

결과
보고서

인천시립미술관

Incheon Art Museum

인천시립미술관 운영방안 연구

결과 보고서

2023. 11.

인천시립미술관 운영방안 연구

- 결과 보고서 -

2023. 11.

제 출 문

인천광역시장 귀하

본 보고서를
『인천시립미술관 운영방안 연구』의
최종보고서로 제출합니다.

2023년 11월
국민대학교 산학협력단
연구책임 김연희

목 차

제1장 연구개요	1
1. 연구 배경 및 목적	3
1.1 연구 배경	3
1.2 연구 목적	3
2. 연구 범위 및 방법	5
2.1 연구 범위	5
2.2 연구 방법	8
3. 연구 체계 및 추진 일정	9
3.1 연구 체계	9
3.2 연구추진 일정	10
제2장 기초환경 분석 및 미술관의 변화	11
1. 기초환경 분석	13
1.1 사회적 환경 분석	15
1.2 공간적 환경 분석	26
1.3 인천시립미술관 기초환경 분석 결과	28
2. 법·제도 환경 분석	33
2.1 정책적 측면	35
2.2 제도적 측면	38
3. 미술관 기능과 역할 변화	41
3.1 미술관 개념 및 역할	43
3.2 공립미술관의 기능 및 역할	45
제3장 정체성 구체화 및 차별화 전략	47
1. 정체성 구체화	49
1.1 정체성 구체화 연구	51
1.2 인천시립미술관의 정체성	53
2. 차별화 전략	57
2.1 미술관 비전·미션 및 추진 전략	59
2.2 미술관 법·제도·규범 설정 방안	60
제4장 건축 공간 운영방안	75
1. 공간 분석 및 기본방향	77
1.1 공간별 구성 분석	79
1.2 공간 운영 기본방향	81
2. 공간별 운영안 및 활용방안	83
2.1 공간별 운영안	85
2.2 유희공간 활용방안	90

2.3 운영계획의 주요이슈	92
제5장 조직 및 예산구성 방안	95
1. 조직구성 방안	97
1.1 조직구성 기본방향	99
1.2 조직별 세부 업무	102
1.3 조직 인력 및 업무 현황	110
1.4 조직 구성안	124
2. 예산구성 방안	129
2.1 예산구성 기본방향	131
2.2 예산 운영 현황	134
2.3 예산편성안	136
제6장 인천시립미술관 운영방안	139
1. 소장품 운영방안	141
1.1 소장품 수집연구	143
1.2 인천시립미술관 소장품 운영(안)	153
1.3 소장품 활용	170
2. 운영 프로그램 및 콘텐츠 개발	183
2.1 전시 운영 프로그램	185
2.2 교육 프로그램 및 콘텐츠 개발	199
3. 홍보 및 마케팅 방안	207
3.1 홍보마케팅 개념 및 방향	209
3.2 홍보 현황분석	211
3.3 마케팅 현황분석 및 추진 전략	219
3.4 뮤지엄 브랜드 아이덴티티(MI) 구축 방안	225
4. 스마트 뮤지엄 및 미술 아카이브	241
4.1 스마트 뮤지엄	243
4.2 미술 아카이브 구축	250
4.3 인천시립미술관의 스마트미술관 운영방안	263
5. 지역 문화자원 활용방안	265
5.1 인천의 지역 문화자원	267
5.2 인천뮤지엄파크 내 지역 문화자원 활용방안	269
5.3 교류 및 협력 사업	273
제7장 개관 준비 계획 및 중장기 운영방안	279
1. 개관 준비 및 수행 계획	281
1.1 개관전 사전업무	283
1.2 개관행사 및 연차별 운영계획	285
1.3 개관 준비 주요 사업	289

2. 종장기 운영방안	293
* 참고문헌	299

※ 아래 별첨 자료는
[인천시립미술관 운영방안 연구용역 부록집]에 수록함

<p>[별첨1] 설문조사</p> <p>[별첨2] 전문가 의견 수렴</p> <p>[별첨3] 설문조사지</p> <p>[별첨4] 인터뷰 기초질문지 및 가이드라인</p> <p>[별첨5] 심층인터뷰 및 회의록</p> <p>[별첨6] 보도자료</p> <p>[별첨7] 세미나 자료집</p> <p>[별첨8] 과정의 기록</p>
--

〈표 차례〉

〈표 1〉 연구 목적 및 배경	4
〈표 2〉 인천시립미술관 시설기준 면적 표	5
〈표 3〉 인천시립미술관 운영방안 연구 조사 계획(안)	8
〈표 4〉 연구추진일정표	10
〈표 5〉 인천광역시 행정구역별 인구 증감률	17
〈표 6〉 전국 및 인천광역시 외국인 인구 비율	18
〈표 7〉 인천광역시 주요 문화기반시설 현황	20
〈표 8〉 인천광역시 미술 관련 주요 문화예술시설 현황 및 개요	22
〈표 9〉 2023 지역 문화예술법인·단체 현황	24
〈표 10〉 인천시 주요 전문예술법인·단체 현황	24
〈표 11〉 인천시 주요 미술 행사	25
〈표 12〉 인천시립미술관 층별 세부 공간계획표	27
〈표 13〉 인천광역시의 주요 특성	28
〈표 14〉 인천미술의 흐름 요약	29
〈표 15〉 모더니티 & 포스트 모더니티에 따른 디아스포라의 특징	31
〈표 16〉 미술사 연구 방향	31
〈표 17〉 Art museum, Art gallery 및 Art center의 개념	43
〈표 18〉 21세기 미술관 패러다임의 변화	44
〈표 19〉 미술관 비전·미션 및 추진 전략	59
〈표 20〉 박물관 및 미술관 진흥법 주요 개정 내용	62
〈표 21〉 ICOM (2022, August 24)	62
〈표 22〉 박물관 및 미술관 진흥법의 미술품 관련 주요 내용	64
〈표 23〉 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률 주요 개정 내용	66
〈표 24〉 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 동법 시행령 개정 내용	66
〈표 25〉 예술인복지법 주요 관련 규정	68
〈표 26〉 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률 주요 내용	69
〈표 27〉 미술관·박물관 영역 면적 비교표(23.10.건축심의 도서 작성 기준)	80
〈표 28〉 인천시립미술관과 광역미술관 면적 규모 비교	80
〈표 29〉 인천시립미술관 건축심의(23.08 기준)	81
〈표 30〉 공간별 활용 목적 표	82
〈표 31〉 뮤지엄파크 운영조직 예시	94
〈표 32〉 시립미술관 기본 업무분장표	100
〈표 33〉 사업 부분 관리 부분 주요 업무	101
〈표 34〉 시립미술관 조직분류 세부 내용	109
〈표 35〉 시립미술관 행정 분야, 사업 분야 업무조직표	111
〈표 36〉 전국 시립미술관 인력 구성표	115

〈표 37〉 인력산정 계획	116
〈표 38〉 부산시립미술관 업무분장표	116
〈표 39〉 울산시립미술관 업무분장표	117
〈표 40〉 부산현대미술관 업무분장표	118
〈표 41〉 수원시립미술관 업무분장표	119
〈표 42〉 서울시립미술관 업무분장표	120
〈표 43〉 대구미술관 업무분장표	120
〈표 44〉 광주시립미술관 업무분장표	120
〈표 45〉 대전시립미술관 업무분장표	122
〈표 46〉 행정 분야 핵심 업무 표	123
〈표 47〉 사업 분야 핵심 업무 표	124
〈표 48〉 조직구성 도출 1안 예시	127
〈표 49〉 조직 구성안 (1안) : 인천시에서 기준으로 한 정원 규모	127
〈표 50〉 조직구성 도출 2안 예시	128
〈표 51〉 행정 운영경비 기준	131
〈표 52〉 행정안전부 지방자치단체 예산편성 운영기준 및 기금운용계획 수립기준 참고	132
〈표 53〉 부산현대미술관 예산 비율	134
〈표 54〉 부산시립미술관 예산 비율	135
〈표 55〉 연간 지출 예산안 (소장품 구입기준 예산)	136
〈표 56〉 연간 지출 예산안 (인력 50명 기준)	136
〈표 57〉 인천광역시 소유 미술품 목록 분석 요약(2023.11월)	143
〈표 58〉 인천시 미술품 현황 분석 요약표(2023년)	144
〈표 59〉 인천시 작품분류	145
〈표 60〉 인천시 작품 취득방식	145
〈표 61〉 인천문화재단 수집기준	146
〈표 62〉 인천문화재단 소장품 분류 현황	146
〈표 63〉 인천시립미술관 소장품 취득 현황	147
〈표 64〉 인천시립미술관 소장품 현황	147
〈표 65〉 국내 광역 단위 공립미술관 소장품 주요 현황	148
〈표 66〉 인천시립미술관 소장품 수집유형	148
〈표 67〉 국내 광역 단위 공립미술관 작품 수집 절차	150
〈표 68〉 개관 전 작품구매 절차(안)	151
〈표 69〉 개관 전 작품구입 절차(안)	152
〈표 70〉 인천미술의 시대적 흐름	154
〈표 71〉 인천시립미술관 작가 구분표	155
〈표 72〉 인천문화재단 인천 작가 구분	156
〈표 73〉 인천시립미술관 소장품 수집 방향	156
〈표 74〉 정책 연구의 내용적 범위	157
〈표 75〉 소장품 관련 전문인력 구성	158

〈표 76〉 인천시립미술관 소장품 수집방식(안)	159
〈표 77〉 광주시립미술관 기증자 예우 규정(2019) 사례	161
〈표 78〉 인천시립미술관 소장품 수집 가치평가 기준	161
〈표 79〉 인천시립미술관 소장품 예산 단계별 계획	163
〈표 80〉 국내 광역 단위 공립미술관 총예산 대비 수집예산 비율	164
〈표 81〉 울산시립미술관 작품구입 예산추정(안)	165
〈표 82〉 신규 미술관 개관 전후 수집예산 배분율	165
〈표 83〉 울산시립미술관 운영방안 연구 최종보고서(2017), 자료인용	165
〈표 84〉 울산광역시 박물관 및 미술관 기금 조례	166
〈표 85〉 서울특별시 박물관·미술관 소장품 구매 기금의 설치 및 운용에 관한 조례	167
〈표 86〉 울산시 연도별 박물관 및 미술관 기금조성 및 집행현황	167
〈표 87〉 울산시립미술관 소장품 기금운용심의위원회	168
〈표 88〉 기금운용심의위원회 조직도	168
〈표 89〉 인천시립미술관 소장품 구입 예산 추정(안)	169
〈표 90〉 인천시립미술관 소장품 활용영역	170
〈표 91〉 인천시립미술관 소장품 활용도 평가 기준	170
〈표 92〉 소장품 연구 주요 내용	171
〈표 93〉 인천시립미술관 소장품 분류체계(안)	172
〈표 94〉 박물관·미술관 설립·운영 매뉴얼 연구(2013), 자료인용	173
〈표 95〉 소장품전시 구분	174
〈표 96〉 인천시립미술관 시설기준 면적 표	176
〈표 97〉 국내 개방형 수장고 개관 현황	177
〈표 98〉 개방형 수장고의 기능적 특징	178
〈표 99〉 국립민속박물관 파주 수장고 현황	178
〈표 100〉 개방형 수장고의 기능성에 따른 국립민속박물관 특징	179
〈표 101〉 인천시립미술관 통합수장고 단계별 건립계획	182
〈표 102〉 전시유형 분류	185
〈표 103〉 전시 단계별 계획	186
〈표 104〉 1전시실 전시 단계별 계획(안)	187
〈표 105〉 2전시실 전시 단계별 계획(안)	188
〈표 106〉 3전시실 전시 단계별 계획(안)	189
〈표 107〉 어린이미술관 전시유형	191
〈표 108〉 인천 근대미술의 대표적 작가들	193
〈표 109〉 지역성을 주제로 한 소장품 기획전시	193
〈표 110〉 주제기획전 키워드(예시)	194
〈표 111〉 차별화 전략(디아스포라) 관련 전시 사례	194
〈표 112〉 국내 공립미술관의 젊은 작가 전시	195
〈표 113〉 국내 원로 및 중견 작가 전시 특징	195
〈표 114〉 어린이 전용 전시관을 운영하는 국내·외 주요 미술관	195
〈표 115〉 어린이 전시 전용관 참고 사례	196

〈표 116〉 어린이 전시 사례	196
〈표 117〉 미디어아트 전용관 참고 사례	197
〈표 118〉 기존 작품의 멀티미디어 재해석 사례	197
〈표 119〉 다목적 홀 기본 설비	197
〈표 120〉 미술관 다목적 홀 참고 사례	198
〈표 121〉 전시장 조성 타당성 점검을 위한 프로그램 사례	198
〈표 122〉 가족 프로그램 예시	204
〈표 123〉 자원봉사, 일일 도슨트 프로그램 예시	205
〈표 124〉 인천시립미술관 교육 프로그램 운영(안)	206
〈표 125〉 SNS 마케팅 비법	209
〈표 126〉 홍보마케팅의 역할	210
〈표 127〉 7대 홍보마케팅 전략	211
〈표 128〉 홈페이지 서비스 현황	213
〈표 129〉 유튜브 운영현황표	214
〈표 130〉 페이스북 운영현황표	215
〈표 131〉 인스타그램 운영현황표	215
〈표 132〉 트위터 운영현황표	216
〈표 133〉 카카오 채널 운영현황표	216
〈표 134〉 블로그 운영현황표	217
〈표 135〉 회원모집 마케팅 사례	220
〈표 136〉 공연 및 행사 마케팅 사례	220
〈표 137〉 인천 선교사 사택의 예술 자원 활용 방향	221
〈표 138〉 마케팅 전략 수립을 위한 분류 조사 연구 사례	224
〈표 139〉 미국 대표 미술관의 브랜드 개성 요약	226
〈표 140〉 MI의 성립요건	227
〈표 141〉 MI의 구성요소	227
〈표 142〉 유사 기관 MI 사례 분석	228
〈표 143〉 뉴욕 현대 미술관 MoMA MI 활용사례	230
〈표 144〉 대전시립미술관 MI 활용사례	231
〈표 145〉 명칭(네이밍)	233
〈표 146〉 MI 디자인 내용	233
〈표 147〉 심벌마크 예시	234
〈표 148〉 인천시립미술관 MI 디자인 (제안)	234
〈표 149〉 로고 타입(Logotype) 아이디어 도출 과정	234
〈표 150〉 심벌마크와 로고 타입 조화 예시	235
〈표 151〉 디자인 가이드 라인 기본 구성안(Basic System) 제안(안)	236
〈표 152〉 디자인 가이드 라인 지원체계	237
〈표 153〉 스페인 바르셀로나 CCCB 문화상품 사례	238
〈표 154〉 문화상품(GOODS) 디자인 제안(안)	237

〈표 155〉 뮤지엄 샵 & 레스토랑 예시	240
〈표 156〉 스마트 뮤지엄의 정의	243
〈표 157〉 스마트 뮤지엄 서비스 사례	245
〈표 158〉 스마트시스템 구축 사례	245
〈표 159〉 스마트미술관 운영 프로그램	249
〈표 160〉 아카이브 기술 규칙	255
〈표 161〉 메타데이터 기술 요소	256
〈표 162〉 미술관 아카이브 구축 대상 자료	257
〈표 163〉 전자정부 표준 프레임워크 구성요소	259
〈표 164〉 미술 자료 데이터 구축 절차	261
〈표 165〉 (구)극동방속 사옥 및 선교사 사택	268
〈표 166〉 광주 호랑가시나무 아트폴리곤	270
〈표 167〉 통의동 보안여관	271
〈표 168〉 김포국제조각공원	272
〈표 169〉 광주시립미술관 〈아시아예술 정원〉 프로젝트	272
〈표 170〉 브루클린 미술관 프로젝트 사례	273
〈표 171〉 스페인 도시재생 프로젝트 사례	274
〈표 172〉 지역 청년 작가 지원 사례	275
〈표 173〉 인천지역 문화자원 간의 문화 벨트화 전략	276
〈표 174〉 영월군 박물관고을 특구	276
〈표 175〉 암스테르담 미술관의 밤	277
〈표 176〉 미술관 개관을 위한 운영 준비사항 요약	284
〈표 177〉 개관준비 전후 주요 업무 프로세스	285
〈표 178〉 1단계 미술관 운영준비단 (T/F) 구성	286
〈표 179〉 2단계 미술관 운영준비단 (T/F) 구성	287
〈표 180〉 3단계 미술관 운영준비단 (T/F) 구성	288
〈표 181〉 개관 준비를 위한 사전추진 사항	289
〈표 182〉 대구미술관 개관특별전	291
〈표 183〉 서울시립 북서울미술관 개관 축하 행사	291
〈표 184〉 중장기 운영방안 1단계	295
〈표 185〉 중장기 운영방안 2단계	296
〈표 186〉 중장기 운영방안 3단계	297
〈표 187〉 10개년 주요 사업 예시(안)	297

〈그림 차례〉

〈그림 1〉 인천시립미술관 조감도 및 배치계획도	5
〈그림 2〉 연구추진 프로세스	9
〈그림 3〉 기초환경 분석 방향	15
〈그림 4〉 인천광역시의 역사적 흐름	16
〈그림 5〉 인천광역시의 연도별 인구 추이	16
〈그림 6〉 인천광역시 연령별·성별 인구분포	17
〈그림 7〉 인천광역시 다문화 가구 수(국가통계포털)	18
〈그림 8〉 인천광역시 내 주요 미술관	19
〈그림 9〉 2023 인천광역시 분야별 예술 활동 증명 현황	23
〈그림 10〉 인천광역시의 최근 5년간의 예술 활동 증명 완료 현황 추이	23
〈그림 11〉 사업대상지 위치	26
〈그림 12〉 인천시립미술관 사업부지 조감도	26
〈그림 13〉 인천 미술사 형성과정 요약	29
〈그림 14〉 공공미술관의 역할	46
〈그림 15〉 인천시립미술관 정체성 개념도	55
〈그림 16〉 공간구성 다이어그램	85
〈그림 17〉 지하 1층 이동 동선 및 시설배치계획	86
〈그림 18〉 지상 1층 이동 동선 및 시설배치계획	87
〈그림 19〉 지상 2층 이동 동선 및 시설배치계획	88
〈그림 20〉 야외공원 이동 동선 및 시설배치계획	89
〈그림 21〉 야외 분수 및 야외공원 유희공간	90
〈그림 22〉 유사기관 야외 설치 사례	91
〈그림 23〉 공원 유희공간 이벤트 사례(플리마켓, 설치미술전, 야시장)	91
〈그림 24〉 안내데스크 위치에 따른 운영 문제	93
〈그림 25〉 뮤지엄파크 운영의 예시	94
〈그림 26〉 사업 분야와 지원분야 구성 예시	100
〈그림 27〉 조직구성 기본방향 분석계획	101
〈그림 28〉 부산시립미술관 조직도	102
〈그림 29〉 울산시립미술관 조직도	103
〈그림 30〉 부산현대미술관 조직도	104
〈그림 31〉 수원시립미술관 조직도	105
〈그림 32〉 서울시립미술관 조직도	106
〈그림 33〉 대구미술관 조직도	106
〈그림 34〉 광주시립미술관 조직도	107
〈그림 35〉 대전시립미술관조직도	108
〈그림 36〉 미술관 2개 부서 인력 구성 비율	112
〈그림 37〉 미술관 3개 부서 인력 구성 비율	112

〈그림 38〉 미술관 4개 부서 인력 구성 비율	113
〈그림 39〉 미술관 5개 부서 인력 구성 비율	114
〈그림 40〉 사업부서와 지원부서의 인원 총계 표	114
〈그림 41〉 전국 미술관 부서별 평균 및 학예, 행정 분포	115
〈그림 42〉 사업 분야와 지원분야 주요 업무 정리	125
〈그림 43〉 인천시립미술관 기본계획(안)	126
〈그림 44〉 울산시립미술관 운영방안 연구보고서 참고자료	132
〈그림 45〉 시립미술관 연간예산 규모 비교	133
〈그림 46〉 시립미술관 예산 규모에 따른 그룹 구분	133
〈그림 47〉 부산현대미술관 예산 운영현황	134
〈그림 48〉 부산시립미술관 예산 운영현황	135
〈그림 49〉 예산안 편성 기본계획	136
〈그림 50〉 운영비 70%, 행정비 30% 기준(안)	137
〈그림 51〉 운영비 50%, 행정비 50% 기준(안)	137
〈그림 52〉 인천시립미술관 예산편성 도출(안)	138
〈그림 53〉 인천시립미술관 소장품 분류체계(안)	153
〈그림 54〉 인천시립미술관 소장품 수집정책 구성(안)	157
〈그림 55〉 공모에 의한 소장품 수집 절차	158
〈그림 56〉 수집 제안 방식에 의한 소장품 수집 절차	159
〈그림 57〉 미술관 개관준비단 구성 전	160
〈그림 58〉 미술관 개관준비단 구성 후	160
〈그림 59〉 인천시립미술관 소장품 수증 프로세스	160
〈그림 60〉 인천시립미술관 소장품 관리전환 프로세스	160
〈그림 61〉 주요 시·도립미술관 수집예산 현황분석	162
〈그림 62〉 울산시립미술관 작품구입 추진방안	162
〈그림 63〉 소장품 기금 운영과정	168
〈그림 64〉 소장품 연구 목적 및 체계	171
〈그림 65〉 국립민속박물관 파주 수장고 이미지	179
〈그림 66〉 국립민속박물관 파주 수장고 디지털 콘텐츠	180
〈그림 67〉 인천시 관내 공공박물관 현황	181
〈그림 68〉 1전시실 위치	187
〈그림 69〉 2전시실 위치	188
〈그림 70〉 3전시실 위치	189
〈그림 71〉 야외공간 위치	190
〈그림 72〉 어린이미술관 위치	190
〈그림 73〉 OCI 미디어 관 위치	191
〈그림 74〉 선교사 사택 구성 및 위치	192
〈그림 75〉 인천시립미술관 교육프로그램 운영 방향성 제시	202
〈그림 76〉 인천시립미술관 교육 프로그램 중장기 계획(안)	203
〈그림 77〉 관람객에게 전달되는 SNS 구도	210

〈그림 78〉 시립미술관 홈페이지 구성 이미지	212
〈그림 79〉 시립미술관 모바일 서비스 구축 현황	214
〈그림 80〉 시립미술관 SNS 현황 총괄표	217
〈그림 81〉 모바일 앱 서비스 현황	218
〈그림 82〉 미술관 브랜드 로드맵 예시	219
〈그림 83〉 줄 서는 미술관의 SNS 마케팅 비법	221
〈그림 84〉 인천 선교사 사택, 호랑가시나무창작소, 연초공장 등 활용한 참고 사례	222
〈그림 85〉 인천 이민사박물관 사례	222
〈그림 86〉 디아스포라 영화제 사례	223
〈그림 87〉 인천 대표축제 개발 선정 (우측 이미지는 예시)	223
〈그림 88〉 MI(Museum Identity) 구축단계	228
〈그림 89〉 브랜드 아이덴티티 MI 개발 목표	233
〈그림 90〉 인천광역시 ‘인천 환경 대표색 10’	235
〈그림 91〉 스마트 기반 시설, 스마트공간, 스마트 경영 간 개념 관계도	244
〈그림 92〉 스마트체제 도입 절차	246
〈그림 93〉 정보기술 아키텍처의 분류(한국 데이터 산업진흥원)	248
〈그림 94〉 소장자료 관리시스템과 기능분류체계 계층분류에 따른 데이터 연계(안)	254
〈그림 95〉 미술 자료 컬렉션 구분	254
〈그림 96〉 자료등록 절차	258
〈그림 97〉 미술 자료 디지털 아카이브 시스템 기능 구성(안)	260
〈그림 98〉 스마트미술관과 아카이브 관리시스템 운영 프로세스	260
〈그림 99〉 데이터 연계형 통합 플랫폼 관계	262
〈그림 100〉 스마트 미술관 방향성	263
〈그림 101〉 스마트 미술관 운영(안)	263
〈그림 102〉 미술관 운영준비단 (T/F) 구성 인력 예시	286
〈그림 103〉 미술관 개관준비단 (1차) 인력 구성 예시	287
〈그림 104〉 미술관 개관준비단 (2차) 인력 구성 예시	288
〈그림 105〉 개관 전 수행 계획안	289
〈그림 106〉 개관 단계별 추진계획	289
〈그림 107〉 개관 프로그램 준비사항	290
〈그림 108〉 개관전시의 프로세스	290
〈그림 109〉 소장품 공개모집, 개관전시, 개관식 등 예시	296
〈그림 110〉 개관 기념행사 및 포럼, 국제교류전 예시	296

■ 연구진

연구책임 김연희 국민대학교 미술관·박물관학 교수

이동기 국민대학교 법학과 교수

공동연구 안상용 국민대학교 미술관·박물관학 겸임교수

김연수 국민대학교 미술관·박물관학 겸임교수

안소현 이화여자대학교 예술학 강사

이경호 홍익대학교 공연예술대학원 겸임교수

양월운 한국외국어대학교 정보·기록학과 겸임교수

연규석 경기대학교 Fine Art 학부 미술경영 전공 강사

연구보조 최수희 한국외국어대학교 정보·기록학과 석사

이은경 식스나인 디자인 대표

참여기관 이은숙 한국평가데이터(주) 팀장

CHAPTER 1

01

연구개요

1. 연구 배경 및 목적

1.1. 연구 배경

- 오늘날, 문화가 국가경쟁력의 새로운 척도이며, 지속 가능한 국가 균형발전을 위해 문화 기반 확충이 요구되는 상황에서, 인천시의 시립미술관 출범은 인천을 상징하는 ‘건물’ 그 이상의 의미이며, 인천시를 국제교류의 새로운 중심지이자 한국을 대표하는 랜드마크(Landmark)로 부각 될 것임
- 인천시는 하늘과 바다를 잇는 대표적인 관문이자 개항의 도시이며 국제도시로서 지속적인 성장을 이루고 있는 가운데, 2023년 5월, 750만 재외동포의 염원인 재외동포청의 인천 유치가 확정되며 세계 초 일류시대 글로벌 도시로 자리매김하고 있음
- 1946년 지방 도시 최초의 미술관인 인천시립예술관을 개관해 운영했으나 해방기 혼란 속에서 미술관이 폐쇄된 뒤 현재까지 전국 5개 광역시 중 유일하게 시립미술관이 전무한 상황으로, 인천의 도시 경쟁력을 고양 시키기 위해 시립미술관의 건립이 요구됨
- 이에 인천시는 인천시민의 오랜 염원이며 미술인들의 숙원사업인 인천시립미술관의 2027년 개관을 목표로 건립 중이며 글로컬 시대를 여는 인천시립미술관의 개관은 국민의 문화·예술적 품격 제고와 미술관 고유 기능 강화를 통한 근현대 미술의 융합거점, 세계적 수준의 미술관으로 도약하기 위함
- 그러나 인천이 오랜 전통의 문화도시임에도 불구하고 국가경쟁력 차원에서 세계에 내세울 만한 인천의 문화적 이미지가 부재한 점, ‘인천 근현대 미술’과 ‘국내외 동시대 미술’, 그리고 인천특화전략인 ‘디아스포라’의 찬반논란 등에 따른 정체성 확립의 제고, 소장품의 부족 등 인천시민과 문화예술계의 오랜 염원임에도 여러 현실적인 제약과 논란으로 건립계획이 표류하면서 건립이 지연된 바 있음
- 특히 소장품을 활용한 복합문화기관의 역할에 부응하고 설립·운영의 전문화를 구현하기 위한 관련 법·제도 및 행정절차, 운영방식 등에 대한 체계적인 지침서가 없어 행정 공무원의 어려움이 제기됨
- 이에 본 연구는 인천시립미술관의 정체성·소장품·전시·교육·조직·인력·예산재정 등 다양한 관점에서 고찰하여 고유한 정체성을 확립하고, 세계적인 미술관이 되기 위한 차별화 전략 구축 등 효율적인 행정 시스템 및 법률적·제도적 체계를 마련하기 위한 인천시립미술관의 체계적이고 구체적인 운영방안 연구의 필요성이 제기됨

1.2. 연구 목적

- 인천뮤지엄파크에 조성될 인천시립미술관 운영방안 연구용역을 실시하여 인천시립미술관의 건립과 개관을 체계적으로 준비하고 차별화된 운영을 위한 근거 및 기본계획을 마련하고자 함
- 글로컬 시대, 최근 세계적 미술관들은 미술관을 통한 자국 문화 브랜드화 및 특화 프로그램 발굴에 적극적으로 투자하고 있는 바 이러한 국제적 추세에 선제적으로 대응하기 위한 인천시립미술관의 체계적이고 효율적인 운영을 위해 정체성 확립, 조직구조 및 인력, 소장품 활용방안 등 개관 준비를 포함한 구체적이고 실질적인 운영방안을 도출함
- 인천시립미술관이 인천문화재단과 인천아트플랫폼의 아카이브, 레지던시, 창작활동 지원 프로그램 등의 성과를 적극적으로 수용하고, 인천지역 문화예술기관 간의 연계 운영 시스템 구축을 통해 지역 정체성을 확보하고 인천지역의 고유한 예술적 가치를 함께 공유하는 지역 미술관(Local Museum)의 중심 문화시설이 되기 위해 구체적이며 실현 가능한 운영방안을 제시함

- 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 ‘물리적 공간’ 과 ‘방문’ 을 전제로 하는 기존 미술관의 역할과 기능을 재검토하고 최첨단 테크놀로지 기반의 디지털 환경과 새로운 수용에 최적화된 ‘스마트한 뮤지엄’ 운영방식을 제안하고자 함
- 국내 미술관 법규(시립미술관 설립 규정, 문화예술 관련 법, 기타 관련 조례)의 다각적 연구를 통해 인천시립미술관 운영조례(안) 및 인천시립미술관 규정집(안)을 제시하고 개념·행정·법률 등 법과 규정에 기반한 구체적이고 체계적인 제도적 운영기반을 제시하고자 함
- 인천시민의 오랜 염원인 시립미술관의 성공적인 개관과 시민들의 문화적 수용성을 향상시킬 뿐만 아니라, 인천시가 대표적 문화도시로 거듭날 수 있도록, 지속 가능한 미술관의 운영방안을 제안함으로써 장기적이고 안정적인 운영을 위한 기틀을 마련하고자 함
- 이에 본 연구는 「문화 비전 2030」 및 「박물관·미술관 진흥 중장기계획」(2019~2023) 등을 반영하고, 앞서 진행된 「인천뮤지엄파크 시립미술관 콘텐츠 개발 학술용역(2019년 12월)」, 「인천시립미술관 소장품 정책 연구용역(2022년 4월)」 등의 연구 내용을 토대로 인천시민의 오랜 염원인 시립미술관의 성공적인 개관과 시민들의 문화적 수용성을 향상시킬 뿐만 아니라, 지속 가능한 미술관의 운영방안을 제안함으로써 장기적이고 안정적인 운영을 위한 기틀을 마련하고자 함
- 본 연구의 목적을 아래<표>와 같이 크게 4가지로 제시함

Open Port 글로벌 문화 거버넌스	Open Art 스마트한 미술관
<ul style="list-style-type: none">· 개항도시, 관문 도시라는 이점을 살려 글로벌 시대, 세계와 소통하는 인천시 대표 문화시설로서 차별화된 운영방안 모색· 다양한 문화적 자원과 연계한 차별화된 전시기획 및 콘텐츠 개발· 세계적인 미술관과의 협력망 구축을 통한 문화 거버넌스 모색	<ul style="list-style-type: none">· 수집과 보존, 조사와 연구중심에서 전시, 교육 평생교육 등으로 확장되고 있는 미술관의 기능적인 측면과 공간적 역할에 대한 패러다임 변화를 고려한 차별화된 운영 방향 및 전략 도출· 미술관 경영, 공간, 이용자 간의 스마트한 운영체계 구축
Open Concept 문화 디아스포라	Open Mind 열린 커뮤니케이션
<ul style="list-style-type: none">· ‘디아스포라’의 다양한 해석을 통한 개념 확장· ‘문화 디아스포라’라는 새로운 개념 연구 및 확립· 인천시의 지역적 특성과 연계할 수 있는 문화기반 확보· 인천미술의 문화 예술적 가치 발견 및 지역 미술사의 학술적 기틀 마련	<ul style="list-style-type: none">· ‘마인드 풀(mindful)’ 시민들의 마음을 여는 다양한 프로그램 개발 및 참여 기회 확대· 누구나 편하게 찾아가는 시민 친화 시설로 공간의 활용성을 증대하여 공공성을 극대화· 지역 정체성을 확보하고, 지역민들의 자긍심을 고취할 수 있는 대표 시립미술관을 위한 운영방안 제시

<표 1> 연구 목적 및 배경

2. 연구 범위 및 방법

2.1. 연구 범위

○ 인천시립미술관 운영방안 연구 범위 및 방법은 다음과 같음

○ 공간적 범위

- 건립 대지: 인천광역시 미추홀구 학익동 587-53번지 (용현·학익1 블록 도시개발지구 内)
- 부지면적 41,170㎡, 인천뮤지엄파크 연면적 40,189.58㎡
- 인천시립미술관 시설 연면적 13,198.66㎡



〈그림 1〉 인천시립미술관 조감도 및 배치계획도

(2023.8. 건축심의 도서작성 기준)

비고	시설 연면적	영역별 면적				
		전시 공간	수장 공간	교육 공간	사무연구 공간	기타 공용
면적㎡	13,198.6	3,679.1	1,593.4	1,457.2	579.68	5,487.8
구성비(%)	100	28	12	11	4.3	44.7

〈표 2〉 인천시립미술관 시설기준 면적 표

○ 시간적 범위

- 인천시립미술관 조성사업 추진 기간 : 2027년(개관 예정) ~ 2037년까지(개관 후 10년)
- 과업 기간(연구수행 기간) : 2023년 4월 ~ 2023년 11월(착수일로부터 7개월)

○ 대상적 범위

- 인천뮤지엄파크 내 시립미술관

○ 내용적 범위

- 인천시립미술관의 정체성 구체화 및 그에 따른 차별화된 운영방안 제시

- 건축 공간 영역별 운영계획 제시
- 조직, 인력, 예산 규모 제시
- 소장품 수집활용 계획 수립
- 운영 프로그램 기획 방향 제시와 콘텐츠 개발
- 홍보·마케팅 계획 수립
- 스마트 뮤지엄 및 디지털 서비스 기반 구축 방안 제시
- 주변 환경에 부합하는 자원발굴 활용방안 제시
- 개관 준비에 관한 업무 및 연차별 수행 계획 제시
- 전문가 세미나 개최
- [별첨] 미술관 규정집(안) 제시

○ 사업추진 연혁

- 2010.9.: 인천시립미술관 건립 기본구상 연구용역 완료
- 2016.11.: 용현·학익 1블록 도시개발사업 사회공헌부지 기부채납 협약
- 2017.1.: 인천뮤지엄파크 조성 추진계획(안) 수립
- 2018.10.: 기본계획 수립 및 타당성 조사 용역(자체) 완료
- 2019.5.: 박물관·미술관 설립 타당성 사전평가 통과(문체부)
- 2019.11.: 인천뮤지엄파크 조성 기본계획(안) 수립
- 2019.12.: 시립미술관 콘텐츠 개발 학술용역 완료
- 2020.3.: 행정안전부 타당성 조사 약정 체결
- 2020.6.: 시립박물관 콘텐츠 개발 학술용역 완료
- 2020.10.: 인천뮤지엄파크 조성사업 공유재산관리계획 수립
- 2020.12.: 인천뮤지엄파크 타당성 조사 완료(행정안전부)
- 2021.6.: 중앙투자심사 조건부 승인(행안부→市)
- 2021.9.: 「건설공사 타당성 조사 및 기본계획 수립용역」착수
- 2022.5.: 국제설계공모 관리용역 착수
- 2022.6.: 「건설공사 타당성 조사 및 기본계획 수립」 최종보고회 및 준공
- 2022.6.: 뮤지엄파크 사업부지 내 건축물 정밀안전 진단용역 시행
- 2022.7.: 인천뮤지엄파크 조성계획(안) 수립(기본계획 변경)
- 2022.8.: 국제설계공모 실시
- 2022.10.: 인천뮤지엄파크 조직 및 운영계획(안) 수립
- 2022.12.: 국제설계공모 관리용역 설계변경
- 2022.12.: 국제설계공모 당선작 선정
 - 당선작 : 경관의 기억(Memories of Landscape), 토 문건축사사무소 컨소시엄 설계

- 2023.1.: 국제설계공모 관리용역 준공
- 2023.2.: 건축 기본 및 실시설계용역 계약 및 착수(13개월)
- 2023.4.: 박물관 전시 기본설계 착수
- 2023.8.: 미술관 전시 기본설계 착수
- 2023.11.: 건설사업관리용역 착수

2.2. 연구 방법

01 현황조사 및 문헌 연구	추진현황 조사 및 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시립미술관 조성사업 추진 근거(상위·관련 계획, 관련 법규 등) 수집 검토 • 인천시립미술관 조성사업 추진 경위·선행연구 검토 및 분석
	사회·문화, 정책 및 환경 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 정책적, 제도적 여건(박물관·미술관 정책 등) 검토 • 인천광역시 인구학적 동향 및 사회문화적 여건 조사 분석 • 대상지 및 주변 환경 등 조사 분석(현지 조사 병행)
	국내·외 미술관 운영사례	<ul style="list-style-type: none"> • 인천시립미술관 및 인천지역 미술사적 특징에 관련 학술 자료 및 연구보고서 수집 검토 • 미술관 운영에 관한 학술자료 수집 검토 • 국내·외 유사 주제 관련 문헌 자료 수집 검토
02 연구진 및 자문위원 회의	연구진 회의	<ul style="list-style-type: none"> • 연구 내용을 공유하고 체계적 역할 분담이 원활하게 이루어질 수 있도록, 연구진과의 긴밀한 상시 협의체 제 마련
	전문가 자문회의	<ul style="list-style-type: none"> • 부문별, 단계별로 연구진 회의를 개최하여, 연구 내용의 완성도 제고 • 단계별 각 부문 간 연구 내용의 상호조정 등을 도모하여 연계성 확보
03 인천시 협의 및 보고	수시협의	<ul style="list-style-type: none"> • 발주기관인 인천광역시청에 연구 진행 상황을 보고하여 계획내용의 원활한 공유 및 피드백을 통한 연구 방향·내용 조정과 보완
	보고회 개최	<ul style="list-style-type: none"> • 착수보고회, 중간보고회, 최종보고회 개최
	상시 보고	<ul style="list-style-type: none"> • 월간보고서 제출
04 전문가 인터뷰 & 세미나	전문가 세미나	<ul style="list-style-type: none"> • 인천광역시청, 인천 지역계 및 각계 전문가를 초빙하여 세미나 개최 (2023.09.07.) 하여 인천시립미술관 운영방안의 구체성 및 현실성 제고 • 의견 청취 후 의견 수렴안 도출
	국내외 전문가 현장 인터뷰	<ul style="list-style-type: none"> • 미술관 기관장 및 실무자 의견 청취 및 동영상 제작 • 건축, 미술 분야 전문가 및 교수 의견 청취 및 동영상 제작 • 방문 대상 기관(시립미술관)의 미션 및 비전, 전시 현황, 재정, 조직 등 운영계획안 및 관련 자료 협조 요청 및 연구
05 설문조사	리서치 전문회사와 함께 설문조사 실시	<ul style="list-style-type: none"> • 작가, 학예인력, 인천 지역민을 대상으로 설문조사를 진행 하여 인천시립미술관 운영방안 도출

〈표 3〉 인천시립미술관 운영방안 연구 조사 계획(안)

3. 연구 체계 및 추진 일정

3.1. 연구 체계

체계적인 연구를 수행하기 위한
연구추진 프로세스를 설정, 연구를 체계적으로 관리



〈그림 2〉 연구추진 프로세스

3.2. 연구추진 일정

과업 기간 : 착수일로부터 7개월(11월 16일)																
항목	월	4월		5월		6월		7월		8월		9월		10월		11월
		16~30	1~15	16~30	1~15	16~30	1~15	16~30	1~15	16~30	1~15	16~30	1~15	16~30	1~16	
착수보고																
환경/타당성 분석																
문헌분석																
조사설계 및 운영																
설문조사																
월간 보고																
현장 조사 및 인터뷰																
중간보고																
전문가 자문																
세미나																
운영방안 체계구축																
중장기 수집계획																
최종보고																
수정 및 편집																
최종성과물 납품																
계약완료																

〈표 4〉 연구추진일정표

CHAPTER 2

02

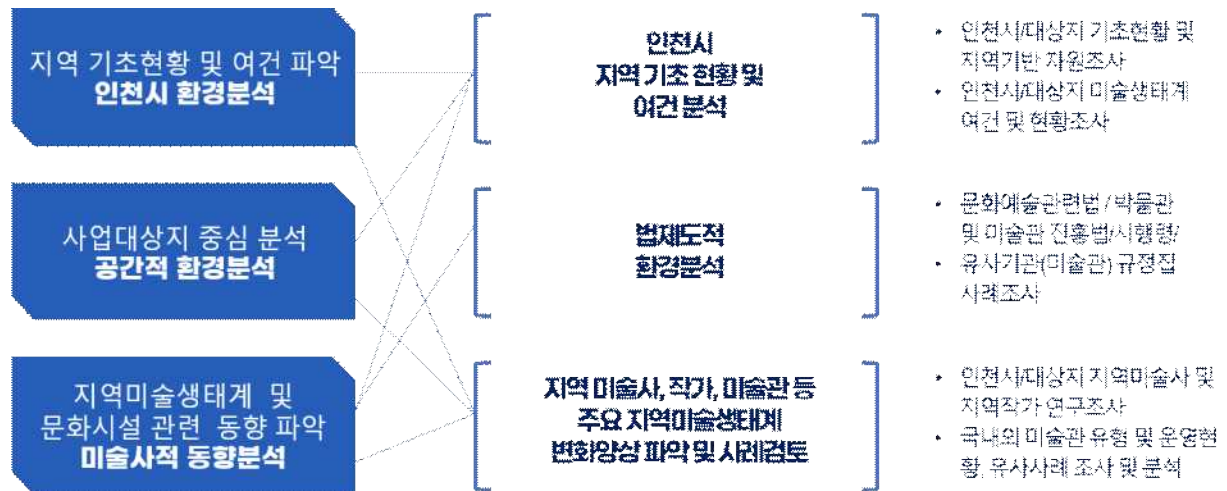
기초환경 분석 및
미술관의 변화

Part 1. 기초환경 분석

1. 기초환경 분석

1.1. 기초환경 분석방향

- 인천시립미술관의 정체성 확립 및 체계적인 운영방안 도출을 위해 입지·장소적, 지역·문화적, 정책·법률적 측면으로 나누어 입체적으로 분석을 수행함
- 인천시 지역 환경 분석, 지역 미술 생태계 분석, 미술관 개념 및 기능 변화 양상을 파악함



〈그림 3〉 기초환경 분석 방향

1.1.1. 사회적 환경 분석

가. 역사지리적 환경 분석

- 국제교류에 기반한 역사적, 지리적 특성을 내재한 인천
 - 지정학적 위치와 우리나라의 정치·경제적 성장으로 인해 국제교류의 중심지로 성장함
- 한반도의 중심, 관문 도시, 인천
 - 개항과 전쟁, 산업화를 거치면서 외국인은 물론 전국 각지에서 이방인들이 몰려와 살았던 문화 다양성의 오랜 역사를 보유하고 있음
 - 우리나라의 대표적인 관문 도시로, 한반도에서 육지 및 해상교통의 거점 구실과 동시에, 높은 서울과의 접근성, 인천 경제자유구역 지정, 항공교통의 발달로 동북아 물류와 금융의 중심지로 성장 가능성 또한 열려 있음
- 평화의 도시, 인천
 - 남북분단의 역사와 함께 지리적으로 북한과 대치점을 형성해 왔으며, 이러한 한계로 인해 도시의 자연·문화 자원을 활용하는 데 제한이 있었음
 - 그럼에도 불구하고 평화 도시로서의 정체성을 마련하며 대북 교류 거점이자, 대한민국 관문 도시에서 한반도 관문 도시로의 위상을 마련해 가고 있음



〈그림 4〉 인천광역시의 역사적 흐름

나. 인구통계학적 환경 분석

○ 인구 추이 변화

· 인천시 <2022 주민등록인구통계 보고서>에 따르면, 2022년 12월 말 기준 총인구는 3,039,163명으로 전년 대비 24,424명(0.81%) 증가, 전년 대비 인구증가율 전국 시도 중 2위, 내국인은 18,939명(0.64%), 외국인 5,485명(8.27%) 증가함

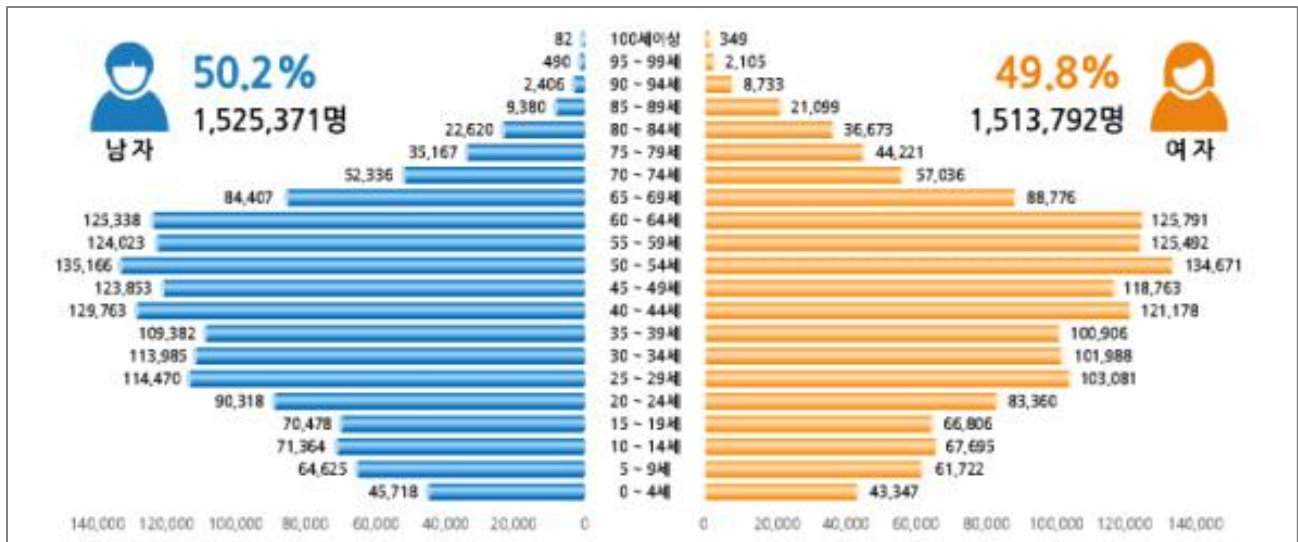


〈그림 5〉 인천광역시의 연도별 인구 추이

○ 연령별 인구 : 고령 인구 증가 대비 유소년 인구 감소

· 연령별 인구는 50~59세의 구성비가 전체인구의 17.1%로 가장 높고 40~49세(16.2%), 30~39세(14.0%), 60~69세(14%) 순임

- 전년 대비 가장 높은 증가율을 보인 연령층은 80세 이상으로 7,481명(7.8%) 증가함
- 가장 낮은 증가율을 보인 연령은 0~9세로 전년 대비 8,014명(△3.6%) 감소하였고 20~29세는 전년 대비 12,923(△3.2) 감소함
- 유소년 인구(0~14세)의 경우에는 346,269명(11.7%), 고령 인구(65세 이상)는 463,850명(15.6%)으로 전년 대비 28,419명(6.53%) 증가하였음



〈그림 6〉 인천광역시 연령별·성별 인구분포

○ 지역별 인구 : 인천광역시 서구(20.3%) 인구 최대

· 인천광역시의 구·군별 인구는 서구가 622,356명(20.3. %)도 가장 많고, 다음으로 남동구(510,318명), 미추홀구(415,963명), 연수구(404,992명) 순임, 옹진군의 인구수가 20,870명(0.6%)으로 가장 적게 나타남

구분	군 구별 인구수 (단위 : 명)			
	2022.12.	2023.07.	전년 대비 증감	증감률
중구	157,050	161,411	4,361	2.8
동구	59,889	60,958	1,069	1.8
미추홀구	416,412	415,963	-449	-0.1
연수구	400,052	404,992	4,940	1.2
남동구	517,473	510,318	-7,155	-1.4
부평구	503,419	503,962	543	0.1
계양구	292,112	287,558	-4,554	-1.6
서구	601,178	622,356	21,178	3.5
강화군	70,671	70,284	-387	-0.5
옹진군	20,907	20,870	-37	-0.2
계	3,078,181	3,058,672	19,509	0.6

〈표 5〉 인천광역시 행정구역별 인구 증감률

○ 외국인 인구 : 인천시 전체인구 2.4%

- 국가통계포털(KOSIS)에 따르면 인천광역시 외국인 수는 71,849명으로 인천 전체인구 비율 대비

2.4%에 해당하며, 전년 대비 5,485명(8.27%) 증가함

· 거주지역별로는 부평구 14,301명(19.9%), 연수구 14,256명(19.8%), 서구 12,165명(16.9%), 남동구 11,292명(15.7%) 순임

단위 : (명)

구분	전국	인천광역시
연도	등록외국인 수	등록외국인 수
2021	1,093,891	66,364
2020	1,145,540	67,648
2019	1,271,807	72,259
2018	1,246,626	67,869

〈표 6〉 전국 및 인천광역시 외국인 인구 비율 (법무부 「출입 국자 및 체류 외국인통계」)

○ 다문화 가구 증가율 : 다문화 가구의 높은 증가 추세

· 국가통계포털(KOSIS)과 <2022 인천의 사회지표>에 따르면, 인천광역시 다문화 가구 수는 27,075가 구로 매년 증가하고 있음



〈그림 7〉 인천광역시 다문화 가구 수(국가통계포털)

○ 시사점

- 인천광역시의 인구 현황을 살펴본 결과, 인천시의 여러 인구학적 특징들이 미술관과 같은 문화 향유 시설에 대한 시민들의 요구와 관심이 높은 것으로 예측됨
- 각 계층 및 세대와 소득수준에 걸맞은 문화예술시설 확충이 필요함
- 더불어 외국인 인구가 급속히 유입되고 있는 상황을 볼 때, 이를 위한 다양한 문화적 배경을 바탕으로 한 국제 감각의 미술관 건립이 요구되며, 전시와 프로그램들이 마련될 필요가 있을 것으로 예측됨
- 또한, 인구 구성비의 상당수가 50대 이후의 중장년층에 해당하고 있어 이들에 대한 프로그램 기획이 필요함

다. 교육·문화적 환경 분석

○ 인천 문화기반시설 현황 : 문화기반시설의 지속적 증가

- 문화체육관광부의 <2022 전국 문화기반시설 총람>에 따르면, 인천광역시 내 문화기반시설은 총 126개소로 미술관 5개소(공립 2개, 시립 3개), 박물관 30개소, 도서관 58개소, 문예회관 11개소, 지방문화원 10개소, 생활문화센터 12개소를 보유하고 있는 것으로 확인됨
- 이와 더불어, 인천광역시에는 갤러리, 대안공간, 신생 공간 등의 다양한 문화예술 공간이 존재함
- 인천광역시의 주요 문화 기반 단체로는 인천미술협회, 인천민예총, 인천문화재단 등이 있음



〈그림 8〉 인천광역시 내 주요 미술관

시도	합계	국립 도서관	공공도서관				박물관				미술관				생활 문화 센터	문예 회관	지방 문화원	문화의 집
			계	지자체	교육청	시립	계	국공립	시립	대학	계	국공립	시립	대학				
계	3,145	4	1,208	949	235	24	909	439	364	106	285	80	190	15	173	267	231	68
서울	435	3	195	168	22	5	130	35	67	28	44	6	33	5	8	27	25	3
부산	139	0	49	33	14	2	33	13	9	11	9	2	5	2	20	12	16	0
대구	95	0	44	27	9	8	17	8	6	3	4	2	0	2	11	11	8	0
인천	126	0	58	49	9	0	30	16	13	1	5	2	3	0	12	11	10	0
광주	74	0	24	18	6	0	12	5	3	4	14	4	8	2	8	8	5	3
대전	63	0	26	24	2	0	15	4	4	7	5	2	3	0	4	5	5	3
울산	44	0	19	15	4	0	11	9	1	1	1	1	0	0	3	5	5	0
세종	24	0	13	12	1	0	7	3	4	0	0	0	0	0	2	1	1	0
경기	591	1	300	284	11	5	128	54	63	11	58	14	41	3	19	44	31	10
강원	241	0	60	38	22	0	97	49	43	5	22	5	17	0	17	23	18	4
충북	141	0	54	38	15	1	43	26	12	5	11	5	6	0	4	12	11	6
충남	183	0	63	44	19	0	64	37	21	6	10	2	8	0	9	18	15	4
전북	180	0	64	45	18	1	43	30	9	4	21	7	14	0	16	17	14	5
전남	230	0	71	48	22	1	65	42	20	3	38	11	27	0	10	21	22	3
경북	221	0	70	42	28	0	75	42	23	10	11	5	5	1	10	27	23	5
경남	228	0	76	48	27	1	77	49	22	6	11	5	6	0	14	22	20	8
제주	130	0	22	16	6	0	62	17	44	1	21	7	14	0	6	3	2	14

〈표 7〉 인천광역시 주요 문화기반시설 현황(2022.12.31. 기준)

- 인천광역시 내 미술 관련 문화예술시설은 총 5개소의 등록 미술관(공립 2개소, 사립 3개소)이 있으며, 더불어 문화재단 운영 전시 공간, 문예회관 부설 전시장, 갤러리, 기타 문화공간 등의 전시시설이 존재함
- 2023년 10월 기준, 인천문화 큐 아이큐에 등록된 전시시설 개수는 209개 관으로 공공시설 및 영세한 민간 문화기관을 포함함. 다만 비등록 시설 또한 존재할 것으로 추측됨
- 인천광역시 내 미술 관련 주요 문화예술시설 현황 및 개요는 다음 표와 같음

구분	지역	설립 주체	등록 여부	시설명 (개관연도)		개요
미술관	미추홀 구	공립	등록	송암미술관 (1992)		인천광역시립박물관에 소속된 미술관으로, 고대부터 현대에 이르는 서화·조각·공예·도자기 등의 상설전 및 기획전, 다양한 연령층을 대상으로 교육 프로그램을 운영함
	중구	공립	등록	인천아트플랫폼 (2009)		예술가 레지던시 프로그램을 중심으로 전시 및 공연, 시민참여 교육 프로그램을 운영하는 문화예술 창작 공간임
	강화군	사립	등록	더리미미술관 (1995)		아르 브뤼 작품 전시를 중심으로, 연극공연 및 음악회·미술체험·미술치료 프로그램 등을 진행하고 있음
		사립	등록	전원미술관 (1995)		1948년 강화에서 출생한 유광상 작가의 작품 120여 점 및 강화도의 특산물인 화문석으로 제작한 예술품을 전시하고 있음
		사립	등록	해든뮤지움 (2013)		내·외 유명 현대 예술가들의 작품을 다소 소장하고 있어 컬렉션 전시를 개최하고, 연령별 맞춤 교육 프로그램을 기획·운영하고 있음
박물관	연수구	공립	등록	인천광역시립 박물관(1946)		946년 4월 개관한 우리나라 최초의 공립 박물관으로, 인천지역의 향토사와 문화유산을 조사, 연구하고 그 결과를 시민들에게 공유하는 취지로 설립됨
		공립	등록	인천도 시 역사관(2008)		인천의 도시발전 과정을 주제로 1883년 개항 이후 인천의 도시 역사와 변천 과정을 전시하고 다양한 교육과 행사를 진행함
	중구	공립	등록	한국 이민사 박물관(2003)		우리나라 최초의 이민사박물관으로, 2003년 마주 이민 100주년을 맞아 개관함. 대한민국 이민의 출발지였던 인천항의 역사와 이민의 역사를 설명하는 상설 전시와 관련 특별 전시 및 교육 프로그램을 진행함
문화재단 운영 전시 공간	동구	공립	미 등록	인천문화재단(2004)	우리 미술관 (2015)	주민들을 위한 기획전시 및 교육 프로그램, 예술가를 위한 레지던스 및 스튜디오를 운영함
	서구	공립	미 등록	인천서구 문화재단(2018)	정서진 아트 큐브(2019)	경인아리랑길에 있는 작은 갤러리로 ‘생태와 도시’를 주제로 기획전시 및 연계 프로그램을 개최함
	연수구	공립	미 등록	연수 문화재단 (2020)	연수갤러리	연수구의회 1층에 있는 지역 문화예술인들의 전시가 가능한 전시시설

구분	지역	설립 주체	등록 여부	시설명 (개관연도)	개요
문예회 관 부설 전시실	연수구	공립	미 등록	트라이보울 (2009)	인천문화재단이 운영하는 복합문화예술공간으로 공연, 전시, 교육 프로그램이 진행됨
	부평구	공립	미 등록	부평아트센터 갤러리꽃누리 (2010)	부평문화재단이 운영하는 부평아트센터 부설 전시 공간으로, 기획전시 및 부평 지역 아티스트 관련 전시를 주로 진행함
	남동구	공립	미 등록	인천시 문화예술회관 전시실(1994)	문화예술회관 내에 대전전시실, 중앙전시실, 소전시실, 미추 홀 실이 있으며, 인천시 미술작가 협회 전시가 주로 열림
		공립	미 등록	남동 소래 아트홀 갤러리(2011)	남동구도시관리공단에서 운영하는 남동 소래 아트홀 부설 전 시실로, 기획 및 대관 전시가 주로 열림
	서구	공립	미 등록	인천 서구문화회관 아트갤러리(1995)	인천서구 문화재단에서 운영하는 인천서구 문화회관의 부설 다목적 전시실임
		공립	미 등록	청리블루노바홀 전시장(2021)	인천서구 문화재단에서 운영하는 복합문화공간 청리블루노바 홀 내 부설 전시 공간임
	미추홀 구	공립	미 등록	인천수봉문화회관 전시실(1982)	(사)인천예총에서 위탁운영이라는 인천수봉문화회관 부설 전시 실
갤러리 및 기타 문화공 간	동구	사립	미 등록	스페이스 빔 (2002)	1995년부터 지역 미술 연구 진행 및 미술전문지 발간, 전시 기획 등의 활동을 해온 대안적 미술 공간으로, 도시재생 관련 담론 형성 및 방향성을 연구함
	중구	사립	미 등록	임시공간 (2016)	인천 원도심 개항장 문화지구 내 위치한 신생 공간으로, 지역 시각예술 기획과 매개를 위한 거점 공간의 역할을 하고 있음
		사립	미 등록	잇다스페이스 (2015)	1920년대 소금 창고로 시작하여 1940년대 일본식 한증막, 1950년대 이후 서점이었던 공간을 문화공간으로 재생하여 실 험적인 전시와 공연을 개최함
		사립	미 등록	프로젝트 신포 (2020)	원도심 신포동 거리에 문을 연 문화예술 커뮤니티 공간으로, 시각예술 기반 전시를 기획하고, 대담, 예술창작스터디, 워크 숍, 강연 등의 행사를 펼침
		사립	미 등록	파라디이스 아트스페이스 (2018)	파라디이스재단 소장품을 기반으로 한 상설전시실과 대중성과 트렌드를 아우르는 특별전이 이루어지는 기획전시실로 구성됨
	미추홀 구	사립	미 등록	공간 틈 (2014)	주안 신기시장 뒤편에 자리한 대안공간으로, 인천지역의 새로 운 담론을 형성하는 지역 미술가를 발굴하고 지원함
	서구	사립	미 등록	CoSMo40 (2018)	커피브라더스가 인천 서구 가좌동의 코스모화학 공장을 인수 하여 새로운 복합문화공간으로 재생시킴. 1층은 전시장, 2~3 층은 카페로 활용되고 있음

〈표 8〉 인천광역시 미술 관련 주요 문화예술시설 현황 및 개요

○ 인천 미술계 및 예술가 그룹 현황 파악

- 한국예술인복지재단 <예술 활동 증명 현황>에 따르면, 2023년 10월 기준 인천 예술 활동 증명 완료 누적 예술인은 7,754명이며, 그 중 미술 분야 예술인은 1,291명으로 집계됨
- 분야별 예술 활동 증명 등록 완료자는 음악(2,538명) > 미술(1,291명) > 연극(837명) > 문학(702명) > 연예(525명) 등으로 ‘미술’ 분야 활동가는 인천 전체 활동하는 예술인 중 두 번째로 많음



<그림 9> 2023 인천광역시 분야별 예술 활동 증명 현황

- 최근 5년간 예술 활동 증명 완료 현황은 2019년(68,564명) 대비 3배 가까이 증가한 것을 확인할 수 있으며, 인천광역시에서 활동하는 예술인의 비중은 점점 증가하는 추세임



<그림 10> 인천광역시의 최근 5년간의 예술 활동 증명 완료 현황 추이

- 예술경영지원센터 <2022 전문예술법인·단체백서>에 따르면, 2021년 12월 31일 기준 인천광역시의 전문예술단체 및 법인은 총 56개로 집계됨
- 인천예총 소속 ‘한국미술협회 인천광역시지회(인천미술협회)’에 소속된 예술인은 현재 11개 분과 총 910명(2020년 12월 기준)이며, 인천민예총 소속 예술인은 총 171명(2017년 8월 기준)
- 인천문화 큐 아이큐에 등록된 시각예술 분야 문화예술인은 238명(2021년 11월 기준)임
- 미등록 예술인을 고려할 때, 실제로 인천지역을 기반으로 활동하는 미술인은 1천 명 이상일 것으로 유추할 수 있음

○ 인천 문화예술 법인단체 현황 : 광역시 평균 대비 적은 법인단체 보유

· 인천광역시의 전문예술법인 19개(사단법인 16개, 재단법인 3개), 전문예술단체(임의단체)는 27개가 지정되어 있으며, 이는 광역시 평균(전문예술법인 32.1개, 전문예술단체 59.8개)보다 적은 수준임

구분	전문예술법인(A)	전문예술 단체(B)	합계(A+B)
부산	39	86	125
인천	27	19	46
대구	20	71	91
광주	29	42	71
대전	15	33	48
울산	1	25	26
광역시 평균	32.1	59.8	92

〈표 9〉 2023 지역 문화예술법인·단체 현황

· 인천광역시에서 운영되고 있는 전문예술법인 중 지원기관으로는 ‘(재)인천문화재단’. ‘(재)인천광역시 부평구문화재단’, ‘인천광역시 서구문화재단’ 등이 있음. 2020년에는 연수구 ‘연수문화재단’ 이 출범하였으며, 2022년에 남동구 ‘남동문화재단’ 이 출범하였음

구분		법인·단체명 (설립연도)	시각예술 관련 주요 사업
전문예술 법인	지원기관 (재단법인)	인천문화재단 (2004)	<ul style="list-style-type: none">◆ 인천 연고 문화예술인 전시지원◆ 신진예술가 및 원로예술인 지원◆ 인천미술 활성화 사업: 인천 연고 작가 작품 구매, 대여, 전시◆ 인천아트플랫폼, 우리 미술관, 트라이보울 운영
		부평문화재단 (2006)	<ul style="list-style-type: none">◆ 부평아트센터 갤러리 꽃누리 운영◆ 시민문화예술 교육 활성화
		인천서구 문화재단 (2018)	<ul style="list-style-type: none">◆ 청라블루노비홀 전시장, 정서진 아트 큐브 운영◆ 청년예술가 활동 지원◆ 서구예술단체(인) 활동 지원
		연수문화재단 (2020)	<ul style="list-style-type: none">◆ 연수구 시각예술 활성화 사업◆ 연수갤러리 등 문화공간 운영
		남동문화재단 (2022)	<ul style="list-style-type: none">◆ 남동구 문화예술 사업◆ 예술가 활동 지원
	시각예술 분야 협회	(사)한국미술협회 인천광역시지회 (1981)	<ul style="list-style-type: none">◆ 향토 미술 및 민족 미술의 향상과 발전을 도모◆ 인천 아트 시즌(예술 플리마켓 한마당), 전국 공모 인천미술대전, 인천아트페스타 등 인천광역시 내 미술 행사 주최, 주관함
		(사)인천민예총 (1994)	<ul style="list-style-type: none">◆ 진보적 예술인들의 상호연대와 실천을 통해 지역문화 예술 발전에 기여◆ 백범 김구와 인천 · 인천문화예술 아카데미 프로그램 등을 통해 지역 문화콘텐츠 발굴◆ 시민 교양프로그램 운영
		(사)인천 여성미술 비엔날레 조직위원회	<ul style="list-style-type: none">◆ 인천의 여성작가를 중심으로 인천의 브랜드화 및 여성미술에 대한 전시 주제 탐구◆ 2004년부터 2011년까지 4회 개최된 바 있으나, 현재 개최되지 않고 있음
전문예술단체		인천민족미술인협회 (1994)	<ul style="list-style-type: none">◆ 정기전 및 향해미술제 개최◆ 기관지 <향해미술> 발간
		인천 수채화 협회 (1980)	<ul style="list-style-type: none">◆ 인천현대수채화대전 개최

〈표 10〉 인천시 주요 전문예술법인·단체 현황

- 인천광역시의 시각 분야 전문예술법인은 ‘(사)인천여성미술비엔날레 조직위원회’, ‘(사)한국미술협회 인천광역시지회’, ‘(사)한국미술협회 강화지부’, ‘(사)한국사진작가협회 인천광역시지회’, ‘(사)한국서예협회 인천지회’ 5개가 있으며, 기타 분야인 ‘인천민예총’ 과 ‘미술위원회’ 에서도 시각예술 관련 사업을 진행하고 있음
- 시각 분야 전문예술단체는 ‘갤러리 진(眞)’, ‘국제미술진흥협회’, ‘인천민족미술인협회’, ‘인천 수채화 협회’ 4개가 지정되어 있으나, ‘인천민족미술인협회’, ‘인천 수채화 협회’ 만 최근 활동이 확인됨
- 인천문화 큐 아이큐에 따르면, 인천시 시각예술 분야 문화예술단체는 75개로(2023년 10월 기준), 비지정·비공식으로 활동하는 문화예술단체는 더욱 많을 것으로 추측됨

○ 인천시의 활발한 미술 행사 개최

- 2021년 기준 인천광역시 내 주요 미술 행사는 ‘인천아시아아트쇼’, ‘2021인천아트시즌’, ‘2021 인천 아트 페스티벌’ 등이 있음
- 인천시에서 개최되는 대다수의 미술 행사는 (사)한국미술협회 인천광역시지회(이하 인천미술협회)에서 주최하는 경우가 많음
- 인천시의 대표 미술 행사로는 ‘인천 해양 국제미술 축전’, ‘인천국제아트페어’, ‘인천 국제 여성미술 비엔날레’, ‘항해미술제’ 등으로 다양하게 전개됨

행사명	주최	주관	개요 및 특징
인천아시아아트쇼 (IAAS)	(사)인천아시아아트쇼 조직위원회		인천에서 2021년 최초로 개최되는 대규모 국제문화예술행사로 한국 및 아시아와 유럽 미주 등 전 세계 80여 개국 작가 1천여 명이 참여함
2021인천아트시즌 (前 인천미술 한마당축제)	인천미술협회		2021인천아트시즌 예술 플리마켓 한마당 행사추진위원회
2021 인천 아트 페스티벌	(사)인천여성미술비엔날레 조직위원회		인천여성미술비엔날레 조직위가 2021년 진행한 행사로, 여성미술의 울타리를 벗어 다양한 외연의 예술과 공조하고자 하였음. 60여 명 작가가 참여함
전국 공모 인천미술대전	인천미술협회		인천미술협회에서 주최하는 전국 단위 미술대회로, 유능하고 참신한 신진작가를 발굴하고 우수작품을 전시·포상함
2019 인천 해양 국제 미술 축전	인천광역시, 인천미술협회	인천 해양 국제미술 축전 운영위원회	2018년도까지 개별적으로 개최되었던 인천국제아트페어, 전국 공모 인천미술대전, 인천미술 청년 작가전을 포괄하여 개최되는 행사임
인천국제아트페어	인천광역시, 인천미술협회	인천 국제 아트페어 운영위원회	2018년 기준, 6개 광역시 및 제주 예총과의 미술 교류전을 함께 개최하였으며, 국내 160여 명의 작가의 작품 및 해외 5개국의 30여 명의 작가가 참여함
인천 국제여성 미술 비엔날레	인천여성미술비엔날레 조직위원회		2004년에 시작되어 2007년 세계 최초의 국제 여성미술 비엔날레로 성장하였으나, 2011년 이후로 개최되지 않고 있음
인천미술 청년 작가전	인천미술협회	인천미술 청년 작가전 운영위원회	청년 작가들에게 전시 기회를 제공하고, 원로작가들과의 교류할 수 있는 계기를 마련하는 행사임
항해미술제	인천민예총, 인천민족미술인협회	인천 민족 미술인협회	1998년부터 연례적으로 개최되어온 인천지역의 대표적 미술 행사. 2019년 인천평화축제 프레임에서 ‘평화로 날다’라는 주제로 개최된 제19회 항해미술제를 마지막으로 개최되지 않고 있음

〈표 11〉 인천시 주요 미술 행사

- 이러한 인천의 교육·문화적 환경에 기반하여 인천 미술 생태계 진흥 및 활성화를 위한 미술인 양성 및 지역 미술사 연구, 지역작가 발굴·지원이 필요함

1.1.2. 공간적 환경 분석

가. 공간 및 환경 분석

○ 인천시립미술관 건립 대상지 개요

- 인천광역시 미추홀구 학익동 587-53번지(용현·학익 1블록 도시개발지구 内)
- 부지면적 41,170㎡, 인천뮤지엄파크 연면적 40,189.58㎡, 인천시립미술관 시설 연면적 13,198.66㎡
- 인천시립미술관, 선교사 사택 4동



〈그림 11〉 사업대상지 위치



〈그림 12〉 인천시립미술관 사업부지 조감도

○ 해당 시설의 시대적 배경 * 참고 : 선교사 사택, (구) 극동방송 사옥

- 보존 규모 : 1,802㎡
- 건축 시기 : 1950년대(근대건축물 가치 有)
- 주요 특징 : 1955년 6월 '한국 복음주의 방송' 이 극동방송으로 개국
- 해당 부지에 미국식으로 9개의 동을 신축함
- 무선국 사옥과 부속건물, 선교사 등이 묵었던 사택 7동이 훼손되지 않은 채 보존됨
- OCI가 해당 부지 인수 후 공장을 세웠지만, 건물의 가치를 인정하고 보존하여 직원 기숙사 등으로 사용

나. 공간계획 분석

구 분		건축심의 (‘23. 8.)	비 고
층	영 역	미술관	
지하 1층	수장 영역	1,342.23	수장고
	전시 영역	602.96	어린이미술관
	교육 영역	1,326.63	강당, 세미나실 등
	공용 영역	2,086.90	기계실, 전기실, 복도, 화장실 등
	소 계	5,358.72	
지상 1층	수장 영역	251.25	하역장, 해체포장실 등
	교육 영역	130.60	강당
	전시 영역	1,554.64	기획전시실, 뉴미디어실 등
	기타 영역	1,875.52	도서자료실, 뮤지엄샵 등
	소 계	3,812.02	
지상 2층	전시 영역	1,521.49	기획전시실 등
	기타 영역	2,506.43	사무실, 공용공간 등
	소 계	4,027.92	
시설 연면적		13,198.66	합계: 27,268.84
선교사 사택(4동)		1,055.31	
주 차 장		5,932.71	*총 317대(법정: 283대/ 122%) *미술관 면적은 총 면적의 50%
그 외 면적		6,988.02	

〈표 12〉 인천시립미술관 층별 세부 공간계획표

- 상기 표는 2023.8월 건축심의에 제출된 뮤지엄파크 층별 세부 면적 표로 실제 설계 결과와 상이할 수 있음
- 미술관은 지하 1층, 지상 1층, 지상 2층으로 계획되었으며, 수장영역은 지하 1층에 집중되도록 설계됨
- 현재 설계 계획에 공용공간의 비율이 다른 공간대비 높음 편으로 나타나고 있음
- 주차장 면적으로 인해 총면적의 면적이 축소되는 경향이 있어 이에 대한 공간계획 수립을 재검토할 필요가 있음
- (구) 극동방송 사옥 및 선교사 사택의 경우 건물 노후화로 인한 재건축 검토 및 보존을 위한 별도 조치가 필요한지에 대한 문제를 살펴볼 필요가 있음

1.3. 인천시립미술관 기초환경분석 결과

1.3.1. 입지적 특성

○ 주요 특성

역사	인천은 삼국시대 이래로 대외 소통과 무역, 군사적 요충지였으며, 1883년 제물포 개항으로 가장 먼저 근대 도시의 모습을 갖추
지리	간척사업으로 조성된 제방과 항만, 공항, 철도 등 교통이 크게 발달해 역동적인 입지를 점유함
경제	인천 경제자유구역(IFEZ) 지정으로 자유로운 경제 교류와 접근성이 두드러짐
인구	2021년 이후 소폭 감소, 노령화 등 일반적 대도시의 양상을 보이나, 다문화 가구의 높은 증가 추세(2021년 전년 대비 6.4% 증가)가 특징임
교육	인근에 여러 대학이 많아 문화 수요는 많으나 아직까지 문화예술 관련 대학 정원은 광역시 평균 보다 적음
문화	문화기반시설은 지속적으로 증가하고 있으나, 코로나19 영향으로 2021년 기준 문화공간 이용률(25.1%), 문화예술행사 관람률(39.8%)이 직전 조사(2019년)에 비해 크게 감소한 상황임

〈표 13〉 인천광역시의 주요 특성

○ 주요 특성을 반영한 결과도출

- 인천은 근대 도시의 흔적을 풍부하게 간직하고 있어 역사성이 강하고 개항지 특유의 역동성과 문화적 혼종성이 두드러지면서도 자유로운 경제 교류와 접근성으로 인해 역동적인 미래상을 제시할 수 있는 도시임
- 선행연구에서 도출된 ‘디아스포라’ 개념을 포괄하면서도 미래 진취적인 이미지 확장
- ‘오픈포트(Open port)’, ‘게이트(Gate)’ 등의 개념을 전문가 세미나 및 간담회 결과를 반영하여 인천 시립미술관의 정체성 개념화 및 구체화함

1.3.2. 미술 환경 및 미술사적 특성

가. 인천미술의 역사

- 인천은 지방 도시지만, 서울의 매우 인접하여 문화의 고유성을 간직하기 어려운 점이 있음. 그럼에도 불구하고, 인천의 미술가들은 한국미술이라는 보편적 가치를 염두에 두면서 인천지역 미술의 특수성과 개성을 찾기 위해 노력함
- 1945년 12월 내동 금융조합 2층에서 개최된 <해방기념 미술전>을 시작으로, 5~60년대의 <앙데팡당전>, 6~70년대 <오소회전>, 80년대 모더니즘 미술운동을 주창했던 <현대미술 상황 전>과, 같은 시대 리얼리즘을 이끌었던 <지평 전>은 시대가 요구하는 형식 또는 내용을 보여주려고 고민해온 인천지역의 깨어있던 작가군으로 꼽힘(이경모, 2007)
- 최근 인천미술계는 예총, 민예총, 지역 미술 연구모임 등의 지역 미술 단체를 중심으로 지역문화 창달을 위한 노력을 전개하고 있음. 이러한 과정에서 인천미술 관련 자료를 바탕으로 인천 지역 미술사의 궤적을 포착하는 연구의 중요성이 강조됨

구분	내용
1946년	- <인천미술동인회> : 최초의 미술 단체 발족
1947년	- <인천미술인 협회> 결성
1948년	- <문화단체 총연합회> 산하 인천미술협회 결성 - 인천미술협회는 1952년 <대한미술협회가 생길 때까지 경기도 미술의 구심 역할을 수행했고, 이후 1981년까지 경기도 지부로 활동
1954년	- <인천미술협회> 결성
1969년	- 미술평론가 이경성의 발의로 <오소회> 발족 및 결성. 인천 작가들이 주축이 된 <현대미술 상황> 결성
1980년	- 젊은 작가들의 파격적인 작품으로 인천미술계의 일대 사건이 된 <현대미술 상황-인천> 전 개최
1985년	- <지평> 창립. 이 그룹은 현실과 역사에 대한 예술의 참여와 시대 인식을 지각하며 ‘(비판적)리얼리즘’을 채택하고 활동 전개
1986년	- <인천청년작가회> 결성
1980년대 이후	- 지역 내 소재 공단이나 빈민 지역과 같은 현장을 중심으로 실천적 미술운동을 펼침 - 현재 인천지역은 인천문화재단 내 ‘인천아트플랫폼’을 개관하여 레지던시 프로그램을 가동시켰고, 민간 영역에선 <스페이스 빔>의 활동이 큼 - 그 외에도 <노동 미술 곳>과 같은 1980년대의 정신을 잇는 전시가 이어지고 있으며, 여성미술 비엔날레가 개최되고 있음 - 특이할 점은 항해문화를 비롯한 다수의 담론지가 출간되고 있는데, 이는 인천지역의 문화 담론을 보여주는 좋은 사례라 할 수 있음

<표 14> 인천미술의 흐름 요약 (출처 : 경기도미술관(2018), 경기 아카이브_지금, 31-32)



<그림 13> 인천 미술사 형성과정 요약

나. 인천시와 디아스포라(Diaspora)

- 디아스포라 개념은 1980년대 말 냉전 이데올로기가 최후를 맞이하면서 2000년 전후에 본격적으로 나타나기 시작함. 탈냉전 이후 동서 갈등이 해소되면서 국민국가의 위상이 심하게 흔들리기 시작, 정치적 이데올로기로 국가 공동체를 억압했다는 자성의 목소리가 쏟아지면서 그 자리에 세계화라는 새로운 이념이 자리를 잡게 됨
- 한국의 디아스포라 미술은 20세기 초 근대미술 형성기에 서구 미술이 이식되면서부터 남북이념 갈등에 때문에 작가가 월북하면서 이데올로기에 의한 디아스포라 현상이 나타났고, 한국 근대미술이 형성되는 근간에 이산이라는 담론에 적잖은 영향을 끼쳤다고 볼 수 있음
- 인천 역시 제물포 개항 이래 한국 최초의 하와이 이민선(1902)이 출항한 곳이며, 산업화로 인한 국내 노동자들의 인천 유입 등을 고려하면 다양한 지역민과 민족, 언어 등이 섞이고 교류가 이루어지는 지역적 특성이 ‘디아스포라’로 귀결될 수 있음
- ‘디아스포라’는 이주, 차별, 적응, 문화변용, 동화, 공동체, 민족문화와 민족 정체성, 평화 등 다양한 주제로 해석되며, 역사학, 인류학, 민속학, 사회학, 정치학, 경제학, 언어학 등에서 많은 연구가 진행되는 주제로 확장성이 높음. 뿐만 아니라, 동시대 문화예술의 포용적, 사회적 가치를 강조하는 정책환경 속에서 시의성을 지니는 개념임
- 나아가, 디아스포라의 문화적 개념은 이질적인 것이 섞여 새로운 문화를 창출하게 되는 계기가 되는 것으로 문화 다양성의 원천이기도 함
- 인천시는 디아스포라와 관련된 자원을 기 확보하고 있음. 일례로 ‘짜장면’은 디아스포라의 산물이자 지역 고유의 문화 다양성의 양상을 반영함. 또한, 인천시의 <디아스포라 영화제>와 연계하면서, 의미론적으로 유목민주의(노마디즘)와 연관하여 동아시아 문화 교류와 거점미술관의 역할을 기대하는 것도 가능함
- 디아스포라 관련 국내 주요 작가는 김환기, 이응노, 박이소, 김주영, 민영순, 양혜규, 함경아, 서도호, 송영욱, 조양규, 차학경 등을 꼽을 수 있으며 최근 해외 입양 출신 작가(이미래 등)를 중심으로 활발한 활동을 전개하면서 국제적으로 주목받고 있음
- 최근 디아스포라 예술가들의 정체성은 더 이상 강제 이주와 이민으로 인한 고통의 역사를 기반으로 하고 있지 않으며, 세계화 속에서 자의적으로 유랑하는 사람들을 가리키는 것으로 의미가 확장되고 있음. 디아스포라 예술가들은 다양한 문화에서 오는 복합성을 작품에 녹여내며, 국가, 민족, 인종의 경계를 초월하여 새롭고 복합적인 예술로 접근하고 있음

	모더니티 (modernity)	포스트 모더니티 (post modernity)
정체성	민족정체성 사이에서 갈등	새로운 정체성 수용과 확대
현상	이주자와 다수자 사이의 마찰	다양한 정체성의 차이 인정
반응	자기 민족정체성 과시	연대와 공존
원인	국가체제 변동, 붕괴와 같은 이념 대전환	페미니즘 기반의 전방위적 정체성 운동과 연구
결과	러시아·우즈베키스탄·카자흐스탄·중국 연변의 조선족자치주 일본 재인 한국인 등	마이너리티 (여성, 젠더, 동성애, 정치적 좌익, 녹색연대, 반핵, 홈리스 등)
영향	후기식민주의 연구	다원주의, 초국가주의

〈표 15〉 모더니티 & 포스트 모더니티에 따른 디아스포라의 특징

○ 주요 특성

- 인천 근현대미술사의 중요한 흐름에 관한 연구와 인천의 특수성과 개성을 찾기 위한 노력이 전개되었으나, 아직 세부 연구는 많이 부족함
- 개항기와 인천화단 형성기에 집중되었던 시기별 연구 경향에서부터 최근 1980년대 인천 소집단 미술운동, 1990년대 이후 소그룹 미술운동과 대안공간 활동에 관한 연구 등 인천미술의 주체에 관한 연구 등으로 다변화하는 추세임
- 앞으로 미술 공간 연구, 전시 연구, 매체별(미디어 아트, 퍼포먼스 등) 연구, 문화예술 잡지 연구 등 ‘시대’와 ‘주체’를 넘어선 다면화가 필요함

○ 미술사 연구 방향

- 첫째, 개항 이후 근현대 미술 연구를 심화하면서,
- 둘째, 인천의 독특한 역사적 자산이 어떻게 소그룹, 소집단의 형태로 나타나기 시작했는지 검토하고,
- 셋째, 매체와 플랫폼 중심의 글로벌 미술로의 확장에 관한 연구로 이어가는 단계별 세분화 연구가 필요함

시기별 연구	<ul style="list-style-type: none"> · 개항기 인천미술 연구 · 인천화단 형성기 연구 (예) 인천미술협회의 역사
주체별 연구	<ul style="list-style-type: none"> · 소집단, 소그룹, 미술 단체 연구 (예) <오소회>, <현대미술상황회>, 인천 민미협, 지역 미술 연구모임 등
매체 및 플랫폼 연구	<ul style="list-style-type: none"> · 전시 및 전시 공간, 잡지 연구 장르별(퍼포먼스, 미디어아트 등) (예) 인천의 국제전시, 인천아트플랫폼, 인천 미디어아트 페스티벌, 황해문화 등

〈표 16〉 미술사 연구 방향

Part 2. 법·제도 환경 분석

2. 법제도 환경 분석

2.1. 정책적 측면

2.1.1. 미술진흥 중장기계획(2018~2022)

○ 배경

- 2018년 4월 문화체육관광부는 미술계와의 논의를 거쳐 ‘미술로 행복한 삶’을 만들기 위한 ‘미술진흥 중장기계획(2018~2022)’을 발표함
- ‘미술진흥 중장기계획(2018~2022)’은 국민 누구나 사람 중심의 풍요롭고 아름다운 삶을 누릴 수 있도록 ‘미술로 행복한 삶’을 미술진흥 정책의 비전으로 정하고 창작-향유-유통이 선순환하는 미술생태계를 조성하는 것을 목표로 하면서 ‘미술로 행복한 삶’을 위한 4대 추진 전략, 16개 핵심과제를 설정함¹⁾

○ 주요 내용

- 4대 추진 전략으로 ▲ 안정적 창작활동을 위한 ‘자생력을 높이는 창작환경’ 조성, ▲ 누구나 쉽게 즐길 수 있도록 ‘일상에서 누리는 미술 문화’ 확산, ▲ 투명하고 공정한 ‘지속 가능한 미술시장’ 육성, ▲ 법·제도 등 ‘미래를 위한 미술 기반’ 조성을 제시하고, 16개 핵심과제, 44개 세부과제를 설정함
- 창작과 관련해서는 미술품이 재판매될 때 작가가 판매수익의 일정 비율을 청구할 수 있는 권리인 일명 ‘추급권’(Artist Resale Right)의 도입, 전속작가제 확대를 통한 미술계 고용 안정성 제고 및 미술 전공자들의 다양한 직업 선택 지원, 전시기획(기획자, 자료수집가 등), 전시 제작(조명·음향·영상 전문가), 전시해설(도슨트) 등 미술계 직업군의 세분화·전문화를 통한 신 직무군으로 육성 및 창작을 통한 일자리 창출, 한국미술의 기초역량 강화와 미래지향적 담론 형성을 위한 국내외 출판, 연구개발(R&D) 지원체계도 구축을 주요 과제로 함
- 향유와 관련해서는 지역으로의 전시콘텐츠 확산과 공공미술 활성화를 위해 수도권에 집중된 전시콘텐츠의 지역 순회전시 지원 전시 관람비 소득공제, 중저가 미술품 시장 육성을 통한 미술 소비 대중화 유도, 건축물 미술작품 제도의 실효성 제고를 위한 현장 실태 점검·개선, 법제상 불명확한 기준 개선과 복잡한 행정절차 간소화도 추진, 도시재생 사업 등과의 연계를 통해 작가들의 사회적 역할 확대, 공동 창작·전시·판매 공간인 메이커스페이스(가칭 예술창작소) 조성을 주요 과제로 함
- 시장과 관련해서는 국립현대미술관에 위탁, 운영하고 있는 미술은행의 기능 확대·개편을 통한 정부 미술품의 통합 관리범위 확대, 미술품 보험, 미술품 담보 보증 등 다양한 금융지원 도입 확대, 지역 미술은행 설립, 공공수장고 설치 지원, 미술품 유통·감정업 제도화, 화랑·경매·미술품 감정사 대상 전문교육 등을 통한 미술시장 육성, 개인 중심의 국제교류에서 기관 중심의 국제교류로 확대, 남북 미술 교류 유도 및 해외 미술 기관의 한국미술 전시에 대한 정책적 지원을 주요 과제로 함
- 법·제도 등 미래를 위한 미술 기반 마련과 관련해서는 미술품 유통 관련 법률 제정, 문화예술진흥기금 등의 공모사업 지원 방식 개선, 관계 부처와의 협의를 통한 미술품 소비 활성화를 위한 상속제 물납제 등 각종 세제지원도 추진 등을 주요 과제로 함²⁾

1) 미술로 행복한 삶: 미술진흥 중장기계획(2018~2022) https://policy.nl.go.kr/search/searchDetail.do?rec_key=SH2_PLC20180220757

2) 서울문화N 블로그 <https://m.blog.naver.com/ostw/221243588155>

2.1.2. 박물관·미술관 진흥 중장기계획(2019~2023)

○ 배경

- 2019년 문화체육관광부는 ‘문화로 삶을 풍요롭게 하는 박물관·미술관’을 비전으로 국민들이 일상생활 속에서 더욱 가까이 찾는 내실 있는 박물관·미술관을 만들기 위해 ‘박물관·미술관 진흥 중장기계획(2019~2023)’을 발표함
- 공공성 강화, 전문성 심화, 지속가능성 확보라는 3대 목표 아래 5개 전략과 16개 핵심과제로 구성되어 있음
- 5개 전략은 공공 문화기반시설로서의 위상 강화, 모두가 누리는 박물관·미술관, 전문적 기능 및 역량 강화, 지속 가능한 운영 기반 마련, 협력을 통한 시너지 제고임
- 이를 통해 그동안 긴밀하지 못했던 박물관과 미술관의 협력을 강화하고, 박물관 및 미술관 진흥법에 따라 각종 지원과 평가도 추진하게 됨

○ 등록제도, 학예사 자격제도 등 주요 제도 개선

- 2019년 현재 제1종 박물관은 분야별 소장품과 학예인력 여부에 따라 종합박물관과 전문박물관으로 나뉘어 있는데 구분의 경계가 모호하고 실효성 또한 적다는 지적이 제기되어 종합-전문박물관의 구분을 없애고 일원화를 추진함. 아울러 동물원, 수족관 등 다른 법률에 규정된 시설과 ‘문화의 집’과 같이 박물관으로서 기능이 약화된 시설은 박물관에서 제외하는 등 박물관 유형을 간소화함
- 학예사 자격증의 실효성을 높이기 위해 자격증 취득요건이 되는 근무경력을 인정받을 수 있는 대상 기관(경력인정 대상기관)을 확대하고, 학예사 자격증과 국공립기관 채용과의 연계를 강화함

○ 평가제도 정비, 특성화 지원 등을 통한 질적 제고

- 국공립 박물관·미술관의 공공성, 전문성을 강화하기 위해 건립에 관한 사전평가와 운영에 관한 사후평가를 내실화함
- 박물관 및 미술관 진흥법에 따른 사전평가 대상을 공립 박물관·미술관에서 국립박물관·미술관까지 확대함
- 박물관·미술관 건립 표준지침(매뉴얼)을 마련해 계획 수립부터 개관 이후 초기 운영까지 시행착오를 최소화할 수 있도록 지원함
- 등록 후 3년이 지난 국공립 박물관·미술관에 대해 실시하는 평가인증제 운용, 우수기관에 대한 유인책(인센티브)과 미인증기관에 대한 컨설팅을 강화하고, 공공성·전문성 강화를 위한 평가지표를 개선함
- 기존 박물관 위주의 문화유산 표준관리시스템을 공·사립 미술관 소장품 관리에도 활용할 수 있도록 개편하고, 소장품 등록인력 지원을 미술관까지 확대함. 또한 지자체가 광역 공동수장고를 건립할 때, 건립비의 50%까지 지원할 수 있도록 하고, 공·사립 박물관·미술관에 국립 관의 보존 처리기술 지원을 확대해 중요 국가적 자산에 대한 훼손, 소실을 예방할 계획임

○ 박물관·미술관 응용프로그램(App)을 통한 실시간 정보제공, 안전하고 열린 환경조성

- 국민들이 주변의 박물관·미술관 현황과 진행되고 있는 전시·프로그램 정보를 실시간으로 확인할 수 있도록 ‘지역문화 통합정보시스템’을 구축하고, 응용프로그램(애플리케이션)을 개발함
- 장애인, 노인 등의 시설 이용 편의 증진을 위해 모든 박물관·미술관의 ‘장애물 없는 생활환경인증’ 취득을 촉진하고, 접근성 강화를 위한 공간조성·전시기법·서비스 등에 대한 지침을 수립함

- 안전한 박물관·미술관을 위해 박물관·미술관 진흥시책 수립 시 화재 및 재난 방지에 관한 사항을 포함하도록 법제화를 추진함

○ 스마트 박물관·미술관' 조성, 박물관·미술관 협력 활성화

- 국립박물관·미술관을 중심으로 가상현실, 증강현실 등을 이용한 '실감형 콘텐츠 체험관'을 조성하고, 사물인터넷, 인공지능 등을 활용한 전시 안내 서비스를 통해 '스마트 박물관·미술관'을 구축함.
- 소장품 연계 디지털 콘텐츠를 개발하고, 온라인 가상현실(VR)전시 서비스를 제공할 계획임
- 박물관·미술관 주간행사를 전국 단위로 확대하고, '박물관·미술관 협력 활성화 포럼' 등을 통해 박물관과 미술관 간의 상호 협력망을 구축함. 여행주간과의 연계 등을 통해 박물관·미술관을 권역별 특색 있는 거점 여행지로 발전시킴³⁾

2.1.3. 장애 예술인의 문화예술 지원 기본계획 수립

○ 배경 및 주요 내용

- 제1차 장애 예술인 문화예술 활동 지원 기본계획(2022~2026)
- 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률에 따라 2022년 9월 문화체육관광부는 5년간 장애 예술인 지원 정책을 담은 '제1차 장애 예술인 문화예술 활동 지원 기본계획(2022~2026)'을 발표함.
- 이에 따라 장애 예술인 창작 지원 강화, 장애 예술인 일자리 등 자립 기반 조성, 장애 예술인 문화예술 활동 접근성 확대, 장애 예술인 지원 정책 기반 조성, 장애 예술인 예술 활동 지원 전문인력 교육 지원 등 5개 추진 전략과 10개 정책과제가 추진됨⁴⁾

3) 문화체육관광부 보도자료 전문 https://mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=17342

4) 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률 참조

2.2. 제도적 측면

2.2.1. 국립미술관의 설립 및 운영

○ 주요 내용

- 박물관 및 미술관 진흥법은 박물관을 그 설립·운영 주체에 따라 구분하면서 미술관의 설립·운영의 주체에 관하여는 박물관에 관한 규정을 준용하고 있음. 이에 따라 미술관은 국립미술관(국가가 설립·운영하는 미술관), 공립 미술관(지방자치단체가 설립·운영하는 미술관), 사립 미술관(민법, 상법, 그 밖의 특별법에 따라 설립된 법인·단체 또는 개인이 설립·운영하는 미술관), 대학 박물관(고등교육법에 따라 설립된 학교나 다른 법률에 따라 설립된 대학 교육과정의 교육기관이 설립·운영하는 미술관)으로 구분됨
- 이에 따라 박물관 및 미술관 진흥법은 국립미술관의 설립 및 운영에 관련하여 박물관 및 미술관 진흥 기본계획 및 시행계획 수립·시행, 실태조사, 등록, 국공립 박물관 및 미술관에 대한 평가 및 인증, 관람료, 소장품 대여, 장애인 접근성 보장 등을 규정하고 있음
- 박물관 및 미술관 진흥법 제6조는 학예사는 국제박물관협회(International Council of Museums)의 윤리강령과 국제 협약을 지켜야 한다고 규정하고 있음
- 2023년 제정된 미술진흥법은 박물관 및 미술관 진흥법에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 미술 진흥법에서 정하는 바에 따른다고 규정함으로써 미술진흥법과의 관계를 설정하고 있으나 미술 생태계 진흥에 대하여 전반적으로 규정한 미술 분야 기본법적인 성격을 가지고 있음⁵⁾

2.2.2. 소장품 수집 및 관리

○ 주요 내용

- 2022년 9월 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률 개정에 따라 국가, 지방자치단체 및 공공기관 등에서 장애 예술인이 문화예술 활동을 통해 생산한 창작물을 우선적으로 구매할 수 있도록 함
- 우선구매 기관은 구매 총액을 기준으로 해당 연도에 구매하는 창작물의 100분의 3 이상을 장애 예술인이 생산한 창작물로 구매해야 함. 다만, 우선구매 기관의 특성상 본문에 따른 우선구매 비율 이상을 장애인예술인창작물로 구매하기 어려운 우선구매 기관의 장은 문화체육관광부 장관과 협의하여 우선구매 비율을 따로 정할 수 있음

○ 예술인과의 계약 체결 환경의 변화

- 예술인복지법상 서면계약 체결이 의무이며, 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률 제정에 따라 불공정행위가 금지됨
- 이외에도 2023년 제정된 미술진흥법 역시 미술 분야의 용역 관련 계약을 체결하는 당사자는 미술 관련 용역의 품질 및 품격 보장을 위한 적정한 용역 대가를 지급하도록 규정함

○ 미술관의 소장품 수집 및 이용 양태의 변화에 따른 저작권 환경의 다각화

- 미디어, 퍼포먼스 등 비물성 기반 미술의 창작 및 향유가 확대되고 있으며, 특히 팬데믹 이후 저작물의 온라인 이용이 급격한 변화를 맞이하고 메타버스, NFT, VR·AR 등 미술관과 기술의 융합이 활발해짐

5) 국가법령정보센터 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률 참조

에 따라 미술관 소장품의 온라인상 이용 및 기술과의 융합에 있어서 저작권 관련 쟁점들이 다양해지고 있음

- 이외에도 미술품 소장품의 관리(철거) 및 유지·보수와 관련하여 변형이나 개변이 이루어지는 경우 저작권 침해 문제가 발생할 수 있음
- 미술관 내 교육 기능 강화에 따라 지역 주민을 비롯한 일반인을 대상으로 한 공익적 성격의 프로그램 설계 및 운영이 증가하고 있는 상황에서 저작물의 이용 유형 및 범위가 확대됨

Part 3. 미술관 기능과 역할 변화

3. 미술관 기능과 역할 변화

3.1. 미술관 개념 및 역할

3.1.1. 21C미술관의 패러다임 변화

가. 개념 변화⁶⁾

- 박물관과 미술관의 핵심 기능은 작품 수집 및 보존·관리이며, 미술관과 박물관이 구분되는 부분은 미술관은 미술품만을 대상으로 하며 미술의 장르 혹은 매체에 의하여 구분될 수 있음
- 아래 표와 같이 미술관은 미술품을 대상으로 하는 다른 상설 기관인 Art gallery, Art center 와 구분됨⁷⁾⁸⁾

용어	정의	비고
Art museum	· 예술 관련 분야에 집중하는 박물관의 일종	소장품 구축, 보존 활동 강조
Art gallery	· 예술 작품의 매매를 위한 상업적 기관 · 박물관 내에서 미술만을 다루는 특수한 전시 공간 · gallery라는 용어는 예술 작품의 전시를 강조	소장 여부 무관
Art center	· 예술교육, 지역 예술가의 활동 공개 및 지역사회의 예술과 관련된 사업 수행 기관 · 공연예술 분야가 포함될 수 있음	소장 여부 무관

〈표 17〉 Art museum, Art gallery 및 Art center의 개념

- 역사적으로 미술관의 개념과 그 역할은 계속 진화하고 변화해왔으며 주로 시대적 상황, 문화적 변화, 그리고 예술의 발전과 같은 다양한 요인들에 의해 영향을 받았음
- 미술관은 과거, 작품수집 및 보존의 공간에서 더 큰 사회, 문화, 그리고 예술적 역할을 수행하는 중심으로 진화하고 있음
- 따라서 ‘미술관’이라는 개념과 역할은 시대적 상황의 변화에 따라 미술관 활동의 정의가 달라질 수 있음. 이에 따라 각 미술관 활동의 단위가 이전과는 달리 수동적 개념에서 능동적 개념으로 전환됨

나. 역할 변화

- 미술관은 단순히 작품을 집산화하여 관람객에게 보여주는 곳에서, 작품을 감상하고 이해할 수 있는 교육적이며 인터랙티브(interactive)한 공간으로 진화함. 이러한 변화는 미술관 활동의 정의가 달라지는 중요한 예시 중 하나이며 이전에는 미술관이 작품의 전시와 보존에 중점을 두었지만, 이제는 작품을 감상하고 이해하는 과정을 지원하는 중심적인 역할을 하고 있음
- 미술관의 역할 변화 중 가장 중요한 하나는 미술관의 작품 보존 및 관리 역할에서 벗어나 작품을 전시하는 것보다 작품을 통해 새로운 창작의 동향을 유발하고 문화적 담론을 생성하는 중요한

6) 김현주, 21세기 미술관의 패러다임에 따른 공립미술관 발전방안 연구:부산시립미술관을 중심으로, 경희대학교 경영대학원, 2011

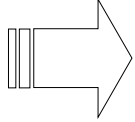
7) 공립미술관의 법적 정의에 대한 재고찰, 김지훈, 법제 연구 제60호, 2021

8) Burcaw, George Ellis, Introduction to museum work, Walnut Creek : Altamira Press, 1997.

역할을 하고 있으며, 미술관은 작품과 직접적인 연관성 없이도 예술과 문화에 대한 새로운 관점을 제시하고 아트센터나 대안공간과 같은 문화를 발산하는 곳의 역할까지 포괄하고 있음

○ 이러한 변화는 미술관이 감상과 연구에 초점을 맞추는 전통적인 역할을 벗어나서, 창작, 문화 발산, 그리고 예술의 현대적인 흐름에 대한 핵심적인 장소로 변모하고 있다는 것을 의미함. 미술관은 이제 미술의 중심지로서, 시대적인 변화와 다양한 예술 표현의 동향을 리딩하며 예술과 문화를 조명하고 형성함.

○ 아래 표와 같이 21C 미술관의 패러다임은 순차적으로 확장되고 변화하고 있음

구분	20세기 미술관		21세기 미술관
목적	소장품 수집, 보존, 연구, 관리		소장품의 활용, 공개
이론	전통, 주류 박물관학		신박물관학
활동	소장품 중심		다목적 문화공간
장르	회화, 조각, 공예 등 미술 중심		퍼포먼스, 패션, 디자인, 만화, 영상 등으로 확장
전시	감상		체험, 해석, 소통
교육	공급자 중심, 미술의 이해		수요자 중심, 문화 다양성·사회통합·창의성 제고
조직	큐레이터 중심		업무의 분화, 전문화
지역사회	독립적, 자율적		긴밀히 협력
정부 정책	양적 확충		질적 제고
경영	정부 지원 중심		재원의 다양화, 경영합리화
정책효과	문화정체성 확립		문화콘텐츠산업, 문화관광 등 경제적 효과

〈표 18〉 21세기 미술관 패러다임의 변화

3.1.2. 21C 미술관의 경향 9)

○ 과거 미술관은 작품을 수집하고 전시하는 장소였으나 21C 미술관은 단순히 전시만을 위한 공간이 아닌 작가들의 창작 역량을 강화하고 창작활동을 지원함. 즉 미술관은 박물관과 달리 대부분 살아있는 작가들의 정신과 작품을 매개로 활동이 이루어진다는 점에서 미술관 활동의 확장 가능성은 항상 있으며, 장르 간 융·복합을 통해 장르 확산의 현상에 대비한 활동을 염두에 둘 필요가 있음

○ 미술관 전시의 경우, 단순히 작품 관람의 개념이 아닌, 전시물을 매개로 이루어지는 해석(interpretation) 및 소통(communication)을 중시하는 개념으로 변하고 있음. 이에 따라 전시기획의 방식과 주제적 접근의 차원이 훨씬 복합적으로 이루어지는 등의 변화를 갖게 됨

○ 21C 미술관은 시민과 소통할 수 있는 다양한 프로그램 개발을 통해 대중성을 높이고, 관람객 개발을 목표로 교육 및 다양한 연계 프로그램 운영이 필수적인 것이 되는 등 모든 미술관 활동이 관리 차원에 머물던 데에서 활성화를 이루기 위한 매개(Mediation) 활동이 큰 비중을 차지하게 됨

○ 이에 따라 대국민 문화예술 향유 기회의 확대라는 측면이 강조되면서 미술관의 사회적 역할이 강조됨

○ 21C 미술관은 수집, 보존, 연구, 전시, 교육 등의 내적인 의무를 바탕으로 사회, 문화를 위한 공공의 성격을 지닌 문화 중심의 공간이며 지역 주민의 문화 향수 충족과 삶의 질 향상을 주요 목적으로 함

○ 특히 문화기본법 제4조(국민의 권리)에 의하면 ‘모든 국민은 성별, 종교, 인종, 세대, 지역, 사회적 신분, 경제적 지위나 신체적 조건 등과 관계없이 문화 표현과 활동에서 차별받지 아니하고 자유

9) 울산시립미술관 운영방안 연구 최종보고서, 울산광역시, 2017

롭게 문화를 창조하고 문화 활동에 참여하며 문화를 향유할 권리(이하 “문화권”이라 한다)를 가진다’고 제시되어 있음

○ 이처럼 다양한 문화예술 장르에 대한 접근성 또한 고르게 되어 문화를 향유할 권리가 보장되어야 하나 시각예술 분야의 경우, 적절한 전시 공간의 부재로 인해서 지역 주민의 문화 향유 접근성이 제한받기 쉬운 영역임

○ 인천의 경우 미술관의 부재로서 시민의 예술 향유에 큰 어려움이 있기에 이러한 ‘지역 주민의 문화 향수 신장’의 역할이 매우 중요함

3.2 공립미술관의 기능 및 역할 변화¹⁰⁾

3.2.1. 공립미술관 개념 및 현황

○ 공립미술관은 현재 우리나라 미술관 유형 중 괄목할만한 성장을 보이고 있음

○ 미술관 유형은 크게 사립과 공공미술관으로 구분되며 공립미술관은 국립미술관과 함께 공공미술관에 해당함

○ 미술관의 설립·운영 주체는 「박물관 및 미술관 진흥법」에서 인정하는 미술관을 구분하는 주요한 기준이기 때문에 공립미술관의 주체는 지방자치단체임

○ 즉 공립미술관은 지방자치단체가 일정한 행위를 하였거나 혹은 일정한 행위를 지속하는 결과로 해석할 수 있음

○ 1980년대 후반부터 시작된 국내 공립미술관의 역사는 1987년 국내 최초의 공립미술관인 제주도 기당미술관이 개관하였으며 뒤를 이어 서울시립미술관(1988년), 광주시립미술관(1992년), 인천 송암미술관(1992년), 보성군립백민미술관(1993년)과 창원시립문신미술관(1994년)이 개관했음

○ 공립미술관은 1999년까지 10개 관이 존재하였으나 2000년대부터 급격한 양적 성장을 이루어 2022년까지 경기 공립 13개 관, 강원 공립 6개 관, 충북 공립 6개 관, 충남 공립 2개 관, 전북 공립 7개 관, 전남 공립 11개 관, 경북 공립 6개 관, 경남 공립 6개 관, 제주 공립 7개 관 등 전국 공립미술관은 총 79개소임¹¹⁾

○ 공립미술관은 국가가 아닌 지자체가 주도적으로 건립 및 운영하는 기관인 만큼 예산상으로도 국고를 일부 보조받기는 하나, 지역민의 세금이 많이 투입되는 시설인 만큼 지역의 발전에 도움이 되는 방향으로 건립 및 운영되어야 함

3.2.2. 공립미술관의 기능 및 역할 변화

○ 공립미술관은 예술 연구와 문화 교류를 촉진하며 연구원, 학자, 작가, 예술가 등을 지원하고 이들이 문화예술에 관한 연구를 수행하고 지식을 교환·공유하는 장소임

○ 이러한 연구 활동은 문화예술의 발전과 혁신에 기여하며 문화예술에 대한 깊은 이해를 촉진함

○ 공립미술관은 작가들에게 전시 참여의 기회와 창작의 가능성을 제공하고 시민들에게는 문화 향

10) 공립미술관의 법적 정의에 대한 재고찰, 김지훈, 법제 연구 제60호, 2021

11) 2022 전국 문화기반시설 총람

유의 기회를 제공하여 지역의 전통과 정체성 형성에 중요한 역할을 함

○ 나아가 지역사 및 지역 미술사를 주제로 한 다양한 전시, 학술행사, 교육 프로그램 개발 등 중요한 역사적, 문화적, 미학적 가치를 가지며 과거의 문화를 현재와 미래 세대에 전달함

○ 공립미술관은 예술 작품을 수집, 보존, 관리하고 전시, 교육, 체험, 워크숍, 연구, 기록, 공연 등 평생교육기관으로서 복합문화공간이며 커뮤니티의 공간으로 인식되고 있음

○ 이는 각 세대에 적합한 형태의 교육을 제공하고 시민들의 예술참여 기회를 확대하는 역할을 하며, 공연, 강연, 문화 이벤트 등 다양한 문화 활동을 주최·후원하여 지역문화와 예술 생태계를 풍부하게 하여 지역사회의 정체성을 강화함

○ 공립미술관은 관광객을 유치하고 지역 경제에 활력을 불어넣음으로써 지역 경제와 관광 산업에 긍정적인 영향을 주며 지역사회에 기여함

○ 공립미술관은 사회 다양성을 존중하고 다양한 문화적, 인종적, 성별에 따른 관점을 반영함

○ 미술관의 다양성은 예술 작품, 전시, 프로그램, 및 인력 구성 등에서 반영되며 미술관은 사회 참여와 다양성을 증진 시키는 중요한 역할을 함

○ 공립미술관은 시민이 함께 참여하는 공공성을 바탕으로 예술성을 전달하여야 한다는 생각이 일반적이지만, 국비와 지방비의 합리적 집행을 위해 운영효율성에 대한 균형이 필요함

○ 나아가 공립미술관이 가진 지역적 특색 및 소장품 관리와 전시 프로그램을 기획하고 운영하는 면에서 종합적인 차별성이 필요하며, 더불어 전체 예술계에서의 공적인 역할이 중요함

○ 따라서 지역과의 역할이 단순 매개 중심에서 진화된 상호작용이 가능한 공감하는 미술관으로서 ‘소통’, ‘대화’, ‘공유’ 하는 미술관의 역할로 변화함



〈그림 14〉 공립미술관의 역할

※ 용어설명 : 해외에서는 박물관과 미술관의 의미를 분리하지 않고 뮤지엄(MUSEUM)이라 명하지만, 일본, 중국 등 일부 국가에서는 박물관과 미술관의 의미를 구분하여 사용하고 있으며, 한국은 박물관 및 미술관 진흥법에 따라 박물관과 미술관의 의미를 구분하여 사용하고 있음

CHAPTER 3

03

정체성 구체화 및 차별화 전략

Part 1. 정체성 구체화

1. 정체성 구체화

1.1 정체성 구체화 연구

1.1.1. 정체성에 관한 논의

가. 선행연구 및 분석

- 선행연구에서 인천시립미술관의 정체성으로 인천 근현대 미술, 국내외 동시대 미술, 그리고 차별화 전략으로 디아스포라를 설정하였으나 ‘디아스포라’에 대한 부정적 의견 및 재검토 요청, 운영 안정성 확보에 대한 우려 등 적절성에 대한 문제 제기와 논란이 많다는 우려가 있음
- 「인천뮤지엄파크 시립미술관 콘텐츠 개발 학술용역」(2019)에서는 인천시립미술관의 건립 배경과 역사적, 지리적, 문화적 환경 등을 조사하고 미술관 환경, 지역성 및 문화 담론의 분석, 전문가 자문회의, SWOT 분석을 통해 정체성의 주요 축인 근현대미술과 ‘디아스포라’ 특화전략을 제시함
- 「인천시립미술관 소장품 정책 연구용역」(2022)에서는 2019년 연구 방법을 그대로 유지하되, 정체성의 핵심인 소장품 정책 수립을 위해 보다 구체적이고 심층적인 현황 및 사례 분석을 진행하고, 미술인 대상 인식조사를 진행하여 정체성, 특히 특화전략의 유효성을 확인함
- 정체성의 확립이 미흡한 상태에서 소장품 수집이 급하게 진행되는 것에 대한 우려가 있음

나. 주요쟁점

- 인천시립미술관의 정체성은 지역적 정체성에 국한되는 것이 아니라, 국내외의 미술관 환경 및 법적, 제도적 정책을 고려해서 수립되어야 하며 기관이 안정적으로 지속하기 위해서는 급변하는 사회에 유연하게 대처할 수 있는 방향성을 보여주는 개념이어야 함
- 실제로 인천시립미술관은 인천시민과 문화예술계의 오랜 염원임에도 여러 현실적인 제약으로 인해 건립이 지연되면서 많은 논란이 초래되었고, 최근의 연구 결과를 비롯한 건립 준비 과정에 대해 다음과 같은 우려들이 제기되었음
- 인천시의 정체성을 검토하고, 기존 연구에서 차별화 전략으로 제시한 ‘디아스포라’ 개념을 포괄하면서도 동시대 미술관의 시대적 흐름에 맞게 확장할 수 있는 개념 모색이 필요함
- 따라서 본 연구에서는 선행연구에서 인천의 대표 이미지에 초점을 맞추어 설정한 정체성 개념을 보다 확장하여 미술관 정책, 법적, 제도적 환경변화와 미래지향적 운영방안을 고려한 정체성을 모색하고자 함

1.2. 인천시립미술관의 정체성

1.2.1. 정체성 구체화를 위한 방향성 연구

가. 디아스포라(Diaspora)

- 특정한 조건을 공유하는 소수 공동체이며 특정 민족이 자의적이든지 타의든지 기존에 살던 땅을 떠나 다른 지역으로 이동하는 현상임
- 난민 집단 형성과는 관련되나, 유목과는 다르며, 디아스포라와 이주 공동체는 구별됨
- 디아스포라 구성원들이 특정한 조건을 공유하는, 고향을 떠난 소수 공동체를 뜻함
- 구성원이나 그들의 조상이 원래 살던 본원지에서 두 개 이상의 주변 지역이나 외국으로 흩어짐

- 본원지에 대한 집합적인 기억과 신화를 보유함
- 그들이 현재 사는 곳에서 완전히 받아들여지지 않아 사회에서 소외되어 있다고 느낌
- 그들의 본원지를 조건이 만족하면 되돌아가야 할 진정한 고향으로 여김
- 집단적으로 본원지의 안녕과 번영을 위해 본원지를 유지하거나 복구하는 데 힘써야 한다고 믿음
- 그들의 본원지와 관계를 유지함으로써 민족적 공동체 의식과 단결을 명확히 하는 것임

나. 로컬(Local)

- 1960년대는 정부 주도하에 본격적인 도시화가 진행되었고 이 도시화는 수많은 이향(離鄉)을 낳았으며 곧 ‘상경민’ 들을 탄생시켰음
- 이향과 상경의 대상은 서울이었고, 이때 서울-지방의 관계는 물리적 거리가 아닌 중심/주변의 구도를 형성하게 되며, 1960~70년대의 문학은 서울-지방(시골)의 공간대비, 서울/지방의 이분법적 관계의 특징이 나타남
- 로컬(Local)이란 사전적으로 ‘특정 지역’, ‘현지의’ 라는 뜻을 있고, 우리말로 직역하자면 지역 혹은 지방이라고 함
- 로컬리즘(Localism)이란 특정 지역에 대한 지역주의 혹은 문학 속에 담겨 있는 지역 정서, 로컬리티(locality)를 의미함
- 현재 전 세계적으로 글로컬 문화에 의한 지역발전이 이슈가 되고 있음 현대 사회의 ‘지역’은 지리적 경계를 넘어서 비주류 사회문화, 약자의 역사, 소외계층, 소수 견해 등 다양한 의미로 확장하고 있음
- 즉 로컬에 관한 깊이 있는 연구가 요구됨
- 최근 세계의 관심 속에 한류 열풍이 뜨겁고, 지자체는 로컬 문화자원을 독창적 콘텐츠로 재창조하고 지역의 자원을 예술과 융합해 다양한 콘텐츠를 만들어 대중화는 물론, 경제적 가치를 창출하고 있음
- 그러므로 인천시립미술관은 지역 즉 로컬의 의미를 재해석하고 지역에 국한된 것이 글로컬 문화의 기반이 되어야 함

1.2.2. 정체성 설정 과정

- 한국 및 인천의 근현대미술사 연구에 있어 중요한 연구 가치를 지닌 작품, 현대미술의 흐름을 선도하는 역량 있는 국내 원로·중진·신진작가의 대표 작품, 한국 근현대미술사에서 디아스포라의 흐름을 대표할 수 있는 국내 작품은 물론, 디아스포라의 세계적인 동향을 표현한 세계적인 작가의 작품 등 소장품 구매에 있어 정체성과 방향성 확립이라는 중요한 점을 유념해야 함
- 정체성 구축에 관한 보다 구체적이고 심층적인 결과도출을 위해 공립미술관 학예인력 및 작가를 대상으로 설문조사를 실시하여 인천시립미술관의 정체성 구축을 위한 방향성을 제시하였고 이를 토대로 유사 기관 관계자의 의견수렴을 위해 공립미술관 기관장 인터뷰를 시행함
- 그 결과, 인천시립미술관에 관한 관심이 높았으며 인천 작가의 개념 정의, 소장품 수집의 방향성 제시, 뮤지엄 아이덴티티(MI) 구축을 위한 디자인의 필요성 제시, 전시 운영 방향 등 운영방식에 관한 차별화된 의견이 매우 다양하고 유의미했음
- 지역 정체성은 물론, 소장품 수집 시, 국제적인 감각의 시대를 대표하는 작품을 확보해야 함

1.2. 인천시립미술관의 정체성

1.2.1. 인천시립미술관의 정체성에 관한 전문가 의견 종합

○ 의견 요약

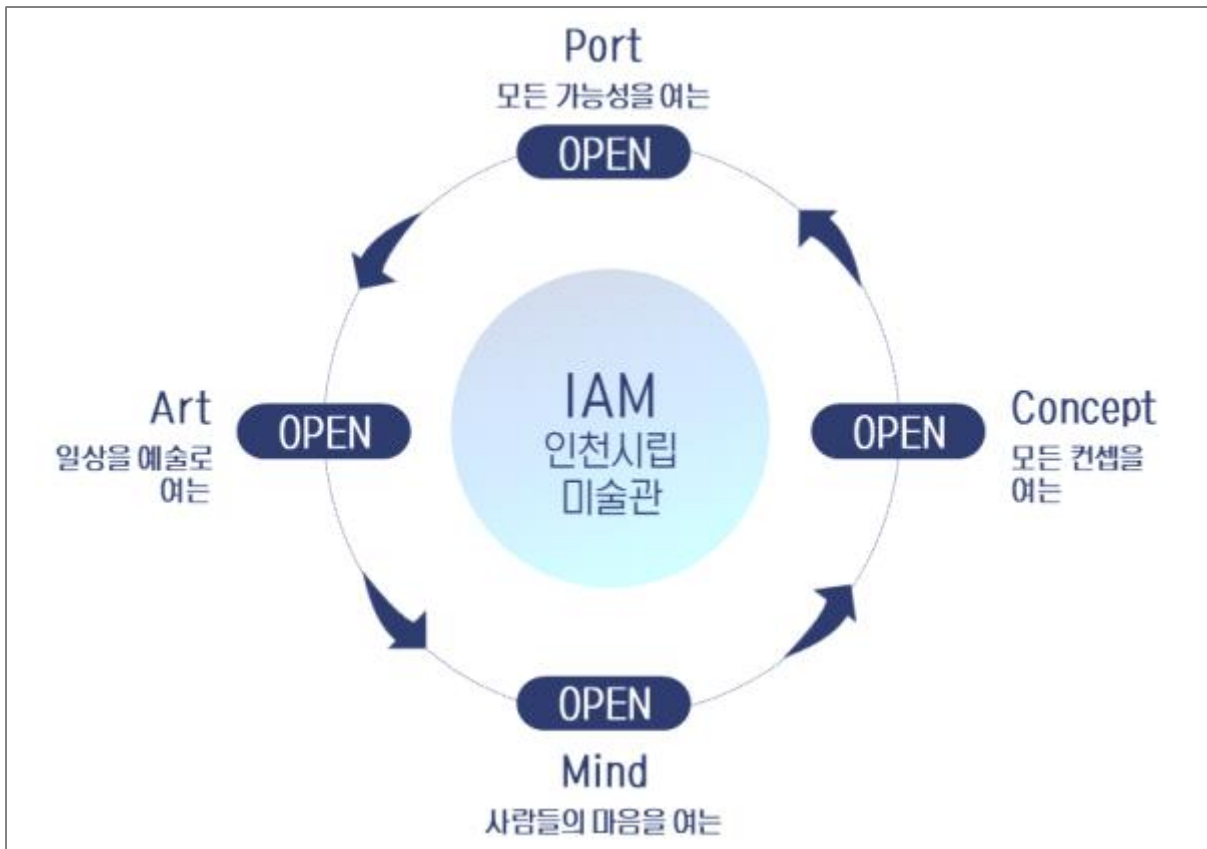
- 새로운 미술관의 개관은 인천지역의 새로운 미술 문화의 시작과도 같음
- 디아스포라에 대한 논란이 많다면 논란거리를 줄이는 것이 좋으며, 디아스포라 전용관이 운영되면, 그만큼의 활용 공간이 줄어들기 때문에 이에 대한 고민이 필요함
- 미술관의 정체성은 외부인이 결정하는 것이 아님
- 인천시립미술관은 인천 최초의 시립미술관이므로 정체성 확립하는데 어렵지 않을 것임
- 디아스포라는 인천의 특징이니 고민되는 사항이겠지만, 어떻게 글로벌과 연결할 수 있을지 고민해야 하며, 인천 유일의 시립미술관으로서 여러 다양한 주제를 다룰 수 있어야 하며, 인천은 외국에서 한국으로 처음 만나는 도시이기 때문에 야심을 가져야 함
- 정체성은 만들어가는 것이며, 계속 변화하는 것이므로 최대한 빨리 관장을 포함한 개관준비팀(TFT)을 구성하여 중장기계획을 세워야 함
- 미술관의 가장 기본적인 정체성은 소장품에서 나옴
- 미술관의 정체성을 지역 미술로만 내세우면 명성 없는 미술관이 되어버리는 패착이 발생할 수 있음
- 인천은 아트센터나 대관할 수 있는 공간에서 지역작가들의 공모전을 연계할 수 있도록 하고, 인천 지역 미술사를 연구하고 이를 통해 인천의 정체성과 미술관의 정체성을 확립해 나가는 것이 좋음
- 디아스포라는 정체성으로 가치가 없다고 봄
- 지역 미술계 의견수렴도 좋지만, 아이덴티티는 전문가들이 인천지역을 두고 계속 담론을 형성하고 그것에서 도출이 되어야 한다고 생각함
- 미술관이 지역 미술을 끌고 나가야 하는 역할은 있지만, 개관 당시부터 이런 지역 미술계가 너무 개입되기 시작하면 결국 로컬로 갈 수밖에 없는 구조가 되고 그 퀄리티는 절대 담보할 수 없다고 보기 때문에 처음에 어떤 희생양을 치르더라도 나중에 개관을 하고 첫 전시부터 시 또는 의회에서 관람객 밀집도나 호응도를 평가하게 되는데 처음부터 너무 많은 개입으로 퀄리티가 낮아진다면 상당한 물매를 맞을 수 있음
- 인천은 거시적인 콘셉트를 잡기 좋은 지역임
- 불변의 콘셉트인 우리나라 첫 개항지라는 점, 다인종, 다민족, 다세대를 모두 아우르는 연옥 같은 곳이 지역성임
- 인천은 위성도시라는 장단점을 가져, 중앙(서울)에 ‘기생’ 하는 곳인지, ‘공생’ 하는 곳인지, ‘편승’ 하고 있는지, ‘독립성’ 을 가지는지 등의 경계성을 가지고 주류와 비주류, High와 Low의 연결 매개 플랫폼이 될 수 있는 또 다른 가능성을 가진 곳이 인천임
- 인천은 근대화를 통해 자연스럽게 이주의 지역이 됨
- 그러나 이는 고정관념에서 벗어나 확장된 개념의 장소라는 의미이지 디아스포라를 미술관 전체로 보는 시각은 위험함
- 한국의 역사적인 상황을 봤을 때 과거에는 국민이 국내에서 해외로 나가는 상황에서 현대는 해외에서 국내로 외국인이 유입되는 상황이라는 인천의 특수성이 존재함

- 이는 인천이 가지는 정체성일 수 있으며 이에 관한 연구가 이루어져야 함
- 미술관이 지역 정체성을 얼마나 표출할 수 있을가에 대한 고민이 필요함
- 인천은 1970~80년대 경기도에서 차지하는 역할이 큼
- 인천 토박이 안에서 인구증가가 일어난 것이 아니며, 개항도시이지만 근대 도시면서 도시화, 근대화를 겪으며 성장한 도시임. 이러한 과정에서 디아스포라라고 하는 말 자체는 감성적으로 다가오지 않음
- 항구야말로 들고나는 지역으로 인천이 황해도 가는 핵심이라는 정체성을 가지고 있음
- 이 때문에 디아스포라라고 하는 도시 성격이 두드러지게 보이지만, 이것만을 인천의 아이덴티티로 삼아서는 안 됨
- 일반적으로 지역 미술관은 지역 주민들의 문화 향유에 대해 말하지만, 문화 향유를 넘어서 동시대 현대미술에 어떻게 개입하고 미술관의 실천성에 관해 얘기할 수 있어야 함
- 인천은 다른 어떤 도시보다 이주 이민이 많은 도시임
- 1960~70년대 70% 이상이 인천으로 유입되었으며, 갯벌 간척으로 송도, 청라, 영종도, 강화도의 이주 이민이 일어남
- 이를 디아스포라라고 생각하여 이주민을 모두 아우르는 확장된 개념으로 이해하였으면 하며, 디아스포라와 오픈포트로 개념을 열어둔 채 운영하면 구체화한 것이 없으므로 디아스포라를 사용할 시에는 더 명확한 개념이 포함되었으면 함
- 루브르, 모마, 구겐하임 등 세계 유명 뮤지엄을 살펴봐도 지역성만을 중심으로 정체성을 잡는 곳은 없음
- 예를 들어 루브르 뮤지엄이 파리의 미술사 혹은 파리 지역작가 위주로 정체성을 잡지 않는 것처럼 인천시립미술관의 정체성은 글로벌 시대에 걸맞게 국제적인 미술관을 비전으로 삼아야 함

1.2.2. 인천시립미술관의 정체성 개념 제시(안)

- 정체성이란 본질에 관한 질문이며, 미술관 건립에 있어 미술관의 정체성은 매우 중요한 항목임
- 미술관의 정체성은 소장품, 콘텐츠, 전시, 교육, 건축, MI, 운영인력, 지역사, 지역 미술사, 지역민, 등 다양한 요소로 장시간에 걸쳐 형성되는 것임
- 미술관의 정체성에 관한 문헌 연구가 그 중요성에 비해 매우 저조하여 시민, 작가, 지역전문가, 학계 전문가, 현장 전문가들의 다양한 의견을 수렴하여 제시함
- 인천시립미술관이 현 단계에서 구체화하려고 하는 미술관의 정체성은 설립목적과 미션에 맞도록 운영 규정을 마련하고, 소장품의 수집 범위를 결정하며, 향후 운영의 가이드라인을 제시해주기 위한 것임
- 미술관의 정체성은 차별화 전략으로 기능하며 향후 미술관의 운영 정책, 운영방안, 홍보·마케팅, 브랜딩, MI(Museum Identity), 디자인 계획 등에 영향을 미침

1.2.3. 인천시립미술관의 정체성 개념도



〈그림 15〉 인천시립미술관 정체성 개념도

가. OPEN MUSEUM : 글로벌 시대를 여는 인천시립미술관

- 인천광역시는 지리적 배경, 사회 역사적 배경적 특징으로 인해 ‘개방’적인 성격의 도시라는 점이 두드러짐
- 정체성은 이미 정해져 있는 주제에 국한되어 항구성을 가지는 것이 아니며, 시대의 흐름과 가치에 따라 변모하는 것이므로 인천시립미술관은 함께 만들어가고 생동적으로 지역을 이끌어 나아가 국제적인 미술관으로써 성격을 확장 시켜야 함
- 이에 다음과 같이 정체성의 방향성을 제시하고자 함

나. 정체성에 관한 방향성 제시 : IAM 인천시립미술관

① Type 1. I AM

- I AM (Incheon Art Museum) 인천시립미술관 : 인천시립미술관(Incheon Art Museum)의 축약형 “I AM 아이엠”은 한글로 번역하면 ‘나는~~입니다’ & ‘나는! 나는!’ 이란 뜻으로 ‘나는 누구인가? 나는 무엇인가? 나는 어떤 미술관인가?’ 등 인천시립미술관의 정체성에 대한 다양한 질문을 의미함

INCHEON + ART + MUSEUM = IAM

② Type 2. I AM of 인천

· I AM(International Art Museum) of 인천 인천시립미술관 : 인천시립미술관의 영문 명인 (International Art Museum)의 축약형 I AM of 인천으로 인천시립미술관의 비전과 미션을 뜻하는 세계적인 미술관 인천을 제시하고자 함

INTERNATIONAL + ART + MUSEUM = IAM

Part 2. 차별화 전략

2. 차별화 전략

2.1. 미술관 비전·미션 및 추진 전략

비전	글로벌 시대를 여는(open) 인천시립미술관
미션	<p>한국을 대표하는 인천시립미술관</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 인천을 대표하며 국제인지도를 고양하는 미술관 정체성 확립 ▶ 인천시민의 문화적 수요를 최우선으로 하는 미술관 ▶ 스마트한 운영체계와 법규를 갖춘 공공미술관의 새 모델 제시 ▶ 개항도시 인천의 이미지를 제고하는 '디아스포라'의 문화적 재해석을 통해 다양한 세대와 문화를 수용하고 상생을 위한 문화 거버넌스 구축
전략 및 핵심	<p>Open Port 글로벌 문화 거버넌스</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 모든 가능성을 여는 국제적 수준의 미술관 <ol style="list-style-type: none"> 1. 근 현대미술의 흐름을 주도하는 수준 높은 전시기획 2. 다양성이 강조되는 시대적 흐름에 따라 모두에게 평등한 기회를 주는 공간 3. 국내외 미술관과의 글로벌 네트워크 시스템 구축 <p>Open Art 스마트한 미술관</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 일상을 예술로 여는 디지털화 방식의 운영체계 구축 <ol style="list-style-type: none"> 1. 인천시립미술관과 인천지역 문화예술기관들과의 통합 운영 관리 시스템 2. 과거, 현재, 미래를 잇는 초연결 시대 디지털 융복합 플랫폼 설계 3. 디지털 아카이브 구축을 통한 미술 연구 자료의 체계적 수집 및 연구 <p>Open Concept 문화 디아스포라</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 모든 콘셉트를 여는 '디아스포라'의 다양한 해석 <ol style="list-style-type: none"> 1. 세계화 시대, '디아스포라'의 재해석과 인천미술의 가치 발견 2. 국제교류 및 지역 예술의 재해석을 통한 문화예술협력체계구축 3. 국내 미술 교류 강화를 통한 창의적 파트너십 구축 <p>Open Mind 열린 커뮤니케이션</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 사람들의 마음을 여는 즉 배려의 공간 '마인드 풀(mindful)' 미술관 <ol style="list-style-type: none"> 1. 시민과 예술로 소통하는 커뮤니티 미술관 2. 시민들에게 친절한 그래서 더 많은 사람이 찾는 즐겁고 편안한 미술관 3. 시민과 함께하는 창의적 공공미술관

〈표 19〉 미술관 비전·미션 및 추진 전략

2.2. 미술관 법제도·규범 설정 방안

2.2.1. 공립미술관 설립 운영 관련 국내법 및 국제 규범의 변화

○ 박물관 및 미술관 진흥법은 박물관을 그 설립·운영 주체에 따라 구분하면서 미술관의 설립·운영의 주체에 관하여는 박물관에 관한 규정을 준용하고 있음. 이에 따라 미술관은 국립미술관(국가가 설립·운영하는 미술관), 공립 미술관(지방자치단체가 설립·운영하는 미술관), 사립 미술관(「민법」, 「상법」, 그 밖의 특별법에 따라 설립된 법인·단체 또는 개인이 설립·운영하는 미술관), 대학 박물관(「고등교육법」에 따라 설립된 학교나 다른 법률에 따라 설립된 대학 교육과정의 교육기관이 설립·운영하는 미술관)으로 구분됨. 이에 따라 공립미술관의 설립 및 운영에 필요한 규정 마련을 위해서는 관람료, 소장품 대여, 장애인 접근성 보장 등 박물관 및 미술관 진흥법상 관련 규정들에 대한 검토가 필요함

○ 박물관 및 미술관 진흥법 제6조는 학예사는 ICOM의 윤리강령과 국제 협약을 지켜야 한다고 규정하고 있기 때문에 공립미술관의 설립 및 운영을 위한 규정 마련에 있어서는 ICOM 윤리강령과의 정합성이 고려되어야 함

○ 1991년 박물관 및 미술관의 등록요건을 완화하여 박물관 및 미술관의 등록을 유도하고, 박물관 및 미술관에 대한 지원제도를 강화하여 그 설립을 촉진하며, 기타 제도의 운영과정에서 나타난 미비점을 전면 보완함으로써 박물관 및 미술관의 기능을 활성화하기 위해 동법이 제정됨

○ 박물관 및 미술관 진흥법상 공립미술관 설립·운영 관련 규정

- 지방자치단체는 지역사회의 미술관자료의 구매·관리·보존·전시 및 지역문화 발전과 지역 주민의 문화 향유권 증진을 위하여 대통령령으로 정하는 절차와 기준에 따라 박물관과 미술관을 설립할 수 있으며, 이에 따른 미술관 운영에 필요한 사항은 지방자치단체의 조례로 정함(제12조)
- 지방자치단체의 장이 공립미술관을 설립하려는 경우에는 미리 미술관 설립·운영계획을 수립하여 문화체육관광부 장관으로부터 설립 타당성에 관한 사전평가를 받아야 함(제12조의2)
- 미술관을 설립·운영하려는 자는 그 설립목적을 달성하는 데 필요한 학예사와 미술관자료 및 시설을 갖추어 대통령령으로 정하는 바에 따라 공립미술관은 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사 또는 「지방자치법」 제198조에 따른 서울특별시·광역시 및 특별자치시를 제외한 인구 50만 이상 대도시의 시장에게 등록하여야 함(제16조)
- 문화체육관광부 장관은 박물관이나 미술관 운영의 질적 수준을 향상시키기를 위하여 등록한 후 3년이 지난 국공립 박물관 및 미술관에 대하여 평가를 시행하여야 하며, 문화체육관광부 장관은 평가 결과에 따라 우수한 박물관 및 미술관을 인증할 수 있음(제16조)
- 미술관은 관람료, 그 밖에 미술관자료의 이용에 대한 대가를 받을 수 있으며, 공립미술관의 관람료, 그 밖에 미술관자료의 이용에 대한 대가는 지방자치단체의 조례로 정함(제25조). 다만, 「장애인복지법」, 「국가유공자 등 예우 및 지원에 관한 법률」, 「의사상자 등 예우 및 지원에 관한 법률 시행령」 등 보훈 관계 법령을 비롯한 유관 법률에 따라 미술관 관람료 면제대상자를 규정할 필요가 있음
- 미술관을 설립·운영하는 자는 장애인이 미술관을 자유롭게 이용할 수 있도록 장애 유형 및 정도, 성별 등의 특성에 따른 적절한 편의를 제공하기 위하여 노력하여야 하며 미술관에 장애인 관련 업무를 전담하는 인력을 둘 수 있음. 또한 미술관을 설립·운영하는 자는 장애인이 문화를 향유할 수 있도록 적절한 프로그램을 운영·제공하기 위하여 노력하여야 함(제9조의3)
- 박물관이나 미술관은 상호 간에 박물관자료나 미술관자료를 교환·양여(讓與) 또는 대여하거나 그 자료의 보관을 위탁할 수 있으며, 국가나 지방자치단체는 박물관자료나 미술관자료로 활용할 수 있는 자

료를 「국유재산법」, 「지방재정법」 또는 「물품관리법」에 따라 박물관이나 미술관에 무상이나 유상으로 양여·대여하거나 그 자료의 보관을 위탁할 수 있음(제23조)

○ 개정 박물관 및 미술관 진흥법[법률 제19481호, 2023. 6. 20. 일부개정]

- 박물관과 미술관은 문화·예술·학문을 총체적으로 담고 있는 공간적 의미를 지니며, 생활밀착형 사회 기반시설로서의 중요성도 새롭게 부각되고 있음에 따라 박물관·미술관 관련 정책 추진 체계를 강화하여 환경의 변화에 적극적으로 대응할 필요가 있음¹²⁾
- 국가와 지방자치단체는 박물관 및 미술관 진흥을 위한 시책을 강구하여야 하며, 이러한 책무를 다하기 위하여 이에 수반되는 예산상의 조치를 하도록 노력하여야 함
- 문화체육관광부 장관은 박물관 및 미술관 진흥 기본계획을 5년마다 수립·시행하여야 함
- 문화체육관광부 장관, 관계 중앙행정기관의 장 및 지방자치단체의 장은 기본계획에 따라 박물관이나 미술관 진흥 시행계획을 수립·시행하여야 하며, 문화체육관광부 장관은 추진실적을 평가하여야 함
- 문화체육관광부 장관은 기본계획 및 시행계획을 효율적으로 수립하기 위하여 박물관이나 미술관 운영 실태에 관한 조사를 시행해야 함

주요 개정 내용	관련 조항
국가 및 지방자치단체의 책무 규정 신설	제2조의2(국가 및 지방자치단체의 책무) ① 국가와 지방자치단체는 박물관 및 미술관의 확충, 지역의 핵심 문화시설로서의 지원·육성, 학예사 양성 등 박물관이나 미술관 진흥을 위한 시책을 강구하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 책무를 다하기 위하여 이에 수반되는 예산상의 조치를 하도록 노력하여야 한다. [시행일: 2023.12.21.]
박물관이나 미술관 진흥 기본계획 및 시행계획 규정 신설	제5조의2(박물관이나 미술관 진흥 기본계획) ① 문화체육관광부 장관은 박물관이나 미술관의 설립을 촉진하고 그 운영을 활성화하기 위하여 박물관이나 미술관 진흥 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 5년마다 수립·시행하여야 한다. ② 기본계획에는 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다. 1. 박물관이나 미술관의 설립 촉진 및 운영 활성화를 위한 정책목표와 기본방향 2. 박물관이나 미술관 진흥시책 및 추진계획 3. 진흥시책 및 추진계획의 시행을 위한 자원 조달 계획 4. 국내외 박물관 및 미술관의 현황과 전망 5. 국내외 박물관이나 미술관 간의 협력에 관한 사항 6. 박물관이나 미술관의 전문인력 양성에 관한 사항 7. 그 밖에 박물관이나 미술관 진흥을 위하여 필요한 사항 ③ 기본계획의 수립·시행에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. [시행일: 2023. 12. 21.] 제5조의3(박물관이나 미술관 진흥 시행계획 등) ① 문화체육관광부 장관, 관계 중앙행정기관의 장 및 지방자치단체의 장은 기본계획에 따라 소관 박물관 및 미술관에 대하여 박물관이나 미술관 진흥 시행계획(이하 “시행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다. ② 관계 중앙행정기관의 장과 지방자치단체의 장은 시행계획에 따른 추진실적을 문화체육관광부 장관에게 제출하고, 문화체육관광부 장관은 추진실적을 평가하여야 한다. ③ 시행계획의 수립·시행 및 제2항에 따른 추진실적 평가에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. [시행일: 2023. 12. 21.]
실태조사 규정 신설	제5조의4(실태조사) ① 문화체육관광부 장관은 기본계획 및 시행계획을 효율적으로 수립하기 위하여 박물관이나 미술관 운영 실태에 관한 조사를 시행하고, 그 결과를 기본계획 및 시행계획에 반영하여야 한다. ② 문화체육관광부 장관은 제1항에 따른 실태조사를 위하여 관계 중앙행정기관의 장, 지방자치단체의 장 및 관련 법인·단체 등에 대하여 필요한 자료의 제출이나 의견의 진술을 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다. ③ 제1항에 따른 실태조사의 범위, 방법 등 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. [시행일:

12) 제안이유 및 주요 내용, 정부입법지원센터, <https://www.lawmaking.go.kr/lmSts/nsmlmSts/out/2122266/detailRP>

주요 개정 내용	관련 조항
	2023. 12. 21.]

〈표 20〉 박물관 및 미술관 진흥법 주요 개정 내용

○ 2022년 8월 국제박물관협의회(International Council of Museums, 이하 “ICOM”)는 총회를 개최하고 새로운 박물관 정의를 채택하였으며¹³⁾ 이에 따르면 박물관은 다음을 의미함:

“박물관은 조사, 수집, 보존, 해석 및 전시하는 공공의 이익을 위해 설립된 비영리 목적 항구적 시설을 말한다. 박물관은 공중에 공개되어 있고 접근 가능하며 포용적이며, 다양성과 지속가능성을 고양한다. 박물관은 교육, 즐거움, 성찰 및 지식 공유를 위한 다양한 경험을 제공하면서 윤리적, 전문적으로 그리고 공동체의 참여를 기반으로 운영하고 소통한다.

(A museum is a not-for-profit, permanent institution in the service of society that researches, collects, conserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage. Open to the public, accessible and inclusive, museums foster diversity and sustainability. They operate and communicate ethically, professionally and with the participation of communities, offering varied experiences for education, enjoyment, reflection and knowledge sharing).”

〈표 21〉 ICOM (2022, August 24). ICOM approves a new museum definition

○ 국제박물관협회 윤리강령 이번엔 새로 채택된 박물관 정의는 “다양성(diversity)”, “지속가능성(sustainability)” 및 “윤리성”을 강조하는 한편, 기존의 “비영리(non-profit)”라는 표현을 “비영리 목적(not-for-profit)”으로 변경함. 박물관·미술관의 영리 목적 활동의 해석과 관련해서는 직접적 영리 목적뿐 아니라 간접적 영리 목적까지 포함되어야 하는지가 문제 될 수 있는데 생각건대, 박물관미술관법상 관람료, 그 밖에 박물관자료나 미술관자료의 이용에 대한 대가를 수령할 수 있도록 허용하고 있으며, 영리 목적을 지나치게 넓게 해석하는 경우 박물관·미술관의 수익 활동 일체가 금지될 가능성이 있으므로, 직접적 영리 목적으로 제한해서 해석됨¹⁴⁾

○ ICOM 박물관 윤리강령에 따르면 관리주체(박물관의 존속, 전략적 발전 및 자금 운용에 대한 의무가 있음) 박물관의 설립법령에 명시되어 있는 사람이나 조직)는 자체 활동에서 창출되거나 외부에서 기인한 수입원에 대한 정책을 서면으로 구비하고 있어야 하며, 자금의 출처와 관계없이, 박물관은 수행하고 있는 프로그램, 전시 및 활동의 내용과 동일성에 대한 감독을 유지해야 하고 소득 창출 활동(기관의 이익을 위한 재정적 이득이나 이익 창출을 의도한 활동)이 기관이나 공공의 기준을 위태롭게 해서는 안 됨(제1.10조). 박물관 직 종사자는 직간접적으로 “자연유산(과학적으로 중요하거나 숭고함이 표명되는 자연물, 현상 혹은 개념)”과 “문화유산(미학적, 역사적, 과학적 혹은 정신적 중요성이 인정되는 사물이나 개념)”의 거래(영리를 위한 구매나 판매)에 관여해서는 안 됨(제8.14조)

○ 이외에도 박물관 직 종사자는 거래업자, 경매인 혹은 타인으로부터, 박물관자료의 구입이나 처분을 유도하거나 공식적인 업무에 영향력을 행사하기 위한 선물, 접대, 기타 어떠한 형태의 보상도

13) ICOM (2022, August 24). ICOM approves a new museum definition.

<https://icom.museum/en/news/ICOM-approves-a-new-museum-definition/>

14) 박경신, 2023, 「박물관 및 미술관 진흥법상 박물관이나 미술관의 법적 성격에 대한 검토 - 비영리성을 중심으로」, 『예술경영연구』65), 서울: 한국예술경영학회, 226-227쪽.

받아서 안 되며, 특정 거래업자, 경매인 또는 감정인을 일반인에게 소개해서는 안 됨(제8.15조)

2.2.2. 미술진흥 관련 기본법 제정

- 2023년 제정된 미술진흥법은 박물관 및 미술관 진흥법에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 미술진흥법에서 정하는 바에 따른다고 규정함으로써 미술진흥법과의 관계를 설정하고 있으나 미술 생태계 진흥에 대하여 전반적으로 규정한 미술 분야 기본법적인 성격이므로 향후 공립미술관의 설립 및 운영에 있어서 검토가 필요함
- 문화예술진흥법, 박물관 및 미술관 진흥법을 비롯한 기존의 문화예술 관련 법률들은 미술진흥에의 측면에서 미술 생태계 전부를 포괄하고 미술 생태계의 변화에 대응하기에는 한계가 있었음
- 미술은 문화예술 분야의 모범적 성격을 가진 문화예술진흥법상 문화예술의 세부장르로 명시되어 있으나, 문학, 공연, 출판, 음반, 영화 등과 달리 개별법이 미비하고 미술진흥을 위한 실효적 체계로서는 구체성이 부족하고, 창작, 기획, 전시, 유통, 향유 등 생태계의 다양한 주체를 포괄하지는 못하는 한계가 문제로 지적되었음
- 특히 문화예술진흥법의 경우 문화예술 전체 장르에 대한 지원을 주된 목적과 내용으로 삼고 있어 최근 기술과 플랫폼의 다각적 발달로 인하여 큰 변화를 겪고 있는 미술 분야의 특성을 반영하는데 한계가 있음
- 미술 생태계 전체의 활성화를 위한 미술 관련 정책을 체계화하고, 정책의 일관성·지속성을 확보할 필요성이 증가하였음
- 이에 따라 미술창작을 근간으로 매개, 향유 영역이 순환하며 생태계의 자생적 발전을 이끄는 데 필요한 사항을 정하여, 건강하고 공정한 미술 생태계를 조성하고 국민이 미술을 더 폭넓게 향유할 수 있도록 하는 데 기여하기 위하여¹⁵⁾ 미술진흥법이 제정되어 2023년 6월 30일 국회 본회의를 통과함
- 문화체육관광부 장관은 미술진흥을 위한 기본계획을 수립·시행하여야 함. 문화체육관광부 장관은 기본계획에 따라 매년 세부 시행계획을 수립·시행하여야 함. 문화체육관광부 장관은 기본계획 및 시행계획의 수립과 시행을 위하여 필요한 경우 관계 지방자치단체의 장 또는 관련 기관·법인·단체에 협조를 요청할 수 있음. 국가와 지방자치단체는 미술진흥을 위한 정책을 수립하고 그에 필요한 지원을 하여야 함
- 문화체육관광부 장관은 미술진흥을 위한 정책 수립의 기초자료로 활용하기 위해 실태조사를 매년 시행하고, 그 결과를 공표하여야 하며, 실태조사를 위하여 필요한 때에는 관계 중앙행정기관의 장, 지방자치단체의 장 또는 공공기관의 장에게 관련 자료를 요청할 수 있음
- 국가와 지방자치단체의 미술진흥을 위한 창작활동 및 전시지원, 국제교류 및 해외 진출 지원, 전문인력의 양성, 미술 관련 법인 또는 단체의 지원, 미술 관련 서비스업 활성화 등 미술 생태계의 전반적인 지원 규정을 마련함(제7조부터 제14조까지)
- 모든 국민이 미술 관련 정보를 원활하게 접근하고 정보를 유익하게 활용할 수 있도록 하는 데 필요한 시책을 마련하고, 통합미술 정보체계의 구축과 운용을 할 수 있도록 함(제23조)
- 미술과 미술품 등에 관하여 「문화재보호법」, 「박물관 및 미술관 진흥법」 등 다른 법률에 특별한

15) 미술진흥법 제안이유 및 주요 내용, 정부입법지원센터, <https://www.lawmaking.go.kr/lmSts/nsmLmSts/out/2111510/detailRP>

규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바에 따름(제4조)

주요 내용	관련 규정
적용 대상	<p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <p>13. “공공미술품”이란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다. 다만, 「문화재보호법」의 적용을 받는 문화재 및 「박물관 및 미술관 진흥법」의 적용을 받는 박물관과 미술관의 소장품은 제외한다.</p> <p>가. 제14호에 따른 정부 미술품</p> <p>나. 지방자치단체 또는 시도 교육청이 소유하는 미술품 중 제30조에 따른 공공미술품 관리 전문기관(이하 “공공미술품 관리 전문기관”이라 한다)에 관리 업무를 위탁한 미술품</p> <p>다. 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관(이하 “공공기관”이라 한다), 「지방공기업법」에 따른 지방공기업, 한국은행, 한국방송공사 등 문화체육관광부 장관이 고시하는 기관이 소유하는 미술품 중 공공미술품 관리 전문기관에 관리 업무를 위탁한 미술품</p>
미술진흥 기본계획의 수립 등	<p>제5조(미술진흥 기본계획의 수립 등) ① 문화체육관광부 장관은 5년마다 미술진흥을 위한 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.</p> <p>② 기본계획에는 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 미술진흥 중·장기 기본방향 2. 미술진흥을 위한 법령 및 제도의 개선 3. 미술창작·기획·전시 활동의 지원 4. 미술 관련 전문인력의 양성 5. 미술 관련 국제교류 및 해외 진출 6. 미술 관련 공정한 거래 질서의 구축 7. 미술품의 유통 활성화 8. 공공미술품의 관리 9. 미술 향유 기반 확대를 위한 제도 개선 10. 그 밖에 미술진흥을 위하여 필요한 사항 <p>③ 문화체육관광부 장관은 기본계획에 따라 매년 세부 시행계획(이하 “시행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.</p> <p>④ 문화체육관광부 장관은 기본계획 및 시행계획을 수립·시행할 때는 미리 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여야 한다.</p> <p>⑤ 문화체육관광부 장관은 기본계획 및 시행계획의 수립과 시행을 위하여 필요한 경우 관계 지방자치단체의 장 또는 관련 기관·법인·단체에 협조를 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.</p> <p>⑥ 문화체육관광부 장관이 확정된 기본계획 및 시행계획을 변경하려는 경우에는 제4항 및 제5항을 준용한다. 다만, 대통령령으로 정하는 경미한 사항을 변경할 때는 그러하지 아니하다.</p>
박물관 및 미술관 진흥법과의 관계	<p>제4조(다른 법률과의 관계) 미술과 미술품 등에 관하여 「문화재보호법」, 「박물관 및 미술관 진흥법」 등 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바에 따른다.</p>
창작, 전시 등 지원 근거	<p>제7조(창작 지원) ① 국가와 지방자치단체는 미술창작을 지원하기 위한 시책을 마련하여야 한다.</p> <p>② 국가와 지방자치단체는 예산의 범위에서 미술창작의 활성화를 위하여 필요한 지원을 할 수 있다.</p> <p>③ 제2항에 따른 지원의 대상·방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>제8조(전시지원) ① 국가와 지방자치단체는 국민의 미술 향유를 확대하고 미술 관련 서비스를 활성화하기 위하여 미술품 전시를 지원하기 위한 시책을 마련하여야 한다.</p> <p>② 국가와 지방자치단체는 예산의 범위에서 미술전시 활성화를 위하여 기획자, 미술 전시업자, 미술 관련 법인 또는 단체 등에 필요한 지원을 할 수 있다.</p> <p>③ 제2항에 따른 지원의 대상·방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>제11조(국제교류 및 해외 진출 지원) ① 국가와 지방자치단체는 미술과 관련한 국제교류 및 미술품과 작가의 해외 진출을 촉진하고 활성화하기 위하여 다음 각호의 사업을 지원할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 국제교류 및 해외 진출을 위한 관련 자료의 출판 및 배급 2. 국제교류 및 해외 진출을 위한 조사·연구 3. 국제교류 및 해외 진출을 위한 정보제공 및 교육

주요 내용	관련 규정
	<p>4. 그 밖에 미술 관련 국제교류 및 미술품과 작가의 해외 진출 촉진을 위하여 대통령령으로 정하는 사항</p> <p>② 제1항에 따른 지원의 대상·방법 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>제22조(연구·조사 등의 지원) ① 국가와 지방자치단체는 미술창작·기획·전시와 미술품 유통·감정, 미술품 등의 관리·보존 등에 필요한 연구·조사 및 기술개발을 지원할 수 있다.</p> <p>② 문화체육관광부 장관은 인력·시설·기자재·자금 및 정보 등의 공동 활용을 통한 협동 연구·조사 및 기술개발을 지원할 수 있다.</p> <p>③ 제1항 및 제2항에 따른 지원의 대상·방법 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>
통합미술 정보시스템의 구축·운영	<p>제23조(통합미술 정보시스템의 구축·운영 등) ① 문화체육관광부 장관은 모든 국민이 미술 관련 정보에 원활하게 접근하고 미술 관련 정보를 유익하게 활용할 수 있도록 하며, 미술 관련 정보를 기초로 미술진흥정책을 효율적으로 추진하는 데 필요한 시책을 마련하여야 한다.</p> <p>② 문화체육관광부 장관은 미술 관련 정보를 종합적으로 관리하고 이해관계자에게 미술 관련 정보를 제공하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 통합미술 정보시스템을 구축·운영할 수 있다.</p> <p>③ 문화체육관광부 장관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 관계 중앙행정기관의 장, 지방자치단체의 장 및 관련 기관·단체의 장(이하 “관계 중앙행정기관의 장등”이라 한다)과 개인에게 통합미술 정보시스템의 운영에 필요한 정보의 제공을 요청하고, 제공받은 목적의 범위에서 해당 정보를 보유·이용할 수 있다. 이 경우 정보의 제공을 요청받은 관계 중앙행정기관의 장등은 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.</p> <p>④ 관계 중앙행정기관의 장 및 지방자치단체의 장은 통합미술 정보시스템의 활용이 필요한 경우 사전에 문화체육관광부 장관과 협의하여야 한다. 이 경우 문화체육관광부 장관은 관련 업무에 필요한 범위에서 정보를 제공할 수 있고, 정보를 제공받은 관계 중앙행정기관의 장 및 지방자치단체의 장은 제공받은 목적의 범위에서 해당 정보를 보유·이용할 수 있다.</p>

〈표 22〉 박물관 및 미술관 진흥법의 미술품 관련 주요 내용

2.2.3. 장애 예술인의 창작물 우선구매 제도 도입

- 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률에 따라 2022년 9월 문화체육관광부는 5년간 장애 예술인 지원 정책을 담은 ‘제1차 장애 예술인 문화예술 활동 지원 기본계획(2022~2026)’을 발표함
- 이에 따라 장애 예술인 창작 지원 강화, 장애 예술인 일자리 등 자립 기반 조성, 장애 예술인 문화예술 활동 접근성 확대, 장애 예술인 지원 정책 기반 조성, 장애 예술인 예술 활동 지원 전문 인력 교육 지원 등 5개 추진 전략과 10개 정책과제가 추진됨. 향후 공립미술관의 소장품 수집 및 전시 등에 있어서 관련 법률 및 제도에 검토가 필요함
- 장애 예술인은 경제적 어려움뿐만 아니라 예술 작품의 창작 및 발표 기회의 부족, 창작·연습 공간의 부족, 공연장 등 문화시설에 대한 낮은 접근성 등 문화예술 활동을 영위하는 데 복합적인 어려움을 겪고 있음. 「문화예술진흥법」, 「예술인복지법」 등에서 장애 예술인의 문화예술 활동을 지원할 수 있는 내용을 일부 규정하고는 있으나 장애 예술인의 열악한 처지를 개선하기에는 한계가 있었으며, 이를 극복하기 위한 특별한 방안을 마련할 필요성이 있음. 이에 장애 예술인의 문화예술 활동 지원에 필요한 사항을 규정하기 위한 법률을 제정함으로써 장애 예술인의 문화예술 활동을 촉진하고 삶의 질 향상에 이바지하기 위한 목적으로 2020년 6월 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률이 제정됨¹⁶⁾
- 개정 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률[법률 제18987호, 2022. 9. 27., 일부개정]
- 장애 예술인을 고용한 사업주 지원, 문화시설 접근성 제고 등의 지원이 이루어지고 있지만 장애 예술인

16) 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 법률 제정·개정이유, 법제처 국가법령정보센터,
<https://www.law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?efYd=20230328&lsiSeq=244739#>

이 자립적으로 창작활동에 종사하기 위해서는 더욱 적극적인 지원이 이루어져야 한다는 요구가 증가함에 따라 2022년 9월 장애인 문화예술 활동 지원에 관한 법률이 개정됨¹⁷⁾

- 장애인 예술인의 창작물에 대한 홍보 및 유통 활성화에 관한 사항이 추가됨
- 국가, 지방자치단체나 공공기관 등에서 장애인 예술인이 문화예술 활동을 통해 생산한 창작물을 우선적으로 구매할 수 있도록 함

주요 내용	관련 규정
기본계획의 수립	제6조(기본계획의 수립) ① 문화체육관광부 장관은 5년마다 장애인 예술인의 문화예술 활동을 지원하기 위한 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 제7조에 따른 장애인 문화예술 활동 지원위원회의 심의를 거쳐 수립·시행하여야 한다. ② 기본계획에는 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다. 1. 장애인 예술인 문화예술 활동 활성화를 위한 기본목표 및 추진 방향 2. 장애인 예술인 창작·전시·공연 활동의 지원 2의2. 장애인 예술인이 생산한 공예품, 공연 등의 창작물(이하 “창작물”이라 한다)에 대한 홍보 및 유통 활성화
장애인 예술인의 창작물 우선구매	제9조의2(장애인 예술인의 창작물 우선구매) ① 국가, 지방자치단체 및 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관(이하 이 조에서 “공공기관”이라 한다)은 장애인 예술인이 생산한 창작물의 우선구매에 필요한 조치를 마련하여야 한다. ② 국가 또는 지방자치단체는 제1항에 따라 우선구매를 하는 기관 등에 예산의 범위에서 재정 지원을 하는 등 필요한 지원을 할 수 있다. ③ 제1항에 따른 공공기관의 범위 및 창작물의 종류 등 우선구매를 위한 조치 마련에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

〈표 23〉 장애인 문화예술 활동 지원에 관한 법률 주요 개정 내용

○ 동법 시행령 개정[대통령령 제33363호, 2023. 3. 28., 일부개정]

- 우선 구매기관은 「공예문화산업 진흥법」에 따른 공예품, 「공연법」에 따른 공연, 회화, 조각, 사진, 서예, 벽화, 미디어아트 등 미술품에 대하여 우선구매에 필요한 조치를 마련해야 하는 함
- 우선 구매기관은 구매 총액을 기준으로 해당 연도에 구매하는 창작물의 100분의 3 이상을 장애인 예술인이 생산한 창작물로 구매해야 함. 다만, 우선 구매기관의 특성상 본문에 따른 우선 구매 비율 이상을 장애인 예술인창작물로 구매하기 어려운 우선 구매기관의 장은 문화체육관광부 장관과 협의하여 우선구매 비율을 따로 정할 수 있음

주요 내용	관련 규정
장애인 예술인의 창작물 우선구매	제5조의2(장애인 예술인의 창작물 우선구매) ① 법 제9조의2제1항에 따라 장애인 예술인이 생산한 창작물의 우선구매에 필요한 조치를 마련해야 하는 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관(이하 이 조에서 “공공기관”이라 한다)의 범위는 같은 법 제5조에 따른 공기업, 준정부기관 및 기타 공공기관으로 한다. ② 법 제9조의2 제1항에 따라 국가, 지방자치단체 및 공공기관(이하 이 조에서 “우선구매 기관”이라 한다)이 우선구매에 필요한 조치를 마련해야 하는 공예품, 공연 등의 창작물(이하 “창작물”이라 한다)의 종류는 다음 각호와 같다. 1. 「공예문화산업 진흥법」에 따른 공예품 2. 「공연법」에 따른 공연 3. 회화, 조각, 사진, 서예, 벽화, 미디어아트 등 미술품

17) 장애인 문화예술 활동 지원에 관한 법률 제정·개정 이유, 법제처 국가법령정보센터,
<https://www.law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?efYd=20230328&lsiSeq=244739#>

주요 내용	관련 규정
	<p>③ 우선구매 기관은 법 제9조의2 제1항에 따라 구매 총액을 기준으로 해당 연도에 구매하는 창작물의 100분의 3 이상을 장애 예술인이 생산한 창작물(이하 “장애 예술인창작물”이라 한다)로 구매해야 한다. 다만, 우선구매 기관의 특성상 본문에 따른 우선구매 비율 이상을 장애 예술인창작물로 구매하기 어려운 우선구매 기관의 장은 문화체육관광부 장관과 협의하여 우선 구매 비율을 따로 정할 수 있다.</p> <p>④ 우선구매 기관의 장은 매년 1월 31일까지 전년도 장애 예술인창작물 우선구매 실적을 문화체육관광부 장관에게 제출해야 한다.</p> <p>⑤ 문화체육관광부 장관은 우선구매 기관의 장애 예술인창작물 우선구매를 지원하기 위하여 장애 예술인창작물의 구매를 중개할 수 있다.</p> <p>⑥ 제1항부터 제5항까지에서 규정한 사항 외에 장애 예술인창작물 우선구매 실적의 산정기준 등 장애 예술인창작물 우선구매를 위한 조치 마련에 필요한 사항은 문화체육관광부 장관이 정하여 고시한다.</p>

〈표 24〉 장애 예술인 문화예술 활동 지원에 관한 동법 시행령 개정 내용

2.2.4. 예술인과의 계약 체결 환경의 변화

○ 예술인복지법상 서면계약 체결이 의무이며, 불공정행위를 금지한 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률 제정에 따라 미술관의 수집 및 전시 등과 관련된 법적 환경이 변화를 맞이함. 이외에도 2023년 제정된 미술진흥법 역시 미술 분야의 용역 관련 계약을 체결하는 당사자는 미술 관련 용역의 품질 및 품격 보장을 위한 적절한 용역 대가를 지급하도록 하고 있음

○ 미술관은 계약 체결, 공모사업 수행 등에 있어서 예술인의 계약 상대방 또는 지원기관으로써 예술인 복지법상 문화예술기획업자 또는 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률상 예술지원기관이나 예술사업자가 된다는 점을 감안하여 예술인복지법, 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률의 주요 내용을 검토하여 소유권 귀속, 저작물 이용 허락을 비롯한 소장품 이용 관련 불공정 논란이 발생하지 않도록 미술관 세부 운영 규정 마련할 필요가 있음

○ 예술인들이 처한 경제적 어려움과 복지 문제의 해결을 위해 2011년 11월 예술인복지법이 제정되었음¹⁸⁾

- 예술인들이 제4조의4(문화예술용역 관련 계약) ① 문화예술용역과 관련된 계약의 당사자는 대등한 입장에서 공정하게 계약을 체결하고, 신의에 따라 성실하게 계약을 이행하여야 함(제4조의4 제1항)
- 계약의 당사자는 1. 계약 금액, 2. 계약 기간·갱신·변경 및 해지에 관한 사항, 3. 계약 당사자의 권리 및 의무에 관한 사항, 4. 업무·과업의 내용, 시간 및 장소 등 용역의 범위에 관한 사항, 5. 수익의 배분에 관한 사항, 6. 분쟁 해결에 관한 사항을 계약서에 명시하여야 하며, 서명 또는 기명날인한 계약서를 서로 주고받아야 함(제4조의4 제2항)
- 국가는 문화예술용역 관련 계약의 당사자가 대등한 입장에서 공정하게 계약을 체결할 수 있도록 문화예술 분야에 관한 표준계약서를 개발하고 이를 보급하여야 하며, 국가와 지방자치단체는 표준계약서를 사용하는 경우 문화예술진흥법」 문화예술진흥기금 지원 등 문화예술 재정 지원에 있어 우대할 수 있음(제5조)
- 문화예술기획업자들은 서명 또는 기명날인한 계약서를 3년간 보존하여야 함(제5조의2)

18) 예술인복지법 제정·개정이유, 법제처 국가법령정보센터,
<https://www.law.go.kr/LSW/lsRvsRsnListP.do?lsId=011492&chrClsCd=010202&lsRvsGubun=all>

주요 내용	관련 규정
예술인복지법상 적용 대상	제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “문화예술”이란 「문화예술진흥법」 제2조제1항제1호에 따른 문화예술을 말한다. 2. “예술인”이란 예술 활동을 업(業)으로 하여 국가를 문화적, 사회적, 경제적, 정치적으로 풍요롭게 만드는 데 공헌하는 사람으로서 문화예술 분야에서 제3조의2에 따른 창작, 실연(實演), 기술지원 등의 활동을 증명할 수 있는 사람을 말한다. 3. “문화예술용역”이란 문화예술 창작·실연·기술지원 등의 용역을 말한다. 4. “문화예술기획업자들”이란 문화예술용역에 관한 기획·제작·유통업에 종사하는 자로서 예술인과 계약을 체결하는 자를 말한다.
국가 및 지방자치단체의 책무 등	제4조(국가 및 지방자치단체의 책무 등) ① 국가와 지방자치단체는 예술인의 지위와 권리를 보호하고 예술인의 복지 증진에 관한 시책을 수립하여 시행하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 예술인이 지역, 성별, 연령, 인종, 장애, 소득 등에 따른 차별 없이 예술 활동에 종사할 수 있도록 시책을 마련하여야 한다. ③ 국가와 지방자치단체는 성희롱·성폭력으로부터 예술인을 보호하기 위한 시책을 마련하여야 한다. ④ 국가 또는 지방자치단체는 예산의 범위에서 예술인의 복지 증진을 위한 사업과 활동에 필요한 지원을 할 수 있다.
서면계약 체결	제4조의4(문화예술용역 관련 계약) ① 문화예술용역과 관련된 계약의 당사자는 대등한 입장에서 공정하게 계약을 체결하고, 신의에 따라 성실하게 계약을 이행하여야 한다. ② 제1항에 따른 계약의 당사자는 다음 각호의 사항을 계약서에 명시하여야 하며, 서명 또는 기명날인한 계약서를 서로 주고받아야 한다. 1. 계약 금액 2. 계약 기간·갱신·변경 및 해지에 관한 사항 3. 계약 당사자의 권리 및 의무에 관한 사항 4. 업무·과업의 내용, 시간 및 장소 등 용역의 범위에 관한 사항 5. 수익의 배분에 관한 사항 6. 분쟁 해결에 관한 사항 ③ 제5조에 따른 표준계약서를 사용할 때는 제1항 및 제2항에 따라 계약을 체결한 것으로 본다. ④ 문화체육관광부 장관은 문화예술기획업자들이 제2항을 위반한 경우 같은 항 각호에 따른 계약서 명시 사항의 기재, 서명 또는 기명날인한 계약서의 교부, 그 밖에 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다.
	제5조(표준계약서의 보급) ① 국가는 문화예술용역 관련 계약의 당사자가 대등한 입장에서 공정하게 계약을 체결할 수 있도록 문화예술 분야에 관한 표준계약서를 개발하고 이를 보급하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 표준계약서를 사용하는 경우 「문화예술진흥법」 제16조에 따른 문화예술진흥기금 지원 등 문화예술 재정 지원에 있어 우대할 수 있다. ③ 제1항에 따른 표준계약서의 내용 및 보급 방법 등에 관하여 필요한 사항은 문화체육관광부령으로 정한다.
	제5조의2(계약서의 보존) 문화예술기획업자들은 제4조의4제2항에 따라 서명 또는 기명날인한 계약서를 3년간 보존하여야 한다.

〈표 25〉 예술인복지법 주요 관련 규정

○ 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률

- 예술 관련 법령은 그간 장르 중심의 지원 근거와 체계를 마련하는 내용으로 집중됐고, 상대적으로 예술인의 지위와 권리 등을 보장하기 위한 노력에는 부족함이 있었음. 이러한 상황에서 불공정한 예술 환경과 사회보장의 사각지대에 놓인 예술인의 삶을 구체화할 수 있는 법령을 제정해야 한다는 예술계의 요구를 반영하여 ‘예술 표현의 자유’와 ‘예술인의 직업적 권리 보호’를 법률로 규율하여 예술인에 대한 권리침해 행위를 방지하고, 성평등한 예술환경을 조성하는 한편, 폐쇄적 예술계 환경과 권리구제 사각지대에 놓인 예술인에게 실효적인 피해구제 방안을 마련함¹⁹⁾
- 예술인은 국가기관 등 또는 예술지원기관의 예술지원사업에서 합리적인 이유 없이 차별받지 아니할 권

19) 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률 제정·개정이유, 법제처 국가법령정보센터,
<https://www.law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?efYd=20220925&lsiSeq=235567#0000>

리가 있음(제8조)

- 국가기관 등 소속 공무원 또는 예술지원기관의 임직원은 정당한 이유 없이 예술지원사업에서 차별행위를 할 목적으로 예술인 또는 예술단체의 명단을 작성하거나 예술지원기관에 작성을 지시하여 이를 이용 또는 이용에 제공하거나 이를 제공받아 이용하여서는 아니 됨(제9조)
- 국가기관 등 및 예술지원기관은 정당한 사유 없이 예술지원사업의 지원 대상으로 선정된 예술인의 예술 활동에 개입하거나 간섭하여서는 아니 됨(제11조)
- 국가기관 등, 예술지원기관 및 예술사업자는 예술인의 자유로운 예술 활동 또는 정당한 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 우월한 지위를 이용하여 예술인에게 불공정한 계약 조건을 강요하거나 계약 조건과 다른 활동을 강요하는 행위, 예술인에게 적절한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위 등의 불공정행위를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 됨(제13조)

주요 내용	관련 규정
적용 대상	제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 교육·훈련 등을 받았거나 받는 사람 4. “예술지원사업”이란 국가기관·지방자치단체(이하 “국가기관 등”이라 한다) 또는 제6조에 따른 예술지원기관이 예술 활동 또는 예술교육 활동 지원을 목적으로 예산 또는 보조금 등을 지원하는 일체의 사업을 말한다. 6. “예술지원기관”이란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 기관 중 예술지원사업을 수행하는 기관을 말한다. 가. 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관 나. 「지방공기업법」에 따른 지방공기업 다. 「지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률」에 따른 지방자치단체 출자·출연 기관 라. 가목부터 다목까지의 기관 중 어느 하나에 해당하는 기관으로부터 업무를 위탁받아 예술지원사업을 수행하는 민간기관, 법인, 단체 등 7. “예술사업자”란 예술인의 예술 활동을 기획·제작·유통하는 것을 업으로 하는 자로서 예술인과 계약을 체결한 자(법인의 경우 이를 사실상 지배하는 자를 포함하며, 사실상 지배에 관한 구체적인 판단기준은 대통령령으로 정한다)를 말한다.
예술지원사업의 차별 금지	제8조(예술지원사업의 차별 금지) ② 국가기관 등 및 예술지원기관은 합리적인 이유 없이 성별, 종교, 장애, 나이, 사회적 신분, 출신 지역(출생지, 등록기준지 또는 성년이 되기 전의 주된 거주지 등을 말한다), 출신 국가, 출신 민족, 피부색, 용모 등 신체 조건, 기혼·미혼·별거·이혼·사별·재혼·사실혼 등 혼인과 관련된 사항, 임신 또는 출산과 관련된 사항, 가족 형태 또는 가족 상황, 인종, 사상 또는 정치적 의견, 형의 효력이 실효된 전과(前科), 성적(性的) 지향, 학력, 병력(病歷) 등을 이유로 예술지원사업에서 특정 예술인 또는 예술단체를 우대·배제·구별하거나 불리하게 대우하는 행위(이하 “차별행위”라 한다)를 하여서는 아니 된다. 다만, 현존하는 차별을 없애기 위하여 특정 예술인 또는 예술단체를 잠정적으로 우대하는 행위와 이를 내용으로 하는 법령의 제정·개정 및 정책의 수립·집행은 차별행위로 보지 아니한다.
예술지원사업의 공정성 침해 금지	제9조(예술지원사업의 공정성 침해 금지) ① 국가기관 등 소속 공무원 또는 예술지원기관의 임직원은 정당한 이유 없이 예술지원사업에서 차별행위를 할 목적으로 예술인 또는 예술단체의 명단을 작성하거나 예술지원기관에 작성을 지시하여 이를 이용 또는 이용에 제공하거나 이를 제공받아 이용하여서는 아니 된다. ② 예술지원사업의 지원 대상을 선정하는 심사에 참여하는 자는 위계·사술, 그 밖의 부정한 방법으로 공정한 심사를 방해하여서는 아니 된다.
불공정행위의 금지	제13조(불공정행위의 금지) ① 국가기관 등, 예술지원기관 및 예술사업자는 예술인의 자유로운 예술 활동 또는 정당한 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “불공정행위”라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 된다. 1. 우월한 지위를 이용하여 예술인에게 불공정한 계약 조건을 강요하거나 계약 조건과 다른 활동을 강요하는 행위 2. 예술인에게 적절한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위 3. 부당하게 예술인의 예술 활동을 방해하거나 지시·간섭하는 행위 4. 계약과정에서 알게 된 예술인의 정보를 부당하게 이용하거나 제3자에게 제공하는 행위 5. 그 밖의 부정한 방법으로 예술인에게 불이익이 되도록 부당하게 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위

주요 내용	관련 규정
	② 국가기관 등, 예술지원기관 및 예술사업자에 의한 불공정행위의 세부적인 유형 및 기준 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

〈표 26〉 예술인의 지위와 권리의 보장에 관한 법률 주요 내용

2.2.5. 저작물 이용환경의 변화

○ 미술관의 소장품 수집 및 이용 양태의 변화

- 미디어, 퍼포먼스 등 비물성 기반 미술의 창작 및 향유가 확대되고 있으며, 특히 팬데믹 이후 저작물의 온라인 이용이 급격한 변화를 맞이하고 메타버스, NFT, VR·AR 등 미술관과 기술의 융합이 활발해짐에 따라 미술관 소장품의 온라인상 이용 및 기술과의 융합에 있어서 저작권 관련 쟁점들이 다양해지고 있음
- 이외에도 미술품 소장품의 관리(철거) 및 유지·보수와 관련하여 변형이나 개변이 이루어지는 경우 저작권 침해 문제가 발생할 수 있음²⁰⁾
- 특히 작가나 유족들의 저작권 인식 제고에 따라 소장품의 아카이빙 및 기증 소장품의 이용에 있어서도 권리자의 사전 이용 허락을 받지 않고 저작물, 저작 인접 물을 이용하는 경우 분쟁이 발생할 가능성이 큼

○ 공립미술관의 운영 프로그램의 다양화

- 미술관 내 교육 기능 강화에 따라 지역 주민을 비롯한 일반인을 대상으로 한 공익적 성격의 프로그램 설계 및 운영이 증가하고 있는 상황에서 저작물의 이용 유형 및 범위가 확대됨

○ 미술관 저작물 정책 및 규정 마련의 필요성

- 소장품을 기반으로 하거나 새로운 소장품을 구축하기 위한 목적의 아카이빙, NFT, 메타버스, VR·AR 콘텐츠 제작 및 활용 등 현행 저작권법상 권리자의 이용 허락이 필요한 경우가 자유 이용이 가능한 경우를 구분하여, 미술관의 저작물 정책을 마련할 필요가 있음
- 미술관 내 다양한 유형의 ‘전시’ 및 미술관 운영에 따른 소장품 수의 증가에 따른 관리 및 유지·보수, 프로그램 운영과 관련하여 발생할 수 있는 현행 저작권법의 적용 범위를 검토하여 관련 규정 및 계약서 양식을 마련할 필요가 있음

○ 관련 저작권법 규정

- 저작권법 제31조에 따라 조사·연구를 목적으로 하는 이용자의 요구, 도서·문서·기록 그 밖의 자료 등의 자체 보존 등 일정한 경우 도서관에 의한 도서 등의 복제, 전송 등을 허용하고 있음
- 다만 동조의 적용 대상은 도서관법에 따른 도서관²¹⁾과 도서관, 도서·문서·기록 그 밖의 자료를 공중의 이용에 제공하는 시설 중 대통령령으로 정하는 시설²²⁾로 제한되어 있으며, 이에 따라「도서관법」에 따른 국립중앙도서관·공공도서관·대학도서관·학교도서관·전문도서관(영리를 목적으로 하는 법인 또

20) 박경신, 2020, “미래의 소장품: 법 제도적 준비; 저작권법상 쟁점을 중심으로”, 『SeMA Agenda 2020 ‘수집’〈소유에서 공유로, 유물에서 비트로〉』, 서울시립미술관(2020. 7. 25.).

21) 도서관법 제2조제1호는 “도서관”을 도서관 자료를 수집·정리·분석·보존하여 공중에게 제공함으로써 정보 이용·조사·연구·학습·교양·평생교육 등에 이바지하는 시설로 정의하고 있음.

22) 저작권법시행령 제12조(복제할 수 있는 시설의 범위) 법 제31조 제1항 각호 외의 부분 본문에서 “대통령령이 정하는 시설”이란 다음 각호의 어느 하나에 해당하는 시설을 말한다.

1. 「도서관법」에 따른 국립중앙도서관·공공도서관·대학도서관·학교도서관·전문도서관(영리를 목적으로 하는 법인 또는 단체에서 설립한 전문 도서관으로서 그 소속원만을 대상으로 도서관 봉사를 하는 것을 주된 목적으로 하는 도서관은 제외한다)
2. 국가, 지방자치단체, 영리를 목적으로 하지 아니하는 법인 또는 단체가 도서·문서·기록과 그 밖의 자료(이하 “도서 등”이라 한다)를 보존·대출하거나 그 밖에 공중의 이용에 제공하기 위하여 설치한 시설

는 단체에서 설립한 전문도서관으로서 그 소속원만을 대상으로 도서관 봉사를 하는 것을 주된 목적으로 하는 도서관은 제외) 및 국가, 지방자치단체, 영리를 목적으로 하지 아니하는 법인 또는 단체가 도서·문서·기록과 그 밖의 자료를 보존·대출하거나 그 밖에 공중의 이용에 제공하기 위하여 설치한 시설이 적용 대상임

- 이러한 이유로 도서 등의 대출이나 공중 이용 제공을 주요 목적으로 하지 않는 박물관이나 미술관이 연구·조사, DB 구축, 전시 및 전시 관련 활동을 위하여 소장품을 사용하여 복제나 전송 등을 하는 경우에 대해서는 동조가 적용되기 어려움
- 저작권법상 법정허락 제도를 통해 저작권자를 알 수 없는 소장품의 자유 이용이 허용됨(제50조)
- 제도 도입 이후 2007년 공고 요건을 완화하였고 2012년 저작권법 시행령 개정으로 법정허락을 간소화함으로써 신청인에 의한 상당한 노력을 대신하는 장치(권리자 찾기 정보시스템)를 두는 등 이용 편의성을 제고함
- 또한 2020년 저작권법 개정을 통해 법정 허락승인, 보상금 납부, 공탁 사실 공고 등 관련 절차를 한국저작권위원회 한곳에서 완료할 수 있게 하는 등의 절차적인 부담 완화를 위한 노력과 함께, 외국인의 저작물로까지 법정허락 대상을 확대함
- 그러나 개별저작물마다 별도의 절차를 수행하고 수수료 및 공탁금을 납부해야 하는 법정허락 제도 운용 상황은 국립미술관의 전시, 연구조사 등을 위한 망라적 이용과 디지털 아카이빙을 위한 대규모 디지털화를 도모하기에는 실무상 상당히 어렵고, 미공표 저작물의 경우 법정허락 제도의 적용 대상에서 제외됨²³⁾
- 게다가 국립미술관의 소장품 중 상당 부분을 차지하는 퍼포먼스 아트 기록 영상에 실연자(1인 또는 다수)에 의한 실연이 포함된 경우가 많은데 실연자의 신원이나 소재를 확인하기 어려운 경우가 많아 법정허락 제도를 이용할 수 밖에 없는 상황에서 동일한 어려움이 발생하고 있음

○ 문화예술시설의 고아 저작물의 이용

- 이러한 상황을 개선하기 위하여 2019년 11월 저작권법 개정을 통해 소정의 문화예술시설에 의한 고아 저작물 이용을 허용하는 규정이 저작권법에 신설됨(제35조의4)
- 이에 따라 국가나 지방자치단체가 운영하는 문화예술 활동에 지속적으로 이용되는 시설 중 대통령령으로 정하는 문화시설은 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 상당한 조사를 하였어도 공표된 저작물(외국인의 저작물은 제외)의 저작재산권자 또는 그의 거소를 알 수 없는 경우 그 문화시설에 보관된 자료를 수집·정리·분석·보존하여 공중에게 제공하기 위한 목적으로 그 자료를 사용하여 저작물을 복제·배포·공연·전시 또는 공중 송신할 수 있게 됨
- 그러나 동조가 규정하고 있는 ‘상당한 조사’의 기준이 제50조의 ‘상당한 노력’에 비해 완화되었다고 볼 수 없으며, 동조의 적용 대상인 문화예술시설에 국회도서관, 국립중앙도서관 및 지역대표도서관, 국립중앙박물관·국립현대미술관·국립민속박물관으로 한정되어 있으며 이로 인하여 지방자치단체 소속 박물관, 미술관, 연구소 등에 소장된 미술저작물이나 기록물 등은 적용 대상에서 제외되어 있음
- 또한 동조는 저작권자나 그의 소재를 알 수 없는 경우만을 적용 대상으로 제한하고 있으며, 공표된 저작물만을 적용 대상으로 하고 있어서 기관들이 소장하고 있는 미공표 전시 관련 자료, 연구 자료, 기타 기록물의 이용이 원칙적으로 불가능함
- 무엇보다도 동조의 사후 보상금 지급 요건은 공적 재원을 활용하는 공공 문화유산 기관들이 엄격한 예산편성 및 집행 지침을 준수해야 하는 상황에서 예상치 못한 사후 보상금 지급에 적절하게 대응하기 어렵다는 점을 충분히 반영하지 못함
- 저작권법 제35조 제1항에 따라 미술저작물, 사진저작물, 건축저작물의 원본의 소유자나 그의 동의를

23) 박경신, 2023, 「저작권법상 공공소장품 이용범위에 대한 검토: 개정 싱가포르 저작권법의 시사점 및 우리나라 저작권법 개정 방향을 중심으로」, 『문화정책논총』36(3), 서울: 한국문화관광연구원, 98~99쪽.

얻은 자는 그 저작물을 원본에 의하여 전시할 수 있기 때문에(가로·공원·건축물의 외벽 그 밖에 공중에 개방된 장소에 향시 전시하는 경우에는 제외) 공립미술관은 소장품을 전시할 수 있음

· 나아가 이러한 전시를 하는 기관은 그 저작물의 해설이나 소개를 목적으로 하는 목록 형태의 책자에 이를 복제하여 배포할 수 있음(저작권법 제35조 제3항)

· 그러나 저작권법상 전시권의 적용 대상인 전시 개념에 관하여, 미술저작물 등의 원본이나 그 복제물 자체에 의한 직접 전시만을 의미하는 것인지 아니면 매개 수단을 통한 간접 전시나 인터넷 접속을 통한 소위 ‘인터넷 전시’ 까지 포함하는 개념인지 등이 명확하지 않은 상황임

· 다만, 대법원은 저작권법의 입법 취지 등을 고려하여 전시를 “미술저작물·건축저작물 또는 사진저작물의 원작품이나 그 복제물 등의 유형물을 일반인이 자유로이 관람할 수 있도록 진열하거나 게시”하는 것으로 정의하고 있음²⁴⁾

· 이미지나 동적 요소로 구성된 영상을 연속적으로 재현하거나, 영상 자체만을 감상의 목적으로 하는 이른바 영상 전신의 경우, 전시를 “공표”의 한 형태로 규정하면서 공연, 공중 송신과 나란히 열거하고 있는 현행 저작권법의 문언상 공연에 해당함²⁵⁾

· 마찬가지로 전시의 개념을 별도로 정의하고 있지 않은 현행 저작권법하에서 소위 인터넷을 통한 사이버 전시가 증가하고 있으며 판례도 인터넷 전시라는 개념을 인정하고 있다 하더라도²⁶⁾ 현행 저작권법상 인터넷 공연이 인정되지 않는 바와 같이 인터넷 전시도 인정되지 않고, 인터넷을 통한 전달은 공중 송신으로 보는 것이 일관성 있는 해석임²⁷⁾

· 따라서 디지털 플랫폼, 가상공간을 활용한 전시가 증가하고 있는 상황이라고 하더라도, 현행 저작권법 상으로는 소장하고 있는 영상을 상영하거나 온라인에 게시하기 위해서는 저작권법 제29조 제2항을 비롯한 별도의 저작재산권 제한 사유에 해당하지 않는 한, 저작권자로부터 별도의 이용 허락을 얻어야 함

· 또한 현행 저작권법 제35조 제3항에 따라 미술저작물·건축저작물 또는 사진저작물의 원본의 소유자나 그의 동의를 얻어 전시하는 자 또는 그 저작물의 원본을 판매하고자 하는 자는 그 저작물의 해설이나 소개를 목적으로 하는 목록 형태의 책자에 이를 복제하여 배포할 수 있지만, 그 적용 범위는 제한적임

· 또한 최근 박물관, 미술관 등이 전시의 소개나 홍보를 위해 전시작품을 해당 기관의 인터넷 홈페이지나 SNS에 게시하는 경우가 많은데 이러한 전송행위도 저작권법 제35조 제3항에 따라 허용되는지 여부가 문제 됨

· 이와 관련하여 하급심 법원은 작품이 낙찰되기 전까지는 판매위탁자인 경매사이트에 작품 이미지를 게시하는 것은 저작물의 해설이나 소개를 목적으로 하는 목록 형태의 것’을 ‘책자’로 제작하는 경우와 같이 저작권법 제35조 제3항에 의해 허용된다고 해석하면서도, 인터넷에 게시하는 이러한 전송행위를 통하여 회원이라면 누구든지 쉽게 접근할 수 있게 되므로 1회 제작으로 종료되는 서적 형태의 도록 등을 제작하는 경우에 비해 상당히 지속적이고 전파 가능성도 훨씬 커 미술저작물이 낙찰된 이후에도 저작물을 계속 개시하는 것은 허용될 수 없으며 “제공되는 이미지의 해상도 및 파일의 크기에 있어서도 마치 복제화를 제공하는 것과 같은 정도의 고도의 해상도나 크기를 갖는 파일을 제공하는 것은 원저작물에 관한 정보제공이라는 목적을 넘어서는 결과에 이르러 마찬가지로 허용될 수 없다”는 제한을 두었음²⁸⁾

· 이러한 법원의 해석에 따르면 해상도가 높은 공공소장품 이미지를 소장처의 홈페이지에 게시하거나, 전

24) 대법원 2010. 3. 11. 선고 2009다4343 판결.

25) 박경신, 2020, “미래의 소장품: 법 제도적 준비 & #8211; 저작권법상 쟁점을 중심으로”, 『SeMA Agenda 2020 ‘수집’ 소유에서 공유로, 유물에서 비트로』, 서울시립미술관(2020. 7. 25.).

26) “피고가 자신의 웹사이트에 원고들이 저작권을 가지는 사진을 원고들의 허락 없이 작은 크기로 축소하여 게시한 부분에 대해서는, 원고들의 복제권 및 전시권을 침해한 것이다.” 서울중앙지방법원 2006. 7. 21. 선고 2004가합76058 판결 참고.

27) 박경신, 2021, “NFT 아트를 둘러싼 저작권 쟁점들에 대한 검토 - 미술저작물을 중심으로 -”, 『계간 저작권』 135, 진주: 한국저작권위원회, 36쪽.

28) 서울중앙지법 2008.10.17. 선고 2008가합21261 판결.

시가 종료된 이후에도 계속 게시하기 위해서는 별도의 허락이 필요함

- 공립미술관의 소장품 수집 및 전시 등과 관련된 저작권 정책 수립 및 관련 규정 및 계약서 양식을 사전에 마련할 필요가 있음

2.2.6. 기타

○ 미술관의 새로운 가치가 부각됨에 따라 미술관은 작품을 전시하는 시설 이외에 다양한 역할을 하고 있음

- 박물관 및 미술관 진흥법 역시 “미술관”을 문화·예술의 발전과 일반 공중의 문화 향유 및 평생 교육 증진에 이바지하기 위하여 박물관 중에서 특히 서화·조각·공예·건축·사진 등 미술에 관한 자료를 수집·관리·보존·조사·연구·전시·교육하는 시설로 정의하고 있음(제2조 제2호)

○ 또한 미술관의 수집 대상이 미술품 이외에 미술 관련 자료로 확대되고 있음

- 박물관 및 미술관 진흥법은 “미술관자료”란 미술관이 수집·관리·보존·조사·연구·전시하는 예술에 관한 자료로서 학문적·예술적 가치가 있는 자료로 정의함(제2조 제4호)

- 따라서 시립미술관 관리 및 운영 조례상 수집 대상의 정의 및 범주에 이를 반영할 필요가 있음

○ 국민권익위원회가 의결한 「공공 문화시설 대관 투명성 제고」(제2020-419호, 2020.9.7.)는 대관 심의의 공정성을 제고하기 위하여 위원회 구성 시 외부위원을 50% 이상으로 하며,위원의 제척·기파·회피에 관한 사항을 규정하도록 하는 개선안을 제시한 바 있음

- 박물관 및 미술관 진흥법 시행령 제6조에 위원회의 위원에 미술관의 장을 포함하도록 규정하고 있으므로 관련 사항 또한 조례로 규정하여 그 구성을 명확히 할 필요성이 있음

○ 미술품 기증에 대한 인식 제고와 세제 혜택 등의 이유로 국공립미술관에 대한 미술품 및 미술 관련 자료의 기증이 증가하고 있음

- 박물관 및 미술관 진흥법은 미술관의 장이 기증품을 기증받고자 하는 경우에는 수증 심의위원회를 두어 기증받을지 여부를 결정하여야 하며, 미술관의 장은 법인·단체 및 개인이 해당 박물관이나 미술관에 기증품을 기증하여 감정평가를 신청한 경우 기증유물 감정평가위원회를 두어 감정평가를 할 수 있다고 규정하고 있음

- 또한 수증한 미술관의 장은 기증품에 대한 전시회 개최 등의 예우를 할 수 있다고 규정함(제8조)

- 이에 따라 동법 시행령은 수증 심의위원회의 구성 및 운영에 관하여 규정하고 있음

- 수증 심의위원회는 위원장 1명을 포함하여 3명 이상의 위원으로 구성하며, 수증 심의위원회의 위원은 박물관 또는 미술관의 자료 등에 관하여 학식과 경험이 풍부한 사람 중에서 박물관 또는 미술관의 장이 위촉하고, 수증 심의위원회의 위원장은 박물관 또는 미술관의 장이 됨

- 또한 위원회의 회의는 위원 과반수의 찬성으로 의결함

- 미술관의 장은 수증 심의위원회의 심의를 거쳐 기증품을 기증받을지 여부를 결정한 후 기증을 하려는 자에게 서면으로 그 결과를 통보하여야 함

- 이 경우 기증받지 아니하는 것으로 결정하면 그 사유를 명시하여 즉시 해당 기증품을 반환하여야 함

- 동법 시행령에서 규정한 사항 외에 수증 심의위원회의 운영 등에 필요한 사항은 박물관 또는 미

○ 2021년 상속세 및 증여세법 개정에 따라 2023년 1월 1일 이후 상속이 개시되는 분부터 상속세액이 2,000만 원을 초과하고 상속세액이 상속재산의 금융 재산 가액을 넘을 경우에는 대통령령으로 정하는 역사적·학술적·예술적인 가치가 있는 문화재 및 미술품에 한하여 허용됨(제73조의2)

· 물납 받은 물건의 경우, 현재는 한국자산관리공사(캠코)로 이관돼 매각 혹은 배치되고 있으나, 미술품 물납제 시행에 따라 물납 된 미술품의 경우 미술관에서 활용이 논의하고 있음

· 따라서 미술관의 경우에도 기존의 구매 미술품 이외에도 수집 대상 확대에 따른 보다 고도화된 미술품의 진위 및 가격평가 절차를 마련할 필요성이 크다는 점을 감안하여 미술관 운영에 있어서 소장품 수집과 관리에 있어서 소장품 평가 절차 마련이 필요함

CHAPTER

04

건축 공간
운영방안

Part 1. 공간 분석 및 기본방향

1. 공간 분석 및 기본방향

1.1. 공간별 구성 분석

1.1.1. 개념 및 정의

가. 공간분석에 대한 개요

- 미술관의 공간구성은 실질적인 미술관 경험이 관람객이 움직이면서 전시되어있는 전시품과 커뮤니케이션을 통하여 이루어짐
- 미술관 운영계획 시 가장 중요하게 고려되어야 할 점이 공간구성과 관람객의 행위라는 관점에서 이루어져야 함
- 그중 동선 체계는 미술관에서 가장 먼저 고려해야 할 것 중 하나이며 이 동선계획을 위한 공간의 구성은 미술관을 방문하는 방문객들에게 매우 중요함²⁹⁾
- 미술관의 공간 운영은 미술관 내부 공간을 효율적으로 운영하고, 관람객들이 미술작품을 즐길 수 있도록 하는 것임. 미술관 대부분은 내부 공간은 전시실, 회의실, 교육실 등으로 구성되어 있으며, 이러한 공간들은 관람객들이 미술작품을 쉽게 접할 수 있도록 배치되고 운영되어야 함

나. 공간분석의 정의

- 본 연구에서의 미술관 공간 운영은 다음 항목에 따른 현황과 검토 방안을 말함

- ① 미술관의 중심공간
- ② 미술관 전시시설
- ③ 미술관의 교육시설
- ④ 지원시설
- ⑤ 기타 부대시설에 대한 동선 체계에 따른 현황과 검토 방안을 말함

- 점검 사항으로는 다음과 같은 것임

- ① 개인이나 단체관람객을 위한 출입구 계획
- ② 뮤지엄 카페나 뮤지엄 샵 등과 같은 편의시설
- ③ 시설에 대한 내부에서만 아니라 외부에서 직접 진·출입이 가능한지의 여부
- ④ 일반적으로 관람객과 직원의 동선을 분리 여부
- ⑤ 강제동선 또는 자유 동선 체계에 대한 선택적 관람을 위한 방안

- 그 외에도 진입부 구성으로 매표소(ticketing counter) 겸 안내(information), 물품보관소(cloakroom) 등이 편의시설 특성으로는 카페 및 뮤지엄 샵(cafe & museum shop) 등의 구성 여부와 오리엔테이션 룸(orientation room), 강당, 교육시설, 지원사무실 등의 구성 여부 등을 검토함

29) 권미주, 김용승. (2007). 현대 공공미술관의 사회적 역할에 따른 공간구성에 관한 연구. 한국실내디자인학회 논문집, 16(6), 181-188.

1.1.2. 인천시립미술관의 공간별 구성

가. 인천시립미술관의 시설 규모

○ 인천시립미술관 영역별 면적 표

구분			시설 연면적	전시 공간	수장 공간	교육 공간	사무연구 공간	기타 공용
미술관	인천시	면적(㎡)	13,198.6	3,679.1	1,593.4	1,457.2	579.68	5,487.8
		구성비(%)	100	28	12	11	4.3	44.7
	타 시도 평균	면적(㎡)	15,838.1	4,462.3	1,143.1	937.3	765.6	8,529.6
		구성비(%)	100	28.7	7.4	6.2	5	52.5

〈표 27〉 미술관·박물관 영역 면적 비교표(23.10. 건축심의 도서 작성 기준)

○ 결과분석

- **(시설 연면적)** 인천시립미술관은 전체 13,198.6㎡의 시설면적으로 타 시도시 평균에는 작은 규모지만, 부산, 대구를 제외한 서울, 광주와는 비슷하고, 대전에 비해서는 큰 규모임. 추후 인천시립미술관이 개관 후 안정화가 된다면, 서울, 부산처럼 분관 개관의 가능성을 열어 둘 필요성이 보임
- **(전시공간)** 전시공간은 3,679.1㎡으로, 대구문화예술회관 미술관 3,930㎡과 대구미술관 4,531㎡의 중간 규모를 갖추고 있으며 타 시도시에 비해 면적이 작은 규모이지만, 선교사 사택 4개동(426.68㎡)을 전시공간으로 활용하면 4105.78㎡로 타시도 평균과는 비슷한 면적으로 운영할 수 있음
- **(수장공간)** 수장공간은 1,593.4㎡로 부산시립미술관 1,416㎡, 광주시립미술관 1,408㎡의 보다 약간 작은 규모이며, 타 시도시의 현장답사에서 수장 공간의 부족함을 문제점으로 제기함. 이 의견을 반영해 면적을 넓임
- **(교육공간)** 교육공간은 1,457.2㎡로 인문학 강좌, 체험프로그램 등 관람객에게 서비스를 제공하는 공간임. 미술관의 기능이 관람객의 미술에 대한 이해를 돕고 체험하도록 하는 학습활동의 중요도가 높아지고 있음에 따라 다양한 대상(일반인, 청소년, 어린이, 가족, 장애인 등)을 위한 프로그램을 운영할 공간 확보가 필요함
- **(사무연구공간, 기타공용)** 타 시도시에 비해 적은 면적이지만 서울처럼 사무연구공간은 미술관 건물이 아닌 별동으로 운영가능하며, 기타공용은 분수광장 등 야외공간을 활용할 수 있음
- 결과적으로 인천시립미술관은 전체면적과 교육공간은 부산현대미술관 규모이며 수장공간과 사무공간은 부산시립미술관과 유사하게 나타나며 전반적인 내부시설로 볼 땐 부산시립미술관과 광주시립미술관의 규모라고 볼 수 있음

	시설면적	전시 공간	수장 공간	교육 공간	사무연구 공간	기타 공용
인천시립미술관	13,198	3,679	1,593	1,457	579	5,487
타시도 평균	15,838	4,462	1,143	937	765	8,529
서울시립미술관	13,433	3,256	870	784	2,213	6,310
부산시립미술관	22,826	7,206	1,416	1,535	1,208	11,461
부산현대미술관	15,312	5,906	754	1,196	304	7,151
대구미술관	21,701	4,531	1,685	628	225	14,632
광주시립미술관	13,330	2,921	1,408	809	439	7,753
대전시립미술관	8,427	2,954	726	672	205	3,871

〈표 28〉 인천시립미술관과 광역미술관 면적 규모 비교

나. 인천시립미술관의 시설 공간

- 인천시립미술관의 시설 공간을 분류하면 전체적으로 지하 1층부터 지상 2층으로 운영 공간이 나누어져 있으며 지하 1층은 주차장과 연결되어 강당, 교육실, 어린이미술관, 수장고 등이 구성되어 있음
- 지상 1층의 공간은 기획전시실 1개소와 뉴미디어실, 다목적홀 등이 구성됨. 2층은 기획전시실이 3개로 나누어져 있으며 사무실이나 관장실이 있음
- 그 외에도 야외공간에는 선교사 사택 4개소로 나누어져 활용할 수 있도록 리모델링 계획임

층	영역	건축심의	비고
지하 1층	수장영역	1,342.23	수장고
	전시 영역	602.96	어린이 미술관
	교육 영역	1,326.63	강당, 세미나실 등
	공용영역	2,086.90	기예실, 전기실, 복도, 화장실 등
소계		5,358.72	
지상 1층	수장영역	251.25	하역장, 해체포장실 등
	교육 영역	130.60	강당
	전시 영역	1,554.64	기획전시실, 뉴미디어실 등
	기타 영역	1,875.52	도서 자료실, 뮤지엄샵 등
소계		3,812.02	
지상 2층	전시 영역	1,521.49	기획전시실 등
	기타 영역	2,506.43	사무실, 공용공간 등
소계		4,027.92	
시설 연면적		13,198.66	합계: 27,268.84
선교사 사택(4동)		1,055.31	
주차장		5,932.71	*총 317대(법정: 283대/ 122%) *미술관 면적은 총 면적의 50%
그 외 면적		6,988.02	

〈표 29〉 인천시립미술관 건축심의 (23.08 기준)

1.2. 공간 운영 기본방향

1.2.1. 개념 및 정의

- 공간 운영 기본방향에 대해 국립현대미술관의 경우 미술관 전시 공간의 구성 방법에 대해 전시, 교육, 연구, 수장, 관리 공간 등의 5개 분할 방법이 일반적으로 통용되고 있음
- 미술관 전시 공간의 구성 방법은 미술관의 설립 요소인 미술관의 소장자료와 관람자, 관람 공간의 3가지가 중요한 역할을 함. 또한, 관람자의 행태에 따른 전시 공간구성 방법도 중요함. 이를 위해서는 관람자의 연령별 구분, 단독방문과 단체방문의 방문 인적 구성, 초보 단계와 고급단계의 지적 수준 유형 등으로 구분하여 계획에 참조하여야 함
- 모든 관람자는 개별적인 방문 동기 및 취향에 따라 미술관을 찾아오지만, 일단 미술관에 들어서면 관람자의 행태는 전시품들, 서비스 시설들, 물리적 공간조직과 접근 및 동선 형식에 의해 지배받게 됨. 따라서 이들을 받아들이기 위한 전시 공간의 효과적 배치를 위해서는 아동, 청장년, 노년 계층에 이르는 연령별 구분, 단독방문과 단체방문의 방문인적 구성, 초보 단계와 고급단계의 지적 수준 유형 등으로 구분하여 계획에 참조하여야 함

○ 인천시립미술관 건축 시설에 대한 공간구성표

영역	공간	정의
1	B1	강당(블랙박스)
2		어린이미술관
3		교육실/체험실
4		수장고
5	1F	뉴미디어실
6		기획전시실(제1전시실)
7		다목적 홀
8	2F	제2전시실
9		기획전시실(제3, 4전시실)
10	공원 (야외)	선교사 사택 1, 2, 3, 4동
11		
12		
13		

〈표 30〉 공간별 활용 목적 표

○ 인천시립미술관은 지하 1층의 강당, 어린이미술관, 교육실(체험실) 수장고 등의 시설이 갖추어져 있으며 1층은 뉴미디어실, 기획전시실(제1전시실)과 다목적홀이 지상 2층은 기획전시실(제2전시실), 기획전시실(제3, 4전시실) 등이 갖추어져 있으며 이외에 뮤지엄파크 야외에 선교사 사택 4개 동이 미술관의 운영시설로 정하여 짐

○ 건축된 시설에 대한 운영 방향

- 지하 1층의 강당은 아트 강좌 등의 강의실과 블랙박스 형식의 다목적 전시활용이 가능함
- 교육실(체험실)은 성인, 청소년, 단체 등을 대상으로 하는 각종 교육 체험프로그램을 운영할 수 있음
- 어린이미술관은 어린이 대상 교육, 체험, 전시 등의 공간으로 활용할 수 있음
- 이외에 수장고 공간은 향온, 향습의 시설설비와 작품에 대한 보관, 관리 등을 함
- 지상 1층의 경우 뉴미디어실은 미디어아트 전시관으로 멀티 홀은 다목적홀로 그리고 기획전시실은 인천시립미술관의 대표전시를 선보일 수 있음
- 지상 2층은 2개 관의 기획전시실을 통해 다양한 멀티 전시가 가능하며 그 외 사무공간이 조성됨
- 인천시립미술관의 지역 특성에 따른 미술관 외부의 뮤지엄파크 내 4개 동의 선교사 사택은 상설전시실, 자료실 등으로 활용할 수 있음

Part 2. 공간별 운영안 및 활용방안

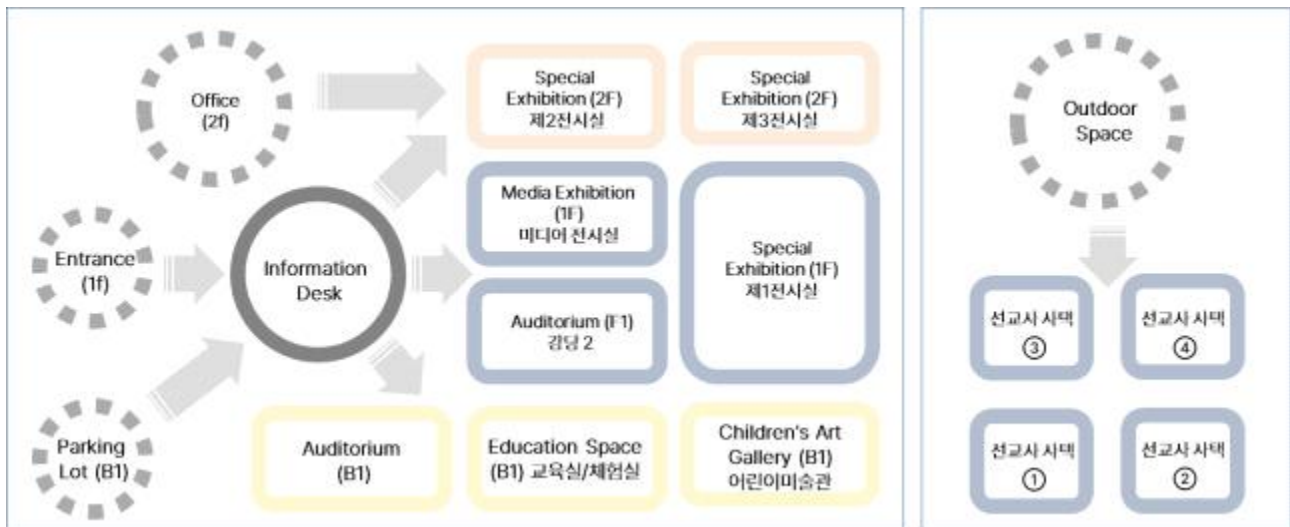
2. 공간별 운영안 및 활용방안

2.1. 공간별 운영안

2.1.1. 공간별 주요사항

○ 공간구성 다이어그램

· 전체적인 구성으로 전시실 3개 관, 교육실 4개 관이 주요 핵심이며 주차장, 수장고, 사무실 등이 갖추어 지며 야외공간의 경우 선교사 사택 4개 동이 관리 대상임



〈그림 16〉 공간구성 다이어그램

- 공간별 운영의 중요한 부분은 미술관의 공간구성과 관람자의 공간 체험을 편리하게 하기 위한 동선계획 수립 필요함
- 미술관 모든 공간은 안내데스크를 거쳐서 입장하도록 계획을 수립하는 것이 기본적인 운영방안임
- 진입로부터 1층 인포메이션을 거치게 되면 1층의 제1전시실, 뉴미디어실, 강당 등을 이용할 수 있으며 지하로 이동 시 강당(블랙박스) 공간과 교육 체험실, 어린이미술관을 이용할 수 있음. 또한 1층에서 2층으로 이동 시에는 제2, 3전시실을 이용할 수 있음
- 인천시립미술관은 박물관과 미술관의 동선이 혼돈될 수 있으며 그에 대해 상호 시설에 대한 사전 교육을 통한 통합 안내 서비스 구축이 필요함
- 박물관과 미술관에 대한 혼돈이 발생하지 않도록 주차장에서부터 각종 사인물이 가독성 있게 설치되어야 하며 지하 주차장에서 지하층의 시설로 바로 진입이 되지 않도록 운영체계에 대한 검토가 필요함

가. 지하 1층 운영

○ 지상 1층 동선 및 검토사항

① 주차장 진입 : 지하 1층의 주차장 진입은 박물관 측 도로에서 진입하며 주차장 입구 쪽에서 주차 시 도보 이동 길이가 길어질 수 있는 점을 감안 하여 지하 주차장에 박물관과 미술관 유도 사인이 필요함. 지하 1층 주차장 진입로는 승용차 중심의 주차장으로 대형버스의 출입이 제한될 것으로 판단됨

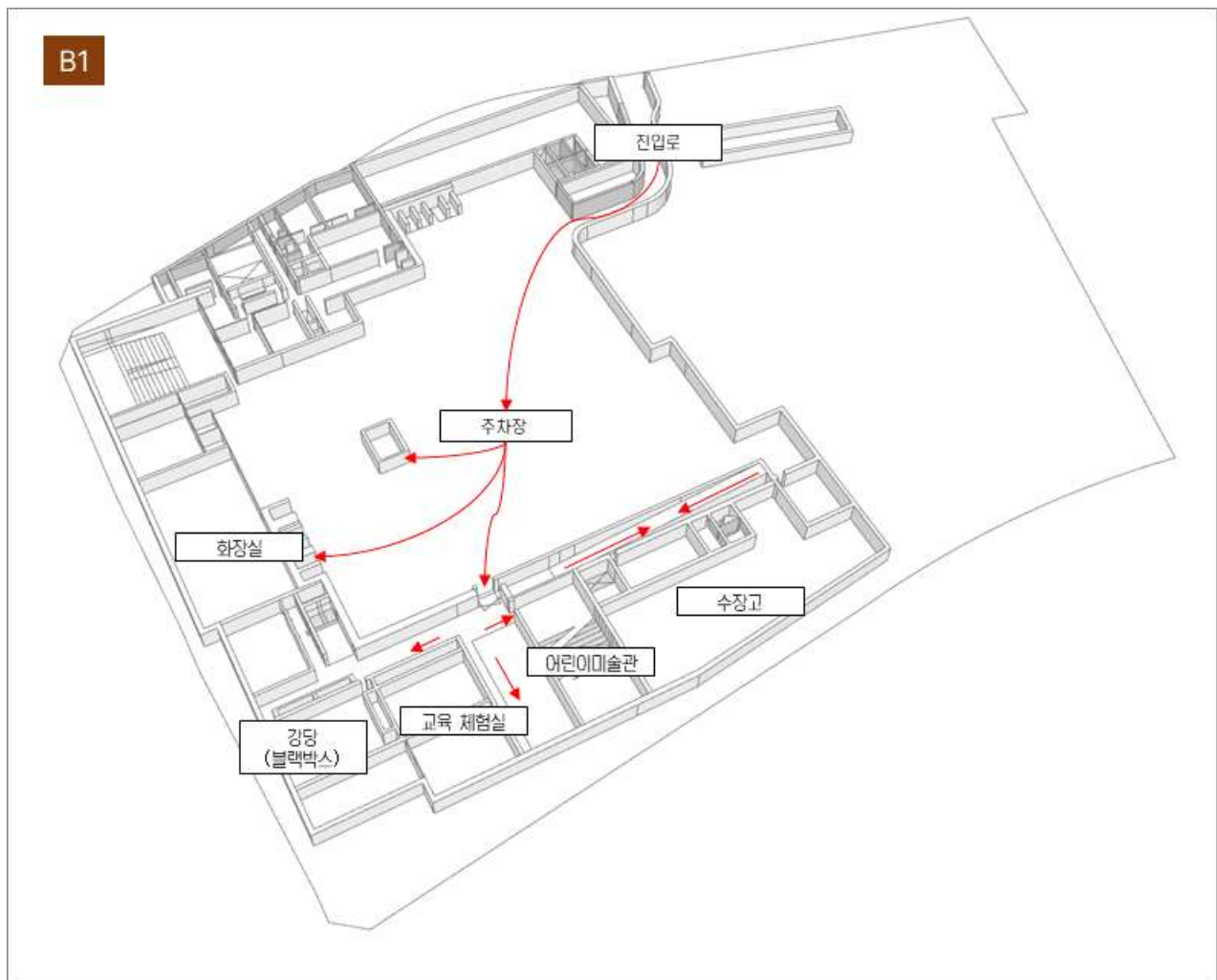
② 출입 동선 : 지하 1층 주차 후 엘리베이터 사용자와 지하 시설로 바로 이어지는 출입구에 대한 관람자

동선과 관리자 동선에 대한 검토가 필요함. 지하 주차 이후 1층으로 이동할 수 있는 유도 사인이 필요함

③ 지하 1층의 시설 : 강당, 체험실, 교육장, 어린이미술관, 수장고 등 많은 시설이 집중되므로 효율적 운용이 필요함. 지하에서 1층 안내데스크를 거쳐 입장 확인 후 지하층으로 다시 이동하여 이용하게 함으로 관람객 동선에 불편함을 초래 할 수 있음

④ 관람객 관리를 위해 지하에서 바로 진입이 되는 것은 운영에 있어서 매우 혼잡을 초래 할 수 있으며 공간마다 별도의 보안이나 출입 통제가 필요함

⑤ 수장고 : 관람객 이동이 많을 것으로 예상되는 지하 1층의 강당, 체험실, 교육장, 어린이미술관 경로에 수장고가 설치되어 이동 동선에 대한 혼잡이 우려되며 안전관리가 필요함

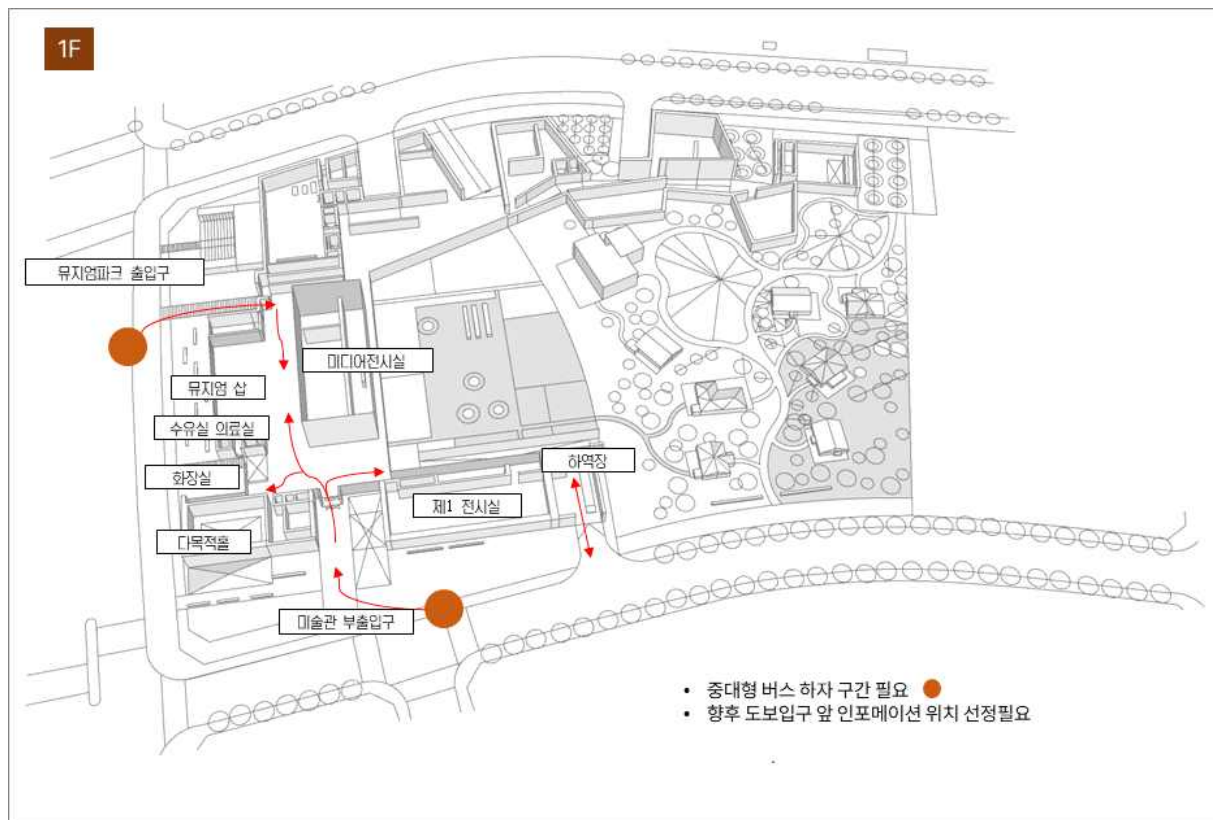


<그림 17> 지하 1층 이동 동선 및 시설배치계획

나. 지상 1층 운영

○ 지상 1층 동선 및 검토사항

- 1F의 안내데스크는 관람객이 가장 많이 활용되는 공간으로 넓은 대기 공간이 필요함
- 중앙 출입구와 미술관 측면 출입구, 엘리베이터 진입 관람객 등으로 매표소(ticketing counter) 겸 안내(information), 물품보관소(cloakroom) 등이 편의시설 특성으로는 카페 및 뮤지엄 샵(cafe & museum shop), 수유실, 의료실 등의 구성 여부 및 동선 확인이 필요함
- 안내데스크를 중심으로 제1전시실과 다목적 홀, 뉴미디어실 등 관람객 동선이 가장 많은 공간으로 판단됨
- 로비라운지에 뮤지엄 샵 및 수유실, 의료실 등의 기타 편의 시설(FnB 시설 등)을 갖추고 있는 여부와 오리엔테이션 룸(orientation room), 강당, 교육시설, 지원사무실 등의 구성 확인이 필요함



〈그림 18〉 지상 1층 이동 동선 및 시설배치계획

- 구OCI사옥과 연결된 야외공간에 대한 유휴공간에 대한 검토와 활용방안 수립이 필요함
- 2F의 경우 제2전시실과 제3전시실, 사무공간이 조성됨

CHAPTER 04 건축 공간 운영방안

- 지상 1층 진입로는 두 군데로 중앙 출입구와 미술관 측면 출입구를 이용하게 됨
- 중대형 단체 관람객을 위한 하차구간 (●) 필요. 중대형 버스 주차장의 위치 및 이동 거리 확인 필요
- 관람객의 이동 동선에 따라 인포메이션의 위치에 대한 검토가 필요함
- 안내데스크, 보관함, 입장 게이트 등은 동선상 가장 편리한 구조가 필요함 (매표소 및 턴 게이트 설치의 필요성 검토)
- 로비라운지에 뮤지엄 샵 및 뉴미디어실, 다목적 홀, 기획전시실 등 다양한 시설 공간과 지하 또는 지상 2층으로 이동할 수 있는 동선 여유 파악이 필요함

다. 지상 2층 운영



〈그림 19〉 지상 2층 이동 동선 및 시설배치계획

○ 지상 2층 동선 및 검토사항

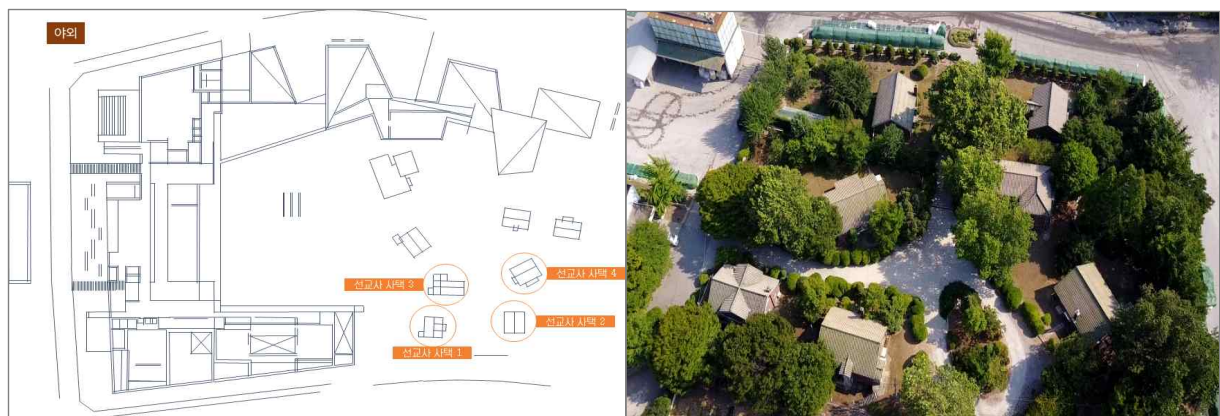
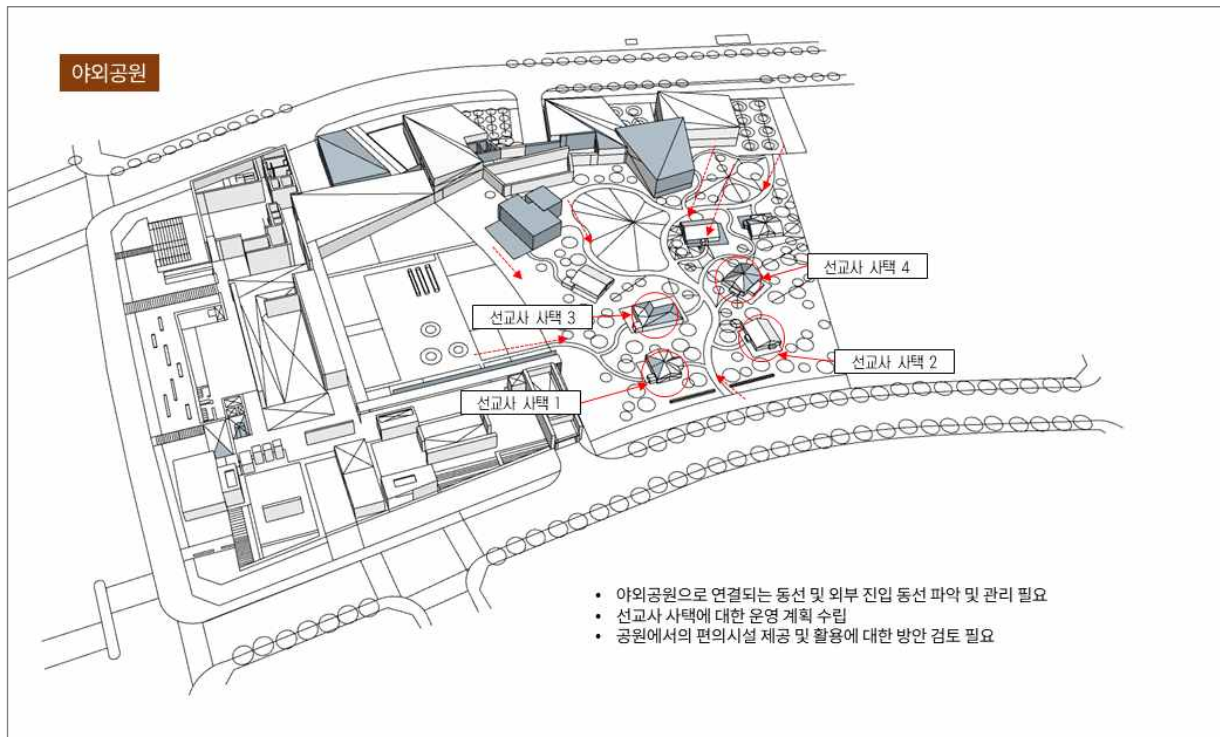
- 지상 2층은 제2전시실과 제3전시실로 구성되나 제3전시실의 경우 소형전시관으로 판단됨
- 작은 전시실은 소장품전시 및 벽면 활용한 전시나 작은 오브제 전시 등이 유용함
- 지상 2층은 사무공간과 관장실, 회의실 등이 조성되므로 관람객과의 별도 동선계획이 필요함

- 사무공간에서 전시장이나 교육실로 스태프 이동 동선이 확보 가능 여부의 판단이 필요함
- 이동 동선이 좌우로 두 개관이 나누어져 수평 이동으로 간절하나 추후 OCI 뉴미디어 중정으로 연결되는 공간에 대한 정확한 형태에 따라 사무공간과의 별도 이동 동선 파악이 필요함

라. 선교사 사택 운영

○ 야외공간 동선 및 검토사항

- 선교사 사택은 주로 상설전시 공간을 활용하거나 아카이브 공간으로 활용하는 등의 방법으로 인력 소요나 관리가 유용할 것으로 판단됨



〈그림 20〉 야외공원 이동 동선 및 시설배치계획

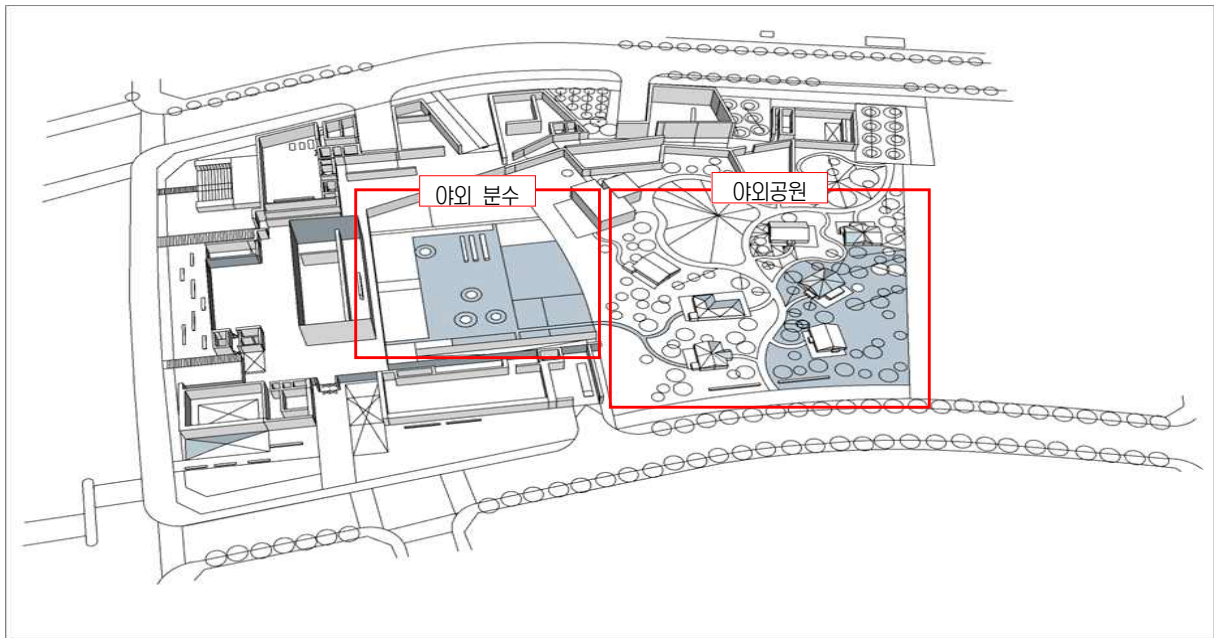
- 공원의 특성상 야외공간을 활용한 다양한 조각 전시 및 설치미술 등이 가능하고 가판대나 푸드코트 등의 편의시설도 검토할 필요가 있음
- 단, 공원의 특성상 안전사고의 문제가 노출되어 있으므로 CCTV 및 보안, 안전관리가 매우 중요하다 판단되며 특히 야간에 우범지역이 될 수도 있음
- 선교사 사택 4채는 각각 작은 전시관 또는 아카이브, 레지던시 공간 등으로 활용 가능성의 검토가 필요함

- 공원 속에 있는 점을 활용하여 야외 전시와 연계 방안 마련이 필요함
- 여러 방향에서 접근이 용이하고 평소 산책로인 점을 감안하여 운영계획 수립이 필요함
- 외부에 있는 시설물로 안전 및 보안 문제에 대한 검토가 필요함

2.2. 유희공간 활용방안

2.2.1. 개요

○ 유희공간은 유희(遊休)와 공간(空間)의 합성어로 사용되지 않는, 쓰지 않고 가만히 놀리는 공간을 의미. 여기서 공간이라는 의미는 실내와 실외를 구분하지 않음



〈그림 21〉 야외 분수 및 야외공원 유희공간

○ 유희공간은 두 구역으로 야외 분수 휴식 공간과 뮤지엄파크 공원으로 나뉨

- 야외 분수 공간을 활용한 조각전 및 설치미술 등의 전시활용이 가능함
- 뮤지엄시어터³⁰⁾ 활성화로 다양한 공연 행사 및 영화 상영 등 활용(아래 미술관)이 가능함

30) 뮤지엄시어터는 미술관과 연극장의 장점을 결합한 것으로 1919년 필라델피아에서 개최된 "필라델피아 국제전"에서 시작됨(위키백과)



〈그림 22〉 유사기관(대전시립미술관 야외공연, 서울시립미술관 야외음악회, 제주현대미술관) 야외 설치 사례

- 유희공원 활용방안으로는 '작은 미술관 조성 및 운영지원 사업' 과 같은 프로그램을 통해 지역 예술가와 주민들의 문화예술 창작활동을 지원하는 방안 검토가 필요함
- 유희공간을 활용한 공간조성과 지역의 특성을 반영한 프로그램 기획을 통해 지역 문화예술을 활성화하기 위한 다각도의 공공지원 방안 모색이 가능함
- 야외공원 공간을 활용한 플리마켓, 작은 페스티벌, 설치미술전 등 운영 검토가 필요함
- 야시장, 푸드트럭 등의 먹거리 행사 및 생활문화축제 등 연계사업 등 운영 검토가 필요함



〈그림 23〉 공원 유희공간 이벤트 사례(플리마켓, 설치미술전, 야시장)

2.3. 운영계획의 주요이슈

2.3.1. 종합의견

가. 입장 동선계획 수립의 제고

- 운영계획에 앞서 우선적으로 입장 방법에 대한 방침 후 공간계획 및 동선계획 반영이 필요함
- 입장 방법은 유·무료 방식과 관계없이 개방형 운영을 할 것인가? 예매 및 매표 후 입장하는 방식으로 운영할 것인가? 에 대한 결정에 따라 입장 게이트(그림의 ④)의 설치를 필요로 할 수 있음
- 개방형 미술관으로 운영할 시 작품관리, 시설에 대한 안전관리를 위한 인원 배치가 상시 필요함
- 개폐형 게이트 설치 시 이용자에 대한 분석 및 관리를 위한 예매 및 입장권 발급을 통한 관람객 유치를 위한 전략이 용이함
- 단, 무료관람과 유료관람이 달라질 수 있으며 교육장, 다목적홀 등의 입장 방법도 달라질 수 있음
- 본연구에서는 포함되지 않은 미술관과 박물관의 연결 통로관리에 대한 계획 수립도 필요하며 지하의 시설물 이용을 위해선 1층을 통한 이동 동선으로 운영되어야 함
- FnB 등의 동선이 자유로워야 하므로 실시설계 전에 운영방식을 결정해야 함

나. 미술관과 박물관의 동선 관리체계에 대한 문제점

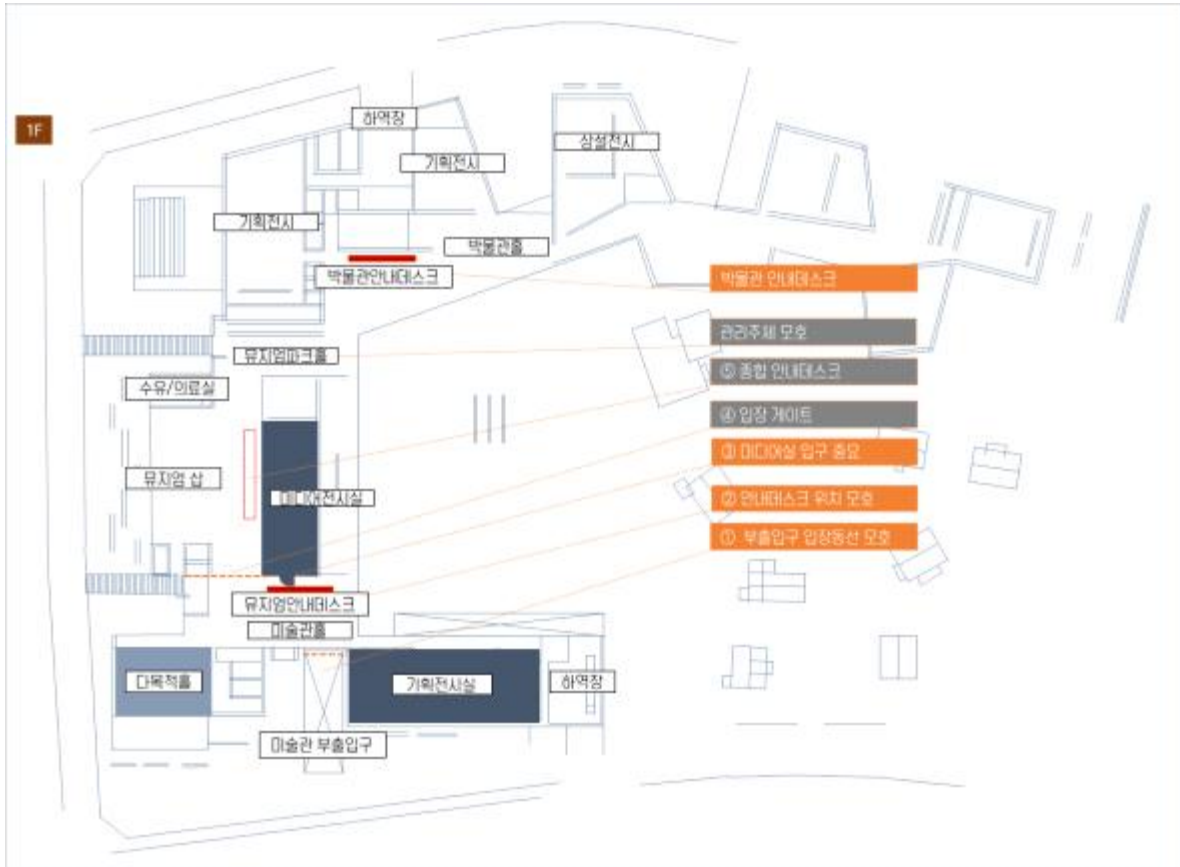
- 미술관과 박물관의 유희공간에 대한 관리체계가 모호함
- 운영자 중심의 체계를 관람객 편의성을 제고한 체계로 재구성이 필요함
- 미술관의 안내데스크 설치 위치와 뉴미디어실 입구에 대한 설계 반영이 필요함
- 현재의 뮤지엄파크 안내데스크(그림의 ③)의 경우 뉴미디어실 입구 중복되지 않는 동선이 필요함
- 미술관과 박물관을 모두 개방형 운영을 할 시 뮤지엄파크홀, 수유실, 뮤지엄 샵에 대한 관리주체가 모호하며 이용자에 대한 안전사고 책임도 불분명함
- 효율적 관리를 위한 시설관리 및 방호, 경비 등의 통합관제센터가 필요함
- 미술관 부출입구 이용자의 전시실과 다목적홀 뉴미디어실의 이용 통제의 어려움이 예상됨
- 입장 통제를 위한 각 전시실 입구마다 입장 게이트 설치 시 비용과 관리의 애로사항이 발생함
- 종합안내데스크 설치 및 게이트 설치시는 부출입구의 운영 방법의 대안이 필요함

다. 미술관 박물관 통합 운영 검토

- 종합안내데스크(그림의 ⑤)로 운영할 시 불필요한 중복된 시설의 간소화가 필요함
- 입장 게이트 설치(그림의 ④예시)로 입장객에 대한 관리 및 시설에 대한 안전관리가 편리하며 예약 예매로 회원 관리가 용이함
- 뮤지엄 샵, 수유실, 의료실, FnB 등의 관리 또한 통합 운영이 가능하며 소방, 전기, 방호, CCTV 등의 통제가 중복되지 않음

라. 분수 광장 야외공원 등의 공간에 대한 관리 문제점

- 미술관 내부의 작품 및 전시실, 수장고, 교육실, 다목적홀 등의 시설관리를 벗어나 뮤지엄파크 전반적인 관리에 대한 한계가 발생할 것으로 예상되며 특히 야외공원에 대한 야간 관리 및 방호, 경비 등의 문제 발생 우려됨
- 현재의 미술관 인력계획으로는 분수 광장 및 야외공원에 대한 관리가 불가능함
- 중대재해처벌법에 의한 안전관리 책임이 매우 민감한 사항으로 기계, 설비, 건축 등의 전문 관리 인력이 필요함
- 시설관리공단이나 도시관리공사 등의 통합관리체계 수립 필요함 (예) 고양시의 경우 도시관리공사의 일괄적 운영함으로 문화시설 및 각종 시설에 대한 관리체계 수립이 필요함

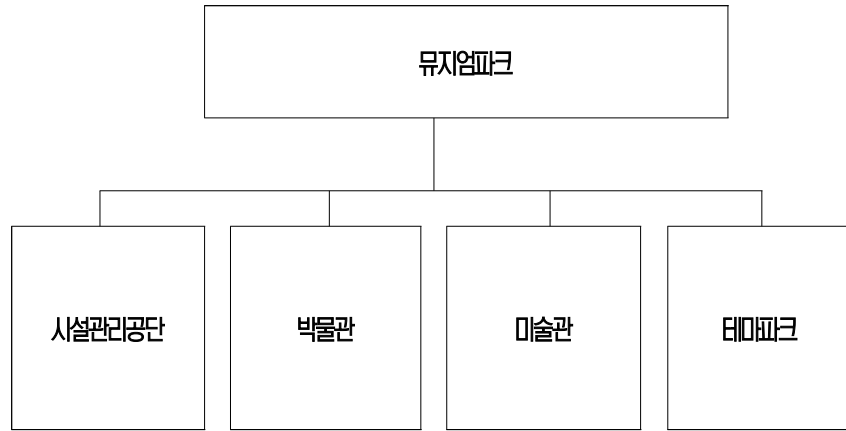


〈그림 24〉 안내데스크 위치에 따른 운영 문제

2.3.2. 뮤지엄파크 운영에 대한 제고

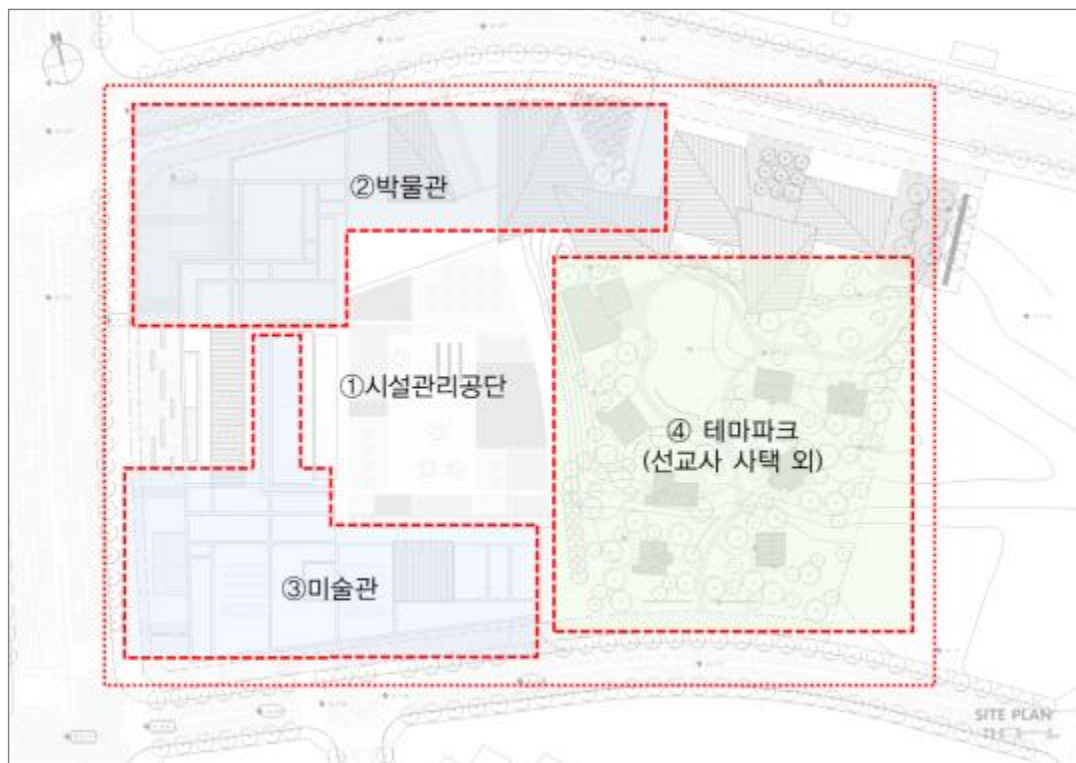
- 본 연구의 범위 외에 뮤지엄파크라는 전체 운영 방법에 대한 거시적 시각으로 구축한다면 전체적인 MI 및 조직, 예산, 관리 등의 모든 운영용역을 새롭게 구축해야 함

- ① 시설관리 전문기관 : 시설관리공단이나 별도의 전문 시설관리 기관에서의 통합 관리체계
- ②③ 미술관과 박물관 : 학예 전문인력 중심의 운영조직만 구성하여 실내 전시실, 교육실, 다목적홀 등 미술관 박물관의 본 목적에 부합되는 사업 중심의 운영
- ④ 외부의 공간(선교사 사택 등) : 테마파크 개념의 창작소나 어린이 창의센터 등의 체험 교육 전문기관으로 재구성하여 각각의 전문기관으로 활성화



<표 31> 뮤지엄파크 운영조직 예시

- 현재의 어린이미술관 등은 매우 협소하고 그 기능이 교육실 정도의 수준이며 미술관과 박물관이 각각 4개의 공간을 나누어 운영에 있어 그 활용도와 활성화에 한계가 발생 될 우려가 있음
- 가족 단위의 체험, 교육 등을 활성화하고 지역의 다양한 공예, 생활 축제 등이 함께할 수 있는 문화공간과 분야 전문인력으로 별도의 추가 편성이 필요함



<그림 25> 뮤지엄파크 운영의 예시

※ 뮤지엄파크 관련 연구는 본 과업에 포함되지 않은 내용으로 뮤지엄파크에 대한 별도의 검토가 필요함

CHAPTER

05

조직 및 예산구성
방안

Part 1. 조직구성 방안

1. 조직구성 방안

1.1. 조직구성 기본방향

1.1.2. 조직운영체계 연구

가. 개요

○ 조직구성의 기본방향을 수립하기 위해선 우선적으로 운영체계 유형에 대한 검토가 필요함

- 운영체계 유형이라 하면 소속기관, 책임운영기관, 특수법인 등으로 분류할 수 있음
- 소속기관, 책임운영기관, 특수법인은 모두 기관의 분류를 나타내는 용어임

① 소속기관이란 중앙행정기관에 소속되어 중앙행정기관의 사무를 지역적으로 분담하여 수행하거나 중앙행정기관의 사무를 지원하는 행정기관을 말함

② 책임운영기관은 정부가 수행하는 사무 중 공공성을 유지하면서 경쟁 원리에 따라 운영하는 것이 바람직하거나 전문성이 있어 성과관리를 강화할 필요가 있는 사무에 대하여 기관의 장에게 행정 및 재정상의 자율성을 부여하고 그 운영 성과의 책임을 지는 행정기관임

· 대표적인 기관으로는 국립중앙과학관, 국립과천과학관, 국방홍보원, 국립중앙극장, 국립현대미술관, 한국정책방송원, 국립아시아문화전당 등이 있음

③ 특수법인은 광의의 의미로 특별법에 따라 설립되는 법인을 총칭하며, 협의의 의미로는 경영기술 상 또는 재정 경제상 이유에 의하여 특정한 행정기능의 대행 기관으로 법률에 기초하여 설립한 법인을 말함

· 대표적인 기관으로는 한국은행, 한국전력공사, 한국증권거래소, 한국도로공사 등이 있음

· 이외 해외의 경우 미국 메트로폴리탄미술관, 뉴욕 현대미술관, 영국 대영박물관 등 세계적 미술관들이 독립법인 형태로 운영됨

· 인천시는 현재는 소속기관으로 운영하는 것을 기초로 하고 있으며 추후 운영체계에 대한 정책 방향이 논의될 사안임

· 박물관·미술관의 전문인력에 대한 정의는 과거의 연구와 전시를 중심으로 학예연구원이 주축 되어 운영되어왔으나 현대 박물관 미술관의 전문 직종은 점차 다양해지고 있으며 국제 박물관협회(ICOM)에서도 “박물관 전문인력(museum professional)이란 전문적인 기술이나 학문의 훈련을 받았거나 그에 상응하는 실습 경험이 있고 전문직 윤리의 기본 요강을 존중하는 박물관과 박물관으로 인정받는 기관의 모든 인력을 말한다.”라고 말하고 있음³¹⁾

· 박물관·미술관은 이미 시민의 공간으로 인식되어 시민 중심의 서비스개념에 대한 비중이 점점 높아지고 있으며 이에 관련된 조직 또한 다양한 분야의 전문직이 필요로 하게 됨. 특히 4차산업의 도래로 디지털 뉴미디어 시대에 맞는 전달체계의 중요성도 부각 되고 있음

· 이에 따라 박물관·미술관에서 근무하는 직종도 포괄적 의미의 학예사로 한정되지 않고 전시기획자(Curator), 교육담당자(Educator), 소장품 관리자(collection manager), 보존처리 전문가(Conservator), 아카이브 담당자(archivist), 전시디자이너(Exhibition designer), 홍보마케팅전문가, 자원 조성(대외협력) 담당자 등의 전문적인 분야로 세분화하여 채용하는 추세임

· 특히 시설관리 분야 중 전시물 시설관리 전문가로 전시기술자(Exhibition Technician)로 세분화하여 채용하는 추세임

31) 한국박물관협회 박물관 미술관 설립 운영 매뉴얼 연구에서 일부 발췌

나. 조직구성의 정의

○ 미술관 조직구성은 기본적으로 관장, 학예 연구인력, 행정인력으로 구성되며 관장의 직무 방향과 비전에 따라 조직구성이 변화됨

· 미술관의 관장은 미술작품을 전시하는 미술관의 운영을 총괄하고, 관련 종사원들의 활동을 지휘·감독하며 미술작품에 대한 종류 및 수량을 파악하여 전시계획을 조정하며, 예산을 편성·관리함

구분	내용
관장	<ul style="list-style-type: none"> ○ 관장은 미술관을 대표하고 운영의 전반을 책임짐 ○ 관장은 목표와 방향에 대한 비전과 해당 주제 분야의 전문성을 바탕으로, 내부 조직을 관리 ○ 관장은 대외적으로 교류, 의사소통하며 필요한 자원을 확보에 노력함 ○ 관장의 역할과 역량은 박물관·미술관의 성과에 매우 중요함 ○ 관장은 상근하는 것이 원칙이며, 위와 같은 역할에 합당한 자격과 전문성이 있어야 함 ○ 박물관·미술관 계의 선진 운영방식과 학계 동향 등을 지속적으로 접하여 리더십을 갖추어야 함 ○ 관장은 학예분야 업무와 경영·행정 분야 업무로 맞춰 조직관리를 함

〈표 32〉 시립미술관 기본 업무분장표

○ 미술관 실무 조직은 기능적인 면에서 크게 두 가지로 분류함

· 미술관의 주 핵심사업을 추진할 학예연구사의 영역은 학예분야와 관리·지원 영역의 행정 분야로 분류함
· 학예분야와 행정 분야는 일반적으로 관리부와 사업부서로도 나뉘고 있으나 요즘은 관리부서를 지원 부서로 명명하기도 함



〈그림 26〉 사업 분야와 지원분야 구성 예시

· 학예연구사의 역할로는 미술작품에 대한 전시기획, 작품에 관한 연구, 보존, 관리 등의 학예 연구 분야, 전시작품 또는 미술 연계 관련한 교육 분야 등임

· 미술관 관리 및 행정에 필요한 행정(관리) 분야로는 공공기관으로 규정에 대한 행정지원 및 안전을 위한 시설관리 분야로 나뉨. 여기에 4차산업 도래에 따라 근래 미술관에 대한 홍보마케팅 또한 중요한 업무로 부각되고 있음

· 2개 분류에 따른 다양한 업무를 6개의 세부 업무로 구분하여 보면 전시, 연구, 교육의 업무와 행정, 시설, 홍보마케팅 등의 업무로 분리됨

분류	분야	주요 업무
사업 부분	학예전시	지역을 비롯한 국 내외 다양한 전시를 기획하고 전시 운영을 총괄
	학예연구	수집 작품에 대한 선정 및 연구, 소장품 연구 기록 등을 통한 소장품 관리 운영
	학예교육	각종 전시 관련 교육 프로그램 운영 및 연령대별 미술 교양프로그램 기획 및 운영
관리 부분	행정지원	미술관 운영을 위한 행정 총괄로 예산, 인사, 감사, 결산, 계약, 복무 관리 등
	시설관리	시설물 안전관리 총괄, 중 대재해예방업무, 전기, 조명, 정보통신, 보안, 소방, 경비, 공유재산 관리 등
	홍보마케팅	통합마케팅 전략 수립, 브랜딩 구축, 회원 관리, 언론 대응, 광고 홍보, SNS 유튜브 채널 관리, 홍보디자인 제작 지원, 영상물 제작, 문화행사 이벤트 기획 및 추진

〈표 33〉 사업 부분 관리 부분 주요 업무

○ 이를 기초로 하여 인천시립미술관 최적의 조직구성을 파악하기 위해서 2023년 현재 광역미술관 8개 기관에 대한 현황 및 주요 업무를 분석하였음

○ 인력 구성 분석 및 주요 업무분석 등을 검토하여 기존의 인천시 인력계획과 대비하고 인천시립 미술관 조직 및 인력구성안을 도출하고자 함



〈그림 27〉 조직구성 기본방향 분석계획

1.2. 조직별 세부 업무

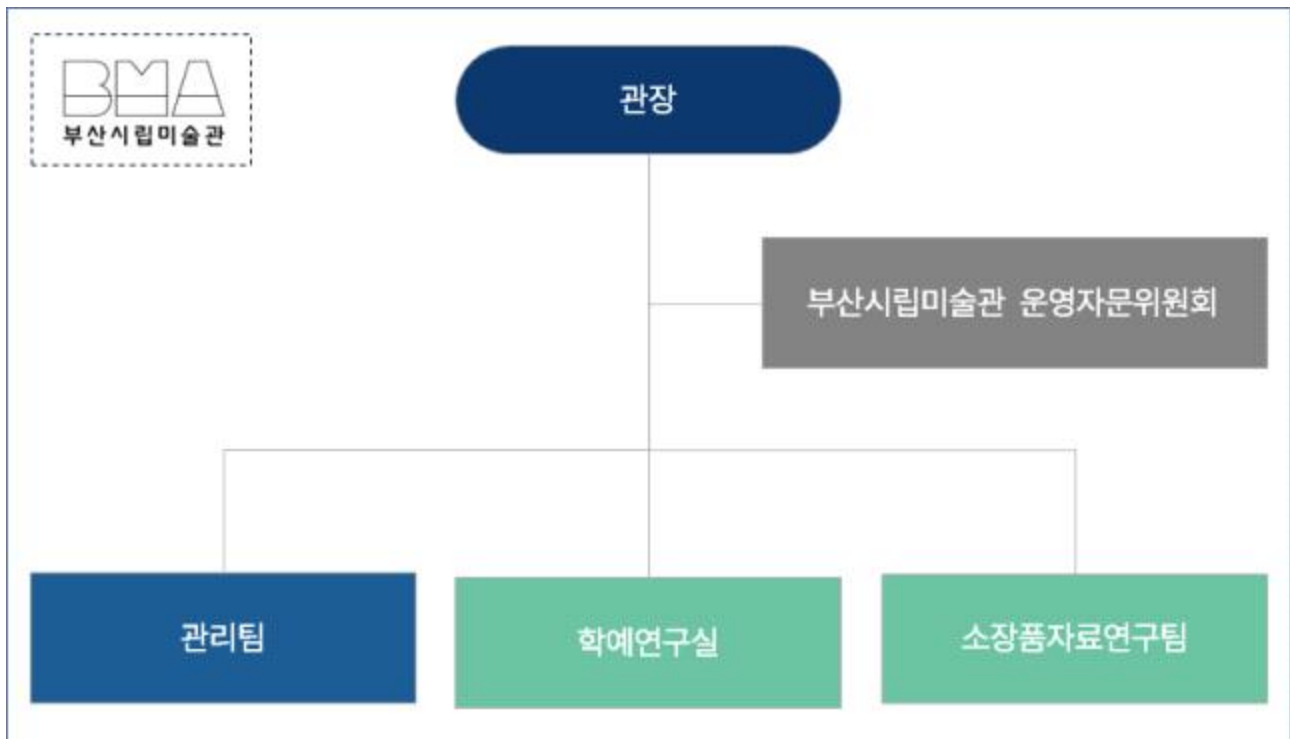
1.2.1. 유사 기관 조직현황 분석

○ 전국의 시립미술관 8개 기관의 조직도를 기본으로 조직구성에 대해 조사를 통해 분석함

① 부산시립미술관

○ 부산시립미술관은 부산시립미술관 운영자문위원회를 통하여 수집, 선정, 방향 등을 검증하고 행정 전반의 관리팀과 전시/교육 등을 포함한 학예연구실, 소장품자료 연구팀으로 나누어져 있으며 소장품자료연구팀에 아카이브 업무와 기록연구사(1명)를 포함하여 업무를 전담하고 있음

- 부산시립미술관은 1실 2팀의 체제로 운영하고 있음
- 관리팀은 행정업무와 시설관리업무를 통합하여 운영하고 있음
- 학예연구실은 전시업무, 교육업무를 통합하고 소장품자료연구팀을 별도로 분리하여 소장품 관련 업무와 아카이브 업무를 담당하고 있음
- 이 중 기록연구사 1명을 통해 아카이브 업무를 전담함



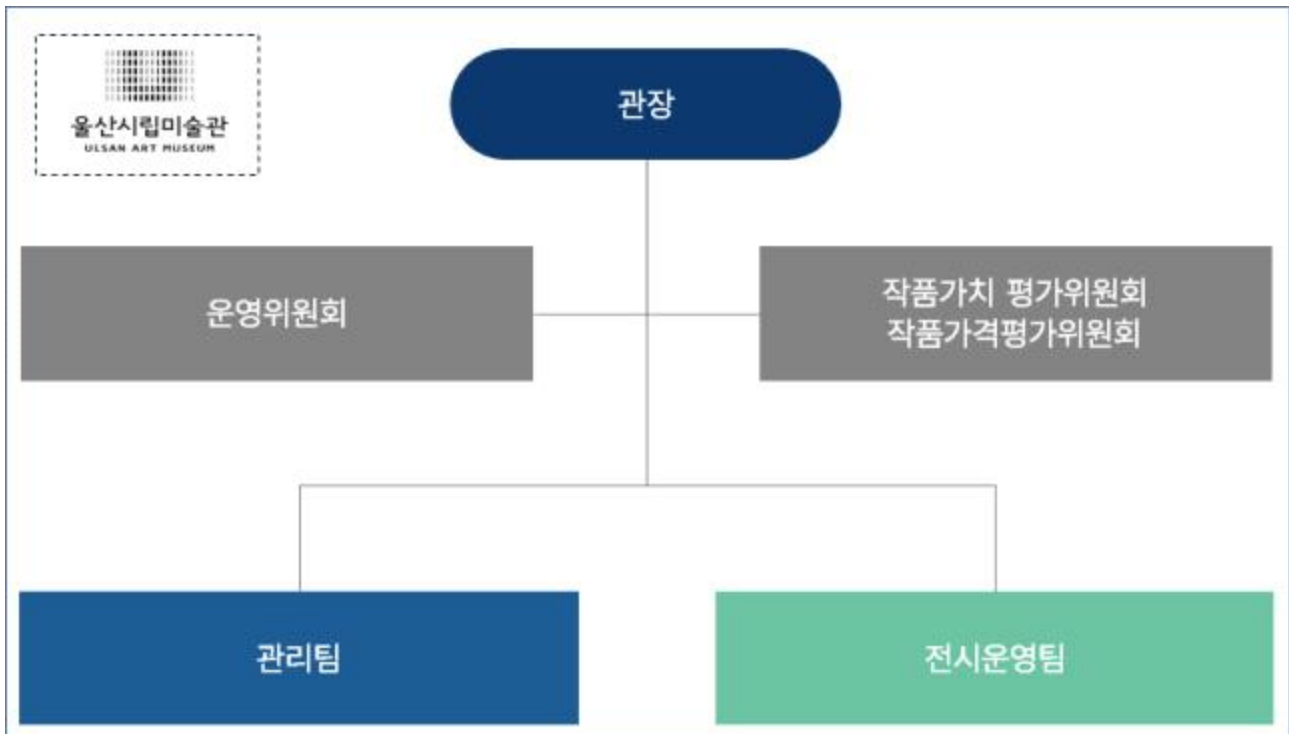
〈그림 28〉 부산시립미술관 조직도

② 울산시립미술관

○ 울산시립미술관은 운영위원회와 작품가치평가위원회, 작품가격평가위원회 등의 운영과 수집에 관련한 전문성을 매우 중요하게 구성하고 있으며 특히 작품가치와 작품가격 평가를 분류함으로 공정성을 중요하게 여기고 있음을 알 수 있음

- 다만, 실무 조직은 관리팀과 전시운영팀으로 편성하여 운영하고 있으며 미술관 대부분은 초기 조직구성이 1관 2팀 구성의 형태로 나타남

- 관리팀은 행정업무와 시설관리업무를 통합하여 운영하고 있으나 시설관리 직원을 최소화하고 외부 용역으로 운영하는 것으로 보임
- 전시운영팀의 경우 전시인력, 교육 인력, 연구인력을 모두 학예연구사로 구성하고 있으며 홍보, 문화행사 등도 포함하여 운영하고 있음
- 그 외 기록연구사 1명을 통해 미술 자료 디지털 아카이브와 대여, 기증, 기탁 업무를 수행하고 있음

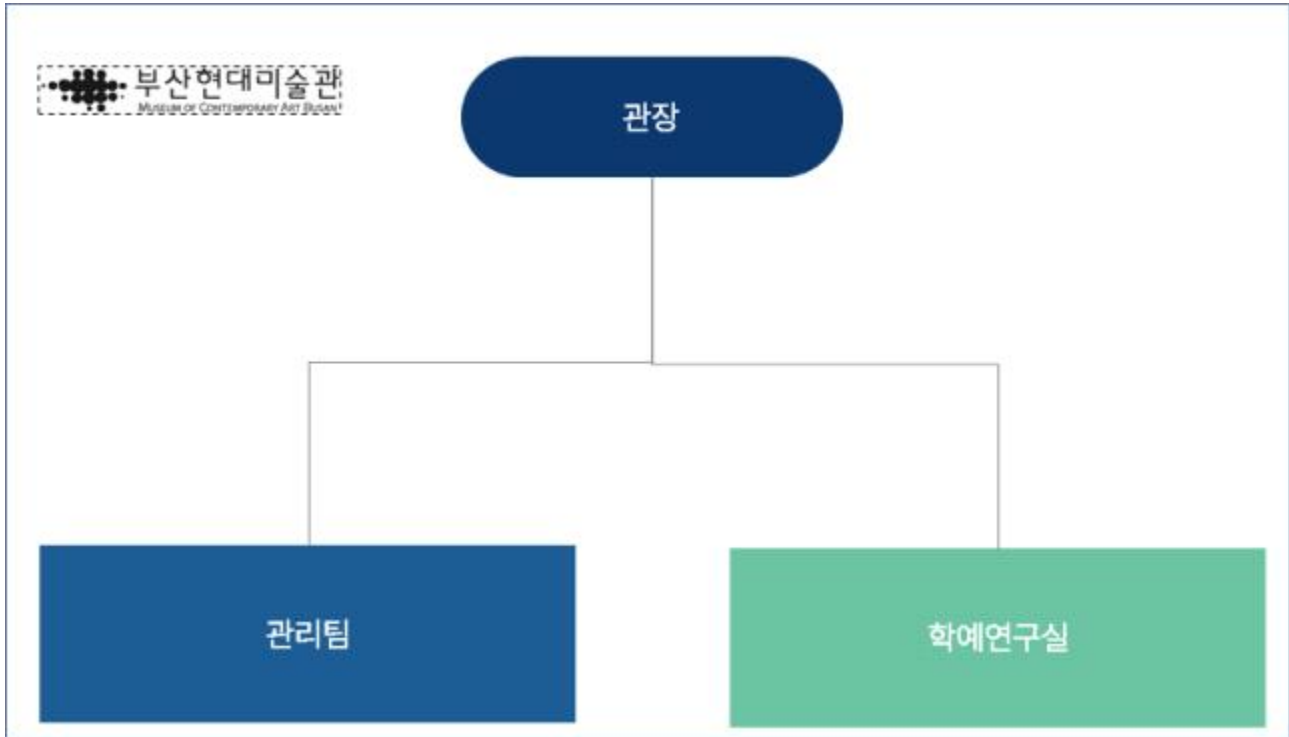


〈그림 29〉 울산시립미술관 조직도

③ 부산현대미술관

○ 부산현대미술관은 관리팀 1팀과 학예연구실 1실로 운영되고 있음

- 관리팀은 행정업무와 시설관리를 포함하고 있으며 학예연구실은 전시, 연구, 기록, 운영, 홍보마케팅 등의 업무를 총괄하고 있음
- 특이사항으로 2개 부서가 각각 관리팀장과 학예연구실장의 구성으로 차이가 있으며 이는 학예 연구에 대한 비중이 높다는 것을 유추할 수 있음. 또한 학예연구실에서 홍보마케팅 업무까지 포함하여 총괄하고 있음

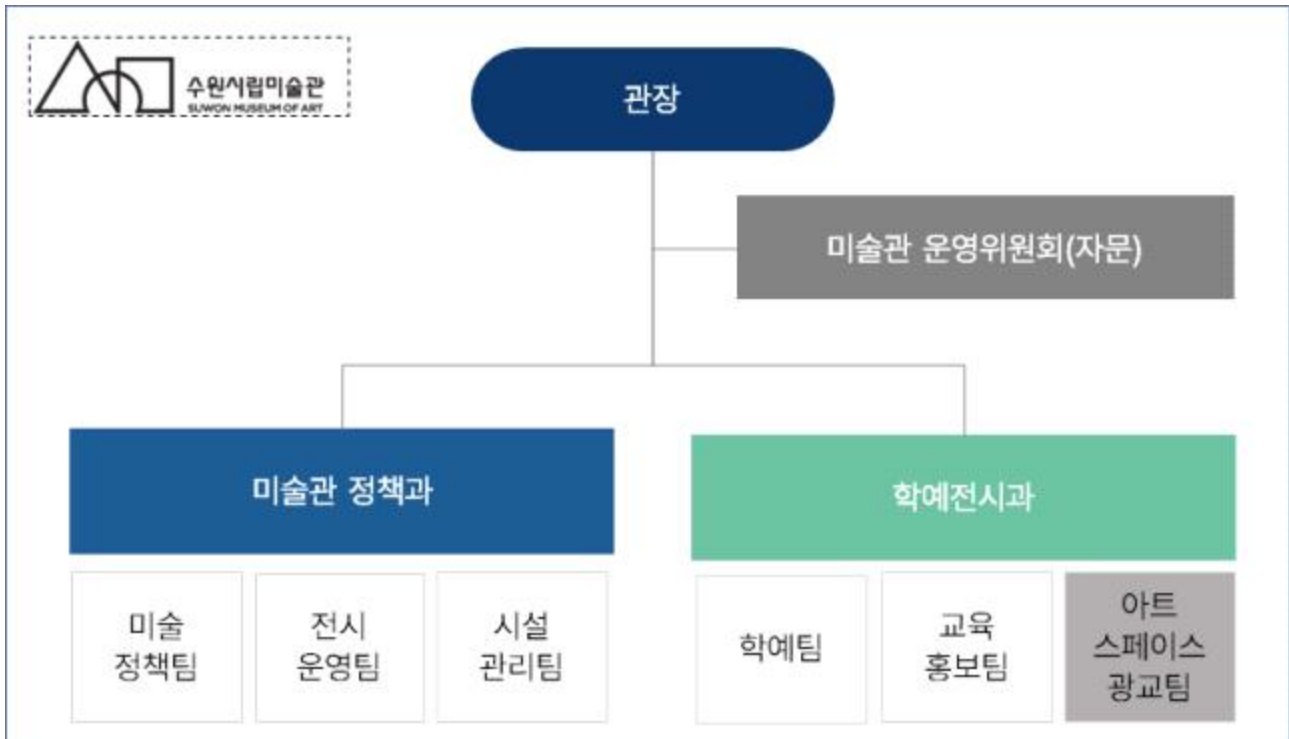


〈그림 30〉 부산현대미술관 조직도

④ 수원시립미술관

○ 수원시립미술관은 미술관운영위원회의 자문단을 구성하고 있으며 미술관 정책과(행정분야)와 학예전시과(학예분야)로 운영되고 있으며 학예전시과에선 별도의 위탁사업도 맡고 있음

- 수원시립미술관은 2과 6팀으로 세분화하여 운영되고 있음
- 이중 미술관 정책과는 행정지원업무로 미술정책팀(행정) 전시운영팀(현장 운영) 시설관리팀으로 세분화하여 구성됨
- 또한 학예전시과의 학예팀은 전시, 연구업무를 교육홍보팀은 홍보, 교육을 주 업무로 운영됨
- 그 외 아트스페이스광교팀은 본관과 다른 전시장 관리팀으로 별개의 구성으로 운영함

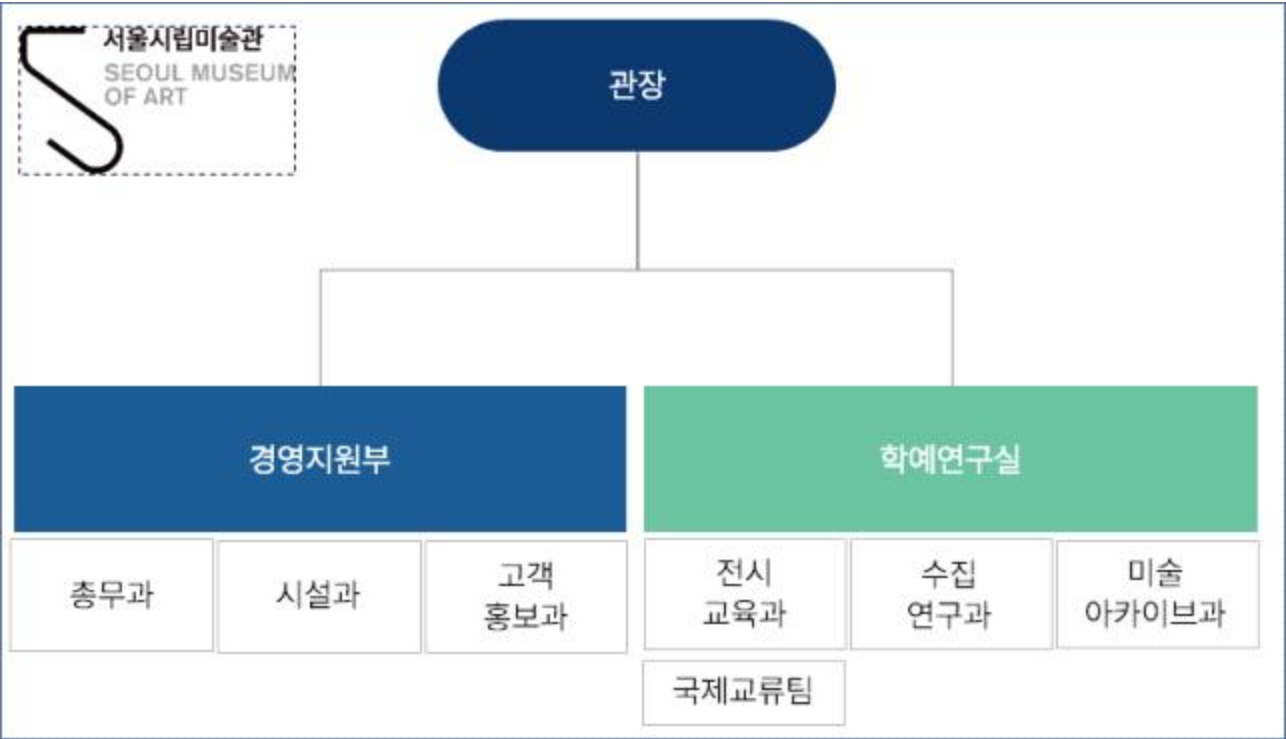


〈그림 31〉 수원시립미술관 조직도

⑤ 서울시립미술관

○ 서울시립미술관은 규모와 시설의 수가 가장 많은 기관으로 규모로 가장 크고 경영지원과 학예 연구 부서 아래 하위부서가 구체적으로 세분되어 있음

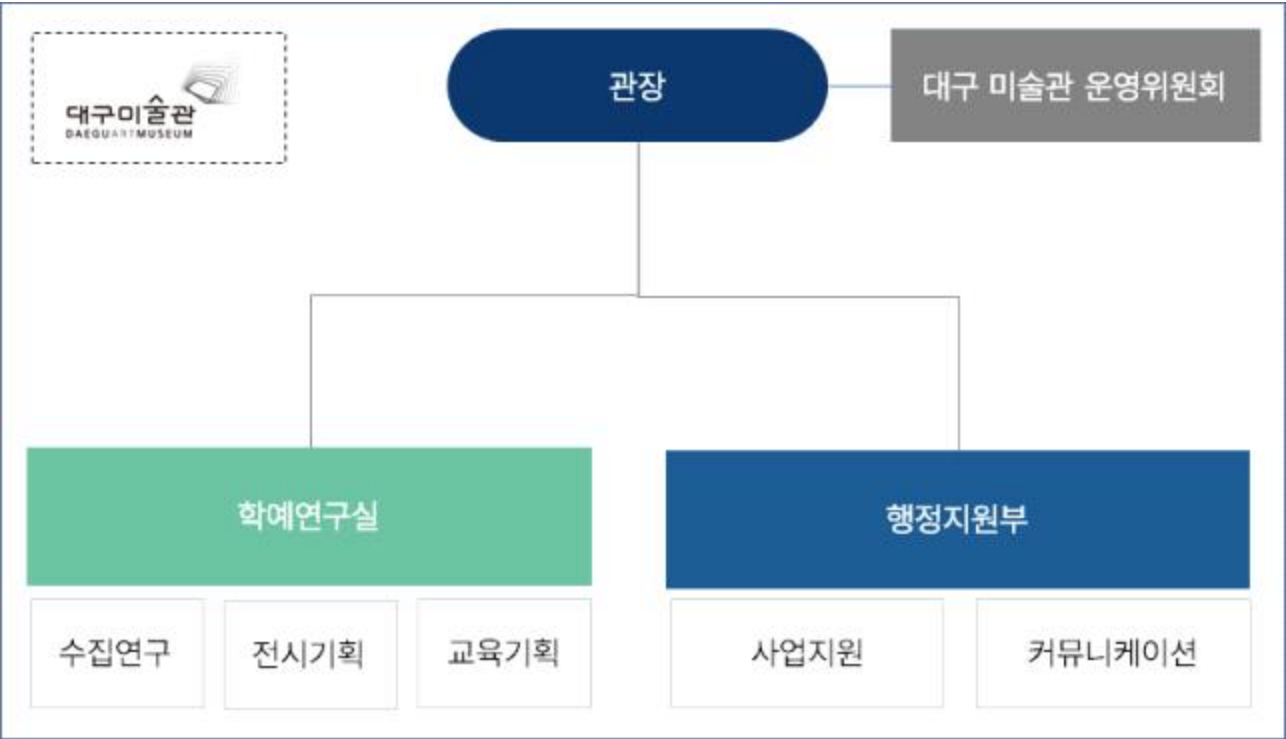
- 서울시립미술관은 1실 1부 6과 1팀으로 세분화하여 운영되고 있음
- 경영지원부는 총무과, 시설과, 고객 홍보과를 운영하고 있으며 고객 홍보과를 통해 SNS 온라인사업을 포함함으로 근래의 트렌드에 부합되는 구성을 하고 있음
- 학예연구실은 전시교육과, 수집연구과 미술 아카이브 과로 분리하여 운영하고 있음. 특히 전시교육과 내에 국제교류팀을 분리하여 고도화하고 있으며 그에 따른 해외사업의 성과를 도출하고 있음
- 그 외 연구업무인 수집 연구과와 미술 아카이브 과로 분리하여 운영되고 미술아카이브과에서 교육업무를 병행하고 있는 것으로 나타남



<그림 32> 서울시립미술관 조직도

⑥ 대구미술관

○ 대구미술관은 대구미술관 운영위원회가 직접적인 운영자 문을 하고 있으며 2개 부서로 구성됨



<그림 33> 대구미술관 조직도

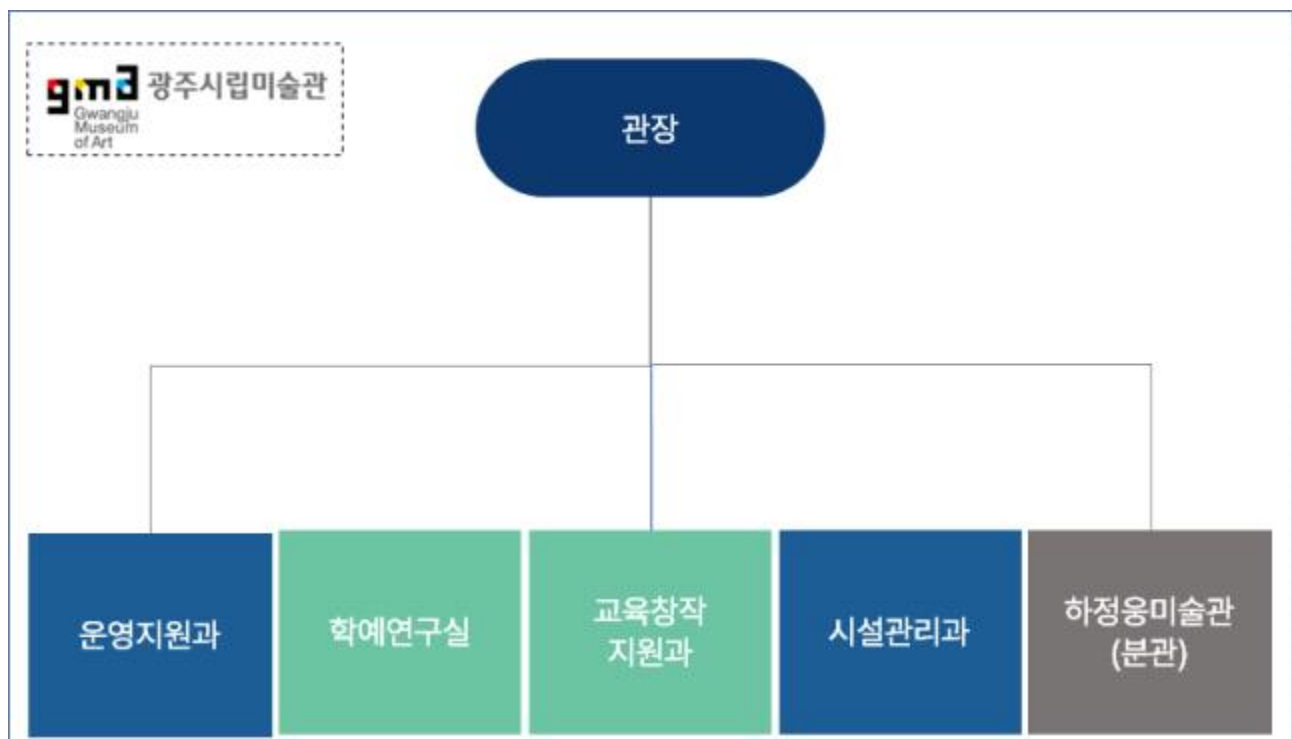
- 대구미술관은 1실 1부로 운영되며 학예연구실과 행정지원부로 운영되고 있음
- 학예연구실은 수집연구, 전시기획, 교육 기획 등의 3개 파트로 세분화하여 운영됨
- 행정지원부는 사업지원, 커뮤니케이션의 2개 파트로 운영되고 있음

- 특이사항으로 커뮤니케이션 부분은 통합마케팅, 광고, SNS 온라인홍보, 디자인, 영상물, 문화행사 등의 최근 트렌드에 맞춘 온라인 조직을 운영함

⑦ 광주시립미술관

○ 광주시립미술관은 서울시립미술관과 유사한 규모의 조직을 갖추고 있음

- 행정 분야와 학예분야를 구분하기보다는 운영지원에 행정인력을 통합하고 학예 연구, 학예교육, 시설관리 등을 세분화함. 학예 연구에 전시 운영을 포함하고 교육 창작 지원에 홍보, 이벤트, 지역 문화사업 등을 포함함
- 실무 조직으로는 1실 3과(학예연구실, 운영지원과, 교육 창작 지원과, 시설관리과)의 5개 부서로 세분화하여 조직구성을 하고 있음
- 운영지원과는 행정 총괄의 역할과 청원경찰 운영을 하고 있으며 시설관리과가 별도의 부서로 운영되고 있음
- 학예연구실은 전시, 연구, 소장품업무, 전시 운영 등을 전담함
- 교육 창작 지원과는 홍보 분야, 이벤트 분야, 지역문화사업 등을 운영함
- 특이사항으로 하정웅 미술관(분관)을 위탁받아 운영하고 있음



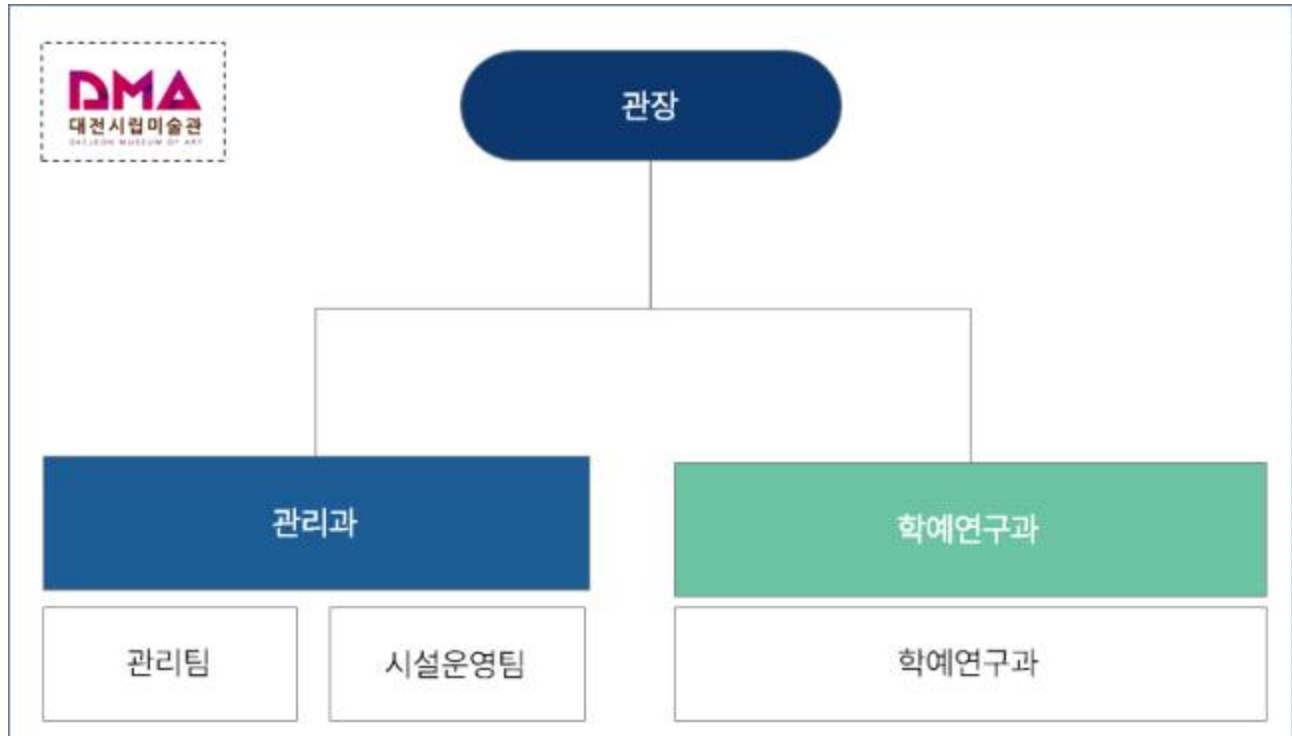
〈그림 34〉 광주시립미술관 조직도

⑧ 대전시립미술관

○ 대전시립미술관은 관리과와 학예 연구과의 2개 과로 나누어 운영되고 있음

- 관리과에는 관리팀과 시설운영팀으로 나누어져 있으나 학예연구과는 단일팀으로 운영되고 있음
- 학예 연구과 내에 학예연구사와 홍보 문화행사를 운영하는 주무관 및 현장 운영인력을 포함하고 있음. 반면 학예연구과에 학예연구사는 4명으로 전시업무, 교육업무, 소장품업무, 수장고 관리 업무

등을 수행하고 있으나 타 기관 비교 전체 조직에 매우 부족한 인력 구성으로 나타남



〈그림 35〉 대전시립미술관조직도

나. 전국 시립미술관 조직분류 주요 내용

○ 전국 시립미술관 조직 구도를 종합해 보면 결과적으로 8개 기관 중 3개 기관이 2개 부서로 체제로 분류하여 조직을 구성하고 있으며 나머지 기관은 3~5개 부서로 나누어 좀 더 세밀한 조직구성을 통해 운영하고 있음

- 특이사항으로 서울시립미술관의 고객 홍보과와 국제교류팀³²⁾을 통해 국제화와 시민 소통을 중요한 운영방침을 두고 있음이 나타났으며 이는 실질적 성과로도 나타남
- 또한 수원시립미술관, 광주시립미술관은 지역에 맞는 아트스페이스광고, 하정용미술관 등 별도의 운영을 위탁하고 있음
- 광주시립미술관은 교육 창작 지원과는 통해 교육사업을 중요하게 운영하는 것으로 나타남

32) 전체 광역미술관 중에 대외홍보가 가장 높게 나타났으며 그중 해외 SNS 회원도 매우 높게 나타남. (본문 홍보 분석 참조)

기관	조직분류	하위 분류	
울산시립미술관 (2팀)	관리팀	- 팀제로 일원화된 운영	
	전시운영팀		
부산현대미술관 (1팀 1실)	관리팀	- 학예 연구는 실장급 운영 - 관리는 팀장급 운영	
	학예연구실		
수원시립미술관 (2과6팀)	미술관 정책과	미술정책팀, 전시운영팀, 시설관리팀	- 2개 과에 6개 하위 팀제로 운영하고 있으며 아트스페이스 광고팀은 지역 환경에 따라 구성
	학예전시과	학예팀, 교육홍보팀, 아트스페이스 광고팀	
서울시립미술관 (1부1실6과1팀)	경영지원부	총무과, 시설과, 고객 홍보과	- 2개 부, 실에 6개 하위 과 제도로 운영하고 있으며 고객 홍보과를 별도 구성 - 전시교육과 하위에 국제교류팀을 구성함
	학예연구실	전시교육과(국제교류팀), 수집연구과, 미술아카이브과	
대구미술관 (1실1부5개파트)	학예연구실	수집연구, 전시기획, 교육 기획	-학예연구는 실장급 운영 -행정지원은 부장급 운영
	행정지원부	사업지원, 커뮤니케이션	
대전시립미술관 (2과2팀)	관리과	관리팀, 시설운영팀	-2개 과 하위 중 관리과에 2개 팀을 구성
	학예 연구과	학예 연구과	
부산시립미술관 (1실2팀)	관리팀	-학예 연구는 실장급 운영 -관리 및 소장품자료 연구는 팀장급으로 운영	
	학예연구실		
	소장품자료연구팀		
광주시립미술관 (1실3과1관)	운영지원과	-학예연구는 실장급으로 운영 -운영지원, 교육 창작 지원, 시설관리 부서는 과장급으로 운영 -하정용 미술관은 지역의 특수한 환경으로 별도의 관장 운영	
	학예연구실		
	교육 창작 지원과		
	시설관리과		
	하정용 미술관		

〈표 34〉 시립미술관 조직분류 세부 내용

1.3. 조직 인력 및 업무 현황

1.3.1. 조직 인력

가. 개요

○ 인력산정의 개요

- 인력산정은 프레임워크(Framework) 인력산정과 조직설계에 따른 인력산정 단계로 크게 구분할 수 있음
- 프레임워크(Framework) 인력산정은 조직의 인력 수요와 인력공급을 분석하여 적정인원을 산정하는 것임을 통해 조직의 인력관리를 체계적으로 수행할 수 있음
- 조직설계에 따른 인력산정은 조직의 구조와 업무를 분석하여 적정한 인원수를 산정하는 것임
- 이를 통해 조직의 인력관리를 체계적으로 수행할 수 있음. 조직설계에 따른 인력산정은 미시적 방법과 거시적 방법으로 나눌 수 있으며 미시적 방법은 직무별로 필요한 인원수를 산정하는 방법이며, 거시적 방법은 회사 전체의 매출액 등 재무제표를 활용하여 적정인원을 결정하는 방법임

○ 분석 방법

- 전국 광역 시립미술관을 중심으로 조직도와 조직 인원을 벤치마킹 사례 분석으로 선정함
- 벤치마킹 자료는 2023년 현재 기관 홈페이지에 게재된 인력 및 업무분장을 분석하여 도출함
- 벤치마킹 사례 분석의 경우, 행정, 시설기능, 학예전시, 연구, 교육 부분 등의 기능 및 업무분장, 담당 인력 등을 세부적으로 분석함

나. 유사 기관 사례 분석

○ 인천시립미술관의 조직 인력에 대한 구성을 위한 유사 기관의 현황 파악을 함

- 대부분의 시립미술관이 행정 분야와 학예분야의 직원구성이 학예분야가 약간 더 많게 구성되어 있음
- 단, 서울시립미술관과 광주시립미술관이 행정 분야 인력이 같거나 높게 나타남. 사유인즉, 위탁 시설이 늘어나 있음

○ 8개 광역미술관의 지원기능과 사업기능의 조직구성 비율을 <아래표>와 같이 분석함

기관	행정 분야	사업 분야	계	비고
부산시립미술관	19	35	54	- 행정 분야 : 관리팀 - 사업 분야 : 학예연구실, 소장품자료연구팀
울산시립미술관	9	15	24	- 행정 분야 : 관리팀 - 사업 분야 : 전시운영팀
부산현대미술관	12	19	31	- 행정 분야 : 관리팀 - 사업 분야 : 학예연구실
수원시립미술관	19	23	42	- 행정 분야 : 미술정책팀, 전시운영팀, 시설관리팀 - 사업 분야 : 학예팀, 교육홍보팀, 아트스페이스팀
서울시립미술관	40	36	76	- 행정 분야 : 총무과, 시설과, 고객 홍보과 - 사업 분야 : 전시교육과, 수집연구과, 미술아카이브과
대구미술관	15	14	29	- 행정 분야 : 사업지원, 커뮤니케이션 - 사업 분야 : 수집연구, 전시 기획, 교육 기획
광주시립미술관	36	36	72	- 행정 분야 : 운영지원과 - 사업 분야 : 학예연구실, 교육 창작 지원과, 시설관리과
대전시립미술관	21	15	36	- 행정 분야 : 관리팀, 시설운영팀

〈표 35〉 시립미술관 행정 분야, 사업 분야 업무조직표

① 2개 부서 조직사례

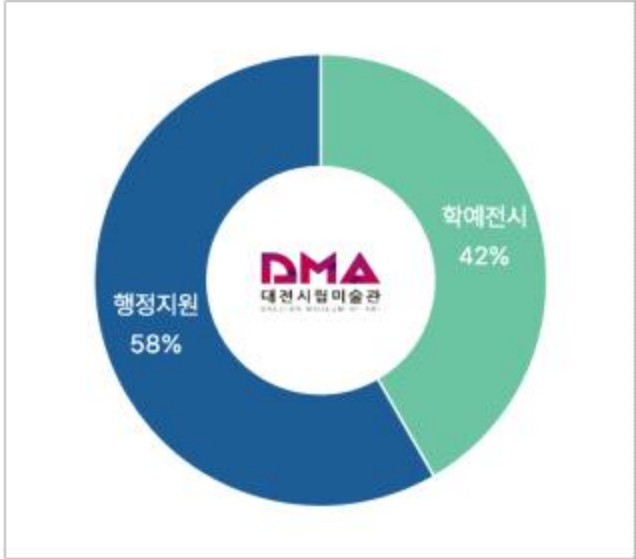
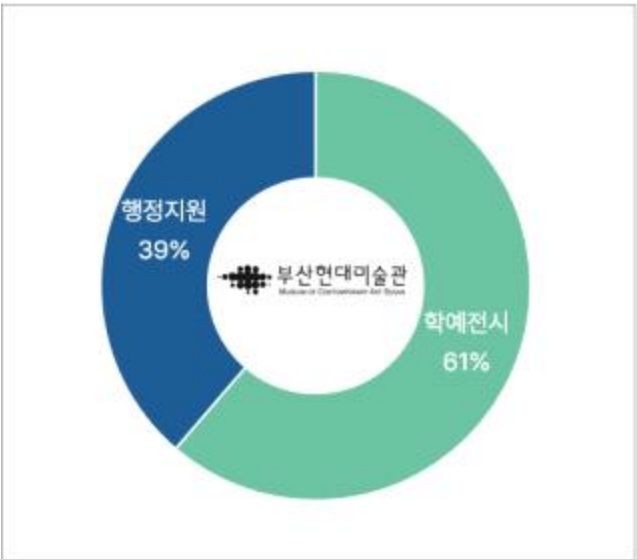
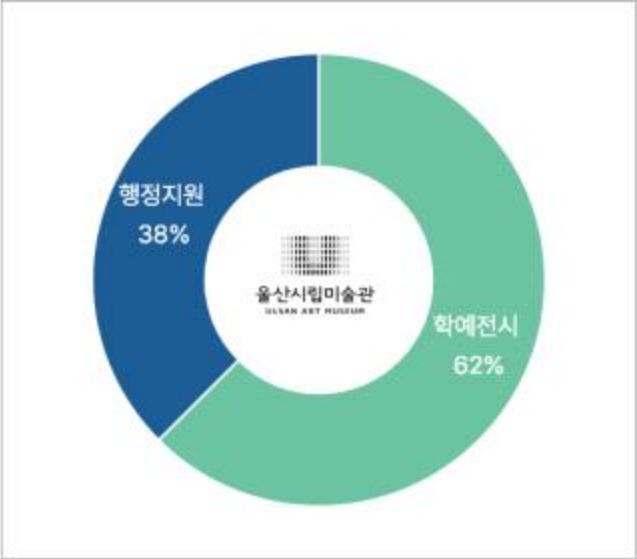
○ 3개 기관 (울산시립미술관, 부산현대미술관, 대전시립미술관)은 2개 부서로 운영되고 있음

· 인력 구성 : 울산시립미술관과 부산현대미술관은 학예분야가 60%로 구성되어 있고 대전시립미술관은 행정지원이 58%로 나타남

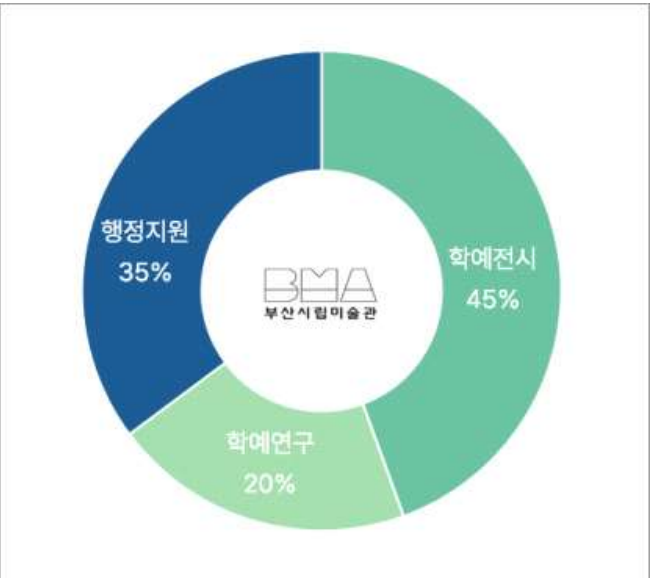
② 3개 부서 조직사례

○ 부산시립미술관은 3개 부서로 학예전시 45%, 학예 연구 20%, 행정지원 35%로 나뉨

· 학예 연구에 비중을 두었다는 것은 소장품 수집, 관리, 연구에 높은 비중을 둔 것으로 보임



<그림 36> 미술관 2개 부서 조직의 인력 구성 비율

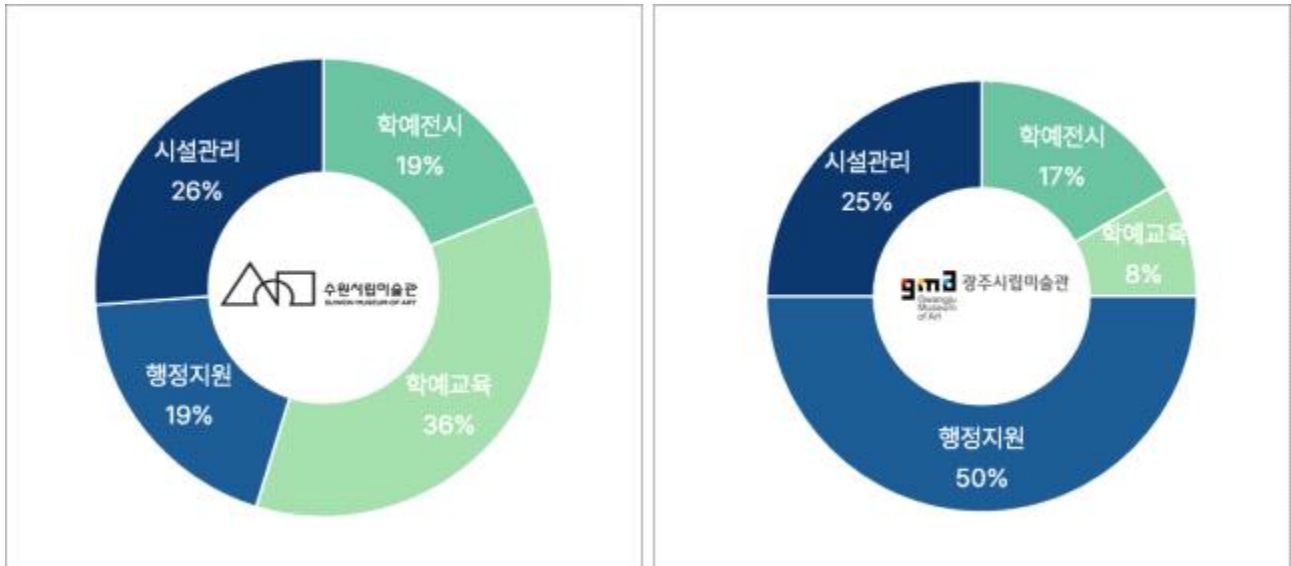


<그림 37> 미술관 3개 부서 인력 구성 비율

③ 4개 부서 조직사례

○ 8개 광주시립미술관과 수원시립미술관은 4개 부서로 운영됨

- 8개 광주시립미술관은 학예분야에 전시(17%), 교육(8%), 시설관리(25%)를 포함하고 있으며 행정 지원이 50%의 인력 구성을 차지함
- 8개 수원시립미술관은 학예전시(19%)와 학예교육(36%)의 인력을 구성하고 있으며 행정지원 (19%)와 시설관리(26%)로 인력 구성하고 있음
- 8개 학예교육을 별도의 조직으로 구분한 것은 전체적으로 교육 프로그램 사업에 높은 지원을 하는 것으로 보임

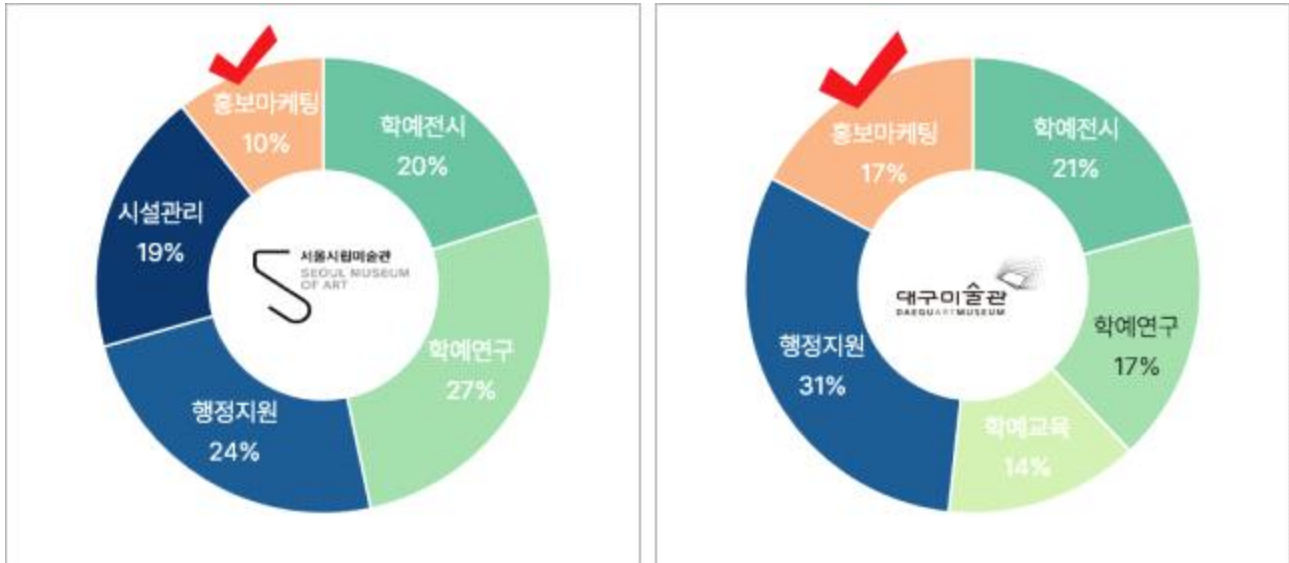


〈그림 38〉 미술관 4개 부서 인력 구성 비율

④ 5개 부서 조직사례

○ 서울시립미술관과 대구미술관은 5개 부서로 운영됨

- 서울시립미술관은 학예분야에 전시(20%), 연구(27%)로 연구 부분 업무에 좀 더 비중이 높으며 행정지원(24%), 시설관리(19%), 홍보마케팅(10%)을 포함하고 있음
- 대구미술관은 학예전시(21%)와 학예 연구(17%), 학예교육(14%)도 교육 부분을 별도의 팀으로 구축하였으며 행정지원 (31%)와 홍보마케팅 분야인 커뮤니케이션팀(17%)으로 구성하고 있음
- 단, 시설관리는 전담 인력 1명으로 대부분을 용역 또는 외부기관에서 관리하는 것으로 나타남
- 부서조직에서 특이점은 서울시립 미술관과 대구미술관이 홍보마케팅팀을 별도로 운영하고 있다는 점이며 최근 현지 전문가 대부분 의견에 따르면 온라인사업의 활성화가 매우 중요해졌다는 점과 **홍보마케팅부서의 필요성**을 강조함

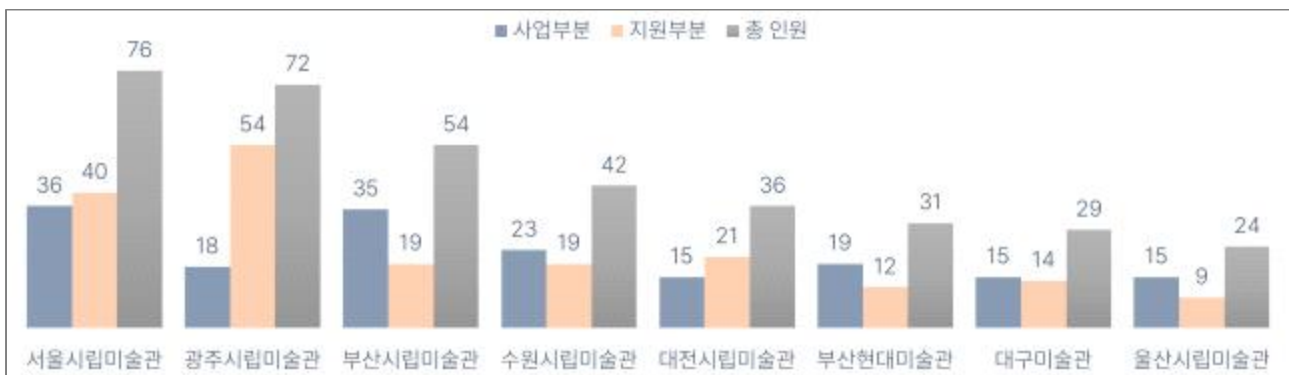


〈그림 39〉 미술관 5개 부서 인력 구성 비율

⑤ 사업부서와 지원부서 인력 통계

○ 8개 광역미술관의 조직구성 비중도에 있어서 4개 기관(부산시립미술관, 울산시립미술관, 부산현대미술관, 서울시립미술관)은 학예전시 부분이 가장 높았음

· 학예 연구나 학예교육은 학예전시에 통합적 조직으로 구성되는 경우가 많으며 시설관리 또한 행정지원 부분으로 통합되는 경우도 많음

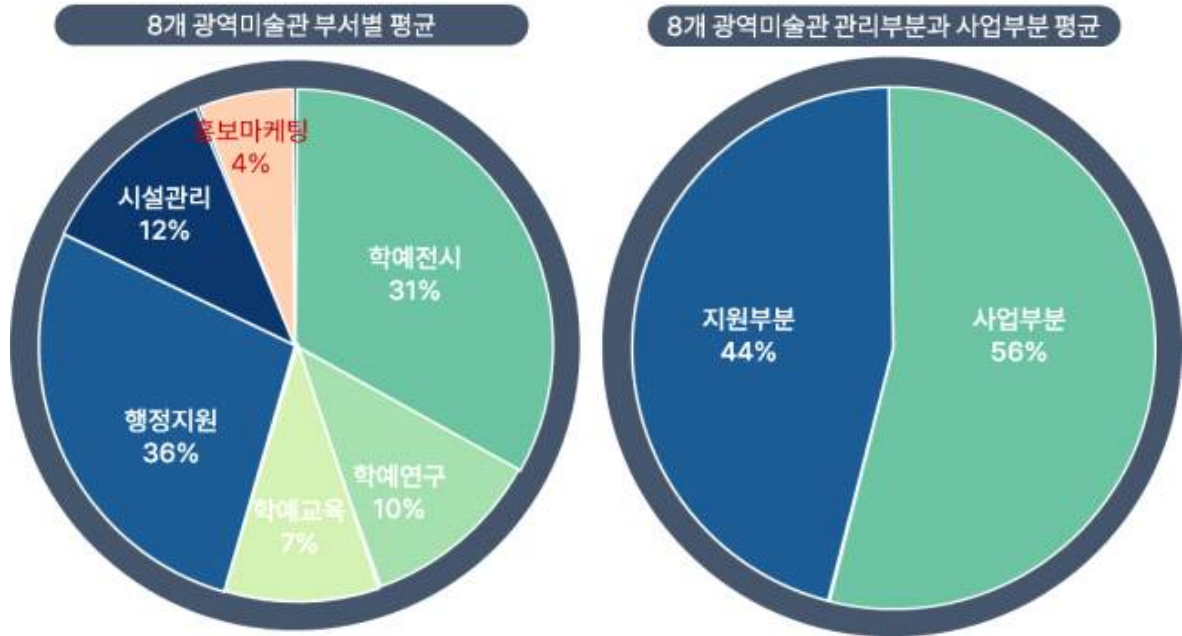


〈그림 40〉 사업부서와 지원부서의 인원 총계 표

· 8개 광역미술관의 조직구성 총비율(아래)을 보면 행정지원(36%) 분야가 가장 높게 나타났으며 학예 전시사업(31%), 시설관리(12%), 학예 연구(10%), 학예교육(7%), 홍보마케팅(4%) 순으로 나타남

· 8개 광역미술관의 조직구성에서 행정 부분과 학예 부분 총비율을 보면 관리 부분이 44% 사업 부분이 56%로 사업 부분이 좀 더 높은 비율을 차지하고 있음

· 대전시립미술관을 뺀 나머지 시립미술관을 보면 사업 분야 인력이 다수로 형성됨



〈그림 41〉 전국 미술관 부서별 평균 및 학예, 행정 분포

다. 유사 기관 인원 구성

○ 전체 인원은 시립미술관의 규모와 업무에 따라 구축됨. 서울시립미술관, 광주시립미술관의 경우 70명대의 많은 직원을 구성하고 있음

- 부산시립미술관과 수원시립미술관은 40~50명대의 인력을 구성하고 있음
- 대전시립미술관, 부산현대미술관은 30명대, 대구미술관, 울산시립미술관은 20명대로 구성함
- 인력 구성이 적은 기관은 외주(아웃소싱)이나 계약직을 다수로 보유하는 방법을 선택함

순위	기관	행정 부분	사업 부분	총인원	규모 분류
1	서울시립미술관	40	36	76	70명대 이상
2	광주시립미술관	36	36	72	
3	부산시립미술관	19	35	54	40~50명대
4	수원시립미술관	19	23	42	
5	대전시립미술관	21	15	36	30명대
6	부산현대미술관	12	19	31	
7	대구미술관	15	14	29	20명대
8	울산시립미술관	9	15	24	

〈표 36〉 전국 시립미술관 인력 구성표

○ 인력산정 종합

- 인천시립미술관의 초기 조직구성은 부산시립미술관, 수원시립미술관, 대전시립미술관과 부산현대미술관을 검토할 필요가 있음
- 인천시립미술관의 공간 규모와 조직 및 사업내용을 종합해 보면 총 30~50명대의 인력이 필요할 것으로 보임

라. 인력산정 계획

○ 인천시는 개관전 29명과 개관 후 8명을 총원하여 총인원을 32명으로 계획하고 있음

미술관 개관준비 단	현재	개관전				개관 후		계
		2023	2024	2025	2026	2027	2029	
	3	4	3	11	3	4	4	32

〈표 37〉 인력산정 계획

· 위의 인력계획에 기준으로 할 때 부산현대미술관 (31명)과 대전시립미술관 (36명)을 기준으로 기본적인 업무 및 조직구성을 검토할 필요가 있으며 인천시립미술관의 차별점에 따라 조정이 필요할 것으로 보임

1.3.2. 업무현황

가. 전국 시립미술관 업무 현황

① 부산시립미술관

○ 부산시립미술관은 주무관, 실무관, 학예연구사 등의 직급으로 구분되고 있으며 팀별 주무관 실무관이 배치되어 있음

· 특징으로는 학예연구실의 기본 업무에 인력관리, 홈페이지 정보화, 홍보 등이 포함된 것이 특징이며 소장품자료 연구팀에 기록연구사를 통해 아카이브 업무를 분담하고 있음

구분	직급/직책	인원	주요 업무
관리팀 (19)	팀장	1	관리팀 업무 총괄
	주무관	18	-예산, 계약, 인건비, 서무, -전기, 조경, 통신, 대관, 소방, 문서, 차량, 기계시설, 향온향습 등
학예 연구실 (24)	실장	1	학예연구실 업무 총괄
	학예연구사	7	-기획전시, 국제전시, -교육 총괄, 공간전시 운영
	주무관	3	인력관리, 홈페이지 정보화, 홍보, 서무
	실무관	13	본관 운영, 교육업무, 전시 작품 보호 및 전시장 관리
소장품 자료 연구팀 (11)	팀장	1	소장품자료 연구팀 업무 총괄
	학예연구사	7	소장품전시, 소장품 연구, 아카이브, 소장품 관리 및 연구
	기록연구사	1	아카이브
	주무관	1	서무
	실무관	1	미술 정보센터 소장자료 관리

〈표 38〉 부산시립미술관 업무분장표

② 울산시립미술관

○ 울산시립미술관의 직급은 주무관과 학예연구사로 나누어져 있으며 기록연구사를 통해 디지털 아카이브 업무를 배정함

· 특징으로는 관리팀에선 중대 재해 처벌, 정보통신시설 운영, 태양광발전 설비관리 등의 최근 신규 관리 업무와 전시운영팀에선 전시 관련, 지역 미술 관련, 뉴미디어 관련, 소장품 관련, 프로그램 관련, 홍보 관련 등으로 업무를 나누어 운영하고 있음

구분	직급/직책	인원	주요 업무
관리 팀 (9)	팀장	1	관리팀 법무 총괄
	주무관	8	업무계획, 운영위원회 관리, 편의시설 운영/예산, 결산, 성과평가/청사시설관리, 안전 점검, 조경 관리, 청소용역관리, 중대 재해 처벌/정보통신시설 운영, CCTV 영상정보, 홈페이지, 출입 통제, 주차 관제시스템 관리/전기, 소방, 승강기, ESS, UPS, 태양광발전 설비관리, 대관 업무/안내데스크 운영, 공사, 계약/서무, 급여, 지출, 보안업무, 당직, 복무 관리, 차량 관리/기계, 가스, 냉난방시설 관리, 청사 경비용역
전시 운영 팀 (13)	팀장	1	전시운영팀 업무 총괄
	학예연구사	11	①전시 관련 : 현대미술전시, 미디어아트 특별전, 어린이체험전시 기획 및 운영 ②지역 미술 관련 : 지역 미술 기반 융합전시기획, 지역 미술사 수집 및 연구 ③뉴미디어 관련 : 뉴미디어 작품 보존 방안 연구, XR 랩 전시기획 및 운영, XR 랩 전시기획 및 운영, 수장고 운영 및 관리 ④소장품 관련: 소장품 전시기획 및 운영, 수집 및 등록, 보존관리, 연구출판 업무, 해외소장품 수집 업무 ⑤프로그램 관련 : 전시 연계 학술행사, 시민 아카데미 등 성인교육 강좌, 미술관 교육 체험프로그램 운영, 학교 연계 프로그램 운영, 지역 신진작가 지원 프로그램 운영, 도슨트 양성 교육 프로그램 운영, 개방 아카이브 프로그램 운영 ⑥기타 : 언론 방송 · 홍보, 업무 보조 인력 모집 및 관리, 국내외 관계기관 연구 협력
	기록연구사	1	미술 자료 디지털 아카이브, 대여 및 기증, 기탁

〈표 39〉 울산시립미술관 업무분장표

③ 부산현대미술관

○ 부산현대미술관은 주무관, 실무관, 학예연구사 등으로 직급을 구분하고 있음

· 특징으로는 관리팀에서 작품수집심의위원회와 수증 심의위원회 운영을 하고 있으며 학예연구실에서 작품수집추천위원회 및 작품가격 심의위원회를 분리하여 운영하고 있음

· 학예연구실에 미술관 홍보마케팅 업무를 실무관을 통해 운영하고 있음

구분	직급/직책	인원	주요 업무
관리팀 (11)	팀장	1	관리팀 업무 총괄
	주무관	9	조직·인사, 감사·복무 및 출납업무/작품수집심의위원회 및 수증 심의위원회 운영/미술관 고객관리 및 서비스/예산, 결산, 계약, 세입 세출/공유재산관리(대관 등)/정보통신·방호분야, 주차장, 주차 관제시스템 관리운영/AI 도슨트(하드웨어) 관리/중대 산업재해 총괄 관리/기계, 가스, 소방 분야, 오수처리 및 저수조, 건축·토목·조경 분야 관리 운영/청사 관리 직원 근무 관리/전기, 소방 설비 유지관리/승강기 및 통합 관제시스템 유지관리/사인 물 유지·수선 관리/관람객분석 통계/관람료 유료화 지원
	실무관	1	
학예연구실 (19)	실장	1	학예연구실 업무 총괄
	학예연구사	8	전시기획 및 운영, 자료조사 및 연구(생태 주제 어린이 전시 개발 연구)/지역성 기반의 전시 개발 연구/장소 특정적 설치 작가 연구/씨네 미디어 전시 개발 연구/근대 이후 부산의 역사적 건축공간 기반 연구 /미디어 품 수집과 전시/국외 작가 DB 구축/소장품 수집, 연구, 해제/미디어 작품 수집과 전시/수장고 관리 업무/소장품 홈페이지 관리/ 국내 작가 DB 구축
	기록연구사	1	책 그림 섬 및 아카이브 프로그램 개발, 운영/정보화 사업(디지털 플랫폼 구축)/모바일 운영/국내외 작가 DB 관리/자료조사 및 연구
	주무관	4	학예연구실 예산 관리/시·의회 업무/운영자문위원회 운영/작품수집추천위원회나 작품가격심의위원회 운영/전시장 관리용역 업무/전시실 및 도슨트 자원봉사자 운영/학예연구실 서무 및 회계 관리/공무직 및 예비 큐레이터 관리 업무
	실무관	5	(연구) 다학제 협업 프로그램 연구개발/디지털 프로그램 및 메타 뮤지엄 연구개발/미술관 정체성과 디자인 관계 연구/다중 매체 해외작가 연구/학술 기획, 운영/온라인 홍보 발굴 /미술관 홈페이지 운영 연구 (업무)해외 교류에 관한 업무/교육 프로그램 기획 및 운영/시민서포터즈운영/전시소장품 관리, 전시작품 설치·철수 및 관리/미디어 작품·장비 관리 및 운영/미술관 홍보·마케팅 업무/SNS 업무 및 홈페이지 관리/각종 홍보·마케팅 행사 진행 및 운영/언론 대상 업무/홈페이지 독립 구축사업 및 MI 재정비 사업/SNS, 모바일 앱 등 온라인 채널 및 콘텐츠 관리/미술관 통합예약시스템 등 관리/미술관 간행 도록 출납 관리/도슨트 자원봉사자 프로그램 개발·운영/교육 서포터즈 운영지원/교육실 및 교육 물품 관리나 운영

〈표 40〉 부산현대미술관 업무분장표

④ 수원시립미술관

- 수원시립미술관은 미술관 정책과와 학예전시과로 나누어져 있으며 직급제보단 팀제로 운영됨
- 특징은 미술관 정책과나 학예전시과 모두 학예연구사가 포함되어있으며 전문직과 행정직이 혼합된 업무 형태임
- 미술관 정책과에선 미술관 운영위원회와 시설관리, 어린이 체험관 등을 운영하며 학예전시과에선 전시, 소장품 연구, 교육 프로그램, 홍보마케팅 등의 업무를 배정하고 있음
- 또한 학예전시과에서 아트스페이스 광고팀을 별도로 구성하여 5명을 배정함. 이는 인천시립미술관의 선교사 사택 운영 시 참조할 만한 예시임

구분		인원	주요 업무
미술관 정책과 (19)	과장	1	미술관 정책과업무 총괄
	미술 정책팀	7	업무보고, 미술관 운영위원회 운영/계약(공사, 용역, 물품),세입, 세출, 현금관리, 원천세신고/서무, 예산, 지출, 공인, 복무 관리, 정보공개, 기록물관리/경비원 관리/미술관 홈페이지 관리 및 정보화 시스템 운영/공유재산관리/매표운영 및 세외 수입관리/시설물 청사 보안업무
	전시 운영팀	5	만석 전시관 및 체험관 시설물 관리/청소용역 관리/시설 주변 환경 관리/소방 안전관리, 청사 무인 경비 관리/CCTV 관리/만석 전시관 대관/대관심의위원회 운영/공유재산 관리/관람객 현황 및 관람객 만족도 조사/만석 전시관 교육 전시기획 및 운영/만석 전시관 교육 및 전시기획/어린이 미술 체험관 교육 및 전시기획
	시설 관리팀	6	미술관 시설물(전기, 통신) 관리/소방 안전관리/CCTV 및 재난관리/시설물 유지 관리(건축, 조경, 오수정화시설)/청소용역관리/공유재산 및 관용차량 관리/청사 방역 및 공기질 측정 관리
학예 전시과 (28)	과장	1	학예전시과 업무 총괄
	학예팀	7	전시기획 및 운영/현대미술 연구 및 프로그램 개발/수원 미술 연구사업 수립 및 운영/소장품 수집 및 소장품 DB 구축
	교육 홍보팀	15	홍보 종합계획 수립 및 운영/언론, 광고 홍보 전략 수립 및 운영/기관 제휴 마케팅, 서포터즈 기획 및 운영/문화예술교육 프로젝트 기획 운영/어린이, 청소년, 대학생, 성인교육 기획 운영/미술관 온라인 채널 홍보계획 수립 및 운영/문화행사 기획 및 운영/홍보물 및 기념품 콘텐츠 개발/뉴스레터/고객 서비스 종합계획 수립 및 운영/고객 서비스 현장 관리/관람객분석 지표 운영/관람객 만족도 조사/오디오 가이드 기획 및 제작/자원봉사 관리(정기, 일반)/전시해설 실무, 도슨트 및 전시 감상 교육 기획, 관학 연계 교육 기획/라이브러리 관리 운영/전시실 작품 보호 및 질서유지/주차 및 매표안내 등
	아트스페이스 광고팀	5	아트스페이스 광고 전시기획 및 운영/현대미술 연구 및 프로그램 개발/아트스페이스 광고 교육 전시/체험 문화행사 기획 및 운영/아트스페이스 광고 매표관리/자원봉사자 운영 관리

〈표 41〉 수원시립미술관 업무분장표

⑤ 서울시립미술관

○ 서울시립미술관은 경영지원부와 학예연구부로 나누어져 있으며 고객 홍보과를 통해 국내외 홍보 마케팅, 시민 교양교육 프로그램 등의 업무를 구성함

· 특징으로는 전시교육과 내에 국제교류팀을 통해 국제네트워크 DB 관리 및 신진미술인 지원, 국제 레지던시 교환 및 협력 기관 발굴 등의 업무를 추진함

구분		인원	주요 업무	
경영지원부 (40)	부장	1	경영지원부 업무 총괄	
	총무과	17	인사업무통괄/평가 업무 총괄/공유재산관리총괄	
	시설과	14	시설물 안전관리 총괄/시설관리예산수립 집행/중대재해예방업무/전기, 조명, 안전관리정보통신장비, CCTV, 보안업무/시설물 유지보수, 소방안전/ 아카이브 시설물 유지보수/기계시설물 관리/사무업무	
	고객홍보과	8	총무행정 총괄/주요업무계획 전시별홍보계획/홍보물 제작/국내외 홍보마케팅/시민교양교육프로그램 기획/시민교육 콘텐츠/정보화업무/홈페이지 운영관리/SNS온라인 홍보/홍보물 책자/문화이벤트	
학예연구부 (36)	부장	1	학예연구부 업무총괄	
	전시교육과	전시교육	8	총무행정 총괄/〈서울미디어시티 비엔날레〉 행정업무/본관 기획 및 실행/남 서울미술관 전시 운영 총괄/학교, 지역, 아티스트 연계 프로그램, 문화 접근성 향상 프로그램 기획운영/전시 연계 프로그램 기획운영/작품 수증 TF 협력 지원/미술 아카데미 운영 총괄
		국제교류팀	6	서울미디어시티 비엔날레 업무총괄/기획전 기획 및 실행/국제 네트워크 DB 관리 및 운영/신진미술인 지원사업 운영/국제 대외 협력 프로그램 기획 및 운영/국제교류팀 업무총괄 (운영 계획 수립 등)/전시평가회의 운영/국제 레지던시교환 및 협력기관 발굴
	수집연구과	12	총무행정 총괄/소장품 수집계획 수립 및 실행/컬렉션 연구 프로젝트 추진/소장작품 기술지침 연구 추진/소장품 관·내외 대여 업무/수장고시설관리/소장품 전시 기획·운영/소장품 해제 연구 사업/도서 자료실 운영	
	미술아카이브과	9	총무행정 총괄/아트 아카이브 DB구축(정)/소장자료전기획 및 운영/배움(교육)프로그램 기획 및 운영/기관홍보 기획 및 추진	

〈표 42〉 서울시립미술관 업무분장표

⑥ 대구미술관

○ 대구미술관은 학예연구실에선 수집연구, 전시기획, 교육 기획으로 업무를 나누고 해외교류전, 청년특별전, 지역작가 조명 전 등의 업무를 구성함

· 행정지원부에선 사업지원과 커뮤니케이션 업무로 나누고 커뮤니케이션 주요 업무로 통합마케팅 및 문화행사를 추진함

구분		인원	주요 업무
학예연구실 (15)	실장	1	학예연구실 업무 총괄
	수집연구	5	소장품·아카이브 연구 활용 계획 수립/소장품 수집, 보존관리/기증자 및 소장 작가 정보, 기증자 예우 및 감사 행사/상설전시 개최 방안 마련/미술관 협력망 사업/대구포럼 추진/정점식미술상 운영/〈이건희컬렉션한국 근현대미술 특별전〉 추진/수장고관리/작품 대여 반출입관리/운영위원회 운영/사무, 예산 및 회계, 주간업무계획 수립 및 보고/기간제근로자 관리/전시장 기자재 구입 및 소모품 관리
	전시기획	5	전시평가/전시기획 운영/해외교류전 기획/이인성 미술상 및 수상자전/소장품 기획전/연계 청년특별전/지역작가조명전/전시공간 디자인 그래픽 업무 지원/전시작품 상태조사 및 기록
	교육기획	4	중장기 교육 프로그램 계획 수립/미술 강좌/도슨트 양성 교육 프로그램 추진/미술정보센터 활용 및 운영 방향 수립/주제기획전 기획/진로탐색 프로그램/교육전시 기획/체험형 디지털 전시 관리 운영/어린이·가족 액처 프로그램/작품감상프로그램/열린 교육 기획 추진/자율형 교육프로그램 등 관리/미술정보센터 관리 및 운영/교육 서포터즈 선발 및 관리 운영/사회복무요원/교육 서포터즈/대구시 파견 대학생 인턴/프로그램 예약 시스템 관리/기자재 및 물품 관리
행정지원부 (14)	부장	1	행정지원부 업무 총괄
	사업지원	8	인사 및 관리/조직진단/내규관리/대외기관 요청 대응/주요업무계획 수립/계약 및 관련 자료/채용 및 복무/물품 소모품 관리/사업지원팀 제반 사항/예산결산/의회, 감사업무/대관, 조경 환경,시설물 관리,중대시민재해 관련 업무/순환버스 운행 및 관리, 공용차량

구분	인원	주요 업무
		관리/시스템(관람권, 통합예약) 관리/물품 소모품 우편물 업무/로비매니저/입장료 관리, 매표소 총괄 업무
커뮤니케이션	5	통합 마케팅 커뮤니케이션 수립 추진/멤버십 운영 및 설문조사/언론사 홍보 총괄/광고 및 온라인 홍보계획 수립 추진/SNS 및 유튜브 채널 관리/정보화 관련업무/브랜드 이미지 기획 및 홍보 디자인 제작지원/영상물 기획 및 제작/문화행사, 이벤트 기획 및 추진

〈표 43〉 대구미술관 업무분장표

⑦ 광주시립미술관

○ 광주시립미술관은 운영지원과와 학예연구실, 교육 창작 지원과 시설관리과로 나누며 직급보단 업무 중심으로 구분함

- 특징은 운영지원과에서 미술관 청사 방호 및 중외공원 질서유지에 대한 청원경찰 6명을 채용하고 있으며 시설관리과에서 공원시설물보호 및 유지관리를 맡고 있음
- 이는 인천시립미술관의 뮤지엄파크, 선교사 사택 등의 관리에 참조
- 학예연구실은 지역 미술사 조사연구 및 소장품 수집, 어린이미술관 등을 운영하고 있으며 교육 창작 과에서는 국제 레지던시, 창작스튜디오, 문화 이벤트, 청년예술인 지원센터 등의 업무를 운영하고 있음

구분	인원	주요 업무
운영지원과 (36)	과장	1
	담당	29
	청원경찰	6
학예연구실 (12)	실장	1
	담당	11
교육창작지원과 (6)	과장	1
	담당	5
시설관리과 (18)	과장	1
	담당	17

〈표 44〉 광주시립미술관 업무분장표

⑧ 대전시립미술관

○ 대전시립미술관은 관리과에 관리팀, 시설운영팀으로 학예연구과는 학예연구사, 주무관, 공무원으로 업무 분담함

- 특징은 학예연구과에 학예연구사 4명으로 전시업무를 총괄하나 주무관 5명을 배치하여 홍보 및

대외협력, 교육 프로그램, 어린이미술기획, 생활문화센터, 청년 작가지원, 인터랙티브 플랫폼 운영 등의 업무를 전담함으로써 시민 소통을 강화함

구분		인원	주요 업무
관리과 (22)	과장	1	관리과 업무 총괄
	관리팀	5	운영위원회 운영/인사, 복무, 감사/의회업무/차량업무/홈페이지/급여, 지출 예산, 회계, 물품제조, 구입 등의 계약/공유재산 관리/당직/ 보안 및 청사방호
	시설운영팀	16	시설물 안전점검, 관리/정보통신설비 감독업무/가스시설 안전관리 승강기 유지관리/수장고항온항습기유지관리/청사청소 및 청소근무지/기계설비/공사(수선)설계 및 감독업무/시설운영팀 일반사무업무/소방업무 전반/청사방호/청소 및 환경 정비
학예연구과 (15)	과장	1	학예연구과 업무 총괄
	학예연구사	4	학예연구과 전시업무 총괄/자료실 운영/현대미술기획전, 근현대미술 특별전/대전비엔날레기획/ ICOM업무관리/열린수장고운영/소장품 수집 업무총괄/작품가치평가위원회, 작품가격평가위원회 관리·운영/소장품 연구 및 해제 업무/소장품 기획전
	주무관	5	홍보 및 대외협력/문화가 있는 날 프로그램 운영/미술관 MI 저작권 관리/젊은미술지원 프로그램/소장품 보존관리 총괄/ 수장고 및 열린수장고관리운영/소장품 출납관리/소장품 수집 및 대여/소장품 DB관리/소장품 연구논문집 발간/교육프로그램 운영(어린이, 성인, 전시연계 등)/어린이미술기획전/인턴쉽 운영관리/ 생활문화센터 프로그램 기획/미술관 연보 제작/청년작가지원전/소장품 인터랙티브 플랫폼 운영/대체인력 기간제 근로자 관리/학예연구과 서무/학예연구과 전시요원/전시장 상태점검 및 전시진행 지원/전시장 조명 등 전기시설 관리
	공무직	5	전시 관리 운영/매표 및 전시장 관리/미술관행사관련업무지원/전시장매표관리업무지원/관람료 무인발매기관리/문화자원봉사자(도슨트) 프로그램 운영/미술관 후원회 및 멤버십 프로그램 개발 및 운영/생활문화센터 운영/전시 개막행사 추진

〈표 45〉 대전시립미술관 업무분장표

나. 전국 시립미술관 핵심 업무

○ 유사 기관의 업무분석에 따른 주요 업무 및 쟁점 사항은 다음과 같음

① 행정 분야 핵심 업무

○ 인사 관련 업무는 조직과 각종 위원회 관리 업무로 구분됨

- 미술관에 있어서 시설 관련 업무는 건축시설, 전시시설, 정보통신, 공유재산관리, 용역관리 등 매우 특수성이 강한 업무가 형성됨
- 특히 지난해부터 발효된 중대 산업재해 관련 예방업무가 매우 중요하게 대두되고 있으며 보안 및 방호 관련 업무도 매우 중한 업무로 여김
- 인천시립미술관은 박물관과 공유되고 있는 시설이 많으므로 그에 따른 대책이 반드시 수립되어야 함
- 특히 뮤지엄 파크에 조성된 주차 및 각종 시설, 녹지, 임야, 수목 보호, 안전관리 등에 대한 영역 관리가 요구됨
- 홍보마케팅 업무에 대해서도 현대 사회의 가장 원활한 소통이 디지털 플랫폼이므로 좋은 작품과 행사에 대한 다양한 정보제공과 국내외 네트워크를 위해서는 온라인 관련 사업이 활성화되어야 함

1.인사업무	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 조직·인사, 감사·복무 및 평가, 채용 및 복무 등 총무행정 업무 ▪ 각종 위원회관리 및 운영(작품수집심의위원회 및 수증심의위원회, 미술관 운영위원회, 자문위원회 등 운영
2.회계업무	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 예산, 결산, 지출, 구매 및 계약 등 회계 관련 업무
3.시설업무	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 중대산업재해 총괄 관리, 공사관리, 중대재해 예방업무 ▪ 건축물 유지관리(건축, 토목, 조경, 오수정화시설) ▪ 기계 시설물 유지관리 전기, 향온 향습, 소방 설비, 냉난방시설 관리, 방역 및 공기질 측정 관리, 가스시설 안전관리, 승강기 유지관리, 수장고 향온향습기 유지관리, ESS, UPS, 태양광 발전설비관리, 공사(수선)설계 및 감독업무 ▪ 공유재산관리 총괄, 대관, 공용 차량관리, 유지관리 청소 및 환경 정비, 경비용역, 청소용역관리, 안내데스크 운영 ▪ 정보통신시설운영, 주차관제시스템관리, 보안업무, CCTV영상정보 및 재난관리, 홈페이지 통합관제시스템 유지관리, 정보화시스템 운영 ▪ 미술관 시설물관리 전시관 및 체험관 시설물 관리, 조명 시설물 유지보수, 아카이브 시설물 유지보수, 사인물 유지·수선 관리, 시설물 보안 업무 시스템(관람권, 통합예약) 관리, 매표소 총괄 업무, 전시장 운영관리, 미술관 및 전시실 등 부대시설 공사 및 유지관리, 관람객 편의 시설 및 부대시설 유지관리 ▪ 뮤지엄파크 공원지구 녹지·임야·수목 보호 및 관리/ 공원지구 각종 공원시설물 보호 및 유지 관리/ 공원지구 사유지 등 점용허가 및 대여 대관 업무 /공원지구 내 안전관리
4.홍보 마케팅업무	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국내외 홍보마케팅 총괄 ▪ 브랜드 이미지 기획 및 홍보 디자인 제작지원, 홍보물 및 기념품 제작, 홍보물 책자, 영상물 기획 및 제작 ▪ 문화이벤트(문화행사, 이벤트 기획 및 추진), 통합 마케팅 커뮤니케이션 수립 추진, 시민교양 교육프로그램 기획, 시민교육 콘텐츠 ▪ 정보화 관련업무 : 홈페이지 운영관리, SNS 온라인 홍보, SNS 뉴스레터 및 유튜브 채널 관리 ▪ 언론사 홍보총괄, 광고 및 온라인 광고 수립 추진 ▪ 기관 제휴 마케팅, 멤버십 운영 및 설문조사, 관람객 분석 통계 등

〈표 46〉 행정분야 핵심 업무표

② 사업 분야 핵심 업무

○ 학예전시 업무는 미디어전시관 1개 관과 전시실 3개 실에 대한 전시기획 및 운영을 포함하고 있음

- 학예교육업무는 전시 연계 교육과 미술관 연계 교육 프로그램, 연령별, 대상별 프로그램 등 다양하게 개발하여 운영하며 어린이미술관 운영 및 도슨트, 자원봉사, 서포터즈 등의 다양한 인력에 대한 교육과 운영이 필요하며 그 외에 대외적인 협력 사업을 개발하여 추진함
- 소장품연구업무는 수집, 전시, 연구 등을 중심으로 한 아카이브 사업 등을 포함하고 있으며 수장고 관리를 통해 소장품에 대한 보존도 포함하며 국내외 교류 등의 연구사업도 추진함
- 이중 지역작가 및 청년예술인 지원 관련 연구 및 지원사업이 지역 시립미술관의 주요 업무로 나타남

1.전시기획	<ul style="list-style-type: none"> • 기획전시, 국제전시, 현대미술전시, 미디어 아트 전시, 어린이체험전시, 융합전시 기획, 체험형 디지털 전시, 미술관 협력망사업, 전시관리 업무 (작품보호 및 전시장 관리 전시기획 및 운영), 미디어 작품·장비 관리 및 운영
2.교육업무	<ul style="list-style-type: none"> • 전시 연계 학술행사, 전시 연계 교육프로그램, 오디오가이드 기획 및 제작, 전시해설 실무, 시민아카데미 교육 강좌, 미술관 교육 체험프로그램, 학교 연계 프로그램, 지역 신진작가 지원 프로그램, 개방 아카이브 프로그램, 관학 연계 교육, 지역 아티스트 연계 프로그램, 문화 접근성 향상 프로그램, 신진미술인 지원사업 운영, 미술 강좌, 미술정보 활용 및 운영 방향 수립, 진로탐색 프로그램, 어린이·가족 лек처프로그램, 작품감상프로그램 • 도슨트 및 전시감상 교육, 시민서포터즈운영 도슨트 자원봉사자 프로그램 개발·운영, 자원봉사 관리(정기, 일반), 교육 서포터즈 운영 지원, 도슨트 양성 교육 프로그램 운영 • 어린이미술관 운영 업무, 교육실 및 교육물품 관리 및 운영, 라이브러리 관리 운영, 실무연수프로그램 운영 업무, 국제 레지던시교환 및 협력기관 발굴 • 선교사사육 운영 및 관리³³⁾
3.소장품연구	<ul style="list-style-type: none"> • 소장품 수집, 기증 업무 및 소장품 DB 구축, 소장품 전시 및 연구, 소장품관리 및 연구, 지역 미술사 수집 및 연구, 국내 및 해외소장품 수집 업무, 소장품 보존 및 아카이브 연구, 미술자료 디지털 아카이브, • 수장고 관리 및 작품 대여 업무, 해외교류전 기획, 전시작품 상태조사 및 기록, 국내외 유관 기관 연구 협력, 아카이브 DB 구축, 소장품 해제 연구사업, 연구출판 업무, 인천미술 연구사업,

〈표 47〉 사업분야 핵심 업무표

33) * 선교사 사육을 활용한 사업은 인천시립미술관의 특징으로 아카이브 사업, 레지던시 사업, 교육사업 등의 사업 방향에 따라 업무분장이 필요함

1.4. 조직 구성안

1.4.1. 조직 구성안 계획

가. 벤치마킹을 통한 업무구성안 도출

○ 광역 시립미술관의 조직구성과 인력, 업무분장 등을 분석하고 전문가의 의견을 반영하여 가장 현실적이고 필수적인 요소를 중심으로 구성안을 도출함

· 단, 인천시립미술관은 기본적인 구조와 업무분장 외에 지역의 특성에 맞는 뮤지엄파크의 추가적인 분야를 검토할 부분이 있음

사업분야 주요 업무					
연구		전시/교육		운영	
자료 수집	자료의 교육	전시 기획	도록·간행물 제작	안내데스크	만족도 조사
자료 관리	자료 조사	전시연계 교육	국내외 교류	매표관리	전시물 관리
자료 보존	자료 연구	학술행사	협력 망 사업	자원봉사자	
자료 전시	수장고 관리	문화행사	위원회 운영	전시 해설 운영	

지원 분야 주요 업무					
행정		홍보 마케팅		시설 관리	
중장기 계획 수립	재무 회계	홈페이지·SNS	후원·협찬·회원관리	시설물 점검 관리	기계설비
조직 인력	기부금 운용	온·오프라인 홍보	지역/기관 연계	정보통신 관리	미화 및 환경 정비
평가 인증	보험	이미지·영상물	시장 조사	전기·소방·가스관리	경비·CCTV
이사화·의회 업무	세무업무	언론·광고	각종 이벤트 운영	냉난방·향온향습	주차 관리

〈그림 42〉 사업 분야와 지원 분야 주요 업무 정리

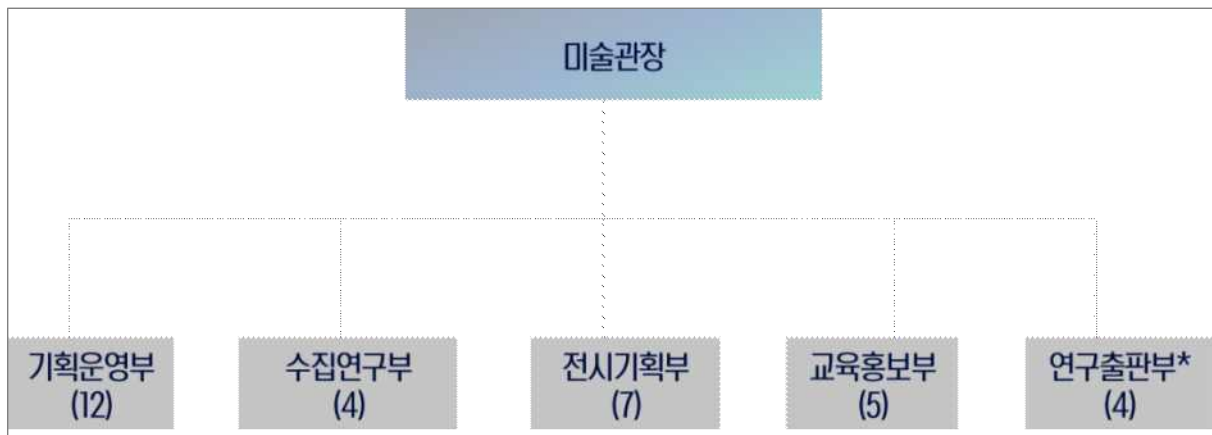
○ 인천시립미술관의 조직구성을 위해서는 다음과 같은 부분을 검토해야 함

- ① 조직 구분을 행정지원과 학예사업의 2개 부서로 하되 실장급, 과장급, 부장급, 팀장급 등의 직급에 관한 판단이 필요함
- ② 최근 홍보마케팅, 고객 홍보, 뉴 디지털미디어 등 소통의 중요성이 대두되면서 부서 하위에 구축할 필요가 있음
- ③ 인천시립미술관의 정체성에 국제교류가 중요하다고 판단될 때 이에 맞는 조직의 필요성이 대두됨(대외협력팀, 국제교류팀 등)
- ④ 광주시립미술관, 수원시립미술관, 서울시립미술관의 사례로 인천시립미술관 만의 선교사 사옥의 운영이 포함됨으로 선교사 사옥을 전시 또는 교육, 창작 등의 방향에 맞춰 교육 창작, 전시 교류 등의 부서가 필요할 수 있는 것으로 나타남
- ⑤ 인천시립미술관의 조직구성에 대부분 구축하고 있는 운영 노하우를 반영하여 행정지원과 학예 운영으로 나누고 그 하위 조직에 전시와 교육을 통합하는 방안과 전시과 교육을 분리하고 교육에 선교사 사옥을 포함하는 방법 등으로 구성할 수 있음
- ⑥ 전시공연 등의 융합예술을 위한 뮤지엄 시어터(Museum Theater)팀의 필요성 검토가 필요함

- ⑦ 시설관리 외에 학예 테크니션의 필요성과 뉴미디어아트의 확대에 따른 디지털 테크니션의 필요성이 대두됨
- ⑧ 소장품 구매를 위한 작품 가치평가위원회, 작품가격평가위원회 등의 전문 기구가 필요함 (객관적 평가를 위해 공신력 있는 해외 전문가의 구성이 필요)
- ⑨ 뮤지엄파크 관리를 위한 청원경찰의 필요성이 검토함

1.4.2. 인천시립미술관 조직구성 기본계획

- 1관 5부 체계로 기획운영부는 행정지원의 역할을 수집연구부, 전시기획부, 교육 홍보부, 연구출판부는 학예 연구사업의 역할로 나뉨
- 32명의 정원에서 청원경찰의 고유업무를 제외하고 시설관리업무를 제외하면 실질적인 사업파트의 인력이 타 기관에 비해 매우 제한적으로 나타남
- 시설관리 및 선교사 사택에 관련한 인력 배정이 모호함
- 타 기관의 사례를 볼 때 연구출판부의 업무가 독립적인 주요 업무로 분류되지 않으며 그 소장품 수집연구부에 병합 또는 이 인력 중 선교사 사택 관리 업무가 병행될 필요가 있음



<그림 43> 인천시립미술관 기본계획(안)

※ 박물관 정원: (현재) 3부 23명(정원 19, 청경 4) → (개관 시) 5부 32명 (교육 홍보부·조사연구부 신설, 증 9)

※ 미술관은 개관 시 28명, 개관 후 2년까지 연구출판부 신설 후 총 32명

1.4.3. 조직 구성안 도출

가. 조직 구성안 (1안. 정원 기준)

- 위와 같은 다각도의 벤치마킹 분석을 통해 도출할 수 있는 조직구성은 다음과 같음
- 기획운영부의 경영지원부 시설관리부로 나눌 수 있음. 학예운영파트 4부를 3부로 조정함
- 현 정원에 비해 타 기관 기준을 보면 청원경찰 및 시설범위에 따른 관리인력이 추가로 필요할 것으로 예상됨

1관

5부

관장(32)

행정지원 파트(12)

경영지원부 (5)

시설관리부 (7)

학예운영 파트(20)

수집연구부 (5)

전시기획부 (7)

교육홍보부 (8)

12명

20명

1안	행정 지원	인사업무	인사, 복무, 채용, 감사, 평가, 각종 위원회 등	5	12명
		회계업무	예산, 결산, 지출, 구매, 계약, 공과금 등		
		시설관리업무	중대재해업무, 건축시설, 기계, 보안, 경비, 수장고, 공원 관리, 청원경찰등	7	
	학예 운영	수집연구업무	수집, 전시, 보존, 연구, 교류, 아카이브, 수장고 관리, 출판 등	5	20명
		전시기획업무	국내외 기획전시, 미디어 아트전시, 3개 기획전시실 운영	7	
		교육업무	강당 및 교육장 3개 공간 운영, 어린이미술관운영, 선교사 사택 운영 등	5	
		홍보마케팅업무	홍보물제작, 온라인홍보, 문화행사, 교양 아카데미, 협력 및 제휴업무 등	3	

〈표 48〉 조직구성 도출 1안 예시

○ 기본적인 업무분장에 대한 인력을 32명의 기준으로 도출함

- 예산의 규모와 사업의 수량에 따라 인원의 증감이 필요함
- 박물관과의 주차장, 공원 관련 관리(시설관리, 경비, 방호, 보안)에 따라 인력 증감이 이루어질 수 있음

구분	직책	직급	인원	분야
관장	관장	4급 상당		미술관 관리
학예분야 (20)	학예운영	5급 상당	1	학예 총괄
	학예 연구	6.7급 상당	4	연구/수집 전문
	학예전시	6,7급 상당	7	전시 전문
	학예교육	6,7급 상당	5	교육 전문
	홍보/마케팅	행정 6,7급	3	홍보 마케팅 분야 경력
행정분야 (12)	행정지원	행정 5급	1	행정 총괄
	총무 인사	행정 6,7급	4	행정 전문
	시설관리	행정 6,7급	7	시설관리, 청원경찰 등
계			32	기간제(20여명) 별도

〈표 49〉 조직구성안 (1안) : 인천시에서 기준한 정원규모

※ 직급 관련 대외작명(권장)으로 실무관 8~9급 공무원, 주무관 7~6급 공무원, 사무관 5급 공무원, 서기관 4급 공무원 등으로 표기하기도 함. 또한, 학예연구사의 경우 연구원 6~7급, 연구관 5~6급, 전문연구원, 전문위원 등으로 전문위원에 대한 직명을 쓰기도 함

나. 조직 구성안 (2안)

○ 타 기관 벤치마킹 사례에 따른 조직 전체 비율(44:56) 참고

- 부산현대미술관 정원 : 관리팀 (11), 학예 연구 (19)
- 광주시립미술관 : 청사 방호 및 공원 질서유지 인력 6명
- 대구미술관(27) 조직구성 참조 : 수집연구(5), 전시기획(5), 학예교육(4), 행정지원(8), 홍보(5)
- 서울시립미술관(6개 부서 운영) 총무, 시설, 고객 홍보, 전시 교육, 수집연구, 아카이브
- 수원시립미술관(6개 부서 운영) 조직구성 정책(총무), 전시관 운영, 시설관리, 학예전시, 교육 홍보, 아트스페이스 등을 참조하여 38명 정원을 도출함

2안

1관
3부서

관장(38)

행정지원 파트(18)

학예운영 파트(20)

경영지원 부 (6)

시설관리 부 (8)

고객홍보부 (4)

수집연구부 (5)

전시기획부 (7)

교육사업부 (8)

행정
지원

인사업무

인사, 복무, 채용, 감사, 평가 등

3

회계업무

예산, 결산, 지출, 구매, 계약, 공과금 등

3

시설업무

중대재해업무, 건축시설, 기계, 보안, 경비, 수장고, 공원 관리, 청원경찰 등

8

고객홍보업무

홍보물제작, 온라인홍보, 문화행사, 홈페이지 관리, 협력 및 제휴업무 등

4

18
명

학예
운영

수집연구업무

수집, 전시, 보존, 연구, 교류, 아카이브, 수장고 관리

5

전시업무

국내외 기획전시, 미디어 아트전시, 어린이체험전시 및 전시장 운영

7

교육업무

교육프로그램, 양성프로그램, 어린이미술관, 등

5

20
명

공간
사업

선교사 사택운영 및 관리, 기획전시, 커뮤니티 사업, 문화행사 등

3

〈표 50〉 조직구성 도출 2안 예시

○ 조직구성 2안의 경우 홍보마케팅을 분리하고 교육사업부가 선교사 사택을 포함한 인력으로 구성하였음

- 타 기관 사례처럼 홍보마케팅이 단순 업무가 아닌 온라인마케팅을 포함한 커뮤니케이션 역할로 확대할 필요가 있음
- 중대재해처벌법 강화 및 시설관리부의 중요성과 청원경찰 4명을 포함한 안전 인력으로는 기존 정원으로는 부족함
- 단, 조직구성의 권한이나 책임은 관장의 고유권한이나 다름없음으로 관장이 어떤 부분에 중점을 두고 조직구성을 할 것인가에 대해 기본적인 참고자료로 활용하는 것이 바람직함
- 인천시립미술관의 특성을 소장품에 중점을 두고 있다면 소장품연구팀을 별도로 구성할 수도 있음. 이는 관장의 성향이나 지역의 정체성에 따라 중점사업부서가 구축됨

Part 2. 예산구성 방안

2. 예산구성 방안

2.1. 예산구성 기본방향

2.1.1. 개요

가. 예산구성의 개요

- 예산구성은 「지방재정법」 제5조 제2항·제4항 및 제38조 제2항에 따라 성과 중심의 지방재정 운용과 회계연도별 지방자치단체 예산편성기준에 관한 사항을 규정함을 목적으로 한다. 라는 규정 에 따름
- 예산편성이란 다음 회계연도에 자치단체가 하고자 하는 시책이나 사업계획을 재정적인 용어와 금액으로 표시하여 세입·세출 예산안을 작성하는 것으로서 회계연도 개시 최소 6개월 전부터 재정 관리제도 등 사전절차를 이행하고 예산요구, 조정, 예산안의 확정에 이르는 모든 과정을 포함
- 예산 과정 중에서도 특히 예산편성 과정은 가장 전형적으로 정치적 성격을 띠고 있으므로 국가 의 정책목표와 관련하여 그 합리적 배분이 요청되지만, 실제로는 예산구조에 참여하는 사람들 간의 권력 관계나 동원된 정치 권력, 영향력에 의하여 크게 좌우됨

나. 예산구성의 정의

- 예산구성은 예산 편성시 인건비, 운영비, 사업비로 구분하여 계획을 세우게 됨
- 인건비는 사업내용 작성 시 분류한 ‘세부 사업명’ 단위로 기재하고, 주로 사업비와 프로그램 수 행을 위한 전담 인력 비용이 해당함
- 운영비는 프로그램 수행에 직접적으로 소요되지는 않으나 사업 전반을 관리하는데 소요되는 비 용을 의미함
- 사업비는 특정 사업의 추진에 따라 그 사업 기간 동안 직접 소요되는 경비로 사용됨

① 행정 운영경비

- 인력운영비 : 기준인건비 항목에 포함되는 경비로서 인원 및 일정한 기준에 의거 예산소요를 판 단하여 조정함
- 기본경비 : 정책사업 수행 부서(실·과)의 운영에 필수 불가결하게 소요되는 비용으로 인원수 비 례 등 적정한 기준에 따라 조정함

※ 기존 품목별 예산에서 편성하던 일반운영비, 여비는 가능한 사업에 포함하여 편성

〈행정운영경비 조정시 기준〉

- | | |
|-----------------------|------------------|
| ○ 각 부서간의 균형유지 | ○ 기본경비의 설정 기준 마련 |
| ○ 전시성·소모성, 불요불급경비의 억제 | ○ 예산절감의 지속 추진 |

〈표 51〉 행정운영경비 기준

② 사업예산

○ 총사업비 기투자액, 금년도 예산수준, 익년도 예산소요 및 장래 투자소요 등을 재원별로 구분하여 연차별 투자액은 물론 주요 공정단위별로 분석함

※ 타당성조사→기본설계→실시설계→보상→공사순으로 단계별 예산편성

○ 사업의 타당성이나 완급정도, 이에 따른 적정 사업시기, 타 사업과의 우선순위 비교를 통한 적정한 소요재원을 중장기적 안목에서 충분히 검토하되 항상 주어진 재원의 한계와 가용재원의 규모를 고려하여 지역 여건에 맞는 적정한 자원배분계획 수립이 필요함

〈사업예산 조정시 고려하여야 할 사항〉

- 국가 및 자치단체의 전반적 측면에서 지역 균형발전을 도모
- 주민의 기초육구 충족을 위한 공공수요 우선
- 사회적 파급효과가 큰 사회기반시설의 확충
- 지역 특성을 살리면서 지역경제의 활성화와 산업구조의 혁신도모
- 사업의 적극 추진을 위한 외부재원의 확보 노력

〈표 52〉 행정안전부 지방자치단체 예산편성 운영기준 및 기금운용계획 수립기준 참고

다. 예산편성 분석

○ 인천시립미술관의 효율적 운영을 위한 최적의 예산계획 수립 필요. 국공립미술관의 운영예산 기초자료를 검토함

국내공립미술관의 운영예산 항목별 금액과 전체 예산에서의 비중, 면적 대비 비용 등에 대한 기초 자료를 검토함
대구, 부산, 광주, 대전, 제주, 경남, 전북 등 시립미술관, 도립미술관을 중심으로 검토함

단위: 천원

구분	인건비		일반운영비		소장물 확보·자산관리비		총 예산액	연면적(㎡)	1㎡당 비용
	예산액	비율	예산액	비율	예산액	비율			
대구미술관	1,629,326	14%	6,622,770	57%	1,600,000	14%	11,644,438	21,701	536
부산시립미술관	2,630,886	37%	1,709,255	24%	1,000,000	14%	7,077,803	22,826	310
광주시립미술관	3,713,415	46%	2,275,112	28%	720,000	9%	7,992,847	13,330	600
대전시립미술관	1,945,729	42%	1,643,580	36%	300,000	6%	4,641,084	8,427	550
제주도립미술관	93,961	2%	2,681,843	66%	-	-	4,052,029	7,087	573
경남도립미술관	1,278,182	38%	1,279,344	38%	300,000	9%	3,364,546	8,930	376
전북도립미술관	929,735	33%	1,269,250	45%	102,000	4%	2,849,250	6,904	412
전남도립미술관 (21.3 개관 예정)	-	-	-	-	-	-	-	11,547	-
울산시립미술관 (21.12 개관 예정)	-	-	-	-	-	-	-	12,770	-
평균	1,745,891	30%	2,497,308	42%	670,333	8%	5,947,428	12,696	675

〈그림 44〉 울산시립미술관 운영방안 연구보고서 참고자료

- 2023 지출예산서에서 산출한 운영 규모를 보면 광역 시립미술관은 최저 15억에서 최고 200억 정도의 예산 규모를 보이고 있음
- 예산 규모의 가장 큰 요인은 조직분석 결과와 같이 인건비와 관리운영비 등의 고정비가 영향을 끼침
- 이 기준에 따르면 70여 명의 직원 규모로 운영되는 서울시립미술관, 광주시립미술관은 100억대

예산 운영이 불가피하며 인천시립미술관과의 비교는 적합하지 않음

- 다음으로 50명대 정원의 부산시립미술관은 80억대의 예산 규모를 보이고 있음
- 30명대 정원의 부산현대미술관, 대전시립미술관은 70억~90억 원 대의 예산 규모를 보임
- 마지막으로 20명대 정원 규모인 울산시립미술관, 대구미술관은 20억~50억대로 나타남



〈그림 45〉 시립미술관 연간예산 규모 비교

- 특이사항으로 수원시립미술관은 최근 사업 운영의 변경사항에 따라 직원 규모 42명에 15억대의 연간예산 규모로 운영되고 있음
- 이는 HDC현대산업개발의 기부채납으로 2016년 개관한 ‘수원 시립 아이파크 미술관’이 개관 7년 만에 ‘수원시립미술관’으로 2023년 1월부터 간판을 바꿔 달면서 기본 예산편성으로 시작한 것으로 보임
- 이에 따라 인천시립미술관의 예산 규모를 정하기 위해 약 80~90억대 예산을 책정하고 있는 B그룹과 50~70억의 예산으로 운영되고 있는 C그룹을 기준으로 산정하여 분석함

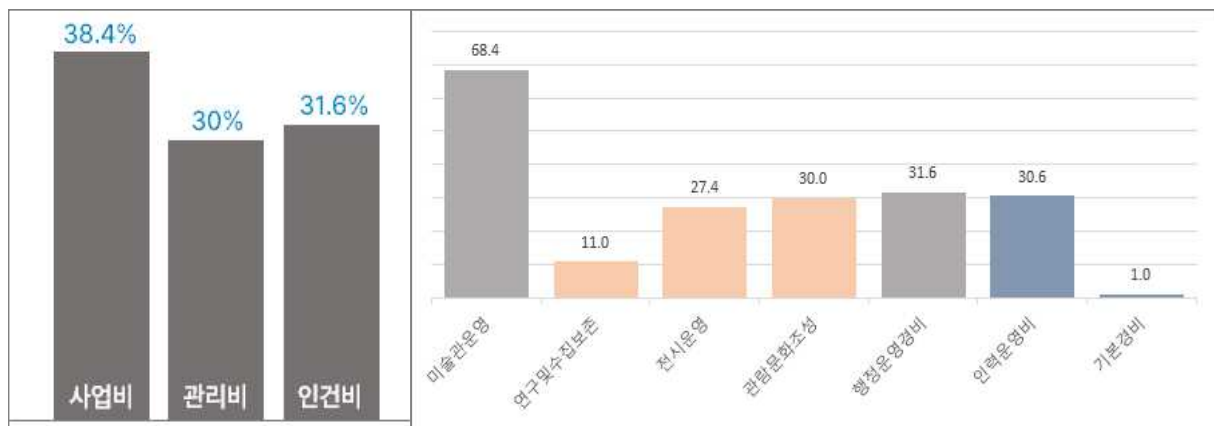
순위	기관명	2022년 예산	2023년 예산	증감	규모
1	광주시립미술관	13,144,518	20,976,009	▲ 7,831,491	A그룹 100억 이상
2	서울시립미술관	14,921,671	19,854,555	▲ 4,932,884	
3	부산현대미술관	8,642,153	9,249,781	▲ 607,628	B그룹 80억 이상
4	부산시립미술관	8,921,158	8,477,784	▼ 443,374	
5	대전시립미술관	7,261,611	7,115,688	▼ 145,923	C그룹 50억 이상
6	울산시립미술관	4,303,665	5,104,593	▲ 800,928	
7	대구미술관	13,399,561	2,308,800	▼ 11,090,761	D그룹 10억 이상
8	수원시립미술관	1,900,527	1,548,899	▲ 351,628	

〈그림 46〉 시립미술관 예산 규모에 따른 그룹 구분

2.2. 예산 운영 현황

○ 부산현대미술관은 미술관 운영비와 행정 운영경비로 분류하여 편성하고 있으며 2023 지출예산서에 기준으로 하면 미술관 운영비 68.4%와 행정 운영경비 31.6%로 나누어져 있음

- 시설관리 인력 등의 비용(30%)이 미술관 운영비에 포함되어있음
- 미술관 운영비에 연구비는 11%, 전시 운영은 27.4%로 나뉘며 학예교육비가 전시 운영에 포함됨
- 전체적인 사업비, 관리비, 인건비가 4:3:3의 비율로 편성됨



〈그림 47〉 부산현대미술관 예산 운영현황

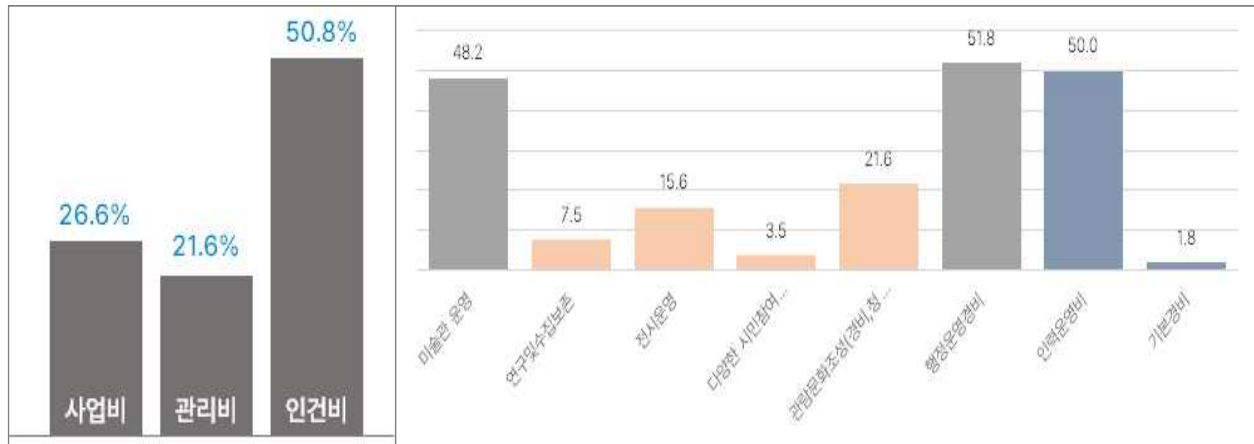
○ 부산현대미술관은 전시사업비 24억, 소장품 수집 및 연구비 21억의 규모를 운영됨

부산현대미술관		9,249,781	%
미술관 운영비		6,326,103	68.4
사업비	연구 및 수집보존	1,015,500	11.0
	전시 운영	2,535,289	27.4
	관람문화조성	2,775,314	30.0
행정 운영경비		2,923,678	31.6
고정비	인력운영비	2,831,778	30.6
	기본경비	91,900	01.0

〈표 53〉 부산현대미술관 예산 비율

· 부산시립미술관은 미술관 운영비와 행정 운영경비로 분류하여 편성하고 있으며 2023 지출예산서에 기준으로 하면 미술관 운영비 48.2%와 행정 운영경비 51.8%로 나누어져 있음

- 시설관리 인력 등의 비용(21.6%)이 미술관 운영비에 포함되어있음
- 미술관 운영비에 연구비는 7.5%, 전시 운영은 15.6%로 나뉘며 학예교육예산이 3.5%로 나뉨
- 전체적인 사업비, 관리비, 인건비가 3:2:5의 비율로 인건비가 매우 높게 편성됨



〈그림 48〉 부산시립미술관 예산 운영현황

- 부산시립미술관은 전시사업 13억, 소장품 수집 연구비 6억3천으로 이미 많은 소장품을 보유하고 있는 것으로 나타남

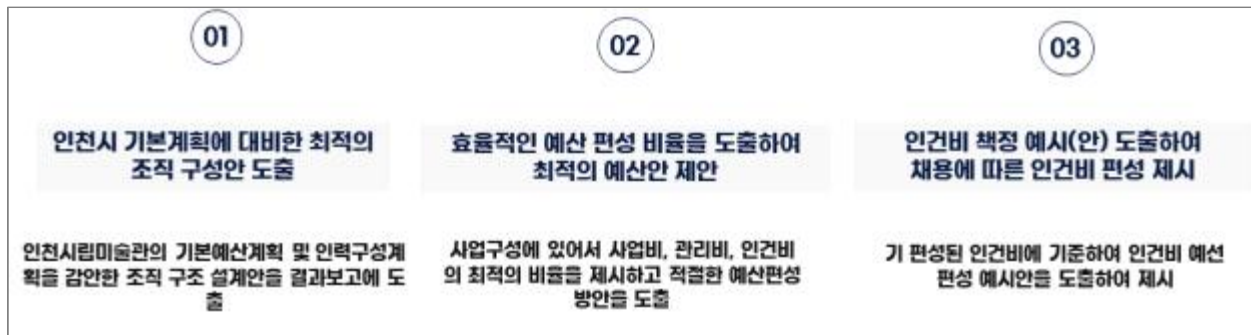
부산시립미술관		8,477,784	%
미술관 운영비		4,087,610	48.2
사업비	연구 및 수집보존	636,978	7.5
	전시 운영	1,319,530	15.6
	다양한 시민참여 프로그램 운영	296,100	3.5
	관람문화조성	1,835,002	21.6
행정 운영경비		4,390,174	51.8
고정비	인력운영비	4,237,914	50.0
	기본경비	152,260	1.8

〈표 54〉 부산시립미술관 예산 비율

- 인천시립미술관의 예산편성에 있어 전시운영비와 소장품 수집 비용이 상대적으로 높게 책정되어야 하며 소장품 수집 비용은 본 기본예산에 별도의 특별비로 3~5개년 사업비로 책정되어야 함
- 전시운영비 또한 개관특별전 및 초기 작품에 대한 상징성을 위하여 높은 예산이 필요함

2.3. 예산편성안

○ 개관에 맞춘 최적의 조직 구성안 도출하여 이에 따른 기본인건비 소요 금액을 산출하고 개관 및 초기소장품 구매를 위한 예산안을 편성함



〈그림 49〉 예산안 편성 기본계획

○ 광역 시립미술관의 평년 지출 예산의 항목별 비율 및 주요 예산을 검토한 결과 C그룹 기준 50~70억, B그룹 기준 80~90억으로 나타남

○ 인천시립미술관의 규모에 대해 규모 분석을 통해 기본적인 연간 지출 예산 항목을 보정 하여 도출함

연간 지출 예산 항목(1안)			
미술관운영비 (70%)	소장품 수집 연구 보존	1,600,000,000	20%
	전시 기획	1,600,000,000	20%
	교육 운영비	400,000,000	05%
	관람문화조성비	2,000,000,000	25%
행정운영경비 (30%)	인력운영비(30명 기준)	2,160,000,000	27%
	기본 행정경비	240,000,000	03%

〈표 55〉 연간지출 예산안 (소장품 구입기준 예산)

○ 기본예산 비율 산출예산을 연간 약 80억 기준으로 하되 사업운영비 비중에 따라 실질적 운영예산이 변화될 수 있음. 특히 인력 규모 구성에 따라 사업비가 형성됨

연간 지출 예산 항목(2안)			
미술관운영비 (50%)	연구 및 수집 보존	800,000,000	10%
	전시 기획	1,200,000,000	15%
	교육 운영비	400,000,000	05%
	관람문화조성비	1,600,000,000	20%
행정운영경비 (50%)	인력운영비(50명 기준) ³⁴⁾	3,760,000,000	47%
	기본 행정경비	240,000,000	03%

〈표 56〉 연간지출 예산안 (인력 50명 기준)

- 1안의 경우 개관 초기소장품 수집 비용을 연간 약 20%를 수준으로 유지한다는 전제하에 편성함
- 개관 초기 특별전시를 감안하여 전시사업비를 15%~20%의 규모로 편성하고 매년 15%를 유지하는 것이 다양한 전시를 준비할 수 있음
- 전시사업은 뉴미디어실, 제1, 2, 3 전시관을 포함하여 연중 1~2회를 기준으로함 (작가와 작품에 따라 전시 비용 조정)
- 전시사업비와 교육 운영비는 상황에 따라 비율 조정을 통해 운영함
- 관람문화조성비는 미술관 운영에 필요한 운영인력과 용역, 미화, 환경조성 등을 포함함
- 2022년 기준 자료에 근거하였으며 현재의 기준으로 수치를 보정함
- 기본경비는 일반행정비, 공공요금 및 제세공과금, 시설 유지비 등을 구성함

○ 인천시립미술관 예산편성 기준(안)

연간 지출 예산 항목(1안)			
미술관운영비	소장품 수집 연구 보존	1,600,000,000	20%
	전시 기획	1,600,000,000	20%
	교육 운영비	400,000,000	05%
	관람문화조성비	2,000,000,000	25%
	소계	5,600,000,000	70%
행정운영경비	인력운영비(30명 기준)	2,160,000,000	27%
	기본 행정경비	240,000,000	03%
	소계	2,400,000,000	30%
총계		8,000,000,000	100%

〈그림 50〉 운영비70%, 행정비30% 기준(안)

연간 지출 예산 항목(2안)			
미술관운영비	연구 및 수집 보존	800,000,000	10%
	전시 기획	1,200,000,000	15%
	교육 운영비	400,000,000	05%
	관람문화조성비	1,600,000,000	20%
	소계	4,000,000,000	50%
행정운영경비	인력운영비(50명 기준)	3,760,000,000	47%
	기본 행정경비	240,000,000	03%
	소계	4,000,000,000	50%
총계		8,000,000,000	100%

〈그림 51〉 운영비 50%, 행정비 50% 기준(안)

○ 인천시립미술관 예산편성 도출(안)

미술관 운영 예상 지출(안)			1안	2안
총지출 예산			8,000,000,000	8,000,000,000
사업분야	전시프로그램	제1전시실	400,000,000	300,000,000
		제2전시실	400,000,000	300,000,000
		제3전시실	300,000,000	200,000,000
		미디어 전시실	500,000,000	400,000,000
	교육프로그램	강당 프로그램	50,000,000	50,000,000
		교육실 프로그램	50,000,000	50,000,000
		어린이 미술관	100,000,000	100,000,000
		선교사 사옥	200,000,000	200,000,000
	소장품 수집/연구	소장품 수집	1,600,000,000	800,000,000
행정분야	관람문화조성비	시설관리	1,000,000,000	800,000,000
		홍보마케팅	500,000,000	400,000,000
		환경조성	500,000,000	400,000,000
	인건비	30~50명 기준	2,160,000,000	3,760,000,000
	운영관리비	일반관리비	240,000,000	240,000,000

<그림 52> 인천시립미술관 예산편성 도출(안)

CHAPTER

06

인천시립미술관
운영방안

Part 1. 소장품 운영방안

1. 소장품 운영방안

1.1. 소장품 수집연구

1.1.1. 소장품 수집 현황 및 분석

가. 개요

- 인천광역시 소유 미술품 674점에 대한 분석, 인천문화재단 377점에 대한 분석, 주요 공립미술관 소장품 현황을 분석함
- 선행연구에서 책정된 소장품 수집범주 및 유형을 재검토함
- 소장품 기금제를 소개하고 타 기관 운영사례를 조사함
- 인천시립미술관 소장품 수집계획(안)을 제시함

나. 인천시 소장품 현황

① 개요

- 분석 대상 : 인천광역시 소유 미술품 목록(2023년 11월)
- 작품분류에 따른 현황 : 서양화, 서예, 한국화, 사진, 공예품, 조각, 도자기, 판화, 기타
- 취득방식에 따른 현황 : 구입, 기증, 관리전환, 양여
- 총 작품 수 : 674점

인천광역시 소유 미술품 목록 분석 요약

- 대상 : 인천 연고 및 활동 작가
- 작가 수 : 323명
- 작품 : 674점
- 구입방식 : 구입, 기증, 관리전환, 양여
- 작품구성 : 서양화(25.55%), 공예품(5.93%), 도자기(2.67%), 서예(20.17%), 한국화(17.8%), 사진(15.43%), 조각(8.9%), 판화(1.18%), 기타(1.133%)로 서양화의 취득비율이 25.55%로 가장 높으며, 그 다음으로 서예(20.17%), 한국화(17.8%) 순으로 이루어 짐
- 취득방식 : 기증방식이 전체 취득방식에서 41.39%로 가장 높으며, 그 다음으로 구입(36.94%), 관리전환(20.62%), 양여(1.03%) 순으로 이루어짐
- 작가리스트 : 강광, 강난주, 강성혁, 강영수, 강위원, 강장수, 강정수, 강하진, 경민기(선만), 경자, 고경선, 고만석, 고윤, 고정수, 고지신, 고진오, 광원미, 권순식, 강난주, 이준구, 금동원, 금주, 김강희, 김경식, 김경자, 김규창, 김길남, 김미란, 김민환, 김병숙, 김병중, 김상철, 김성환, 김성희, 김소영, 김소인, 김승환, 김양희, 김연옥, 김영건, 김영기, 김영민, 김옥순, 김용수, 김용해, 김우일, 김유준, 김은호, 김인성, 김인옥, 김재석, 김재엽, 김재열, 김재은, 김점선, 김정규, 김정미, 김정숙, 김정희, 김주성, 김주는, 김진영, 김진희, 김창기, 김철, 김철운, 김철홍, 김태수, 김형렬, 김효열, 김효진, 나기, 남달희, 남식, 노영숙, 노해울, 노희정, 덕암, 도지성, 동가구, 룬에디션, 류상화, 류성환, 류제인, 류호열, 리지훈, 리차드 우즈, 리천일, 묵창선, 미상, 미상(송림 한종덕), 미상(임홍윤), 민경찬, 민대홍, 민승기, 민은숙, 민태홍, 박근원, 박병규, 박상조, 박성모, 박세림, 박세림(朴世霖), 박송우, 박수현, 박영동, 박영성, 박은식, 박용찬, 박인우, 박재동, 박점복, 박정순, 박정희, 박종득, 박종재, 박찬홍, 박치성, 박호식, 박홍기, 박희순, 방송통신대학, 배길기, 배진희, 백종환, 백지혜, 범진스님, 변길선,

인천광역시 소유 미술품 목록 분석 요약	
복도에디션, 부달선, 서복례, 서주선, 석정, 설봉, 설익수, 소암, 손경식, 손영락, 송정심, 신경희, 신계우, 신광수, 신왕규, 신타 탄트라, 심영보, 심현삼, 아말리아, 안성용, 안영자, 안젤리코르쿠, 양수인, 양익석, 양홍남, 엄용식, 엄태선, 에스콘, 에이브 로저스, 예필순, 오민국, 오석환, 오세완, 오세원, 오수연, 오인영, 오정숙, 오피고, 오효석, 웅진군, 왕광현, 용두환, 우문국, 우영란, 원종석, 원종식, 월농산인, 유경애, 유별룡, 유병용, 유병현, 유인식, 유재형, 유희강, 윤길영, 윤영, 윤창경, 윤주철, 윤지한, 윤태유, 융거, 이가온, 이경성, 이계원, 이광학, 이구영, 이규항, 이규환, 이근식, 이근우, 이기선, 이김천, 이명복, 이명애, 이명호, 이명화, 이명희, 이병록, 이사철, 이삼영, 이성미, 이성춘, 이소영, 이소희, 이억영, 이연재, 이연주, 이영선, 이영재, 이영학, 이윤, 이윤미, 이의재, 이재호, 이정웅, 이종구, 이종무, 이준구, 이지훈, 이철명, 이형석, 이형재, 이해련, 이홍국, 이홍규, 이환범, 인촌, 임경식, 임영희, 임종각, 임홍윤, 임효, 임효삼, 장건봉, 장경숙, 장미경, 장선백, 장수만, 장영진, 장인식, 장인식(張仁植), 장재홍, 장주봉, 장진열, 장진호, 장화숙, 전도진, 전동식, 전해자, 정근화, 정기훈, 정달균, 정문규, 정병진, 정석원, 정성진, 정용주, 정이지, 정재홍, 정주봉, 정창섭, 정평한, 정해본, 정해철, 정현, 정현정, 조건수, 조광기, 조규완, 조부수, 조진빈, 조평휘, 주명덕, 주성준, 지동원, 지산, 진관휘, 진운영, 차길선, 차옥연, 차주숙, 천대광, 청암, 최규삼, 최규천, 최병관, 최수동, 최영돈, 최영욱, 최용백, 최원구, 최원복, 최원선, 최준근, 최천수, 추당, 키모, 하금숙, 한경우, 한복순, 한윤기, 한정림, 함보경, 해촌 정한, 허기운, 허대용, 허백, 혜능선사, 홍성복, 홍오봉, 홍용선, 홍윤표, 황병식, 황용철, 후준림 (가나다 순으로 나열)	

〈표 57〉 인천광역시 소유 미술품 목록 분석 요약(2023.11월)

② 현황분석

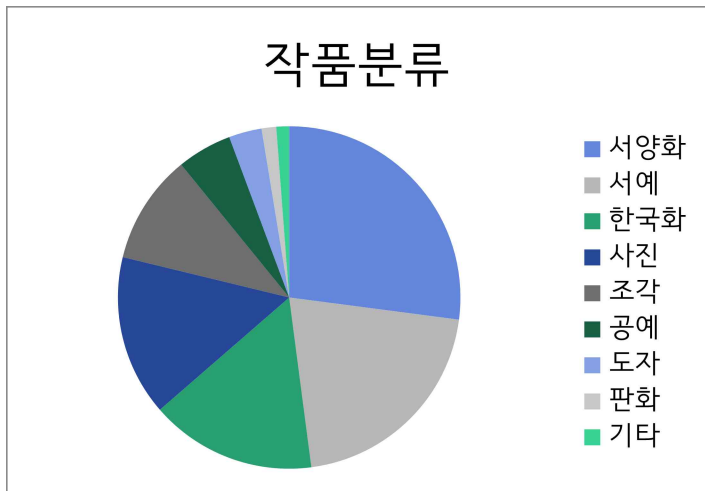
· 작품분류와 취득방식에 따른 현황 분석

작품분류	취득방식 구분				취득방식 비율			작품수
	구입	기증	관리전환	양여	구입	기증, 관리전환, 양여		
서양화	96	51	32	0	53.63%	46.37%	179	(25.55%)
공예품	20	10	10	0	50.00%	50.00%	40	(5.93%)
도자기	15	2	1	0	83.33%	16.67%	18	(2.67%)
서예	49	57	30	0	36.02%	63.98%	136	(20.17%)
한국화	25	47	43	5	20.83%	79.17%	120	(17.80%)
사진	26	55	21	2	25.00%	75.00%	104	(15.43%)
조각	12	47	1	0	20.00%	80.00%	60	(8.90%)
판화	2	6	0	0	25%	75%	8	(1.18%)
기타	4	4	1	0	44.44%	55.56%	9	(1.33%)
합계	249 (36.94%)	279 (41.39%)	139 (20.62%)	7 (1.03%)	36.94%	63.06%	674	(100%)

〈표 58〉 인천시 미술품 현황 분석 요약표(2023년)

· 작품분류 : 서양화 비율이 가장 높고 서예 비율이 두 번째로 높음

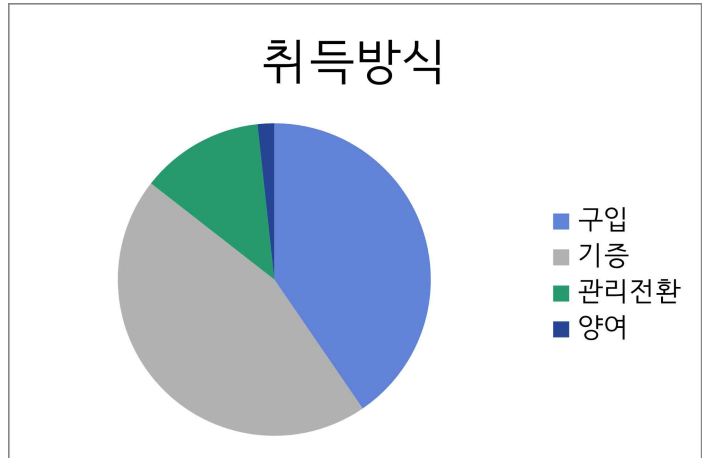
작품분류	작품수	비율(%)
서양화	179	25.55
서예	136	20.17
한국화	120	17.80
사진	104	15.43
조각	60	8.90
공예	40	5.93
도자	18	2.67
판화	8	1.18
기타	9	1.33
합계	674	100



〈표 59〉 인천시 작품분류

· 취득방식 : 기증 비율이 가장 높고 구입이 두 번째로 높음

취득방식	작품수	비율(%)
구입	249	36.94
기증	279	41.39
관리전환	139	20.62
양여	7	1.03
합계	674	100



〈표 60〉 인천시 작품 취득방식

다. 인천문화재단 소장품

① 개요

- 분석대상 : 인천문화재단 소장 미술품 현황 (2023년 인천문화재단 홈페이지 자료 기준)
- 작품분류 : 서양화, 한국화, 사진, 조각, 뉴미디어 및 설치, 판화, 공예, 서예, 드로잉, 판화, 만화, 기타
- 작품 수 : 총 377점
- 취득방식 : 100% 구입

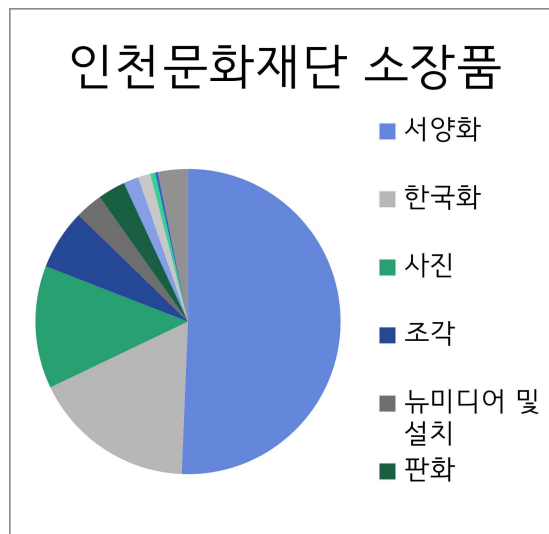
인천문화재단 수집 기준	
- 인천 연고 작가	
구분	내용
인천 활동자	공고일 기준으로 인천에 거주하거나 인천을 활동의 근거지로 삼는 작가(작업실 인천 소재 가능, 주소증빙) 또는 인천의 미술 발전을 위해 기여해 온 작가(활동 증빙)
인천 출신자	인천 출신 또는 인천에서 초/중/고/대학교 중 1개 과정 이상을 졸업한 작가(주민등록초본 또는 졸업증명서 증빙)
- 작품 신청 공고일 기준으로 3년 이상 창작 활동을 해 온 자	
- 개인전 1회 이상의 활동실적이 있거나 국내외에서 공인된 국제 비엔날레급 전시회 초청되어 전시한 적이 있는 자, 또는 기획전이나 그룹전 10회 이상(동일 작품 전시 제외)의 경력이 있는 자	

〈표 61〉 인천문화재단 수집기준

② 현황분석

- 작품분류 : 서양화 비율이 가장 높고, 그 다음은 한국화가 높음

작품분류	작품수(점)	비율(%)
서양화	191	50.66
한국화	65	17.24
사진	49	13.00
조각	24	6.37
뉴미디어 및 설치	11	2.92
판화	11	2.92
공예	6	1.59
서예	5	1.33
드로잉판화	2	0.53
만화	1	0.27
기타	12	3.18
합계	377	100



〈표 62〉 인천문화재단 소장품 분류 현황

- 취득 작품 수 및 비율 추이

* 작품을 가장 많이 취득한 2020년의 통계 (별도 제시)

취득연도	작품수(점)	비율(%)
2005	14	3.71
2006	10	2.65
2007	15	3.97
2008	25	6.63
2009	38	10.07
2010	14	3.71
2011	0	0
2012	17	4.50
2013	17	4.50
2014	15	3.97
2015	0	0
2016	0	0
2017	15	3.97
2018	14	3.71
2019	15	3.97
2020	136	36.07
2021	13	3.44
2022	19	5.03
합계	377	100



〈표 63〉 인천문화재단 소장품 취득현황

라. 인천시립미술관 소장품 현황

① 개요

○ 2023년 구입 작품

- 대상 : 인천 작고 작가
- 작가수 : 9명
- 작품수 : 19점

- 작품분류에 따른 현황 : 서양화, 서예, 한국화, 사진, 공예품, 조각, 도자기, 판화, 기타
- 취득방식에 따른 현황 : 구입, 기증 관리전환, 잉여

② 현황분석

작품 번호	부문	작가명	작품명	제작년도	규격	재료 및 기법
1	서양화	강광	들에서-86-1	1986	120x120cm	캔버스에 유채
2		강광	풍경-곡예 비행	미상	130.3x162.2cm	
3		김영건	내동풍경	1960년대	112.3x144.5cm	
4		김옥순	리듬	미상	162x130.5cm	
5		김옥순	절규	2000년대	90.9x73cm	
6		김옥순	코스모스	1970년대	80.5x100cm	
7		박치성	마에스트로	2008	162x226.5cm	

작품 번호	부문	작가명	작품명	제작년도	규격	재료 및 기법
8		박치성	자화상	2007	162x130cm	
9		정문규	여(女)-9	1971	91×116.8cm,	
10		정문규	하오(下午)의 생태	1958	80.3×116.5cm	
11		정문규	한(恨)	1965	145.5×112.2cm	
12		홍윤표	어대니	2000	116.7x80.3cm	
13		홍윤표	연륜(年輪)	1979	145.2x112cm	
14	서예	박세림	마철저(磨鐵杵)	1974	38.5x64cm	종이에 먹
15		박세림	유선시(遊仙詩)	1974	68x31.7cmx(8)	
16		박세림	심전·기안 대련 (心田·氣岸對聯)	미상	125.7x31.7cmx(2)	
17		원종식	산색개선경 수성적세수 (山色開仙景 水聲滌世愁)	2002	135x69.5cm	
18		유희강	정창주(鄭昌冑)시	미상	138.5x69cm	종이에 먹, 채색
19		유희강	이덕무(李德懋)시	미상	130.7x68cm	종이에 먹

〈표 64〉 인천시립미술관 소장품 현황

마. 국내 주요 공립미술관 소장품 현황³⁵⁾

○ 현황분석

- 대부분의 광역 단위 공립미술관에서 지역작가의 작품수가 전체의 50%를 상회함

설립 연도	미술관 명	소장품수 (2023년 기준)	지역작가 비율 (2022년 기준)	취득방식 비율 (2022년 기준)
1988	서울시립미술관	5,895점	구분 없음	구입(66.34%), 기증(33.46%)
1992	광주시립미술관	5,385점	광주·전남 작가 (65.4%)	구입(21.29%), 기증(75.30%)
1998	대전시립미술관	1,385점	대전작가 (57.7%)	구입(38.48%), 기증(53.69%)
	부산시립미술관	2,984점	부산 작가 (52.90%)	구입(31.20%), 기증(68.80%)
2004	전북도립미술관	2,055점	전북 작가 (60%)	구입(46.05%), 기증(51.38%)
	경남도립미술관	1,384점	경남 작가 (58%)	구입(36.37%), 기증(57.87%)
2006	경기도미술관	692점	구분 없음	구입(79.67%), 기증(18.08%)
2009	제주도립미술관	1,382점	제주 작가 (57%)	구입(42.62%), 기증(41.07%)
2011	대구미술관	1,899점	대구·경북 작가 (51.46%)	구입(29.61%), 기증(68.44%)

〈표 65〉 국내 광역 단위 공립미술관 소장품 주요 현황

35) 2023년 지역별, 취득방식별 통계 자료가 아직 정리되지 않아, 선행연구 양식에 소장품수만 업데이트 했음.

바. 소장품 수집 현황 분석 시사점

① 수집유형

- ‘수집유형’은 소장품의 매체와 성격에 따른 분류체계를 나타내는 것임
- 선행연구 결과, 주요 국공립미술관의 소장품 분류체계를 검토하고 공통 부문들을 도출하여 인천시의 기존 5개 부문(평면, 입체, 부조, 미디어, 기타)을 비교하여 새로운 분류체계(작품 11부문, 기록물 1부문)를 제시함

영역	기준 (유형)	내용
작품	한국화	한국의 전통적 기법과 양식에 의해 제작된 작품
	회 화	각종 안료를 써서 형상을 표현한 작품
	서 예	문자를 소재로 하는 조형예술
	판 화	형상을 그려 만든 판에 잉크나 물감을 칠해 종이나 천 등에 인쇄한 작품
	드로잉	선적인 표현의 회화 작품
	조 각	공간·장소 내에 입체성을 구현한 작품
	설 치	공간·장소와의 맥락에 중점을 두는 작품
	사진·영상	아날로그 카메라·필름·비디오를 매개로 한 예술작품
	뉴미디어아트	디지털 기술매체 및 첨단기술에 기반한 작품
	퍼포먼스	퍼포먼스 매뉴얼
자료	수집기록물 (매뉴스크립트)	인천 근현대 미술자료 일체 및 기타 학예연구에 필요한 학술자료 및 미술관 운영에 주요한 영향을 미치는 미술인 및 단체, 공간 등의 기록물

〈표 66〉 인천시립미술관 소장품 수집유형

② 작품구성

- 인천시 소장품은 서양화와 서예의 비율이 높은 것이 특징이며, 인천문화재단 소장품은 서양화의 비율이 절반을 넘는 것으로 나타났음
- 2023년 신규 수집 작품(인천 작고 작가) 역시 서양화와 서예가 대다수를 차지함
- 작품구성은 지역 미술계의 특성에 기인하는 것이라 반드시 특정 모델을 따라 수집할 필요는 없으나, 동시대 미술관 소장품에서 미디어 아트의 비중이 높아지고, 개념미술, 퍼포먼스 등으로 확장되고 있는 만큼 소장품 구성을 **다변화**하기 위한 노력을 요함

③ 취득방식

- 인천시 소장품은 구입과 기증의 비율이 비슷하고, 인천문화재단 소장품은 구입으로만 구성됨
- 광역 단위 공립미술관 현황을 보면 수도권에서는 **구입 비율이 압도적으로 높은 반면, 타지역은 기증 비율이 높은 것**을 보면 비수도권 지역 미술관에서 기증 비율이 높은 편임
- 수도권인 인천은 **추후 구입의 비중이 점차 높아질 것으로 예상되나**, 아직 소장품의 절대량이 부족하므로 구입과 기증을 가리지 않고 수집을 진행할 필요가 있음
- 구입 예산을 안정적으로 확보하되, 물납제 시행 등 소장품 기증을 촉진하는 제도가 마련되고 있으므로, 기증을 유도하는 정책을 적극적으로 마련할 필요가 있음

④ 지역작가

- 국내 광역 단위 공립미술관의 소장품 중 지역작가 비율(작품수 기준) 평균은 대략 **57.49%**로, 인천시립

미술관도 지역 미술 활성화를 위해 인천 지역 작가 비율을 50% 이상으로 유지할 수 있도록 목표를 설정하고 수집을 진행하는 것이 바람직함

1.1.2. 국내 광역 단위 공립 미술관 소장품 수집 절차³⁶⁾

○ 국내 광역 단위 공립미술관의 소장품 수집절차를 보면 크게 작품 구입·수집계획수립, 작품 공모 및 추천, 작품가치평가위원회, 작품가격평가위원회로 이루어지는데 기관 및 소장품의 규모와 상 위조직의 규정에 따라 작품추천위원회(서울시립미술관, 부산시립미술관), 선별심사위원회(서울시립미술관), 그리고 소장품 구입내역에 대한 평가를 하는 운영자문위원회(서울시립미술관)가 추가되기도 함



〈표 67〉 국내 광역단위 공립미술관 작품수집절차

36) 정종효, 「공립미술관의 작품구입 제도에 관한 연구-지역 대표 미술관을 중심으로」, 『미술문화연구 제14호』, 112쪽. *본 연구의 사례를 바탕으로 최신 변경 내용을 반영함

○ 인천시립미술관 작품수집절차(안)

- 인천시립미술관의 경우, 개관 전까지는 현행 조례에 따른 위원회로 한시적으로 유지하고, 개관 또는 조례 개정 이후에는 개정된 조례에 따른 위원회 구성이 필요함
- 최근 미술관들이 안정화 될수록 내부추천의 비율을 늘려나가는 경향이 있으므로, 수집의 투명성과 공정성이 확보되고 기관 신뢰도가 높아졌을 때는 내부 추천 시스템을 마련하여 심층연구를 바탕으로 전문적인 관점에서 엄선된 차별화된 소장품을 마련하는 것이 필요함

○ 개관 전 위원회

- 관련 근거 (현행 근거)
「박물관 및 미술관 진흥법」 제4조(사업), 제8조2(재산의 기부 등)
「인천광역시 시립미술관 작품수집 및 관리 규정」
- 수집절차

구분	① 작품가치평가위원회 →	② 작품가격평가위원회 →	③ 작품수집심의위원회
기능	- 작품구입, 활용가치 및 구입심의 대상작품 선정을 위한 위원회	- 작품가치평가위원회에서 선정한 작품의 가격을 평가하기 위한 위원회	- 작품가치평가위원회와 작품가격평가위원회의 평가 결과를 기초로 작품의 구입 여부와 가격을 결정
위원	- 5명	- 5명	- 10명(실무3, 평론3, 학계2, 옥션2) *남5, 여5(50%)
임기	- 매개최시 위촉되고 해촉됨 (위원풀 14명)	- 매개최시 위촉되고 해촉됨 (위원풀 13명)	- 2년('22.09.01. ~ '24.08.31.) (연임9, 신규1)

〈표 68〉 개관 전 작품구입 절차(안)

※ 위원회는 미술관 직제가 확정되어 개관하는 날까지 한시적으로 운영함
미술관 개관 후 현 위원회 폐지, 미술관 운영조례 제정 및 신규 위원회를 설치함

○ 개관 후 위원회

- 관련 근거 (신규 조례(안))

「박물관 및 미술관 진흥법」

“미술관자료”란 미술관이 수집관리보존조사연구전시하는 예술에 관한 자료로서 학문적 예술적 가치가 있는 자료로 정의함(제2조 제4호)

“소장작품”이란 미술관자료 중 인천광역시 시립미술관의 소유작품을 말한다(제2조 2)

“소장자료”란 미술관자료 중 미술관의 소유자료를 말한다(제2조 3)

「인천광역시 시립미술관 관리 및 운영 조례(안)」제14조, 제39조, 제40조

	① 미술관자료추천회의 →	② 가격평가심의위원회 →	③ 수집심의위원회
기능	· 작품구입, 활용가치 및 구입심의 대상작품 선정을 위한 위원회	· 미술관자료추천회의에서 추천한 작품의 가격 적정성을 심의하기 위한 위원회	· 미술관자료추천회의와 가격평가위원회의 평가 결과를 기초로 작품의 구입 여부와 가격을 결정
위원	· 위원회에 포함되지 않는 5명 이내의 외부전문가 · 인천광역시 시립미술관장 및 관장이 지정하는 미술관의 학예연구직 공무원을 포함한 3명 이내의 내부전문가	· 위원장 1명을 포함한 5명 이상 7명 이하의 위원으로 구성	· 위원장 1명, 부위원장 1명을 포함한 12인 이상 20명 이하의 위원 · 위촉직 위원 구성 시 성별을 고려해야 함
임기	· 매 개최시 위촉되고 해촉됨	· 매 개최시 위촉되고 해촉됨	· 매 개최시 위촉되고 해촉됨

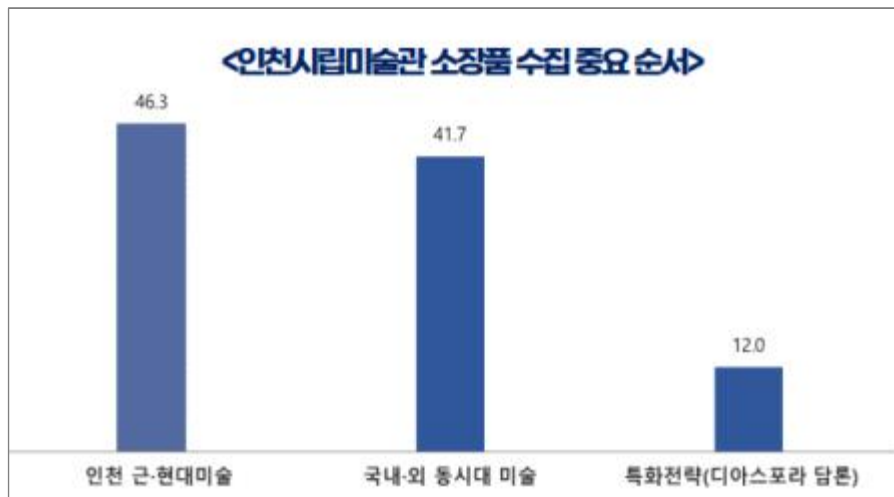
〈표 69〉 개관 전 작품구입 절차(안)

1.2. 인천시립미술관 소장품 운영(안)

1.2.1. 소장품 수집

가. 소장품 수집 배경

- 소장품은 미술관의 존립 근거이자 미술관의 성격과 정체성을 드러내는 핵심 요소로 중장기적 로드맵을 수립하여 단계적으로 수집 업무를 추진해야 함
- 인천시립미술관 소장품 정책 연구용역(2022) 결과, 인천시립미술관 소장품 수집 순서로는 <그림 53>³⁷⁾과 같이 중요성에 따라 ‘인천·근현대미술’, ‘국내외 동시대미술’, 디아스포라 담론을 의미하는 ‘특화전략’으로 구분함



〈그림 53〉 인천시립미술관 소장품 분류체계(안)

- 인천시립미술관은 개항과 근대문화를 중심으로 근대산업이 발전하고, 이에 따른 해외인력 유입 및 유출이 활발하였음
- 근현대미술사가 태동하고, 지리적 특성상 한반도의 평화와 깊은 연관성을 드러내는 인천시 유일한 시립미술관으로서 21세기 새로운 문화를 개방적으로 수용하여 동아시아 국제교류와 로컬리티에 대한 담론을 발전시켜야 함
- 인천 고유의 ‘지역적 성격’에 대해 미술관 미션에 연동하는 소장품 정책을 마련하고, 지역미술사 연구를 기반으로 지역미술발전을 고려해야 하며, 전문가를 통한 지속적 작품수집·보존·관리하고, 소장품에 대한 시민들의 접근성을 높여야 함
- 디아스포라를 기반으로 한 문화 다양성 증진, 근현대작가연구 및 인천미술의 국제화라는 특화전략 아래, 지역사회 구성원의 문화 향유를 위한 전시 및 교육프로그램을 강화하고, 디지털 시대에 걸맞은 다양한 형태의 협력관계 구축 및 소통의 장을 마련하여야 함

37) 자료출처: 인천시립미술관 소장품 정책 연구용역, 2022

나. 소장품 수집 방향 제시(안)

- 미술관 소장품 구체적 전략을 위해 ‘시대’, ‘미술장르’, ‘지역·국가-이민’, ‘미래가치’라는 4가지 키워드로 세분화하고 이러한 미술관의 방향성에 따라 소장품 수집정책 및 업무가 추진될 수 있음
- 이에 다음과 같이 소장품 수집 방향을 제시하고자 함

① 키워드 1: 시대별

- 1833년 제물포 개항 이후 인천뿐만 아니라 조선은 ‘근대’로 접어들게 되어 이러한 역사성을 고려한 근대(modern)부터 동시대(contemporary)까지 소장품을 구성함
- 인천미술 발전을 <표 70>과 같이 연대기적으로 요약할 수 있어 각 시대적 특징에 따른 소장품 구입 정책이 필요함 (시대 또는 연대별 중요성에 따른 소장품 비율 구성 정책 필요)

시대	구분	특징
일제강점기	화단 형성의 여명기	-1920년대 인천에 서양화단이 형성 -1936년 이후 ‘조선미술전람회’에 한국인들이 입상
1940-50년대	인천화단의 형성기	-1940년대 초 이무영이 ‘낙랑다방’을 거점으로 활동 -1946년 <인천미술동인회>, 1947년<인천미술인협회> 결성 -1950년<전국문화단체총연합회> 인천지부 발족
1960년대	인천화단의 활성화	-1959년 <양대팡당>전 탄생
1970-80년대	인천 현대미술의 정착기	-1969년 <오소회(五素會)>결성 -1970년대 후반 미술그룹 <현대미술상황>결성 -1985년 미술그룹 <지평> 탄생 -이 밖에도 ‘모더니즘’과 ‘리얼리즘’이 혼재함
1990년대	인천 지역성 탐색 및 확장	-포스트모던 담론 유입에 따른 새로운 미술 담론 발전 -1994년 <인천미술인협의회> 창립 -1995년 <지역미술연구모임>결성
2000년대 이후	인천미술의 다양화	-1998년 <인천영상미술제> 개최 -2003년 <인천미디어아트비엔날레-신체적 풍경> 개최 -인천해양국제미술축전, 인천국제아트페어, 인천국제여성비엔날레 -2009년 인천아트플랫폼 개관 -미디어아트 및 공동체 예술 발달

<표 70> 인천미술의 시대적 흐름

② 키워드 2: 미술 장르별

- 국립현대미술관 소장품 분류체계에 따르면, 일반적으로 소장품은 회화, 조각, 드로잉, 판화, 사진, 디자인, 공예, 건축, 뉴미디어 등으로 세분화함
- 이러한 분류체계에 따라 미술관별 특정 장르 수집을 강조할 수 있음
 - ▶ 예: 서울시립미술관의 경우 회화 1,801점(34%), 사진 1,227점(23%), 한국화 659점(12%), 드로잉·판화 484점(9%), 조각 444점(8%), 뉴미디어 243점(5%), 설치 160점(3%), 공예 153점(3%), 서예 87점(2%), 디자인 19점 순으로 나타나 다양한 장르를 이루면서도, 회화, 사진, 한국화, 드로잉, 서예 등 평면 위주의 작품 수집이 강조됨
- 인천시립미술관의 경우 수집유형은 크게 유형·무형을 포함하며, 미술 매체별 구분을 통해 ‘한국화’, ‘회화’, ‘서예’, ‘판화’, ‘드로잉’, ‘조각’, ‘설치’, ‘사진’, ‘뉴미디어아트’, ‘퍼포먼스’

총 10개 부문으로 유형화함

- 10개 유형의 ‘작품’ 과 별개로 미술과 관련된 다양한 형태의 자료, 유물과 같은 수집기록물을 수집
- ‘수집기록물’ 은 인천 근현대 미술자료 및 학예 연구에 필요한 학술자료, 미술관 운영에 주요한 영향을 미치는 미술인 및 미술단체의 기록물을 포함함
- 인천시립미술관 정체성 강화를 위해서는 특정 장르에 대한 집중적 수집이 요청될 수 있음
- ▶ 21세기 트렌드를 반영하기 위해 디지털/미디어 작품 수집을 적극적으로 고려함
- 소장품 구성은 수장고 시설의 면적과 비례함으로 이를 고려하여 수장시설을 최적화하고 작품수집 경향에 따른 장기적 비전의 공간 운영 전략(개방형 수장고 등)을 별도로 수립함

③ 키워드 3: 지역·국가별

- 인천시립미술관이 ‘지역미술 발전’ 및 ‘디아스포라’ 라는 의제를 상정한다면, <표 71>와 같이 ‘지역·국가’ 라는 키워드를 중심으로 작가들을 구분할 수 있음

분류	구분	특징	비고
국내 작가	지역작가	인천지역 출생 또는 거주 작가	인천 대표 작가 및 청년작가
	타 지역 작가	인천 외 도시 출생 및 거주 작가	한국 대표 유명 작가
	해외거주 한국인 작가	해외에서 활동하는 글로벌 작가	디아스포라와 연관됨
	새터민작가	한반도의 정치적 현실을 반영	국내외에서 작가로서 뚜렷한 인지도를 구축한 예술가
해외 작가	해외 거주 외국작가	한국과 연관성이 없는 작가	해외 유명 작가 또는 디아스포라와 연관 있는 작가
	국내 거주 외국작가	국내에서 활동하는 외국인 작가	작품 활동, 결혼, 노동, 레지던시 활동 등 이민 예술가
	인천 거주 외국작가	인천에서 거주하는 외국인 작가	작품 활동, 결혼, 노동, 레지던시 활동 등 이민 예술가
	동포작가	교포 출신 외국인 작가	‘혈통’ 중심으로 살펴보는 디아스포라 이슈로 주로 일본, 미국, 중국, 러시아에 분포

<표 71> 인천시립미술관 작가 구분표

- ‘지역·국가’ 그리고 ‘이민’ 이라는 주제에 따라 작가들을 분류하면, 크게 ‘국내작가’ 와 ‘해외작가’ 로 나눌 수 있음
- ▶ 국내 작가의 경우 ㉠ 인천을 기반으로 하여 활동하는 ‘지역작가’, ㉡ 타 지역에서 활동하는 작가를 ‘타 지역 작가’, ㉢ 해외에서 거주하는 한국인 작가를 ‘해외 거주 한국인 작가’, ㉣ 탈북하여 국내를 비롯한 여러 국가에서 활동하는 작가를 ‘새터민작가’ (인천 지리적 특성에서 기인하는 ‘평화’ 와 연관됨)로 나눔
- ▶ ‘지역작가’ 는 인천 작가를 의미하며, 인천문화재단에 따르면 그 세부적 분류기준은 아래 표와 같음

구분	내용	
작가 본인 (모두 해당)	· 인천 연고의 작가 (인천 연고 기준은 아래 내용과 같음)	
	구분	내용
	인천 활동자	공고일 기준으로 인천에 거주하거나 인천을 활동의 근거지로 삼는 작가(작업실 인천 소재 가능, 주소증빙) 또는 인천의 미술 발전을 위해 기여해 온 작가(활동 증빙)
	인천 출신자	인천 출신 또는 인천에서 초/중/고/대학교 중 1개 과정 이상을 졸업한 작가(주민등록초본 또는 졸업증명서 증빙)
	· 작품 신청 공고일 기준으로 3년 이상 창작활동을 해 온 자	
· 개인전 1회 이상의 활동 실적이 있거나 국내외에서 공인된 국제 비엔날레급 전시회 초청되어 전시한 적이 있는 자, 또는 기획전 or 그룹전 10회 이상(동일 작품 전시 제외)의 경력이 있는 자		
작고 작가	위의 조건을 충족하는 작가의 경우 대리인이 신청	

〈표 72〉 인천문화재단 인천작가 구분(자료출처: 인천시립미술관 소장품 정책 연구용역, 2022)

▶ 해외작가의 경우 ㉠ ‘해외에서 거주하는 외국인 작가’로 한국과의 뚜렷한 연관성이 없는 경우, ㉡ 국내에 거주하며 작품활동을 하는 ‘국내 거주 외국작가’ (▶ 한국의 국제적 위상이 높아짐에 따라 2000년대 이후 뚜렷하게 증가), ㉢ 인천에서 거주하며 활동하는 외국 출신 예술가인 ‘인천 거주 외국작가’, ㉣ 한국계 외국인을 뜻하는 ‘동포작가’ (▶ 흔히 고려인(러시아), 교포(일본, 미국), 중국(조선족) 등 한국과 연관된 혈통 중심의 디아스포라 세계관)로 나눌 수 있음

④ 키워드 4: 미래가치별

- 미술사를 살펴보면, 당대에 저평가된 예술품이 후대에 ‘명화’, ‘명작’으로 높은 미술사적, 미학적, 경제적 가치를 나타내는 경우가 많음
- 이에 따라 체계적 학술 연구를 통해 현재 저 평가된 가능성 있는 국내외 젊은 작가들 또는 비서구권 국가 출신 작가들의 작품을 전략적으로 수집하는 전략 구성이 필요함

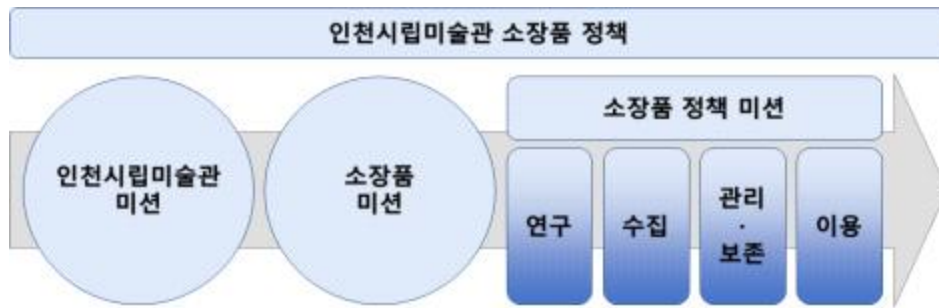
⑤ 결과

- 결과적으로 인천시립미술관 소장품은 아래와 같은 수집 방향을 제시하고자 함

항목	내용	특징
시대/ 연도별	1920년대 이전 근대미술, 1920년대, 1930년대, 1940년대, 1950년대, 1960년대, 1970년대, 1980년대, 1990년대, 2000년대, 2000년대 이후	인천미술사를 정립하기 위한 시대적으로 구분함
장르별	한국화, 회화, 서예, 판화, 드로잉, 조각, 설치, 사진, 뉴미디어아트, 퍼포먼스, 수집기록물	미술관의 기본 분류체계를 확보함
지역, 국가별	국내(지역, 타지역, 해외 거주, 새터민), 해외(국내외 거주 외국인, 동포작가)작가	소장품에 있어 국내작가와 해외작가 작품 비율의 중요성이 강조됨 ³⁸⁾
미래가치	발전 가능성 높은 국내외 작가들을 전략적으로 집중하여 수집(젊은 작가들 또는 비서구권 국가 출신 작가들 위주)	향후 미술계의 발전을 통찰할 수 있는 높은 수준의 학술 연구 역량이 필요함

〈표 73〉 인천시립미술관 소장품 수집 방향

다. 소장품 수집 정책



〈그림 54〉 인천시립미술관 소장품 수집정책 구성(안)

- 인천시립미술관은 미술관 운영 방향 및 성격에 따라 전략적 관점에서 별도의 수집정책을 마련해야 함
- 확정된 수집정책에 따라 미술관 미션 및 소장품 미션을 통해 수집 방향성을 잡고 미술작품에 관한 연구, 수집, 관리·보존, 이용에 관한 업무를 효과적으로 추진함
- 이에 인천시립미술관 소장품 정책의 정의는 “인천시립미술관 미션의 효과적 구현을 위한 소장품 관련 연구 및 수집, 관리·보존, 이용에 관한 기본방침”으로 설정함
- 기존 내용과 달리 인천시립미술관은 지역 미술사 및 동시대 미술 연구 등 연구기능을 강조하고자 ‘연구’ 항목을 추가함으로써 차별화를 꾀함

라. 조직구성

- 인천시립미술관은 소장품 정책 연구를 지속적으로 전개해 나가며, 내용적 범위로는 ‘조직구성’, ‘수집 연구’, ‘관리·보존연구’, ‘활용연구’ 4개 영역으로 구분 가능함

구분	내용
조직구성	인천시립미술관 소장품 정책 개발을 위한 인력체계를 구성함
수집연구	수집·연구·활용이 연계되는 소장품 수집전략 및 계획의 기반을 마련함
관리·보존연구	소장품의 체계적 관리체계 구축 및 보존 안정성 제고 기반을 마련함
활용연구	소장품 가치 확산을 위한 전문가·일반인의 접근성 강화 기반을 마련함

〈표 74〉 정책 연구의 내용적 범위 (자료출처: 인천시립미술관 소장품 정책 연구용역, 2022)

- 소장품 및 각종 수집 업무와 관련하여 미술관 조직구성은 작품을 수집하고 이를 관리하는 ‘소장품업무 담당자’, 소장품 전시를 담당하는 ‘소장품 전시기획자’, 소장품에 대한 교육을 담당하는 ‘에듀케이터’, 다양한 미술자료를 수집·관리하는 ‘아키비스트(archivist)’, 소장품을 등록·관리·출납하는 ‘레지스트라’, 소장품의 보존·처리를 담당하는 ‘보존처리 전문가(Conservator)’로 세부화됨

38) 1971년부터 2020년까지 국립현대미술관 해외 작가 비율은 전체 소장품에서 약 9%로 나타나며, 서울시립미술관의 경우 비슷한 시기 해외작가 비율이 14%이다. 하지만, 이러한 수치마저 대부분 88서울올림픽을 기점으로 해외 작가들의 판화 작품이 주를 이루고 있다. 또한, 지방에 건립된 여러 공립미술관 소장품 해외 작가비율은 대부분 국립현대와 서울시립에 비해 현격하게 낮으므로 한국 미술관들의 소장품의 세계화는 전시에 비해 크게 주목받지 못하고 있다. 참고로 영국 테이트 모던의 경우 1971년부터 2020년까지 영국 출신을 제외한 해외 작가 비율은 86%에 육박하며, MoMA, 폰피두센터미술관 등 세계 유명 미술관 소장품 해외 작가비율은 상당히 높게 나타난다. 이러한 상황에서 인천시립미술관이 ‘디아스포라’에 대한 이슈를 효과적으로 발전시키고, 후발 주자로서 국내 미술관들과 뚜렷한 경쟁력을 드러내기 위해서는 해외 작가들의 작품 비율을 뚜렷하게 높여야 함을 강조하고자 한다. 연구서, 「1991년부터 2020년까지 서울시립미술관 해외작가 소장품에 대한 시대별 변화 및 특징연구」, 『예술경영연구』, 66호, 2023, pp.65-104, 연구서, 「1971년부터 2020년까지 국립현대미술관 소장품 특징 및작가 국적 변화와 현황에 따른 세계화 연구」, 『예술경영연구』, 61호, 2022, pp.41-73.

구분	소장품업무담당자 (collection manager)	전시기획자 (Curator)	에듀케이터 (Educator)	아키비스트 (archivist)	레지스트라 (registrar)	보존처리 전문가 (Conservator)
업무	작품수집 및 관리 업무	소장품 전시기획	소장품 교육	미술자료 수집 및 관리	소장품 등록, 관리, 출납	작품 보존, 처리
인천시립미술관	핵심인력	필요인력	교육팀 에듀케이터가 수행	두 가지 업무를 동시에 할 수 있는 인력		해당 사항없음

〈표 75〉 소장품 관련 전문 인력 구성

- 인천시립미술관의 경우, 소장품을 담당하는 ‘소장품업무 담당자’를 중심으로 하여 소장품 전시에 전문성을 갖춘 학예연구사가 필요함
- 소장품 교육의 경우, 교육팀의 에듀케이터가 소장품 교육을 담당하고, 아키비스트와 레지스트라 업무를 포괄하여 진행 가능한 인력이 필요함

마. 소장품 수집 절차(안)

- 소장품 수집방식은 크게 ‘공모에 의한 수집방식’과 ‘내부추천제 방식’이 있음

① 공모 방식

- 인천시립미술관 소장품 정책 및 수집계획을 기반으로, 전국 공모를 통해 작품가치평가 위원회, 작품가격평가위원회, 작품수집심의위원회를 거쳐 작품 구매 결정함
- 작품 수집의 경우, 미술관 소장품 수집 방향에 따른 전국 ‘공모 방식’이 일반적이지만, 소장품 수집의 투명성과 다양한 예술가들의 작품에 접근할 수 있다는 장점에도 불구하고 미술관 정체성에 부합하는 양질의 작품을 수집하는 데 있어 한계가 있음

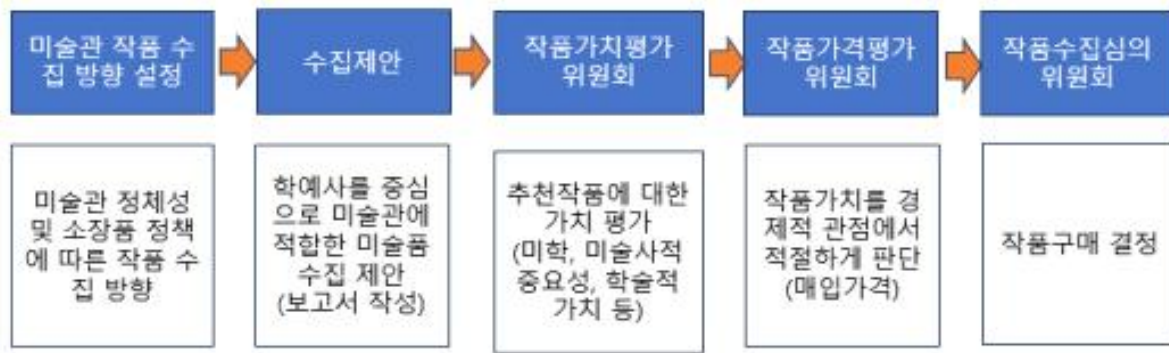


〈그림 55〉 공모에 의한 소장품 수집 절차

② 수집 제안 방식

- 인천시립미술관 소장품 정책 및 수집계획을 기반으로, 인천시립미술관 관장 및 학예사가 중심이 되어 수집에 적합한 작품을 조사·분석하고 소장품 수집을 제안하는 ‘내부추천제’를 제시함

- 수집 제안 시, 작품가치평가 위원회, 작품가격평가위원회, 작품수집심의위원회를 거쳐 작품 구매 결정함



〈그림 56〉 수집제안 방식에 의한 소장품 수집 절차

- 수집 제안 방식의 경우, 소장품 수집 대상을 추천하는 학예사는 작품의 설명, 보존상태, 제작연도, 소유 이력, 출판 이력, 전시 이력, 미술관 소장품과의 관련성 및 중요도, 수집에 대한 정당성 등을 포함하는 보고서를 작성하여 제안함

③ 인천시립미술관 소장품 수집 방식(안)

- 인천시립미술관 소장품 구매 방식은 ‘내부추천제’와 ‘내부추천제+공모제 병행’ 방식을 고려해야 함³⁹⁾

1안 : 내부추천제	2안 : 내부추천제 + 공모제 병행
<p>소장품 정책 및 수집계획을 기반으로, 인천시립미술관 관장 및 학예사에 의해 수집에 적합한 작품을 조사·분석하여 소장품 수집을 제안함</p>	<p>내부추천제와 함께, 미술시장내 다양한 주체들의 참여로 소장품 수집을 위한 작품의 공급량을 증대하여 수집의 효율성을 높임 (공모를 통한 수집은 인천시립미술관 성격 및 범주에 따른 엄격한 선별과정이 전제됨)</p>

〈표 76〉 인천시립미술관 소장품 수집방식(안)

④ 인천시립미술관 작품구입 절차(안)

- 인천시립미술관의 경우 아직 개관준비팀이 완전히 꾸러지지 않았기 때문에 당분간은 ‘작품추천위원회’를 통해 작품을 선별하고, 개관준비팀이 꾸러지면 내부추천 비율을 늘려나가는 방향을 추천함
- 작품추천위원회와 작품구입심의위원회로 구성된 가장 보편적이고 간단한 모델(부산시립미술관, 전북도립미술관, 포항시립미술관 사례)로 운영함으로써 개관 초기 양질의 작품을 신속하게 취득할 수 있도록 하는 것이 바람직함
- 최근 미술관들이 안정화 될수록 내부추천의 비율을 늘려나가는 경향이 있으므로, 수집의 투명성과 공정성이 확보되고 기관 신뢰도가 높아졌을 때는 내부 추천 시스템을 마련하여 심층연구를 바탕으로 전문적인 관점에서 엄선된 차별화된 소장품을 마련하는 것이 필요함

39) 출처: 인천시립미술관 소장품 정책 연구용역, 2022

○ 미술관 개관 준비단(TF) 구성 전 작품구입 절차(안)



<그림 57> 미술관 개관 준비단 구성 전

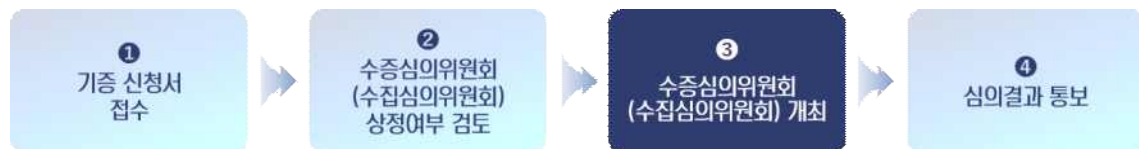
○ 미술관 개관 준비단(TF) 구성 후 작품구입 절차(안)



<그림 58> 미술관 개관 준비단(TF) 구성 후

⑤ 소장품 수증 및 관리전환

- 소장품 수증 및 관리전환은 기본적으로 ‘수증심의위원회’를 통해 진행되지만 기본적으로 미술관의 미션과 수집범주를 고려해 학예실에서 심의위원회 상정여부를 검토해야 함⁴⁰⁾
- 수증은 한정된 예산 내에서 미술관의 소장품을 확충하는 중요한 절차이므로 활성화가 필요하나, 공개 방식을 특정인의 컬렉션으로 한정할 경우, 소장품 활용도가 낮아지고 전시 공간의 활용성에 제약이 생김
- 기증 작품의 경우, 기증자의 요구 조건을 수용하기 위한 명확한 기준과 기증자 우대 정책을 명시하는 규정이 필요함
- 광주시립미술관은 2019년 국내 처음으로 기증자 예우 규정을 명문화함



<그림 59> 인천시립미술관 소장품 수증 프로세스



<그림 60> 인천시립미술관 소장품 관리전환 프로세스

40) 자료출처: 「인천시립미술관 소장품 정책 연구용역」(2022), 141쪽

광주시립미술관 기증자 예우 규정(2019) 사례

첫째, 미술품 기증은 전제되는 조건이 없어야 하며 학문·예술적으로 보존 가치가 있는 근·현대기의 국내·외 우수 미술작품 및 연구 가치가 있는 작품만 기증을 받는다.

둘째, 미술품 기증절차는 기증자가 미술품 기증 신청서를 제출하면 소장작품의 수집 규정에 따라 작품수집심의위원회와 작품가격평가심의위원회의 심의를 받아 미술품 기증을 결정한다.

셋째, 미술품 기증자에게는 기증품 1점 이상은 일반회원, 10점 이상은 실버회원, 50점 이상은 골드회원 명칭을 부여해 ▲일반회원 이상의 경우 미술관 현관 기증자의 벽에 기증자 성명 명시 ▲실버회원 이상의 경우 기증감사패 증정, 미술관 전시도록 및 홍보상품 발송 ▲골드회원은 1회에 한해 미술관 기증작품 전시 협의 ▲미술관 내 기증자 전용 주차 공간 제공 ▲매년 1회 기증자의 밤 운영 통해 기증문화 홍보 ▲전시 개막식, 문화행사 등에 우선 초청, 미술관 소식지 발송 등의 예우를 한다.

넷째, 기증자 예우는 기증자 본인으로 제한하고 최대 20년까지로 기한을 정했다. 또 유고시에는 효력이 상실된다. 단, 시장이 필요하다고 인정하는 경우 연장할 수 있다.

〈표 77〉 광주시립미술관 기증자 예우 규정(2019) 사례

⑥ 평가 기준

○ 가치평가기준

- 제안된 내용을 토대로 ‘가치평가위원회’를 열어 학예사의 소장품 수집 추천에 대한 가치를 평가함
- 소장품 수집 가치평가 기준을 아래 〈표〉와 같이 제시함 (근거 자료: 「인천광역시 시립미술관 작품 수집 및 관리 규정」- 별지 제2호)

영역	기준 (배점)	세부 기준
작품	독창성(10)	<ul style="list-style-type: none"> · 당대 사회적, 문화예술적 담론에 대한 독창적 시각과 이해도 · 예술 형식과 패러다임에 대한 도전과 실험성
	희소성(10)	<ul style="list-style-type: none"> · 작품의 진품성 또는 원본성에 근거한 희소성 · 미술관의 소장품을 차별화할 수 있는 기대치
	시대성(10)	<ul style="list-style-type: none"> · 당대 사회문화적 환경변화에 대한 대응과 반영 정도 · 미래비전을 담아낼 수 있는 시대사적 의미의 구현 정도
	미술사적 가치 (10)	<ul style="list-style-type: none"> · 인천지역 및 국내외 동시대·근현대미술사에서의 대표성 · 추후 미술사적 평가에 대한 전망 여부
	완성도 (10)	<ul style="list-style-type: none"> · 예술작품으로서 조형적 측면에 대한 질적 완성도 · 내용과 형식에서 작품 완성도의 총체적 측면의 구현
자료	학술적 가치 (50)	<ul style="list-style-type: none"> · 인천지역 및 국내외 근현대미술사 연구에 대한 기여 가능성 · 자료 자체가 작품일 경우, 작품의 미술사적 의미와 이론적 가치의 총합으로서의 가치 보유 여부

〈표 78〉 인천시립미술관 소장품 수집 가치평가 기준

○ 가격평가

- ‘가격평가위원회’는 수집 대상으로 선정된 작품에 대한 매입 가격을 평가. 이를 위해 미술시장에 대한 지식과 권위가 있는 위원들을 위촉함

○ 수집평가

- ‘수집심의위원회’는 최종적으로 수집 대상 작품을 심의하고 의결함

·이밖에도 절차에 따라 기증과 기탁을 통해 소장품을 확보할 수 있으며, 아트페어, 옥션과 같은 미술시장을 통해 작품을 구매하는 예도 있음

1.2.2. 소장품 수집예산 수립(안)

가. 소장품 수집 예산 확보

○ 미술관 성격과 정체성을 드러내는 소장품 구입은 반드시 예산 확보가 필수이며, 이에 따른 운영, 지출, 관리에 대한 계획을 요함

○ 아래 <표>⁴¹⁾ 자료에서 보는 바와 같이 지자체별 소장품 수집 예산은 상이하게 나타남. 여기서 서울시립미술관 30억, 대구미술관 16억, 부산시립미술관 10억 순으로 높게 편성됨

○ 부산의 경우 2018년에 개관한 부산현대미술관 소장품 예산 10억을 포함하면, 부산광역시의 시립미술관 연간 소장품 예산은 20억임

(단위: 천 원)

미술관명	설립 년도	2006년			2015년		
		총지출합계	소장품 수집예산	수집예산 비율(%)	총지출합계	소장품 수집예산	수집예산 비율(%)
경기도미술관	2006	2,441,430	1,500,000	61.4	2,751,727	-a)	
경남도립미술관	2004	2,237,332	500,000	22.3	3,364,546	300,000	8.9
광주시립미술관	1992	2,834,484	266,000	9.4	7,992,847	720,000	9.0
대구미술관	2011	-	-	-	11,644,438	1,600,000	13.7
대전시립미술관	1998	2,481,403	250,000	10.1	4,641,084	300,000	6.5
부산시립미술관	1998	3,306,958	500,000	15.1	7,077,803	1,000,000	14.1
서울시립미술관	1998	11,019,180	3,000,000	27.2	10,714,445	2,000,000	18.7
수원시립아이파크미술관	2015	-	-	-	2,398,824	600,000	25.0
전북도립미술관	2004	1,981,652	500,000	25.2	2,849,250	102,000	3.6
합계		26,302,439	6,516,000	24.8	50,683,237	6,622,000	13.1 ^{b)}

a) 경기도미술관의 경우 2015년부터 작품수집예산이 별도로 책정되지 않음

b) 2015년 수집예산 비율의 경우 경기도미술관 소장품 수집예산 자료가 파악되지 않아 경기도미술관을 제외한 8개 미술관의 자료만을 활용하여 산출하였음

* 자료원: 2006년 자료의 경우 국립현대미술관(2006: 273)에서 7개 공립미술관 발해 및 비율(%) 추가함

2015년 자료는 각 미술관의 2015년 본예산 제출예산서(발령서)를 참고함

<그림 61> 주요 시·도립미술관 수집 예산 현황 분석

○ 가장 최근 개관한 광역시 미술관 중 울산시립미술관은 개관전 추진방안에서 2018~2020년 50억, 2021~2025년 15억, 2026년 이후 10억의 소장품 예산을 예상함. 그러나, 개관 당시 110억원의 예산을 편성하였으며, 현재에는 한 해 평균 28억원의 소장품 예산을 운영하고 있음⁴²⁾

연도	2018~2020	2021~2025	2026~	공립미술관 주요사례 (2017)	비고
금액	50억	15억	10억	대구 16억 부산시립 13억 광주시립 7억	전남도립미술관의 경우 2020개관까지 작품구입비 50억 책정
작품 수	100점	20점 내외	20점 내외		

<그림 62> 울산시립미술관 작품구입 추진방안

41) 총예산 대비 수집예산 비교(2006): 소장품 수집 예산(2015) (자료출처: 울산시립미술관 운영방안 연구/최종보고서, 2017)

42) 자료출처: 울산시립미술관 운영방안 연구/최종보고서, 2017

나. 소장품 예산 단계별 투입 계획

○ 아래와 같이 인천시립미술관 소장품 예산 단계별 투입 계획을 제안함

단계	기간	연수	금액	내용	중요사항
1단계 (개관 전)	2024-2026	3년	평균 10억	3년간 순차적 예산 투입	-조직 구성 및 구축에 따른 단계적 소장품 구입 -소장품 100점 확보 목표
2단계 (개관의 해)	2027-2028	2년	평균 60억	‘개관의 해’에 걸맞 는 상징적 작품 수집	-세계적 수준의 작가 작품 수 집을 통한 미술관 건립 ‘이슈 화’
3단계 (정체성 강화)	2029-2030	2년	평균 40억	수준 높은 작품 수집 을 통한 미술관 정체 성 구현	-미술관 정체성, 방향성, 상 징성 고려
4단계 (안정화)	2030년 이후	연도별	평균 20억	지속적 작품 구매	-미술관 정체성 및 기획전 성 격에 따른 작품 수집 -새로운 소장품 계획 및 목표 설정

〈표 79〉 인천시립미술관 소장품 예산 단계별 계획

○ **1단계(개관 전):** 소장품 수집은 ‘박물관 및 미술관진흥법 시행령’ 제10조 ‘등록요건에 따라 1종 미술관으로 등록하기 위해 소장품 100점 이상 확보 필요. 미술관 개관전 해당 요건을 충족하여 광역시 1종 미술관으로서의 위상을 높이기 위해, 미술관 정체성에 걸맞은 수준 높은 작품수집과 함께 양적 목표 달성을 요구함

○ **2단계(개관의 해):** 미술관 개관 시 국내외 시선을 끌 수 있는 비중 있는 작가의 유명 작품수집 필요성이 대두됨(▶예: 울산시립미술관의 경우 2021년 백남준의 ‘거북’ (1993) ‘시스틴 채플’ (1993) ‘케이지의 숲, 숲의 계시’ (1992~1994)를 소장하여 울산시립미술관의 정체성을 드러낸 것은 물론, 미술관 개관을 효과적으로 홍보하였음)

○ **3단계(정체성 강화):** 수준 높은 소장품 구매를 통해 인천시립미술관의 정체성 구축이 필요함

○ **4단계(안정화):** 7년간 양질의 소장품 확보를 통해 미술관 정체성을 구현한 후, 이러한 방향을 유지 또는 발전시키는 노력이 필요함. 특히, 미술관 전시에 따른 참여 작가들의 작품을 주기적으로 소장하여 미술전시와 소장품의 일관성을 드러내려는 노력이 필요함은 물론, 새로운 5개년 또는 10개년 계획을 수립하는 소장품 정책이 필요함

다. 소장품 수집 예산 수립

○ 기본 방향

- 인천시립미술관의 소장품 구입 예산은 유사 기관들의 **전체 예산 대비 소장품 구입 예산** 대비를 통해 어느 정도 추정이 가능하나, 이 경우 개관 준비 시 소장 작품의 구입이라는 특수성을 반영하지 못한다는 한계가 있음
- 또한 2020년부터 2022년까지는 3년 동안은 코로나19 팬데믹으로 인해 정상적인 미술관 활동이 이루어지지 않아 소장품 구입에 관한 최신 정보의 정확한 집계에 어려움이 있음
- 따라서 최근 개관한 국립미술관의 **개관 전후 수집 집중기 예산 편성**을 추가하여 예산안을 도출하고자 함
- 개관까지 인천시립미술관의 소장품 구입예산은 150억(1-2단계 5년 기준)으로 가정하고 추산함⁴³⁾

43) 참고로 문체부 국립미술관 설립타당성 사전평가(2019)에서 제출한 300억원 중 행안부 지방재정 중앙투자심사(2021)에서 110억원으로 금액이 조정됨(인천시 제공자료). 본 보고서에서는 개관연도(2024-2028)까지 총 5년간 약 150억원을 제안하고 있음.

미술관명	설립 년도	2006년			2015년		
		총지출합계	소장품 수집예산	수집예산 비율(%)	총지출합계	소장품 수집예산	수집예산 비율(%)
경기도미술관	2006	2,441,430	1,500,000	61.4	2,751,727	-	-
경남도립미술관	2004	2,237,332	500,000	22.3	3,364,546	300,000	8.9
광주시립미술관	1992	2,834,484	266,000	9.4	7,992,847	720,000	9.0
대구미술관	2011	-	-	-	11,644,438	1,600,000	13.7
대전시립미술관	1998	2,481,403	250,000	10.1	4,641,084	300,000	6.5
부산시립미술관	1998	3,306,958	500,000	15.1	7,077,803	1,000,000	14.1
서울시립미술관	1998	11,019,180	3,000,000	27.2	10,714,445	2,000,000	18.7
수원시립미술관	2015	-	-	-	2,398,824	600,000	25.0
전북도립미술관	2004	1,981,652	500,000	25.2	2,849,250	102,000	3.6
합계		26,302,439	6,516,000	24.8	50,683,237	6,622,000	13.1

〈표 80〉 국내 광역 단위 공립미술관 총예산 대비 수집예산 비율

① 예산추정방법 1안: 총예산 대비 수집예산의 비율

- 울산시립미술관이 개관 준비 과정에서 도출한 결과에 따르면 국내 공공미술관의 총예산 대비 수집예산의 비율을 **총지출예산 대비 20~30%** 정도 확보하는 것이 적정하다고 판단함
- 여기에 물가상승률, 개관 준비, 커미션 작품, 공립미술관 등록 등을 고려하여, 울산시립미술관의 초기 개관 준비 수집예산은 약 30억(1단계), 이후 예산은 60억(2단계), 40억(3단계), 20억(4단계)으로 점차 감소하는 방향으로 설정함

사례 울산시립미술관 작품구입 예산추정(안) 44)					
연도	2018 ~ 2020	2021 ~ 2025	2026 ~	공립미술관 주요사례(2017)	비고
금액	50억	15억	10억	대구미술관 16억 부산시립미술관 13억 광주시립미술관 7억	전남도립미술관은 2020 개관까지 작품구입비 50억 책정
작품 수	100점	20점 내외	20점 내외		

〈표 81〉 울산시립미술관 작품구입 예산추정(안)

② 예산추정방법 2안: 개관 전후 수집 집중기 예산 편성

- 최근 5년 이내 신규 개관한 국내 광역단위 공립미술관은 울산시립미술관과 부산현대미술관이 있는데, 해당 기관들의 대표 작품 구입 현황을 통해 개관 시 수집예산 집중기 편성을 대략적으로 추정할 수 있음
- 대부분의 미술관 소장품 구입가가 구입처와의 협약에 따라 대외비인 경우가 많으므로, 일부 공식 예산을 제외하면 언론을 통해 공개된 소장품 구입가를 중심으로 조사를 진행함

○ 부산현대미술관과 울산시립미술관 개관 전후 주요 소장품 구입 예산(추정)

연도	울산시립미술관(소장품 기금제)				부산현대미술관 (일반회계)			
	~2021	2022(개관)	2023	합계	~2017	2018(개관)	2019	합계
금액	85억	20억	5억	110억	9억	9억	6억	24억
비율	77%	18%	5%	100%	38%	38%	24%	100%

〈표 82〉 신규 미술관 개관 전후 수집예산 배분율

1.2.3. 소장품 예산 운영(안)

- 소장품 예산 확보는 시비를 투입하는 것이 보편적이지만, 이를 어떻게 효과적으로 운영하고 자원을 극대화할 것인지에 대한 논의가 필요함
- 울산시립미술관의 경우 고가의 소장품 예산을 당해 회계연도에 100% 소진하는 행정절차 및 특성에 따른 단점을 아래와 같이 제시함

㉠ 적절한 작품이 없더라도 예산을 집행해야 하며, ㉡ 충분한 연구/조사를 동반하기 어려우며, ㉢ 활용하지 않을 경우 향후 수집예산의 반영이 미비할 수 있음. ㉣ 중장기적으로 안정된 수집예산 계획 수립이 어려움. ㉤ 자칫 불필요한 소장품의 확대, 수장고의 문제, 그리고 기획 전시 등의 어려움이 발생할 수 있음.

〈표 83〉 울산시립미술관 운영방안 연구 최종보고서(2017), 자료인용

- 울산시립미술관의 경우 “일반예산과 별도로 소장품 수집을 위한 특별 기금을 통해 저립하여 체

44) 「울산시립미술관 운영방안 연구 보고서」, 2017, 83쪽.

계적이고 효율적인 작품 수집 계획이 가능한 방식을 제시”하여 효율적 소장품 예산 운영 사례로 미술계에서 귀감이 됨

○ 이러한 기금 운영제도는 울산시립미술관의 경우 ‘울산광역시 박물관 및 미술관 기금 조례’(시행 2019. 1. 1.) 제정을 근거로 현재까지 운영되고 있으며, 이 밖에도 ‘서울특별시 강서구’의 서울특별시 강서구 박물관 등의 소장용 유물작품 구입기금 설치 및 운용 조례 ‘가 기금 운영에 대한 근거를 마련함

○ 따라서 인천시립미술관 역시 당해 연도에 미술관 정체성에 부합하고 수준 높은 양질의 작품 확보가 어려웠을 때, 소장품 예산 일부를 불용처리하지 않고 기금으로 정립하여 필요 시 예산 지출을 가능하게 함

○ 이 밖에도 인천시립미술관은 재단, 진흥원 등 지자체 출자·출현 기관을 신설하여 기금을 관리하고 후원회를 조직하는 등 미술관 운영비를 효율적으로 활용할 수 있는 다양한 방안을 모색할 수 있음.

▶ 출자·출현 기관 운영시 미술관은 물론, 관내 모든 공립박물관 기금 등을 공통으로 관리·운영할 수 있음

1.2.4. 소장품 기금 제도(안)

가. 개요

· 미술관 작품과 박물관 유물을 구입하는 데 필요한 재원을 안정적으로 확보하기 위해 설치하는 기금

▶ 현재 국내에서는 2022년 개관한 울산시립미술관이 ‘울산광역시 박물관 및 미술관 기금 조례’(2020. 04. 01)에 따라 운영하고 있음

· 서울시는 ‘서울특별시 박물관·미술관 소장품 구입 기금의 설치 및 운용에 관한 조례’(2022.12.30.)를 제정하고 최근 박물관·미술관 소장품 구입 기금운용심의위원회를 개최하고 준비 중임

· 기금제는 일정한 존속 기한을 두고 운영하고 기한을 넘어서도 필요할 때 연장하는 것이 바람직함. 울산시립미술관의 경우 약 3년간(2020.4.1. ~ 2022.12.31.) 운영했으며 현재 기금제를 검토 중임

‘울산광역시 박물관 및 미술관 기금 조례’ (시행 2020. 4. 1.)

제3조(기금의 조성) ① 박물관의 유물과 미술관의 작품을 구입하는데 필요한 기금(이하“기금”이라 한다)은 울산광역시(이하 “시”라 한다)의 재정여건을 고려하여 매년 다음 각 호의 재원으로 조성한다.

1. 시 출연금
2. 기금의 운용으로 생기는 수익금
3. 교부금 및 보조금
4. 일반기탁금
5. 박물관·미술관의 관람료, 사용료 및 수강료 등 수입금

② 기금의 존속기한은 2022년 12월 31일까지로 한다. 다만, 존속기한을 넘어서까지 기금을 존치할 필요가 있을 때에는 「지방자치단체 기금관리기본법」(이하 “법”이라 한다.) 제4조제3항에 따른다.

제4조(기금의 용도) 기금은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경비로 사용한다.

1. 박물관 소장용 유물 구입

2. 미술관 소장품 작품 구입
3. 기금의 관리·운용에 필요한 경비

〈표 84〉 울산광역시 박물관 및 미술관 기금 조례

‘서울특별시 박물관·미술관 소장품 구입 기금의 설치 및 운용에 관한 조례’ (시행 2020.12.30.)

제4조(기금의 조성) 기금은 다음 각 호의 재원으로 조성한다.

1. 서울시 일반회계 전입금
2. 기부금
3. 기금의 운용으로 인한 수익금
4. 그 밖의 수입금 등

제5조(기금의 용도) 기금의 용도는 다음 각 호와 같다.

1. 박물관·미술관의 소장품 구입 및 구입에 필요한 부대 경비
2. 박물관·미술관 활성화를 위해 기금 운용심의회에서 결정한 사업
3. 기금의 관리·운용에 필요한 경비 등

〈표 85〉 서울특별시 박물관·미술관 소장품 구입 기금의 설치 및 운용에 관한 조례

② 소장품 기금제의 필요성 및 보완⁴⁵⁾

- 박물관 미술관 개관 시 책정된 예산이 해마다 감소하는 경향이 있는데, 각 기관별 한도액에 따라 사업별 시급성과 중요도를 고려하여 예산을 편성하는 원칙에 따라 작품 구입 예산이 후 순위로 밀리는 경향이 있기 때문임. 소장품 기금제는 이에 대한 대비책이 될 수 있음
- 소장 가치 높은 작품은 긴급하게 경매로 구입해야 할 경우 실질적인 대응이 가능함
- 예산의 불용 처리 등 일반회계의 단점을 보완할 수 있으며 탄력적인 재정 운영을 통해 중요한 작품의 신속한 구매가 가능해짐
- 다만, 울산시립미술관의 경우⁴⁶⁾, 해마다 빠른 속도로 기금이 고갈되었으므로 기금 안정성을 확보하기 위한 대책 마련이 수반되어야 함

(단위: 백만원)

연도별	조성액	집행액	잔액
~2017년	1,055	0	1,055
2018년	3,032	412	2,620
2019년	5,055	829	4,225
2020년	5,139	698	4,441
2021년	5,089	9,030	▲3,940
2022년	1,147	3935	▲2,788
2023년	138	0	138
합계	20,657	14,905	5,752

〈표 86〉 울산시 연도별 박물관 및 미술관 기금조성 및 집행현황

45) 「서울특별시 박물관·미술관 소장품 구입 기금의 설치 및 운용에 관한 조례안 검토보고」 (2022. 10. 21), 「울산시립미술관 운영방안 연구 보고서」(2017)

46) 「울산광역시 2023년도 기금운용계획」 (2023)

③ 소장품 기금제의 운영과정

- 소장품 기금제는 다음과 같은 순서로 진행되며 기금운용심의위원회의 개최로 결정됨

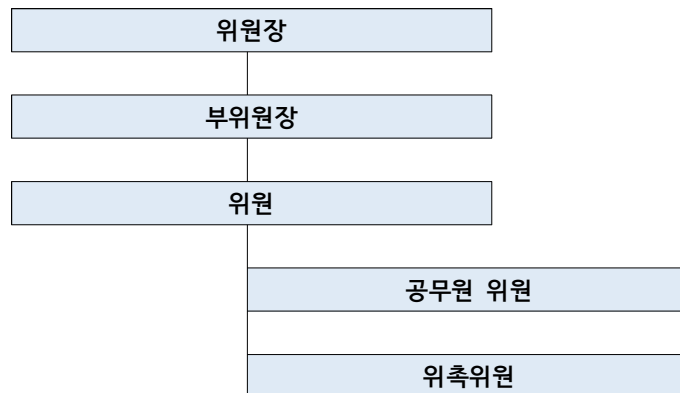


〈그림 63〉 소장품 기금 운영과정

※ [참고 사례] 울산시립미술관 소장품 기금운용심의위원회

직책	구성	위원 임기	의결
위원장	1명, 행정부시장	위원 임기 2년, 1회 연임가능 (사임 등으로 새로 위촉될 경우 전임위원 임기의 잔여기간)	재적위원
부위원장	1명, 위원 중에서 호선		과반수의
위원	위원장 및 부위원장 포함 9명 이내		출석으로 개의,
공무원 위원	문화관광체육국장, 예산담당관		출석위원
위촉위원	기금의 조성, 관리, 운용에 전문지식을 갖춘 민간전문가 중에서 위촉 (성별구성비율고려)		과반수의 찬성으로 의결

〈표 87〉 울산시립미술관 소장품 기금운용심의위원회



〈표 88〉 기금운영심의위원회 조직도

나. 인천시립미술관 소장품 기금제 적용(안)

- 최근 5년 이내 개관한 국내의 신규 광역단위 공립미술관은 울산시립미술관과 부산현대미술관이 있는데, 해당 기관들의 대표 작품 구입 현황을 통해 개관 시 수집예산 집중도를 대략적으로 추정할 수 있음
- 소장품 기금제(울산시립미술관)를 적용하는 경우와 일반회계(부산현대미술관)를 적용하는 경우를 나누어, 인천시립미술관의 개관 전후 3년간 소장품 구입 예산은 대략 아래 표와 같이 추정할 수 있음
- 소장품기금제의 경우, 미술관의 대표적인 작품이나 대규모 설치 작품, 건축 설계 단계부터 커미션 작품을 구입할 수 있다는 장점이 있으며, 일반회계의 경우는 예산의 이월가능성을 미리 타진하는 것이 바람직함

연도	인천 소장품 기금제 적용시 추산안				인천 소장품 일반회계 적용시 추산안			
	~2026년	2027(개관)	2028	합계	~2026	2027(개관)	2028	합계
금액	85억	20억	5억	110억	42억	42억	26억	110억
비율	77%	18%	5%	100%	38%	38%	24%	100%

〈표 89〉 인천시립미술관 소장품 구입 예산 추정(안)

- 지방자치법에 따르면 지방자치단체는 행정목적의 달성을 위한 경우나 공익상 필요한 경우에는 재산(현금 외의 모든 재산적 가치가 있는 물건과 권리를 말한다)을 보유하거나 특정한 자금을 운용하기 위한 기금설치가 가능하며, 재산의 보유, 기금의 설치·운용에 필요한 사항은 조례로 정함
- 박물관 및 미술관 진흥법 제8조 제5항에 따라 국가 또는 지방자치단체가 설립한 박물관이나 미술관은 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」에도 불구하고 “금전이나 부동산, 박물관 또는 미술관 소장품으로서 가치가 있는 재산(기증품)”을 접수할 수 있으며, 그 절차 등에 대하여는 동법 시행규칙 제4조의 2에 규정되고 있음
- 현재 인천시립미술관은 인천광역시의 사업소 개념으로 설립될 예정이므로, 행정법인으로 운영되지 않는 이상 기부금 및 기금제도 운영에 제한적인 부분이 상당하므로 향후 이에 대한 논의가 필요함

1.3. 소장품 활용

1.3.1. 소장품 활용영역과 활용(안)

가. 소장품 활용영역

① 개요

- 선행연구에서 제시된 소장품 활용영역은 전시, 교육, 연구, 출판, 열람, 복제, 대여, 콘텐츠의 총 8개 분야로 현행 미술관에서 소장품을 활용하는 주요 양상을 최대한 반영하였음
- 본 연구에서는 기존 활용 영역에 해당하는 사례를 중심으로 활용시 고려해야 할 사항들을 제시하고자 함

전시	교육	연구	출판	열람	복제	대여	콘텐츠
----	----	----	----	----	----	----	-----

〈표 90〉 인천시립미술관 소장품 활용 영역

② 소장품 활용도 평가 기준

- 소장품의 활용도 평가는 예산을 낭비하지 않고, 귀중한 문화적 자산을 시민들과 공유하기 위해 반드시 필요한 과정임
- 주기적인 현황조사와 더불어 활용되지 않는 소장품의 경향을 파악하여 추후 소장품 구입시 반영해야 함
- 활용도 평가기준을 기계적으로 적용해서 기획의 일관성과 창의성을 저해하지 않는 범위에서, 소장품의 활용률을 지속적으로 높이고 연구를 심화시키는 것이 바람직함

양적 기준	질적 기준
소장품의 활용 빈도	소장품의 창의적 재해석
소장품의 교체 주기	소장품전의 주제 구성
소장품전 전시 작품 수	소장품을 활용한 아트 상품 개발
소장품의 대여 횟수	소장품 관련 프로그램 개발
소장품 콘텐츠 활용 건수	소장품의 온라인 홍보 및 관객 접근성 제고

〈표 91〉 인천시립미술관 소장품 활용도 평가 기준

○ 미술관 소장품은 미술관의 정체성을 구현하고 미술관의 문화적 가치를 상승한다는 상징적 역할 외에 운영의 측면에서 소장품 전시, 소장품을 이용한 미술교육, 소장품 대여, 출판 및 이미지 활용 등 다양한 형태로 활용 가능함

나. 소장품 활용(안)

① 개요

· 전시, 교육, 연구, 출판, 열람, 복제, 대여, 콘텐츠 등 인천시립미술관의 소장품 활용영역은 전시, 교육, 연구, 출판, 열람, 복제, 대여, 콘텐츠) 별로 국내외 사례조사를 진행했으며, 각 사례별 시사점들을 정리함

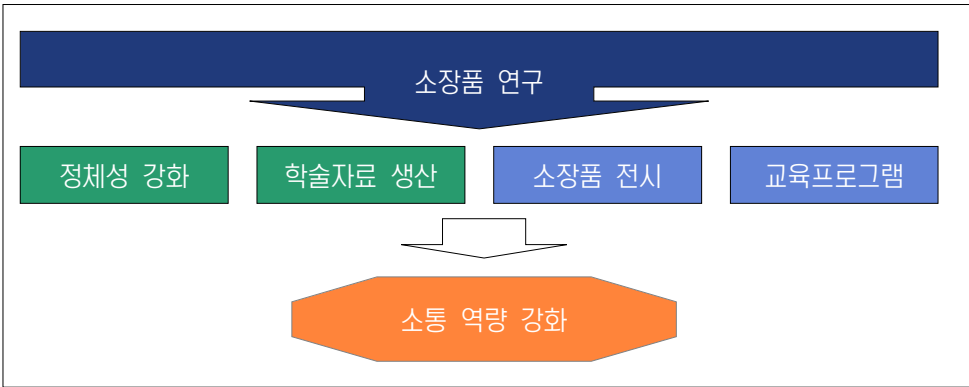
② 소장품 연구

○ 소장품 연구는 작품 수집 전과 수집 후로 나눔

소장품연구	
수집 전	수집 후
가치도출	재맥락화
· 소장품 수집 대상의 작품이 지닌 미술사적, 미학적 가치를 포착함 · 미술관 미션 및 기존 컬렉션과의 연속성에 관한 분석 실행이 필요함	· 소장품을 다각도로 활용할 수 있도록 소장품에 내재된 가치를 동시대 사회문화적 이슈 관점에 따라 분석이 필요함

<표 92> 소장품 연구 주요 내용(자료출처: 인천시립미술관 소장품 정책 연구용역, 2022)

- 수집 전의 경우, 미술관 정체성 및 운영 방향에 따라 미학, 미술사적, 학술적 가치를 지니는 작품들에 관한 연구를 의미함
- 수집 후 연구는 소장품을 연구하여 작품의 가치를 재발견하고 재맥락화를 의미함



<그림 64> 소장품 연구 목적 및 체계

- 소장품 연구는 미술관 정체성을 강화 및 학술자료를 생산하는 등 무형의 가치를 가지면서도 소장품 전시 및 교육 프로그램과의 연결 등 다양한 관점에서 중요함
- 소장품 연구는 시민들과의 소통역량을 강화하고 다음 연구(학술, 실무)를 위한 기초자료로서의 가치를 가짐

③ 소장품 관리 보존

- 인천시립미술관은 수집된 소장품에 대한 효율적 관리를 위해 작품의 특징에 따라 분류 체계를 마련해야 함
- 국내 박물관의 소장품 분류체계는 국립중앙박물관에서 보급하는 <문화유산표준관리시스템>과 연동되도록 설정되어, e-뮤지엄(전국박물관소장품검색)을 통해 소장품 정보가 통합되어 제공됨

○ 분류체계

- 인천시립미술관은 ‘활용의 용이성’을 중심으로 시대별, 장르별, 주제별(인천시립미술관이 지향하는 핵심 주제), 연도별 구분(인천미술의 발전 및 흐름에 따른 연대기적 구분)과 같은 분류체계가 제안될 수 있음
- ‘디아스포라’라는 의제에 따라 영토적 관점에서 소장품 작가들의 출신지를 분류할 수 있음
- ▶ 이러한 분류법을 통해 인천시립미술관 고유의 정체성을 강조할 수 있음

항목	내용	특징
시대/연도별	1920년대 이전 근대미술, 1920년대, 1930년대, 1940년대, 1950년대, 1960년대, 1970년대, 1980년대, 1990년대, 2000년대, 2000년대 이후	시대별 구분을 통해 관리·운영·활용을 용이하게 함
장르별	한국화, 회화, 서예, 판화, 드로잉, 조각, 설치, 사진, 뉴미디어아트, 퍼포먼스, 수집기록물	장르별 구분을 통해 소장품의 물질적 성격을 파악함
국가별	해외 작가들을 국가별 또는 국가와 지역별로 분류	‘디아스포라’의 의제에 따라 소장품 작가들의 출신지를 기준으로 하여 관리함

〈표 93〉 인천시립미술관 소장품 분류체계(안)

○ 등록

- 소장품 기술지침 마련을 통한 등록정보의 체계화 및 전산 관리 추진이 필요함
- 소장품 등록은 정보 전산화 및 표준화(소장품 메타데이터 검토 및 분류체계 정립 및 디지털화 등), 관리, 활용 시스템 강화(수집 및 관리 통합 기록 관리 체계 구축, 수집-보존-대여-전시-출판-복원·보수 등에 대한 이력 등) 등의 절차를 이행해야 함
- 미술관은 ‘소장품 기술지침’을 마련하고, 이를 근거로 소장품 정보(명세서 등 소장품 관리 카드)를 수집하고 정리해야 함

○ 공개

- 디지털화된 등록 소장품은 미술관 홈페이지를 통해 누구나 상시 열람하여 미술관 자산에 대한 접근성을 높여야 함
- 소장품 명세서나 관리 카드 외에 소장품에 대한 지속적 학술 연구를 통해 일반인에 대한 공개를 목적으로 작품에 대한 해설을 제공하는 ‘해제작업’을 꾸준히 추진해야 함

○ 폐기

- 미술관의 공익적 가치 실현의 맥락에서 소장품 불용결정 후 매각 또는 폐기함
- 소장품이 본래 수집 목적에 부합하지 않고, 작품 관리 및 보존에 대한 심각한 기술적 문제가 대두되었을 때 작품 폐기에 대한 논의가 가능함
- 미학·미술사 및 사료적 가치가 없는 작품을 소장하였을 때 유지·운영에 많은 비용을 수반하는 수장고라는 물리적 공간을 점유하여 차후 심각한 문제가 대두될 수 있기에 소장품 결정은 최대한 신중하게 이루어져야 함
- 소장품 폐기처분은 기증, 교환, 구매, 반환, 유실 혹은 복원할 수 없는 훼손 등으로 인해 영구히 폐기하는 것임
- 폐기처분 추천서는 소장품과 관련된 학예사에 의해 발의될 수 있으며, 학예사는 폐기 처분될 소장품에 대한 감정평가와 폐기처분 제기에 대한 합당한 이유를 제시해야 함
- 폐기처분을 할 수 있는 소장품의 범주는 각 기관의 소장품 정책에 따라 다르지만, 다음과 같이 구분할 수 있음

- ① 연구, 조사, 전시, 교육의 목적으로 사용할 수 없거나 출처에 대한 정보가 없는 소장품
- ② 진위 평가에서 위작으로 판단된 소장품
- ③ 유사한 소장품이 있어서 소장품의 가치가 절하된 경우
- ④ 원산국이나 외국 정부에 의해 반환 요구의 대상이 된 소장품
- ⑤ 설립 목적에 부합하지 않는 소장품
- ⑥ 보존상태가 매우 미흡하고 복원도 불가능하여 다른 소장품의 보존에 악영향을 미치는 소장품
- ⑦ 3년 동안 유실 상태에 있는 소장품

〈표 94〉 박물관·미술관 설립·운영 매뉴얼 연구(2013), 자료인용

▶ 처분된 미술작품의 판매 수익금 모두를 포함하여 미술의 취득에 한정된 모든 기금(“미술품 취득 기금”)은 미술품의 구매, 교환, 기증, 그리고 유증으로 오로지 소장품에 작품을 추가하기 위해서만 사용되어야 함

· 프랑스 지역자치단체 현대미술컬렉션(FRAC)의 경우, 경제적 가치가 저평가된 작가의 작품을 소장하고, 가치가 상승하였을 때 이를 매각, 그 차액으로 또 다른 작가들의 작품을 구매하는 전략적 사례도 존재함

④ 소장품 전시

○ 개관 이후 소장품이 축적됨에 따라 이를 시민들에게 공개하는 소장품 기획전 또는 소장품 상설전을 운영할 수 있음

○ 소장품 기획전의 경우, 한 해 수집된 소장품을 차년도(次年度)에 미술전시 형태로 공개하는 ‘정기형’, 소장품 수집 성과가 양적으로 충분하지 않을 때 2년 이상의 성과를 한 번에 소개하는 ‘비정기형’, 미술관 전시실 또는 유희공간에 소장품을 상설로 전시하는 ‘상설형’, 특정 연도에 수집된 소장품 양이 많지 않아도 작품의 수준이 높고 사람들의 관심을 끌 수 있는 경우 미술관 유희공간 등을 통해 1점 이상의 소량을 공개하는 ‘포커스형’으로 구분 가능함

유형	내용	형태	공간
정기형	1년 1회 전시	정기 기획전	미술관 전시실
비정기형	2년 이상의 성과 전시	비정기 기획전	미술관 전시실
상설형	일정 공간에 상시 공개됨	상설	전시실 및 유휴공간
포커스형	1,2점의 소량의 소장품 공개	팝업 형태	유휴공간

〈표 95〉 소장품 전시 구분

- ‘정기형’의 장점은 소장품 수집 성과를 시민들에게 정기적으로 공개하여 소통역량을 강화하고, 이에 따른 자료 생산이 주기적이라는 데서 찾을 수 있음. 하지만, 소장품 확보가 주기적으로 이루어져야 하며 공간 운영에 있어 소장품이 아닌, 다른 기획전 공간과 겹치는 문제가 발생할 수 있음
- ‘비 정기형’의 경우 소장품 전시를 미술관 사정에 따라 필요시에 할 수 있다는 장점이 있지만, 여러 해의 소장품 성과를 특정 기간에 집중적으로 연구·공개해야 한다는 부담이 있음
- ‘상설형’은 특정 공간에 미술관의 정체성을 드러내는 양질의 작품을 상설 소개하여 미술관의 정체성을 강화하고 기획전 개최에 따른 학예인력의 부담을 덜 수 있음은 물론, 미술관에서 개최하는 다른 기획전시 준비 기간에 미술관 전시를 꾸준히 소개할 수 있음. 반면, 미술관 소장품의 다양한 면모를 드러내는 데 한계가 있을 수 있으며, 특정 공간을 장기적으로 점유한다는 단점이 있음
- ‘포커스형’의 경우 미술관 유휴공간을 이용하여 작품을 소개하여 공간 활용도를 높이고 작품에 대한 집중력을 높일 수 있지만, 유휴공간 활용은 작품 관리 및 보안에 대한 문제가 있음
- 인천시립미술관은 소장품 전시에 대한 다양한 유형의 장단점을 고려하여 미술관만의 특화 소장품 전시 전략을 마련해야 함

⑤ 소장품 교육

- 미술관은 미술관 소장품에 대한 학예인력들의 연구 결과를 바탕으로 그것을 사람들에게 효과적으로 교육하여 미술관 문화자원에 대한 이해를 증진시켜야 함
- 이러한 교육은 주로 문화강좌나 체험 형태로 이루어지며, 경우에 따라 소장품 작가를 미술관에 초청하여 각종 워크숍을 개최하는 형태로 시행될 수 있음
- 이러한 교육은 대부분 소장품 전시를 계기로 이루어지거나, 소장품 전시 없이 미술관에서 주목할 만한 소장품을 선정하여 이루어지거나, 홈페이지를 통한 디지털 형태의 정보제공을 통해 이루어질 수 있음

⑥ 소장품 대여

- 인천시립미술관은 공립미술관으로서 유관기관과 협력을 바탕으로 소장품의 원활한 대여 업무를 통해 인천광역시 문화자원의 가치를 알리는 일에 적극적으로 나서야 함
- 소장품 대여는 타 기관의 요청에 따라 소장품 상태를 체크하여, 소장품 담당자의 관리 아래 미술관장이 소장품 대여 여부를 결정함
- 미술관은 소장품 대여 여부, 기간, 관리 조건, 보험, 운송에 대한 사항, 홍보의 범위, 관람객들의 사진촬영 가능 여부, 기타 작품의 물리적 특성을 고려한 다양한 제반 사항 등을 고려하여 작품을

대여할 수 있음

○ 작품의 대여는 인천시립미술관과 대여 요청 기관 간의 작품 확인(육안 확인, 보고서, 관리카드 등)이 필요하고 이에 따른 별도의 대여카드(미술관 규정 수립)를 작성, 소장품 안전에 대한 철저한 관리를 전제로 함

⑦ 출판 및 이미지 활용

○ 미술관 소장품은 디지털화하여 홈페이지를 통해 시민들에게 공개하여 미술관 소통역량을 강화하는 데 활용될 수 있음

▶ 홈페이지를 통해 공개하는 미술관 소장품에 대한 충실한 설명(해제 작업)은 기관 이미지를 신장시키고 시민들의 만족도 및 학술연구 효과를 극대화하는 데 있어 중요함

○ 축적된 소장품은 도록 형태로 제작(연간 또는 특정 기간별)되어 판매, 유관기관 배포, 학술자료 및 아카이빙 등으로 활용 가능함

○ 미술관 소장품을 중심으로 각종 아트상품(우편엽서, 필기구, 휴대폰 케이스, 포스터 등)을 개발하여 미술관을 효과적으로 홍보할 수 있음

1.3.2. 수장고 운영(안)

가. 수장고 개념 및 변화

① 개념⁴⁷⁾

- 수장고란 소장품이 소장된 금고실 및 기타 유물을 격납하고 있는 시설을 말함
- 근래에 들어 기존 소장품을 격납 하는 용도를 넘어서 전시, 개방형 수장고의 트렌드가 대두되면서 수장고의 역할과 용도가 변화하고 있음
- 수장고 내 소장품은 뮤지엄(Museum)⁴⁸⁾에 속해 있으며, 개별 유물에 대하여 뮤지엄이 소유권이 없는 경우라고 하더라도 관리 및 활용에 대한 책임은 뮤지엄측에서 담당하는 경우가 많음
- 하지만 지속적으로 증가하는 소장품을 고려할 때, 뮤지엄이 충분히 활용하지 못하고 있는 소장품이 많음 (▶ 대체적으로 뮤지엄 전시에 활용되는 소장품의 비율은 전체 소장품의 5% 정도임)
- 전시실 내에서 이루어지는 전시 이외의 목적으로 소장품을 활용하는 경우는 내부적인 학술연구, 교육프로그램, 기타 출판을 위해 활용하고 있으나, 전체적인 비율로 볼 때 일반 대중에게 공개되는 소장품은 극히 제한적임
- 뮤지엄은 최근 높은 전시 밀도로 보다 많은 양의 소장품 전시가 가능한 개방형 수장고를 도입하고 있음
- 영국 빅토리아 앤 앨버트뮤지엄(Victoria & Albert Museum, V&A)의 경우 도자전시실을 개방형수장고 형태로 도입한 후 전시실 내 관람객에게 접근성을 확보한 유물이 3,000여 점에서 26,000여 점으로 증가하였음
- 그럼에도 불구하고, 앞으로도 미술관 소장품은 계속 증가할 것이며, 이들 소장품에 대한 활용은 다양한 각도에서 논의되어야 함
- 앞으로 뮤지엄은 소장품 존재 그 자체로 만족해서는 안 되며, 소장품이 누구에게 어떠한 가치가 될 수 있는지를 생각해야 함
- 이러한 배경 속에서 개방형 수장고에 대한 논의와 함께 뮤지엄 소장품과 활용에 대한 새로운 개념 정립이 필요함

② 모델

비고	연면적	각 영역별 면적				
		전시공간	수장공간	교육공간	사무연구공간	공용공간
영역별 공간배분 ^{m²}	13,483.4 (4,078평)	4,125.80 (1,248평)	1,523.58 (460평)	1,146.06 (346평)	1,051.67 (318평)	5,636.29 (1,704평)
구성비(%)	100	30.6	11.3	8.5	7.8	41.8

〈표 96〉 인천시립미술관 시설기준면적표

- 일반적으로 수장고의 구성 문제는 〈표 96〉에서 보는 바와 같이 1,523^{m²}라는 공간을 작품 소장을

47) 상주박물관 운영 활성화 방안 연구용역, 상주시, 2022

48) 해외에서는 박물관과 미술관의 의미를 분리하지 않고 뮤지엄(MUSEUM)이라 명하지만, 일본, 중국 등 일부 국가에서는 박물관과 미술관의 의미를 구분하여 사용하고 있으며, 한국은 박물관 및 미술관 진흥법에 따라 박물관과 미술관의 의미를 구분하여 사용하고 있음. 본 주제에서는 박물관 미술관의 구분이 본문 내용을 이해하는데 무의미하므로 박물관과 미술관을 분리하지 않고 뮤지엄으로 명함

위해 어떻게 활용하느냐에 대한 문제이지만, 21세기 수장고 시설에 대한 의미는 공공자산을 시민들에게 공개하여 공립미술관으로서의 공공성 및 자원 활용이라는 측면에서 확대·해석할 수 있음

· 이에 따라 최근 국내에서 노출·개방·전시형 수장고 방식과 여러 뮤지엄 소장품을 통합으로 관리하는 통합형 공동수장고 방식이 발전하고 있음

나. 수장고 종류 및 특징

① 개방형 수장고

- 개방형 수장고는 1976년 캐나다의 브리티시 컬럼비아 대학교(University of British Columbia)의 인류학 박물관(Museum of Anthropology)에서 처음 도입된 개념임
- 개방형 수장고는 원어로 외부인에게 개방된 수장고를 뜻하는 ‘open storage’ 또는 일종의 전시기법을 도입한 수장고를 뜻하는 ‘visible storage’로 표현될 수 있음
- 개방형 수장고는 소장품 수집과 보존이라는 뮤지엄의 고전적 기능에서 소장품의 공유와 활용으로 확대한 것으로, 열린 뮤지엄 민주화의 개념과 함께 생겨남
- 개방형 수장고를 통해 실질적인 유물, 작품과 마주하는 경험을 제공하여 전시물 기반 학습의 가치와 효과를 극대화하고 최신 레저산업인 디지털 체험관, 테마파크 등이 대체할 수 없는 경험을 제공함
- 2000년대 이후 세계적으로 많은 뮤지엄이 개방형 수장고를 도입하여 운영, 건립 중이며 다수의 기관이 2010년 이후 개관할 정도로 최신 경향의 뮤지엄 움직임이 나타남
- 국내는 2013년 국립나주박물관이 개방형 수장고를 도입한 이래로 2018년 이후에 전국으로 확장되어 독립형·개방형 수장 시설이 설치됨
- 국내 개방형 수장고 개관 현황은 <표 97>에서 보는 바와 같이 2017년 이후 꾸준히 증가하고 있음

기관명	지역	개관년도	창고형	전시형	연구형	개방형	독립형
국립나주박물관	나주	2013		■		■	
경기도 행정박물관 개방형 수장고	수원	2017		■		■	
천영기념물센터	대전	2017	■	■		■	
국립중앙과학관 개방형 수장고	대전	2018		■		■	
국립현대미술관청주관	청주	2018		■	■	■	■
성북선잠박물관	서울	2018		■		■	
국립경주박물관 영남권 수장고	경주	2019	■	■		■	■
대전시립미술관	대전	2019		■		■	
한국 세계기록유산 지식센터	안동	2019	■	■	■	■	
제주문화예술 공공수장고	제주	2019		■		■	
국립민속박물관 파주	파주	2020		■		■	■
안산산업역사박물관	안산	2021	■	■		■	
국립청주박물관 충청권 수장고	청주	2021	■	■		■	■
국립박물관단지 통합수장고	세종	2022	■	■	■	■	■
서울시 문화자원센터	형성	2022	■	■	■	■	■

<표 97> 국내 개방형 수장고 개관 현황

- 앞서 살펴보았듯이, 개방형 수장고는 크게 기존 뮤지엄 수장고에 외부 방문이 가능하도록 개방하

는 형태(Open Storage)와 기존의 수장고를 외부에서 관람할 수 있도록 가시성을 확보하는 형태(Visible Storage), 두 가지로 나누어 볼 수 있으며, 개방형 수장고의 형태는 다양한 형태로 발전하고 있는데 기능적 측면에서 아래<표>와 같이 ‘접근성’, ‘공간화’, ‘운영방법’으로 분류·정리할 수 있음

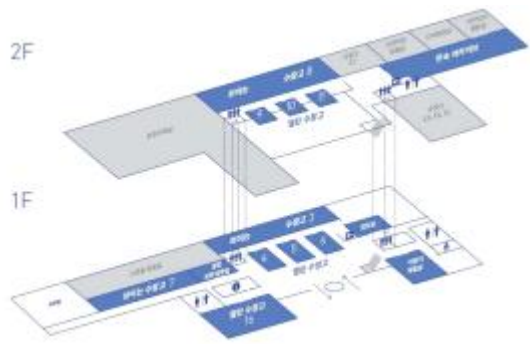
기준	분류	특징
접근성	열린 수장고(Open Storage)	내부로 방문이 가능하도록 개방
	보이는 수장고(Visible Storage)	외부에서 관람할 수 있도록 가시성을 확보하는 형태
공간화	별도 부지 내 수장고 (분관형태)	뮤지엄과 떨어진 지역에 수장을 위한 공간
	뮤지엄 부지 내 독립공간	기존 뮤지엄 부지에 뮤지엄과 분리된 별도의 공간
	뮤지엄 내 수장고	뮤지엄 내 수장고 기존 뮤지엄 건물 내 수장고 공간
	뮤지엄 내 전시실	뮤지엄 내 전시실 기존 뮤지엄 건물 내 전시실 공간
운영방법	수장형 전시	전시 기능을 강조하며, 소장품을 수장고 형식으로 구성
	자유열람형 수장고	수장고의 일부 또는 전체에 대한 접근성 제공
	복합형	전문가 및 준 전문가를 위한 연구 공간

〈표 98〉 개방형 수장고의 기능적 특징

- ‘접근성’의 경우 외부로 소장된 작품을 상시 노출하여 관람객들의 가시성을 확보하여 미술관에 대한 접근성을 높임
- ‘공간화’의 경우 수장고의 물리적 위치로 접근성 확보를 위해 뮤지엄과 떨어진 공간, 뮤지엄과 분리된 공간, 뮤지엄 건물 내부에 별도 시설 마련, 기존 건물의 전시실 활용 등 다양한 운영 방향을 전략적으로 수립해야 함
- ‘운영방법’의 경우 전시 기능을 강조하는 ‘수장형 전시’, 수장고 공간에 대한 접근성을 확보하여 관람객이 소장된 작품을 자유롭게 관람할 수 있게 하는 ‘자유열람형 수장고’, 연구 공간을 공개하거나 활용하는 등의 논의를 의미하는 ‘복합형’으로 구분하여, 인천시립미술관만의 소장품 운영 방향을 설정하여야 함

※ 개방형 수장고 예시

- 모범적인 개방형 수장고 운영 예시로는 국립민속박물관(파주)을 들 수 있음

구분	내용	
개관연도	2021년 7월 23일	
위치	파주시 탄현면 헤이로 30	
연면적	10,268.29㎡	
시설규모	지하층, 지상2층	
수장고	15개 수장고	
소장품	민속유물자료 83,270건 143,381점 / 아카이브자료 814,581건 997,049점 소장	
구성	수장전시영역(6,234.75㎡), 교육 및 사무영역(330.54㎡), 편의 및 유지관리영역(3,703㎡)	

〈표 99〉 국립민속박물관 파주 수장고 현황

- 방대한 소장품을 재질별 보존환경 기준에 맞추어 격납 공간 및 온습도 관리 시스템을 갖추고, 소장품의

손상을 최소화 하는 방법을 모색하며 총 15개의 수장고를 조성됨

○ 외부 환경에 민감한 정도에 따라 10개의 '개방형' 수장고와 5개의 '비개방' 수장고로 나누어 구성됨

○ 10개의 '개방형' 수장고는 관람객이 상시로 수장고 내부를 자유롭게 드나들며 직접 체험할 수 있는 7개의 '열린 수장고(Open Storage/Walk-through)'와 내부 관람은 제한적이지만 유리창을 통해 외부에서 상시 관람할 수 있는 3개의 '보이는 수장고(Visible Storage/Peek-in)'로 구성됨

기준	분류	특징
접근성	열린 수장고 (Open Storage)	4-6, 9-11, 16 수장고
		자유관람(Walk-through) 방식
		수장+전시=전시형 수장고(수장형 전시)
	보이는 수장고 (Visible Storage)	3, 7, 8 수장고
		유리창 관람(Peek-in) 방식
		수장+시각적 개방=개방형 수장고
공간화	별도 부지 내 수장고 / 분관 형태(Off-site Storage)	
운영방법	복합형 : 수장형 전시+자유열람형 수장고+내부제한 관람(수장고 투어, 교육 프로그램 등)	

〈표 100〉 개방형 수장고의 기능성에 따른 국립민속박물관 특징



〈그림 65〉 국립민속박물관 파주 수장고 이미지

○ 〈표 100〉과 같이 개방형 수장고의 기능성에 따른 국립민속박물관 특징은 전시와 수장고 역할을 자유관람 방식으로 동시에 구현하여, 4-6, 9-11, 16 수장고를 '열린 수장고' 개념으로 운영하고 있음

○ 또한, 보이는 개방형 수장고로서 유리창 관람방식을 채택하는 3, 7, 8 수장고를 운영하고 있음

○ 국립민속박물관은 실물의 소장품 외에도 미디어아트 영상, 그래픽, 체험물, 키오스크와 보조검색대 등 다양한 전시 매체를 선택하여 관람객 스스로 능동적인 관람 경험을 유도하고 있음



<그림 66> 국립민속박물관 파주 수장고 디지털 콘텐츠(좌부터 미디어아트영상, 아카이브 검색 테이블, 그래픽, 체험물)

② 공동 수장고⁴⁹⁾

○ 공동 수장고 건립 필요성

- 개인 소장품의 국가 자산화
- 열악한 수장환경의 개선
- 뮤지엄의 전문화 및 분화 경향에 부합
- 공공 수장을 통한 시너지 효과 창출

○ 개방형 수장고의 진화한 형태로 같은 지역에 소재한 다수의 뮤지엄이 모여 새로운 독립 시설로 수장고를 건립하고 그 지역의 문화재까지 통합 관리 중임

○ 시 자체나 재단이 중심이 되어 지역 뮤지엄의 소장품을 통합 관리하는 시스템을 마련하여 소장품 관리 방식을 통일, 지역 문화자원의 보존 및 활용을 극대화하고 있음

※ 해외사례 : 프랑스

○ 센느강의 범람 위험에 따라 센느강 주변에 위치한 뮤지엄들의 소장품을 보존·연구하기 위한 수장고로 공동수장고 설립 프로젝트를 진행 중임

○ 루브르 뮤지엄, 장식 뮤지엄, 오르세뮤지엄 및 오랑주리박물관, 보자르미술학교, 피카소뮤지엄, 케브랑리 뮤지엄이 함께 이용하는 공동 수장고를 건립함

○ 최적의 보존환경을 제공함과 동시에 프랑스박물관 복원 및 조사 센터, 역사유적지 조사 연구소 프로젝트 병행 운영 중임

※ 국내사례 1: 제주 문화예술 공공수장고

○ 지방자치단체에서 계획한 최초의 지역형 공공수장고로 2019년 개관함

○ 제주도립미술관을 중심으로 7개의 제주공립미술관이 모여 함께 이용하기 위한 공공수장고를 설립함

○ 섬이라는 지역 특성상 제주 공립 박물관·미술관의 소장품을 관리함과 동시에 제주도내의 국유, 사유 문화재 전반에 관한 보존처리 및 문화재 복원의 업무를 대행하는 목적을 지님

※ 국내사례 2: 서울시 문화자원센터(예정)

○ 서울시 공립박물관들과 새로 건립 예정인 박물관들의 소장품 수장고 수요를 충족하기 위한 목적으로 구상함

49) 공공수장고 건립관련 기본 구상, 한국문화관광연구원, 2008

- 이후 문화자원의 공공적 활용과 대외 서비스를 위한 시설로 확장되어 국가귀속문화재, 서울미래유산, 서울시 도시개발자료, 서울 시민활동자료, 행정박물관자료까지 포괄하는 서울시 문화유산정보센터의 기능을 포함하게 됨
- 수장시설 기능뿐만 아니라 전문화된 기능의 지원과 대중에게 개방하는 다양한 문화예술 프로그램을 제공하는 서울정보센터 기능으로 확대함

다. 인천시립미술관 수장고 운영방안

① 필요성

- 향후 증가하는 소장품 양을 고려하여 광역시 차원의 중장기 수장고 운영 연구 및 계획이 필요함
- 1998년 개관한 부산시립미술관의 경우 2023년 현재 25년을 맞이하여 300억 규모의 대규모 미술관 리노베이션을 추진, 현재 99% 수장률을 보이는 수장고를 대폭 개선함은 물론, 부산광역시 박물관, 미술관 소장품을 통합 운영할 수 있는 공동수장고 건설을 추진하고 있음
- 이러한 상황에서 울산광역시 역시 미술관 차원을 넘어서 지자체 문화자원의 관점에서 작품 보관 로드맵 마련 필요함
- 현재 인천광역시에 등록된 공립박물관은 모두 20개소로 향후 건립될 인천시립박물관과 미술관을 아우르는 장기적 관점의 통합수장고 운영책이 마련되어야 함

연번	구분	군구	박물관명	주소	관리기관	전화번호
1	공립	강화군	강화역사박물관	인천광역시 강화군 하점면 강화대로 994-19	강화군	032-934-4296
2	공립	강화군	강화자연사박물관	인천광역시 강화군 하점면 강화대로 994-33	강화군	032-934-4296
3	공립	강화군	강화전통박물관	인천광역시 강화군 강화읍 해안동로 1366번길 18	강화군	032-934-4296
4	공립	서구	검단천사박물관	인천광역시 서구 고산후로121번길 7	인천광역시	032-440-6790
5	공립	서구	녹장지박물관	인천광역시 서구 도요지로 54	서구	032-560-4345
6	공립	부평구	부평역사박물관	인천광역시 부평구 굴포로 151	부평구	032-509-6414
7	공립	남동구	소래역사관	인천광역시 남동구 아말대로 1605	남동구	032-453-2132
8	공립	동구	수도국산달동네박물관	인천광역시 동구 숭미로 51	동구	032-770-6130
9	공립	중구	영종역사관	인천광역시 중구 구름로 63	중구	032-760-7602
10	공립	연수구	인천광역시립박물관	인천광역시 연수구 청량로 160번길 26	인천광역시	032-440-6750
11	공립	중구	인천계항박물관	인천광역시 중구 신포로 23번길 89	중구	032-760-6473
12	공립	연수구	인천도시역사관	인천광역시 연수구 인천타워대로 238	인천광역시	032-850-6000
13	공립	중구	짜장면박물관	인천광역시 중구 차이나타운로 56-14	중구	032-760-6473
14	공립	중구	한국근대문학관	인천광역시 중구 신포로15번길 76	인천광역시	032-832-9411
15	공립	중구	한국이민사박물관	인천광역시 중구 월미로 329	인천광역시	032-440-4710
16	공립	계양구	계양산성박물관	인천광역시 계양구 계양산로 101	계양구	032-450-8313
17	사립	연수구	가천박물관	인천광역시 연수구 청량로102번길 40-9	(재)가천문화재단	032-833-4747
18	사립	미추홀구	국제성서박물관	인천광역시 미추홀구 경인로 349번길 16	주안감리교회	032-867-0301
19	사립	미추홀구	병패민속문화박물관	인천광역시 미추홀구 경인로70번길 1-13	개인(김종형, 이용매)	032-884-8904
20	사립	강화군	옥도끼우주센터	인천광역시 강화군 봉은면 강화동로 403	개인(안경희)	032-937-6918

<그림 67> 인천시 관내 공공박물관 현황

- 이에 따라 인천광역시립미술관을 중심으로 다음과 같은 로드맵을 제시하고자 함
- 인천시립미술관의 수장고는 현재의 추세를 반영하여 개방형과 통합형을 융합한 인천광역시 개방·통합형 수장고 운영을 권고하며, 국립현대미술관 청주관과 같이 작품을 보관·보존·수복하는 기능뿐만, 아니라 각종 전시, 교육 등이 함께 일어나 미술관의 사회적 역할을 강화함

단계	1단계	2단계	3단계	4단계	5단계	6단계
시기	2023-2027	2027-2037	2037-2040	2040-2043	2043-2045	2045년 이후
내용	미술관 수장고 건립 및 시설 정비	미술관 작품수집	통합수장고 논의	통합수장고 설계 및 건립	통합수장고 활용	통합수장고 연계

〈표 101〉 인천시립미술관 통합수장고 단계별 건립계획

② 수장고 운영 중장기 계획

○ 1단계

- 인천시립미술관 건립에 따른 수장시설 건립, 완비 및 시설을 정비하고, 이에 따른 향온, 향습 기능 등을 테스트하여 수장고 운영의 최적화를 도모함

○ 2단계

- 양질의 인천시립미술관 작품을 적극적으로 수집하여 수장고 충원율을 높임은 물론, 작품 수집에 수장대 등 각종 수장시설을 완비함

○ 3단계

- 인천광역시 차원에서 통합수장고 건립에 따른 본격적인 설계를 논의하여 수장고 운영에 따른 세부적 계획 및 체계를 마련함

○ 4단계

- 현재 20개 인천광역시 공립박물관 유물과 향후 건립될 인천시립박물관 및 미술관 소장품의 특성을 파악하여 이에 걸맞은 운영 시스템을 도입한 통합수장고를 설계 및 건립함

○ 5단계

- 통합 개방형 수장고 건립에 따른 작품, 자료, 유물들을 이전하여 효율적 소장품 보관 및 운영을 도모함

○ 6단계

- 통합 개방형 수장고 충원율을 높이는 한편, 수장고를 중심으로 한 각종 미술전시 및 교육프로그램 등 시민을 위한 문화 서비스 프로그램을 개발, 확충함

Part 2. 운영 프로그램 및 콘텐츠 개발

2. 운영 프로그램 및 콘텐츠 개발

2.1. 전시 운영 프로그램

2.1.1. 개요

가. 방향성

- 인천시립미술관 전시콘텐츠는 1전시실, 2전시실, 3전시실, 뉴미디어실, ‘야외공간’ 등 총 5곳의 전시실을 중심으로 전시계획을 수립해야 함
- 어린이미술관, 뉴미디어실의 경우, 전시 운영계획에 있어 차별화된 계획을 수립해야 함
- 그 밖에도 4개 동으로 구성된 선교사 사택에 대한 전시계획을 마련함으로써 지리적 관점에서 인천지역의 ‘균형 있는 시각미술보급’이라는 과제에 대한 해답을 제시해야 함
- 인천시립미술관은 전시계획 수립에 앞서 전시유형에 따라 분류하고 10년 단위의 중장기계획을 수립해야 함

나. 전시유형

구분	내용
성격별	지역작가 전시, 디아스포라와 연관성 있는 국내외 예술가 전시, 동시대미술의 국제적 경향을 소개하는 전시, 융복합유형의 전시, 청년작가 전시
장르별	평면(서양화, 동양화, 서예 등), 사진, 판화/드로잉, 입체(조각 및 각종 오브제), 설치, 퍼포먼스, 뉴미디어, 영상, 아카이브 및 각종 자료, 기타
유형별	주제기획전, 외부기획전, 순회전, 특별전, 대관전, 소장품전, 협력전, 공모전, 프로젝트전
참여자별	단체전, 2-3인전, 개인전 등
국가별	해외작가전, 국내작가전(지역작가+국내작가), 혼합전(해외+국내작가), 글로벌전(해외+지역작가)

〈표 102〉 전시유형 분류

○ 위의 〈표〉와 같이 전시는 크게 성격별, 장르별, 유형별, 참여자별, 국가별로 구분할 수 있음

- 〈성격별〉로는 지역작가와 작품을 소개하는 지역작가 전시로 인천시립미술관의 가장 중요한 정체성 중 하나인 ① 디아스포라와 연관성을 드러내는 작가에 대한 전시 ② 국내외 최신 미술 동향을 소개하는 전시 ③ 미디어아트는 물론 학제 간 교차를 의미하는 융복합 유형의 전시 ④ 청년작가들의 창작활동을 소개하는 전시로 구분할 수 있음
- 〈장르별〉로는 크게 평면(서양화, 동양화, 서예 등), 사진, 판화드로잉, 입체(조각 및 각종 오브제), 설치, 퍼포먼스, 뉴미디어, 영상, 아카이브 및 각종 자료 등으로 세분화할 수 있음
- 〈유형별〉로는 ① 주제기획전 : 미술관 내부 전시기획자들의 창의력과 학술 능력을 바탕으로 선정된 특정 주제를 중심으로 이와 관련된 다양한 유형의 작가들의 작품을 소개하는 전시 ② 외부기획전 : 특정 분야의 전문가를 미술관 객원 큐레이터 형식으로 초청하여 개최되는 기획전 ③ 순회전 : 최근 이견희 컬렉션전과 같거나 비슷한 유형의 전시가 국내외 여러 미술관을 순회하며 소개되는 전시 ④ 특별전 : 개관 기념과 같이 특별한 상황을 기념하기 위해 개최되는 전시 ⑤ 대관전 : 공모를 통해 미술관 전시실 일부를 개인이나 단체에 대여하여 개최되는 전시 ⑥ 소장품전 : 미술관 소장품 성과를 보고하는 전시 ⑦ 협력전 : 다른 문화예술기관 또는 단체와 협력하여 개최되는 전시 ⑧ 공모전 : 특정한 목적아래 전국 또는 지역 공모를 통해 전시 또는 작가를 선정하여 개최되는 전시 ⑨ 프로젝트전 : 특정한 시기에 단발적으로 소개되는 행사성이 강한 미술전시 등으로 구분할 수 있음

- <참여자별> 구분의 경우 ① 단체전 : 여러 명의 작가가 특정 목적에 따라 특정 전시에 참여하는 유형의 전시 ② 2~3인전 : 특정한 주제나 목적에 따라 소수 단체의 창작물을 소개하는 전시 ③ 개인전 : 한 작가의 예술 세계를 집중적으로 조망하는 전시로 구분할 수 있음
- <국가별>로는 ① 해외작가전 : 해외작가들의 창작을 소개하는 전시 ② 국내작가전 : 지역작가나 국내 여러 작가를 소개하는 전시 ③ 혼합전 : 국내작가와 해외 작가가 특정 주제에 따라 동일한 공간에 동일한 목적으로 자신들의 창작물을 소개하는 전시 ④ 글로벌전 : 해외작가와 지역작가를 연결하여 소개하는 전시 등으로 구분할 수 있음

2.1.2. 전시 운영계획

가. 전시계획

- 전시계획은 미술관 ‘개관전’, ‘개관 1기(초기)’, ‘개관 2기’(중기), ‘개관 3기’(안정기)로 나누어 해당 시기에 걸맞은 미술관 전시계획을 수립해야 함
- 전시와 관련하여 아래표와 같이 각 시기에 적절한 미술관 활동 내용을 요약함

시기	연도	내용	비고
개관전	2024-2027	· 미술관 준공 후 본격적인 미술관 운영에 앞서 시범으로 전시를 운영하여 전시 개최에 따른 여러 문제점을 파악, 이를 통해 향후 전시 운영 방향을 결정할 수 있음. · 개관 시범 전시는 ‘지역작가’, ‘청년작가’, ‘미술관 건립 프로젝트’, 이벤트적 성격이 강한 ‘프로젝트형 전시’ 등을 고려할 수 있음.	· 국립현대미술관 서울관은 미술관 건립 예정지(옛 기무사 부지)에 <신호탄>이라는 전시를 개최하여 미술관 개관을 알리고, 이를 통해 미술관 전시 운영에 대한 정보를 취득함. · 전남도립미술관 역시 본격적인 미술관 개관에 앞서 2020년 <#VR>이라는 전시를 개최함 · 미술 전문가로 이루어진 TF를 초기에 구성하여 ‘디아스포라 작가’ 추적, ‘국내외 비중 있는 작가들’과 전시 스케줄 조율, ‘뉴미디어 콘텐츠 개발’, ‘소장품 전시’에 대한 준비를 지속해서 추진해야 함
개관1기(초기)	2027-2028	· 인천시립미술관 개관을 국내외에 효과적으로 알릴 수 있는 뚜렷한 주제 의식(디아스포라, 국내외 높은 인지도의 작가, 지역미술, 뉴미디어 중심), 과 비중 있는 작가들의 작품을 중심으로 전시하여 미술관 정체성을 구축. · 여기에 미술관 개관 및 건축과 관련된 소규모 전시 역시 고려 대상.	· 주로 ‘디아스포라’의 이미지를 강조하는 작가들의 작품 전시를 우선적으로 고려함 · 국내외 비중 있는 작가들의 전시를 추진하여 미술관 개관을 ‘글로벌 이슈화’함 · 학술연구를 통해 검증된 인천 출신 근현대 작가들을 미술사적 중요성을 맥락으로 하여 ‘지역 작가’ 전시를 개최함 ※ 중요사항: ‘지역 작가’ 전시는 반드시 학술연구를 통한 철저한 검증(미술사적, 미학적 맥락 강조)을 필요로 하며, 특히, 검증 불가능한 특정 미술단체의 대규모 전시는 지양해야 함(별도의 위원회 구성 역시 고려함) · ‘평화’와 ‘디아스포라’라는 이슈에 따라 새터민작가들의 전시 역시 중요하게 고려할 수 있으나, 정치적 이슈와는 무관하게 진행해야 함 · 뉴미디어의 경우 인공지능, 로보틱스, AR/VR, 메타버스와 같은 미술의 최신 경향을 소개함 · 디아스포라 작가들에 대한 꾸준한 학술연구(추적) 필요함
개관2기(중기)	2029-2032	· 미술관 정체성을 구현하는 비중 있는 국내외 작가들 전시 기조를 유지하면서도, 학술연구강화, 소장품전시, 각종 자료전시는 물론, 미술관 관의 독창적인 디지털 콘텐츠 개발·소개에 초점을 두어야 함.	· 수준 높은 국내외 작가들을 초대하기 위해서는 최소 3년의 준비 기간이 필요, 이에 따라 전시 준비는 TF부터 중장기적 비전하여 수립되어야 함 · 소장품 축적에 따른 각종 자료 생산과 동시에 전시가 개최되어야 함 · 3-5년 정도의 준비 기간을 통해 인천시립미술관이 작가나 기술단체와 협력하여 자체 개발한 디지털 콘텐츠를 제작·소개하여 미술관의 수준 높은 기획력을 대내외에 홍보함 · 디아스포라 작가들에 대한 꾸준한 학술 연구(추적) 필요함
개관3기(안정기)	2033-2036	· 미술관 정체성에 걸맞은 여러 미술전시 개최를 지속하여 추진함. · 디아스포라나 지역작가에 관한	· 학예·학술연구를 통한 각종 전문 자료를 생산함 · 지역 원로작가들에 대한 조사·연구를 철저히 함 · 지역 청년작가 발굴을 위한 각종 공모전을 개최함

	<p>철저한 연구를 통해 미술관 정체성을 공고히 함.</p> <p>· 5년 이상의 전시 운영을 통해 미술관 전시 방향을 새롭게 설정할 필요가 있음.</p>	<p>· 국내외 유명 문화예술기관과 협력(MOU)업무를 추진함</p> <p>· 인천 관내 미술대학교들과 공동으로 추진할 수 있는 각종 프로그램을 기획하여 지역 미술관으로서의 공공성을 확장함</p> <p>· 문화예술분야 전문가를 초청하여 각종 학술행사를 적극적으로 추진함</p> <p>· 미술관련 각종 출판물 생산을 강화함</p>
--	--	---

〈표 103〉 전시 단계별 계획

나. 전시실 운영계획

- 기본적으로 전시실 운영은 ‘여러 개의 갤러리를 전시의 성격, 개최 시기, 전시 규모, 관람객 동선에 따라 어떻게 물리적으로 분배하는가’ 하는 문제로 귀결됨
- 비중이 높은 대규모 전시는 미술관 여러 갤러리를 통합하고, 성격에 따라 미술작품을 야외에 설치하여 유연성 있게 운영해야 함
- 그런데도 미술관 전시실 및 전시공간 특성에 따라 기본 운영 방향 설정이 가능함

○ 1전시실



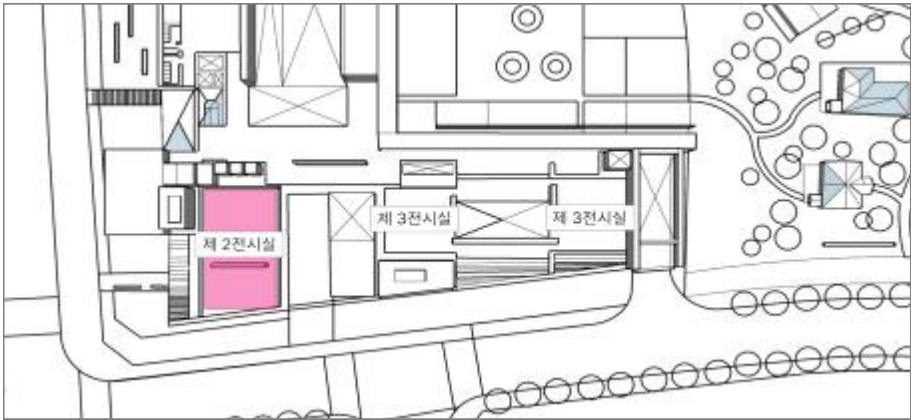
〈그림 68〉 1전시실 위치

- 1전시실은 미술관에서 가장 중요한 공간으로 미술관 정체성이 깊게 드러나는 미술전시를 위주로 운영해야 함
- 이에 따라 개관 전후를 기점으로 아래(표2)와 같은 공간 운영계획을 제시함

시기	연도	내용
개관전	2024-2027	-미술관 준공 후 본격적인 미술관 운영에 앞서 ‘미술관 건립 프로젝트’나 이벤트적 성격이 강한 ‘프로젝트형 전시’ 등을 고려할 수 있음
개관1기(초기)	2027-2028	-인천시립미술관 개관을 국내외에 효과적으로 알릴 수 있는 뚜렷한 디아스포라나 국내외 높은 인지도의 작가 전시를 중점적으로 개최함
개관2기(중기)	2029-2032	-미술관 정체성을 구현하는 비중 있는 국내외 작가들 전시 기조를 유지할 수 있음
개관3기(안정기)	2033-2036	-디아스포라, 국내외 주요 작가, 소장품을 중심으로 한 미술관 정체성에 걸맞은 여러 미술전시 개최를 지속해야 함

〈표 104〉 1전시실 전시 단계별 계획(안)

○ 2전시실



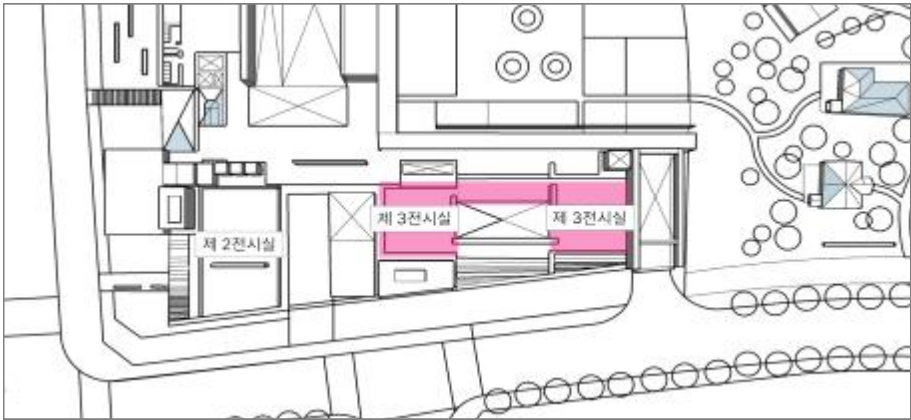
<그림 69> 2전시실 위치

- 2전시실은 1전시실과 연동한 미술전시를 운영하거나 그것을 보조할 수 있으며, 1전시실이 소장품 전시를 제외한 독립된 전시를 운영할 경우 ‘소장품 전시’, ‘청년작가전시’, ‘각종 자료전시’, ‘외부 협력 전시’를 위주로 운영될 수 있음
- 이에 따라 개관 전후를 기점으로 아래(표4)와 같은 공간 운영계획을 제시함

시기	연도	내용
개관전	2024-2027	-미술관 준공 후 본격적인 미술관 운영에 앞서 시범으로 ‘소장품’이나 ‘청년작가’ 전시 등을 고려할 수 있음
개관1기(초기)	2027-2028	-제1전시실과 연계하여 인천시립미술관 개관을 국내외에 효과적으로 알릴 수 있는 뚜렷한 주제 의식을 드러내는 대규모 미술전시를 개최함
개관2기(중기)	2029-2032	-제1전시실 기획전과 연계하거나 소장품전시, 각종 자료전시를 중심으로 운영할 수 있음
개관3기(안정기)	2033-2036	-미술관 정체성에 걸맞은 여러 미술전시 개최를 지속하여 추진함은 물론, 청년작가 전시 및 외부와의 소통 및 협력이 가능한 다양한 유형의 미술전시 개최 가능함

<표 105> 2전시실 전시 단계별 계획(안)

○ 3전시실



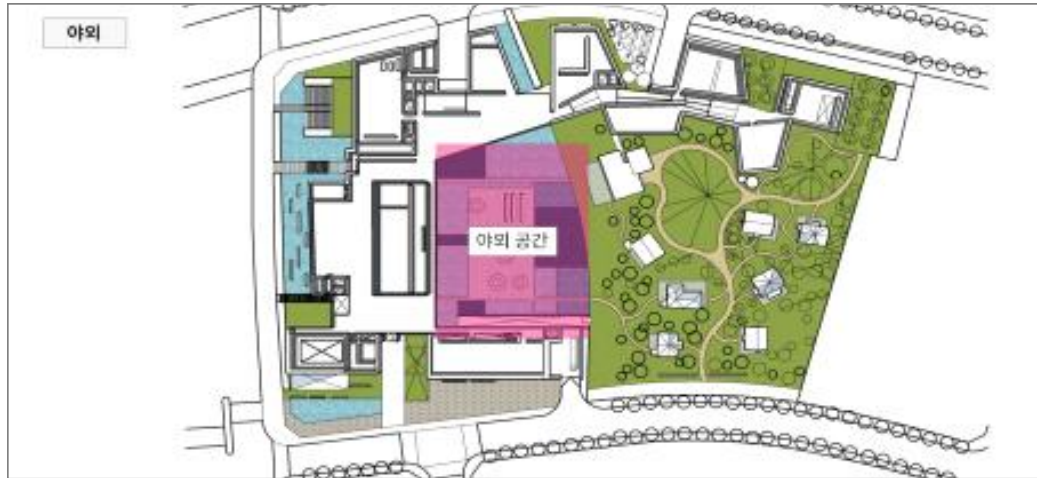
<그림 70> 3전시실 위치

- 3전시실의 경우 1, 2전시실과 연계된 대규모 미술전시를 개최하거나, 독립적으로 운영되었을 때 ‘지역 작가들’의 작품을 지속해서 소개하는 각종 로컬 프로젝트 중심의 전시가 기획될 수 있음
- 이에 따라 개관 전후를 기점으로 아래(표5)와 같은 공간 운영계획을 제시함

시기	연도	내용
개관전	2024-2027	-미술관 준공 후 본격적인 미술관 운영에 앞서 시범으로 ‘지역작가’ 전시 추진 고려
개관 1기(초기)	2027-2028	-인천시립미술관 개관을 국내외에 효과적으로 알릴 수 있는 뚜렷한 주제 의식을 드러내는 대규모 전시를 1, 2전시실과 연계하여 운영함은 물론, ‘지역작가’ 발굴 및 소개를 위한 공간으로 운영 가능
개관 2기(중기)	2029-2032	-학술연구를 통해 지속해서 지역 작가를 발굴하고, 그 결과를 전시를 통해 소개함
개관 3기(안정기)	2033-2036	-미술관 정체성에 걸맞은 여러 미술전시 개최를 지속하여 추진함 -디아스포라나 지역작가에 관한 철저한 연구를 통해 미술관 정체성을 공고히 함 -5년 이상의 전시 운영을 통해 미술관 전시 방향을 새롭게 설정할 필요가 있음

<표 106> 3전시실 전시 단계별 계획(안)

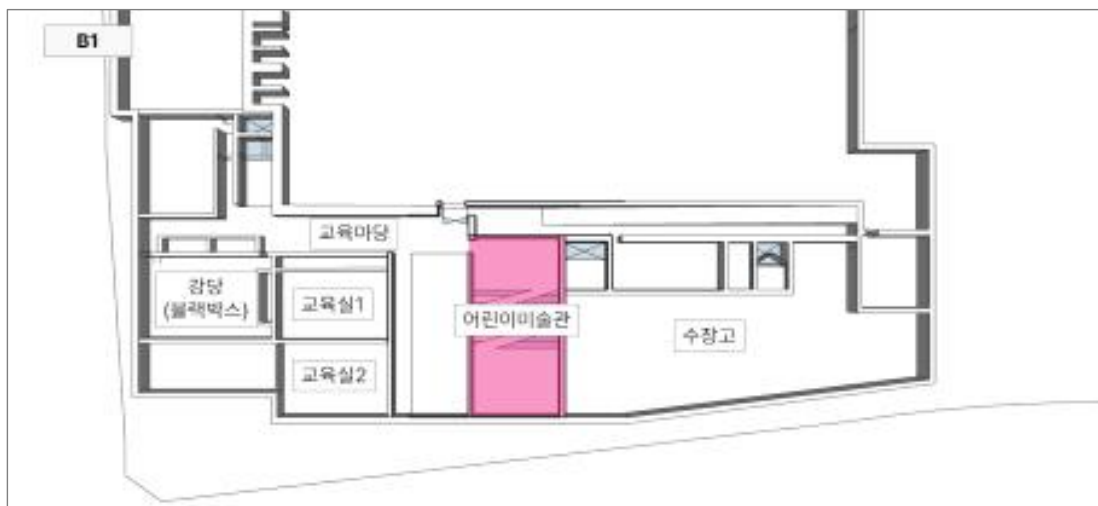
○ 야외공간



〈그림 71〉 야외공간 위치

- 미술관 야외공간의 경우 미술관을 상징하는 실외 미술작품(조각, 설치, 디자인) 등을 지속해서 전시할 수 있음
- 소장품 운영 방향에 따라 야외공간을 이용한 ‘야외 조각 공원’ 조성 역시 고려할 수 있음
 - ▶ 야외 조각 공원 조성 시 작품 설치 가능한 공원의 면적 및 소장품 방향성에 따른 별도의 중장기적 소장품 수집·설치 계획이 필요함
- 이 밖에도 야외 공연, 퍼포먼스, 미디어파사드 및 각종 행사를 위한 공간으로 활용 가능함

○ 어린이미술관



〈그림 72〉 어린이미술관 위치

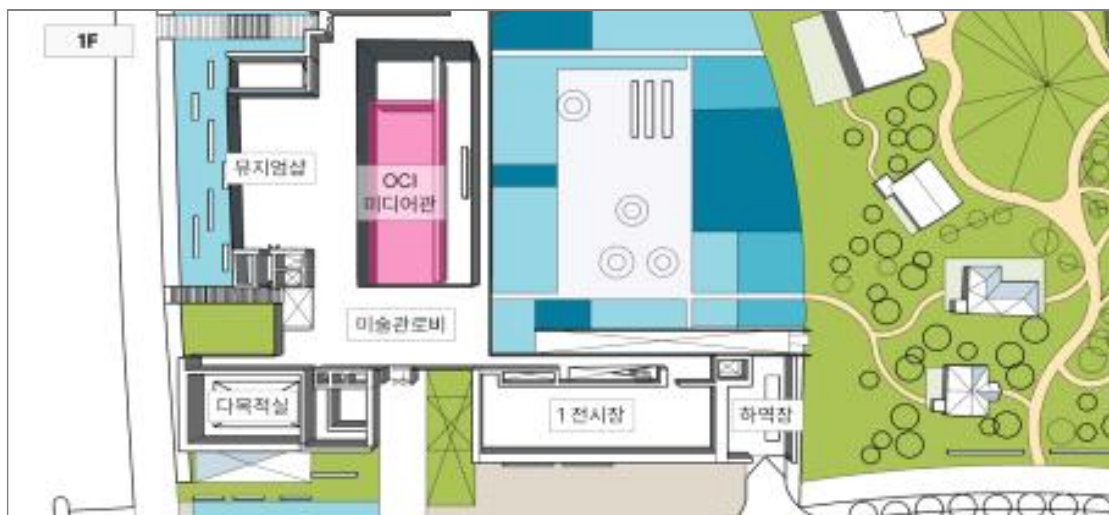
- 어린이미술관 운영은 크게 아래〈표〉와 같이 공간미술을 구현하는 ‘기획공간형’, 공간미술을 상설로 전시하는 ‘상설공간형’, 어린이 미술을 주기적으로 교체하여 운영하는 ‘기획전시형’, 교육적 효과를 극대화하는 ‘교육공간형’, 관람자의 참여를 목적으로 하는 ‘참여공간형’으로 구분하여 제시하고자 함

기획공간형	<ul style="list-style-type: none"> - 공간미술을 전문으로 하는 기성작가, 건축가, 디자이너가 어린이미술관의 취지에 부합하게 꾸미고, 해당 공간에서 각종 체험 프로그램이 진행됨 - 공간은 주기적(5개월, 1년 등)으로 변화하는 기획전 형태로 운영, 시기별 변화를 줌 	<ul style="list-style-type: none"> - 공간 구성을 통한 미술관 활용 극대화함
상설공간형	<ul style="list-style-type: none"> - 공간미술을 전문으로 하는 기성작가, 건축가, 디자이너가 어린이미술관의 취지에 부합하게 꾸며 장기간(1년 이상) 상설형태로 운영함 	<ul style="list-style-type: none"> - 상설공간 운영을 통한 인력 및 예산절감 효과임 - 콘텐츠 구성이 유연하지 못한 단점임
기획전시형	<ul style="list-style-type: none"> - 별도의 공간 구성없이 어린이 미술관 취지에 맞는 다양한 형태의 기획전을 주기적으로 개최함 	<ul style="list-style-type: none"> - 주기적으로 신선한 미술 프로그램 개최라는 장점과 주기적으로 전시를 준비해야 하는 단점이 있음
교육공간형	<ul style="list-style-type: none"> - 전시를 교육적 측면에서 구성하여 운영하는 체험형 콘텐츠를 운영함 	<ul style="list-style-type: none"> - 인천시립미술관이 지향하는 미술관 교육에 대한 방향성 및 정체성을 뚜렷해야 함
참여공간형	<ul style="list-style-type: none"> - 각종 체험 가능한 미술작품을 전시하거나, 어린이들이 직접 제작한 작품을 주기적으로 전시함 	<ul style="list-style-type: none"> - 참여를 통한 이용자의 만족감을 극대화할 수 있지만, 다소 진부한 내용물 전시가 예상됨

〈표 107〉 어린이미술관 전시유형

· 위의 특징에 따라 인천시립미술관은 어린이미술관 운영 방향을 결정할 수 있으나, 공간운영의 효율성 및 관람객 만족도의 극대화라는 측면에서 기획공간형, 기획전시형, 교육공간형, 참여공간형을 복합적으로 부분적, 반복적 또는 교차적으로 차용하여 인천시립미술관만의 고유한 어린이미술관 운영을 제안하고자 함

○ 뉴미디어실



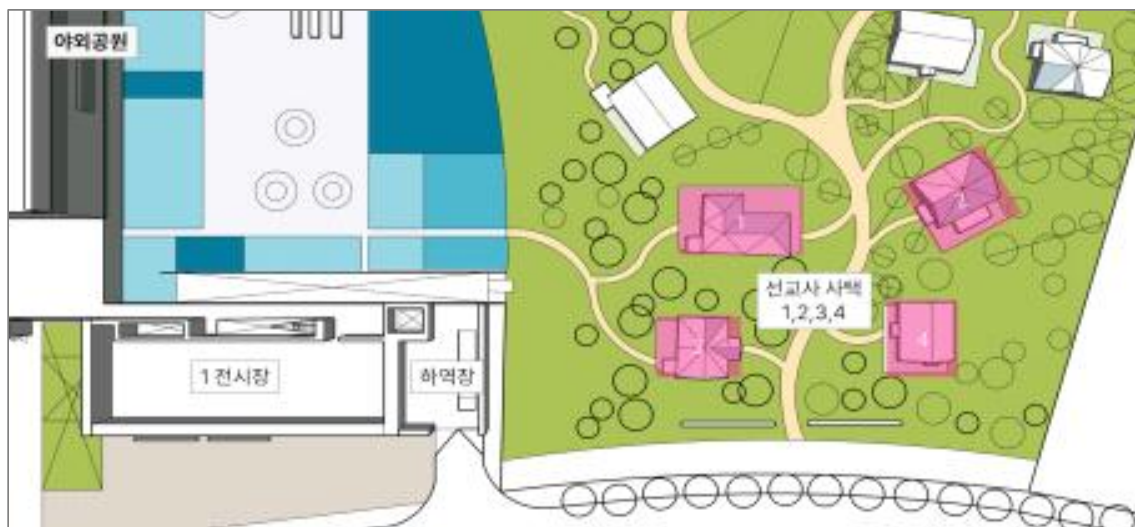
〈그림 73〉 OCi미디어관 위치

· 뉴미디어실 운영은 크게 디지털아트 예술가가 기존에 개발한 작품을 뉴미디어실에 소개하는 ① ‘기존 작품형’, 미술관이 뉴미디어실에 걸맞은 작품을 작가와 함께 개발하여 소개하는 ② ‘개발 작품형’, 예술작품이라기보다는 지역작가 및 미술관 홍보를 위해 개발한 디지털 콘텐츠를 ③ ‘일반 콘텐츠형’으로 구분하고자 함

CHAPTER 06 인천시립미술관 운영방안

- 인천시립미술관 콘텐츠 개발의 경우 인천 출신으로 근현대미술사에 있어 국내외 미술계에서 큰 족적을 남긴 인물을 소재로 한 미디어 작품을 제작하여 교육적 효과와 함께 인천미술의 위상을 널리 알릴 수 있는 방향으로 추진할 수 있음
- 이 밖에도 인천의 역사나 환경을 소재로 한 디지털콘텐츠 개발을 고려하여 인천시립미술관으로서의 정체성 강화를 도모할 수 있음
 - ▶ 지나친 교육 및 홍보 콘텐츠는 관람객들의 흥미유발을 저해할 수 있음을 고려해야 함
- 미술관 실내 전시장에서 뉴미디어실과 관련된 콘텐츠는 주로 ‘몰입형(Immersive)’, ‘가상현실(VR)’, ‘증강현실(AR)’, ‘혼합현실(XR)’로 구분될 수 있지만, 최근 미디어관 운영 경향(울산시립미술관, 국립아시아문화전당, 아르떼뮤지엄 등)은 몰입형을 지향하고 있음
- 21세기 미술관을 지향하는 인천시립미술관의 경우 몰입형뿐만 아니라 다양한 유형의 콘텐츠를 시범적으로 운영하여 미술관 특징에 걸맞은 디지털 콘텐츠 계획을 수립해야 함
- 디지털 작품 제작을 위해 작가는 물론, 국내외 대학교 및 유명 기관과 협력업무 추진을 권장함
- 디지털 콘텐츠 제작은 수년간의 연구 결과물임을 인지하여 장기적 관점에서 투자·개발함을 원칙으로 함
- 인천시립미술관이 자체 제작한 콘텐츠는 국내외 다른 기관과 협력하여 순회하여 소개할 수 있는 방안 모색이 필요함

○ 선교사 사택(4동)



〈그림 74〉 선교사 사택 구성 및 위치

- 선교사 사택의 경우 인천미술의 역사를 알리는 각종 자료 중심의 아카이빙 전시가 용이함
 - 국내외 미술작가를 초대하여 창작 공간을 제공하는 레지던시 운영이 가능함
 - 지역작가나 기획전을 중심으로 작품 창작을 유도하는 창작소 운영이 가능함
 - 지역작가들이 자유롭게 자신들의 작품을 소개하는 커뮤니티 전시관으로 운영 가능함
- * (제8절 지역문화활용방안 참조)

2.1.3. 전시 콘텐츠 및 프로그램 제안

가. 환경 · 조건에 따른 전시 프로그램

① 소장품전

- 최근 미술관들은 관객들의 재방문을 및 소장품 활용도를 높이며 새로운 해석을 통해 소장품의 가치를 확장 시키기 위해 ‘상설전’ 보다는 소장품을 중심으로 대여 작품과 함께 구성한 ‘소장품 기획전’을 기획하는 경우가 많음
- ‘소장품 기획전’을 기본으로 하되, ‘신소장품 전’ 등 소장품의 현황을 조명하는 전시는 미술관의 소장품 자체에 대한 질문을 던지는 전시가 바람직함
- 개항지, 평화 등 인천의 사회적, 역사적 계기를 중심으로 그 영향을 받은 예술가들, 인천지역 화단 연구, 인천지역 미술운동, 인천 대표 작가들로 구성된 인천 미술사 전시 등 다양한 주제의 전시가 요구됨
- **권장 교체주기는 1년 이내로 하되, 타 기관 순회전 등으로 연장할 수 있음**

인천 대표 근대 작가들	분야
김은호(金殷鎬, 1892-1979)	동양화(한국화)
우석(雨石) 장발(張勃, Thomas Chang, 1901-2001)	서양화
검여(劍如) 유희강(柳熙綱, 1911-1976)	서예
김영건(金英健, 1915-1976)	서양화
김상유(金相遊, 1926-2002)	판화

〈표 108〉 인천 근대미술의 대표적 작가들

주최	전시 제목	전시 기간	전시 내용
부산시립 미술관	거대한 일상: 지층의 역전, 1980년대 부산미술조명전	2021.3.31.~ 2021.8.22	부산의 ‘형상미술’을 조명하는 전시로, 지역 근현대미술사를 바탕으로 구성함
경남도립 미술관	도큐멘타 경남III - 형평의 저울	2022.7.15.~ 2022.10.2	1923년 경남 지역의 백정에 대한 차별로 인해 설립된 형평운동에 관한 아카이브를 전시하고 작가 3인이 오늘날의 인권과 평등에 관한 신작을 선보인 전시임
경기도 미술관	시점時點·시점視點 - 1980년대 소집단 미술운동 아카이브	2019.10.20.~ 2020.2.2	경기지역의 ‘80년대 소집단 미술 운동 아카이브 전시로 충실한 자료와 더불어 소실 작품의 복원 등 다양한 콘텐츠로 구성함
대구 미술관	프레임 이후의 프레임 한국현대사진운동 1988-1999	2018.10.23.~ 2019.1.13	대구 지역의 사진 운동이 어떻게 한국의 사진사의 흐름을 이끌었는지를 보여주는 구성으로 지역을 중심에 두고 사진사를 재서술한 아카이브 사진전을 개최

〈표 109〉 지역성을 주제로 한 소장품 기획전시

② 주제기획전

- 주제기획전은 미술관이 시대적 흐름에 어떻게 반응하는지를 보여주는 전시로, 동시대적 문제의식을 제시하되 **인천 지역과의 연결성**을 보여주는 것이 중요함
- 특히 개관 초기에는 인천의 지역성 및 차별화 전략 관련 주제에 집중함으로써 미술관의 특징과 지향점을 선명하게 보여주는 것이 필요함

CHAPTER 06 인천시립미술관 운영방안

- 최근 지역성을 중심으로 근·현대미술사를 아카이브와 함께 정리하고 소실 작품의 복원이나 연관된 신작 제작 등 다양한 콘텐츠를 선보이고 있음
- 권장 교체주기는 연 2회 이상을 권장함

주제 기획전 키워드 제안
디아스포라, 문화다양성, 바다, 생태, 간척지, 매립지, 개항, 자유무역, 조계지, 도시개발, 평화

〈표 110〉 주제 기획전 키워드(예시)

[참고사례] 차별화 전략(디아스포라) 관련 전시	
	
인천아트플랫폼 《코리안 디아스포라: 한지로 접은 비행기》 (2022) 한국 공식이민 120주년 기념으로 디아스포라를 주제로 한 전시로 백남준, 제인 진 카이젠 등 다양한 노마드를 소개한 전시임	MMCA 현대차 시리즈 2023 정연두 <백년 여행기>(2023) 국립현대미술관의 현대차 시리즈 작품으로, 멕시코 한인 이주사에 관한 정연두의 작업임

〈표 111〉 차별화 전략(디아스포라) 관련 전시 사례

나. 참여 대상에 따른 기획 방향

① 인천 젊은 작가 전시

- 인천지역에서 활동하는 젊은 작가를 집중적으로 조명하는 전시로 일반적으로 3~4인의 작가를 선발하여 진행함
- 공모를 통해 선발하기도 하나 미술관의 성격에 맞는 적합한 작가들을 선발하기 위해서 관장 및 학예실에서 선정하는 경우가 많음
- 대안공간 및 신생공간이 신진작가를 위한 플랫폼의 역할을 하고 있기에, 완전 신진보다는 인천시립미술관에서 주목해서 중진 작가로 발돋움할 역량이 있는 작가는 엄선하는 것이 매우 중요함
- 전시의 결과물뿐만 아니라 지역의 젊은 작가들의 성장계기를 마련하는 것이 중요하기 때문에 기획자나 비평가를 초대하여 멘토링을 병행하는 경우가 많음

주최	전시 제목	시작연도	참여 작가 및 전시 특징
국립현대미술관	젊은 모색	1981	‘청년작가전’으로 시작한 국내에서 가장 오래된 신진작가 발굴 프로그램.
부산시립미술관	젊은 시각 새로운 시선	1999	부산을 기반으로 활동하는 신진 작가 전시. 내부 선정위원회에서 3인을 선정.
대구미술관	Y-artist 프로젝트	2012	지역작가 양성과 국내 신진작가 발굴을 목적으로 하는 전시지원 프로그램. 만39세 이하 작가 지원 가능.
청주시립미술관	내일의 미술가들	2017	청년작가들에 주목하는 전시
경남도립미술관	N Artist	2016	신진작가들을 발굴하고 지원하는 격년제 전시

〈표 112〉 국내 공립미술관의 젊은 작가 전시

② 국내 원로 및 중견 작가 개인전

- 한국현대미술에서 중요한 원로 및 중견 작가의 대규모 개인전
- 인천에 연고가 있거나 인천지역을 중심으로 활동하는 원로 및 중견 작가의 개인전을 개최함으로써 지역 미술의 발전에 기여할 수 있음
- 원로 및 중견작가의 경우 미술사적 검증이 필요하므로 연구자들로 구성된 자문위원회를 통해 의견을 수렴하는 과정이 필요함
- 작가 연구 세미나, 연구에 기반한 작가 도록 발간 등을 진행하고 작가별 모노그래피 아카이브를 구성하여 미술관 연구 자료로 활용함
- 중견 작가 개인전과 연계하여 인천시립미술관에서 수여하는 예술상 제도를 시행함으로써 선발과정을 공식화하고 미술관의 위상을 높이는 계기를 마련할 수 있음

주최	전시 제목	연도	참여 작가 및 전시 특징
부산시립미술관	한국현대미술작가조명: 이형구	2022	한국현대미술작가조명의 네 번째 전시로 현대미술사의 중요한 작가를 선정하여 연구 및 개인전을 진행
서울시립미술관	정서영 : 오늘 본 것	2022	조각가 정서영의 대규모 회고전으로, 서울시립미술관의 중견 작가 전시
청주시립미술관	로컬 프로젝트 <권오상-예와상대를 살아가기>	2023	지역에서 활동하고 있는 작가들을 선정해서 예술 환경을 가늠하는 전시
북서울시립미술관	타이틀 매치 -임홍순, 오메르 파스트: 컷	2022	중견 작가 2인을 선정해서 동시 개인전을 개최하는 전시

〈표 113〉 국내 원로 및 중견 작가 전시 특징

③ 어린이 전시

- 어린이 전시 전용관을 운영하는 미술관이 점차 증가하고 있음
- 최근 미술교사들을 중심으로 하는 교육용 전시나 체험 전시뿐만 아니라 예술가들이 아이들을 위해 별도의 작품을 제작하거나 프로그램을 운영하는 어린이 관객을 위한 예술가 프로젝트가 다양해지고 있음

국내	서울 북서울미술관, 부산시립미술관, 경기도어린이미술관, 광주시립미술관, 국립현대미술관 과천관, 성북 어린이미술관 꿈자람, 헬로우뮤지움, 고양 어린이박물관 등
국외	브루클린 어린이 미술관, 코퍼스크리스티과학역사박물관, 샌프란시스코 과학관, 시카고과학산업박물관, 프랭클린과학박물관, 보스턴어린이박물관 등

〈표 114〉 어린이 전용 전시관을 운영하는 국내·외 주요 미술관

[참고 사례] 어린이 전시 전용관	
 <p>북서울미술관 어린이갤러리 주로 예술가가 어린이를 위한 특별 프로젝트에 참여하여 진행됨. 어린이 체험형 교육 공간은 별도로 운영하고 있음</p>	 <p>풍피두센터 어린이갤러리 예술가들이 어린이 전시관을 위한 체험형 작품들을 제작하며 성인용 전시와 연계하여 관련 주제로 진행하기도 함</p>

〈표 115〉 어린이 전시 전용관 참고 사례

[참고 사례] 어린이 전시	
 <p>멜라니 보나요 <터치마텔> (2023) 서울시립미술관에서 기획한 어린이 전시로, 작가와 6-8세의 어린이와 함께 하는 워크샵 및 영상으로 구성된 전시임</p>	 <p>김홍석 <많은 사람들> (2023) 부산시립미술관에서 김홍석 작가가 커미션 작업으로 만든 어린이 전시임</p>

〈표 116〉 어린이 전시 사례

다. 기타 특수 공간 및 전시장 조성을 위한 프로그램

① 미디어 아트 전용관

- 미디어 아트 전용관은 첨단 기술을 활용한 멀티미디어 작품 상영에 최적화된 전시 공간을 말함
- 실감형 콘텐츠, 인터랙티브 설치 등을 이용해 대중친화적 공간으로 조성 가능하며, 설계단계에서부터 멀티미디어 작품의 설치가 가능하도록 전기설비, 천장레일 설비, 조명, 음향 장치 등을 갖추어야 함
- 현재 일부 미술관, 박물관에서 운영하고 있는 설비 조건에 맞추기보다는 기술 발전 속도를 고려하여 미래에 다양한 첨단미디어의 실험이 가능한 공간으로 조성하는 것이 바람직하며, 전문가 자문을 통해 시설을 갖추는 것이 중요함
- 기존 작품을 실감형으로 재해석하는 프로그램 등을 시도할 수 있음

[참고 사례] 미디어아트 전용관	
 <p>울산시립미술관의 XR Lab 국내 공공미술관 최초의 실감형 미디어아트 전용관으로 주로 빔프로젝터 매핑 기술을 이용한 작품을 전시하고 있음</p>	 <p>아르스 일렉트로니카의 <딥 스페이스 8K> 미디어 아트 미술관인 오스트리아의 아르스 일렉트로니카의 최첨단 멀티미디어 전시실. 빔프로젝터, LED 등 다양한 고성능 장비를 갖추고 있으며, 상시 8K 영상의 구동이 가능함</p>

<표 117> 미디어아트 전용관 참고 사례

[참고 사례] 기존 작품의 멀티미디어 재해석	
 <p>데이빗 호크니 <해돌이>(2021), 코엑스 전광판 호크니의 '아이패드' 작품을 대형 전광판에 맞도록 재제작한 영상을 상영함</p>	 <p>공공x김지평(2022), 강남역 미디어 플랫폼 '지-라이트' 국립현대미술관 미술은행에 소장된 동양화 작품을 멀티미디어로 재해석하여 공공장소에서 상영함</p>

<표 118> 기존 작품의 멀티미디어 재해석 사례

○ 다목적 홀

- 다목적 홀은 최근 미술관에서 적극적으로 활성화하고 있는 다양한 관객 참여형 프로그램들(강연, 퍼포먼스, 아티스트 토크, 스크리닝, 심포지엄 등)을 수용할 수 있는 공간임
- 국립현대미술관 서울관의 '멀티 프로젝트 홀', 플랫폼 엘 컨템포러리 아트센터의 라이브 홀 등을 참조할 수 있음
- 다목적 홀은 최소한 다음과 같은 기본 요소를 갖추어야 제 기능을 수행할 수 있으며, 내부 공간 디자인 단계에서 설치가 되어야 함

다목적 홀 기본 설비		
이동식 객석(미사용시 보관이 용이한 구조)	이동식 무대 조명 장치	공연용 마루 바닥재
다채널 음향 장치 및 방음설비	컨트롤 룸 (사운드 및 장비 제어)	영상 스크린 및 재생 장치(빔프로젝터 또는 LED월)



<표 119> 다목적홀 기본 설비

[참고 사례] 미술관 다목적 홀	
 <p>국립현대미술관 '멀티프로젝트 홀'</p> <p>이동식 객석으로 공간 변형이 가능하며, 공연용 마루, 조명, 사운드, 방음설비 등을 갖추고 있음</p>	 <p>플랫폼 엘 컨템포러리 아트센터 '라이브 홀'</p> <p>규모는 크지 않으나 이동식 객석의 완전 제거가 가능하며, 화이트 큐브라서 전시, 강연, 퍼포먼스 등 다양하게 활용이 가능함</p>

〈표 120〉 미술관 다목적 홀 참고 사례

○ 전시장 조성 타당성 점검을 위한 프로그램

- 기본 설계안 검토 후, 전시 동선의 효율성, 안전성 등을 테스트 하는 시뮬레이션 및 모니터링 프로그램을 진행하는 것이 필요함
- 장애 관객의 접근성에 관한 연구를 진행하여 '배리어 프리' 전시장 조성이 필요함
- 탄소중립을 지향하는 친환경 재료 및 재활용 방안 등을 마련해야 함

[참고 사례] 전시장 조성 타당성 점검을 위한 프로그램	
 <p>서평주, <경남도립미술관 장애인 관련 시설 점검 영상>, 2022, 3채널 비디오, 15분 35초</p> <p>미술관 전시에 참여한 작가가 직접 장애 관객을 섭외하여 미술관 곳곳을 돌아다니며 불편 사항을 점검하는 영상임</p>	 <p>아르코 미술관 공공프로그램 <프리즘> (2022)</p> <p>아르코 미술관에서 진행한 시각장애인을 위한 미술관 개선 프로그램으로 디자인, 시각장애인, 웹 전문가 등이 모여 '포용적 큐레이팅' 워크숍을 진행함</p>

〈표 121〉 전시장 조성 타당성 점검을 위한 프로그램 사례

2.2. 교육 프로그램 및 콘텐츠 개발

2.2.1. 인천시립미술관 교육 개념 및 기본방향

가. 미술관 역할과 기능에 대한 패러다임의 변화

① 미술관 교육의 중요성 부각

- 국제뮤지엄협의회(International Council of Museums, ICOM, 2007)의 뮤지엄을 위한 윤리강령에 “뮤지엄은 사회와 사회의 발전에 이바지하고, 공중(public)에게 개방되는 비영리의 항구적인 기관으로서 학습과 교육, 위락을 위하여 인간과 인간의 환경에 대한 유형·무형의 증거를 수집, 보존, 연구, 교류, 전시한다”라고 언급한 바와 같이 뮤지엄 자료수집과 전시 등에 있어서도 뮤지엄의 교육기관으로서 입지와 역할을 강조함⁵⁰⁾
- 미술관 교육은 과거 단순히 미술관에서 운영되는 체험 위주의 교육프로그램을 의미하였으나, 최근에는 미술관의 고유의 목적으로 미술관 내에서 이루어지는 다른 목적을 이루기 위한 수단이나 하위 조건이 아닌 ‘소통의 장’으로서 ‘미술관 교육’이 변화하는 추세임
- 미술관 교육의 역할은 점차 사회적 환원 활동으로 더 다양해지고 중요시되고 있으며 미술관의 미래를 이끌 비전으로 그 중요도가 매우 높고, 그 대상과 범위가 광범위하게 이루어지고 있음

② 공교육과 연계한 ‘대안적 장’으로서 미술관 교육

- 현대 사회에서의 교육 방향은 창의성과 창조력을 중요시하며, 지식 획득뿐만 아니라 이를 활용하고 창조하는 능력을 강조하는 추세임
- 이러한 변화에 발맞추어 현대의 미술관들은 어린이와 청소년들을 대상으로 예술의 경험을 확대하고 창의력 강화를 목표로 새로운 지식을 창출해낼 수 있는 창의인재 교육 시스템을 구축하고자 노력하고 있음
- 미술관 교육은 강제성을 띤 학교 교육과 달리, 고정된 커리큘럼이 없고 개개인의 흥미와 관심을 유도하여 지식과 정확한 가치의 전달로 발전시키는 방법 등으로 교육이 이루어져 공교육제도가 가지는 한계성을 보완하고 있음
- 미술관 교육은 유물, 작품, 소장품 등 실물을 직접 보여주는 시각적 효과와 체험을 통한 교육적 효과가 매우 높음
- 현재 우리나라 어린이 문화예술 교육의 방향도 실기교육 중심에서 벗어나 오감을 활용한 통합교육을 통해 창의력 제고 및 미적 감수성 함양으로 미래 시민의 삶의 질 제고를 목적으로 함
- 미술관의 교육 기본 방향은 누리과정 및 초등학교 교과과정과 입체적으로 연계되고, 미술관의 전시 및 작품에 기반을 둔 어린이 전용 프로그램을 자체적으로 개발하여 시민들의 기대에 부합하는 문화예술 교육프로그램을 운영하고 있음

50) 국제박물관 협의회(ICOM)박물관 윤리강령,국제박물관협의회(International Council of Museums), 2007

③ 평생교육 수단

- 급격한 사회변동에 효과적으로 대처할 수 있고 사회발전을 촉진시킬 수 있는 사회교육역량을 증대시키기 위한 평생교육의 중요성이 대두되며, 현대 사회에서 개인의 능력과 국가 경쟁력을 증대할 수 있는 평생교육은 국가적 차원에서 강조되어왔음
- 미술관 교육 프로그램은 자기주도적인 학습활동을 강조하며 예체능과 같이 정규교과 과정에서 충족되지 못하는 부분을 조화롭게 보완하기 위해 박물관, 미술관 공연 등으로 학습의 장이 넓어짐
- 따라서 미술관 교육 프로그램은 특정 연령대에만 한정되지 않고, 다양한 요구와 관심에 부합하는 교육 프로그램을 개발하고 제공함으로써, 다양한 연령 및 배경의 사람들을 대상으로 평생 학습을 촉진함
- 그러므로 미술관의 교육을 특정 연령대에 단편적으로 한정하지 않고 다양한 요구에 부합하는 교육 프로그램으로서 평생 교육의 개념으로 개발되어야 함
- 미술관 교육 프로그램의 독특한 특징 중 하나는 이러한 프로그램이 미술관이라는 건축적 공간과 전시 공간, 미술 작품, 미술 교육 전문가(에듀케이터)와 같은 전문인력이 결합하여 제공된다는 것이며, 복합적 요소들이 상호작용하면서 사회적 경험과 주체적인 참여 속에서 최대의 교육적 효과가 이루어짐

나. 인천시립미술관 교육 운영 특성 및 기능 강화

① 기능 강화 필요성

- 현대의 미술관은 과거 소장품 위주의 미술관 고유의 기능에서 전시, 교육, 체험, 해설, 공연, 이벤트 등 그 기능이 확장됨에 따라 미술관 교육의 중요성이 부각 되고 있음
- 미술관 교육은 미술관을 찾는 관람객에게 방문 동기를 부여하고 적극적인 소통 방법의 일환으로 미술관의 교육 기능이 강화되고 있음
- 전시물에 대한 관람객의 이해를 최대화하고 미술교육을 통해 미술관의 브랜드 이미지 확립이 용이함
- 인천시립미술관은 인천뮤지엄파크 내 위치하고 공원, 인천시립미술관, 복합문화공간, 콘텐츠플라자 등 각 시설 간의 연계를 위한 중심 역할이 요구됨에 따라 기관 종사자들의 전문인력양성 교육 및 재교육 등을 중심으로 각 기관간의 연계 시너지를 창출하고 인근지역 교육기관과의 협력관계(MOU)를 통해 지역 경쟁력을 확보할 수 있음
- 글로벌 시대, 관문도시, 개항도시인 인천시의 세계화에 부합하는 경쟁력을 확보하기 위해 인천시의 문화 다양성을 '문화 디아스포라'로 확장하고 교육프로그램을 개발하여 범국민적 이해를 도모할 필요가 있음

② 교육 운영 특성

- 많은 국공립 미술관은 특별한 전시나 프로그램을 위해 정규 운영 시간을 연장하거나, 특정 날짜에 활동을 확대함으로 일상적인 업무나 학교 시간 외에도 미술관을 방문하고 예술과 문화를 경험할 수 있게 함
- 미술관은 교육과 오락의 기능을 결합한 '에듀테인먼트(Edutainment)'의 효과적 발현이 가능한 장소로 인식되며 교육프로그램을 통해 관람객에게 즐거움과 창의적인 경험을 제공할 수 있음

- 미술관은 현대인의 문화적 욕구와 여가 활동을 충족시키는 중요한 장소로 자리 잡고 있으며, 예술과 문화를 다양한 계층의 사람들에게 소개하고 보다 폭넓게 이해하고 즐길 수 있는 기회를 제공함
- 미술관은 교육프로그램 전달에 있어, 전문지식을 효과적으로 전달할 수 있도록 대중화의 노력이 더욱 필요함
- 미술관 교육 프로그램은 다른 교육 기관과 비교했을 때 두 가지 중요한 차별점을 가지고 있으며, 이로 인해 교육 대상에게 독특하고 효과적인 학습 경험을 제공함
- 차별화된 미술관 교육 프로그램의 특징은 미술관을 교육의 중요한 장소로 만들며, 학생들과 관람객들에게 훨씬 더 동적이고 참여적인 학습 경험을 제공함

2.2.2. 미술관 교육프로그램의 운영 계획(안)

가. 기본방향

- 인천시립미술관은 미술의 전통적 영역을 넘어, 21세기 융복합 시대의 다양한 예술 장르와 문화 현상을 이해하며 미적 체험을 넓힐 수 있는 각 세대에 적합한 형태의 교육을 제공함
- 교육 프로그램을 통해 전시를 비롯한 미술관의 성격과 개념을 명확하게 부각시키고, 관람객 계층의 대상별 요구에 따른 맞춤형 소통을 촉진함으로써 학습적 경험을 심화함
- 미술관의 미션과 정체성, 여건을 근거로 교육의 우선순위 대상을 설정하고 다양한 계층과의 협력을 통해 대중과 미술관의 문화적·사회적 매개 역할을 수행함
- 미술관 교육의 방향과 기획, 전시, 조사연구, 교류 기능과 연동하여 교육이 미술관의 유기적인 기능을 작용하도록 함
- 수요자 중심 교육프로그램과 참여 유도형 프로그램으로 접근할 수 있음
- 주5일 수업 및 자유학기제 시행에 따른 유소년 대상 교육프로그램 개발 및 어린이를 동반한 가족이나 청소년의 여가 수요에 대응체계 구축 등 초·중고 자유학기제 시행에 따른 미술관의 다양한 교육 프로그램을 제공함
- 국내외 유사사례 및 우수사례시사점을 도출하여 이를 기반으로 인천시립미술관의 교육프로그램 운영 방향을 다음과 같이 설정함
- 인천시립미술관은 각 세대에 맞는 교육을 제공하며, 시대의 흐름과 사회적 요구에 따라 미술을 이해하고 즐기는 방식이 달라지므로, 미술 감상 및 교육을 다양한 연령대와 관람객접근이 가능하도록 교육프로그램을 기획하고 운영하는 것에 중점을 둠

나. 교육프로그램 운영계획 방향성

① 전시 관람 몰입도를 높이는 교육 프로그램 운영

- 전시기획 의도, 작가의 창작 의도, 작품 평론 등의 내용과 연계한 관람객의 전시 이해를 높이고 전시관람에 몰입할 수 있도록 교육 프로그램을 기획하고 운영함
- 관람객이 전시작품의 역사적·예술적 배경에 관한 학습을 통해 작품감상에 이해를 돕고자 함

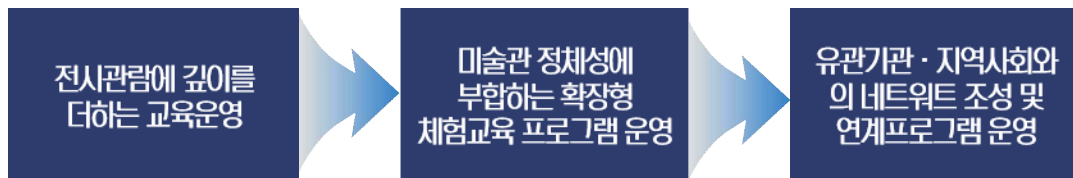
- 학습한 내용을 바탕으로 학습지, kit 등 교구재를 활용한 적극적인 관람 유도 및 감상 작품과 관련된 창작활동을 연계하여 교육적 효과를 높이고자 함

② 전시기획 및 전시주제에 부합하는 확장형 프로그램 운영

- 소장품의 미술사적 배경과 미학적 가치를 연구하고 전시 주제에 부합하는 교육 프로그램 개발 및 운영을 통해 미술관의 이미지를 구축하고 재방문을 제고에 기여함
- 다양한 주제의 교육 프로그램을 운영하고 참신하고 흥미있는 체험·교육 방법을 개발하여 관람객들의 충성도를 높이는데 기여함
- 전시실, 수장고, 야외공간, 선교사 사택, 뉴미디어관, 아트샵 등 미술관의 다양한 영역을 체험할 수 있는 프로그램을 운영하여 관광객 및 인근지역 주민들에게 문화향유의 기회를 제공함

③ 유관기관·지역사회와의 네트워크 구성과 연계프로그램 운영

- 인천시 인근 지역 학교, 평생교육기관, 인천문화예술회관 등과 협력(MOU)을 체결하여 에듀센터(HUB)구축의 기반을 마련하고 교육적 시너지 효과를 창출함
- 인천문화재단, 인천아트플랫폼, 인천 지역내 사립미술관, 대안공간, 갤러리 등 유사기관과 지역사회와의 네트워크를 조성하여 협력을 통해 전문적이고 안정적인 교육운영방안을 도모함



〈그림 75〉 인천시립미술관 교육프로그램 운영 방향성 제시

다. 교육프로그램 중장기 계획 구축

① 1단계 : 교육 기반 조성

- 교육담당 교육사(에듀케이터) 채용 및 미술관 교육 중장기 정책 수립
- 학교 교육과정 교과 분석 및 평생 교육 연계 체계 구축
- 국내외 교육 운영 및 평가 자료 데이터베이스 구축
- 주요 교육대상 교육프로그램 모형 개발
- 주요 소장품에 대한 교육프로그램 개발
- 지역 미술사 연구 및 지역사회 프로파일 및 니즈분석

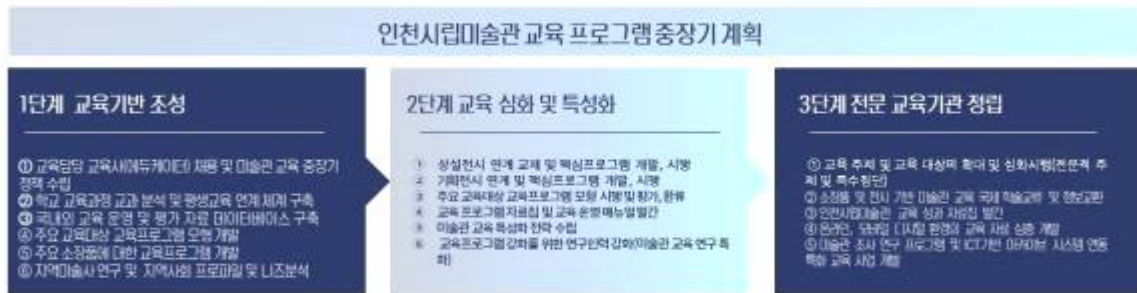
② 2단계 : 교육 심화 및 특성화

- 상설전시 연계 교재 및 핵심프로그램 개발, 시행
- 기획전시 연계 및 핵심프로그램 개발, 시행
- 주요 교육대상 교육프로그램 모형 시행 및 평가, 환류
- 교육 프로그램 자료집 및 교육 운영 매뉴얼 발간
- 미술관 교육 특성화 전략 수립

- 교육프로그램 강화를 위한 연구인력 강화(미술관 교육 연구 특화)

③ 3단계 : 전문 교육기관 정립

- 교육 주제 및 교육 대상의 확대 및 심화시행(전문적 주제 및 특수집단)
- 소장품 및 전시 기반 미술관 교육 국제 학술교류 및 정보교환
- 인천시립미술관 교육 성과 자료집 발간
- 온라인, 모바일 디지털 환경의 교육 자료 심층 개발
- 미술관 조사 연구 프로그램 및 ICT기반 아카이브 시스템 연동 특화 교육 사업 개발



〈그림 76〉 인천시립미술관 교육 프로그램 중장기 계획(안)

라. 교육프로그램 운영(안)

○ 인천시립미술관은 미술과 예술 교육의 중요성을 강조하며, 미술관 교육이 시민들에게 의미 있는 문화 경험을 제공하는 통합교육시스템의 인천아트 에듀센터(HUB)를 목표로 함

① 유형별 프로그램

○ 개인 관람자 프로그램

- 미술관은 다양한 관람자를 위한 맞춤형 프로그램을 개발하여 예술과 문화에 대한 관심을 확대하고 교육적 가치를 제공해야 하며 이를 위해 다음과 같은 전략과 기술을 활용할 수 있음
- 아동(가족동반), 청소년뿐만 아니라 일반인 개인관람객을 대상으로 한 안내와 교육 프로그램 개발이 필요하며, 이러한 경우 미술관 앱(App) 혹은 대여용 오디오 가이드 등을 활용할 수 있음

○ 가족 프로그램

- 가족 단위 관람객의 참여를 유도하기 위해 주말 프로그램을 집중적으로 운영함
- 한 부모 가정, 할아버지·할머니 돌봄 가정 등 다양한 대상을 고려한 맞춤형 가족 프로그램을 운영함
- 연령대별로 구분하여 도슨트 가이드 및 관람 프로그램을 운영하는 맞춤형 전시설명 프로그램 개발이 필요함

〈참고〉

- * 패밀리 Tour: 5세 이상 청소년 이하 및 부모 포함 가족의 특별 관람+도슨트 프로그램
- * 유모차 Tour: 3세 이하 유아 및 부모 특별 관람 및 가이드 프로그램
- * 하이라이트 Tour: 계기 기획전 등과 연계 중요 작품 중심 관람+도슨트 프로그램
- * 실버 Tour: 어르신과 자녀 동반 관람 및 가이드
- * 작가 및 미술관 관계자와 함께 즐기는 감상 및 체험 프로그램을 개발함
- * 미술관 Talk: 작가 및 미술관 관계자와 함께 작품 및 전시에 대한 설명, 질의응답이 이루어지는 소규모감상 및 토론 프로그램으로 운영함. 초등 5학년 이상의 아동, 청소년, 및 부모가 함께 즐기며 미술 작품에 대한 더 깊은 이해를 도모하게 함
- * 전시 콘텐츠를 활용한 체험 프로그램: 만 7세 이상의 초등학교생을 대상으로 전시와 작품을 통한 사고력 확장에 목적을 둔 체험과 실기 결합형 가족 프로그램으로 개발함

〈표 122〉 가족 프로그램 예시

○ 일반단체 프로그램

- 마을(동) 단위 단체, 학교, 직장 단위, 동호회 및 모임 단위의 단체 사전 신청에 의한 특별 가이드 서비스 및 관람 프로그램을 마련하고, 계기성 프로그램으로 진행함

○ 문화 다양성 프로그램

- 인천시의 인구학적 특징을 살려 외국인 및 다문화 가족을 위한 문화다양성 프로그램을 개발하고 운영하고 시민들이 적극적으로 참여할 수 있도록 다양한 통번역 서비스와 다국어로 제작된 교육 자료를 제작하여 제공함

○ 소외계층 대상 프로그램

- 고령 인구, 장애인 등의 소외계층 대상을 위한 관람 및 가이드 프로그램을 개발하고 효과적으로 운영하여 미술관의 접근성을 높이고 문화향유의 기회를 제공함

○ 언어 감상 프로그램

- 외국인 단체관람, 다문화 동아리, 해외관광객 등의 그룹을 대상으로 미술교육은 물론, 언어 감상 프로그램을 개발하고, 한국어 및 다양한 언어 교육과 미술 교육을 융합한 형태로 제공되어 외국인들이 미술 작품을 미술관 내에서 언어적으로 이해하고 감상할 수 있도록 함

○ 도슨트 및 자원봉사자 역량강화 교육프로그램

- 최근 현대미술의 다양성과 소통방식의 변화에 따라 미술관의 미션 및 전시와 소장품의 이해는 물론이고 관람객의 특성을 파악하고 그들과 커뮤니케이션할 수 있는 기술까지 보유해야 한다는 도슨트의 역할과 직무능력의 요구가 높아지고 있음
- 그러나 현재 공립미술관의 도슨트는 무급의 자원봉사로 미술관 행정직 공무원이 관리하는 수준에 머물러 있어 도슨트의 전문적 역량이나 자질의 문제를 해결하기 위한 전담 교육 프로그램을 활성화 하는 것이 중요함
- 이에 자원봉사자 또한 다양한 관람객과 대면하는 위치에 있는 만큼, 현대미술에 대한 전문교육과 관람객 서비스에 대한 맞춤형 교육 프로그램을 운영해야 함

〈참고〉

- * 자원봉사자 교육: 미술관 자원봉사자는 다양한 관람객과 상호 작용하는 역할을 수행하므로 현대미술에 대한 전문지식과 관람객 서비스를 위한 맞춤형 교육 프로그램을 운영함
- * 일일 도슨트 프로그램: ‘오늘은 나도 도슨트’, ‘일일 도슨트’ 등 유명인사나 지역 초등학생을 초빙해 도슨트로 활동해 보는 직업체험 프로그램을 운영, 이를 통해 도슨트 직업체험 및 미술관의 다양한 분야를 경험을 체험할 수 있도록 함

〈표 123〉 자원봉사, 일일 도슨트 프로그램 예시

○ 아웃리치(outreach) 프로그램

- 미술관 아웃리치 프로그램은 학습 및 업무에 바쁜 초·중·고등학생 및 직장인들에게 직접 찾아가 미술교육을 무상으로 제공하여 미술관의 영역을 확장하고 미래의 주 관람객층이 될 초·중·고등학생들의 미술관 방문을 적극적으로 유도함
- 아웃리치 프로그램을 통해서 다양한 사회계층 간의 상호교류가 이루어지도록 하며 이를 통해 미술뿐만 아니라 문학, 음악, 영화, 애니메이션 등의 다양한 장르를 반영한 교육으로 현대미술의 다양성을 체험하고 실천함

○ 첨단 기술 활용

- 미술관은 어플리케이션과 증강현실을 활용하여 관람자에게 미술작품을 보다 전문적으로 이해하고 몰입할 수 있는 프로그램을 제공할 수 있음
- 스마트폰, 휴대용 태블릿 PC, 증강현실 등 최첨단 디지털 기술과 매체를 활용하여 개인 관람자에게 단순한 작품소개와 안내를 넘어서 교육 콘텐츠를 향유, 체험할 수 있도록 할 필요가 있음
- 청소년, 성인 등 대상 관람객을 명확하게 구분하여, 눈높이에 맞는 관람객 맞춤형 교육콘텐츠를 개발하고 감상 및 교육용 어플리케이션(App)을 개발하여 활용해야 함
- 개인화된 어플리케이션(App)은 관람자의 눈높이와 관심사에 맞게 맞춤 설정(customizing)하여 다양한 관람 및 교육 경험을 제공함
- 자기주도학습과 교육프로그램 결과물을 전시할 수 있는 공간과 행사를 기획하여 개인별 관람 및 교육활동이 축적되고 개인 점검이 가능하게 하여 재방문을 유도함
- 개인 관람자들이 단체나 가족 단위 관람객과 같은 다수 관람객과 동선이 불편하지 않도록 맞춤형 동선을 개발하고, 특별히 개인 관람자들을 위한 맞춤형 전시 관람 동선을 개발하여 운영함
- 자기주도학습과 정규교육프로그램의 결과물을 전시하는 행사를 공간설계에 반영함
- 미술관은 관람자들이 자신의 학습 과정과 창의적 결과물을 공유하고 소통할 수 있는 플랫폼으로서 제공되며, 이러한 행사는 관람자 개개인의 학습 및 창의력을 존중하며, 미술관을 더 동적이고 참여적인 학습 공간으로 만들게 됨

② 어린이 교육프로그램

○ 미래 관람객으로서 입체적인 연계 프로그램 개발

- 미래의 관람객인 어린이들을 주요 대상으로 교육프로그램을 설정하고 입체적인 연계프로그램을

개발하는 것은 미술관의 미션을 이행하고 동시에 관람객 확대를 위해 매우 중요함

- 어린이들은 미술관을 방문할 때 주로 가족과 함께 오는 경우가 많으므로 미술관이 가족 단위 관람을 고려해야 함. 따라서 인천시립미술관은 어린이와 그들을 동반하는 관람객을 주요 관람객으로 설정하고, 이들을 위한 맞춤형 프로그램을 개발하고 운영하는 방안을 모색해야 함
- 이를 통해 미술관 방문을 가족 단위로 더 많이 올 수 있도록 유도하고 어린이들의 참여와 미술관 경험을 확대하기 위한 적절한 운영 방향과 방안을 마련하는 것이 바람직함
- 인천시립미술관은 이러한 맥락에서 어린이와 그들을 동반하는 관람객을 주요 대상으로 정하고, 이러한 관객들을 위한 특별한 맞춤형 프로그램을 개발하고 운영하여 미술관 방문을 더욱 가족 친화적이고 기억에 남는 체험과 다양한 경험의 장으로 변화시킬 수 있음
- 어린이와 가족들의 문화와 예술에 대한 흥미와 관심을 높일 수 있으며, 미술관 방문을 즐겁고 유익한 가족 행사로 만들 수 있음

○ 생활 속 문화예술 실현

- 문화체육관광부는 2017년 주요 업무계획에서 국민들의 문화예술 참여와 경험을 확대하는 것을 국정기조 중 하나로 제안하고 있으며, 특히 방과후 돌봄교실, 예술꽃씨앗학교, 토요문화학교 등 어린이들의 생활 속 예술 활동을 강조하는 다양한 문화정책을 확대하고자 하고 있음
- 이에 따라 인천시립미술관은 어린이 관련 전시 및 교육을 강화해야 하며 어린이와 청소년들이 미술관을 더 가깝게 느끼고, 창의력을 키우며, 미술과 예술의 매력을 느끼도록 돕는 역할을 수행해야 함

③ 교육프로그램 운영(안) 제시

- 미술관은 교육과 오락기능을 모두 경험할 수 있는 에듀테인먼트(Edutainment)의 효과적 발현이 가능한 장소로서, 교육 프로그램을 전달함에 있어 진지한 내용(전문지식)을 효과적으로 전달할 수 있도록(대중화) 노력이 필요하다는 점을 강조함
- 인천시립미술관은 교육프로그램의 확대를 통한 미술관의 정체성 확립을 인식시킬 필요가 있음
- 다양한 교육프로그램 제공은 폭넓은 관람객 유치에 효과적이라고 인식됨
- 전국적으로 가장 인기있는 어린이 교육프로그램을 통한 가족 참여의 확대를 기대
- 교육실, 체험실, 2개의 강당, 선교사 사택 등을 활용한 교육의 양적 증대 효과가 가능하므로 타 기관에 비해 학예교육 인력이 확보되어야 할 환경으로 보임

분야	구분	주요내용
학예교육	전시연계교육	작품 전시와 연계한 교육프로그램을 통해 전문적인 지식 정보 제공 역할
	예술강좌	시민을 대상으로 하는 예술기반 강좌 프로그램
	소장품 연계교육	소장품을 소재로 작가와의 만남 또는 도슨트 프로그램 등 운영
	양성교육	전시해설, 도슨트, 직업체험, 어린이해설사 등의 프로그램
	체험교육	어린이 청소년 대상 체험프로그램 등
	가족프로그램	주말 가족대상 예술체험 프로그램 등
	영상교육	예술영화상영, 영상강좌 등
	워크숍	교사연수프로그램, 학교연계, 기관 연계, 전문인 대상 교육 프로그램 등
	특별강좌	초청 세미나 및 전시작가와의 만남 등

〈표 124〉 인천시립미술관 교육프로그램 운영(안)

Part 3. 홍보 및 마케팅 방안

3. 홍보 및 마케팅 방안

3.1. 홍보마케팅 개념 및 방향

3.1.1. 홍보마케팅의 필요성

가. 개요

- 현대의 미술관에서 홍보마케팅 사업은 선택이 아닌 필수이며 관람객의 관점에서 미술관에 방문하기까지의 접근방법은 매우 다양하고 광범위해졌음
- 일반적인 접근이 아닌 전문적 정보전달과 소통을 통한 분석이 매우 중요함
- 홍보마케팅 전략에 따라 기획된 결과물의 성과가 달라질 수 있음
- 온라인홍보 마케팅은 미술관의 입장객 수를 늘리고, 전시의 인지도와 평판을 높이는 데 효과적임
- 온라인홍보 마케팅은 다양한 콘텐츠와 소통 방식을 통해 관람객과의 감성적인 연결 효과가 높음
- 온라인홍보 마케팅은 비대면 시대에 미술관의 존재감과 가치를 전달할 수 있는 중요한 수단임

〈SNS 마케팅 비법⁵¹⁾〉

- ① SNS 계정을 미술관의 브랜드 이미지와 일관성 있게 운영하라
- ② SNS 콘텐츠는 미술관의 전시물뿐만 아니라 관람객의 모습, 미술관의 이야기, 문화예술 소식 등으로 다양화하라
- ③ SNS 콘텐츠는 재미있고 감성적이며 공유하기 쉬운 것으로 만들어라
- ④ SNS 콘텐츠는 관람객과 소통하고 참여할 수 있는 방식으로 제작하라. 예를 들어 해시태그 이벤트, 사진 공모전, 퀴즈 등을 활용하라
- ⑤ SNS 콘텐츠는 타 SNS 계정과의 협업을 통해 확산력을 높여라. 인플루언서, 유명 인사, 타 기관 등과의 파트너십을 맺어라. 등의 최근 가장 인기있는 비법으로 소개됨

〈표 125〉 SNS 마케팅 비법

- 관람객에게 전달되는 SNS구도를 보면 게임 컴퓨터와 모바일 기기를 통한 전달로 나눌 수 있음
- 이중 홈페이지를 제외한 나머지 SNS와 라이브 스트리밍 서비스는 모바일 중심으로 이동됨
- 현재까지 홍보마케팅 방법은 홈페이지 위주였으나 추세가 SNS 중심으로 변화되고 있음

51) 출처는 미술관의 SNS 마케팅 비법 - 도다누카신이치로



〈그림 77〉 관람객에게 전달되는 SNS 구조

나. 홍보마케팅 역할

○ 홍보마케팅은 코로나 사태 이후 미술관뿐만 아니라 모든 문화기관에서 중요하게 생각하는 업무 분야로 대두되었음. 또한 이용객과의 소통의 창구로 다양한 정보와 참여를 유도하고 회원 서비스개념으로 자리잡힘

홍보·마케팅의 역할
미술관의 정체성과 가치를 명확히 정의하고 공유 미술관의 브랜드 인지도와 이미지를 강화 효과
미술관의 비전과 목표를 설정하고 전략적으로 실행 미술관의 브랜드 포지셔닝과 차별화를 달성
미술관의 관람객과 커뮤니티를 구축하고 유지 미술관의 브랜드 충성도와 관계 강화 효과

〈표 126〉 홍보마케팅의 역할

- 미술관의 정체성을 이미지로 전달하고 브랜드 포지셔닝을 통한 차별화와 지속적인 커뮤니티의 역할을 담당함
- 홍보마케팅 분야의 다양한 전략과 홍보기법을 통한 접근이 중요하며 자칫 잘못된 정보와 대응으로 인한 이미지 실추할 수 있는 위험성도 있음

〈7대 홍보마케팅 전략⁵²⁾〉

- ① 관람객을 정확하게 파악하고 맞춤형 콘텐츠 제공
- ② SNS, 유튜브, 카카오톡 채널 등 다양한 온라인 채널 폭넓게 활용
- ③ 오프라인 포스터, 리플렛, 현수막 등 활용
- ④ 언론과의 협력을 통한 보도자료, 인터뷰, 기사 등의 이슈
- ⑤ 티켓 할인, 이벤트, 경품 등으로 고객의 참여 유도
- ⑥ 후기, 평가, 추천 등으로 고객 만족도와 재방문 유도
- ⑦ 홍보 효과 분석을 통한 개선 및 사업계획 수립

〈표 127〉 7대 홍보마케팅 전략

- 학예연구 못지않게 분석과 연구가 지속되어야 하는 전문직으로 우수자원의 확보가 쉽지 않은 것이 현실임

3.2. 홍보 현황분석

3.2.1. 유사 기관 홍보 현황 조사

가. 유사 기관의 전시 정보 및 소식의 웹사이트 및 모바일 구축 현황 조사

- 홈페이지 정보제공은 가장 오래된 정보서비스 방법으로 정착되어 있음. 하지만 최근 홈페이지 구축은 차별성과 정체성을 알리는 과감한 디자인과 정보제공 방법의 변화를 보이고 있음
- 웹사이트의 공통적인 요소로는 미술관 소개, 전시, 교육, 소장품, 소식 참여 등이 동일함
- 부산현대미술관은 홈페이지 진입 이전에 사이트 링크 형식으로 단계를 만들어 운영하는 것이 특이함
- 대구미술관은 디지털미술관 페이지를 별도로 구축하였으며 광주시립미술관은 레지던시 페이지를 개설하고 있음
- 부산시립미술관은 온택트 페이지를 개설하여 영상정보 제공을 운영하고 있음

52) 7대 홍보마케팅 전략 (뉴스와이어(www.newswire.co.kr)가 홍보, 마케팅, PR 전문가에게 제공하는 정보 중 발췌)



〈그림 78〉 시립미술관 홈페이지 구성 이미지

○ 시립미술관의 홈페이지 서비스 현황분석

	관람	전시	교육/ 행사	수집/ 연구	뉴스/ 이벤트	미술관 소개	기타
부산현대미술관	-	-	○	○	○	-	홈페이지링크, 월별일정표
대전시립미술관	○	○	○	○	○	○	
대구미술관	-	○	○	○	○	○	미술상, 디지털미술관
광주시립미술관	○	○	○	○	○	○	레지던시
서울시립미술관	-	○	-	○	-	-	방문하기, 로그인, 검색, 사이트 맵
수원시립미술관	○	○	○	○	○	○	
부산시립미술관	○	○	○	○	-	-	온택트
울산시립미술관	-	○	○	○	-	○	

〈표 128〉 홈페이지 서비스 현황

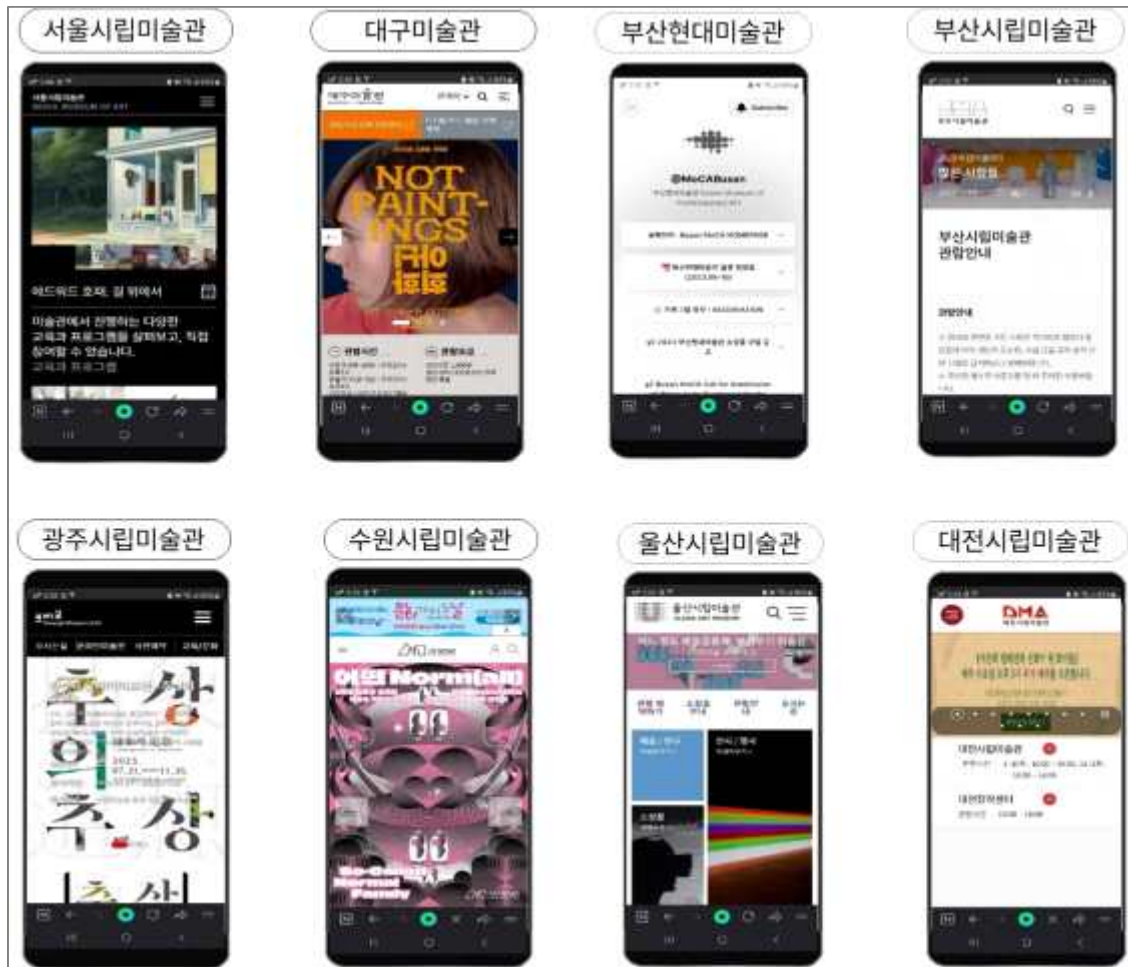
○ 대전시립미술관, 광주시립미술관, 수원시립미술관은 충실하게 정보제공을 할 수 있는 프로그램을 운영하고 있음

○ 단, 서울시립미술관, 부산현대미술관, 울산시립미술관 등 최근 트렌드에 모바일 서비스가 강화된 사이트들은 홈페이지 제공서비스가 최소화되고 간단해지는 추세임

나. 유사 기관의 모바일 서비스 구축 현황

○ 모바일서비스 구축은 홈페이지와 연동하는 것과 가독성있는 전달력을 중요하게 봄

- 모바일 서비스 정보제공은 8개 기관 공통으로 반응형 모바일 홈페이지를 구축하고 있음
- 서울시립미술관, 대구미술관, 광주시립미술관, 수원시립미술관은 현재 전시내용을 중점으로 노출함
- 부산현대미술관, 부산시립미술관, 울산시립미술관, 대전시립미술관은 이용정보 위주의 모바일 페이지 노출을 하고 있음
- 홈페이지는 한 번에 여러 가지 노출이 가능하지만 모바일 페이지 정보서비스는 관람객의 편의성과 가독성을 감안한 가장 최신 정보를 알리는 노출이 중심이 되므로 그에 맞는 디자인 구축이 필요함



〈그림 79〉 시립미술관 모바일 서비스 구축 현황

다. 광역 시립미술관 온라인홍보 현황

○ 문화기관 전반에 온라인 홍보가 집중되고 있으며 다양한 정보와 콘텐츠 제공에 심혈을 기울이고 있음. 시립미술관 8개 기관의 온라인 홍보현황을 분석함

① 유튜브 운영현황

기관	YouTube	가입일/콘텐츠 수
부산시립미술관	부산시립미술관/BUSANMUSEUMOFART-YouTube	가입일: 2015. 7. 24.
	구독자 1.82천명 /조회수 210,578회	콘텐츠 226개
울산시립미술관	https://www.youtube.com/channel/UCbok12izVcNMUp9pmZCowA	가입일: 2021. 8. 31.
	구독자 261명 /조회수 13,591회	콘텐츠 53개
부산현대미술관	https://www.youtube.com/@MoCABusan	가입일: 2018. 7. 19.
	구독자 1.01천명 /조회수 81,251회	콘텐츠 386개
수원시립미술관	https://www.youtube.com/@SUMACHANNEL	가입일: 2015. 9. 22
	구독자 1.27천 /조회수 123,245회	콘텐츠 392개
서울시립미술관	https://www.youtube.com/@SeoulMuseumofArt	가입일: 2012. 7. 02.
	구독자 5.76천명 /조회수 470,614회	콘텐츠 606개

대구미술관	https://www.youtube.com/@DAEGUARTMUSEUM_2011	가입일: 2017. 5. 25.
	구독자 2.94천명 /조회수 364,008회	콘텐츠 385개
광주시립미술관	https://www.youtube.com/@user-heljt5ri6u	가입일: 2019. 3. 27.
	구독자 1.75천명 /조회수 145,570회	콘텐츠 187개
대전시립미술관	https://www.youtube.com/@daejeonmuseumofart448	가입일: 2020. 3. 30.
	구독자 763명 /조회수 58,356회	콘텐츠 280개

〈표 129〉 유튜브 운영현황표

- 유튜브 서비스는 라이브 스트리밍 체계를 갖추고 지속적인 콘텐츠 개발을 필요로 함
- 가장 많은 서비스를 제공하고 있는 기관은 서울시립미술관(606개)이며 부산현대미술관, 수원시립미술관, 대구미술관 등이 300여 개의 콘텐츠를 제공하고 있음

② 페이스북 운영현황

기관	Facebook	팔로워	가입일
부산시립미술관	https://www.facebook.com/artbusan	3.5천명	2015년 09월 25일
울산시립미술관	https://www.facebook.com/UlsanArtMuseum	1.3천명	2020년 09월 14일
부산현대미술관	https://www.facebook.com/busan.moca	1.2천명	2018년 02월 28일
수원시립미술관	https://www.facebook.com/suwon.museum.of.art/	6.2천명	2015년 08월 26일
서울시립미술관	https://www.facebook.com/SeoulMuseumofArt.kr	3.1만명	2012년 05월 15일
대구미술관	https://www.facebook.com/damuseum	7.8천명	2011년 05월 19일
광주시립미술관	https://www.facebook.com/gmoakorea	1.8천명	2011년 12월 07일
대전시립미술관	https://www.facebook.com/DaejeonMuseumofArt/	4.5천명	2011년 05월 17일

〈표 130〉 페이스북 운영현황표

- 페이스북 서비스는 실시간 커뮤니티의 공간을 활용되며 가장 빠른 반응을 확인할 수 있음
- 대구미술관이 가장 많은 팔로워(7만8천명)를 유지하고 있으며, 수원시립미술관 (6만2천명) 대전시립미술관(4만5천명)을 보유하고 있음
- 반면 지역 인구대비 팔로워를 본다면 수원시립미술관이 높은 효과를 나타낸다고 보임

③ 인스타그램 운영현황

기관	instagram	팔로워	게시물
부산시립미술관	https://www.instagram.com/busanmuseumofart/	2.6만명	1,411
울산시립미술관	ulsanartmuseum	7,075명	417
부산현대미술관	moca_busan	1.8만명	613
수원시립미술관	suwon.museum.of.art	1.2만명	2,470
서울시립미술관	seoulmuseumofart	17만명	3,577
대구미술관	daeguartmuseum	2.2만명	1,639
광주시립미술관	gwangjumuseumofart	5,032명	606
대전시립미술관	daejeon_museumofart	6,829명	1,186

〈표 131〉 인스타그램 운영현황표

- 인스타그램은 페이스북과 연동되어 최근 젊은층에게 선호도가 높은 온라인 서비스임
- 서울시립미술관은 독보적으로 17만명의 팔로워를 보유하고 있음
- 그 외 부산시립미술관, 대구미술관 등이 2만여명을 보유함

④ 트위터 운영현황

기관	twitter	팔로워	게시연도
부산시립미술관	https://twitter.com/artbusanm	770명 (626 게시물)	2015년
울산시립미술관	-		
부산현대미술관	https://twitter.com/MoCA-BUSAN	988 팔로워	2019년
수원시립미술관	-		
서울시립미술관	https://twitter.com/SeoulSema	4.5만 팔로워	2010년
대구미술관	-		
광주시립미술관	-		
대전시립미술관	-		

〈표 132〉 트위터 운영현황표

- 해외와 다르게 한국 SNS 시장에서는 트위터가 인기 있는 앱으로 정착되지 않음
- 유일하게 서울시립미술관이 4만5천명을 보유하고 있으며 부산시립미술관, 부산현대미술관이 1천명 이내의 팔로워를 유지함
- 서울시립미술관은 해외사업을 통해 트위터 활용이 높아지고 있다고 판단되며 나머지 기관은 아예 개설하지 않은 상태임

⑤ 카카오톡 채널 운영현황

기관	카카오톡 채널명	구독자
부산시립미술관	부산시립미술관	9,662명
울산시립미술관	울산시립미술관	1,398명
부산현대미술관	MoCABusan	89명
수원시립미술관	수원시립미술관	2,182명
서울시립미술관	서울시립미술관	1,368명
대구미술관	대구미술관	1,585명
광주시립미술관	-	-
대전시립미술관	-	-

〈표 133〉 카카오톡 채널 운영현황표

- 다양한 연령대가 활용하는 온라인 서비스로는 카카오톡이 가장 접근성이 높으나 카카오톡 채널에 대한 인식은 아직 높지 않음
- 부산시립미술관이 1만 명 근접한 회원을 보유하고 있으며 수원시립미술관은 2천여 명의 회원을 보유함
- 소통형식이 아니라 정보제공 형식이라 아직 높은 서비스 톨로 사용되지는 않으며 광주시립미술관과 대전시립미술관은 개설하여 운영하지 않고 있음

⑥ 블로그 운영현황

	blog	가입일	콘텐츠
부산시립미술관	https://blog.naver.com/busanmuseumofart	2017.07.17	480개 글
울산시립미술관	-		
부산현대미술관	-		
수원시립미술관	-		
서울시립미술관	-		
대구미술관	-		
광주시립미술관	https://blog.naver.com/gmanews	2012.02.10	455개 글
대전시립미술관	-		

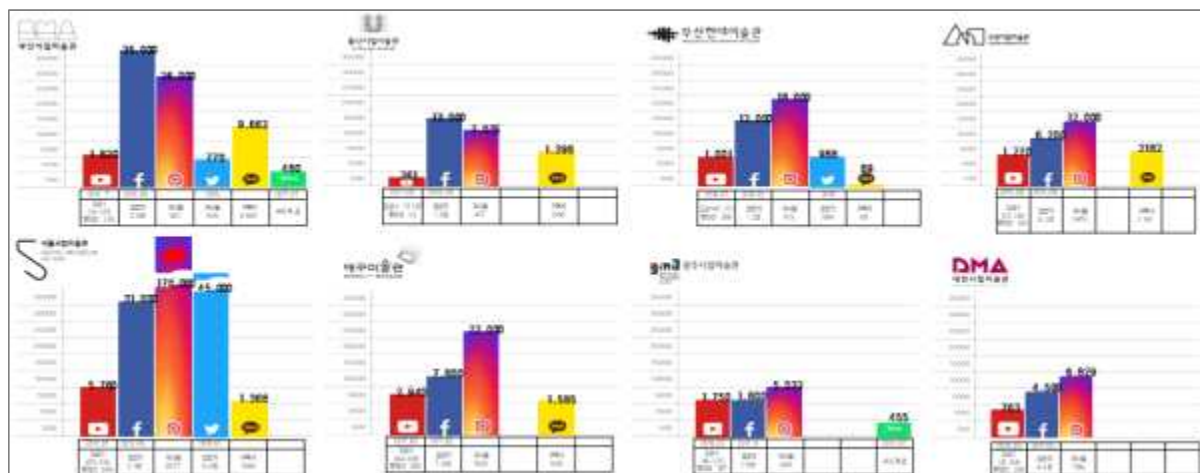
〈표 134〉 블로그 운영현황표

- 블로그 운영은 오래전에 활용되었던 서비스로 PC에서 인기 있었던 온라인 정보서비스임
- 모바일 서비스로 전환되면서 가입자나 콘텐츠 제공 방법에 한계가 있으며 소멸되고 있는 추세임
- 부산시립미술관과 광주시립미술관만 제공하고 있으며 나머지 기관은 서비스 하지 않음

라. 광역시립미술관 SNS 홍보 총괄

- 위의 분석을 종합해 보면 다음과 같음

- 광역 시립 SNS홍보 현황을 보면 관람객의 성향이 대체적으로 인스타그램의 비중도가 높아지고 있음을 알 수 있음
- 부산시립미술관과 울산시립미술관은 페이스북과 인스타그램, 카카오톡 등이 골고루 확산되고 있음
- 대구미술관과 수원시립미술관은 유튜브와 인스타그램, 카카오톡이 노출이 높게 나타남
- 광주시립미술관과 대전시립미술관은 유튜브, 인스타그램의 비중도가 높게 나타남
- 서울시립미술관은 인스타그램이 17만명으로 매우 두드러지게 높게 나타났으며 페이스북보다 트위터 팔로워수가 더 높게 나타남
- 이는 조직에서 국제교류팀을 구축함에 따른 효과로 해외 유저가 높다는 의미로 해석 됨



〈그림 80〉 시립미술관 SNS 현황 총괄표

다. 광역시립미술관 SNS 홍보 현황(기타)

- 서울시립미술관과 광주시립미술관은 별도의 앱을 제작해 구글플레이를 통해 제공하고 있음
- 부산현대미술관의 경우 온라인 미술관 사이트를 별도로 운영하여 VR 영상 및 다양한 영상 제공을 서비스하고 있음



〈그림 81〉 모바일 앱 서비스 현황(서울시립미술관, 광주시립미술관, 부산현대미술관)

바. 인천시립미술관 홍보마케팅 운영(안)

○ 홈페이지 서비스

- 웹사이트 운영의 간결화와 가독성 있는 디자인을 통한 이미지 구축이 필요함
- 전시 및 문화행사 정보제공, 예약 예매 등의 필수적인 부분을 강조함
- 트렌드적인 요소를 활용하나 미술관 전반적인 서비스 내용을 충실하게 제공해야 함

○ 모바일 SNS 서비스

- 대부분의 기관이 인스타그램-페이스북-카카오 채널-유튜브 순으로 활성화되고 있음
- 반면 트위터나 블로그는 일몰되어 가는 정보서비스로 보임
- 소통형 서비스 (페이스북, 인스타그램)과 정보제공형 서비스(카카오톡, 유튜브 서비스) 등을 구분하여 운영해야 할 필요가 있음
- 특히 유튜브의 경우 많은 동영상과 실시간 라이브 스트리밍의 강점이 있으므로 서비스 제공을 위한 인력 보유가 안되면 실현에 한계가 있음

○ 시사점

- 초기 홈페이지 구축과 더불어 인천시립미술관의 정체성을 담은 SNS 홍보에 집중하여 약 D-300일 또는 D-200일 전부터 정보전달이 필요함
- 회원가입이나 팔로워를 모집하기 위한 다양한 온라인마케팅이 필요하며 꾸준한 콘텐츠 제공이 필요함
- 모바일 정보 제작에 유능한 직원과 모바일 마케팅 전문가가 필요함
- 홈페이지 외에 가장 빠른 정보전달은 인스타그램-페이스북-카카오채널로 구축할 필요가 있음

3.3. 마케팅 현황 분석 및 추진 전략

3.3.1. 마케팅 현황 분석

가. 미술관의 마케팅 현황



〈그림 82〉 미술관 브랜드 로드맵 예시




- 마케팅은 문화예술작품을 널리 알리기 위한 전략적 방법으로 소비자를 유인하는 방법이며 미술관 마케팅 전략은 미술관의 목적과 대상에 따라 다양함
- 박물관·미술관의 효과적인 운영을 위해서는 기업적 마인드를 갖고 관의 실정에 맞는 마케팅 전략을 수립해야 함
- 마케팅을 통해 소비자에게 최대의 만족감을 전달하므로 재방문 유도를 위한 전략 구축이 필요함
- 미술관의 관람객 추이를 분석하고 적극적 참여를 유도하기 위한 전략을 수립이 필요함
- 다양한 마케팅의 방법을 활용하여 미술관 정체성과 가치를 명확하게 정의하고 공유해야 함
- 미술관의 브랜드 포지셔닝을 위한 차별화된 전략 수립이 필요함
- 구축된 회원을 상대로 한 커뮤니티를 구축하고 브랜드 충성도와 관계의 강화를 위한 전략이 필요함

나. 회원모집을 위한 다양한 마케팅 사례

- ① 후원, 협찬 유치
- ② 이벤트 행사 운영
- ③ 페스티벌 문화공연
- ④ 협력 교류사업
- ⑤ 편의시설 유치 관리
- ⑥ 특별 기념행사, 야간개장
- ⑦ 기부제도, 회원제도 운영 등
- ⑧ 시장조사 및 관람객분석
- ⑨ 미술관 트렌드 분석 개발
- ⑩ 문화상품 개발

부산시립미술관 기증	부산시립미술관 후원회	수원시립미술관 멤버십
		
대전시립미술관 할인이벤트	수원시립미술관 개관이벤트	대전시립미술관 이벤트
		

〈표 135〉 회원모집 마케팅 사례

대전시립미술관 야외공연	서울시립미술관 축제	부산현대 문화행사
		

〈표 136〉 공연 및 행사 마케팅 사례

3.3.2. 마케팅 추진전략

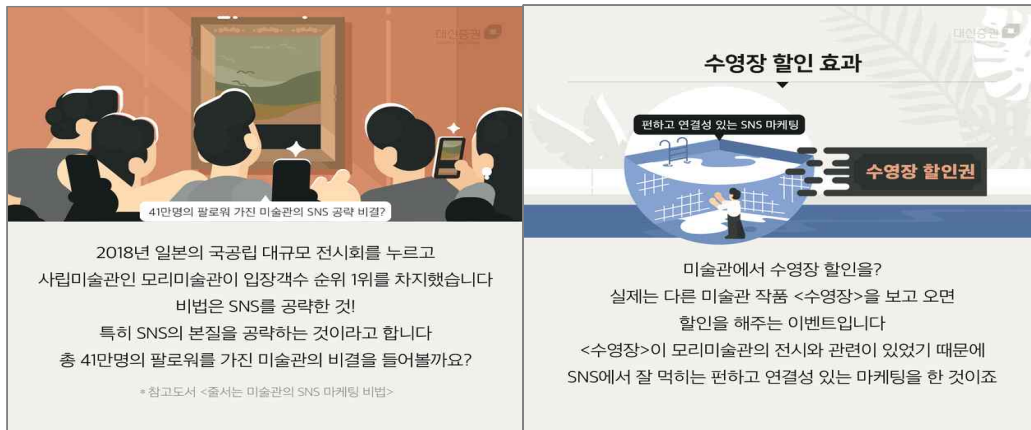
가. 마케팅 주요 전략

- 미술관의 마케팅 전략은 미술관의 목적과 비전을 기반으로 구성됨
- 미술관은 자신의 컬렉션, 전시, 교육 프로그램 등을 통해 고유한 브랜드를 형성함
- 이를 바탕으로 전략적인 마케팅 활동을 전개가 필요함
- 미술관의 컬렉션을 중심으로 관객들에게 미술관의 특징과 가치를 알리는 역할이 필요함
- 최근 미술관의 SNS를 활용한 마케팅이 시도가 매우 높아지고 있음
- 시즌별 행사와 인천시 고유의 기념행사를 구분하여 기획 및 추진이 필요함

나. 마케팅 주요 사례

① 온라인 네트워크 마케팅

- 미술관의 역할 뿐만 아니라 주변 관광지, 상권 등의 정보를 공유함으로 관람객의 선택지를 넓여줌으로 활성화 도모가 필요함



〈그림 83〉 줄서는 미술관의 SNS 마케팅 비법

- 관람객 참여 프로그램의 개발로 관람뿐만 아닌 체험과 휴식을 제공하는 콘텐츠 개발이 필요함
- 각 시즌별 문화행사 연계한 프로그램(신년, 어린이날, 방학, 휴가철, 추석, 연말, 송년 행사 등)개발이 필요함
- 마케팅을 통한 참가자의 다양한 정보교환으로 관람객 추이와 요구사항 등을 분석하여 미술관 사업의 방향 검토가 필요함
- 포럼, 세미나, 컨퍼런스, 예술강좌 등의 문화, 교양 프로그램 개발 등이 필요함

② 근대 산업 유산의 재활용

- 인천 선교사 사택은 인천이 근대화를 거치면서 남겨진 산업유산이자 근대건축물이라며 지역의 역사성 등을 반영한 산업유산이자 인천의 예술 자원으로 활용 가능함

레지던시 프로그램 운영	인천 선교사 사택을 레지던시 공간으로 개조할 예정임. 지역 작가에게 창작공간을 제공함으로써 공간 내에 입주하여 개인의 창작활동에 힘쓰며 지역작가로서의 역량을 개발하기 위한 프로그램을 지원하고자 함
시민 참여형 문화예술 프로그램 운영	레지던시 프로그램 운영의 연장으로 시민 참여형 문화예술 프로그램 또한 운영하고자 함
다양한 전문기관과의 협력	인천에 위치한 예술 관련 기관 뿐만 아니라 다양한 분야의 전문기관과 협력을 통하여 인천 예술의 다원성을 고취하고자 함
해외 아트 플랫폼 협력망 구축	인천의 국제도시적 특성을 살려 해외 아트 플랫폼 협력망을 구축하며, 그 중심역할을 인천시립미술관과 인천 선교사 사택이 수행하고자 함
인천의 문화 정체성 확립 및 고취	인천 시립미술관과 선교사 사택을 인천의 예술 거점으로 사용함으로써 지역민들의 문화적 정체성을 고취시키고자 함

〈표 137〉 인천 선교사 사택의 예술 자원 활용 방향



〈그림 84〉 인천 선교사 사택, 호랑가시나무창작소, 연초공장 등 활용한 참고사례

③ 인천 고유의 마케팅 전략 사례

- 인천지역 고유의 콘텐츠를 활용한 연계 마케팅 사업개발이 필요함
- 인천의 역사와 하와이의 역사를 연결하는 프로젝트 개발이 필요함
- 하와이 이민 100주년(2018년) 연계 기념행사로 2028년 110주년 기념사업과 디아스포라 전시기획 특별전 등 개발이 필요함



〈그림 85〉 인천이민사박물관 전시사례

④ 디아스포라 영화제 사례

- 인천시의 고유한 영역으로 디아스포라 영화제가 매년 개최되고 있음
- 미술관의 미술사적 사업이 아닌 마케팅 및 문화행사로써 활성화 방안 구축이 필요함
- 영화제의 규모와 내용의 확대를 위한 국제행사로 슬로건 제시가 필요함
- 이민사와 연계된 도시와 네트워크를 통한 교류 행사 추진이 필요함
- 이민사와 관련된 연예계 스포츠계 인사 DB 구축 마케팅 서비스가 필요함
- 다문화가정을 위한 특별 행사 전시, 문화행사, 영화제 등의 연계 서비스 개발이 필요함



〈그림 86〉 디아스포라 영화제 사례

⑤ 시정혁신 과제로 '순수예술 중심도시, 인천'을 선정

- 인천의 고유한 국제 순수예술 축제 발족을 위한 준비가 필요함
- '인천국제공연예술축제 추진 방향 연구용역' 연계 마케팅 전략 수립이 필요함
- 순수예술에 대한 인천시립미술관의 정체성 확립이 필요함
- 지역의 다양한 순수예술가들과 국제적인 교류를 위한 교류사업 개발이 필요함



〈그림 87〉 인천 대표축제 개발 선정 (우측 이미지는 예시)

다. 추진 전략

- 지역 자원에 대한 조사 및 마케팅 전략 수립이 필요함
- 마케팅 전략 수립 시 분석 방향 도출이 필요함
- 연중행사를 추진함으로 지역 활성화 기여가 기대됨
- 홍보 및 마케팅 전문가 보유로 최신마케팅 전략 수립 및 시행이 필요함
- 개관 준비단계 및 개관식 전후, 개관 1주년 등 미술관 고유의 마케팅 전략 수립이 필요함

고유 브랜드 활용	지역 자원 관련	시즌 문화행사 개발
<ul style="list-style-type: none"> - 디아스포라 영화제 - 이민사 관련사업 - 인천공단 연계 - 인천 영종 세계 전통음식축제 - 인천국제 현대무용제 	<ul style="list-style-type: none"> - 차이나타운, 월미도, 개항장 역사 문화거리 등의 문화거리 - 초진지, 고려궁지, 자유공원 등의 역사 자원 - 해수욕장 등의 관광지 	<ul style="list-style-type: none"> - 일출 일몰 행사 - 설날, 추석 행사 - 어린이날, 가정의 달 - 호국의달, 광복절 기념 - 휴가철, 개관기념일 등

〈표 138〉 마케팅 전략 수립을 위한 분류 조사 연구 사례

3.4. 뮤지엄 브랜드 아이덴티티(MI) 구축 방안⁵³⁾

3.4.1. 뮤지엄 브랜드의 필요성

- 브랜드의 사전적 의미는 “상표, 제품명, 품질, 품종 그리고 소유주 등을 표시하는 소인消印, 각인刻印 등”을 의미함
- 현대에서 그 개념은 좀 더 확장되어 사용되는데, 단순히 고전적 의미로 제품이나 서비스를 인식하는 이름이 아니라 그 이름이 지닌 성격까지도 포함하여 다른 것과 구별하는 기능을 지닌 것을 의미함
- 즉, 제품이나 서비스뿐만 아니라 브랜드를 통해 연상되는 이미지까지도 포괄하여 브랜드 자체가 독립된 하나의 가치를 형성하여 사람이 느끼는 감성의 대상으로서 소비자와 직접적으로 소통하는 것을 뜻함
- 오늘날의 브랜드는 국가, 공공기관, 지역, 장소, 유명인사, 무형의 문화 등을 포함하여 이들이 지닌 정체성, 차별성을 통해 연상을 만들어 내기 위한 일종의 커뮤니케이션적 매개체임
- 현대사회 구조의 변화, 관광 레저 산업의 활성화, 여가 시간의 증가, 정부의 정책 변화 등 현대 사회의 경쟁 속에서 뮤지엄 또한 생존을 위한 시장 경쟁력을 요구하고 있으며, 뮤지엄의 존재 자체를 사람들에게 인식시키는 일이 매우 중요하게 됨

“이른바 슈퍼 스타급 미술관들이 대중성 확보에 선도적인 역할을 맡아 오고 있음에도 불구하고, 미술관 관람은 다른 문화 산업 영역에 비해 인지도와 선호도가 상대적으로 매우 낮으며 이는 미술관의 교육적 잠재력, 문화적 편익과 가치가 대중에게 효과적으로 전달되지 않았고, 관람객이 고급문화를 대변하는 미술관의 전통적인 커뮤니케이션 방법에 익숙해 있지 않다는 것을 의미한다.”⁵⁴⁾

- 이에 현대의 뮤지엄들은 적극적으로 마케팅 활동에 참여하고 그 중 비영리 기관이라는 뮤지엄의 정체성을 유지시키면서도 적극적인 마케팅을 할 수 있는 브랜드 마케팅 요소를 사용하기 시작했음
- 대표적인 예로 구겐하임Guggenheim, 테이트Tate 등이 있음.⁵⁵⁾ 이들은 현대 뮤지엄의 정의를 새롭게 내리고 그에 발맞추어 그들 뮤지엄의 브랜드를 생성하는데 성공하여 자국민뿐만 아니라 외국인에 이르기까지 많은 사람들이 자발적으로 찾아가는 뮤지엄을 구축함
- 관람객들이 뮤지엄의 브랜드가치가 있다고 생각하는 것은 그 브랜드에 대한 신뢰도가 높다는 것을 의미함

53) 박지민, 미술관의 브랜드 마케팅 전략에 대한 연구 -국 내외 미술관의 주요사례 분석 -, 영남대학교 조형대학원 학위논문(2010)

54) 이보아, 『성공한 박물관 성공한 마케팅』, 역사넷, 2003, p. 19.

55) 『기업처럼 운영하는 구겐하임』, 리더앤리더, 북토피아, p.12.

미술관 이름	설립연도	브랜드 개성
구겐하임미술관 (Solomon Guggenheim)	1937	- 모터사이클전시, 조르조 아르마니 전시회 등 기존 미술관의 틀을 깨는데 선도적인 역할 담당
휘트니 미술관 (Whitney Museum of American Art)	1930	- 미디어 아트 중심 - 미국 현대 예술 경향에 대해 개방적인 자세를 취함으로써 다른 미술관들보다 일찍 비디오 및 영화 등의 영상 매체를 받아들이는 적극성
뉴욕근대 미술관 (MoMA: Museum of Modern Art)	1929	- 입장료와 회원제에서 오는 수익, 출판물과 서 비스의 판매금 및 각종 기부금으로 운영되는 비영리 교육기관
P.S.1 미술관 (P.S.1 Contemporary Art Center)	1971	- 뉴욕의 젊은 화가들을 위한 미술관
뉴미술관 (New Museum of Contemporary Art)	1977	- 큐레이터들이 설립 - 소호의 아방가르드 미술관 - 영구적인 컬렉션 없이 기획전으로 운영
매트로폴리탄 미술관	1870	- 대영박물관, 러시아 에르미타주, 루브르와 함께 세 계4대 미술관임 - 내용, 규모, 역사면에서 세계적인 미술관
브루클린 미술관	1897	- 매트로폴리탄 미술관 다음으로 많은 소장품을 보유함 - ‘지역 주민 우선!’을 앞세워 살아 숨 쉬는 문화 공간으로 변모

〈표 139〉 미국 대표 미술관의 브랜드 개성 요약

3.4.2. 뮤지엄 브랜드 단계별 구축 전략

- 뮤지엄 브랜드 구축의 초석은 미술관의 설립취지(비전)와 미션이므로 이를 토대로 미술관이 사회 환
경 속에서 자신의 이미지를 다듬어나가는 방향으로 브랜드가 구축되어야 함
- 미술관은 고유의 브랜드를 구축하기 위해 다음과 같음
 - 첫째, 브랜드 아이덴티티(Brand identity)를 가장 먼저 확립해야 함
 - 둘째, 미술관의 설립 취지로 볼 수 있으며, 미술관은 교육, 연구조사, 전시, 소장품 운영 관람객 응대
서비스를 제공하는 것을 중요 역할로 보기에 다음과 같은 역할을 고려해야 함
 - 셋째, 미술관은 복잡한 시장 구조 속에서 관람객의 서로 다른 니즈(needs)를 충족시키기 위해 어떠한
경험을 관람객에게 제공할지 정해야함. 이 단계는 관람객은 미술관과의 관계를 고려하고 미술관에서 제
공하는 여러 가지 활동에 대해 체험하는 단계임
 - 넷째, 미술관과 관람객의 관계는 브랜드 구축 결과의 단계로 이는 미술관 브랜드와 관람객의 가치관이
공명하였을 때 관람객으로 하여금 미술관과의 지속적인 관계와 단순 관람객에서 미술관의 회원가입, 미
술관 후원 등의 로열티를 보이게 됨. 미술관은 이러한 관람객의 기대에 부응하기 위해 그들에게 전시 오
프닝 초대, 무료티켓제공, 이벤트 초대 등의 특별한 혜택을 제공하게 되는 것임
 - 강력한 브랜드를 구축하기 위해서는 동반된 마케팅 프로그램이 고객에게 올바른 형태의 경험을 제공함
으로써 그로 인해 창출되는 긍정적인 생각, 느낌, 이미지, 인식, 의견 등이 브랜드와 연결되도록 하는 것
이 요구됨
- 결론적으로 미술관의 브랜드 구축은 브랜딩 사다리의 모든 단계를 매끄럽게 잘 조화되어야 이루
어짐
- 뮤지엄 브랜드는 감성적이고 이성적인 면 모두를 갖고 있으며, 이성과 감성 모두에 작용함으로
써 관람객에게 뮤지엄 브랜드에 대해 다중적으로 접근할 수 있는 다양한 기회를 제공함

가. 뮤지엄 브랜드 아이덴티티(MI)

○ MI(Museum Identity) 개념 정의

- MI는 뮤지엄을 표현하는 총체적인 브랜드 속성·이미지임
- 뮤지엄의 정체성, 상징성, 비전을 표현할 수 있는 네이밍, 심볼, 로고 등에 디자인을 도입하여 인지도, 브랜드 가치를 효과적이고 체계적으로 전달하고자 하는 장기적인 브랜딩 전략임
- 마케팅 전략의 일환으로 미술관의 정신, 경영전략, 기관 이미지를 통합 조정하는 것임
- 단순히 마케팅을 위한 시각적 디자인에서 그치지 않고 공간과 그 안의 콘텐츠, 철학을 담는 포괄적인 의미를 담고 있음
- 미술관의 핵심가치를 창출, 확산하기 위한 전략적 커뮤니케이션 활동의 수단임

○ MI(Museum Identity) 개발의 필요성

- 지역 이미지 제고 및 신규 정책 수립 등에 의해 지역의 발전과 변화를 도모함
- 문화적인 전통과 역사적 사실, 문화 자산(문화유산, 축제, 민속신앙 등) 등을 통해 지역 단위의 정체성을 정립·전파함
- 경영이념, 의식, 태도 등을 설립 취지에 맞게 재설정함
- 경영활동의 유기적인 통합을 통해 바람직한 이미지를 형성하게 하며, 대내외적인 신뢰도와 충성도를 높여 효과적인 경영성과를 기대하려는 것임
- 미술관의 새로운 이미지 위상 및 정립이 가능함

○ MI(Museum Identity)의 성립요건

요건	내용
VI(Visual Identity)	시각이미지(형태, 색채 등의 시각요소의 체계화)
MI(Mind Identity)	경영이념의 공유(구성원들의 통합된 의식과 가치관)
BI(Behavior Identity)	행동의 일관성(구성원들의 태도)

〈표 140〉 MI의 성립요건

○ MI(Museum Identity)의 구성요소

요건	내용
네이밍	명칭(기관명)
기본시스템	심볼마크, 로고타입, 캐릭터마스코트, 전용색상, 전용글자
응용시스템	사인류, 서식류, 유니폼, 차량, 뮤지엄샵 아이덴티티 등

〈표 141〉 MI의 구성요소

○ MI(Museum Identity) 구축단계




<그림 88> MI(Museum Identity) 구축단계

나. 사례분석

○ 유사기관 MI 사례 분석

네이밍(명칭)	심볼/로고	슬로건	컨셉트
MMCA 국립현대미술관	 국립현대미술관 National Museum of Modern and Contemporary Art, Korea	지역, 시대, 세상을 연결하는 열린 미술관	- 모티브 : 이니셜 - 특징 : 기관명을 단순화하고 이 를 브랜드마크 형태로 전환
수원시립미술관	 수원시립미술관 SUWON MUSEUM OF ART	함께 누리는 문화예술 공간 운영	- 모티브 : 도형 - 특징 : 3개 도형을 하나로 연결 해 다양한 문화를 아우르는 미술관 본질을 표현
부산현대미술관	 부산현대미술관 MUSEUM OF CONTEMPORARY ART BUSAN	자연.뉴미디어.인간	- 모티브 : 비정형적인 \조합, 이니 셜 - 특징 : 입체감과 공간감 표현
부산시립미술관	 BMA 부산시립미술관	가치를 담아 사람을 있다	- 모티브 : 이니셜 - 특징 : BMA 내부에 수평선& 명도 조절을 통해 공간감 형성
울산시립미술관	 울산시립미술관 ULSAN ART MUSEUM	21세기 기술기반의미 래형 융복합미술관	- 모티브 : 울산(Ulsan)의 아이콘 'U' 활용 - 특징 : 미술관의 비전과 울산 도 시이미지를 최첨단 디지털의 요소 로 시각화
서울시립미술관	 서울시립미술관 SEOUL CITY MUSEUM OF ART	여럿이 만드는 미래, 모두가 연결된 미술관	- 모티브 : 영문 첫 글자 S - 특징 : 사람, 예술, 미술관을 나 타내는 단위 연결
경기도 미술관	 gma	지역을 잇고, 함께 공 유하는 모두의 미술관	- 모티브 : 이니셜 - 특징 : 건물의 조형 형태인 뜻을 표현

네이밍(명칭)	심볼/로고	슬로건	컨셉트
대구미술관		대구와 세계, 현재와 미래를 품는 대구미술관	- 모티브 : 모형 - 특징 : 근대 미술의 축적을 바탕
광주시립미술관		미술도시광주	- 모티브 : 영문 첫 글자 - 특징 : 삼원색인 빨강, 노랑, 파랑을 전용 색상으로 하여 열정과 희생, 행복, 평화를 상징하는 의미
전북도립미술관		열린미술문화공간	홈페이지 설명 없음
제주도립미술관		미술을 가까이, 도민이 행복한 제주도립미술관	- 모티브 : 건축물 형상화 - 특징 : 사람, 예술, 자연의 이미지 표현
청주시립미술관		CULTURAL PLAYGROUND	- 모티브 : 이니셜 - 특징 : 평면적이면서도 입체적, 아트튜브'를 표현
대전시립미술관		오늘, 지금, 여기	- 모티브 : 이니셜 - 특징 : 대중과 문화예술을 잇는 연결고리를 의미
양평군립미술관		글로벌 문화리드, 문턱 이 낮은 행복한 미술 관	- 모티브 : 이니셜 - 특징 : 화살표를 가변적인 형태 표현
양구군립 박수근미술관		휴먼 힐링뮤지엄	-
포항시립미술관		삶 속에서 예술이, 예 술 속에 삶	- 모티브 : 이니셜 - 특징 : 해와 달의 정령인 “연오랑 세오녀”의 일월 신화와 한반도의 아침을 여는 영일만의 일출을 시각화
사비나 미술관		새롭게 하라, 놀라게 하라, 그리고 아름답게	홈페이지 설명 없음
포스코 미술관		Art in Life & Life in Art	홈페이지 설명 없음
대림 미술관		일상이 예술이 되는 미술관	홈페이지 설명 없음
참살이 미술관		인천, 생활에 문화를 담다	홈페이지 설명 없음
인천아트플랫폼		인천이 지향하는 문화 의 꿈을 실현해 가는 문화예술의 창작공간	모티브 : 이니셜 - 특징 : 새로운 개념의 문화예술 공간이자 창조의 모체가 될 인천아트플랫폼의 지향가치를 상징

〈표 142〉 유사기관 MI 사례 분석

○ 대표기관 사례 분석⁵⁶⁾

※ 뉴욕 현대 미술관 MoMA(The Museum of Modern Art)

특징	사례
<ul style="list-style-type: none"> - 뉴욕현대미술관은 타이포그래피에서 알파벳 ‘O’를 소문자 처리하여 다른 기관과 차별화함. -이 이미지는 하나의 그래픽 상징으로 시각적 인식이 가능하여 초기에는 일반적이지 않았지만 대중들이 축약명을 쉽게 사용하면서 현재 축약명 모마(MoMA)라는 이름으로 더 유명해졌고, 미술관 외벽 정식 배너로 채택됨. 	
<ul style="list-style-type: none"> -MoMA는 1930년대부터 사용한 프랭클린 고딕체를 기관의 공식서체로 지정함. 프랭클린 고딕은 독일 모더니즘의 대표적인 서체로 현대성(모던함)을 상징하는 서체임. MoMA 관장 클렌 로우리는 이 서체에 대해 ‘기관의 중심이자 과거에 대한 깊은 존경의 의미, 현재와 미래를 연결하는 중요한 고리’라고 말하며 서체를 정비하여 모마고딕을 제작해 고유역사와 정체성을 지킴. 	
<ul style="list-style-type: none"> -서체 외에도 컬러회사 팬톤(Pantone)과 협업, MoMA만의 지정 컬러인 ‘MoMA LC Red’를 특별 제조함. -이 컬러는 현재 현대미술관 웹사이트, 웹진을 포함하여 기관에서 발행되는 250여 종이 넘는 서류와 MoMA Design Store 제품 등 많은 부분에서 뉴욕 현대미술관의 아이덴티티를 대변함 	
<ul style="list-style-type: none"> - MoMA는 인하우스 형식으로 광고·그래픽디자인 부서인 MoMA Design Studio를 직접 운영하고있음 -본 부서는 16명의 디자이너로 구성 MoMA의 전시디자인을 총괄하고 있으며 다양한 부서와 협력하고 있음 - 특별전시를 위한 그래픽디자인, 브로셔, 교육 및 특별프로그램 자료, 초대장, 각종 인쇄물과 홍보물을 제작하고 마케팅팀과 광고·홍보자료 디자인협업, 관람객 서비스팀과 관람객 뮤지엄 가이드와 사인물도 디자인하고 있음. 	

〈표 143〉 뉴욕 현대 미술관 MoMA MI 활용사례

56) <https://www.moma.org/>

※ 대전시립 미술관(DAEJEON MUSEUM OF ART)⁵⁷⁾

특징	사례
<ul style="list-style-type: none"> ● 정체성- 대전을 대표하는 지역 미술관임 ● 슬로건- 대전을 그리다, 시민을 초 연결하다, 미래를 상상하다 ● 대전시립미술관의 여러가지 특성을 조사·분석해 아이덴티티 작업을 진행함 ● 대전시립미술관의 가장 큰 키워드는 미술이며, 미술, 아트를 도형으로 단순하게 표현함 ● Daejeon Museum of Art의 약자 DMA를 각각 도형 반원, 사각형, 삼각형으로 표현하고, 로고의 가독성을 위해 얇은 선으로 알파벳을 구분함 ● 시민과 미술관의 연결을 의미함 	  
<ul style="list-style-type: none"> ● 로고를 모티브로 영문타입을 제작하여 다양한 어플리케이션에 적용이 가능함 ● 도형을 바탕으로 한 로고는 무한한 변형이 가능하며 어느곳에나 조화롭게 사용 가능함 ● 시민을 위한 미술관, 남녀노소 전 연령층에게 다가서야 하는 문화예술기관인 만큼 이러한 부분에 초점을 맞춰 프로젝트를 진행함 ● 미술관에서 필수적으로 필요한 명함, 사원증, 티켓 등을 제작하고 관람객의 흥미 유도를 위해 에코백, 엽서, 스티커 등의 굿즈를 제작함 ● 미술관이라는 특성을 살리고자 가상전시를 기획하여 가상전시회 관한 포스터와 리플렛을 제작함 ● 로고 활용을 통해 관람객의 충성도를 높임 	  

〈표 144〉 대전시립미술관 MI 활용사례

57) <https://daepf.imweb.me/bigra/?q=YToxOntzOjEyOjEY0iJrZXI3b3JkX3R5cGU03M6MzoiYWxsljt9&bmode=view&idx=4724789&t=board>

3.4.3. 인천시립미술관의 MI (Museum Identity) 구축 전략

가. 미술관 디자인의 필요성

- 미술관 디자인이란 무형의 정체성이며, 상품과 서비스, 기관의 브랜드 이미지⁵⁸⁾로 사람들의 관심을 유도하여 친근함과 믿음을 줄 수 있음
- 디자인은 미술관과 관련된 모든 시각적 부분을 포함하는 것으로 대부분의 활동과 관련되어 미술관의 정체성을 알리는데 중요한 요소임. 따라서 시각적으로 미술관을 알리는 방향의 디자인 개발이 중요함
- 단순하고 직접적으로 의미를 전달하여야 하며, 브랜드 이미지가 대중에게 친근해지면 소비자는 일정한 기대를 하게 되고 질적인 면이나 신뢰성, 미래에 대한 믿음을 갖게 됨
- 디자인의 효과는 해당 기관이 특정한 스타일 또는 M.I.를 설정함으로써 강화될 수 있음. 로고나 심벌마크를 통하여 부수적 설명이 없이도 해당 미술관을 한눈에 인식할 수 있게 하고 다양한 커뮤니케이션 활동과 자료에 통일감을 부여함
- 커뮤니케이션과 프로모션 전략의 도구로서 시각적인 상징이나 로고, 슬로건 등을 통해 관람객의 관심을 유도할 수 있음

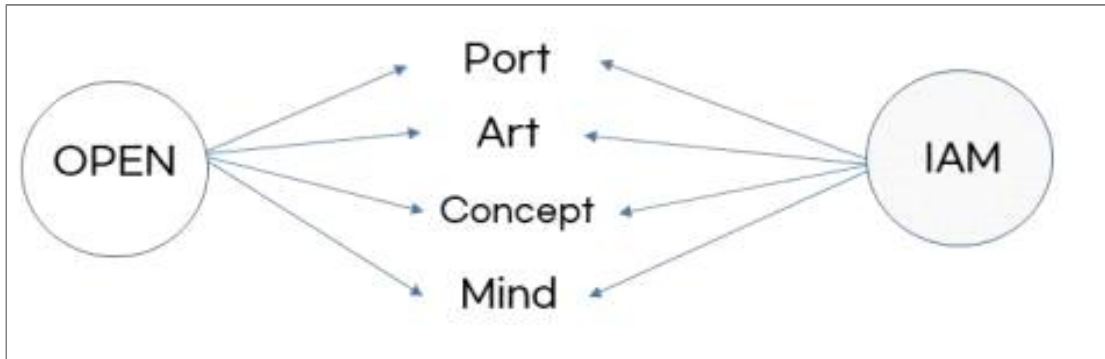
나. 브랜드 아이덴티티 MI 개발 필요성

- MI는 인천시립미술관을 표현하는 총체적인 브랜드 속성·이미지임. 즉, 미술관의 정체성, 상징성, 비전을 표현할 수 있는 네이밍, 심볼, 로고 등에 디자인을 도입하여 인지도, 브랜드 가치를 효과적이고 체계적으로 전달하고자 하는 장기적인 브랜딩 전략임
- 그러므로 브랜드 가치와 정체성을 확실히 하고 대중에게 효과적으로 전달하기 위한 인천시립미술관 'MI(Museum Identity)'의 개발이 필요함
- 그러나, 단순히 마케팅을 위한 시각적 디자인에서 그치지 않고 인천시립미술관에서 운영 관리하는 공간 (선교사 사택)과 그 안의 콘텐츠, 철학을 담는 포괄적인 의미를 담고 있어야 함

다. 브랜드 아이덴티티 MI 개발 목표

- 인천시립미술관 핵심가치 및 지향점을 제시함
- 시민 누구나 예술을 향유할 수 있는 공간으로 인식하고, 인천의 정체성을 인식할 수 있는 직관성이 중요함
- 모두를 위한 열린 미술관, 미래지향적이며 혁신적 미술관의 이미지 구축이 필요함

58) MI, 브랜드 이미지 등 미술관 디자인 전반에 관해서는 관람객 연구를 거쳐서 만들어져야 함



〈그림 89〉 브랜드 아이덴티티 MI 개발 목표

라. 인천시립미술관의 MI (Museum Identity) 제시

- 본 연구진은 다음과 같이 MI의 방향성을 제시하고자 함
- 추후 인천시립미술관 MI 디자인 가이드라인 구축을 위한 추가 연구용역이 요구됨

① 명칭(네이밍)

국문	영문
인천시립미술관	Incheon Art Museum
	International Art Museum of Incheon

〈표 145〉 명칭(네이밍)

[제안] 인천시립미술관 MI 디자인	
Type 1. I AM	Type 2. I AM of 인천
인천시립미술관 [국문] I AM (Incheon Art Museum) [영문]	인천시립미술관 [국문] I AM (International Art Museum) of 인천 [영문]
인천시립미술관의 영문명은 “Incheon Art Museum”의 축약형인 “I AM 아이엠”으로 제안함. I AM을 한글로 번역하면 ‘나는~~입니다’ & ‘나는! 나는!’이란 뜻으로 ‘나는 누구인가? 나는 무엇인가? 나는 어떤 미술관인가?’ 등 인천시립미술관의 정체성에 대한 다양한 질문을 의미함	인천시립미술관의 영문명은 “International Art Museum”의 축약형 I AM of 인천으로 인천시립미술관의 비전과 미션을 뜻하는 <i>세계적인 미술관 인천</i> 을 제시하고자 함

〈표 146〉 MI디자인 내용

② 심벌마크(Symbol Mark)

‘IAM’	심벌마크(심벌)를 우리말로 표현하면 ‘상징표식’임 즉 ‘인천시립미술관’의 비전과 미션, 그리고 정체성에 대한 질문의 답을 심벌마크로 “I AM~ ” 으로 표현함
	제안1. 아이엠(I AM) : Incheon Art Museum
	제안2. I AM of 인천 : International Art Museum of Incheon

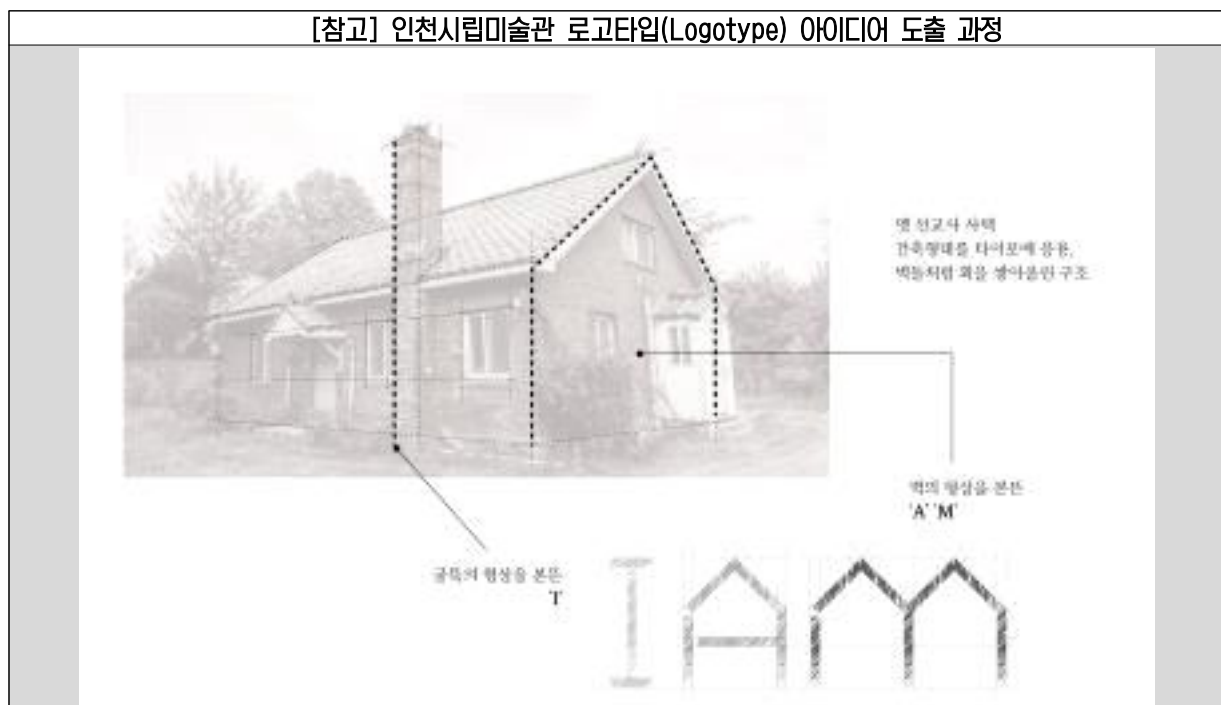
<표 147> 심벌마크 예시

③ 로고타입(Logotype)

- 로고타입은 심벌마크와 어울리도록 특별히 디자인된 문자임
- 로고타입은 미술관의 모든 시각물에 통일감 있게 반복적으로 사용됨으로 미술관의 정체성을 알리기에 매우 역할을 함
- 선교사 사옥의 건물 라인을 응용함

[제안] 인천시립미술관 MI 디자인	
Type 1. I AM	Type 2. I AM of 인천
Incheon Art Museum	International Art Museum of 인천
I AM INCHEON	INTERNATIONAL ART MUSEUM of 인천
INCHEON ART MUSEUM	INTERNATIONAL ART MUSEUM of INCHEON

<표 148> 인천시립미술관 MI 디자인 (제안)



<표 149> 로고타입(Logotype) 아이디어 도출 과정

④ 미술관 개별 시그니처 (Signature)

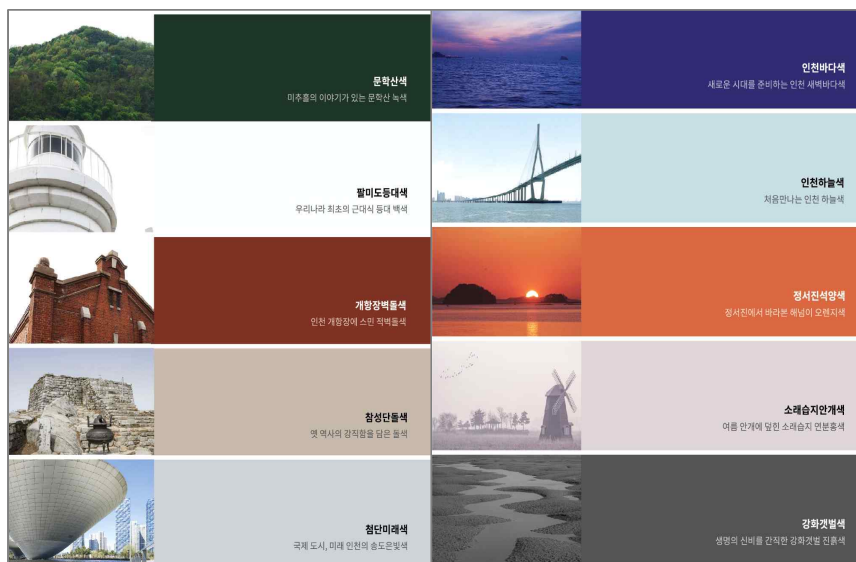
- 시그니처는 심벌마크와 로고타입을 적절한 비례로 조합한 것으로 적용상황에 맞는 조합을 선택 활용할 수 있음



〈표 150〉 심벌마크와 로고타입 조화 예시

○ 인천시 전용색상 (Color System) 적용

- 전용색상은 인천시립미술관의 모든 매체 색상의 근간을 이루는 것임
- 인천시립미술관 시그니처(Signature) 제작 시 인천을 상징하는 대표 경관에서 추출된 ‘인천환경대표색 10’을 사용해 인천시의 정체성을 표현함



〈그림 90〉 인천광역시 ‘인천환경대표색 10’

⑤ 인천시립미술관 아이덴티티(MI) 디자인 가이드 라인 _ 기본 구성안(Basic System) 제안(안)

기본 항목 (Basic System)		유형	핵심설명
심벌마크(Symbol Mark)		기본형	<ul style="list-style-type: none">심벌마크는 인천시립미술관의 이미지를 표출하는 모든 시각 커뮤니케이션의 핵심이 되는 대표적 상징물임
		활용형	
공간규정(Clear Space)		기본형	<ul style="list-style-type: none">공간규정은 심벌마크가 다른 요소로부터 침범받지 않는 최소한의 공간을 규정하는 것 임
		활용형	
로고타입(Logotyper)			<ul style="list-style-type: none">로고타입은 심벌마크와 어울리도록 특별히 디자인된 문자이므로 임의로 글꼴이나 자간에 변형을 가해선 안됨
시그니처 (Signature)	상하조합	기본형	<ul style="list-style-type: none">시그니처는 심벌마크와 로고타입을 적절한 비례로 조합한 것으로 적용 상황에 맞는 조합을 선택 활용할 수 있음
		활용형	
시그니처 (Signature)	좌우조합	기본형	<ul style="list-style-type: none">시그니처는 심벌마크와 로고타입을 적절한 비례로 조합한 것으로 적용 상황에 맞는 조합을 선택 활용할 수 있음
		활용형	
미술관 개별 시그니처 상하조합(Signature)		기본형	<ul style="list-style-type: none">시그니처는 심벌마크와 로고타입을 적절한 비례로 조합한 것으로 적용 상황에 맞는 조합을 선택 활용할 수 있음
		활용형	
미술관 개별 시그니처 좌우조합(Signature)		기본형	<ul style="list-style-type: none">시그니처는 심벌마크와 로고타입을 적절한 비례로 조합한 것으로 적용 상황에 맞는 조합을 선택 활용할 수 있음
		활용형	
지정서체(Typeface)		국문	<ul style="list-style-type: none">지정서체는 인천시립미술관의 각종 인쇄, 홍보물에 적용되는 문장 또는 표제어 등에 사용되는 서체를 지정하는것으로 인천시립미술관의 시각이미지를 더욱 일관되고 통일성 있게 하기위해 선택해야 함지정 서체는 아이덴티티 시스템의 기본요소는 물론 각종 응용매체에서 어울리도록 컴퓨터용 서체로 지정해야함
		영문	
전용색상(Color System)			<ul style="list-style-type: none">전용색상은 인천시립미술관의 모든 매체 색상의 근간을 이루는 것으로 시각 커뮤니케이션에 있어 정확한 색상 이미지를 결정짓는 요소이므로 지정된 색상을 통일성 있게 지속적으로 사용하는 것이 중요함
색상활용(Color Variation)			<ul style="list-style-type: none">심벌마크 색상활용은 적용매체 및 응용디자인의 특성과 상황에 따라 적용할 수 있는 색상활용을 규정해야 함
배경색에 따른 색상활용 (On Background Color)			<ul style="list-style-type: none">심벌마크를 적용할 경우 명확하고 식별 가능하도록 하는 것이 매우 중요하며, 배경색과의 명도 대비가 클수록 선명하게 드러날 수 있음인천시립미술관의 이미지 표현이 잘 드러날 수 있는 범위 내에서 다양한 배경색을 활용할 수 있음
그래픽 모티브 (Graphic Motif)			<ul style="list-style-type: none">그래픽 모티브는 인천시립미술관의 공식적인 표시와는 달리 별도로 디자인된 요소임각종 응용매체에 적용되어 인천시립미술관의 이미지를 보조하고 적용매체의 품위를 높이며, 아이덴티티를 강화하는 보조적인 역할을 함적용시 활용되는 아이টে에 따라 기능에 맞게 활용할 수 있음
금지규정(Incorrect Usage)			<ul style="list-style-type: none">금지규정은 인천시립미술관의 이미지를 보다 철저하게 관리하기 위한 규정이며 잘못 사용되었을 경우, 이미지를 손상시킬 수 있으므로 항상 정확성을 가해야 함본 항에 예시된 것 뿐만 아니라 활용 규정에 어긋나는 내용은 사용할 수 없으며, 판단이 어려울 경우 반드시 담당부서와 협의 하여 사용하도록 함
기타			<ul style="list-style-type: none">인천시립미술관의 심벌마크는 원칙적으로 ai데이터에 의해 축소·확대하여 사용하는 것을 원칙으로 함

〈표 151〉 디자인 가이드 라인 기본 구성안(Basic System) 제안(안)

⑥ 인천시립미술관 아이덴티티(MI) 디자인 가이드 라인 _ 지원체계 (Application System) 제안(안)

MI 디자인 기본 항목 (Basic System)		설명
명함 (Business Card)		• 명함은 외부인사에게 자신과 인천시립미술관을 인식시키고, 첫 이미지를 형성하는 커뮤니케이션 매체임
봉투(Envelope)		• 인천시립미술관의 통일된 이미지를 대내외적으로 잘 표현할 수 있음
래터헤드(Letterhead)		
결제판(Clipboard)		
문서보관용 파일(File cover)		
프레스 킷(Press kit)		
ppt템플릿(ppt template)		• 대내외적으로 인천시립미술관의 보고용 서식임
사기(Flag)		• 인천시립미술관의 이미지를 대내외적으로 전달하는 공식적인 상징물임
배지(Badge)		• 인천시립미술관의 직원임을 증명하는 항목으로 전 직원이 착용하여 직원간의 일체감과 소속감을 고양시키는 역할을 함
ID카드(ID Card)		• 방문객에게 인천시립미술관의 이미지를 직접적으로 전달하는 매체임
방문증(Visitor Card)		
멤버십 카드(Membership Card)		• 회원에게 인천시립미술관의 이미지를 직접적으로 전달하는 매체임
관람권(Admission Ticket)		
표창장(Award format)		• 상장류는 인천시립미술관의 권위와 신뢰성을 상징하며, 고급스럽게 제작하여 품위를 지킬 수 있어야 함
장표류 케이스(Award cover)		• 인천시립미술관의 권위와 신뢰성을 상징하며, 고급스럽게 제작하여 품위를 지킬 수 있어야 하며, 임명장, 표창장, 위촉장 등의 커버로 사용됨
감사패(Plaque)		• 인천시립미술관 임직원 및 관계자들에게 발부되는 특수매체로 품위와 신뢰감을 가질 수 있도록 디자인되어야 함
광고(AD)	신문(Newspaper)	• 대외적으로 인천시립미술관의 이미지를 전달하는 매체로 전체적인 디자인 시스템과 연계하여 제작함으로써 통일된 이미지를 전달할 수 있도록 디자인 되어야 함
	버스(Bus)	
	지하철(Subway)	
	잡지(Magazine)	
리플렛(Leaflet)		
초청장(Invitation card)		• 대외적인 프로모션용으로 널리 쓰이는 아이템으로 인천시립미술관의 이미지를 잘 표현할 수 있도록 디자인 되어야 함
메모지(Memo pad)		• 내외부 관계자들에게 인천시립미술관의 이미지를 전달하는 다량 소모품으로 기능적이면서 경제적이여야 함
현수막(Placard)		• 대외적으로 인천시립미술관의 이미지를 전달하는 매체로 전체적인 디자인 시스템과 연계하여 제작함으로써 통일된 이미지를 전달할 수 있도록 디자인 되어야 함
배너(Banner)		
포장지(Wrapping paper)		• 인천시립미술관의 기념품 등을 포장할 수 있는 아이템으로 인천시립미술관의 이미지를 잘 표현할 수 있도록 디자인되어야 함
스티커(Sticker)		• 대외적인 프로모션용으로 널리 쓰이는 아이템으로 인천시립미술관의 이미지를 잘 표현할 수 있도록 디자인 되어야 함
아트상품(Goods)		

〈표 152〉 디자인 가이드 라인 지원체계

3.4.4. 문화상품 개발⁵⁹⁾

- 미술관은 문화의 핵심코드로서 국가 경쟁력이며, 차세대 성장 엔진의 한 요소임. 현재 문화산업의 중심에 있는 미술관에 대한 사회적 관심의 폭이 넓어지고, 관람객들의 관심과 호응이 매우 높은 편임
- 미술관의 경쟁력 강화 및 미술관 브랜드 구축을 위해 다양한 문화상품의 개발이 요구됨
- 문화상품의 범위는 영화, 애니메이션, 캐릭터, 게임 등을 포함하고 있으며, 아트 샵, 뮤지엄 샵 등 미술관에서 판매하는 문화상품은 전시품의 소개, 소장품의 복제품, 기념품, 장식잡화, 문방구, 출판물 등 미술관과 연계된 문화상품(GOODS)을 의미함
- 소장품을 복제한 문화상품(GOODS)의 경우, 소장품에 관련되는 기본 자료를 바탕으로 복제 및 재창출 해야 함. 특히 작가와의 협업을 통한 문화상품(GOODS)개발은 세계적인 인천시립미술관의 브랜드 가치를 높일 수 있음
- 미술관 내의 문화상품개발을 위한 전문인력이 필요하고, 미술관의 정체성과 스토리가 있는 독창적이고 차별화된 문화상품 개발이 필요함
- 미술관의 문화상품은 우리나라의 대내외 경쟁력을 향상시킬 수 있으며, 미술관에서는 향후의 문화상품을 통한 경영개선 및 수익모델의 미래비전 확립에 큰 역할을 차지할 것으로 판단됨
- 뉴욕현대미술관 MoMA와 같이 다수의 전문가로 구성된 광고·그래픽디자인 전문부서가 필요함
- 국내외 문화상품(GOODS) 디자인 공모전을 통해 독창적이고 참신한 아이디어 구축
- 획일화된 기성품이 아닌 다양하고 유니크한 문화상품 개발이 필요함

[참고사례] 스페인 바르셀로나 복합문화센터 CCCB의 다양한 문화상품들			
<ul style="list-style-type: none"> • CCCB(Centre de Cultura Contemporània de Barcelona) 스페인 바르셀로나 복합문화예술센터 • 1989년 개관 • 운영주체: 바르셀로나 주정부와 시정부가 컨소시엄을 구성해 운영중임 • 전시는 물론, 공연, 연구, 토론, 예술작품활동 등을 통해 동시대 문화예술 전반에 걸친 연구와 활동의 전시공간이며, 레스토랑과 뮤지엄샵을 운영중임 • 뮤지엄샵의 경우, 작가들과 협업을 통해 새롭고 독특한 아트상품들을 개발하고 판매하는 유명함 			
			
			
			

〈표 153〉 스페인 바르셀로나 CCCB 문화상품 사례

59) 대전고암미술문화재단 발전방안 연구 A Study on the Development Plans of Daejeon GOAM Art & Culture Foundation, 2016, 대전세종연구원

3.4.5. 인천시립미술관 문화상품(GOODS) 개발 및 제안

- 인천시립미술관을 찾는 관람객들에서 미술관의 소장품, 또는 전시작품, 작가, 예술, 역사 등을 연상하게 하는 문화상품 개발을 통해 미술관의 정체성을 확립할 수 있고 충성도를 높임
- 문화상품 개발은 단순가치에 역사적·미학적인 가치를 덧붙임으로써 높은 가격에 판매될 수 있음



〈표 154〉 문화상품(GOODS) 디자인 제안(안)

○ 뮤지엄 샵과 레스토랑 운영

- 뮤지엄 샵은 소장품과 전시품 등을 응용하여 다양한 학술상품(도록) 및 아트상품 등을 개발, 판매하는 장소로 경우에 따라 음료 혹은 음식 판매를 위한 카페, 레스토랑을 운영하여 부족한 입장료 수익을 보완하기도 함
- 최근 단순한 기념품점을 넘어 문화상품의 형식으로 문화적 소비 욕구를 충족하고 있음
- 고유한 특색을 살린 상품은 미술관의 얼굴이 되기도 함
- 뮤지엄 샵은 미술관 내 입출구나 관람자의 접근성이 좋은 곳에 두고 관의 주제와 연관된 고유의 상품을 구비하여 관람자들의 다양한 취향을 만족시켜야 함

○ 일부 대형 미술관은 외주를 주어 뮤지엄 샵과 레스토랑 운영하며, 소비자 중심의 서비스를 지향함



<표 155> IAM 뮤지엄 샵 & 레스토랑 제안(안)

Part 4. 스마트 뮤지엄 및 미술 아카이브

4. 스마트 뮤지엄 및 미술 아카이브

4.1. 스마트 뮤지엄

4.1.1. 스마트 뮤지엄 개요

가. 스마트 뮤지엄의 개념 정의

미술관	스마트뮤지엄
<p>기존의 미술관 개념은 “museum은 유무형의 인류와 환경에 관한 유산의 수집, 보존, 연구, 소통과 전시를 통해 교육과 학습, 즐거움을 제공하는 대중에게 개방된 사회와 사회의 발전을 위한 서비스를 제공하는 비영리의 영구적 기관”을 의미함(유네스코 산하 ICOM 2007.22회 비엔나 회의)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 「박물관 및 미술관 진흥법」에 따라 미술관은 문화예술의 발전과 일반 공중의 문화향유 및 평생교육 증진에 이바지하기 위하여 박물관 중에서 특히 서화조각공예건축사진 등 미술에 관한 자료를 수집·관리·보존·조사·연구·전시·교육하는 시설을 의미함 - 해외에서는 박물관과 미술관의 의미를 분리하지 않고 있으나, 일본, 중국 등 일부 국가에서는 박물관과 미술관의 의미를 구분하여 사용하고 있으며, 한국 역시 박물관 및 미술관 진흥법에 따라 의미를 구분하여 사용하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 미술관의 개념에서 스마트 기술을 도입한 스마트 기반시설, 스마트 기술을 도입한 스마트 경영의 추진에 따라 미술관의 융합 기술 수용 주체로의 전환을 의미 - 스마트미술관은 국민들의 문화예술 향유 기반시설인 미술관이 「스마트시티 조성 및 산업진흥 등에 관한 법률」에 따른 스마트 문화기반시설로, 미술관이 스마트 기술을 활용하여 제공할 수 있는 유무형적 서비스가 이루어지는 공간을 의미함 - 스마트미술관은 경영환경의 변화와 함께 소비자, 경쟁 산업 등 패러다임이 변화함에 따라 스마트 경영을 도입하는 주체로의 전환을 의미함 - 스마트미술관은 새로운 기술 혹은 특정 기술을 접목하는 수준이 아니라 다양한 기술을 기반으로 박물관·미술관의 공간·서비스·작동원리가 변화하는 것을 의미함 - 스마트미술관은 융합기술의 수용에 대한 시도 차원이 아닌 미술관 자체의 스마트화를 통해 미술관 전체의 연결성을 확보하는 것을 의미함

〈표 156〉 스마트뮤지엄의 정의

나. 스마트 공간의 운영

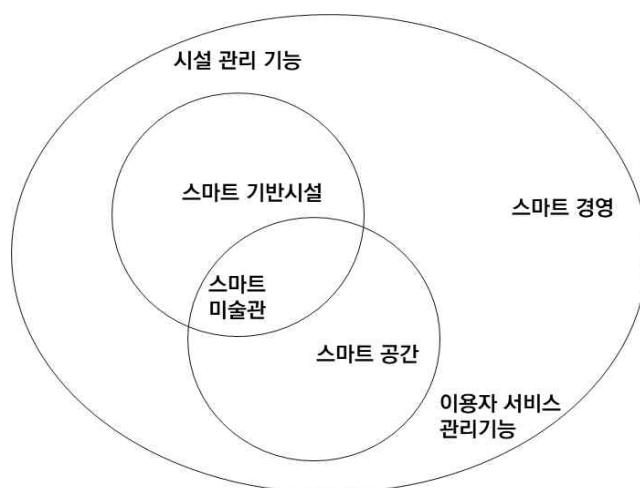
- 스마트 공간은 스마트 기술을 기반으로 이용자, 기술, 환경 등의 다양한 요소들을 가상의 공간 내에서 상호작용이 가능하도록 하는 공간기능의 효율을 극대화하고 경험을 만드는 물리적, 디지털 환경을 의미함
- 스마트 기반시설 차원에서 기술을 도입할 경우, 개별 공간의 기능에 맞는 디자인으로 최적화된 초점을 맞출 수 있음
- 스마트 공간의 구성은 기술, 공간, 프로세스, 데이터로 구분할 수 있으며, 이용자가 공간을 이용하고 데이터를 생산해내는 공간이자 AI가 학습하고 작동하는 플랫폼임
- 스마트 공간은 공간을 계량화할 수 있으며, 데이터를 통해 의사결정을 지원하고 문제를 해결하며, 이용자의 공간 내 경험을 고려한 경험 확대와 디지털 시스템 및 프로그램 간의 UI를 통한 환경개선, 변화를 다룰 수 있음
- 스마트 공간을 미술관에 접목할 시 이용자 중심의 공간으로 구분하여 운영할 수 있으며, 각각의 주체에 따른 공간 정보 관리, UX, UI의 최적화 작업이 가능함
- 미술관의 스마트공간은 스마트 오피스와는 차별적이어야 하며, 미술관 내 공간 이용자가 이용 프로세스 과정에서 발생하는 데이터, 미술관에 특화된 공간 정보 생성과 관리, 활용을 전략적으로 접근하여 관리해야 함

다. 스마트미술관과 콘텐츠 운영

- 스토리텔링은 내용 전달에 있어 이야기가 내포하는 궁극적 콘텐츠와 새로운 지식을 습득함에 있어 전달자와 학습자의 상호작용을 하나의 이야기로 엮어줌으로써 다양한 의미를 터득하고 확장된 학습효과를 기대할 수 있는 중요한 매개체가 됨
- 디지털 스토리텔링이 반영된 에듀테인먼트 콘텐츠가 미술관 스마트 콘텐츠 구축에 응용됨으로써 기관의 역할을 재정립하고, 다수의 뮤지엄(museum)에 골고루 반영될 수 있는 가능성을 제시할 수 있음
- 스마트 IT 시대에 도래하면서 전 세계적으로 박물관, 미술관들은 다양한 소장품, 유물, 예술작품들과 수많은 잠재 관람객들 사이에서 꾸준히 연결될 수 있는 미디어와 커뮤니케이션의 새로운 접근 방안을 끊임없이 모색해야 하는 과제에 당면하게 되었음
- 디지털 스토리텔링이 반영된 미술관 에듀테인먼트 콘텐츠는 학습효과와 흥미유발을 최적화 하여 학습자가 다각도로 교육용 콘텐츠를 활용할 수 있는 중요한 매개체로 충실하게 제 역할을 수행할 수 있어야 하며, 교육적 기대효과를 높여줄 수 있는 가능성을 담아야 함
- 디지털 스토리텔링은 미디어를 활용한 뮤지엄 전시 체계를 구축함에 있어 미술관 에듀테인먼트 스마트 콘텐츠를 구현하는 궁극적인 요인이 되면서 물리적인 오프라인과 가상(cyber)의 온라인 뮤지엄이 더욱 융합적으로 운영되는 새로운 대안이 될 것임

라. 미래형 미술관의 운영

- 급변하는 미술관 관람환경에 대응하고 시공간의 제약없이 최적화된 방문자의 경험을 제공할 필요가 생김
- 21세기 디지털시환경에 대응하고 4차 산업혁명시대 트렌드에 맞게 첨단 미디어기술 활용으로 이색 문화체험 및 가상현실(VR) 플랫폼 구축으로 스마트전시 등 다양한 콘텐츠를 제공함
- 인공지능과 정보통신기술 등을 활용한 기관 특성에 맞춘 스마트미술관은 미디어파사드, 미디어아트영상, 디지털 실감영상, AR로 보는 미술관 콘텐츠 등을 통한 다양한 인터랙티브미디어 기술이 접목되면서 관람객의 흥미를 유발함
- 외부환경 변화에 따른 미술관의 미래 사회적 책임과 선도적 역할에 대한 확대가 커지고 있는 상황에서 스마트뮤지엄은 기존의 오프라인 중심의 미술관 운영방식에서 변화하는 기술환경에 따른 새로운 기술혁신 체제임



〈그림 91〉 스마트 기반시설, 스마트공간, 스마트 경영 간 개념 관계도

4.1.2. 스마트뮤지엄 운영 사례

가. 운영영역에 따른 사례 분석

구분	체제도입 및 스마트기술 (미술관 중심)					이용자 제공 서비스 (향유자 중심)		
	전환 범위	정보 자원	시스템 개발	시스템 관리	공간 정보	스마트 인력	콘텐츠 서비스	플랫폼 서비스
클리블랜드 미술관	부분 (POC)	업무/ 소장품/ 관람객	외부협업 (CISCO)	자체관리, 외부협업	센서 기반	채용 및 교육	전시 콘텐츠	홈페이지 (소장정보)
상하이 박물관	전체	업무/ 소장품/ 관람객	외부협업 (정부/기 업)	외부협업	BIM	외부인력 활용	준비중	준비중
캐나다 과학혁신 박물관	전체	업무/ 소장품/ 관람객	외부협업 (MCN)	외부협업	장치 설치	외부인력 활용	전시 콘텐츠	플랫폼 서비스
홍콩 M+	전체	업무/ 소장품/ 관람객	외부협업 (외부연계)	자체관리	-	채용 및 교육	키오스크	플랫폼 서비스

〈표 157〉 스마트뮤지엄 서비스 사례

나. 스마트 시스템 구축 사례

기관명	온/오프 라인	서비스	사진	내용
국립현대미술관	온·오프 라인	전시관람 APP		<ul style="list-style-type: none"> 국립현대미술관 전시 작품 해설, 미술관 내 길 찾기 국립현대미술관 온라인 홈페이지에서도 작품 해설 청취 기능을 제공함
영국박물관	온·오프 라인	삼성 디지털 디스커버리센터		<ul style="list-style-type: none"> 영국박물관 내 스마트 기기 교육, 각 학교와 원격으로 연결하여 영국박물관 소장작품 교육함 (ZOOM 등 원격 시스템 활용)
미국 클리블랜드 미술관	오프 라인	갤러리 원		<ul style="list-style-type: none"> 대형 디지털 터치스크린을 통해 미술관 소장작품 검색 가능함 (작품명, 설명, 안내 위치 등)
구글	온라인	구글 아트 앤 컬처		<ul style="list-style-type: none"> 고화질 작품 관람, 작품 및 전시관 360도 동영상, VR 전시 관람 등을 제공함
-	오프 라인	빅데이터 관람객 통계시스템		<ul style="list-style-type: none"> 비콘 등 위치 센서를 활용, 관람객 위치, 작품별 체류 시간, 동선 등 정보를 자동으로 수집·분석하여 빅데이터 구축 및 활용함
브라질 리우데자네이루 미술관	온·오프 라인	시안내 챗봇		<ul style="list-style-type: none"> 뮤지엄 안의 내용을 배우기를 원하는 관객들에게 그들의 대화 방식과 수준에 맞게 챗봇으로 대화할수 있음

〈표 158〉 스마트시스템 구축 사례

4.1.3. 멀티미디어 콘텐츠와 디지털 서비스 구축 방안

가. 스마트 경영

○ 스마트 경영 주체로서의 스마트 뮤지엄

- 스마트 경영은 조직 전반에 걸쳐 통합된 스마트 체제를 도입, 운영한다는 관점임
- 적극적인 스마트 환경에서 조직 내부의 인적 변화와 경영 관리 차원에서 스마트 시스템이 적용되며, 스마트 서비스, 스마트 협력 등이 이루어질 수 있도록 함

○ 기능 구분

- 스마트 경영 : 업무상 시간과 장소에 얽매이지 않고 스마트 기술을 활용하여 일할 수 있는 체제. 정보의 수집, 분석을 통한 최적화된 정보를 구현하고 자동화 시스템으로 전환함
- 스마트 큐레이션 : 온오프라인을 아울러 이용자 개개인 특성에 따른 데이터를 기반으로 학습된 결과를 토대로 사용자 환경, 경험을 제공하여 대내외적 환경 변화에 따른 기관의 서비스를 제공·관리
- 스마트 기반시설 : 이용자 입장에서 스마트 시스템을 고려하고 도입한 디자인 개념의 스마트 공간. 스마트 환경에서의 스마트 서비스가 지니는 환경과의 상호작용, 이용자, 관리의 체계를 고려하여 도시 내 기능을 강조하는 기반시설임

나. 스마트체제 프로세스 구축 절차



〈그림 92〉 스마트체제 도입 절차

○ 스마트체제 프로세스

- 스마트 경영 목표 및 통합 체제 전환 의미의 공유
- 업종특성에 맞는 스마트 워킹 비전 수립
- 스마트 워킹 철학과 비전 공유

○ 정보기술 아키텍처 설계 및 계획 수립

- 환경/소비자/운영자 분석
- 정보기술 아키텍처 설계
- 프로세스 모델 도출
- 중장기 운영 계획 수립

○ 스마트 기반 구축

- 정보자원관리 체계 설계
- DB구축
- 클라우드 개발

○ 스마트 체제 도입

- 스마트 시스템 도입
- 단계별 활동
- 핵심 성공요인 및 리스크 감소 방안 모색

○ 스마트체제 고도화

- 스마트 시스템 운영 모니터링 및 최적화
- 이용자 수요에 대응할 업무 프로세스 수정 및 개선
- 업무 적용 확대

다. 스마트 체계의 데이터 시스템

○ 시스템 구축

- 스마트 정보시스템(ERP, 전사적 자원관리)의 데이터 체계 구축을 토대로 이루어지며, 스마트 조직단위를 아울러 생산되는 정보를 서로 공유하고 신규 정보의 생성과 신속한 의사결정을 도와주는 정보시스템
- 조직이 수행하는 단순반복적인 업무를 해결하고 리스크 관리, 업무효율성 극대화, 데이터를 통해 예상되는 목표를 측정하며 조직의 업무 특성과 관리 영역, 운영 방식 등 필요에 맞춰 특성화된 시스템을 개발·운영함

○ 데이터 관리

- 서비스를 모니터링 및 관리하기 위해 처리·분석된 데이터의 계획과 관리를 실시함
- 기관의 운영 과정에서 발생하는 방대한 양의 데이터, 문서, 보고서, 자료 등의 기준을 수립하고, 정보 자산의 기본정보인 메타데이터를 규정하고 관리함
- 메타데이터는 해당 자료 자체에 대한 정보뿐만 아니라 다른 데이터와의 연결을 통한 맥락 정보를 구조화하거나 구조화된 정보의 학습을 위해 활용할 수 있는 데이터임

○ AI 스마트 경영

- 기관이 보유한 방대한 데이터를 AI가 학습할 수 있도록 하여, 기관에서 발생하는 다양한 이슈를 해결하고, 현상과 업무상의 상관관계를 분석하여 경영에 활용될 수 있는 정보자산으로 데이터가 구축되게 함

○ 스마트 경영의 정보기술아키텍처

- 스마트 경영을 위해서 기관의 정보기술아키텍처를 설계하고 그에 따르는 운영 프로세스 모델을 도출해야 함
- 정부는 2018년 정보기술아키텍처를 도입하여 운영하고 있으며, 일정한 기준과 절차에 따라 업무, 응용, 데이터, 기술, 보안 등 조직 전체의 구성요소들을 통합적으로 분석한 뒤 이들 간의 관계를 정리한 체제를 바탕으로 정보화하여 구성요소들을 최적화하는 방법을 제시하고 있음
- 정보기술아키텍처의 수립, 관리, 활용에 대한 일관된 추진 및 합리적 성과관리를 위하여 기관에서는 이에 대한 도입과 운영에 필요한 사항을 명시하고 관련 규정을 둘 필요가 있음
- 정보기술아키텍처는 업무의 목표, 기능, 작동방식, 조직 등 업무를 작동시키는 작동원리를 중심으로 업무 아키텍처, 업무를 바탕으로 도출되는 데이터 영역의 데이터 아키텍처, 이를 활용하기 위한 응용 아키텍처, 각가의 아키텍처가 연동되어 작동할 수 있는 기술 아키텍처로 구분하여 관리되어야 함

- 구성요소는 산출물의 기초단위로 구분되며, 이를 기반으로 정보 구성 요소간 관계 매트릭스를 구성하여야 함
- 인천시립미술관은 정보의 조직화 및 데이터의 네트워크 구축을 위하여 정보화전략계획을 수립하고, 각각의 정보 간의 중복을 통제하여야 함



〈그림 93〉 정보기술 아키텍처의 분류(한국데이터산업진흥원)

라. 지속 가능한 디지털 서비스 구축

○ 지속 가능한 디지털 서비스 구축 방안

- 온라인 콘텐츠 기반 디지털 서비스 시스템 구축 방안 모색이 필요함
- 미술관 소장품, 자료, 전시 등의 디지털 아카이브화 및 활용방안 모색이 필요함
- 디지털 대민서비스 방안 모색이 필요함

○ 온라인 플랫폼 구축 프로세스

- 개관전 : 인천시립미술 관련 디지털 콘텐츠 제작이 필요함
- 인천시립미술관 사진 홍보를 진행함
- 웹진, 카드뉴스 등 온라인 콘텐츠 제작/공유가 필요함
- 개관후 : 상설/기획 전시 연계 콘텐츠 제작이 필요함
- 상설/기획 전시 기획 과정과 연계 제작이 필요함

마. 스마트 미술관의 운영프로그램

○ 운영방안

- 인천시립미술관의 주요 컨셉 및 컬렉션을 바탕으로 AI, VR 등의 기술지원을 통하여 시공간을 초월한 미술관의 이용이 가능한 환경을 구축함
- 프로그램은 남녀노소, 전문가비전문가의 구분 없이 누구나 쉽게 이용할 수 있는 기술을 기반으로 하며,

배너, 키워드, 온라인 전시, 키워드 등을 통하여 다양한 방법으로 인천시립미술관을 노출시켜 흥미를 일으킴으로써 잠재적 관람객을 유도할 수 있도록 함

- ICT 기술을 활용한 입체적인 콘텐츠 제공을 통하여 뮤지엄이 추구하는 주제 및 콘텐츠를 더욱 또렷하게 강조하고, 이용자들에게 정보를 제공함으로써 인천시립미술관의 특성에 맞는 차별화된 콘텐츠를 개발함
- 스마트미술관을 통하여 뮤지엄의 기본적인 기능을 확대하여 보다 입체적으로 미술관에 접근할 수 있도록 하고 다양한 스마트 뮤지엄 프로그램의 도입 및 가능성 제시를 통하여 뮤지엄 콘텐츠와 다른 학문과의 연계성을 찾고 스마트 IT 트렌드에 맞춘 스마트 뮤지엄 기본모델을 구현함
- 미술관의 스마트 콘텐츠 개발을 위한 다양한 문화기술 R&D가 수행될 수 있도록 운영함

○ 스마트미술관 운영 프로그램

프로그램명	주요내용	유관사례
IAM 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> · 인천시립미술관의 네트워크 플랫폼 · 미술관의 전시, 공고, 행정관계 내용 뿐만 아니라 온라인 관람객을 위한 갤러리, 큐레이션, 작품안내해설, 온라인을 통한 작품 및 아카이브 자료 기증 · 유관기관과의 메타데이터 등을 통한 연계 	구글엔아트 https://artsandculture.google.com/?hl=ko 이중섭미술관 https://ssam.seogwipo.go.kr/
AR·VR체험관	<ul style="list-style-type: none"> · 체험관 및 전시해설을 VR·AR 기술을 이용하여 운영 · 해당 기기를 착용하는 등으로 가상의 화면과 컨트롤러를 이용하여 움직임을 취하는 등의 체험 제공 	국립현대미술관 VR전시, 사비나미술관 버추얼미술관, 대구미술관 VR전시 등
메타버스	<ul style="list-style-type: none"> · VR기반의 메타버스 기술을 이용하여 온라인을 통한 미술관의 가상현실 구현 체험관 · 뮤지엄파크→인천시립미술관까지의 3차원 실사촬영을 통하여 미술관 건축물과 주변환경, 뮤지엄파크 공간을 재현하여 가상공간에서도 전시·편집할 수 있는 기술 반영 	이응노미술관 https://www.leeungnomuseum.or.kr/
미술관 에듀테인먼트	<ul style="list-style-type: none"> · 학습자 중심의 교육이 부각되는 추세에 맞춰 교육용 콘텐츠를 담은 스토리텔링형 시나리오, 오락성을 가미한 게임 등을 제공 	살아있는 미술관 서울전 www.alive-gallery.com , 어린이미술관 헬로우뮤지움
스마트채널	<ul style="list-style-type: none"> · 인천시립미술관 안내 · 작가 인터뷰 영상 · 미술관을 무대로 한 다양한 영상 제작 	디뮤지엄 https://www.youtube.com/@DaelimMuseum
디지털방명록 및 키오스크	<ul style="list-style-type: none"> · 현장을 찾은 관람객을 대상으로 관람정보 제공, 디지털 방명록, 온·오프라인 예약 관리 등의 기능 수행 	국립현대미술관, 리움미술관
e-Book	<ul style="list-style-type: none"> · 전시도록, 미술관 안내 자료 등을 실물 자료로 제공함은 물론 전자책으로 발간하여 정보제공 콘텐츠, 교육 콘텐츠, 홍보·안내 콘텐츠 등에 맞춘 인터페이스 디자인을 제공함 · 리디박스, 예스24, 알라딘 등의 플랫폼과 연계하여 전시도록의 전자책 제공으로 미술작품 전시 해설, 오디오 가이드 등의 콘텐츠를 제공받음 	아라리오뮤지엄 전자책, 의정부미술도서관 전자책, 대전시립미술관 전시도록 등
기술지원 특강	<ul style="list-style-type: none"> · 유튜브 및 SNS 제작 방법, AI기술 등 작가 및 참가자들의 스마트미술관과 관련된 작업 지원 및 이용방안 등에 대한 교육을 지원함 	국립현대미술관 https://www.mmca.go.kr/artStudio/artMoveInProgramList.do

〈표 159〉 스마트미술관 운영프로그램

4.2. 미술 아카이브 구축

4.2.1. 개요

가. 미술 아카이브 정의

○ 아카이브 정의

- 아카이브(Archive)은 전통적인 의미에서 개인 및 단체가 활동하며 남기는 수많은 기록물 중 가치가 있다고 선별된 기록을 대상으로 보관하는 장소나 그 기록물 자체를 이르는 용어임
- 「공공기록물 관리에 관한 법률」 제3조(정의)에 의하면, ‘기록물’이란 공공기관이 업무와 관련하여 생산하거나 접수한 문서·도서·대장·카드·도면·시청각물·전자문서 등 모든 형태의 기록정보 자료와 행정박물(行政博物)을 말함

○ 미술 아카이브의 필요성

- 인천시립미술관은 공적활동을 수행하는 공공기관으로, 미술작품 등의 소장품 자체에 대한 수집·활용 뿐만 아니라 작품에 대한 배경정보, 맥락정보, 해당 작품에 대한 작가 정보 등 다방면의 정보를 수집하여 관리할 필요가 있음
- 또한 수집 과정에서 발생하는 미술관의 공적 문서들에 대해서도 체계적으로 관리하여야 함
- 미술작품들은 해당 작품 단독으로도 정보가 될 수 있으나, 관련된 메타데이터, 전자파일 등의 레코드 구축이 되어 있지 않으면 중요한 미술기록정보를 유실할 위험이 존재함
- 때문에 인천시립미술관의 ‘미술 아카이브’는 미술관의 이용자가 원하는 정보를 정확히 파악하여 접근할 수 있게 하고, 작품과 그에 따른 배경·맥락정보 등의 미술기록 일체의 자료를 아카이빙하는 것을 목표로 해야 함

○ 미술(관) 아카이브의 정의

- 「박물관 및 미술관 진흥법(2023)」 제2조에 따르면, ‘미술관자료’란 미술관이 수집·관리·보존·조사·연구·전시하는 예술에 관한 자료로서 학술적·예술적 가치가 있는 자료를 말함
- 미술(관) 아카이브는 미술관에서 이루어지는 모든 생산·접수·활동 일체에서 발생된 정보자료로, 미술관의 다양한 활동에서 생산된 기록물과 소장품에 대한 정보 자료, 미술과 관련된 학술적 자료를 수집, 평가, 분류, 보존하여 유용한 정보로 제공하는 공간 또는 기록 자체임
- 인천시립미술관은 기관의 운영과 활동 과정에서 생산된 기록물 뿐만 아니라 미술관 소장품에 관한 상세한 정보를 담고 있는 자료나 학예연구에 필요한 학술자료, 미술관 운영에 주요한 영향을 미친 개인이나 단체의 기록물까지 수집영역을 확장해야 함
- 미술(관) 아카이브는 기록물의 생산 주체와 수집방법에 따라 미술관이 자체적으로 생성한 기록과 외부에서 생성한 것을 수집한 것으로 기록을 구분하여, “생성기록물(기관 아카이브)”과 “수집기록물(매뉴 스크립트)”로 구분하여 관리할 필요가 있음

나. 미술 아카이브 운영 사례

○ 개요

- 다양한 대민서비스를 위하여 기존 박물관, 미술관, 도서관 등의 별개로 운영되던 문화시설은 ‘라키비움(larchiveum) 등의 복합문화시설의 형태로 운영하는 추세임
- 인천시립미술관은 시립박물관과 함께 뮤지엄파크와 운영될 예정으로 복합문화시설로서의 예술정보자원

의 구축 및 대민서비스가 필요함

- 소장자료(품) 자체에 대한 가치평가를 넘어서 그것을 제작한 작가(생산자), 제작하게 된 시대적 배경, 제작과정과 관련하여 생산·수집된 자료 등의 아카이브 기록물에 대한 중요도가 높아짐에 따라 인천시립미술관에서도 미술아카이브를 운영할 필요성이 있음

○ 서울시립미술아카이브(SeMAAA)⁶⁰⁾

① 개요

- 2023년4월4일에 개관한 서울시립미술관의 분관이자 국공립 최초의 아카이브 전문 미술관
- 우리나라 현대미술의 중요 자료를 선별, 수집, 보존, 연구하는 아카이브 본연의 역할 뿐만 아니라 소장 자료와 연계된 다양한 전시, 교육, 체험 프로그램을 운영함
- 모음동, 배움동, 나눔동의 3개 독립된 건물로 구성되어 각각 보존연구 및 전시공간, 레퍼런스 라이브러리, 리서치랩, 보존서고 등으로 운영중임
- 4,500여권의 국내외 미술도서를 자유롭게 열람 가능함

② 용어 정의

- 예술정보자원의 정의 : 아트아카이브와 도서를 아우르는 용어를 뜻함
- 아트아카이브(소장자료) : 예술정보자원에서 도서를 제외한 아트아카이브를 뜻하는 것으로 예술자료와 기관자료로 구분함
- 예술자료 : 작품을 제작하거나 전시를 기획하는 등 창작의 과정에서 작가와 매개자, 단체가 생산하고 수집한 자료를 뜻함
- 기관자료 : 1988년 설립된 서울시립미술관의 역사 속에서 생산된 운영자료를 뜻함
- 도서 : 아트아카이브(예술자료, 기관자료)와 별개로 아트아카이브와 관련된 전문/일반도서를 뜻함

③ 계층분류

- 예술자료 : 컬렉션-시리즈-하위시리즈-파일-아이템
- 기관자료 : 그룹, 시리즈, 하위시리즈, 파일, 아이템

④ 컬렉션의 구분

- 인물컬렉션 : 창작자와 매개 인구로 구분하여 인물명을 컬렉션으로 사용함 (예) 창작자 - 미술가, 디자이너, 건축가 / 매개인구 - 연구자, 비평가, 기획자 등
- 주제/기획 컬렉션 : 전시 및 프로젝트 대주제 및 세부 주제에 맞춰 컬렉션 명을 사용하거나 수집 유형에 따라 구분하는 컬렉션을 뜻함 → 단체 컬렉션 :단체, 기관, 비영리 전시공간 등의 명칭을 컬렉션으로 사용하는 것으로, 단체업무 기능에 따라 일괄수집하거나 특정 전시 및 기획에 따라 일부 수집하여 컬렉션하는 것을 뜻함

⑤ 형태 분류

- 물리적인 형태를 기준으로 수집함
- 도서간행물(단행본, 간행물, 도록, 학술지, 백서, 일반문서), 문서(일반문서, 증서, 기고문, 선서언문, 발표문, 대장, 서진, 노트 및 메모, 스크랩, 도면), 사진(인화사진, 앨범, 사진필름, 사진파일), 음성영상(테이프, LP음반, 디스크, 음성파일, 영상파일)

60) 서울시립미술아카이브 홈페이지, <https://semaaa.seoul.go.kr/front/main.do>

○ 한국예술디지털아카이브(DA-Arts)⁶¹⁾

① 개요

- 아르코기록원에서 운영하는 예술자료 전문 아카이브
- 한국 근현대 예술사의 흐름을 살펴볼 수 있는 고가치의 예술기록물을 수집·보존하며, 예술사 구술채록 사업, 공연 영상화사업 등의 기초연구자료 생산함
- 차별화된 기획컬렉션을 통해 구술채록, 무대미술, 민화화본, 공연대본, 공연영상 등의 디지털 자료를 제 공함

② 기획 컬렉션

- 공연예술 : 전체, 연극, 뮤지컬, 다원복합, 무용, 음악, 전통예술, 대중예술
- 시각예술 : 미술작가 500人, 전시자료
- 한국현대음악 : 음악단체, 작곡가별, 작품별, 기관/행사목록
- 구술채록 : 한국근현대예술사 연구를 위한 원로예술인들의 삶과 체험, 작품 세계를 집중 기록하는 컬렉션(사업안내, 생애사, 주제사)
- 무대미술 : 선, 색, 빛과 같은 시각적인 언어로 무대를 연출하는 무대미술가의 세계를 조명하는 컬렉션(사업안내, 인물별)
- 민화화본 : 전통 채색화 분야 최고의 수리복원 전문가이자 만화계 원로작가 파인(芭人컬) 송규태 화백(1934)이 원화를 실견하여 모사한 민화 화본(畵本) 컬렉션(컬렉션 소개, 민화화본)
- 공연대본 : 1950년 전후 근대희곡과 1960년대 이후 심의대본과 심의서류를 다루는 컬렉션(컬렉션소개, 근대희곡, 심의대본)
- 공연영상 : 순간의 예술, 휘발되는 무대의 생생한 감동을 오래도록 기어잡고자 영상으로 기록하는 컬렉션(컬렉션소개, 행사별)
- 르네상스 : 음악감상실 르네상스 소장품을 통해 한국의 20세기 음악 감상 문화, 한국 유성기 음반사와 공연예술사를 살펴볼 수 있는 컬렉션(컬렉션소개, 한국유성기음반)
- 예술가의공간 : 중요한 예술사적 장소들을 언제 어디서나 생생하게 체험할 수 있도록 보존하고 기록하기 위한 프로젝트 컬렉션(나운영 서재)

③ 형태분류

- 도서, 연속간행물, 영상, 음향, 전시도록, 포스터, 공연대본, 악보

④ 메타데이터

- 제목(서명), 자료유형, 서명/저자, 단체저자명, 권.연차사항, 발생사항, 형태사항, 간행빈도, 분류기호, 언어, 출판사, 청구기호, 출판년, 수록 매체

61) 한국예술디지털아카이브 홈페이지, <https://www.daarts.or.kr/>
아르코예술기록원홈페이지, <https://artsarchive.arko.or.kr/>

○ 공연문화예술아카이브(K-paan)⁶²⁾

① 개요

- 공연문화예술 아카이브를 대표하는 국립국악원, 국립극단, 국립극장, 국립무형유산원, 국립아시아문화전당, 한국문화예술위원회 6개 기관의 공연문화예술 아카이브를 통합 검색하여 이용이 가능한 플랫폼을 뜻함
- 6개의 기관에서 소장한 연극, 무용, 음악, 전통연희, 무형유산, 근현대 공연, 아시아 문화 등 다양한 장르 및 주제의 자료를 한곳에서 검색 가능한 네트워크형 아카이브를 뜻함

② 컬렉션

- 국악아카이브 : 국립국악원의 국악정보 3만여 점과 디지털 콘텐츠 1만3천여점의 자료를 검색할 수 있음. 국립국악원이 소장하고 있는 공연 기록, 당대 예술가, 학자 등의 소장자료, 동영상, 음향, 사진, 악보, 팸플릿 등의 자료와 VR공연, 3D 국악기, 온라인 전시 등의 정보를 확인 가능함
- 국립극단 디지털 아카이브 : 1950년부터 이어온 국립극단에서 공연된 600여편의 작품과 예술가의 결과물 정보를 제공하는 아카이브. 공연, 인물, 기록, 등장인물, 학술, 장소, 사건 등이 각각의 정보로서 독립적인 것이 아닌 상호 유기적인 관계 속에서 정보가 제공될 수 있도록 함
- 공연예술 아카이브 플랫폼 : 1950년 이후, 동시대 공연예술과 나란히 걸어온 국립중앙극장의 공연예술 박물관이 소장한 자료 및 공연 정보를 이용 가능. 국립창극단, 국립무용단, 국립국악관현악단, 국립극단, 국립발레단, 국립오페라단, 국립합창단, 국립심포니오케스트라, 국립현대무용단 등 대표적인 국립 예술단체의 공연 레퍼토리 정보 제공. 연극, 무용, 연희 등 여러 장르의 공연으로부터 생산된 영상, 음향, 사진, 프로그램 등의 다양한 매체 자료 정보를 제공하며, 공연예술문화연구, 공연예술박물관 소장자료 연구총서, 월간 국립극장 등 동시대 공연예술계의 담론을 담은 발간물을 제공함
- 무형유산 디지털 아카이브 : 국가무형유산의 역사, 현황, 기능과 예능의 실현과정, 국가무형유산 보유자의 생애를 영상, 사진, 도서로 기록한 국립무형유산원의 아카이브 정보 제공. 국가무형유산의 공연과 전시, 국가무형유산 보유자와 연구자의 기증자료등을 정리하여 아카이브로 구축한 정보임
- 아시아문화박물관 아카이브 : 아시아의 건축, 음악, 종교, 의례, 생활문화 등 주제 연구와 문화자원 수집활동의 결과물로, ACC활동 기록을 공유하고 국립아시아문화전당의 아카이브 온라인 콘텐츠를 제공함
- 한국예술 디지털 아카이브(DA-Arts) : 아르크예술기록원이 수집, 제작한 컬렉션 중 디지털화 된 기록물을 확인할 수 있는 아카이브. 60년대 이후부터 현재까지 공연 프로그램, 전시도록, 영상, 악보 등 약 20만건의 공연 및 시각예술분야의 다양한 기록물을 온라인으로 열람 가능함

③ 메타데이터

- 통합 네트워크 플랫폼의 성격에 따라 태깅을 통한 키워드 중심의 시소러스가 구축되어 있어 6개의 기관이 연관된 키워드로 정보가 검색되도록 구성함

다. 인천시립미술관 미술 아카이브 분류 및 기술 규칙

○ 인천시립미술관 미술 아카이브 정의

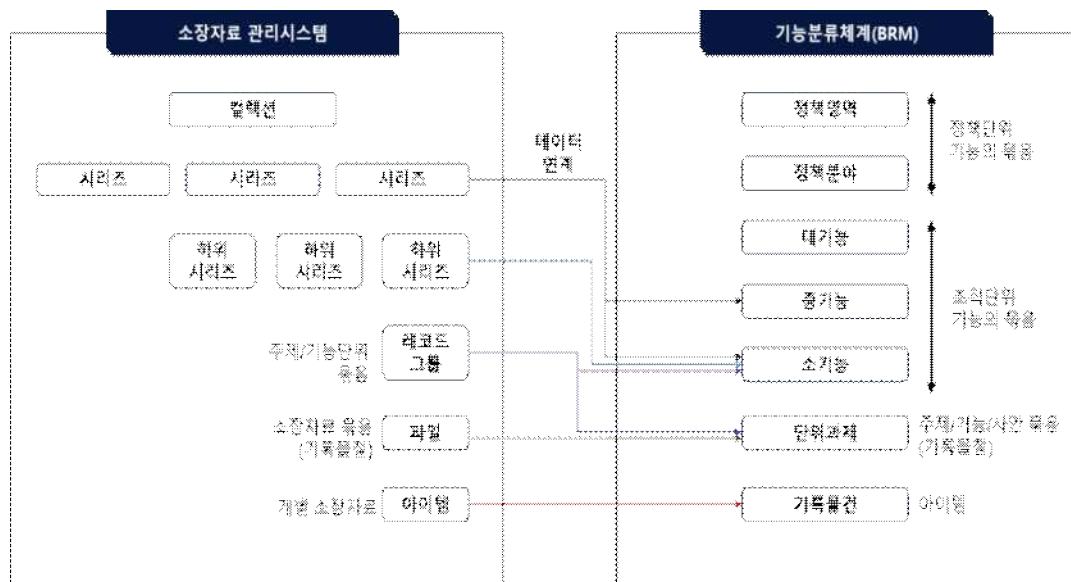
- 예술정보자원 : 소장자료(품), 도록, 도서, 도면, 간행물 등 인천시립미술관이 업무기능 활동해서 발생하는 생산수집하는 모든 예술관련 정보자원
- 미술아카이브 : 예술정보자원가운데 중장기 보존대상으로 선별된 정보자원
- 기관자료 : 인천시립미술관의 업무기능 활동과 관련해잇 생산수집되는 기관 운영과 관련된 정보자원

62) 공연문화예술 아카이브 홈페이지, <https://www.ihg.go.kr/k-paan/>

- 도서 : 인천시립미술관이 예술정보자원과 관련하여 수집한 전문/일반도서
- 간행물 : 잡지, 소식지 등의 정기/비정기적으로 발간되는 발간물

○ 계층분류

- 계층분류 기본 : 컬렉션-시리즈-하위시리즈-레코드그룹-파일-아이템
- 기관자료의 경우 기본적으로 인천광역시의 기능분류체계(BRM)에 따라 정책분야(1레벨)-정책영역(2레벨)-대기능(3레벨)-중기능(4레벨)-소기능(5레벨)-단위과제-기록물의 계층(업무영역에 따른 분류)으로 관리하며, 미술아카이브 시스템을 별개로 운영할 시 미술 아카이브 계층분류와 연계하여 다음과 같이 운영할 것을 제안함



<그림 94> 소장자료 관리시스템과 기능분류체계 계층분류에 따른 데이터 연계(안)

○ 컬렉션 : 활동컬렉션, 인물컬렉션, 장르컬렉션, 시대컬렉션, 기획컬렉션

- 활동컬렉션 : 기능, 기관 및 단체, 개인의 활동 등과 관련된 주제 컬렉션
- 인물컬렉션 : 작가, 연구자, 비평가 등 인물별로 분류하는 컬렉션
- 장르컬렉션 : 시각, 조각, 행위예술 등 장르에 따른 컬렉션
- 시대컬렉션 : 근현대, 초현실주의 등 시대성을 나타내는 컬렉션
- 기획컬렉션 : 전시, 교육, 공연, 연구개발 등의 특정한 목적에 따라서 구성된 컬렉션



<그림 95> 미술자료 컬렉션 구분

- 계층분류 및 컬렉션은 소장품 분류기준과 기록물 분류체계의 레벨을 매핑 시켜 아카이브 자료를 구축할 필요가 있음
- 인천광역시의 기능분류체계와 연계할 경우 소기능의 레벨과 매칭되는 '시리즈'단위를 분류체계에 매핑시키는 것이 바람직하며, 작품중심의 자료의 경우 레코드그룹의 계층은 생략해도 무관하지만 텍스트 및 추가자료, 주요 정보 등을 다수 포함하는 자료의 경우 시리즈 아래 단위과제, 또는 단위업무의 성격과 흡사한 '레코드 그룹'을 추가로 분류하는 것을 제안함(계층연계는 실질적으로 부서별 고유업무로 분류되는 BRM의 소기능 레벨과 연계해야 하며, 소장자료의 계층에서는 소장자료(품)의 맥락과 배경정보를 담고 있는 시리즈 또는 개별 단위의 파일들이 군집되어 있는 그룹의 성격을 나타내는 레코드그룹과 연계하여 운영함)

○ 메타데이터 설계

- 미술 아카이브는 작품 형태의 소장자료(품)에 대한 메타데이터 뿐만이 아니라 작품이 생산되는 과정의 기록, 작가와 관련된 배경지식정보 등의 다양한 정보를 포함할 수 있어야 함
- 미술 아카이브 메타데이터는 소장자료(품)의 실물보존관리와 시스템에 의한 논리적인 보존관리 방법 2가지 요소를 모두 고려하여 설계할 필요가 있음
- 미술 기록의 한 단위(unit)는 해당 기록물이 다른 기록물과 식별이 되고, 그 기록이 생산된 맥락과 기록시스템에 설명하기 위해 정보를 획득하고 연결, 분석, 조직화하는 절차를 표현해 낼 수 있어야 함
- 소장 미술기록물에 대한 최상의 검색도구를 마련하는 일련의 과정으로써 메타데이터가 설계가 되어야 함
- 국제표준 ISAD(G)⁶³⁾에서는 다음의 기록물 기술규칙을 제시하고 있음

영역	기술내용	기술요소
식별	기술단위를 식별하는데 필요한 필수 정보	참조코드
		제목
		일자
		기술계층
		기술단위의 규모와 유형
배경	기술단위의 출처 및 관리이력에 관한 정보	생산자명
		행정연혁/개인이력
		기록물 이력
		수집/이관의 직접적 출처
내용과구조	기술단위의 주제와 정리에 관한 정보	범위와 내용
		평가, 폐기, 처리일정 정보
		추가수집 예상기록물
		정리체계
		색인어
접근과 이용환경	기술단위의 이용조건에 관한 정보	접근환경
		이용환경
		자료의 언어
		물리적 특성과 기술적 요구조건
		검색도구
관련자료	기술단위와 밀접히 관련된 자료에 관한 정보	원본의 존재와 위치
		사본의 존재와 위치
		관련 기술단위
		출판물 설명
추가설명	어떤 영역에도 기술할 수 없는 특별한 정보(주기사항)	추가설명

63) General International Standard Archival Description(2011)

영역	기술내용	기술요소
기술통제	언제, 어떻게, 누구에 의해 기술되었는가에 관한 정보	기술담당자
		규칙과 협약
		기술일자

〈표 160〉 아카이브 기술 규칙

· 소장자료(품) 메타데이터는 소장품 등록대장(본 보고서 부록 규정집 별지 제4호)과 소장품 관리카드(본 보고서 부록 규정집 별지 제5호 서식)의 관리항목과 미술기록관리를 위한 메타데이터 기본요소 항목을 조합하여 다음과 같이 정의함 (○ : 필수, △ : 옵션)

영역	기술요소	소장품 관리항목	컬렉션	시리즈	레코드 그룹	파일	BRM 연계
식별	참조코드	관리번호	○	○	○	○	○
		분류번호	○	○	○	○	○
	제목	제목	○	○	○	○	○
		제호	○	△	△	○	△
	일자	생산일자	○	○	○	○	○
		종료일자	△	△	○	○	○
	기술계층	부문	○	○	△	△	△
	기술단위의 규모와 유형	계층분류	○	○	△	○	△
		기능분류	△	○	△	○	○
		형태분류	△	△	△	○	○
배경	생산자명	생산자	○	○	○	○	○
		작가명	○	○	○	○	○
	행정연혁/ 개인이력	양식	△	△	△	○	△
		국적	△	△	△	○	△
		생산지	△	△	△	○	○
	기록물 이력	소장일자	△	△	△	○	○
		소장사유	△	△	△	○	○
	수집/이관의 직접적 출처	수집구분	△	△	△	○	○
		입수유형	△	△	△	○	○
		작품출처	△	△	△	○	○
		취득방법	△	△	△	○	○
		소장경력	△	△	△	○	○
내용과구 조	범위와 내용	부문	○	○	△	○	△
		명제	△	△	△	△	△
		작품유형	△	△	△	○	○
		내용	○	○	○	○	○
		관련주제	○	○	○	○	△
		관련자	△	△	△	△	△
		수량	○	○	○	○	○
		상태	△	△	△	○	○
		취득가격	△	△	△	○	○
		에디션번호	△	△	△	△	△
	평가, 폐기, 처리일정 정보	작품관리정보	○	○	○	○	△
		상태조사이력	△	△	△	△	○
		형태정보	○	○	○	○	○
	추가수집 예상기록물		△	△	△	△	△
	정리체계		○	○	○	○	○
	색인어		○	○	○	○	○
접근과	접근환경	공개구분	○	○	○	○	○

영역	기술요소	소장품 관리항목	컬렉션	시리즈	레코드 그룹	파일	BRM 연계
이용 환경	이용환경	전자여부	○	○	○	○	○
	자료의 언어		△	△	△	○	△
	물리적 특성과 기술적 요구조건	형태	○	○	○	○	○
		규격	○	○	○	○	○
		재료 및 기법	○	○	○	○	○
		저작권자	○	○	○	○	○
	검색도구		○	○	○	○	○
관련 자료	원본의 존재와 위치	원본여부	△	△	△	○	○
		서가위치1	○	○	○	△	○
	사본의 존재와 위치	복본여부	△	△	△	○	○
		복본수량	△	△	△	△	○
		서가위치2	○	○	○	△	○
	관련 기술단위		△	△	△	△	△
	출판물 설명	관련문헌	△	△	△	△	△
추가 설명	추가설명	전시이력	△	△	△	△	△
		보험가	△	△	△	△	△
		보험기간	△	△	△	△	△
		비고	△	△	△	△	△
기술 통제	기술담당자	작성자	○	○	○	○	○
	규칙과 협약		○	○	○	○	○
	기술일자	작성일시	○	○	○	○	○

〈표 161〉 메타데이터 기술요소

- 소장자료(품) 메타데이터는 전문적인 기록관리시스템 내에서 관리될 경우와 미술자료를 전문으로 취급하는 아카이브 시스템에 보존할 경우를 감안하여 필수요소와 옵션요소에 대한 파악이 필요함
- 기록관리시스템의 경우 문서와 텍스트 중심의 기록물을 중심으로 하고 있어 시각자료 특히 예술정보자원에 대한 별도의 관리체계를 구축할 필요성이 있음

라. 인천시립미술관 미술 아카이브 운영 프로세스

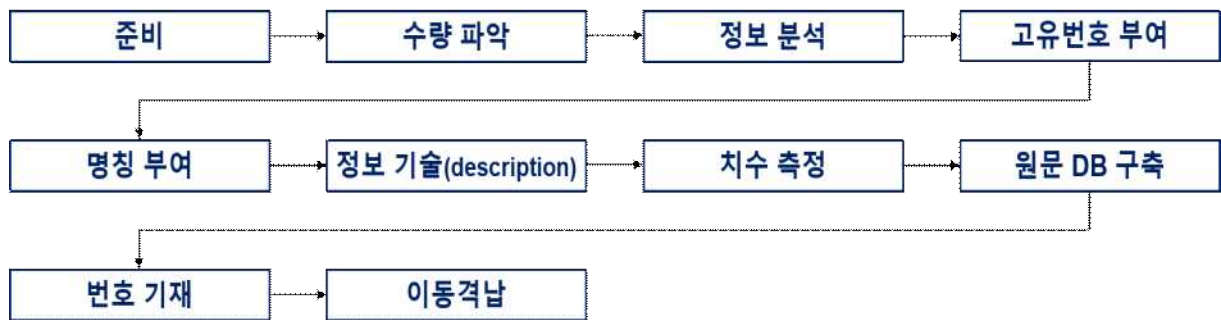
○ 미술관 아카이브 구축 대상 자료

단계	아카이브 대상 자료	
	정보 성격	내용
생산	원천정보	<ul style="list-style-type: none"> 작가의 고민, 메모, 작품활동을 위해 조사한 과정의 자료, 최종 작품이 도출되기전까지의 수정한 작업물 원화, 드로잉, 작품 구상에 참고한 사진 및 자료, 더미북 등 작가가 사용한 물건, 작가의 작업실, 생가와 관련된 자료, 작가의 서신 등
	맥락정보	<ul style="list-style-type: none"> 작가의 작품 경향과 관련된 정보 작품이 실제로 모티브로 했을 경우 관계된 시공간적 배경과 관련된 장소, 등장인물과 관련된 실제 인물 등 사건과 관련된 일화나 관련된 사진, 동영상, 문서 자료 등
작품	원천정보	<ul style="list-style-type: none"> 최종 작품(미술품)
	맥락정보	<ul style="list-style-type: none"> 미술관의 해당 작품 전시와 관련된 기획자료 미술관의 전시 및 소장활용 경향 관련 자료 미술관의 역사와 관련된 자료

단계	아카이브 대상 자료	
	정보 성격	내용
활용	콘텐츠정보	<ul style="list-style-type: none"> 전시 및 소장자료 활용 과정에서 제작되는 브로셔, 현수막, 포스터 등 작품의 전시, 공연이나 영상 관련 콘텐츠 굿즈, 수상작 정보, 서평, 정기간행물, 잡지, 신문, 기사 등 해당 작품의 정보가 재가공된 2차 자료
	연구정보	<ul style="list-style-type: none"> 교육이나 세미나 등을 통한 작품 또는 작가의 이야기 정보를 재구성한 자료 작품이나 작가를 비평 연구한 학위 논문이나 학회지 학술논문, 에세이, 신문자료 등

〈표 162〉 미술관 아카이브 구축 대상 자료

○ 자료의 등록



〈그림 96〉 자료등록 절차

마. 미술관 디지털 아카이브 운영 프로세스

○ 소장품 수집

- 개관 전부터 인천지역 작가의 작품, 관련 사진, 원고, 화구, 각종 기록자료 등 소장품 수집이 필요함
- 개관 전까지 약 100여점의 수집이 필요함
- 개관 후에는 매년 일정 수의 수집 대상계획 수립이 필요함(약 20여점 내외로 수집계획을 수립하여 미술관 아카이브의 연속성 부여)

○ 학예연구 및 전시기획

- 인천 지역 작가, 여성 미술작가, 이민자, 재일교포, 고려인, 디아스포라 작가군 등 폭넓은 범위의 근현대 미술가들에 대한 연구 진행
- 근현대미술 중심의 소장품 조사 및 연구

○ 콘텐츠 제작 및 아카이브

- 학예연구를 통해 도출된 내용을 기반으로 인천시 미술 아카이브 상설 전시 개최(연 2회 이상)
- 디지털 아카이브 플랫폼 구축 및 운영
- 상설전시 기획과정, 영상콘텐츠, 기획제작 과정을 함께 진행해 온오프라인이 긴밀하게 연계된 프로그램 운영

* 인천시립미술관의 정체성 수립을 위한 근현대미술 중심 학예연구와 디지털 아카이브 구축

바. 디지털 아카이브 플랫폼 구축

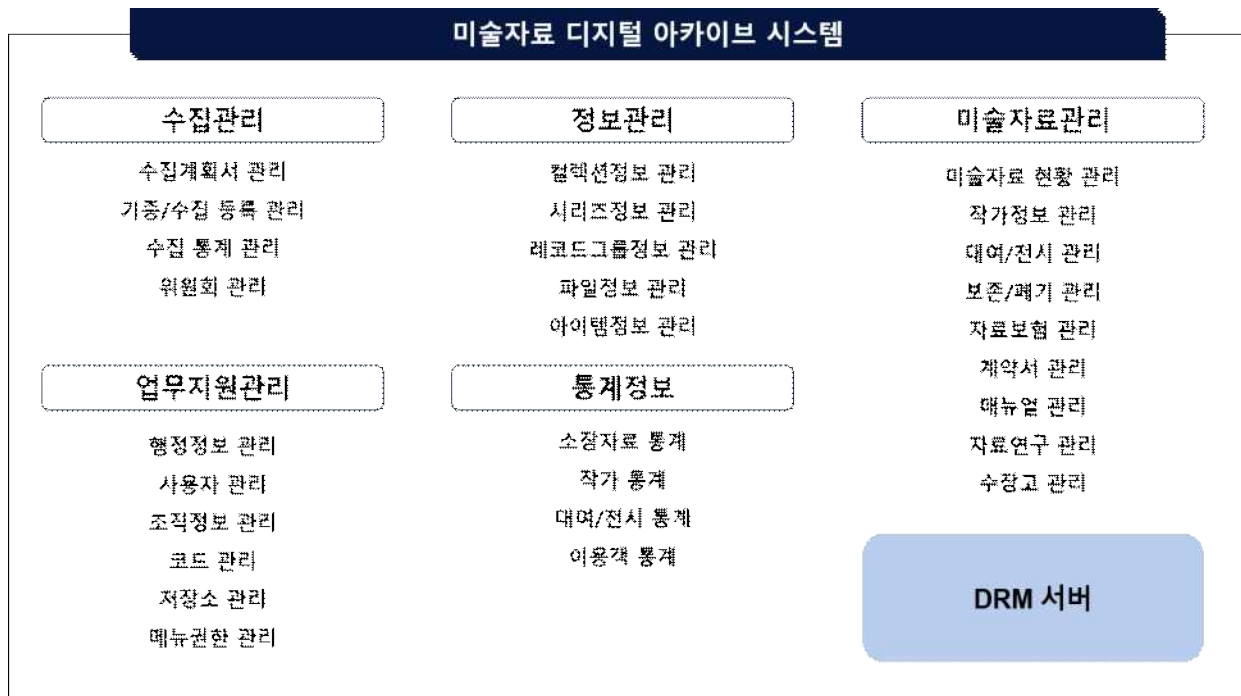
○ 미술자료 디지털 아카이브 시스템은 전자정부 표준프레임워크 2.6(JDK 1.7)환경에 맞춰 운영환경을 적용하여야 함

○ 미술자료 디지털 아카이브 시스템 구축

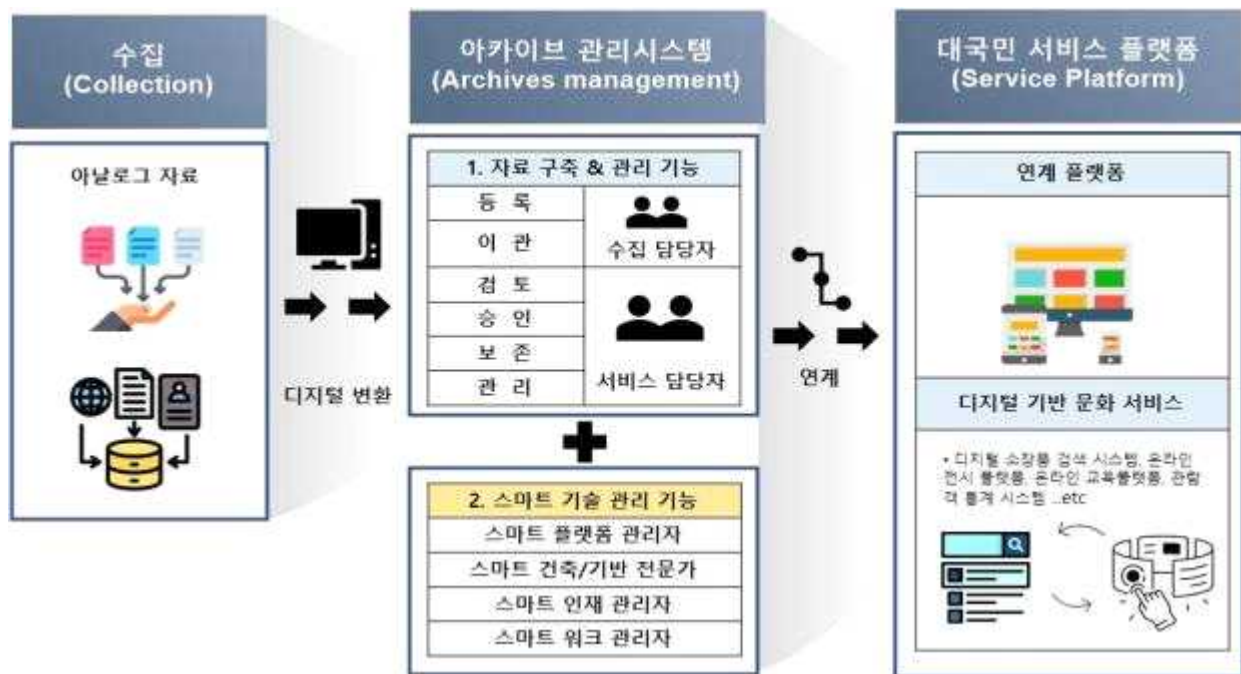
- 인천시립미술자료의 디지털 아카이브 구현을 위한 미술자료 관리시스템을 구축함
- 미술자료 통합 활용 기반을 구축하고 미술품 관리 문화의 정착, 국가 디지털 유산 마련, 정보자원의 관리 혁신 등 디지털 아카이브 체계 수립

구분	기능 및 역할
실행환경	<ul style="list-style-type: none"> 전자정부 사업에서 개발하는 업무 프로그램의 실행에 필요한 공통 모듈 등 업무 프로그램 개발 시 화면, 서버 프로그램, 데이터 개발, 배치처리기능 개발 표준화가 용이하도록 지원하는 응용프로그램환경
개발환경	<ul style="list-style-type: none"> 전자정부 업무 프로그램의 개발에 필요한 환경 제공 데이터개발도구, 테스트자동화도구, 코드검사도구, 템플릿 프로젝트 생성도구, 공통컴포넌트 조립도구, 맞춤형 개발환경 구성도구, 서버환경 관리도구, 모바일용 표준 소스코드 생성도구, 모바일용 템플릿 프로젝트 생성도구, 모바일용 공통컴포넌트 조립도구, 모바일용 맞춤형 개발환경 구성도구, 서버용 개발환경(Window, Unix계열)설치, 배치템플릿프로젝트 생성도구, 배치작업파일 생성도구, 배치실행파일 생성도구 등
운영환경	<ul style="list-style-type: none"> 실행환경에서 운영되는 서비스를 운영하기 위한 환경제공 (모니터링, 배포, 관리시스템 등) 배치환경을 운영하기 위한 환경제공(배치실행, 스케줄링, 결과모니터링 등)
관리환경	<ul style="list-style-type: none"> 개발프레임워크 및 공통서비스를 각 개발 프로젝트에 배포 및 관리하기 위한 모듈
공통컴포넌트	<ul style="list-style-type: none"> 전자정부 공통컴포넌트는 전자정부 사업에서 응용 SW 개발 시 공통적으로 활용하기 위하여, 재사용이 가능하도록 개발한 어플리케이션의 집합
모바일디바이스 API	<ul style="list-style-type: none"> CoreAPI : 모바일 하이브리드 어플리케이션에서 모바일 디바이스 자원에 대한 직접적인 접근과 활용이 가능한 다양한 API 제공 가이드 어플리케이션(앱) : 디바이스 API를 손쉽게 접근할 수 있도록 제공하는 디바이스 API의 활용
모바일디바이스 API 실행환경	<ul style="list-style-type: none"> 디바이스 어플리케이션이 웹 리소스 기반으로 구현 및 실행될 수 있도록 지원하는 응용 프로그램 환경 디바이스API, 자바스크립트 프레임워크, 하이브리드 프레임워크 등
모바일디바이스 API 개발환경	<ul style="list-style-type: none"> Android 기반환경에서의 디바이스 어플리케이션 개발을 위한 Eclipse 플러그인과 iOS환경에서의 개발을 위한 Xcode내의 프레임워크 프로젝트로 구성

〈표 163〉 전자정부 표준 프레임워크 구성요소



〈그림 97〉 미술자료 디지털 아카이브 시스템 기능 구성(안)



〈그림 98〉 스마트 미술관과 아카이브관리시스템 운영 프로세스

○ 미술자료 데이터 구축 절차

단계	세부 절차	내용
계획	미술자료 반출계획 수립	<ul style="list-style-type: none"> • 미술자료 반출 계획 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 작업계획서 작성 - 디지털화 작업 일정 수립 - 일정에 따른 반출계획 수립
	목록 작성	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털화 대상 미술자료 목록 작성 <ul style="list-style-type: none"> - 기록물 목록 엑셀 파일 작성
디지털화	반출	<ul style="list-style-type: none"> • 미술자료 목록, 파일 반출 <ul style="list-style-type: none"> - 반출 신청서 작성
	디지털화	<ul style="list-style-type: none"> • 미술자료 유형별 변환 작업 실시 <ul style="list-style-type: none"> - 원본 파일 정리 - 이미지 : 규격 목록 작성 - 상세목록 : 규격 목록 정리
	자료 매핑	<ul style="list-style-type: none"> • 미술자료 목록에 따른 이미지 파일 매핑 작업 • 일괄등록 규격파일
등록	시스템 업로드	<ul style="list-style-type: none"> • 미술자료 디지털 아카이브 시스템에 일괄등록 기능으로 업로드 <ul style="list-style-type: none"> - 미술자료 목록과 원본 파일 일괄등록 • 미술자료 디지털 아카이브 시스템에 개별등록 기능으로 업로드 <ul style="list-style-type: none"> - 미술자료 목록, 원본 파일 등록 - 메타데이터 입력
	검증	<ul style="list-style-type: none"> • 미술자료 디지털 아카이브 시스템에 등록된 자료의 검증 <ul style="list-style-type: none"> - 등록된 데이터에 대한 목록, 수량 확인 - 목록과 원본 파일에 대한 확인 작업 실시

〈표 164〉 미술자료 데이터 구축 절차

○ 미술자료 데이터의 일괄등록 메타데이터 항목

· 기술레벨, 참조코드, 제목, 생산연도, 유형, 수량, 위치, 대표 이미지, 생산자, 수집정보, 소장력, 범위와 내용, 키워드, 접근환경, 이용환경, 언어, 매체의 속성, 디지털, 원본열람여부, 원본/복본 존재와 위치, 관련 미술자료, 추가설명, 기술담당자 규칙과 협약, 기술일자, 수정근거(사유), 배경 열람 여부, 임시 여부

○ 시스템 운영

- 시스템 운영 : 미술자료 디지털 아카이브 시스템 운영, 운영 환경 및 접속 계정 정비
- 홈페이지 연계 : 미술자료 디지털 아카이브 시스템과 홈페이지 연계 지원, 미술자료 목록 제공
- 시스템 운영관리를 위한 통합운영매뉴얼 작성 및 배포

○ 홈페이지 연계

- 미술자료 디지털 아카이브 시스템에 등록된 미술자료에 대해 인천시립미술관 및 관계 홈페이지에 목록과 메타데이터를 연계하여 검색할 수 있도록 네트워크 플랫폼을 구축함
- 미술자료 디지털 아카이브 시스템에 등록한 미술자료에 대하여 홈페이지 적용여부를 관리하고 승인된 자료에 대해서만 홈페이지에 연계 및 공개가 가능하도록 기능을 구현함
- 웹서비스를 통한 미술자료 목록정보를 제공하고, 의사소통 활동 수행 및 모니터링을 통하여 사용자가 다양한 조건으로 검색할 수 있도록 콘텐츠 제공함

○ 데이터 연계형 통합 플랫폼 구축

- 인천뮤지엄파크 내 기관들과 인천문화예술기관들의 소장자료 정보 공유를 통한 데이터 연계형 플랫폼을 구축함
- 각 기관들이 가진 소장자료 연계 및 메타데이터 공유를 통하여 이용 편의성을 제공함
- 제3자와의 실질적이고 지속적인 파트너십 구축을 통하여 능동적이고 전략적인 미술관 운영방안이 필요함
- 미술관 소장자료와 타기관과 융통성있는 아카이브 구축 및 내러티브 환경 조성이 필요함

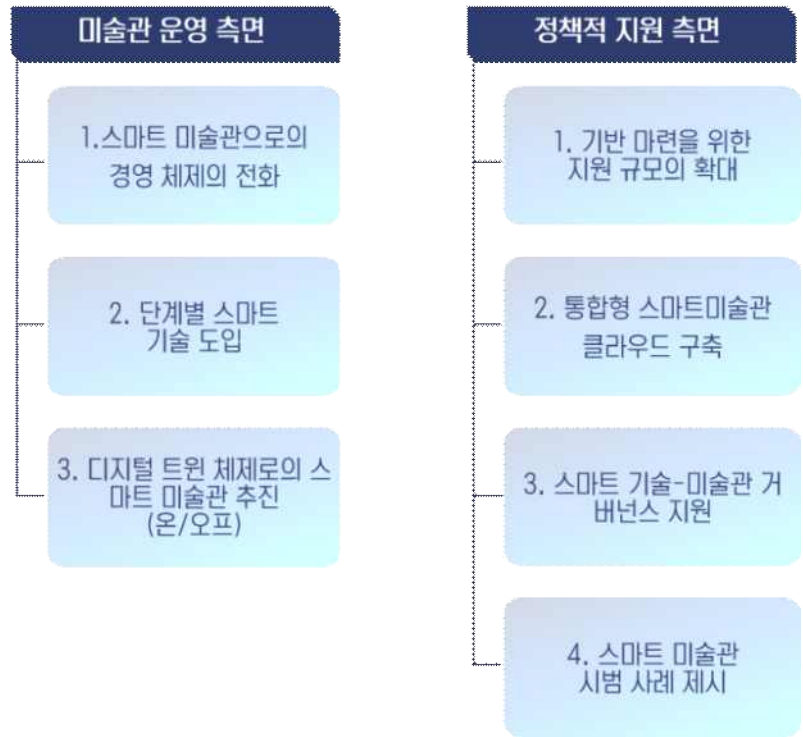


<그림 99> 데이터 연계형 통합 플랫폼 관계

4.3. 인천시립미술관의 스마트미술관 운영방안

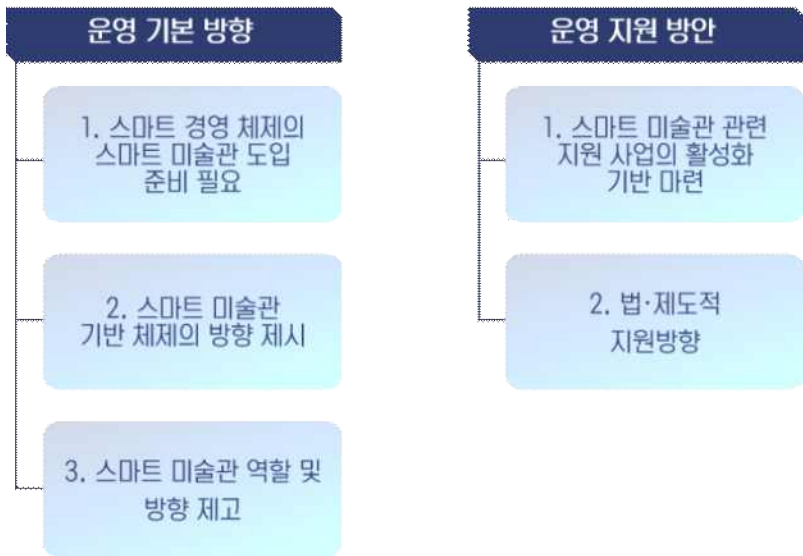
4.3.1. 스마트미술관 운영의 방향성

○ 스마트 미술관 방향성 제안



<그림 100> 스마트 미술관 방향성

○ 스마트 미술관 운영(안)



<그림 101> 스마트 미술관 운영(안)

· 스마트 미술관은 보다 거시적으로 스마트 조직 차원에서 업무방식(스마트워크), 업무 운영(스마트 팩토리), 서비스 관리(스마트 큐레이션)의 차원에서 각각의 요소를 미술관의 업무 상황에 적용하여 스마트 기술을 도입하여야 하며, 스마트 경영 차원에서 거시적으로 추진되어야 함

Part 5. 지역 문화자원 활용 방안

5. 지역 문화자원 활용방안

5.1. 인천의 지역문화자원

5.1.1. 개요

가. 인천의 지역문화 키워드

○ 디아스포라(Diaspora)

- 앞서 언급한바와 같이, 인천의 문화적 특성은 디아스포라(Diaspora)로 정의 가능함⁶⁴⁾
- 인천은 대한민국의 관문도시이자 국제교류의 중심지로서 다양한 인종이 거주하는 도시임. 이에, 인천은 다양한 문화가 충돌하고 어우러지며 문화적 혼종성을 드러냄
- 이와 같은 디아스포라의 개념은 인천에 있는 지역문화자원이 타 지역의 문화자원과 차별화된 정체성을 부여하는 데 강점으로 작용할 수 있음
- 다만 디아스포라의 부정적 인식도 적지 않은 바, 디아스포라의 다양한 개념을 연구하고 제시해야 함

○ 근대 개항

- 인천은 1880년대 개항으로 문호를 개방한 이래, 식민과 분단 등의 역사적 사건 속에서 이주와 이민의 중심지였음
- 근대 개항 이후 서구 열강과 조선 각지에서 모여든 상인, 노동자들로 인해 인구가 급속히 팽창하면서 도시가 형성되었음
- 일본의 식민지 공업화 과정에서 경인공업지대가 조성됨. 인천지역에는 1934년 조선시가지계획령에 의해 경성과 인천의 중간에 광대한 공업용지가 조성됨
- 앞서 언급한 바와 같이, 인천은 근대의 산업화 도시의 대표라고 정의 내릴 수 있음

나. (구)극동방송 사옥 및 선교사 사택⁶⁵⁾

○ 역사적 배경 및 의의

- 극동방송의 전신은 '한국복음주의 방송국'으로, 우리나라에서 최초로 해외방송을 송출한 방송국임.
- 옛 극동방송 주변에는 선교사들이 거주했던 일곱 채의 사택이 있음
- 해당 사택에 대해 2020년 기준으로 알려진 것은 '한국에서 방송국 개소 준비를 하던 선교사 일행이 직접 벽돌과 시멘트 등을 이용해 사옥과 사택을 지었다'는 게 전부임
- 기존 건축물을 보존 및 활용 방안을 모색함으로써 전통과 창조의 공존을 추구하는 것이 필요함
- 극동방송의 옛 사옥과 사택들은 미국 복음주의동맹선교회(Team · The Evangelical Alliance Mission) 소속의 선교사들이 지었다고 알려져 있음⁶⁶⁾
- 그러나 조씨⁶⁷⁾의 기억과 증언으로 이는 잘못되었음이 드러남. 조씨에 따르면 평안북도 의주의 대목(大

64) 이미 선행연구인 '인천뮤지엄파크 시립미술관 콘텐츠 개발 학술용역(2019)에 따르면, 인천시청의 시립미술관 핵심 컨셉 제시 요청에 따라, 대다수의 자문위원은 '디아스포라'를 제안한 바 있음

65) 경인일보 [사설]인천 극동방송 건축과정 재조명의 의미, 2020, <http://www.kyeongin.com/main/view.php?key=20200623010005334>
[인천뮤지엄파크 사업계획서] p.212, 경인일보, [인터뷰]'극동방송 사옥' 재조명... 유동현 인천시립박물관장, 2020
<http://www.kyeongin.com/main/view.php?key=20200625010006088>

66) 경인일보, [인천 고택기행·6] 극동방송 옛 사옥·사택, 2016, <http://www.kyeongin.com/main/view.php?key=20160208010002311>

67) 조상민 선생의 장남. 씨는 주말이면 부친을 뵈러 공사현장을 찾았기 때문에 당시 상황을 생생히 기억했다. 조씨는 "당시 한국에선 건축에 필요한 좋은 목재를 구하기 어려웠기 때문에 선교사들이 미국의 오래된 공장을 허물며 생긴 목재를 배로 실어와 새로 재단해 사용했다"고 회상했다.

木) 집안에서 태어난 조상민 선생은 1948년 월남해 서울 대방동에서 철공소를 운영했음. 그러던 중 친척인 조동진 목사의 주선으로 극동방송 사옥과 선교사 사택 건축을 맡게 됨. 조상민 선생은 1954년부터 현재의 수인선 전철 인하대역 인근에 방을 얻어 살면서 목수와 칠장이, 미장들을 모아 건물을 지음

- 1955년 6월 '한국 복음주의 방송'인 극동방송이 개국하고, 해당부지에 미국식으로 9개의 동을 신축함
- 1956년, 극동방송의 첫 방송이 송출되고, 당시의 기술력과 방송 송출 준비기간을 감안할 때 이들 건물은 첫 방송 송출시기보다 1~2년 전에 지어졌을 것으로 추정되었고, 위의 증언으로 사실로 밝혀짐
- 무선국 사옥과 부속 건물, 선교사 등이 묵었던 사택 7동이 훼손되지 않은 채 보존됨
- 그러나 1968년부터 OCI가 해당 부지 인수 후 공장을 세웠으며 해당 건물을 노조 사무실과 직원 숙소로 이용함
- 당시 공장부지 내에 위치함으로 인해 사옥의 존재를 인식하지 못했을뿐더러 그 가치에 대한 인식 부족으로 재개발 계획부지 지표조사에서도 제외됨
- 2011년 OCI의 재개발 계획으로 인해 철거 위기에 처하기도 함

○ 극동방송 사옥 및 선교사 사택의 활용 필요성

- 해당 문화자원은 인천이 근대화를 거치면서 남겨진 산업유산이자 근대건축물이므로 지역의 역사성 등을 반영한 산업임
- 따라서 한국 방송사와 선교사(史) 등 다양한 분야에서 활용 가능성이 높음



(구)극동방송 사옥 및 선교사 사택	
보존규모	1,802㎡ (선교사사택 7동, (구)극동방송사옥 1동)
건축시기	1950년대 추정(근대건축물 가치 有)

〈표 165〉 (구)극동방송 사옥 및 선교사 사택

5.2. 인천뮤지엄파크 내 지역 문화유산 활용방안

5.2.1. 공원 및 선교사 사택 활용방안

가. 선교사 사택 활용방안

○ 인천의 문화 정체성 확립 및 고취의 공간

- 인천시립미술관은 선교사 사택을 인천 지역미술관(Local Museum)의 거점으로 사용함으로써 지역민들의 문화적 정체성과 애郷심을 고취시키고자 함
- 대표적인 해외 사례로 2004년 일본에서 개관한 가나자와21세기미술관을 들 수 있음. 일본의 가나자와시(金沢市)는 도자기, 염색 등 전통 공예가 번성했던 지역이었으나, 전통문화관련 산업이 쇠퇴하면서 활기를 잃었다가 최근 문화예술 중심 도시로 부활하였음
- 가나자와21세기미술관을 운영하는데 있어서 모든 문화시설의 직원의 90%가량이 지역민들로 자원봉사자나 문화예술을 전공하는 학생들이라는 점이 흥미로움 지역민들에게 자신이 살고 있는 지역에 대한 자부심을 갖게 하고, 학생들에게 작업을 할 수 있는 창작의 공간을 마련해주는 효과로 나타남
- 해당 사례를 바탕으로 인천시립미술관 및 선교사 사택 또한 지역민들 혹은 학생들의 참여를 이끌어냄으로써 문화예술자원을 경제적, 예술적 발전측면의 수단으로만 간주하지 않고, 지역민의 삶을 총체적으로 변화시키는 계기로 마련하고자 함

○ 다양한 프로그램 운영 제안

- ① 청년작가 육성(fostering youth artist) : 신진작가들의 예술 스타트업 공간
- ② 갤러리 토크(Gallery talk) : 아트텔링(Art+Telling)의 공간
- ③ 인천 OPEN문학관(Incheon OPEN literature Center)
- ④ 작가 연계 릴레이 전시(Relay Solo Exhibition)
- ⑤ 미디어 아트 랩(Media Art Lab)
- ⑥ 국제 교류(International Exchange)
- ⑦ 야외 영화제(movie festival)
- ⑧ 뮤지엄 시어터(Museum theater) : 미술관과 공연예술이 만나는 공간
- ⑨ 멘토링 센터(Mentoring Center) : 예술인들을 위한 창작지원센터
- ⑩ 오픈 스튜디오(Open studio) : 작가 단기 레지던시
- ⑪ 라키비움(Larchiveum) : 도서관, 아카이브, 박물관의 기능을 통합한 지식정보공간


○ 제안 프로그램 상세 설명

① 전시 및 프로젝트 공간으로 활용

- 대표적 사례로 광주 양림동에 위치한 호랑가시나무창작소를 들 수 있음. 양림동은 한국의 여성인권, 의료, 교육 등 한국의 선교역사에 커다란 영향을 미친 곳임. 이때 호랑가시나무창작소 1904년 서양선교사들이 조성한 지역의 언더우드 사택을 창작공간으로 재활용함
- 해당 창작소는 잊혀지고 상대적으로 낙후했던 양림동이 광주를 넘어 전국적인 문화예술 마을로 알려지는데 일조함. 또한 10년 후 그라운드, 한화원 미술관, 이강하 미술관, 이이남 스튜디오 등 예술적 거점들이 순차적으로 만들어졌으며, 양림동에 예술 거점들이 지역을 어떻게 변화시키는지 보여주는 중요 사례

로 작용함

- 호랑가시나무창작소 사례를 볼 때, 인천 선교사 사택 또한 인천시립미술관의 예술 거점으로 사용함으로써 문화공간의 창조와 형성, 변화를 유도하는 중대한 역할을 부여하고자 함
- 내부 리모델링을 통해 전시공간의 기본 요건 및 안전성을 확보한 후 소규모 프로젝트 공간으로 사용 가능함, 단, 상시 관리자 배치, 향온향습, 안전 등의 조건을 고려해야 하며, 특히 시민 커뮤니티 공간으로 활용할 경우 건물의 안전에 대한 사전 진단이 필요함
- 신진작가의 소규모 개인전, 인천아트플랫폼 입주 작가의 아카이브 전시, 선교사 사택 건축물의 역사 및 관련 자료전시, 인천의 근대 공간에 관한 디지털아카이브 전시 등이 있음

[참고사례] 광주 호랑가시나무 아트폴리곤	
	<ul style="list-style-type: none"> • 주소 : 광주 남구 양림동 225-25 • 1904년 서양선교사들이 조성한 언더우드 사택의 일부로, 인근에는 창작소와 게스트하우스를 운영 중임 • 해당 건물은 선교사 사택의 차고로 쓰였던 10평 남짓의 건물을 리모델링하고 2013년부터 10년간 임차하여 전시, 강좌, 공연 등의 공간으로 사용 중. 2023년 광주비엔날레 전시 장소로 활용함

〈표 166〉 광주 호랑가시나무 아트폴리곤

② 레지던시 프로그램 운영

- 인천 선교사 사택을 레지던시 공간 또는 오픈 스튜디오로 활용이 가능함
- 지역 작가에게 창작공간을 제공함으로써 공간 내에 입주하여 개인의 창작활동에 힘쓰며 지역작가로서의 역량을 개발하기 위한 프로그램을 지원하고자 함
- 또한 미술관과 협력하여 ‘지역문화기반시설로서의 역할 수행’이 가능하도록 미술관 사업에 동행하고 있으며 이를 통해 인천 문화예술의 질적 향상을 도모하고자함⁶⁸⁾
- 대표적 사례로 2013년 개관한 ‘대구예술발전소’를 들 수 있음
- 이는 일제시기 세워진 연초공장의 별관창고를 개조한 것임. 해당 예술발전소는 산업유산의 대표적 공간으로 의미가 있는 연초공장을 리모델링하여 낙후된 구도심 지역에 예술창조공간을 조성한 것임. 그럼으로써 도시 예술창작 인프라와 더불어 작가 양성기반을 구축할 수 있게 됨
- 대구예술발전소 사례처럼 인천 선교사 사택의 일부를 레지던시 프로그램을 위한 공간으로 조성 가능함
- 일정한 지원공모와 심의 절차를 거쳐 시각, 공연, 다원 예술 등 전 장르에 종사하고 있는 지역작가를 선정하고 인천시립미술관과 레지던시 작가들이 협업하여 기획전, 특강 프로그램, 시민참여형 프로그램 등 다양한 예술 인프라를 구축이 용이함

③ 시민 참여형 문화예술 프로그램 운영

- 레지던시 프로그램 운영의 연장으로 시민 참여형 문화예술 프로그램 또한 운영 가능함
- 인천 시립미술관 및 선교사 사택은 지역 예술작가 지원 인프라 구축 뿐 아니라 지역민들의 문화향수를 충족하기 위해서 지역사회의 문화예술발전에 기여하는 사회적인 역할도 병행해야 하기 때문임
- 대표적 사례로 2015년 개관한 청주 ‘동부창고’를 들 수 있음. 이는 1960년대 사용된 청주연초제조창의 담뱃잎 보관창고로서 리모델링 사업을 통해 ‘시민 문화예술 거점공간’으로 재탄생하였음. 동부창고는

68) 지승현. "국공립미술관 창작스튜디오 지원프로그램의 활성화 방안 연구." 국내석사학위논문 중앙대학교 예술대학원, 2015. 서울

생활문화 및 예술교육 프로그램 기획 및 운영, 공간 대관 운영을 통해 지역 문화예술 활동의 기반 마련에 힘쓰고 있음

- 일상 속 생활문화 기반 조성을 통한 재생적 활동 회복 및 일상화, 생애주기별 문화예술 향유, 창의 예술교육의 여건 마련을 비전으로 삼고 있음
- 청주 동부창고 사례와 같이, 선교사 사택 또한 인천시립미술관, 인천 아트플랫폼 등과 협업하여 시민 참여형 문화예술 프로그램을 운영하고 이를 통하여 인천 예술의 특수성과 우수성을 지역 주민들에게 널리 알리고자 함
- 지역민들을 대상으로 요가, 예술 강좌, 체험형 퍼포먼스, 체험교육활동을 제공할 수 있으며 문화 소외 계층을 대상으로 다양한 지원 및 협업 프로그램을 운영할 필요성이 있음

[참고사례] 통의동 보안여관



- ◆ 개관: 2007년
- ◆ 주소: 서울 종로구 효자로 33
- ◆ 1942년 지어진 여관 건물을 최대한 그대로 보존하고 옆에 신관을 지어 전시장 및 서점, 카페 등으로 운영. 안전관리가 어려우나 건물 자체를 보러 오는 관람객이 많음

<표 167> 통의동 보안여관

④ 다양한 전문기관과의 협력을 위한 지식정보공간 “라키비움”(Larchireum)⁶⁹⁾

- 인천에 위치한 예술 관련 기관 뿐만 아니라 다양한 분야의 전문기관과 협력을 통하여 인천 예술의 다양성을 고취하고자 함
- 다양한 학문적 성과를 이루는 전문기관과 프로젝트를 공동으로 수행함으로써 인천시립미술관이 전시의 질과 역량강화 및 지원프로그램의 역할 범위를 확대시키는 결과를 낼 수 있음
- 대표적 사례로 대전시립미술관 창작센터가 대전이라는 과학연구 인프라가 구축되어 있는 지역적 장점을 바탕으로 ‘과학과 예술의 융합’을 성사시킨 사례를 들 수 있음. 이를 통해 대전지역의 카이스트와 대덕연구인프라를 이용하여 아티스트 랩 투어 프로그램을 운영하고 있으며 과학과 예술의 융합을 통한 전시와 기타 프로그램을 지원하고 있음
- 해당 사례와 같이 여러 분야와의 협력 네트워크 구축 방안은 각 선교사 사택을 보다 풍성하게 운영할 수 있는 밑바탕이 되며 나아가 인천시립미술관 콘텐츠의 다양성과 전문성을 높일 수 있는 계기로 작용할 것을 예상함

69) 라키비움(Larchireum)은 도서관(Library) + 기록관(Archives) + 박물관(Museum)을 말함 (출처:위키백과)

나. 야외 공간 활용 방안

① 야외 조각 공원 조성

- 야외 조각공원 조성을 위한 국제조각심포지엄, 국제예술컨퍼런스, 아트퍼니처, 설치미술제, 국제조각 페스트 등 각종 전시 및 다양한 국제행사 유치가 용이함
- 대형 작품의 경우 공원 조성 단계에서 협의가 필요함



〈표 168〉 김포국제조각공원

② 뮤지엄 시어터(Museum theater)

- 퍼포먼스, 공연, 미디어 파사드 등 미술관과 공연예술이 만나는 **감성문화공원** 구성이 가능함
- 추후 다양한 국제 예술제 개최 및 국제 행사 유치 지원 가능성이 높음



〈표 169〉 광주시립미술관 <아시아예술정원> 프로젝트

5.3. 교류 및 협력 사업


5.3.1. 국내·외 미술관

- 미술관은 각 기관의 설립목적에 따라 고유한 문화자원을 보유하고 있으며 이를 통해 양질의 문화 교류를 수행함
- 미술관의 수준 높은 교육 서비스에 대한 사회 각층의 요구에 부응하고 대중의 문화역량을 높이기 위한 방안으로 국내·외 교류와 협력이 활발하게 이루어지고 있음
- 정부정책과 지원에 따른 교류도 있지만 최근에는 관별로 자체적인 계획에 따라 국내·외 교류를 적극적으로 개발하는 사례가 증가하고 있음
- 미술관은 양질의 문화예술을 제공할 수 있는 대표적인 교육기관으로 교류와 협력을 통해 지역 문화교육의 기회를 제공함
- 국제화 사회에서 다양한 국제교류전시는 우리 문화를 해외에 알리는 기회 뿐만 아니라 국내 관람객들에게 다양한 문화를 소개하고 이해를 돕는 기회를 제공함
- 해외의 자료와 정보를 수집하여 실물자료를 통한 연구 활성화에 기여할 수 있음
- 해외 문화기관과 협정 또는 결연을 맺어 장기적 협력으로 다양한 교류 활동을 개발할 수 있음
- 시 또는 기관의 자매결연으로 개최되는 전시들도 증가하고 있음
- 국제교류 전시를 통해 선진 미술관들의 시설, 활동 등 다양한 부분에서 벤치마킹을 할 수 있고, 해외 미술관들과 교류함으로써 학예업무뿐 아니라 네트워크를 만들어 향후 국제적인 활동에도 활용할 수 있음

5.3.2. 지역 문화자원과 미술관

가. 지역 내의 협력망 사업

- ① 인천아트플랫폼, 인천문화재단, 임시공간, 아트스페이스 등 인천지역의 대표 문화기관들과의 교류는 재정확보는 물론 각 기관이 보유한 정보, 네트워크, 시설 등의 활용이 가능함

[참고사례] 브루클린 미술관 <Go : 커뮤니티가 큐레이팅한 오픈 스튜디오 프로젝트>	
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 제목: 브루클린 미술관 <Go: 커뮤니티가 큐레이팅한 오픈 스튜디오 프로젝트 (Go: a community-curated open studio project)> ◆ 기간 : 2012.2.24.~2013.02.24. ◆ 내용 : 1,708명의 지역 예술가들이 커뮤니티 공간에 스튜디오를 열고, 커뮤니티에서 10명의 작가를 선발하면, 미술관 큐레이터가 5명을 선발해 전시를 만드는 프로젝트

<표 170> 브루클린 미술관 프로젝트 사례

② 지역 문화 커뮤니티와의 협업

- 반드시 전문 예술인이 아니더라도 지역의 문화예술에 기여하고 있는 시민들의 커뮤니티를 미술관에서 소개하거나 협업을 통해 전시를 만드는 방식임
- 미술관 운영에 있어 지역 커뮤니티를 중요하게 다루는 서울시립 북서울미술관, 경남도립미술관, 청주시립미술관 (대청호 미술관) 등에서 실행한 바 있음
- 인천시립미술관이 위치한 인천 지역의 문화자원과 인천뮤지엄파크 내의 자원을 활용하는 방안 제시
- 지역 문화 커뮤니티와의 협업, 지역 청년작가 지원 및 전시사업, 포트폴리오 리뷰, 지역 커뮤니티가 참여하는 큐레이팅, 미술관의 지역 문화활동 활용 및 지원 등 다양한 사례를 검토하여 인천시립미술관의 활용방안을 제안함

[참고 사례] 스페인 도시재생 프로젝트 GOLDEN 3+3 (the COEXISTANCE OF SIX MUSEUMS IN MADRID)	
참여기관(6곳)	프로젝트 과정
	
행사 장면	
	

〈표 171〉 스페인 도시재생 프로젝트 사례

③ 지역 청년작가 지원 및 전시사업 및 포트폴리오 리뷰

- 신진작가 및 지역 청년작가들을 선발하고 창작활동을 지원하기 위한 전시기획 및 작가 포트폴리오 공모 프로그램 등이 있음
- 경기도미술관이 경기창작센터와 협업을 했듯이, 지역의 레지던시인 인천아트플랫폼 등과 연계하여 진행할 수 있음

[참고사례] 지역 청년작가 지원			
경기도미술관 x 경기창작센터, 쿼텀 점프 (2021)		울산시립미술관, 대면 대면-중심의 전환 (2023)	
	<p>2021. 12. 2 - 2022. 3.20</p> <ul style="list-style-type: none"> 경기도미술관과 경기창작센터가 지역 청년작가들의 창작을 지원하고 그 결과를 보여주는 전시 2015년부터 주기적으로 개최해왔으며, 2021년에는 2인전 형식으로 진행 경기도미술관 로비의 소규모 프로젝트 갤러리에서 전시 		<p>2023.5.8. - 5.21</p> <ul style="list-style-type: none"> 울산시립미술관의 주도로 2년에 한번 지역의 젊은 작가들의 포트폴리오를 공모하고 리뷰해서 선정. 울산지역 및 서울의 사립미술관에서 순회전을 개최함

〈표 172〉 지역 청년작가 지원 사례

④ 국공립미술관의 지역 미술관 연계사업

- 조직적이고 체계적이며 선진적인 기획과 진행 과정 등 박물관·미술관의 제 업무를 공유할 수 있는 기회를 제공함
- 향후 자체적으로 지역미술관의 발전 방향을 모색할 수 있는 토대를 만들어 줄 수 있음

⑤ 해외 아트 플랫폼 협력망 구축

- 인천의 국제도시적 특성을 살려 해외 아트 플랫폼 협력망을 구축하며, 그 중심역할을 인천시립미술관과 인천 선교사 사택이 수행하고자 함
- 그럼으로써 인천의 작가들이 해외 무대로 원활하게 진출이 가능하도록 하며 다양한 세계의 예술을 인천 시민들이 향유할 수 있도록 하고자 함
- 특히 인천시립미술관과 인천 선교사 사택에서 인천의 역사적 요소와 예술적 특징을 첨부한 여러 프로그램을 운영, 해외 아트 플랫폼과 교류하고자 함. 그럼으로써 인천의 예술적 우수성을 전 세계적으로 홍보하고 교류의 장이 만들어 지는 상황을 기대함

가. 인천 문화벨트 조성의 기본 컨셉(안)



〈표 173〉 인천지역 문화자원간의 문화 벨트화 전략

나. 인천 문화벨트 조성 전략수립(안)

① 인천 미술관 특구 제안

○ 마케팅 전략으로 제주도 저지리 예술가 마을, 영월군 박물관 고을 특구와 같이 정책적, 자생적으로 연계한 인천시 미술관 특구를 조성하는 방식을 제안함

[참고사례] 영월군 박물관 고을 특구		
<ul style="list-style-type: none"> • 영월군은 2004년 8개소의 박물관을 시작으로 2008년 박물관 고을 특구로 지정, 현재 공립 박물관 9개, 사립 박물관 14개 등 전국에서 인구 대비 가장 많은 박물관을 갖추고 있으며, 특화 육성을 통해 방문객을 늘리는 등 지역균형 발전과 경제 활성화를 이끌어 왔음 • 2022년 영월 지역 관광객은 231만 명으로 2008년 대비 163% 증가했으며 박물관 특구 특화 사업자의 매출액은 90억원으로 같은 기간 90배 늘어났음 • ICOM한국뮤지엄대회를 개최하는 등 다양한 활동에도 불구하고, 행정지원, 홍보·마케팅 등 미흡한 점이 있음 • 그러나 영월군은 중소벤처기업부 지역특화발전특구위원회로부터 2022년에서 2025년까지 박물관 고을 특구로 5번째 연장됨, 193억원으로 재원을 늘려 박물관 유물구입과 시설 정비, 특별 기획전시, 문화예술 지원 등 다양한 특화 사업을 진행할 계획임 		
		

〈표 174〉 영월군 박물관고을 특구

② 야간 개장 “Museum Night 인천” 제안

- 국제박물관협회(ICOM : International Council Of Museum)가 지정한 세계 박물관의 날(5월 18일)에 열리는 유럽 뮤지엄의 밤(Nuit européenne des musées)은 야간개장 및 무료입장 혜택과 음악회, 콘서트 등 대형 이벤트가 열려 전 세계인들의 발길이 끊이지 않음
- 국내에서도 문화체육관광부가 2014년부터 실시하고 있는 ‘문화가 있는 날’ 행사와 같이 특정 날짜를 지정하여 관람객이 심리적, 경제적으로 접근이 용이함
- 특히 ‘인천’은 강력사건 사고가 많다는 부정적인 이미지가 강하여 야간에도 안전한 도시라는 이미지 쇄신이 필요함

[참고사례] 암스테르담 미술관의 밤 (Museum Night Amsterdam) ⁷⁰⁾		
<ul style="list-style-type: none"> • 행사명 Museum Night Amsterdam • 일시: 2023년 11월 4일 • 행사설명: 손목 밴드 하나로 오전 2시까지 크고 작은 50개가 넘는 뮤지엄에 입장할 수 있으며, 모든 전시물들은 라이브 음악, DJ, 음식과 음료, 특별 이벤트, 등 독특한 볼거리들로 가득한 암스테르담의 뮤지엄 축제임 • 티켓구매: 행사 기간 동안 뮤지엄 나이트(Museum Night) 웹사이트를 통해 구매할 수 있음 • 마케팅 전략: <ul style="list-style-type: none"> - 이벤트 티켓은 네덜란드 결제 수단인 iDeal을 통해서만 구매할 수 있음 - 뮤지엄 나이트 행사기간 중 다양한 프로모션을 진행함 - 암스테르담 뮤지엄 통합 웹사이트에서 티켓을 구매할 때 프로모션 코드를 사용하면 두 번째 티켓을 무료로 받을수 있는 등 다양한 이벤트를 진행함 		
<ul style="list-style-type: none"> • 인천시립미술관 도입 시사점 <ul style="list-style-type: none"> - 개관 시간을 야간까지 연장하여 학생 및 직장인, 지역주민 등의 방문을 용이하게 하는 전략임 - 야간 개장을 실시하여 위라벨을 추구하는 MZ세대는 물론, 인근 지역주민들을 위한 근린환경 개선 등 도시 속 문화가 있는 삶을 제공하여 휴식을 제공하고 인천시의 부정적이미지 개선에 큰 역할을 할 것임 - 단 야간 개장에는 인력과 비용이 소요되므로, 관의 특성과 입지가 야간 개장의 효과를 가져 올 수 있을 것인지를 고려하고, 야간 개장 시 전시안내, 이벤트 개최 등 관련 행사 운영 등에 대한 현실적 판단이 필요함 		
		

<표 175> 암스테르담 미술관의 밤 사례

70) <https://www.iamsterdam.com/en/whats-on/calendar/festivals/events/museum-night-amsterdam>

CHAPTER

07

개관 준비 계획 및 중장기 운영방안

Part 1. 개관 준비 및 수행 계획

1. 개관 준비 및 수행 계획

1.1. 개관전 사전 업무

1.1.1. 주요사안

가. 개관⁷¹⁾

- 개관 준비는 개관 시점이 어느 정도 결정된 상황에서 개관 이후 필요한 주요 업무를 구체적으로 준비해가는 과정임
- 운영규정 명문화, 핵심 전문인력 총원, 시설 점검, 개관전시와 개관행사 기획 및 홍보, 회계시스템 구축 등이 주된 업무임
- 미술관 운영 준비사항
 - 미술관 개관을 위한 미술관 운영계획 수립과 전문인력 확보, 안전 점검을 위한 철저한 시설관리 매뉴얼 구축 등이 필요함.

나. 규정 및 정책 수립

- 개관에 앞서 자체 운영규정 및 정책의 구체화, 명문화 작업 필요함
- 이는 모든 구성원이 따르는 기준 또는 매뉴얼의 역할을 하며, 신규 직원 교육에도 반드시 필요함
- 또한 등록 및 각종 외부 지원·평가에도 체계성과 전문성을 보여주는데 유용함
- 각 미술관의 특성과 환경에 부합하는 규정을 수립하되, 최소한 아래 영역에서 명문화된 규정이 유용함
- 각각의 규정을 만들 수도 있고, 운영규정에 통합적으로 포함할 수도 있음
- ※ 참고- 인천시립미술관 규정집(안)

다. 전문인력 총원

- 미술관의 조직 규모 및 필요한 인력의 수와 분야는 비전과 설립 목적, 활동 계획 및 예산과 시설의 규모 등에 따라 결정됨
- 미술관 건립을 추진하는 과정에서부터 설립자 외에 운영의 핵심 전문인력이 참여하는 것이 가장 바람직함
- 여건이 허락하는 대로 최대한 이른 시점에 학예 실무 책임자가 참여하여 개관을 준비하는 것이 안정적인 개관과 운영을 지속하기에 바람직함
- 최소한 1차로 설립자 혹은 관장, 학예인력, 시설 및 행정 관리 인력이 필요하며, 박물관·미술관의 운영계획에 따라 단계적으로 개관 시점까지, 교육담당자, 홍보담당자 등 세부분야별 전문인력을 확보할 수 있음

71) 박물관·미술관 설립·운영 매뉴얼 연구, 한국박물관협회, 2013

라. 시설 점검

○ 개관에 앞서 시설을 최종 점검하는 과정은 매우 중요함

· 미술관은 다중이용 문화시설이므로, 기능의 원활한 작동과 이용자의 안전 측면에서 모든 시설을 총체적으로 점검하여야 함

· 예비 운영 및 점검 기간은 미술관 규모에 따라 1주일에서 수개월이 걸릴 수 있음

○ 미술관의 시설은 안전을 위한 시스템을 갖추어야 함

· 보안시스템과 같은 방어시스템과 안전관리를 위한 책임자를 채용 또는 위탁 관리

○ 미술관을 관리하고 유지하기 위한 기본 조건들을 설립 단계부터 계획을 갖추는 것이 필요함

· 건물 관리 업무의 일정 수립 및 그에 따른 소요경비는 미술관의 운영예산과 주요 프로그램의 범주내에서 결정 해야 함

· 관할 소방서와 경찰서 등과 연계하여 발생 가능성 있는 사고 대책 마련이 필요함

○ 미술관의 건물을 관리하고 유지하는 데 필요한 구조, 배관설비·전기·냉난방 시스템 등의 관리를 위한 계획을 세워야 함

○ 미술관 시설 관리를 위한 전문가 확보(위탁 등)가 필수이며, 정기 점검과 건물 관리에 대한 규정을 문서화가 필요함

· 평상시에는 관리일지를 두고 체크하여 발생할 수 있는 상황에 대비함

· 건물점검 및 관리일지를 작성하는 것은 문제의 발생을 사전에 예방하고, 보수비용을 최소화할 수 있음

○ 전기, 화재, 배수, 냉난방, 온습도, 청소 등의 정기적인 점검은 기관의 효율적인 운영과 방문자들에게 안전한 환경을 제공하기 위해 중요함

규정 및 정책 수립	<ul style="list-style-type: none"> · 최소 2년 전부터 운영 규정을 수립함 · 미술관 운영 매뉴얼 확정(시범운영을 통한 보강)이 요구됨
전문인력 총원	<ul style="list-style-type: none"> · 개관 3년 전부터 전문인력이 참여하여 개관 준비 및 실무 진행이 필요함 · 1차 채용 시 전문인력(학예, 시설, 행정) 확보가 중요함 · 최소 시범운영 1년 전 온라인 정보서비스 구축 및 개관이벤트 전문인력 확보가 필요함
시설 안전점검	<ul style="list-style-type: none"> · 사전 시설 점검을 통해 안전관리 매뉴얼 수립 및 보강이 필요함 · 시범운영 기간 이전 동절기 시설 점검이 필요함 · 보안시스템 및 방호 시스템을 위한 전문업체 선정이 필요함 · 소방, 의료, 경호 비상 시스템 구축되어야 함 · 기계, 설비, 배관, 전기, 냉난방 등의 점검 기간이 필요함 · 전기, 화재, 배수, 냉난방, 온습도, 미화 등의 정기적인 점검 매뉴얼 화가 필요함

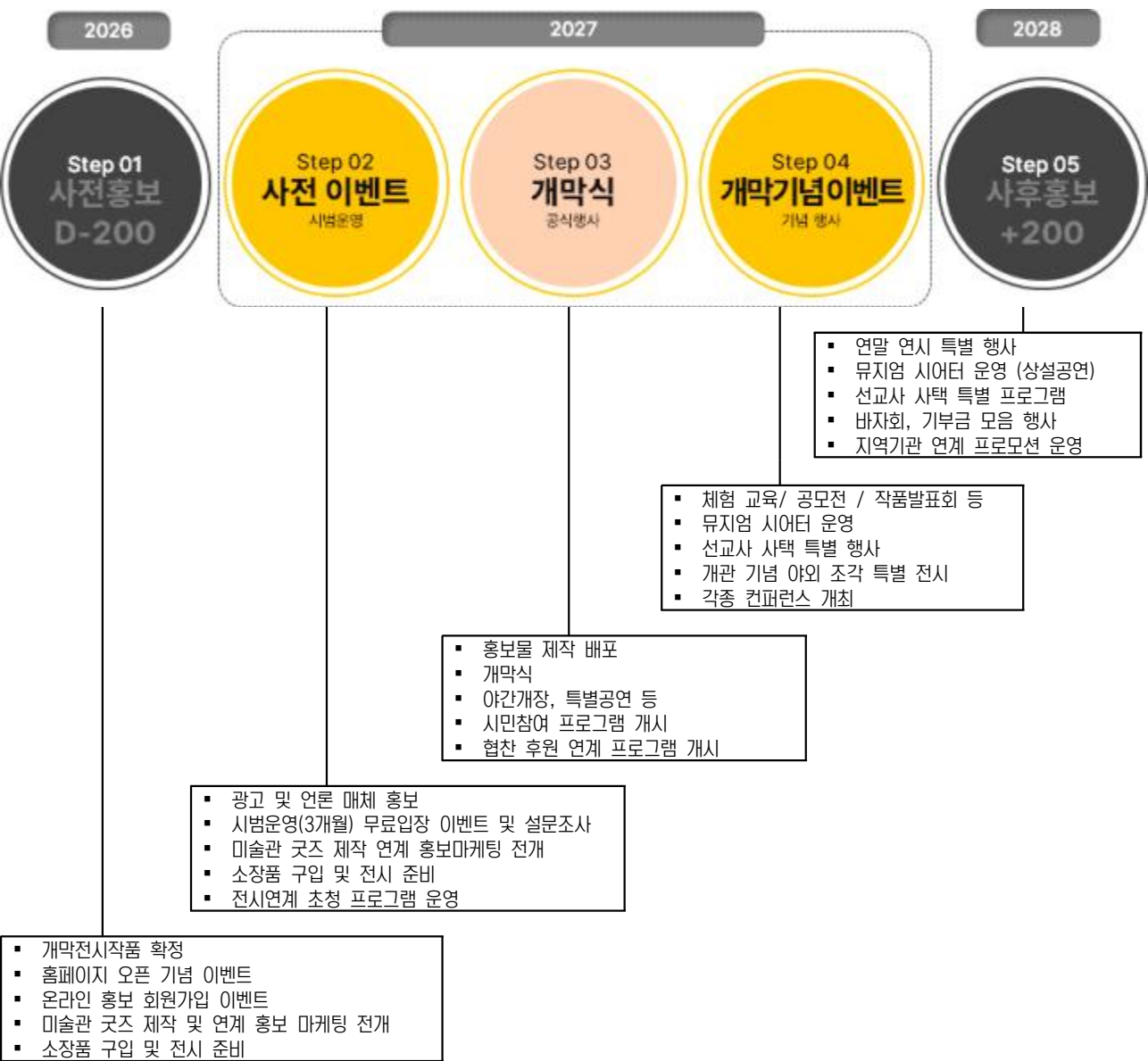
<표 176> 미술관 개관을 위한 운영 준비사항 요약

1.2. 개관행사 및 연차별 운영계획

1.2.1. 주요사안

가. 개관행사

- 2027년도 개관을 위한 단계별 계획을 수립하여 사전 준비와 개관 준비를 구성하여 성공적인 개관을 목표로 함
- 개관식을 기준으로 사전 프레 이벤트를 구성하여 관심을 유도해야 함
- 개관기념 이벤트는 전시, 교육, 행사 등 전 분야를 연계하여 프로모션을 추진해야 함
- 전시관, 야외공간, 공원 등을 활용한 다양한 프로그램 개발하여 시민들의 많은 참여를 유도해야 함
- 온라인 이벤트 및 바이럴마케팅 등을 동원하여 개관에 대한 이미지를 전달해야 함



<표 177> 개관준비 전후 주요 업무 프로세스

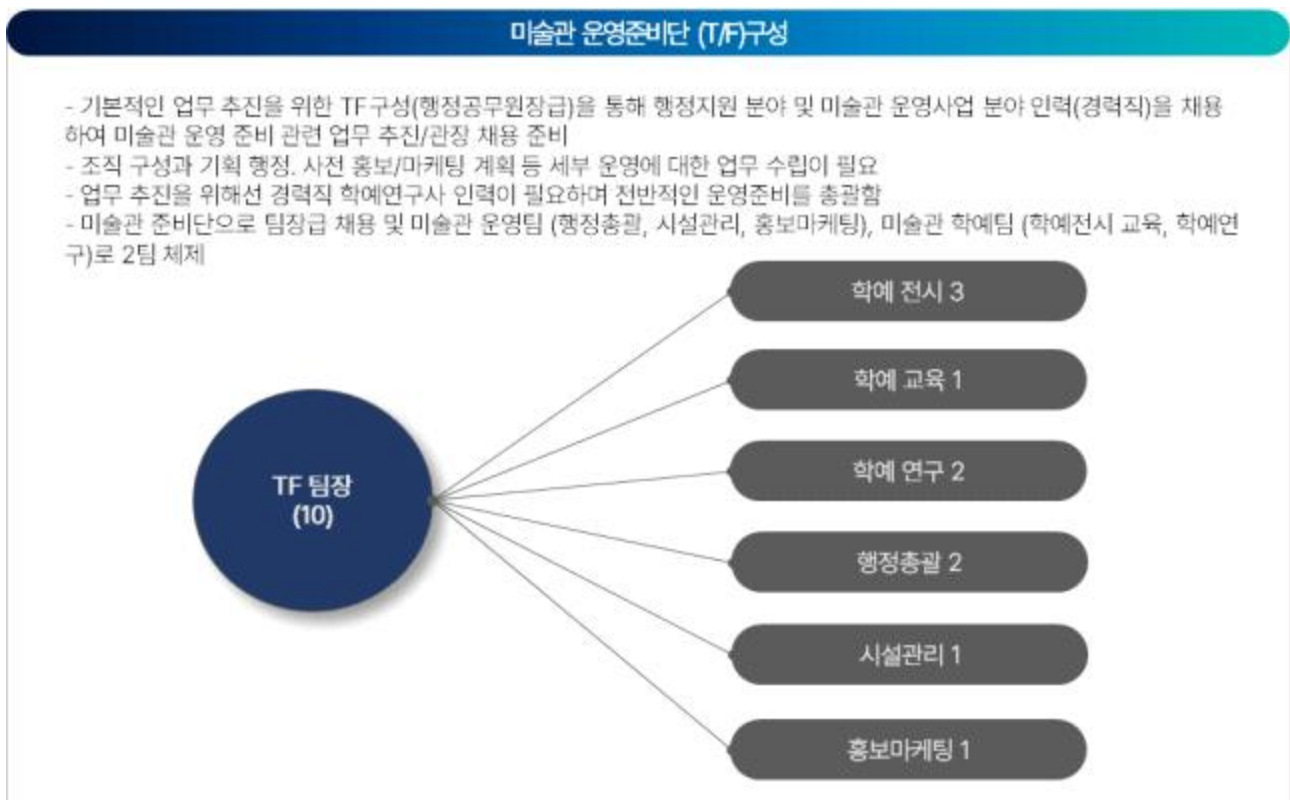
1.2.2. 연차별 운영 계획(안)

가. 운영준비 T/F단의 주요 쟁점 사항(뮤지엄파크 건립 추진단)

1단계 : 미술관 운영준비단 (T/F)구성
정체성 확립 전시관 운영계획 검토 프로그램 자료 수집 홍보 마케팅 계획 소장품 관련 계획 수립 각종 기본적인 운영 검토 인천시립미술관의 운영방안 최종 검토

〈표 178〉 1단계 미술관 운영준비단 (T/F)구성

- 운영준비단은 개관 준비의 기본적인 결정 사항을 확정할 수 있는 추진역할을 하기 위해 학예 및 미술관 운영 전반에 경험과 경력을 갖춘 전문가를 단장으로 최소 2년 임기로 채용이 필요함
- 특히 소장품에 대한 기본계획과 정체성 확립, 각종 미술관 운영준비단장을 중심으로 전시, 교육, 콘텐츠기획, 공간/동선 구성, 조직, 소장품 수집 등의 기본설계를 위한 분야별 전문가를 구성해야 함
- 미술관 조성을 위한 실질적 검토와 협의가 원활하게 이루어질 수 있도록 정기/수시 협의체(예: 전문가 운영위원회)를 운영 해야함



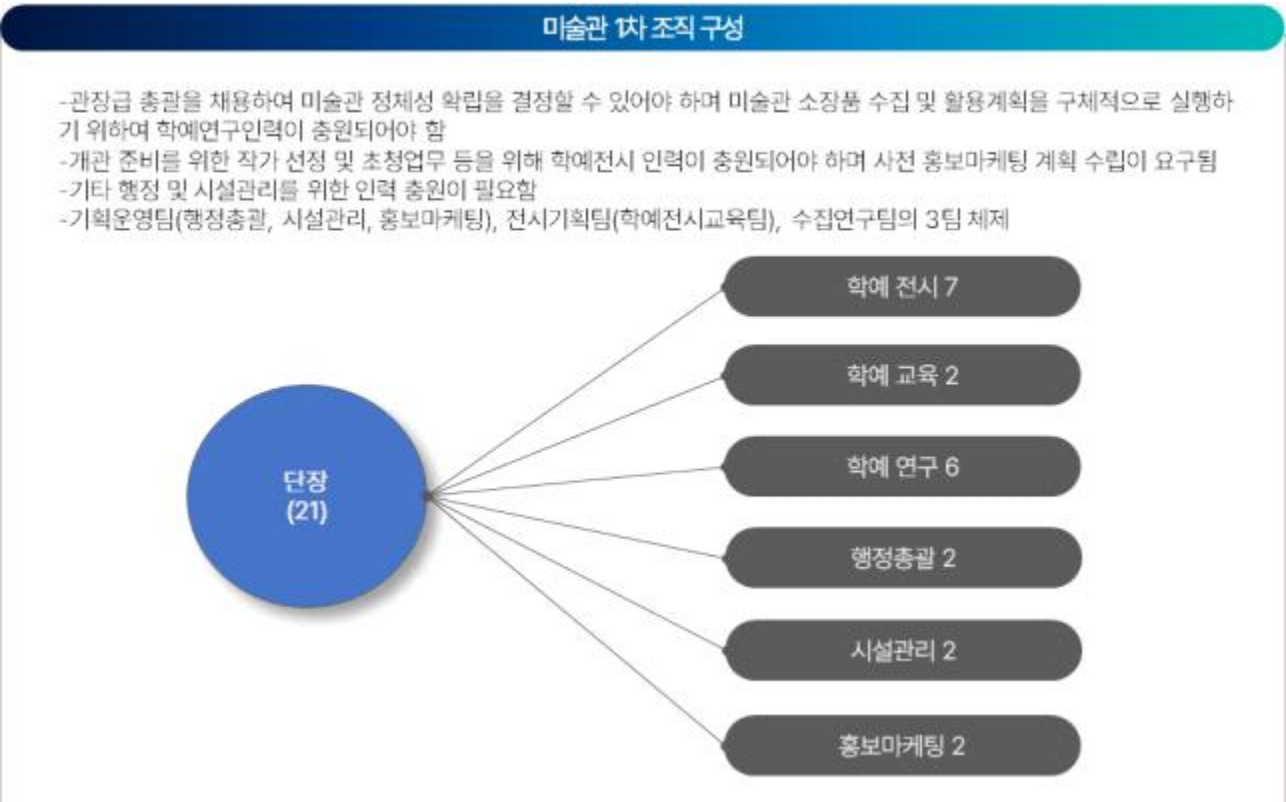
〈그림 102〉 미술관 운영준비단 (T/F)구성 인력 예시

나. 미술관 1차 조직구성(미술관 개관 준비단)

2단계 : 미술관 1차 조직구성
정체성 확립 구체화 전시관 운영계획 완료 프로그램 자료 개발 홍보/마케팅 개발 및 개시 소장품 관련 계획 수립 미술관 주요기능 중심으로 구성 인천시립미술관의 실무적인 업무 편성

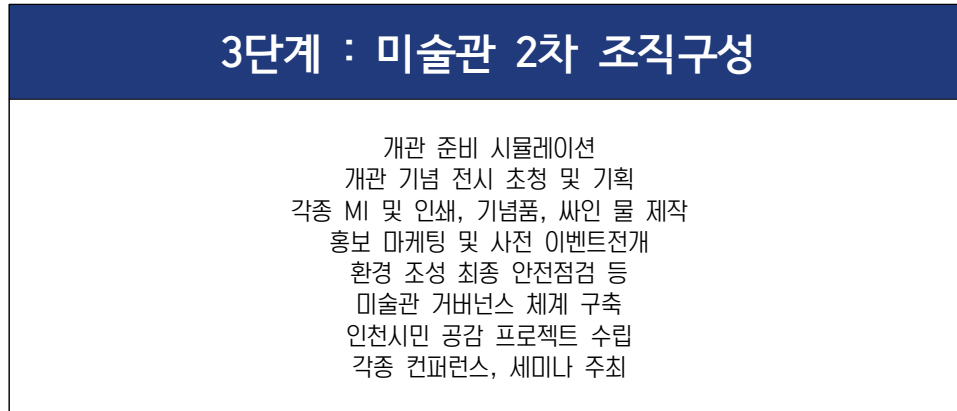
<표 179> 2단계 미술관 운영준비단 (T/F)구성

- 행정, 시설관리, 홍보마케팅 전문 분야 구성이 필요함
- 유사기관 미술관의 인터뷰에서 두드러진 부분은 관장급을 최대한 빨리 임용하여 개관에 대한 모든 책임을 맡겨야 한다는 의견이 다수임
- 이는 최종협약에 대한 결정을 할 수 있는 책임자가 반드시 필요하며 미술관 정체성을 구축함에 있어 매우 중요한 역할이라고 함
- 학예 전시, 연구, 교육 분야 준비가 필요함



<그림 103> 미술관 개관준비단 (1차) 인력구성 예시

다. 미술관 2차 조직구성(미술관 운영조직)



〈표 180〉 3단계 미술관 운영준비단 (T/F)구성

- 미술관의 구조와 목표에 맞춘 조직구성을 반영한 개편안이 필요함
- 개관 기념 전시 및 교육 계획 수립이 필요함
- 1차, 2차 구성된 조직구성과 시너지가 될 수 있는 조직으로 확대가 필요함
- 지역의 현안 등을 잘 반영할 수 있는 전문위원 구성이 필요함
- 현장 운영 시뮬레이션 계획 수립이 요구됨



〈그림 104〉 미술관 개관준비단 (2차) 인력구성 예시

1.3. 개관 준비 주요사업

1.3.1. 개관 준비를 위한 사전추진 사항

가. 개관 전 수행 계획안 제시



〈그림 105〉 개관 전 수행 계획안

○ 위에서 언급한 바와 같이 개관 준비를 위한 사전 추진사항으로 작품수집, 시범운영 준비, 개관 특별 전시 준비, 전문인력 충원 등이 필요함

작품수집	<ul style="list-style-type: none"> 2년 이상의 준비기간 소요, 관장 임용 후 구체적인 수집 활동을 추진
시범운영	<ul style="list-style-type: none"> 시범운영을 통해 문제점 해소 및 관람객 이용 설문조사 실시 최소 3개월~6개월 운영 (시스템 및 시설하자 점검실시)
개관 특별 전시	<ul style="list-style-type: none"> 상징성과 정체성을 대변하는 전시로 대표 작품 선정 최소 2년 전부터 섭외 및 전시 방향 등을 모색
직원 채용	<ul style="list-style-type: none"> 관장은 최소 2년 전 임용함으로 소장품 및 개관전시 참여 학예직 채용은 빠를수록 안정화 가능

〈표 181〉 개관 준비를 위한 사전추진 사항

나. 개관 단계별 추진계획 수립

○ 개관 단계별 추진계획

· 개관전시 준비를 위해선 충분한 단계별 추진이 필요. 1단계는 최소 2년전, 2단계는 1년전 확정되어야 준비될 수 있음



〈그림 106〉 개관 단계별 추진계획

· 개관을 위한 주요 프로그램으로 전시, 전시연계 교육, 프레 이벤트, 메인 이벤트, 미술관 전반의 특별 행사 준비가 필요함

- 개관행사와 더불어 다양한 홍보를 통해 대내외적인 이용자 참여를 유도(무료 운영, 경품행사, 공연, 축제, 초청행사 등 다양하게 기획) 해야함
- 사전 매체 광고, 홍보를 통해 전국적으로 개관을 알리고 기대감을 높이고자 함

1.3.2. 개관 프로그램 준비사항

개관전시	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 충분한 연구를 통한 소장품 및 개관전시 준비기간 필요 ✓ 소장품 수집에 대한 전시기획 ✓ 특별전시로 세계적인 대표 작품 선외 및 전시
프레 이벤트	<ul style="list-style-type: none"> ✓ D-200일 사전 이벤트부터 D-100일 등 일자별 지속 운영을 통해 기대감 고취 ✓ 시범운영시 특별 이벤트를 통한 관심 고조
메인 이벤트	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 개관식 및 개관 페스티벌 계획 수립 ✓ 초청 및 특별 행사 계획 수립
야외 활용	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 미술관 주변의 유휴공간을 활용한 조각전 등 검토 ✓ 선교사 사옥을 활용한 특별 행사 준비

〈그림 107〉 개관 프로그램 준비사항

가. 개관전시

- 미술관의 공공 서비스 활동 중 대표적인 것은 전시이므로, 개관전시는 개관하는데 있어 가장 비중을 두어야 하는 프로그램임
- 개관전시는 미술관의 정체성과 수준을 대변하며, 앞으로의 방향과 성격을 가늠하게 하는 매개체로 충분한 시간을 두고 특별한 신경과 주의를 요함
- 전시주제 및 내용에 관해 최대한의 연구·조사를 수행하여 전문성을 갖추고, 기획력을 발휘하여 사회의 관심을 끌 수 있어야 함
- 상설 전시 개막이나 특별전시 기획 등을 통해 고유 주제와 대표적인 소장품을 보여줄 수 있는 것이 바람직함
- 학계나 전문가 그룹으로부터 폭넓게 전시의 타당성과 내용을 검증하고 의견을 구해야 하며, 전시의 주 관람자 층에게도 전시의 개념, 용어, 흥미도 등을 묻고 아이디어를 참고한다면 전시의 효과와 호응도를 높일 수 있음



〈그림 108〉 개관전시의 프로세스

[참고사례] 대구미술관 개관특별전

- 대구미술관은 개관특별전으로 7개의 전시(개관특별 1부 주제전, Richard Long 특별전, 개관특별전 이강소, 개관특별 1부 Made in Daegu, 개관특별: 정점식, 김종복 전, 개관특별 2부 주제전: 삶과 풍토, 개관특별2부: 김수자)를 개최함. 이 중 몇 개의 전시를 살펴보면 다음과 같음
 - Richard Long 특별전(2011. 5. 26. ~ 9. 25.): 3전시실과 2·3전시실을 연결하는 홀에서 진행되는 전시. 개관 특별전의 전시 개념과 내용적으로 유기적 연관성을 가지는 동시에 대구미술관만의 공간적 특성을 부각시킬 수 있는 작품으로 구성함
 - 개관특별전 이강소(2011. 5. 26. ~ '12. 4. 1.): 한국미술사 내지는 세계미술사에서 비중을 차지하는 작가를 집중적으로 소개하는 프로젝트의 일환으로 마련한 전시의 첫 시작으로 한국현대미술사는 물론, 1970년대 한국 최초의 현대미술전인 대구현대미술제의 주 동력으로 활동해왔던 이강소 작가를 소개함
 - 개관특별 1부 Made in Daegu(2011. 8. 10. ~ 11. 20.): 대구를 근거로 작업하는 작가들을 중심으로 구성함



〈표 182〉 대구미술관 개관특별전

나. 개관행사

- 개관전시와 더불어 다양한 개관행사를 통해 홍보 효과와 지역민 등 주 이용자층의 참여 효과를 기대할 수 있음
- 무료입장, 경품 등 이벤트, 공연 및 축제, 지역민·언론 초청행사 등 다양하게 기획함
- 개관 시점까지 언론홍보, 온라인·SNS 홍보, 매체 광고 등을 통해 지역사회와 관련 학계에 미술관의 성격과 특징을 알리고, 개관에 대한 기대감을 높여야 함

[참고사례] 서울시립 북서울미술관 개관축하, 야외조각 상설전시 조성 기념_ 이은결의 메타 일루션

- 일시: 2013. 11. 29. 금요일 오후 7시
- 장소: 서울시립 북서울미술관 지하1층 다목적홀
- 모집인원: 300명
- 참여방법: 인터넷 선착순 모집
- 참가비: 무료
- 프로그램 내용: 서울시립미술관 홈페이지와 서울특별시 공공 서비스 예약 시스템을 이용하여 예약 2시간 만에 매진되는 등 시민들의 폭발적인 관심을 받은 공연으로 지역 공동체와의 문화적 교류를 도모하고 서울시립 북서울미술관과 야외조각 상설전시를 홍보하여 보다 많은 사람들의 문화 향유를 증진하고자 기획됨. 타 장르와의 융합을 통한 실험적인 퍼포먼스 아트를 선보임으로써 미술문화를 선도하는 서울시립미술관의 이미지를 도모하였다는 평가를 받음



〈표 183〉 서울시립 북서울미술관 개관 축하행사 사례

Part 2. 중장기 운영방안

1. 중장기 운영방안

1.1. 단계별 중장기 운영방안

1.1.1. 개요

○ 중장기 운영방안은 총 3단계의 변화와 도약을 중심으로 구분함

- 초기 5년은 인천시립미술관의 인지도 상승을 위한 세계적인 작품을 섭외하거나 교류할 수 있는 기반 마련이 중요, 소장품 또한 다양하게 확보를 해야 함
- 인천시립미술관만의 브랜딩을 위한 비엔날레, 페스타 등을 계획하여 미술계 및 학계 등에 꾸준한 관심을 유지하는 전략을 수립해야 함
- 비엔날레, 페스타 등은 격년으로 운영함으로 다양한 메가 이벤트를 구성해야 함
- 회화, 조각, 미디어아트 등 다양한 장르를 활용하여 차별화를 시도해야 함
- 5년 주년 기념행사를 비롯하여 10주년 행사까지 특별 초청행사 사전 준비를 해야 함
- 5년 이후부터 미술관의 위상 정립이 되었다고 보고 소장품 및 지역작가 중심의 전시 확대 및 청년 작가 양성계획에 대한 전략 확대 수립이 필요함

가. 1단계 (개관 전후)

- 1년차는 조직구성원 간의 업무 파악 및 기본 계획(소장품 수집계획, 개관 전시 방향 연구)을 수립 해야 함
- 2년차는 수집위원회 발족과 소장품 수집 개시 및 전시계획 확정 수립, 홈페이지 구축 등을 추진 해야 함
- 3년차는 홈페이지 구축완료 및 개관 준비 및 사전이벤트 운영계획을 준비 해야 함

단계	연도	주요 추진내용
1단계 (개관 전후)	2024	<ul style="list-style-type: none"> 추진단 및 관장 임용 조직 구성 (1차 전문인력 확보) 소장품 수집 연구 및 계획 수립 개관 전시 방향 연구 및 섭외 추진 (해외포함)
	2025	<ul style="list-style-type: none"> 소장품 수집 개시 (수집 위원회 발족) 개관 전시 섭외 및 전시계획 수립 2차 전문인력 확보 임시수장고 마련
	2026	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 구축 및 정보화 체계 수립 시설안전 매뉴얼 구축 개관 준비 및 사전이벤트, 프로그램 준비 운영위원회 발족
	2027	<ul style="list-style-type: none"> 시범운영 및 개관

〈표 184〉 중장기 운영방안 1단계



〈그림 109〉 소장품 공개모집, 개관전시, 개관식 등 예시

나. 2단계 (개관 후 5년)

- 1년차는 개관 1주년 기념행사를 추진해야 함
- 2년차는 비엔날레, 조각 페스터 같은 국제행사를 추진해야 함
- 3년차는 국제포럼, 국제교류전, 지역작가 및 신진작가 특별전 등의 다양한 사업을 전개해야 함
- 4년차 개관 5주년 특별전 및 국제행사 확대 및 고도화를 추진해야 함

단계	연도	주요 추진 내용
2단계 (개관 후 5년)	2028	• 개관 1주년 기념행사
	2029	• 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진
	2030	• 시스템 및 소프트웨어 등 전시 장비 리뉴얼 • 국제포럼, 국제교류전 • 지역작가 및 신진작가 특별전 등
	2031	• 개관 5주년 특별전 • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 확대 및 고도화

〈표 185〉 중장기 운영방안 2단계



〈그림 110〉 개관 기념행사 및 포럼, 국제 교류전 예시

다. 3단계 (개관 후 10년)

- 개관 5년 이후는 안정화시기로 대부분의 장비 및 시스템 리뉴얼을 검토해야 함
- 각종 사업에 대한 확대 및 고도화가 필요함
- 신규사업 개발 및 전반적인 프로그램 재구성 등의 변화 시도가 필요함

단계	연도	주요 추진 내용
3단계 (개관 후 10년)	2032	<ul style="list-style-type: none"> • 국제포럼, 국제교류전 • 지역작가 및 신진작가 특별전 등
	2033	<ul style="list-style-type: none"> • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진
	2034	<ul style="list-style-type: none"> • 국제포럼, 국제교류전 • 지역작가 및 신진작가 특별전 등
	2035	<ul style="list-style-type: none"> • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진
	2036	<ul style="list-style-type: none"> • 전시장비 및 소프트웨어 등 시스템 리뉴얼 • 아카이브 시스템 교체 • 국제포럼, 국제교류전 • 지역작가 및 신진작가 특별전 등
	2037	<ul style="list-style-type: none"> • 개관 10주년 특별전 • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진

〈표 186〉 중장기 운영방안 3단계

1.1.2. 인천시립미술관 10개년 주요 사업 추진(안)

단계	연도	주요 추진 내용
1단계 (개관전후)	2024	<ul style="list-style-type: none"> • 추진단 및 관장 임용 • 조직 구성 (1차 전문인력 확보) • 소장품 수집 연구 및 계획 수립 • 개관 전시 방향 연구 및 섭외 추진 (해외포함)
	2025	<ul style="list-style-type: none"> • 소장품 수집 개시 (수집 위원회 발족) • 개관 전시 섭외 및 전시계획 수립 • 2차 전문인력 확보 • 임시수장고 마련
	2026	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 구축 및 정보화 체계 수립 • 시설안전 매뉴얼 구축 • 개관 준비 및 사전이벤트, 프로그램 준비 • 운영위원회 발족
	2027	<ul style="list-style-type: none"> • 시범운영 및 개관
2단계 (개관 후 5년)	2028	<ul style="list-style-type: none"> • 개관 1주년 기념행사
	2029	<ul style="list-style-type: none"> • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진
	2030	<ul style="list-style-type: none"> • 시스템 및 소프트웨어 등 전시 장비 리뉴얼 • 국제포럼, 국제교류전 • 지역작가 및 신진작가 특별전 등
	2031	<ul style="list-style-type: none"> • 개관 5주년 특별전 • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진
3단계 (개관 후 10년)	2032	<ul style="list-style-type: none"> • 국제포럼, 국제교류전 • 지역작가 및 신진작가 특별전 등
	2033	<ul style="list-style-type: none"> • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진

단계	연도	주요 추진 내용
	2034	<ul style="list-style-type: none"> • 국제포럼, 국제교류전 • 지역작가 및 신진작가 특별전 등
	2035	<ul style="list-style-type: none"> • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진
	2036	<ul style="list-style-type: none"> • 전시장비 및 소프트웨어 등 시스템 리뉴얼 • 아카이브 시스템 교체 • 국제포럼, 국제교류전 • 지역작가 및 신진작가 특별전 등
	2037	<ul style="list-style-type: none"> • 개관 10주년 특별전 • 비엔날레, 조각 페스타 등의 국제행사 추진

〈표 187〉 10개년 주요 사업 예시(안)

CHAPTER

참고문헌

[단행본]

- 강나서영, 2014, 『기업처럼 운영하는 구겐하임 미술관』, 우리전자책
- 도다누키 신이치로, 2020, 『즐서는 미술관의 SNS 마케팅 비법』, 이정미 옮김, 유엑스리뷰
- 박성봉, 2009, 『멀티미디어 시대에 교실로 들어온 대중예술 - 교육콘텐츠로서 대중예술의 지평을 열며』, 도서출판 일빛
- 이보아, 2023, 『성공한 박물관 성공한 마케팅』, 역사넷
- 이우경, 2005, 『교실 안에 들어온 대중문화, 새로운 교육적 고민을 위한 디딤돌』, 우리교육
- 조르조 아감벤, 2010, 『장치란 무엇인가? 장치학을 위한 서론』, 양창렬 옮김, 난장
- 클레어 비숍, 2016, 『레디컬 뮤지엄』, 구정연, 김해주, 윤지원 우현정, 임경용, 현시원 옮김, 현실문화
- 히토 슈타이얼, 2021, 『면세 미술: 지구 내전 시대의 미술』, 문혜진 · 김홍기 옮김, 워크룸
- George Ellis Burcaw, 1997, 『Introduction to museum work』, Walnut Creek : Altamira Press

[논문]

- 권미주 · 김용승, 2007, 「현대 공공 미술관의 사회적 역할에 따른 공간구성에 관한 연구」, 『한국실내디자인 학회 논문집』 16(6), 한국실내디자인학회, pp.181-188
- 권아람, 2021, 「디지털 매체 예술에서 스크린 활용의 미학적 고찰」, 『기초조형학연구』 22(3), 한국기초조형학회, pp.57-68.
- 김용승, 1998, 「부산시립미술관 : 문화공간으로서의 대중미술관」, 대한건축학회, 『건축』 42(8), 대한건축학회, pp.13-16
- 김정화, 2013, 「포스트 뮤지엄의 역할과 과제」, 『미술세계』(345), 더원미술세계, pp.100-103
- 김지훈, 2021, 「공립미술관의 법정 정의에 대한 재고찰」, 『법제연구』 (60), 한국법제연구원, pp.93-127
- 박경신, 2020, 「미래의 소장품: 법제도적 준비; 저작권법상 쟁점을 중심으로」, 『SeMA Agenda 2020 '수집' <소유에서 공유로, 유물에서 비트로>』, 서울: 서울시립미술관, pp.96-102
- 박경신, 2023, 「박물관 및 미술관 진흥법상 박물관 및 미술관의 법적 성격에 대한 검토 - 비영리성을 중심으로」, 『예술경영연구』 (65), 서울: 한국예술경영학회, pp.211-238
- 박경신, 2023, 「저작권법상 공공소장품 이용범위에 대한 검토: 개정 싱가포르 저작권법의 시사점 및 우리나라 저작권법 개정 방향을 중심으로」, 『문화정책논총』 36(3), 서울: 한국문화관광연구원, pp.81-102
- 박남진, 2014, 「전시공간과 공연공간의 시·공간 특성비교와 융합가능성에 관한 연구」, 『정보디자인학연구』, 한국정보디자인학회, 17(2), pp.51-60
- 연규석, 2022, 「1971년부터 2020년까지 국립현대미술관 소장품 특징 및작가 국적 변화와 현황에 따른 세계화 연구」, 『예술경영연구』, (61), pp.41-73
- 연규석, 2023, 「1991년부터 2020년까지 서울시립미술관 해외작가 소장품에 대한 시대별 변화 및 특징연구」, 『예술경영연구』, (66), pp.65-104
- 이나연, 2022, 「박물관에서의 유산 해석(heritage interpretation)과 유산 설명(heritage presentation): 박물관의 발전 과정에서 살펴본 유산 설명의 변화를 중심으로」, 『박물관학보』 (43), 한국박물관학회, pp. 87-112

CHAPTER 참고문헌

- 정종효, 2019, 「이우환 공간과 이우환 미술관의 비교를 통한 공통점과 정체성의 관계 연구」, 『미술문화연구』 (15), 동서미술학회, pp.139-159
- 정종효, 2019, 「공립미술관의 작품구입 제도에 관한 연구-지역 대표 미술관을 중심으로」, 『미술문화연구』 (14), pp.99-119
- Ross Parry, 2021, "Code Switching Feeling the 'Emotional Turn' in Museum Technology", Busan Museum of Art, 『The Omnichannel Museum』, pp.13-25

[학위논문]

- 김연희, 2017, 「공공미술의 공공성 실현에 관한 연구」, 상명대학교 일반대학원 공연예술경영학과 박사학위 논문
- 김현주, 2011, 「21세기 미술관의 패러다임에 따른 공립미술관 발전방안 연구:부산시립미술관을 중심으로」, 경희대학교 경영대학원 석사학위논문
- 박지민, 2010, 「미술관의 브랜드 마케팅 전략에 대한 연구 -국 내외 미술관의 주요사례 분석 -」, 영남대학교 조형대학원 예술행정학과 석사학위논문
- 지승현, 2015, 「국공립미술관 창작스튜디오 지원프로그램의 활성화 방안 연구」, 중앙대학교 예술대학원 박물관/미술관 전시기획학과 석사학위논문

[기타자료]

- 경기도미술관(2018), 경기 아카이브_지금, [도록]
- 경기문화재단(2022), 개관 15주년 기념 2021 경기도미술관 심포지엄 자료집:미술관 수집의 새로운 표준 불러오기
- 대전세종연구원(2016), 대전고암미술문화재단 발전방안 연구 A Study on the Development Plans of Daejeon GOAM Art & Culture Foundation
- 문화체육관광부(2018), 미술로 행복한 삶: 미술진흥 중장기계획(2018~2022)
- 문화체육관광부(2022), 2022 전국 문화기반시설 총람
- 문화체육관광부(2022), 제1차 장애인예술인 문화예술 활동 지원 기본계획
- 울산광역시(2017), 울산시립미술관 운영방안 연구 보고서
- 울산광역시(2023), 울산광역시 2023년도 기금운용계획
- 인천광역시(2018), 인천뮤지엄파크 사업계획서
- 인천광역시(2019), 인천뮤지엄파크 시립미술관 콘텐츠 개발을 위한 학술용역
- 인천광역시(2022), 인천시립미술관 소장품 정책 연구용역
- 한국문화관광연구원(2008), 공공수장고 건립관련 기본 구상
- 한국박물관협회(2013), 박물관·미술관 설립·운영 매뉴얼 연구
- ICA(2011), General International Standard Archival Description(2011)
- ICOM(2022), ICOM approves a new museum definition(2022, August 24)

[기사]

- 경인일보, [사설]인천 극동방송 건축과정 재조명의 의미, 2020.06.23.
- 김영준, [인터뷰]'극동방송 사옥' 재조명... 유동현 인천시립박물관장, 경인일보, 2020.06.26
- 김영준, 극동방송 사옥·선교사 사택 "한국인이 건축" 첫 확인, 경인일보, 2020.06.22
- 노경은, OCI의 인천 도심 속 미니신도시 개발 프로젝트 '시티오씨엘' 시동, 시사저널e, 2021.03.18.
- 문화체육관광부, 전국 박물관·미술관 '더 알차게, 더 가깝게', 2019.06.24.
- 박정민, 최신 미술 흐름 담은 현대미술관...역사와 명성 챙긴 시립미술관-부산 공립미술관 2곳 구입 소장품 살펴보니, 국제신문, 2018.02.18.
- 서정혜, 국공립 최초 '기금제' 도입한 울산시립미술관, 내년도 기금 자원 확보 불투명...미술품 수집 '비상', 경상일보, 2022.09.07.
- 신상윤, [인천 고택기행·6] 극동방송 옛 사옥·사택, 경인일보, 2016.02.11
- 정홍주, 입체(조각,설치) 작품 보강한 시립미술관...뉴미디어.영상 모은 현대미술관, 국제신문, 2019.01.08.

[웹사이트]

- 가나자와 21세기 미술관 <https://www.kanazawa21.jp/en/>
- 국립현대미술관 www.mmca.go.kr/
- 구겐하임 재단 <https://www.guggenheim.org/foundation/>
- 구글 아트앤컬처 <https://artsandculture.google.com/>
- 국가기록원 www.archives.go.kr/
- 광주비엔날레 <http://www.gwangjubiennale.org/>
- 광주시립미술관 <http://artmuse.gwangju.go.kr/>
- 더리미 미술관 <http://deorimimuseum.com/>
- 뉴욕 자연사박물관 <https://www.amnh.org/>
- 루브르박물관 랑스 <https://www.louvre.fr/>
- 문화재청 www.cha.go.kr/
- 문화체육관광부 www.mcst.go.kr/
- MOMA <https://www.moma.org/>
- 부산시립미술관 <http://art.busan.go.kr/>
- 부산현대미술관 <https://www.busan.go.kr/moca/>
- 법제처 국가법령정보센터 <https://www.law.go.kr/>
- 서울문화IN 블로그 <https://m.blog.naver.com/>
- 서울시립미술아카이브 홈페이지 <https://semaaa.seoul.go.kr/>
- 수원시립미술관 <https://suma.suwon.go.kr/>

CHAPTER 참고문헌

아르코예술기록원홈페이지 <https://artsarchive.arko.or.kr/>
울산시립미술관 <https://www.ulsan.go.kr/s/uam/main.ulsan/>
정부입법지원센터 <https://opinion.lawmaking.go.kr/>
베니스 비엔날레 <https://www.labiennale.org/>
부산 비엔날레 www.busanbiennale.org/
브루클린 미술관 <https://www.brooklynmuseum.org/>
브리티시 도서관 <https://www.bl.uk/>
사진공간 배다리 <http://www.uran54.com/>
서울미디어 비엔날레 <http://mediacityseoul.kr/>
서울시립미술관 <https://sema.seoul.go.kr/>
서울시립미술아카이브 홈페이지 <https://semaaa.seoul.go.kr/>
새얼문화재단 황해문화 <http://www.saeul.org/>
스페이스빔 <http://www.spacebeam.net/>
아트바젤 홍콩 <https://www.artbasel.com/hong-kong/>
웨일스 카디프 국립박물관 <https://museum.wales/cardiff/>
인천미술협회 <http://www.incheonfineart.org/>
인천문화재단 www.ifac.or.kr/
인천민예총 <https://artincheon.com/>
인천광역시립박물관 <http://icmuseum.incheon.go.kr/>
인천경제자유구역청 <http://www.fez.go.kr/global/index.do/>
인천광역시청 www.incheon.go.kr/
인천시청 주거지분석맵 <https://sgis.kostat.go.kr/view/house/houseAnalysisMap/>
인천아트플랫폼 <http://www.inartplatform.kr/>
임시공간 <http://spaceimsi.com/>
인천여성미술비엔날레 <http://www.iwabiennale.org/2012/main/main.php/>
일민미술관 <http://ilmin.org/>
테이트 미술관 <https://www.tate.org.uk/>
전원미술관 <http://www.inmuseum.or.kr/>
제주도립미술관 <http://jmoa.jeju.go.kr/>
제주현대미술관 <http://jmoa.jeju.go.kr/>
타이페이시립미술관 <https://www.tfam.museum/>
통계청 kostat.go.kr/
한국예술디지털아카이브 홈페이지 <https://www.daarts.or.kr/>
한국영상자료원 www.koreafilm.or.kr/

홍콩미술관 https://hk.art.museum/en_US/web/ma/home.html/

후쿠오카 아시아미술관 <https://faam.city.fukuoka.lg.jp/en/>

amsterdam&partners, <https://www.iamsterdam.com/en>

International Council of Museums(ICOM), <https://icom.museum/>

KDE porfolio, <https://daepf.imweb.me/>

MoMA, <https://www.moma.org/>

ResearchGate, <https://www.researchgate.net/>

SFMOMA, <https://www.sfmoma.org/>