

## 문화·복지·종교의 상호관계와 특성

- 사회적기업의 문화·예술·관광·운동 서비스를 중심으로 -\*

전 명 수\*\*

- I. 문제제기
- II. 문화예술서비스의 복지적 특성
- III. 문화예술서비스 사업과 종교의 자리
- IV. 종교문화자원의 활용과 과제
- V. 결론

### I. 문제제기

본고는 사회적기업의 문화·예술·관광·운동 서비스를 중심으로 문화, 복지, 종교의 상호관계와 여기서 드러나는 특성과 과제를 살펴보면서 궁극적으로 종교 서비스 유형의 필요성을 제기하는데 목적을 둔다. 사회적기업의 서비스에는 간병가사 지원, 환경, 사회복지, 보육, 문화·예술·관광·운동, 보건, 교육, 산림보전 및 관리, 기타가 있는데, 이들 중 최근 문화·예술·관광·운동 서비스를 제공하는 사회적기업이 특히 수적인 증가를 보여주고 있어 주목할 만하다.<sup>1)</sup>

‘문화’는 영문으로 culture, 한국에서는 文化로 표현되고 있으나 어의적으로 전자가 양육이나 경작을, 후자가 인문에 의한 교화 또는 교양의 뜻을 가진다는 점에서 상당히 유사한 측면이 있다. 문화의 개념은 학문 분야별로, 또는 접근 방식

\* 이 논문은 2012년도 정부재원(교육과학기술부 사회과학연구지원사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음(NRF-2012-330-2012S1A3A2033608).

\*\* 고려대학교 인문대학 사회학과 조교수/ 종교사회학

1) 2014년 6월 10일 현재 노동부 인증 사회적기업 총 1082개소 중 문화·예술·관광·운동 서비스는 172개소로, 2013년 10월 사회적기업 총 913개소 중 문화·예술·관광·운동 서비스 143개소와 비교해보면 97개소가 증가한 ‘기타’서비스를 제외하고 증가율(17.2%)이 가장 높다.

## 2 종교와 문화

과 용법, 그것이 기반하는 이론적 배경에 따라 매우 다양하게 사용되었으나 20세기 후반 문화 연구의 선구자인 레이먼드 윌리엄스(Raymond Williams)는 그간 사용된 문화의 용법을 첫째 지적, 영적 그리고 미학적 발전의 일반적 과정을 묘사하는 자립 추상 명사, 둘째 국민, 시대, 그룹, 인류 전체 중 어느 하나의 특정 생활양식을 가리키는 자립 명사, 셋째 지적이고 특히 예술적 활동의 작품과 기량을 묘사하는 자립 추상 명사의 세 가지 종류로 구분했다. 그는 이들 중 셋째 용법이 가장 널리 확산된 것으로, 문화란 음악, 미술, 조각, 연극, 영화를 의미하고 여기에 철학, 학문, 역사를 첨가할 수도 있다고 말한다.<sup>2)</sup>

이와 유사하게 '21세기 사회학총서'(뉴욕주립대)에서 문화사회학을 저술한 로라 에들스(Laura D. Edles)는 지금까지 제시된 '문화'의 개념들을 인문학적 정교함과 엘리트 예술활동(고전발레, 오페라), 어떤 국민이나 그룹의 모든 생활방식, 공유하는 상징체계 또는 양식으로 요약했다. 그는 이를 심미적, 민족지적, 상징적인 세 가지 유형으로 범주화하면서 각 정의들이 갖는 한계를 지적했다.<sup>3)</sup> 이러한 논의에 기반해서 위 세 가지 정의를 모두 포함해 살펴보면 문화는 예술이나 정신적인 유산들과 함께 오랜 기간 사람들의 삶을 형성한 사고방식, 행동방식이나 물질, 또는 인간 집단이 만들어낸 모든 생활양식과 상징체계이다. 관광은 이 유산들을 직접 체험하게 함으로써 문화의 인식과 계승에 한 몫을 담당하고, 운동은 여가문화를 목표로 한다는 점에서 크게 문화의 범주에서 다루어질 수 있다.<sup>4)</sup> 따라서 핵심은 문화와 예술이다. 우리나라 문화예술진흥법(제2조 1항)에서는 '문화예술'이란 문학, 미술(응용미술 포함), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판 및 만화를 말한다. 본고에서 거론하는 '문화예술'은 문화·예술·관광·운동의 줄임말이면서 동시에 이 서비스의 핵심인 문화와 예술을 가리킨다.

사회적기업은 한편으로 취약계층에게 일자리나 서비스를 제공하고 다른 한편 이윤을 추구해서 이를 기업에 재투자하는 것을 목적으로 하는 복지지향 기업이다. 사회적기업의 한 유형으로서 문화예술서비스 기업은 취약계층의 경제문제에 초점을 둔 다른 서비스유형과는 달리 그 수혜자들의 정서적 또는 문화적 욕구에 초점을 둔다. '문화복지'란 용어는 처음 정책적으로 사용된 것이어서 아직 학술적인 위상이 확립된 것으로 볼 수는 없으나 여기에는 문화에 대한 계층별 유형별

2) Raymond Williams, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Revised edition(New York: Oxford University Press, 1983), 90.

3) Laura Desfor Edles, *Cultural Sociology in Practice*(Malden, MA: Blackwell, 2002), 1-8.

4) 「문화기본법」 제9조의 7에는 여가문화에 관한 것이 있다.

차이를 극복하는 민주주의의 이상이 포함되어 있어 그 의의가 작지 않아 보인다. 그간 문화복지 관련 연구는 정부의 문화정책 및 그 법제화의 문제와 관련된 것이 많고 사회적 취약계층의 사회복지서비스로서의 문화복지, '문화복지'의 개념, 지역 사회발전이나 교육의 측면에서 접근한 문화복지 고찰이 뒤를 잇고 있다.<sup>5)</sup>

이와 달리 종교복지는 주로 종교기반 법인이나 기관이 설립한 복지시설이 중심이 되어 각 종교의 이념이나 가치를 취약계층에 대한 돌봄으로 구현시키는 것을 목적으로 한다. 그러나 이제 종교는 이러한 돌봄을 넘어 중요한 문화자원의 보고로서 그 의의와 가치가 새롭게 추구되어야 할 분야로, 이러한 점에서 종교는 사회적기업의 문화서비스 범주에 포함시키기보다는 독립서비스 항목으로 예술문화와 병존시킬 필요가 있는 것이다. 종교복지는 이미 어느 정도 다양하고 깊이 있는 담론이 형성되어 있으나<sup>6)</sup> 사회적기업의 문화예술서비스와 관련해서 종교문화자원의 활용에 대한 논의는 아직 시작되지 못했다.

이 글은 문화·복지·종교의 상호관계를 고찰하고 사회적기업에 우리의 문화자원인 종교의 자리를 마련하는 것을 목적으로 한다. 이것은 문화·예술·관광·운동 서비스가 문화·종교·예술·관광·운동 서비스로 확장되어야 함을 의미한다. 본 연구는 2014년 6월 현재까지 노동부의 인증을 받은 문화예술서비스 사회적기업에 대한 분석적이고 이론적인 고찰이지만, 관련 기업들의 행사에 대한 참여관찰방식을 병행한다.

## II. 문화예술서비스의 복지적 특성

### 1. 문화서비스 기업의 특성

윌리엄스는 세 가지 차원의 문화 분석을 제시한다. 첫째 특정 시간과 공간에

5) 이현서, 「'문화복지' 개념 정의에 대한 내용 분석: 학술지를 중심으로」(『여가학연구』 11-3, 2014), 65-68. 전공 학술지별로 보면 사회복지학과와 행정 및 정책학과 학술지 논문수가 각각 9편으로 가장 많아 문화복지 연구를 주도하고 있다. 연구 주제는 사회적 취약계층에 대한 문화복지 서비스 연구, 문화복지정책 역사 연구, 예술교육 대중화 연구, 지역문화 시설 확대에 대한 연구, 문화복지 개념정의 및 인식 연구, 문화권 연구의 여섯 가지 유형으로 나눌 수 있다.

6) 전명수, 「종교사회복지담론의 재고찰: 비판적 성찰과 전망」(『종교문화연구』 20, 2013), 279-312.

#### 4 종교와 문화

살고 있는 사람만이 완전하게 접근할 수 있는 실제생활문화(lived culture)이다. 둘째 특정 시대의 예술로부터 가장 일상적인 사실까지 모든 종류의 기록된 문화로, 한 시대의 문화(period culture)라고 규정할 수 있다. 셋째 실제생활문화와 시대문화를 연계하는 요소로서 선별적 전통문화(culture of selective tradition)이다. 윌리엄스는 한때 살아있는 문화였던 것이 점차 새로운 시대에 의해 선택되거나 거부되는 문화전통의 선택성을 이해하는 것이 특히 중요하다고 본다. 그는 전체로서, 그리고 개별적인 활동의 총체로서의 사회에서 문화적 전통이란 조상들에 대한 지속적인 선택과 재선택의 과정이라고 말한다.<sup>7)</sup>

일단 윌리엄스의 분류 방식에 따라 2014년 6월 현재 문화·예술·관광·운동[문화예술] 서비스를 제공하는 사회적기업 172개소<sup>8)</sup>를 중심으로 살펴보자. 먼저 사회적기업 중 ‘경주고택’, ‘신라문화체험장’, ‘한국선비문화수련원’, ‘한옥체험업협회’ 등의 사업 내용은 특정 시대의 삶이 기록된 ‘시대문화’이다. ‘한국전통음식체험교육원’, ‘한국전통예술단아울’처럼 사업명에 ‘전통’이 들어가 있는 것은 대부분 이 유형에 속한다. 과거 문화유산들을 기억하고 탐구하는 것은 한 나라 또는 한 지역사회의 과거에 대한 좀 더 분명하고 좀 더 넓은 이해를 촉진시킨다.<sup>9)</sup> 이 기업들은 전통시대 사람들의 생활양식뿐만 아니라 그들의 삶이 지향했던 가치와 태도를 보여주면서 모두 특정 시대의 사회적 구조와 긴밀히 연계되는 시대문화를 사업 기반으로 한다. 그러나 한 시대의 문화로 보존되고 있지만 이러한 시대문화 역시 그대로 과거로만 존재하지 않고 끊임없이 선택되고 변형되어 새로운 문화의 기반이 되고 있음은 전통가옥이나 음식의 현대적 변형이 지속적으로 이루어지고 있는 데에서도 드러난다.

이에 비해 ‘선별적 전통문화’로는 과거 전승 예술, 즉 전통적인 국악, 도예, 춤, 놀이 등이 있다. 이들 역시 기록된 그 시대 문화이다.<sup>10)</sup> 그러나 위의 전통문화의 예와 다른 점은 이들은 좀 더 적극적으로 그 틀과 미의식을 보존하여 전승시키고

7) 레이먼드 윌리엄스, 『기나긴 혁명』, 성은애 옮김(과주: 문학동네, 2007), 95-100.

8) 이 수치는 사회적기업진흥원에 게시된 사회적기업 리스트 중 문화·예술·관광·운동 서비스 제공 기업을 대상으로 한 것이다. 그러나 이 리스트에는 경기 (주)몽땅, 희망세상보호작업장처럼 문화·예술·관광·운동 서비스에 귀속시킬 수 없는 기업도 포함되어 있어 정확하지 않다.

9) Amartya Sen, “How does Culture Matter?,” Vijayendra Rao and Michael Walton (eds.), *Culture and Public Action*(Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2004), 41-42.

10) Diana Crane, “Introduction: The Challenge of the Sociology of Culture to Sociology as a Discipline,” Diana Crane (ed.), *The Sociology of Culture: Emerging Theoretical Perspectives*(Oxford: Blackwell, 1994), 2-3.

있을 뿐만 아니라 새로운 현대적 감각으로 사회의식을 포함시키면서 변형된 또는 재창조된 작품으로 탄생되고 있다는 것이다. 예로 사회적기업 ‘마당극패 우금치’는 전승 놀이에서 마당극이라는 틀과 형식을 사용하고 있다는 점에서 확실히 전통문화의 선택이다. 마당극은 열린 공간에서 관객과 직접 소통하며 즐기는 우리 민족 고유의 연극으로, 테마는 설화, 민속, 소설 등을 재해석한 연극도 있고 현대의 다양한 사회문제를 비판적으로 접근한 것도 있다. 〈선녀와 나무꾼〉은 설화의 모티브를 빌려 농촌과 다문화가정의 문제를 다루면서 한국사회의 뿌리 깊은 ‘한민족’이라는 순혈주의의 문제까지 함축적으로 제기하고 있다.<sup>11)</sup> 이러한 예술 양식은 ‘선택’과 ‘변형’, 또는 ‘전승’과 ‘재창조’로 간주될 수 있다.

사회적기업의 문화예술서비스 사업에는 위의 시대문화, 선택된 문화 외에 이 시대의 실제생활문화를 대상으로 한 것이 가장 많은데, 크게 농촌살림연구와 같은 지역문화, 현대음악·대중·예능·여가·생태·책과 스토리텔링 관련 문화예술사업 등이 포함된다. 그중 이주민의 애환과 학교폭력을 다루는 뮤지컬, 탈학교 청소년 음악밴드, 여성영화제, 코미디, 춤 등과 같은 현대 대중문화가 매우 중요하게 다루어지고 있다. 국내 최초의 다문화극단으로 알려진 ‘(주)샐러드’, 부산 ‘환경문화연합’, ‘(주)문화콩’ 등도 학교폭력 예방을 위한 뮤지컬 또는 다문화 뮤지컬을 공연한 바 있다. 이러한 뮤지컬은 바로 이 시대 한국인들의 실제생활문화가 보여주는 사회문제들의 예술적 표현인 것이다. 문화예술서비스 기업으로는 공연기획 및 문화콘텐츠 제작, 운영 시스템을 갖춘 기획 전문회사가 다수 포함되고 있거니와, 기획 대상에는 전통적인 문화예술도 있고 외국의 고전예술도 있으나 현대의 실제생활문화를 대상으로 한 것이 더 많은 편이다.

이들 문화예술서비스 사업의 특성은 무엇보다 문화의 일상성에 대한 강조이다. ‘문화는 일상’(culture is ordinary)이라는 명제는 이미 일찍이 윌리엄스가 분명하게 밝힌 바 있다. 그는 문화란 내가 태어나고 자란 곳, 나를 둘러싼 가족들 그리고 내가 겪었던 체험 등 바로 그 지점에서 형성되기 시작하는 것으로 단정한다. 그러나 문화는 구성원들이 이러한 환경을 통해 익숙해진 이미 알려진 의미와 방향, 그리고 앞으로 배우게 되고 겪게 될 새로운 관찰과 의미라는 두 가지 면을 갖고 있다고 본다. 따라서 문화의 속성은 항상 전통적이면서도 창조적이고, 가장 일상적인 공통의 의미를 갖고 있으면서도 가장 훌륭한 개별적인 의미를 보여준다는 것이다. 그러나 윌리엄스는 사람들이 공유하는 삶의 방식만을 중시하거나 특별한 개인들의 창조적 노력과 과정의 산물인 예술과 학문만을 중시하지 않는다.

11) 조훈성, 『마당극의 사회의식 변화에 관한 연구: 대전·충청지역을 중심으로』, 박사학위논문(공주대학교 대학원, 2013), 122.

그는 문화란 이 두 가지 모두이며, 동시에 이 두 가지가 결합된 것이라고 주장한다.<sup>12)</sup>

이것은 일반사람들의 일상적 삶 속에 뿌리박힌 것들, 그러면서도 그 안에서 일어나고 있는 창조 행위를 주목한 것이다. 문화를 생활화한다는 것은 일상을 새롭게 만들어갈 수 있는 힘이기도 하다. 구체적으로 서울 ‘일상예술창작센터’는 시장 기획 전문기업으로, 대표적인 사업의 하나가 홍대 앞 프리마켓이다. 프리마켓은 어린이 놀이터라는 시민들의 일상적 공간에서 1인 창작자들이 작품을 생산하고 바로 이곳에서 지나가던 시민들이 작품을 구입하는 자유시장으로, 놀이터가 곧 문화예술의 생산, 유통 공간으로 탈바꿈된 시장이다. 이것은 진정한 문화는 오히려 우리의 구체적이고 일상적인 삶의 모습이며 그 일상을 통해 드러난 우리의 구체적인 관계와 상징이라는 점에서 결국 문화도 일상생활을 떠나서 논의할 수 없음을 의미한다.<sup>13)</sup> 따라서 프리마켓은 일상적 공간에서 창작가와 소비자의 일상이 만나는 문화공동체를 형성하거나, 이 마켓은 예술가를 일상문화로 끌어들이므로써 문화생산자인 예술가들에 대해서도 관심을 보여준다.

이러한 점에서 문화의 일상성은 상품화와 상통한다. 사회적기업은 사회적 특성과 경제적 특성이라는 양 날개를 갖고 있는데, 이러한 특성은 문화서비스 기업에서도 마찬가지이다. 먼저 경제적 특성으로 사회적기업의 경우 수익성이 확보되어야 한다는 점에서 그 추구하는 이윤이 좀 더 즉각적이고 지속적으로 창출되어야 한다. 중요한 것은 수익성에 대한 고려가 문화상품의 질이나 유형을 결정하는 요인이 될 수도 있다는 것이다. 프리마켓에 등장하는 예술문화 상품은 대부분 높지 않은 가격으로 구매가 가능하며, 가볍고 운반하기 쉬운 것들로, 주로 일상에서 쉽게 만날 수 있는 대중적 가치를 지니면서도 창의성을 지닌 작품이어야 한다. 올해 프리마켓 주제는 ‘손으로 만드는 세상’이다. 시장에서는 각종 금속 공예품, 인물 수목초상화, 캐리커처 같은 미술품, 수제 도장, 모자와 같은 생활창작 디자인 제품, 직물, 편물 등 손으로 만든 물건들만 거래되고 있다.<sup>14)</sup> 문제는 이들이 단지 상품인지 문화예술작품인지의 경계가 명확하지 않다는 것이다. 이처럼 문화예술 전문회사들이 기획하는 문화는 주로 관람, 체험, 관광, 구매의 대상이어서 문화가 관람객을 동원하거나 구매 대상이 되기 위해서는 먼저 문화소비자들의 기호를 고

12) Raymond Williams, "Culture is Ordinary," John Higgins (ed.), *The Raymond Williams Reader*(Oxford: Blackwell, 2001), 10-24.

13) 김상우, 「‘일상생활의 사회학’의 현황과 전망」(『문화와 사회』 1, 2006), 94.

14) 프리마켓의 자료는 해당 홈페이지와 필자의 실제참여 관찰에 기반한다.  
<http://www.freemarket.or.kr/>

려해야 한다는 것으로, 문화서비스 기업은 이와 같이 인위적으로 기획된 문화의 상품화를 촉진할 것으로 간주된다.

상품화는 자연스럽게 대중성으로 연결된다. ‘사단법인 중앙오페라단’은 오페라의 대중화를 목표로 한다. 사회적기업 극단 ‘날으는자동차’는 어린이, 청소년, 대학생, 주부, 직장인, 어르신이 참여하는 시민극단이다. 이 기업은 “평범했던 사람들이 소위 말하는 ‘예술’을 하고, 그들의 평범했던 일상이 예술이 되는 것”이고, “그들이 본인들의 평범한 일상을 다양한 방법으로 바라보기 시작했고 평범했던 일상이 풍요로워지기 시작했다는 것”임을 자부한다.<sup>15)</sup> 이것은 이러한 예술 문화에의 참여가 생성하는 동력을 의미하는 것으로, 이러한 문화의 생산자가 특정 엘리트, 상층인사가 아니라 보통 사람들이라는 것이다. 사회적기업은 이처럼 문화가 반드시 ‘고급문화’라는 의식에서 벗어나 그 대중화에 기여하고 있거니와, 그것은 일상문화가 기존 문화에 부여했던 고급스러움, 신비함을 벗긴다는 의미이다.

문화예술 서비스가 갖는 이러한 상품화, 대중화, 일상화의 특성은 문화 형태의 불균형을 극복하는 데에 한 몫을 할 것으로 보인다. 먼저 예술행사 관람률의 시대별 변화를 살펴보자.

<표 1> 분야별 예술행사 관람률 변화추이<sup>16)</sup>

(단위: %)

예술행사	2003년	2006년	2008년	2010년	2012년
전체	62.4	65.8	67.3	67.2	69.6
문학행사	4.0	4.4	4.0	3.8	6.1
미술전시회	10.4	6.8	8.4	9.5	10.2
서양음악	6.3	3.6	4.9	4.8	4.4
전통예술	5.2	4.4	4.4	5.7	6.5
연극	11.1	8.1	11.0	11.2	11.8
뮤지컬					11.5
무용	1.1	1.4	0.7	1.4	2.0
영화	53.3	60.3	58.9	60.3	64.4
대중음악/연예	10.3	7.6	10.0	7.6	13.5

위의 <표 1>에서 보이는 바와 같이 예술행사의 관람률은 전체적으로 증가했다. 2012년도 관람률을 중심으로 살펴보면 영화의 관람률 비중이 압도적인데, 영화는 2003년도와 비교해 볼 때 11% 이상이 증가해서 일반 국민의 문화향수가 너무

15) 날으는자동차 홈페이지(<http://www.nalja.net/>)

16) 문화체육관광부, 「2012 문화향수실태조사 보고서」(문화체육관광부, 2012), 40.

한 장르에 편중된 느낌을 준다. 그 다음으로 관람률이 증가한 것은 뮤지컬과 연극으로 이전에 두 장르를 합해서 나온 관람률이 2012년도에는 각각의 관람률로 나타났다. 대중음악/연예 역시 관람률이 조금씩 증가하고 있으나 아직은 영화와의 차이가 매우 크고, 서양음악, 전통예술, 무용 등은 그보다 훨씬 낮은데, 그중 무용은 전체 예술행사 중 가장 낮다. 전술한 대로 사회적기업 중 공연예술의 기획, 제작 전문회사가 많고 그 기획에는 전통 및 대중예술, 문학, 연극, 영화, 뮤지컬, 춤 등이 많아지고 있어, 이러한 관람률의 전체적인 증가와 예술 분야별 편차의 축소에는 어느 정도 사회적기업의 역할이 가능할 것으로 판단된다.

관람률의 편중은 예술 분야 사이에서만 아니라 전통문화와 현대예술 사이에서도 드러난다. 최근 역사문화유적지 방문의 수적 감소가 보이거니와 이러한 약화배경에는 예술 관람과 마찬가지로 시간부족의 원인이 경제적 이유보다 크고, 동시에 이전에 비해 경제적 부담문제는 크게 줄어든 반면 관심 유적지의 부족이 상대적으로 높아졌다.<sup>17)</sup> 이것은 문화예술서비스를 제공하는 사회적기업이 적어도 전통문화 프로그램을 보완하거나 새롭게 개발할 필요가 있다는 점을 보여준다. 예로 2014년에 노동부 인증을 받은 ‘사단법인 둘레’<sup>18)</sup>는 생태와 역사 문화 예술의 공존을 시도하면서 백제가요 정읍사 오솔길 조성 사업을 시작하여 ‘백제가요 정읍사 오솔길 문화체험 행사’를 개최한 바 있다. 정읍사는 유일하게 남아있는 백제가요로, 그 해석이 학자에 따라 다양하나 행상 떠난 남편의 안위에 대한 두려움과 그에 대한 아내의 기원을 표출한 작품으로 알려졌다. 과거 문화에서 현존하는 건축물, 공예, 조각뿐만 아니라 이러한 무형의 자원을 재창조하는 작업을 시도한다면 전통문화에 대한 관심을 증진시키면서 현대와 고전 사이에서 문화예술 분야에 대한 관심의 불균형을 극복할 수 있을 것이다.

## 2. 문화복지의 특성

사회적기업은 영리라는 경제적 의미와 함께 취약계층에 대한 배려라는 공공성, 사회성의 측면을 동시에 지닌다. 문화를 복지 차원에서 접근하는 문화복지가 ‘문화적 복지’라는 용어로 최초로 등장하는 시기는 전두환 정부 때이며, 노태우 정부 또한 ‘문화복지국가’를 기본방향으로 설정하였다. 그 후 김영삼 정부는 삶의 질 향상과 문화공간의 확대, 김대중 정부는 창의적 문화복지국가의 건설 등으로

17) 앞의 글, 78-83.

18) 둘레 홈페이지(<http://www.dulle.or.kr/xe/>)



문화는 정치권이 주목하는 분야가 되었다.<sup>19)</sup> 이와 맞닿아 1980년대 ‘문화복지’라는 용어가 학술 논문에서 처음 등장했으나 본격적인 논문 발표는 2000년대에 들어와서로<sup>20)</sup> 이것은 문화복지에 관한 정권의 지향이 학문적 성과에 반영되고 있음을 보여준다.

이들 문화서비스 사회적기업에서 가사지원, 사회복지, 보육, 교육, 환경과 같은 다른 서비스기업처럼 취약계층의 고용을 내세운 기업은 많지 않은 편이다. 전통 문화에 초점을 둔 기업들은 대부분 지역의 역사적 특성에 기반하고 있어 이러한 유형의 사업은 주로 지역사회와 지역민의 삶의 질을 제고하는 데에 초점을 둔다. 그러나 자세히 살펴보면 이러한 기업들도 ‘사회적 기여’를 내세우고 있는데, 아마도 이것이 사회적기업으로 인증 받게 된 중요한 요건이 되었을 것이다. 첫째, 문화예술서비스 기업의 사회적 기여는 주로 ‘문화나눔’에 초점을 둔다. 2012년도 문화체육관광부의 문화향수실태조사에 의하면 그 향수의 정도는 경제력과 관련이 있다. 즉 수입이 낮아질수록 향수비율이 낮아진다는 것인데, 이 점은 2006, 2008, 2010, 2012년도 조사에서도 모두 동일하게 나왔다.

<표 2> 응답 특성별 예술행사 관람률 변화추이<sup>21)</sup>

(단위: %)

구분		2006년	2008년	2010년	2012년	
가구 월평균소득	100만원 미만	23.9	19.3	24.6	26.9	
	100~200만원 미만	54.7	48.3	46.6	46.4	
	200~300만원 미만	66.3	70.5	66.4	64.6	
	300~400만원 미만	79.6	79.4	75.3	77.3	
	400~500만원 미만	86.0	80.6	84.7	80.6	82.1
	500만원이상				83.5	
응답거절		-	-	-	52.8	

그렇다면 경제적 취약계층과 문화적 취약계층은 동일한 것일까. 잘 알려진 대로 부르디외(Pierre Bourdieu)는 문화소비가 사회계급을 구분짓는 차별화기제로 작용하면서 문화가 어떻게 가난과 불평등의 재생산에 영향을 미치는지를 설명한다. 문화자본이란 모든 형태의 문화적으로 파생된 권력을 의미한다. 부르디외는

19) 서보람(외), 「문화복지정책 발달사 연구」(『한국행정사학지』 29, 2011), pp.103-113, 임학순, 『창의적 문화사회와 문화정책』(서울: 진한도서, 2003), 104-124.

20) 이현서, 앞의 글, 65.

21) 문화체육관광부, 앞의 글, 41.

문화자본을 내면화된 개인적 성향으로 체화된 것, 서적, 음악, 과학도구처럼 구매하여 읽거나 감상할 수 있는 객관화된 것, 신빙성 있는 교육체계 안에서 제도화된 것이라는 세 가지 상태로 분류한다. 그는 문화자본의 소유, 분배, 교환정도를 계급 구분의 기준으로 보면서 문화자본을 문화적 불평등을 통한 계급 간의 구조적 불평등을 재생산하는 데에 핵심적인 요인으로 설명하고 있다.<sup>22)</sup> 문화복지가 최근 더 중요성을 갖게 된 계기 중 하나는 현재의 빈곤이 소득만의 문제가 아니라 다차원적 빈곤의 성격을 갖고 있다는 인식이 확산됨에 따른 것이다.<sup>23)</sup>

문화자본을 부르디외처럼 세 가지 상태로 본다면 현재 문화적 취약계층의 문화향수율을 단지 경제소득만을 대상으로 살펴보기는 어렵다. 문화향수는 가정에서의 성장 배경이나 문화 활동, 그리고 학력 등 다양한 요인들이 연계될 수 있을 것이기 때문이다. 그럼에도 경제적 취약계층의 경우 문화적 취약계층이 될 가능성이 크다. 위의 <표 2>에 의하면 소득과 향수율은 정비례하는 데에 비해 연대별로 2010년과 2012년만을 대상으로 살펴보면 관람률이 증가한 것은 소득이 100만원 미만과 300-400만원 미만의 계층이고, 그 밖의 계층에서는 모두 관람률이 저하되었다. 그러나 관람률 저하가 0.2%로 큰 차이가 없는 100-200만원 미만 계층과 100만원 미만 계층을 합해서 보면 소득이 낮은 계층은 예술관람을 통한 문화향수가 조금씩 높아지고 있는 것으로 나타난다. 특히 예술행사 관람의 장애요인도 2012년을 기준으로 살펴보면 비용(19.1%)과 시간(21.6%)의 장애비율 차가 좁혀져서 저소득층과 문화적 취약계층을 동일시하기가 어렵다. 소득별 장애요인의 비율은 별도로 조사되지는 않았으나 전체적으로 볼 때 비용보다는 시간부족의 원인이 컸고, 동시에 프로그램 내용(31.7%)의 문제도 제기되고 있어 문화향수에서 비용보다는 질적 제고가 요구되고 있다는 점도 주목된다.<sup>24)</sup>

이러한 향수율의 변화에는 문화서비스 사회적기업의 역할도 있어 보인다. 사업 유형에 따라 다르지만 오케스트라, 뮤지컬, 전통놀이에 기반한 사회적기업은 ‘찾아가는 서비스’, ‘무료공연 초청’ 등 사회적 취약계층의 문화향수를 증진하는 문화나눔과 이를 통한 문화 민주화에 기여하고 있기 때문이다. 사회적기업들 중에는 무엇보다 고급예술로 인식된 오케스트라 연주나 뮤지컬 등 관람비가 높아 취약계

22) 부르디외의 문화자본에 관한 내용은 Vijayendra Rao and Michael Walton, “Culture and Public Action: Relationality, Equality of Agency, and Development,” Vijayendra Rao and Michael Walton (eds.), *Culture and Public Action*(Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2004), 14-16을 참고했다.

23) 서우석·양효석, 「문화적 박탈감을 통해 살펴본 문화복지 대상 범위 연구」(『문화정책논총』 27-1, 2013), 166.

24) 문화체육관광부, 앞의 글, 126.

층이 쉽게 접근하기 어려운 예술분야 관련 사업을 운영하는 기업이 상당수가 있어 이들에 대한 향수를 부분적으로나마 충족시키고 있는 것이다. 예로 오케스트라 사회적기업으로 ‘뉴서울필하모닉오케스트라’, ‘부산인코리안심포니오케스트라’, ‘대구국제오페라오케스트라’, ‘포항아트챔버오케스트라’ 외 여러 기업이 있으나 단지 문제는 이들이 서울, 부산, 대구처럼 대부분 큰 도시에 집중되어 있어 지역에 따른 관람 장애요인이 있다는 것이다.

둘째, 문화서비스 사업에서 취약계층은 단지 문화나눔의 수혜자일 뿐만 아니라 나눔의 주체가 된다. 그들은 문화 향수의 대상이면서 동시에 좀 더 적극적으로 문화의 생산자로 활동하고 있다는 것으로, 이것은 그동안 주로 수혜적 관점에서 접근하던 취약계층에 대한 인식을 넘어서게 한다는 점에서 매우 의미 있는 사실이다. 물론 고용 노동자로서의 취약계층 역시 한편으로 제품을 생산하는 생산자이기도 하지만 이것은 예술작품의 제작과 공연 참여와는 다른 것으로 보인다. 다문화극단 ‘샐러드’, ‘장애인문화예술관’은 다문화인과 장애인의 시선으로 새롭게 써낸 이야기를 뮤지컬로 만들어서 이들 취약계층에 대한 지역사회의 잘못된 인식을 개선하는 데에 기여한다. ‘샐러드’는 직원이나 극단 단원 대부분 다문화인이고 연출 역시 다문화인이 맡으며, 뮤지컬 소재도 다문화가정의 이야기를 다루면서 우리 사회의 문제를 짚는다. ‘장애인문화예술관’은 장애인과 비장애인이 작품을 쓰고 공연하며 서로 어울리는 소통의 장을 마련하고 있다.

셋째, 문화서비스 사회적기업 중 취약계층의 일자리 창출을 목적으로 설립된 기업은 ‘색동회 대구지회’, ‘신라문화체험장’ 등 많지 않으나 다른 한편 문화생산자로서의 취약계층의 활동은 새로운 형태의 일자리창출을 보여준다. 앞의 다문화극단의 단원들은 전업주부도 있고 직장인도 있으나 그들의 참여는 일자리를 위해 서라기보다는 새로운 예술 영역에 대한 도전으로 볼 수 있다. 그러나 사회복지법인 한빛재단의 ‘한빛예술단’은 시각장애인으로 구성된 전문연주단이고 단원들은 불편한 몸으로 예술 활동에 참여하고 있거니와, 이 활동은 곧 그들의 ‘일자리’이기도 한 것이다. 이 점은 새로운 일자리 모델을 제시하여 시각장애인들의 자립을 돕는다는 예술단의 설립목표에서 확인된다.<sup>25)</sup> ‘(주)아트브릿지’가 문화생산자인 예술인들을 교육연극 제작에 참여시켜 다양한 일자리를 제공하는 것도 같은 맥락에서 이해된다.

넷째, 문화서비스 사회적기업은 문화교육에 기여하고 있다. 사회적으로 문화적 실천과 소비에 대한 관심이 커질수록 문화적 영역에서의 상대적 박탈감이 증가하

25) 한빛예술단 홈페이지(<http://www.hanbitarts.co.kr/>)

는 것을 예상할 수 있다.<sup>26)</sup> 문화예술 관람률의 조사를 수행한 문화체육관광부는 보도자료에서 특히 100만원 미만 저소득계층의 관람률의 증가는 문화바우처 제도와 문화예술교육 경험과 관계있는 것으로 판단했다.<sup>27)</sup> 문화바우처 이용자의 경우 비이용자에 비해 문화예술 향수율이 높은 것으로 나타났다. 문화바우처 사업에 대해서는 현재 여러 문제점이 지적되고 있으나<sup>28)</sup> 이에 대한 국민의 인식을 보면 이 사업을 현재보다 확대(56.1%)해야 한다는 의견이 현재처럼(32.8%) 하거나 또는 현재보다 축소(11.1%)해야 한다는 의견보다 더 많은 것으로 나타났다.<sup>29)</sup> 그러나 무엇보다 과거의 문화예술교육 경험이 미래의 문화예술 경험에 보다 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보이거니와, 이 점은 유아동기와 청소년기에 각각 문화예술교육 경험이 있는 사람과 없는 사람의 예술행사 관람률이 각각 89.1%와 66.3%, 91.1%와 66.5%로 나타난 데에서도 확인된다.<sup>30)</sup> ‘사단법인 문화예술교육협회’는 뮤지컬을 활용한 교육프로그램을 연구·개발하고, ‘날으는자동차’는 성북구청 및 마을공동체와의 협약으로 저소득 초등학생 예술교육학교인 성북문화예술학교를 운영하면서 환경뮤지컬을 가르친다. 문화예술교육은 사회적기업의 역할이 매우 큰 것으로 생각된다.

다섯째, 사회적기업 문화서비스의 사회적 기여에는 문화를 통한 사회치유가 있다. 취약계층 중에는 학교폭력과 왕따로 시달리는 청소년, 새로운 사회에 적응하지 못하는 외국인주민과 탈북자들, 치매로 고생하는 노인들이 있다. ‘경계없는예술센터’는 예술의 대 사회적 치유기능에 관심을 가지며, 교육연극, 예술치료를 기반으로 한 창의성 개발 및 소통을 위한 다양한 융·복합예술교육 프로그램을 개발하여 문화소외계층 및 일반인을 대상으로 운영하고 있다.<sup>31)</sup> ‘날으는자동차’는 치매노인, 폭력청소년을 대상으로 교육과 공연을 통해 그들의 문제를 해결하는 데에 목표를 두고, ‘주식회사 문화콩’은 부산 문화예술 전문기획회사로 2013년 7월 학교폭력예방을 위한 자체 브랜드 샌드아트뮤지컬 〈한아이〉를 제작하여 극장 공연을 진행하였으며, 현재 학교로 찾아가는 공연을 진행하고 있다. 사회적기업의 이러한 사회치유에 대한 관심은 앞으로 좀 더 확대시킬 필요가 있어 보인다.

26) 서우석·양효석, 앞의 글, 173-176.

27) 『문화체육관광부 보도자료』 2013. 1. 3. “2012 문화향수실태조사’ 결과 발표”

28) 용호성, 「문화 바우처 정책의 쟁점과 방향」(『문화정책논총』 26-1, 2012), 110-116.

29) 조현성, 「문화복지 인식과 수요조사 결과」(한국문화관광연구원 2011 개원기념심포지엄 자료집), 30.

30) 문화체육관광부, 앞의 글, 40-41.

31) 경계없는예술센터 홈페이지(<http://www.casf.or.kr/>)

이러한 점에서 볼 때 문화복지의 취약계층에 대한 복지활동의 수행이라는 점에서 크게 사회복지에 포함되기는 하지만 주로 이들의 문화적 욕구에 초점을 두면서 이 시대의 사회문제를 해결하려 한다는 점에서 그 고유의 영역을 보유하고 있다.

### Ⅲ. 문화예술서비스 사업과 종교의 자리

#### 1. 문화와 종교의 관계

문화와 종교의 관계는 매우 긴밀한 것으로 고찰되었다. 문화와 종교를 어떻게 정의하느냐에 따라 다르기는 하지만 종교가 인간 존재에 대한 궁극적인 관심에서 출발한다면 문화의 많은 양상이 이러한 궁극적인 관심을 반영한다는 점에서 문화는 종교로 읽혀지기도 한다.<sup>32)</sup> 일부 사회학자와 신학자들이 현대인들이 야구나 축구에 열광하는 문화를 ‘스포츠 종교’(sport religion)로 부르는 것도 그 한 예이다. 종교를 중심으로 볼 때 종교는 문화의 부분이 되기도 하고, 문화를 조직하며, 문화를 포함하고, 그리고 초월한다. 또한 종교는 문화에 의해 영향을 받고, 문화를 형성하며, 인식, 정서, 행위에 영향을 주면서 문화와 상호 교류한다.<sup>33)</sup> 그러나 요약하면 핵심은 종교가 문화를 포용하는 것과 달리 문화는 반드시 종교를 포함하는 것은 아니라는 점이다. 따라서 종교는 문화의 범주 내에서 다루어질 수도 있으나, 문화와 상호 교류하는 독립 영역으로 설정하는 것이 더 필요해 보인다.

앞에서 진술한 대로 문화예술서비스는 최근 사회적기업에서 가장 활발하게 다루는 영역이 되었다. 이것은 문화예술서비스의 장점과 과제가 우리 사회적기업의 미래와 연계된다는 의미로, 이 서비스는 우선 우리나라 전통문화에 대한 관심에서 출발하는 것이어서 무엇보다 과거의 종교적 유산을 먼저 주목하게 된다. 종교적 유산에 대한 고찰은 문화의 특성을 이해하는 길이 된다는 점에서 과거 불교문

32) Richard D. Hecht and Vincent F. Biondo III, “General Introduction,” Richard D. Hecht and Vincent F. Biondo III (eds.), *Religion and Culture: Contemporary Practices and Perspectives*(Minneapolis: Fortress Press, 2012), ix.

33) Vassilis Saroglou and Adam B. Cohen, “Psychology of Culture and Religion: Introduction to the JCCP Special Issue,” *Journal of Cross-Cultural Psychology* 42/8(2011), 1309-1311.

화가 왕성했던 신라 경주의 문화유산들이나 체험관광 프로그램은 우리 전통문화를 이해하는 매우 중요한 대상이 될 것이다. 그러나 불교는 신라뿐만 아니라 백제와 고구려에서도 역시 가장 중요한 문화적 기반이었고, 이들은 일본으로 건너가기도 했다. 특히 백제는 일본 문화의 원형이 된 중요한 문화유산을 남겨주었다. 따라서 종교문화유산서비스는 불교를 중심으로 동아시아적 범위로 확대가 가능함을 보여주거니와, 그렇기 때문에 문화에서 종교[불교]를 분리하여 접근할 필요가 있어 보인다.

더욱 문화와 종교를 분리해서 접근하면 상호 이해에 보완적인 역할을 하면서 좀 더 분명하게 문화예술의 특성을 이해하는데 크게 기여할 것이다. 신라의 불교나 조선조의 유교는 당대인의 사유와 정서, 영적·윤리적 지향이 함축된 건축, 공예, 서화 등의 예술작품과 음식, 의례 등의 생활문화를 남겼다. 전통문화와는 다르지만 현대문화에서도 종교의 역할이 작지 않은데, 종교는 많은 대중문화, 그중에서도 영화, 회화, 문학작품 속에 중심 모티프, 또는 부차적인 모티프가 되기도 한다. 후술하겠지만 특히 18세기 후반부터 19세기 말까지 가톨릭과 개신교의 수용과 전개는 한국의 근대문화를 이해하는 필수적인 자료이다. 이러한 외래 종교가 수용되면서 형성된 문화유산들은 이미 학계나 관광업계의 주목을 받고 있지만 이들을 사회적기업에서 활용한다는 것은 한편으로 그 문화유산들을 상품화하면서 다른 한편 그 유산들의 사회적 기여를 위한 자리를 마련한다는 의미여서 또 다른 의의를 지닌다.

따라서 만약 종교가 서비스 영역에 첨가된다면 문화예술서비스 중심 사회적기업은 이윤을 추구하면서도 복지서비스를 제공하는 이념적 철학적 깊이가 보완될 수 있을 것으로 이것이 바로 문화예술과 함께 종교를 독립서비스 항목으로 세우는 것이 필요한 이유이다.

## 2. 문화예술서비스에 포함된 종교기반 단체의 복지활동

종교는 이념적으로 어려운 이들을 돌보려는 복지적 시선을 갖고 있다. 종교복지란 종교적 가치를 복지활동을 통해서 구현하는 것으로, 대부분 그 활동은 일단 종교기반 법인이나 단체에 의해서 수행된다. 말할 것도 없이 복지활동은 종교 신자건 아니건 개별적으로 수행하는 예가 많은 것도 사실이다. 그러나 로버트 우드나우(Robert Wuthnow)는 무엇보다 이러한 복지활동이 지속적인 것이 되기 위해서는 종교기관의 참여가 반드시 필요하다고 본다. 이것은 종교 참여가 자선행동

을 강화한다는 것이 아니라, 오히려 이러한 자선행위가 개별 신자들이 종교기관 [교회] 안에서 보고 듣는 것에 의해 이끌어진다는 것이다. 요약하면 무엇이 필요를 구성하는지, 언제 돌보는 것이 적당한지에 대한 규정은 자신이 다니는 조직/기관에 의해 형성된다는 주장이다. 이러한 점에서 종교와 영성을 구분하거니와, 영성(spirituality)이란 보이지 않는, 내면의, 전적으로 개인주의적인 신앙의 다양성을 의미하는데, 문제는 이러한 종류의 영성이 어떻게 지속될 수 있는지에 관한 것이다. 어떤 종교공동체에도 참석하지 않으면서 이웃을 돌보는 일에 참여한 개인들 중에는 그들 자신을 ‘영적’으로 간주하는 이들이 적지 않다. 만약 이처럼 영성이 어떤 조직적인 종교공동체에도 참석하지 않고 고양될 수 있는 개인주의적인 신앙을 의미한다면 그것은 오래 지속할 수 없다는 것으로, 우드나우는 사례연구를 통해서 영성도 그러한 종교공동체의 맥락 안에서 발생할 때에만 남을 돌보는 활동에 도움이 된다는 것을 증명한다.<sup>34)</sup>

우드나우의 이러한 논의에 근거하면 복지기관이나 사회적기업의 복지활동이 주로 종교기반 단체나 법인이 운영주체가 되어 활발하게 수행되고 있는 이유가 이해된다. 단지 문화예술서비스 사회적기업에는 그 운영주체가 종교기반 기관이나 단체인 것은 많지 않다. 그 이유는 다양하겠으나, 적어도 종교가 빈곤을 경제적 소득의 선상에서 접근하고 이를 극복하는 문화의 힘에는 덜 주목한 것처럼 보인다. 초청법회와 불교문화대학을 열고 있는 불교기반 단체인 신라문화원은 사회적기업 ‘경주고택’과 ‘신라문화체험장’을 운영하고 있다. 개신교단체인 YMCA의 ‘부산YMCA 네오필하모닉오케스트라’는 노인복지관, 장애인복지관, 대학병원을 찾아 공연하고, YWCA의 ‘부산YWCA 브라스밴드’ 역시 찾아가는 음악회로 사회기여활동을 벌인다. 입장료도 매우 저렴하다.

특히 관심이 가는 것은 ‘성공회 푸드뱅크 이미지사업단’의 〈주먹밥콘서트〉로 이 사업은 더욱 분명하게 취약계층에 대한 도움을 위해 마련된 것이다. 수요주먹밥콘서트는 2004년 일반대중에게 결식에 대한 문제의식을 고취하고 새로운 기부문화의 장을 개척하기 위해 시작된 것이다. 점심을 사회적기업에서 마련한 주먹밥으로 대신하게 하고 점심 식사비를 기부함으로써 이를 취약계층을 돕는 일에 사용하는 것이다. 그러나 이 음악회는 단순히 기부만을 위해서가 아니라 대중음악가들의 재능기부를 통해 찾아온 이들의 문화향수에도 부족함이 없도록 노력함으로써 문화와 복지를 접목한 전국차원의 공익문화행사가 되고 있다. 급식사업은 조리, 봉사, 전달 등의 측면에서 문제가 많으나 그중에서도 수요자의 자존감에 상

34) Robert Wuthnow, *Acts of Compassion: Caring for Others and Helping Ourselves*(New Jersey: Princeton University Press, 1991), 126-127, 153-156.

치를 주지 않는 것이 가장 중요하다고 보고, 주간 재가지원 등의 마련을 위한 인프라 구축에 관심을 보여주고 있다.<sup>35)</sup> 이 주먹밥콘서트는 2014년 현재는 중단되었다. 관계자는 내년부터 다시 시작할 예정이라고 전한다.

그러나 이 사업들은 운영 주체들이 기반하는 종교적 가치를 표명하지 않는 경우도 있고, 또한 그 사업내용이 비종교기반 법인이나 단체의 활동과 별로 차이가 없는 것도 있다. 부산 ‘라메르오케스트라’는 비종교기반 사회적기업이지만 노인복지관, 지역아동센터, 부산의료원 등에서 찾아가는 음악회를 개최하고, 연주회에서 무료관객의 자리를 마련하는 등 위의 종교기반 문화예술 사회적기업과 별 차이가 없는 문화나눔 행사를 열고 있다. 그럼에도 종교기반 단체나 법인들이 운영하는 사회적기업의 복지활동에는 그들이 지향하는 종교적 가치가 투영된 것으로 보인다. ‘부산YWCA 브라스밴드’는 ‘사랑으로 함께하는 아름다운 음악회’처럼 ‘사랑’을 내세우고 있는데, 사랑은 종교의 전유물은 아니지만 적어도 기독교단체가 내세운 표어로서의 사랑은 기독교적 가치의 표현으로 간주된다. 경남 ‘김해YMCA 아시아문화센터’에서는 다문화카페와 아시아 전통물품을 판매하는 아시아마켓을 운영하면서 다문화교육과 다문화축제를 진행한다. 대상 취약계층은 이주노동자, 이주여성, 다문화가정으로<sup>36)</sup> 이방을 포용하는 것 역시 기독교가 추구하는 정신이다.

위에서 본 바와 같이 문화서비스에 내재된 종교는 주로 예술 공연과 관련된다. 이 공연은 취약계층에 의해 이루어지는 것도 있어 문화가 종교복지의 한 면을 담당할 수 있음을 보여준다. 그러나 이들 종교단체의 복지활동을 문화복지의 내용과 비교하면 ‘문화나눔’이라는 기본적으로 공유하는 특성 외에는 더 확장시켜야 할 측면이 많은 것으로 나타난다. 그중 대표적인 것이 상품화이다. 문화는 관광상품으로 다시 태어나면서 각광을 받고 있으나 종교는 불교의 템플스테이 외에는 큰 주목을 받는 상품이 별로 보이지 않는다. 이것은 종교복지가 취약계층에 대한 종교적 시선에서 그들을 돌봄의 대상으로만 간주하고 종교가 매우 중요하고 거대한 [문화]자원이라는 사실을 간과했기 때문이다. 대중문화가 영화, 음악, 서적 등에서 종교를 주제로 한 작품들을 산출하고 있는 것과 달리 복지에서 종교는 언제나 취약계층의 수혜에만 초점을 둔 것이다.

종교문화자원의 상품화가 사회적기업에서 수익성과 연관된다면 종교를 통한 사회 치유는 사회적기업의 공공성을 담당하게 될 것이다. 일반적으로 종교기반 복지법인이나 단체가 수행하는 복지활동은 비종교기반 복지법인이나 단체의 그것과

35) 주먹밥콘서트 홈페이지(<http://www.joocon.net/>)

36) 『부산일보』(<http://www.busan.com/>) 2013. 10. 11. “[동네방네] 이주민과 아시아문화축제”



별로 다르지 않으나 종교기반 복지기관들 중에는 대부분 가족이나 지역사회와 관련된 청소년의 폭력, 약물복용, 비행의 문제와 새터민, 다문화가족들의 문제를 중점적으로 다루는 곳이 많다. 종교기반 사회적기업 중 교정청소년 등을 고용하여 이러한 사회문제에 관심을 보여주는 ‘(주)분도축복을전하는사람들’은 가톨릭계이다. 문화복지에서는 주로 문제가 되는 이들이 연극이나 뮤지컬 공연에 직접 참여함으로써 스스로 문제를 극복하게 한다면 종교는 요가, 참선, 명상, 묵상 등을 통해 문제를 극복하는 방식이 될 수 있을 것이다.

사회적기업을 운영하는 종교관련 단체로 YWCA, YMCA 등은 기독교 수용 이후 문맹 퇴치나 불합리했던 사회제도 개혁뿐만 아니라 미망인, 고아, 청소년 등 취약계층에 대한 돌봄을 수행한 대표적인 기관들이다. 따라서 이들이 이룩한 문화적 특성과 성취는 사회적기업에서도 종교의 역할과 의의를 드러내는 기반이 될 수 있을 것으로 기대된다.

#### IV. 종교문화자원의 활용과 과제

문화예술서비스에 종교를 독립서비스 항목으로 첨가해야 하는 의의는 충분하지만 문제는 종교가 문화예술처럼 복지의 자원이 될 수 있는지, 그래서 사회적기업에서 요구되는 영리를 위한 상품화와 사회적 기여 모두에서 성공할 수 있는지에 있다. 지금까지 종교복지는 주로 복지수혜자들에 대한 종교적 시선을 다루면서 그 종교적 가치를 어려운 이들에 대한 보살핌으로 구현하는 데에 초점을 두었을 뿐, 문화예술처럼 자원으로서의 역할이나 사회적 기여에 대해서는 주목하지 않았다고 볼 수 있다. 다시 말해서 그간 종교는 복지활동의 기반이 되거나 가치 구현의 장이 되기는 했지만 여기서 종교 자체가 자원이 된 것은 아니다.

이러한 점에서 문화예술서비스에서 종교가 한 자리를 확보하기 위해서는 종교 문화자원에 대한 고찰이 선행되어야 할 것이다. 위에서 언급한 대로 우리나라 전통문화나 근대문화는 유교와 불교, 그리고 기독교, 또는 우리나라 고유 종교인 동학, 원불교 등의 역사적 전개와 자취를 쫓아가면 그 형성과 전개가 좀 더 분명하게 드러난다. 이러한 전통시대 또는 근대에 형성되거나 수용된 종교는 과거부터 현재까지 한국의 정신세계와 문화변동을 이해하는 중요한 자료가 될 것이고, 이를 위해 적극적으로 각 종교의 문화자원을 발굴하고 활용해야 할 것이다.

문제는 이러한 자원들을 사회적기업의 사업 테마로 삼으려면 이들을 기반으로

경제적 이윤 창출과 사회적 기여를 동시에 도모할 수 있는 전망이 보여야 하기 때문에 그렇게 쉬운 일은 아니라는 점이다. 신라문화원은 여러 대중화된 다양한 불교문화 프로그램을 운영하고 있으나 이 중 사회적기업인 ‘신라문화체험장’은 주로 어린이들의 만들기가 주요 프로그램인데, 금관·부채·탈·비누·초콜릿 만들기와 탁본 해보기 등에서 알 수 있는 바와 같이 불교적 특성이 크게 드러나지는 않는다. 불교문화상품으로서, 또는 종교복지 연구의 일환으로 가장 관심을 끌고 있는 것은 템플스테이에 관한 것으로, 이에 관한 연구는 꾸준히 수행되어 왔다.<sup>37)</sup> 현재 템플스테이는 한국의 대표적인 문화관광상품으로 국가지원사업의 하나로 추진되고 있으며, 외국인 상설 국제선체험센터가 건립되기도 했다.

그러나 템플스테이는 단지 문화관광상품으로서의 성격을 넘어 최근 이를 문화복지 프로그램으로 활용하려는 노력에도 불구하고<sup>38)</sup> 아직 사회적기업의 대상은 되지 못했다. 관련 프로그램으로는 사찰 내에서의 명상, 타종, 참선 등 각종 수행과 생활방식을 경험하거나, 사찰의 자연과 문화환경을 활용하여 마음의 휴식을 얻으면서 생태체험을 하는 것들이 있어 템플스테이를 포함해서 사찰체험은 사회적기업이 앞으로 시도해볼만한 불교문화자원이다. 사찰은 불교종단 소속이면서 동시에 국가의 문화재이기 때문에 사회적기업의 운영은 쉽지 않을 것이나 이러한 점에서 사회적기업을 운영하는 한옥문화원의 예는 템플스테이나 사찰체험에 좋은 참고가 될 수 있을 듯하다. 한옥문화원은 교육·출판·연구·건축 등의 활동을 통해 한옥의 가치와 아름다움을 계승·발전시키려 한다는 목표를 보여준다.<sup>39)</sup> 거주용 또는 보존형 한옥들 중 많은 것이 국가 또는 지방 문화재로 지정되거나 이미 관광상품으로 이름난 건축물이라는 점에서 사찰과 유사하다. 더 나아가 사찰은 불교 이념이나 가르침의 측면에서뿐만 아니라 건축, 조각, 공예와 소장 문화재 등에서 체험, 연구의 대상이다. 이와 함께 사찰은 화재로 인한 소실과 재건 등 국가 재난이나 화재에 따른 역사를 갖고 있고, 사찰음식은 채소를 선호하는 식사문화

37) 조태영·석기현, 「불교사찰 문화관광 개발실태에 관한 연구: 경주지역 불교사찰을 중심으로」(『관광정보연구』 22, 2006); 여태동, 「템플스테이의 운영실태와 향상화방안」(『선문화연구』 3, 2007); 김영훈, 「전통문화콘텐츠로서의 템플스테이 개발에 관한 연구」(『복지행정연구』 23, 2007); 유승무, 「한국사회의 ‘또 하나의’ 여가 트렌드: 불교적 여가 활동을 중심으로」(『불교사상과 문화』 1, 2009); 김재길, 「복지관광 현황과 활성화 방안」(『계간 사회복지』 185, 2010); 허남진, 「한국 종교성지의 현대적 의미」(『종교문화연구』 14, 2010); 배금란, 「현대종교문화 현상으로서 템플스테이 고찰」(『종교학연구』 29, 2011) 등 다수가 있다.

38) 권경임, 「문화복지 프로그램으로서 템플스테이에 관한 고찰」(『국제사회복지학』 1-1, 2011), 79-108.

39) 한옥문화원 홈페이지(<http://www.hanok.org/>)

의 출현에 따라 새롭게 부각되어 각광을 받고 있는 소중한 문화자원이다. 이처럼 사찰이 단순히 관광의 대상을 넘어 교육·연구·건축·음식 등 사회적기업의 아이টে으로서의 필요성이 제기되는 것은 종교문화자원의 '사회적 기여'가 요구되기 때문이다.

종교문화자원 가운데에는 시대문화에 해당하는 것이 많다. 불교는 왕조에 따라 다르기는 하지만 일찍이 한반도에 들어와 토착화되면서 사람들의 일상과 정신세계를 지배했다. 이와 달리 18세기에 들어온 천주교는 극심한 박해 속에 많은 순교자가 나오면서 당시 순교했던 이들과 그 순교지가 성인과 성지로 존송되고 있다. 대표적으로 병인박해(1866) 때의 절두산, 김대건 신부 등 11명의 성인이 순교한 새남터 등이 있거니와, 대전의 해미는 1000여명, 황새바위는 220여명의 천주교인들이 순교한 성지이다.<sup>40)</sup> 이러한 순교지는 단지 특정 종교의 수난사를 보여줄 뿐만 아니라 동서문화 충돌의 현장이면서 그 시대의 정치사회 현실을 반영하고 있는 것이다. 19세기 말에 들어온 개신교 선교사들이 제물포에 입항한 후 전국으로 퍼져간 발자취는 생활·교육·의료·사회제도 개혁 등 문화전이의 현장이다. 일례로 정동교회, 성공회 대성당이 있고 이화학당, 배제학당이 세워졌던 서울 정동은 우리나라 근대교육이 시작된 곳, 처음으로 신식 결혼식이 거행된 곳, 처음으로 서양악기가 연주된 곳, 처음으로 활자에 기름을 묻혀 책을 박아낸 곳, 처음으로 순한글 신문을 발행하여 근대 언론의 시작을 알린 곳<sup>41)</sup>이어서 바로 근대문화의 형성배경과 내용을 집약적으로 보여준다.

이상은 종교기반 사회적기업의 사업 주제와 영역에 관한 것이다. 이들을 영리화하는 것은 주로 연구, 관람, 체험, 관광 등에 기반할 것으로, 여기서 복지적 성격이 취약계층의 고용이 될지, 관찰 체험 교육의 무료 혜택이 될지, 정신적으로 힘든 이들의 치유나 다른 서비스 제공이 될지는 사업자들의 기획에 따라 다를 것이다. 특히 종교의 수행은 여행과 긴밀하게 연관되거니와,<sup>42)</sup> 성지순례는 종교의 유무와 관계없이 우리나라 과거에 대한 훌륭한 역사교육의 장이 될 것이다. 적어도 종교문화자원의 적극적인 활용이 각 종교적 특성뿐만 아니라 우리나라 전통문화와 근대문화의 이해를 심화시킨다는 사실은 분명해 보인다.

40) 성기숙, 『한국의 성지: 순교자의 발자취』 (서울: 크리스찬출판사, 1988), 184-187.

41) 이덕주, 『개화와 선교의 요람 정동이야기』 (서울: 대한기독교서회, 2002), 유영서, 『대한민국 기독교문화유산 답사기』 (서울: 강감은평화, 2010), 102-131.

42) Alex Norman, "Tourism," Richard D. Hecht and Vincent F. Biondo III (eds.), *Religion and Culture: Contemporary Practices and Perspectives*(Minneapolis: Fortress Press, 2012), 175.

아마도 앞으로의 과제는 종교자원의 문화적 이해를 어떻게 증진할 수 있을지, 자원으로서의 종교와 돌봄에 초점을 둔 종교가 어떻게 조화를 이룰 수 있을지, 사회적기업으로서 종교자원의 활용이 어떻게 수익률과 공공성을 확대시키면서 그 균형을 맞출 수 있을지, 특히 종교의 중요한 임무인 '사회치유'에 어떻게 기여할 수 있을지, 그리고 그러한 목표들이 어떻게 선교에 대한 우려 없이 이루어질 수 있을지가 될 것이다.

## V. 결론

본 연구는 문화·복지·종교의 상호관계를 고찰하고, 사회적기업의 문화·예술·관광·운동 서비스에 종교 유형을 첨가하는 방안에 대한 시론적 접근이다. 사회적기업의 서비스에는 문화예술 항목이 있으나 종교 항목은 없으므로 그동안 종교는 이 서비스에 포함된 것으로 볼 수 있다.

최근 문화상품에 대한 관심이 고조되면서 한편으로 새로운 상품을 개발하고 다른 한편 문화적 취약계층에게 문화향수를 증진시키려는 노력이 다각도로 경주되고 있다. 특히 사회적기업의 문화서비스가 의미 있는 것은 문화가 단지 영리의 대상일 뿐만 아니라 취약계층을 위한 공공성에도 기여할 수 있다는 점을 주목했기 때문이다. 비록 문화적 취약계층과 사회적 취약계층이 반드시 일치하는 것은 아니지만 사회적 취약계층이 비용 때문이든 시간 때문이든 문화향수의 혜택에 취약한 이들이라는 점은 분명해 보인다. 그렇기 때문에 사회적기업의 문화서비스는 문화복지의 측면에서 이해될 수 있을 것이다.

앞에서 고찰한 바와 같이 종교는 문화와 긴밀한 관계를 갖고 있다. 그럼에도 불구하고 종교를 문화에서 분리시켜 특히 서비스의 독립 항목으로 제시하려는 시도는 우리나라 문화에서 차지하는 종교의 중요성 때문이다. 먼저 우리나라의 종교인구가 기성종교만을 대상으로 하더라도 전체인구의 과반 이상을 넘는다. 또한 현대 한국대중문화에는 종교가 문학, 영화, 음악, 스포츠 등에 숨겨진 또는 표명된 것이 매우 많고 다양하다는 것도 이를 소홀히 할 수 없는 이유가 된다. 그러나 무엇보다 전통사회에서, 그리고 근대에 들어오면서 종교가 수행한 문화예술적 역할과 의미가 매우 크다는 점을 간과해서는 안될 것이다.

그렇다면 이제 종교는 더 이상 돌봄의 행위에서 그 가치를 구현하는 데에 머무르지 않고 그 자체로 자원이 되고 있다는 점을 주목해야 할 것이다. 종교문화는

한국사회에서 최대 문화자원이자 사회적 자산이며, 국가발전의 동력으로서 많은 잠재력을 가지고 있는 것으로 평가된다.<sup>43)</sup> 그러나 문화예술서비스 속의 종교는 전혀 그 자체가 갖고 있는 자원으로서의 가치를 구현하지 못하고 있다. 일반적으로 종교문화 유산이라 불리는 것들이 그것이거나, 이러한 점에서 종교는 문화의 울타리를 벗어나 독립적으로 추구될 때 우리나라 곳곳에 숨겨진 다양한 종교 문화자원들을 발굴하고 그 가치를 새롭게 인식하게 하는 데에 적지 않은 공헌을 할 것이다.

주제어: 사회적기업, 문화·예술·관광·운동 서비스, 취약계층, 문화복지, 종교문화 자원

원고접수일: 2014년 10월 28일

심사완료일: 2014년 12월 5일

게재확정일: 2014년 12월 15일

---

43) 윤승용, 「한국의 정교분리와 종교정책」(『종교문화비평』 25, 2014), 196.

## 참고문헌

- 권경임. 「문화복지 프로그램으로서 템플스테이에 관한 고찰」. 『국제사회복지학』 1-1, 2011.
- 김상우. 「‘일상생활의 사회학’의 현황과 전망」. 『문화와 사회』 1, 2006.
- 김영훈. 「전통문화콘텐츠로서의 템플스테이 개발에 관한 연구」. 『복지행정연구』 23, 2007.
- 김재걸. 「복지관광 현황과 활성화 방안」. 『계간 사회복지』 185, 2010.
- 문화체육관광부. 「2012 문화향수실태조사 보고서」. 문화체육관광부, 2012.
- 배금란. 「현대종교문화 현상으로서 템플스테이 고찰」. 『종교학연구』 29, 2011.
- 서보람(외). 「문화복지정책 발달사 연구」. 『한국행정사학지』 29, 2011.
- 서우석·양효석. 「문화적 박탈감을 통해 살펴본 문화복지 대상 범위 연구」. 『문화정책논총』 27-1, 2013.
- 성기숙. 『한국의 성지: 순교자의 발자취』. 서울: 크리스찬출판사, 1988.
- 여태동. 「템플스테이의 운영실태와 향상화방안」. 『선문화연구』 3, 2007.
- 용호성. 「문화 바꾸어 정책의 쟁점과 방향」. 『문화정책논총』 26-1, 2012.
- 윌리엄스, 레이먼드. 『기나긴 혁명』 (성은애 옮김). 과주: 문학동네, 2007.
- 유승무. 「한국사회의 ‘또 하나의’ 여가 트렌드: 불교적 여가활동을 중심으로」. 『불교사상과 문화』 1, 2009.
- 유영서. 『대한민국 기독교문화유산 답사기』. 서울: 강같은평화, 2010.
- 윤승용. 「한국의 정교분리와 종교정책」. 『종교문화비평』 25, 2014.
- 이덕주. 『개화와 선교의 요람 정동이야기』. 서울: 대한기독교서회, 2002.
- 이현서. 「‘문화복지’ 개념 정의에 대한 내용 분석: 학술지를 중심으로」. 『여가학연구』 11-3, 2014.
- 임학순. 『창의적 문화사회와 문화정책』. 서울: 진한도서, 2003.
- 전명수. 「종교사회복지담론의 재고찰: 비판적 성찰과 전망」. 『종교문화연구』 20, 2013.
- 조태영·석기현. 「불교사찰 문화관광 개발실태에 관한 연구: 경주지역 불교사찰을 중심으로」. 『관광정보연구』 22, 2006.
- 조현성. 「문화복지 인식과 수요조사 결과」. 한국문화관광연구원 2011 개원기념 심포지엄 자료집.
- 조훈성. 『마당극의 사회의식 변화에 관한 연구: 대전·충청지역을 중심으로』 (박

사학위논문). 공주대학교 대학원, 2013.

- 허남진. 「한국 종교성지의 현대적 의미」. 『종교문화연구』 14, 2010.  
『문화체육관광부 보도자료』 2013. 1. 3. “2012 문화향수실태조사’ 결과 발표.”  
『부산일보』 (<http://www.busan.com/>) 2013. 10. 11. “[동네방네] 이주민과 아시아문화축제.”
- Crane, Diana. “Introduction: The Challenge of the Sociology of Culture to Sociology as a Discipline.” Diana Crane ed. *The Sociology of Culture: Emerging Theoretical Perspectives*. Oxford: Blackwell, 1994.
- Edles, Laura Desfor. *Cultural Sociology in Practice*. Malden, MA: Blackwell, 2002.
- Hecht, Richard D. and Biondo III, Vincent F. “General Introduction.” Richard D. Hecht and Vincent F. Biondo III eds. *Religion and Culture: Contemporary Practices and Perspectives*. Minneapolis: Fortress Press, 2012.
- Norman, Alex. “Tourism.” Richard D. Hecht and Vincent F. Biondo III eds. *Religion and Culture: Contemporary Practices and Perspectives*. Minneapolis: Fortress Press, 2012.
- Rao, Vijayendra and Walton, Michael. “Culture and Public Action: Relationality, Equality of Agency, and Development.” Vijayendra Rao and Michael Walton eds. *Culture and Public Action*. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2004.
- Saroglou, Vassilis and Cohen, Adam B. “Psychology of Culture and Religion: Introduction to the JCCP Special Issue.” *Journal of Cross-Cultural Psychology* 42:8, 2011.
- Sen, Amartya. “How does Culture Matter?.” Vijayendra Rao and Michael Walton eds. *Culture and Public Action*. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2004.
- Williams, Raymond. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Revised edition, New York: Oxford University Press, 1983.
- Williams, Raymond. “Culture is Ordinary.” John Higgins ed. *The Raymond Williams Reader*. Oxford: Blackwell, 2001.

Wuthnow, Robert. *Acts of Compassion: Caring for Others and Helping Ourselves*. New Jersey: Princeton University Press, 1991.

경계없는예술센터 홈페이지(<http://www.casf.or.kr/>).

날으는자동차 홈페이지(<http://www.nalja.net/>).

둘레 홈페이지(<http://www.dulle.or.kr/xe/>).

주먹밥콘서트 홈페이지(<http://www.joocon.net/>).

프리마켓 홈페이지(<http://www.freemarket.or.kr/>).

한빛예술단 홈페이지(<http://www.hanbitarts.co.kr/>).

한옥문화원 홈페이지(<http://www.hanok.org/>).



# Mutual Relationship and Characteristics of Culture, Welfare and Religion:

A Reflective Perspective on Culture·Arts·Tourism·Sport Service  
in Social Enterprise

Chun, Myung-Soo (Assistant Professor, Korea University)

This article is concerned with the mutual relationship, characteristics and tasks of culture, welfare and religion focusing on culture·arts·tourism·sport—briefly culture—service in social enterprise, but its ultimate purpose lies in creating religion as an independent service type. Religion has intimate relation with culture, and so it has been regarded as part of culture in social enterprise. The religion-based social enterprises for culture service are very few in comparison with other services. It means that religion deals with poverty in terms of economical status without paying attention to the power of culture to overcome it.

Though it is true that religion and culture relate to each other, culture does not necessarily include religion, and in this regard it needs to establish religion as an independent service type. Considering from the perspective of social welfare, however, culture service of social enterprise makes culture itself of resource, satisfies the cultural desire of the disadvantaged group with it. In contrast to such 'cultural welfare' religious welfare tries to realize religious value and principle through caring of disadvantaged people, but religion itself does not become the object of social contribution as resource. It should remember that religion has also responsibility for strengthening publicity through commodification of its huge heritage and caring the disadvantaged group, realizing its own value as an important material, spiritual resource.

If religion is classified as separate service type in parallel with culture, the two can complement each other; it means that consideration on religious heritage can make social change in Korea as well as its ideological or philosophical basis understand more deeply. Moreover it is expected that continuous effort could more easily be attempted toward finding out various precious religious cultural resources hidden or neglected throughout the country and highlighting both their economical and social value.

Key Words: social enterprise, culture·arts·tourism·sport service, disadvantaged group, cultural welfare, religious cultural resource