

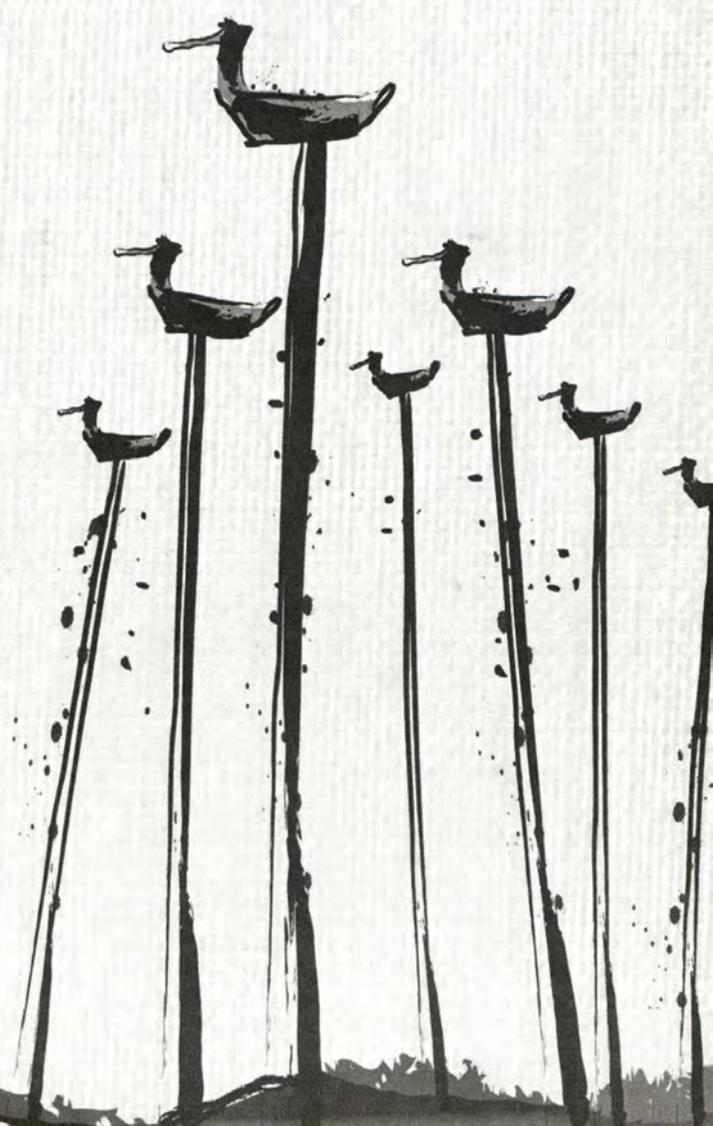
경기도 시·군
문화유산원형
토론회

결과보고서



경기도 시·군 문화유산원형 토론회 결과보고서

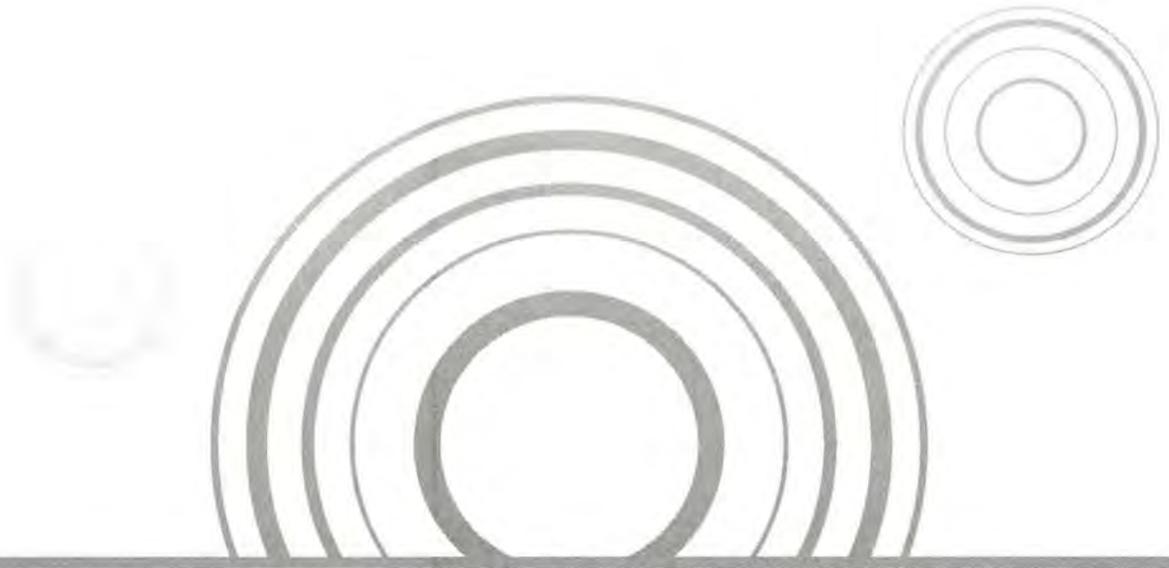
2007 문화비전 선언
인사말





2007 문화비전 선언

문화는 삶을 담는 그릇이다. 우리는 문화시대에 살면서 세계인과 한 가족으로 인류문화의 발전에 이바지할 책무를 지닌다. 지방문화원은 전통문화 예술의 발굴과 육성, 문화예술교육 기회의 제공, 문화자원의 확보와 활용에 앞장서 온 지역문화발전의 주역임을 자랑스럽게 여긴다. 이제 인간의 창의성 계발, 우리 문화의 세계화, 지방분권화에 따른 문화적 책임 등 시대적 요청에 부응하고 새로운 문화환경을 선도하는 문화원이 되기 위해 역할의 재정립을 가다듬어야 한다. 지방문화원은 도약을 다짐하는 뜻에서 '문화원의 날'을 제정하고 우리의 공고한 의지를 모아 다음과 같이 실천할 것을 선언한다.



하나, 지방문화원은 지역의 여러 문화 주체들의 힘을 모으는데 주도적인 역할을 한다.

하나, 지방문화원은 이 시대 주민들에게 필요한 지식정보와 다문화 시대의 매개자가 된다.

하나, 지방문화원은 문화 소외층이 없도록 함께 나누며 찾아가는 문화 활동을 펼친다.

하나, 지방문화원은 일회적·단기적인 사업을 지양하고 지속적·장기적인 활동을 추진한다.

하나, 지방문화원을 문화경영의 전문조직으로 적극 육성한다.

2007. 10. 10
대한민국 227개 지방문화원 임직원 일동



경기도 시·군 문화원형유산

토론회를 개최하며...

오 용 원
(한국문화원연합회 경기도지회장)

인 사 말

‘프랑스 파리’ 하면 무엇이 떠오르나요? 사람의 경험과 관심의 정도에 따라 다양하게 나타나겠지만, 일관되게 등장하는 상징물이 몇 개 있습니다.

에펠탑, 개선문, 루브르박물관, 세느강 등 하지만 그것들을 사람들이 기억하고, 또 찾아가는 것은 단순히 예술적 가치가 뛰어나거나 그 크기가 크기 때문이 아닙니다.

그 상징물들에는 프랑스인들의 삶과 정서가, 그리고 역사가 함축적으로 담겨있기 때문입니다.

그 속에 프랑스를 중심으로 한 유럽의 역사가, 유럽을 중심으로 한 세계의 역사가 담겨 있습니다.

때문에 수많은 사람들은 프랑스 파리로 가서 유럽과 세계를 읽고 오는 것입니다. 그리고 그것을 통해 자신을 발견하고 옵니다.

그만큼 프랑스 파리의 문화상징물들은 문화적으로, 역사적으로, 예술적으로 그 깊이와 가치가 남다르게 만들어져 왔습니다.

이제 세계 속의 경기도에서 그것을 만들어 보려고 합니다.

지역문화원형이라는 말이 낯설게 느껴질지 모르겠습니다.

좀 더 풀어서 말하자면, 각 지역마다 그 지역을 상징하는 것, 즉 건축, 미술, 음악, 전통놀이, 설화, 인물 등등을 말할 수 있겠습니다.

문화원형은 그 지역의 삶과 역사를 반영하고 있으며, 그 지역민의 정서가 스며있습니다. 또한 오랜 역사를 거쳐 그것에 담긴 함축적 의미가 더 확장되기도 하고, 때로는 퇴색되기도 하면서 면면히 그 지역과 함께 살아 숨쉬어 온 것으로 지역 정체성의 바로미터라고 할 수 있습니다.



때문에 이번 토론회는 경기도문화 정체성을 더듬어보는 대단히 중요한 자리라고 생각합니다.

이른바 '한류'라는 이름으로 전 세계에 대한민국의 위상이 높아져 있는 이때, 대한민국의 역사 속에 면면히 살아 숨 쉬는 문화원형을 브랜드로 개발하는 것이 어느 때보다 중요한 과제가 되어 있습니다.

이미 경기도 31개 시, 군 문화원을 중심으로 지역의 문화원형을 되살리는 일을 꾸준히 하고 있습니다. 이번 토론회는 어쩌면 그동안 각 문화원이 노심초사하면서 조사, 연구, 발굴해 온 작업의 연장선상에 있는 기획입니다.

작년에 이미 지역문화원형을 위한 토론회를 개최하였고, 그 성과와 평가를 바탕으로 올해 두 번째 토론회를 개최하게 되었습니다.

이번 토론회는 작년에 개괄적으로 제시된 각 지역의 문화원형을 현실적으로 지역의 브랜드화 하기 위한 구체적 사업계획을 수립하여 발표하는 형식으로 기획되었습니다.

또한 이번 토론회에서 발표된 내용들이 각 개별 시, 군 지자체와 경기도가 함께 긴 안목을 가지고 단계적으로 지속가능한 사업의 형태로 전개될 수 있도록 만들고자 합니다.

아무쪼록 바쁘신 와중에도 관심을 갖고 참여해 주신 향토사학자 및 시군문화원 관계자 여러분께 다시 한 번 감사의 말씀을 드리며, 이 토론회가 세계 속의 경기도를 만들기 위한 작지만 큰 걸음을 한 발 성큼 내딛을 수 있는 계기가 되었으면 좋겠습니다.

특히, 같은 꿈을 꾸며 함께 이 자리를 만들어 주신 경기문화재단에도 다시 한 번 깊은 감사를 드립니다.



CONTENTS

2007 문화비전 선언 인사말

I 사업 개요

1. 개요
2. 추진배경
3. 추진목표
4. 추진방침
5. 세부 내용
6. 진행 과정
7. 토론회 프로그램
8. 평가 및 결과

II 사업 진행 과정

1. 사업 전체 진행 흐름도
 - 1_1. 2011년 진행 내용
2. 기획 및 준비 과정
 - 2_1. 사전 기획회의
 - 2_2. 전문가 자문회의
3. 토론회 진행
 - 3_1. 토론자 논평
 - 3_2. 토론회 논의 내용
4. 평가회의



- Ⅲ 결과물 모음
1. 언론 보도자료 스크랩
 2. 스케치 사진

- Ⅳ 지역별 기획안
- 과 천_ “추사 김정희”를 활용한 문화상품 개발
허홍범(과천문화원 학예연구사)
- 성 남_ “모란시장”의 관광자원화 방안
윤종준(성남문화원 향토문화연구소 상임연구원)
- 용 인_ “할미산성”의 관광자원화 방안
김장환(용인문화원 사무국장)
- 의정부_ 지역문화콘텐츠 발굴 프로젝트 “뮤지컬_의순공주”
박정근(의정부문화원 사무국장)
- 평택_ 국악 현대화의 선각자 “지영희” 관련 지역브랜드
박성복(평택문화원 사무국장)
- 하 남_ “도미설화”의 문화콘텐츠 개발
백영옥(하남문화원 사무국장)

여 백

I

경기도 시·군 문화유산원형

토론회 결과보고서 사업개요

1. 개요
2. 추진 배경
3. 추진 목표
4. 추진 방침
5. 세부 내용
6. 진행 과정
7. 토론회 프로그램
8. 평가 및 결과



I. 사업 개요

1. 개 요

- 사업명 : 경기도 시·군 문화유산원형 토론회
- 일 시 : 2011년 8월 25일 14:00~17:30
- 대 상 : 경기도 6개 지역
(과천, 성남, 용인, 의정부, 평택, 하남)
- 장 소 : 경기문화재단 3층 다산홀
- 주 최 : 한국문화원연합회 경기도지회, 경기문화재단
- 후 원 : 경기도, 경기도의회, 한국문화원연합회

2. 추진 배경

- “지역의 경쟁력이 국가의 경쟁력”을 좌우하는 세방화(Glocalization) 시대의 도래와 함께 지역의 고유한 유무형의 자산을 기반으로 지역의 정체성을 살려나가는 지역문화발전 전략이 중요해지고 있음.
- 지역의 창의성을 바탕으로 부가가치를 창출하고 지역경쟁력을 향상시키며 변화를 능동적으로 포용하는 창조적 발전전략을 수립하고 추진하는 것이 지역의 미래를 결정짓는 중요한 동인이 된다는 것을 인식하게 됨.
- 또한, 지역발전의 패러다임이 ‘지식기반사회’에서 ‘창조사회’로 변화됨에 따라 지역문화정책은 다양성과 창의성을 기반으로 지역문화 특성화를 통한 경쟁력 제고를 목표로 고유한 문화자원을 품고 있는 지역의 콘텐츠를 개발, 활용하는 것을 과제로 두고 있음.

- 이에, 문화체육관광부에서도 2012년 신규사업으로 [지역문화 대표브랜드 육성] 시범사업을 계획 중임.
- 이러한 지역문화정책 흐름의 변화에 발맞추어 한국문화원연합회 경기도지회는 경기문화재단의 경기학연구실과 공동으로 지역문화자원의 보고인 지방 문화원과 연계하여 경기도의 지역 대표브랜드를 개발, 육성하고자 함.

3. 추진 목표

- 2010년 “경기문화상징 토론회”를 통해 각 지역의 문화상징 원형을 1차로 취합, 2011년에는 기 취합된 문화원형을 소재로 지역의 대표적인 문화콘텐츠로 발전시킬 수 있는 구체적인 방안을 수립하고자 함.
- 경기도 각 시, 군을 대표하는 지역 문화유산원형을 발굴, 이를 활용한 보다 완성도 높은 사업안을 개발하도록 지원, 각 지역의 대표적인 문화콘텐츠 및 브랜드로 발전할 수 있는 초석 마련
- 이를 계기로 장기적으로는 경기도를 대표하는 “지역문화 대표브랜드”를 개발, 경기도의 브랜드 가치를 높이고 더 나아가 국가 브랜드 제고에 기여할 수 있도록 함.
- 나아가 경기도를 대표하는 지역문화자원에 대한 도민의 이해를 증대시키고 이에 대한 가치를 공유하여 보존 및 활용의 필요성을 제고하는 계기 마련

[단계적 목표]

2010년	2011년	2012년
<p>“경기문화상징 토론회”</p> <p>: 경기도 10지역의 문화유산상징을 정리, 발표, 개발 가능한 다양한 문화자원을 취합함.</p>	<p>“경기도 시군문화유산 원형 토론회”</p> <p>: 총 6개 지역을 선정, 지역을 대표하는 문화유산원형을 활용한 지역문화콘텐츠 개발안 발표</p>	<p>각 지역별 개발안 실행 지원</p> <p>: 2012년 [지역문화 대표브랜드 육성] 시범사업(문화체육관광부 주관) 연계</p>

4. 추진방침

- 31개 시, 군의 다양한 <지역문화원형> 중, 도민들의 공감대를 형성할 수 있는 보다 경쟁력 있는 문화원형을 취합하여 해당 지역 문화원에서 이를 소재로 한 콘텐츠 개발 및 활용 계획을 세워 직접 발표하고 관련 분야 전문가의 자문을 통해 내용을 포핍(褒貶)함
- 이를 통해 각 지역의 대표 문화상징 브랜드 개발의 기회 제공
- 지자체에서 실현 가능한 보다 완성도 있는 ‘지역문화원형 활용 콘텐츠 개발 기획안’을 제작, 이를 해당 지자체의 차년도 사업계획에 반영하도록 함
- 이와 더불어 2012년 문화체육관광부의 신규사업으로 진행될 예정인 [지역문화 대표브랜드 육성 시범사업]과 연계하여 진행 될 수 있도록 함.

○ 경기문화재단 경기학연구실과 매칭펀드 방식의 컨소시엄 사업으로 추진함.

5. 사업 내용

사전 준비	전문가 자문회의	토론회	평가
참가자 (6개 지역 문화 원) 사전 준비 기획회의	1차 기획안 자문 및 수정 보완	지역별 문화유 산원형 활용 콘텐츠 개발 기획안 발표	토론회 평가 및 기획안 실행을 위한 향후 계획 논의

6. 진행 과정

- 06. 15 토론회 안내 및 모집 공문 발송
- 06. 30 참가신청서 접수 마감
- 07. 08 사전 준비회의(자문단 및 참가문화원)
- 07. 28 전문가 자문회의 진행
- 08. 15 토론문 제출
- 08. 16 보도자료 배포
- 08. 25 토론회 개최
- 09. 05 참여단체 평가회의

7. 토론회 프로그램

구분	진행시간		소요시간 (분)	주요내용	비고
	부터	까지			
개회	13:30	14:00	30	◎ 접수	
	14:00	14:05	5	◎ 개회선언 및 국민의례	
	14:05	14:10	5	◎ 환영사(한국문화원연합회 경기도지회장)	
	14:10	14:20	5	◎ 인사(경기문화재단 대표이사)	
	14:20	14:25	5	◎ 축사(한국문화원연합회장)	
발제 및 사례 발표	14:25	15:50	75	◎ 사례발표 1) 과천문화원 “추사 김정희”를 활용한 문화상품 개발 2) 성남문화원 “모란시장”의 관광자원화 방안 3) 용인문화원 “할미산성” 문화콘텐츠 개발 4) 의정부문화원 지역문화콘텐츠 발굴 프로젝트 “뮤지컬 의순공주” 5) 평택문화원 국악 현대화의 선각자 “지영희” 관련 지역브랜드 개발 6) 하남문화원 “도미설화”의 문화콘텐츠 개발	
	15:50	16:00	10	◎ 휴식시간	
논평	16:00	16:30	30	◎ 논평발표 좌 장) 심승구_한체대 교수 토론자 : 이택광_경희대 교수, : 류정아_한국문화관광연구원 연구위원 : 정영선_브랜드스토리 이사	
토론	16:30	17:00	30	◎ 종합토론	

8. 평가 및 결과

- 지역의 자산을 기반으로 각 지역의 정체성을 살려나가는 지역문화발전 전략의 하나로 경기도의 문화자원이 다양한 콘텐츠를 통해 도민들에게 보다 쉽고, 친숙하게 접근할 수 있는 방안을 도출
- 경기도 각 지역 고유의 문화원형이 담고 있는 이야기를 통해 고품질의 지역문화콘텐츠를 개발할 수 있는 가능성을 확인
- 일선의 지방문화원과 광역권의 도지회, 문화재단의 협업으로 탄탄한 기획단계(사전회의-자문회의-평가회의)를 거쳐 보다 완성도 높은 양질의 개발 기획안 도출
- 경기도의 정체성을 담고 있는 지역문화유산을 활용, 2012년부터 문화체육관광부에서 추진하고자 하는「지역문화 대표브랜드 육성사업」과 연계하기 위한 사전 준비 작업의 일환으로 향후, 국가차원의 체계적인 지원을 받아 성장할 수 있는 발판 마련
- 지역문화유산원형 개발 필요성에 대한 인식 확산을 통해 전통과 현대를 아울러 경기도를 대표하는 유·무형의 문화원형 상징 발굴 사업으로의 확대하고자 하는 공감대 형성
- 토론회를 통해 경기도 지역경쟁력을 높일 수 있는 지역문화유산원형 개발에 필요한 숨어있는 원천소재 확보 및 협력네트워크 기반 조성

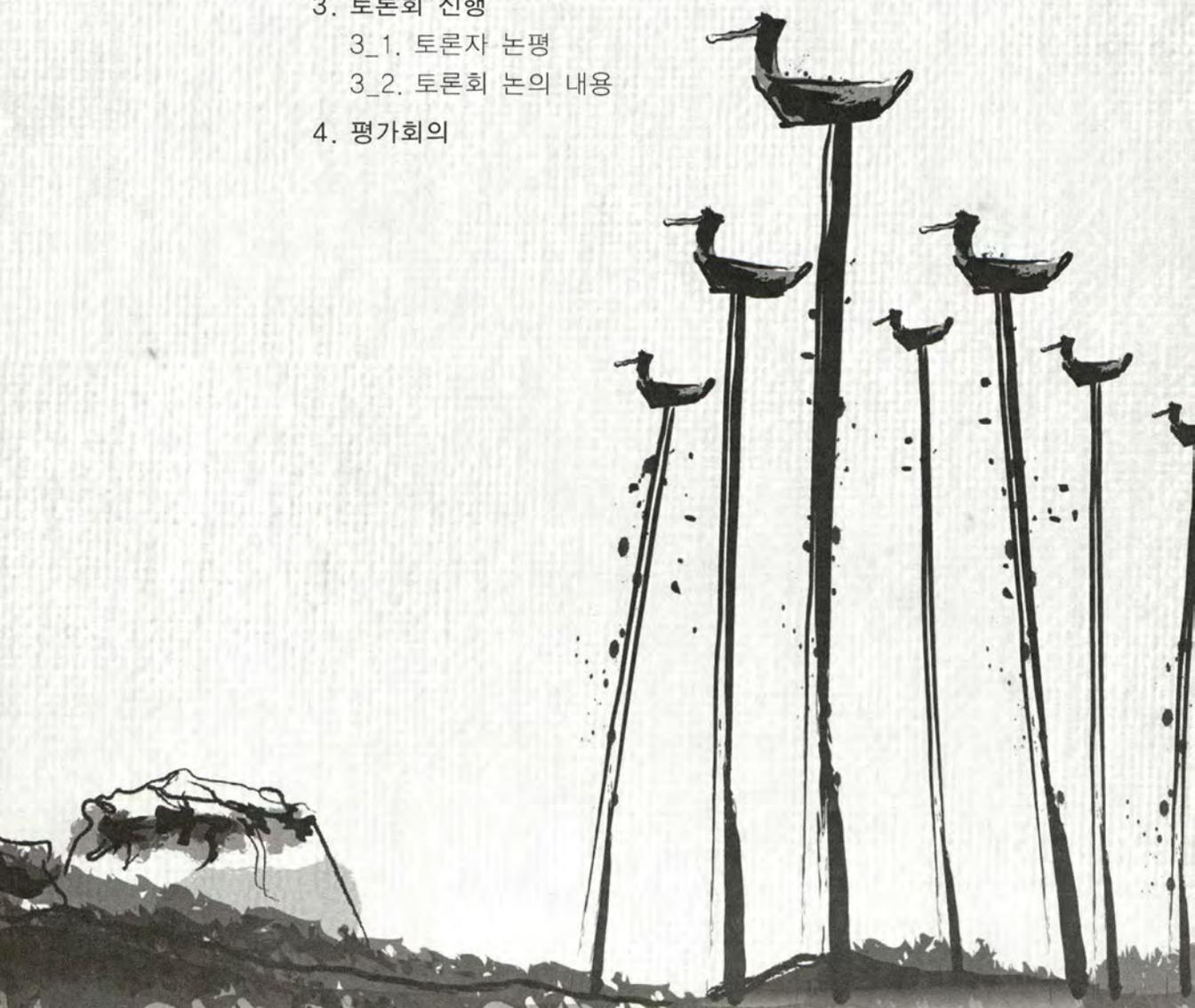
여 백

II

경기도 시·군 문화유산원형

토론회 결과보고서 사업진행 과정

1. 사업 전체 진행 흐름도
 - 1_1. 2011년 진행 내용
2. 기획 및 준비 과정
 - 2_1. 사전 기획회의
 - 2_2. 전문가 자문회의
3. 토론회 진행
 - 3_1. 토론자 논평
 - 3_2. 토론회 논의 내용
4. 평가회의



II. 사업 진행 과정

1. 사업 전체 진행과정

11 사업 전체 진행과정



12 2011년 진행 내용

구 분		내 용
1단계	사전 준비 회의 (7월 8일)	지역의 문화유산원형을 개발하고자 하는 시, 군 문화원을 공모를 통해 총 6개 지역(과천, 성남, 용인, 의정부, 평택, 하남) 선정. 이에 참여문화원과 사전간담회를 통해 토론회 취지와 진행방향 및 각자 역할에 대해 논의



2단계	전문가 자문 회의 (7월 28일)	1차 기획안을 바탕으로 문화컨텐츠 전문가와의 자문회의를 통해 '지역 문화유산원형 활용 컨텐츠 개발 기획안' 수정, 보완
↓		
3단계	토론회 (8월 25일)	총 6개 지역의 '지역 문화유산원형 활용 컨텐츠 개발 기획안' 발표 및 이에 대한 전문가 논평 실시
↓		
4단계	평가회의 (9월 5일)	토론회 결과를 바탕으로 각 지역에서 발표한 문화컨텐츠 개발안을 실행하기 위해서 각 주체별 (경기도지회, 경기문화재단, 참여 문화원) 역할 및 향후 계획에 대해 논의

2. 기획 및 준비과정

2.1 사전 기획회의

일 시	2011. 7. 8	장 소	경기문화재단 회의실(6층)
참 석 자	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ 경기문화재단: 강진갑(문화협력실장) ⊗ 경기학연구실: 윤여빈(연구원) ⊗ 경기도지회_사무처: 최영주(사무처장), 김현수(사무과장) 김장환(용인문화원), 박성복(평택문화원), 박정근(의정부문화원), 윤종준(성남문화원), 백영옥(하남문화원), 허홍범(과천문화원) 		
주요 안건	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ 경기도 시·군 문화유산원형 토론회 준비 간담회 - '지역 문화원형 활용 콘텐츠 개발 기획안' 준비협의 - 토론회 추진계획 및 일정 검토 		

회 의 내 용

⊗ 참여 문화원별 문화유산원형

- 1) 과천문화원 : 추사 김정희
- 2) 성남문화원 : 모란시장
- 3) 용인문화원 : 할미산성
- 4) 의정부문화원 : 의순공주
- 5) 평택문화원 : 지영희 선생
- 6) 하남문화원 : 도미부인설화

⊗ 토론회 내용 및 방향성

- 2010년 자료 모음을 바탕으로 2011년은 원형을 구체적으로 활용 할 수 있는 방안 마련
- 2012년은 2011년의 성과물을 실현할 수 있도록 하고자 함. 또한 지역의 문화원형 사업은 문화원을 중심으로 이슈화, 활성화 될 수 있게 하고자 함.

☞ 향후 계획:

- 재단 측에서는 본 사업의 가능성을 확인 한 후 경기도에 보고, 이에 대한 별도 예산을 요청하고자 함.
- 경기도 3개 언론사(경기, 경인, 중부) 중 택일, 본 사업과 관련한 특집 기획 기사를 연재, 사업에 대한 관심을 높이려고 함.

☞ 사업 관련 제안:

- 본 사업을 문화재단과 경기도 자체에서 진행하는 공모사업과 연계하여 진행. (ex) 재단에서 진행하는 문화원형을 활용한 공모사업에 우선 배치 될 수 있도록 함.)
- 이를 통해 지속적인 지원근거를 마련하여 단계별 사업진행이 가능할 수 있도록 함

2.2 전문가 자문회의

일 시	2011. 7. 28	장 소	경기문화재단 회의실(6층)
참 석 자	☒ 자문위원 : 정영선((주)브랜드스토리 기획이사) ☒ 6개 지역 담당자 및 경기학연구실, 경기도지회 사무처		
주요 안건	☒ 경기도 시·군 문화유산원형 토론회 전문가 자문회의 - '지역 문화원형 활용 콘텐츠 개발 1차 기획안' 관련 전문가 자문회의 - 향후 일정관련 논의		

1) 과천문화원 : 추사 김정희

기획안 내용	적은 예산으로 쉽게 할 수 있는 아이템을 고민, 추사 김정희 콘텐츠 문화상품을 개발하는 방안으로 진행하고자 함. 기존 김정희에 대한 잘못 알려진 것들에 대해 보완하는 작업이 현재로는 시급한 상황임. 이에 관련 문화상품 및 어플리케이션을 제작, 보급하는 활동을 우선적으로 진행하고자 함.
자문내용	추사 김정희를 내세우는 지자체가 많이 있음. 이에 타 지역과 어떻게 다른 방식으로 과천의 고유 브랜드로 만들어 낼지에 대한 깊은 고민이 필요함.

2) 성남문화원: 모란시장

기획안 내용	재래시장의 특성을 살린 모란장 활성화를 위해 관련 관광자원을 개발하고자 휴게시설 마련 및 세부 체험 프로그램(벼룩시장, 경제교육, 조선시대 장터 운영 등)에 대한 계획안 도출
자문내용	중앙정부에서도 모란시장에 대한 관심은 높은 편임. 그러나 제시된 계획안을 통해서도 구체적인 방향이 잡혀있지 않음. 모란시장을 지역콘텐츠로 활성화하기 위해서는 지역상가연합회를 움직일 수 있어야 함. 이에 구체적인 사업을 진행하기 전에 모란시장을 활성화 시켜야 하는 필요성을 지역주민들에게 어필할 수 있는 장치가 필요함. 그러한 방법 중의 하나가 모란시장에서 가장 오래된 상인 즉 토박이를 찾아서 모란시장 그 첫 시작에 대한 이야기를 모으고, 팔도 사람들이 모여든 모란시장의 “그리움”이라는 정서를 확립할 수 있어야 함.

3) 용인문화원: 할미산성

기획안 내용	용인시민의 정신적, 육체적 안식처인 할미산성을 테마로 산성 정비사업, 에코브릿지 설치, 관련 학술대회 및 스토리텔링 공모사업을 실시, 역사교육의 장 및 동서 화합의 장, 자연학습의 장으로 활용하고자 하는 계획안 도출
자문내용	“치성소”라는 개념을 살려 인근 지역민들을 아우르는 행사를 기획하고, “할미=할머니=생활의 지혜”와 연결하여 고루한 내용보다는 신세대와 소통할 수 있는 내용으로 구성(할머니의 피부건강법, 다이어트식 밥상 등 등), 할미산성을 모토로 전 세대가 함께 어울릴 수 있는 장을 마련하는 방안 고민

4) 의정부문화원: 의순공주

기획안 내용	기존 쇼케이스로 제작된 “뮤지컬 의순공주”를 보다 수준 높은 공연으로 재구성하여 전국 순회공연 및 음반제작 등의 콘텐츠 사업으로 확장, 또한 이를 바탕으로 의순공주 묘역을 문화관광 상품으로 개발하고자 함.
자문내용	아직까지 기존에 알려진 “의순공주” 캐릭터 자체가 현대의 젊은 세대들에겐 매력적이지 않은 인물임. 주인공의 자발적 의지가 보여질 수 있도록 즉 21세기에 맞는 캐릭터로 변신할 수 있도록 과감한 각색이 필요함. 예를 들어, 의순공주가 사랑한 남자가 청나라에 끌려갔었다던지 등의 사건을 계기로 의순공주가 자발적 의지가 강조될 수 있도록 스토리를 만들 필요가 있음. 또한 교육용으로보다는 성인용 뮤지컬에 주력, 음반작업의 퀄리티를 높여 제작, 시너지 효과를 노려봐야 할 것임.

5) 평택문화원: 지영희 선생-->지영희

기획안 내용	국악 현대화의 선각자 지영희 관련 평전 작업, 학술대회 및 국악경연대회, 생가복원, 국악상 제정, 시상 등의 사업으로 전통예인의 선양 및 홍보를 체계화하여 평택의 도시브랜드를 새롭게 구축하고자 하는 계획안 도출
자문내용	평전을 발간하고 학술대회를 개최하는 일반적인 방식으로 “지영희”를 지역브랜드로 키우기 힘들 것임. 이에 시나위의 대가였던 만큼, 현대 재즈형식을 차용하여 홍대의 인디밴드와 결합, 인디밴드가 즉흥연주의 대가였던 지영희 선생의 업적을 따라가는 기행식의 책을 발간한다던가, 이와 함께 인디밴드와 함께 하는 공연을 기획하는 것이 젊은 층에게 보다 쉽게 어필할 수 있고 파급력이 높을 것임.

6) 하남문화원: 도미부인설화-->아랑과 도미

<p>기획안 내용</p>	<p>도미설화를 바탕으로 이를 뮤지컬 및 애니메이션, 캐릭터 사업 등 문화콘텐츠화하여 하남시의 대표 브랜드가 될 수 있도록 할 계획임. 기존에 진행되어온 창작 무용극 관련 작업의 퀄리티를 높여서 OSMU의 대표물로 다양하게 활용할 수 있는 방안 강구</p>
<p>자문내용</p>	<p>도미부인설화라는 말 대신 “아랑과 도미”라는 타이틀로 작품을 제작하는 것이 유리함. 여성의 이름이 앞으로 오는 것이 더 유리하며, 한국판 “사랑과 영혼” 등의 가제를 붙여서 작품에 대한 포지셔닝을 명확히 하는 것이 청중 및 관계자들에게 보다 쉽게 어필할 수 있는 방법임. 역사적 러브스토리를 보다 현대적인 측면으로 각색하여 등장인물의 캐릭터를 보다 구체적으로 표현하면, 향후 다양한 콘텐츠로 활용할 수 있는 자원이 될 것이라고 보여짐</p>

☞ **향후 일정:**

- 자체 사업계획서(기획안)를 PPT와 한글문서파일로 각각 제출
- 2012년 [지역문화 대표브랜드 육성 시범사업](문화체육관광부 주관) 계획안이 마련되고 있는바(지역민족문화과-330/2011. 7. 22일자 공문) 본 내용을 바탕으로 2012년 사업 예산안에 반영할 수 있도록 도지 회 및 연구실에서 노력

3. 토론회 진행

3.1 토론자 논평

경기도 시·군 문화유산원형 토론회 - 토론문

심 승 구

(한국체대 교양학부 교수)

1. 2011년 경기도 자차제에서 제안한 6개의 문화원형 추진사업은 지역성에 근거한 상징적인 문화콘텐츠를 개발한다는 점에서 의미있는 시도라고 판단된다. 작년부터 거의 2년여에 걸쳐 지역의 대표적인 문화콘텐츠를 개발하기 위해 세심하게 준비해 오신 경기도 각 지역 문화원과 경기문화재단의 노고에 먼저 치하를 드린다. 이번 사업 결과가 성공적으로 끝나길 바라는 동시에 지금까지 추진해 온 절차나 방법 등이 경기도의 다른 지역문제 해결을 위해서도 좋은 사례가 되기를 기대한다.

2. 지역문화원형은 지역사회와 지역민의 공동체성과 자긍심을 회복시키는 구심점의 역할을 수행할 것으로 예상된다. 따라서 지역의 콘텐츠 개발은 그 지역을 대표하는 문화원형을 기반으로 추진할 필요가 있다. 또한 장기적인 계획아래 우선 순위를 정하여 순차적으로 추진하되, 지역에서 선정된 문화원형의 위상과 비중을 조망하고, 그 대상이 지역민들에게는 어떤 가치와 의미가 있는가에 대한 분석이 선행되어야 할 것으로 보인다. 이러한 분석과 인식의 공유는 향후 콘텐츠 개발이 지역민들에게 긍지와 자부심은 물론 지속가능한 공감콘텐츠로 발전해 나가는 토대가 될 가능성이 크다.

3. 경기도 지역문화원형사업은 지역의 문화브랜드로서 기능하기 위한 문화 자원의 활용 및 문화콘텐츠 개발이 목적이다. 따라서 콘텐츠 개발을 위해서는 일차적으로 콘텐츠를 소비하거나 향유하는 대상자들에 대한 명확한 설정과 분석이 필요하다. 문화원형의 주제나 소재를 둘러싸고 역사적 맥락에 따라 소통의 주요 대상 및 방식이 결정될 수 있기 때문이다. 즉, 소재와 매체 그리고 향유자의 요구분석 이후 개발에 착수하는 노력이 필요하다. 예컨대 뮤지컬이나 애니메이션, 영화와 같이 특정 장르로 개발 할 경우에는 더욱 필수적이다.

실제로 의정부(의순공주)와 하남(도미부인설화)의 경우 소재의 특이성은 있으나, 이야기의 주제가 모든 연령이나 계층에서 소통되기에는 다소 무리가 따른다. 향후 이를 추진하기 위해서는 오늘날 정서와 맞지 않는 이야기 구조나 인물의 설정 등에 대한 새로운 의미부여와 해석이 뒤따라야 할 것이다.

4. 6개의 지역문화원형 중 과천(추사 김정희), 의정부(의순공주), 평택(지역희 선생), 하남(도미설화-아랑과 도미)에서 선정한 4곳은 인물과 관련된 문화원형이고, 성남(모란시장)과 용인(할미산성)에서 선정한 2곳은 공간적인 문화원형이라는 특징을 갖는다. 다만, 선정된 소재들은 지역과 관련성을 맺고 있으나, 그 소재가 지역의 정체성이나 특색을 드러낼 수 있는 맥락 찾기가 필요하다. 또한 공간을 활용할 경우에는 좀 더 체계적이고도 종합적인 계획의 수립이 필요해 보인다. 이 밖에 지역의 문화원형이 지역의 문화브랜드 및 상징으로 연결되기 위해서는 철저한 실행계획 뿐 아니라 향후 운영, 관리에 대한 인프라를 고려하는 자세도 요구된다.

1) 과천 - 추사 김정희 상품개발

▶과천시 소장 추사 김정희의 작품을 활용한 문화상품(족자, 캘린더, 문

화소품)개발

- ▶ 추사박물관 건립(2012)이후 뮤지엄 샵 및 기타 추사업과 연계하여 판매 및 활용
- ▶ 문화소품 및 상품 개발은 뮤지엄샵 등에서 판매 및 유통 될 수 있지만 이는 다른 지역과의 차별성이나 및 기존의 회화작품의 상품화와 차별화되지 못하는 한계

2) 성남 - 모란시장 관광자원으로 활용

- ▶ 모란장의 지속적이 관광자원화를 위해서는 시장의 활성화가 함께 도모되어야 함
 - 모란장에서 물건구매 및 판매의 다양한 형태(프로젝트) 개발
- ▶ 모란장의 풍경 및 현대화된 시장과의 차별화된 경관 및 전통시장으로 는 한계
- ▶ 조선시대의 장터에서 물건을 거래하는 방식 (예: 마수걸이)을 활용

3) 용인 - 할미산성의 복원 및 문화콘텐츠 개발 방안

- ▶ 지속적인 지역의 문화자원으로서 활용하기 위한 방안을 마련한 후에 복원 필요
- ▶ 역사적 대상 및 유적의 복원과 활용을 구분으로서의 접근에서 탈피 할 필요
- ▶ 유적의 발굴 및 복원과정에서 발생하는 역사적 문화적 의미를 시민들이 공감 및 체험 할 수 있도록 해야 함

4) 의정부 - 의순공주의 뮤지컬

- ▶ 의정부와 관련성 있는 역사적 인물의 설정은 의미 있음
- ▶ 의순공주라는 소재가 갖는 새로움 혹은 특이성이 아닌 역사적 문화적으로 갖는 의미를 찾아야 하며 또한 현재적 관점에서 의미부여 필요
- ▶ 의순공주의 주제와 스토리가 현재 모든 세대의 공감을 얻기는 어려움

의순공주의 주제의식에 부합하는 이야기의 확장 및 그에 맞는 소비계층의 설정이 필요함

5) 평택 - 지영희선생 브랜드화

- ▶ 국악의 현대적 발전을 이룬 지영희선생에 대한 연구와 다양한 교육자료로 활용
- ▶ 대상에 대한 학술적 연구를 기반으로 평택지역의 무형문화와의 연계성을 고려한 브랜드화의 고민은 의미 있음
- ▶ 인물과 관련된 스토리적 가치의 다각적 발굴 및 지영희 선생에 대한 정확한 캐릭터 설정 및 진행예정인 다양한 사업의 전체 컨셉이 필요함

6) 하남 - 도미 설화의 문화콘텐츠 개발

- ▶ 지역 설화를 기반으로 창작뮤지컬과 애니메이션 제작을 추진, 향후 발생하는 캐릭터를 다양한 문화콘텐츠로서 활용하려는 시도 좋음
- ▶ 설화나 전설은 기본적으로 유사한 내러티브 구조를 갖고 있으며, 등장하는 인물의 성격 및 유형 또한 유사함. 따라서 설화의 시대적·역사적 배경과 맥락적 가치를 통해 드러낼 필요가 있음
- ▶ 뮤지컬과 애니메이션을 통해 발생하는 캐릭터를 다양한 문화콘텐츠로서 활용하기 보다는 먼저 '도미'라는 캐릭터의 명확한 설정이 먼저 필요할 것이며, 그 후에 그 캐릭터에 가장 부합한 매체를 결합시키는 과정이 더 바람직하다고 생각됨

결론적으로 상기 지역문화원형 사업이 효율적으로 추진되기 위해서는 각 지자체가 각각 (가칭) “지역문화원형을 활용한 문화콘텐츠 개발방안 학술대회” 개최를 통하여 종합적이고도 구체적인 방안을 마련하는 노력이 필요해 보인다. 이를 위해서는 향후 해당 지자체와 경기문화재단과의 지속적인 협조와 지원이 필요하다고 판단된다.

지역문화 대표브랜드 육성사업의 의미와 지향점

류 정 아

(한국문화관광연구원, 연구위원)

지역문화자원을 지역의 역동적 활성화의 수단으로 활용하고자 하는 움직임은 이미 상당히 오래전부터 지역의 생존과 직결된 것으로 인식되어 왔음에도 불구하고, 이와 관련한 구체적인 움직임과 이러한 움직임들의 네트워킹은 체계적으로 일어나지 않았다. 따라서 오늘 경기도를 중심으로 지역문화원형 또는 지역문화자원을 다양한 방식으로 개발하고 활용하고자 하는 노력들이 서로 모여 시너지 효과를 내고자 하는 시도는 타 지역에도 중요한 시사점을 줄 수 있을 것이라고 생각한다.

따라서 이러한 목적을 달성하기 위해서 가장 우선적으로 고려해야 하는 문제는 “지역 차별화”이다.

지역의 문화자원을 활용한 지역문화 대표브랜드를 개발하는 것은 다양한 단계를 거쳐서 이루어질 수밖에 없으며 이를 성공적으로 이끌어내는데 다양한 차별화 전략이 필요하다는 것이다. 우리나라의 지역은 사실 최소한 외형적으로 그다지 큰 특색을 가지지 못하는 경우가 많다. 즉 일상적 삶의 외형적인 모습에서 차별성을 찾아내기는 어렵다는 것이다. 그러나 그 유사한 모습 속에 살고 있는 사람들은 각자 고유한 삶의 역사를 가지고 있고, 이 고유한 삶의 이야기는 지역마다, 마을마다 다 가지각색의 의미와 가치를 가지게 된다. 이러한 일면 겉으로는 잘 드러나지 않은 숨겨진 의미를 찾아내어서 그것에 선명한 색깔의 옷을 입혀주는 작업이 바로 지역문화 브랜드가 되는 것이다.

이를 위해서 가장 효과적으로 활용될 수 있는 자원이 지역의 역사·문화 자원이고 이를 활용해서 지역문화브랜드를 만들고자 하는 것이다. 부존자원

이나 자연 또는 생태적 환경과 달리 역사문화자원은 타지역의 모방이 불가능할 뿐만 아니라, 설사 외형적으로 유사하게 만들었다 하더라도 지역과의 오랜 시간을 걸쳐서 이루어진 ‘특별한’

그러나 여기서 말하는 특별한 관계성이 증명되지 않는다면 어떤 의미도 부여받지 못하게 된다.

“차별성”이 단지 “다른 것”에 그러나 여기서 말하는 특별한 “차별성”이 단지 “다른 것”에 머문다면 어떠한 부가가치도 머문다면 어떠한 부가가치도 창출하지 못하게 될 것이다. 창출하지 못하게 될 것이다.

왜냐하면 타인의 머리 속에 각인되고 있는 것이 보이지 않는 와중에 다양한 모양새를 가지면서 전파될 때 비로소 부가가치를 창출되는 것이지, 단지 좀 독특하다는 이유 하나만으로는 오랜 시간 동안 지역을 대표하는 상징이나, 의미, 그리고 더 나아가서 브랜드가 되기는 어려울 것이기 때문이다.

여기서 등장하는 개념이 상품화 또는 마케팅 등이다. 고유한 역사문화는 지방자치 시대의 지역브랜드 마케팅 전략도구로서, ‘도시재생’을 위한 지역 활성화 전략으로 과거의 부정적 이미지를 상쇄하고 새로운 이미지를 창출하고자 하는 노력에서 때로는 기대 이상의 성과를 내주기도 하기 때문이다. 장소 마케팅이란, 특정지역을 하나의 상품으로 인식하고 지역의 모든 생산품과 문화, 지역의 유무형 자원, 생산물, 지역주민과 기업, 관광객들이 선호하는 제도, 시설을 개발하여 널리 알리고 상품화하여 지역브랜드 가치 상승을 꾀하는 것이다.

문화자원이 마케팅의 단계로 넘어왔을 때, 이젠 이것은 더 이상 문화, 전통, 민속 등의 수준에서만 존재할 수는 없게 된다. 이러한 경우에 비로소, 지역의 문화자원은 사회를 구성하는 기타 분야의 보조적인 영역이 아니라 필수적인 분야가 될 뿐만 아니라, 사회를 구성하는 다양한 영역을 아우르고, 그것들 각각의 것들을 관계 맺게 하여 사회적 문화확산 효과, 지역발전 시너지 효과를 산출할 수 있게 될 것이다.

이러한 차원에서 본 토론회에서 제시된 과천의 추사 김정희, 성남의 모란시장, 용인의 할미산성, 의정부의 의순공주, 평택의 지영희, 하남의 아랑도도미 등의 자원이 각 지역의 문화이미지를 대표하는 것으로 타지역과 차별화를 내는 데 핵심적인 아이템이 될 수 있는지, 이 각각의 항목들이 오래 전부터 만들어서 전해내려 와서 현재까지 이르고 있는 다양한 스토리들은 존재하는지, 그리고 그것을 어떻게 상품화하며 실질적인 지역활성화에 기여할 수 있을지 구체적인 고민이 필요한 시점이다.

지역문화원형을 대중 속으로

정영선

(주)브랜드스토리 기획이사

하남의 아랑과 밀양의 아랑

한국인에게 '아랑'은 두 명이다.

한 명은 왕의 유혹과 협박에도 정절을 지킨, 도미의 부인 아랑이다.

경기도 하남시의 지역문화원형콘텐츠이니 하남 아랑으로 부르자.

다른 한 명 역시 이름이 아랑이고, 정절의 상징이다.

이 아랑은 겁탈을 당할 위기에 처하자 은장도로 자결하여 정절을 지켰다.

경남 밀양의 지역문화원형콘텐츠이니 밀양 아랑으로 부르자.

하남 아랑과 밀양 아랑, 이름도 같고, 정절의 상징이라는 것도 같다.

그런데 차이가 있다.

하남의 아랑에 대해서는 별 거부감이 들지 않는데 밀양 아랑에 대해서는 거부감이 든다. 여성들, 특히 젊은 여성들의 경우 더욱 그렇다. 어떤 차이가 있을까?

사랑과 인습, 능동성과 수동성

하남 아랑은 남편 도미를 깊이 사랑했다.

그녀의 미모를 탐낸 개로왕이 도미의 눈을 멀게 하여 멀리 내쫓고 아랑을 손에 넣으려 한다. 그러나 아랑은 지혜롭게 그 위기를 극복하고 남편을 찾아 나선다.

결국 어렵게 하남의 어느 강가에서 눈먼 도미를 만난 아량은 그를 꼭 부둥켜안고 온다. 그리고 두 사람은 백년해로한다.

하남 아량은 백제 여인이다. 개개인의 차이는 있겠지만 고대 한반도 사회에서는 여성에게 그렇게 절대적으로 정절을 요구하지 않았다.

그러나 아량은 개로왕의 협박을 이겨냈다. 그것은 순전히 자유의지에 의한 자발적 선택이자, 남편에 대한 순수한 사랑 때문이었다. 남에게 어떻게 보일까를 의식한 것이 아니었다. 따라서 하남 아량의 사랑은 능동적이다.

그러나 밀양 아량은 좀 다르다. 그녀는 겁탈을 당할 위기에 처하자 은장도로 자결한다. 하지만 그것으로 끝나지 않는다. 원혼이 되어 밤마다 고을 원님의 방에 나타난다. 그 바람에 원님들이 부임하는 첫날밤에 심장마비로 죽는 불상사가 계속된다.

그러던 어느 해, 강단 있는 원님이 부임했다. 그 원님은 아량 귀신이 나타나자 호통까지 치며 이유를 물었다. 그러자 아량은 눈물을 흘리며 사정한다. 자신을 이렇게 만든 ‘그놈’을 처단해 달라고. 자기가 하얀 나비가 되어 그놈의 머리 위에 앉겠으니, 그 놈을 잡아서 사형해 달라고.

결국 원님은 다음날 고을 남정네들을 동헌으로 불러 모은다. 그러자 정말로 어디선가 하얀 나비 한 마리가 날아와 어떤 남자의 머리 위에 앉았다. 원님은 그 남자를 사형에 처했다. 그러자 아량 귀신은 다시는 나타나지 않았다. 밀양 아량은 조선 여인이다. 목숨보다 정절을 중시했던 당시이니 양가 규수였던 아량으로서는 정절을 잃을 바에는 자결하는 길을 택할 수밖에 없었을 것이다. 설령 산다고 해도 그건 산 목숨이 아닐 테니까. 가문에 먹칠을 한 죄로 평생 손가락질을 받으며 살아야 했을 테니까.

그래서 그녀의 정절은 어딘가 인습에 의해 강요당한 것 같은 느낌을 준다. 심하게 말하면 이슬람권의 명예살인 내지는 명예자살까지 떠오르게 한다. 원혼이 된 뒤의 행태도 매력이 없다. 자기의 문제 때문에 죄 없는 사람들을 죽게 만든다. (비록 고의는 아니었지만)

그런데 이상하지 않은가? 귀신인 그녀를 보기만 해도 원님들은 심장마비로

급사한다. 그렇다면 왜 아량은 자기를 겁탈하려 한 그 남자 앞에 직접 나타나지 않았을까? 왜 원님들에게 대신 복수를 해 달라고 부탁했을까? 그래서 밀양 아량에서는 수동성이 느껴진다.

지역문화원형은 박제가 아니다

지역문화원형의 범위는 참으로 넓다. 노래, 춤, 회화, 조각, 극, 민담, 전설에 이르기까지 그 지역의 특색을 담은 모든 콘텐츠는 지역문화원형이라 부를 수 있다.

이미 이 콘텐츠들의 중요성을 인식한 학계와 지자체는 이러한 지역문화원형을 채집하고 정리하는 데 열정을 기울이고 있다.

그런데 이것으로 끝이 아니다. 문화는 사람이, 대중이 호흡하고 찾아줄 때 그 가치를 얻는다. 손때가 묻고 입에 오르내리고 이 사람 저 사람 손을 거치며 조금씩 변하고, 시대에 맞게 발전되고... 이러한 과정을 거치면서 재생과 변이의 과정을 거치는 생물이어야 한다.

그러려면 지역문화원형은 동시대를 사는 사람들의 문화코드를 배려해야 한다. 조선시대의 가치관을 낡것 그대로 21세기 대중에게 내민다면 호응이 높을 수가 없다. 호응과 관심도가 낮으면 이에 대한 투자도 줄어들고, 이것은 지역문화원형에 대한 자부심과 관심을 떨어뜨리는 악순환의 고리를 만들게 된다.

전통이라 해서, 옛것이라 해서 무조건 원형 그대로 보존만 해야 한다면 그것은 생명을 잃는다. 사람의 관심을 떠난 문화콘텐츠는 박제된 새이다. 누군가 계속 먼지를 털어 주어야 하는, 그럼에도 불구하고 하늘을 날 수 없는, 그래서 늘 외부의 지원과 도움으로 유지될 수밖에 없는 박제된 새.

지역문화원형을 스스로 날게 하자

전통적인 춘향이는 오늘날 여성들에게 매력이 없다. 그러나 트렌디 드라마 <쾌걸 춘향>의 춘향은 얼마나 큰 사랑을 받았는가?

<쾌걸 춘향>의 춘향은 이몽룡을 통해 신분상승을 꿈꾸지도, 부당한 대우에 질질 울면서 그저 이몽룡이 찾아와 자기를 도와주기만을 기다리고 있지도 않는다. 사업을 해서 성공을 거두고, 자신의 사랑을 스스로 선택한다.

21세기 대중은 이러한 춘향을 사랑한다. 지역문화원형콘텐츠가 스토리텔링을 통해 시대에 맞게 각색되고 변화해야 하는 이유가 여기에 있다.

사실 전통 그대로의 것이 몇 가지나 될까? 판소리 <춘향전>은 근대기에만 들어졌다. 실제로 조선의 암행어사는 그야말로 '암행'을 했기 때문에 그러한 난장의 무대를 만들지 않았다. 암행어사 출두 장면은 막부시대를 배경으로 한 일본 민담과 너무나 닮았다. 하지만 다들 그저 침묵할 뿐이다.

어느 한복연구가는 개량한복을 성토했다. 우리 전통한복이 아니라는 것이다. 그러나 한복조차도 얼마나 많이 변했는가? 저고리가 길고 소매통이 넓었다가 점차 저고리 길이가 짧아지고 소매통이 좁아졌다. 그러다 시간이 흐르면서 점차 배래선이 둥글어지고 저고리 길이도 길어졌다. 심지어 체형이 서구화되고 입식생활이 보편화된 오늘날, 한복이 변하는 건 자연스럽지 않을까? 변한다는 것은, 누군가가 계속 찾고 쓰고 관심을 갖는다는 반증이 아닐까?

그렇다고 원형을 완전히 바꿔 버리자는 것은 아니다. 원형은 원형대로 전문가들의 작업을 통해 고증되고, 복원되고, 보존되어야 한다.

그러나 대중들이 지역문화원형 콘텐츠에 관심을 갖게 하려면 먼저 그들의 입맛에 맞는 스타일로 접근할 필요가 있다. 생선을 먹지 않는 아이에게 생선의 장점을 논리적으로 설명하며 억지로 먹이려 드는 어머니보다는 이런 저런 재료와 생선을 함께 섞어 동그랑땡을 만들어 주는 어머니가 더 지혜롭지 않을까?

지역문화원형을 날게 하자. 스스로의 힘으로 날 수 있게 하자. 훨훨 날아서 대중 속으로 날아가게 하자. 대중이 모이를 주고, 함께 놀게 하자. 그러면 언젠가 대중은 자기들 속으로 날아온 이 새의 본모습을 궁금해 할 것이다. 연구해 볼 것이다. 그러면 지역문화원형의 진짜 모습도 알게 될 것이다.

경기도 시, 군 문화유산원형 토론회-토론회

이택광

(경희대학교 영미문화전공 교수)

지역을 부각시키기 위한 문화원형발굴 사업은 궁극적으로 지역특성을 브랜드화 하는 것이다. 이런 맥락에서 각 지역별로 제출된 사업의 성공 여부를 가늠해 봐야 한다. 브랜드는 기본적으로 대중의 관심과 보편성에 근거한다. 무형의 문화를 가치화하는 것이 브랜드이다. 가치화의 기준으로 본다면, 브랜드는 어떤 것을 좋아하거나 싫어하는 호불호에 따라서 결정되는데, 일단 브랜드화가 완성되면 역으로 호불호의 가치관을 규정하기도 한다.

먼저, 과천문화원이 **추사 김정희**를 브랜드화 하겠다는 방침은 특성화라는 문제점에 부딪힌다. 그러나 과천과 김정희라는 연결성에 대한 고민을 더 해야 할 것이다. 김정희는 과천에 국한한 인물이 아니라면, 좀 더 김정희와 과천의 관계를 부각시킬 필요가 있다.

둘째, **모란시장**의 경우는, 모란장을 그대로 브랜드화 하기는 어려움이 있다. 유통형태의 현대화는 고객들에게 세련된 형태의 문화생활을 의미하는 것이기도 하기 때문에 굳이 모란시장을 찾아가야 할 이유를 찾아야 한다. 서울 통인시장처럼 지역 예술가나, 상인들이 자발적으로 모란시장을 특성화하는 일에 참여하는 계기들을 만들 필요가 있다.

용인문화원이 브랜드화하려는 **할미산성**은 일단 사연의 브랜드화라는 차원에서 충분한 내러티브를 갖추고 있다는 생각이다. 그러나 할미=할머니와 연결 짓는 것은 좀 무리가 있다. 오히려 '산성'에 초점을 맞추고, 산성의

이미지를 활용해서 브랜드화 할 수 있는 가치를 찾는 것이 필요하다.

의순공주 역시 충분한 내러티브를 확보하고 있기 때문에 이를 잘 활용해서 브랜드화 할 수 있다고 본다. 묘역을 관광상품으로 개발하고 캐릭터 사업을 하거나, 관련 뮤지컬을 만들어서 정기적으로 상영하는 방식으로 ‘공주문화’를 만들어낼 수 있다고 본다. 또 공주와 관련한 문화제를 개최해서 거리행진 같은 퍼포먼스를 만들어낼 수 있다.

평택의 경우, **지영희 선생**을 기리는 국악제를 개최함으로써 이미지를 부각시킬 수 있겠으나, 브랜드화라는 측면에서 크게 관심을 끌 수 있을지 의문이다. 차라리 ‘국악’에 더 초점을 맞추는 것이 지역 브랜드화에 유리할 것으로 판단한다.

하남문화원은 많은 관광객들이나 행사객들이 이미 찾고 있는 공간이기 때문에 **아랑과 도미 설화**에 바탕 한 브랜드화를 추진하면 상당히 효과적일 것이라고 생각한다. 뮤지컬이나 거리행진을 가미해서 지역축제를 정례화하고, 아랑과 도미를 브랜드화해서 지역상표로 등록하는 것도 좋은 방법이라고 생각한다.

3.2 토론회 논의 내용

일 시

2011. 8. 25

장 소

경기문화재단 다산홀

토 론 내 용

☞ 참여 문화원별 세부계획 & 자문내용

■ 모두발언_ 심승구 교수

지역의 문화를 가지고 지역문화원과 문화재단 등의 기관들이 꾸준히 개발하고자 하는 노력은 나름 처음임. 지역문화발전을 위해서 지역관계자 및 지역민들이 모두 함께 참여할 수 있는 기회가 있어야 함. 그 첫 시작으로서의 의미가 있는 자리임

- 토론자 1_ 이택광 교수: 6개 발표 사례에 대한 국외사례 비교, 논평
본 토론회의 방향성에 대한 고민이 많았으나 지역문화유산원형을 개발하는 것은 궁극적으로 브랜딩화임. 브랜드는 지역의 정체성으로 대표됨. 기존에는 지리적 여건을 바탕으로 지역정체성을 만들었으나 인터넷의 발달 등으로 인해 더 이상 지리학적 접근으로 지역정체성을 만들기 힘들어짐. 이에 문화를 매개로 현대화된 지역정체성을 만들어가는 작업이 필요함.

국가브랜드-> 관광객 유입-> 지역발전

1) 과천문화원 : “추사 김정희”를 활용한 문화상품 개발

기획안
주요 내용

기존 김정희에 대한 잘못 알려진 것들에 대해 보완하는 작업이 현재로는 시급한 상황. 이에 적은 예산으로 추사와 관련된 문화상품 및 어플리케이션을 제작, 보급하는 활동을 우선적으로 진행하고자 함.

<p>토론내용</p>	<p>추사 김정희를 내세우는 지자체가 많이 있음. 이에 타 지역과 어떻게 다른 방식으로 과천의 고유 브랜드로 만들어 낼지에 대한 깊은 고민이 필요함. “추사 김정희”의 보편성을 과천에서는 어떻게 차별화하여 가져갈 것인지, 방향을 명확히 정해야 할 것임. “추사 김정희”를 통해서 지역민의 문화향유 및 교육적 측면의 강점을 살려야 함.</p> <p>더불어 추사가 말년에 기거했던 곳에 대한 이야기에 집중하여 개발하면 더 좋을 것임. 예술가가 생의 마지막 불꽃을 태운 것을 강조하여 고서화 전문가를 초청, 학술대회를 진행하면서 과천과 추사의 연결성을 키워나가야 함.</p>
--------------------	--

2. 성남문화원 : “모란시장”의 관광자원화 방안

<p>기획안 주요 내용</p>	<p>재래시장의 특성을 살린 모란장 활성화를 위해 관련 관광자원 개발(휴게시설 마련 및 세부 체험 프로그램(ex: 벼룩시장, 경제교육, 조선시대 장터 운영 등))</p>
<p>토론내용</p>	<p>모란시장의 노스텔지어를 강조하여 지역주민들의 합의를 이끌어내는 방법이 중요. 지역예술가가 참여 한 활동을 통해서 지역주민들과 지역브랜드로서의 합의를 이끌어내는 과정으로 진행해야 함. 반면, 예술가가 참여할 때는 시장주민들의 눈높이에 맞춰져야 하며, 상인 눈높이의 프로그램으로 접근해야 함.</p>

3. 용인문화원: “할미산성” 문화콘텐츠 개발

<p>기획안 주요 내용</p>	<p>할미산성을 테마로 산성 정비사업, 에코브릿지 설치, 관련 학술대회 및 스토리텔링 공모사업을 실시, 역사교육의 장 및 동서 화합의 장, 자연학습의 장으로 활용</p>
<p>토론내용</p>	<p>동서화합의 매개로 “할미=할머니”가 매우 적합한 것이라 봄. 주변의 산성이 많은 점을 활용해서 신라문화제 및 산성음악회 등 산성을 활용한 프로그램을 진행하면서 개발가치와 가능성을 입증하는 작업부터 시작하여 단계적으로 진행하는 것이 좋을 것 같음.</p>

4. 의정부문화원: 지역문화콘텐츠 발굴 프로젝트
“뮤지컬_의순공주”

<p>기획안 주요 내용</p>	<p>기존 쇼케이스로 제작된 “뮤지컬 의순공주”를 보완, 보다 완성도 높은 공연으로 재구성하여 전국 순회공연 및 음반제작 등의 콘텐츠 사업으로 확장</p>
<p>토론내용</p>	<p>스토리가 자칫 무거울 수 있음. ‘공주’ 라는 부분에 초점을 두고 현대화시킬 수 있는 부분을 고민하고 우선적으로 지역주민들에게 ‘의순공주’가 의정부의 대표인물로 인식될 수 있도록 해야 함. 좀 더 긍정적인 메시지를 부각시켜야 현대 대중에게 효과적으로 어필할 수 있는 부분이 높음.</p>

5. 평택문화원: 국악 현대화의 선각자 "지영희" 관련 지역브랜드 개발	
<p>기획안 주요 내용</p>	<p>국악 현대화의 선각자 지영희를 중심으로 전통예인의 선양 및 홍보를 체계화하여 평택의 도시브랜드를 새롭게 구축(평전 작업, 학술대회 및 국악경연대회, 생가복원, 국악상 제정 및 시상 등)</p>
<p>토론내용</p>	<p>인물에 초점을 맞추게 되면 오히려 많은 노력과 시간이 걸릴 수 있음. 국악타운을 만들고 국악제를 보다 대중화할 수 있는 작업이 필요함.</p> <p>낮선 콘텐츠 접근할 때, 익숙한 것으로 접근할 필요가 있음. 따라서 지영희의 국악을 키우기 위해서는 대중들에게 익숙한 방식으로 접근, 이에 대한 관심을 높일 필요가 있음.</p>

6. 하남문화원: 도미설화의 문화컨텐츠 개발	
<p>기획안 주요 내용</p>	<p>도미설화를 바탕으로 기존에 진행되어온 창작 무용극 관련 작업의 퀄리티를 높여서 OSMU의 대표물로 다양하게 활용, 하남시의 대표브랜드화 시키고자 함.</p>
<p>토론내용</p>	<p>“도미와 아랑”은 지역브랜드로 만들기에 굉장히 우수함. 이와 더불어 하남의 지역민들이 지역발전에 관심이 많은 편, 이에 “도미와 아랑”을 지역민 표창 브랜드로 만들어 친숙하게 만들어 “도미와 아랑”이 하남의 대표 문화콘텐츠임을 알려 나가고, 이를 통해 확산된 지역민들의 인식을 바탕으로 장기적으로 다양한 사업을 확장해 나갈 수 있을 것임.</p>

☞ 토론자 2_

류정아 박사 : 추진 중인 지역브랜드 방향 및 진행시
유의할 점에 대한 논평

- 지역문화원형, 자원을 콘텐츠로 개발한다는 작업은 오래전부터 진행되어왔음. 그러나 성과를 명확히 보여주지는 못했음.
그러나 현재 지역문화가 가진 힘이 국가를 넘어서서 세계화를 통해 세계와 직접 만나는 시대가 되었기 때문에 지역의 묻혀 있는 지역 문화자원에 색을 입히는 과정이 매우 중요한 시기가 왔음.
- 지역브랜드를 지역의 특성, 정체성으로만 볼 수 없음. 지역을 대표 하는 특성과 정체성이 모두 모아진 것, 그것을 가시화 할 수 있는 것, 효과를 낼 수 있는 것이 바로 지역브랜드임.
- 이에 지역브랜드라면 반드시 다음의 6가지를 구비해야 함.

◆ 지역브랜드의 필수 구비요소 ◆

- 1) 특수성(고유의 특수성)
- 2) 차별성(타지역과의 차이 有)
- 3) 대표성(지역의 여러 자원 중 대표적인 것인지, 지역민들이 이를 인지하고 있는지)
- 4) 관계성(지역과의 긴밀한 관계성)
- 5) 창의성(현대적 기술, 관점의 결합/예술성)
- 6) 상품성(지역활성화의 동력이 될 수 있는지)

☒ 토론자 3_

정영선 이사 : 실천적 방식에서 선택과 집중의 중요성 강조

대중성 VS 학술적 전문성

- 지역브랜드화 작업에서 재미있으면서도 학문적 바탕을 마련하기란 쉽지 않음.
지역콘텐츠를 자발적으로 지역민들이 봐준다면, 즉 지역콘텐츠가 지역민들의 자발성을 이끌어 낼 수 있는 것이라고 한다면, 지역브랜드 관련하여 지자체 및 행정부에 얼마일 필요는 없음.
- 따라서 지역브랜드 작업을 진행하기 앞서 지역눈높이에 맞춘 콘텐츠 만들어서 자력갱생할 것인지, 아니면 철저히 학문적인 연구 콘텐츠를 목표로 할 것인지 명확히 선택해야 함. 그에 따라 접근 방식이 달라 질 수 있음.

4 평가회의

일 시	2011. 9. 5	장 소	경기문화재단 회의실(6층)
참 석 자	※ 6개 지역 담당자 및 경기학연구실, 경기도지회 사무처		
주요 안건	※ 경기도 시·군 문화유산원형 토론회 평가회의 - 참가문화원별 자체 평가 및 향후 진행 방향 논의		

회의내용

◎ 지역별 평가 내용

— ‘할미산성’이라는 부분에 대해 주제 및 소재적인 부담은 있었으나 2014년 용인 600주년 기념사업의 일환으로 본 사업을 가져가고 싶음. 이에 지자체에서는 산성에 대한 정비사업 등의 하드웨어적인 부분을 담당하고, 문화원이 하드웨어를 채울 수 있는 소프트웨어를 발굴, 개발하는 쪽으로 가닥을 잡아보려고 함. 이와 관련해서 본 토론회를 통해 다양한 가능성을 발견하고 확인할 수 있는 자리가 되었다고 생각됨.

— 본 사업과 같이 장기 프로젝트에 대해서 지자체는 행정적 연속성이 부족하기 때문에 대체로 적극적이지 않음. 오히려 지역의 문화자원을 활용해서 이를 개발해나가는 장기 프로젝트는 해당지역의 문화원이 더 큰 강점을 지니고 있음. 이에 이러한 부분을 해당 지자체에 널리 알리고 현재 중앙과 광역에서 진행되고 있는 사업

에 대해 가시적으로 설득할 수 있는 작업이 필요할 것으로 보임.

또한, 본 사업과 관련하여 예산의 한계가 존재하는데 이에 대해서는 문화재단 측에서 해당 사업에 대해 기획공모를 진행할 때, 토론회에 참여한 기존 지역문화원이 우선적으로 참여할 수 있도록 배려, 힘들지만 꾸준히 이어갈 수 있도록 지원해줬으면 함.

— 본 지역의 소재에 대해서는 보다 현대화된 작업이 필요함. 그러기 위해서는 시나리오 작업도 새롭게 진행되어야 하는데, 이와 관련하여 실제로 도움이 되는 후속조치가 각 지역마다 필요할 것이라 봄. 본 토론회를 통해 단번에 큰 예산을 확보하길 기대하진 않았으나, 이를 계기로 재단과 경기도의 지원을 바탕으로 콘텐츠 개발에 필요한 동력 및 유무형의 씨드머니를 확보할 수 있다면, 이 부분도 나름의 성과가 될 수 있다고 봄. 획일적인 매칭 방식보다는 각 지자체 상황에 맞게 지원방식을 보다 다양화해야 할 것임.

— 토론회를 통해 얻을 수 있는 성과를 얼마나 극대화하느냐에 대해 고민해 볼 필요가 있음. 이번 토론회를 통해 경기도지회의 기획력에 대해 박수를 보내고 싶음. 향후 지역 내에서도 추사 김정희의 브랜드 화사업 추진을 위해 어떤 점에 방점을 찍어야 할지에 대한 새로운 자극을 얻을 수 있는 계기가 되었음. 지금 충남 예산과 제주에서 추사 사업을 전개하고 있지만 개별적 차원에서 전개되고 있으나, 향후 세 도시와의 네트워크 방안 마련을 통해 연계브랜드화사업의 가능성을 점차 볼 수 있는 계기가 됨.

— 도미부인 설화에 담긴 드라마틱한 소재는 향후 어디에서건 다뤄질 콘텐츠로서의 장점을 가지고 있음. 문화원 차원에서 가능한 다양한

사업에 대한 보다 깊은 연구가 필요한 시점임.

심승구 교수가 제시한 것처럼 각 지자체가 각각 지역문화원형을 활용한 문화콘텐츠 개발방안 학술대회를 개최할 필요가 있으며, 그 사업을 통해 보다 지역민에 밀접한 브랜드화 사업 전개가 가능함.

— 모란시장이 가지는 역사성과 생명력이 분명히 있는 만큼, 사전에 시장 상인들에 대한 욕구, 수요조사를 통해 관 주도형의 사업이 아닌, 상인들의 자발적 참여와 아래로부터의 요구에 의한 사업 전개 필요. 모란시장은 이미 그 이름만으로 브랜드화 되어 있다고 봄.

앞으로 그것이 현실적으로 일관된 흐름을 가지고 문화콘텐츠를 생산하며, 마케팅 가능한 긍정적 브랜드화를 위한 다양한 사업 구상 아이템 개발이 필요하다고 봄.

◎ 재단 및 도지회의 역할

— 2012년 [지역문화 대표브랜드 육성] 시범사업(문화체육관광부 주관)이 계획 중임. 이와 연계하여 진행될 수 있도록 제반 지원 사항 검토

— 각 사업별로 획일화하여 진행할 수 없는 부분이 존재. 이에 각 문화원 상황에 맞게 시작점을 찾아낼 수 있도록 지원

— 본 사업에 대한 가시적 성과물을 제작, 각 지역 활동의 근거 자료로 활용할 수 있도록 함.

◎ 향후 계획:

— 본 토론회 관련 진행과정에 대한 결과보고서를 별도로 제작, 경기도에서 진행되고 있는 지역문화컨텐츠 개발을 위한 노력을 다양한 창구를 통해 알릴 수 있도록 함.

경기도 시·군 문화유산원형

토론회를 위한 이모저모(보도자료)

오늘 '문화유산원형' 토론회

경기문화재단·도문화원연합회 공동개최

경기문화재단(대표이사 권영민)과 경기문화원연합회(회장 오용원)는 25일 오후 2시 재단 3층 다산홀에서 경기도를 대표하는 명품 문화유산 브랜드 개발을 위한 '문화유산원형' 토론회를 개최한다.

이번 토론회는 경기도내 문화유산 원형을 간직한 산적을 선정, 지자체의 특화된 문화자원으로 개발할 문화유산에 대한 도민의 이해를 증대시키고 이에 대한 가치의 공유·보존 및 활용 필요성을 제고하고자 마련됐다.

재단과 문화원연합회는 이날 토론회를 통해 각 시·군의 다양한 '문화유산원형상징' 중 도민의 공감대를 형성할 수 있는 보다 경쟁력 있는 문화원형상징을 선정, 활용계획을 발표하고 관련분야 전문가의 논평을 거쳐 내용을 강화한다는 계획이다.

토론회 1부는 허용범 과천문화원 학예연구사가 '추사 김정희 콘텐츠 문화상품 개발'을 운종준 성남문화원 향토문화연구소 선임연구위원은 '오란 시장의 관광자원화 방안'을 김정환 용인문화원 사무국장은

'함미산성 문화콘텐츠 개발'을 주제로 한 사례발표가 이어진다. 이외에도 의정부·평택·하남문화원의 사례발표도 함께 준비됐다.

2부에서는 심승구 한국체육대학교수를 좌장으로 이택광 경희대 교수와 유경이 한국문화관광연구원 문화예술연구실 연구위원, 정영신(주)브랜드스토리 이사가 패널로 참여해 종합토론을 벌인다.

오용원 회장은 "토론회를 통해 지자체에서 실현 가능한 완성도 높은 '문화원형 활용 콘텐츠'가 개발될 수 있을 것"이라며 "각 콘텐츠가 해당 지자체의 내년도 사업계획에 반영되어 지역의 대표 문화상품 브랜드가 개발되기를 기대한다"고 말했다. 윤철원기자 ycw@ekgb.com

▶경기일보 8.25일자 보도

오늘 31개 시·군 '문화유산원형' 토론회

京畿 '한반도 문화 중심' 꿈꾸다

특화된 자원 개발 필요성 대두... 전문가 '머리맞대' 콘텐츠로 산업화 가능한 지역별 원천소재 발굴 주력

경기도가 명품 문화자원 대표 브랜드 개발에 박차를 가한다.

경기문화재단(대표이사 권영민)과 문화원연합회(경기도지회(지회장 오용원))는 25일 오후 2시 재단 3층 다산홀에서 경기도 31개 시·군 '문화유산원형' 토론회를 개최한다.

예로부터 경기도는 한반도의 중심지이자 국가의 역동성의 근간으로 문화 상징을 상징하고 이를 활용할 필요성이 꾸준히 제기되어 왔다. 하지만 노년 31개 시·군 문화의 정체성에 대한 조명(조명 연구가 부족하고 경기문화의 상징성을 주제로 문화사업의 개발을 시도할 때 원천소재의 부족과 저작권 침해 등의 어려움이 따랐다. 그렇기에 시·군의 토속적인 '문화유산원형'을 특화된 문화자원으로 개발해야 할 필요성은 점차 커지고 있다. 지역별 문화유산원형 상징은 전통문화와 현대문화에서 경기의 기풍(ethos)을 형성하는 문화적 원형의 근간으로서 지역과 한국문화에 대한 기여도가 높고, 문화 콘텐츠로서 산업화가 가능한 대상이기 때문이다. 지난 2006년 문화관광부 선정 100대 민족문화상징에서 경기도 관련 상징은 효, 수월화성, 정약홍, 배후성지대, 백자 등이 선정된 바 있다.

이번 토론회에서는 31개 시·군의 다양한 문화유산원형상징 중 도민들의 공감대를 형성할 수 있는 보다 경쟁력 있는 문화원형상징을 선정하여 해당 지역 문화원에서 이를 소재로 한 활용계획을 직접 발표하고 관련분야 전문가의 논평을 통해 내용을 강화할 예정이다. 관련문화원 학예연구사의 '추사 김정희, 콘텐츠 문화상품 개발'이 이어 운종준 성남문화원 향토문화연구소 선임연구위원의 '오란시장의 관광자원화 방안'과 함께 김광현 사무국장(용인문화원), 박정근 사무국장(당정문화원), 박성욱 사무국장(평택문화원), 배영옥 사무국장(하남문화원) 등 각 지역 문화원별 사례발표가 진행됐다. 이후 2부에서는 종합토론이 이어진다.

한국문화원연합회 경기도지회 오용원 회장은 "금번 토론회를 통해 지자체에서 실현 가능한 완성도 높은 '문화원형 활용 콘텐츠'가 개발될 수 있을 것"이라며 "각 콘텐츠가 해당 지자체의 내년도 사업계획에 반영되어 지역의 대표 문화상품 브랜드가 개발되기를 기대한다"고 말했다. (031)231-8572, (031)239-1020

윤철원기자 ycw@ekgb.com

은 점차 커지고 있다. 지역별 문화유산원형 상징은 전통문화와 현대문화에서 경기의 기풍(ethos)을 형성하는 문화적 원형의 근간으로서 지역과 한국문화에 대한 기여도가 높고, 문화 콘텐츠로서 산업화가 가능한 대상이기 때문이다. 지난 2006년 문화관광부 선정 100대 민족문화상징에서 경기도 관련 상징은 효, 수월화성, 정약홍, 배후성지대, 백자 등이 선정된 바 있다.

이번 토론회에서는 31개 시·군의 다양한 문화유산원형상징 중 도민들의 공감대를 형성할 수 있는 보다 경쟁력 있는 문화원형상징을 선정하여 해당 지역 문화원에서 이를 소재로 한 활용계획을 직접 발표하고 관련분야 전문가의 논평을 통해 내용을 강화할 예정이다. 관련문화원 학예연구사의 '추사 김정희, 콘텐츠 문화상품 개발'이 이어 운종준 성남문화원 향토문화연구소 선임연구위원의 '오란시장의 관광자원화 방안'과 함께 김광현 사무국장(용인문화원), 박정근 사무국장(당정문화원), 박성욱 사무국장(평택문화원), 배영옥 사무국장(하남문화원) 등 각 지역 문화원별 사례발표가 진행됐다. 이후 2부에서는 종합토론이 이어진다.

한국문화원연합회 경기도지회 오용원 회장은 "금번 토론회를 통해 지자체에서 실현 가능한 완성도 높은 '문화원형 활용 콘텐츠'가 개발될 수 있을 것"이라며 "각 콘텐츠가 해당 지자체의 내년도 사업계획에 반영되어 지역의 대표 문화상품 브랜드가 개발되기를 기대한다"고 말했다. (031)231-8572, (031)239-1020

윤철원기자 ycw@ekgb.com

▶경인일보 8.25일자 보도

경기도 31개 시·군 '문화유산원형 토론회' 개최

“도심 속 ‘모란시장’ 민속 체험의 장 돼야”

“도심 속에 자리잡은 ‘모란시장’을 전통문화와 민속의 체험 장소로 발전시켜 매력있는 명소를 만들어야 한다.”

25일 경기문화재단 다산홀에서 열린 경기도 31개 시·군 ‘문화유산원형 토론회’에서 온종근 성남문화원 향토문화연구소 상임연구원은 ‘모란시장’을 잠재적 가치를 높게 평가했다.

온 상임연구원은 “5일장이 열리는 ‘모란시장’은 전통 생활문화와 문화의 교류가 이뤄지는 삶의 현장”이라며 “원터 뿐 아니라 조성시대 장터를 재현하고 민속놀이 상설 체험을 만들어 모란시장을 활성화 할 필요가 있다”고 밝혔다.

이날 온 상임연구원을 비롯해 6개 시군 문화원 관계자들은 제마다 특색적인 ‘문화유산원형상징’ 활용 계획을 발표했다. 과원은 추사김정희, 용인군 황미산성, 하남은 도미산화를 꼽았다.

이흥원 과천문화원 학예연구사는 “과천시가 소중하고 있는 추사 김정희 선생의 작품을 다양한 표현 형태로 상품화해 시민들에게 추사 김정희 선생의 삶과 예술을 효과적으로 홍보하겠다”고 말했다.

김정환 용인문화원 사무국장은 “신리시대 석록 신곡인 함미산성을 비롯해 역사교육 및 생태 학습장



‘경기도 시·군 문화유산원형 토론회’가 25일 경기문화재단 다산홀에서 열린 가운데 발제자와 토론자들이 나란히 앉아있다.

이은경 기자

로 활용하겠다”고 제안했고, 유주시 연구원송가(의정부문화원)은 “효종의 수일갑 ‘의순상수’를 유적별로 제작하면 간접적으로 전통문화의 향토문화화 활성화하는 효과를 낼 것”이라고 했다.

박성태 광해문화원 사무국장은 “전통 여인인 지역화 선생의 일대기를 체계적으로 정리하고 브랜드화 를 통해 전통문화자원 및 관광자원으로 활용하려 한다”고 소개했다.

이 같은 ‘문화유산원형’에 대해

전문가들은 ‘자별상’과 ‘정계상’, ‘지역활성화’를 위한 고민이 필요하다고 진단했다.

삼승구 한국체육대학교 교수는 “지역과 관련성을 맺고 있지만 아직 그 소재가 지역의 경제성이나 특색을 드러낼 수 있는 매력 집기가 필요하다”며 “공간을 활용할 경우에는 좀 더 체계적이고도 종합적인 계획의 수립이 필요하다”고 평가했다.

류경아 한국문화관광연구원 연구

위원은 “타지역과 차별화 되는 핵심적인 아이덴티티 개발이 상품화하며 지역활성화에 실질적으로 기여할 수 있는지 구체적인 고민이 필요하다”고 말했다.

경기문화재단과 한국학중앙연구원 경기도지회는 앞으로 드래 문화유산원형을 기반한 문화유산의 가치의 보존 및 활용의 필요성을 알리는 한편, 지역의 특화된 브랜드로 발전시킨다는 계획이다.

김서리기자 ml300@kocor

▶ 중부일보 8.26일자 보도

경기도 시·군 문화유산원형 토론회를 위한 이모저모(보도자료)



경기문화재단과 문화원연합회경기도지회가 25일 공동으로 경기도 31개 시·군 '문화유산원형' 토론회를 개최하고 있다.

내고장 문화유산의 재발견 '원형 콘텐츠'로 가치창출

경기문화재단(대표이사 권영민)과 문화원연합회 경기도지회(지회장 오용원)는 25일 오후 2시 제192주년 다산음에서 경기도 31개 시·군 '문화유산원형' 토론회를 가졌다.

이번 토론회는 경기도내 문화유산 원형을 근저한 상징을 선정해 지자체가 특화된 문화자원으로 개발, 문화유산에 대한 국민의 이해를 높이고 이에 대한 가치의 공유·보존 및 활용 필요성을 제고하는 계기를 마련하기 위해 기획됐다.

이날 토론회에는 권영민 경기도문화재단 대표이사를 비롯해 오용원 한국문화원연합회 경기도지회장, 윤종준 성균관대인문학연구소 선임연구위원, 김진한 용인문화원 사무국장, 박성근 의정부문화원 사무국장, 박성복 명파문화원 사무국장, 백영복 하남문화원 사무국장 등 각 지역 문화원 관계자

경기문화재단-문화원연합회
지역별 특화된 자원개발 모색
보존·활용 필요성 제고차 마련

등 100여명이 참석했다. 토론회에서는 31개 시·군의 다양한 '문화유산원형 상징' 중 도입들의 공감대를 형성할 수 있는 보다 경쟁력 있는 문화원형상징을 선정해 해당 지역 문화원에서 이를 소재로 한 활용계획을 직접 발표하고 관련분야 전문가의 논평이 이어졌다.

이날 토론회에서 오용원 한국문화원연합회 경기도지회장은 "지역문화원형이라는 말이 어렵게 느껴질 수도 있지만 각 지역을 상징하는 것, 즉 건축과 미술, 음악 등이 있다"면서 "문화원형은 오랜 역사를 반영하고 있고 그 지역

주민의 정서가 스며있다"고 말했다. 이어 "이번 토론회를 통해 경기도문화 정체성을 떠들어보는 자리가 되길 바란다"고 덧붙였다.

권영민 재단 대표이사는 축사를 통해 "경기도는 한반도의 중심이며 국가적 역동성의 근간이지만 경기문화의 정체성에 대한 조형(造型) 연구는 매우 부족한 상태라 경기문화의 상징성을 가지고 다양한 문화사업 개발을 시도할 때"라며 "그 첫번째로 31개 시·군의 토속적인 '문화유산원형'을 근저한 다양한 상징을 선정해 지자체의 특화된 문화재 개발해야 한다"고 말했다.

한편 이날 사례발표는 ▲주사 김정호 콘텐츠 문화상품 개발 ▲그리움에 있는 모란시장 ▲'말미산성' 문화콘텐츠 개발 ▲유지력 의순공주 등 다양한 시·군 발표가 이어졌다.

/이종훈기자 in@e

▶경기신문 8.26일자 보도

기호일보

www.giho.com

주요 뉴스 > 경기 > 경기

도내 문화자원 특성화 모색

2014. 08.23(화) 09:00

www.giho.com/2014/08/23/

경기 문화재단과 문화유산위원회 경기도지회는 23일 오후 2시 고양 3층 다산홀에서 경기도 31개 시·군 '문화유산특화' 전문위원 개최한다고 23일 밝혔다.

재단과 문화유산위원회는 이번 토론회를 통해 도내 문화유산 현황을 간직한 상징을 선정, 지자체의 특화된 문화자원으로 개발해 문화유산에 대한 국민의 이해를 증대시키고 이에 대한 가치의 공유·보존과 활용 필요성을 제기하는 계기를 마련한다.

토론회에는 어룡관 고전문화원 학예연구사가 '추사 김정희 문헌서 문화상품 개발' 주제로 영남문화원 향토문화연구소 선임연구원이 '보문산성의 관공지유물 의미도 주목'을 발표하고, 김경환(용인·국정간(의정부) 학생복(용역)·백영옥(하남) 등 사무국자들이 차례로 문화자원 사례발표를 한다. 이어 김승규 한빛대 교수, 이덕광 경기대 교수, 유철이 한국문화유산연구원 문화유산연구소 연구위원, 정영신 (해브앤드스튜디오 이사 등이 화날로 참여해 종합토론을 벌인다.

문화유산위원회 경기도지회 유철은 회장은 "이번 토론회를 통해 지자체에서 실현 가능한 원형도 높은 문화자원 활용 콘텐츠가 개발될 수 있을 것"이라고 말했다.

기호일보(주) | www.giho.com | 경기도 문화유산위원회 | 기획/홍보팀

주요 뉴스 > 경기 > 경기

▶기호일보 8,23일자 보도

수원일보 SUWON.com

www.suwon.com

주요 뉴스 > 경기 > 경기

경기문화재단 25일 '문화유산위원회 토론회'

2014. 08.24

www.suwon.com

경기문화재단은 문화유산위원회 경기도지회 형에 25일 오전 10시 수원에서 '문화유산특화' 전문위원 토론회를 연다.

재단과 문화유산위원회는 이번 토론회를 통해 도내 문화유산 현황을 간직한 상징을 선정, 지자체의 특화된 문화자원으로 개발해 문화유산에 대한 국민의 이해를 증대시키고 이에 대한 가치의 공유·보존과 활용 필요성을 제기하는 계기를 마련한다.

토론회에는 어룡관 고전문화원 학예연구사가 '추사 김정희 문헌서 문화상품 개발' 주제로 영남문화원 향토문화연구소 선임연구원이 '오산 시 절의 관공지유물 의미도 주목'을 발표하고, 김경환(용인·국정간(의정부) 학생복(용역)·백영옥(하남) 등 사무국자들이 차례로 문화자원 사례발표를 한다.

이후 김승규 한빛대 교수, 이덕광 경기대 교수, 유철이 한국문화유산연구원 문화유산연구소 연구위원, 정영신 (해브앤드스튜디오 이사 등이 화날로 참여해 종합토론을 벌인다.

www.suwon.com | 무단 전재 및 재배포 금지 | 기획/홍보팀

주요 뉴스 > 경기 > 경기

▶수원일보 8,24일자 보도

경기도 시·군 문화유산원형
토론회를 위한 이모저모(스케치 사진)



▶사전기획회의



▶전문가 자문회의



▶ 토론회1



▶ 토론회2

경기도 시·군 문화유산원형
토론회를 위한 이모저모(스케치 사진)



▶ 토론회3



▶ 토론회 평가회의

여 백

III

경기도 시·군 문화유산원형 토론회 결과보고서 지역별 기획안

과 천_ “추사 김정희”를 활용한 문화상품 개발

허홍범(과천문화원 학예연구사)

성 남_ “모란시장”의 관광자원화 방안

윤종준(성남문화원 향토문화연구소 상임연구원)

용 인_ “할미산성” 문화콘텐츠 개발

김장환(용인문화원 사무국장)

의정부_ 지역문화콘텐츠 발굴 프로젝트 “뮤지컬_의순공주”

박정근(의정부문화원 사무국장)

평택_ 국악 현대화의 선각자 “지영희” 관련 지역브랜드 개발

박성복(평택문화원 사무국장)

하 남_ 도미설화의 문화컨텐츠 개발

백영옥(하남문화원 사무국장)

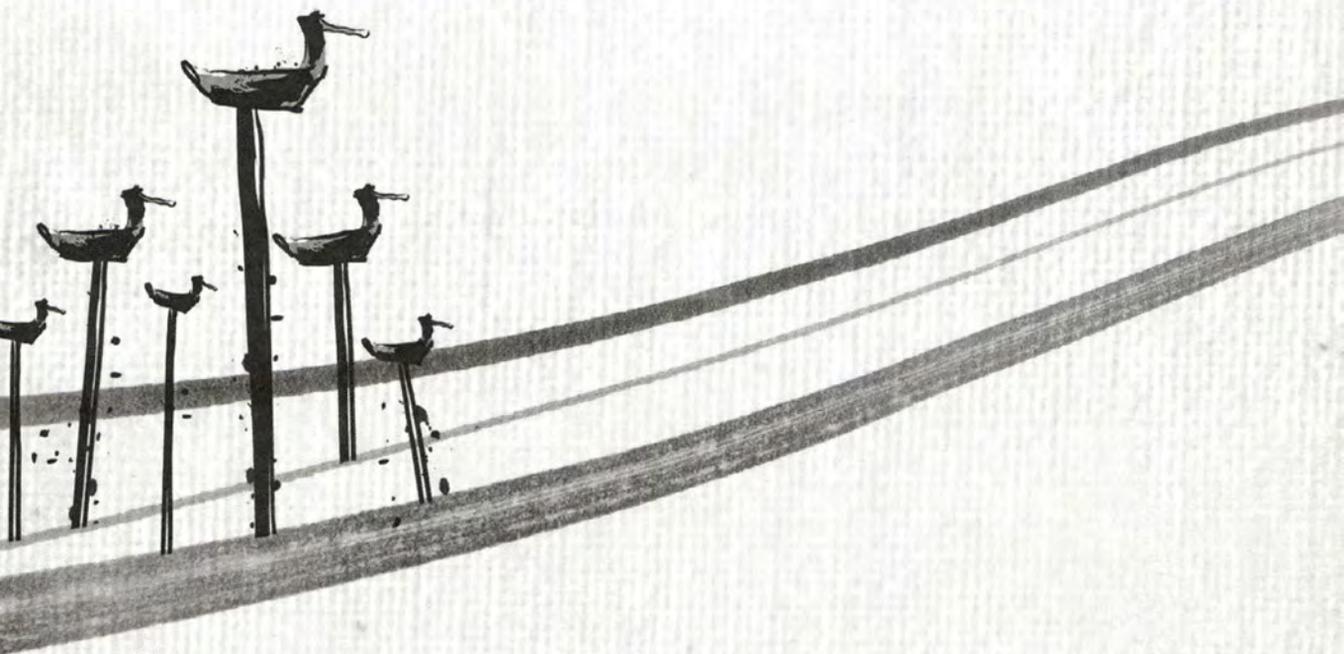


여 백

III

경기도 시·군 문화유산원형

토론회 결과보고서 지역별 기획안



과 천

“추사 김정희”를 활용한 문화상품 개발

허홍범(과천문화원 학예연구사)

경기도 시군 문화원형토론회
제1발표 : 과천



추사 김정희 콘텐츠 문화상품 개발



허종범(과천문화원 학예연구사)

과천 문화원형 후보군의 추출

- 과천무동담교놀이
- 과천나무꾼놀이
- 말
- 효자 최사립
- 경기소리
- 판줄타기
- 보부상 두령 뽑기
- 추사 김정희

추사 김정희라는 문화 현상



허권, 안당선생초상(구 김광규 소장본)



김정희 사화상(32×23.5cm, 선문내박물관 소장)

18C후반~19C중엽까지 조선의 문화지형

北學,
조선의 대문호

燕巖 박지원
(1737~1805)

俠客

野餒 백동수
(1743~1816)

經世濟民

茶山 정약용
(1762~1836)

예술

秋史 김정희
(1786~1856)

燕岩憶先兄
연암에서 돌아가신 형을 그리며



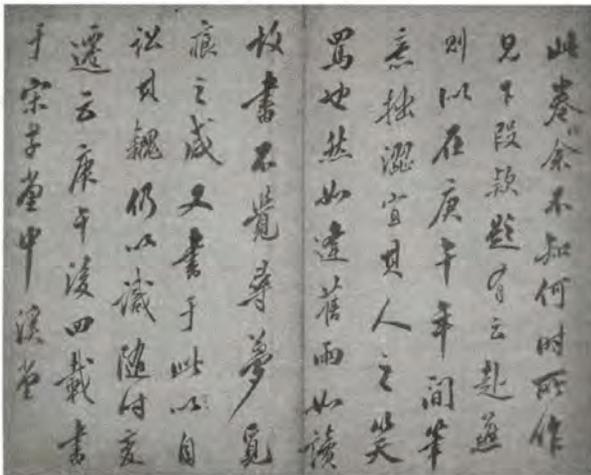
我兄顏髮曾誰似 우리 형의 외모는 누구를 닮았던가
每憶先兄看我兄 선진 그리울 때마다 형을 보았지
歎曰思兄何處見 이제 형이 그리운데 어디서 보랴
自將巾袂映溪行 옷매무새 바로하고는 시냇물에 비추어 보네
(박지원, 『연암집』 권4)

秋史 金正喜(1786~1856) 라는 사람/사내

- 조선 후기의 서화가·문신·문인·금석학자
- 가문 : 경화세족의 후예
- 경학의 연마와 연행(燕行)을 통한 국제적인 안목을 갖춤
- 2번에 걸친 제주/북청 유배를 통한 인간적/예술적 성숙
- 젊은 시절부터 명필이 되고자 하는 강렬한 욕망을 가짐
- 붓글씨문화권 명필의 장점을 종합하여 독특한 추사체 창안
- 추사는 19세기 조선 학예의 관문이자 북학의 종장

秋史 金正喜(1786.6.3~1856.10.10)의 생애구분

- 제1기(1~24세 : 1786~1809) : 수업기
- 제2기(24~25세 : 1809~1810) : 연행(燕行)기
- 제3기(25~34세 : 1810~1819) : 학예 연찬기
- 제4기(34~55세 : 1819~1840) : 출사기(出仕期)
- 제5기(55~63세 : 1840~1848) : 제주 유배시절
- 제6기(64~66세 : 1849~1851) : 강상(江上)시절
- 제7기(66~67세 : 1851.7~1852.10) : 북청 유배시절
- 제8기(67~71세 : 1852.10.9~1856.10.10) : 과천 시절



김정희, <계당서첩(涇堂書帖) 필사본> 1책(개인 소장)

이 책은 내가 언제 쓴 것인지 모르겠지만, 아래쪽의 관제(款題)에 '부연(赴燕)'이란 게 있는 것으로 보아 경오년(1810) 무렵인 것 같다. 필의(筆意)가 졸렬하니 사람들이 비웃고 욕하는 것도 당연하다. 그러나 마치 옛 친구를 만난 듯, 옛 책을 읽는 듯 나도 모르게 꿈속의 기억을 더듬는 느낌이 있다. 다시 여기에 써서 그 추한 모습을 자책하고 시간이 흘러 변화한 모습을 기록해둔다. 경오년(1810) 뒤 4년 송자당(宋子堂)에서 쓴다. 계당(溪堂) (김정희, 『계당서첩』중에서)

추사 김정희와 과천의 관련성

- 1) 1824년 과천 주암동 돌무개에 과지초당(瓜地草堂) 조성.
- 2) 생부 김노경(金魯敬, 1766~1837)의 侍墓
- 3) 추사의 과천시절(1852.10.9~1856.10.10) : 4년 거주 및 예술활동.
- 4) 말년 대표작 : 불이선란도, 판전(板殿), 대평고회 대련 등
- 5) 과천관련 호 : 老果, 果老, 果農, 果坡, 卽果道人, 杏冠山人, 七十 一果
- 6) 일제시대 호지츠키카 지카시(藤塚鄰, 1879~1948)의 추사 연구와 그 아들 아키나오(藤塚明直, 1912~2006) 2006년 과천시에 자료 기증
- 7) 추사연구회의 결성·활동(2004)과 과천시의 추사재조명사업 추진
- 8) 과지초당 복원(2007)과 추사박물관 착공(2011.6~2012.8 준공 예정)

과천시절 작품과 관련유적



불이선란도(55.0×31.1)
손진근 소장(국박 기탁)



대평고회(太京豆腐) 대련(129.5×31.9)
간송미술관 소장



봉은사 판전(板殿) 현판
(73×213)



녹원단 과지초당 전경
(2007, 과천시 주암동 180)

추사 관련 3개 지자체 문화사업 현황 비교



충남 예산군

- 추사고택 회암사당
- 추사기념관(09.2 개관)
- 예산군향토사업단
- 우수농산물 브랜드화
- 추사사랑채 보급



제주도(서귀포)

- 추사유배사(사적487호)
- 제주추사관(04 개관)
- 제주유배스투리텔센터
- 추사유배길 개발
- OSMU 마케팅



경기도 과천시

- 과지조낭
- 추사박물관(16 착공)
- 추사연구회
- 추사 재조명사업
- 학술연구에 근거

과천의 추사재조명 사업



후지즈카 부자



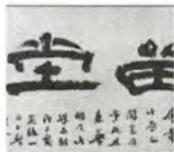
후지즈카
기증자료
인수/정리

추사학술대회 개최





秋史研究



『추사연구』 발간 추사작품전 도록 발간

각종 번역사업



추사작품전시회 개최



추사가무악극 공연
(한미국악예술단)



주사가무악극 붓 천 자루 베투 열 개(한민국악무용단, 2007~2011)

추사 홍보물 제작 사례



방구형 불이선라도 부채



시로 그린 세한도(현대시 모음집)



세한도 질부채



마천십연(磨穿十研)
간찰(영인본) 족자



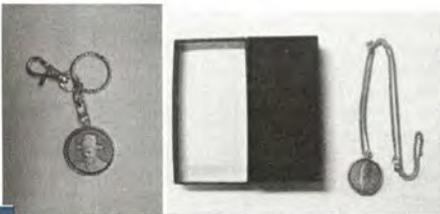
추사 줄백나이



추사조상화 엄쇠고리 추사전별도질부채



세한도 족자



추사조상화 목걸이



추사 김정희 콘텐츠 문화상품의 개발

- 추사체와 난(蘭) 그림으로 대표되는 추사의 예술론과 미학은 공간적 구도의 완벽성과 공간 배치의 조화로운 율동성에 있다.
- 2004년부터 시작된 과천의 추사사업은 학술적 성과를 바탕으로 하여 추진된 것이 특징이다.
- 추사 콘텐츠 문화상품의 개발은 추사의 삶과 예술을 효과적으로 알리기 위한 매개체이다.
- 과천 추사사업은 2004~6년 태동기, 2007~10년 기반조성기, 2011~2년 추사박물관 건립기, 2013~4년 추사박물관 정립기로 구분할 수 있다.
- 그러므로 2012년 추사콘텐츠 문화상품의 개발은 추사박물관의 C디자인을 적용할 필요성이 있다.

추사 문화상품의 개발

- 1안 : 자료집 형태 : 과천시 소장 추사 작품 해설집 발간
예) 추사 대련 모음집, 한류의 원조 추사 김정희(만화) 등
- 2안 : 추사 작품을 다양한 양식(족자, 캘린더, 문화소품 등)
으로 문화상품화
- 단계별 사업일정 / 추진방법 :
 - 1단계(2012.3~4) : 아이템 확정, 추사 대상 작품 선별
 - 2단계(2012.5~8) : 표현 양식에 적합한 시안 제작
 - 3단계(2012.9~11) : 문화상품 제작/ 보급
 - 4단계(2012.12) : 사업 완료/ 결산



세수 추사유배시에 빈 수선화(08.10.3)

김정희, <수선화부(水仙花賦)> 탁본첩

<<문장>> 창간호 표지(1939.2)

<<추사연구>> 2호 표지(2005.12). -끝-

秋史研究



추사 김정희 콘텐츠 문화상품 개발

발표:허홍범(과천문화원 학예연구사)

〈목차〉

- I. 과천문화원형 후보군의 추출
- II. 추사 김정희 문화원형의 탐구
- III. 추사 콘텐츠 문화상품의 개발

I. 과천 문화원형 후보군 추출

1-1. 한국/ 경기도 문화원형 사업의 추진 경과

○ 추진 경과

우리가 일상생활에서 경험하고 있는 최근의 다양한 디지털 매체의 발달은 문화콘텐츠 분야를 새로운 블루오션으로 파악하게 하고 있다. 이는 최근의 변화에 대해 싫든 좋든, 긍정/부정의 관점의 차이를 넘어, 이러한 변화상을 어떻게 타고 넘을 것인가, 또는 누가 먼저 선도할 것인가 하는 차원으로 전개되고 있는 듯 싶다. 문화콘텐츠의 산업화라는 최근의 흐름을 반영한 이러한 상징 작업은 도/광역시 단위의 지방 경쟁력 강화 및 지역경제 활성화와 긴밀하게 맞물리면서 한국사회에서 문화산업의 한 축을 형성하고 있다. 그리고 경기도에서 문화원형 상징작업의 추진 경과를 간략히 살펴보면 다음과 같다.

- 2005.11 문화관광부, 100대 민족문화상징 선정
 - * 경기도 관련 상징(5) : 효, 수원화성, 정약용, 비무장지대, 백자
- 2009 경기문화재단, 경기문화유산 원형 디지털화 사업 추진 발표
 - ※경기문화상징 요건 : ① 경기의 기풍을 형성하는 문화 원형질로서의 상징성 여부,
 - ② 지역과 한국문화의 기여도,
 - ③ 문화콘텐츠로서 산업화 가능성²¹⁾.
- 2010 경기도 시·군 문화원형 1차 토론회 개최
- 2011 경기문화재단, 한국문화원연합회 경기도지회 공동 시·군 문화원형 사업 추진을 위한 내부 토론회(11.7) 2회 개최, 2012년 사업 추진을 위한 공개발표(11.8) 개최
- 2012 6개 지역(과천, 성남, 용인, 의정부, 평택, 하남) 시범사업 실시(예정)

1-2. 과천 문화원형 후보군의 추출

- 과천나무꾼놀이 : - 과천의 산촌(山村)적 특성 반영,
 - 과천나무꾼
 - 2008년 한국민속축제 문화부장관상 수상.
- 과천무동답교놀이 : - 정조의 화산 능행 관련 대동국의 전승,
 - 2010년 경기도 무형문화재 제44호 지정.
 - (44-가 손종윤(호적), 44-나 오은명(상쇠))
- 말 : 한국마사회(서울경마공원) 소재지.
- 효자 최사립 : 조선 중종대 효행으로 정려(旌閭)를 받아 동국신속삼강행실도에 수록됨.
- 경기소리 : 조선후기 갈현동의 예인집단 → 일제시대 대동가극단 계승, 도 무형문화재 제34호(보유자-임정란), 경기소리전수관 개관(11.7.4)
- 판줄타기 : 갈현동의 예인집단 → 김영철(金永哲, 1920~1988) 계승 → 김대균(중요무형문화재 제58호) 전승

1)경기도 관련 상징의 선정 사유는 다음과 같다.

21. 수원화성 - 유네스코 세계문화유산, 정약용이 설계한 뛰어난 과학구조물

33. 정약용 - 한반도 실학, 즉 국학의 대부와 같은 존재

37. 비무장지대(DMZ) - 분단의 상처이자 한반도 평화와 화해의 미래이며 생태환경의 마지막 보루. 전세계에서 한반도에만 존재하는 유일한 곳.

- 보부상 두령 뽑기 : 부보상 관련, 현재 전승 중단.
- 추사 김정희(1786~1856) : 생애 말년 과천 거주 및 예술활동

II. 추사 김정희 문화원형의 탐구

2-1. 추사에 대한 예비적 고찰

- 추사 김정희(1786~1856)라는 사람/ 사내 :
 - 가문 : 명문가의 후손으로 고조부 김흥경(金興慶, 1677~1750)은 영의정을 역임하였고, 증조부 김한신(金漢薰, 1720~1758)은 영조의 사위인 부마로 월성위(月城尉)에 봉해지고, 생부 김노경도 요직을 두루 거친 명문가 출신.
 - 북학의 연마와 연행(燕行)을 통한 국제적인 안목을 지니게 됨.
 - 2번에 걸친 제주 및 북청 유배를 통한 인간적/예술적 성숙.
 - 젊은 시절부터 명필이 되고자 하는 강렬한 욕망을 가짐.

○ 위당(爲堂) 정인보는 1930년대 조선학운동이 일어났을 때, “다산(茶山) 한 사람에게 대한 연구는 조선근대사에 대한 연구요, 조선 심혼의 명예 내지 전조선 성쇠 존망에 대한 연구”라고 했다.

2006년 추사 서거 150주년 기념관련 국립중앙박물관 전시도록에서, 고문헌연구가 박철상은 “19세기 학술·문화사를 이해하는 데 가장 핵심이 되는 말이 있다면 그것은 ‘연행(燕行)’ 과 ‘북학(北學)’ 일 것이다.…… 추사 김정희(1786~1856)는 바로 연행과 북학의 시대, 19세기를 상징하는 인물이다. 그는…… 19세기 조선 학예(學藝)의 관문(關文)이자 북학(北學)의 종장으로 군림하였다.”⁷⁵⁾고 평가하였다.

75. 효(孝) - 부모님을 잘 섬기는 정신, 근본덕행

91. 백자 - 조선시대 자기의 주류

2)윤여빈, 「경기문화유산 원형 디지털화 사업 추진」, 경기문화재단 보도자료, 2009.4.

○ 추사 김정희의 생애시기 구분⁴⁾

- _제1기(1~24세 : 1786~1809) : 수업기
- _제2기(24~25세 : 1809~1810) : 연행(燕行)시기
- _제3기(25~34세 : 1810~1819) : 학예 연찬기
- _제4기(34~55세 : 1819~1840) : 출사기(出仕期)
- _제5기(55~63세 : 1840~1848) : 제주 유배시절
- _제6기(64~66세 : 1849~1851) : 강상(江上)시절
- _제7기(66~67세 : 1851.7~1852.10) : 북청 유배시절
- _제8기(67~71세 : 1852.10.9~1856.10.10) : 과천 시절

○ 추사체(秋史體)의 시기적 변화⁵⁾

- 1기 : 태어나서 24세 연행이전까지 - 家法과 왕희지·안진경·미불·동기창 등 時體 중심의 帖學을 주로 배우던 시기
- 2기 : 24세 燕行전후부터 30대 중반까지 - 용방강을 주로 하면서 漢隸를 겸하던 시기
- 3기 : 30대 중반부터 40대 중후반까지 - 帖·碑를 겸하며 구양순 중심의 唐法과 西漢 隸書에 천착하던 시기
- 4기 : 40대 중후반부터 63세 제주유배 때까지 - 이전까지 추사글씨의 正法이 파괴되면서奇怪 古拙한 추사체로의 본격적인 변화를 보인 시기
- 5기 : 63세 해배 때부터 강상·북청·과천을 거쳐 71세 - 帖學과 碑學이 혼용되면서 점획·결구·장법 등 조형요소의 극단적인 음양대비와 조화의 추사체가 완성된 시기

3)박철상, 「추사 김정희의 장항사(裝漢士) 유영훈(劉命勳)」, 『秋史 金正喜 學藝일치의 경지』, 국립중앙박물관, 2006, 359쪽.

4)『추사자료의 귀향』, 과천문화원, 2008, 41쪽. 유홍준(『완당평전』1~2, 학교재, 2002, 527쪽 : 『알기 쉽게 간추린 완당평전 - 김정희』, 학교재, 2007)은 추사의 일생을 5단계로 구분하였다.

5)이동국, 「추사 금석문과 서예-추사의 漢隸 수용과 재해석의 성격을 중심으로-」 『추사연구』

2-2. 추사 김정희와 과천의 관련성

- 추사 김정희(1786.6.3~1856.10.10) : 생애 말년 과천 거주 및 예술활동
 - 생부 김노경(한성판윤 시절), 1824년 과천 주암동 돌무개에 별장인 과지초당(瓜地草堂=청관산옥(靑冠山屋)) 조성.
 - 생부 김노경(金魯敬, 1766~1837)의 3년상을 치루고 청계산 중턱에 모심→(1968년 충남 예산 이장)
 - 추사, 북청 해배(解配) 후 1852.10.9~1856.10.10까지 과지초당에서 말년 4년 거주.
 - 말년의 예술적 완숙 : 불이선란도, 판전(板殿), 대평고회 대련 등 작품
 - 일제시대 후지츠카 치카시[藤塚?, 1879~1948]의 추사 연구와 그 아들 아키나오[藤塚明直, 1912~2006]의 2006년 과천시에 자료 기증
 - 추사연구회의 결성·활동(2004)과 과천시의 추사재조명사업 추진
 - 과지초당의 복원과 추사박물관 착공(2011.6~2012.8 준공 예정)

○ 추사 김정희가 말년에 과천에서 생활한 이유 :

- 생부 김노경은 익종이 대리청정을 할 때 김로(金?), 홍기섭(洪起燮) 등과 같이 증직에 있으면서 전권을 행사하고, 이조원(李肇源)의 옥사를 밝히지 않았다는 김우명의 상소로 인하여 1830년 지돈녕부사 재직 중 삼사와 의정부의 탄핵을 받아, 강진현 고금도(古今島)에 위리안치(圍籬安置)되었다가 1833년에 귀양에서 풀려나 판의금부사를 지낸 뒤 1837년에 출함.
- 김노경 사후인 1840년에 김홍근(金弘根)이 유상도(尹尙度)의 옥사를 재론하여 관작이 추탈됨.
- 추사 김정희는 북청 유배에서 해배(解配)되어 삭탈관작된 생부 김노경(1766~1837)의 복권을 위해 추사 김정희는 한양에서 가까운 과천에서 말년을 보냄.
- 결국 김노경은 추사 사후 6개월 후인 1857년 4월 3일 복권되어 관작이 회복됨.

2-3. 추사 관련 3개 지자체 문화사업 현황 비교

구분 지역	충남 예산군	제주도 (서귀포시 대정)	과천시
콘텐츠 근거	추사의 출생지로 알려짐	8년 3개월간의 유배지	말년 4년간의 생활지
주요 자원	추사고택(충남유형문화재 제43호), 추사 묘역(문화재자료 제188호), 예산백송(천연기념물 제106호), 화암사 및 각자(刻字)	추사유배지 (사적 제487호)	- 과지초당(瓜地草堂) - 추사연구회 - 후지츠키의 자료 기증
주요 보유 유물	-	예산 김정희종가유물 일괄 (보물547-2호)	추사 김정희 서신 (경기도 유형문화재 제244호)
시설	추사기념관 (09.12 개관)	제주추사관 (10.5 개관)	추사박물관 (11.6착공~12.8준공(예))
관련 사업현황	예산군향토산업사업단(공주대) 2010~2년 3개년간 32억 투입	2010년 지식경제부 광역경제권연계협력사업 "제주유배문화 스토리텔링 콘텐츠 개발사업"	과천시 추사재조명사업
사업 중점/방식	- 예산군 우수 농산물의 추사상품 브랜드화 - 추사사랑채 개발/보급 - 추사스토리 개발	- 제주유배문화의 브랜드화 - 추사 유배길 개발 - OSMU (One Source Multi Use) 마케팅	- 추사작품전시회 개최 - 추사학술대회 개최 - 추사서예대전 개최 - 추사 홍보물 제작
주요 활동인사	공주대 정남수 교수 (추진단 단장)	제주대 양진건 교수 (제주대 스토리텔링 센터 센터장)	추사연구회 조직- 최종수 회장 한문학-이충구/김규선 교수 감정- 김영복 위원 등

2-4. 추사 김정희 콘텐츠 관련 과천문화원 기 사업 현황

구분 사업단위별	주요 내용	비고
학술회의/논문 발표회	연간 학술지 『추사연구』 8호 발행	연 10여편의 논문/번역/說林 수록
추사작품전시회	7회 추사작품전시회 개최/ 도록 발간6)	원문자료 완역 및 영인 지향
목록/번역 사업	『완당전집(전3권)』 영인 후지츠키 기증자료 목록집 3권 발간. 번역사업(『청조문화 동전의 연구 한글완역본 추사 김정희 연구』 완역, 『해동금석영기』 번역)	
추사홍보물 제작	2008 - 추사 부채 2009 - 추사 출택타이, 마천십연 족자 제작 2010 - 추사 세한도 족자 제작 2011 - 판전(板殿) 현판 소품 제작	시민을 대상으로 한 추사 김정희 선생의 삶과 예술 홍보
추사박물관 건립 지원	추사박물관 콘텐츠 제작/ 구성	
한국추사서예대전 운영	현황 : 2004~2010년간 제7회 대회 개최	출품수 : 1000점 내외

2-5. 과천의 추사사업의 발전 단계의 설정

연도별 구분	2004~2006	2007~2010	2011~2012	2013~2014
단계	태동기	기반조성기	추사박물관 건립기	추사박물관 정립기
박물관 사업	-기념관 건립 결정	-박물관 건립부지 매입 -추사박물관 실시설계 완료	- 박물관 착공, 준공, 개관	- 박물관 재방문 율 증가

주요 내용 (학술)	-추사연구회의 결성 -완당전집』영인본 발간 -학술지『추사연구』발간 -후지즈카 자료, 과천시 기증	-추사작품전시회 개최 지속 -추사서예대전 운영 활성화 -후지즈카기증자료 목록 정리 -과지초당 복원	- 박물관 건립/개관 (11.6착공~ 12.8 준공(예))	- 박물관 위상 강화 - 추사 문집의 분야별 定本化사업 추진 - 추사 콘텐츠의 개발 /보급 확대
예술	-추사서예대전 운영	-추사가무악극 「붓 천 자루 벼루 열 개」공연(한외국 악예술단)	- 개관 기념 공연 개최	-추사아카데미 운영
관련 기관 네트워크 확대	- 소치연구회 연계	-과천시와 예산군 자매결연(2008.12) -과천, 예산간 문화원 교류 확대	- 제주도, 과천문화원 교류 - 유관기관 교류	- 관련지자체 및 유관기관7) 교류 강화
기간별 추진 중점	- 추사 선생의 삶과 예술홍보에 치중	- 과천과 추사의 관련성 강조	- 추사박물관 재방 문물의 증가를 위한 단계별 전략 수립 추진	- 세계에서 유일한 추사전문박물관 위상 설정

2-6. 추사홍보물 제작 사례



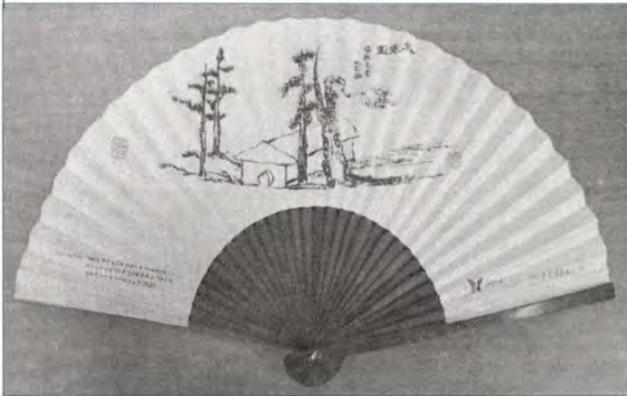
2008 방구형 불이선란도 부채



2008 『시로 그린 세한도』(현대시 모음집)

6)추사글씨 탁본전(2004), 추사의 작은글씨전(2005), 추사글씨 귀향전(2006), 추사와 한중교류전(2007), 후지즈카의 추사연구자료(2008), 추사 연행 200주년 기념 추사와 한중목연전(2009), 추사파의 글씨전(2010).
7)추사박물관 유관기관으로는 박물관(실학박물관, 수원 한국서예박물관, 강진 다산기념관 등), 학술기관(성균관대 동아시아학술원, 한국실학학회, 다산문화재단, 한국고전번역원, 서울대 규장각, 한중연 장서각 등), 학회(한국실학학회, 소치연구회 등), 기념단체(추사김정희선생기념사업회 등) 등이 있으며, 국외기관으로는 일본 서도박물관, 중국 양주박물관(揚州博物館)과 양주말피서화관(州八怪???) 등.

과천
지역별 기획안



2008 추사 세한도 절부채



2009 추사 마친십연(磨穿十研) 간찰(영인본) 족자



2009 추사 줄넥타이



2009 추사 東歸圖詩(영인본) 절부채



2010 추사 세한도 영인본 족자



2010 추사 초상화 열쇠고리



2010 추사 초상화 목걸이



2011 판전(板殿)현판 소품

Ⅲ. 추사 김정희 콘텐츠 문화상품의 개발

3-1. 작업의 방향 설정

추사체로 대표되는 추사의 예술론과 미학은 공간적 구도의 완벽성과 공간적 배치(排置)의 조화로운 율동성에 있다. 그러므로 추사 콘텐츠 문화상품은 추사의 예술에 걸맞는 고품격의 문화상품의 개발이 요구된다. 현재까지 대체로 추사가 생산한 서예 및 문인화 등의 원 자료를 대상으로 한 문화상품이 대부분 실패한 것은 추사의 예술 수준을 고려하지 않은 조약성과 상품 생산의 조급성에 그 원인이 있었다고 파악된다.

하지만 과천의 추사 사업은 그동안 『완당전집』의 영인, 추사관련 원문자료/작품의 번역·영인, 도록 발간, 추사 관련 학술대회의 개최 등 주로 학술사업의 바탕위에서 진행되어 왔다. 이 점이 충남 예산이나 제주도 등과 같은 추사 관련 지자체와는 차별성이 큰 것으로 이해된다. 이에 과천의 고품격의 추사 문화 상품 개발과 생산은 추사에 대한 튼실한 이해의 바탕 위에서 추진하고자 한다. 그러므로 문화상품의 개발은 이해하기 어려운 추사, 추사체에 갇힌 추사, 인간미가 부각되지 않는 추사를 지양하고자 하며, 나아가 추사 문화 상품은 추사 문화콘텐츠의 부분집합이라는 점을 명백히 하고자 한다.

현재 과천의 추사 사업은 앞의 2-2, 3, 4부분에서 보았듯이, 제3단계인 추사박물관 건립 단계에 와 있다. 따라서 2012년 추사사업은 박물관의 건립과 박물관 인지도 제고를 위한 <추사 콘텐츠 문화 상품>의 개발에 주력하고자 한다. 이에 2012년 추사 문화상품은 추사박물관 CI 디자인을 적용한 추사 문화상품을 개발하고자 한다.

3-2. 추사 재조명 사업의 다양한 분야

- 추사 작품을 응용한 각종 문화상품 개발
- 추사 작품 영인본의 제작/ 판매
- 추사체를 응용한 캘리그래프 작업
- 추사 작품의 서각(書刻)
- 추사 작품과 현대 예술(사진전 등)의 Mix & Match展
- 추사 콘텐츠의 각종 디지털화 방안
- 추사 관련 콘텐츠의 교육화 방안

3-3. 추사 김정희 콘텐츠 작업을 위한 논의의 전제조건

- 추사 김정희의 삶과 예술을 경기(/과천)지역적 관점과 (예술)세계적 관점에서 동시에 이해할 필요가 있음
- 과천의 추사를 추사체를 창안한 독창적인 서예가나 위인으로서 설정해서는 안됨
- 과천과 추사의 관련성을 그의 삶과 예술세계를 중심으로 보다 분명하게 설정하고, 그의 인간적 면모를 부각시킬 필요성이 있음.
- 주최측이 설정하는 단위 사업의 예산 규모와 구체적 매칭펀드방식의 제시를 통한 사업의 구체화 필요

3-4. 추사 김정희 콘텐츠 문화상품 개발

- 1안 : 과천시 소장 추사 작품 해설집 발간
- 2안 : 과천시 소장 추사 김정희 선생의 작품을 다양한 표현형태 (족자, 캘린더, 문화소품 등)로 문화상품화하고자 함
- 단계별 사업일정 / 추진방법 :
 - 1단계(2012.3~4) : 과천시 소장 추사 김정희 선생 대상 작품(4

중) 선별

- 2단계(2012.5) : 표현 형태에 적합한 시안 제작
- 3단계(2012.6~9) : 문화상품 제작/ 보급
- 4계(2012.12) : 사업 완료/ 결산

○ 활용방안 :

- 관내 각종 문화 행사의 상품으로 보급
- 전국 주요 기관/단체 보급
- 문화상품 제작 경험의 축적을 통한 과천 추사박물관(2012년 하반기 개관 예정)의 뮤지엄샵의 내용의 질적 강화
- 기존에 지속적으로 추진해온 과천의 추사재조명사업과 연계하여 성과를 극대화하고자 함

○ 기대효과 :

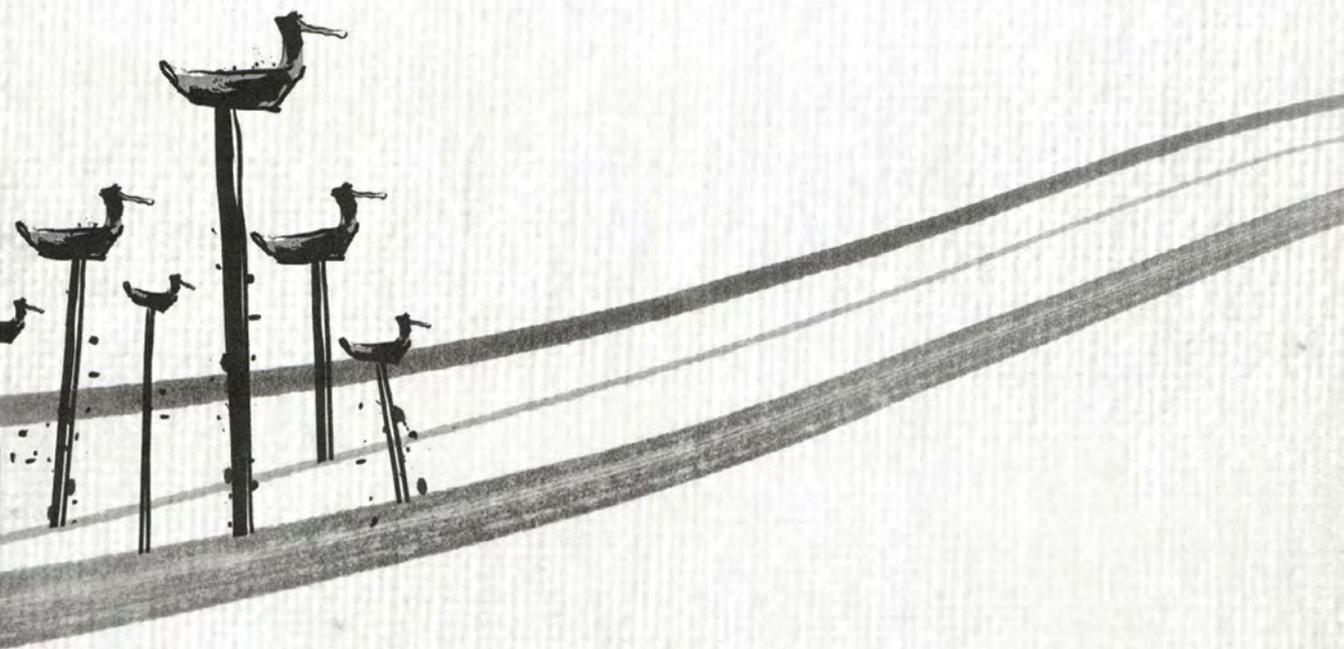
- 시민들에게 추사 김정희 선생의 삶과 예술을 효과적으로 홍보
- 추사 애호가 및 전문가의 기대에 부응
- 과천의 추사사업 및 추사박물관의 인지도 제고

여 백

III

경기도 시·군 문화유산원형

토론회 결과보고서 지역별 기획안



성 남

“모란시장”의 관광자원화 방안

윤종준(성남문화원 향토문화연구소 상임연구원)

그리움이 있는 모란시장 알리기

- 주 최 : 성남문화원
- 주 관 : 성남문화원 (부설 : 향토문화연구소)
- 후 원 : 성남시, 경기문화재단

목 차

- 1 기획의도
- 2 사업내용
- 3 추진계획
- 4 기대효과



1. 기획의도

역사적배경

- 모란 : 김창숙 대령이 어머니의 고향인 평양 모란봉을 그리워하는 마음이 담긴 지명
- 1960년대 초 모란개척단 학교 설립, 우체국, 시장 개설
- 88올림픽 때에는 철시의 위기

추진배경

- 전통 생활문화와 의사소통 문화의 교류가 이루어지는 삶의 현장
- 상인들의 경제적 생활의 터전

상징적의미

- 교동의 요지
- 물자교류의 장터
- 팔도문화의 융광로
- 전통민속의 보존과 전승

2. 사업내용

1. ▪ 조망 데크 설치 및 이용객 센터 확충
2. ▪ 조선시대 장터 상설운영
3. ▪ 휴장일 공간 활용을 통한 벵룩시장 개설
4. ▪ 전통시장 이미지 강화 프로그램 운영
5. ▪ 생활경제 교육 프로그램 운영
6. ▪ 모란 개척의 역사를 기념하는 표징비 건립

2. 사업내용

▪ QR코드를 통한 모란시장 홍보

7

1. 주변상가건물 : 각 업체의 판매 물품에 대한 홍보
2. 버스 정류장, 전봇대 등에 QR코드를 설치
- 시장 찾아오는길, 모란시장 가게 현황 등
3. 홈페이지에 QR코드 설치



2. 사업내용

모란시장 사람들 이야기

모란개척단 사람들
모란상인회 소개

모란시장에는 무엇이 있나

국산품 구별법
참기름 골목 이야기
꽃에 얽힌 전설

홍보방안

모란시장의 풍경

장터 풍경
옛장수 아저씨
품바타령

민속장터 이야기

민속장터의 역사
옛 이야기
축제 정보

3. 추진 계획



단계별 사업계획

- 협의체 구성 : 성남시, 성남문화원, 모란상인회
- 사업계획 협의 및 확정

추진일정

- 사업추진협의회 구성 (2011년 10월)
- 모란시장 개척 포장비 건립 2013년 7월 1일 (시승격40주년)
- QR코드 설치 : 2012년 3월 까지 완료

4. 기대 효과



기대 효과

- 모란시장을 지역 관광 프로그램으로 개발
- 지역경제의 활성화에 기여
- 전통문화와 민속의 체험 현장으로 발전
- 올바른 경제생활 체험 학습장으로 활용 발전
- QR 코드를 통한 모란시장 알리기

모란시장 배치도



감사합니다



“그리움이 있는 모란 시장(민속, 인문) 알리기”

지역명: 성남시 (성남문화원) / (담당자 : 윤 종 준)

사업개요

- 사업명 : 그리움이 있는 모란 시장(민속, 인문) 알리기
- 기 간 : 2011. 10. ~ 2012. 3.
- 장 소 : 모란시장 일대
- 주 최 : 성남문화원
- 주 관 : 성남문화원
- 후 원 : 성남시, 경기문화재단

기획의도

1) 추진배경:

○선정사유 : 모란시장은 고향을 등지고 이 지역에 모여든 사람들이 삶의 터전을 가꾸는 과정에서 자연발생적으로 만들어진 이후, 전통 민속시장으로서 5일마다 장터가 펼쳐져 수많은 사람들이 이곳을 찾아오는 곳으로 전통 생활문화와 의사소통, 문화의 교류가 이루어지는 삶의 현장이다. 서민들의 따뜻한 인정이 흐르고, 온갖 생활 물품이 교류되는 곳이고, 상인들에게는 경제적 생활의 터전이기도 하다.

○역사적 배경 : 성남의 모란 일대는 성남시 도시발전사의 발원지이다.

1960년대 초에 김창숙 예비역 대령이 모란개척단을 만들어 하천 독을 쌓아 농지를 개간하는 것을 시작으로, 학교의 설립과 우체국, 시장의 개설 등 자활 사업을 펼쳤다. 모란 시장은 1961년, 상인대표와 지역 유지들의 뜻을 모아 광주군청에 시장개설신청서를 제출하면서 5일장으로 개설 되었고, 성남시 승격과 아시안게임, 88올림픽 때에는 철시의 위기를 맞기도 했으나 강력한 자생력으로 오히려 더욱 번창해진 5일장이다. 모란이라는 이름은 김창숙 대령이 어머니의 고향인 평양 모란봉을 그리워하는 마음이 담긴 지명이기도 하다.

○상징적 의미 : 모란 일대에 성남시 개발 초기의 주민들이 몰려들기 시작하여 삭막한 황무지 돌밭은 이제 교통의 요지, 물자교류의 장터로 변모했다. 성남시의 인구 구성은 전국 8도의 주민들이 한 곳에 어우러지는 팔도문화의 용광로이며, 지역 경제에도 중요한 위치를 차지한다.

전통문화와 재래시장이 대형마트와 백화점에 밀려나가는 현대 사회에서도 유독 모란시장은 자생적으로 생명력을 이어 가고 있어서 전통민속의 보존과 전승에도 큰 의미를 지닌다.

2) 추진목적 :

관광자원이 많지 않은 성남시에서 모란시장은 지역경제의 한 부분을 맡고 있기도 하지만 전통 민속 관광자원으로서도 중요한 의미를 지닌다. 그러므로 모란시장을 이용하는 사람들에게 보다 편리하고 매력 있는 명소로 만들기 위한 방안을 제시하고자 한다.

■ 사업내용

1) 세부내용 : 전통시장의 특성을 살린 모란시장 활성화

○ 전통시장의 특성을 살린 모란장 활성화와 관광자원화 방안

(1) 조망 데크 설치 및 이용객 쉼터 확충

- ▶ 장터 전체를 조망하는 데크의 설치
- ▶ 사진 촬영장소 설치
- ▶ 장터 전체를 바라볼 수 있는 것만으로도 관광자원
- ▶ 장터 주변 건물에서의 조망은 출입이 불편

(2) 조선시대 장터 상설운영

- ▶ 현행 5일장 외에도 조선시대 장터 재현(옛 낙생장, 판교장, 분당장 등)
- ▶ 성남시 지적재산권 및 특산품 판매장(화각장, 벼루 등)
- ▶ 민속놀이 상설 체험장
- ▶ 지역커뮤니티 공간
- ▶ ‘옛 정취’ : 상설 점포가 아닌 천막 등 노점형태, 소란함과 익명성, 흥정과 덤,.....

(3) 휴장일 공간 활용을 통한 벼룩시장 개설

- ▶ 장터의 휴장일에 토요 벼룩시장 개설

- ▶ 청소년 체험학습장으로 활용
- ▶ 각종 단체의 바자회 장소 활용

(4) 전통시장 이미지 강화 프로그램 운영

- ▶ 현행 모란 민속5일장 축제의 보완 : 기존의 보여주기 프로그램 지양
- ▶ 전통 세시풍속 활용 :
ex) 단오, 유두, 동지날 등 세시풍속에 맞는 음식 만들기 체험
- ▶ 모란시장에서 재료를 사다가 만드는 방식
ex) 백중날 씨름판 - 모란장 이용객의 직접 참여
- ▶ 공동마케팅과 에누리 프로그램 개발

(5) 생활경제 교육 프로그램 운영

- ▶ 전통 상거래 과정 등 체험학습현장 활용
- ▶ 도심에서 가까운 장점
- ▶ 상거래 관행, 농산물 생산지 구별법, 좋은 물건 고르는 법 등

(6) 모란 개척의 역사를 기념하는 표징비 건립

- ▶ 장소 : 모란오거리
- ▶ 모란개척의 역사를 바르게 알림
- ▶ 성남시 도시발전이 주민들의 자활노력에 의해 시작된 자부심의 상징
- ▶ 이른바 <광주대단지 사건>에 대한 성남시민의 명예회복
- ▶ 학술 근거 :
<광주대단지사건의 역사적 재조명>, 성남문화원, 2004. 12
<성남 모란의 과거와 미래> 학술회의, 성남문화원, 2009. 5. 29

(7) QR코드를 통한 모란시장 홍보

○방안 :

- (1) 모란 시장 주변 상가 건물 : 각 업체의 판매 물품에 대한 홍보
- (2) 버스 정류장, 전봇대 등에 QR코드를 설치
 - 시장 찾아오는 길, 모란시장 가게 현황 등
- (3) 모란시장 홈페이지에 QR 코드 설치

○〈그리움〉이 있는 모란 시장을 QR코드에 담는다.

(1) 모란 시장 사람들 이야기

-모란개척단 사람들 : 김창숙 대령의 '평양 모란봉'
고향 생각

-모란시장에서 행복한 삶을 가꾸는 사람들

-모란상인회 소개

(2) 모란시장에는 무엇 무엇이 있나?

-한약재 등 판매되는 물품들의 효능

-꽃 이름과 꽃말, 꽃에 얽힌 전설

-참기름 골목 이야기 : 참기름에 얽힌 고소한 삶의 이야기

-좋은 물품 고르는 법

-국산품 구별법

(3) 추억의 모란시장 : 모란시장의 풍경(사진, 동영상)

-장터 풍경

-옛장수 아저씨

-품바타령

-옛에 얽힌 옛날 이야기

(4) 민속장터 이야기

-민속장터의 역사

-민속장터에 얽힌 옛 이야기

-모란5일장 축제 정보

2) 추진방법 : 성남시, 문화원, 모란상인회 등 공동 협의체 구성

3) 특이사항 :

성남시 <모란시장 이전 활성화 사업> ppt 자료(2009년 1월)

- 2013년 12월 장터 이전 예정
- 5일 테마권(전통장터, 새마을장터)
- 복지문화권(성곽 및 성루를 형상화한 쉼터)
- 미래경제권(실버세대 향수와 삶의 질 향상 도모)

※현재 계획에서 보완해야 할 점

- 장터에 어떤 문화를 채워나갈 것인가에 대한 대안 부족
- 휴장일 활용 방안 부족
- 인접한 기름집, 보신탕집 등 주변 상권과의 연계 방안 부족
- 상인회의 참여방안 미흡
- 좌판을 펴는 상인에 대한 배려 미흡 - 박제화 된 공간화 우려

■ 활용방안 : (구체적으로 개조식으로 기술)

○ **관광자원으로 활용** : 모란 시장 방문자들이 물건을 사기도 하지만, 모란장의 풍경을 즐기고 소비하는 측면도 강하다.

○ **사회적 자원으로 활용** : 급격한 도시화와 인구이동으로 인한 공동체의 붕괴 현상을 복원하여 주민 화합과 소통의 현장으로 활용

○ 청소년 및 일반 시민들에게 올바른 경제생활의 체험현장으로 활용

■ 추진 계획

1) 단계별 사업계획 :

- 협의체 구성 : 성남시, 성남문화원, 모란상인회
- 사업계획 협의 및 확정
- 위 계획에서 (6), (7) 우선 실시
- (1), (2), (3), (4) 는 모란 시장 이전사업 시행 때 실시

2) 추진일정 :

- 사업추진협의회 구성 : 2011년 10월
- 모란시장 개척 표징비 건립 : 2013년 7월 1일 (시승격 40주년)
- QR코드 설치 : 2012년 3월 까지 완료
- 자료조사 : 2011년 10월 ~ 2012년 3월
- QR 코드 제작 : 자료조사 기간 중 진행

■ 기대효과:

- 모란시장을 지역 관광 프로그램으로 개발
- 지역경제의 활성화에 기여
- 전통문화와 민속의 체험 현장으로 발전
- 올바른 경제생활 체험 학습장으로 활용 발전
- QR 코드를 통한 모란시장 알리기

■ 사업예산

- (1) 모란 개척의 역사를 기념하는 표징비 건립
 - 성남시 승격 40주년 : 2013년 7월 1일
 - 장소 : 모란오거리
 - 비문 집필료 : 5,000,000원

그리움이 있는 모란시장 스토리 사례

모란장을 사랑하시는 모든분들께!

글쓴이 김은주

저는 자영업을 하면서 시간 나는 대로 남편과 함께 모란장을 즐겨 찾는 이른바 '모란장매니아'입니다. 성남에 이사 온 지 어언13년! 어쩌면 가장 정이 든 곳이랄 수도...^^??

구경거리도, 먹거리도, 쇼핑도... 모두 한 번에 해결 할 수 있는 곳이기에 더 즐겨 찾음인지도...

어느 땐 장이 궁금하여 하던 일 접고 남편과 싸인이 맞으면 오후 느즈막히 팔짱끼고 나와 이 곳 저 곳 기웃거리며, 한잔 걸치기도...색다른 즐거움을 느끼게 하는 데이트장소가 되어 주기도 한답니다. 그래서 모란장에, 특히 상인들에겐 관심도 많고 단골집도 많이 생겨 이런 저런 얘기 주고받으며 더불어 서민들 살아가는 삶이야기에 흠뻑 빠지기도 한답니다. 특히 건강이 많이 안 좋았던 저는 한약, 양약 등 약을 입에 달고 사는 그야말로 걸어 다니는 종합병원일 정도였는데 10년 전 쯤 저희 직원아줌마가 '제기상회'를 가보라는 권유로 모란장을 찾았다가 그곳에서 약을 먹고 건강을 많이 되찾은 후 더욱 모란장의 열성 장동뱅이가 되어버렸답니다. 물론 지금도 가끔씩 '제기상회'의 도움을 받고 있지만요, 참! 이 자리를 빌어 이명수 사장님께 감사의 말씀도 전하네요.*^~^*제가 특히 좋아하며 즐겨 찾는 곳은 옛장수 품바-광적으로 북, 장구 소리를 좋아하는 저와 남편은 꼭 먹지는 못해도 들려보아야 직성이 풀리고, 모란장에 다녀온 보람을 느낄 정도.(ㅋㅋㅋ)어릴 적 향수도 느끼고 꾸밈없이 순박한 노인네 분들 얼키하게 한잔 걸치시고 어깨춤 추시는 모습을 보면 저절로 입가에 웃음이 배시시~~~~

혹 너무 취하여 주책없는 아저씨, 아줌마들이 눈살 찌푸리게 할 때도 있고 괜히 시비 거는 사람들도 있지만 그러나 흥겨운 한마당입니다. 한여름에 옷이 땀에 흠뻑 젖어 몸에 붙고 소매 끝에선 땀이 뚝뚝 떨어지고, 그렇게 비가 쏟아지는 장마철에도 우산을 쓰고 앉아 지켜보는 몇몇 사람들을 위하여 비를 맞아가면서까지 북

채를 놓지 않는 정말 그야말로 소리꾼 입이다. 누구를 위하여, 무엇을 위하여 저 리도 열심일수 있을런지... 정말 단돈 2000원짜리 옛 하나, 테이프를 팔기 위함, 오직 그뿐일까? 의심스러울 정도 그 북과 장구 소리엔 우리 민족의 한과 혼이 담겨있음이며, 어떠한 사명감이나, 소중함을 아는 난사람들 이라는 생각을 하게합니다. 모두 자신의 공연을 보면서 행복하고, 즐겁고, 스트레스까지 풀고, 함께 더불어 살고자하는 그분들의 뜻을 생각하여 제발! 즐기는 그 이상 힘들게 하지 않아주었음 하는 개인적인 생각입니다. 많은 이들이 장구소리에 맞추어 어깨를 들썩거리며, 엉덩이를 흔들며 박수치며 즐기는데 몇 무지한사람의 방해로 흥이 깨져버리면... 정말 열 받아요. 어느 정도의 기본 에티켓은 서로가 지켜주었음 심데요. 솔직히 모란장에 오시는 분들의 대다수는 먹거리나 물건을 사는 것 보담 '옛장수공연'을 즐기러오는 팬들이던데 그 즐거움을 지켜주기 위하여 서로 조심하고 또 모란상인회에서도 적극 협조해 주었음 하는 바램도 들데요. 게시판에 올라온 '충남 닭집 골목 과일장수' 글도 읽어보았네요. 저도 몇 번은 상인들과 말다툼을 해보았지만 정말 '장사꾼' 답지 않은 사람도 아~~~~주 많더라구요?? 그래서 물건사기가 겁나 잘 물어보지도 않게 되고 어지간하면 할인점가서 사 가지고 가곤 하죠. 상인들도 반성해야 해요. 입소문이 얼마나 무서운데...저, 내일 모란장 갈꺼 데 필히 그 과일가게 아줌씨 얼굴한번 보고 싶네요. 불매운동이라도 하던지 원~~~손님 없는 상인이 워디 있간디. 모두가 서로 '내 이웃' 이라는 마음으로 함께하여 모란장의 위상도 높이고, 성남의 발전에 일조하는 마음으로 한층 성숙한 시민이 되도록 노력합시다. 모란장??사랑~~~~해요. 모란장을 함께하시는 모든 여러분! 건강하시고, 행복하세요.??

출처 : 모란시장 홈페이지 <http://www.moranjang.org/> 게시판에서

지친다리 서로 보듬고

2003-03-25 11:30:00

67년부터 객지생활을 시작했던 방랑벽이 있어서인지 아니면 타고난 팔자가 역마살이 끼어서인지 좌우간 한 곳에 오래 정착을 하지 못했다. 농사짓는 일은 왜 그리도 적성에 맞지 않던지 이곳저곳 많이 떠도는 편이었다.

80년대 초 시골 고향인 충남 부여의 땅마지기를 팔아서 서울로 올라왔다. 용산 농산물 도매상가 4진 2공구에서 먼저 상경해 자리 잡은 친구와 후배의 도움으로 장사 길에 들어섰다. 차츰 주위 환경에 익숙해지면서 동업으로 농산물 위탁업을 시작해 그런 대로 자리가 잡혀갔다.

그러나 호사다마라던가, 용산 농산물 도매시장이 가락동으로 이전하게 되면서 혼잡과 무질서, 시행착오 등으로 장사가 어려워지고 형편마저도 힘들어졌다. 게다가 동업자까지 돈을 갖고 사라지는 바람에 장사를 정리하고 성남으로 이사하지 않으면 안 되었다.

동업자의 배반, 술로 보낸 세월

당시 나는 사업실패보다도 믿었던 동업자의 배반에 큰 상처를 입었다. 날마다 술로 세월을 보내는, 글로는 다 표현하지 못할 비참한 생활의 연속이었다.

생활이 그쯤 되자 항상 말없이 지켜보던 처가 파출부로 생활비를 조달했고 하루 종일 죽도록 남의 집 일하고 몇 천원 받아들고 온 그 돈 중 천원, 2천원을 내게 쥐어주었다. 술을 먹더라도 밥은 굶지 말고 꼭 사먹으라고 했다. 처가 주던 돈은 고주망태가 되어 내 자신을 잊어버리려는 술값에도 부족했으니 그 인고의 세월을 어찌 다 기록할 수 있겠는가?

그런 세월의 연속이던 어느 날 처가 만 원 짜리 지폐 2장을 터억 내주며 “여보 순식이 아빠, 앞으로 술만 그렇게 먹고 인사불성이 되어 다니지 말고 그 동안 남에게 얻어먹은 술 대신 점심이라도 대접하고 오세요.”

순간 기만원에서부터 많게는 기백만 원 까지도 뒹굴어 다녀서 계속 주인 아주머니에게 돌려드리곤 했다는 처의 이야기가 얼핏 생각났다.

나의 첫 마디는 “혹시 당신…”이었다. 저는 도리질을 하며 절대 남의 돈에는 십원 짜리 한 장 욕심내지 않는다고 강하게 나오면서도 돈의 출처를 밝히기를 꺼렸다. 며칠 동안 추궁해 알아낸 일이 곧 오늘의 내가 모란 민속시장에서 일하게 된 동기였으니 전화위복이랄까 이제 그 이야기를 시작해보자.

서울에서 성남으로 이사 간 집 이웃에 모란 재래시장과 지방 5일장을 다니며 가족 장사를 하는 아주머니가 살고 있었다. 몇 개월 간 새로 이사 온 우리 부부를 관심 있게 지켜봤단다. 남편이란 작자는 뚜렷한 직장도 없는 것 같은데 매일 나가서 고주망태가 되어서 돌아오고 그나마 젊은 마누라가 파출부라도 나가서 살림을 꾸려가는 것이 대견하기도 하고 안타까웠단다.

여자 혼자 열심히 살려고 노력하는 모습이 안 되었던지 그 아주머니가 하루는 처를 불러 이것저것 자초지종을 물어보더란다. 그래서 과거지사를 이야기하고 요즈음엔 남편의 방황 때문에 파출부를 다닌다고 하니까 하루 파출부 수입이 얼마나 되느냐고 재확인하고는 1일 4~5천 원이라고 하니까, 그러면 파출부를 그만두고 자기 장사하는 것을 배우지 않겠느냐고 하더란다. 처가 그 장사를 배우면 얼마나 수입이 되느냐고 묻자 다음 모란장날 모란 어디어디로 누구 엄마 물어서 찾아오면 다 알 수 있을 것이니까 일단 생각이 있으면 장날 자기를 찾아오라고 하더란다.

처는 부푼 꿈에 젖어 장날을 학수고대한 모양이다. 다음 모란장날 아침 일찍 모란장으로 그 아주머니를 찾아갔고 그 아주머니는 반색을 하며 친절히 맞아주고 강아지를 주면서 옆에 가서 얼마에 팔아오라고 시키더라는 것이다. 그 아주머니 시키는 데로 팔아오면 1마리 당 2,000원에서 5,000원까지 나누어 주고 심지어 강아지 가격을 잘 받은 것 같으면 10,000원짜리도 집어주어 하루 장만 장사해도 20,000원~50,000원 수입이 되니 파출부 수입에 비하면 편하면서도 얼마나 큰 수입이던가.

모란시장에서 가족 장사를 시작하다

처는 그 장사에 푹 빠져 가지고 나 몰래 몇 장이나 계속 그 장에 다니게 되었다.

나 또한 처의 설득으로 술을 끊고 처와 같이 5일장을 다니며 가족 장사를 시작하게 되었다.

처음엔 도저히 못할 것 같았다. 특히나 우리 고향 부여에서는 강아지를 팔지 않고 이웃에 한 마리씩 나누어 주었다. 나중에 그 집에서도 새끼를 낳으면 한 마리 가져오고 하는 것을 상식처럼 보아오던 터라 어색하기만 했다.

또 모란장날 나를 힘들게 하는 것은 가락시장이 가깝다는 점이였다.

가락시장에서 같이 장사하던 친구들이 육견이나 토끼, 닭 같은 것을 사서 잡아먹으려고 오는 경우가 있었다. 종종 마주칠 때의 그 당혹감, 그들은 “여기서 무얼 해? 요즘 시장에서도 잘 안보이고?” 하면서 물었다.

나는 “응! 무얼 좀 사러 나왔는데, 내일부터는 나갈게”라고 얼버무리며 궁색한 병명으로 둘러대곤 했다. 지금 생각해봐도 그 부자연스러움은 실소를 자아내기에 충분하다.

각설하고 장사하는 것이 다 그렇듯이 생각대로 잘되고 쉬운 것만은 아니었다.

하루는 일산장을 가기 위해 새벽 4시부터 준비해 6시쯤 성남시 북정동에서 시내 버스를 탔는데 양재동쯤 가자 박스에 담은 강아지가 갑자기 킁킁거리며 시작하는 게 아닌가. 등에서 진땀이 나고 얼굴이 붉으락푸르락해졌다. 간은 콩알만 해 지는데 아니나 다를까 버스운전기사가 룸미러로 뒤를 한번 돌아보더니 “아침부터 재수 없이 강아지를 실은 사람이 누구야? 빨리 내리시오”하면서 차를 세워 쫓기듯 하차했다.

처는 내리자마자 박스를 부지런히 풀어서 강아지들을 인도에 내놓았다. 알고 보니 강아지들이 불일을 보고 싶으면 그렇게 공공거리는 거였다. 불일이 끝난 강아지들을 다시 박스에 담아 다음 차로 무사히 일산장에 갈 수가 있었지만 지금 생각해도 아찔하다. 당시 출근하던 구경꾼들하며 차에서 쫓기듯 하차할 때 뒤통수에 느껴지던 따가운 눈총들.

사실 애완동물에 대한 상식이 지금은 상당히 보편화되어 강아지 안고 버스 타는 것은 물론 백화점 쇼핑 가는 것 등이 생활화되었지만 15년 전에는 개를 가지고 대중교통 수단을 이용하기가 상당히 부담스러웠다.

드디어 화물자동차를 사다

그 날 이후 우리는 지방장에서 강아지들을 싸게 구입해도 밀리지 않는 한 현장에서 팔고 웬만해서는 집으로 가져오질 못했다. 집에 가져와서 잘 거두었다가 모란장에 내다 팔면 더 많은 이익이 눈에 보이는데도 그렇게 하지 못했다. 그래서 운전면허증을 취득해 화물자동차를 한 대 사는 것이 당시 지상최대의 목표였다. 드디어 1989년 1종 보통면허를 취득했다. 면허증을 발급 받자마자 장안평에 가서 중고화물자동차를 한 대 구입했다. 집 없는 사람이 집 장만한 것보다 더 감격스럽고 흥분되었다. 가락시장에서 배신한 동업자, 그리고 외상으로 물건 가져가고 피해 다니는 사람들을 찾아다니다 매일 화술만 퍼먹고 다니던 신세에서 비록 화물자동차지만 내 손으로 운전하는 자동차까지 구입했다는 것이 당시 나로서는 엄청난 발전이요 뉴스였다.

나는 모란장에 들어가기 전에 나를 배반하고 돈 떼먹은 동업자의 고향집에까지 찾아 갔었다. 그의 부모형제를 다 만나보고 내 손해본 금액으로 시골 땅 팔아온 만큼이라도 갚으라고 요구했지만 자기들은 모르는 일이라고 발뺌했다. 고소를 해서 잡아넣던지 돈을 받아가던지 마음대로 하라고 답하는 부모형제들. 아마 그 친구도 집에서 상당히 신용을 잃고 있었다는 걸 느꼈다. 허탈한 마음으로 상경해 어쩔 수 없이 법적 절차로 우선 고소장부터 작성했었다.

그 날 밤 처는 “만약 그 사람이 붙잡혀 구속되게 된다면 그 젊은 사람이(동업자는 당시 총각이었음) 전과자가 되어 앞길이 탁 막히는 것인데 우리 다시 한 번 생각해봅시다. 우리도 자식이 셋이나 되는데 앞으로 우리 자식들도 그런 일이 있게 될지 누가 안답니까. 지가 돈 벌면 우리 땅 판 돈이나 해오겠지요. 여보! 우리 이 고소장 찢어버립시다” 했다. 나는 처의 말이 너무 고마웠다. 우리 가족을 5만원 짜리 사글세 방으로 내 몰리게 했지만 한때는 형님 동생하면서 동업까지 했던 후배를 고소까지 하려했던 내 자신이 부끄러워 그 자리에서 고소장을 찢어버렸다.

장사에 실패한 후 겪었던 일을 돌이켜 볼 때마다 그때 그래도 우리가 마음을 넓게 써서 그 복으로 우리가 자동차도 장만하고 장사가 잘되는구나 하는 감사한 마

음이 들었다.

밝고 깨끗하게 자라준 아이들

또 고마운 것은 서울 넓은 집에 살다 거지가 되다시피 알몸으로 성남의 단칸방으로 이사를 왔어도 기죽지 않은 아이들이다. 이웃에 사는 어른들 볼 때마다 “안녕하세요? 안녕하세요?” 인사를 잘한다고 어떻게 그렇게 가정 교육을 잘 시킬 수 있는냐는 칭찬을 들었다. 그럴 때마다 항상 겸손한 대답을 하면서도 입이 찌억 찌어져 귀에 걸리는 것 같은 느낌은 웬일인가!

큰 놈이 초등학교 때 반장이나 우등상을 빼놓지 않고 받아오더니 중학교에 가서도 계속되었고, 장학금을 받아 큰 돈 안들이고 고등학교엘 다녔다. 둘째 놈도 이에 질세라 초등학교 때 전교 어린이 회장을 맡더니 중학교에 가서도 반장을 맡아 놓고 하는 것 아닌가. 학부모 상담 때 교무실로 담임선생님을 한번 찾아가니 다른 반 선생님들이 “민식이 때문에 담임선생이 놀고 먹는 팔자가 되었다”며 “웬 아이가 그렇게 리더쉽과 보스기질이 있느냐”고 추켜 세워준다. 남의 집 셋방살이에 힘든 삶이었지만 어깨가 떠억 벌어지는 것 같고 목이 갑자기 뻗뻗해지는 느낌이 들었다고 하면 과장된 표현일까?

막내딸은 성적이 좀 뒤져 상고에 진학했는데 그것도 이 아버지의 짐을 덜어준 꼴이 되었다. 아무튼 세 놈이 모두 그 예민하던 사춘기를 무사히 넘겨줘 여간 고마운 일이 아니다.

화물차를 운행하면서 지방장을 다니니까 편하기만 한 게 아니라 장사도 잘 되었다. 지방장에서 못 판 강아지는 성남에 가져다 비싸게 팔 수 있었다. 대중교통수단을 이용할 땐 감히 생각지도 못했던 큰 개 육견이나 닭, 오리, 칠면조 같은 가금류도 거래할 수 있었다.

차가 없을 때는 차있는 장사꾼에게 손님을 뺏기기도 했는데 배달도 해주니 손님도 늘었다. 또 강아지 전문 사육장에 가면 10여 마리까지는 가능하지만 2~30마리가 되면 운반을 못해 그냥 돌아가던 어려움도 일거에 해소되었다. 많이 팔릴 때는 하루 100만원씩 버는 날도 있었고 그런 날은 점심을 굶어도 배고픈 줄 몰랐

다.

처까지 운전면허를 취득했다. 장거리 운행이나 새벽 일찍부터 밤늦게까지 운전하게 되는 날은 교대로 운전을 하니깐 편하기도 하고 그 행복감이 깨질까봐 약간 조바심이 나는게 아니었다.

그러나 그 조바심이 살살 현실화되고 있었으니 그것은 내가 모란장 상인들로부터 인정을 받아 부서장직을 맡게 된 것이다. 부서장이란 모란장의 특성으로 화훼, 잡곡, 약소, 의류, 신발, 잡화, 생선, 야채과일, 음식, 고추, 애견, 가금, 마늘, 기타 등 13개 부서로 구분되는데 부서마다 부서장을 두어 수금이나 상인회 전반에 걸친 업무의 조율 및 대행을 하는 자리이다. 처음에는 상인회 운영이 잘 되는 듯 하더니 정도를 벗어난 운영체제가 돼가고 있었다.

그냥 외면하고 장사에만 전념했다면 오늘날 집도 장만하고 남의 집 셋방에서 벗어났을 텐데 그때만해도 불의를 보면 참질 못했다. 민주주의란 밑에서부터 여론이 모여 위로 전달되는 것을 원칙으로 알고 있던 나는 상명하복식의 힘을 앞세운 운영체제에 반발했다.

1년여에 걸쳐 집행부와 투쟁하는 과정에서 갖은 헐박과 공갈, 회유 등이 들어왔으나 나를 믿고 따르는 회원이 1,000여명에 이른다는 자신감으로 굴하지 않고 투쟁해 승리할 수 있었다. 이 자리를 빌어 그때 믿고 따라준 임원 및 회원들에게 머리 숙여 감사드린다.

그 싸움 이후 1993년 12월 3일, 나는 후배와 함께 모란장을 떠나기로 마음먹고 다른 사업에 투자를 했다. 영풍유통, 성남시 노래방 협회와 계약해 노래방에 음료수와 기계를 애프터서비스 하는 사업이었다. 5,000만원을 투자해 사업에 박차를 가하고 있었는데 시장 임원진들에게서 연락이 왔다. 모란시장 상인회장직을 맡아 달라는 것이다. 내가 떠나온 이후 내분이 생기고 새로운 회장직을 서로 하려는 등 매우 복잡한 상황이 벌어지고 있었다.

모란시장 상인회 회장이 되어

나는 모란 재래시장이 생긴 이래 회원이 직접 투표에 참여해 선출된 초대회장이

되었고 지금까지 3대째 연임하고 있다. 회원들에게 충실한 심부름꾼 역할을 하겠다고 약속하고 열심히 뛰고 있다.

상인이 주인이며 스스로 질서를 지키며 법을 준수하는 자율적인 모란시장 상인회를 표방하며 운영해온 지난 8년. 그 중에서도 몇 가지 뜻 있는 일은 상인회 전체가 참여하는 체육대회를 7회나 치렀고, 1,000여 상인들의 의견이 묵살된 채 일반적으로 모란장을 이전시키려는 지방자치단체의 압력과 탄압에 굴하지 않고 상인 전체가 똘똘 뭉쳐 현 위치 사수라는 기치로 투쟁해 회원들의 상권을 지켰다.

또 백범 김구 선생이 윤봉길 의사의 홍구공원 폭탄 투척사건의 배후자로 지목되어 60만원이라는 거금의 현상금 수배자가 되어 피신했던 가흥시 해염현에 피난 중 조국의 백년대계를 설계하며 사색하시던 영단정이라는 정자가 70여 년 간 돌보는 이 없이 방치되어 폐허가 됐다는 소식에 상인들이 3년여에 걸쳐 뜻을 모아 복원기금을 마련해 전달하고 지난 4월 그 낙성식에 참석했다. 평생 두고두고 잊지 못할 일이며, 그 일이 가진 자가 이룬 것이 아니고 노점에서 생계를 이어가는 서민들이 앞장서고 성남 시민들이 호응해준 일이기에 더욱 값지다.

낙성식을 마치고 돌아와 보니 일본 역사교과서 왜곡 문제로 나라 안팎이 시끌시끌했다. 36년간 참혹하고 잔인한 만행을 저질러놓고 그 죄를 뉘우치기는커녕 그 역사 자체를 부인하고 뒤집어보려는 그 알팍한 일본인들.

나는 다시 상인들과 4월 16일 서울 종로 탑골공원에서 400여명이 참여한 '일본의 역사교과서 왜곡 규탄집회'를 개최하고 그 성명서를 주한 일본대사관 2등 서기관에게 전달하면서 대사를 통해 일왕에게 꼭 전하라고 했다.

탑골공원 앞 집회는 점포 하나 없이 5일장에서 노점상을 하는 가장 밑바닥 서민들의 외침이 전국적으로 확산되어 일본열도를 깜짝 놀라게 해 스스로 왜곡된 역사교과서를 폐기하도록 하자는 데 목적이 있었다. 또, 정치인들에게 우리같은 서민도 일어나고 있는데 당신들은 무얼 하고 있느냐는 채찍질 같은 것이었다.

하지만 국내 5대 일간지의 어느 한 곳에도 기사 한 줄 나지 않았다.

2001년 세계 디자인 박람회가 개최되는 것과 발 맞추어 모란시장이 성남시 관광

벨트로 구성되어, 숙원이던 민속공연장을 건립해 8월에 개관했다. 모란장을 찾는 고객에게 민속공연 등 다양한 볼거리와 고객이 직접 참여할 수 있는 프로그램도 개발했다. 국내는 물론 외국인관광객까지 유치할 수 있는 관광자원화의 기초가 될 수 있을 것으로 기대된다. 이 모든 것이 모란장의 상인 한 사람으로서 전문 지식도 없이 오직 상인들의 심부름꾼 역할을 열심히 하겠다는 의지에서 이루어낸 결실이라 부족하면서도 더욱 보람 있는 일로 기억된다.

고마운 아내와 아이들

아내는 지난 7년간 화물자동차를 직접 운전하며 지방 5일장을 보러다니면서 주부로, 아내로, 엄마로, 장사꾼으로, 운전 중에는 기사로 1인 5역을 혼자 감내하다가 결국 디스크 증세로 물리치료를 받고 있다. 나의 상인회 무보수 상근직의 심부름꾼으로서 대내외적인 활동은 이런 아내가 있기에 가능했다.

끝으로 대학 4년짜리 큰놈은 군 장학금을 받으며 대학 4년을 마치고 내년 2월이면 임관한다. 쓰러져 가는 셋방 집에 여자 친구를 스스럼없이 데리고 와 인사를 시키는 그 맑고 맑은 마음에서 나는 더 없는 행복을 느낀다.

둘째 놈과 셋째 딸도 모란장에 종종 나와 한참 강아지 파느라 정신없는 우리에게 “제 친구예요! 야 너희들 인사드려, 우리 엄마 아빠야”하며 환하게 웃는다.

어느날 엄마가 하루 종일 손님과 입씨름하느라 파김치가 되어 있을 때 모란장을 찾은 둘째 놈이 한술 더 떠서 “엄마 제가 학교 그만두고 개장사 도와드릴까요? 개 사세요, 강아지 사세요!” 손님들을 향해 큰 목소리로 외치면서 엄마보다 더 잘 팔 수 있다고 억지를 부린다.

혹 실직했거나 사업 실패로 모든 것을 포기한 채 술주정뱅이가 되어 가는 한국의 사내들이여! 이 글을 읽고 모란장에 나와서 강아지 장사라도 해보고 싶다는 의욕이 생긴다면 연락주기 바란다. 힘닿는 데까지 도와주겠다는 말로 끝을 맺는다.

전성배 성남모란민속시장 상인회장, 애완견 전문

《나의 삶 나의 보람》중에서 2001.8.22 발행

출처 : 모란시장 홈페이지 <http://www.moranjang.org/>

장터따라 세월(歲月)따라 (9)城南(성남) 모란場(장)

有名市場(유명시장)의 哀歡(애환) 어제와 오늘
八道(팔도)생산물 어우러진 「삶」의 現場(현장)

모란장날 누구보다 짹짹하게 수입을 잡는 사람은「노점한방의」金達中(김달중)씨(가명)인 것 같다. 듣기 좋게「한방의」라 부르지만 그런 자격을 갖춘 것은 아니고 약종상면허조차 있어 보지 않는다.

노점韓醫(한의)가 스타

그런데도 그의 주위에는 늘 환자가 진을 치고 차례를 기다린다. 허리가 쑤시고 팔다리가 저리다는 노인이 있는가하면 남편의 원기부족을 호소하는 부인도 찾아온다.

金(김)씨의 장사터는 모란천제방의 비좁은 골목이다. 점포래야 천막아래 깔아놓은 비닐자리 한남이전부여서 약자루를 올망졸망 펼쳐 놓으면 발디딜 틈도 남지 않는다.

얇은 동의보감 한권이 나뒹굴고 있으나 그걸 펴보는 일이란 거의 없다. 어디가 아프든 으레 지어주는 약이「十全大補湯(십전대보탕)」이요, 손님들의 주문 또한 그것 뿐이니 醫書(의서)까지 들춰볼 필요가 있겠는가.

소반위에 보자기만한 백지를 처억 펴놓고 약을 짓는 솜씨 하나는 神農氏(신농씨)가 살아있었다면 혀를 찰 만큼 익숙하다.

“자 우선 무엇이 들어가느냐. 피를 맑게 하는 회춘초, 물개가 상식한다는 물용, 양기에 최고 인쇠용. 또 무엇이 들어가느냐. 밥맛이 꿀맛 같게 해주는 인진초·초두부·홍화·곽향·감초·두충·진피·당귀·위령선·우슬...”

설새없이 주워 삼키는 대로 20여 가지의 한약재가 쌓여간다. 약저울이 따로 있는 게 아니라 손바닥이 곧 저울이어서 잡히는 대로 덩석덩석 집어넣는다.

인심이 어찌나 후한지 “신경통 약재 좀 더 넣으셔”하면 선뜻 위령선과 우슬을 한 움큼씩 더 넣어준다.

마지막으로 녹각 몇 조각을 살살 뿌려놓으면 십전대보탕이 완성되는데 쌓아올린 약재가 물통으로 하나는 실히 될 만큼 푸짐하다.

값은 1만원 균일. “한번 가져다 써본 사람은 다시 찾아 오지 않고는 못배긴다”는 게 金(김)씨의 넉살스런 PR이다.

예나 지금이나 5일장 하면 빼놓을 수 없는 게 약장수라 하겠다. 유행가와 재담에 다 때로는 원숭이 재롱까지 곁들여 한바탕 흥을 돋운 뒤, 약을 파는 이들은 시골 장터의 스타 같은 존재였다.

이렇다할 구경거리가 없던 시절들이 보여주는 눈요기는 호기심을 불러일으키기에 충분했다.

출처 : 경향신문 (1987. 11. 17)

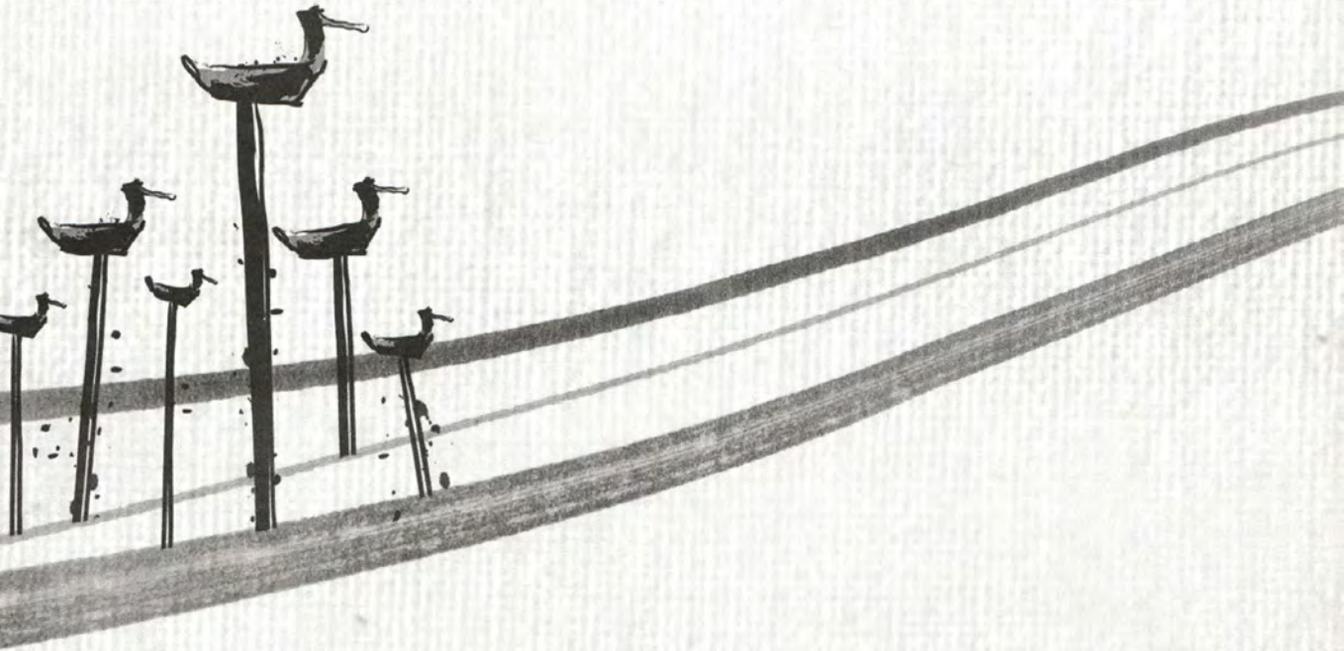
글 : 서우석 편집위원 / 사진 윤여홍 기자

여 백

III

경기도 시·군 문화유산원형

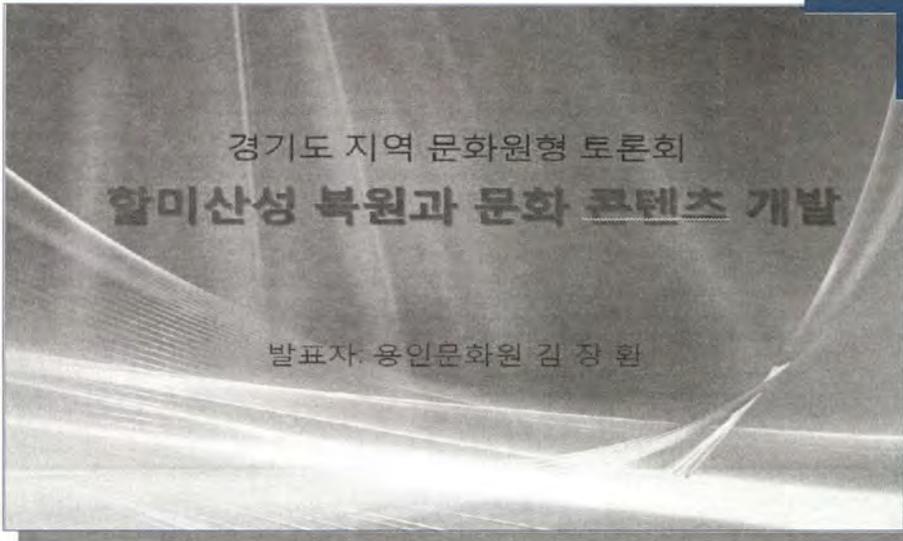
토론회 결과보고서 지역별 기획안



용인

“할미산성” 문화컨텐츠 개발

김장환(용인문화원 사무국장)



할미산성 복원도

- 길이: 남북 280m, 동서 120m
- 둘레: 651m
- 높이: 4m
- 내성: 정상이 있는 북쪽 방향
- 외성: 남쪽 방향
- 외관: 사모형(紗帽形)
- 아궁이, 매납유구(埋納遺構) 적심석, 수구지, 토광 등 조사
- 경기도기념물 제215호 지정 (2007년)



할미산성 동벽구간



할미산성 서벽구간



북쪽성벽과 우물지



북쪽 성벽

우물지

방공호와 내외성 공유벽



방공호



내외성 공유벽

할미산성 출토유물



급 달린 긴목 항아리 및 급다리접시
(附加口緣臺附長頸甕) (高杯)



고배 및 파수편(把手片)

할미산성의 전설

1) 마고할미형

출처(사례)	등장인물	특징
①조희룡, 1994, 『한국유비유담체계』 1-9	할아버지, 할머니	성 쌓기, 호국적(유공족)
②박종수, 강현모, 1997, 『내고장 풍인 북부지역의 구비전승』	아들네들	성 쌓기, 호국적(유공족)
③박종수, 강현모, 1997, 『내고장 풍인 북부지역의 구비전승』	(마귀)할미나물	성 쌓기, 호국적(유공족)
④박종수, 강현모, 1997, 『내고장 풍인 북부지역의 구비전승』	할머니들	성 쌓기, 호국적
⑤이인영, 1997, 『내고장 풍인 북부유신증상』	마고선인 할미나	성 쌓기, 호국적(거민족)
⑥경양희, 1998, 『할미산성고』 『풍인항토문화연구』 3	마고선인(마고할미/마귀할미)	성 쌓기
⑦홍순석, 2008, 『용인 할미성대동군의 항토사적 위상』 『풍인항토문화연구』 9(제1분)	마고선인(마귀할미), 마을사람들, 관기능	성 쌓기, 호국적(거민족)

2) 오누이 한내기형

출처(사례)	등장인물	특징
①이봉익, 1962, 『향토문화와 전설』, 과수 반려, 남매		능력이 달라간을 신고 천궁에게 버리고, 두마는 성 쌓는 대가를 하여 두나가 쳐서 죽을
②박종수, 강현모, 1997, 『내고장 풍인 북부지역의 구비전승』	어머니, 남매(내기를 치러 온 주체가 생략되어 있음)	할미, 용녀(마귀)를 신고, 사슴에 치러지고, 아들이 왕을 잃음
③이홍근, 이인영, 2006, 『구수정지』	어머니, 남매	남동생이 용녀(마귀)를 신고 한양에 나타나고, 누나는 성을 쌓음
④홍순석, 2006, 『용인 할미성대동군의 항토사적 위상』	노파, (마귀)할미, 남매	여동생이 성을 쌓고(廢城), 오빠는 띠기공두를 하여 근핵함

3) 복합형

출처(사례)	등장인물	특징
①박종수, 강현모, 1997, 『내고장 풍인 북부지역의 구비전승』	마귀할머니, 남매	아들은 디막신을 신고 어머니를 갓다오고 딸과 할머니는 성을 쌓는 대가를 하여 아들이 지게됨, 마귀할머니가 왔다고 할미집이라 부름
②우상표, 2006, 『용인 자연마을 기행』	할아버지와 할머니 부부, 남매	가뭄 해결을 위해 아들은 성을 쌓고 딸은 나무신을 신고 한양을 다녀오는 대가로 딸이 이집
③홍순석, 2008, 『용인 할미성대동군의 항토사적 위상』	마고할아버지와 할머니	할아버지와 할머니의 성 쌓기 대가로 할머니가 이집

할미성대동곳의 전승

포곡읍 마성리 주민들 사이에는 석성(石城)을 한 할머니가 행주치마에 등을 담아 하룻밤 사이에 지었다는 전설이 내려오고, 옛 사람들은 이 할머니를 위해 서낭당을 만들고 3년에 한 번씩 1천여 명이 참여하는 대규모 굿을 치렀다고 함.

할미성의 마고선인을 신적 대상으로 모시고 서낭굿을 벌이던 전통을 1992년 유성관이 복원하여 할미성대동곳으로 전승해 오고 있음.

할미산성 명칭과 지명 유래

- 고문헌 자료에 노고성(老姑城), 고모성(姑母城), 마고성(麻姑城) 등으로 표현하고 있으며 지역민들은 할미성, 할미산성으로 불리어짐
- 백제시대 멸오(滅烏), 고구려 시대 구성(駒城), 신라시대 거서(巨黍), 고려시대 용구(龍駒)가 모두 할미산성과 관련 있는 명칭임
- 조선시대에 와서 용구(龍駒)와 처인(處仁)을 합쳐 용인(龍仁)이 됨

할미산성의 특징

- 할미산성은 용인의 상징적 존재로, 예로부터 용인 시민의 정신적 안식처로 인식되어 옴
- 용인의 진산인 성산(城山)에 위치한 까닭에 치소성(治所城)으로서 지역 공동체의 중심이었음
- 할미산성은 처인구와 기흥구의 경계인 동시에 법화산을 끼고 수지구와 능선으로 연결되어 있어 3개구의 꼭지점에 해당
- 주말이면 3개 구민들이 산행을 통해 만나는 장소

할미산성과 석성산



석성산 봉수 복원도



할미산성 복원과 문화 콘텐츠 개발

1) 세부내용

- 할미산성 발굴 및 정비사업
- 석성산 봉수 복원 사업
- 성산과 할미산성을 연결하는 에코 브릿지 설치
- 역사적 의미와 지명에 대한 조사 연구 사업
- 할미산성 스토리텔링 공모 사업
- 문화 콘텐츠 개발과 활용방안 연구

2) 추진방법

- 할미산성 발굴·정비, 봉수 복원 사업 추진 - 용인시
- 문화 콘텐츠 개발사업 - 용인문화원

3) 특이사항

- 2009년 석성산 봉수 종합정비 기본 계획 수립 - 용인문화원
- 2009년 9월 할미산성 종합정비 계획 수립 - 용인시

활용 방안

- 할미산성 정비 - 관방유적 복원
- 봉수복원 - 조선시대 통신시설
(정월 대보름행사, 천림산 봉수 연계)
- 석성산-할미산성 에코 브릿지 설치-생태환경 복원
- 동·서부 시민의 만남의 공간 -동서 화합의 장
- 설화 및 지명을 연계한 이야기가 있는 문화공간
- 역사교육 및 생태 학습장(북방식물 한계선)
- 할미성대동굴 등 민간신앙 의례 복원

추진 계획

1) 단계별 사업계획:

- 1단계: 할미산성 정비·석성산 봉수 복원
- 2단계: 할미산성 - 석성산 에코브릿지 설치
- 3단계: 문화콘텐츠 개발 사업

2) 추진일정:

- 2012년 - 2013년: 할미산성 정비·석성산 봉수 복원
- 2014년: 할미산성 - 석성산 에코브릿지 설치
- 2012년 - 2014년: 문화콘텐츠 개발 사업

기대 효과

- 탐방로 조성을 통해 시민들의 휴식 및 건강 증진
- 산성체험 프로그램 운영으로 시민 역사교육의 장으로 활용
- 스토리텔링을 통한 다양한 부문의 문화 요소들을 접목 시켜 문화학습 및 체험, 감상의 공간으로 활용
- 동부지역과 서부지역 주민들의 화합의 공간
- 생태환경 복원을 통해 청소년 자연학습장으로 활용
- 산재, 서낭굿 등을 공연문화로 승화시켜 기성세대에게는 향수를 제공하고 신세대에게는 민속문화 체험 기회

“할미산성 발굴·복원에 따른 문화콘텐츠 개발 사업”

지역명: 용인시 (용인문화원) / (담당자: 김장환)

사업개요

- 사업명 : 할미산성 발굴·복원에 따른 문화콘텐츠 개발 사업
- 기 간 : 2012년 - 2013년
- 장 소 : 할미산성
- 주 최 : 용인시
- 주 관 : 용인문화원

기획의도

1) 추진배경:

할미산성은 신라시대 북진기에 사용된 이후 이미 오래전부터 기능을 상실한 채 방치되어 왔다. 2005년의 시굴조사와 2009년의 정비계획을 통하여 산성 현황조사가 어느 정도 이루어졌지만 아직 성벽뿐 아니라 성문 및 성내 시설물들에 대한 발굴조사 등의 정밀한 학술조사가 진행되지 못하였다. 특히 내부 유구는 많이 훼손되고 남아 있는 것이 거의 없어 명확한 성격을 규명하기가 어려운 실정이다. 하지만 지금의 무방비한 노출상태로는 더 이상의 유실을 막기가 어려우므로 최대한 현존하는 자료들을 활용하여, 그

성격을 해석하고 역사적 가치를 찾아 되돌리는 일이 시급하다.

2) 추진목적

용인의 상징적 존재이고 용인시민의 정신적, 육체적 안식처로 인식되고 있는 할미산성은 용인의 진산인 성산(城山)에 위치한 까닭에 주변의 지명은 물론, 민간신앙이나 구전자료에서도 비중 있게 다뤄지는 공간이다. 그러므로 산성 발굴 및 정비, 봉수 복원사업과 함께 이를 용인의 대표적인 문화상징으로 선정하여 다양한 문화콘텐츠를 개발코자 한다. 특히 할미산성은 처인구와 기흥구의 경계인 동시에 법화산을 끼고 수지구와 능선으로 연결되어 있어 3개구의 꼭지점에 해당하는 곳인 만큼 이곳의 역사적, 지리적 의미를 비롯하여 전해오는 수많은 설화와 민간신앙, 지명에 얽힌 이야기들을 다양한 형태의 스토리텔링으로 엮어 용인 역사문화의 상징으로서, 동서 지역 갈등을 해소하는 화합의 장으로 개발코자 함.

■ 사업내용

1) 세부내용

- 할미산성 발굴 및 정비사업
- 석성산 봉수 복원 사업
- 석성산과 할미산성을 연결하는 에코 브릿지 설치
- 역사적 의미와 지명에 대한 조사 연구 사업
- 할미산성 스토리텔링 공모 사업
- 문화 콘텐츠 개발과 활용방안 연구

2) 추진방법

- 할미산성 발굴·정비, 봉수 복원 사업 추진 - 용인시
- 문화 콘텐츠 개발사업 - 용인문화원

3) 특이사항

- 2009년 2월 석성산 봉수 종합정비 기본 계획 수립 - 용인문화원
- 2009년 9월 할미산성 종합정비 계획 수립 - 용인시

■ 활용방안

- 할미산성 정비 - 관방유적 복원
- 봉수복원 - 조선시대 통신시설(정월 대보름행사, 천림산 봉수 연계)
- 석성산 ↔ 할미산성 에코 브릿지 설치 - 생태환경 복원
- 동·서부 시민의 만남의 공간 - 동서 화합의 장
- 설화 및 지명을 연계한 이야기가 있는 문화공간
- 역사교육 및 생태 학습장(북방식물 한계선)
- 할미성대동굴 등 민간신앙 의례 복원

■ 추진 계획

1) 단계별 사업계획:

- 1단계 : 할미산성 정비·석성산 봉수 복원
- 2단계 : 할미산성 - 석성산 에코브릿지 설치
- 3단계 : 문화콘텐츠 개발 사업

2) 추진일정:

- 2012년 - 2013년: 할미산성 정비·석성산 봉수 복원
- 2014년 : 할미산성 - 석성산 에코브릿지 설치
- 2012년 - 2014년: 문화콘텐츠 개발 사업

■ 기대효과:

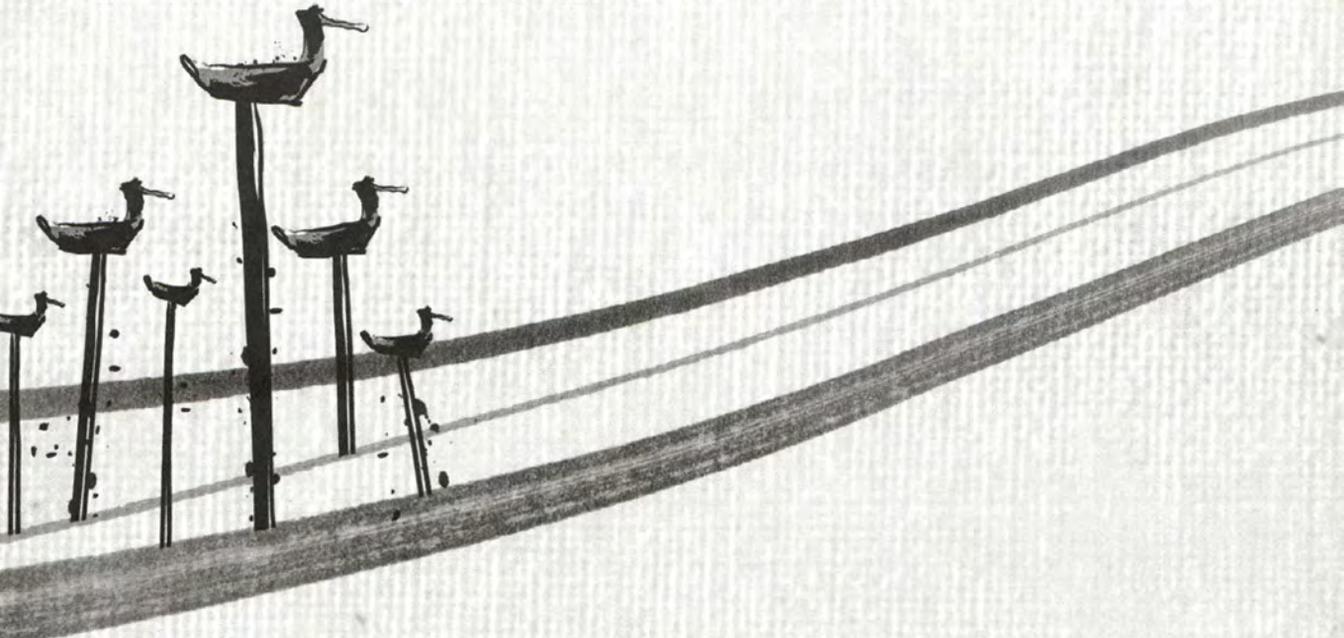
- 탐방로 조성을 통해 시민들의 휴식 및 건강 증진
- 산성체험 프로그램 운영으로 시민 역사교육의 장으로 활용
- 스토리텔링을 통한 다양한 부문의 문화 요소들을 접목시켜 문화학습 및 체험, 감상의 공간으로 활용
- 동부지역과 서부지역 주민들의 화합의 공간
- 생태환경 복원을 통해 청소년 자연학습장으로 활용
- 산제, 서낭굿 등을 공연문화로 승화시켜 기성세대에게는 향수를 제공 하고 신세대에게는 민속문화 체험의 기회 제공

여 백

III

경기도 시·군 문화유산원형

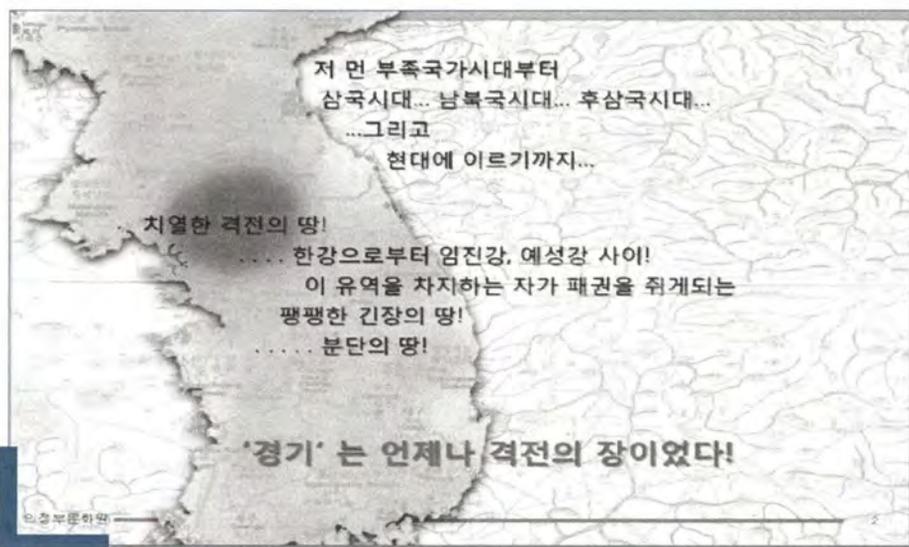
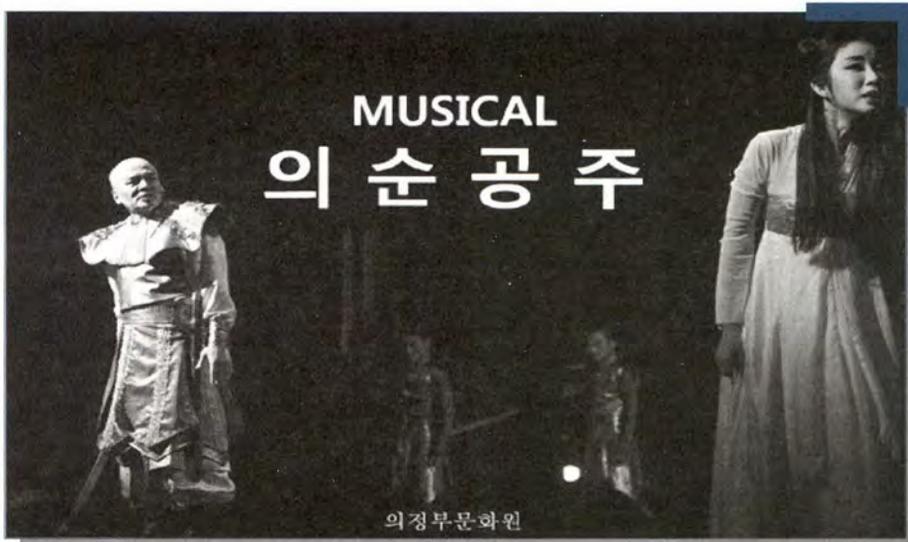
토론회 결과보고서 지역별 기획안

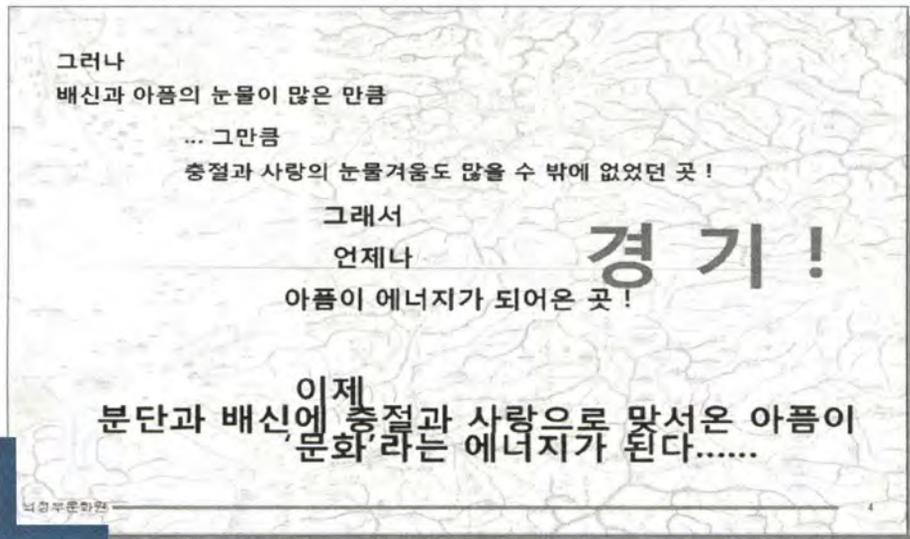
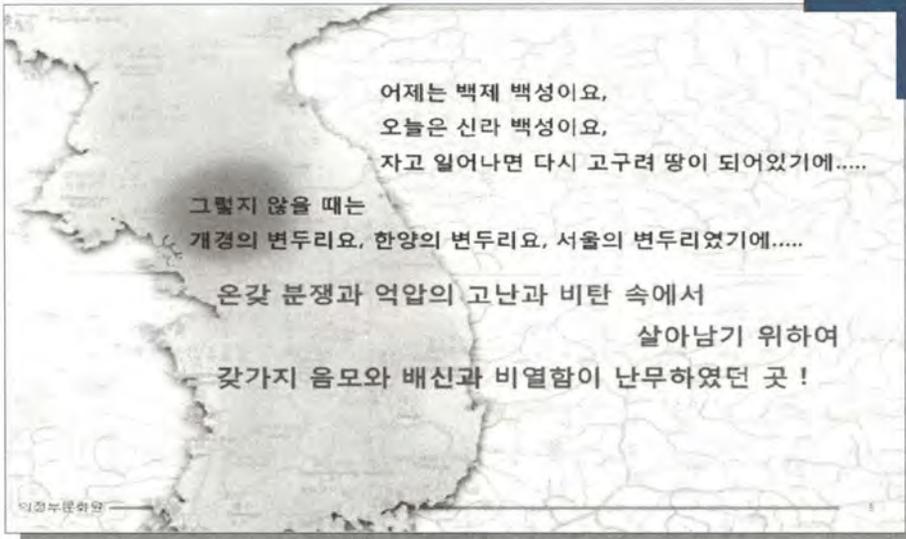


의정부

지역문화콘텐츠 발굴 프로젝트 “뮤지컬 _의순공주”

박정근(의정부문화원 사무국장)







Prologue

- 序言

문화가 우리를 먹여살리는 시대가 왔다!



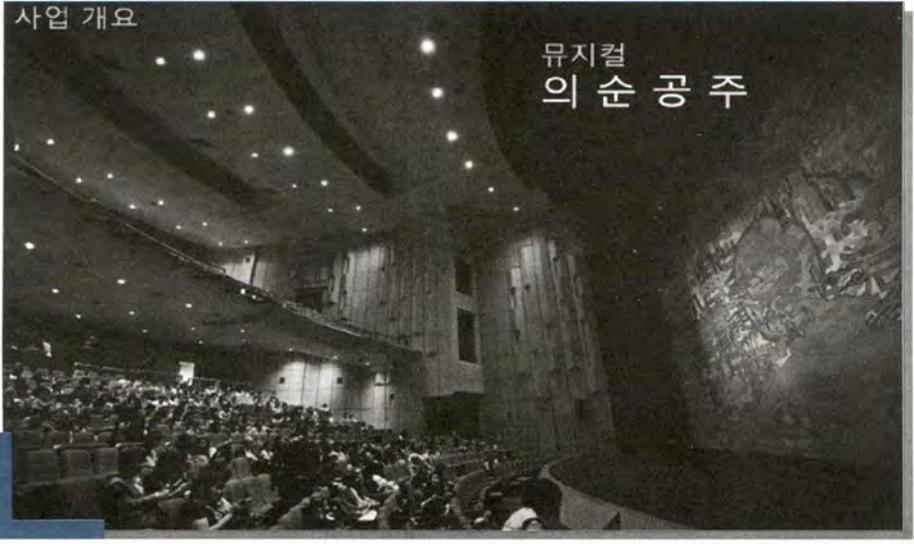
참고: 중앙일보 2008.12.9. "문화가 도시를 먹여 살린다" >

의정부문화원

6

Contents	- 차례
	1. 사업 개요 09
	2. 제작 의도 11
	3. 사업 내용 16
	4. 제작 일정 22
	5. 마케팅 24
	6. 미래 지향 27
	7. 과거 반성 29

이경부문화원 7



의정부
지역별 기획안

1. 사업개요

- Overview

- ❖ 사 업 명 : Musical 의순공주
- ❖ 기 간 : 2012년 5월 음악극축제 기간중 [3일간]
- ❖ 장 소 : 의정부예술의전당 대극장
- ❖ 주 최 : 의정부문화원, 의정부예술의전당
- ❖ 주 관 : 의정부시립극단
- ❖ 후 원 : 경기문화재단(예정), 의정부시(예정) 외
- ❖ 협 찬 : 민간기업체 3社 (예정)
- ❖ 소요 예산 : 550,000,000원

제작 의도



2. 제작 의도

- 210. 사업 목적

스토리텔링노믹스의 시대를 맞아,
우리나라를 관통하는 상징적 문화소스를 발굴하여
세상에 오픈 할 만한 문화콘텐츠로 개발한다.

단,

1. 우리 고장의 문화 소스로 만든다.
2. 미래지향적 문화 제품으로 만들어낸다.
3. 의정부의, 경기도의, 우리나라의, 세계의 문화자산이 되게끔 한다.

의정부문화원

2. 제작 의도

- 220. 기획 의도

의정부에 파묻혀 죽어가고 있는 갖가지 문화원형들을 뒤져보면 중
세계 어느 테마에도 뒤지지 않을 보석같은 소스를 하나 파내게 되었으니,
바로 '의순공주'가 그것이다.

'의순공주'는 영성황후나 정조대왕이 절대 뒤지지 않는 테마이다.
영성황후, 정조대왕은 역사적 테마로서의 감동을 줄 뿐이지만,
'의순공주'는 어느 시대에건 어느 나라에서건 감동을 주는 **시간을 관통하는 테마**이기 때문이다

하여, 이 귀한 소스를 무엇으로 개발해낼 것인가 고심한 끝에
이 소스와 가장 어울리면서도
현재 우리나라는 물론 세계에 대중성의 명위를 떨치고 있는 '유지컬'로 제작하기로 하였다.

과거의 '의순공주'는 이렇게,
세계 어디에 내놓아도 손색이 없을 재창조의 스토리텔링화를 거쳐,
언제 어디에서도 환영받는 유지컬이란 무대 위에서
미래지향적 부활을 하게 된 것이다.

'경기도 문화 소스'로서나, '미래지향성'에서나, '문화적 가치'면에서나, 그리고 '대중성'에서나,
'의순공주'는 무엇하나 부족한 점이 없다!

의정부문화원

2. 제작 의도

- 230. 연출 의도

현재의 경기도 땅은 예로부터 각국의 경계선이었거나 수도가 자리하고 있던 땅이었기에 침탈과 분열, 배신과 고난과 비통이 끊임없이 이어져왔다.

그러나 그러하였기에 반대급부로 가슴 절절한 우국과 충절, 사랑의 고장이기도 하였다.

그들의 사이에 거쳐, 어느 시대건 어느 민족이건 계속 있어왔던 일이 있으니 그것은 바로 '스스로 노예가 되는 것'이었다.

그 중에서도 특히 애절한 일은 '여성의 수단화(手段化)'였다.

스스로 노예가 되었던 시대들

- 저 멀리 삼국시대부터 시작하여, 당(唐)을 우러르던 시대가 있었고, 그 이후로 원, 명, 청, 일본, 서양(미국) 사대주의가 있어왔다.

이제는 사대주의로도 모자라 돈에의 노예의 시대로 가는가...

모든 원인은 국력·문화력이 약해서 생긴 것이다

하여 그들의 표징이라 할 정조의 노예, 이혼바 횡향녀(화냥년)라는 아픈 역사의 가운데 있는 인물

- '의순공주'의 슬픈 이야기를 현대적 감각으로 재창조해냄으로써,

우리의 진정한 보물같은 문화테마가 드디어 발굴되었음을 알리는 증거로 삼으려 한다.

의정부문화원

13

2. 제작 의도

- 240. VISION

Vision : 작품성과 대중성을 겸비한 상설공연 체제 구축

뮤지컬의 가장 큰 단점은

'고예산'과,

'상설공연여건 보유가 어렵다는 것'이다.

하여 가까스로 예산을 확보하여 성공적인 공연을 치러냈다 하여도 무대미술, 대스도구, 특수의상, 특수분장, 특수 조명 용량 장비, 각 스탭, A급 배우들 등을 계속 보유하고 있는 제작사는 그리 많지 않다.

그러나 그러하기에 더욱더 그 짐을 엄두에 두어

오히려 최대의 목표를 상설공연시스템 구축에 둔다.

그러한 목표 추구 때문에 제작과정에서 고난이 배가되겠지만

이 사업의 특성상 일회성 공연으로는 그 취지가 무색해지기 때문이다.

그렇다고 작품성이나 대중성 면에서의 완성도가 훼손되어서는 안될 것이다.

의정부문화원

14

사업 내용

뮤지컬
의 순 공 주



3. 사업 내용

- 310. 시대적 배경

당시의 배경 : 의순공주 → 화냥년

의순공주는 효종의 '금조간' 수양딸이다.

1635년 12월 2일 정(庚) 태종은 10만 대군을 거느리고 압록강을 건너 쳐들어왔다.

민초는 남한산성으로 피하였다가 삼천도에서 지복적인 환복- 삼배구고누(三排九며: 세 번 질하고 아홉 번 머리를 짚음)-을 한다.

이후 효종 1년(1650년) 청나라의 섭정왕인 도르곤(多爾衮)이 조선에서 왕비를 찾는다. "왕의 누이나 딸, 왕의 가까운 친족이나 대신의 딸 중 정숙한 여성을 선발하라"는 것

관료들은 딸을 보낼 수 없으며 물러선다.

지금의 의정부시 금오동에 살던, 효종의 10촌 할아버지행연 이개음이 열여섯 살의 딸을 보내겠다고 나선다.

고미운 마음이 효종은 의순공주로 봉작한다. 태의에 순종하라는 뜻의 '의순(義順)', 이름으로부터도 의순공주의 순탄치 않은 삶을 예고하며...

헌데 의순공주와 결혼한 도르곤은 7개월 만에 세상을 떠나고, 역적으로 몰려 사후에 재산은 국가에 몰수되고 신분도 박탈된다.

의순공주는 우여곡절 끝에 7년 만에 조선으로 돌아왔지만 오랑캐에게 몸과 마음을 더럽힌 여인으로 몰리다가 스물여덟에 병들어 죽는다.

3. 사업 내용

- 311. 시대적 배경

현재의 배경 : 양공주 → 양갈보**미래의 배경 : 물질로 공주를 추구 → 돈의 노예**

박정희 시대에 양공주를 기획적으로 활성화시켰다.

현대판 의순공주다.

1992년 통두전에서 이른바 양공주로 불리우며 살고있던 26살 윤금씨 같은 경우는 절대 특별한 케이스가 아니었다.

그 이전까지의 일반사들 중의 하나였을 뿐이다. 단지 기록이 없을 뿐...

2011년,

대학을 나오기 위해, 부자가 되기 위해 서슴없이 몸과 정신을 내민지는 시대가 오는가.

나라를 지키기 위한 것도, 나의 가치관을 지키기 위한 것도 아닌.

'돈'이라는 정나라에, '돈'이라는 미군에 스스로 몸과 마음을 던지는 시대가 오고 있는가.

노예가 되지 않으려 목숨도 끊던 선조들의 때보다 나아진 것인가.

스스로 노예가 되려 서로 먼저 뛰어드는 2011년도의 회안한 병자호란...

의정부문화원

17

3. 사업 내용

- 320. 시늬시스

#. 혼례잔치 : 의정부 금오리에 혼례잔치가 벌어지고 있다.

오랑캐가 저들여온다. 마을 사람들을 살육하고 끌고 간다.

#. 삼전도의 치욕 : 병자호란. 담헌신성 말 뿐만. 지옥적인 참복.

1장. 소녀와 소년 : 그 후, 금오리에서 사랑을 싹틔우는 소녀 의순남자와 소년 윤종도령.
그리고 우리나라 공들의 부조리한 모습.2장. 공주가 되었는데 슬프기만 하구나 : 오랑캐왕이 우리나라의 공주를 요구한다.
자기 딸 대신 신하들이나 먼 왕족의 딸을 영녀 형식으로 보내려는 우리 임금님.
의순의 아버지 금검군이 나선다.
이러한 사실도 모른 채 사랑을 키워가는 의순남자와 윤도령.
결국 그러한 사실을 듣게 되는 의순은...

3장. 이별 : 의순남자와 윤종도령은 눈물의 이별을..

4장. 족두리 : 떠나는 의순공주 압록강만 건너면 오랑캐땅. 의순공주는 족두리를 벗어..

5장. 상사병 : 청나라에서의 고난. 상사병

6장. 구슬 : 윤도령은 드디어 의순공주를 구출해오려 무술을 닦아 무예 고수와 함께 오랑캐땅으로..

7장. 환향 : 금의환향을 상상하는 의순 일행. 그런데..

8장. 피날레 : 마을사람들에게 맞아죽어가는 의순...

의정부문화원

18

3. 사업 내용

- 330. 세부사업내용

- (1) 자료의 확보
 - 사료(史料)의 수집 및 고증
 - 전승실화의 조사
 - 전승 또는 회자되는 민속놀이 및 민속신앙의 조사
 - 자료집 작성
- (2) 재창조로서의 회곡 창작
 - 스토리텔링 효용성이 극대화된 뮤지컬 회곡 창작
 - 대본 작성
- (3) 기초 인적조직 구성
 - 뮤지컬 제작을 위한 베이스 조직 구성
 - 의정부문화원, 의정부예술의전당, 의정부시립극단 인적자원으로 구성
 - 각 구성인 업무 시작 - 기초 기획진과 기초 연출진 구성
- (4) 작곡
- (5) 제작진 구성
 - 의정부시립극단과 의정부예술의전당을 기반으로 하는 기획 실무인력 전체와 연출 인력 전체 마련
 - 공개 오디션 및 지명 심외로 연출진(뮤지컬 배우 및 스태프) 확충
- (6) 뮤지컬 연습
 - 100일간에 걸친 연기, 노래, 춤 등의 연습
 - 리허설
- (7) 뮤지컬 공연
 - 3일간 Set-up, 1일간 리허설에 이은 3월 6회의 공연

의정부문화원

19

3. 사업 내용

- 340. 제작진(안)

STAFF

- 제작 / 조수기
- 프로듀서 / 박정근
- 총연출 / 유준식
- 프로덕션 프로듀서 / 소홍삼
- 작곡 / (미정)
- 안무 / (미정)
- 연기연출 / (미정)
- 움직임지도 / 강지수
- 음악감독 / (미정)
- 무대감독 / 이원조(섭외중)
- 조명감독 / 김명남
- 음향감독 / (미정)
- 의상디자인&제작 / 오미정
- 메이크업 디자인 & 메이크업 / 이인 Team

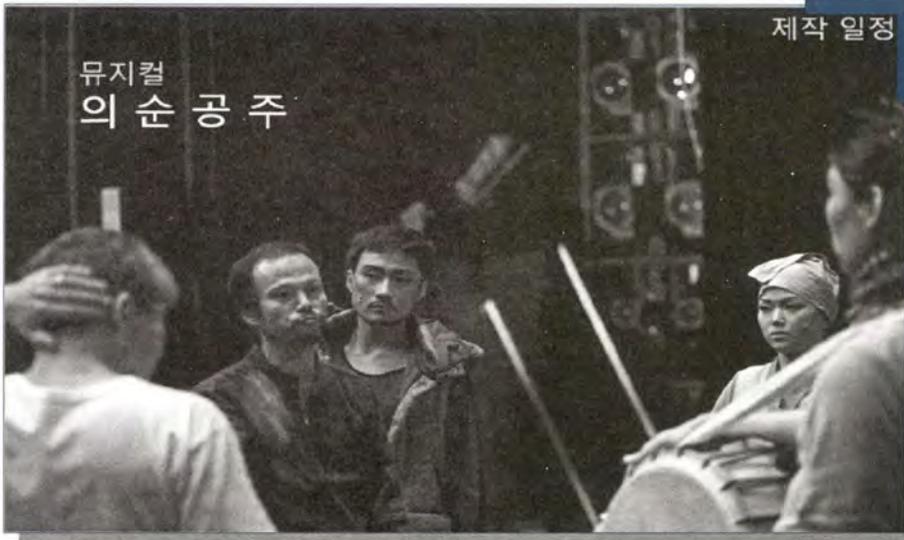
CAST

- 전 배역 오디션 및 지명섭외(미정)

의정부문화원

20

의정부
지역별 기획안



제작 일정

뮤지컬 의 순 공 주

4. 제작 일정

- 410. 제작 일정

- ~2011년 12월 : 자료의 확보
 - 의정부문화원 부설 한문문화연구소
- ~2011년 12월 : 기초 조직 구성
 - 의정부문화원, 의정부예술의전당, 의정부시립극단 사람들 중에서 적절히 구성
 - 조직 / 프로듀서, 크리에이티브팀장(총연출) 등
- ~2012년 1월 : 회곡 창작
- ~2012년 2월 : 작곡
- ~2012년 2월 : 제작진 구성 (오디션)
 - 크리에이티브팀 / 각 파트의 디렉터, 각 파트의 디자이너, 연기자 및 오케스트라 각 조감독 및 크루
 - 기획팀 / 기획, 홍보, 마케팅
 - 운영팀 / 제작, 사무, 회계, 관리
- 2012년 3~5월 : 연습 및 기획, 운영팀 업무
 - 연습 / 의정부예술의전당 대극장 연습실
 - 기획팀 / 기획, 홍보, 마케팅 실무 등
 - 운영팀 / 계약, 사무 관리, 회계 업무 등
- 2012년 5월 중 : 공연 / 의정부국제음악극축제 기간 중
- 2012년 5월 ~ : 추후 공연의 모색
 - 목적 : 기왕에 탄생한 '뮤지컬 의순공주'의 다각적 가치 극대화 및 사장(死藏) 방지
 - 방안 : 경기도 7개 순회공연, 서울 상업무대 진출 등

뮤지컬
의 순공주

마케팅



5. 마케팅

- 510. 마케팅 전략

목표 관객 총 6000명

컨셉

1. 대중성 - 장식, 제작진, 배우, 연출 등의 대중성 강화!
2. 임팩트 - 으름스름한 듯 이는 순간 뇌성백력과 폭우가!

디젯

1. 역점부서인
2. 인접지역인-경북, 양주, 동두천, 포천, 연천, 남양주, 고양 등
3. 서울 전체 및 경기도 전체
4. 전국

전략

1. 이슈 마케팅
2. 임팩트 마케팅
3. 언론 마케팅

5. 마케팅

- 520. 마케팅 방안

전략적 제휴

상호 공동의 고객 서비스 개발 : 전략적 Win-Win 제휴
 • 상호 서비스 교환 : 소비자 타겟 동일 업체와 고객 공동개발

프로모션 마케팅

작품의 이슈화로 언론의 집중 유도
 • 언론몰이 강화로 프로모션 마케팅 효과의 증대
 • 각종 공동 이벤트의 개발로 프로모션 홍보의 극대화

DB 마케팅

예술단체 특유의 충성심 높은 회원들에게 피라미드식 직접홍보
 • 신뢰도 높은 각 회원들의 라이브 & SNS 홍보

공조 마케팅

의정부시, 의정부예술의전당, 시립극단과의 공조체제로 대중성 극대화
 • 각 주관자 및 후원자와의 相生的 공조로 홍보력 극대화

이슈 마케팅

테마 발굴 및 재창조로 스토리텔링 성공
 • 이슈, 이슈, 이슈! --- 언론, 언론, 언론!

익정부문화원

25

뮤지컬
의 순 공 주

미래 지향



6. 미래 지향

- 610. 활용 방안

1) 직접적 활용

- (1) 경기도립 타 지역 순회공연
- (2) 경기도립 타 지역 청소년 등 관객들이 의정부예술의전당에서 단체 관람
- (3) 전국 순회공연
- (4) 외국 공연

2) 약간의 변용 활용

- (1) DVD 등 미디어 매체로 제작하여 경기도 각 지역에 공급
- (2) 음악만을 '음반'으로 제작하여 공급
- (3) '소형 아동극'으로 제작하여 경기도 내 유·소·청소년 교육기관과 연계, 순회공연
- (4) 상업적 대형 뮤지컬로 제작, 중앙 무대에 진출 공연하여 대중성 획득
- (5) '희곡' 발간

3) 확장 활용

- (1) '유형문화와 무형문화를 손잡시킨 문화관광 상품'으로 개발
 - '의순공주 요역' 단창
 - 전승현화의 주무대인 '정주당' 복원
 - 전승·구전 민속놀이인 '정주당놀이' 복원 및 발전
 - '뮤지컬 의순공주'와 연계 상품으로 개발
- (2) '소설'로 창작작
- (3) '영화'로 제작
- (4) '죽두리 액세서리' '의순공주 문구' 등 제작

4) 기획적 One-Source Multi-Use로의 다양한 확장 모색

의정부문화원

27

과거 반성

뮤지컬
의순공주



7. 과거 반성

- 710. 2010년 쇼케이스



의정부문화재단

29

7. 과거 반성

- 710. 2010년 쇼케이스



의정부문화재단

30

7. 과거 반성

- 710. 2010년 쇼케이스



의정부문화원

31

7. 과거 반성

- 710. 2010년 쇼케이스



의정부문화원

32

7. 과거 반성

- 710. 2010년 쇼케이스



의경부문화원

33

7. 과거 반성

- 710. 2010년 쇼케이스

1. 프로듀싱의 부재
2. 총연출의 부재
3. 프로덕션 프로듀서의 부재
4. 제작 기간의 확보의 역부족
5. 모든 면에서의 엄청난 고난과 그 역분의 깨달음

의경부문화원

34

Thank You!

감사합니다!

의정부문화재단

지역문화 콘텐츠 발굴 프로젝트

“뮤지컬_의순공주”

지역명: 의정부시(의정부문화원) / (담당자 : 박정근)

1. 사업개요

- ▶ 사 업 명 : Musical 의순공주
- ▶ 기 간 : 2012년 5월 국제음악극축제 기간중[3일간]
- ▶ 장 소 : 의정부예술의전당 대극장
- ▶ 주 최 : 의정부문화원, 의정부예술의전당
- ▶ 주 관 : 의정부시립극단
- ▶ 후 원 : 경기문화재단(예정), 의정부시(예정) 外
- ▶ 협 찬 : 민간기업체 3社 (예정)
- ▶ 소 요 예 산 : 550,000,000원

2. 제작 의도

■ 사업 목적

스토리텔링노믹스의 시대를 맞아, 우리나라를 관통하는 상징적 문화소스를 발굴하여 세상에 오픈 할 만한 문화콘텐츠로 개발한다.

단,

- ▶ 우리 고장의 문화 소스로 만든다.
- ▶ 미래지향적 문화 제품으로 만들어낸다.
- ▶ 의정부의, 경기도의, 우리나라의, 세계의 문화자산이 되게끔 한다.

■ 기획 의도

의정부에 파묻혀 죽어가고 있는 갖가지 문화원형들을 뒤져보던 중 세계 어느 테마에도 뒤지지 않을 보석같은 소스를 하나 파내게 되었으니, 바로 '의순공주'가 그것이다.

'의순공주'는 명성황후나 정조대왕에 절대 뒤지지 않는 테마이다. 명성황후, 정조대왕은 역사적 테마로서의 감동을 줄 뿐이지만, '의순공주'는 어느 시대에건 어느 나라에서건 감동을 주는, 時空을 관통하는 테마이기 때문이다.

하여, 이 귀한 소스를 무엇으로 개발해낼 것인가 고심한 끝에, 이 소스와 가장 어울리면서도 현재 우리나라는 물론 세계에 대중성의 맹위를 떨치고 있는 '뮤지컬'로 제작하기로 하였다.

과거의 '의순공주'는 이렇게, 세계 어디에 내놓아도 손색이 없을 재창조의 스토리텔링화를 거쳐, 언제 어디에서도 환영받는 뮤지컬이란 무대 위에서 미래지향적 부활을 하게 된 것이다.

'경기도 문화 소스'로서나, '미래지향성'에서나, '문화적 가치'면에서나, 그리고 '대중성'에서나, '의순공주'는 무엇하나 부족한 점이 없다!

■ 연출 의도

현재의 경기도 땅은 예로부터 각국의 경계선이었거나 수도가 자리하고 있던 땅이었기에 침탈과 분열, 배신과 고난과 비통이 끊임없이 이어져왔다.

그러나 그러하였기에 반대급부로 가슴 절절한 우국과 충절, 사랑의 고장이기도 하였다.

그들의 사이에 끼어서, 어느 시대건 어느 민족이건 계속 있어왔던 일이 있으니 그것은 바로 '스스로 노예가 되는 것'이었다.
그 중에서도 특히 애통한 일은 '여성의 수단화(手段化)'였다.

스스로 노예가 되었던 시대들

- 저 멀리 삼국시대부터 시작하여, 당(唐)을 우러르던 시대가 있었고, 그 이후로 원, 명, 청, 일본, 서양(미국) 사대주의가 있어왔다.
이제는 사대주의로도 모자라 돈에의 노예의 시대로 가는가...

모든 원인은 국력- 문화력이 약해서 생긴 것이다.

하여 그들의 표징이라 할 청의 노예, 이른바 환향녀(화향년)라는 아픈 역사의 가운데 있는 인물

- '의순공주'의 슬픈 이야기를 현대적 감각으로 재창조해냄으로써, 우리의 진정 보물같은 문화테마가 드디어 발굴되었음을 알리는 증거로 삼으려 한다.

3. 사업 내용

■ 시대적 배경

당시의 배경: 의순공주 → 화향년

의순공주는 효종의 '급조된' 수양딸이다.

1636년 12월 2일 청(淸) 태종은 10만 대군을 거느리고 압록강을 건너 쳐들어왔다. 인조는 남한산성으로 피하였다가 삼전도에서 치욕적인 항복- 삼

배구고두(三 拜九叩頭: 세 번 절하고 아홉 번 머리를 짚음)-을 한다.
 이후, 효종 1년(1650년) 청나라의 섭정왕인 도르곤(多爾袞)이 조선에서 왕비를 찾는다. “왕의 누이나 딸, 왕의 가까운 친족이나 대신의 딸 중 정숙한 여성을 선발하라”는 것.

관료들은 딸을 보낼 수 없다며 물러선다.

지금의 의정부시 금오동에 살던, 효종의 10촌 할아버지뻘인 이개운이 열여섯 살의 딸을 보내겠다고 나선다.

고마운 마음에 효종은 의순공주로 봉작한다. 대의에 순종하라는 뜻의 ‘의순(義順)’, 이름으로부터도 의순공주의 순탄치 않은 삶을 예고하며...

헌데 의순공주와 결혼한 도르곤은 7개월 만에 세상을 떠나고, 역적으로 몰려 사 후에 재산은 국가에 몰수되고 신분도 박탈된다.

의순공주는 우여곡절 끝에 7년 만에 조선으로 돌아왔지만 오랑캐에게 몸과 마음을 더럽힌 여인으로 몰리다가 스물여덟에 병들어 죽는다.

현재의 배경 : 양공주 → 양갈보

미래의 배경 : 물질로 공주를 추구 → 돈의 노예

박정희 시대에 양공주를 기획적으로 활성화시켰다.

현대판 의순공주다.

1992년 동두천에서 이른바 양공주로 불리우며 살고있던 26살 윤금이씨 같은 경우는 절대 특별한 케이스가 아니었다.

그 이전까지의 일반사들 중의 하나였을 뿐이다. 단지 기록이 없을 뿐...

2011년, 대학을 나오기 위해, 부자가 되기 위해 서슴없이 몸과 정신을 내던지는 시대가 오는가.

나라를 지키기 위한 것도, 나의 가치관을 지키기 위한 것도 아닌,

‘돈’이라는 청나라에, ‘돈’이라는 미군에 스스로 몸과 마음을 던지는 시대가 오고 있는가.

노예가 되지 않으려 목숨도 끊던 선조들의 때보다 나아진 것인가.
스스로 노예가 되려 서로먼저 뛰어드는 2011년도의 희안한 병자호란…

■ 시놉시스

- #. 혼례잔치 : 의정부 금오리에 혼례잔치가 벌어지고 있다.
오랑캐가 쳐들어온다. 마을 사람들을 살육하고 끌고 간다.
- #. 삼전도의 치욕 : 병자호란. 남한산성 앞 벌판. 치욕적인 항복.

1장. 소녀와 소년 : 그 후, 금오리에서 사랑을 싹틔우는 소녀 의순남자와 소년 윤충도령.

그리고 우리나라 궁궐의 부조리한 모습.

2장. 공주가 되었는데 슬프기만 하구나 : 오랑캐왕이 우리나라의 공주를 요구한다. 자기 딸 대신 신하들이나 먼 왕족의 딸을 양녀 형식으로 보내려는 우리임금님.의순의 아버지 금림군이 나선다.

이러한 사실도 모른 채 사랑을 키워가는 의순남자와 윤도령.

결국 그러한 사실을 듣게 되는 의순은…

3장. 이별 : 의순남자와 윤충도령은 눈물의 이별을…

4장. 족두리 : 떠나는 의순공주. 압록강만 건너면 오랑캐땅. 의순공주는 족두리를 벗어…

5장. 상사병 : 청나라에서의 고난. 상사병

6장. 구출 : 윤도령은 드디어 의순공주를 구출해오려 무술을 닦아 무예 고수와 함께 오랑캐땅으로...

7장. 환향 : 금의환향을 상상하는 의순 일행. 그런데...

8장. 피날레 : 마을사람들에게 맞아죽어가는 의순...

◎ 세부사업 내용

- ▶ 자료의 확보
 - 사료(史料)의 수집 및 고증
 - 전승설화의 조사
 - 전승 또는 회자되는 민속놀이 및 민속신앙의 조사
 - 자료집 작성
- ▶ 재창조로서의 희곡 창작
 - 스토리텔링 효용성이 극대화된 뮤지컬 희곡 창작
 - 대본 작성
- ▶ 기초 인적조직 구성
 - 뮤지컬 제작을 위한 베이스 조직 구성
 - 의정부문화원, 의정부예술의전당, 의정부시립극단 인적자원으로 구성
 - 각 구성인 업무 시작 - 기초 기획진과 기초 연출진 구성
- ▶ 작곡
- ▶ 제작진 구성
 - 의정부시립극단과 의정부예술의전당을 기반으로 하는 기획 실무인

- 력 전체와 연출 인력 전체 마련
- 공개 오디션 및 지명 섭외로 연출진(뮤지컬 배우 및 스태프) 확충
- ▶ 뮤지컬 연습
 - 100일간에 걸친 연기, 노래, 춤 등의 연습
 - 리허설
- ▶ 뮤지컬 공연
 - 3일간 Set-up, 1일간 리허설에 이은 3일 6회의 공연

4. 제작 일정

- ▶ 2011년 12월 : 자료의 확보
 - 의정부문화원 부설 향토문화연구소
- ▶ 2011년 12월 : 기초 조직 구성
 - 의정부문화원, 의정부예술의전당, 의정부시립극단
사람들중에서 적절히 구성
 - 조직 / 프로듀서, 크리에이티브팀장(총연출) 등
- ▶ 2012년 1월 : 희곡 창작
- ▶ 2012년 2월 : 작곡
- ▶ 2012년 2월 : 제작진 구성 (오디션)
 - 크리에이티브팀 / 각 파트의 디렉터, 각 파트의 디자이너,
연기자 및 오케스트라 각 조감독 및 크루
 - 기획팀 / 기획, 홍보·마케팅
 - 운영팀 / 제작, 사무·회계·관리
- ▶ 2012년 3~5월 : 연습 및 기획·운영팀 업무
 - 연습 / 의정부예술의전당 대극장 연습실
 - 기획팀 / 기획, 홍보, 마케팅 실무 등
 - 운영팀 / 계약, 사무 관리, 회계 업무 등

- ▶ 2012년 5월 중 : 공연 / 의정부국제음악극축제 기간 중
- ▶ 2012년 5월 ~ : 추후 공연의 모색
 - 목적 : 기왕에 탄생한 '뮤지컬 의순공주'의 다각적 가치 극대화 및 사장(死藏) 방지
 - 방안 : 경기도 내 순회공연, 서울 상업무대 진출 등

5. 미래 지향 및 활용 방안

◎ 직접적 활용

- ▶ 경기도 내 타 지역 순회공연
- ▶ 경기도 내 타 지역 청소년 등 관객들이 의정부예술의전당에서 단체 관람
- ▶ 전국 순회공연
- ▶ 외국 공연

◎ 약간의 변용 활용

- ▶ DVD 등 '미디어 매체'로 제작하여 경기도 각 지역에 공급
- ▶ 음악만을 '음반'으로 제작하여 공급
- ▶ '소형 아동극'으로 제작하여 경기도 내 유·소·청소년 교육기관과 연계, 순회공연
- ▶ '상업적 대형 뮤지컬'로 제작, 중앙 무대에 진출 공연하여 대중성 획득
- ▶ '희곡' 발간

◎ 확장 활용

- ▶ '유형문화와 무형문화를 혼합시킨 문화관광 상품'으로 개발
 - '의순공주 묘역' 단장

- 전승설화의 주무대인 '정주당' 복원
- 전승·구전 민속놀이인 '정주당놀이' 복원 및 발전
- '뮤지컬 의순공주'와 연계 상품으로 개발
 - ▶ '소설'로 재창작
 - ▶ '영화'로 제작
 - ▶ '족두리 액세서리' '의순공주 문구' 등 제작

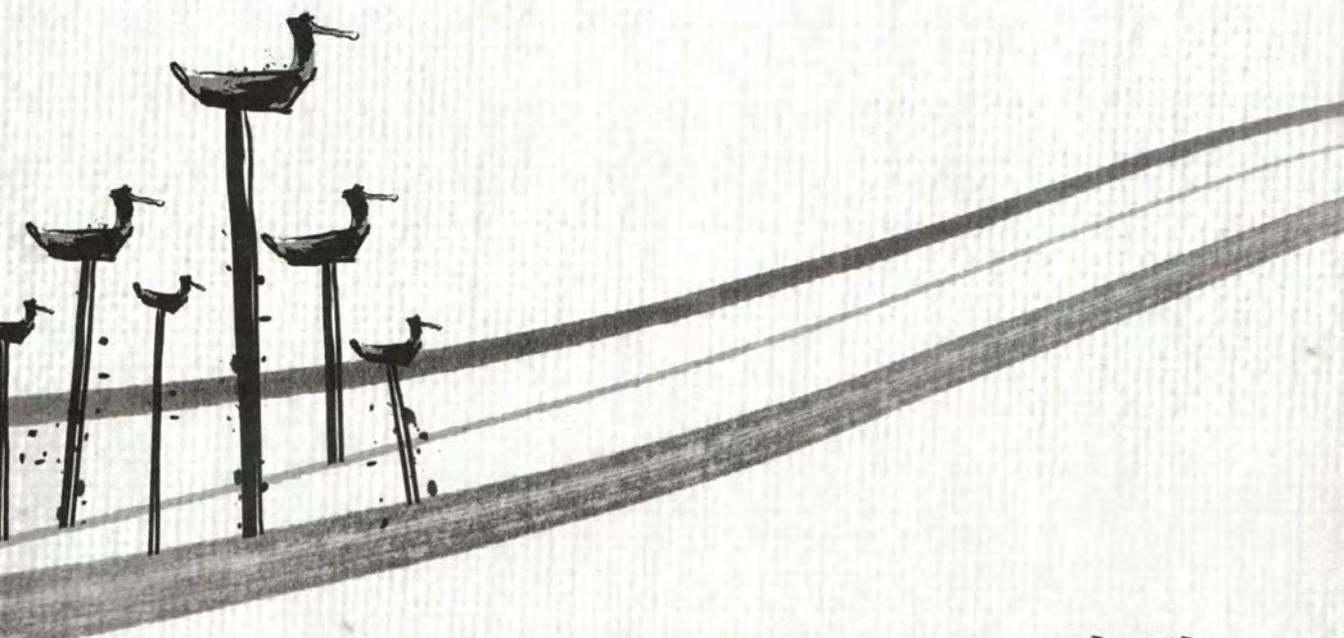
☞ 기획적 One-Source Multi-Use로의 다양한 확장 모색

여 백

III

경기도 시·군 문화유산원형

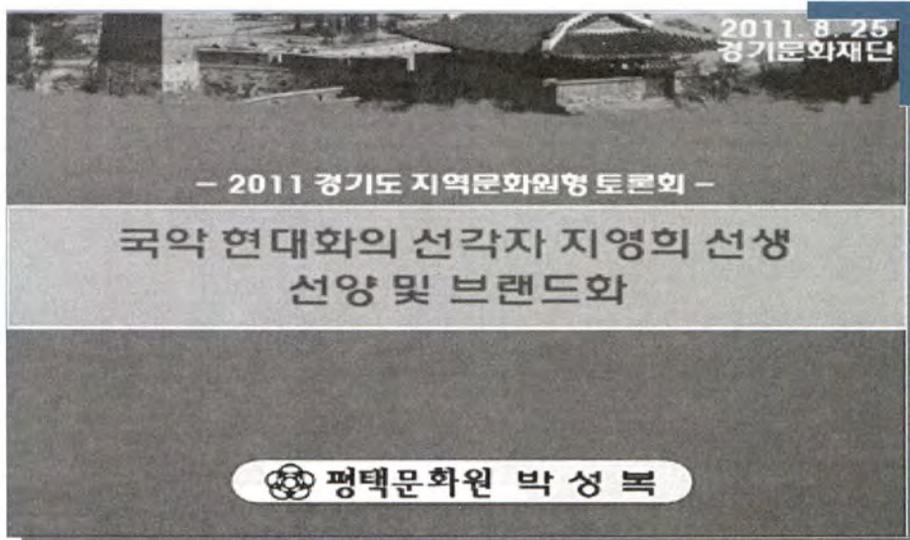
토론회 결과보고서 지역별 기획안



평택

국악 현대화의 선각자
“지영희” 관련 지역브랜드 개발

박성복(평택문화원 사무국장)



1. 사업명

국악 현대화의 선각자
지영희 선생
선양 및 브랜드화

2. 기획 의도

1) 추진 배경

- ▶ 지영희 선생 선정 배경
 - 국가지정 예능보유자
 - 국악 현대화의 선각자
 - 국악 교육자
 - 영화 음악가
 - 무용 음악가
 - 국악기 개발자
 - 최초의 국악관현악단 창단
 - 지문일가의 체계를 세운 인물

- 5 -

평택문화원

2. 기획 의도

2) 추진 목적

- ▶ 평택 출신 전통 예인 발굴, 기록, 체계화
- ▶ 국악 교육 및 축제 개발, 지역경제 활성화
- ▶ 지영희의 예술혼 교육 및 국악교육 활성화
- ▶ 지영희를 중심으로 한 지역 문화자원 연계로 경기지역을 대표하는 문화 및 관광 자원화
- ▶ 전통예인의 체계화 및 선양, 홍보 사업을 통해 평택시를 문화예술의 도시로 부각시킴

- 6 -

평택문화원

3. 지영희 선생의 업적

1) 국가지정 예능보유자

- ▶ 지영희 - 중요 무형문화재 제53호 시나위
- ▶ 성금연 - 중요 무형문화재 제23호 가야금



- 7 -

평택문화원

3. 지영희 선생의 업적

2) 국악 현대화의 선각자

- ▶ 국악을 오선보에 채보, 연주를 가능토록 체계화
- ▶ 악기 연주(피리, 해금) 및 춤, 노래 등에 능통



- 8 -

평택문화원

3. 지영희 선생의 업적

3) 국악 교육자

- ▶ 박헌봉, 박귀희, 김소희와 국악예술학교 설립
- ▶ 박범훈, 최태현, 김덕수, 최종실 등 후진 양성



- 9 -

평택문화원

3. 지영희 선생의 업적

4) 영화 및 무용 음악가

- ▶ 신상옥의 한국영화에 반주 활동(방어리 삼동 등)
- ▶ 한성준, 최승희 무용 반주 활동



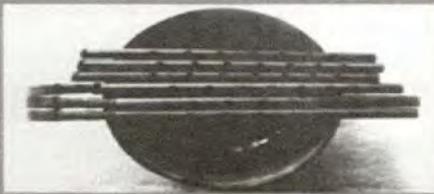
- 10 -

평택문화원

3. 지영희 선생의 업적

5) 국악기 개발자

- ▶ 국악예술학교에 공방 설치, 국악기 개량에 전력
- ▶ 관현악단 연주를 위해 공후, 비파, 대해금 개량



- 11 -

평택문화원

3. 지영희 선생의 업적

6) 최초의 국악관현악단 창단

- ▶ 1962년 창작관현악곡 '청하지곡' 작곡
- ▶ 1965년 서울시립국악관현악단 창단 및 지휘



- 12 -

평택문화원

3. 지영희 선생의 업적

7) 지문일가(池門一家)의 체계를 세운 인물

- ▶ 가문 대대로 무속음악과 세습무 계승
- ▶ 지영희의 7남매 정상급 국악인으로 활동



- 13 -

평택문화원

4. 사업 내용

1) 기 실행 사업

- ▶ 제25회 전국향토문화공모전 최우수상 수상
- ▶ 2000년 '지영희예술제' 개최(올해 제10회)
- ▶ '지영희전국악술대회' 개최(올해 제2회)



- 14 -

평택문화원

4. 사업 내용

1) 기 실행 사업

- ▶ '평택의 인물지2-지영의' 발간(12월)
- ▶ 평택의 역사인물 달력 제작
- ▶ 초등 3년 교육과정 지영의 교육(캐리커처 제작)



- 15 -

평택문화원

4. 사업 내용

2) 향후 추진 사업(안)

- ▶ 책자 발간 : 어린이용 인물전기 발간 및 보급
- ▶ 교육 프로그램 : 지영의포럼, 국악학교 운영
- ▶ 지영의 생가 복원 및 공원화
- ▶ 지영의 국악상 제정 및 시상
- ▶ 지영의 창작극 제작
- ▶ 지영의 문화브랜드 상품 개발 및 판매 (관광상품, 국악기 등)
- ▶ 지영의 스토리텔링 공모전, 드라마 및 영화제작

- 16 -

평택문화원

5. 기대 효과

- ▶ 지영희 선생의 가계 및 일대기를 체계화
- ▶ 국악 인재 발굴 및 양성에 기여
- ▶ 청소년들에게 국악 보존 및 계승의 중요성 교육
- ▶ 경기 전통문화자원 및 관광자원으로 활용
- ▶ 지영희 선생을 중심으로 전통예인의 체계화 및 홍보를 통해 평택시를 문화예술 도시로 부각

- 17 -

평택문화원

감사합니다!



평택문화원

국악 현대화의 선각자 “지영희”관련 지역브랜드 개발

지역명: 평택시 (평택문화원) / (담당자 : 박 성 복)

1. 사업명

국악 현대화의 선각자 지영희 선생 선양 및 브랜드화

2. 기획의도

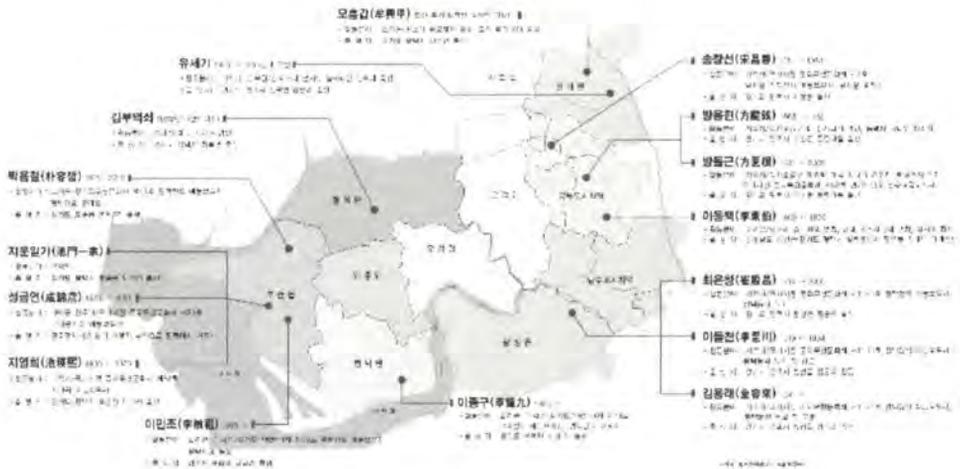
1) 추진배경 :

- 평택의 무형문화 자원으로는 국가지정 중요무형문화재인 제11-나호 평택농악을 비롯해 경기도무형문화재 평택민요가 있으며, 전통예인으로는 명창 모흥갑, 이동백을 비롯해 진위남사당을 체계화시킨 기악의 유세기와 남사당 꼭두각시 예능보유자 송창선, 평택농악 예능보유자 최은창, 이돌천, 김용래, 경기도당굿 동령제 시나위 창시자인 방용현, 그의 손자로 경기도당굿 남양제를 이끈 방돌근, 대금 시나위 명인 김부억쇠, 평택민요 농요의 이민조, 어로요의 이종구, 장례요의 박용철 등 소리, 기악 등 다방면에서 풍부한 인적자원을 바탕으로 평택을 전통문화예술의 도시로 홍보할 수 있을 것이며, 이 중에서도 국악 발전의 큰 인물인 지영희 선생을 중심으로 이들 인물을 지역 문화 브랜드로 육성할 수 있음

- 평택 출신 인물로 국가지정 중요무형문화재 시나위 예능보유자였던

지영희 선생은 시대를 앞서가는 국악계의 선각자로, 기악가로, 국악 교육자로, 영화 음악가로, 국악기 개발자로, 우리나라 최초로 국악 관현악단을 만들어 지휘자로 활동하는 등 국내외에 널리 알려진 인물임

평택의 전통 예인(平澤傳統藝人)



2) 추진목적 :

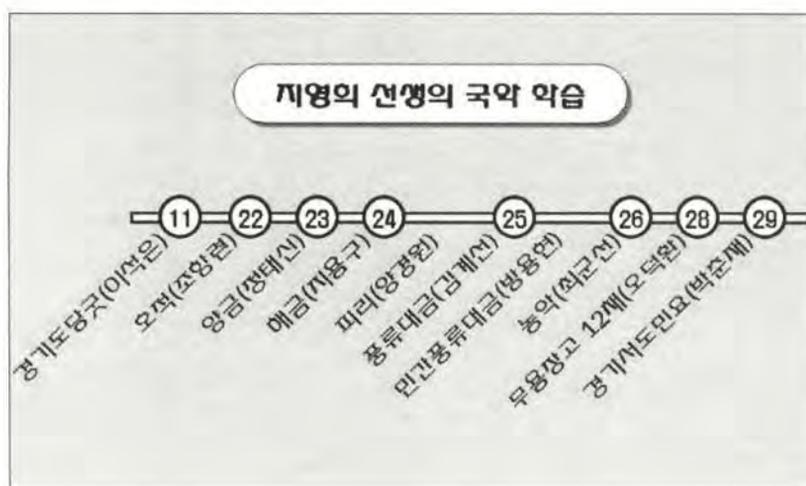
- 평택 출신의 전통 예인을 발굴, 기록하며 이를 체계화함
- 국악 교육프로그램 및 축제 개발을 통한 지역경제 활성화
- 지영희 선생의 예술혼과 국악 사랑을 자라나는 청소년들에게 교육하며, 프로그램 개발 및 보급으로 국악 교육을 활성화 함
- 지영희 선생의 국악 혼에 평택농악과 평택민요 등을 연계해 경기지역을 대표하는 전통문화 및 관광 자원으로 활용
- 지영희 선생을 중심으로 한 전통예인의 체계화, 선양 및 홍보를 통해 평택시를 문화예술의 도시로 부각시킴

3. 지영희 선생의 업적

지영희 선생의 본명은 지천만(池千萬)이다. 선생은 해금산조와 피리 시나위의 명인으로 악기, 소리, 춤 등에 두루 능했다. 경기 음악의 대가인 지영희 선생은 예인(藝人)이자 교육, 지휘, 음악 등 민속음악 분야에서 뚜렷한 족적을 남긴 인물로 경기 지방의 무속 가락을 근간으로 한 그의 음악은 '지영희류 해금산조'와 '경기 대풍류'로 그 명맥을 이어오고 있다.

1973년 중요무형문화재 제52호 시나위의 예능보유자로 지정되었으며, 그의 아내 성금연(成錦鸞) 또한 중요무형문화재 제23호 가야금산조 및 병창의 예능보유자이다.

경기도 평택시 포승읍 내기리에서 태어나 1929년 조항련 선생의 문하에서 호적(피리)을 배웠다. 다양한 악기는 물론 소리와 춤에도 능하였다. 1941년 조선음악회를 창설하였고 1953년 대한국악원 산하 지영희고전음악연구소를 창설하여 기악과 고전무용을 지도하였다. 1966년 서울시립국악관현악단 초대 상임지휘자로 활약했다.



지영희 선생은 평생 동안 연주자이자 교육자로 활발한 활동을 하며 국악 발전에 많은 공헌을 했다. 10세 때부터 승무, 검무 등의 여러 춤을 배우기 시작하여, 20세부터는 호적과 양금, 단소, 통소를 배우고, 23세부터는 지용구에게서 해금, 풍류시나위를 전수받고, 양경원에게 피리 삼현육각과 시나위를 배웠다. 그리고 대금 시나위, 무악장단, 경기, 서도 소리를 전수받기도 하였다.

이렇게 여러 대가들에게 전수 받은 다양한 분야의 능력을 토대로 국악예술 학교 교사, 서울시립국악관현악단 초대 지휘자로 재직하며 활동을 했으며, 선생의 제자로는 중앙대 총장을 지낸 박범훈, 중앙대 최태현, 한국예술종합학교 김영재 교수, 사물놀이 명인 김덕수, 최종실 교수 등이 있다.



연주하지 못하는 악기가 없을 정도로 여러 악기에 두루 능통했던 '국악의 별' 지영희의 신명과 열정으로 가득 찼던 삶의 자취는 '지영희류 해금산조'와 '경기 대풍류'라는 누구도 생각하지 못했던 음악을 만들어낸다. 민속기악의 꽃 이라고 할 수 있는 산조는 작곡자와 연주자의 구분이 명확하지 않던 시절에 자신만의 음악 세계를 집대성하여 가락을 짠 뒤 본인의 이름을 붙여 연주했다.

'지영희류 해금산조'는 20세기 초반에 지용구 명인이 처음 연주했다고 알려져 있으며, 이후에 지영희, 한범수 명인 등이 해금산조의 골격을 완성하

였다. 현재 많은 연주자들에 의해 연주되고 있는 '지영희류 해금산조'는 섬세하고 굴곡이 많으며 경기도 민요처럼 가볍고 경쾌하면서 익살스럽게 느껴지는 부분이 많은 것이 특징이다.

'대풍류'라고 많이 알려진 관악기 중심의 멋스러운 합주곡인 '경기 대풍류'는 서울, 경기지역의 민간 음악인들이 전승해 온 합주곡으로, 염불(느린 염불-반염불), 타령(허튼타령-중허튼타령-자진허튼타령), 굿거리(굿거리, 자진굿거리), 당악 등으로 이루어진 곡이다. 현재 국립국악원 등에서 연주



하는 대풍류는 1960년대 지영희 명인이 구성해 전한 것이다.



지영희 선생은 부인 성금연 여사(국가지정 중요무형문화재 제23호 가야금 예능보유자)와 김소희, 김윤덕 선생과 함께 1972년 미국 카네기홀에서의 공연함으로써 우리 국악을 벽안의 외국인들 앞에서 당당히 연주해냈으며, 이듬해인 1973년 시나위로 국가지정 중요무형문화재 제53호의 예능보유자로 지정돼 국악인으로 그의 전성기를 맞게 된다.

하지만 지영희 선생은 당시 국내에서 벌어진 국악계의 갈등 상황과 모든 국악의 뿌리였던 민속음악에 대한 천대 등을 이기지 못하고, 국가지정 예능보유자라는 명예를 뒤로 한 채 1974년 부인 성금연 선생과 함께 하와이로 이

민의 길을 택한다. 이민 후에도 오로지 국악 발전에 골몰해오던 지영희 선생은 하와이대학 강연과 국내에 있는 제자들에게 악보와 연주 테이프를 보내는 일을 해오다 1980년 73세의 나이로 이국 땅 하와이에서 생을 마감했다.



4. 사업내용

1) 기 실행 사업

- 제25회 전국향토문화공모전 출품
 - 향토문화콘텐츠(영상)부문 최우수상 수상
 - 지영희 선생의 생애와 업적을 다큐멘터리로 제작, 총 46분
- 지영희예술제
 - 2000년 ~ 2010년까지 진행(2011년 제10회)
 - 기악, 성악, 타악, 무용, 농악, 시조 경연
 - 초등, 중고등, 일반부로 구분(대상 : 문화체육관광부장관상)
- 지영희전국학술대회 개최
 - 2009년 12월 제1회 전국 학술대회 개최(평택문예회관)
 - 2011년 11월중 제2회 학술대회 개최 예정
- 평택의 인물지-2 발간

- 2011년 12월중 <국악 현대화의 선각자 지영희> 발간 예정
- 컬러 4×6배판, 총 300Page 분량

○평택의 역사 인물 홍보 활동

- 2009년 평택의 역사인물 달력 제작 - 11월의 인물 지영희
- 초등학교 사회교과 과정 지영희 선생 교육 - 캐리커처 제작

2) 향후 추진 사업(안)

- 책 자 발 간 : 지영희의 예술세계 및 업적관련 서적,
어린이용 인물전기 발간 및 보급 운등
- 학술대회 개최 : 지영희 학술대회, 학술공모전 개최
- 교육 프로그램 : 지영희 포럼, 국악학교 운영
- 공연 및 축제 : 지영희예술제, 국악경연대회
- 지영희 생가 복원 및 공원화
- 지영희 국악상 제정 및 시상
- 지영희류 시나위 비 건립
- 지영희 문화브랜드 상품 개발 및 판매



<지영희 선생 해금 연주 사진>



<지영희 선생 캐리커처>

5. 활용 방안

- 책 자 발 간 : 지영희의 예술세계 및 업적관련 서적,
어린이용 인물전기 발간 및 보급 운동,
지영희 국악 채록 악보
- 학술대회 개최 : 지영희 학술대회, 학술공모전 개최
- 교육 프로그램 : 지영희 포럼, 국악학교 운영
- 공연 및 축제 : 지영희예술제, 국악경연대회
- 지영희 생가 복원 및 공원화
- 지영희 국악상 제정 및 시상
- 지영희류 시나위 비 건립
- 지영희 브랜드 상품 개발 및 판매
- 지영희 관련 드라마 및 영화 제작 추진

6. 추진 계획

1) 단계별 사업계획 :

사업 년도	사업 내용	세 부 내 용	추진일정
2011년도	사업계획 수립	사업 분야별 세부 실천계획 수립	9월
	예술제 개최	제12회 지영희예술제 개최	10월중
	인물지 발간	지영희 선생 인물전기 발간	12월중
	학술대회 개최	제2회 지영희 전국 학술대회 개최	11월중
2012년도	국악캠프 운영	청소년 지영희 국악캠프 운영(방학중)	7~8월중
	예술제 개최	제13회 지영희예술제 개최	10월중
	인물지 발간	어린이용 지영희 선생 인물지 발간	12월중
	학술대회 개최	제3회 지영희 전국 학술대회 개최	11월중
	상품 개발	지영희 선생 관련 상품 개발	연중

사업 년도	사업 내용	세 부 내 용	추진일정
2012년도	국악단 운영	지영희국악단 운영	연중
2013년도	국악캠프 운영	청소년 지영희 국악캠프 운영(방학중)	7~8월중
	예술제 개최	제14회 지영희예술제 개최	10월중
	국악상 제정	제1회 지영희 국악상 시상(전국 규모)	10월중
	국악보 발간	지영희 선생 국악 채보록 발간	12월중
	학술대회 개최	제4회 지영희 전국 학술대회 개최	11월중
	상품 개발	지영희 선생 관련 상품 개발	연중
	영상 제작	지영희 관련 드라마, 영화 등 제작	연중
	국악단 운영	지영희국악단 운영	연중
2014년도	국악캠프 운영	청소년 지영희 국악캠프 운영(방학중)	7~8월중
	예술제 개최	제15회 지영희예술제 개최	10월중
	국악상 제정	제2회 지영희 국악상 시상(전국 규모)	10월중
	학술대회 개최	제5회 지영희 전국 학술대회 개최	11월중
	상품 개발	지영희 선생 관련 상품 개발	연중
	생가복원 사업	지영희 선생 생가 복원 및 국악공원화	2014~5년
	국악단 운영	지영희국악단 운영	연중
2015년도	국악캠프 운영	청소년 지영희 국악캠프 운영(방학중)	7~8월중
	예술제 개최	제16회 지영희예술제 개최	10월중
	국악상 제정	제3회 지영희 국악상 시상(전국 규모)	10월중
	학술대회 개최	제6회 지영희 전국 학술대회 개최	11월중
	인물비 건립	지영희류 시나위 및 인물비 건립	11월중
	상품 개발	지영희 선생 관련 상품 개발	연중
	국악단 운영	지영희국악단 운영	연중
	생가복원 사업	지영희 선생 생가 복원 및 국악공원화	2014~5년

2) 추진일정 :

○ 단계별 사업계획에 일정 포함

7. 사업 예산

(단위 : 천원)

사업 년도	사업 내용	세 부 내 용	사업예산
2011년도	사업계획 수립	사업 분야별 세부 실천계획 수립	1,000
	예술제 개최	제12회 지영희예술제 개최	100,000
	인물지 발간	지영희 선생 인물전기 발간	30,000
	학술대회 개최	제2회 지영희 전국 학술대회 개최	15,000
소 계			146,000
2012년도	국악캠프 운영	청소년 지영희 국악캠프 운영(방학중)	10,000
	예술제 개최	제13회 지영희예술제 개최	100,000
	인물지 발간	어린이용 지영희 선생 인물지 발간	30,000
	학술대회 개최	제3회 지영희 전국 학술대회 개최	15,000
	상품 개발	지영희 선생 관련 상품 개발	30,000
	국악단 운영	지영희국악단 운영	50,000
소 계			235,000
2013년도	국악캠프 운영	청소년 지영희 국악캠프 운영(방학중)	10,000
	예술제 개최	제14회 지영희예술제 개최	100,000
	국악상 제정	제1회 지영희 국악상 시상(전국 규모)	50,000
	국악보 발간	지영희 선생 국악 채보록 발간	30,000
	학술대회 개최	제4회 지영희 전국 학술대회 개최	15,000
	상품 개발	지영희 선생 관련 상품 개발	30,000
	영상 제작	지영희 관련 드라마, 영화 등 제작	50,000
	국악단 운영	지영희국악단 운영	70,000
소 계			355,000
2014년도	국악캠프 운영	청소년 지영희 국악캠프 운영(방학중)	10,000
	예술제 개최	제15회 지영희예술제 개최	100,000
	국악상 제정	제2회 지영희 국악상 시상(전국 규모)	50,000

2014년도	학술대회 개최	제5회 지영희 전국 학술대회 개최	15,000
	상품 개발	지영희 선생 관련 상품 개발	30,000
	생가복원 사업	지영희 선생 생가 복원 및 국악공원화	500,000
	국악단 운영	지영희국악단 운영	100,000
소 계			805,000
2015년도	국악캠프 운영	청소년 지영희 국악캠프 운영(방학중)	10,000
	예술제 개최	제16회 지영희예술제 개최	100,000
	국악상 제정	제3회 지영희 국악상 시상(전국 규모)	50,000
	학술대회 개최	제6회 지영희 전국 학술대회 개최	15,000
	인물비 건립	지영희류 시나위 및 인물비 건립	100,000
	상품 개발	지영희 선생 관련 상품 개발	30,000
	국악단 운영	지영희국악단 운영	100,000
	생가복원 사업	지영희 선생 생가 복원 및 국악공원화	500,000
소 계			905,000
합 계			2,446,000

8. 기대 효과

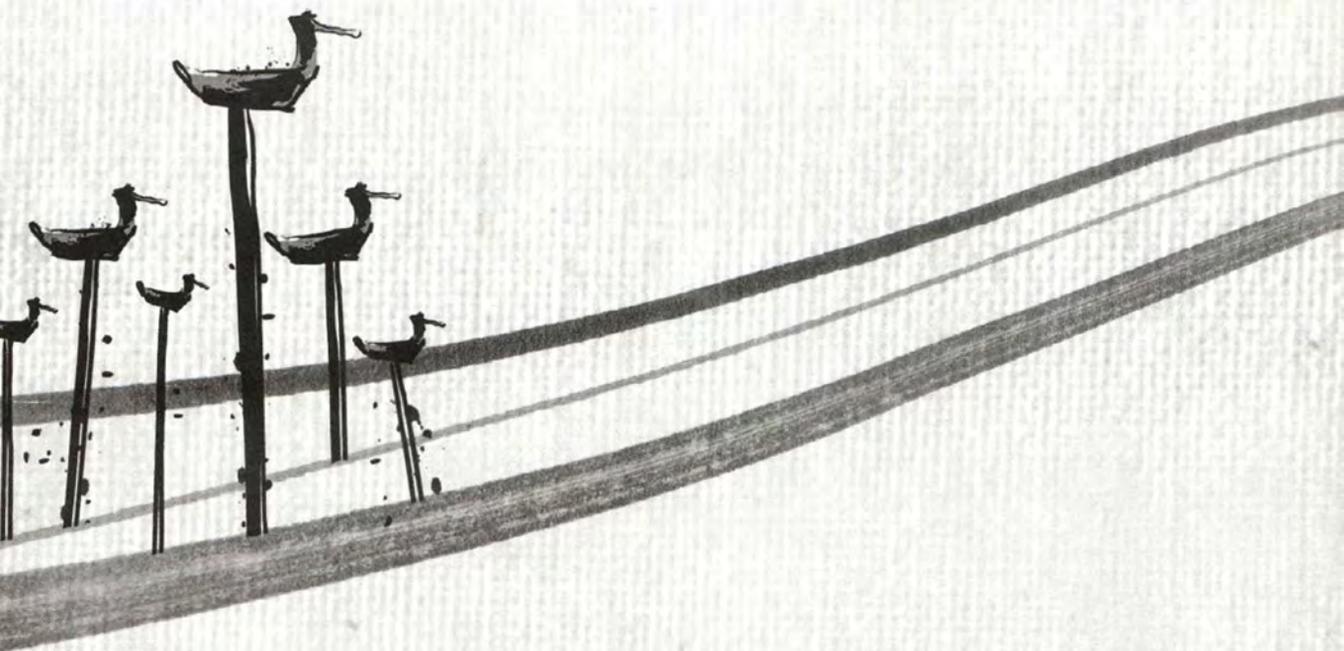
- 경기도의 전통 예인인 지영희 선생의 가계 및 일대기를 체계적으로 정리하여 이를 체계화함
- 학술, 연구 사업을 국악교육으로 이어지게 해 국악 기대주 발굴 및 양성에 기여
- 자라나는 청소년들에게 국악 보존 및 계승의 중요성을 일깨워주며, 프로그램 보급을 통한 국악교육의 활성화
- 지영희 선생의 업적 조명 및 인물 브랜드화를 통해 경기지역의 전통문화 자원 및 관광 자원으로 활용
- 지영희 선생을 중심으로 한 전통예인의 체계화, 선양 및 홍보를 통해 평택시를 문화예술의 도시로 부각시킴

여 백

III

경기도 시·군 문화유산원형

토론회 결과보고서 지역별 기획안



하 남

도미설화의 문화컨텐츠 개발

백영옥(하남문화원 사무국장)

경기도 시군 문화유산원형 토론회

도미설화의 문화 콘텐츠화 및
지역브랜드화 생성방안

하남문화원

목 차

1. 도미설화의 문화콘텐츠화 배경
-아랑과 도미의 사랑과 꿈
2. 아랑과 도미의 사랑과 꿈 이야기 1,2
3. 도미설화의 문화 원형 요소
4. 도미설화의 사업 내용과 계획
-문화 콘텐츠화 및 브랜드화 과정
5. 도미설화 사업의 활용 방안
6. 도미설화 문화콘텐츠화 및 브랜드화 효과

도미설화의 문화콘텐츠화 배경

-아랑과 도미의 사랑과 꿈-

1. 하남시 : 도시로 승격된 지 불과 20년
 - 도농적 성격이 여전함
 - 이주민의 경우 역사적 정체성 희박
 - 공동체 의식을 추구할 기재 필요
2. 하남문화원 : 하남시의 문화 미래 선도 역할 필요
 - 2009년 도미설화 학술대회 개최
 - 내 고장 설화의 문화 콘텐츠화 추진 공감
 - 2010년 향토사대중화 사업 참여 : 청소년무용극
 - 내 고장 설화를 문화콘텐츠화 하는 첫 발을 댐
3. 하남시민 : 주체적 문화 수용자 및 전령사 역할 자각
 - 각 유관 기관과 협력해 문화 자산을 생생히 되살림

아랑과 도미의 사랑과 꿈 이야기 1.

삶의 모진 역경과 시련에 굴하지 않고



아랑과 도미의 사랑과 꿈 이야기2.

사랑으로 갈등과 대립을 이겨낸 사람들



도미설화의 문화원형 요소

아랑과 도미가 이룬 사랑의 보편성=문화 원형 요소

아랑의 이야기	진실함 - 굴하지 않음	애뜻함 - 변하지 않음	솔직함 - 주저하지 않음	담대함 - 도미를 따라감
도미의 이야기	민 음 - 흔들리지 않음	지 혜 - 시련을 견뎌냄	희 망 - 사랑을 확신함	성 취 - 아랑과 재회함

도미설화의 사업 내용과 계획

아랑과 도미의 사랑과 꿈 문화콘텐츠화 및 브랜드화 One Source Multi Use

- 기초진사업- 청소년 창작 무용극 제작 및 공연
- 현진사업- 청소년 댄스 킴 제작 중, 도미설화 영상음악회 예정
- 주진 예정- 청소년 뮤지컬, 플래시 애니, 캐릭터 제작
 - 도미설화 학습대회 개최
 - 문화 콘텐츠와 자살의 확산 및 지역 브랜드화 방안 탐색에 관하여
 - 기 사업의 애플리케이션 구축과 공유 작업
- 협력 사업- 연극, 창극, 둘레길 탐방(도미나루) 등 유관 사업 추진
- 공모 사업- 역경을 이겨낸 사랑 이야기 공모 등
 - 발표회-영상 및 음악회, 영상 방영 및 제작 박람회
- 브랜드화과정- 토론회 개최, 지역 축제 개최, 브랜드상품 개발

문화콘텐츠화와 지역브랜드화 과정

하남시 문화 원형의 발굴 및 채택과정

도미설화학술대회-지역문화원형비정-문화콘텐츠화를 통한 문화자산 생성

아랑과 도미의 사랑과 꿈

무용극, 댄스 킴, 뮤지컬, 플래시 애니, 캐릭터, 공모사업 - 지역문화자산의 앵화

도미설화의 지역브랜드화-경기도 문화자산공유

콘텐츠화: 지역문화자산-브랜드화(축제, 상품 개발)-하남시민 공유-경기도 공유

활용 방안

- ◆ 1. 사업 결과물 성과 활용방안
 - ◆ - 학술대회(토론회) : 사업의 방향 및 비전 제시
 - ◆ - 공연 및 축제 : 사업의 활발한 운용
 - ◆ - 지역 공모 사업 : 사업의 공감대 및 참여 확대
 - ◆ - 애플리케이션 구축과 활용 : 사업의 대중화
 - ◆ - 도미설화비 건립 : 역사의 현재화
 - ◆ - 홍보 및 교육을 통한 브랜드화 : 생활문화 향유
- ◆ 2. 블로그 및 블로거 활용 방안

기대효과

- ◆ 작곡 제작 및 감상 참여자
 - 자기주도적 작품 제작 및 감상을 통해 창의적 리더로서의 소명 의식과 정체성 확립
 - 지역 문화 원형의 콘텐츠화 및 브랜드화의 경로를 통해 문화전령사의 소임을 일깨울 수 있음
- ◆ 지방 문화원
 - 지역의 문화 자산을 선도적으로 생성해 나감
 - 지역이 나아가 할 문화 예술의 방향을 제시
- ◆ 지역 사회
 - 지역 내 다양한 문화 자산 생성 및 공유

도미설화의 문화 콘텐츠화 및 지역 브랜드화 생성방안

지역명: 하남시 (하남문화원) / (담당자 : 백 영 옥)

사업개요

1. 사업명 : 도미설화의 문화 콘텐츠화 및 지역 브랜드화 생성방안
 1단계) 뮤지컬-“아랑과 도미의 사랑과 꿈” 제작 및 보급
 2단계) 애니메이션-“아랑과 도미의 사랑” 제작 및 보급 및 캐릭터 개발
 3단계) 하남 대표브랜드로 “아랑과 도미의사랑” 애플리케이션 제작, 배포
2. 기간 : 2012~2015년 단계적 실행
3. 장소 : 하남문화원 및 유관 기관
4. 주최/ 주관 : 하남문화원

기획의도

1) 추진배경:

하남시는 옛 백제의 도읍지로 추정되는 역사 도시임에도 불구하고 현대 도시 생성의 역사가 짧은 관계로 그간 이를 확정해 시민으로서의 자긍심을 제고하고 나아가 정체성을 확립할 여유가 없음. 게다가 전형적인 도농 도시로서 직업인 대부분은 서울이나 인근의 도시로 출퇴근하는 관계로 베드타

운의 성격이 짙고, 농업 종사자의 대다수는 임차농으로 경제적 자립도가 낮아 문화예술을 즐길 만한 여력이 없음. 이에 따라 지자체나 문화예술 단체의 소명도에 따라 도시 문화예술 발전의 향방이 결정되는 상황을 맞고 있음. 하남문화원은 이런 하남시의 여건을 과감하게 개선하고 하남 시민의 역사적 정체성과 자긍심 나아가 문화예술 심미안을 충족시켜 줄 수 있는 방법을 찾아 내 고장 문화 발전의 중추 역할을 맡아야 함을 인지하고 2009년도의 '도미설화학술대회' 개최를 계기로 2010년도에 내 고장 설화인 도미설화를 청소년이 무용극의 창작 주체가 되어 참여하는 향토사 대중화 사업을 시작함. 이 과정에서 지역 내 무용전문 예술 단체인 나누리 예술단의 지원을 받아 비교적 순조롭게 청소년 무용극을 창작했지만 중간에 비전공 참여자의 이탈과 이로 인한 인력 확충 문제 등 애로가 없지 않았고 특히 적은 예산으로 사업을 활발하게 전개하기에 역부족인 상황을 맞아 고충을 겪기도 했음. 하지만 완성된 작품을 가지고 하남시내 초등학교를 순회 공연하는 과정서 해당 학교는 물론 지역 사회 관계자들에게 깊은 공감과 지지, 격려를 받음은 이 사업을 지속적으로 발전시켜 나갈 가치가 충분히 있음을 보여 주었음. 이에 하남문화원은 2011년부터 2013년까지 이어지는 향토사 대중화 사업으로 도미설화 창작물 제작 사업을 전개해 나가기로 확정하고, 이를 통해 지역 사회 문화예술 발전의 견인차 역할을 맡음과 동시에, 무용극 및 뮤지컬 창작 등의 과정서 거둔 성과를 토대로 도미설화의 애니메이션 창작과 캐릭터 화를 시도하는 등 내 고장 설화인 도미설화를 다양한 형태로 문화 콘텐츠화 함으로써 경기 지역을 대표하는 문화 원형으로 자리 매김하고자 본 사업을 계획하게 되었음

2) 추진목적:

내 고장 설화인 도미설화를 다양한 형태로 문화콘텐츠화해 하남시의 전 계층이 수용하는 가운데 하남 시민으로서의 정체성을 확립하고 문화 예술 작품을 적극적으로 향유하는 능력을 함양하는데 도움을 줌은 물론 나아가

경기도의 고유한 문화 자산으로 적극 활용하고 이를 브랜드화해 전 국민이 공유할 수 있도록 하는 데 목적이 있음

사업내용

1) 세부내용:

역경과 시련에 굴하지 않는 도미와 아랑의 강한 의지와 진실한 사랑의 구현을 중심 내용으로 한 도미설화 창작 뮤지컬과 애니메이션 제작을 통해 생성된 문화적 이미지를 캐릭터화해 하남 시민은 물론 경기도민과 대한민국 국민들 모두가 공유할 수 있도록 하며 이 과정서 얻어진 성과를 토대로 브랜드화해 문화 원형으로 확정함

2) 추진방법:

구분	세부 내용
1단계	2010년부터 2011년에 걸쳐 제작된 도미설화 창작 무용극을 토대(삼국사기 도미부인 열전을 원전으로 삼음)로 2012년도에는 지역 극작가의 감수를 거쳐 만들어진 창작 대본을 기초로 뮤지컬 작곡 전문가의 도움과 연출가의 지도를 통해 하남시의 청소년 시민 학생 계층이 함께 출연하는 창작 뮤지컬을 제작한 다음 극장 공연과 찾아가는 지역 내 공연을 통해 내 고장 설화를 창작 예술 작품으로 문화 콘텐츠화한 결과를 함께 공유함. 이와 별개로 2012년도에 도미설화 학술대회-문화콘텐츠화 자산의 확산 및 지역 브랜드화 방안 탐색에 관하여-개최를 통해 본 사업이 추구하는 방향의 정립과 시행 방식을 확정해 봄

2단계	<p>2012년도의 창작 뮤지컬 대본을 토대로 2013년도에는 문화콘텐츠 전문가와 본 사업을 진행하는 데 함께 참여한 협력 집단의 객관적 진단을 거쳐 공감 요소와 흥미 요소를 더한 애니메이션 창작 대본을 확정해 애니-아랑과 도미의 사랑 이야기를 만들어 전자 출판과 동영상 본의 유 튜브를 통한 보급과 공유로 작품의 향유 계층을 확대함. 이와 함께 2013년도에는 도미설화 문화 콘텐츠화 자산을 독자적인 애플리케이션으로 구축해 공유하는 초기 작업을 시행해 나감</p>
3단계	<p>2010년부터 2013년에 걸쳐 이루어진 도미설화의 문화 콘텐츠화 사업을 진단 평가하고 그 결과를 토대로 2014년도에는 '도미설화 인물 캐릭터'를 창출해냄으로써 도미설화의 주인공 및 관련 인물들을 역사 문화의 전형으로 구현해낸 후 기 창작된 도미설화 무용극과 뮤지컬 및 애니를 상설 관람할 수 있는 문화예술 공연장 및 박물관을 설치해 하남시만의 특화된 문화예술 관람의 명소가 되도록 함. 이와 함께 도미설화 문화 콘텐츠화 사업을 애플리케이션 구축을 통해 완성하고, 이를 지역 브랜드로 창출하는 방식에 관한 토론회를 개최한 후 2015년 경에 도미설화를 지역 브랜드화 하는 사업을 본격적으로 추진함</p>

3) 특이사항: 본 사업의 토대가 된 기존 실행 사업

- 이야기가 있는 무용 : 도미와 아랑의 사랑과 꿈 제작 및 공연
- 노래와 이야기가 있는 무용 : 도미와 아랑의 사랑과 꿈 제작 中

활용방안:

1) 사업 결과물 및 성과 활용방안

- 학술대회(토론회) : 도미설화를 문화콘텐츠화한 자산의 브랜드화 방안을 탐색하고 효율적인 생성 방식을 찾아내는 학술대회 개최
- 공연 및 축제 : 도미설화 문화 콘텐츠의 공연, 관련 경연대회 개최
- 지역 공모사업 : ‘역경을 이겨낸 사랑 이야기’ 공모 사업과 이를 영상 음악회 또는 문집(전자 출판 포함) 발표회를 통한 지역 사업으로의 정리화
- 애플리케이션 구축과 활용 : 도미설화를 ‘아랑과 도미의 사랑과 꿈’이라는 이름으로 만든 뮤지컬 및 애니와 캐릭터의 제작 사업의 활동 단계에 따라 하남시와 경기도 고유의 문화 자산으로 인지시킬 수 있는 애플리케이션을 구축해 웹을 통해 널리 즐겨 공유할 수 있는 사회 문화 공간 생성
- 도미설화비 건립 : 도미나루에 ‘역경을 이겨낸 아름다운 이들을 위한 묘비를 건립해 지역민과 하남 둘레 길을 탐방하는 이들에게 정서적 감흥 생성
- 홍보 및 교육을 통한 브랜드화 : 웹상의 앱 및 유 튜브 등 다양한 동영상물 제작을 통해 지속적인 홍보 및 교육을 실시함으로써 지역을 대표하는 문화 콘텐츠로 인식시켜 나감은 물론 전 국민이 즐겨 활용하는 문화 자산으로의 브랜드 생성(문화 콘텐츠화된 작품등의 브랜

드 상품 개발과 공유)

2) 블로그 및 블로거(블로그 알린이) 활용방안

-사업 시행 전 과정서 온라인 매체인 네이버에 블로그를 개설하여 강사 (작품 제작 및 교육 활동에 참여한), 실무자, 수강자(문화 작품 감상자) 로 나누어 쌍방 소통이 가능한 세부 카테고리를 설정하고 운영할 계획 으로 있음. 이를 토대로 해당 사업이 하남시의 대표적인 문화 콘텐츠화 사업으로 뿌리내릴 수 있는 기저를 만들고 나아가 경기도를 대표하는 브 랜드 사업으로 정착함으로써 궁극적으로는 지역 문화원형으로 자리매김 하고자 함

추진 계획

1) 단계별 사업 계획 : 본 사업은 다음과 같이 추진하고자 함



2) 추진일정:

단계	주요내용	일정/기간	횟수/시간	세부사항
1단계	사업계획 수립 및 신청	1월~3월 (90일간)		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 전년 사업을 토대로 지역 내 수요 및 욕구 조사 ▶ 전년도 사업 참여자 및 관계자 사전 기획 회의 ▶ 금년도 사업 방향 수립 ▶ 사업계획서 작성 ▶ 담당자간 사업 설명회 또는 워크숍 실시 ▶ 추진위원회 조직
2단계	사업의 추진	4월~7월 (120일간)	25회/ 50시간	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 작품 제작 및 교육 활동 참여자 선정 (오디션) ▶ 작품 제작 강사 및 관계자 지도 회의 ▶ 작품 제작 참가자 일반 교육 과정 참여 ▶ 작품 제작 참가자 작품 제작 과정 참여 ▶ 작품 공연 감상 희망 학교 등 선정 ▶ 완성된 작품 시연 및 리허설 또는 중간 평가 작품에 대한 모니터링 및 보완 실시
3단계	사업의 시행	8~11월 (120일간)	10회/ 15시간	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 작품 공연 (발표) 및 문화예술 교육 (보급) 실시 ▶ 작품 모니터링 및 평가 후 명년 사업 반영 ▶ 사업 결과 보고 및 정산

기대효과 :

(1) 작품 제작 및 감상 참여자

작품 제작 참여 자의 경우

- 내 고장 설화를 다양한 창작물로 만드는 전 과정에 주도적으로 참여해 소명감을 기를 수 있음
- 내 고장 설화를 다양한 창작물로 만드는 데 참여한다는 자긍심과 문화 예술 창작의 안목이 길러짐
- 내 고장 설화를 다양한 창작물로 만들어 봄으로써 문화 콘텐츠화 작업의 의미를 배우고 나아가 문화 동아리를 주도적으로 이끄는 한편 다양한 응용을 꾀함으로써 문화전령사의 역할을 해 낼 수 있음

작품 감상 참여자의 경우

- 다양한 창작 물로 만들어진 내 고장 설화를 통해 향토애와 정체성 정립에 도움을 받음
- 다양한 창작물을 통해 일상의 모든 것을 소재로 문화예술 콘텐츠 작업을 할 수 있는 영감과 동기 부여가 광범위한 계층에 이루어져 궁극적으로는 지역 사회 발전에 주도적으로 참여할 수 있음
- 문화예술 작품 감상 능력과 문화시민으로서 바람직한 공연 태도를 기르는 데 도움이 됨

(2) 지방문화원

내 고장 향토 문화 자원의 발굴과 문화 콘텐츠화 방향 제시

역사 문화적 자원이 빈약하고 자원 발굴이 척박한 현실에서 향토애를 고양하는데 도움을 줄 수 있는 향토 문화 자원을 발굴해 문화 콘텐츠화 함으로써 지역 내 문화예술 단체의 활동 방향 정립에 기여할 수 있음

내 고장 발전에 기여하는 역할 수행

문화콘텐츠화한 문화자산의 브랜드화 과정 주도를 통해 사회적 문화 일자리 나눔 기업 탄생의 산과 역할을 수행할 수 있으며 이를 통해 지역 일자리 창출 등 지역 사회 발전에 기여하는 문화기관으로 거듭날 수 있음

내 고장 문화의 육성과 제고를 통해 문화원 위상 정립

문화원 주도로 내 고장 문화를 육성하고 발굴하는 선도적 역할을 수행함으로써 궁극적으로는 지방 문화원으로서의 하남문화원의 위상이 높아질 수 있음

내 고장 시민 및 경기도민 간의 연대 강화 및 유관 기관 간의 상호 협력 체계 구축 문화원이 중심이 되어 선진 문화 창조와 보급에 앞장섬으로써 시민들과 경기 도민 간에 친근한 유대가 강화될 수 있으며, 유관 기관 간의 상호 협력을 통해 지역 문화예술 발전의 시너지를 기대할 수 있음

(3) 지역사회

- 내 고장 설화를 다양한 문화 콘텐츠로 제작해 공연하고 발표함으로써 하남시의 문화 자원을 다양하게 생산하고 시민들과 공유할 수 있는 가능성이 생길 수 있으며, 특히 자라나는 청소년 세대가 참여해 만든 작품을 같은 청소년들이 감상할 경우 청소년 문화 창조 및 향유의 바람직한 기틀이 마련된 것으로 볼 수 있음.
- 지역 문화 자산을 애플리케이션과 유튜브 등의 웹상에서 즐겨 검색하고 공유하는 가운데 지역민으로서의 자부심과 정체성이 자연스럽게 길러지며 나아가 문화예술 나눔 방식의 적극적인 삶을 주체적으로 누릴 수 있음
- 지역 문화 자산의 브랜드화를 통해 지역 경제가 활성화되는 혜택과 지역 문화 공유의 자부심을 맛봄으로써 지역 시민으로서의 강한 자존감을 맛볼 수 있음

사업예산 :

(1) 총괄표

(단위 : 천원)

소요예산(합계)	국 비	지 방 비	자 체 비	기타
150,000	150,000	0	0	0

(2) 창작 뮤지컬 제작 및 공연 소요예산내역 : 금오천만원 (₩50,000,000)

(단위 : 천원)

항 목	세 목	예산액			세부산출내역
		국비	지방비등	계	
창작 뮤지컬 사업비	강사비	6,000	0	6,000	-주 강사비 : 40,000원*2시간*50회 =4,000,000 -보조강사 : 20,000원*2시간*50회 =2,000,000
	재료비	8,000	0	8,000	-의상제작비 : 100,000원*50명 =5000,000원 -무대 배경 등 각종 소품=3,000,000원
	사업 활동비	32,200	0	32,200	-극작가대본비 : 2,000,000원 -뮤지컬 작품 작곡비 : 15,000,000원 -연출비 및 안무비 : 각2,000,000원*2인 =4,000,000원 -공연장 대관료 : 6일*300,000원 =1,800,000원 -공연장 부대시설 등 : 6일*1,400,000원 =8,400,000원 -공연참가자 식비 및 간식비=,1000,000원 식 비 : 50명*2회*7,000원=700,000원 간식비 : 1회 50000원*6회=300,000원
운영비	여비	0	0	0	

항 목	세 목	예산액			세부산출내역
		국비	지방비등	계	
운영비	운영비	770	0	770	-현수막=242,000원 개강식 실내현수막1개*44,000원=44,000원 공연장 실외 현수막1개*66,000원=66,000원 공연장 실내현수막1개*100,000원=110,000원 배너용 현수막 1개*22,000원=22,000원 -소품운반비 : 88,000원*6회=528,000원
기타	동영상 제작	1,500	0	1,500	- 동영상 제작비 1,500,000원 동영상 촬영비 500,000원 동영상 씨디 ,1000개*1,000원=1,000,000원
	사진 촬영비	300	0	300	- 행사사진촬영 : 300,000원(인화포함) 공연장 1회 공연 사진 촬영비*150,000 =300,000원
	리플렛	550	0	550	-홍보용리플렛 (부가세포함) : 550,000원 4,000부*125원=500,000원 (부가세50,000원)
	행사진행비	680	0	680	-개강식 및 회의 진행비 등=680,000원

(3) 플래쉬 애니 제작 및 공연 소요예산내역 : 금오천만원 (₩ 50,000,000)

(단위 : 천원)

항 목	세 목	예산액			세부산출내역
		국비	지방비등	계	
애니 제작 및 상영 사업비	극본비	2,000	0	2,000	-극작가 대본비 2,000,000원
	제작비	40,000	0	40,000	-애니메이션 영화 제작비 총40,000,000원
	출판비	4,528	0	4,528	-애니메이션 영화 본의 인쇄화 비용 4,528,000원

학
부
지
역
별
기
획
안

항 목	세 목	예산액			세부산출내역
		국비	지방비등	계	
운영비	운영비	242	0	242	-현수막=242,000원 개강식 실내현수막1개*44,000원=44,000원 공연장 실외 현수막1개*66,000원=66,000원 공연장 실내현수막1개*100,000원=110,000원 배너용 현수막 1개*22,000원=22,000원
기 타	작품 상영	1,500	0	1,500	- 극장 상영비(대관 5일) 30*5회= 1,500,000원
	사진 촬영비	300	0	300	- 행사사진촬영 : 300,000원(인화포함) 행사 사진 촬영비=300,000원
	리플렛	550	0	550	-홍보용리플렛 (부가세포함) : 550,000원 4,000부*125원=500,000원 (부가세50,000원)
	행사진행비	880	0	880	-개강식 및 회의 진행비 등=880,000원

(4) 캐릭터 제작 및 발표 소요예산내역 : 금오천만원 (₩50,000,000)

(단위 : 천원)

항 목	세 목	예산액			세부산출내역
		국비	지방비등	계	
캐릭터 제작 및 발표비	컨설팅비	5,000	0	5,000	-전문가 5인 컨설팅 의뢰비 5,000,000원
	이미지 제작비	35,000	0	35,000	-캐릭터 이미지 생성 제작비
운영비	운영비	242	0	242	-현수막=242,000원 개강식 실내현수막1개*44,000원=44,000원 공연장 실외 현수막1개*66,000원=66,000원 공연장 실내현수막1개*100,000원=110,000원 배너용 현수막 1개*22,000원=22,000원

항 목	세 목	예산액			세부산출내역
		국비	지방비등	계	
기 타	작품 동영상	3,500	0	3,500	- 동영상 제작 (촬영비 500,000원포함) = 1,500,000원
	자료집 제작비	3,000	0	3,000	- 캐릭터 자료집 제작=3,000,000원
	리플렛	550	0	550	-홍보용리플렛 (부가세포함) : 550,000원 4,000부*125원=500,000원 (부가세50,000원)
	행사진행비	2,708	0	2,708	-캐릭터 발표회 및 회의 진행비 등=880,000원

경기도 시·군 문화유산원형 토론회 결과보고서

발행일 : 2011년 12월

발행처 : 한국문화원연합회 경기도지회

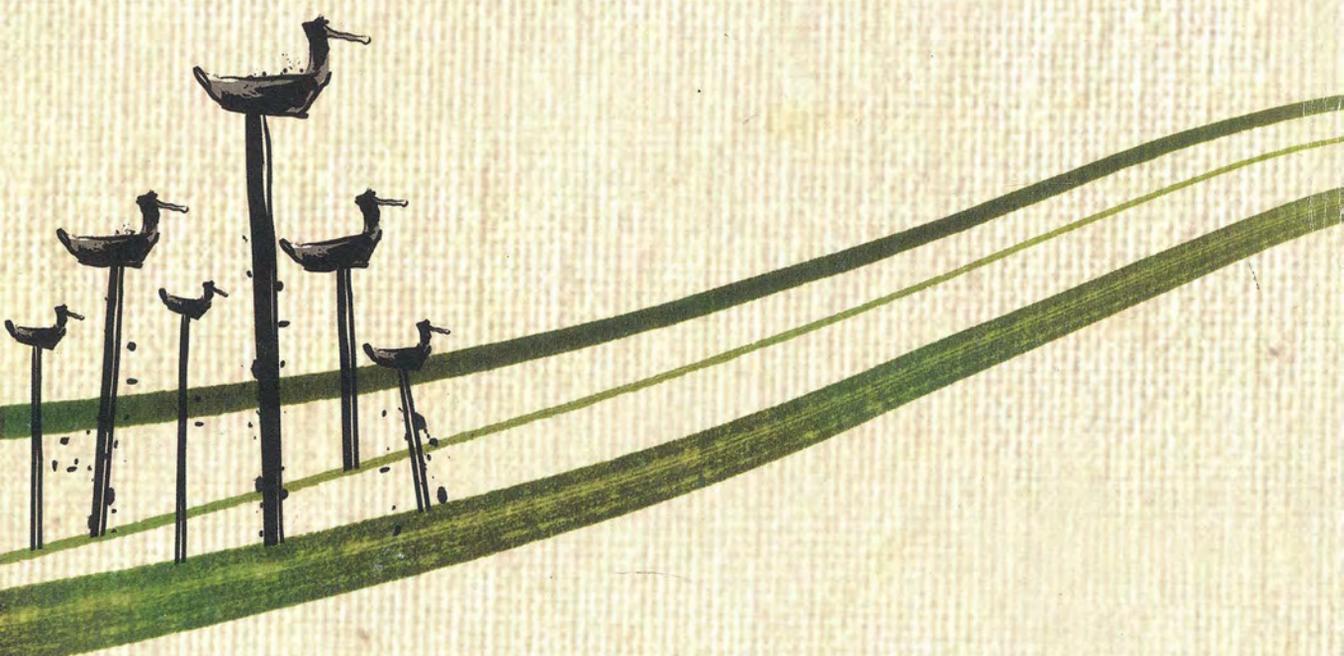
발행인 : 오용원

주 소 : 경기도 수원시 팔달구 인계동 1116-1 6층

전 화 : 031-239-1020

팩 스 : 031-239-3785

※ 본 자료집은 [2011년도 경기도 보조금]으로 제작되었으며,
"경기도 시·군 문화유산원형 토론회" 결과보고서입니다.



 **한국문화원연합회경기도지회**

경기도 수원시 팔달구 인계동 1116-1 경기문화재단 6층
전화 031_239_1020 팩스 01_239_3785



경기문화재단 Gyeonggi Cultural Foundation

경기도 수원시 팔달구 인계동 1116-1 경기문화재단 4층 경기문화재단연구원 경기학연구실
전화 031_231_8572 팩스 031_898_7970

※본 자료집은 [2011년도 경기도 보조금]으로 제작되었습니다.