도시+문화예술
한국+영국
City+Culture
UK+KR

Kore A·Round Culture
2023 쌍방향 국제문화협업 지원
Bilateral International Collaboration Program for Arts & Culture

한·영 문화도시 교류
UK·KR City of Culture Exchange

BRITISH COUNCIL
문화체육관광부 Ministry of Culture, Sports and Tourism
KOFICE 한국국제문화교류진흥원

목 차

영국 문화도시 — **03**

1. 메가 이벤트 또는 대형 축제의 가치 — **04**
- 영국 문화도시 선정 기준의 주안점 07
- 하향식 전략 주도 방식과 기준 주도 제도의 특성 09
- 영국 문화도시 네트워크의 활용 10

2. 영국 문화도시의 선정 과정 — **12**
- 입찰 절차와 주안점 12

3. 헐 영국 문화도시 2017 — **16**
- 영감을 주는 헐 문화도시의 비전 16
- 자금의 모금과 투자 16
- 프로그램 구성 17
- 시즌 1: 메이드 인 헐 18
- 시즌 2: 루츠 앤 루츠 19
- 시즌 3: 프리덤 20
- 시즌 4: 텔 더 월드 21
- 헐 문화도시의 결과 22
- 헐 문화도시가 가져온 효과와 영향력 24
- 헐 문화도시의 한계 26
- 문화도시의 거버넌스 28

4. 영국 문화도시의 기금 개발 — **31**
- BID 32

5. 지속 가능성: 헐 문화도시가 남긴 유산 — **34**
- 해양도시 프로젝트 35
- 앱솔루틀리 컬처드 36
- NPO 38

영국 문화도시

지역 정책으로서 문화 주도의 도시 재생은 지금 그 어느 때보다 주목을 받고 있다. 1985년 유럽 연합이 유럽 문화 수도 이니셔티브를 설립한 이래 매년 다른 유럽 도시들이 유럽 문화 수도라는 권위 있는 타이틀 아래 지역의 문화를 이용하여 도시 재생과 지속 가능한 발전을 해왔다. 지금까지 유럽 내 40개 이상의 도시가 유럽 문화 수도 지정을 받았으며, 문화 주도의 도시 재생은 도시 경쟁력을 향상시키고 도시 지역 내 정치적, 사회적, 경제적 문제를 해결하는 데 중요한 도구가 되었다. 영국에서도 지난 30-40년간에 걸쳐 예술과 문화가 도시 재생의 핵심 자원으로 여겨지게 되었고, 문화 주도 전략이 '기업, 지역, 국가가 문화와 창의성을 통해 경제적 부가가치를 생산할 수 있는 능력'으로 주목받으며, 이를 지역의 '경제적 성공의 중요한 요소'로 생각하고 있다.

2016년 6월 국민투표 이후 영국 정부가 유럽연합과 유럽경제지역을 모두 탈퇴하기로 결정함에 따라 2017년 유럽위원회는 영국 도시를 유럽 문화수도 경쟁에서 제외했다. 영국의 유럽 연합 공식 탈퇴(2020년, 브렉시트) 이후 영국 잉글랜드와 웨일스 전역의 시의회는 영국 문화도시(런던 외 지역)과 런던 문화 자치구와 같은 도시 재생 기회를 얻기 위해 경쟁을 벌여 왔다. 잉글랜드 예술위원회(Arts Council England)의 '크리에이티브 피플 앤 플레이스(Creative People and Places)' 프로그램과 내셔널 로터리 헤리티지 펀드(National Lottery Heritage Fund)의 '그레이트 플레이스(Great Place)'와 같은 프로그램 역시 문화를 통한 경제 및 사회 재생을 지원하고 있다. 영국에서는 주요 문화 기관과 지역 기반 문화 프로그램이 긍정적인 효과를 발하며 전국 곳곳에서 재생의 성과를 거두고 있다.

찰스 랜드리(Charles Landry, 2000)는 도시가 성공하기 위해서는 도시에 활기를 불어넣어야 한다고 설명한다. 랜드리는 가장 성공적인 글로벌 도시는 문화적 자산을 기반으로 하는 도시라고 말한다. 랜드리(2000)는 도시가 번영하기 위해 도시는 '버즈(Buzz)'를 만들어야 하고, '과거에 갇혀 있는 이미지'를 벗어나기 위해 노력해야 한다고 말한다. 축제, 예술, 기념행사는 시민들에게 도시와 관계를 맺어야 할 이유를 제공하고, '기본적인 서비스, 상점, 시설이 일정 수준 이상 제공되면 이러한 차이는 도시에 가치를 더한다'는 설명이다.

1. 메가 이벤트 또는 대형 축제의 가치

대규모 국제 이벤트 또는 메가 이벤트는 지역 발전의 견인차 역할을 하며 개최 도시와 국가에 실질적인 이점을 가져다줄 수 있다. 메가 이벤트는 경제 변화의 촉매제가 되고, 도시 인프라를 업그레이드하며, 도시의 국제적 이미지를 강화하고, 원하는 도시 정책의 실행을 가속화하는 등 가시적인 이점을 제공한다. 이러한 행사를 개최함으로써 얻을 수 있는 기회와 잠재적 혜택의 폭과 깊이를 이해한다면 도시의 변화와 발전을 위한 하나의 강력한 수단이 되는 것이다.

메가 이벤트의 경제적 이점으로는 다음과 같은 사항들이 있을 수 있다.

신규 투자	• 국내 및 해외 투자 신규 유치 • 새로운 공공-민간 파트너십 투자
새로운 비즈니스	• 기존 산업의 재편 • 새로운 사업 분야 개발 및 출시 • 참가자, 스폰서, 공급업체를 직접 대면하는 국제 비즈니스 미팅을 통해 새로운 기회 창출
새로운 수익	• 도시를 위한 추가 세수 • 고가 부동산, 신규 비즈니스, 주거 지역의 가치 상승
새로운 인재	• 고용의 증가 • 국제 행사에서의 경험이 주는 새로운 교육 기회를 통한 다양한 영역에서의 전문성과 인적 자본의 개발 • 도시 관리의 새로운 기업가적 접근 방법 개발

(출처: Mega-events as catalysts for urban transformation)

메가 이벤트는 새로운 투자가 단기간에 집중되는 경우가 많고, 동시에 문화, 사회, 경제, 스포츠, 정치 등 다양한 관점에서 도시의 정체성을 재형성하고 강화하는 데 기여하는 새로운 활동을 개발하도록 유도한다. 문화도시와 같은 메가 이벤트는 주로 야외에 의존하고 예술 형식과 광범위한 문화적 표현을 특이한 장소와 혁신적인 조합으로 가져오는 스펙터클의 문화로 이해할 수 있다.

메가 이벤트로서 영국 문화도시는 영국의 한 도시(2025년부터는 지역도 가능)를 1년 동안 문화도시로 지정하여 선정된 도시가 해당 기간 동안 문화 주도의 재생을 통해 문화 축제와 행사를 개최하는 프로그램으로 이 프로그램은 영국 도시와 마을의 다양성과 창의성을 기념하고, 사회 및 경제 발전을 촉진하는 것을 목표로 한다.

영국 문화도시는 1990년 글래스고 유럽 문화도시와 2008년 리버풀 유럽 문화수도의 성공적인 이벤트 주도형 재생의 긍정적인 효과를 목격한 후, 2009년 영국의 문화미디어스포츠부(이하 DCMS)에서 영국의 '낙후된 도시'가 대표적인 문화 행사를 통해 '단계적 변화'를 이룰 수 있다는 비전으로 시작되었다. 특히나 2008년 리버풀이 유럽 문화수도로 지정된 해부터 영국 문화도시 제도는 도시 재생의 대명사가 되었다. 이 '리버풀 모델'은 큰 경제적 변화를 겪은 도시, 산업 기반을 잃고 쇠퇴해가는 도시가 문화와 예술 활동을 통해 스스로를 재창조하는 모습을 보여주며 영국 내 문화 주도 재생의 본보기가 되었다.

2013년 데리-런던데리가 영국 최초의 문화도시로 선정된 데 이어 2017년에는 헐, 2021년 코벤트리가 그 뒤를 이었고, 2021년 20개의 마을, 도시, 지역이 2025년 영국 문화도시 경쟁에 참여했다. 이는 지금까지 문화도시 입찰/공모 중 가장 많은 수로 코로나 판데믹으로 인해 문화 부문과 메가 이벤트 산업에 큰 불확실성이 제기되었음에도 불구하고 대규모 문화 이벤트에 대한 관심과 가치가 줄어들지 않았음을 보여준다. 영국 문화의 도시 2025로는 최종 후보에 오른 더럼 카운티, 사우샘프턴, 렉섬을 제치고 최종 선정지로 브래드포드가 선택되어 2025년 5월 31일부터 문화도시 행사를 추진할 예정이다.

코로나 판데믹으로 인한 전 세계적인 봉쇄 조치가 끝나고 영국에서는 코벤트리 영국 문화도시(2021년), 페스티벌 UK(2022년), 커먼웰스 게임(2022년), 리즈 문화의 해(2023년) 등 메가 문화 이벤트들이 이어졌다. 리버풀 대학 문화 가치 센터의 베아트리스 가르시아(Beatriz Garcia)는 이를 집단적인 문화적 즐거움을 함께 나누고 경험할 필요성이 그 어느 때보다 절실한 것으로 분석했다.

메가 이벤트는 개최되는 지역의 환경을 이용하여 집단적 만남의 소중한 순간, 즉 정체성 형성에 기여하는 '일생에 한 번뿐인' 경험과 의미 있고 가장 중요한 지역, 국가, 또는 글로벌 내러티브 공유에 기여할 수 있는 능력을 인정받고 있다. 또한 집중되는 미디어의 노출 덕분에 보편적인 가치를 표현하고 발전시킬 수 있는 기회로 인정받고 있다. 이는 모든 유형의 미디어가 이벤트 자체를 홍보할 뿐만 아니라 궁극적으로 개최 도시에 대한 인식을 개선하는 데 도움이 되는 대중의 공감대를 형성하는 데 중요한 역할을 하기 때문이다. 예를 들어 2017년 영국 문화도시 헐에 대한 BBC의 관심과 파트너십을 통한 지원은 영국 시민들의 머릿속에 오랫동안 박제되어 있던 헐에 대한 부정적인 이미지를 긍정적인 것으로 바꾸는 데 굉장한 도움이 되었다.

판데믹 이후 온라인 기반의 디지털 엔터테인먼트 및 소셜 플랫폼의 규모가 확장되면서, 대규모 물리적 모임이 수반되는 문화와 축제에 대한 인간의 욕구에 대한 논의가 커지고 있다. 집단적, 물리적 모임은 변화를 만들고, 커뮤니티로서 함께 무언가를 경험할 수 있는 기회를 갖는 것은 상징적 가치가 있다. 축제는 특정 시간과 장소에서 문화 활동을 압축적으로 경험할 수 있는 플랫폼을 제공한다. 축제 참가자들은 그곳에 참석하여 다른 사람들과 동시에 문화에 참여해야 하며, 이를 통해 의미 있고 종종 인생에 길이 남는 추억을 만들 수 있다.

하지만 이는 경제적 영향 분석 프레임워크에 제대로 담기지 않을 수 있다. 경제적 분석은 문화 활동이 어떻게 일자리 창출이나 관광 개발로 이어질 수 있는지 이해하는 데 도움이 되지만 행복, 웰빙, 소속감 또는 창의적 영감으로 이어지는 방식은 수치화/정량화하기는 힘들기 때문이다. 축제는 다른 방법으로는 만날 수 없거나 공통점이 없다고 생각되는 사람들 사이에서 이러한 집단적 경험을 할 수 있는 기회를 제공하고 세대, 사회경제적 배경 또는 문화적 취향이

다른 사람들에게 어필하는 횡단적 특성은 대규모 국제 축제와 메가 이벤트에서는 더욱 그러하지만 많은 축제가 제공하는 경험의 뚜렷한 가치로 평가되고 있다.

메가 이벤트는 숫자만으로는 그 가치를 정당화할 수 없기에 일반 대중과 이벤트 이해관계자들은 더 이상 물리적 인프라 투자를 모두에게 동등한 혜택을 제공하는 핵심 유산으로 받아들이지 않으며, 스토리도 중요하고 의미 있기를 원한다.

하지만 이 문화 활동을 통해 장소를 변화시키고 재생할 수 있는 기회는 막대한 자원이 필요하고 불확실성이 크기 때문에 문화도시와 같은 대표적인 메가 이벤트에는 설득력 있는 선정 과정과 수년에 걸친 계획이 수반된다. 이에 영국 DCMS는 문화도시에 대한 선정 기준과 목표를 가이드라인으로 소개하고 있다.

영국 문화도시 선정 기준의 주안점

문화도시의 입찰 가이드라인에 따르면 문화도시는 지역 사회를 발전시키고, 지역의 의미를 구축하여 지역의 자부심을 고취하고, 지역 및 풀뿌리 문화 예술을 기리고 활성화하며, 새로운 투자와 관광을 유치할 수 있으며, 경제 성장과 지역 재생을 위해 지역에 대한 투자의 촉매제로써 문화를 사용하고, 사회적 응집력을 촉진하고, 지역에 대한 자부심을 심어주어 해당 지역들을 거주하고, 노동하고 방문하기에 매력적인 곳으로 만들 수 있어야 한다고 제안한다. 그리고 다음과 같은 목적과 목표를 반영하여 개발한 문화도시의 평가 기준을 소개하고 있다. 핵심 평가 기준은 다음과 같다.

지원 자격 I Eligibility

지역적 중심과 명확한 정체성이 있는 지역으로 1년간 일련의 프로그램이 성공할 수 있도록 충분한 기존 문화, 디지털 및 사회적 인프라(또는 이를 개발하기 위한 실현 가능한 계획)를 갖추어야 한다.

장소 만들기 I Placemaking

지역의 유산을 기념하고 문화를 활용하여 커뮤니티를 하나로 모으고, 장소감을 조성하며, 지역의 자부심을 고취하는 강력하고 독특한 비전이 있어야 한다.

회복과 성장 I Recovery and growth

문화와 창의성에 대한 투자로 회복과 재생을 촉진하고 지역의 지속적인 포용적 성장을 이끌어낼 수 있어야 한다.

도약 | Levelling up

입찰 도시는 사회 및 경제 재생의 필요성과 영국 문화도시가 이를 어떻게 해결하여 사람들이 살고, 일하고, 방문하고, 투자하고 싶은 곳으로 만들 것인지를 보여 주어야 한다.

혁신 | Innovation

문화 예술적 우수성과 혁신을 보여주어야 한다. 이는 최첨단 기술을 사용하여 보여주고, 창의성을 발휘하고, 새로운 관객에게 다가가는 것을 포함한다.

영국 및 국제 협력 | UK and International Collaboration

영국 4개국은 물론 해외와 연계하고 새로운 파트너십 및 협업의 적극적으로 추진하여야 한다.

파트너십 I Partnership

과학, 기술, 공학, 예술, 수학 등 다양한 분야에서 유치 활동을 지원하고 기여하는 지방 정부, 여러 분야의 조직, 그리고 개인으로 구성된 파트너십이 필요하다.

문화에 대한 접근과 참여의 개방 I Opening up access and participation in culture

지역 커뮤니티가 입찰의 내용과 프로그램을 구성할 수 있도록 하는 다양한 전략적, 지역 기반의 리더십, 거버넌스, 파트너십을 보여주어야 한다. 문화에 대한 접근성을 개방하고 다양한 관객, 방문객, 참가자를 참여시킬 수 있는 혁신적인 방법을 개발해야 한다.

레거시 I Legacy

2025년 이후에도 프로그램의 영향력을 지속하기 위한 야심차고 실행 가능한 계획을 보여주어야 한다.

지속 가능성 I Sustainability

환경적으로 지속 가능한 관행을 프로그램과 레거시에 포함시키고, 영국의 탄소중립 목표에 기여하고, 대중들에게 환경 행동을 장려하기 위한 현실적인 계획을 제시해야 한다.

DCMS가 지원 도시에게 기대하는 바는 그 지역의 문화가 제공할 수 있는 장점을 제시하고, 그 한계를 인정하며, 향상에 대한 포부와 가능성/잠재력을 보여주는 것이다. DCMS는 무엇이 문화를 구성하는지 규정하지 않고, 각 후보지가 그들만의 문화를 정의하도록 권장한다. 제안한 문화 프로그램에 어떤 활동이 포함되는지 사례를 제시하고, 달성하고자 하는 단계적 변화를 명확히 하는 것을 요구하고 있다. 또한 해당 프로그램이 다양한 관객들에게 어필하여 문화 활동에 대한 참여를 증가시킬 뿐만 아니라 경제 성장, 재생, 지역 사회 통합, 보건과 복지에 기여하기를 기대한다.

입찰하는 지역은 문화의 광범위한 정의와 해당 지역의 창조 산업을 아우르는 활동들을 포함하는 것뿐만 아니라 과학, 기술, 공학, 예술 그리고 수학 분야에 걸쳐 창의성을 연구하도록 권장된다. 이런 활동에는 시각 예술, 문학, 음악, 연극, 춤, 복합 예술, 건축, 공예, 디자인, 문화유산과 역사적이고 자연적인 환경, 박물관과 갤러리, 도서관과 아카이브, 영화, 방송과 미디어, 비디오 게임, 애니메이션, 시각 효과와 특수 효과, 사진, 출판을 포함하고 제한은 없다.

하향식 전략 주도 방식과 기준 주도 제도의 특성

올림픽, 월드컵, 세계 엑스포와 같은 메가 이벤트에 대한 오랜 비판은 낭비적이고 본질적으로 지속 가능하지 않으며, 부패에 취약하고, 하향식 글로벌 프레임워크를 강요함으로써 지역적 차이에 무감각하다는 시각도 있다.

하지만 축제 개최 도시의 관광 대중화, 하향식 프로그램 접근 방식, 문화적 표현의 지나친 단순화 및 표준화, 과도한 상업주의 또는 진정성 결여에 대한 이러한 우려는 에든버러 축제부터 유럽 문화 수도, 그리고 실제로 모든 올림픽에 이르기까지 가장 성공적인 이벤트와 축제에 대해 제기되는 일반적인 비판 중 일부에 불과하다는 반론도 있다.

영국 문화도시 계획은 전국 각지에서 문화가 주도하는 재생과 사회 통합을 촉진하는 것을 목표로 제공되는 '장소 기반'의 하향식 이니셔티브이다. 그러나 이러한 하향식 접근 방식에서 발생하는 몇 가지 위험성 중에 하나는 지역 주민들이 자신의 지역 맥락에서 '비전'이 무엇을 의미하는지 개념화하지 못하는 경우가 많다는 것이다.

국가적 기준과 기대치와 입찰 도시 및 지역의 필요와 열망과 균형을 맞추는 방법, 문화 행사와 활동을 각 지역의 다양한 커뮤니티와 청중이 공감하고 접근하기 쉽게 만드는 방법, 지역 이해관계자 및 주민들과 함께 문화 프로그램에 대한 진정한 참여와 공동 창작을 육성하는 방법, 관련 지역과 지역 주민들에게 이 제도가 미치는 장기적인 영향과 혜택을 측정하고 평가하는 방법 등이 사전에 고려되지 않는다면 지역 주민들의 지지를 얻어내기는 힘들다.

문화도시가 되기를 희망하는 도시에서는 재생 접근법으로 문화 투자에 대한 가장 적절한 전략적 접근 방식을 고려할 때 해당 지역에 가장 우선순위가 높은 것이 무엇인지를 파악하는 것도 중요하다. 예를 들어 문화도시에는 다음과 같은 지역의 우선순위들이 있을 수 있다.

- 고용 창출
- 더 많은 방문객을 유치하고 관광 산업을 활성화
- 도심 유동인구 촉진, 지역 비즈니스 활성화
- 창조 산업 부문의 성장 촉진 및 지원
- 지역 이미지를 개선하여 숙련된 인재와 기업 투자를 유치하는 데 기여
- 주민의 전문성, 지식, 자신감 개발
- 커뮤니티 결속력 및 자부심 강화
- 거주자 건강 증진 지원
- 주민들에게 즐거움을 선사

영국 문화도시 네트워크의 활용

영국 DCMS는 2021년 다음 영국 문화도시 공모 시 지난 10년 동안 지원, 계획 및 문화 주도의 변화를 이끌어 본 경험과 전문 지식을 가진 모든 사람들이 그들의 지식과 조언을 공유하기 위해 코벤트리 문화도시와 함께 문화도시의 전반적인 신청 과정에 대한 전문 워크숍을 열었다.

또한 AHRC 문화도시 연구 네트워크는 코벤트리 문화도시 트러스트와 워릭 및 코벤트리 대학과 협력하여 코벤트리 문화 정책과 평가 서밋(Coventry Cultural Policy and Evaluation Summit)을 2021년 6월 24일부터 25일까지 양일간 진행하였다. 이 서밋에서는 영국

문화도시 및 기타 중요한 문화 행사(예: 2022 커먼웰스 게임, 페스티벌 UK 2022)의 기획, 실행, 정책 형성에 관여하는 정책 입안자, 자금 지원자, 문화 종사자, 연구자들과 지역, 지방 및 국가 문화 분야의 리더들이 한자리에 모여 목적, 관행, 평가 방법 및 (관습에 대한) 창의적 도전에 대한 논의를 펼쳤다. 이 특별한 행사는 현재와 미래의 문화도시를 계획하는 사람들에게 아주 훌륭한 배움의 장이었다.

코벤트리 문화 정책 및 평가 서밋은 코벤트리의 문화도시 개막 직후에 열려 코로나19 팬데믹이 시작된 이후 영국에서 처음 열리는 이 주요 문화 메가 이벤트가 영국의 문화 예술 분야의 회복에 어떤 역할을 할 것인지 그리고 문화가 영국 지역의 문화적, 사회적, 경제적 재생을 어떻게 이끌 수 있는지 경험 많은 전문가들과 함께 살펴보았다.

이 서밋에서는 학계, 예술가, 커뮤니티 간의 선구적인 연구 작업과 2022년 커먼웰스 게임과 페스티벌 UK 22의 평가를 형성하고 영향을 미칠 것으로 예상되는 혁신적인 모니터링 및 평가 전략에 대한 발표가 있었고, 이는 당시 문화도시 행사를 치르고 있었던 코벤트리 영국 문화도시의 모니터링 및 평가에도 참고할 수 있었다.

코벤트리 문화도시 트러스트의 최고 경영자 마틴 서덜랜드(Martin Sutherland)는 코벤트리 문화 정책 및 평가 서밋이 예술과 문화 정책의 나아갈 방향을 검토하고, 코벤트리 문화도시의 유산을 최대한 활용할 수 있는 방법을 모색하는 데 도움이 되는 행사였다고 밝혔다.

연사로는 줄리아 골드스워디(Julia Goldsworthy) 세계문화미디어협회 전략 이사, 캐리 쿡(Carrie Cooke) 문화미디어스포츠부 부국장, 로라 다이어(Laura Dyer) 잉글랜드 예술위원회 부국장, 크리스토퍼 스미스(Christopher Smith) 예술 및 인문학 연구위원회 집행위원장, 마틴 리브스(Martin Reeves) 코벤트리 시의회 최고 경영자 등이 참여했다.

서밋의 전체 동영상은 아래에서 확인할 수 있다.

Coventry Cultural Policy and Evaluation Summit (Day 1)

Coventry Cultural Policy and Evaluation Summit (Day 2)

2. 영국 문화도시의 선정 과정

입찰 과정의 주안점

영국 문화도시의 선정 과정은 문화도시의 해와 그 이후에 무엇을 성취할지에 대한 열정과 특색 있는 비전을 가진 지역을 선정하여 지정하는 과정으로 입찰 지역은 해당 비전을 현실로 바꿀 수 있는 신뢰성 있는 현실적인 계획을 가지고 있어야 한다.

DCMS는 영국 문화도시 2025를 선정하기 위한 경쟁 입찰 과정에서 EOI(Expression of Interest)를 도입했다. EOI 단계는 전체 신청서를 제출하기 전보다 가벼운 단계로, 영국 문화도시 입찰에 관심이 있는 도시나 지역은 EOI 단계에서 입찰의 핵심 기준을 충족하고 프로그램의 목표와 목적에 부합할 수 있는 잠재력이 있음을 보여주어야 한다. 도시들은 EOI의 제출을 통해 고유한 문화유산, 지역사회 참여, 변화를 위한 비전을 보여주며 전체 입찰 신청서를 위한 토대를 마련할 수 있다. 영국 문화 도시에 선정되기를 희망하는 영국 전역의 지역에서 제출된 EOI 신청서는 EOI 지원 지침에 발표된 평가 기준에 따라 심사위원단에 의해 평가된다. 그리고 심사위원단은 DCMS 장관에게 정식 후보지(롱리스트)를 추천한다.

정식 후보지 명단에 오른 지역은 2단계로 나아가며, 전체 신청서를 발전시키기 위한 40,000파운드의 보조금을 지급받는다. 정식 후보지는 이제 EOI에 나온 질문보다 더 심화된 내용의 전체 신청서를 제출해야 한다. 이 단계에서는 상세하고 신뢰성 있는 실행 및 자금 계획뿐만 아니라 사회, 문화 및 경제적 영향과 관련된 데이터가 요구된다. 특히 모든 재정에 관한 프로젝트의 계획은 구체적이어야 한다. 정식 후보지에게는 4개월 동안 전체 신청서를 작성할 수 있는 시간이 주어진다. 이 4개월 동안 강력한 경제 분석, 신뢰성 있는 실행 계획, 거버넌스 계획을 개발하고, 자본/재정 프로젝트를 계획해야 하며, 여기에 도움이 되는 연구 및 개발, 자문 회의, 데이터 수집, 상업적 전문 지식 수집을 위해 보조금을 사용할 수 있다.

심사위원단은 EOI 평가 시와 같이 핵심 기준을 가지고 정식 후보지의 전체 신청서를 평가한 후에 최대 네 곳이 최종 후보지(숏리스트)를

선정한다. 그리고 심사위원단이 최종 후보지들을 방문하고, 최종 후보지는 지역의 비전과 계획에 대해 발표를 준비해야 하고, 이에 대한 상세한 질의응답 시간을 갖는다. 그 후 심사위원단은 영국 문화도시 2025 최종 선정지에 대한 추천서를 DCMS의 각료들에게 제출하고, DCMS의 장관이 최종 결정을 내린다.

이렇게 입찰 과정에는 전문가를 고용하고 매력적인 제안서를 작성하는 등 상당한 투자가 필요하다. 하지만 입찰에 성공했다고 해서 자동적으로 자금 지원이 되는 것이 아니기 때문이다. 도시들은 1년간의 야심찬 프로그램을 진행하기 위해 추가 자금을 확보해야 하는데, 이는 상당한 큰 도전이 될 수 있습니다.

최종 선정지는 DCMS와 파트너십에 관한 양해각서를 체결하고, 선정지는 영국 내의 주요 문화행사의 개최지가 된다. 또한 터너 프라이즈와 같은 권위 있는 행사를 주최할 수 있는 기회도 주어진다. DCMS는 최종 선정지의 성공과 영향력을 극대화하기 위해 조언, 지원, 소집 권한을 제공하며, 여기에는 영국 예술위원회, BBC, 영국 영화위원회, 영국 관광청과 같은 여러 기관들과의 연결도 포함된다.

영국 문화도시와 같은 정부 주도의 프로그램은 그에 따르는 명성과 경제적 효과를 창출할 수 있는 역량을 줄 수 있지만, 2025년 문화도시의 최종 후보 선정에 앞서 많은 도시가 입찰을 철회하는 모습은 지역 사회의 요구를 충족시키면서 이를 실현하는 것이 쉽지 않은 일이라는 것을 보여준다.

또한 프로그램의 마감 기한과 경쟁적인 입찰의 특성은 문화도시 입찰을 준비하는 과정에서 입찰 팀의 지역사회와 함께하려는 의지가 있다 하더라도 의미 있는 공동의 창출을 가로막을 수 있다. 입찰 과정에 참여하는 인력이 이 기간 동안 컨설턴트 프리랜서 또는 파견직으로 입찰을 주된 업무로 수행하는 경우, 이들이 지역 사회와 충분히 연계하고 지역 사회의 목소리를 들을 수 있는 기회가 제한적이기 때문이다. 이처럼 정부 주도의 기준을 특정 장소에 적합한 입찰로 전환하는 것은 데에는 어려움이 따를 수 있다.

정책 의제에 의해 주도되는 하향식 장소 기반 전략은 지역사회의 협의와 공동의 논의 및 공감이 부족이 부족한 경우, 지역 주민들은

장소 개발에서 배제되었다고 느낄 수 있다. 특히 지역 사회의 일부, 특히 소외된 집단을 배제시키는 결과를 낳기도 한다. 그리고 너무나 명시적인 하향식 접근 방식을 취할 경우, 문화 주도의 '장소 만들기(Place Making)'는 비슷한 도시를 만들어 내거나 '장소 흉내 내기(Place Faking)'로 보일 수 있다고 지적된다.

하지만 영국 문화도시 입찰에 관여한 일부 담당자는 문화도시 입찰의 경쟁 요소로 인해 전문가가 지역 커뮤니티와 사람들에게 무엇을 해야 하는지 알려주는 방식이 될 수 있지만, 이런 경쟁적 요소가 지역사회를 더욱 열띠게 만들 수 있다고도 말한다.

> *"분명 경쟁이지만 [...] 어떤 면에서는 경쟁이 사람들의 적극적인 개입을 향상시키는 데 도움이 되고 [...] 도시의 사람들을 하나로 모으는 데 도움이 되며, 이것이 바로 우리가 문화도시 입찰 과정에서 발견하고 있는 것이라고 생각합니다."*

또한 경쟁이 아니었다면 주민들이 다른 어느 지역에서 입찰을 하는지, 그 지역에서 갖추지 못한 것은 무엇인지에 대한 질문을 던지지 않았을 것이며, 이를 통해 지역 특성에 대한 고민을 발전시킬 수 없었을 것이라고 강조했다. 실제로 주민들은 낙찰되지 않더라도 '이 과정에서 좋은 점은 도시가 스스로 이야기할 수 있도록 [...] 도와주는 것이기 때문에 2등을 하더라도 이득이 있다'는 의견도 내기도 했다.

입찰의 좋은 점은 그 전 과정을 통해 도시를 알리는 데 도움이 된다는 점이며, 경쟁적 요소 때문에 주요 관광지가 아닌 이 도시들이 장소에 대한 내러티브를 만들기 시작한다는 점이다. 서로를 비교하면서도 경쟁의 성격상 자신의 도시와 지역만의 특색을 내세워 입찰에 임하기 때문에 전체적으로 지역 주민의 의견이 반영된다고 생각할 수 있다. 그 입찰 내용은 다른 도시에 넣으면 작동하는 것이 아니라 계획이 구축된 곳을 기반으로 하는 것이기 때문에 이 과정은 장소를 만드는 요소에 대해 다시 생각해 보고, 해당 도시를 다른 도시와 비교하여 그 도시의 특성을 이해하는 기회로 이어질 수 있다.

경쟁 요소는 도시의 동질화로 이어지기보다는 다른 입찰 도시와 비교하여 무엇이 그들을 독특하게 만드는지 생각하도록 자극하여 장소의 차별성에 대한 생각을 하도록 만든다는 것이다. 따라서 입찰

팀들은 입찰의 어려움을 인정하지만 경쟁은 투자할 만한 가치가 있다는 인식을 갖고 있다.

영국 문화도시 프로그램이 장소를 기반으로 하는 하향식 전략 주도 방식을 취하고 있지만 경쟁이라는 요소가 추가되면서 각 도시가 자신의 도시를 독특하고 수상할 만한 가치가 있는 곳으로 만들도록 '강제'되기 때문에 상향식 접근 방식도 함께 공존할 수 있다는 것은 긍정적이다. 이를 위해서는 입찰 팀, 정부, 문화계, 대중 간의 신중한 계획과 협의, 협력이 필요하며, 또한 각 지역의 변화하는 상황과 기회에 대응할 수 있는 유연하고 적응력 있는 접근 방식이 필요하다.

지역 예술 파트너와 외부 예술 파트너를 위촉할 때 적절한 균형을 맞추는 데 주의를 기울여야 한다. 문화도시는 수준 높고 매력적인 프로그램(수준 높은 국내외 예술가 섭외에 의존할 수 있음)을 제공하는 것과 프로그램이 종료된 후 지역 문화 파트너가 더욱 향상된 연간 예술 및 문화 제공을 지속할 수 있도록 보장하는 것 사이에서 균형을 유지해야 한다. '참여' 또는 '파트너십'이라는 수사를 넘어, 더 많은 이해관계자들이 의사결정 과정에 실질적으로 참여하고 영향을 미칠 수 있는 강력하고 명문화된 조직적 경로가 필요하다.

또한 도시 차원의 전략적 의사 결정에 소규모 문화 단체, 덜 설립되고 경험이 부족한 문화 부문 이해관계자를 참여시키기 위한 노력을 강화할 필요가 있다. 이러한 소규모 문화 단체와 신진 인재, 젊은 문화 관리자, 시민 또는 커뮤니티 주도 이니셔티브를 위한 맞춤형 자금 흐름을 개발하는 것도 중요하다.

3. 헐 영국 문화도시 2017

영감을 주는 헐 문화도시의 비전

헐(킹스톤 어폰 헐)은 2013년 11월에 '영국 문화도시 2017'(이하 헐 문화도시)로 선정되었다. 그리고 2016년 말까지 준비 과정을 거쳐 2017년 '메이드 인 헐'이라는 대규모 프로젝션 이벤트로 문화도시의 시작을 알렸다. 헐은 이전까지 영국에서 가장 낙후한 도시 중 하나로 알려져 있었으며, '상처 입은 도시', '크랩 타운'이라는 별명을 가지고 있었다. 크랩 타운이라는 별명은 2003년 발간된 가이드북 '크랩 타운'에서 헐이 영국에서 살기 최악의 50개 도시 중 1위를 차지했다는 사실에 근거하고 있다. 이 가이드북에서 헐은 삶의 질이 낮고 교육 수준이 낮으며 비만, 미성년자 임신, 알코올 중독 등 사회적 소외를 나타내는 지표가 많은 도시로 묘사된다.

또한 헐은 제2차 세계대전 당시 독일의 폭격으로 인해 런던 다음으로 피해가 컸던 도시였다. 그리고 1970년대 대구 어업 전쟁으로 인해 지역의 어업이 크게 위축되면서 쇠퇴기를 걸었다. 산업 쇠퇴로 인한 높은 실업률, 빈곤율, 사회적 박탈감 등으로 인해 헐은 다른 영국 중소도시에 비해 경제와 노동 시장이 상대적으로 취약한 도시가 되었다.

경제적 어려움에 직면할 헐에서 영국 문화도시 지위로 인한 경제적 향상은 큰 관심사였다. 도시 관계자들은 영국 문화도시를 통해 방문객과 문화 예술 분야의 경제에 긍정적인 영향을 미칠 뿐 만 아니라 헐의 더 넓은 도시 경제에 활력을 불어넣고자 하는 목표를 세웠다.

자금의 모금과 투자

앞서 언급되었듯 문화도시로 선정되는 것이 영국 정부의 지원금(상금)을 보장하지 않는다. 최종 선정지는 이미 존재하는 여러 기금과 연계할 수 있으며, 자금 모금 계획이 있어야 한다. 지역의 기금, 스폰서십, 파트너십, 티켓 판매 등 다각도의 자금 조달 계획을 세워야 한다. 영국에는 이미 '레벨링업 펀드(Levelling Up Fund)', 'UK 커뮤니티 리뉴얼 펀드(UK Community Renewal Fund)' 또는 잉글랜드 지역을 지원하는 '타운즈 펀드(Towns Fund)', '문화발전 펀드(Cultural Development Fund)', '스코틀랜드를 위한 문화 전략(A Culture Strategy for Scotland)',

'정부와 복지를 위한 웨일스 정부 프로그램(Welsh Government Programme)' 등과 같이 장소 기반 재생 사업을 위한 기금들이 있다. 문화도시는 주요 공적 자금 지원 기관 및 공공 기관과의 전략적 파트너십을 통해 문화도시의 재정을 꾸려야 한다.

문화도시 지위는 잠재적인 투자처와 파트너로부터 더 많은 관심과 주목을 받도록 해준다. 헐은 2013년에 1,800만 파운드의 기금 목표를 세웠지만, 22명의 입찰 엔젤(bid angel)과 헐 시의회의 지원 덕분에 2016년까지 3,200만 파운드를 확보할 수 있었습니다. 이 중 2,210만 파운드는 공공 및 복권 기금으로부터 나왔다.

영국 문화도시 지위는 도시의 위상과 명성을 높이고 부동산 개발업체와 기존 도시 기업 및 신규 내부 투자자로부터 투자를 유치하는데 도움을 줄 수 있다. 헐에 대한 내부 투자 데이터에서 확인된 바로는 2013년부터 2019년까지 헐에 6억 7,600만 파운드의 신규 공공 및 민간 투자가 이루어졌으며, 특히 민간 부문 기금 2억 2,400만 파운드 중 일부는 부분적으로 영국 문화 도시에 기인한 것으로 볼 수 있다. 특히 2017년에 투자한 기업의 64%는 영국 문화도시로 인해 투자 가치가 더 높았다고 답했다.

프로그램 구성

1년에 걸친 일련의 문화 행사를 프로그램화할 때 적절한 리듬과 균형을 맞추는 것은 때때로 어려운 일이 될 수 있다. 헐 문화도시는 2017년 1월 1일부터 12월 31일까지 1년간의 프로그램을 네 개의 시즌으로 기획해 선보이기로 하고 각 시즌마다 헐의 독특한 모습과 세계 속에서의 헐의 위치를 보여 주었다.

프로그램을 네 개의 시즌으로 나누기로 결정하면서 몇 가지 장점과 단점이 나타났다. 프로그램을 너무 일찍 발표할 경우에는 경직성, 시사 이슈에 대한 대응력 부족 등의 문제가 나타날 수 있고, 임박하여 발표할 경우 발생할 수 있는 문제들로는 대중 참여 프로그램을 연계하는 것이 어려울 수 있고, 지역 문화 예술 단체의 활동과 계획을 문화도시의 핵심 프로그램과 조정하는 작업을 복잡하게 만들 수 있다.

헐 문화도시의 경우 여행사, 숙박업 등에 종사하는 이해관계자들과 어려움을 겪었다. 문화계와 관광 진흥 기관들은 문화도시 프로그램을

중심으로 한 문화 관광 마케팅을 계획할 수 있는 기간이 더 길었으면 좋겠다는 의견을 제시했다. 특히, 해외 여행사들은 헐 문화도시 프로그램의 특정 요소를 기반으로 투어를 만들 시간이 충분하지 않았기 때문에 이는 해외 방문객을 유치하는 데 도움이 되지 않았다. 헐 문화도시의 경우, 전체 관객의 0.98%만이 해외에서 온 것으로 집계되었다.

일부는 각 시즌의 프로그램을 둘러싼 비밀스러움 때문에 관객(특히 외부인)이 도시와 문화 공연장 방문을 계획하기가 더 어렵다고 생각했다. 그럼에도 불구하고 헐 대학의 문화, 장소 및 정책 연구소에서 진행한 인터뷰 참여자 대다수는 시즌을 효과적인 큐레이터 및 마케팅 도구로 생각했다.

시즌 1: 메이드 인 헐 | MADE IN HULL (1월~3월)

첫 번째 시즌은 헐의 유산과 세계에 대한 역사적 공헌에 초점을 맞춰 내면을 바라보고 기념하는 내용으로 구성되었다. 헐 문화도시는 오프닝 이벤트에서 헐의 정신과 스토리, 그리고 헐이 가진 재능을 분명하게 드러내고자 했다.

헐은 영국에서 가장 큰 항구 중의 하나이며 북유럽으로 연결되는 무역 링크를 가지고 있어 과거에 매우 번성했던 곳이다. 아이디어와 사람들의 교류가 항상 일어나는 곳이었기 때문에 역사적으로 자유롭고 대담한 아이디어가 생겨난 곳이며 급진주의의 중심지이기도 했다. 노예 폐지론자인 윌리엄 윌버포스(William Wilberforce, 1759-1833)와 작가, 철학자, 여성 인권 옹호자인 메리 울스턴크래프트(Mary Wollstonecraft, 1759-1797)가 헐 출신의 대표적인 사상가이다. 또한 영국의 첫 번째 여성 비행사 에이미 존슨(Amy Johnson, 1903–1941)이 탄생한 곳이기도 하다. 이처럼 헐은 세상을 변화시키고 풍요롭게 하는 아이디어가 생겨난 곳이며, 예술, 엔터테인먼트, 스포츠, 산업에 이르기까지 중요한 역사적 인물들을 낳은 곳이라는 것을 보여주어 도시에 대한 선입견에 정면으로 도전하고 도시의 정체성을 기념했다.

헐은 2017년 1월 1일 험버 하구에서 불꽃놀이와 함께 100년이 넘는 헐의 역사를 담은 일련의 야외 멀티미디어 프로젝션 '메이드 인

헐' 프로젝트로 1년간의 문화도시 프로그램의 막을 열었다. 12명의 국내외 예술가들이 만든 빛과 소리, 단어로 만든 약 10분간의 비디오 프로젝션은 항구 도시로서의 역사, 제2차 세계 대전 당시의 공습 등 도시의 100년 역사를 역사적 건물을 배경으로 한눈에 보여주었다. '메이드 인 헐' 개막 행사에는 7일간(1월 1일~7일) 342,000명 이상이 방문했다.

'메이드 인 헐'로 시작된 장소 만들기는 모멘텀은 퀸 빅토리아 광장의 대형 설치 예술로 이어졌다. '룩 업(Look Up) 프로젝트'의 첫 번째 작품으로 예술가 나얀 쿨카르니(Nayan Kulkarni)가 무려 75m에 달하는 대형 설치물 '블레이드'를 고안했다. 쿨카르니가 만든 이 거대한 풍력 발전용 터빈의 블레이드는 단일 주조 작품으로는 당시 세계에서 가장 큰 작품이었다. 유리 섬유, 발사 나무, 수지로 제작된 이 구조물은 바다에서 흔히 볼 수 있는 구조물이지만 퀸 빅토리아 광장을 지나는 사람들에게 시각적, 물리적 장애물이 되어 사람들이 위를 올려다보도록 설치되었다. '룩 업 프로젝트'는 공공장소에 설치된 예술 작품을 통해 도시 주민과 방문객 모두에게 일상적인 공간과 도시를 새로운 시각으로 바라볼 수 있는 기회를 주고자 했다.

시즌 2: 루츠 앤 루츠 I ROOTES AND ROUTES (4월~6월)

두 번째 시즌인 루츠 앤 루츠(4월~6월)에서는 유럽으로 향하는 관문이자 이동의 장소 헐의 뿌리와 이주와 전환의 장소로서 헐의 입지를 집중 조명했다. 지정학적으로 항구 도시 헐은 바다의 조수처럼 항상 유동적이며 외부 문화의 영향을 받기도 했다. 루츠 앤 루츠 시즌에서는 길이 교차하고 여행이 시작되는 곳인 도시 헐을 끊임없이 변화하는 세계 속에서 조명하고자 했다.

헐의 국제 네트워크와 새로운 파트너십을 통해 협업이 이루어졌다. 아이슬란드의 수도 레이캬비크에 거주하는 작곡가이자 가수인 존 그랜트(John Grant)는 스칸디나비아와 아이슬란드의 음악가들을 헐에 초청하여 4일간의 라이브 음악 및 예술 축제인 북대서양 플럭스(Nothern Atlantic Flux)를 기획하고 진행하였다. '스모키 베이의 소리(Sounds from Smoky Bay)'라는 부제가 붙은 존 그랜트의 실험적인 페스티벌은 4일 동안 6개 공연장에서 47개 팀이 문화도시 헐과 북유럽의 연계를 기념하고, 이 지역의 다양성과 창의성을 보여주었다.

이 행사는 이주가 항구 도시에 미치는 영향과 그곳에서 문화가 섞이면서 예술이 어떻게 성장하는지, 그리고 무엇보다도 전쟁 중이던 도시가 어떻게 음악을 통해 과거를 잊고 새로운 관계를 형성할 수 있는지에 대한 이야기를 들려주었다.

군중의 누드를 담은 야심찬 설치 작품으로 유명한 미국 사진작가 스펜서 튜닉(Spencer Tunick)은 도시와 바다의 관계를 기념하는 작품 '헐의 바다(Sea of Hull)'를 요크셔 동부 주민 3,200명의 도움으로 제작하였다. 3,200명의 사람들이 헐 도심에 모여 옷을 전부 벗고 파란색 페인트를 칠한 후, 헐의 해양 역사를 반영하는 장소에서 포즈를 취했다. 튜닉은 헐이 2005년 게이츠헤드와 2010년 샐포드를 제치고 영국에서 가장 많은 자원봉사자가 참여한 촬영지 중 하나라고 말했다. 큰 사람, 작은 사람, 모든 피부색, 모든 계층의 사람들이 일부는 걷고, 일부는 목발에 의지하고, 일부는 휠체어를 탄 채로 모여들었다. 이 프로젝트를 위해 자정부터 오전 10시까지 도심의 도로가 폐쇄되었고, 자원봉사자들은 새벽 3시에 도심의 집결지에 도착해 옷을 벗고 서로의 페인팅을 도왔다. 그런 다음 3시간 동안 사진 촬영이 진행되었다. 이 작품은 헐의 페렌스 아트 갤러리에서 SKIN이라는 전시회의 일환으로 의뢰했으며, 전시에는 갤러리에서 구매한 튜닉의 사진 3점과 함께 루시안 프로이트, 조각가 론 뮤크, 에두아르 마네의 주요 작품 등도 전시했다.

또한 유럽에서 가장 큰 무료 음악 이벤트인 BBC 라디오 1의 '빅 위켄드'는 이스트 라이딩의 버튼 컨스터블 홀에서 이틀간 야외 콘서트를 열었고 세계적인 슈퍼스타들이 무대에 올랐다.

시즌 3: 프리덤 | FREEDOM (7월~9월)

여름 시즌은 헐의 반항적인 행보와 관습에 얽매이지 않는 사상의 자유를 기념하는 축제와 행사로 가득했다. 세 번째 시즌에서는 노예제 폐지를 위한 윌리엄 윌버포스의 캠페인의 유산을 바탕으로 노예 해방 운동에서 헐이 수행한 중추적인 역할을 조명하고, 창작과 토론, 공유와 향유, 성찰과 재상상을 위한 플랫폼으로서 자유에 대한 보다 광범위한 해석을 살펴보았다. 또한 2008년부터 시작된 연례 예술 축제인 프리덤 페스티벌을 비롯한 헐과 이스트 라이딩의 기존 여름 축제가 진행되었다.

프리덤 페스티벌은 1807년 노예 무역을 폐지한 윌리엄 윌버포스의 국회법(Slave Trade Act 1807) 제정 200주년을 기념하여 시작되어 2017년에 10주년을 맞았다. 프리덤 페스티벌에는 29%의 새로운 관객이 찾았으며 총 14만 4천 명 이상의 사람들이 참여하면서 '메이드 인 헐'과 더불어 한 해 동안 가장 많은 사람들이 참가한 행사 중 하나로 집계되었다.

'프라이드 인 헐(Pride in Hull)'은 동성애가 비범죄가 된 지 50주년인 LGBT50을 4만 4천 명의 참가자 및 지지자들과 함께 기념했다. '프라이드 인 헐'은 LGBT+ 커뮤니티를 기념했을 뿐만 아니라 영국 문화도시로서 헐이 주목할 만한 해를 보내는 동안 정체성, 소속감, 시민적 자부심의 복잡한 상호작용을 반영한 행사였다.

그 외 BBC 프롬과 로열 발레처럼 영국을 대표하는 주요 예술 행사가 헐의 주민들과 만났다. BBC 프롬 매년 런던에서 열리는 클래식 음악 페스티벌이지만, 2017년 7월 영국 문화도시의 해를 기념하기 위해 헐 마리나의 새로운 야외 원형극장에서 세 차례의 콘서트를 개최했는데, 행사의 하이라이트는 2017년에 탄생 300주년을 맞이한 헨델의 수상 음악 공연이었다. 로열 발레 갈라쇼는 9월 새롭게 단장한 헐 뉴 시어터에서 화려하게 열렸다. 이 행사에는 헐 출신인 무용수들을 포함한 세계 최고의 발레 무용수들이 출연했다.

시즌 4: 텔 더 월드 | TELL THE WORLD (10월~12월)

텔 더 월드(10월~12월)는 문화도시의 마지막 시즌으로 앞서 계획했던 문화도시의 유산과 목표를 다시 상기하고 앞으로의 미래에 대해 생각하는 행사로 꾸며졌다. 헐이 자신의 목소리와 자신감을 찾고 어떻게 재탄생하는지 보여주고 도시를 재정의하고자 하였다. 또한 텔 더 월드는 현대 예술을 기념하는 것을 목표로 했다. 기술을 활용해 기존에 들어보지 못한 도시의 이야기를 새로운 방식으로 전달하고, 테이트 미술관의 국제 현대미술상인 터너 프라이즈의 최종 후보들의 전시를 선보였다.

2011년 설립된 이래 360도 몰입형 경험을 실험해 온 런던 기반의 스튜디오 마시멜로 레이저 피스트(Marshmallow Laser Feast)가 가상 기술과 라이브 관객 경험을 결합하여 혁신적인 키네틱 VR 아트를

선보였다. '거대한 파도(A Colossal Wave)'는 9미터 높이의 탑 꼭대기에서 공을 던진 후 지면에 부딪히면서 거대한 파도가 만들어지는 모습을 가상현실 기술을 이용해 다채로운 색으로 보여주는 작품이다. 공공 설치물에서 관객들은 실제 공이 높은 곳에서 던져져 바닥에 부딪혀 거대한 가상의 물결을 만든 후 색이 폭발하는 것을 목격하게 된다. '거대한 파도'는 관객이 모든 감각을 통합하여 최대한 몰입감 있는 경험을 하도록 했다.

또한 인터랙티브 로봇과 관련된 작품도 있었다. 베벌리 게이트, 트리니티 광장 및 헐 미니스터 앞을 포함한 도심 곳곳의 3m 높이의 받침대에 로봇 팔이 설치되었다. 로봇의 팔에는 조명, 거울, 프리즘, 스피커가 장착되어 있어 도시의 건물과 랜드마크에 빛과 그림자를 드리운다. 로봇 팔은 지나가는 사람뿐만 아니라 서로 움직이고 상호 작용을 한다. 헐 문화도시의 총괄 프로듀서인 니시 할리팩스는 '어디로 가야 할까요?(Where do we go from here?)'라는 제목의 이 대형 금속 구조물이 빛과 움직임에 대한 예술 작품으로 헐이 2018년과 그 이후에도 계속 전진하는 모습을 반영한다고 말한다.

1984년 처음 시작된 테이트 미술관의 국제 현대미술상인 터너 프라이즈는 2011년부터 격년으로 런던 외곽에서 개최되고 있다. 2017년에는 헐 문화도시를 기념하여 페렌스 아트 갤러리에서 터너상의 최종 후보인 루바이나 히미드, 허빈 앤더슨, 안드레아 뷔트너, 로잘린드 나샤시비의 작품을 선보였다. 5백만 파운드를 들여 새 단장을 한 페렌스 갤러리에는 문화도시의 해를 맞아 세 배로 증가한 40만 명에 달하는 사람들이 방문했다.

헐 문화도시의 결과

헐 문화도시에서는 1년 동안 벌어진 365일의 프로그램에서 2,800개가 넘는 이벤트와 문화 예술 활동이 일어났고, 통틀어 총 530만 명이 관람한 것으로 추산되었다. 또한 도시 전체에 걸친 자원봉사와 모든 학교의 참여 프로젝트에 이르기까지 문화 참여의 실질적인 증가를 달성하였다. 영국 문화도시의 지위가 없었다면 어떤 도시도 이렇게 단 기간에 집중적인 프로그램을 수행하는 데 필요한 재정 자원과 대중의 지원을 받지 못했을 것이다.

신규 커미션의 경우 헐의 영국 문화도시 입찰 및 사업 계획에서 예상했던 것보다 훨씬 많았다. 총 465건의 신규 커미션이 발생했는데, 이는 목표였던 60건 대비 거의 8배에 달하는 수치이다. 그리고 커미션 2건 중 1건은 역사나 유산에서 영감을 받았다.

다음은 헐 문화도시 프로그램을 통해 달성한 주요 수치이다.

- 총 530만 명의 관객이 방문했으며, 도시의 갤러리와 박물관을 찾은 관객은 140만 명을 넘어섰다.
- '룩업 프로젝트'를 본 관객은 10개의 작품에 걸쳐 684,974명이었다.
- 2016년부터 2017년까지 페렌스 미술관 방문객은 309%(2015~2016년 휴관으로 인해 2014년 기준 비교), 2016~2017 년 해양 박물관은 393%, 같은 기간 헐 대학교의 브린 모어 존스 도서관 미술관은 785%의 증가율을 기록했다.
- 2017년에 문을 연 험버 스트리트 갤러리는 11개의 전시회, 6개의 이벤트, 6개의 새로운 커미션을 포함한 3개의 팝업 야외 전시회를 개최하여 2017년에 121,357명이 방문했다.
- 헐의 문화 활동 티켓 판매량이 2015년 대비 13.6% 증가했고, 2017년에는 티켓 구매자의 60%가 신규 예약자였다.
- 시민 10 명 중 9명 이상이 적어도 한 가지 이상의 문화 활동에 참여했다.

다음은 헐의 방문객과 관광 경제에 관련한 주요 수치이다.

- 헐의 방문객 수는 2013년 헐이 영국 문화도시로 선정되었을 때부터 꾸준히 증가하였다. 2017년 헐을 방문한 관광객 수는 2015년 대비 22%, 2016년 대비 9.7% 증가했다. (560만 명에서 620만 명으로 증가). 이후 2018년에도 방문자 수가 1% 미만으로 소폭 증가하였는데 이는 2016년과 2017년 사이 전국 방문자 수가 평균 3% 감소한 것으로 나타난 가운데 달성한 성과이다.
- 숙박 여행은 2016년부터 2017년까지 15.4%로 크게 증가했으며, 2017년과 2018년 사이에는 약 2% 감소했다.
- 2012년부터 2017년까지 방문자 경제 분야의 일자리는 전년 대비

27% 이상 증가했다. (5,297명에서 6,735명으로 증가). 이러한 성장에서 약 10% 미만이 2016년부터 2017년까지 1년 만에 달성되었다. 2018년에도 관광업 고용이 크게 위축되지 않았다(6,726개).

- 일일 방문객 지출액도 2012년과 2017년 사이에 꾸준히 증가하여 2012년에는 1억 2,540만 파운드에서 2017년에는 1억 7,810만 파운드로 42% 증가했다. 다시 한번 2016~2017년에 가장 큰 폭인 12.4%가 성장했다. 일일 방문자 지출은 2018년에도 1%가 조금 넘는 증가세를 이어갔다.

다음은 고용 관련 수치이다.

- 문화 부문을 포함한 광범위한 창조 산업(PR, 광고, 건축, 디자인, 방송, 출판 등) 부문의 고용은 2015년 1,850개에서 2017년 2,135개(15.4% 증가)로 꾸준히 증가했다. 2016년부터 2017년까지 이 부문의 고용은 5.4% 증가했다.
- 헐 문화도시의 직접, 공급망 및 유도 지출의 결과로 250명 이상의 고용 창출과 총 1,100만 파운드의 지역 경제 부양 효과가 발생했다.

헐 문화도시가 가져온 효과와 영향력

헐 대학 문화, 장소 및 정책 연구소(CPPI, Culture, Place and Policy Institute)의 보고서에 따르면 헐 2017 문화 프로그램의 가장 크고 인기 있는 이벤트와 활동 중 상당수는 도시의 역사적 측면을 기반으로 한 것이었다. 설문조사에서 헐 방문객의 최대 71%(헐 주민의 66%, 인근 이스트 라이딩 주민의 74%)가 예술 및 문화 행사 참석을 통해 헐의 역사와 유산에 대한 지식을 증가했다고 응답했고, 관객의 93%는 헐의 역사와 유산을 소개하는 데 예술을 기반으로 한 접근 방식을 사용함으로써 경험이 더 흥미로워졌다는 데 동의했다. 95%는 더 쉽게 이해할 수 있었다고 답했다. 헐의 모든 어린이와 청소년의 37%는 헐 영국 문화 도시가 자신들에게 도움이 되었거나 앞으로 더 많은 창의적 및/또는 유산 활동에 참여하고 싶다는 생각을 하게 되었다고 답했다.

이로써 문화유산과 역사에 대한 학습이 문화도시 예술 및 문화 프로그램에 매우 성공적으로 통합될 수 있다는 것이 증명되었다.

이러한 행사는 주민과 방문객 모두에게 도시의 역사와 유산에 대한 지식과 이해를 높이는 데 도움이 되었으며, 예술가들에게는 혁신적인 프로젝트를 위한 영감의 원천을 제공했다.

2017년을 기점으로 여러 매체에서 영국에서 가장 살기 힘든 도시로 꼽혔던 헐을 가장 살기 좋은 도시 중 하나로 선정하는 놀라운 일이 발생했다. 여행 가이드 러프 가이드(Rough Guides)에서는 문화도시 시작 직전인 2016년에 헐을 세계에서 방문하기 가장 좋은 도시 8위로 선정하면서 헐의 독특한 자생적 창의성을 주요 요인으로 꼽았고, 2018년에는 영국의 가장 큰 부동산 플랫폼인 라잇무브(Rightmove)에서 헐을 영국에서 가장 살기 행복한 도시로 선정했다.

헐 영국 문화도시는 대내외적으로 도시에 대한 인식과 태도를 변화시켰다. 헐은 최근 수십 년 동안 부정적인 평판으로 어려움을 겪어온 도시이며 영국 시민들 사이에서 잊혀진 도시였다. 헐의 문화도시 유치 과정에서의 핵심 목표는 문화 행사를 활용하여 지역의 자부심을 고취하는 동시에 도시에 대한 새로운 내러티브를 개발하고 외부의 긍정적인 인식을 촉진한다는 것이었다.

헐 문화도시의 지속적인 영향에 대해서는 엇갈린 의견이 혼재한다. 정성적인 연구 결과, 문화도시가 막을 내린 후 도시에 대한 자부심과 지속적인 긍정적인 생각에 변함이 없는 주민들이 있는 한편 일부 지역 주민들은 당시에는 영향을 미쳤지만 지속적인 효과를 남기지 못했다고 생각하기도 한다. 1년의 문화도시 프로그램이 헐을 완전히 변화시키지는 못했지만, 도시에 대한 인식이 크게 바뀐 것은 사실이다. 특히 헐의 영국 시민들의 감성은 비웃음거리에서 '멋지다(Cool)'는 인식으로 바뀌었다.

또한 주목할 만한 점으로 2017년 BBC가 처음으로 TV 날씨 지도에 헐을 포함하기로 한 결정을 들 수 있다. BBC는 문화도시의 이벤트와 명소를 홍보하기 위한 계기로 2017년 1월부터 BBC의 일기 예보 방송 지도에 헐을 영구적으로 포함하였다. 시청자들이 2017년부터 매일매일 방송되는 기상 예보에서 헐을 본다는 것은 헐이 더 이상 '음지'의 도시가 아니라는 상징성 있는 성과가 되었다.

고립되고 외딴 도시라는 이미지의 헐은 BBC와의 전략적인 파트너십으로 인해 광범위한 보도 혜택을 받았다. 또한 전국 시와 구어 페스티벌인 '컨테인즈 스트롱 랭귀지(Contains Strong Language)를 함께 조직하고, 추가 프로그램 및 대중 참여 프로젝트를 조직했다. 이처럼 도시의 외부 내러티브를 변화시키는 데 있어 미디어의 역할이 핵심적이었고, 긍정적인 언론 보도와 재조명으로 인해 헐은 '음지'에서 벗어나 도시의 예술, 문화, 유산에 대한 인지도를 높이고 헐에 대한 외부의 관점과 태도를 개선할 수 있었다. 이는 이전 유럽 문화수도에 선정된 도시들에서도 비슷하게 관찰되었다.

문화 예술계에서도 문화 공간의 개선과 대규모 투어 웨스트엔드 공연의 투어가 도시에서 개최되는 등 지속적인 혜택이 목격되었다. 또한 문화도시 선정 이후 외부 예술 단체들이 헐과 협력하고 싶어 하는 동기를 부여받았다는 점도 주목할 만하다. 헐 트럭 극장(Hull Truck Theatre)은 이런 파트너십을 발전시켜 스트랫퍼드의 로열 셰익스피어 컴퍼니(Royal Shakespeare Company)에서 공연을 무대에 올릴 수 있었다. 헐 트럭 극장의 얀씨 밀스-워드(Janthi Mills-Ward)는 2017년에 협업했던 많은 극장과 여전히 협력하고 있으며, 요하네스버그의 한 극장과는 여전히 긴밀한 관계를 유지하고 있는데 문화도시가 없었다면 불가능했을 것이라 말한다. 문화도시가 오랫동안 지속될 협업의 기회를 제공한 것이다.

헐 문화도시의 한계

2017년과 2018년 주민 설문조사에 따르면 헐 주민들의 개인적 웰빙은 2017년 문화도시 첫 번째 시즌이 끝날 무렵 최고조에 달했지만, '삶의 만족도', '삶의 가치', '행복감', '불안감' 등 개인 행복지수는 2017년 말에 악화되었고, 2018 년에는 더 하락한 것으로 나타났다.

예를 들어, 삶의 만족도가 '높음' 또는 '매우 높음'이라고 답한 주민의 수는 2015년과 2017년 문화도시의 첫 번째 종료 시점 사이에 7% 증가했으나, 이후 다시 10%가 하락했다. 문화도시의 첫 번째 시즌에서 목격된 웰빙의 향상은 문화도시와 같은 이벤트가 단기적으로 무엇을 이끌어 낼 수 있는지 보여준다. 하지만 이어진 개인 행복지수의 하락은 문화가 주도하는 재생 프로젝트가 시민들의

웰빙 분야에서 달성할 수 있는 지속성의 한계를 보여주기도 한다. 문화도시의 보다 장기적인 접근이 필요한 부분이다.

또한 영국 문화도시가 방문객 경제에 영향을 미친 것은 분명하지만, 그것만으로 헐이 '세계적 수준의 방문객 목적지'가 되겠다는 2013~2023년 도시 계획의 목표를 달성할 만큼 장기적으로 충분한 증가를 이끌어냈다고 볼 만한 증거는 제한적인 것으로 나타났다. 2017년에 증가세를 보였고 2018년에도 대부분 유지되었음에도 불구하고 헐은 여전히 국제 방문객의 목적지로는 상대적으로 낮은 순위에 머물러 있었다. 비지트 브리튼(VisitBritain, 2018)은 2010년부터 2017 년까지 외국인 관광객의 방문 데이터를 분석하여 100개 이상의 영국 도시와 마을 순위를 발표했는데 2017년에 헐은 84위를 차지했으며, 이는 영국 북부에 있는 도시들 중 76위의 브래드포드, 72위의 셰필드, 57위의 요크, 23위의 리즈, 22위의 같은 요크셔 지역의 다른 도시보다 낮은 순위였다.

헐과 이스트라이딩 지역의 거의 모든 사람들이 한 해 동안 적어도 한 번 이상의 이벤트, 전시, 설치 또는 문화 활동에 참여했지만 해외 방문객의 수는 전체 방문객의 1% 미만으로 매우 적은 비율에 머물렀다. 제한된 마케팅 예산으로 주로 영국 내 미디어에 집중해야 했기 때문에 헐 문화도시의 마케팅 전략이 지역 중심이었던 이유도 있지만, 브렉시트 이후 모든 문화도시에서 앞으로 어떻게 국제적인 참여를 유도하고 관계를 발전시킬 수 있을 것인가에 대한 고민이 필요한 지점이다. 외국인 방문객을 유치하기 위한 전략으로 프로그램을 더 일찍 발표하는 것이 헐 여행을 미리 계획하려는 사람들에게 도움이 될 수 있었을 것이라는 의견이 있었다.

헐 문화도시 프로그램에서 도시의 인종적, 문화적 다양성이 충분히 반영되지 않았다는 비판도 있었다. 예를 들어 쿠르드족 커뮤니티에 대한 무시가 지적되기도 했는데 CPPI 보고서에 따르면 프로그램이 일부 그룹, 특히 흑인, 아시아계 및 소수 민족(BAME) 커뮤니티와 35세 미만 성인의 참여를 충분히 이끌어내는 데 실패한 것으로 나타났다. 이러한 포용성 부족의 원인으로는 다양성인 제한된 스태프과 이사회, 대표성이 없는 참여 아티스트, 다양한 관객 커뮤니티에 대한 불충분한 홍보 등이 꼽혔다. 이는 추후 문화도시에 커뮤니티 내 격차 해소와

대화와 협력의 증진이 필요하다는 과제를 남겼다. 이후 헐 시의회는 정부에 경제적 포용성(economic inclusivity)에 대한 계획을 제시했으며, 이를 통해 가장 소외된 지역사회에 더 많은 기회를 제공하고 도시의에서의 삶의 질을 향상할 것을 약속했다.

CPPI 보고서에서는 16~34세의 관객층과 소통하는 것의 어려움이 조사되었으며, 미래의 문화 도시는 이 인구 집단을 위한 구체적인 계획을 수립해야 함을 강조한다. 16~34세 사이의 인구통계학적 그룹에 대한 차이를 인식하고 학교 및 대학과의 연계를 강화하는 방안을 포함하는 등 다양한 관객층의 관심을 이끌어내기 위해서는 세대별로 서로 다른 전략이 필요함을 말한다.

도시 내 대학생들은 여름에는 주로 학교를 떠나기 때문에 학교 기반의 활동을 넘어 대학생들과 청소년들에게 다가갈 수 있는 프로그램을 개발하는 것은 어려운 일일 수 있다. 특히 헐 문화도시에 참여가 저조했던 그룹으로 중고등학교에 해당하는 세컨더리 학교들과 사립 학교들을 들 수 있는데, 학교 내에서 진행할 수 있는 학습 및 참여 프로그램과 문화도시의 주요 프로그램 내에서의 어린이 및 청소년을 위한 활동에 공동 창작 및 참여 프로젝트를 넣어 보다 강력한 연결 고리를 개발해야 한다는 의견이 있었다.

문화도시의 거버넌스

독립적인 실행 사업자인 '헐 영국 문화도시 2017 Ltd(Hull UK City of Culture 2017 Ltd)'를 설립한 운영 모델은 긍정적이고 효과적인 접근 방식으로 평가된다. 유치 과정에서 설계된 이 거버넌스 모델은 자율성을 확보하는 동시에 긍정적이고 협력적인 파트너십이 유지되도록 했다. 헐 시의회와 문화도시 프로젝트의 실행 기관의 관계를 성공적으로 관리하기 위해서는 헐 시의회와 헐 영국 문화 도시 2017 Ltd의 상당한 시간과 인적 자원 투자가 필요했다. 헐 영국 문화 도시 2017 Ltd는 정부, 관료, 정치권, 그리고 다양한 지역 사회 대표들과 협력했다. 헐 문화도시 운영진과 정치인 간의 상호 존중, 얽혀 있는 의사 결정 과정에서의 명확한 소통 채널, 과감한 결정과 문화도시 프로젝트 실행 능력 등이 성공적인 파트너십을 이끌었다. 헐 시의회와 헐 영국 문화도시 2017 Ltd가 긴밀히 협력한 결과, 실행 기관으로서의 독립성과 자율성을 확보할 수 있었다. 따라서 문화도시

프로그램에서 잠재적인 정치적 영향력을 피할 수 있었다.

보통 영국 문화도시 선정 직후부터 문화도시의 개막까지(헐의 경우 2013년 11월부터 2016년 12월까지) 짧은 시간 내에 기금을 마련하고, 문화 및 기금 파트너십을 구축해야 하는 것은 큰 과제이다. 중앙집권적이고 지시적인 모델이 이러한 과제를 해결할 수 있는 유일한 방법으로 대두될 수 있다. 그러나 헐 영국 문화도시 2017, 데리-런던데리 영국 문화도시 2013, 리버풀 유럽 문화도시 2008은 모두 매우 유사한 실행 모델을 개발하여 문화도시 프로젝트를 진행했다.

이러한 모델은 실행과 운영을 담당하고 지역 기관 및 기타 이해관계자를 대표하는 이사회에 보고하는 독립적인 회사를 설립하는 것을 기반으로 한다. 세 사례 모두 시의회는 책임 기관으로의 역할을 했다. 이는 최근 유럽 문화수도가 채택하는 가장 일반적인 실행 모델이기도 하다. 그 근본적인 근거는 관련 분야에 대한 광범위한 전문 지식을 갖춘 전문가들로 팀을 구성된 전담 실행 기관의 효율성이 더 높다는 점이다.

헐 문화도시 2017 Ltd 직원들의 전문성과 그들이 유명 문화 예술 프로그램에 참여했던 경력은 헐 문화도시의 파트너십을 용이하게 만들었다. 많은 문화 파트너들이 헐 영국 문화 도시 2017 Ltd의 숙련된 직원들과 함께 일할 수 있는 기회를 긍정적으로 평가했다. 하지만 이런 문화도시의 외부 전문가 중심의 운영은 지역 문화 부문의 참여 의지를 약화시킬 수도 있다. 특히 지역 내 새로운 조직, 떠오르는 인재, 커뮤니티 주도 이니셔티브가 콘텐츠를 제공하고 문화도시 프로그램에 영향을 미칠 기회를 찾을 수 있는 진입점은 거의 없다. (Grabher, 2019) 규모가 작고 잘 알려지지 않은 개인 예술가 및 문화 단체의 경우 더욱 그러하다.

대규모 국가 기금 및 주요 문화 예술 단체와 빠르게 관계를 구축해야 하고, 도시 브랜딩에 집중하다 보면 지역의 파트너십 개발 및 역량 강화에 투자할 수 있는 시간이 줄어들 수 있다. 국가 기관과의 파트너십은 성공의 열쇠이며 홍보 및 기금 모금이 성공의 척도로 여겨지기 때문에 이로 인해 지역 문화 파트너십의 중요성이 덜 부각될 수 있기 때문에 문화 도시는 이 둘 사이에서 균형을 이루는 것이 중요하다.

문화 도시가 일부 예술가와 문화 단체에게는 긍정적인 경쟁을 통한 역량 강화의 기회를 주기도 하지만 다른 예술가와 문화 단체를 배제하는 결과를 낳기도 한다. 헐의 뉴 아델피 클럽 공연장의 매니저 폴 사렐은 문화도시에 많은 투자가 이루어졌지만 헐을 기반으로 하는 지역 음악계의 많은 음악인들은 문화도시의 투자 혜택을 받지 못했다고 느낀다고 말했다. 또 다른 예로 헐 문화도시에서는 25개나 되는 지역의 문화 단체가 같은 자원을 놓고 경쟁을 하게 된 경우도 있었다. 당연히 모든 단체가 지원을 받을 수 있는 것은 아니기에 이런 경우 포용에 대한 기쁨과 배제에 대한 실망감이 공존할 수밖에 없다.

헐 문화도시의 경우, 주요 프로그램이 외부에서 도입되어 문화도시 프로그램 내에서 헐의 문화 부분에 대한 역량 강화에 제한적이라는 시선과 소규모의 단체를 포함해 도시의 다양한 문화 단체들이 한데 모이면서 새로운 관객층이 개발되었고, 이는 헐의 독립 예술 부분의 미래를 위한 긍정적인 출발이라는 시선이 공존했다.

지역 예술가 및 문화 단체가 전문성과 자신감을 강화할 수 있는 기회를 지속적으로 제공하여 해당 예술가나 단체가 이후에 더 많은 국가 자금을 유치하고 더 많은 협업 기회를 얻어 도시의 문화 예술 분야 발전에 기여하도록 하는 것이 필요하다.

4. 영국 문화도시의 기금 개발

2013년 첫 번째 영국 문화도시였던 데리-런던데리는 제한된 공공 부문 자금과 민간 부문 후원으로 기금 모금에 여려움을 겪은 것으로 알려져 있다. 반면, 2017년 헐 영국 문화도시의 실행 기관인 헐 영국 문화도시 Ltd는 당초 모금 목표액의 두 배가 넘는 3,280만 파운드를 모금하여 매우 성공적인 기금 모금 전략을 펼친 것으로 평가된다.

헐의 문화도시 입찰 당시 초기 모금 목표액은 현금과 현물을 포함하여 1,500만 파운드였다. 하지만 문화도시 전략 사업 계획(2015년)에서 1,800만 파운드로 상향 조정되었다. 이를 달성하기 위해 주요 파트너십을 구축하고 새로운 자금 후원자를 발굴하여 여러 잠재적 수입을 추가했다. 여기에는 주요 공적 자금 지원 및 공공 부문 기관, 복권 기금 제공자, 기업 파트너, 신탁, 재단이 포함되었다. 최종적으로 발표된 기금 총액 3,280만 파운드는 파트너와의 성공적인 관계 구축과 협력의 결과였다. 총 기금의 69%는 공공 부문과 복권에서, 18.5%는 기업 기금에서, 12.5%는 신탁 및 재단에서 조달되었다.

문화도시는 비전과 목표를 실현하기 위해 파트너와 투자자를 유치해야 하는 책임이 있다. 헐 문화도시의 365일 프로그램을 효과적으로 제공하기 위해서는 주요 공적 자금 지원 기관 및 공공 부문 기관과의 전략적 파트너십이 매우 중요했다. 1,000만 파운드 기금이 잉글랜드 예술위원회, 빅 로터리 펀드, 스피릿 오브 2012, 헤리티지 로터리 펀드, 영국영화협회 등에서 조달되었다.

2017년 말까지 총 80 개의 자금 파트너가 헐 문화도시를 지원하였다. 2017년 말, 자금 파트너를 대상으로 실시한 설문조사에서 전반적인 파트너십 경험을 1~10점 척도로 평가하도록 요청했을 때, 모든 응답에서 파트너십에 대한 경험은 평균 8.2점으로 평가되었다. 이런 긍정적인 판단은 자금 파트너가 헐에 투자함으로써 투자에 대한 수익을 얻은 것으로 판단했기 때문이다. 또한 기업 설문조사 응답자들은 문화도시가 2017년에 신규 사업의 창출, 일자리 창출, 매출 증가, 신규 사업 투자에 영향을 미쳤다고 강조했다.

헐 문화도시를 앞두고 도시 내 문화 장소 및 공간 개발에 대한 상당한 재정적 투자는 공공 영역의 개선과 함께 문화 활동을 위한 인프라 개발로 이어졌다. 헐 대학교의 북쪽부터 프루트 마켓의 남쪽까지 넓은 지역에 걸쳐 예술 전시 및 공연 공간에 대한 이러한 투자는 예술 공연장의 보급을 확대하고 공공 예술 및 팝업 전시를 위한 새로운 공간을 창출하는 데 기여했다.

BID

사업 개선 지구 BID(Business Improvement Districts)는 특정 지역의 경제 및 상업 환경을 개선을 위한 조직이다. BIDs는 1960년 대에 미국과 캐나다에서 시작되어 현재 전 세계 다양한 국가에서 운영 중이다. 영국과 웨일즈에서는 2003년(스코틀랜드의 경우 2006년)에 이 제도가 도입되면서 현재 290개가 넘는 BIDs가 영국 전역에 걸쳐 존재한다. 일반적으로 BID는 해당 지역의 비즈니스에 부과되는 법적인 세금 이외에 추가 부담금을 부과하여 자금을 조달한다. 이 자금은 BID의 운영 자금으로 해당 지역의 다양한 활동에 재투자되어 회원사의 거래 환경을 개선하고 수익을 개선하기 위한 계획에 사용된다. 영국의 BID 법규에 따르면 BID는 최대 5년의 임기 동안 운영될 수 있으며, 회원사를 대상으로 두 번째 임기 진행 여부를 다시 투표해야 한다.

BID는 도시 환경에 대한 결정을 내리고 도시의 예술 및 문화 제공에 일정 부분 기여할 수 있다. BID는 영국 전역의 도시 개발을 위한 정책 및 공급 환경의 중요한 일부가 되었으며, 많은 지역에서 기업이 더 많은 통제권을 갖는 방식으로 거래 환경에 실질적인 변화를 가져올 수 있는 효과적인 제도로 인식하고 있다. 영국과 해외의 사례를 보면 BID에서 청소, 녹화, 미화, 이벤트, 마케팅, 사업 지원 프로그램을 통해 도시의 환경 개선에 기여하거나 자금을 지원하기도 하고, 파트너 또는 매칭 펀더가 되기도 한다. 이런 측면에서 BID는 다양한 방식으로 문화도시와 협력할 수 있다.

BID는 더 많은 방문객을 유치하고 지역 경제를 활성화하기 위해 지역의 문화와 유산을 소개하는 이벤트와 축제를 통해 지역 비즈니스를 홍보할 수 있다. 또한 공원, 거리, 광장 등 지역 내 공공 공간을 개선하여 방문객과 주민에게 더욱 매력적이고 친근한 환경을 조성할 수 있다. 문화도시에서 주최하는 문화 행사에 재정적, 물류적

지원을 제공하여 행사가 잘 조직될 수 있도록 돕고 마케팅 및 브랜딩 전략을 개발할 수 있다. 이를 통해 해당 지역에 대한 인지도 있는 브랜드를 구축하여 더 많은 방문객을 유치한다.

코로나 판데믹 이후 글로벌 경기 침체와 온라인 쇼핑의 증가로 인해 도시와 마을이 어떻게 비즈니스 경제를 활성화할 수 있을지 고민하고 있다. 방문객 수는 감소하고 공실률은 증가는 상황에서 이러한 영향을 받는 회원사를 대신하여 활동하는 BID는 이에 대응하고 지역과 제안을 홍보할 수 있는 방법으로 문화와 예술 활동을 지역 경제에 활력을 불어넣는 도구로 활용하고 있다.

공공 영역을 물리적으로 개선하고, 팝업 스토어를 활용하여 빈 공간에 활기를 불어넣고, 야외 이벤트 같은 예술 및 문화 활동을 이용해 소비자를 유도하는 등 BID는 지역의 비즈니스 요구에 부응하는 조직으로서 각 지역의 요구에 가장 적합한 다양한 활동을 추구한다.

그 예로 2017년 헐 문화도시 준비 당시 헐 BID는 소매업과 식품업에 종사하는 직원의 기술 수준을 높이기 위해 비주얼 머천다이징 및 고객 서비스 등의 분야에 대한 교육을 제공했다. 또한 헐 BID가 야간 길거리 음식 축제를 개발하여 프로그램에 추가하면서 도심의 야간 경제가 그 혜택을 톡톡히 누렸다.

5. 지속 가능성: 헐 문화도시가 남긴 유산

영국 문화도시가 지역 주민들에게 미치는 장기적인 영향과 측정 방식에 대해서는 뚜렷이 정립된 바가 없지만, 헐 문화도시는 1년간의 예술, 문화, 그리고 지역 유산을 기념하는 프로그램이 한 도시에 미칠 수 있는 경제적, 사회적 영향이 얼마나 큰 지 보여주었다. 이러한 영향은 고용 창출, 사업 매출의 증가, 내부 투자 유치부터 지역 자부심의 향상에 이르기까지 다양했다.

2017년 헐 문화도시가 막을 내린 후 2018년에 실시한 설문조사에서 주민의 71%가 헐에 사는 것이 자랑스럽다고 답했는데, 이는 2017년보다 4% 감소한 수치이지만 여전히 2016년보다는 1% 증가한 수치였다. 또한 헐에서 문화 예술 행사, 공연, 축제에 참여한 경험이 있다고 답한 사람이 2016년에 비해 11%, 2017년에 비해 6% 증가한 것으로 나타났다. 이를 통해 최소한 헐 문화도시의 긍정적 영향이 문화도시가 끝나고도 다음 해까지는 계속되었다고 볼 수 있다.

해양도시 프로젝트

헐 문화도시의 세 번째 시즌이 진행되던 2017년 9월, 헐 문화도시와 헐 시의회는 문화도시의 성과를 바탕으로 한 야심 찬 유산 계획을 발표했다. 헐 시의회는 문화와 유산에 대한 지속적인 투자를 약속하며, 헐을 세계적인 관광 명소 및 문화와 레저의 중심지로 만드는 것을 목표로 한 해양도시 프로젝트(Maritime Project)와 3,500명을 수용할 수 있는 새로운 음악 및 이벤트 공간의 완공을 약속했다.

헐은 요크셔의 유일한 해양 도시로 풍부한 해양의 역사, 건축, 문화 유산을 가지고 있다. 헐의 역사적인 해양 자산을 재개발하는 해양도시 프로젝트는 헐의 항구가 전 세계와 연결되어 있으며 헐이 무역과 문화 교류의 중심 도시임을 알리고자 한다. 헐의 도심을 재생하고 헐의 해양 역사가 시작된 역사적인 장소인 항구와 도심을 새롭게 연결하는 것도 이 프로젝트의 목표이다.

시의회는 2,740만 파운드가 소요되는 요크셔 해양도시 프로젝트의 예산 중 1,500만 파운드의 예산을 내셔널 로터리 펀드를 통해 확보하는 데 성공했다. 새로운 투자에는 3,600만 파운드의 보너스 아레나, 380만 파운드의 피어슨 파크 프로젝트, 헐의 프루트 마켓 문화 및 디지털 지구 개발의 다음 단계에 대한 추가 투자도 포함되었다. 시의회는 또한 1억 2천만 파운드 규모의 알비온 스퀘어 개발, 430만 파운드 규모의 퀸즈 가든 개보수, 수백만 파운드 규모의 화이트프리아게이트 개발, 장기 계획으로서 크루즈 터미널 개선을 위한 지속적인 투자도 약속했다.

헐 문화도시의 활동 무대로 사용되었던 험버 스트리트의 문화 지구인 프루트 마켓은 2018년 8월에 문을 닫고 120만 파운드(해안 커뮤니티 기금의 60만 파운드 보조금 포함)를 투자해 재개발되었다. 과거 과일과 야채 창고였던 이 곳에 2019년 7월 전문 인쇄 장비, 아티스트 스튜디오, 회의실, 작업 공간, 야외 테라스 등을 갖춘 크리에이티브 허브인 주스 스튜디오(Juice Studios)가 입주했다. 시의회는 이곳을 화가, 조각가, 도예가 등이 이용하는 다양한 용도의 창의적인 워크숍 공간과 지역 기반의 회사, 건축가, 디지털 및 기술 산업이 이용하는 사무실을 갖춘 시설이 들어설 수 있도록 2014년부터 구체적인 전략을 마련했다.

2021년 3월에는 2,200만 파운드가 투입된 인도교인 머독스 커넥션 브리지(Murdoch's Connection Bridge)가 개통되었다. 2017년 문화도시의 해에 설치를 목표로 했던 이 다리는 2018년 말부터 공사에 들어갔지만 코로나 판데믹으로 지연되었다. 4차선 도로 위를 횡단하여 도심과 선착장을 연결하는 60미터 길이의 다리는 보행자와 자전거 이용자가 안전하게 복잡한 도로를 건널 수 있게 할 뿐 아니라 미래지향적인 디자인으로 도시의 새로운 랜드마크가 되었다.

2025년에는 퀸 빅토리아 광장에 위치한 헐 해양 박물관이 대대적인 보수 공사를 마치고 재개관 할 예정이다. 1871년 헐의 부두 사무소로 처음 문을 연 이 곳은 1975년 박물관으로 탈바꿈하였다. 이 프로젝트는 본래의 건축물을 복원하고, 역사를 간직한 선박과 소장품 등 헐의 소중한 유산을 통해 헐이 가진 독창성과 인내의 정신, 승리와 재난의 이야기를 함께 들려줄 예정이다.

앱솔루틀리 컬처드

2018년 5월, 헐 영국 문화도시2017 Ltd의 후속 조직으로 앱솔루틀리 컬처드(Absolutely Cultured)가 설립되었다. 앱솔루틀리 컬처드는 헐 문화도시의 프로그램 실행을 담당했던 독립 조직인 헐 영국 문화도시 2017 Ltd를 이어 도시와 지역의 문화와 예술을 향상시키는 자선 단체이다. 2023년부터 3년 간 잉글랜드 예술위원회의 국가 포트폴리오 조직(NPO, National Portfolio Organisation)으로 선정되기도 했다. 험버 스트리트 갤러리에 자리한 앱솔루틀리 컬처드는 파트너십과 자문 기반의 접근 방식을 통해 예술 프로그램 운영, 커뮤니티의 참여와 학습, 아티스트 개발 세 가지 분야에 걸쳐 활동한다. 앱솔루틀리 컬처드의 운영 규모는 헐 영국 문화도시 2017 Ltd.보다 훨씬 작지만, 험버 스트리트 갤러리에 자리를 잡고 현대 미술에 대한 접근성을 높이는 프로그램을 운영하는 동시에 자원봉사자 프로그램과 도시 전역의 공공 공간에서 문화 행사를 위탁하는 일을 계속하고 있다. 자원봉사자 프로그램은 지역사회 개발, 사회 및 환경 등 광범위한 영역에서 도시 내 문화 활동을 지원한다.

이 외에도 2019년부터 2020년까지 프루트 마켓 네트워크 프로그램을 통한 시각 예술계의 신진 예술가들의 개발을 돕고, 2020년에 모델 시티(10일간 헐 도심에 설치되어 몰입형 체험으로 설계된 작품)와 크리에이티브 마이크로 커미션 등의 프로그램을 진행했다. 2021년 7월에 도시의 문화와 창의성을 기념하는 주말 행사인 '크리에이티브 헐(Creative Hull)'을 개최했다.

앱솔루틀리 컬처드의 목표 중 하나는 문화도시의 주요 활동 중 일부를 지속하는 것으로, 2017년 이후에도 BBC, PRS(Performing Right Society) 재단, 잉글랜드 예술위원회, 영국문화원 등 주요 공적 자금 지원 기관 및 공공 기관을 비롯한 문화 및 창작 부문의 기관들과 파트너십을 이어가고 있다. 앱솔루틀리 컬처드는 헐 문화도시와 BBC와 함께 선보였던 시와 구어 페스티벌인 '컨테인즈 스트롱 랭귀지(Contains Strong Language)'를 2018년에도 개최했다. (이 페스티벌은 이후 벨파트스, 코벤트리, 리즈 등 전국적인 페스티벌로 자리잡게 되었다.) 2019년에는 PRS 재단과 함께 '뉴 뮤직 비엔날레(New Music Biennial)'를 헐에 다시 선보였다. 또한 2019년 3월에는 비공식 유럽 연극 회의(IETM) 국제 컨퍼런스를 헐에서 개최하기도 했다.

앱솔루틀리 컬처드의 프로그램인 '헐 독립 프로듀서 이니셔티브(HIPI, Hull Independent Producer Initiative)' 역시 2017년 헐 문화도시의 유산이다. 2017년 발족한 프로그램인 HIPI의 활동을 통해 헐의 연극계는 11만 파운드 이상의 자금을 유치했으며, 미들 차일드 극단(Middle Child Theatre)의 전국 투어를 통해 영국 연극계의 새로운 핵심 플레이어로 부상했다. 2017년의 성공에 힘입어 잉글랜드 예술위원회로부터 국가 주력 예술가 육성 프로젝트로 계속 지원받게 되었고, 2018년과 2019년에는 현지 극단들의 국내 및 해외 투어를 진행하는 등 연극 단체들의 성장을 도왔으며, 연극 부문이 자생력을 갖출 수 있도록 신진 프로듀서 개발에 힘썼다. 한편, 헐에서 아직 소규모로 성장하고 있는 무용을 비롯한 더 넓은 공연 예술 분야를 지원하고 발전시키기 위해 노력하고 있다.

새로운 조직과 정체성을 가진 앱솔루틀리 컬처드는 헐을 너머 리버풀과 런던 등 영국 내 여러 지역의 문화적 혜택을 향상시키고 예술에 대한 접근성을 높이기 위한 활동을 하고 있다.

많은 문화 예술계 관계자들은 2017년 문화도시365일 프로그램이 모두 끝나면 2018년에 벼랑 끝 효과가 발생할 것이라고 예상했다. 주요 이유 중 하나는 공공 및 민간 부문 자금 투자자들이 헐에는 더 이상의 투자가 필요하지 않으며, 영국의 다른 도시와 마을의 문화 주도 재생 전략에 우선순위를 두어야 한다고 생각할 수 있기 때문이다.

2017년에 헐은 영국 문화도시를 통해 평소에는 받지 못할 많은 자금 지원의 도움으로 큰 규모의 프로그램을 운영할 수 있었다. 그 결과, 2017년에 개발한 새로운 프로그램, 네트워크, 관객이 2018년과 2019년에도 계속 유지되었다고 조사된 것은 매우 긍정적이다. 그 대표적인 예로 2017년과 그 이후 '프라이드 인 헐(Pride in Hull)'이 겪은 성장과 변화를 들 수 있다. 2016년 9,000명의 관객을 동원했던 이 연례 LGBT 행사는 2017년에 전국적인 LGBT50 기념 행사의 일환으로 헐 문화도시에서 개최되어 44,000명의 관객을 끌어들였다. 2018년과 2019년의 관객 수는 이보다 더 증가한 50,000여 명에 달했다. 이는 헐 문화도시를 계기로 프로그램의 질과 양이 향상되고, 기금의 모금 방식이 새롭게 개발되었기 때문이다.

NPO

지역 문화 부문에 대한 자금 지원 측면에서 보면 잉글랜드 예술위원회가 자금을 지원하는 헐 지역의 국가 포트폴리오 조직(이하 NPO)이 2016년에 6개에서 현재 8개(이스트 라이딩 지역까지 9개)로 그 수가 늘었다. 흥미로운 사실은 헐을 포함한 잉글랜드 북부 지역이 영국에서 처음으로 가장 많은 NPO를 가진 지역이 된 것이다. 여전히 가장 많은 기금이 런던 NPO 단체들에 지원되고 있지만, 22/23년과 23/24년을 비교해보면 런던의 기금은 14%가 줄어든 반면, 잉글랜드 북부의 기금은 21.8%가 늘어났다. 잉글랜드 예술위원회는 2023-26년의 NPO리스트를 발표하면서 헐 문화도시의 유산을 구축하려는 예술위원회의 의지를 표명했다.

지역별 NPO의 평균 지출 비교

지역	NPO당 평균 지출 (2022/23) (£)	NPO당 평균 지출 (2023/24) (£)	차이
런던	642,952	557,212	-85,740
잉글랜드 중부	543,027	492,008	-51,019
잉글랜드 북부	440,129	460,675	20,546
잉글랜드 남동부	394,260	329,236	-65,024
잉글랜드 남서부	280,109	316,371	36,262

(출처: 잉글랜드 예술위원회)

앱솔루틀리 컬처드와 함께 헐의 새로운 NPO로 선정된 '백 투 아워스(Back to Ours)' 프로그램은 2012년부터 문화 예술 참여가 낮은 지역에서 지역 사회의 참여를 장려하기 위해 만들어진 잉글랜드 예술위원회의 '크리에이티브 피플 앤 플레이스(CPP)' 프로그램의 지원을 받아왔다. 2017년 1월부터 2020년 1월까지 CPP로부터 240만 파운드의 기금을 지원받았고, 2019년부터 2023 년까지 100만 파운드의 추가 기금을 확보한 바 있다.

헐의 많은 지역 사회가 빈곤, 실업, 낮은 교육 및 기술 수준, 사회적 고립 등의 문제로 계속 어려움을 겪고 있기 때문에 문화적 권리, 형평성, 사회 통합 문제는 여전히 중요한 문제로 남아 있다. 헐 문화도시의 레거시 프로그램으로 '백 투 아워스'는 헐의 취약하고

소외된 사회 집단에 문화적 기회를 제공하는 데 중요한 기여를 할 것으로 기대된다.

'제너레이션 헐(Generation Hull)'은 헐 문화도시와 학교의 파트너십으로 열렸던 '노리미츠(No Limits)' 프로그램에 이은 야심찬 레거시 프로그램이다. 헐 시의 지역 문화 교육 파트너십인 제너레이션 헐은 문화와 예술 참여를 전 세대의 젊은이들의 삶의 일부로 만들고자 기획되었다. 이 프로젝트는 장기적으로 창의적 학습 의제에 초점을 맞추고 예술, 건강, 교육 분야의 파트너들이 모여 어린이와 청소년의 창의적 기회를 증진하기 위해 노력하고 있다. 초기에는 투입된 자원이 매우 제한적이었으나 도시의 주요 이해관계자 간의 협력 관계가 점점 더 강화되고 있다.

위의 여러 사례에서 배워야 할 점은 레거시는 나중에 고려할 사항이 아니며 문화도시 프로젝트 전체에 시작부터 스며들어야 한다는 것이다. 문화도시 실행 조직에는 문화도시의 유산 및 장기 정책을 전담하는 직원이 필요하며, 지역 당국, 프로듀서, 큐레이터, 이벤트 매니저와 함께 협력해야 한다. 문화도시 프로그램과 장기적인 도시 전략 간의 창의적이고 전략적인 연계는 미래의 문화도시의 과제이자 꼭 갖추어야 할 요소라고 할 수 있다.

참고 자료

Business Improvement Districts: Where the cultural can drive the economic

Culture-led regeneration achieving inclusive and sustainable growth

Achieving inclusive and sustainable growth

Bidding for UK City of Culture

City of Culture: Did Hull 2017 create a lasting legacy? - BBC News

The Future of Mega-Events… and Festivals' Crucial Role (salzburgglobal.org)

Applications opens for next UK City of Culture launched (standoutmagazine.co.uk)

Major summit hosted by Coventry's universities to discuss direction of travel for cultural policy (warwick.ac.uk)

Major summit hosted by Coventry's universities to discuss direction of travel for cultural policy | Coventry University

visithull.org/thestory/the-seasons/

https://bdaily.co.uk/articles/2024/02/13/hull-city-council-lays-out-commitment-to-economic-inclusivity-as-part-of-devolution-deal.

https://citiesofculture.co.uk/2021/07/08/cultural-transformations-the-impacts-of-hull-uk-city-of-culture-2017-main-evaluation-findings-and-reflections/.

Hull Culture Strategy

Hull City of Culture backed by £32m of funding | Insider Media

How Hull hopes to benefit from the City of Culture title - BBC News

A new view: Look Up | British Council

John Grant's North Atlantic Flux review – rollercoaster ride through bold music | John Grant | The Guardian

Hull 2017: Highlights from the City of Culture - BBC News

Thousands strip naked in Hull for Spencer Tunick photographs | Spencer Tunick | The Guardian

Spencer Tunick's Sea of Hull nude artworks unveiled - BBC News

Hull City of Culture: 'Stunning' light show to end year - BBC News

Hull City of Culture: Play honours campaigner Lillian Bilocca - BBC News

A new view: Look Up | British Council

BBC - One Hull of a show: The Turner Prize in the City of Culture

A cold day in Hull: why the city is finally on the (weather) map | Hull | The Guardian

https://www.bbc.co.uk/news/uk-england-humber-50488426

https://cris.brighton.ac.uk/ws/portalfiles/portal/37858736/Cultural_Transformation_Conference_Nov2019_April2021_compressed_file.pdf

https://www.hull.ac.uk/work-with-us/research/institutes/culture-place-and-policy-institute/report/cultural-transformations-the-impacts-of-hull-uk-city-of-culture-2017.pdf

Hull Maritime Project (visithull.org)

Hull Murdoch Connection footbridge opens after delays - BBC News

Appointment of Lead Developer Partner for the Fruit Market, Hull City Council, 2014

NPO decisions: Changes in regional funding distribution | News | ArtsProfessional

City of Culture: Did Hull 2017 create a lasting legacy? - BBC News