



‘문화수도 광주’ 성공 프로젝트

1 프롤로그

경기도 가평군 가평읍 달전리 1번지 자라섬. 말 그대로 자라모양을 닮았다고 해서 불여진 곳이다. 7년전까지만 해도 무분별한 모래 채취로 생태계가 파괴되고 비만오면 물에 잡기는 쓸모없는 땅이었다. 불과 800m 떨어진 남이섬이 드라마 ‘겨울연가’ 효과로 스포트라이트를 받은 것과 달리

즈페스티벌은 경기도를 이론이 됐다.

어디 자라섬 뿐인가. 지역의 문화자원을 특화시 브랜드로 키워낸 도시들이 예술의 전당 교향악축제, 춘천마임축제, 대구 오페라

누구도 거들떠 보지 않았었다.

하지만 이제 자라섬은 전 세계 재즈마니 아들의 가슴을 설레게 하는 ‘음악의 섬’으로 변신했다. 섬을 찾은 관광객들은 반짝이는 별빛 아래서 뜻자리를 깔고 따뜻한 담요로 몸을 감싼 채 세계적인 재즈 뮤지션들의 연주를 즐긴다. 지난 2004년 10월 첫선을 보인 ‘자라섬 국제재즈 페스티벌’(JIFF·자라섬 재즈페스티벌)이 빚어낸 한폭의 아름다운 풍경이다.

필하모닉 오케스트라, 제주테디베어박물관, 통영국제음악제, 제천국제영화음악제, 대관령 국제음악제, 춘천 김유정문학제, 원주 박경리 문학공원, 과주 헤이리 예술마을, 용인백남준 아트센터 등 헤아릴 수 없을 정도다. 이름하여 킬러콘텐츠. 이들의 공통점은 도시의 품격을 높이고 국내외 관광객들을 불러모으는 일석삼조의 효과를 창출하는 것이다.

‘재즈’라는 음악장르와 캠핑문화를 접목 시킨 자라섬 재즈페스티벌은 매년 국내외에서 17만 여명(생산유발효과 105억원)이 다녀가는 아시아 최고의 음악축제다. 지난 해까지 누적관객수는 약 120여 만 명. 비록 3일간의 짧은 기간이지만 외국 관광객들은 일년전부터 자라섬 페스티벌의 프로그램



자라섬 재즈 페스티벌



통영 국제음악제

문화역량 결집 광주만의 콘텐츠 만들자

더불어 시민들의 문화마인드와 지역의 문화인력을 키우는 데도 힘을 쏟는다.

지난해 문을 연 영화의 전당은 부산국제영화제의 성공을 보여준 바로미터. 영화의 전당은 영화제가 끝난 후에도 연중 시민들에게 다양한 영화관련 행사와 교육프로그램을 제공, 미래의 관객을 양성한다. 또한 세계적인 영화감독들과 함께 하는 영화제작 위크숍과 아카데미를 통해 영화인을 배출하는 등 ‘아시아의 할리우드’로 거듭나고 있다.

대구의 대표 브랜드로 자리잡은 오페라 신시킨 일등공신이다. 오페라 축제를 주관하는 대구 오페라 하우스가 지속적으로 오페라 클래스, 어린이 오페라, 모닝콘서트 등 일반 시민들을 위한 차별화된 프로그램을 운영한 덕분이다.

대관령 국제음악제는 약 16일간의 축제 기간동안 메인행사인 음악제를 비롯 미래 음악꿈나무들을 위한 ‘대관령 국제음악제 음악학교’를 진행한다. 또한 비시즌기간에는 강원도내 시·군지역을 순회하며 클래식 저변확대를 위한 저명음악가들의 연주회

축제는 평범한 주부를 오페라 애호가로 변모시켜 관객들에게 즐거움을 전하는 행사를 개최하고 있다.

①킬러콘텐츠 만들자 ②문화시민 기르자 ③문화인력 키우자

지역 고유의 문화자원 세계적 문화상품으로 키울 방안 모색

바야흐로 광주는 오는 2014년 개관하는 국립 아시아 문화전당(전당)의 콘텐츠가 최대 화두로 떠올랐다. 무려 7000억 원의 예산이 투입되는 데다 전당의 규모 또한 아시아 최대(3만5000여평)인 만큼 향후 전당의 역할에 대한 지역민들의 기대가 크기 때문이다.

하고 있다. 하지만 이들 축제를 즐기는 관객은 1만~3만여명에 불과해 킬러콘텐츠로 성장하기까지에는 보완해야 할 과제가 많다. 게다가 일부는 충분한 준비를 거치지 않고 전시효과를 노린 과시용 행사여서 ‘선택’과 ‘집중’을 통해 경쟁력있는 콘텐츠로 키울 지혜를 모아야 한다.

그런 맥락에서 타 도시의 성공사례는 아시아 문화 중심도시를 지향하는 광주에 시사하는 바가 크다. ‘문화수도’라는 타이틀이 무색할 정도로 국내외에서 통하는, 이렇다 할 만한 퀄리티 컨텐츠가 부족하기 때문이다. 물론 글로벌 미술축제로 부상한 광주비엔날레와 남종화의 산실 의재 미술관 등이 있긴 하지만 그 뒤를 이을 문화브랜드가 변변치 않다.

다행스럽게도 문화관광부 아시아문화중심도시 추진단과 광주문화재단을 중심으로 3년전부터 광주월드뮤직페스티벌, 오페스티벌 광주, 세계아리랑 축전 등 다양한 대형이벤트들이 추진되고 있다. 또한 김원중 달거리 공연, 무등산 풍경소리, 광주아트페어, 대인예술시장, 예술의 거리, 오월길, 운립동 미술관밸트 등 ‘작지만 알찬’ 공연과 색깔있는 문화현장들이 새롭게 등장

하고 있다. 하지만 이들 축제를 즐기는 관객은 1만~3만여명에 불과해 킬러콘텐츠로 성장하기까지에는 보완해야 할 과제가 많다. 게다가 일부는 충분한 준비를 거치지 않고 전시효과를 노린 과시용 행사여서 '선택'과 '집중'을 통해 경쟁력있는 콘텐츠로 키울 지혜를 모아야 한다.

광주일보는 창사 60주년을 맞아 지역사회와 문화역량을 결집시키자는 취지의 기획시리즈 ‘문화수도 광주 성공 프로젝트’를 연재한다. 이 시리즈는 제1부 킬러콘텐츠를 만들자, 제2부 문화시민을 기르자, 제3부 문화인력을 키우자 등 3개의 테마로 나뉘어 콘텐츠 개발과 문화시민·인재양성에 성공한 국내외 사례를 소개한다. 아울러 지역의 고유한 문화지원을 세계적인 문화상품으로 키워낼 수 있는 아이디어와 대안을 모색하다.

아시아 문화중심도시 프로젝트의 성패는 차별화된 콘텐츠와 이를 향유하는 시민의 손에 달려 있다. 벼려진 섬에서 일약 세계적인 명소로 떠오른 자라섬 재즈 페스티

별 신화를 이젠 광주에서도 만들어가자.
/박진현 문화선임기자 jhpark@kwangju.co.kr



대관령 국제음악제