적으로 기연수생 공공문화사업 프로젝트를 하고 있습니다. 다른 해보다 규모를 늘렸고 3개의 사업을 지원하고 있는데요. 3개 사업 모두 코로나와 연관된 사업입니다. 볼리비아의 경우 연수생이 자국에서 굉장히 인정받는 전문 음악인입니다. 현재 코로나로 음악교육을 받지 못하는 아동들을 위해 아동 음악 도서 발간 프로젝트를 진행하고 있습니다. 인도네시아는 몇 년 전에 인도네시아 내 유네스코 문화유산으로 지정된 탄광촌을 관광화하는 프로젝트를 진행하고 있는데요. 이 프로젝트는 규모가 굉장히 크기 때문에 1년간 현장조사 리서치 비용에 대한 돈을 지원하고 있습니다. 마지막 몽골의 경우, 몽골 역시 현재 코로나로 어려운 상황이라 문화예술인들이 굉장히 힘든 상황입니다. 몽골 예술인들의 코로나 극복을 위한 프로젝트 사업으로 협력해 창조적 작품을 만드는 사업을 진행하고 있습니다. 후속사업에 대한 내용은 오늘 이 자리를 통해 가장 중점적으로 말하고 싶었던 부분이기도 합니다.

사실 당해 연도는 어느 부서나 단체나 예산을 확보하고 시작했기 때문에 무난히 사업을 진행할 수 있었습니다. 그러나 우리가 생각하는 ODA사업은 좀 더 연속성이 있어야 하고 중장기적으로 단계적인 접근이 필요하다고 생각합니다. 큰 예산을 가지고 있지 않기 때문에 우리가 할 수 있는 역량 안에서 연수생들의 문화 역량을 강화시키기 위해 최선을 다할 것입니다. 그리고 그 역량이 현지 사회에 선한 영향을 미칠 수 있도록 지원하기 위해 후속 지원 사업을 지속적으로 확대해나갈 계획입니다

[세션1-2] 문화동반자 사업(CPI)을 통해서 본 문화 ODA의 필요성

지금 볼 영상 속 주인공은 마다가스카르에서 오신 현대 무용 전문가인데요. 마다가스카르는 정말 열악한 국가 중 하나죠. 이 분이 추진하고 있는 프로젝트는 현지에 센터를 자체적으로 개설해 댄스 워크숍을 만들었습니다. 교육에서 소외되고 문화 향유권을 누리지 못하는 아이들을 초청해 댄스 워크숍을 하고 그 커뮤니티 자체가 코로나로 인해 소외되지 않고 최소한의 사회적 기반을 계속적으로 유지할 수 있도록 운영하고 있습니다. 커뮤니티를 통해 저소득층 아이들이 교육과 문화 그리고 식량까지 공급받을 수 있도록 하고 있는 아주 좋은 사례입니다. 영상을 마지막으로 마치도록 하겠습니다. 감사합니다.



[세션2-1] 영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제



01 가능성을 묻다

지난 20년간 영화도시 부산은 영화영상분야 산업 육성을 위한 지속적인 하드웨어와 인프라가 확대되어 옴.



부산영상센터



부산영화촬영스튜디오



부산영상후반작업시설



시네마하우스부산









II 발표자료 및 녹취록

01 가능성을 묻다

○ (분야별) **교통(13.9%), 보건(11.1%), 교육(9.8%)** 순이며, **보건 분야가 전년 대비 다소 증가(1.1%p)**

* '20년 비중 : 교통(13.6%), 교육(10.4%), 보건(10.0%), 농림수산(9.9%) 순

구분	구분	교통	보건	교육	농림수산	에너지	공공행정	에너지	수자원	환경	산업	통신	기타
규모 (억원)	유상	4,139	1,700	916	920	-	570	1,694	2,173	546	-	128	501
	무상	502	2,007	2,378	1,928	2,554	1,969	664	172	496	842	44	6,644
	총계	4,641	3,707	3,294	2,848	2,554	2,539	2,358	2,345	1,042	842	172	7,145
비중 (%)	유상	31.1	12.8	6.9	6.9	-	4.3	12.7	16.4	4.1	-	1.0	3.8
	무상	2.5	9.9	11.8	9.5	12.6	9.7	3.3	0.9	2.5	4.2	0.2	32.9
	총계	13.9	11.1	9.8	8.5	7.6	7.6	7	7	3.1	2.5	0.5	21.3

01 가능성을 묻다

2021년 수행사업 현황자료

사업현황 **총 693 개 사업**

사업분야: 기타, 공공행정, 보건, 교육, 농림수산, 기술환경에너지

[세션2-1] 영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제

01 가능성을 묻다

코이카-굿네이버스-SBS, 탄자니아 코로나 교육 공백 지원



코이카와 굿네이버스, SBS가 아프리카 탄자니아 자치 지역인 잔지바르에서 코로나19로 등교를 못 하는 학생들을 위해 현지 TV 채널을 통해 교육방송을 실시하고 있습니다. 잔지바르 자치정부는 코이카와 SBS 등이 국제개발협력사업으로 2017년 현지에 설립한 케라라 미디어교육센터를 교육방송의 전초기지로 활용하겠다는 성명서도 발표했습니다. 탄자니아는 현재 대학생과 초등학교 6학년을 제외하고 모든 학교에 휴교령이 내려진 상태로 낮은 인터넷 보급률로 온라인 교육이 어렵자 TV를 활용해 교육 공백을 메우고 있습니다.
출처 : SBS

[KOICA]부탄 영화산업 역량강화 연수 실시
No. : 2018-09-07 / 조원 411 / KOICA (글로벌부처)

- o 과 장 명 : 부탄 영화산업 역량강화(18-20)
- o 연수기간 : 2018. 9. 6. - 9. 19. (14일간)
- o 연수기관 : (사)코믹스
- o 연수인원 : 1개국 10명

코이카, 네팔 취약계층 CG 전문인력으로 양성

대형 장애인, 고령, 여성 등 취약계층 위한 CG 교육센터 개소



01 가능성을 묻다

세상에서 가장 아름다운 방송국, 네팔 MBC

(Meeting Broadcasting Community)



이 사실을 접한 한국의 MBC(문화방송)와 KOICA(한국국제협력단)가 주관하고 Lafuma(LG패션 아웃도어 브랜드)의 후원으로 좁은 마을 사람들의 꿈을 실현시키기 위해 2011년 12월 '세상에서 가장 높은 방송국'이라는 기치로 사회공헌적인 프로젝트를 시작하였고, 안나푸르나의 길목인 좁은(해발2,800m)에 '세상에서 가장 아름다운 방송국'이라는 '네팔 MBC'가 2013년 7월 설립되었다.

II 발표자료 및 녹취록

01 가능성을 묻다

컬래이 '방송'에 대한 검색 결과입니다. [총6건]

전자주달(6건)

- 메디오피아 오로미아주 라디오 방송을 통한 초등교육 역량강화사업 연구소 기자재 구매 및 설치
 일탈공고문.hwp, 일탈공고문.hwp, ★연주소 방송기자재 일탈 제안요청서_최종.hwp, ★컬래이사무사양서(V19-1... 2020-07-27 / 학
- 메디오피아 오로미아주 라디오 방송을 통한 초등교육역량강화 사업 송신소 기자재 구매 및 설치 용역
 KOICA_기술평가_안내자료(제안서용)_기공문영_광명중리입찰.pdf, 국제통역실합유회사.pdf, 국제로달기준_1... 2017-11-28 / 학
- [극제/간접]메디오피아 오로미아주 라디오방송을 통한 초등교육 역량강화사업 PWC용역
 본마일 건물기타건(방송PO, 방송제작, 교재개발, 스코프타, 음악/음향 등), 라디오방송 프로그램(화학, ... 2014-12-05 / 조
- 카메룬 재향에너지개발 마스터플랜 수립사업 기술자문 용역업체 선정
 기술과안서_메디오피아 오로미아주 라디오방송을 통한 초등교육 역량강화사업 PWC용역.pdf, 대학무상협력... 2014-10-30 / 경
- 월드프렌즈 교육임기제 및 권기살배 분리공사 입찰
 전담비 신원 경매실 P-1군 공할수신반 장비 이전 및 방송 CCTV 이전 공사 e-가게 장비 (상P)난방설비, 배... 2014-10-30 / 투
- 동아프리카 교육분야 3개사업 기본계획수립(BDS) 용역 업체 선정
 카 교육분야 3개 사업(메디오피아 오로미아주 라디오방송을 통한 초등교육역량강화사업, 케냐 초등학교... 2012-09-06 / 필

02 노력과 흔적들

세션 2 | 2020년 11월 20일

부산개발정책포럼

02. 노력과 흔적들

'개도국 공무원 초청연수- 아세안 영상·영화산업 역량강화' (2019)
: 라오스 청년동맹 대외협력부에서 라오스 영상위원회 설립 협조 요청



부산국제교류재단, 영화영상부문 온라인 첫 연수-'2020 문화동반자 사업' 운영



02. 노력과 흔적들

부산아시아영화학교(AFIS)

▣ 설립목적

: "영화도시 부산과 영상 문화,산업, 교육 중심국의 완성,

아시아최초로 유네스코 영화 창의도시 에 지정된 부산이 아시아 영화 산업의

대표도시로서 영화를 매개로 교육 및 문화 교류 확대와 공적개발원조(ODA)의 첨병

역할 수행"(2017년 개교, 영화프로듀싱 과정)



연도	졸업생 수	국적 수	국가별 졸업생 수
			합계

II 발표자료 및 녹취록

02. 노력과 흔적들

한-ASEAN 차세대영화 인재육성사업(FLY): 한아세안협력기금

▷ 내용

: 단편영화 제작 워크숍 및 멘토링

- 대상: 16-25세 한국과 아세안 지역 영화인 22명

- 졸업생 수: 총 178명

- 국제 공동제작 단편영화 제작편 수: 16편(매해 2편 제작)

- 2012년 필리핀을 시작으로 아시아 10개국 순회 개최.(2019년 브루나이 개최)



“ 그동안 부산은 부산영상위를 통해 지속적인 한·아세안 문화교류 증진을 실천하고 있으며, 영화라는 대중적인 매체를 빌려 아세안 각국의 문화, 사회, 정치를 이해하는 장을 마련해 왔다.” -국제신문



02. 노력과 흔적들

○ 한-아세안협력기금 사업인 한-ASEAN 차세대영화인재육성사업(FLY) 추진

: 아세안 젊은 영화인재 발굴 및 영화산업 육성프로그램 운영

○ '20. 02 우즈베키스탄 국립영상위원회 아시아영화학교 커리큘럼 및 영화·영상 정책 관련 컨설팅 및 자문 요청

○ 정부부처 제안사업 응모 : 라오스 영상산업 전문인력 양성 및 생태계 조성 구축 사업 제안(2020)

○ 신남방 국가대상 융합 ODA 사업발굴 응모: 캄보디아 영상산업 양성 플랫폼 개발(2019)



2020 부산개발협력포럼

세션 2 | 2020년 11월 20일

03 새로운 기회, 과제

☞ 환경분석

- 신남방정책에 기반한 한국형 공적개발원조(ODA)사업 발굴이 지속적으로 요구되고 있음.
- '2019 한·아세안 특별정상회의 공동의장 성명'을 채택을 통해 우리 정부는 2022년까지 아세안 국가들에 대한 무상 원조를 2배 이상 증액 약속
- 2022년까지 신남방지역에 우리나라의 우수한 디지털 기술을 활용한 고등교육, 농촌개발, 공공행정등 다양한 분야에서의 개발 협력을 강화 목표
- KOICA의 신남방정책의 핵심인 3P(사람·평화·번영)의 실행 가능한 후속사업을 문화로 중심으로 영상·콘텐츠 산업에 기반한 수원국의 경제 발전을 목표로 사업 아이디어 발굴 필요
- 부산시가 가진 영상산업의 강점을 중심으로 영상·영화 분야에서의 부산 ODA 발굴이 요청되고 있음.



04 제언

- 부산광역시의 도시 특징과 강점을 중심으로 부산 ODA를 발굴에 집중할 때.
- <부산아시아영화학교>의 설립 취지에 맞게 ODA 역할 강화와 영화, 영상 교육 거점 기관으로 확대 필요성.
- 민관산학이 함께하는 부산 ODA 사업 참여 확대와 기능 강화를 위한 부산국제교류재단 기능과 역할 강화.
- 청년+4050세대의 ODA전문가 육성을 위한 교육이 절실(KOICA 부산사무소의 역할, 또는 지역대학 연계)
- 별도의 예산 집행을 통해 부산ODA라운드 사업(가칭)을 통해 민간참여의 확대와 포트폴리오 형성
- 영상분야는 독립적 사업 추진보다 교육방송, 영화리터러시(영화를 이용한 인권, 젠더, 인식제고), 미디어(TV, 라디오)등을 이용한 캠페인 사업등 아이디어 결합
예) 인권영화 상영을 통한 캄보디아 여성, 청소년에 대한 젠더 인식 개선 사업

[세션2-1] 영상영화 ODA 발굴을 위한 노력과 과제

04 제언

“중점 협력 분야에 맞는 부산시 산하 출자 출연기관과 매핑한 사업 기획”



04 제언

부산시 산하기관 ↔ 전문가 프로젝트 매핑 예시



세션2-1

영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제

성 상 철 | 부산영상위원회 사무처장

오늘 영상영화를 통해 개발협력사업을 이야기할 수 있는 큰 자리에 함께 하게 되어 대단히 영광입니다. 개인적으로는 2014년 ODA라는 분야에 처음으로 참여했는데요. ODA라는 넓은 무대에 부산이 가지고 있는 도시의 강점과 도시 이미지. 그리고 영상영화를 연결 지어 봤을 때 뭔가 가능할 거라는 생각을 항상 가지고 있었습니다. 오늘 이 자리가 그 기간 동안 느꼈던 부분을 함께 공유하는 자리라고 생각하고 발표 시작하겠습니다.

발표 목적은 먼저, 영상영화 ODA의 가능성에 대한 이야기. 그동안 어떤 유사한 사업들을 해왔는지 조사했고 그에 따른 과제는 무엇인가에 대한 개인적인 생각을 정리해보았습니다. 앞서 말씀하셨던 Culture for Development 라는 부분이 국제개발협력에서는 C4D라고 하는 'Communication for Development' 라고 하는 부분으로도 많이 쓰이고 있는데요. 영상영화라는 것이 기본적으로 커뮤니케이션을 위한 하나의 도구이기 때문에 오늘 이 자리를 통해 여러 가지 의미를 나눌 수 있을 것이라 생각합니다.

가능성에 대한 이야기를 하기 전에 부산이 가진 영상영화의 다양한 성과, 하드웨어와 소프트웨어 그리고 인프라를 짚어보겠습니다. 부산국제영화제는 세계적인 영화제로 이미 자리를 잡았습니다. 지난 20년간 부산시는 영화영상 분야 산업 육성을 위해 영화의 전당, 어린이 청소년 영화 등 다양한 인적 물적 사업 인프라를 확대해왔습니다. 보시는 바와 같이 부산 영상벤처센터가 있고요. 지금은 조금 어려운 상황이지만 한국 영화의 약 1,300편이 부산에서 촬영되고 있습니다. 그중 천만영화라고 하는 영화 10여 편이 부산에서 촬영되거나 부산영화촬영스튜디오에서 촬영되고 있습니다. 그리고 부산영상후반작업시설도 짓는 등 차근차근 인프라를 구축해오고 있는데요. 부산영상위원회가 그 중심 역할을 해오고 있습니다. 부산영상위원회에 대해 간략히 설명을 드리자면 1999년에 설립되었고 기본적으로 한국 영화 대부분의 로케이션 지원을 도맡아왔습니다. 현재 ODA에서 보는 영화 인프라 영상제작 영화인력 등을 실제로 진행해왔는데요. 보통 우리가 이야기하는 코이카의 하드웨어, 인프라, 프로그램으로 구성된 프로젝트 사업과 같은 성격의 사업들을 영상영화 분야에서 오랫동안 진행한 경험을 가지고 있습니다.

그러나 안타깝게도 영상영화 분야는 우리 정부가 매년 발표하는 국제개발협력종합시행계획이나 코이카 중장기 경영목표 계획에 따로 언급이 없죠. 아까 발표해 주신 내용처럼 영상영화는 하나의 수단으로, 커뮤니케이션 수단으로 본다면 환경과 젠더 등 범분야에 문화와 영상영화 이런 부분이 들어가는 게 맞다고 생각합니다.

[세션2-1] 영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제

실제 ODA통계를 찾아봐도 공공행정, 보건, 농림수산 등의 영역에서는 활발히 사업이 진행되고 있는데요. 영화영상이라는 특별한 분야는 찾기 어렵습니다.

그러나 그 가운데에서도 진행된 의미 있는 관련 사업을 소개 드리겠습니다. 코이카-SBS-굿네이버스가 민관협력사업(IFS) 사업으로 진행한 ‘탄자니아 잔지바르 에듀테인먼트 비즈니스 구축사업’은 이미 2018년도에 진행이 된 사업이지만 가장 최근 기사를 보면 사업을 통해 구축된 시설과 시스템을 통해 코로나19로 등교를 하지 못하는 학생들 대상으로 현지 TV 채널을 통해 교육방송을 실시하고 있다고 합니다. 또한 영화산업의 하나의 분야인 CG를 이용해 네팔 취약 계층 CG 전문인력 양성과정을 추진한 사례도 있습니다. 이 사업은 네팔 여성들의 일자리를 창출에도 기여했는데요. 2018년부터 실시된 부탄 영화산업역량강화 연수사업 역시 코이카 사업 중에서도 유사한 사업이라고 할 수 있습니다. 또 다른 예시로 MBC와 코이카 주최 라푸마라는 기업의 후원으로 진행된 ‘세상에서 가장 아름다운 방송국’ 프로젝트가 있습니다. 네팔 안나푸르나 길목인 줌숨이라는 지역에 네팔MBC를 지어준 사업입니다. 코이카의 ‘프로젝트’ 사업으로 본다면 실제 ‘방송’을 사업 키워드로 한 별도 사업이 존재하지 않는다는 것을 알 수 있습니다. 그중에서도 가장 최근의 사업. 현재도 지금 진행을 하고 있는 것으로 알고 있는데 에티오피아 오로미아주 라디오 방송 사업이 코이카에서 ‘라디오 방송’ 혹은 ‘방송’이라는 키워드를 가지고 한 유일한 사업입니다.

부산 자체적인 사업을 살펴보면, 2019년에는 부산국제교류재단이 개도국 공무원 초청연수라는 사업 이름으로 ‘아세안 영상영화 산업 역량강화’ 사업을 했습니다. 그때 부산영상위원회에서도 조력을 했는데요. 특히 라오스 청년동맹 대외협력부에서 부산영상위원회와 같이 라오스 영상산업을 육성하는 라오스 영상위원회 설립하고 싶다는 요청을 받기도 했죠. 이러한 경험을 통해 부산영상위원회의 자산들, 즉 부산의 자산이 부산뿐만 아니라 아시아 각국 그리고 개발도상국에 전수될 수 있는 가치로운 노하우이며 파급력이 있을 것이라는 가능성을 볼 수 있었습니다. 부산국제교류재단에서 현재 문화동반자 사업을 영화분야에서 운영 중이죠. 연수는 영상영화를 주제로 인도네시아 정부 유관기관 소속 전문가들을 대상으로 온라인으로 진행되고 있습니다. 그 사업으로 인해 부산국제교류재단과 부산영상위원회 그리고 부산국제영화제, 영화의 전당 등 부산의 영상영화 유관기관의 노하우들을 한 플랫폼으로 모이게 되었습니다. 이처럼 향후 영상영화 분야에서 보다 다양한 개발협력사업을 개발하기 위해 노력하고 있다는 것을 알 수 있습니다.

조금 더 구체적인 이야기를 하자면, 부산에는 부산아시아영화학교가 있습니다. 실제 부산아시아영화학교는 영화도시 부산과 영상 문화산업 교육 중심국 완성이라는 큰 틀 속에서 아시아 최초 유네스코 영화창의도시에 지정된 부산이 아시아 영화산업의 대표 도시로서 영화를 매개로 교육, 문화 교류 확대와 공적개발원조의 첨병 역할을 수행하기 위해 2017년 개교했는데요.

II 발표자료 및 녹취록

매년 20여 명의 개도국을 포함한 아시아 각국의 미래 영화인력들이 영화와 프로듀싱 교육을 받고 있습니다. 졸업한 친구들은 자국으로 돌아가 자국의 영화 산업을 육성하고 하나의 촉매제가 될 것이라 기대하고 있고요. 부산아시아영화학교가 사실 어떻게 보면 영화의 도시에서 추진하는 대표적인 영상영화 ODA사업이 아닐까 생각합니다. ‘한-아세안 차세대 영화 인재 육성사업 (FLY)’도 개발협력사업의 범주에 들어간다고 생각되는데요. 이 사업은 2012년부터 필리핀을 시작으로 아시아 10개국 순회로 개최되며 단편영화 제작 워크숍 및 멘토링을 진행하고 있습니다. 작년에는 브루나이에서 개최했습니다. 이 사업은 공적 자금인 한아세안협력기금으로 운영되고 있습니다. 현재까지 178명이 졸업했고 총 16편의 단편영화들이 제작된 아세안 젊은 영화 인재 발굴 및 영화산업 육성 프로그램입니다. 올해 초에는 우즈베키스탄 국립 영상위원회에서 부산 아시아영화학교의 커리큘럼과 정책 컨설팅에 대한 자문 요청을 받기도 했습니다.

또한 부산영상위원회는 작년과 올해 정부부처 제안사업에 응모하며 콘텐츠 발굴을 위해 꾸준히 노력하고 있습니다. 올해는 라오스 영상산업 전문인력 양성 생태계 구축 사업이라는 아이템을 제안했고 작년에는 캄보디아 영상산업 양성 플랫폼 개발사업을 제안했으나 아쉽게도 성과를 보지는 못했습니다. 개인적인 생각으로 다양한 개발협력사업의 우선순위에서 영상영화는 아직까지는 후 순위이기 때문에 채택이 선부르다고 판단하지 않았을까 생각합니다. 하지만 이러한 노력들은 지속적으로 필요하고 의미 있는 사업으로 발전할 것이라고 확신합니다.

새로운 기회와 과제에 대해 이야기하고자 합니다. 실제로 앞서 말씀드린 아직까지 풀지 못한 숙제들이 많습니만 신남방 정책 기반 한국형 공적개발원조 사업이 지속적으로 여러 정책을 통해 공표된 바 있습니다. 특히 2019년에는 한아세안 특별정상회의 공동성명을 통해 우리 정부는 2022년까지 아세안 국가들에 대한 원조 예산을 이미 두 배 이상 증액하겠다고 약속했는데요. 특히 우리가 가지고 있는 여러 디지털 기술을 활용한 고등 기술과 공공행정을 중심으로 특히 문화 분야에서 개발협력을 강화할 것을 이미 천명했습니다. 결국 그 가운데 개발협력에서 보면 문화라는 부분이 특히 중요할 것이라 생각합니다. 코이카의 신남방 정책의 핵심인 3P(사람 평화 번영)의 실행 가능한 후속사업으로 수원국 경제발전을 목표로 하는 콘텐츠 산업 육성 등의 사업 아이디어를 보다 적극적으로 사업 아이디어 발굴해야 할 때라고 생각하고요. 이 분야는 과거의 흔적보다 앞으로의 미래로 열려있는 가능성이 더 많은 분야이기 때문에 부산 역시 부산의 도시 특징과 강점을 중심으로 부산의 ODA에 대해 더 많은 아이디어를 모을 때라는 생각이 듭니다.

특히 부산아시아영화학교의 경우 학교 원래의 목적 자체가 개발협력에 있지만 안타깝게도 부산아시아영화학교가 개발협력의 역할보다는 실제 산업적인 성과, 즉 졸업생들이 부산에 무슨 도움이 되느냐 하는 인식이 아직까지는 많은 것이 사실입니다.

[세션2-1] 영상영화 ODA발굴을 위한 노력과 과제

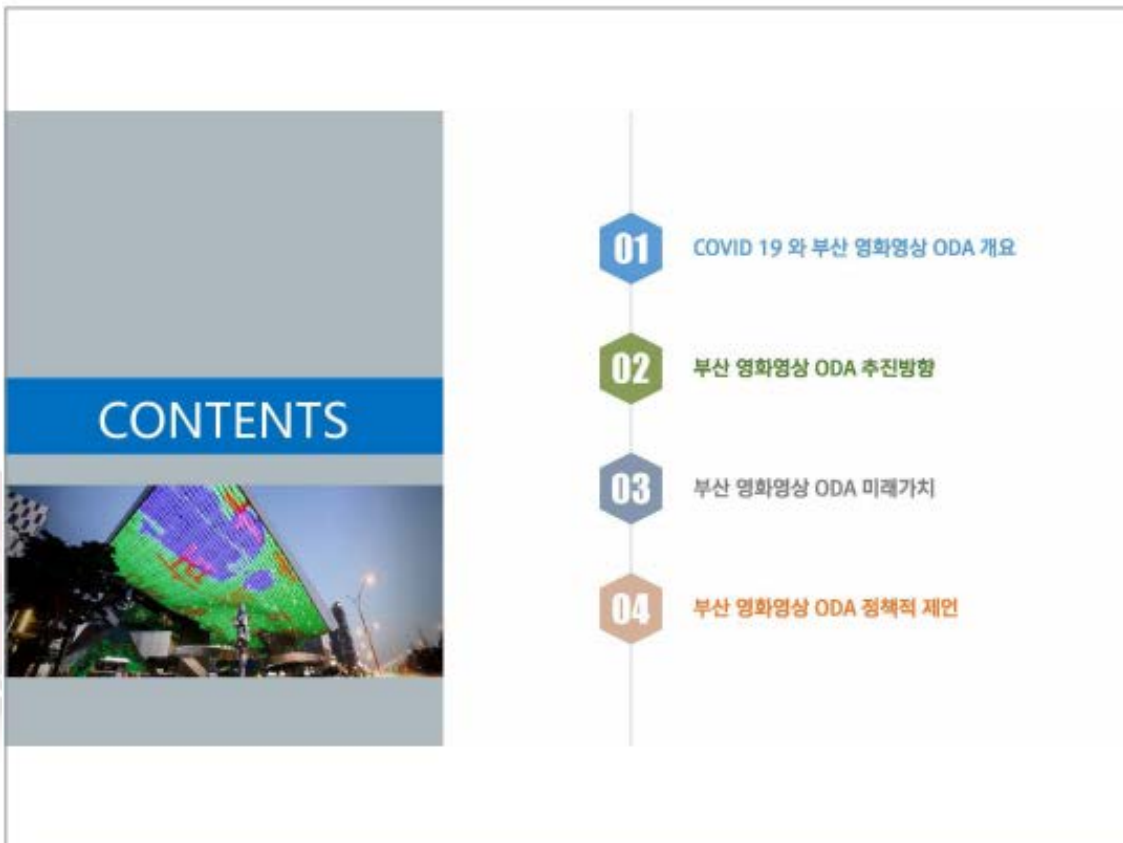
따라서 부산아시아영화학교의 설립 취지에 맞게 ODA 역할 강화와 영화 영상 교육 거점 기관으로 확대할 필요가 있다고 생각합니다. 또한 부산에서 지금 가장 큰 ODA 플랫폼의 역할을 하게 될 부산국제교류재단의 기능 강화 또한 중요할 것입니다.

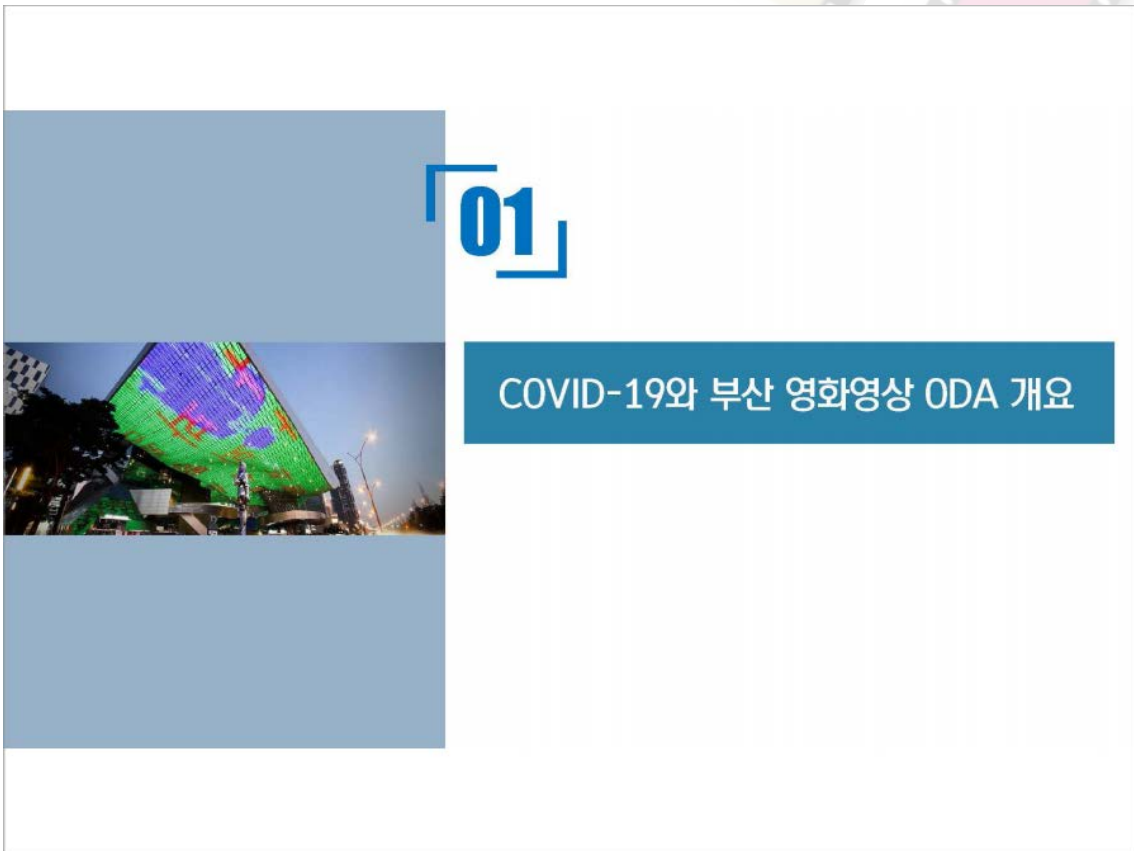
특히 ODA분야는 전문가육성이 그 무엇보다 필요한 분야입니다. 아시다시피 ODA분야에서 쓰는 여러 가지 난해하고 어려운 단어들도 있지요. 실제로 2010년에 유네스코한국위원회에서 조사한 바에 의하면 ODA 전문가 중 70%가 학교와 연구자라고 합니다. 아직 실제 현장에 있는 민간에서의 참여도가 낮다는 의미인데요. 결국은 ODA 전문가 육성을 위해 민간 영역의 다양한 섹터에 있는 사람들을 어떻게 끌어모을 것인가를 본격적으로 고민해야 합니다.

또한 영상영화 분야는 독립적인 사업의 분야로 구분된다기보다는 교육방송 영화 문학 등에 폭넓게 엮일 수 있습니다. 예를 들면 영화를 인권 젠더 인식제고의 수단으로 쓰든지 미디어를 이용한 캠페인 형태로 구상이 된다면 실제로 범분야에 해당되므로 보다 구체적인 사업 발굴이 가능하지 않을까 생각합니다. 예전에 제가 제안한 아이템 '인권 영화 상영을 통한 캠페인 보디아 여성 및 청소년에 대한 젠더 인식 개선 사업'을 예시로 든다면, 영상 영역뿐만 아니라 교육 방송, 영화 리터러시(영화를 통한 인권, 젠더 인식제고), 미디어 등 다양한 영역이 결합되어 있습니다.

또한 부산에는 20여 개가 넘는 출자출연기관이 있습니다. 기관의 성격 자체가 부산환경공단, 문화회관, 디자인 진흥원 등 ODA 사업 분야와 연결됩니다. 여기서 중간 촉매제 역할을 할 수 있는 기관이 결국은 부산국제교류재단일 것이고 사업의 단위에 따라 크로스 연결을 해주는 역할을 해준다면 좀 더 다양하고 풍부한 사업이 만들어질 것이라 생각합니다. 꼭 지금 논하고 있는 영상영화 분야뿐만 아니라 각 분야에 맞게 팀 빌딩이 될 수 있을 것이라 생각하며 부산이 추진하는 ODA라는 큰 틀에서 다양한 경험과 내용을 공유하는 장이 될 수 있을 거라 생각합니다.

거듭 이야기하는 것처럼 영상영화 분야는 온전히 따로 존재한다기 보다 다양한 사업의 범분야 요소로 분명히 적용될 수 있다고 생각합니다. 결국 영상영화를 본다는 것은 어떤 것을 보고 교육적인 효과를 느끼고 감동을 받고 행동으로 이어집니다. 특히 우리가 개발협력분야에서 BCC라고 하는 행동 변화를 이끌어 낼 수 있는 수단으로 쓸 수 있으므로 우리가 잘 가꾸게 된다면 부산 도시 이미지와 함께 앞으로 열려있는 하나의 좋은 분야가 아닐까 생각합니다. 이상 발표 마치겠습니다. 감사합니다.





COVID 19와 영화영상



Before COVID 19 시대

- COVID-19 팬데믹 이전에도 영화영상 분야는 디지털화, 스트리밍 송출 등이 빠르게 진행 중
- 실내 공연, 실내 상영 등이 성행
- 다양한 플랫폼을 통한 영상 송출(Netflix, YouTube 등)



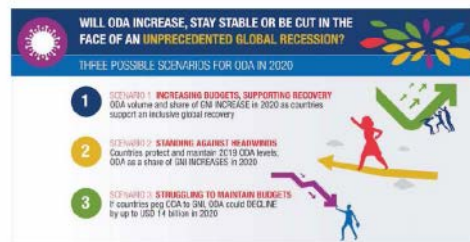
Post COVID 19 시대

- 모든 분야 재부팅, 원격 체제가 일상화
- 모바일을 통한 문화활동 및 사교활동
- 디지털 미디어 이용으로 개인정보 보호와 노출 문제
- 물리적 제약없이 영상콘텐츠를 경험
- O2O track 병행 체제 가동



With CORONA VIRUS

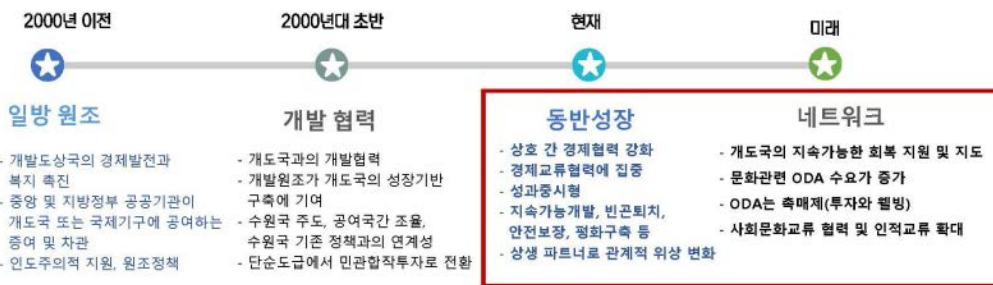
- 영화제, 영화관 등 오프라인 영화영상 시장은 하락
- 팬데믹으로 공연, 영화제작, 배급 및 소비 형태에 지속적인 변화 : 역사적으로 콘텐츠 소비는 증가
- 불확실성 시대 도래로 영화영상산업의 변혁이 가속화 : 기술 촉진
- 스트리밍을 선호하는 콘텐츠 소비 급증



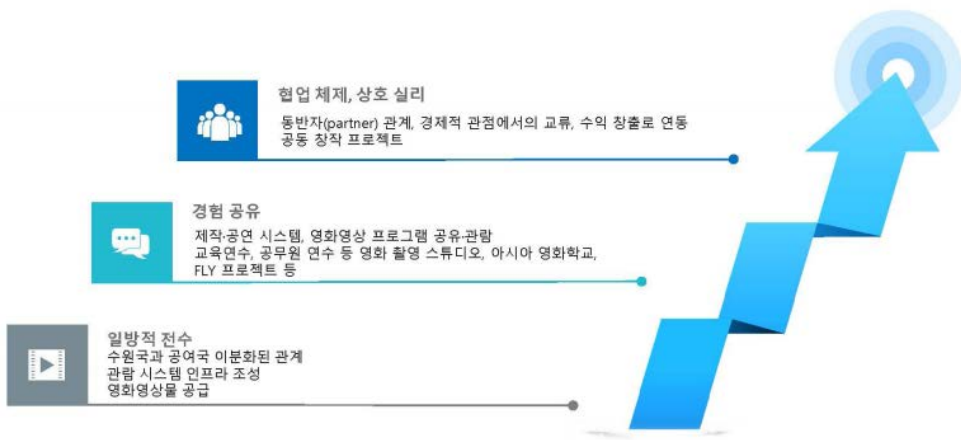
Source : <https://www.oecd-ilibrary.org>

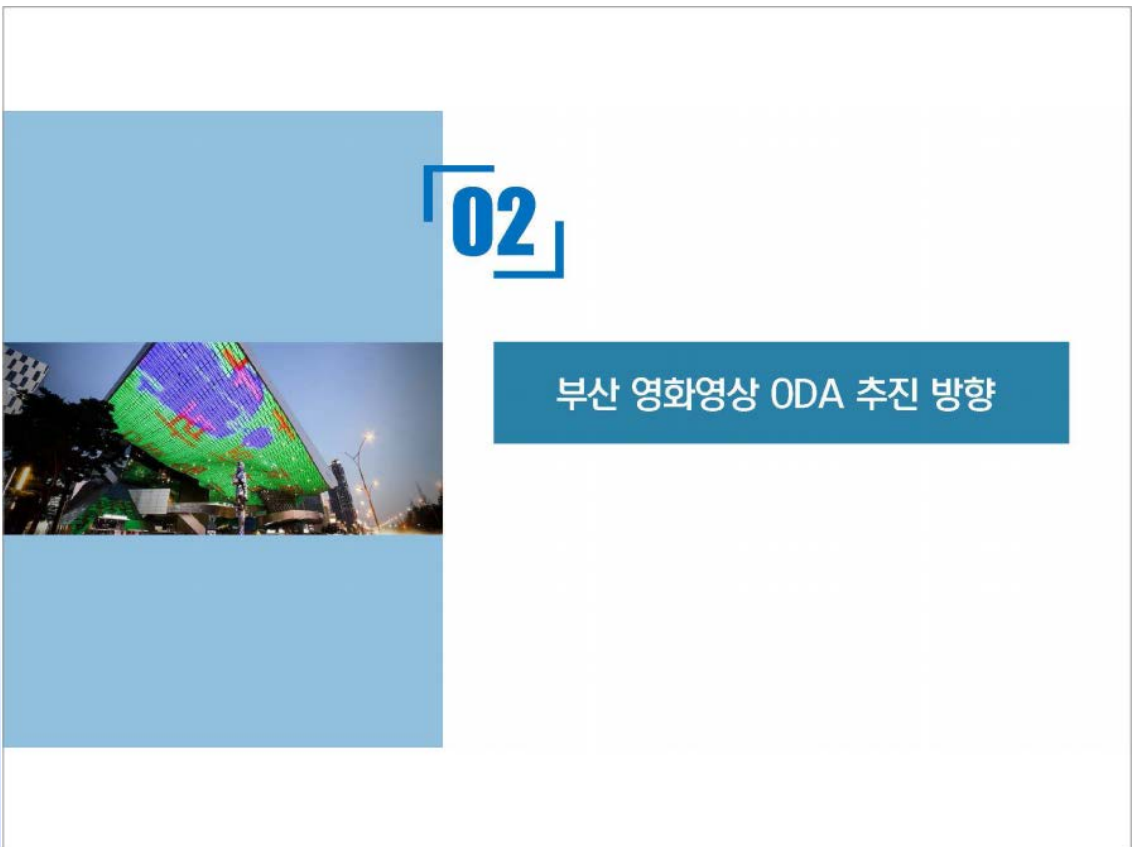
ODA 패러다임의 변화

공적개발원조(ODA)의 변화

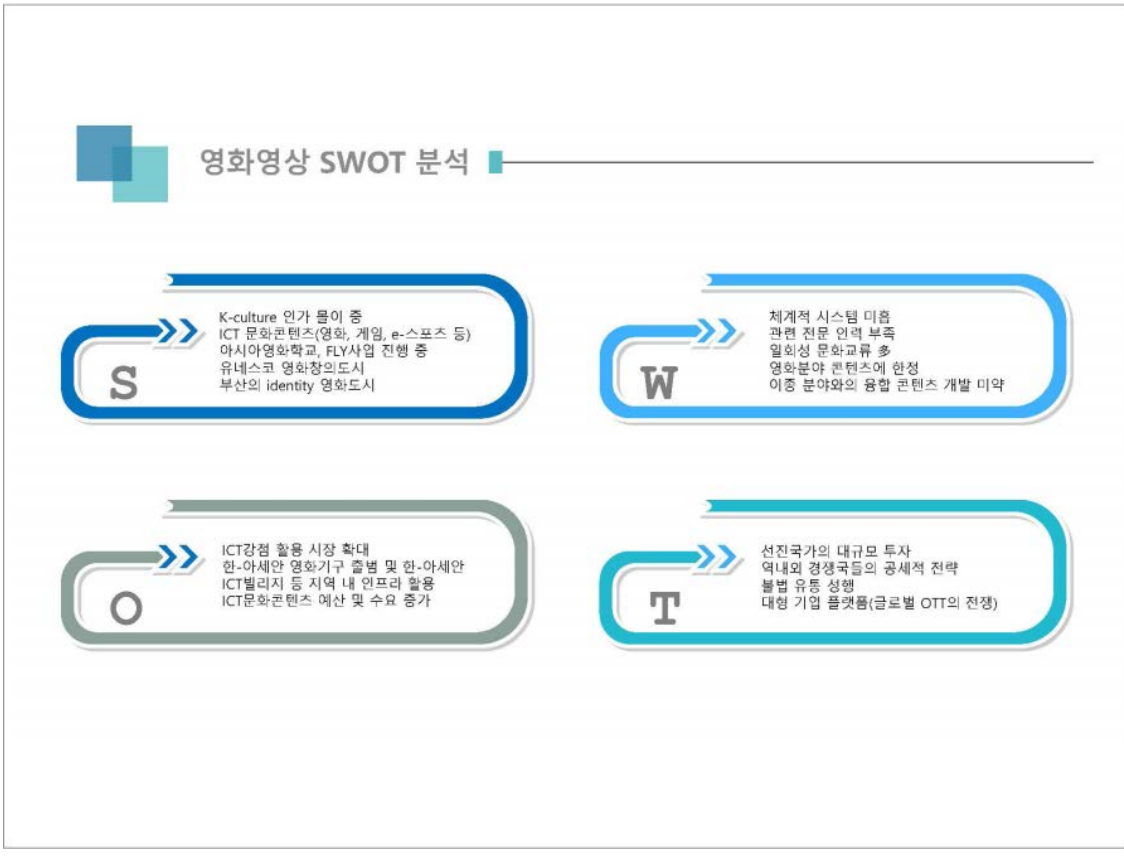


영화영상 ODA의 흐름





II 발표자료 및 녹취록

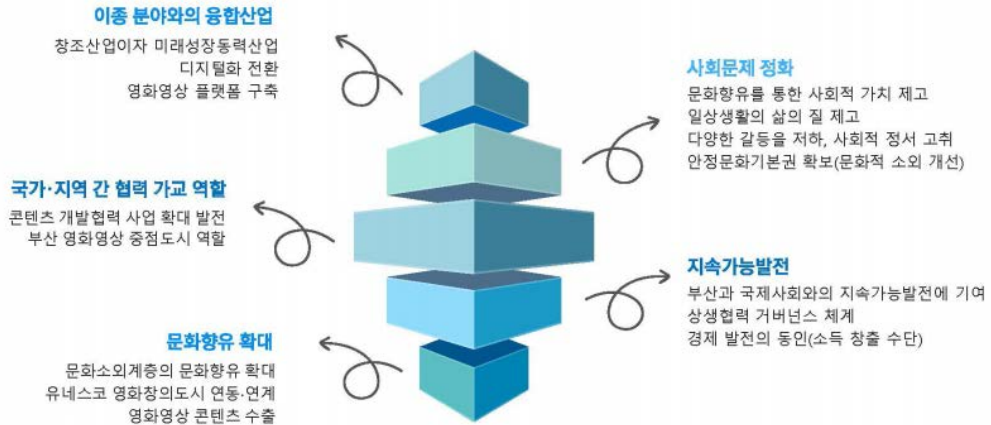


부산 영화영상 ODA가 나아가야 할 방향



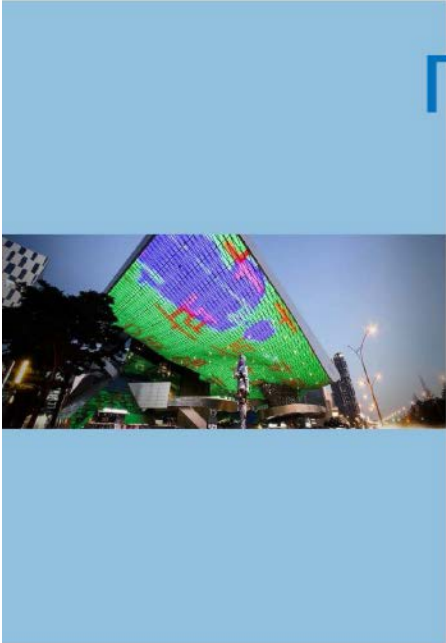
[세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치

부산 영화영상 ODA가 나아가야 할 방향



부산 영화영상 ODA가 나아가야 할 방향





03

부산 영화영상 ODA 미래가치

부산 영화영상 ODA 가치



이종 분야와의 융합

- 5G 실감콘텐츠
- 교육과 교류
- 경계없는 초분야적 문화 (과학과 문화예술의 상호 영역)



공유경제 플랫폼

- 콘텐츠를 공유하며 협업 소비
- 디지털화 DB구축
- 공유경제 온라인 기반
- 교환, 공유



문화향유권

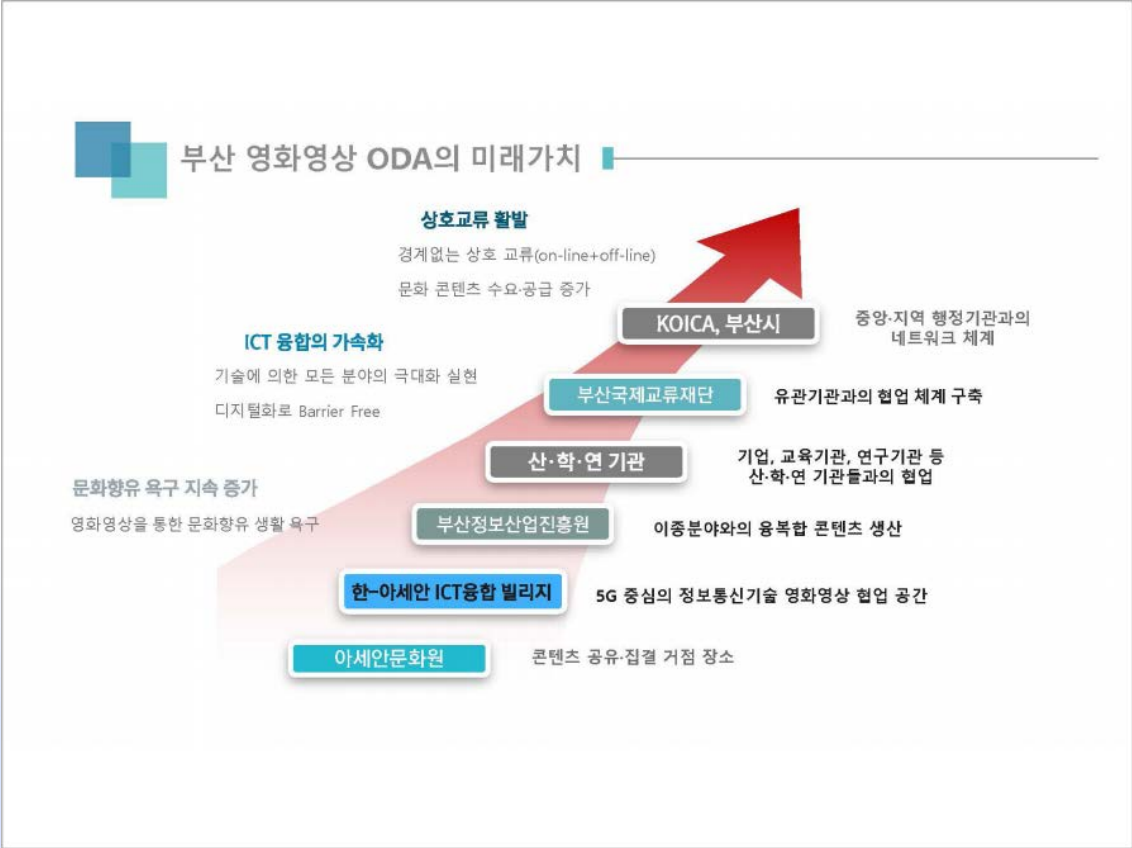
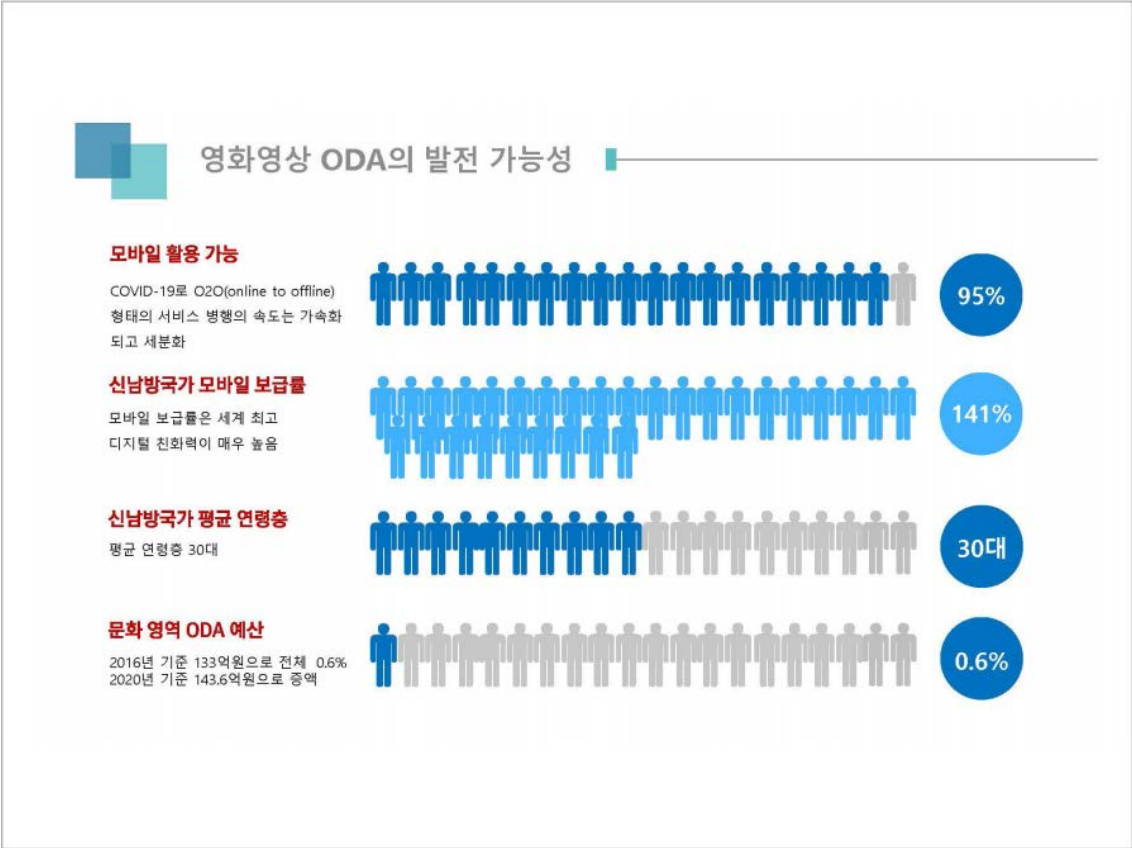
- 누구나, 어디에서나 향유 가능
- 스트리밍에 필요한 기술 보유 강국
- 감성적 문화 소통 용이
- 문화향유 욕구 증가



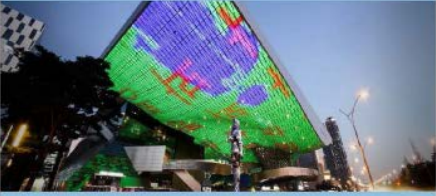
초국경 문화 콘텐츠

- 경계없는 초분야
- 문화다양성이 집약된 분야
- 컨버전스, 거버넌스

[세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치







04

부산 영화영상 ODA 정책적 제언

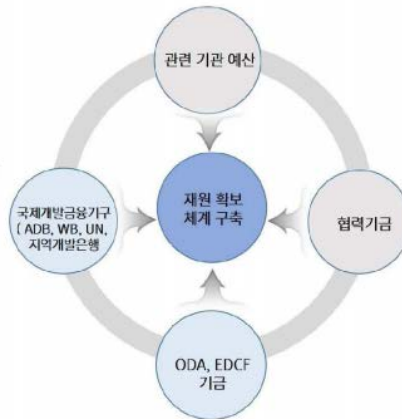
영화영상 ODA의 정책 방향

<div style="margin-bottom: 20px;">  <p>디지털화 전환 체제 병행</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영화영상물 디지털 DB 구축과 활용 • 스트리밍 플랫폼 구축 • 디지털 컨버전스 </div> <div style="margin-bottom: 20px;">  <p>영화영상 콘텐츠 시장 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> • 지역 진출 영역 확장 • 콘텐츠 확대 • 기술력 등 역량 강화 </div> <div>  <p>한국문화 우수성 홍보</p> <ul style="list-style-type: none"> • 영화영상물 통한 한국문화 홍보 및 한국어 전파 • 글로벌 시장 진출 • 상호 간 이해 증진 및 우호관계 마련 </div>	<div style="margin-bottom: 20px;">  <p>문화향유 기회 증진으로 접근</p> <ul style="list-style-type: none"> • 주민의 문화와 정서를 존중 • 문화기본권을 향유하도록 지원 • 정신·정서 복지 확보 </div> <div style="margin-bottom: 20px;">  <p>연구개발 R&D 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 자생력 제고 • 성장 인프라 구축 • 중장기 계획과 기술 로드맵 수립 </div> <div>  <p>문화 ODA 일환으로 추진</p> <ul style="list-style-type: none"> • 문화적 자유와 문화 다양성 • 지속가능한 도시발전 자원으로 접근 • 문화교류협력사업 </div>
--	--

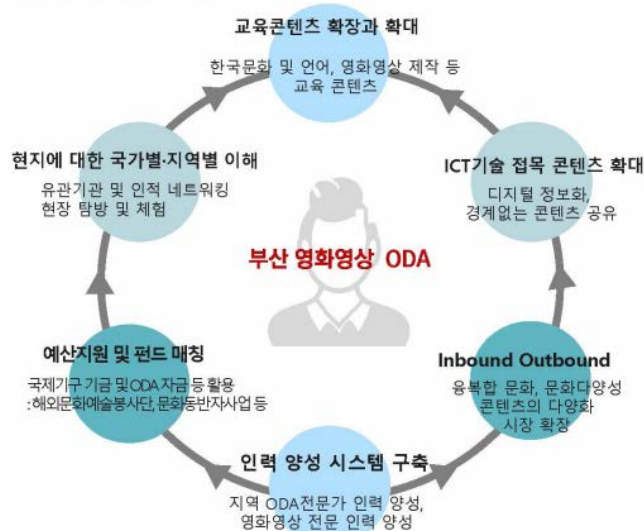
[세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치

영화영상 ODA의 정책 방향

- 국내외 기구 자원 활용
- 협력기금 활용
- 부산의 시 산하기관 예산 및 대학 학술활동 지원금



정책적 제언



세션2-1

포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치

윤 지 영 | 부산연구원 연구위원

반갑습니다. 오늘 '포스트 COVID-19 시대 영화영상 ODA의 미래가치'라는 주제를 준비했는데요. 오늘 포럼의 스토리라인이 굉장히 잘 짜여졌다고 생각합니다. 발표 순서가 마지막이라 걱정이 많았는데요. 앞서 발표해 주신 내용들의 시사점과 재원의 관점에서 마무리가 되는 내용으로 구성이 되어 다행스럽게 생각합니다.

발표 제목처럼 COVID-19시대가 오면서 영상영화에 대한 부분을 어떻게 준비해야 되는지 고민을 해보았습니다. 사실 COVID-19시대 이전부터 영화영상의 패러다임의 흐름을 보면 이미 디지털화, 다양한 플랫폼을 통한 스트리밍 송출이 진행되고 있었고 콘텐츠도 굉장히 발전하고 있었습니다. 그런 시점에서 오늘의 팬데믹 현상을 겪게 된 거죠. 역설적으로 영상영화의 OTT 서비스 수요의 더욱 증가하고 그에 맞는 발전을 거듭하고 있습니다. 이렇듯 Before COVID-19시대와 코로나 바이러스와 함께 하고 있는 지금 현재(With CORONA VIRUS), 그리고 백신이 나온 후 'Post COVID 19' 시대는 어떻게 변화할 것인지. 그렇다면 우리는 어떻게 준비를 해나갈 것인지에 대해 이야기하고자 합니다.

사실 영상영화 서비스 플랫폼의 활성화는 이미 예상이 되는 부분이었죠. 단지 코로나 바이러스로 인해 시기가 당겨졌다고 이해하면 될 것 같습니다. COVID-19시대, 현재 닥친 현상 때문에 모든 분야가 온라인으로, 비대면으로 전환되는 현상을 급하게 겪고 있지만 영화영상 부분에서만 봤을 때는 그렇게 당혹스럽지만은 않은 현상이라고 이해됩니다. 이 코로나 바이러스가 잠식된 이후에는 온라인만을 중점으로 발전시키는 것이 아니라 이 전에 오프라인에서 했던 부분, 온라인에서 할 수 있는 부분에 대한 트랙을 두 개로 나누어 두 트랙으로 POST COVID-19시대를 슬기롭게 맞이해야 한다고 생각합니다.

ODA의 패러다임은 변화를 거듭하고 있습니다. 기초강연에서 살펴본 바와 같이 2000년대 이전에는 일반적인 원조 또 한편으로는 일방적인 원조에서 시작이 되었다면 2000년대 초반부터는 함께하는 개발협력의 기조로 접근을 하는 모습으로 변화하면서 지금은 동반성장이라는 파트너십 개념 즉 수원국과 공여국이라는 이분화보다는 파트너의 관점으로 접근을 하는 것이 세계적인 추세죠. 앞으로는 네트워크 교류라는 관점에서 그 대상을 대하는 기조로 점차 변화 변해갈 것이라 예상됩니다.

영화영상 ODA 흐름에서 살펴보면, 일방적인 전수 즉 우리가 가지고 있는 영화영상물을 공급하고 향유하는 인프라 시설을 조성하는 등의 방식으로 시작이 되었다면 다음 단계는 경험을 공유하는 파트너십의 관계로 시스템이 구성되어 있습니다.

[세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치

현재는 경험 공유와 협업 체제 그리고 상호 실리라는 즉, 너와내가 모두 이득이 있어야 한다는 협업체제로 영상영화 ODA도 흘러가고 있습니다. 비단 영화영상뿐만 아니라 연구자로서 전반적인 ODA 흐름이 그렇다는 것을 말씀드립니다.

사실 부산은 앞서 성상철 사무처장님께서 말씀하신 것처럼 이미 영화영상 ODA를 시작하고 있었습니다. 그러나 우리가 그것이 ODA 사업인지 다른 형태의 사업인지 명확한 구분을 못한 채로 추진을 하고 있었던 것이 사실입니다. 부산아시아영화학교, FLY 프로젝트는 굉장히 성공적으로 진행되고 있습니다. 해외에서 반응도 좋고 성과도 좋은 것으로 알고 있어요. 더불어 온라인 ODA 사업이 확대되고 COVID와 맞물리면서 본격화가 되고 있는 추세입니다. 그외 다른 유사 분야에서도 온라인 오프라인을 동시다발적으로 연수사업을 같이 병행하면서 하고 있다는 것이 또 하나의 예시가 될 수 있습니다

부산은 유네스코 영화창의도시로 2014년 12월에 선정이 되었는데요. 그 개념과 내용이 현재 흘러가고 있는 ODA와 유사한 부분들이 상당히 많습니다. 그래서 유네스코 영화 창의도시 활동들도 우리가 주장하는 부산 영화영상 ODA의 한 부분으로 포함될 수 있다고 생각합니다. 한-아세안 영화기구 '아르폰'의 경우 작년 연말 개최한 한-아세안특별정상회담에서 꼭지로 발탁된 주제 중에 하나입니다. COVID로 사업에 대한 구체적인 내용 논의는 멈춘 상태지만 어느 정도 진행이 되었고 영화기구를 부산에 유치하고자 계속해서 어필을 하고 있습니다.

추진방향을 도출하기 위해 SWOT분석을 해보았습니다. 앞서 정정숙 소장님의 말씀과 이성훈 이사님의 말씀이 모두 종합적으로 정리가 된 것 같은데요. 강점은 우리 부산이 영상영화의 메카도시로 공공연하게 인정받고 있기 때문에 그것을 잘 활용한다면 영상영화 ODA의 메인 주자로 나올 수 있다는 것입니다. 약점은 계속해서 문제가 제기되고 있는 부분이지만 체계적인 시스템이 아직은 미흡합니다. 문화 ODA에 대한 어떤 컨텐션스도 미약한 상태에서 영상영화 ODA의 체계를 만드는 것은 지금으로서는 시스템 상 쉽지 않을 것입니다. 하지만 오늘을 계기로 상호 간의 컨텐서스가 만들어져 이에 대한 연구개발이나 사업이 진행된다면 차츰차츰 체계는 잡힐 것이라 생각합니다. 또한 대부분의 사업이 일회성으로 끝나고 있다는 아쉬운 현상도 약점이라고 생각하는데요. 반면에 기회요인을 말씀드리면, 영화영상 분야는 ICT와 여러 방면에서 접목이 용이함. 최근 부산은 ICT 문화 콘텐츠 예산 및 수요가 증가하면서 ICT 분야에 적극 투자를 하고 있습니다. 이로 인해 시장과 기술이 급격히 커지고 있는 추세인데요. 이는 부산의 영화영상 ODA가 나아가야 할 방향에 있어서 굉장히 좋은 기회라고 생각합니다. 위협요소는 이렇게 시장성이 좋다 보니 선진국에서도 대규모로 이 분야에 관심을 가지고 있고 투자가 행해지고 있다는 점인데요. 특히 대형 기업 플랫폼. 글로벌 OTT의 전쟁이 일어나고 있죠. 넷플릭스, 왓차, 웨이브 플랫폼 경쟁이 아주 위협적인 속도로 시장을 장악하고 있습니다. 부산 입장에서는 부산에 그런 큰 기업이 없는 상황이기 때문에 이 부분이 위협적인 요인이 아닐까 생각합니다.

II 발표자료 및 녹취록

오늘 발제 제목처럼 부산 영상영화 ODA가 미래적으로 어떤 가치가 있을 것인지 말씀드리겠습니다. 먼저 이종 분야와 융합할 수 있는 무한한 범위가 있다는 것을 거듭 강조 드립니다. 두 번째는 공유경제 플랫폼이라는 가치에 대해 설명드리고 싶은데요. 영화영상 플랫폼을 잘 들여다보면 콘텐츠를 공유하면서 협업 소비가 가능하다는 점에서 공유경제와 굉장히 밀접한 내용이 많습니다. 우리 부산 차원에서 부산의 영화영상 ODA의 어떤 미래적 방향을 잡아 넣을 때 '공유경제 플랫폼'을 같이 고민한다면 지속 가능한 내용들이 나오지 않을까 생각합니다. 발전 가능성을 찾아봤는데요. 모바일 활용 기능이 전 세계 무려 95%라고 합니다. 이 통계치를 통해 모바일을 활용하는 콘텐츠 분야의 시장성이 무한하다는 것을 알 수 있습니다. 특히 ODA 타깃 국가인 신남방 국가의 모바일 보급률은 무려 141%에 달합니다. 유럽이 100%가 조금 넘는 수치라는데요. 비교해봤을 때 매우 높다는 것을 알 수 있습니다. 그만큼 모바일을 활용한 콘텐츠를 가지고 여러 가지 일을 할 수 있다는 것을 시사하는 통계라고 생각합니다. 또한 신남방 국가의 평균 연령층이 굉장히 젊어요. 거의 30대 초반으로 조사가 되었는데요. 마지막으로 문화 ODA 예산이 16년도에는 0.6%였음. 상대적으로 굉장히 열악하기는 하지만 희망적인 것은 2016년보다 2020년에 조금 더 증액이 된 것을 알 수 있습니다.

부산이 나아가야 할 미래가치와 방향입니다. 문화 향유의 욕구는 계속해서 개도국이든 선진국이든 지속적으로 증가할 것이라고 생각합니다. ICT와의 융합은 더욱 가속화가 될 것이고 일대일이든 지역 간이든 교류를 할 수밖에 없는 글로벌 시대이므로 상호 교류 역시 계속해서 증가할 수밖에 없습니다. 이런 차원에서 부산에 있는 주요 유관기관들이 어떤 일과 역할을 하면 좋을지 생각해 보았는데요. 부산에는 아세안문화원이 있고 한아세안 ICT융합빌리지가 내년 1월 오픈합니다. 부산정보산업진흥원 역시 ICT 문화 콘텐츠와 결합된 많은 일을 하고 있고요. 또한 부산연구원을 포함한 기타 유관기관들이 굉장히 많습니다. 그런 산학기관들과 어떤 융합으로 협업한다면 분명한 시너지 효과가 있을 것이라 생각합니다. 부산국제교류재단이 전체적인 그림에서 기관 간의 협업 체계를 구축하고 컨트롤 타워의 역할을 하면 좋을 것 같아요. 코이카 유일의 국내 사무소도 부산에 있는데요. 코이카 부산사무소장님이 부산국제교류재단과 쌍둥이 협업을 할 수 있는 좋은 체제로 묶여있기 때문에 굉장히 희망적인 미래가 그려진다고 할 수 있습니다.

마지막으로 정책적 제언입니다. 팬데믹의 상황상 어쩔 수 없이 디지털화로 전환되고 있습니다만 개인적으로 온라인에만 국한해서 개발하는 것은 길게 봤을 때 다소 부족하지 않나 생각합니다. 결론적으로는 온라인과 오프라인 투 트랙으로 해야 한다고 생각합니다. 분명히 COVID-19 팬데믹은 잠식될 것입니다. 전문가들은 아마 내년 연말로 잠정적으로 예상하고 있는데요. 그 이후 온라인에 대한 부분이 어느 정도 줄어들 거라고 봅니다. 그동안 참여했던 오프라인에 대한 수요도 증폭이 될 가능성이 높기 때문에 그 시기를 대비해 온라인과 오프라인은 반드시 병행해서 같이 시작하는 것이 옳은 방향이라고 생각합니다.

[세션2-2] 포스트 코로나 시대, 영상영화 ODA의 미래가치

시대적 변화를 맞아 영상영화 콘텐츠 시장은 확대가 될 수밖에 없으므로 그에 맞는 정책적인 준비도 필요합니다.

한국 문화의 우수성을 홍보한다는 이야기는 기존에 특히 일본 같은 경우는 굉장히 일찍부터 개발협력사업을 진행했습니다. 그 내면에는 자신들의 고유한 문화를 주입시키고자 하는 의미가 내포되어 있었는데요. 우리는 그런 기조로 가서는 안됩니다. 앞에서 정소장님께서 말씀대로 어떤 문화를 리스펙트 하는 관점을 기본적으로 가지면서 한국 문화를 홍보하는 그런 방법으로 접근을 해야 합니다. 문화 향유의 기회 증진이라는 뜻뜻하고 아름다운 마음으로 접근을 하는 것이 바람직한 거죠.

사실 이와 관련해 연구 R&D가 상당히 미약합니다. 사실 이 발표를 준비하면서도 특히 영상영화 ODA와 관련해서 이렇게까지 선행연구가 없었나 싶었을 정도로 자료가 없어서 고생을 많이 했는데요. 이 부분에 대한 연구개발을 선도적으로 빠르게 준비를 해서 중장기 계획과 기술 로드맵을 수립하는 것이 시급하다고 생각합니다. 마지막으로 영상영화 ODA를 문화적 자유와 다양성 보장을 기본으로 한 문화 ODA사업의 일환으로 추진 해야 합니다.

재원 조달에는 여러 가지 방법이 있다고 말씀드렸습니다. 크고 작은 재원들이 많아요. 다만 영화영상 ODA 예산이라고 자세한 항목이 정해져있지 않을 뿐이지 관련된 예산은 얼마든지 뺐을 수 있다고 생각합니다. 물론 예산을 받아내는 과정이 복잡하겠지만 재원의 채널 자체는 굉장히 많은 것으로 조사되었습니다.

마지막으로는 부산 영상영화 ODA 사업이 가야 할 방향을 6가지 꼭지로 정리해보았는데요. 첫째, 영상물의 꽃이라고 불리는 교육 콘텐츠를 활성화해야 합니다. 둘째, 국가별 지역별 이해를 모든 사업의 베이스로 가져가야 할 것입니다. 세 번째, 예산 지원 펀딩을 매칭할 수 있는 방법을 연구하고 계속해서 시도해 나가야 합니다. 네 번째, 지역 ODA 전문가와 영화영상 전문인력 양성 시스템을 구축해야 합니다. 다섯 번째, 인바운드와 아웃바운드의 상호 관계 속에서 상호 간의 존중과 그 안에서 재생산되는 콘텐츠를 생성하고 활용해야 합니다. 마지막으로 ICT 접목 콘텐츠를 확대해나가야 한다는 제언의 말씀을 드리고 싶습니다. 이만 발표를 마치도록 하겠습니다. 감사합니다.

세션3

발표자 종합토론

***사회 : 연 경 심 | 부산국제교류재단 개발협력팀장**

[사회자 : 연경심]

오늘이 토론을 통해 구체적으로 영화영상을 통해 어떻게 문화 ODA를 할 수 있는지에 대한 방향성을 모색하는 아주 귀한 자리라고 생각합니다. 이 토론은 오늘 포럼 주제와 협력국에서 보낸 영상 그리고 실시간으로 보내주신 질문을 모두 종합하여 한 분께 한 가지씩 질문을 드리는 방식으로 진행하겠습니다.

진행에 앞서 오늘 5명의 연사님들의 발표 내용을 간단히 요약하도록 하겠습니다. 먼저 정정숙 소장님께서서는 수요자 중심의 가슴과 손으로 하는 ODA에 대해 말씀을 해주셨습니다. 이 성훈 이사님께서서는 SDGs 시대 문화 ODA의 역할이라는 발표를 해주셨는데요. 이 행사를 진행한 실무자 입장으로 Culture for Development 보다 오히려 Culture with Development로 바꾸는 게 좋지 않았나라는 반성도 하게 되었습니다. 유은정 팀장님께서 소개한 문체부 대표 ODA 사업인 문화동반자 사업 소개와 사례를 통해 문화 ODA의 목적과 방향성에 대해 생각해 볼 수 있었습니다. 영상영화 ODA에 대해서는 국내에서 처음으로 다루어진 주제일 텐데 성상철 부산영상위원회 사무처장님께서 영상영화 ODA 발굴을 위한 노력과 과제를 주제로 영상 ODA를 어떻게 하면 좋은지 구체적인 실천 방안에 대해 말씀해주셨고 윤지영 박사님께서서는 포스트 코로나 시대 영상영화 ODA 미래 가치를 주제로 발전 가능성을 보다 정확하게 이야기해 주신 자리였다고 생각합니다.

먼저 가장 궁금해하실 부분이 이 포럼 주제에 대한 답이 무엇인가? 라고 생각되는데요. 그와 관련된 부분을 오늘 시작과 끝을 장식해 주신 두 분께. 또 공교롭게도 발표 제목에 '가치'라는 단어를 써주셨는데요. 정정숙 소장님과 윤지영 박사님께 각각의 질문을 드리겠습니다. 먼저 정정숙 소장님께 질문을 드리겠습니다.

문화 ODA의 가치 중에서 영상영화는 어떤 가치를 가지고 있다고 생각하시나요? 윤지영 박사님께 드리는 질문은 영상영화 ODA의 실천 전략에 대해 말씀을 주셨는데 그래서 우리가 문화 ODA를 통해 인류 보편적 가치를 달성하기 위한 비전을 수립하고 달성함에 있어 영상영화는 어떤 역할을 할 수 있다고 생각하시나요?

[정정숙 소장]

문화는 굉장히 다양한 가치를 가지고 있고 그걸 성과로 발현시킬 수 있다고 말씀드렸습니다. 그리고 미적인 가치, 오락적 가치, 치유와 치료의 가치, 공감 또는 상징적 역사적 마지막 경제적 가치까지 포괄한다고 말씀드렸는데요. 결국 영상영화라고 하는 것이 문화 콘텐츠 중에서도 모든 예술 장르를 포함하는 종합 예술입니다. 누구나 알고 있는 사실이죠. 그렇다면 영화영상이 가지는 가치라는 것은 이 문화의 가치가 보여줄 수 있는 모든 가치를 포함할 수 있는 것이 바로 영상영화라고 생각합니다. 그런데 이 영상영화라는 분야가 사실상 어떤 성과를 낼 것인가.

가치를 떠나 성과의 측면에서 말하자면, 문화는 조력자로서의 기능과 가치 역할을 할 수 있고 그 자체로 지속성장이 가능합니다. 또한 창의력과 포용력을 보여 줄 수 있고 증진시키는 역할을 합니다. 더불어 경제적 비경제적 가치를 창출할 수 있다는 3가지 측면에서 말씀드렸는데요. 예시로 보았던 과테말라 코반지역 수직분만실 사례에서도 보았듯 모든 교육 프로그램 사업에 있어 영상영화는 조력자가 될 수 있습니다. 영상영화는 그 기능이 매우 광범위하여 모든 ODA에 활용될 수 있기 때문에 매우 중요한 콘텐츠라고 생각합니다. 또한 지속 가능한 발전이라든지 포용적인 국제개발협력을 할 수 있는 부분에 영상영화가 기여할 수 있는 내용은 소외된 약자 집단들에게 자긍심을 줄 수 있는 그리고 자신들만의 정체성을 표현해낼 수 있는 굉장히 중요한 도구가 될 것이라 생각합니다. 그들 스스로의 발전을 고민하면서 무언가를 창조할 수 있는 표현이 바로 '영화'입니다. 독립영화 그리고 단편영화로 시작해 점점 발전하면 분명 그들의 룰을 보여줄 수 있는 경제적 가치 창출이 가능한 창조물이 될 수 있을 거라 확신합니다. 그래서 영상영화는 문화 콘텐츠 중에서도 종합예술로써 최근의 IT 기술까지 모두 포함하는 문화예술을 선두 할 수 있는 아주 종합적이고 주요한 콘텐츠로써 가치가 있다고 말씀드릴 수 있겠고요. 다만 기자재 부분에서 장비 지원이 따라줘야 하기 때문에 그런 부분에서 예산의 부담이 있지만 그 부분을 ODA 예산 담당자들이 인정한다면 영상영화는 문화 ODA에서 굉장히 중요한 역할을 할 거라 생각합니다.

[윤지영 박사]

영화영상ODA를 통해 문화 ODA에 어떻게 접근할 것인가. 어떻게 발전을 시킬 것인가라는 취지와 관점에서 말씀드리겠습니다. 문화 ODA의 가장 큰 취지는 세계적으로 좋지 않은 사회 문화적 환경과 문제들을 문화를 통해 잠식시키고 치유하고 힐링할 수 있는 중요한 취지가 있다고 생각합니다. 영상영화는 사람들이 가장 친근하고 용이하게 접근하는 분야이기 때문에 그 역할을 할 수 있는 것이 영화영상이 아닐까 생각합니다. 그러한 차원에서 SDGs의 17개 목표들을 보면 앞서 이야기 드린 것처럼 17개가 모두 다 문화를 베이스로 깔고 그 목표를 향해 접근하는 것이 바람직합니다.

II 발표자료 및 녹취록

그러한 차원에서 SDGs의 17개 목표들을 보면 앞서 이야기 드린 것처럼 17개가 모두 다 문화를 베이스로 깔고 그 목표를 향해 접근하는 것이 바람직합니다. 영화영상은 사실 문화를 가시화시킨 콘텐츠라고 이해할 수 있습니다. 문화로 할 수 있는 긍정적인 역량들을 영상영화라는 하나의 매개체를 통해 녹여내 이것이 긍정적으로 접근을 하도록 하는 역할이 영상영화 ODA가 할 수 있는 주요한 콘텐츠가 아닐까 생각합니다. 그것이 궁극적으로나 결과적으로나 문화 ODA를 완성하는 그런 기능과 역할이 이루어지지 않을까요. 또한 유네스코 역시 내막을 잘 들여다보면 SDGs와 목표가 같습니다. 그래서 부산이 잘 할 수 있는 것은 지금 부산이 영화창의도시로 선정이 되었고 SDGs의 목표와 유네스코 영화창의도시의 목표가 일맥상통하기 때문에 이 부분에서 큰 축을 가지고 부산 영상영화 ODA가 결과적으로 문화 ODA에 귀결하여 진행될 수 있는 트랙의 모양으로 만들어진다고 생각합니다.

[사회자 : 연경심 팀장]

우리가 문화를 아주 특수한 분야라고 생각하기 쉬운데요. 사실은 보편적이고 광범위한 우리 삶의 변화를 위한 영역이고 반대로 영화영상도 어떤 특정한 예술 분야가 아니라 우리 전체의 삶을 비춰준다는 차원에서 오늘 주제인 문화와 영상 영화를 연결하는 그 접점을 찾을 수 있지 않을까 생각됩니다. 개발협력사업에서 가장 핵심은 바로 우리 협력국이죠. 그래서 협력국의 의견과 실시간 질문을 모아 성상철 처장님과 유은정 팀장님께 각각 질문을 드리겠습니다.

성상철 처장님, 앞서 인도네시아 문화교육부 산하 ICT센터에서 보내준 영상을 보았는데요. 핵심 내용은 영상영화 ODA사업을 통해 인재 양성을 하고 싶다는 목적과 기대를 말씀을 해주셨습니다. 실제 영상을 만들고 지원하는 영상위원회에 계시는 전문가로서 과연 우리나라는 이런 요구 사항에 어떻게 부응할 수 있는지 여쭙고 싶습니다. 참가자 질문과 연결할 수 있을 거 같은데요. 부산의 강점을 살려서 ODA를 할 수 있다면 영상영화가 가능할까요? 라는 질문과 연결하여 답변 부탁드립니다.

[성상철 사무처장]

인도네시아에서 질의한 내용을 코이카 사업 현장에서 보면 가장 유사한 사업이 IBS 사업이 될 것 같네요. 예를 들어 SDGs 8번 일자리 창출이라는 큰 목표가 있죠. 그 안에 그 나라의 영상산업을 육성한다고 하면 당연히 그 주제에 맞게끔 프로그램이 운영될 거라 생각합니다. 유사한 사례로 CG를 가지고 그 나라의 소외된 여성의 일자리 창출을 하고 있는 네팔 CG 전문인력양성사업이 있겠고요. 그 나라의 일자리 창출을 강조하는 것이 최근 코이카 사업의 트렌드이기도 하고요..

특히 지금처럼 영상영화 콘텐츠, 유튜브, 웹툰에 이르기까지 영상을 둘러싼 직업군이 지금과 같은 비대면 환경에서는 더욱 증가하는 추세이기 때문에 만약 인도네시아가 이러한 사업 목표를 CPS와 같은 중점 정책으로 다룬다면 사업 모델 자체는 다양하게 있기 때문에 어렵지 않게 진행될 수 있을 겁니다. 부산의 경우 부산영상위를 중심으로 현재는 독립영화 제작 지원, 시나리오 개발, 인큐베이팅 사업 등 영상영화와 관련된 여러 가지 정책들을 펼치고 있고 또 영상산업센터 등 인프라 구축을 통해 기업을 입주시키고 모니터링 및 관리하는 역할까지 하고 있기 때문에 부산의 그런 사례들을 참고해서 인도네시아에서도 적용할 수 있다면 충분히 가능할 거라 생각합니다

[사회자 : 연경심 팀장]

감사합니다. 다음은 현재 문화 ODA의 실무를 하고 계시고 정책에 대해 잘 알고 계신 유은정 팀장님께 질문을 드리겠습니다. 라오스 청년동맹 측에서 보낸 영상의 내용을 보면 마찬가지로 영상영화를 통해 여성과 소녀 그리고 취약계층, 취약지역에서의 삶의 변화를 만들어내는 방안으로 영상영화의 역할에 대해 말씀해 주셨습니다. 또 영상영화 자체가 우리에게 기쁨을 준다는 동기부여가 되는 말씀도 해주셨는데요. 사실 우리 실무진의 입장에서는 사업을 해야 하기 때문에 그 효과성을 무시할 수가 없죠. 이런 문화 ODA사업 특히 영상영화를 사업화할 때 이런 어려움을 어떻게 이겨낼 수 있을지 실제 경험하신 입장에서 답변을 부탁드립니다.

[유은정 팀장]

사실 한국이 10-20년간 영화영상 분야에서 급속도로 발전을 했죠. 물론 정부적 지원도 있었지만 영상영화 분야에 있어서 소득이나 나이의 차이에 상관없이 국민들의 관심과 지지가 컸기 때문에 오늘의 성장이 있다고 생각합니다. 그것을 바탕으로 지금의 부산국제영화제의 위상이 만들어졌고 많은 영화제들이 한국에서 개최되며 전 국민에게 사랑받는 하나의 문화 장르가 되었다고 생각하는데요. 사업을 추진하며 가장 절실하게 느끼는 것은 사업의 결과물 즉 성과는 지역사회의 주민과 그 나라의 국민들에게 가야 한다는 것입니다. 사업이 어떤 정책과 함께 움직이면서 좋은 성과를 내는 것도 좋지만 이 사업의 결과물을 향유하고 받을 지역 주민과 국민들이 원하는 방향으로 정책과 사업 방향이 설정되어야 한다고 생각합니다. 1-2년전 사진 한 컷을 보았는데요. 라오스 유양파르방에서 개최된 영화제 관련 사진이었습니다. 큰 운동장에 엄청나게 큰 화면을 설치하고 지역주민들이 다 모여 밤에 영화를 보는 장면이었는데요. 큰 울림이 있더라구요.

II 발표자료 및 녹취록

그 사진을 보고 느낀 점은 어떤 것들이 이 영화제가 단순히 영화제를 개최하는 위원회나 정부를 위한 행사가 아니라 유양프라방 전체 사회가 함께하고 있다는 느낌을 강렬하게 받았습니다. 현장에서 느끼는 것은 사업의 혜택을 받아야 하는 부분과 그분들의 이해와 공감을 받는 사업을 기본으로 두고 세팅을 해야 하고 그렇게 해야지만 성과가 나올 수 있다고 생각합니다.

[사회자 : 연경심 팀장]

사실 우리도 사업을 하는 입장에서 어떤 사업을 하지? 라는 질문에서 시작하지만 어떻게 보면 그 질문에 앞서 원하는 것이 무엇인지 듣는 자세. 그분들이 원하는 것이 무엇인지 깊이 있게 생각해 보는 그런 시간이 더 필요하지 않나 생각되네요. 끝으로 이성훈 이사님께 질문을 드리겠습니다. 궁극적으로 부산에서 할 수 있는 문화 ODA의 방향성에 대한 이사님의 의견이 궁금합니다.

[이성훈 이사]

해외에서는 부산이라고 하면 영화를 통해 전달되는 이미지가 많다고 생각합니다. 세계적으로 유명한 부산국제영화제도 있고 국제시장, 변호인 등 유명한 영화가 정말 많죠. 개인적으로 앞에서도 제안 드린 바와 같이 내년이 부산 개발원조총회 10주년인 만큼 SDGs 10년의 큰 방향성을 다시 짚어봐야 하는 시점이기도 합니다. SDGs의 큰 방향은 바로 문화의 힘이라고 생각합니다. 가뜰이나 지금처럼 각국들이 자국 중심으로 바뀌는 상황 속에서요. 요즘은 SDGs 달성이 아닌 인류가 계속해서 서로 대결하는 정세로 흘러가고 있죠. 사실 문화의 힘이라는 것은 소통과 대화 그리고 이해죠. 이게 없이는 SDGs가 달성될 수 없습니다. 개인적인 생각으로 문화의 내용은 바로 ‘진(眞)선(善)미(美)’라고 생각합니다. 우리 사회는 이 미미(美)의 사회로 들어서고 있죠. 독재 시대, 흑백의 시대라고 하는 진(眞)의 시대를 지나 도덕적으로 선함을 중시하는 선(善)의 시대로 나아갔습니다. 그러나 이 두 가지로 우리 시대에 직면한 과제와 문제들을 해결할 수 없고 감동도 오래 못 가죠. 진실과 도덕이 오래갈 수 있도록 이끌어 내는 힘이 바로 문화라고 생각합니다. 진실과 선함. 그리고 아름다움이 만날 때 엄청난 에너지가 있는데요. 이처럼 메시지의 진정성과 선한 영향력 그것을 아름답고 멋지게 표현하는 사람 중 한 명이 부산 출신으로 유명한 ‘BTS 지민’이죠. 과연 부산이 그걸 만들어 낼 수 있을까요. 부산 영화제 콘텐츠 면에서 발표한 내용 중에 우리만의 아름다움이 아니라 우리의 아름다움을 보여줌으로써 협력국 스스로 자신들의 아름다움을 찾아내고 서로 아름다움을 인정하면서 교류를 하는 그런 방향이 가장 이상적이라고 생각합니다. 문화 ODA는 범 분야로 들어가야 합니다. 하나의 분야의 산업도 될 수 있지만 범 분야로 들어가서 스며들어야 한다고 생각합니다. 결론적으로는 아름다움이 결국 문화 ODA의 핵심적 가치가 되지 않을까 생각합니다.

[세션3] 종합토론





제5회 부산개발협력포럼

개발협력사업과 문화 :

ODA의 미래 부산 영상영화에서 보다

부산개발협력포럼 홈페이지

<http://www.busanodaforum.co.kr/>

본 보고서의 저작권은 부산국제교류재단에 있으며
부산국제교류재단의 허락없이 무단 전제와 복제를 금합니다.