

# ‘커뮤니티시네마’의 소셜미션과 비전

권 현 준

커뮤니티시네마네트워크 사회적협동조합 이사장

# 1. 커뮤니티시네마의 사회적 의의

## 가. 커뮤니티시네마의 정의

- 1971년 독일 ‘프랑크푸르트’에서 진행된 지역의 상업영화관과 비상설 영화관 사이에 소송에서 비상설 영화관 설립에 관한 인정 판례가 나오면서 ‘코뮤날레 키노’ 운영에 관한 제도적 근거가 마련, 독일을 비롯하여 영국, 일본 등 전세계적으로 확산
- 2000년대 이후, 기존의 ‘시네마테크 운동’이나 시네필 주도의 예술적 관점의 관객 운동과 차별을 보이며 멀티플렉스 등으로 인해 왜소해진 지역 문화권(Cultural Rights)을 시민과 관객 중심으로 복원하고 지역사회에 기여하는 영화문화활동으로서 활동 지향이 변모
- 국내에서의 커뮤니티시네마는 2010년 이후, 지역 중심의 관객운동 및 다양한 취향공동체 활동과 생활문화예술 정책 지원 등으로 인해 여러 지역에서 산발적으로 활동이 시작 되었으며 2019년 부터 이러한 단체 간 연대체 구성을 위한 논의가 시작되면서 본격적으로 활동 개념이 구성되기 시작

## 나. 커뮤니티시네마에 대한 국내의 정책 접근 방식

- 기존의 공공정책에서 ‘커뮤니티시네마’라는 개념 접근은 이뤄지지 않았으나 영화진흥위원회는 ‘지역영화’, ‘영화문화’라는 두 가지에 개념 안에서 관련한 정책 방향이 수립중이며 「영화 및 비디오물 진흥에 관한 법률」 제38조의 2와 제38조의 3을 통해 ‘작은영화관’ 및 ‘지역영화 향유 개선’에 관련한 근거를 마련
- 이러한 기존의 접근 방식은 ‘커뮤니티시네마’ 등 지역에서의 영화문화에 관련한 의의를 문화향유권 개선이라는 협소한 차원 또는 중앙정부의 정책사업을 지원하는 개념으로 한정하고 있으며 이는 지역 내 영화문화 단체들의 다각적인 활동에 현실적인 지원 또는 도움이 되지 못하고 있는 상황

# 1. 커뮤니티시네마의 사회적 의의

## 다. 커뮤니티시네마의 공공적 · 사회적 의의

- 2007년 7월 「사회적기업육성법」이 시행되면서 타 문화예술 장르에서는 ‘우리 사회가 직면한 과제를 해결하는 도구로서의 예술’을 주창하며 ‘커뮤니티 아트’와 ‘커뮤니티 디자인’이 ‘커뮤니티 비즈니스’라는 연속적 방법론 (일본의 ‘인증 NPO’ 사례 및 영국의 ‘공동체이익회사’ 사례 접목) 을 통해 도출 되었으며 이는 지역에서의 문화향유권이라는 협소한 개념이 아닌 지역 ‘문화권’이라는 확장된 개념과 함께 시민 사회와 지역 내 속의 민주주의를 견인하는 주체로서의 ‘(지역)공동체 예술’ 활동 개념이 정착



‘커뮤니티디자인’의 주요 목표 (Social Work) / 야마자키 료

- 이후 2014년 「지역문화진흥법」과 「문화기본법」이 시행되면서 ‘(지역)공동체 예술’활동의 규모와 지원이 본격적으로 확대 되기 시작
- 일본의 ‘커뮤니티시네마센터’는 동일본 대지진 이후 ‘커뮤니티+시네마’라는 예술 창작 중심의 개념에서 ‘커뮤니티 > 시네마’라는 사회 연대적 가치를 보다 우선하는 활동 지향성을 갖게 됨
- 영화가 지역에서 가지는 문화적 의의 뿐 아니라 서사 예술로서 다양한 사회적 가치 담론을 포괄하는 특성, ‘영화관’이라는 대중 공간이 지역 거점으로서 기능하는 다양한 연대 가치 등 커뮤니티시네마는 영화의 유통 공간이라는 예술, 산업적 의의를 넘어 다양한 지역적, 사회적 임팩트를 생성하는 공간으로서 차별화 된 공공적 의의를 다룰 필요가 있음

## 2. 국내외 커뮤니티시네마 대표 사례

### 가. 국내외 대표적인 비상설 커뮤니티 영화상영관



- **모퉁이극장 (부산)**

2012년 설립하고 2013년 개소한 부산 중앙동의 관객단체이자 비상설 영화상영시설 관객들이 상영작에 직접 참여하는 ‘관객프로그램’과 ‘관객영화제’, 지역 상인 및 예가들과 교류를 통해 이뤄지는 영화매개의 다채로운 활동을 이어가고 있으며, 최근엔 부산국제영화제와 부산은행이 설립한 ‘BNK아트시네마’의 위탁운영을 맡게 되었다

- **다락스페이스 (서울 성수동)**

2016년 개소한 성수동의 다락스페이스는 영화제 기술작업과 독립영화 후반작업 업체로 잘 알려져 있는 ‘(주)포스트핀’에서 운영하는 비상설 영화관이자 복합문화공간 영화상영 뿐 아니라 교육 및 살롱 프로그램 등 다양한 영화매개 프로그램을 운영하고 있다

- **시네마라운지MM (전남 목포)**

목포와 전라남도 유일의 독립영화관이자 커뮤니티시네마인 시네마라운지MM 목포 근대거리 인근에 위치하고 있으며 현재 입주한 건물은 근대시절부터 창고와 은행으로 사용 된 근대 유산이다. 2020년 협동조합이자 마을기업으로 전환

## 2. 국내외 커뮤니티시네마 대표 사례

### 나. 독립영화전용관으로서 커뮤니티시네마

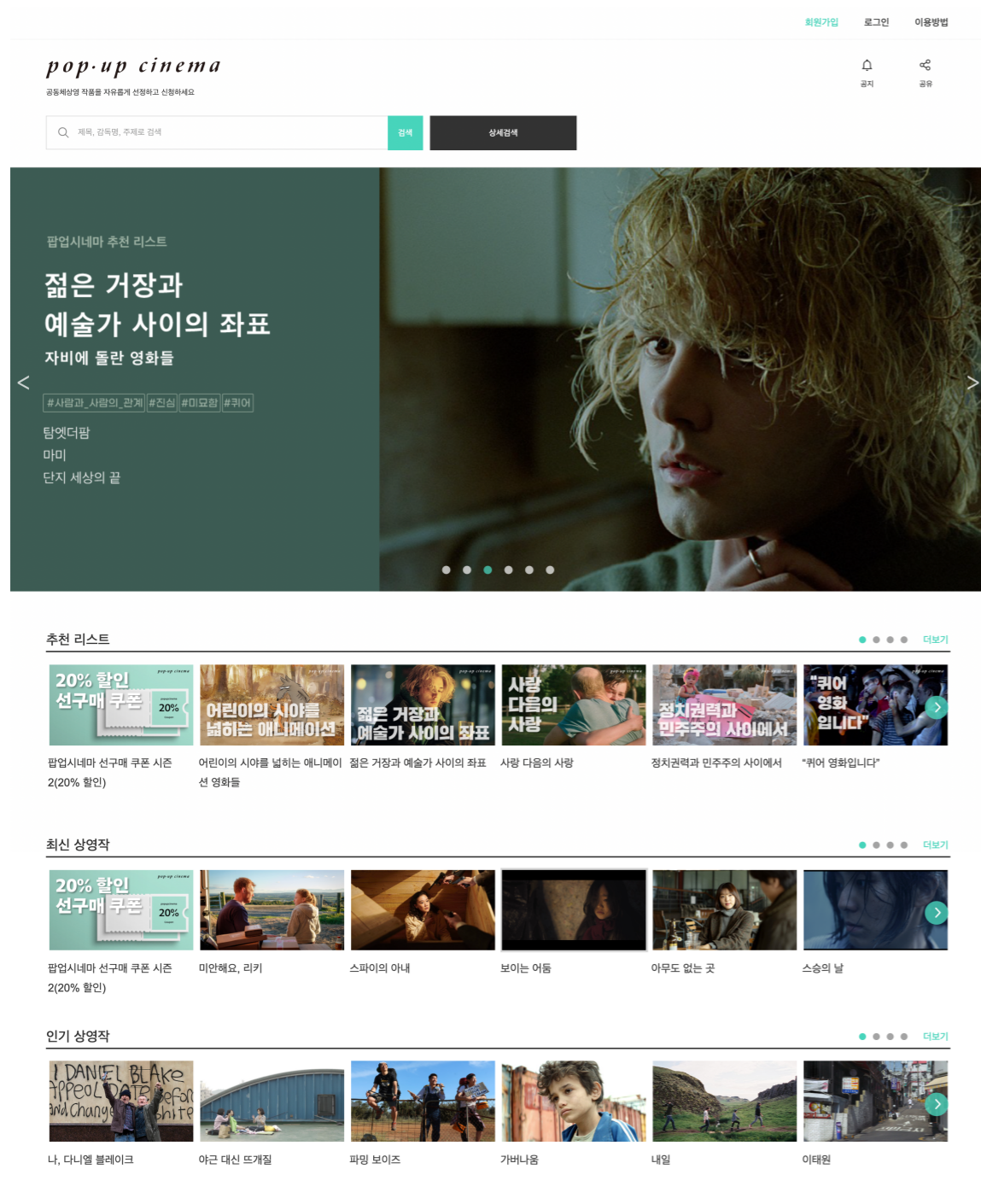


- **오오극장**

2015년 대구지역 3개 영화영상단체가 1억 5천만원을 모금하여 설립, 상설영화관으로써 지역 최초의 민간 독립영화전용관으로 대구경북영화영상사회적협동조합이 운영하며, 창작자, 관객, 활동가 등 다양한 조합원이 참여, 지역 시민사회단체, 문화예술단체 등과 협업을 통한 커뮤니티 시네마 활동 추진 관객프로그램 제도 운영을 통한 관객의 영화관 운영 적극 참여 및 대구광역시의 '대구영상미디어센터'를 위탁 운영 중

## 2. 국내외 커뮤니티시네마 대표 사례

### 다. 임팩트 비즈니스로의 커뮤니티시네마 플랫폼



- **팝업시네마 (popupcinema.kr)**

모극장 (모두를위한극장 공정영화협동조합)에서 운영하는 공동체 상영 온라인 플랫폼, 지역 커뮤니티시네마들의 상영활동 및 지역 시민사회 단체가 자유롭게 공동체상영을 기획 개최할 수 있도록 국내외 독립예술영화 1000여편을 서비스하고 있다

- **인디그라운드 독립영화 라이브러리**

영화진흥위원회가 설치하고 한국독립영화협회가 운영하는 '독립예술영화 유통배급지원센터 - 인디그라운드'는 최신 독립영화에 대한 아카이브 사업과 동시에 공동체상영 지원 및 온라인 상영관을 운영하는 동시에 지역 커뮤니티시네마 단체의 상영 지원사업을 펼치고 있다

- **시네마 포 올**

영국 BFI가 전국 커뮤니티시네마 지원 및 상영프로그램 홍보를 위해 제공한 플랫폼을 민간 단체인 'Cinema 4 All'이 그 역할을 대행하기 시작, BFI 아카이브를 통해 구축된 작품들을 커뮤니티시네마에 제공하며 각 단체별 상영프로그램 소개들을 운영하고 있다.

## 2. 국내외 커뮤니티시네마 대표 사례

### 라. 연대 가치 확장을 위한 커뮤니티시네마 활동



- **일본 '커뮤니티시네마센터'의 '시네마 엘 도호쿠'**

2011년 3월 동일본 지역에서 일어난 대지진으로 인해 이재민들의 공공시설 체류 시간이 길어지면서 기본적인 생활 이외에도 문화적 차원에서의 문제를 의식, 일본 커뮤니티시네마센터는 미야코영화생활협동조합, 야마가타영화센터, 20세기아카이브센다이 등과 함께 지진발생 지역을 순회하며 연대적 차원의 영화상영회를 2011년 부터 2018년까지 개최 7년 동안 205작품, 722회를 상영했으며 총 38,866명이 관람

### 3. 국내 커뮤니티시네마의 소셜 미션과 지향성

#### 가. 기존 소셜 미션의 확장



- 독립예술영화전용관이 가치재(Merit Goods)로서의 예술적 의의를 가진 영화작품의 유통공간으로서 그 공공성을 확보했다면, 커뮤니티시네마는 독립예술영화의 새로운 대안적 유통배급의 창구로 그 기능을 확장함으로써 독립예술영화의 자립적 산업 생태계 조성이라는 공동의 목표에 유기적 기능을 지원하는 한편, 지역간 문화향유권 격차 해소 및 대자본으로 인해 반복되는 시장실패의 대응하는 지역 공동체 (마을) 경제와 사회적 경제의 일부로서 시민사회의 지지기반 확보가 전제 됨
- ‘문화권’을 구성하는 기본적인 태제는 ‘문화활동(창작 및 소비)’에 대한 시민들의 자유로운 접근과 참여의 권리’로서 수동적인 개념의 ‘관객’을 넘어 지역영화문화활동의 주체로서 보다 능동적인 관객 문화활동과 지역 창작 활동을 견인하는 커뮤니티시네마의 확장된 기능이 필요
- 이는 예술적 의의에 기반을 둔 시네필 중심의 기존 관객운동과는 차별화 된 것으로 보편적인 문화활동 영역에서의 참여와 접근성을 의미하며, 이때의 보편성은 시민과 시민 사이의 유대적 관계 형성 및 문화활동을 통한 시민들의 삶의 질 향상을 의미



### 3. 국내 커뮤니티시네마의 소셜 미션과 지향성

#### 나. 커뮤니티시네마를 통한 영화의 새로운 사회적 가치 확장 모델 발굴



4가지 지역 현황 분류 / 야마자키 료

- 커뮤니티시네마는 지역 내에서 접하게 되는 다양한 시민사회 활동의 거점 활동 공간 및 구심으로서 '영화관'이라는 항구적 의의에서 자유로워야하며, 이는 기존 산업영화관 및 독립예술영화관과 상충하는 것이 아닌 상보적인 관계 또는 집합적인 관계로서 영화를 만나는 새롭고 다양한 방식을 시민들에게 제시하는 것
- 발전하는 디지털 환경 속 다양한 영화유통의 방식과 팬데믹이라는 초유의 위기 안에서 커뮤니티시네마는 신뢰를 바탕으로 이뤄지는 소단위 공동체 활동을 통해 티켓을 매개로 영화를 판매하는 것이 아닌, 영화를 매개로 유대적 관계를 제공하는 사회 서비스와 커뮤니티 비즈니스의 방법론 안에서 활동의 연속성을 도모

### 3. 국내 커뮤니티시네마의 소셜 미션과 지향성

#### 다. ‘커뮤니티시네마네트워크’의 활동 방향



- 국내 커뮤니티시네마 단체들은 초기 취향공동체 활동 또는 소규모 독립영화관의 특성 안에서 시작되었으나 지역영화, 독립영화 모두 시장영역에서 자립할 수 없는 조건들 위에서 활동의 연속성을 위해 협동조합 등 사회적경제 조직으로 전환, 점진적으로 ‘지역성’과 ‘공공성’을 중시하는 활동 모델을 갖추
- 영화진흥위원회를 소관하는 문화체육관광부의 주무 부처는 <콘텐츠 정책국 - 영상콘텐츠산업과>이며, 지역문화관련 정책은 <문화예술정책실 - 지역문화진흥과>로서 유기적인 정책 호환 및 예산 운영에 있어 칸막이가 존재, 현재 커뮤니티시네마를 비롯하여 지역영화문화 활동에 대한 국내의 정책지원 거버넌스가 현실적으로 갖춰지기 어려운 상황
- 2021년 3월 설립된 <커뮤니티시네마네트워크 사회적협동조합>은 지역 영화문화활동 단체들의 활동 자립과 연속성을 위한 공동사업 및 상호부조 사업을 시행하는 동시에 영화의 다양한 공공적, 공익적 가치 발굴을 통해 새로운 영화관객 개발을 위한 정책적 거버넌스 구성을 목표로 활동을 시작
- 공동사업으로는 <커뮤니티시네마페스티벌>을 비롯, 지역 커뮤니티시네마의 인지도 향상과 상시적인 관객 유입과 체류를 위한 소셜프랜차이즈 <금지옥엽> 영화콘텐츠 스토어를 전국 5개 지역에서 운영

### 3. 국내 커뮤니티시네마의 소셜 미션과 지향성

#### 다. ‘커뮤니티시네마네트워크’의 활동 방향



- 커뮤니티시네마페스티벌 2021

‘The Impact of Community Cinema’라는 주제로 개최되는 이번 영화제는 서울, 부산, 전주, 목포, 원주 등 5개 도시 7개 커뮤니티시네마 공간에서 약 2달간 순회하며 개최하는 영화제 5개 지역에서 공통으로 상영되는 ‘공통섹션’과 지역별로 기획된 ‘지역섹션’으로 구성

공통섹션은 <전환도시>, <국제연대>, <영화문화> 세 가지의 하위 프로그램으로 구성 되어 있음

<전환도시>는 기후위기로 촉발된 생태와 환경문제를 지키기 위해 마을 공동체가 해야하는 미션을 중심으로 4편의 장편영화 소개되면 <국제연대>는 최근 미얀마와 홍콩에서 이어지고 있는 민주화 운동의 흐름과 연대를 촉구하기 위해 관련 장편영화 3편을 소개, 특히 올해 아카데미 단편영화상 후보에 오른 ‘두 낫 스플릿’이 최초 공개

<영화문화>는 지역에서 감상하기 어려운 국내 독립 단편영화를 ‘서울독립영화제 - 인디피크닉’ 프로그램과 연계하여 진행 크기는 ‘공동체 담론’, ‘사회적 이슈’, ‘문화향유권’ 이라는 세 가지의 테마로 구성