

문화원

지향사

지속발전가능한 문화원만들기 액션플랜 II

2017 경기도 지역문화전문인력 양성과정
경기 문화인력 **키움프로젝트** 결과보고서

비지향사

이야기

문화원만들기

지속가능한

지속발전가능한 문화원만들기 액션플랜 II

2017 경기도 지역문화전문인력 양성과정
경기 문화인력 **키움프로젝트** 결과보고서

비즈니스

이야기

Contents

part I 사업개요

1. 기획의도
2. 사업개요
3. 사업목적
4. 추진방향
5. 추진내용 및 방법

Part II 강의 및 활동

- 1장_ 오리엔테이션/ 사업취지와 목표설정
 - 2장_ 들어보기/ 문화기획 어렵지 않아요
 - 3장_ 들어보기/ 공동체에서 흘러나온 문화기획
 - 4장_ 들어보기/ 기획, 사람을 읽는 것
움직이기/ 몸풀기, 뇌풀기, 마음풀기
- 통합집합교육

5장_ 들어보기/ 생활예술 매개자의 역할

6장_ 나서보기/ 평원마을, 광주 대인시장 등 (스케치 중심)

7장_ 들어보기/ 대인시장 예술프로젝트, 10년의 이야기

8장_ 들어보기/ 키워드로 이야기하기

9장_ 물어보기/ 기획서 작성의 알파와 오메가

10장_ 뽐내보기/ 기획서 발표 및 심사

Part III 결과 및 후기

1. 결과

2. 수강생 후기

3. 경기도문화원연합회 지속발전가능한 액션플랜과의 연계구조 찾기

Part I

사업개요

1. 기획의도

- ▶ 지방문화원 직원 역량강화를 위한 교육프로그램 부재
- ▶ 경기도문화원연합회에 지방문화원 직원 교육의 필요성에 대한 지속적 요구 있음
- ▶ 31개 지방문화원의 네트워크를 활용, 기초문화재단 설립 이외 지역 문화전문인력양성을 통한 광역단위 양성기관으로써의 위상 정립 필요
- ▶ 문화정책의 흐름과 맞물린 지역문화활성화를 위한 문화원 차원의 연구, 실행 구조마련의 필요성 제기

2. 사업개요

- ▶ 사업명 : 2017 경기 문화인력 키움프로젝트'지역문화전문인력 양성'
- ▶ 사업기간 : 2017년 8월 ~ 12월(4개월간)
- ▶ 사업장소 : 경기문화재단 1층 경기아트플랫폼Gap, 현장
- ▶ 사업내용 :

구 분		추진 방안	후속관리
인력 발굴 및 육성	이론교육과정 기획실습과정	이론교육(4회)+ 현장리서치(3회)	사업모델 가능성 검토 및 추진가능성 모색
	운영 사업관리시스템	종합워크숍(2회) Cop활동지원	

- ▶ 사업대상 : 경기도 31개 시,군 문화원 실무자(직원) 및 지역 내 활동 중이거나 활동 예정인 문화활동가
- ▶ 주최,주관 : 경기문화재단/경기도문화원연합회
- ▶ 후원 : 한국문화관광연구원

3. 사업목적

- 지역문화전문인력 활동 안정화를 위한 지역 내 인식 확산 및 정책 지원
- 지역문화의 거점화 체계 구축(경기도문화원연합회 + 31개 시군문화원)
- 지역문화에 대한 비전 제시 및 지역 문화활동가로서의 전문성 향상
- 지속적인 정보교류를 통한 지역문화 전문인력 네트워크 향상

4. 추진방향

- 경기문화재단과 연계협력기관으로 자체 교육 진행
- 현장 중심의 교육과정 추진 및 도연합회 차원의 지역문화 비전 공유
- 경기도연합회 인력 양성 사업과 연계로 시민과 활동가 간의 지속적 교류 및 네트워크 방안 마련
- 사업기획의 현실적 적용 모색 및 향후 지원구조 마련

5. 추진내용 및 방법

■ 내용 :

1. 교육 목표

- 1) 지역문화 이해 제고 및 지역문화자원의 현대적 가치 인식 증진
- 2) 우리 지역의 현재를 진단하고 미래를 예측하여 지역사회 문제를 해결할 수 있는 도시·사회·기술·문화·인문·예술 등 다양한 분야에 걸친 폭넓은 시각 확대
- 3) 창조적 아이디어를 실현시킬 수 있는 기획·운영·평가 등 실무역량 증진

2. 강의주제 : 2017년 지역의 현안을 주제로 구성

- 1) 지역특성화(문화원형)
- 2) 생활문화 VS 문화생활
- 3) 마을만들기(지역, 도시, 문화재생)
- 4) 집중워크숍(프로젝트 기획실습)
- 5) 현장 사례 답사

3. 커리큘럼

차시	일정	시간	장소	교육내용	강사
1	9.5 (화)	14:00 ~ 17:00	경기아트 플랫폼 Gap	개강식 및 오리엔테이션 -문화트렌드 및 지역문화 읽기 『문화기획 어렵지 않아요』	권순석 (문화컨설팅 바라 대표)
2	9.12 (화)	14:00 ~ 17:00	경기아트 플랫폼 Gap	기획 워크숍(I) -CoP학습공동체 구성	신희영 (문화집합36.5 대표)
				-기획 한다는 것은? 『공동체에서 흘러나온 문화기획』	양철모 (문화기획자)
3	9.19 (화)	14:00 ~ 17:00	경기아트 플랫폼 Gap	기획 워크숍(II) -기획사례 『기획, 사람을 읽는 것』 -움직이기 『몸풀기, 뇌풀기, 마음풀기』	신희영 (문화집합36.5 대표)
	9.22(금) ~ 24(일)		강원도 원주 및 춘천 일원	한국문화관광연구원 통합과정 (최종 선발자 필수참석)	통합집합교육
4	9.26 (화)	14:00 ~ 17:00	재단 3층 강의실	기획 워크숍(III) -기획사례 『생활예술 매개자의 역할』 -토론과 논의 -기획서 컨설팅	임승관 (문화바람 대표)
5	10.14(토) ~ 10.15(일)		전남 광주	현장교육 -현장 『대인시장 예술프로젝트, 10년의 이야기』 ①Acc투어 ②양림동 투어 ③대인예술 야시장 ④디자인비엔날레 관람 -공동체의 지향성에 대하여 『키워드로 이야기하기』	전고필 (대인야시장예술감독) 정민룡 (광주북구 문화의 집 관장)

차시	일정	시간	장소	교육내용	강사
6	10.24 (화)	14:00 ~ 17:00	재단 3층 강의실	기획 워크숍(IV) -토론과 논의 -기획서 컨설팅	정민룡 (광주북구 문화의 집 관장)
7	10.31 (화)	14:00 ~ 17:00	재단 3층 강의실	기획 워크숍(V) -토론과 논의 -기획서 컨설팅	정민룡 (광주북구 문화의 집 관장)
8	11.14 (화)	9.22(금) ~ 24(일)	재단 3층 강의실	기획서 발표 및 수료식 -우수 프로젝트 및 연수자 선발	종합워크숍

4. 학습공동체 구성(Cop)

구성				
	방향	패러다임 흐름파악	창조적 기획(안) 도출	컨설팅 수정·보완
강의차수 구분	1~2주차	3~4주차	5~7주차	8주차(수료)
세부내용	<ul style="list-style-type: none"> ○지역특성화 ○지역커뮤니티 -생활문화 	<ul style="list-style-type: none"> ○현장워크숍 ○사례연구 	<ul style="list-style-type: none"> ○사업계획서 컨설팅 ○보완 ○참여도평가(25%) 	
형태	강의	강의 및 현장워크숍	강의 및 컨설팅	

■ 방법 :

1. 이론교육과정, 집중워크숍, 기획실습, 답사 등이 포함된 지역문화전문인력 양성과정 커리큘럼 개발

- 1) 1년차(2017년도, 기초과정)
- 2) 2년차(2018년도, 심화과정)

2. 교육생 선발

- 1) 선발인원 : 최소10명~ 최대31명(서류전형 및 면접전형 통과 후)
- 2) 교육생 선발절차



3. 우수교육생 선발

1) 우수교육생 선발절차



2) 선발기준

- 교육과정 종료 후 출석률(50%), 과제물(25%), 참여도(25%) 합산점수 고득점자 우수교육생 선정

3) 지원방안

- 경기지역 문화기획사업 추진 기회 부여
- 통합리더과정 (고급과정-국내연수/해외연수) 참가 기회 부여
- 우수 수료자를 중심으로 통합리더과정 종료 후 지역을 기반으로 하는 신규 공모사업 선정팀에게 기초 멘토로서의 역할 부여

지
역
과
문
화
예
술훈
을
이
스
는



경기지역문화이전양성과정

'키우프로젝트'
12

- 기간
2017년 9월 5일(화) ~ 11월 7일(화)
오후 2시 ~ 5시 | 총 8강
- 장소
경기문화재단 1층 gap & 현장답사

- 주최 | 주관

경기문화재단
경기도문화원연합회

- 후원
 한국문화유산연구원

현재
아트
문학
도하는
나는
5월-12월
제7사-8시 30분
경기문화재단 1층
현장답사-gap
gap

Part II

강의 및 활동

1. 들어가면서



지금 현재 경기도문화원연합회에서는 지속발전 가능한 액션플랜이라는 이름의 4가지 프로젝트가 진행되고 있습니다.

간단히 소개를 하자면,

플랜 1은 지역문화 커뮤니티 활동가 양성사업의 일환으로 추진되는 <품앗이안프로젝트>입니다. 4개 지역, 즉 시흥, 안성, 의정부, 화성에서 각 20명씩 시민활동가 100여명을 양성하는 프로젝트입니다.

플랜 2는 지금 여러분이 하시는 프로젝트인데, 지역문화전문인력양성사업의 일환으로 지방문화원 직원의 역량을 강화시키기 위한 과정으로 추진되고 있습니다. 문화원에 근무하는 직원수가 146명, 문화원의 실무책임자 국장까지 포함하면 178명이 경기도에서 지역의 문화를 만들어 내기 위해서 일을 하고 있습니다. 그 중에서 15명만 선발. <키움프로젝트>라는 이름으로 추진하고 있습니다.

플랜 3은 지역 역사의 재구성이라는 콘셉으로 지방문화원이 중심으로 추진하고 있는 지역의 전통, 역사, 향토, 문화 관련 연구하는 지방문화원 부설)향토문화연구소가 지역의 역사와 전통을 어떻게 연구해서 지역의 정체성을 만들어야 하는가 라는 목적 하에 경기문화재단 경기학연구센터와 경기도문화원연합회가 협력해서 <경기향토문화대학 프로젝트>를 개설했습니다. 3년 과정으로 지금 40명 정도가 육성이 되고 있습니다.

플랜 4는 현재의 재구성이라는 콘셉으로 <마을큐레이터 되기 프로젝트>가 추진되고 있습니다. 현

재 하남문화원과 의왕문화원이 협력해서 지역의 현재를 어떻게 인문학적으로 읽어내서 우리지역의 이런 특성이 있다는 것을 밝혀내는 시민 활동가를 양성하고 있고, 각 20명씩 40명이 육성됩니다.

이상의 4가지 프로젝트가 <지속발전가능한 문화원 만들기 액션플랜(Action Plan)>이라는 이름으로 동시에 추진되고 있습니다.

이 프로젝트를 통해서 지역문화전문인력, 지역문화커뮤니티시민활동가, 마을큐레이터, 향토 사학자까지 다 포함해서 약 1,407명을 양성. 경기도 전역에서 활동의 장을 마련해 보자는 취지의 사업입니다.

각각 2개년 또는 3개년 계획을 통해서 경기도 내에 약 1,407명의 활동가들이 경기도 문화를 어떻게 만들어 가야 될까 이런 구상을 하고 있는 것이죠.

경기도문화원연합회에서 이 지속발전가능한 문화원만들기 액션플랜을 위해서 사용되는 예산이 올해 사용되는 예산만 무려 1억 4천만원정도 됩니다.

갑자기 지역문화인력양성에 이렇게 많은 돈을 쏟아 부어서 추진되어 질 것이라고는 저도 연초에는 예상치 못했던 일입니다.

여러분이 와 계신 지금 이 자리는 지역문화전문인력양성사업의 일환으로 추진되는 <키움프로젝트>입니다.

현재 경기도에서는 경기문화재단 다살이문화학교, 성남 문화재단, 부천 문화재단, 경기도문화원연합회의 4개 기관이 경기도 내에서는 지역문화인력양성프로젝트를 추진하고 있습니다.

경기도 뿐만 아니라 강원도, 충청도, 전라도, 경상도까지 전부 이 과정이 진행되고 있습니다.

9월22일부터 24일까지 한국문화관광연구원 통합과정이고 해서 이 과정이 진행되고 있는 200여명을 전부다 모아서 통합과정으로 원주나 춘천에서 통합과정워크숍을 할 예정입니다.

경기도 지방문화원 직원들은 그때 경기도민속예술제 행사와 일정이 겹쳐있어서 일단 참가신청은 하지 않았습니다. 그러나 문화원에 직원이 한 명만 있는 것은 아니니 원장님이나 국장님과 협의 후 참석이 가능하다 하시면 참여하셔도 괜찮습니다.

미리 말씀해주시면 참가 신청을 해드리도록 하겠습니다.

4차시 9월 26일부터 추석을 지나고 세 번, 마지막 12월7일 이 장소에서 수료식을 하도록 하겠습니다.

가능하면 이 일정을 지키려고 하는데 혹시 변동될 수 있는 여지가 있습니다. 이것은 다음 주나 다다음주 워크숍 시 추가로 공지해 드리겠습니다.

아마 문화원 마다 대표로 선발되어 와 있고 일반 기획자들도 함께 계십니다.

우선 3~5명으로 학습Cop 구성을 먼저 하게 될 것입니다.

Cop 공동체를 어떻게 만들 것인가 때문에 굉장히 고민을 많이 했습니다.

왜냐하면 저마다 취향도 다르고 저 사람이 어떤 사람인지도 모르고 어떤 성향을 가졌는지도 모르기 때문에 낯선 사람들이 만나는 것을 어떻게 꾸려야 할까를 많이 고민했습니다.

하지만 누구와 만나서 어떤 인간과 만나도 크게 무리가 없으리라 생각을 했습니다. 왜냐하면 이 바닥이 좁기 때문에 다시 만날 것이기 때문입니다.

그래서 결론은 예비뽕기로 정하기로 했습니다. (모두 웃음)

2. 프로젝트 개요 설명



본 프로젝트는 총 8주차 계획되어 있습니다. 올해는 기초과정, 내년에는 심화과정이 진행될 예정입니다.

기초과정에서는 여러분들은 이미 문화원에서 여러 가지 사업 계획서를 많이 쓰시고 계신 것으로 알고 있습니다. 공모사업도 많이 신청하고 계신 것으로 알고 있습니다.

그러나 문화원이 작성하고 있는 그 사업기획이 과연 좋은 기획인가라는 질문에는 저희들

판단은 '모두 다 그렇지 않다.'라는 것입니다.

때문에 올 해의 과정은 사업계획을 처음부터 끝까지 완성해보자는 것을 최종 목표로 삼고 있습니다.

마지막에 우수프로그램으로 선발된 사업기획은 내년 경기도비로 최고 2000만원까지 사업비를 지원해 주는 계획을 가지고 있습니다.

오늘 권순석 선생님께서 오셔서 강의를 해주실 텐데요.

왜 사업계획서를 쓰는 것에 대해 8주 동안 공부를 해야 하는가에 대한 문제의식에 대해 깊이 있는 고민을 하게 해 주실 거라 기대합니다.

도대체 우리나라 문화정책이 어떻게 가고, 어떤 흐름을 가지고 있고, 무엇이 트렌드인가하는 것들을 종합해서 얘기해 주실 수 있는 분을 찾았는데 저는 이 분만큼 이 부분에 대한 설명을 잘 해주실 분을 찾지 못하였습니다.

우리나라가 문화적으로 어떻게 흘러가고 있는가에 대한 전체적인 개괄을 할 것입니다.

다음 시간부터는 제비뽑기를 해서 구성된 학습공동체를 중심으로 창조적인 사업기획서를 작성하는 훈련을 하시게 될 것입니다.

그것은 지금 현재 문화정책 패러다임과 흐름에서 벗어나 있는 것이 아니라 그 맥락 안에서 사업기획이 이루어지길 희망하고 있습니다.

여러분이 할 수 있는 가장 창조적이고 엉뚱한 기획이 나왔으면 합니다.

어떤 일련의 조건들을 만들지 마시고 하고 싶은 일을 사업기획(안)으로 쓰시면 됩니다.

고민하고 기획하는 도중에 계속 현장 사례연구를 하게 됩니다.

현장에 가게 되면 내가 애초에 생각한 사업기획에서 이런 부분은 조금 다를 텐데, 이 부분은 여기서 이렇게 하는 것이 좋겠다 등등 자꾸 아이디어가 생길 것입니다.

그러면서 디테일하게 사업기획(안)을 계속 수정해가는 작업들을 할 것입니다.

맨 마지막에 각각 Cop별로 컨설턴트가 붙어서 현실적 실현 가능성에 대한 컨설팅을 받게 될 것이고, 그것이 반영된 기획(안)으로 마지막에 프리젠테이션을 하게 됩니다.

우수프로그램으로 선발된 기획은 내년도 사업을 본격적으로 추진하는 형식으로 진행됩니다.

그리고 아직 저희도 공지를 못 받았습시다만 한국문화관광연구원에서 우수수강생은 해외도 보내준다고도 합니다.

소위 문화기획자라 말하는 선수들은 도대체 무엇에 포인트를 두고, 무엇을 중심으로, 어떻게 맥락을 잡아 가서 사업기획에 디테일을 잡는가를 이번 기회에 처음부터 끝까지 한번 시도해 보시기 바랍니다.

그러면 이후에 사업추진에 있어서 내가 무엇에 포인트를 두고 해야 될 지에 대한 맥락을 잡아 가게 되고, 그렇게 쓰여진 기획서에 사용하는 언어들이 달라질 것입니다. 핵심이 달라지는 것입니다.

향후 여기에 계신 16명이 경기도문화원연합회에서 추진하는 여러 가지 사업이 있을 텐데 각각 하나씩 담당하면 저는 가만히 있으면서 16개 프로젝트가 추진되어 좋고, 여러분들은 여러분들이 하

고 싶은 일을 추진해서 좋고 이런 그림을 그려 봅니다.

그래서 노트를 하나씩 준비했습니다.

이 노트를 대단히 어렵게 구했습니다.

왜 요즘 노트는 전부 줄이 가있는데 밑줄이 그어져 있지 않은 어떤 것도 표시되지 않은 것을 구하려고 노력했습니다.

여기에 여러분이 상상하는 그림을 그리시기 바랍니다.

맥락을 잡아가고 도표를 그릴 수 있도록 아무것도 없는 것을 드렸습니다.

그래서 오늘 강의하는 자료도 일부러 복사를 해드리지 않았습니다. 결과보고서를 통해 강의 자료라든가, 토의한 내용이라든가 이런 것들이 다 들어가게 될 것입니다. 그때 여러분들이 보실 수 있도록 일부러 프린트 하지 않았습니다. 강의를 꼼꼼하게 들어주시고 이해하신 후에 여러분의 상상력을 발휘해서 마음대로 쓰시기 바랍니다.

이 사업은 한국문화관광연구원, 문화재단, 경기도문화연합회가 협력기관으로 함께 진행하고 있습니다. 장기적으로 새 정부 들어서 지역의 문화 인력이 양성되는 여러 가지 프로그램들이 추진되는 일환으로 문화원이 빠지면 안 되겠다 해서 추진하게 되었습니다.

다시 한 번 정리하자면, 오늘과 다음 주에 한국의 문화패러다임과 흐름을 파악하고 그전에 가졌던 생각들을 전환하는 훈련들을 하면 어떨까 하는 그림을 그리고 있습니다. 무엇보다 창조적 기획안을 도출해 주시기 바랍니다. 현장도 갑니다. 그래서 기획서 수정될 때마다 컨설턴트가 와서 수정하는 것을 도와드릴 것이고 그래서 우수사례를 선발하는 형식으로 되어 있습니다. 말이 길어졌는데 적어도 지금 참석해 주신 16명은 끝날 때까지 함께 하셔서 재미있는 사업을 만들어 주시기 바랍니다.

감사합니다.



문화기획 어렵지 않아요.

Why? 물음표 하나면 됩니다.

청년문화, 생활문화

- 주변을 돌아보는 시각에서 생겨난다.

최근 지역문화에 대해서 가장 핫한 이슈는 무엇일까요?

A : 마을사업 또 도시 재생, 노인 어르신 사업, 생활문화 동아리, 청년문화.

불과 몇 년 전만 하더라도 현장에서는 축제, 공연 이라는 키워드가 많이 나왔습니다. 그런데 최근 몇 년 사이에 생활문화, 마을 공동체, 문화공동체, 도시 재생, 청년 문화와 같은 키워드들이 가장 핫한 문화계 이슈인 것 같습니다. 왜 몇 년 사이에 손바닥 뒤집듯이 바뀌었는가에 대한 고민도 해 볼 필요가 있는 것 같습니다. 바뀌게 된 계기, 원인보다도 이렇게 바뀌는 것을 우리가 어떻게 이렇게 빨리 알 수 있는가? 또, 청년문화가 핫한 키워드라고 생각하게 된 계기나 정보를 얻은 채널은 무엇일까? 하는 생각도 듭니다.

매스컴도 그렇고 지자체에서 하늘에서 갑자기 청년들이 뚝 떨어진 것처럼 어느 날부터 귀만 열고, 눈만 뜨면 다 청년에 관한 이야기를 하고 있습니다. 다들 청년이십니까?

지역기초사업과 문화지원봉사자

사업수권자로써의 행정구역에서 나아가
사람을 키워내고 사업의 방향을 제시하며
사업의 성과를 극대화하고
좋은 사례를 발굴하여 전국으로 확산 공유함

문화지원봉사는 평생문화도시를 추구하는
미래지향적 문화도시의 핵심사업임
낙안을 위한 문화에서 모두를 위한 문화로의 확장
사회인선망으로써의 문화 역할

UN이재정량한 평생연령기준
0-17, 18-59, 60-74, 75+, 80-99, 100+
당첨이율 100%에 해당되는 100세 이상 노인에게만 해당되는 평생연령기준을
평가하는 방법입니다. (평가 대상은 100세 이상 노인에게만 해당되는 평생연령기준을
평가하는 방법입니다.)

UN기준으로 보면 65세까지가 청년입니다. 그러니까 여러분도 저도 다 청년입니다. 지금 이야기 한 것처럼 우리는 아주 빠른 정보화 시대에 살고 있습니다. 한 10년 전으로 돌이켜 보면 우리 다 스마트폰이 없었습니다. 그때는

핸드폰 보다 신문, 언론매체의 영향력이 더 컸는데 요즘은 인터넷 검색이라는 것이 PC가 아니라 핸드폰으로 수시로 가능하다 보니 아주 작은 사례도 의미가 있다고 하면 굉장히 빨리 보편화 되는 것 같습니다. 트렌드에 반영하는 속도가 굉장히 빨라진 시대에 살고 있습니다. 다시 얘기하면 청년문화라든가 생활문화라는 이 트렌드가 언제 또 바뀔지 모르는 것입니다. 그럴 때일수록 문화계 있는 사람들이 좀 더 근본적인 것, 쉽게 바뀌지 않는 것, 유행과 트렌드 보다는 말 그대로의 문화에 대한 고민들로 주목할 필요가 있다고 생각을 합니다.

가장 최근에 많은 이야기가 나오는 생활문화 청년, 문화공동체 이런 것들이 예전의 축제들과 가장 크게 변별력이 있다면 어떤 것이 있겠습니까? 요즘 유행하는 것과 기존에 우리가 문화예술이라고 통칭했던 것과의 차이가 무엇이겠습니까? 차이가 없을까요?

과거에 문화예술이라는 것은 만드는 사람 따로, 보는 사람 따로. 그리고 어느 정도 일정부분 규모가 있어야 큰 흐름에서 맥락을 잡아가는 주체적인 것이라고 보는 경향이 컸습니다. 그렇다면 생활문화는 무엇입니까?

한해 사회가 각박해 질수록 주변을 돌아보는 계기들이 많아집니다. 예전에는 사건사고가 뉴스에 나오면 어느 지역에 그런 일이 있었나보다 했는데, 그것이 어느 순간 내 주변으로 와있는 느낌을 받게 되었습니다. 이 역시 매체의 발달과 무관하지 않은 것 같습니다. 그렇듯 생활문화도 청년문화도 그렇습니다. 백년 전에도, 천년 전에도 청년들은 있었을 텐데 왜 오늘 이 시간 청년에 대해 주목하는가?를 보면 우리 주변을 돌아보는 시각들이 생겨서가 아닌가 싶습니다.

관점과 태도, 그리고 디테일

- 문화 활동가가 가져야 할 안목

앞으로 여러분들이 현장에서 문화에 대한 고민을 하고 활동가로 살아가실 때, 그 안에서 우리가 가져야 할 안목은 두 가지 인 것 같습니다. 하나는 관점과 태도입니다. 관점이라는 것은 결국 자기 철학, 가치관 같은 것입니다. 우리 주변을 어떻게 바라볼 것인가에 대한 고민인 것이고 태도는 그들과 만나는 방법에 대한 고민인 것 같습니다. 이 관점과 태도라고 하는 것이 얼마나 문화적인가? 여기서 말하는 문화라고 하는 것은 '민주적이다' 라고 하는 것과 동의어로 보셔도 상관없습니다. 우리가 문화적이다 라는 말의 반대말을 폭력적이다 라고 생각하셔도 무방할 것 같습니다. 두 번째는 디테일입니다. 앞으로의 시대는 디테일의 시대인 것 같습니다. 그냥 덩어리로 보면 세계 어느 나라 못지않은 것들을 우리도 다 가지고 있는 것처럼 보이지만 조금 깊게 들여다보면 무

엇인가 2% 아쉬운 것들이 보인다는 것입니다. 조금만 더 섬세하게 터치 하고, 조금만 더 깊게 들어가면 훨씬 다른 가치들이 만들어 질텐데 어느 순간 딱 멈춰있는, 그 디테일을 우리가 얼마나 추구하느냐 인 것 같습니다.

지역문화 라는 말은 참여정부 때 처음 쓰기 시작했다가 지금은 생활문화 까지 와 있습니다. 지역문화라는 것은 그 지역의 문화인데, 우리가 20대, 30대 때만 해도 지역에서 무슨 일을 하게 되면 항상 가고 싶은 곳이 서울이었습니다. 하지만 서울 가서 무엇을 해야 되겠다는 생각을 지금은 별로 가지고 있지 않습니다. 가질 필요도 없다고 생각을 합니다. 부산이나 통영과 같은 아주 작은 도시도 의미 있는 작은 카페 같은 공간에서 벌어지는 문화적인 현상들에 대해서 실시간을 받아보고 알고 있습니다.

통영에 '남해의 봄날' 이라는 출판사가 있습니다. 서울에서 아주 잘나가던 출판 기획자 부부가 통영에 가서 남해의 봄날이라는 지역 출판사를 하나 만듭니다. 그리고 그곳에 찾아 온 사람들과 책을 이용한 여러 가지 문화 활동을 합니다. 내친김에 비슷한 생각을 가지고 있는 전국에 있는 펜션, 게스트 하우스들과 연대해서 '북스테이'라는 브랜드를 만들기도 합니다. 기존 같으면 수원에 있으면서 혹은 경기도에 살면서 통영에 있는 작은 공간 하나에 주목할 수 없는 시대였지만 이제는 그지역의 작은 사례도 보편화 되기 아주 쉬운 시대가 된 것입니다.

청년과 관련해서 예를 들자면 전주를 많이 이야기 합니다. 예전 같으면 우리가 가보지 않거나 누군가에게 소식을 전해 듣지 않았다면 몰랐을 사례들도 이제는 금방금방 알 수 있는 디테일한 시대라는 것입니다. 그만큼 작은 경기도 어디 시골마을 작은 공간에서 하는 어느 작은 문화 활동이라 하더라도 거기에 제대로 된 의미가 있다고 하면 보편성을 띄기 좋은 시대입니다. 그래서 유행과 트렌드, 문화가 다 다른 단어들이지만 금방 문화화 될 수 있는 가능성이 굉장히 빨라진 시대에 우리는 살고 있는 것 같습니다. 지역에서 살자는 이야기였습니다.

생활문화 이야기를 먼저 하려고 합니다. 예전에는 우리가 문화기획 하면 뭔가 아름답고 예쁜 것들을 만드는 것을 문화, 예술이라고 불렀던 것 같습니다. 지금은 삶과 연관 지어서 조금 더 문화와 가까워진 시대를 살고 있는 것 같습니다.

맨날 나오던 이야기 이지만 조금 보자면 OECD 경제 순위입니다.

우리나라는 13위 정도입니다. 잘 사는 것일까요? 전반적으로 여전히 우리 주변에는 가난하고 힘들고 어려운 분들이 있습니다. 그렇다고 잘산다는 미국, 일본 이런 곳에는 가난한 사람이 없겠습니까? 이것은 전반적인 평균 수치를 이야기 하는 것인데 지구상에 존재하는 백수십개의 나라들 중에서 상위에 랭크된 수십개 나라들 중에서도 13위권이라고 하면 잘 사는 것임에는 틀림이 없는 것입니다.

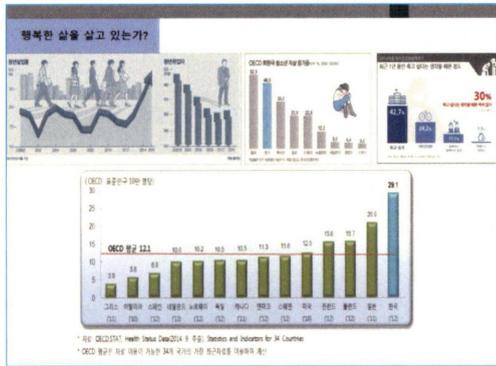
그런데 이 잘사는 나라들의 행복순위를 따져보면 조금 달라지는 것 같습니다.



행복순위를 따졌더니 한국은 34개국 중에 26위정도, 중하위권입니다. “배고프세요?” 하고 물으면 배고프다고 하는 사람은 별로 없습니다. 하루하루 끼니가 걱정하신 분이 적어도 이 안에는 없을 것 같습니다. 그럼에도 불구하고 이렇게 던지면 조금 달라집니다. “행복하십니까?” 이 질문에 한국은 중하위입니다. 행복의 기준 토픽을 어떻게 뽑았느냐하면

집이 있는가? 건강한가? 안전한가? 부터 여러 가지가 있는데 우리나라에서 가장 취약한 구조로 나오는 것이 이런 부분 입니다. 일과 생활의 밸런스를 가지고 있는가. 보통 아빠가 출근하면 아이는 ‘다녀오세요.’ 하는데 저희 아이가 저한테 ‘안녕히 가세요’ 라고 인사를 했습니다. 이 아이는 온다는 것을 전제하지 않고 있는 것입니다. 저 역시도 워커홀릭에 가까운 일을 하고 사는 것 같습니다. 그래서 요즘 스스로에게 계속 나는 행복한가? 라고 물어봅니다. 역시나 우리나라가 가장 최하위를 받는 부분들입니다.

같은 맥락들입니다. 다 아는 이야기로 청년 실업률, 자살률 이런 것 보니까 엄청나게 불행한 것 같습니다. 돈도 많고 시간도 많은데 왜 우리는 불행하게 사는가 여러 가지 원인들이 있을 것입니다. 아마도 큰 흐름에서는 역사적으로 혹은 경제적으로 변환기를 접어들어서 안정기에 가는 과정입니다. 그 과정 안에는 과거의 세대와 현재의 세대, 미래의 세대가 다 공존하다 보니까 여러 가지 충돌도



있으리라 생각을 합니다. 원인은 그렇다 치더라도 우리는 이런 세상에서 살고 있는데 어떻게 해야 되는가에 대한 부분들이 생깁니다. 아까 앞에 계신 선생님께서 난 청년 아니야 라고 하셨는데 우리나라에서 청년의 기준은 39세입니다. 만 40이 넘으면 청년이 아닌 것입니까? 제가 보기에 문화 쪽 관련 일을 하시는 분들이 늘 즐거운 것이 가장 큰 에너지인 것 같습니다. 몸은 늙어갈지 몰라도 우리가 철은 잘 안듭니다.

개인주의로부터 시작되는 생활문화

— 일상이 행복해지는 방법을 고민하라. 그리고 끊임없이 질문하라.

요즘 제가 다니면서 이야기 하는 것 중 하나가 개인주의에 대한 이야기입니다. 개인주의는 이기주의의 하고는 다른 것입니다. 내가 잘 되기 위해서 남을 해하는 것이 이기주의 아닙니까? 제가 생각하는 개인주의는 내가 행복해지는 방법에 대해 고민하고 실천하는 것입니다. 나부터 행복해지는 삶을 추구하는 것이 개인주의라고 생각합니다. 제가 행복해지면 제가 행복해진 것을 아이한테 주고 싶고 아내한테 주고 싶을 것 같습니다. 그런 사람들이 사회 구성원이되고 마을 구성원이 되면 서로 나누려고 하는 것은 당연하지 않겠습니까? 행복이라는 것이 대부분 상대적 가치를 많이 갖습니다. 일단 내가 행복하면 상대와 교감하려고 하는 모양새를 갖추고 있습니다.

이것은 제 페이스북입니다. 2014년도니까 한 3년쯤 지난 것입니다. 저는 집이 강원도 춘천에 있는데 춘천 문화회관 앞에서 회의를 하고, 차 한잔 마시려고 동네 카페에 들어갔습니다. 작은 카페인

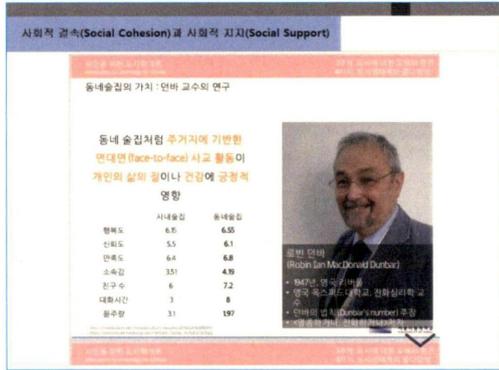


데 좀 특이하게 뒤에 악기들도 많이 있고 해서 알아보니, 이 카페 주인이 악기를 만들기도 하고 수리도 겸하여 운영하는 카페였습니다. 여기 수염 기르신 분은 리코더 연주자이시고, 빈 국립음대에서 바로크 음악을 전공하신 우리나라 리코더 일인자 중 한 분이십니다. 행사가 있는지 물었더니 제자들과 차 한잔 마시려고 왔는데, 카페 분위기가 좋아 자기들끼리 연주나 한번 해보자라고 해서 시작

했다고 했습니다. 저는 호강하는 것 아닙니까? 대한민국에서 바로크음악 리코더 1인자가 내 눈 앞에서 커피 마시는데 연주를 해주는 것 아닙니까. 너무나 행복했습니다. '나의 일상이 이렇다면 얼마나 좋을까?' 라는 상상을 하고, 페이스북에 올려봤더니 이 당시에 20~30명 누르던 좋아요를 164명이 누르고, 댓글이 달리기 시작했습니다. 그 전에는 제가 무엇을 하고 사는지에 대해 사람들이 전문용어로 눈팅만 하고 있었던 것입니다. 여기서 저는 '나만 이런 것을 좋아하는 것이 아니고 사람들은 누구나 이런 것을 원하나 보다' 라는 생각을 했습니다.

관련된 자료를 좀 찾아봤더니, 로빈 덤바라는 영국 교수의 <동네 술집의 가치>에 대한 재미있는 연구 결과가 있었습니다.

시내 변화가에 있는 술집과 자기가 살고 있는 동네 술집을 행복도 면에서 비교를 했는데 보시면 시내 술집에서 술 먹는 것 보다 동네 술집에서 술 먹는 것이 행복도가 훨씬 높습니다. 신뢰도, 만



족도, 소속감, 친구 수, 대화 시간 다 높은데 비해 음주량은 적어집니다. 이것의 의미는 시내에서 술을 마시는 건 술이 목적이라는 뜻입니다. 그런데 동네 술집은 대화가 목적입니다. 상상해 봅시다. 퇴근길, 집 앞에 맥주집 하나 있는데 들어가서 와이프한테 전화를 합니다. “집 앞인데 내려와서 맥주나 한잔 하자.” “애는 어떻게 하지?” “응, 버려.” 하고 와이프와 둘이 맥주를 한잔 할 수 있습니다. 그런데 거

기서 부부가 좋아하는 음악이 나오고 있었고, 그 옆자리에 옆집 사는 친구 가족이 술을 마시고 있습니다. 자연스럽게 합석하며 얘기를 나누게 됩니다. **‘우리가 일상에서 행복이라고 느낄 수 있는 것들이 그렇게 멀리 있는 것들이 아닐 수도 있겠다.** 이런 것들을 조금 디자인해서 문화적 활동들로 만들어 내면 얼마나 좋을까.’ 라는 생각을 했습니다.

저는 개인주의로부터 시작되는 생활문화와 일상문화가 요즘 제가 가지고 있는 최고의 화두입니다. 우리는 예전에 사회와 국가를 위해서 뭔가 거창한 것을 해야 될 것만 같은 강박들을 받았습니다. 혹시 인정소비라는 것을 들어보셨습니까? 예를 들어 한 달에 100만원 버는 청년이 있다고 했을 때, 한 끼 밥 먹는데 10만원을 쓴다고 하면 여러분 같으면 뭐라고 하시겠습니까? 한 달에 100만원이면 굉장히 적게 버는 것인데 모아서 저금해도 시원치 않을 판에 한 끼 밥에 1/10을 쓴다는 것이 상식적으로 용납이 안 되는 사람들이 많이 있을 것입니다. 특히 기성세대들이 그런 생각을 많이 가지고 있을 것이라 생각합니다. 그런데 한편으로 청년들과 이야기 나누어 보면 자신이 할 수 있는 범주 내에서 과소비, 즉, 스스로가 인정하고 인정받기를 원하는 소비심리가 있다는 것을 알 수 있습니다. 그리고 청년들이 항상 헤프게 쓰는 것도 아닙니다. 어쩌다 밥 한 끼이거나 의미 있는 일에 쓰기도 합니다. 예를 들면, 청년들이 문화공간을 만들어서 밥집을 차렸는데 그 밥집이 10만원이다 라고 하면 기꺼이 내가 가서 소비해주는 성향들이 있는 것입니다. 요즘에 말하는 **인정소비**가 이런 것입니다. 문제는 **이것을 어떻게 바라 볼 것이냐** 입니다. 그 친구가 먹는 것

이 10만원 짜리 밥 자체는 아닐 것입니다. 그 밥을 한 사람이 누구인지, 식당의 분위기는 어떤지, 함께 있는 사람이 누구지, 그 안에 내 존재는 어떻게 드러나는지 이 값을 다 따져서 10만원을 지불 한 것이라고 저는 생각합니다. 이런 것이 가능한 시대, **내가 행복해지기 위해 고민하는 세대가 존재하는 시대가 지금의 시대입니다.** 물론 저만해도 그런 세대는 아닙니다만, 오늘 행복하게 살자 라는 생각을 요즘 청년을 바라보면서 갖게 됩니다. 이런 여러 가지 가치가 공존하는 시대이고, 또 많은 어려움이 있는 시대에서 첫 강의 주제로 우리가 문화로 할 수 있는 일이 무엇일까? 어렵지만 근본적 질문을 던지고 싶었습니다. 아까 제가 왔을 때 '안녕하세요?' 하니까 시큰둥 하게 있다가 뒤에서 한마디 하니까 박수를 치셨지 않습니까? 그것을 무엇이라 표현하셨습니까? 환대? 환대가 마음에서 우러나 하는 것이 아니라 시키니까 하는 것이었던 것 이었죠? 어쨌든 기분이 나쁘지 않았으니 좋습니다. 우리는 흔히 '사회적 결속은 **지지와 환대로 만들어진다.**' **라고 이야기 하는데 지지와 환대를 무엇으로 합니까? 저는 가장 좋은 것이 문화라고 생각합니다.** 서로 지지해 주고 환대해 주는 것이 마치 동네에 술집 같은 기능을 하는 것입니다.

1박2일 나영석PD가 외국에 가서 한 강연 하다가 있습니다. 제가 앞에 요즘 시대가 어떻고, 대한민국 상황이 어떻고, 개인주의에 대한 이야기를 아주 장황하게 설명했지만 6-7분 짜리 이 영상 안에 기획의 프로세스부터 기획

을 하는 방식, 관점 다 들어가 있는 것 같습니다. 심지어는 내 기획을 누군가와 공유하기 위한 발표의 스킬도 굉장히 좋다는 생각도 듭니다. **기획에서 가장 중요한 것 첫 번째는 개인주의,** 그러니까 **내가 생각하는 행복의 기준**이라고 생각합니다. 우리가 흔히 이야기 하는 '문화 도시', '문화를 통한 도시 재생' 이런 것들이 다 무엇을 위해서 하는 것입니까? 이런 것을 왜 할까요? 행복하게 잘살자고 하는 것 아닙니까? '문화도시' 이런 수식어 개념어도 다 우리가 행복하게 살기 위해 하는 것입니다. 그래서 나영석PD는 스스로에게 질문을 던지는 것부터 출발합니다. 여러분들도 나중에 자기 기획서를 쓰거나 트렌디한 것이나 현상, 또는 책을 보았을 때, 누군가와 토론 속에서 나오는 아이디어가 생각났을 때 등 나에게 들어오는 정보들을 가지고 먼저 스스로에게 질문을 해 보세요. 그리고 **두 번째는 끊임없이 질문을 던지는 것입니다.** 그래서 그것은 어떤데? 왜 그럴데?

많은 학생들이 좋은 기획이 무엇이나고 물어보는데 좋은 기획이라는 것이 따로 있겠습니까? 다만, 좋은 기획자는 좋은 질문을 던지는 사람임에는 틀림이 없는 것 같습니다. 끊임없이 질문을 던지고 그 해답을 찾아갑니다.

도시, 사람을 품다.

— 도시의 아우라를 규정하는 것은 그 도시를 사는 사람들이 만들어 주는 것

지금 제가 드리는 이야기는 문화 분야에 있어 트렌드 이런 것이 아니라 여러분의 생각이 얼마나 말랑말랑해질 수 있느냐가 저의 여는 강의에 핵심입니다.

여러분은 어디에서 오셨습니까? 저는 춘천에서 왔는데 춘천하면 무엇이 떠오르십니까? 닭갈비, 강촌, 애니메이션 박물관, 호반의 도시, 막국수가 가장 상위에 있는 브랜드입니다. 이렇게 여러분께 질문을 해보겠습니다. 뉴욕이라고 하면 무엇입니까? 뉴욕에 사는 사람, 뉴욕에 사는 사람들은 다 뉴욕어입니까? 뉴욕 가보셨습니까? 저도 안가 봤는데 그럼 우리 상상해 봅시다. 뉴욕이라고 하면 느낌일까요?

A. 굉장히 바쁘게 돌아가고 브런치를 꼭 먹고 회사를 가야할 것 같습니다.

A. 직업은 금융이나 패션 쪽에 있을 것 같습니다.

그러면 뉴욕 사람들은 다 그렇게 살고 있을까요?

유럽으로 가보겠습니다. 파리지앵은 무엇입니까? 상상해 봅시다.

A. 바구니 달린 자전거 타고 앞에 바게트 빵 꼬고 빵모자 쓰고 다닐 것 같습니다.

A. 예술가.

우리가 도시를 이야기 할 때, 도시의 사람을 이야기 하는 것이 아니라 그 도시의 슬로건이나 이미지를 이야기 합니다. 춘천은 호반의 도시라는 것을 60년째 가지고 있는데 많은 공무원들이 애니타운을 만들겠다, 축제의 도시를 만들겠다, 낭만 도시를 하겠다 하지만 시민들, 대한민국 사람들에게 물어보면 그냥 호반의 도시입니다. 우리나라 어느 도시도 그 지역 사람들, 뉴욕어나 파리지앵처럼 그 지역을 살아가는 사람들로 도시를 바라보는 관점이 안타깝게도 아직은 없습니다. 재미 난 것을 보여드리겠습니다.

도시정책으로서의 생활문화 - 스타일에 대한 고민



네덜란드 암스테르담 'I amsterdam'

“나는 암스테르담 사람”이라는 뜻을 가지는 이 브랜드는 암스테르담 시민임을 자랑스럽게 생각하고 자부심을 갖자는 뜻을 담고 있음.
2009년부터 사용되었으며 관광지 곳곳에 초빙물로 설치되어 랜드마크가 되어주며 'I amsterdam'이라는 로고가 새겨진 시티카드를 만들어 여행의 편리한 서비스를 제공함
암스테르담의 전체 인구 중 절반 정도가 외국 출신이며 이러한 다인종, 다문화가 공존하는 도시의 문화적 다양성과 유연성을 상징하는 사례임

왼쪽은 네덜란드 암스테르담의 슬로건 같습니다. I am sterdam. 이것이 무슨 뜻일겠습니까? 우리 부산가면 다이내믹 부산이라고 쓰여있고, 수원은 해피인데 그러니까 우리가 행복한지는 안물어보고 그냥 계속 행복 하라는

얘기지 않습니다. 수원 사람들이 어떠한가를 이야기 해야하는데 수원은 행복해, 부산은 다이나믹 해 라고만 얘기하고 있는 것입니다. I am sterdam, '나는 암스테르담 사람이다' 라는 뜻일 것입니다. 이런 것들은 실제로 지역사람들에 대한 자부심이나 생활의 모습으로 나타난다는 것입니다. 그것이 그 지역 사람들의 문화이기 때문입니다.



이것은 덴마크의 코펜하겐입니다. 그냥 코펜 하겐이라고 써 놓았는데 무엇을 강조하고 있습니까? cOPENhagen, open for you. 무슨 뜻이겠습니까? 오픈 마인드를 이야기하기도 하고 문화적 다양성에 대한 이야기이기도 합니다. 이게 그냥 슬로건이라면 대한민국과 별로 다른 점이 없을텐데 일상으로 들어가 보면 공유자전거라든가 여러 가지로 구현 되어 있습니다. 다이나믹 부산의 다이나믹은 어떻게

실현되어 있습니까? 해피 수원의 해피는 어디에 있습니까? 심지어 제가 사는 춘천은 희망이 강물처럼 흐르는 춘천입니다. 희망이 어느 강물에 흐르고 있습니까? 그냥 슬로건으로 존재하는 것입니다. 결국 **사람을 읽는 도시이고, 사람으로 읽는 도시가 문화**라고 생각합니다.



왼쪽은 우리나라 대표 등 축제인 진주남강 유 등축제입니다. 오른쪽은 청계천에서 한 등 축제입니다. 한동안 두 축제가 다툼이 있었습니다. 잘 무마가 되었습니다만 저는 이 두 사진의 다른 점을 모르겠습니다. 해마다 바뀌기는 하지만 남대문인지 동대문인지 있고 중요한 것들은 다 작가들이 만들어서 가져다 둔 것들입니다. 작가들은 어디든 만들어 줄 수 있는 것입니다.

화천에는 산천어도 안사는데 유명한 산천어 축제를 합니다. 그 산천어 등을 주민들이 2만5천개 정도 만들어서 흥등 거리라는 것을 꾸밈니다. 읍, 면, 동의 노인회 분들이 작가들이 디자인 한 것을 가지고 만드는 방법을 주민들에게 가르쳐 주고, 주민이 또 강사가 되어 다른 주민에게 가르쳐 주는 방식으로 해서 일상으로 왔습니다. 저희 장모님은 손재주가 좋다고 해서 나름 옆 동네 가서

가르쳐 주시는 파견도 갑니다. 조금 소심하신데 본인이 등 만든 것은 자기가 만들었다고 표시해 두셨답니다. 아무리 봐도 이름 써놓은 것도 아니라 자기만 알게 아주 소심하게 작게 손톱자국 콧 찍어 놓는대거나 한 것인데 누구도 모르는데 자기가 만든 것이라고 나름의 프라이드가 있는 것입니다. 무슨 얘기일까요? 산천어 등은 서울에서 흥내를 낼 수 없습니다. 그 등을 빌려다가 혹은 작가들에게, 공장에서 찍어다가 전시를 할 수는 있겠지만 의미가 달라져버립니다. **사람 중심의 도시 이야기와 누가 어떤 품과 공력과 시간을 투자했느냐에 따라 지역문화가 되는 것이고, 그 지역 사람들이 그 지역 방식으로 하는 것들을 그 지역의 문화로 보면 되는 것입니다.** 그것도 일상에서 생활 문화로 한다면 그런 것들은 카피가 되지 않는 부분들입니다. 그런데 우리는 다른 곳과 달라야 된다는 강박들을 가지고 있는 것입니다.



DO YOU KYOTO? '당신은 교토 하십니까?' 무슨 말일까요? 실제로 교토와 비슷한 우리나라의 도시가 어디 있습니까? 전주. 전주하면 무엇이 떠오릅니까? 한옥마을 하면 무엇이 떠오르십니까? 회오리감자, 문어꼬치 이런 것들이 떠오르십니까? 전주가 가지고 있는 한옥, 한식 비빔밥 포함한 여러 가지 한 브랜드 할 수 있는 우리 전통의 고유한 그리고 그런 자원이 나름 다른 도시에 비해 잘 살아

있는 곳이 전주라면 그 과거의 가치가 일상 속에 묻어나오는 도시어야 진정한 전통 문화의 도시라고 할 수 있습니다. 지금의 한옥마을은 그냥 박제화 되어 버렸고 회오리감자를 파는 유인 요소일 뿐입니다. 전통의 가치를 형상화 되어 있는 것으로 보지 않으면 됩니다. 거기의 가치가 뭐지? 예를 들면 한옥에서 느리게 사는 것인가? 그럼 아파트에 살지언정 느리게 사는 것이 전주 사람들의 보편적인 문화가 된다면 그 가치가 현재로 이어지는 것입니다. 이런 디자인들이 필요한 것이 전주가 앞으로 가야할 방향이고 그러려면 생활문화에 관심을 가져야 합니다. 이런 제안이 받아들여졌고 올 해 굉장히 다양한 생활문화 사업들이 펼쳐집니다.

일본에서 우리나라의 서울 같은 도시가 동경입니다. 동경에도 그런게 있는지 모르겠습니다만 우리는 어떤 일을 할 때 성공하려면 서울에서 해야 할 것 같습니다. 그렇지만 일본의 경우 예술가라고 하면 교토에 가서 해야겠다는 심리. 그것이 **도시가 가지는 아우라**라고 생각을 합니다. **그것을 규정해 주는 것은 그 도시를 살아가고 있는 사람이 만들어 주는 것입니다.** 일상화라고 하는 방식으로 말입니다. **일상 문화로 받아들이는 것입니다.** 굉장히 그럴 듯하지만 이것을 문화기획으로 해봐 라고하면 굉장히 난감합니다. 그렇지만 해 볼 것입니다.

장소. 장소성

— 사람들과의 관계에서 찾다.

지역 특성화, 우리가 문화기획을 하다보면 평택의 문화 어떻게 할 것인가. 수원의 문화 어떻게 만들 것인가. 고민하게 됩니다. 저도 고민해 보았습니다. 장소, 공간, 지역이라는 단어가 딱 구분이 되어 지십니까? 여기에 여러분들이 오기 전에 이 곳은 무엇입니까? 공간입니까 장소입니까? 겹이라고 하는 공간입니다. 이 공간은 뭐하는 공간입니까? 저도 잘 모르는 곳이지만 여러 가지 교육도 하고 책을 읽을 수도 있고 옆에 카페에서 차를 가져와서 책도 보고 교육도 하는 그런 곳인가 봅니다. 이런 기능을 구분한 것을 공간이라고 합니다. 교육이라고 하는 것을 매개로 이곳에 와서 저나 주최하는 분들이나 같이 오신 주변분들 하고 내 시간을 투자해 얻은 것은 무엇입니까. 추억일 수도 있고 나쁜 기억일 수도 있고 뭔가의 자기 경험치가 들어 간 것입니다. 이 공간은 그 순간 여러분 개개인에게 장소입니다.

장소성이라고 하는 것이 지역의 특성입니다. 장소성이라는 것을 어떻게 부여하느냐하면 사람들과의 관계에서 찾아내는 것입니다. 어느 한 공간, 어느 한 지점을 거기에 어떤 사람의 경험치들이 닿아 있느냐에 따라서 특별한 추억이 있는 장소가 될 수 있고, 문화가 흐르는 장소가 될 수도 있습니다. 우리가 기획을 할 때 문화공간을 만드는 기획을 할 수 있고 어느 특정공간을 문화적 장소로 만드는 기획을 할 수도 있습니다. 이런 것들이 다 지역문화이고 지역의 특성화 된 문화기획이라는 것입니다. 이런거 서울도 하던데 하셔도 관계없습니다. 수원에서 수원 사람들이 하면 수원의 장소성이 되는 것입니다. 재밌는 것이 있습니다. Taking place라고 하는 것은 직역하면 장소를 취하다, 장소를 가지다 이런 뜻입니다. 이것을 관용어구로 Taking place라고 하면 일이 벌어진다라는 것입니다. 장소를 가지는 것은 일이 벌어진다는 의미로 관용어구에 나와 있습니다. 마찬가지로 이 공간에서 교육이라는 일이 벌어지는 순간 여러분 개개인과 저한테도 마찬가지로 장소가 되는 것이고 개개인의 기억이나 지역 안에서의 장소는 장소성을 띄게 되는 것입니다. 우리는 구역을 District라고 합니다. 한 덩어리로 보는 것입니다. 이 구역이라는 단어의 원 뜻은 재미있습니다. 중세 유럽은 교회가 지배했던 시절이 있었습니다. 어느 마을에 교회가 가운데 있다고 가정해보고 교회에서 종을 쳐서 그 종소리가 어디까지 울려 퍼지는지의 맨 끝 선까지를 하나의 구역으로 보는 것입니다. 이것이 구역에 대한 개념입니다. 그런데 지금은 누가 종치지 않습니다. 하지만 우리가 어디서부터 어디까지를 한 덩어리로 볼 것이나 입니다. 수원은 수원 하나가 아니고, 여러개의 동으로 나뉩니다. 저는 여기다가 교회의 종소리 대신 여러분들이 어떤 문화적인 것을 넣느냐에 따라 그 문화가 교감되고 공감되어 지는 것이 하나의 문화의 공동체 단위라고 생각합니다. 그것

이 무엇이나를 찾을 수 있다면 굉장히 중요한 것이 될 것입니다. 종소리를 대체 할 수 있는 것, 사실 교회의 종소리도 종교 문화, 문화라고 생각합니다.

시가 하나 있습니다. 이 시를 한번 읽어보겠습니다.

제목 : 오랜 벗

정희동 (9살)

오랜 벗 내 친구야 왜 그리도 빨리 가느냐

그깃 학원이 뭐라고 가느냐

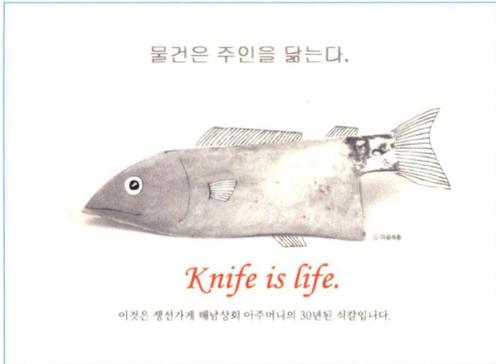
그까짓 학원 때문에 나를 두고 가느냐

예술입니까 아닙니까? 왜 예술입니까? 9살 인생의 희노애락이 다 담겨져 있습니다. 이것을 보고 우리가 예술이나 아니냐를 논할 필요가 없는 것입니다. 그냥 이 친구는 이친구의 감성을 가지고 읊어내는 시라는 것입니다. 옥천에도 있었고 칠곡에서도 이런 것을 했습니다. 문화가 사람들을 지지하고 환대하는데 가장 좋은 하나입니다 라고 아까 얘기 드렸습니다. 예를 들어 이런 것입니다. 경남 거창에 가면 하성 단노을센터라는 것이 있고 그 곳에 기획자 한분이 계십니다. 그 분도 마을 어른들과 시 쓰는 프로그램을 했다고 합니다. 동네에 가서 어른들과 시 쓰는 것은 어디서든 할 수 있는 것입니다. 사례 이야기를 듣고 제가 엄청나게 감동을 받았습니다. 60년 가까이를 같이 사신 노부부와 시 쓰는 프로그램을 했는데 이 시골 할머니, 할아버지가 받으신 주제가 고향이었다고 합니다. 각자 쓰시는 것입니다. 경상도 할아버지보고 대뜸 시 쓰라고 하면 욱부터 하십니다. 그러면서도 써서 주머니에 꼬깃꼬깃 넣어서 오십니다. 시를 읽어 주셨습니다. 할머니가 고향에 대해 생각하는 시의 내용은 이런 것이었습니다. 내가 어릴 적 동무들과 깨벗고 물가에 가서 물고기 잡아서 구워먹고 하는 옛날 이야기를 쪽 쓰셨다고 합니다. 그런데 문제는 할머니의 시를 듣고 할아버지가 빠져 버리신 것입니다. 할머니가 쓴 고향이라는 시의 내용은 할아버지랑 십대 때 시집와서 60여년을 할아버지와 살았는데 할머니의 고향은 내 엄마가 살아있던 내가 뛰어 놀던 십여년을 산 그 동네 이야기를 하고 있더라는 것입니다. 할아버지가 배신감을 느낀 것입니다. 거기서 산 것은 십여년이고 나랑 산 세월이 60년인데, 그것은 무엇이겠습니까. 60년 살을 맞대고 살아온 이 노부부도 감성적 교류가 많지 않았다는 것입니다. 그것의 매개를 '시'라고 하는 문화적 방법을 통해서 서로의 마음이나 생각에 계기들이 생기는 것입니다. 그것이 지지하고 환대하는 것 아닙니까? 그런 것들에 계기를 만들고 판을 만드는 것이 기획자입니다.

사물에 이야기를 입히다.

— 사람들의 일상을 들여다보라.

다음은 대구 북구문화의집 정민룡관장이 진행한 전시회 이미지 중 하나입니다. 제목은 Knife is Life입니다. 이 위의 사진은 칼을 그린 것입니다. 구멍이 뚫려 있는 곳에 손잡이가 있었을 것입니다. 얼마나 도마에다 찢는지 굵어져 있습니다. 모양을 보고 어느 디자이너가 물고기가 떠올랐나



봅니다. 그런데 하필이면 이 칼의 실제 주인은 생선가게 해남상회 아주머니의 30년된 식칼이라고 합니다. 사진을 찍어서 이렇게 예쁘게 디자인 한 것입니다. 카피와 이미지를 미송과 룡이 했다고 친절하게 본인을 밝히고 있습니다. 이것은 주말마다 셀러들이 만여명씩 모이는 진풍경이 벌어지는 광주의 대인야시장입니다. 먹골시장도 있고 어디나 있을법한 재래시장, 전통시장입니다. 이친구들이 주목

한 것은 그 안에서 상인들의 일상을 들여다 보는 것입니다. 대부분의 상인들은 칼을 하나씩 가지고 있었다고 합니다. 그 칼이 도대체 무엇일까. 그 칼이 장사하시는 어머니, 사장님 아저씨 이분들의 인생이고 역사더라는 것에 주목을 하게 됩니다. 그래서 어떤 전시회를 열었느냐면 칼 전시회를 열었다고 합니다. 시장에서 쓰여지는 칼, 우리가 볼 때는 그냥 칼인데 저 밑의 내용들을 보면 모두 구구절절한 사연이 있습니다. 물론 이것도 미적으로 디자인해서 잘 전시해 두었습니다.

이분들은 한눈에 봐도 어떤 분들이시겠습니까? 내 칼 어디있나 확인하러 오신 시장 상인 분들이십니다. 그들이 전시하려고 하는 것이 칼이겠습니까? 여기서 무엇을 전시하려 한 것일까요? 시장 상인들의 삶을 전시하려고 한 것입니다. 그런데 그 보지도 않고 잡히지도 않는 삶이라는 것을



어떻게 전시한 것입니까? 칼이라고 하는 매개를 가지고 한 것입니다. 우리는 어떻게 하면 조금 더 창의적인 아이디어가 나올까 고민합니다. 문화기획자라고하면 자판기인줄 압니다. 옆구리 쿡 찢르면 뭔가 굉장한 아이디어가 나올 것처럼 생각합니다. 그러나 그것이 아니라

스스로에게 질문을 던지고 고민거리를 가지면 해답이 나옵니다. 저는 하늘 아래 새로운 것은 그다지 많지 않다고 생각합니다. 그것은 예술가들의 영역인 것 같고 우리 기획자들이 할 수 있는 것은 두 가지라고 표현합니다. 큐레이션과 에디팅입니다. 기획자는 연출가와는 다릅니다. 기획자는 왜 이런 것들이 필요한지 앞뒤 맥락과 스토리를 만들어내어 그것을 최적화해서 잘 표현할 수 있는 작가들과 혹은 지역 주민들과 협업관계를 잘 구성해내는 사람이 기획자라고 생각합니다.

우리는 소녀상을 왜 만들었는지 다 알고 있습니다. 위안부를 기리고 여러 가지 사회적, 역사적인 의미가 있습니다. 그런데 어느 초보 기획자가 가서 그 소녀상을 만든 작가를 불러다가 '소녀상은 아무래도 어릴 때 잡혀가서 고생하신 분들이시니 얼굴은 아주 앳된 소녀로 만들어줘 힘들었을 테니까 두 주먹은 불끈 쥐어야하고 하루도 편안한 날이 없었을 테니까 발뒤꿈치는 살짝 띄워



줘야해. 얼굴은 앳되지만 사실은 노인이니 바닥에 비친 그림자에는 쪽을 지고 등이 굽은 할머니로 표현해줘' 이것이 기획자 입니까? 그 순간 불러다 놓은 예술가는 무엇이 되어 있습니까? 예술가가 아니라 기술자가 되어 있는 것입니다. 이것이 가장 초보 기획자들이 범하는 오류입니다. 그런데 우리는 기획한다고 하면 연출하는 것을 기획하는 것으로 자꾸 착각을 합니다. 이 기획에서 제가 가장 주목했던 것은 시장을 바라볼 때 시장 사람들의 삶의 모습들을 꼬집어 봐야겠다는 질문이었습니다. 그런데 그것을 칼로 한 것은 너무 크리에이티브 한 것이 아니냐 하는데 아닙니다. 관찰에서 나온 것입니다. 이 시장상인이 공통적으로 가지고 있는 것이 뭐지 했더니 칼이었던 것입니다. 이 전시만 있는 것은 아닙니다. 의자, 간판 그런 전시도 했다고 합니다. 시장에 걸려있던 간판을 보니까 특별한 패턴도 있고 재미있더라는 것입니다. 예를 들어 실제로 일조상회가 있더라고요. 사장한테 왜 일조상회라고 이름을 지으셨습니까 물었습니다. 뭐라고 하셨냐면 장사 시작

할 때 딱 1조만 벌고 장사 접으려고 했는데 아직 1조가 안되서 계속 하고 있습니다라고 하셨습
 니다. 또 oo이네집, oo상회 그러면 내 아들, 딸 이름걸고 내가 부끄럽지 않으려고 이렇게 했다 하
 셧습니다. 이 기획자는 거기에 주목해서 간판을 전시하기로 했는데, 간판을 떼어내니 난리가 났습
 니다. 간판을 떼면 장사를 못하니까요. 그 지역의 예술가들이 그 간판을 빌려오는 동안 걸려있을 작
 품으로써의 간판을 만들어 그곳에 걸어드리고 진짜 간판들을 가져다가 전시를 했다고 합니다. 칼
 도 마찬가지로 그 어르신들이 시장통에 앉아서 노점하면서 앉았던 의자 하나하나에 담긴 사연도
 그렇습니다. 같은 기획의 방식으로 마을로 넘어와서는 어느 어머니가 30년동안 쓴 가계부에 붙어
 있는 영수증 전시회 같은 굉장히 다양한 것들을 할 수 있습니다. 칼이나 의자나 간판은 매개입니
 다. 우리가 무엇을 바라보고 무엇을 찾으려고 하는가에 대한 자기 질문과 관찰과 결과들이 있다
 면 얼마든지 창의적인 기획을 할 수 있다고 저는 생각합니다.

이렇게 해서 모인 것이 간판입니다. 이것은 누군가의 몸무게를 그대로 받아냈을 의자입니다.

일상의 모든 것은 기획의 자산

_ 일상의 가치에 고가의 가치를 한다.

사실은 이것들을 바라 볼 때 감수성도 필요합니다. 여러분들 오늘 아침 집에서 나올 때 집 앞에
 꽃 피어있는 것을 보신적 있으십니까? 아파트에 살든 어디 살든 오늘 아침에 꽃 핀 것을 보신분
 계십니까? 진짜로 보셨습니까? 우리는 그냥 일상적인 것을 스쳐지나가는 것에 익숙합니다. 문화
 기획을 하려면 조금은 여유로워야 한다고 생각합니다. 특히 생활문화, 일상문화, 지역성에 대한
 기획은 과거 결핍으로부터 출발하는 것들이 많았습니다. 가장 기본적인 요건일 때는 일정부분 필
 요한 것은 있습니다. 그런데 대다수는 기본요건이 아닌데 만듭니다. 그래서 하드웨어 같은 경우에
 는 애물단지라는 기사가 똑같이 납니다. 그래서 앞으로의 문화기획은 관점이 조금 바뀝니다. A, B,
 C, D라고 하는데, A는 Asset 자산이란 뜻이고 B는 Base 기초하다 Asset based 자산에 기초한 C,
 D는 Community Development를 지역개발로 읽으셔도 좋고 문화 활성화로 읽으셔도 되고, 공동
 체 발전이라고 읽으셔도 좋습니다. 모든 지역에 무엇인가를 할 때 자산에 기초하는 것으로 바뀐
 니다. 자산. 우리 지역의 자산은 뭐지? 과거의 방식은 무엇이라고 했습니까? 다른 지역에 없는 우
 리만의 것을 찾다 보니까 과거지향으로 가버리는 것입니다. 수원 하면 화성, 강화도 하면 화문석,
 우리는 그렇게 배웠습니다. 여기서 말하는 자산은 유명한 것이 아니라 일상 속에 있는 것을 우리
 가 가치를 발견해 내고 그 가치를 보편화 하는 작업이 생활 기획, 생활 문화입니다.

제가 어떤 프로그램을 보고 감동을 받은 적이 있는데, 옛날엔 '하드'라고 했었는데 아이스크림을 먹고 나면 막대기가 나옵니다. 연배가 높으신 분들은 어릴 때 하드를 먹고 나면 물에 씻어 막대기 다섯 개를 엮어서 별모양을 만들어 날리기도 하며 놀았습니다. 그 막대기를 모아서 동네 어머님들이 아이들과 함께 예쁘게 색을 칠했습니다. 나무 프레임을 가지고 액자를 만들어 동네 봄에 피어나는 제비꽃에 걸어 줍니다. 그리고 벽에 들꽃이 하나 나와 있는데 너무 예뻐서 거기 걸어줍니다. 그 꽃들은 사람들에게는 일상 이었습니다. 밟고 지나갈 수도 있고 스쳐지나 가는 것들에 대해서 '이것은 우리 마을에 있는 예쁜 것들이야' 인정해 가는 것입니다. 저는 굉장히 감동을 받았습니다. 내 눈에만 보였던 일상의 가치인데 누군가와 교감하기 위해서 장치를 한 것입니다. 그리고 사람들은 그것이 눈을 띄기 시작하면 자세히 들여다보니 '우리 골목이 이렇게 예뻐있네'라고 합니다. 문화기획이 대단히 어려운 것만은 아닙니다.

문화 기획자.

— 호기심에 대해 끊임없이 질문하고 검증하는 것

지금까지 이야기 한 모든 것을 저는 그냥 Why, 물음표 하나로 귀결하려고 합니다. 어떤 질문을 던질 것이냐 라는 것입니다. 기본적으로 문화기획자는 어떤 사람이 되어야 합니까, 어떤 자격요건이 필요합니까, 학생들이 물어오면 호기심이 많은 사람이라고 대답합니다. 호기심이란 있다면 문화기획은 가능하다는 것입니다. 호기심이 생기면 질문하게 됩니다. 아이를 키워보신 분들은 아시겠지만 꼬맹이가 끊임없이 물어봅니다. 저절로 알텐데 뭐가 그리 궁금한 것이 많은지 계속 물어봅니다. 내가 가지고 있는 호기심에 대해 끊임없이 질문하는 것입니다. 그리고 검증하는 것입니다. 그것이 문화기획의 과정이라고 생각하고 그런 과정 안에서 트렌디한 것들이 있습니다. 예를 들면 아까 여러분들이 이야기 했던 청년문화, 도시 재생 잘 생각해보시면 우리가 말하는 문화라는 것이 여기서 말하는 문화와 과거에 우리가 얘기했던 문화예술은 다릅니다. 대한민국에서 말이 잘못 전달되어서 오염되는 것들이 꽤 많이 있습니다. 대표적인 것이 토요일 근무에 관한 것입니다. 요즘 우리는 주 5일제 근무를 하는 곳이 많습니다. 재미난 것은 일주일에 5일 일하고 이틀 쉬는 것을 일본이나 중국이 우리보다 먼저 시행하였습니다. 그 나라의 같은 제도의 이름은 우리와 다릅니다. 쌍휴일제, 주휴 2일제라고 부릅니다. 한국에 오면 무엇이 됩니까? 주 5일 근무제가 됩니다. 쌍휴일제와 주휴 2일제, 주 5일 근무제 무엇이 다릅니까? 방점이 어디에 찍혀 있느냐가 다릅니다. 쌍휴일제와 주휴 2일제는 휴에 방점이 찍혀 있는 것이고 주 5일 근무제는 일하는 것에 방점이 찍혀 있는 것입니다. 누군가는 제가 이 이야기를 하면 어차피 7일중에 5일 일하고 2일 쉬는 것은 똑

같은 것인데 탄지를 거느냐 하실지 모르겠는데 제가 볼때는 굉장히 심각한 오류라고 봅니다. 왜냐하면 그 제도를 만든 취지가 무엇이였겠습니까? 일주일중에 5일은 열심히 일하고 최소한 2일은 자기 휴식도 가지고 여가활동도 하고 재교육도 하라고 만든 것인데 이것이 잘 안 지켜 지니까 제도화해서 누구나 그 안에서 행복을 영위하라고 만든 것입니다. 그러면 방점이 어디에 찍히겠습니까. 당연히 휴에 찍혀야 하는 것입니다.

똑같은 이야기입니다. 우리가 문화기획을 하면서 관념적 언어를 많이 사용합니다. 마치 여러분들이 나중에 사업기획서 쓰다보면 기획 배경, 기획 목적 이렇게 쓸 거 아닙니까. 개요, 세부내용 이렇게 쓰는데 기획 배경을 어떻게 쓰시냐면 대부분 저 죽을 만큼 힘들어요 라고 쓰십니다. 우리동



네에는 뭐도 없고, 뭐도 없고 문화 소외계층만 잔뜩 살고요 하는 것이 배경이고 그래서 목적은 무엇이 되겠습니까. 돈만 지원해 주시면 이 주민들을 위해서 이렇게 하겠습니다. 하고 마치 나라를 구할 듯이 목적을 씁니다. 그리고 실제로 세부내용 들어가면 그래서 우리가 열명이 모여서 동화책 읽을 것입니다 이죠. 하나하나 떼어놓고 보면 다 맞는 말인데 논리적인 맥락은 하나도 맞지 않는 것입니다. 배경은 제가 지적한 결핍으로 시작됩니다. 우리 동네 사람들이 잘 모르는데, 그리고 기획서 쓰고 발표하는 것을 전문가 분들이 발표해 주시겠지만 무슨 통계자료를 들이대서 우리는 인구가 몇 만이고 그중에 노인 인구가 몇 %나 되고 소외계층이 많습니다. 이거 와닿지 않습니다. 그것보다 실명을 대서 우리 옆집에 김개똥 할머니가 계신데 이 할머니의 손주들은 다 서울에 가 있고 자식들은 6.25때 한명 죽고, 또 한명은 어디에 가 있고 그런데 이 할머니는 하루하루가 힘듭니다. 어제 제가 만났는데 ooo라고 하십니다. 라는 구체적인 사례를 달아주면 배경 설명할 필요가 없습니다. 그 순간에 그 사람이 하려고 하는 것에 대한 배경과 목적이 이해가 됩니다. 그런 것이 좋은 기획서입니다. 그런데 그 할머니가 우리가 단순하게 가서 밥 갖다 드리고 말 걸어

드리면 좋아하니까 그것을 하려고 하는 것이 아닙니다. 그 할머니가 스스로 할 수 있는 것을 만들고 싶은 것입니다. 그래서 보니 그 할머니가 우리 동네에서 된장찌개는 최고입니다. 그래서 그 할머니를 생활강사로, 오히려 주체로 들여 놓는 작업을 하고 싶습니다. 그런 것을 우리는 삶의 기술이라 부르겠습니다. 이 할머니 말고도 우리 동네에 여러 가지 삶의 기술을 가지고 계신 분들이 계시니 우리동네 장인들을 발굴해서 이 분들이 지역에 후배 세대들에게 그림으로 인해서 굳이 말 안해도 이 할머니의 외로움과 지역간의 괴리감들을 채우는 문화기획을 하겠습니다 라고 한다면 누가 말리겠느냐는 것입니다. 그런데 대부분 이렇게 하겠다는 기획서를 써라 라고 하면 아까처럼 되는 것입니다. 우리 동네 노인이 몇 %나 되고, 이분들의 대다수는 여가 시간이 몇 %밖에 안되고 힘듭니다. 그런데 마지막에 보면 된장찌개 끓일 것입니다 하면 이상하게 되는 것입니다.

문화가 여러 분야로 침투합니다. 관광분야에도, 농촌이라고 하는 촌, 마을에 삶의 문화를 디자인하고 복원하는데 또 문화기획자가 불려갑니다. 문화가 삶의 전반에 미치지 않는 곳이 없습니다. 또 우리가 그런 것을 문화라고 합니다. 그 영역들이 굉장히 다양한데 제대로 하기 위해서는 조금 깊이 있는 질문들을 하시면 어떻겠느냐 생각합니다. 이후에 아마 분야별 강사들이 자기 전문분야에 대해 이야기 해 주실텐데 그분들이 가르쳐 드리는 정보를 여러분들이 습득하지 마시고 그분들이 그런 생각을 하고 그런 실천을 하기 까지 그분들의 뇌 구조는 어떤 질문을 던졌을까를 메모해보시는 것이 훨씬 더 여러분들에게는 교육적으로 의미가 있을 것 같습니다. 오랜 시간 들어주셔서 감사합니다.

공동체에서 흘러나온 문화기획

끊임없이 몸을 움직여 사람과 삶을 만나라

양철모입니다. 저는 사실 미술작가이기도 하고 기획자이기도 합니다. 여러분들은 어떤 기획자가 되려고 이 과정을 하시는 것입니까? 어떤 것들을 강화시키려고 이것을 하시는 것입니까? 트렌드, 먹히는 기획, 기획서로 설득을 잘해서 내가 원하는 것을 기획서에 담고 그런 것들이 설득력 있게 되는 그런 것이라는 말씀하시는 것 같습니다. 죄송한데 저는 트렌드라는 것이 없는 것 같습니다. 대부분의 작가들이나 문화기획 이런 것들은 제도적인 것들, 먹힐 것 같은 것을 하면 정형화된 것이기 때문에 대부분 다 실패합니다. 작업도 먹힐 것 같은 것들은 다 주목을 받지 못합니다. 그래서 항상 우회경로라는 것들이 있는데 작업도 그렇고 기획도 그렇고 우회경로의 경험이 많은 사람들, 즉 우회경로를 제안하는 것이 새로운 시도처럼 보이기도 합니다. 심사를 할 때 제안서를 보면 어디서 본 듯한 제안들은 관심이 없어집니다. 심사에서 마음을 움직이는 두 가지가 있는데 하나는 삶의 경험에서 우러나온 것, 나와 가까운 것이 굉장한 힘이 있습니다. 내가 이 마을에 살고 있는데 이 마을에 조손 가정이 있다. 그런데 이 아이가 항상 혼자 학교를 다니고 있는데 이 아이와 무엇인가를 해보고 싶은데 무엇을 할까 굉장히 고민스러웠다 그래서 그 아이와 함께 살고 싶은 프로젝트를 하고 싶다. 이런 식으로 진행된다면 뭔가 삶과 가까운 부분인 것 같다는 설득력을 가지게 됩니다. 두 번째는 삶과 가까운 것 말고 완전히 새로운 시도입니다. 일반적이고 평범하지 않은, 제도적이지 않은 전혀 다른 시도, 우회경로 같은 것을 제시하면 관심이 갑니다. 예를 들어 우리지역은 문화 소외지역으로써 문화가 필요하고..... 문화소외지역이 아닌 곳이 어디 있겠습니까. 마을만 문화 소외지역입니까? 도시도 문화 소외지역입니다. 그렇게 말고 거꾸로 이야기 하자면 이런 것입니다. 도시는 문화를 돈 주고 소비하는 것입니다. 영화 보는 것을 돈 주고 문화를 소비한다고 하면 도시는 화폐와 문화를 교환하는 방식들이 많은 것이고 마을은 마을공동체만의 문화라는 것도 있습니다. 마을에서 접할 수 있는 문화도 풍부할 수 있습니다. 그런데 그것을 너무

나도 정형화된 방식으로 제안을 하면 관심이 확 떨어진다라는 것입니다. 제가 여태까지 기획했던 것들은 대부분 다 기획서를 쓰기위해서 하는 것이 아니라 제가 필요해서 한다거나 재미난 공간을 만들어 놓으면 오히려 기획을 해달라고 찾아옵니다. 그런식으로 제가 아주 흥미롭고 삶과 가까이 있는 부분들을 계속 기획과 만나게 하는 역할을 합니다. 제가 생각할 때 기획이자란 장르를 많이 알고 있는 사람도 아니고, 기획서를 잘 쓰는 사람도 아닙니다. 기획서를 잘 쓰는 것은 조금만 해보면 다 잘 하실 수 있습니다. 기획자는 변신술에 능해야 한다고 생각합니다. 그래서 자신이 가지고 있는 경험들을 총체적으로 기획서 안에 잘 녹여 낼 수 있는 사람이어야 합니다. 제가 어떤 소설가한테 책을 어떻게 그렇게 자주 내시는지 물어본 적이 있습니다. 그랬더니 20대와 30대 때 안해본 일 없이 많은 일을 해보고, 연애도 해보고 할 것을 다 해봐서 그 경험의 힘으로 글을 쓰고 하셨습니다. 그러니까 기획자는 고정된 몸이 되어서는 안됩니다. 저는 특히나 대학생들에게는 졸업하고 나면 고정되어 하는 일은 하지 말라고 합니다. 예를 들면, 주유소 아르바이트일 수도 있고, 편의점 아르바이트일 수도 있습니다. 끊임없이 몸이 움직여서 다른 공간과 사람들을 만나서 경험할 수 있는 몸이 되어야 이후에 어떠한 풍부함을 이야기 할 수 있을 것 이라 생각합니다. 기획자도 마찬가지입니다. 자기 삶의 경험이 적으면 그 경험 안에서 기획이 나오는 것이고 삶의 경험이 굉장히 여러 가지이면 그 경험에서 아주 특채적인 기획이 나오기도 합니다.

저는 기본적으로 작가라서 안정적으로 해야 될 것들에 대한 기획이 들어오는지 않는 편입니다. 예를 들어 각 도에도 문화예술 기획을 지원해 주는 재단이라는 곳이 있습니다. 그다음에 더 작은 단위는 기초문화재단이 있을 것이고 중앙정부기관에는 문화예술위원회라든지 교육진흥원이라든지 이런 것들이 있습니다. 조금 골치 아픈 기획 의뢰가 들어옵니다.

조각난 마을 조각난 이야기



사례 - 조각난 마을 조각난 이야기

현황 및 문제점

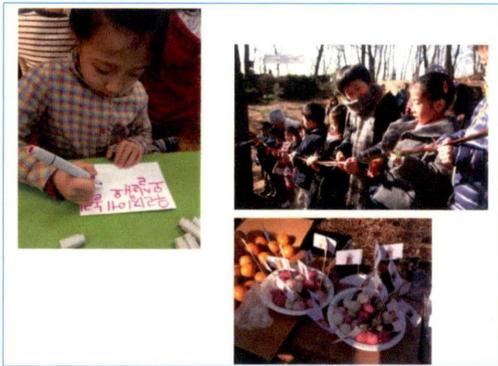
- 관 주도의 성미산 개발계획으로 인해, 주민참여에 대한 불신이 매우 큼.
- 어른(남성)을 위한 운동시설 위주로 공원이 조성되어 있음. 여성, 어린이들이 참여 공간 확보 필요.
- 마을 숲을 어린이들이 주로 이용하나 어린이를 위한 시설, 놀이감 부족.
- 주민들은 개발 계획 반대의 움직임을 평화적으로 진행하고 있음. 자전거 시위
- 어린이들과 유아들은 다른 접근 방식이 필요 예)성미산에 산을 지키는 도깨비가 산다는 이야기



서울에 성미산이라고 하는 유명한 마을공동체가 있습니다. 제가 중산층 경제공동체라고 비판합니다. 저희는 서민이라서 성미산의 공동체 공동육아 어린이집이라든지 초등학교에 너무 비싸서 못보냅니다. 그 공동체에 끼지 못하는 서민들이 자전거를 타고 산을 돌면서 가족단위들이 평화적인 방법으로 집회를 합니다. 자전거를 같이 타면서 평화롭게 하는 것입니다. 그때 저희 아이들은 유아였는데 아이들에게 어떻게 숲을 이야기 할 수 있을까를 고민을 했었습니다. 그렇다면 집회에 이해 못하면서 참여하는 것 보다는 유아이기 때문에 산에 도깨비가 산다는 이야기를 들려주는 것이 훨씬 더 숲에 대한 이야기를 할 수 있지 않을까 라는 생각이 들었습니다. 그래서 어린이집 유아들을 데리고 “너희들 숲에서 뭐하고 싶니?”하고 물었습니다. 그랬더니 집 그림

을 그리면서 산에 집이 있었으면 좋겠다고 생각했습니다. 그런데 제가 저 아이들이 그린 그림을 가지고 산으로 갔습니다. 왜냐하면 아이들이 그린 것과 숲에서 이렇게 됐으면 좋겠다고 그렸으니까요. 대부분 사람들은 자료로 남기고 ‘아 그렇구나’하고 마는데 기획자는 실제 숲으로 들고 가야 합니다. 아이들이 이렇게 세웠으면 좋겠다 라는 것들을 상상이나 고민을 더 깊게 할 수 있도록 가보는 것입니다. 그런데 가보니까 이 아이들이 산을 제일 많이 이용하는데 어른들을 위한 공간만 있었습니다. 무허가로 베드민턴장과 테니스장이 크게 있었습니다. 왜그러냐하면 지역 산의 스포츠단체들은 정치적인 권력이 있기 때문입니다. 그리고 역기를 드는 것과 운동기구가 있는데 다 어른들을 위한 것이었습니다. 그리고 아저씨들이 뽕 짝을 틀어놓고 역기를 들고 계셨습니다. 실제로 그러합니다. 이 숲은 아이들도 이용하는데 왜 아이들을 위한 것은 없지 하는 생각이 들었습니다. 그래서 아이들과 같이 산에다가 집을 지어보기로 했습니다. 저는 무식해서 고민을 행위를 하면서 합니다. 그래서 아이들과 흙을 뭉개 적셔서 던져보기도 하고 뚝을 만들어 보기도 하고, 어른들 운동기구에 방해될만한 것들을 해보기도 하였습니다. 아이들의 그림은 평면적이라 집을 이집트 그림처럼 그립니다. 그런데 실제로 집을 지으려면 입체적으로 그려야 해서 제가 이렇게 설명하였습니다. 사람이 서있을 수 있는 것은 뼈가 있어 서있을 수 있고, 걸을 수 있는 것은 피부, 살이 있

이게 물길입니다. 우리에게 한걸음이면 넘을수 있는 곳인데 유아들은 건너기 힘들다고 엄마들이 만들었습니다. 완전히 거꾸로 남성들이 목공을하고 여성들이 천과 관련된 작업을 하고 아이들은 옆에서 노래를 부르는 것이 보편적인 것인데 저희는 아이들이 집을 짓고, 여성들이 목공을 하고 아빠들은 다른 것을 하였습니다. 완전히 역할을 뒤바뀌야 재미있습니다. 남성들은 아주 세밀한 바느질을 옆에서 하고 있고, 옆에서 여성들이 드릴질을 한다고 생각해 보면 될 것입니다. 우리집에 놀러오세요 라는 여는 잔치를 가집니다.



여기서 중요한 것은 여기 고사떡에 이쑤시개가 꽂혀있는데 그 그림이 처음에 아이가 그린 그림입니다. 아이한테 뭘 그리라고 하고 치우는 것이 아니라 계속 되풀이 되게 보여주게 하는 것이고 조금더 세련되게 말하면 내가 제안한 것들에 아이가 작은 움직임을 했지만 그것을 소중하게 하기위한 것을 하는 것이 기획자의 역할이라고 생각합니다. 엄청나지 않습니까? 이렇게 작은 것에서 부터도 사려 깊음

이라든지 기획이 들어가면 그냥 무엇인가를 하고 딱 치우는 것이 아니게 됩니다. 아이들이랑 무엇인가를 할 때 하고 딱 갖다놓고 이렇게 하는거야 하고 싹 치우는 것은 학원, 그냥 교육인 것입니다. 문화기획자들은 그 교육을 다른 방식으로 설계해야 되고 끊임없이 아이들이 했던 것들을 다른 방식으로 만나게 해야 합니다.



엄마들하고 산에 어른들을 위한 것밖에 없는데 아이들을 위한 것, 재미난 것들을 할 것이 없을까 했더니 생태 놀이감을 만들고 싶다고 해서 제가 워크숍을 했습니다. 엄마들이 아이들이 낚시 같은 놀이를 좋아하니까 위험하지 않게 자르는 도구를 이용해서 자르고 안에 자석을 심고 낚시대 가 나무에 걸려있어서 그 아래에 두면 아이들이 낚시를 할 수 있도록 하고 놀이감들을 숲 곳곳에 설치해서 생태 놀이감 지도를 만들어서 동네에 포스터를 붙이기도 하고 어린이집에 뿌려서 다 같이 가지고 놀자고 하였습니다. 이 어린이집은 구립이라 공동체에서는 조금 배제당하는 상황이었는데 그런 상황에 저 같은 기획자가 어린이집 학부모로 있어서 재미있는 작업을 할 수 있었습니다. 이런 것들도 엄마들이 재미있게 하고자 덤불도 만든 것입니다.

그 다음에 영상을 함께 보시겠습니다. 도깨비와 개암 보시겠습니다.

아빠들이 아주 무식하게 만들었습니다. 별거 아닌 것인데 아빠, 엄마, 아이들이 함께 제가 한 기획에서 이상하게 교차해서 만나고, 공간이 교차하게 되어 있습니다. 그리고 이것은 저의 삶과도 아주 가깝고 이러한 사업은 꼭 지원을 받지 않아도 할 수 있는 것입니다. 그런데 뭔가 더 원활하기 위해서 지원을 받는 것입니다.

저는 대부분 문화예술기획에 공모를 잘 하지 않습니다. 사업도 잘 되어야 하기 때문에 그쪽에서 먼저 해달라는 연락이 주로 옵니다. 이런 식으로 삶의 과정에서 기획이라는 것이 여러분 자체가 문화적인 삶을 살아야 합니다. 그래야 기획을 할 수가 있습니다. 어떤 아주머니께서 저는 아파트에 살아서 저런 것이 불가능하다고 말씀하시는데 예를 들어서 아파트 놀이터가 있고, 놀이터 앞에는 정자가 있습니다. 늘 엄마들이 모이고 놀이터에서 아이들이 모이고 엄마들이 노는 것을 봅니다. 그러면 정자에 종이박스나 서재를 하나 가져다 두고 내가 재미있게 읽은 책을 넣어두고 이 책을 재미있게 봤으면 좋겠고 재미있는 책이 있으면 교환해 갔으면 좋겠다고 제안해 보는 것입니다. 여러분들의 삶 안에서 그런 것들이 기반이 되어 큰 기획을 할 수 있는 것입니다. 처음부터 멋진 기획을 할 수 있는게 아닙니다. 혹은 내 삶의 바운더리를 분할해하고 싶다면 남편은 돈을 벌어야 하니 안되고 연인하고 하셔도 좋습니다. 자기 삶에서 이런 것들을 소소하게 해보시면 됩니다. 그러다보면 큰 그림을 그리는 것이 수월해 집니다. 안그러면 기획이 뭔가 멋져야 될 것 같고, 화려해야 할 것 같은 것 때문에 고민하다가 기획서를 못쓰거나 내가 쓰다보면 알 수 있습니다. 문장이 잘 안되거나 내가 보여 지려고 하는 기획서를 쓰고 있구나 하는 것을.

피부가 기억하는 경험

제가 처장님하고 얘기를 나누었는데 “무엇을 가르쳐 드리면 좋을까요?”하니까 화려한 기획서를 잘 쓰는 것 보다 여러분들이 작지만 제대로 기획서를 써서 기획의 힘이 탄탄해지는 경험들을 하셨으면 좋겠다고 하셨습니다. 저런 활동들이 너무나 즐거웠기 때문에 엄마들이 부모 품앗이 방과 후 터전을 만들었습니다. 학교에 방과후 학교가 있습니다. 그런데 12시간씩 아이를 학교에 보낼 수 없다고 해서 부모들이 1주일씩 돌아가면서 방과 후 학교를 만들었고 음식을 잘하시는 분이 있어서 1주일에 두 번씩 밥을 먹는 것을 만들었습니다. 우리가 부족하기 때문에 일련의 활동들이 계속 이루어 졌습니다. 그런데 이것은 활동들이 지속되긴 힘듭니다. 심사를 보면 지속성에 대해서 이야기 해보라는 얘기를 많이 물어봅니다. 사실 문화기획을 해서 삶을 얼마나 바꿀 수 있겠습니까. 그 뜨거운 한순간을 경험하는 것이 중요하다고 생각하는데 그 경험이 축적 되었을 때 다른 무엇인가를 할 수 있게 되는 것입니다. 머리로 기획하는 것이 아니라 몸으로 하는 기획을 해야 하는 것이고, 우리는 축적된 경험을 기획하는 것을 무엇이라 얘기했느냐면 ‘피부가 기억하는’ 이라고 썼습니다. 무엇인가를 뜨겁게 나누어 가지고 흠어 졌다가 그 경험 때문에 나중에 다시 서는 내 몸이 달라집니다. 그래야지 문화 기획의 경험치도 계속 쌓이는 것입니다. 저는 문화기획자이기도 하고 작가이기도 하지만 만화방 주인이기도 합니다. 시골에 이런 공간이 있습니다.

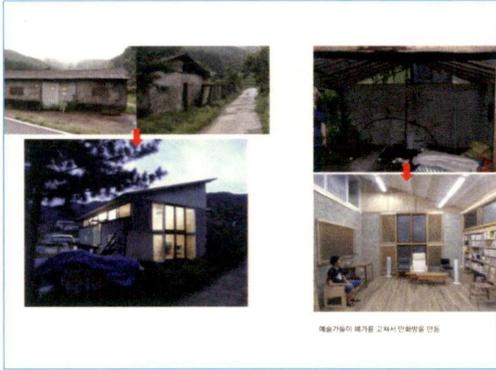


그렇듯해 보이죠? 원래 이런 지저분한 폐가였는데 고쳤습니다. 다 저희가 고쳤습니다. 용접도 하고 돌도 쌓고 저것을 다 사람이 올려서 만든 것입니다. 기획도, 예술 작업도 다 혼자 하는 것이 아닙니다. 유명한 예술가들도 그 사람이 온전하게 천재적이어서 예술가가 된 것이 아니라 동료하고 하나의 사회적인 경험을 통해서 좋은 작업을 만들어 내는 것인데 특히나 문화기획자는 그것이 더 중요합니

다. 동료들과 함께 그것을 모색하고 서로의 좋은 점들을 겹치게 해서 보여주는 그런 식의 매개능력이 뛰어나야 합니다. 안그러면 독단적인 사람이 됩니다. 남의 것들은 후지고 내 것은 좋은. 누구나 그런 자기우월성을 가지고 있는데 그 생각이 짧게 갑니다. 그런데 이것 생각이 길어지는데 기획이 없어서 활동량마저 줄어들게 되면 짜질해 집니다. 그런 기획을 보기도 합니다.

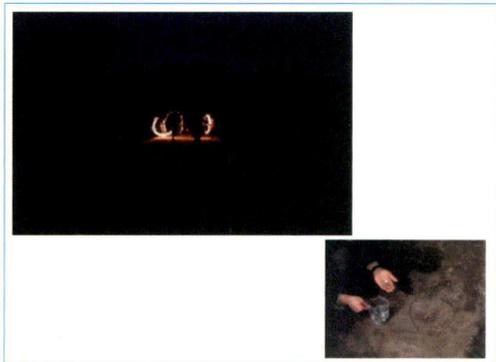
괴산에 있는 것인데 이것을 만든 다음에 작가들끼리 얘기했습니다. “저 공간 뭐할 거니?” 얘기하

다가 의견이 모아졌습니다. 마을에 목적 없는 공간을 만들자 해서 필요한 사람의 목적에 맞게 다양하게 쓸 수 있는 공간을 만들기로 했습니다. 지자체에서 만든 공간들은 너무나 목적이 뚜렷합니다. 작은 도서관, 목욕탕 이런 것이 아니라 목적 없는 공간을 만들어서 필요에 의해서 쓰면 목적이 달라지는 공간을 만들기로 했습니다.



그런데 작가들이 만화책을 좋아해서 집에 만화책이 애물단지니까 사서 버리기는 아까운 것들을 기증 받았습니다. 사람들이 만화방이라고 부르기 시작했습니다. 우리의 의도는 만화방은 아니었습니다. 동네에 영화하는 친구가 영화제를 하고 싶다 해서 가끔 영화제를 하고, 귀농귀촌 모임 하는 친구들이 저 장소가 방이 5개인데 무료라 그 방에서 모임을 하기도 하고, 음악 하는 친구들도 음악을 하기도 합니다.

이런 장소가 소문이 나니까 주변 중학교에서 현장학습을 오기도 합니다. 선생님께 “야한 만화책도 많은데 악영향을 주지 않을까요?” 물었더니 “그런 것도 봐야죠” 하셨습니다.





귀촌가수 하찌와 애리라는 인디밴드 모임을 하고 있습니다. 놀 것이 없으니까 놀거리를 만드는 것이고 밥을 해먹는 것이 너무나 시간이 오래 걸립니다. 그러니까 밥해먹는 것이 그만큼 중요한 시간인 것입니다. 이것을 만들고 그 다음 년도에 1박2일이 생겼습니다. 그래서 지금 그 이후에 이런 것들이 몇 개 더 만들어졌어야 하는데 시골 땅값이 너무 올라가는 바람에 잘 안되고있어 아쉽습니다. 이것을 만

들고 난 다음에 충북문화재단에서 찾아와서 사업 좀 같이 하자는 제의가 왔습니다. 그래서 여러 가지 기획을 하게 되었습니다. 충북문화재단에서 처음 한 우락부락 캠프, 가족 캠프 기획도 제가 했고 그 이후에 심사도 들어갔습니다. 계속 지역과 작가가 밀착되게 만나는 경험들을 답골만화방 때문에 하게 되었습니다. 여기가 방이 5개이고, 만화책도 많고 항상 열려있습니다. 지금 여러분께서 가셔도 열려있고 잘 수도 있습니다. 그런데 공짜 펜션이라고 여기는 분들이 여기 와서 방해하기 시작합니다. 예를 들어 아궁이 불을 막 때고 싶어서 불을 막 땁니다. 우리는 아침에 산으로 나무를 하러 갑니다. 여성분들이 있을 때 도끼질을 주로 하는데 열심히 도끼질을 해서 쌓아 놓는데 나갔다면 없습니다. 아궁이에 불을 땄 때 물이 있어야 하는데 없으면 아궁이에 구멍이 납니다. 그런데 관리가 안되니까 관리 방법을 바꿨습니다. 저곳의 관리는 저 혼자 하는 것이 아니라 저기 놀러 왔다가 친해진 사람들이 관리하는데 그것을 누가 정하는 것은 아니지만 자연스럽게 저희는 '소사'라고 표현하는데 '저 사람은 소사의 가능성이 있다'하는데 그 사람이 자주 오면 그 사람이 소사가 되는 것입니다. 소사가 11명입니다. 그래서 어떻게 정했느냐면 숙박은 소사랑 하룻밤을 보낸 사람들만 숙박을 예약을 할 수 있게 했습니다. 그래서 지금 두 커플이 탄생했습니다. 한 커플은 결혼까지 했습니다. 이거 굉장히 흥미로운 얘기인데 다들 심각하게 듣고 계십니다. 결혼 안한 친구들에게 약간 쾌락적인 공간이 되었습니다. 이런 것들을 만들면서 많은 것들을 느꼈습니다. 마을과의 관계, 사람들과의 관계, 저 공간을 어떻게 함께 쓰는 공간으로 제안해야 한다는 것과 앞에 한 살림 배 과수원인데 배꽃이 한창 필 무렵이 4월 셋째주인데 그때 '배꽃 필 무렵'이라는 행사를 합니다. 그래서 이 공간이 궁금하거나 와보고 싶어 하는 사람들을 초대해서 계속 만남도 하고 있습니다. 지금 시즌 1기 소사들은 결혼도 많이 하고 연애도 많이 하고 있어서 자주 안옵니다. 그래서 시즌 2를 준비 중에 있습니다. 관심 가져주시기 바랍니다. 계속 이상한 일을 하고 있습니다. 김장도 담귀보고 하니까 기금은 크게 필요하지 않습니다. 너무 착한 기획 말고 쾌락적이고 사심이 가득한 기획도 할 필요가 있다고 생각합니다. 그런데 이런 것들이 왔다 갔다 해야 합니

다. 공공적인 것들을 염두해 두면서 쾌락적이고 사심적인 것들이 같이 되어야 하는 것입니다. 단순히 나의 욕망을 채워주기 위해서 기획하면 안 되는 것입니다. 내가 이거 하는 것이 즐거우려고 하는 것이지 자칫하면 여러분들이 기획서 쓰는 사람이 되어 있는 것입니다. 기획서를 쓰는 행정 인력이 되어있으면 안 되는 것입니다. 그것이 가장 손해입니다. 기획서 쓰는 인력이 필요하긴 하지만 그것만 하면 안됩니다. 그러려면 내가 문화적으로 살고 나의 문화기획에 사심도 좀 들어가야 합니다. 예를 들어 여러분들이 강의 끝나고 저한테 반했으면 다음 기획에 저를 부르는 것입니다. 사진을 찍든 뭐라도 하게 부르는 것입니다. 집수리를 하게 하던지 저는 다 할줄 알고 있습니다. 이런 공간을 또 준비하고 있는 것이 있습니다. 아무도 오지 않는 공간이라는 것인데 아무것도 없는 숲 속, 가서 돌로 집을 지어서 살아야 하는 곳을 준비 중에 있습니다. 아주 은밀하게 하려고 합니다. 아무도 오지 않는 곳을 한번 만들어 보려고 합니다. 그래서 저는 이런 경험들이 계속 무언가를 할 수 있는 기반이 됩니다.

교환의 구조적 효과를 기획하라

제가 조금 강조하고 싶은 것은 문화기획 이라는 것이 경험에서 나왔으면 좋겠다. 그리고 경험을 넓히는 것과 기획을 해서 경험을 만들어 내는 것이 동시에 진행이 되어야 하는 것입니다. 나는 경험이 없다고 포기하는 것 보다 기획을 통해서 경험을 만들어 가는 것도 사심의 범위 안에 들어간다고 생각합니다. 예를 들어서 제가 요리를 소재로 재미있게 기획을 해보고 싶다고 하면 요리 프로그램을 기획해 보는 것입니다. 그래서 요리를 가지고 재미있게 하는 재료를 찾아보고 요리로 프로그램을 한 사람도 찾아보는 것입니다. 그런데 요리하는 사람과 나의 생각은 다릅니다. 왜냐하면 나는 문화기획자 이기 때문입니다. 한 가지 예를 들어보겠습니다. 사북 이주여성센터에서 저한테 이주여성과 함께하는 프로그램을 기획해 달라는 의뢰가 들어왔습니다. 제가 이주자, 이주민, 문화 다양성 이런 프로그램을 많이 합니다. 7년 전이었으니 꽤 오래되었는데 그때 당시만 해도 이주여성들에 대한 강의는 한국의 예절교육 이런 것들이었습니다. 그런데 저는 기획자니까 그분들과 처음 만났는데 이주여성 센터 관계자가 매우 걱정을 하였습니다. 이런걸 하고 싶다고 말씀드렸는데 표정이 안 좋으셔서 걱정이 있냐고 물어보니 이주여성분들이 대부분 젊은 여성들인데 제가 젊은 남자라 걱정이 된다고 했습니다. 실제로 그들을 보호하고 있는 시어머니나 남편들은 젊은 남자를 만나는 것에 대해서 우려했습니다. 그래서 제가 그들이 항상 무언가를 가르쳐 줘야 할 때 언어도 잘 안통하고 어설픈 존재들이라 그들을 일반적으로 비주체자 이거나 사회적 타자를 그대로 생각해서 기획을 하면 예절 가르치는 것과 다를 바가 없을 것입니다. 수혜자로만 머물게 하는 것이 될 것입니다. 오히려 우리가 우위에 있다고 거꾸로 된 생각을 하는 것입니다. 그러면

이주여성들이 자국에 있는 쉽고 재미난 요리들의 레시피를 쓰도록 하였습니다. 우리나라에서 구할 수 있는 재료로 남편들이 장을 보고 요리를 하게 합니다. 그리고 시어머니와 가족들 모두를 초대해서 다 같이 나눠먹는 프로그램을 했습니다. 그렇게 되면 가족들의 보호를 받는 이주여성의 관계가 아닌 평등한 관계가 되는 것입니다. 이런 행위들을 '교환'이라고 합니다. 예를 들어 나쁜 교환의 사례는 이러한 것입니다. 세이브더 칠드런에서 가난한 아이들의 사진을 주고 돈을 내면 이 아이가 가난에서 벗어날 수 있을 것이다 라는 것인데 이것 또한 필요한 겁니다. 하지만 이것은 단순한 교환인데 반해 문화기획에서는 관계를 새롭게 위치시킬 교환행위를 생각해 내어야 합니다. 참 어렵습니다. 그래서 교환이 중요한 것이 아니라 교환의 구조적인 효과를 기획하는 것이 문화 기획자가 할 일 이라는 것입니다.

제가 이야기 하고도 어렵습니다. 또 한 가지 예를 들어보겠습니다. 제천에서 노인정 할머니, 할아버지를 상대로 무언가를 해달라는 의뢰가 들어왔습니다. 노인정은 상상할 수 있지 않습니까? 제가 얘기하면 여러분들께서 마을의 노인정을 떠올리지 않습니까. 여성분들은 할 것이 많습니다. 요리도, 수다도, 바느질도 할 것이 많은데 할아버지들이 마을에서 할 것이 없습니다. 주로 하시는 것이 게이트볼인데 산악지대 마을은 게이트볼도 하지 않습니다. 대부분 웃음치료사가 와서 "할아버지들 웃어 보세요 박수" 이런 것을 하시는데 할아버지들이랑 할 것이 없어 어찌됐는데 우리는 뭐 할게

없고 고스톱 치는데 만약에 무엇인가를 한다면 서예 해보고 싶다고 하셨습니다. 서예를 가르치는 것은 교육이지 문화기획은 아니기 때문에 문화기획자는 내가 하려고 하는 지역의 상황과 조건을 파악해서 그분들은 새로운 것을 하실 분들이 아니기 때문에 서예를 가르쳐야 합니다. 그것을 벗어나서 예를 들어 비보이 댄스나 요가를 할 수는 없는데 실제로 그런 경우들이 많이 일어나고 있습니다. 이거 좋으니까 해보라고 하고 결과발표회 때는 비보이 활동을 하니깐 너무나 좋아하시더라 하는 것입니다. 그런데 이런 것이 가능한 경우도 있습니다. 최근에 밀양 할머니들이 시 쓰는 그런 것. 시가 뭐고. 어제 권순석 선생님께서 말씀 하셨습니다. 나는 쪽파 무슨 파만 아는데 시가 뭐냐. 어쨌든 할아버지들은 서예가 배우고 싶다고 하셨으니 가르쳐 드려야 하는데 마을에 서예 선생님이 없으니까 고민을 하던 차에 할아버지들이 험담을 늘어놓는 어떤 여성분에게 얘기를 들었습니다. 그 여성분이 인사도 안 오고 마을에도 안온다고 하셔서 제가 그 집을 찾아가 봤습니다. 그랬더니 그분이 무릎을 꿇고 차를 내어 주시는데 알고 보니 전각을 하시는 분이셨습니다. 도장 만드는 분이셨는데 그런 분들은 대부분 서예를 쓰실 줄 아십니다. 마을 어르신들이 서예를 배우고 싶어 하는데 가르쳐 주시면 좋겠습니다. 말씀을 드리니 자기가 할 수 있는 일이라고 하셨습니다. 원래는 **마을 사람들이 주체이고 혼자 내려온 여성은 주체가 아니고 비주체인데 서예 선생님이 되어서 다른 방식으로 만나게 되는 것**

입니다. 서예를 같이 하셨습니다. 그런데 서예를 가르치는 것은 문화기획이 아니므로 그분들을 서예만 배우기로 했으면 서예만 배우면 되긴 하지만 뭔가 재미나게 할 수 있는 없을 까라고 생각해서 마지막에 제안했던 것은 빨간 천을 끊어다가 서예선생님께 가져다 드리고 마지막에는 산불조심과 할아버지들 이름을 쓰게 했습니다. 그리고 면에다가 가을이면 산 곳곳에 산불조심 글귀를 걸어놓게 빨간 천을 가져다 드렸습니다. 이게 무슨 말이나하면 **내가 상황 때문에 움직이는 폭이 작아서 하려고 했던 문화기획이 축소되어 있을 때 그것들에서 나온 부산물들을 어떻게 공공에 갖다 붙이냐에 따라서 의미가 확 달라진다는 것입니다.** 이해 하셨습니까? 이것을 해보시기 바랍니다. 어려운 것이 아닙니다. 무수히 변형이 가능합니다. 이것 또한 교환의 구조적이 효과가 있는 것입니다. 어떤 교환이 있었습니까? 관계적으로는 마을에 혼자 사는 여자 분과 마을의 주체인분이 다른 방식으로 만났습니다. 서예교육이라는 방식으로 교환을 했고 저는 빨간 천을 가져다주고 할아버지의 서예행위와 공공의 행위와 교환한 것입니다. 이런 식으로 계속 생각하다보면 재미난 것을 기획할 수 있습니다. 예를들어 시장에서 시장 간판 같은 것이 있습니다. 권선생님께서 말씀 하셨을텐데 시장의 간판을 빌려와서 작가들이 다른 간판들을 그려줍니다. 그런 것들도 교환 행위입니다. 그런 **물적인 교환방식 말고 사람들의 관계에 대한 교환방식**을 생각해 주시면 좋을 것 같습니다. 제가 왜 이 이야기를 드리냐 하면 대부분의

문화기획자들은 일을 수월하게 하거나 성공적으로 하기 위해서 주체와 주체들끼리 만납니다. 마을에 가면 이장님을 만난다거나 학교에 가면 교장선생님을 만나서 일을 하려고 하는데 정말로 기획에서 아이디어를 얻고 필요한 기획이 가능 하려면 정말로 내가 하려고하는 문화기획의 장에서 벗어나 있는 사람이 누구인지 질문을 해야 합니다. 마을에서는 옥수수 파는 할머니가 될 수 있습니다. 시장에 가면 상인회 회장님, 시장상인회가 항상 주체입니다. 하지만 시장 상인회에 들어있지 않은 외곽에 있는 사람들이 있습니다. 굉장히 시장 상인회와 관계가 나쁜 사람들. 그분들의 이야기를 들어보면 조금더 세밀하게 시장의 이야기를 들어볼 수 있습니다. 그래서 제가 생각하는 것은 어떤 장소에 가도 비주체가 누구인지 파악하고 그들과 대화를 나누면서 나의 기획을 사려 깊게 할 수가 있습니다. 이런 것들을 잘 하지 않습니다. 하지만 이런 것들을 재미있게 기획해서 설득력 있게 만들어 내는 것까지 해야 하는 것입니다. 한 작가한테 이분들이 관계가 좋지않다. 시장 상인분들인데 시장공동체가 같이 살아가야 하는 분들인데 상인회라고 하는 권력기관이 있는데 상인회에 가입되어있지 않은 한 여자분과 사이가 너무 좋지 않다 그랬더니 그 작가가 어떻게 했느냐면 여기에서도 교환이 있었습니다. 한분 한분을 노래방에 데려가서 18번을 부르는 것을 녹음을 했습니다. 상인회장님도 18번을 녹음하고 사이가 좋지 않은 그 여자분도 18번을 녹음했습니다. 그리고 하나의 CD를 만들어서 시장에 뿌렸습니다

다. 교환행위가 있었습니다. 각자 잘 부르는 18번 노래를 부르고 담아서 시장에 뿌렸습니다. 불편한 사람들을 일부러 만나게 하는 것이 아니라, 이 사람 하고 이 사람이 사이가 좋지 않은데 만나서 문화적으로 하자가 아니라 다른 방식으로 은유적으로 만나게 한 것입니다. 어려우십니까? 적어놓고 한번 생각해 보시기 바랍니다. 내가 기획을 할 때 주체자들과 필요한 기획만 할 것인지, 그 주체에 포함되지 않은 사람들을 통해서 더 사려 깊게 할 수 있는지, 그리고 내가 기획을 할 때 그 사람들은 공연을 못봤으니 공연을 해주자 하는 그런 방식으로 내가 서비스를 제공하는 서비스 기획자가 될 것인지, 그들이 오히려 필요한 것들을 나한테 요구하고 나도 이야기해서 서로 과정을 공유한 상태에서 기획이 있게 할 것인지는 굉장히 다릅니다. 그래서 관에서 하는 기획이 성공적이고 결과론적인 기획이라고 한다면 기획자가 하는 기획은 과정 중심적이고 이해중심적인 기획을 해야합니다.

마석 이야기

1) 마석의 노동환경



한국최대의 가구단지로 알려진 마석가구단지는 현재, 전체부지 중 1/3 정도가 아파트 단지로 개발될 예정이다. 이러한 개발의 전망과 한계산업의 유지라는 경제적 구도 속에서 마석가구단지지의 미래는 불투명해 보인다.

3D입종이 주를 이루고 있는 이 곳, 마석가구단지의 노동력은 대부분 미등록 이주노동자(불법체류신분)들이 채우고 있다. 뿐만 아니라, 개발제한으로 묶여있는 이 곳의 사정 때문에, 대부분의 공장과 업체들은 무허가 건물에서 영업을 하고 있는 실정이다.

이렇게 마석가구단지를 규정하고 있는 **비합법성**은, 이 곳의 열악한 노동환경을 방지하게 하는 주요 원인이 되고 있으며, 합법적 절차를 통한 노동환경개선을 어렵게 하고 있다.

2) 비장소성



그나마 다행인 것은, 마석의 **이주노동자와 입주 그리고 주민들 간의 공존**이 이루어지고 있다는 것이다. 이것은 마석가구단지지의 한계산업을 이주노동자들이 지탱해주고, 이 곳의 입주와 주민들이 이주노동자들의 **비합법적 신분**을 재한적으로나마 보장해 줌으로써 유지되고 있는 것이다.

한 편, 이러한 **경제적 공존은 마석가구단지를 외부와 단절, 고립시키는 제약으로 작용하기도 한다.** 일반적으로 한 지역의 고립감은 그 지역의 내적결속을 발생시키는 원동력이 되기도 하지만, 마석의 경우, 경제적인 요인 이외에는 그러한 현상을 찾아보기 어렵다. 그 이유는 물론, 출신국이 다른 이주노동자들 간의 언어적 장벽이 일차적일 것이다.

마석가구단지는 경기도 남양주시에 있는데 과거에 한센인들이 살았고 지금은 이주자들이 많이 살고 있습니다. 어려운 얘기는 빼고 여기는 특이한 것이 이주노동자가 거거서 임대도 하고 가게도 이용하고 일하는 사람이기 때문에 대부분 불법의 신분이지만 없어서는 안 될 존재인 것입니다. 과거에는 한센인들이 살았고 현재는 이주노동자들이 산 것을 시간의 축으로 보자면 사회적 타자라는 사람들이 점철되게 살았던 시공간이었다는 것입니다. 그런데 그곳에는 마석 녹촌 분교라는 시골학교가 있었는데 2006년도에 한센인 자녀들과 이주 노동자들의 자녀들 11명의 학생들이 다녔습니다. 원래는 돼지 농장과 닭 농장에서 공부를 하다가 돼지 농장에 돼지가 들어오는 날에는 닭 농장에 가서 수업을 하고는 했다고 합니다. 상상이 못할 이야기지만 거기 사무처장님께서 이야기 해주셨습니다. 그

것이 서러워서 나라에 땅을 기증해서 작은 학교를 만든 것입니다.

3)마석늬촌분교

마석은 가구단지가 조성되기 30여 년 전인, 1960년 초부터, 60여 명의 한센인(나병환자)들이 자립적 공동체를 만들어 왔던 곳이다. 1990년 초, 마석가구단지가 조성됨에 따라, 한센인들은 마석가구단지 내 토지소유주, 건물주로서 전환되었으며, 그에 따라 그들의 공간을 또한 잃어버지 가게 되었다. 이러한 소수자에 대한 기억과 그 공간의 소멸은 마석가구단지의 비장소성과 맞물려, 이곳에 대한 **기억의 이중적 부재**를 낳고 있다.



이러한 상황에서, 한센인의 자녀 교육을 위해 1969년에 설립된 마석늬촌분교는 마석지역에 대한 기억의 자장이 남아있는 소중한 장소이다. 더욱이 마석이주노동자들의 유일한 휴식처이기도 한 이 곳은, 이주노동자의 삶의 이야기들이 끊임없이 만들어지고 있는 기억의 장소이기도 하다.



이렇게 마석가구단지 한 편에서는 비장소성 압력으로 인해 삶의 흔적들이 지워지고 있고, 다른 한 편에서는 장소성의 성장을 통해 끊임없이 삶의 궤적을 만들어 내고 있다. 마석가구단지 중심에 위치한 마석늬촌분교는 그 소박한 풍경 속에서, 부재와 존재의 가파른 교차점을 드러내 보이고 있으며, 그 교차점의 모순을 통해, 우리에게 주체성과 연대의 의미를, 그리고 기억의 현재성의 의미를 되물고 있는 것이다.

그래서 저희가 저 공간을 어떻게 이야기 하느냐면 한센인들이 돼지와 닭을 키우다가 폐사 시설이 안되어서 지역사람들이 한센인 집단 주거지역이다 보니 문제 제기를 해서 공동체 농장을 못하게 합니다. 그런데 이 친구들이 경제적인 것이 끊겨서 생각해 낸 것이 영세가 구 농장주들이 이 공간에 집을 짓게 해서 내가 20년 동안 쓰게 해달라고 해서 무허가 건물들을 지어 놓은 것입니다. 지금도 지적도를 떼어보면 논이나 밭, 임야입니다. 그리고 거기에서 일하는 사람들은 이주노동자들입니다. 불법이 많아서 불법이라 표현하지 않고 미등록이라 하는데 미등록 이주노동자는 서류에 없는 사람들, 없는 공간에서 없는 사람들. 저들을 고용하고 있는 고용주들도 불법 고용주인 것입니다. 그러니까 지도에서 없는 사람들과 무엇인가를 하는 개념이 되는 것입니다.

이주노동자들도 여러명이고 한센인들과 이주노동자들 사이도 사실은 같은 마을에 공존하고 있지만 서로 소통이 되지 않고 있습니다.

아홉의 표현과 하나의 불통이라는 개념을 만들어 냈습니다. 여러분 이것은 제가 PT를 위해 만든 것이 아니고 사업 기획서입니다. 사업을 할 때 실제 기획서로 만들어 낸 것입니다. 마을을 리서치하고 거기서 일어났던 일을 토대로 이렇게 어렵게 기획서를 냈습니다. 여기서는 단순한 기획서를 쓰면 안되는 상황이었습니다. 왜냐하면 여기서 이들의 삶을 기념하기 위해서 높은 탑을 쌓는다고 하면 어떻게 되겠습니까? 안됩니다. 이들은 끊임없이 자신의 신분을 잊어주었으면 하는 정체성을 가지고 있습니다. 제발좀 우리 마을이 한센인인 것을 잊어달라고 하는 이들에게 이들의 삶이 위대하다고 세우면 안되기 때문입니다. 그러니까 훨씬 더 사려 깊은 기획이 들어가야 합니다. 미술을 가르쳐서 이친구들의 표현력과 자존감을 높이겠다는 것이 대부분의 기획서 인데 그런 것이 아니라 이들이 불안정한 주체이기 때문에 완벽한 소통을 할 수가 없다. 하지만 소통의 부재 원인을

세 가지 개념과 하나의 조건

마석가구단지의 지역적 한계성에 대한 인식은 "아홉의 표현과 하나의 불통"이라는 조건을 요구한다.

하지만 이러한 제한성은, <마석이야기>의 3개의 기본 개념들 간의 관계 만드는 가능성이면서, 동시에 <마석이야기>의 3개의 프로그램을 작동시키는 원동력이다.



"아홉의 표현과 하나의 불통"

표현은 언제나 자기표현이고, 완전한 자기표현은 완전한 주체성을 담보한다. 소통은 자기표현이 전제된 이러한 주체들 간의 상호이해를 바탕으로, 소통의 완전성 혹은 투명성을 지향한다. 이러한 표현과 소통의 과도한 저항성으로 인해, 표현의 미흡함을 미성숙으로 평가되기도 하고, 불통을 타자에 대한 무시 혹은 관계의 단절로 이해되기도 한다.

하지만 우리가 제시하고자 하는 "아홉의 표현과 하나의 불통"은, **불완전한 주체들 간의 다소간 불투명한 소통의 방식에 대한 이야기이다.**



"아홉의 표현"은 주체적 표현을 '덜' 할 때, 표현의 빈자리를 하나 정도 남겨두자는 것이고, 그 빈 자리를 타자의 표현에게 양보하자는 것이다.

그리고 "하나의 불통"은 전체가 투명하고 완전한 소통이 아니라, 하나의 불통으로 인해 전체의 소통이 조금은 불투명해지더라도 그것을 이해하자는 것이다. 이것은 소통의 완전함보다는 길 잃은 단 하나의 불통을 소중히 하기 위한 것이다.

찾아서 하나의 불통까지도 함께 가지고 하는 움직임에 대한 것이다 라는 기획을 해서 제안을 한 것입니다. 중요한 것은 이주노동자들과 한국노동자들이 만나면 지시 언어로 만납니다. "야 이거 가져와라, 저거 해라, 빨리빨리 해". 그런데 다른 방식으로 이들과 동시에 만

나는 것이 필요하다고 생각했고 그것이 교환이라는 것입니다.

교환을 하려면 이 친구와 내가 동등해야 교환을 하는 것인지 그렇지 않으면 내가 호의적으로 일방적으로 주는 것이 되는 것입니다. 교환의 내용보다는 교환행위의 구조적인 효과를 설계해야 합니다. 어려우면 넘어가시기 바랍니다. 이것이 듣는다고 아는 것이 아니기 때문에 그렇습니다. 형식적으로 이렇게 만나면 소통하고 저렇게 만나면 소통이 안되니까 이런 식으로 해보자 하는 것이 아니라 실질적으로 삶에 필요한 어떤 관계성으로 발전시켜야 되는 것이 있습니다. 빨리 넘어가도록 하겠습니다.

1. 교환(交換)과 주체(主體)

마석가구단지 내 구성원 중, 가장 중요한 두 집단은 '이주노동자'와 '노동분고여민'이다. 한국인과 여민을 주체로 상상할 때, 이들은 대부분 비(非)주체이거나 미(未)주체에 해당한다. 그러므로 마석지역에 대한 공공미술의 개입에 있어서 우선적으로 고려해야 할 점은, 이들이 **자립적 주체로서 참여할 수 있는 프로그램의 확보**에 있다.

주체의 자립성은 행위자들 간의 상호동등성이 전제되어야 하는데, 이러한 상호동등성은 "동등한 자격으로 참여하는 교환의 장"으로부터 발생한다.

여기서 말하고 있는 "교환"이란 개념의 중요성은, 교환의 내용 내용이지만, 상호 동등성을 보장해주는 교환행위의 구조적 효과에 있다 하겠다.

교환과 주체, 사물과 소통이라는 개념을 묶어 내면서 **활동공간**을 만들어 내었고 저 가운데 공간을 불통의 공간이라고 자리를 남겨두었습니다. 그 사이에 만나는 부분들에 대한 프로그램을 만들어 냈습니다. 축구 프로그램,

운동장 프로그램, 어린이 여성 프로그램입니다. 프로그램을 설명하도록 하겠습니다.

1. 축구program

1) 축구program의 취지

<마색이야기>의 첫 번째 이야기인 축구프로그램은, '한국인 아마축구팀'이라는 외부의 매개자를 통해 마석 내부의 면대를 조성하기 위한 것이다. 마석초등학교에서, 매 주 일요일마다 진행되고 있는 축구는 마석이주노동자들의 유일한 여가활동이다. 뿐 만 아니라, 열악한 노동환경 속에서 일하고 있는 이들에게, 축구활동은 친구들과의 중요한 교제의 시간이고, 휴식의 방법이다. 이러한 이주노동자들의 축구활동을 더욱 활성화시키고, '한국인 아마축구팀'과 리그전을 추진함으로써, <마석축구팀> 결성을 자연스럽게 유도한다.



축구program은 이주노동자 스스로 마석에 대한 주인 의식을 고양시키는 계기를 마련하기 위해 계획되었다. 총 6~10회의 경기 중, 3~5회의 경기를 마석초등학교에서 진행할 계획이다. 이 경기들 통해 마석주민들에게 관심을 불러일으킴으로써, 마석 내부에 자연스러운 면대의 장이 형성될 것으로 예상된다.

<마색이야기>의 3 개의 프로그램들은 서로 모자란 부분을 채워주는 방식으로 연계되어 있다. 그 중 축구프로그램이 선사하게 될 흥미로운 점은 프로그램을 작동시키는 초기의 동력을 제공할 것이다.




축구 프로그램은 실제로 이들이 축구를 하고 있었고 실제로 네팔 축구선수가 이주노동자로 왔었습니다. 축구를 하게 되면 한국인들과 동등하게 만날 수 있습니다. 사진하고 영상을 기록 시켜서 그들이 그들의 이야기를 기록 할 수 있게 하고 그래서 사진을 찍는 친구는 사진을 찍게 해서 마을 달력을 만들게 하는 식의 것들이 있습니다. 축구가 끝나고 나면 네팔 선수들이 제일 페어플레이 한 선수에게 거꾸로 싸인을 한 공을 줍니다.

일산에 원정경기를 나가면 이때만 해도 축구팀 이름을 무엇으로 할까 하다가 에베레스트 FC 축구팀이 만들어지고 원정을 나가기 시작했습니다. 단속의 위험성 때문에 고립되어 있던 이주노동자들이 축구라는 프로그램을 통해서 원정을 나가게 되는 것입니다. 그리고

페어플레이 한 친구에게 티셔츠를 주기로 했습니다. 11명의 네팔 선수들에게 축구공을 그려달라고 했습니다.



사진설명: 축구프로그램의 진행장면



사진설명: 일산으로 원정경기를 간 에베레스트FC 축구 팀들



어른들이 그리면 얼마나 못그리겠습니까. 그런데 그 못그린 축구공 11개가 들어간 티셔츠를 선물로 주는 것입니다. 그러니까 이들이 오히려 한국인에게 티셔츠를 주자와 그들의 노력이 들어간 티셔츠를 주자는 것은 완전히 다른 것입니다. 기획자들이 이것까지는 잘 못합니다. 거꾸로 이주노동자들이 티셔츠를 한국인에게 주자는 것까지는 기획자가 합시다만 이것을 당당하게 주기위한 기획이 교환의 구조적인 효과인 것입니다.

학교에서는 이주노동자 관련된 것을 연결 시키지 말라고 하였습니다. 왜 그러냐면 운동장에서 술도 마시고 담배도 피운다는 것입니다. 그런데 유일하게 여가를 보낼 수 있는 공간이 학교인 것입니다. 그리고 늘 직장을 가는 지름길이기도 하고 서울에서나 다른 도시에서는 불가능한데 이런 데서는 가능하기도 합니다. 그래서 학교 몰래 운동장에 돌을 파내고 학교의 시설물들을 수리하기도 합니다. 불편하니까 만나지 않게 하지만 같이 살아야하기 때문에 서로 쉽게 개입할 수 있는 부분을 제안해서 하는 것입니다.

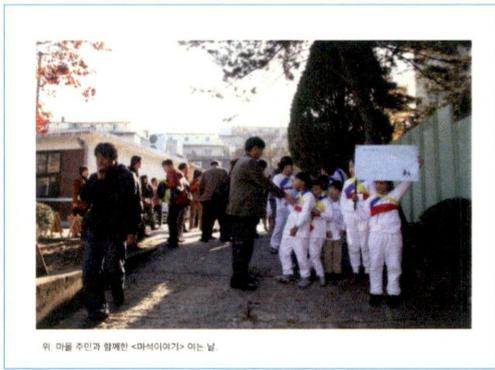


이주여성들은 낮에는 일하고 밤에는 집안일을 해야 하고 한국은 훨씬 가부장적인 사회이기 때문에 뭘 할 수 있는 시간이 없습니다. 그래서 여성 작가들이 서로 시간 날 때 마다 만나서 뜨개질을 같이 하면서 대화를 해보자



라고 기획을 했는데 우리는 뜨개질을 배워서 하는데 이들은 삶에서 뜨개질이 있었습니다. 그림도 삶에서 그려지는 것들이 있어서 그들이 소소하게 만나 뜨개질 한 것을 학교 수돗가 천막을 꾸며주는 것으로 진행하였습니다. 학교에서는 그것을 작가들이 한 것으로 알고 있지만 다음 사진을 보면 오히려 작가들이 뜨개질을 배우는 것을 볼 수 있습니다. 이 뜨개질로 만든 것을 딱딱하게 고정화해서 꾸며주는 것입니다.

이주여성이 소소하게 했던 활동을 공공의 장으로 옮겨서 어떤 기능적인 역할을 하는 것입니다.



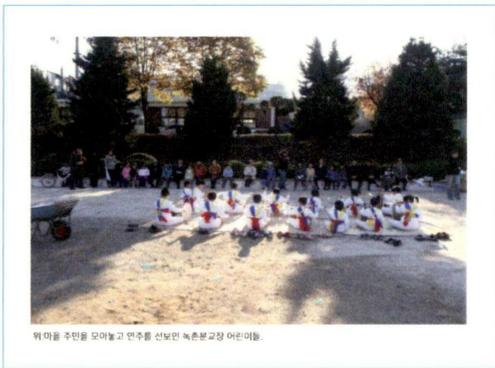
위 마을 주민과 함께한 <마세이아가> 여는 날



위 이주노동자 축구팀인 엠베레스FC가 기증한 이주노동자 농구대.



위 마석가구단지에서 흔히 구할 수 있는 재료를 사용해서 농구판을 만들었고, 어린이부터 성인까지 누구나 즐길 수 있는 농구대.



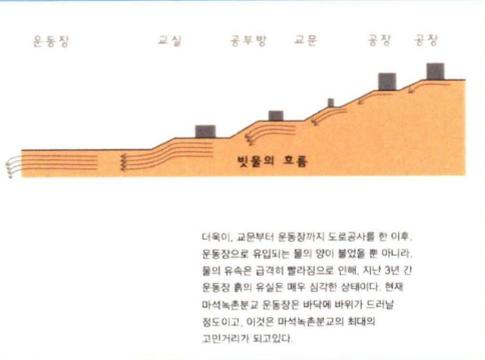
위 마을 주민을 모아놓고 연주를 선보인 녹촌분교장 어린이들.

이 사진은 마을 사람들에게 이러한 행위를 했으니 초대해서 한번 잔치를 해보자고 해서 찍은 것입니다. 그런데 학교 측에서 농구대가 없으니 농구대를 만들었으면 좋겠다는 요청이 들어와서 빨

2. 운동장program

1)운동장program의 취지

마석녹촌분교의 운동장은 비가 올 때마다, 많은 양의 흙이 운동장 밖으로 흘러 나가고 있다. 이것은 상부에 내린 빗물이, 경사면을 깎아 조성된 운동장으로 유입되기 때문이다. 물론 운동장에는 배수로 시설이 있지만, 이미 오래 전부터 그 기능을 상실하였다.



(2)배수로 벽화 설치



(4)배수로 벽화 완성예상도



간색 대에 에베레스트FC 기증이라고 되어 있습니다. 그들에게 학교에서 농구대가 필요하다고 하니 너희들이 십시일반 조금씩 걷어 달라, 그럼 우리가 가진 돈과 합쳐서 농구대를 만들 테니까 해서 설치하였습니다. 작가가 어린 아이서부터 어른까지 할 수 있는 마석가 구단지에서 나온 부산물로 만든 농구대이고 이것을 설치한 다음에 학교 선생님께 얘기를 드렸습니다. 사실은 이주 친구들이 학교를 쓰는 고마움에 돈을 좀 기부해 주었다고 그러면 마음이 조금 풀립니다. 그리고는 잔치를 하였습니다.

이 학교가 서울이나 경기도처럼 마사토가 예쁘게 깔린 운동장이 아니고 산을 깎아 만든 돌덩어리 운동장이라 넘어지면 바로 무릎에서 피가 나는 운동장이었습니다. 배수로도 없어서 비가 오면 모래가 다 쓸려나가는 곳여서 우리가 배수로 공사를 다 했습니다. 그럼 마사토를 예쁘게 깔아야 하는데 우리가 그것을 하면 안되고 흙을 뿌리는 행위를 제안하는 것 까지만 우리가 해야 합니다. 그래서 온전하게 다 해주는 것이 아니라 그들 스스로가 채울 수 있게, 마무리를 지을 수 있도록 빈 공간이나 여백을 남겨주는 것이 중요합니다. 그런데 기획을 하다보면 다 해주고 싶은 마음이 드는데 무언가 그들이 주체적으로 개입 할 수 있도록 공간을 남겨 주는 것이 굉장히 세련된 기획이라는 생각이 듭니다. 공공 기획에 있어서는 더욱 그러합니다. 뿌리는 행위만 했습니다. 한센인 마을분들 한테 아이들

이 쓴 문구가 들어 있습니다.



위. 학교운동장에 마사토를 채워지는 것을 위해 마련한, 마사토 뿌리기 행사.
이 후 주민들이 마사토를 채울 수 있는 자금을 기부해 왔음.



위. 마사토가 채워진 운동장에서 축구리그전을 관람하는 네발이 주노동자들.

‘뽕송뽕송한 운동장에서 뛰어 놓고 싶어요.’ 저런 얘기를 하는데 어떻게 안해줄 수 있겠습니까. 뿌리는 행사만 하고 언젠가는 마을 분들이 지혜를 모아서 녹촌 분교에 마사토가 깔렸으면 좋겠다고 이야기 했습니다. 한센인들은 저 학교를 없애고 싶어 합니다. 저 학교 때문에 한센인이다 라는 것을 기억하고 있어서 그렇다고 합니다. 그런데 한편으로는 그들의 기억에 남아있는 가장 소중한 곳인 것이죠.



이것이 마사토가 깔린 사진입니다. 마을에 계신 분이 돈을 기부해 주셨습니다. 그래서 이 주노동자들의 마을리그 축구대회를 이곳에서 하게 되는 것입니다. 제가 지금 여기서 말씀드리고 싶은 것은 크게 두가지 인데 여기서도 끊임없이 교환 행위가 나옵니다. 기획자가 이주노동자들에게 이것을 해주면 굉장히 좋아하겠지 하는 것은 간편적이고 호의적인 기부행위인 것입니다. 문화기획자는 기부행위를

해서는 안되고 그들의 서로 불편한 관계가 될 수도 있지만 그들을 만나게 하는 것입니다. 어떤 식으로 만나게 할 것인지, 직접적으로 만나게 할 것인지, 의미적으로 만나게 할 것인지 행위로 만나게 할 것인지를 설계해야 합니다. 어려우시겠지만 고민해 볼 필요는 있습니다.

두 번째는 그들이 온전하게 마무리 지을 빈 공간을 남겨 두어야 한다는 것입니다. 그래야 그들이 주체적인 자립자로서 그 행위안에 포함될 수 있기 때문입니다. 이것이 이해는 되지만 조금 어려울

수 있는데 제가 이야기 한 것을 기준으로 다른 기획들을 살펴보시기 바랍니다. 그런 것들이 들어 있는지 없는지. 이 이야기를 하기 위해서 그 상황을 보여드린 것입니다.

MDF 마석동네 페스티벌 1_

우리의 보잘 것 없는 즐거움의 한켠에 당신들을 진심으로 초대하고 싶소.



그 일들을 굉장히 즐겁게 했더니 방글라데시 한 친구가 저를 찾아 왔습니다. 그래서 내가 너희들 하는 것을 봤는데 나랑도 한번 함께해보자. 나는 마석단지에 락페스티벌 같은 것이 있으면 좋겠다 라고 해서 그거 재미있는 생각이라고 하고 몇 달의 시간이 지났는데 그 친구가 또 그 이야기를 했습니다. 그럼 우리는 지저분한 공장 안에서 해보자 라고 하고 또 2년의 시간이 지났는데 그 친구가 또 이야

기를 해서 그럼 한번 해볼까가 되었습니다. 그 친구가 우리가 즐거운 것들을 즐기기 위해 하는 것들은 뭔가 기금 받거나 관여하는 것은 하지 않았으면 좋겠다. 우리가 몸을 움직여서 하자. 이렇게 이야기를 했습니다. 그런데 음악 페스티벌을 하려면 음악인들을 불러야 하고 음향장비도 있어야 하는데 그래야 그들 또한 즐거울 수 있는데 그러려면 기금이 필요했습니다. 그래서 경기문화재단을 찾아갔습니다. 제가 마석가구단지에서 이주민 친구들이랑 락페스티벌을 하려고 하는데 가능하게 해달라고 부탁을 드렸습니다. 저는 항상 돈이 필요하면 재단에 찾아가합니다. 담당자들을 만나서 제가 하고 싶은 것들을 설명하면 담당자들께서도 애정이 있으셔서 이런 기금이 있는데 한번 신청해 보시지 그러세요. 하고 얘기하십니다. 그래서 문화 복지기금으로 사업을 했습니다. 그런데 문제는 저들이 국민이 아니어서 복지의 대상이 아니었습니다. 그런데 샬롬의 집이라고 하는 센터에서 그들이 보호하고 있는 사람들의 명단으로 해서는 가능하다고 해서 방법을 찾아서 시행하였습니다. 저희가 편지를 씁니다. 저는 믹스라이스라고 하는 이름으로 작업 활동을 합니다. 이곳은 한센인들이 살았고, 폐쇄적인 마을이고, 이주노동자들이 살고 있는데 여기서 문화라는 것이 연약하고 불안한 문화들이 많이 있다. 공용공간이 넓은 가공장이 옥상. 공장 내부, 사실은 매우 거칠고 정돈되지 않은 한국의 외부에서 공연을 한다고 생각하면 됩니다. 여러분의 거친 외부의

공간과 외부의 인간과 만나는 장이 되지 않을까 상상하고 생각합니다. 그러니까 주체가 내부 도시라면 마석은 외부자들, 외부 이런 식의 것들의 뜨거운 만남을 상상해 본다는 것입니다. 알론 보고도 음악인들에게 편지를 쓰라고 합니다. 마석가구 단지의 휴식은 '아무것도 없다'입니다. 소주를 마시거나 할 일 없이 지루하게 시간을 보냅니다. 우리의 부락은 바깥과 연결되어있지 않습니다. 뭔가 특별한 즐거움 없이 살아가고 있는 사람들에게 특별한 기억이 있었으면 하는 바람이 있습니다. 이 동네 문화라는 것이 그다지 대단하지도, 잘하지도, 뭔가 특별하지도 않습니다. 다만 저는 우리가 준비하고 우리가 하고 싶은 대로 우리가 즐겁게 하면 된다고 생각합니다. 맨 마지막에 **우리의 보잘 것 없는 즐거움의 한 칸에 당신들을 진심으로 초대하고 싶습니다.** 이런식으로 편지를 씁니다. 그래서 알론의 편지 마지막 문장 '우리의 보잘 것 없는 즐거움의 한칸에 당신들을 진심으로 초대하고 싶소'의 문구를 넣어서 포스터를 만들었습니다. 그리고 뮤지션들을 섭외하게 됩니다. 음악인들을 마석가구단지에 불러서 답사를 합니다. 그리고 음악인들한테 제가 이 음악페스티벌이 한편의 전설이 될 것이다. 한 20년쯤 뒤에 부에나비타 소셜클럽처럼 다큐멘터리들이 와서 너희 인터뷰하고 그럴 것이다. 이것은 정말 흥대에서 일어나는 음악공연이 아니라 정말 우리가 알 수 없고, 갈 수 없는 곳에서 펼쳐는 이상한 공연이다 라고 말했습니다. 저렇게 무대가 만들어 집니다. 마석가구단지에 있는 파렛트를 모아서 무대를

만들고 저기는 가짜 불이 있고, 진짜 불이 있고, 가짜 식물이 있고, 진짜 식물이 있습니다. 불법과 합법이라는 주체와 타자라고 하는 것들을 무대장치에 뒤섞어 두었습니다. 제가 한 것이 아니라 미술작가를 초대하였습니다. 기획자는 몸이 많이 움직이면 안되고 몸을 잘 움직인 사람과 친하게 지내는 것이 아주 중요합니다. 이런 공연이 있어 라고 하면 이걸 이렇게 해올게 하고 말합니다. 여기 식물들은 재개발지역이라 사람들이 버리고 간 식물입니다. 유기식물이라 칭해서 너희들도 여기에서 즐거움이 없구나 같이 즐겨보자. 이런 것들이 아무 의미가 없고 이상한 행위처럼 보이지만 아주 좋은 무대장치가 되고 저 식물들은 한 이주노동자가 키우기로 해서 가지고 온 것입니다. 엄청나게 많은 사람들이 모였습니다. 저희는 한 100명정도를 생각했는데 300, 400명이 왔습니다. 그래서 그 욕상이 꼭 찼고 너무나 신나는 공연이었습니다. 그리고 이 뒤에 하나 남은 목장이 있는데 공연하는데 소똥 냄새가 엄청나게 났는데 무대장치로서 엄청난 역할을 했습니다. 음악인들이 마석동네페스티벌은 소똥 냄새가 그득히 나는 공연이었다고 기억합니다. 계속 사람들이 왔다 갔다 했습니다. 숄탄 오브 더 디스코라는 밴드는 터번을 쓰고 공연을 하는데 이거쓰고 공연하면 맞지 않을까요? 했는데 필 받은 어떤 친구 한명이 진짜 터번을 쓰고 와서 같이 놀기도 했습니다. 강산에도 부르고 호화로웠는데 여러분도 기회가 되시면 이상하고 좀 악마 같긴 하지만 보러 가시기 바랍니다. 인디밴드들이 하는 것이 조금 어

뚝고 문신도 있고 해서 나빠 보이는데 몸만 그렇고 실제로는 착합니다. 만나보면 여리고 그렇습니다. 제가 저것을 하고 나서 돈이 700만원이 핑크가 났습니다. 기획을 사업은 이해 못하겠지만 우리는 기획의 예산을 적절하게 쓸려고 하는 것이 목적으로 하는 것이 아니었습니다. 마석동네 페스티벌을 즐겁게 하는 것이 목적이었기 때문에 하다 보니 700만원이 핑크가 났는데 11월 초에 한 저 공연의 이야기가 거의 2, 3월이 될 때까지 겨울 내내 저 이야기로 뜨거웠고 즐거웠습니다. 그래서 DVD를 만들고 공연장을 빌려서 <이심전심 검사검사>라는 공연을 또 만들었습니다. 그 DVD 밑에 뭐라고 적혀있다면 마석동네페스티벌은 경기문화재단 문화바우처 활성화공명사업기금으로 조성되었습니다. 이 DVD는 마석동네페스티벌의 핑크 난 기금을 떼우기 위해서 제작되었습니다. 핑크난 돈 조차도 즐겁게 가지고 놀아보자 라는 생각인 것입니다.

MDF 마석동네 페스티벌2_

모든 것이 사라질 때 까지 의미 있는 기억들을 만들어 보고 싶습니다.

공장에 불이 많이 났습니다. 두 번째 마석동네 페스티벌입니다. 다시한번 더 MDF. **작년에 우리는 너무나도 적은 돈으로 페스티벌을 꾸렸고 너무나 즐거운 시간을 보냈지요. 그날 밤 우리가 서로 모르는 사람들과 마석가구단지 공장 옥상에서 가진 시간은 과거와 현재 사이의 시간으로 흘러들 어와 불현 듯 가난을 나누어 가지고는 실제와 만나는 곳이었습니**다. 실제로 그러하였습니다. 저 공연은 공연기획자가 하는 것이 아니라 저희가 뮤지션을 초대하고, 미술인을 초대하고, 또 미술인 이 다른 미술인을 초대하고, 초대와 초대가 꼬리를 물고 만들어진 공연이었습니다. 이 가난함에서 어떤 것을 나누어 가질까 하는 생각도 해 봅니다. 이 가난함은 우리 외부의 가난함입니다. 적은 예산에서 이런 장을 만드는 것은 여러 가지 의미가 있다고 우리는 믿고 있습니다. 이 믿음으로 페스티벌을 움직입니다. 이것이 편지인데 저 기획서 안에 이 편지가 그대로 들어가 있습니다. 두 번째 페스티벌을 하기 위해서 편지를 쓰고 그 편지가 기획서 안에 들어가 있는 것입니다. 딱딱하게 사업의 목적, 내용 그런데 이 편지가 그 내용에 들어가 있습니다.

알론입니다. 페스티벌을 만들고 초대하는 것은 여러분의 기억 때문입니다. 이 동네 이주민 친구들의 기억을 가지고 싶습니다. 마석가구단지는 재개발 때문에 사라질 것이고 원주민들은 재개발 때문에 사라질 것이고 이주민들은 단속 때문에 사라질 것입니다. 모든 것이 사라진다면 남아있는 것이 무엇일까 생각해 봅니다. 저는 추억과 기억이라고 생각합니다. 모두가 사라질 때까지 의미 있는 기억들을 하나 둘씩 만들어 보고 싶습니다.

저희가 사업을 했는데 돈이 핑크가 많이 나서 이것이 MDF 가루입니다. 모든 가구안에 본드와 나무를 켜고 난 가루를 압착해서 만든 것이 MDF입니다. 몸에 좋지 않습니다. 제일 버리기 골치아픈 MDF 가루와 목공공장에 많은 본드를 섞어서 반죽을 합니다. 그래서 낙타똥 열쇠고리를 만들어 팔아 60만원을 벌었습니다. 몸에 유해한 것들을 가지고 이곳으로 오세요 하는 의미도 있고 여러 가지 의미가 있습니다. 거기서 지저분하다는 것도 새로운 방식으로 보고 온 사람들에게 팔아서 돈도 충당하고 새로운 방식으로 그런 것들을 만나게 하는 것이었습니다.

이 축제를 3회까지 했습니다.

제가 2006년도에 처음으로 공공미술이 문체부에서 만들어졌을 때 마석이야기 예술 감독을 했습니다. 아주 어린 나이에 저렇게 뜨거운 경험을 했습니다. 저런 경험을 토대로 마석의 이주노동자들랑 굉장히 친한 관계가 되었습니다. 그리고 그들과 친하게 되고 수없이 많은 만남과 대화를 하다 보니 저희들의 모든 기획과 제안들이 저들과의 대화에서부터 시작된 것 같습니다. 그러니까 현장에서 사람과의 만남과 대화에서 이런 것들에 대한 대화가 나옵니다. 머리에서 나오는 것이 아닌 것 같습니다. 기획이나 작업이나 굉장히 유사한데 머리로 아이디어만 있는 것과 그것에 대한 깊이를 가지고 있는 것, 둘 다 보는데 기획도 아이디어를 보고 그것을 어떻게 구현해 냈는데 그것에 대한 깊이를 보는데 작업도 마찬가지로입니다. 대부분 단순한 형태로 기획이 되는 경우가 많은데 기획의 깊이에 대한 질문을 한번 해보시기 바랍니다. 여러분들이 여태까지 본 기획이나 그런 것들이 '어떤 깊이까지 염두에 두고 기획 했어?' 라고 질문해 보셨으면 좋겠습니다. 저는 그 기획의 깊이가 제안서에 담겨야 된다고 생각합니다. 거의 이것은 저 혼자 한 것이 아니라 여러명의 작가가 머리를 맞대고 만든 것입니다. 그러니까 이 문화 판은 혼자서 다 할 수가 없습니다.

기획자는? 조화를 이루어 함께 만드는 삶을 고민하는 매개자



지금 모두가 만들어지긴 했지만 나이 드신 분들의 경험이 필요하고 어린 친구들의 발랄함과 무지함도 필요합니다. 그런 것들을 어떻게 잘 조화롭게 하느냐가 기획서에 담겨있어야 좋은 기획서가 되는 것입니다. 내가 필요할 때 함께 할 수 있는 친구들이 많아야 합니다. 저는 강의를 하면서 이 친구는 같이 일하면 써먹을 곳이 있겠다 하는 생각이 들면 일

부러 말도 걸고 꼴을 합니다. 그러면서 관계에 의해서 기획들이 실행이 가능하고 대화에서부터 기획이 시작 됩니다. 그런 것들을 풍부하게 하기 위한 나의 몸이 위치되어졌을 때 그런 것들이 가능하다고 생각합니다. 그래서 조금은 죄송하지만 자신들의 단편적인 삶의 범주를 조금 더 넓힐 필요가 있습니다. 내가 지금 어떤 사람들이 궁금하다고 하면 약간 무식하게 그 사람들을 찾아가서 제가 그런 것이 궁금해서 그러는데 그렇게 하시는 것은 어떤 건가요? 하고 사람들을 만났을 때 바로 물어볼 수 있는 상황이 되어야 합니다. 대부분 삶이 단편적이라 아침에 일어나서 아이 학교 보내고 직장이 있으면 직장 갔다 와서 아이 보고 이런 것에서 다른식의 만남을 어떻게 할지 자기가 기획을 해야 합니다. 저는 지금 이 키움에 여러분들한테는 기획자로서의 성장을 바라는 것인데 제가 바라는 기획자의 성장은 첫 번째 삶에서 문화기획이 있었으면 좋겠다는 것입니다. 여러분들이 문화적으로 살았으면 좋겠다는 것인데 문화를 소비하는 것이 아니라 문화를 삶에서 가깝게 두는 방식으로 그 힘이 조금 있었으면 좋겠다는 것입니다.



두 번째는 동료들과 함께 만들어 가는 매개자로서의 자리가 위치되어졌으면 좋겠다는 것입니다. 내가 다하는 것이 아니라 함께 만들어 가는 기획자가 되었으면 좋겠다는 것입니다.

세 번째는 아까 제가 얘기했던 것 중에 주체와 쉽게 하는 기획이 아니고, 먹히는 기획이 아니라 아주 세밀한 기획을 통해서 내가 고민하는 기획서를 썼으면 좋겠습니다. 그것이 당장은 주목받거나 안될지 모르겠지만 그 힘이 쌓여야지만 새로운 기획을 할 수가 있습니다. 기획서 쓰는 사람이 얼마나 많은데 문화기획사는 일주일에 2억, 3억되는 기획서를 한사람이 7,8개씩 씁니다. 그런 식의 경쟁력을 여러분들이 가질 수가 없습니다. 여러분들의 경쟁력은 삶의 경험에서 나와야지 문화기획으로써 경쟁력을 가질 수 있습니다. 그렇지 않겠습니까? 저는 트렌드를 선도하지 않는데 우리의 것이 펼쳐졌을 때 그것이 주목받고 트렌드가 되는 것입니다. 그런 경험들을 기획을 해보시고 주목을 받고 즐거운 경험들을 했을 때 이것이 문화기획이구나 나한테 가까이 왔구나 하는 생각들이 들것 같습니다.

얘기하지 않은 것인데 미술이라는 공간도 옮겨 놓습니다. 지역에서 소소하게 하는 행위가 중앙이나 주류에서 보여주어야 하는 것이고 이것이 계속 오고 가게 해야 합니다. 도시와 마석을 만나게 하는 것도 교환이지만 소소한 지역의 행위가 다른 식으로 제도적으로 보여지는 것도 있어야 하는 것입니다. 그래야만 흥미롭습니다. 지역에서 나 혼자만 하다보면 지칩니다. 이것들을 서로 주목해주고 응원해주

고 다른 경로로 보여 지는 것을 만들어 내기도 하고 저는 그것이 조금 다른 문제여야 하는 것이 그러면 여러분들이 직업이 되어야 합니다. 직업이 되지 않는 이상 그런 것들은 힘듭니다. 어찌됐든 제가 한 10년 동안 했던 기획 중에 주요하게 보유하고 있던 것들을 이야기했습니다. 다 휘발되어도 한 가지, 내가 그 장에 포함되지 않은 사람을 찾아서 그들의 목소리, 이야기를 고려해서 사업을 했으면 좋겠다는 것과 그들의 이야기가 기획서에 담겼으면 더 좋을 것 같습니다. 이런 구체성이 담겨있어야 좋은 기획서를 쓸 수 있는 상황이 되는 것 같습니다. 오늘은 좋은 기획서를 쓸 수 있는 상황과 사례들을 이야기 드리고 싶습니다.

Q & A

Q. 어떤 단체를 만들어서 운영하시는 것입니까? 아니면 개인의 작업입니까?

A. 약간 복잡하긴 한데 2006년에 마석이야기를 했습니다. 그런데 그때만 해도 작가들이 제안해서 한 것입니다. 왜 그러냐고 하면 상업적인 공공 미술이 자본화 되고 대학교수 몇몇이 그 시장을 다 주무르고 있었는데 그것이 1%법이라고 해서 건물을 지으면 조형물을 만드는 시장이었습니다. 그런데 왜 도시에만 공공 조형물을 심게 해야 해 하는 비판에 의해 만들어진 것이 공공미술 추진위원회가 만들어졌고, 거기에서 첫 사업을 제가 한 마석이야기가 된 것입니다. 이 구조적인 관계가 있는데 문체부, 여가부, 농림수산물식품부, 마을만들기 사업,

면단위조합 이런 식으로 쪽 넓혀졌습니다. 그러면서 예술가들이 지치기 시작하면서 다시 기획력 있고 회계력 있는 회사가 사업을 따서 예술인들을 고용하게 됩니다. 그게 싫어서 예술가들한테 단체를 제안합니다. 우리가 다시 고용되는 상황에서 우리 단체를 만들어서 이윤을 우리 스스로를 위한 돈으로 쓰자. 그리고 15%를 출자해서 계속 단체를 안정적이게 하고 단체가 있어야 실적 때문에 다른 사업을 할 수 있는 것이라 제가 제안을 했습니다. 그럼 모은 돈을 어떻게 할 것이냐. 한사람한테 시골집을 사주고 다 같이 고쳐주자 그러면 개인 소유이긴 하지만 공공 공간이 되는 것입니다. 그러면서 마을에 여러개의 재미난 공간이 생기는 것을 상상해 보자고 했습니다. 여기서는 이유가 또 많이 있습니다. 여러분 중 마당에 텃밭을 가지고 계신분이 있습니까? 없으십니까? 집 현관문을 열고 마당 있고 텃밭이 있는 풍경을 40대 넘어가신 분들은 많이 기억하실 텐데 지금은 그런 것들이 없습니다. 인간은 공간에 개입해서 공간에서 하는 행위를 통해 공간의 상상력을 굉장히 풍부하게 할 수 있습니다. 그런 것들이 도시에 사는 사람들이 대부분 제한되어 있어서 작가들한테 그런 제안을 한 것은 공간에서 다른 상상을 해보자는 제안이기도 합니다. 어찌됐든 단체를 만들어서 시골에 집을 사고 공간을 만들고 문화공간으로 하고 그런 것들을 계속 할 수 있게 기획했는데 문제는 어느 순간 전월세가 확 오르면서 작가들이 대출을 해가기 시작합니다. 무이자 대출로 500만원 빌려줬는데 7년 동안 안갠

고 있지만 끊임없이 같이 일하고 있습니다. 단체를 같이 만들어서 그것을 추구하는 가치를 만들어 내는 것입니다. 협동조합도 아니고 사회적 기업도 아닙니다. 우리가 필요한 단체를 스스로 만들고 거기서 나오는 이윤을 가지고 우리 스스로 삶의 부족한 부분을 채우는 정도입니다. 그래서 실적들이 많이 있기 때문에 다른 사업을 하기가 수월해 졌습니다. 그런식으로 필요해서 단체를 만들게 되었습니다.

그리고 그런 것도 있었습니다. 슈퍼, 주점, 식당이 있어서 텃밭에서 키운 것을 식당에 주고 식당에서 다같이 밥을 먹고 저녁엔 주점에서 술을 마시는데 주점은 슈퍼에서 물건을 받는 식으로 아주 작은 소규모 자립시설을 문화적으로 만든다면 외부에서 사람들이 와서 그 공간을 경제적으로 운영 하는 것이 가능할 것 같았습니다. 그리고 무수히 많은 것을 했습니다.

예술하고 마을하고 어떻게 만날 수 있을까를 고민하다가 여성 두 분이 농사를 힘들게 짓는 분들이 계셨는데 그분들 머릿속이 그런 것들이 있었습니다. 레스토랑도 만들고, 도서관도 만들고, 연구소도 만들고 그런 것들을 얘기해 주셔서 저희가 그분들이 생산한 옥수수 상자 안에 작가들이 그분들이 어떤 상상을 하고 있는지를 그린 레스토랑 그림, 옥수수 그림이 있습니다. 그 옥수수 상자를 열면 우리 작가들이 그들이 상상해 그리고 있는 그림을 받아볼 수 있습니다. 지금은 만화가랑 농사짓는 사람들을 만나게 해서 그 만화가가 농사짓는 분들

이 열심히 하는 것들을 보게 하고 그들의 이야기가 담기게 하고 그 생산물에 만화가 있게끔 하는 기획도 하고 있습니다. 기획이나 작업도 그렇고 다 꼬리에 꼬리를 물고 이어지는 것 같습니다. 그런 공간인 만화방 때문에 '그럼 마을에서는 예술이 어떻게 만날 수 있지' 하는 고민을 하게 됩니다. 저는 그 공간에 가지 않으면 생각이 잘 안납니다. 그래서 처음에 아이들에게 숲에서 뭐했으면 좋겠니 물어보고 그림을 가지고 숲에 가는 것입니다. 이것은 굉장히 큰 차이입니다. 아이들이 준 그림을 가지고 '나는 어떻게 하지'라고 생각하는 것과 실제로 그 그림을 가지고 숲에 가는 것에 차이는 엄청나게 큼니다. 그리고 내가 아이디어가 생각이 만나면 주변 사람들을 괴롭히면 됩니다. '너는 어떻게 생각하니' 하면서 말입니다.

Q. 다른 지역에 가서 사람들을 만나는데 처음 만나실 때 접근을 어떻게 하십니까?

A. 접근을 잘 하지 않습니다. 사업 때문에 어쩔 수 없이 만나는 경우가 있는데 만나는 것이 중요한 것이 아니고 어떻게 만나느냐를 기획자들은 고민해야 합니다. 그래서 어떻게 만나느냐를 설계해야 합니다. 어떨 때는 무식하게 복숭아 한 상자 들고 가서 만나는 것이 전략이기도 하고 아니면 그를 움직이게 하는 관계망들을 파악해야 하는 것입니다. 저 같은 경우는 어떻게 하느냐면 마을이라던가 어떤 불특정한 공간에 가면 그 지역을 사려 깊게 판단하는 사람을 빨리 찾습니다. 그 사람을 통해서 지역을 판단해야 다른 움직임을 할 수 있

습니다. 그래서 제가 목소리 없는 사람을 찾아 보라고 하는 것이 주체들한테 듣는 이야기는 한계가 있습니다. 오히려 그 지역에서 산다라는 것들을 빠르게 판단하는 사람들이 있습니다. 그 사람들과 빨리 만나서 친해져야 합니다. 그리고 그 사람들을 통해서 아주 내밀한 관계를 구축해서 말걸기를 시작하는 것입니다. 저의 전략은 그런 것 같습니다. 저는 진짜 사람을 좋아해서 마음으로 합니다. 전략이라는 단어가 마음이란은 먼 얘기 같긴 하지만 말입니다.

Q. 아까 축구단 얘기하실 때 그분들이 이주자분들이라고 하셨는데 그분들이 불법이라 이런 것들을 하기 싫어 하셨을 것 같은데 그렇지 않았습니까?

A. 이런 것들이 있습니다. 움직임이 많아지는데 이 사람들은 단속당하면 바로 추방이야 하는데 예술이라는 이름으로 이렇게 하는 것이 맞아 하는 것이지 않습니까? 그래서 저희도 고민을해서 그것을 어떻게 해결 했느냐 하면 제가 법무부 장관이 아니기 때문에 해결할 수는 없었지만 물어봤습니다. 너희들 계속 숨겨져 있어야 하고 너희들의 존재를 숨기고 싶어 하고 단속되면 바로 잡혀가는데 이런거 해도 되느냐고. 우리는 예술가고 한국인이라 단속당하지 않는데 우리가 이런 행위를 하는 것에 대해 너희는 어떻게 생각하는지 물었더니 그 친구들이 이렇게 말했습니다. 그 친구들이 저를 바라라고 부르는데 “바라, 우리가 이것을 한다 안한다로 단속이 더 되고 안되는 것은

아닌걸 우리도 알아. 오히려 이것은 너와 나의 신뢰의 문제야 이것이 더 중요해” 라고 이야기 해주었습니다. 그래서 더 할 수 있었습니다. 그래서 그것을 더 직접적으로 물어봅니다. 내가 이렇게 작업하면은 너의 삶을 침해할 수도 있고 단속의 위험에 더 처할수도 있어서 처음에 물어봤습니다. 물어보는 방법밖에는 없어서 물었는데 그들이 이것을 할 수 있게 힘을 주었습니다. 그것은 처음 본 사람들에게 되는 것이 아니라 마석이야기 이런 것들을 통해서 4~5년의 신뢰가 쌓이기도 했고, 제가 마석에 처음 가기전에 다른 지역에서 이주노동자들과의 관계도 있었습니다. 그들 또한 이친구들이 어떻게 움직이는지에 대한 정보가 있었던 것입니다. 모르는데 가서 우리가 이런 것들을 해줄테니까 한 것이 아니고 신뢰가 있었습니다. 그리고 그런 것들을 그들 또한 모르지 않습니다. 저는 문화기획자로 갔지만 단속에 당해서 산에 숨어 있다는 얘기를 들으면 차를 끌고가서 그친구 같이 와야 하는 역할도 합니다. 그런 것들은 어쩔 수 없는 것입니다.

단속이 나왔다고 해서 산으로 도망을 갔었는데 한 친구가 전화를 늦게 받았나 봅니다. 그래서 먼저 산에 올라간 친구들이 또 단속반인 줄 알고 또 산으로 올라갑니다. 이친구는 친구를 만나야 하니까 따라서 또 산으로 가고 말입니다. 이것이 어떻게 보면 공트같은 이야기인데 다큐멘터리 하는 사람이 이런 영상을 만들어서 다뤄졌으면 좋겠습니다. 우리는 항상 불안하고 초조하지만 그렇지 않은 척 할 뿐이지만 그들은 그것이 삶에 내재되어 있는 것입

니다. 사실 우리가 그것을 책임질 수는 없습니다. 그것은 법무부의 일이기 때문입니다. 그렇지만 우리는 차별해서는 안됩니다. 불법이나 미등록이나 합법이나 판단하거나 해서는 안됩니다. 하지만 그들이 어떤 위치에 있는지 우리들은 더 잘 알고 있고 오히려 우리와 움직이면 더 안전하다는 것을 신뢰가 있기 때문에 그들은 알고 있는 것입니다. 그렇지 않고 선불리 너희들은 간혀있으니까 우리 촉구하고 가야 돼 하면 문제인 것입니다. 오히려 책임질 수 없는 것입니다. 저희는 2002년도부터 계속 이주노동자를 만나왔고 그런 상황들을 알고 있었기 때문에 우리가 있으면 오히려 안전하다는 것을 알고 있는 것입니다. 같이 가는 스텝들한테도 이런 교육을 잘 시킵니다. 이런 상황이 있을 수 있다. 그러면 어떻게 해야 하는지 잘못하면 굉장히 큰 문제가 있을 수 있다는 것까지 말입니다. 그런데 그런 위험성이나 리스크가 없이 무엇인가를 한다는 것은, 공연할 때 경찰차가 안오는 것은 너무 안좋은 공연입니다. 경찰차도 오고 약간 사람들이 술에 취해 비틀거리고 해야 광란의 공연이 되는 것이지 경찰차가 오냐 안오냐의 차이가 가장 큼니다. 나쁜 공연엔 경찰차가 옵니다. 저희들끼리 농담 삼아 공연에 경찰차가 안오면 너무 필요한 것만 한 것 아니냐고 합니다. 그래서 그런 불안감이 초조함이 아니라 그런 불안감 또한 포함시켜서 생각할 필요가 있다고 생각합니다. PT로써 여러분께 강의하는 것이지만 무수히 많은 일들이 있었습니다. 저 공간을 빌리기 위해서 각서도 써야 했고, 이주노동자

3명이 모이면 누군가한테 허락을 받아야 한답니다. 전화해서 이주노동자 행사하려고 하는데 허락받아야 한다고 해서 전화드렸습니다 하니깐 “누구시죠?” 해서 “양철모라고 합니다” 했더니 “양철모씨” 하면서 알길래 누구시냐고 물었더니 “남양주시 정보과 형사입니다” 했습니다. 이주노동자의 동향을 파악합니다. 섬이건 어디건 테러리스트라는 위험도 있어서 그러는데 그해 부인과 아이들을 데리고 그 공연에 와주었습니다. 이주노동자들을 감시하는 사람들도 왔었고 한센인들이 왜 거기서 주체가 되고 사회적 타자로 남지 않았느냐면 신부님이 편당을 받아서 땅을 사서 갈 때 한센인 명의로 저 땅을 다 주고 가셨습니다. 세월이 흘러 지가가 오르게 되고 건축물의 소유주가 되면서 당당하게 경제적 자립주체가 된 것입니다. 그래서 지금은 그 지역의 지주들이 되어 완전히 다른 삶을 살아가고 있는 것입니다. 이분들이 천주교에서 기독교로 다 개종을 하십니다. 그러니까 천주교에서 하는 것은 기독교 분들이 안좋아 하시고 기독교에서 하는 것은 천주교에서 안가십니다. 그래서 제3의 공간에서 하는 행사니까 다들 오셨습니다. 성경책도 들고 오고 신부님도 오시고 감시하는 경찰도 오고, 그들을 연구하는 연구자도 오셨습니다. 문화 유학자 필드워크는 여기 와서 열심히 춤추다 가셨습니다. 저희는 이렇게 될 줄 몰랐습니다. 거칠고 아무것도 없고 무식한 경험들을 해보셨으면 좋겠습니다. 처음에 기획이나 그런 것들은 그래서 피부가 기억하는 것들 말입니다. 저런 것들을 경험해야 다른것도 기획

할 수 있는 것이라고 생각합니다. 우리가 신이 아닌 이상 저들의 삶의 변화를 이끌 수 있겠습니까? 사회 변화를 이끌 수 있겠습니까? 그렇게 생각하지 않습니다. 저런 점들을 만들어 내는 역할을 해야한다고 생각합니다. 저런 점들이 쌓였을 때 다른 것들을 할 수 있는 힘이 생기는 것입니다. 제가 한 말들이 작업에 반영이 됩니다.

반포 래미안 퍼스티지에 천년된 느티나무를 10억 주고 사와서 조경을 합니다. 조경 컨셉이 10년이었고 거기서는 할머니가 아이를 안고 나무 안에 숨어있어 폭탄이 떨어졌지만 목숨을 건질 수 있었다는 이야기가 있습니다. 그 나무가 원래 있었던 자리를 추적하는 작업이었는데 그 옆집에 살았던 할머니의 이야기를 들으니 그런 이야기는 한 번도 들어본 적이 없었다라고 전해 들었습니다. 거짓 이야기를 만들어 내는 자본. 우리가 만나야 하는 진짜 이야기 무엇이나라고 얘기 했을 때, 할머니가 다른 힘에 맞서서 맨몸으로 싸우는 그런 이야기가 진짜 이야기로 전해 내려와야 하지 않나 라는 작업을 했습니다. 이 안에는 마석의 이야기도 있고 할머니들이 시간을 어떻게 견디면서 살아가는지 하는 내용입니다.

문화기획. 삶의 진짜 이야기를 만들어 내는 것

저는 마지막 멘토로 문화기획이라고 하는 것이 삶의 진짜 이야기를 만들어 내야 하는 것이 진짜 문화기획인 것 같습니다. 자본도 거짓 이야기로 현혹 시키고, 유혹시키는 이런 세계에서 문화기획 이야 말로 진짜 이야기들을 만드는 삶의 이야기가 되어야지 저는 우리가 생각하는 삶 안에서 문화기획 한 것들이 위치되어지지 않을까 생각으로 오늘 이야기를 마치도록 하겠습니다. 감사합니다.



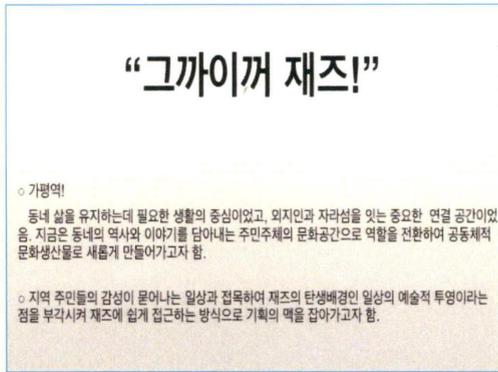
기획, 사람을 읽는 것

스몰데이터에 집중하기



스몰데이터라는 말은 제가 최근 읽은 기업 마케팅 책의 제목입니다. 빅데이터가 중요하게 대두되는 지금 대기업의 마케팅에 쓰이는 스몰데이터라는 용어에 궁금증이 생겨 읽게 된 책입니다. 마침 오늘 강의에서 이야기 해 드릴 저희의 기획경험과도 일맥상통하는 이야기들이라고 생각되었습니다. 앞으로 몇 년 후면 사라질 직업들이 아주 많다고 하죠. 그 와중에 사라지지 않을 직업들을 보면 사람의 감정을 대상으로 하는 직업들입니다. 빅데이터를 활용 가능한 지식을 바탕으로 하는 전문직의 경우는 대부분 사라지는 반면, 사람의 감정은 상황에 따라, 사람에 따라 일관된 데이터를 가질 수 없기 때문이라고 합니다. 문화기획이야말로 스몰데이터, 즉 사람의 감성과 감정을 읽어내야 하는 분야라고 생각합니다. 기획하고자하는 대상, 그 사람들의 마음과 생각을 읽을 수 없다면, 아니 그러기위해 노력하지 않는다면 감동 있는 기획이 되지 못한다고 생각합니다. 기획과 프로그램을 정해 두고 그 안에 사람을 넣는 것이 아니라, 먼저 사람들의 작은 요구와 그들이 원하는 것들을 읽어내야 하는게 아닌가 생각합니다. 저희의 기획이 잘 된 기획이라고 말할 수는 없을

지 모르겠으나, 오늘은 저희가 기획을 할 때 어떤 방법과 순서로 기획을 했었는지 과정들을 여러 분께 말씀드리려고 합니다. 결과에서 보이는 작은 것 하나하나에도 나름의 의미가 있었음을 안다면 다른 사람들의 기획에서도 그런 디테일들을 찾아보실 수 있으실 것입니다.



〈그까이꺼 재즈!〉 하면 제목에서 어떤 느낌이 드십니까? 몇 년 전 재단사업 중 지역생활문화 프로젝트가 있었는데, 경기 북부지역의 사업비가 남은 부분이 있었습니다. 그 남은 시드로 기획요청이 들어와서 하게 된 사업입니다. 총 사업비가 1,900만원이었습니다. 사업비가 많지도 않았지만, 더 중요한 건 제가 가평을 알지 못한다는 것입니다. 여러분은 가평 하면 어떤 단어가 떠오르세요? 오~ 잣! 의외

의 대답이 먼저 나왔네요. 펜션! MT! 또? 저도 자라섬, 재즈, 가평역 MT, 대학교, 이정도 생각들 밖에 없었습니다. 거기서 뭘 할 수 있지? 고민을 했습니다. 그 네 가지 키워드를 가지고 일단 갔습니다. 가평에는 아는 곳이 없어서 소개를 받아 문화원에 들어갔는데, 지역에 있는 여러 동아리나 단체들을 모아주셨습니다.

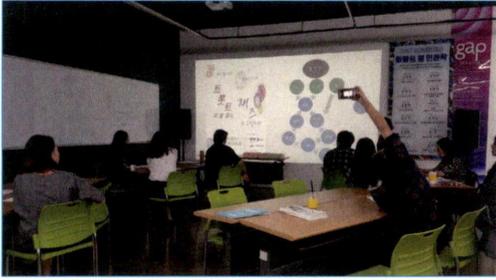
사소한 바람을 기획하기



‘사단법인 한국생활음악협회 가평지부’ 라는 곳이 있는데, 80대 어르신들부터 10대 청소년들까지 각 나이별로 밴드가 있습니다.

그 분들을 모셔서 “뭘 하실래요?” 이렇게 물어본 게 아닙니다. 수다 떨기 시작했습니다. 저희가 가지고 있는 그 네가지 키워드를 가지고 수다를 떨면서, “뭘 하시고 싶으세요?” 했

더니, 그 분들의 경험은 직장인 밴드는 직장 끝나고 와서 우리끼리 밴드하고 무대에 서는 것 이외에는 바라는 게 없는 분들이었습니다. 바라는게 하나가 있다면, 무대에 섰을 때 관객이 좀 많았으면 좋겠는데, 다 가족 지인 직장인 몇몇... 그 마저도 항상 오는 것도 아니고, 그냥 우리가 맘 놓고 공연할 수 있는 공간만 있다면 바라는게 없다고 합니다.

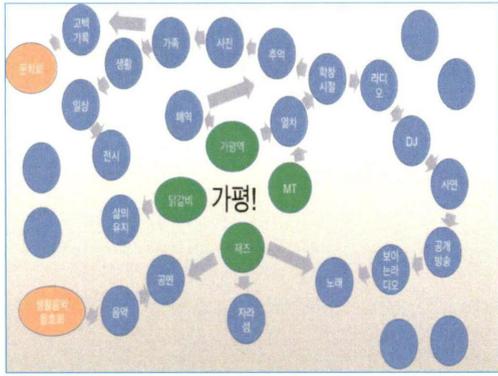


요구 조건이 우리가 하고 있는 음악을 무대에 세우는 것. 기획자는 내가 하고 싶은 것이 아니라, 그들이 하고 싶은 것을 하게 하는 것이 중요하다고 했습니다. 문제는 어떻게 하게 하느냐입니다. 그때 수다를 떨다가, “가평은 음악동아리가 많은 이유가, 재즈 페스티벌이 있어서 그런가봐요?” 그랬더니, 얼굴이 상기되

면서 제발 재즈 페스티벌 좀 없어졌으면 좋겠다고 하시는 거예요. 저는 굉장히 잘되고 있다고 생각했었는데 말입니다. 이유를 물어봤더니, 사람들이 오면 다 자라섬 안으로 들어가고, 가평역 일대에는 실제로 유동인구가 없다고 합니다. 지금은 가평역이 이전을 해서 역의 위치가 바뀌었잖아요? 구 가평역 일대에는 수십년동안 살았던 주민들이 생활을 하기가 어렵다고 합니다. 가게는 안 나가고, 장사도 안되고, 사람은 아무도 없고, 그래서 가평 신 역사에서 어떤 방법을 쓰냐면, 구 역사 앞에 슈퍼마켓 같은 것들이 있잖아요? 그럼 신 역사 앞에 버스를 세워놓고, 사람들이 내리면 호객행위를 합니다. ‘펜션 어디 예약했니? 내가 데려다 줄게. 대신 우리 슈퍼를 경유해서 가.’ 그런 식으로 장사를 하고 있었습니다. 그러니 재즈 페스티벌은 시끄럽기만 하고, 무슨 음악인지도 모르겠고, 하물며 여기 있는 상권을 이용하는 게 아니라, 자라섬 안에 먹거리부터 심지어 와인까지 그 안에서 다 판매하고 있고, 사람들은 지저분하게 해놓고 나가버리니 좋아해야 할 이유가 없다는 겁니다.

‘그러면 어떡하지?’ 고민이 시작되었습니다. “일단은 여러분들이 하고 싶은 것을 하는데, 언제 할까요? 10월 첫째 주가 날씨도 좋고 관창을 것 같아요.” 했더니, 그때는 안된대요. 이유를 물어봤더니, 그 때가 자라섬 페스티벌이 열리는 주라는 겁니다. 사람도 많고 하니 같이 하면 되게 좋겠다고 저는 생각되는데, 그 분들은 싫어하십니다. 그들과 실력차이가 너무 많다보니 얼마나 비웃을 것이며 그들은 재즈하는데 우리는 트로트, 7080이고 그런데... 창피하다는거죠. 우리는 왜 우리가 하는 것에 자신감이 없을까요? 동아리는 전문가가 아닌데.. 거기서 기획이 시작되었습니다. “그럼 뭐 재즈 많이 들어서서 아실 것 아니에요?” “들어서 알기는 아는데...” “그럼 재즈 하죠 뭐, 그까이꺼 뭐 별거야?” 라고 해서 생긴 제목이, 그까이꺼 재즈. 제목이 <우리도 좀 논대! 그까이꺼 재즈>가 되었습니다. 그런데 이 분들은 재즈를 할 줄 몰라요. 그럼 어떻게 재즈와 자라섬을 연결시켜야 할까, 라는 고민들을 그 분들과 같이 하게됩니다.

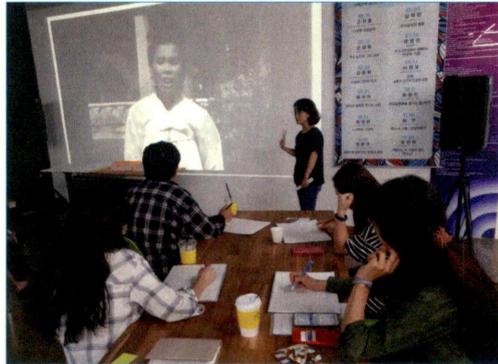
저희가 기획할 때 하는 방법이에요. 가평, 저희의 키워드는 재즈, MT, 닭갈비, 가평역 이거밖에 없거든요? 막 얘기를 했죠. 생활음악동호회가 있고, 거기에 가평글드레문학회라는 딱 두 가지가 있더라고요. 그럼 그걸 가지고 어떻게 하지? 가평역, 우리 옛날 학교 다닐 때 때 MT갔었잖아, 어



MT 갔을 때 기차타고 갔었는데 되게 좋았잖아. 근데 지금 그 가평역이 폐업이 됐네? 닫혀서 더는 열리지 않아. 그렇지만 사람들의 추억은 그 폐 역사안에 굉장히 많아요. 열차를 타고 도착하니까 마이마이를 들고 다니던 게 생각나. 마이마이하니까 라디오가 생각나고, 라디오가 생각나니까 별밤의 이문세가 생각나고, DJ가 생각나. DJ하니까 보이는 라디오가 생각나고, 어 근데 여기엔 음악이 빠질

수 없어. 근데 재즈도 노래네? 근데 생활음악동호회는 노래가 하고싶어. 동호회가 원하는건 음악을 하는 것이고 공연을 하는 것이예요. 근데 재즈를 계속 푸쉬 하는데 나는 어느 무대에 서야하지? 근데 재즈는 자라섬하고 밖에 연결이 안돼. 근데 자라섬은 ?????. 우리 동네에서 한 번 해보자. 막 여러 가지 단어들이 나오기 시작하죠. 학창 시절을 생각하니 라디오도 있지만, 우리는 그 때를 추억하는 거잖아요. 추억하면, 가족들과 살아가며 만들었던 생활패턴, 변경들이 있고, 일상을 살아가는 이야기 같은 것들을 전시하면 어떨까? 그런 의견들이 나오기 시작했어요. 그럼 문학

회는 무엇을하지? 시와 글을 쓰데요. 아, 그러면 이것과 연결이 되면 좋겠다. 여기서 사연을 쓰고 공개방송을 하는데 그들이 쓴 걸 가지고 뭘 할 수는 없을까? 이 사람들이 재즈를 할 수는 없어. 잘하는 걸 해야하는데, 재즈는 해야겠어. 그렇다면 재즈 전문가를 부르자. 그래서 옛날처럼 보이는 라디오의 컨셉을 한 번 잡아보자. 그래서 DJ를 한 명 섭외를 했어요. 그 다음에 사연을 받아야 하잖아요. 누구 사연을 받을거야? 그 가평 생활음악 동



호회가 백명이 넘어요. 거기다 의뢰를 했습니다. 사연과 함께 노래 신청을 해달라고 했어요. 그랬더니 사연이 막 들어오는거예요. 그러면 그 사연을 DJ가 읽어줘요. 라디오처럼. 그러면 그 사람이 신청한 노래가 흘러나오죠. 사운드만 흘러나오게 한다거나, 영상이나, 생활 음악 분들이 직접 연주를 한다거나, 1절을 짚 연주해서 조용해지면, 밴드가 다시 편곡, 재즈버전으로 연주를 하는 거죠. 그렇게 모든 게 인풋 원곡, 아웃풋 재즈로 만들어졌습니다.

	진행내용	진행방법	협력 및 주민참여
STEP1. 삶의 이야기 수집과 콘텐츠화 사업	삶의 이야기 수집	지역문화동아리 연계	가평문화원
	삶의 이야기 재즈음악으로 제작	전문음악가	가평문화원
STEP2. 주민과 소통 및 연계	듣고 싶은 모든 음악을 신청한다. 신청된 음악은 재즈로 (일명 통악을 신청하고 재즈로 둔 는다)	듣고 싶은 음악과 사 연신청접수 (재즈편곡작업)	가평문화원, 주민 자치센터, 지역상 인회, 가평역사, 지역문화단체
STEP3. 주민과 함께 만드는 콘서트 "그까 이까 재즈"	지역주민과 재즈 밴드와의 작은 파티	주민 신청곡 오리지 널곡 재생과 병행한 재즈 연주, 주민사연 선정 시상,	지역주민

그 다음에 전시의 경우에는 그 분들이 그 동네에서 찍은 사진, 옛날에 가지고 있던 사진들을 받았고, 풍경사진, 가족사진, 가평역이 폐쇄되기 이전에 가평역과 관련된 추억의 사진들을 받아서 전시를 했습니다. 삶의 이야기를 수집하고 콘텐츠화를 하자. 그다음에 음악으로 제작을 하자. 어떻게 할까? 지역 문화 동아리를 연계해보고, 누구에게 요청을 할까? 문화원에게. 문화원에게는 왜 협력을 요청했

을까요? 저희는 기획이 끝나면 빠지게 됩니다. 그러면 남아있는 분들은 그 지역의 사람들과 문화원이었어요. 그러면 그 지역사람들과 문화원의 관계를 맺게 하려면 저희가 아니라 그들이 움직이게 해야하기 때문에 그들이 직접 하도록 한 것입니다. 그 다음에는 듣고 싶은 음악을 선정합니다. 그 다음은 재즈로 편곡을 하고, 문화원과 주민자치센터, 상인, 역, 지역문화단체...하나 둘씩 연결되는 단체들이 많아지기 시작했습니다. 그렇게 주민들과 함께 만드는 그까이까 재즈를 하게 됐습니다.

지역주민을 최대한 참여시키기

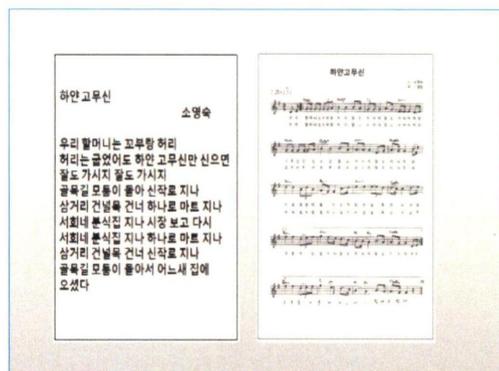
주민들의 신청곡을 오리지널로 재생하고, 재즈로 편곡, 사연을 선정하고 시상을 했습니다. 시상은 1등, 2등 그런데 아니라 라디오에 사연이 뽑히면 당연히 선물을 주지 않습니까? 그러면 선물을 뭘 주면 될까 고민 하다가, 그 지역의 빵집, 닭갈비집, 치킨집, 슈퍼를 돌아다니면서 만원짜리 상품권을 만들어줬습니다. 저희만의 상품권을. "이렇게 생긴 걸 받아두시면 저희가 끝나고 돈으로 바꿔드릴게요." 라고 얘기해 두고 사연이 채택되신 분들에게 만원짜리 상품권을 선물로 드렸습니다. 이 분들은 이런 경험이 없기 때문에, 가족, 친구, 동아리 사람들이랑 같이 울꺼예요. 이 많은 사람들이 닭갈비집에서 만원만 시킬까요? 그렇지 않겠조. 닭갈비 4만원어치 먹고 만원만 상품권으로 쓰는 거예요. 그럼 이 지역에 있는 상인들은 만원어치만 파는 게 아니죠. 그래서 이 상품권을 한 30~40만원 정도 곱하기 4하면.. 계산은 되시죠? 어떤 분은 집에 갈 때 치킨집 상품권으로 치킨 한 마리 사들고 집에 가시기도 하고, 거기서 맥주를 마시기도 하고, 지역에 모든 사람들이 연계가 되어 있습니다. 그런데 이날 갑자기 비가 오는거예요. 비가 오기 시작하는데, 원래 폐역사는 안 열어준다고 했잖아요. 역사 앞에서 공연을 해야하는데 비가 오는거예요. '어떻게 하지? 큰일 났다.' 그런데 이 모든 과정을 기획 할 때 코레일의 부 역장을 끼워서 시시콜콜 이야기를 했었습니다. 코

레일의 도움이 필요하기도 했고, 폐역사에서 하는 만큼 최대한 기획에 참여시키고 과정을 설명하기 위해서였습니다. 그런데 하필 그날 비가 온 겁니다. '우리 이런 거 할 거예요, 역장님 이것 좀 도와주세요.' 이렇게 귀찮게 하기도했고, 이 분 역시 많은 관심을 보이면서 재미있을 것 같다고 흥미를 보이셨었거든요. 그래서 코레일로 막 뛰어갔습니다. 사정을 이야기했어요. 관심을 보였어도 폐역사는 열어 줄 수 없다고 말씀하셨던 분이, '아이 씨, 그냥 욕먹지 뭐.' 하면서 폐역사의 문을 열어주셨습니다. 20년인가 30년 만에 처음이죠. 안에는 완전 쓰레기와 먼지투성이였고, 꼭두새벽부터 치우고 닦고 하면서, 원래 계획에 전혀 없었던 세팅이 이루어졌습니다.

역사 안에 아이스크림 냉장고에 천을 씌우고 DJ 박스로 사용하고, 표 파는 곳은 음향콘솔룸, 또 역 안에 보면 역대 역장이나 역의 모습들을 걸어두었던 사진들이 있는데, 그 밑에다가 우리가 준비한 전시 사진들, 그 다음 세군데에 프로젝트를 설치해서 사운드 없이 움직이는 영상을 계속 틀면서 공연을 보든, 영상을 보든, 그 시절을 추억하든 하는 시간들을 계속 만들어 냈습니다.



흐려서 잘 안보이네요. 이게 가평역입니다. 역 900만원 예산으로 전체를 바꿀수도 없고, 또 저희 맘대로 바꿀 수 없어서 이런 식으로 일단 꾸몄습니다. 앞에 어린이모형의 경우는 옛날을 생각하면서 스티로폼으로 사람보다 더 큰 인형들을 만들어서 배치했어요.



이건 뭐냐하면 글두레문학회라고 있다고 했잖아요. 이분들이 쓴 시 중 한편입니다. 그런데 따지고 보면 이 시 정말 단순하거든요? '우리 할머니는 꼬부랑 허리, 허리는 굽었어도 하얀 고무신만 신으면 잘도 가시지 잘도 가지지 골목길 모퉁이 돌아 신작로 지나 삼거리 건널목 건너 하나로 마트 지나 서희네 분식집 지나 시장 보고 다시 삼거리 건널목 건너 신작로 지나 골목길 모퉁이 돌아서 어느새 집에 오셨다'

리 건널목 건너, 하나로 마트 지나, 서희네 분식집 지나, 시장보고 다시 똑같이 반대로 돌아오는 거예요. 그게 다입니다. 시를 통해 할머니의 일상을 이야기하는데 왜 이렇게 했냐하면, 이분이 어렸을 때 소아마비로 전신이 마비 되어서 휠체어도 혼자 끌고 다니실 수 없는 분인데, 입에다가 펜을 물고 글씨만 쓰실 수 있는 분이거든요. 할머니가 허리가 굽고 되게 힘든데도 본인은 할 수 없지만, 할머니는 고무신만 신으면 이분 눈에는 날아다니시는 것처럼 보이는거예요. 그리고 허리가 그렇게 굽었는데도, 본인이 움직일 수 없기 때문에 그 분의 손과 발이 되어서 뭐든지 다 해결해 줄 수 있는 분 인겁니다. 그러니까 고마움도 있을 것이고, 부러움도 있을 것이고, 감사한 마음도 있을 것이고, 그런 것들이 시에 나타나있습니다. 그 시를 노래로 만들었습니다. 자 그러면 그들의 삶의 이야기를 노래로 만들어서 불러주는 일도 있었던거죠.



이거는 그 때 사진입니다. 폐 역사 안에 아이스크림 통 위에 아무 것도 안하고 전등하나 딱 올려놓고 DJ박스로 사용한 사진입니다. 그 다음 위에는 사진들이 있습니다. 저 위에 있는 노란 뒷짐 지고 있는건 인형인데, 얘기가 더 인형 같지 않아요? 그래서 저 얘기가 상품권 받아갔습니다.



자 이렇게 안쪽에다가 그 분들이 보내주신 사진들을 배치하고, 여기에는 큰 프로젝트를 해서, 가평역에 있던 사진들, 가평역에 마지막에 운행되었던 열차에서 사람들이 찍은 사진들, 이런 것들을 계속 음소거 상태로 사람들이 볼 수 있도록 전시를 했습니다.

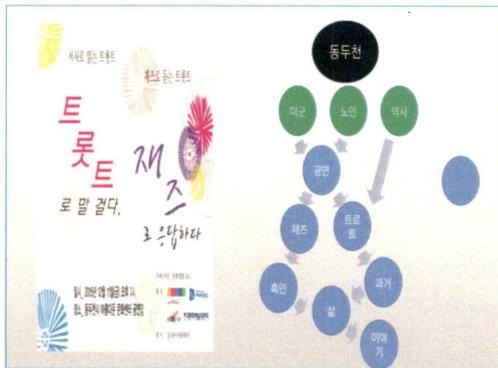




자 이분들은 늘 보던 분들이죠? 우리 동네에 다 있는 색소폰 부시는 분들, 저기는 청년들, 마지막 사진은 재즈밴드와 싱어의 사진입니다.

제일 좋아했던 것은 동백아가씨, 섬마을 선생님, 하숙생, 어르신들한테 이런 노래들이 신청곡으로 많이 들어 옵니다. 이것을 재즈로 편곡을 해서 불렀는데, 굉장히 매력적이고 색다른 음악으로 재탄생됩니다. 관객들도 굉장히 좋아하셨고, 이렇게도 할 수 있구나하는 색다른 경험을 하게 됩니다.

이렇게 공연을 만들고 나서 연결된 것이 있는데 '트로트로 말 걸다. 재즈로 응답하다.'라는 프로그램입니다.



이 프로그램은 가평지역이 아니고 동두천이었어요. 이거는 가평에서 했던 것이 성공적이어서 했던 게 아니라, 비슷한 프로젝트를 동두천에서도 받게 되었습니다. 그러면 '동두천에서는 뭐가 떠올라?' 미군이 참 많아요. 또 아이들보다 어르신들이 많습니다. 그 다음에 독특한 역사를 가지고 있는 도시. 그럼 이걸 가지고 공통점이 뭐야? 미군들 공연이라고 하기보다는 어르신들이 맨날 노래교실 가서

박수치고 노시는 거, 또 미군들도 외국사람들은 워낙 노래를 좋아하기 때문에 공통점을 찾다보니 노래, 공연으로 묶어진거예요. 그런데 여기서 다시 갈라지죠. 미군들은 팝, 재즈, 어르신들은 트로

트. 이걸 그럼 어떻게 연결할거야? 재즈는 흑인의 음악, 흑인들이 많이 하는 음악. 왜냐하면 삶을 예술로 투영시킨, 음악 안에 삶의 이야기가 녹아있는, 음악공부 하는 분 앞에서 맞는 소리인지 모르고 막 이야기 하고 있습니다. 자 그러면 이분들은 과거 일상들, 과거의 이야기, 과거의 기억, 이런 것들을 어떻게 하나로 만들 수 있을까? 모두 다 삶의 이야기인데, 그래서 제목을 '트로트로 말 걸다. 재즈로 응답하다.' 이것도 아까의 컨셉과 굉장히 비슷하게 만들어 집니다. 자 여기서 트로트로 말걸 때, 저희는 주로 지역에 있는 사람들을 항상 참여시킨다고 했습니다. 노래교실에 회원이 80명이래요. 노래교실 아주머니들을 불렀습니다.



이미자의 동백아가씨를 1절만 불러주세요. 또 지역에서 하모니카 부시는 어르신 분들에게 하모니카로 하숙생 1절만 불러주세요. 또 기타 치시고 노래하는 분한테 하시고 싶은 노래 1절만 해주세요. 하고 부탁드립니다.



여기는 재즈가수예요. 자 그러면 계속 노래만 하고, 노래 만들고 그러면 끝이야? 아까 역사라는 부분이 있었죠. 그래서 이 프로그램의 진행을 인터넷에서 노래나 이런 것을 강의하시는 선생님인데, 이분을 사회자로 모셔서 트로트와 재즈에 대한 역사 이야기로 꾸몄습니다.

처음에 시작할 때 트로트와 재즈가 어떤 부분에서 비슷하고, 어떻게 이 시대를 왜 이런 노래가 유행하게 됐는지에 대해서 이야기 식으로 진행을 풀어가게 했어요. 50년~60년대, 70년~80년대, 90년~2000년대, 이렇게 3part로 나눠서 옛날이야기를 해주시는거예요. 이 때 트로트는 어떤어떤 일 때문에 어떤 분위기에 트로트가 많았고, 트로트

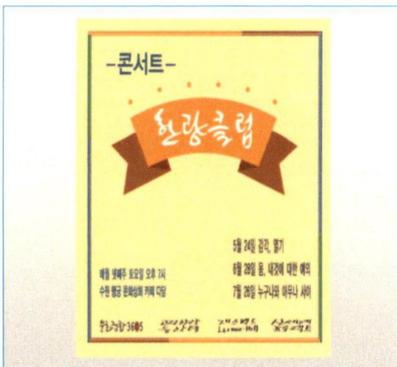


도 되게 다양하더라고요. 차차차 분위기가 유행할 때가 있었고, 그런 게 다 다르더라고요.

이렇게 영상으로 쪽 나가다가, 실제로 밴드가 같이 겹쳐가지고 쪽 들어와요. 그러면서 재즈버전으로 바뀌거든요. 그러면 되게 재밌어해요. 막 박수치시다가 따라 부르시고, 재즈버전으로 부르는데도 관객들은 옛날버전으로 따라 부르세요. 그게 되게 신기한 경험이었습니다. 그런데 희안하게 이질감이 없이 딱 맞다는 것도 신기하구요. 이렇게 저희가 했던 작업들은 한 가지 주제를 가지고 있지 않았어요. 여러분께 이렇게 보여드리 는 이유는, 이 안에서 사람들의 이야기와 기획을 어떻게, 어느 지점에서 접목했는지, 그다음 기획서가 똑딱 하고 나오는 게 아니잖아요. 그거를 계속 어떤 단어로

연결시켜서 만들어야 될 것인지에 대한 고민들. 이런건 돈이 그렇게 많지 않아도 할 수 있다는 것이고, 물론 많으면 인프라는 좋아하겠지만 그렇지 않더라도 **기획은 관심에서 나온**다는 것입니다.

돈 없이 했던 기획을 하나 더 말씀 드리려고 합니다. 이 기획은 저희 문화집합에서 했지만 제가 주도적으로 한 것은 아니고 민병은 대표님의 아이디어에서 시작되었습니다. 이 한량클럽은 저희가 지원금을 받는 기획 말고 돈 10원도 안 드는 공연을 만들어서 우리끼리 놀아보자라는 취지로 만들어졌습니다. 그래서 이름이 한량클럽이에요.



한량 뭔지아시죠? 기획자는 꼭 일해야 돼? 우리는 놀면 안 돼? 그래서 만들어진 기획입니다. 여기는 모든 한량들이 있습니다. 수원의 행궁동에 가면 벽화거리라고 예술가 마을이 있잖아요. 행궁동에 있는 '다담'이라는 갤러리 카페예요. 여기 뿐만이 아니라 여기 많은 카페들이 갤러리를 겸하고 있는데, 작가 찾기도 힘들고, 지속하기도 힘들고, 그런데 우리는 뭔가 하고 싶은데 공간이 없고, 그래서 무료로 공간 빌렸습니다. 그 대신 관객들한테 커피를 한잔씩 사마시게 하였습니다.



이야기 한량



이야기 한량

그래서 이 공간을 빌려서 저희들이 한량클럽이란 걸 했어요. 자 이야기 한량, lecture콘서트 형식으로, '우리가 뭘하고 놀면 재밌을까? 난 강의도 듣고 싶고, 노래도 듣고 싶고, 이런저런 이야기도 듣고 싶고, 예술가들의 이야기도 듣고 싶고 어떻게 하지?'

그럼 이야기 한량을 한번 모셔보자. 여기 윤희택 교수님이라고 동국대학교 교수님이 한량에 대해 설명을 하시는거예요. 그리고 여긴 지혜로운 봄에 민병은선생님 이야기 하시는거고, 그리고 이분이 저는 되게 좋았는데 해상도가 안 좋아서 잘 안보이시네요. 이분은 수원 행궁동 근처에서 게릴라 꽃밭, 게릴라 가드닝을 하시는 분이세요. 게릴라 가드닝이 먼지아세요? 그냥 쇼핑카트 있죠? 쇼핑카트에다가 흙이 세나가지 않게 해놓고 거기다가 꽃을 심으세요. 가든을 만드는 거죠. 게릴라예요. 아무데나 갈 수 있죠. 밀면 가잖아요. 그래서 이 공간에도 저 공간에도 전시를 할 수 있고, 꽃을 가지고 노시는 분이세요. 말씀을 하시면서 꽃을 만드시는데 게릴라 가드닝 너무너무 잘하시는 분인 이분 이야기도 들어보고, 이분 잘 안보이시는데 공정여행 하시는 분인데 여행에 관한 이야기를 듣기도하고, 이분은 저 뒤에 있는 작품들의 작가선생님이세요. 미술 이야기를 들어보기도 하고, 이분은 '삼치와 이기리'라는 밴드예요. 노래제목이 '계란이 왔어요.'예요.



노래 한량

여기는 노래한량, 딱 3개월씩만 했어요. '다담'에서 3개월 그리고 '예술공간 봄', '대안공간 눈', 앞뒤로 붙어있는 곳인데, 봄이 먼저생기고요. 눈이라는 공간을 나중에 매입을 하셨어요. 봄에서 3개월, 눈에서 3개월, 이렇게 1년동안 저희가 놀았습니다. 지원 하나도 안 받았어요. 그러니 예술가들한테도 돈을 줄 수

가없잖아요. 그래서 사전에 미리 무슨이야기든 하고싶은 분들과 함께 했고, 연주자 분들도 자기 기타, 드럼 다 가지고 오시고, 조명하시는 선생님께서도 '나 이거 재밌을 것 같아. 공짜로 해줄게.' 이런식으로 해서 아주 소규모로 자기가 가지고 올 수 있는 한도 내에서 가지고와서 돈이 하나도 안들고 진행했던 프로그램이었습니다. 하지만 관객분들한테 예술은 공짜로 누려서는 안된다라는 걸 말하고 싶었고, 그래서 여러분이 마시는 커피는 여러분에 입으로 들어가는 거니까, 근데 여러분의 가슴과 머릿속에 들어가는 이 공연장의 아우라를 느낀 만큼 기부를 하고 가시길 부탁드립니다. 1000원도, 500원도, 100원, 10000원도 상관없이 없으니까 그 만큼만 나가실 때 내고 나가시도록 했습니다. 한번 공연할 때 이 공간들이 넓지 않기 때문에 30명에서 아주 많으면 50명, 이정도 밖에 안되는데, 평균적으로 10만원정도 되거든요. 푼돈 모아서, 그거를 오시는 예술가들과 식사하는 비용으로 사용했습니다. 돈 없이도 기획할 수 있다는거죠.

이게 봄, 눈 공간입니다. 글을 써놓기도 하고 작품전시도 하기도 하고 되게 예쁘죠? 공간이. 이렇게 야외에서 했었어요.



기획자의 포지션을 최소화하기

마지막으로 파주에 있는 작은 도서관의 작품입니다. 여러분은 기획을 하실 때 어느정도 개입을 하십니까? 굉장히 많은 부분을 해줘야하죠? 그럼 '기획자가 얼마만큼 관여를 해야할까?'라는 것을 저는 되게 많이 생각하거든요. 아까 가평의 사례에서도 그 분들이 다하셨어요. 모집, 홍보, 준비 거의 대부분을 지역에 계신분들이 능동적으로 움직이도록 했습니다. 파주 작은 도서관에서 인문학 선생님들이 아이들처럼 시를쓰는 작업을 했습니다. 어떤 것도 시가 될 수 있고, 어떤 것도

공부를 잘하면 뭐가 될까

1

곡작 표영민

노래가 될 수 있고, 그런 것들을 공부하는 과정에서 아이들이 시를 썼구요. 그 다음 작곡을 하시는 선생님께서 '작곡은 이런거야'를 알려주는게 아니라 '니가 흥얼흥얼흥얼 하는거를 작곡 해봐. 피아노는 치지 못해도 괜찮고, 하모니카로 해도돼. 리코더로 해도돼.'라고 해서 정말 말이 안되는 연결 지점만 틈만 주고 다 아이들이 작곡도 다 했다고 합니다. 아이들이 노래도 녹음했어요. 이 프로젝트에서 예술가나 선생님들의 기획 포지션은 10%라고 합니다. 나머지 90%는 아이들이 한건데, 제가 재미있었던 것 두 개만 소개해드리려고 합니다.

우리엄마

1

곡작 허문현

'요리를 잘하면 요리사가 되고, 그림을 잘 그리면 화가가 되고, 글을 잘 쓰면 작가가 되는데, 공부를 잘하면 뭐가 될까?' 모든 사람들이 공부해라, 공부만 하면 된다. 하는데 공부를 잘하면 뭐가 되는지 자기는 정말 모르겠는 거예요. 너무 똑똑하지 않아요? 다음 것 보여주세요. 제가 제일 좋아하는 작품입니다.

'우리 엄마, 우리 엄마는 날마다 혼낸다. 하지만 기분이 좋을 땐 다 된다. 게임도 TV도 놀러가는 것도 다 된다. 근데 기분이 좋은건 오래가지 않고 안좋은 건 화가나면 아침부터 저녁까지 갈 수도 있다는 거다.' 찝리지 않으세요?? 저는 이거보고 빵 터지기도 했지만, 아이들이 진짜 엄마가 옆에 있으면 이렇게 못 씩니다. 어떻게 이런 대단한 관찰력을 가지고 있고, 대단한 느낌, 감정을 잘 표현하는지 감

짜 놀랐습니다. 제가 말하고 싶은 것은 기획자가 모든 것을 다 하는 것은 아니라는 겁니다. 기획자는 어떻게 매개시켜줄 것인가가 가장 중요하다고 느낀 지점이었습니다.

도움이 되셨는지는 모르겠지만 앞으로 기획서를 쓰셔야하고, 언어를 글로 표현하셔야 되고, 다른 사람들의 생각을 모아내셔야 되는 작업들을 하셔야 되기 때문에, 여러 가지 지점들의 고민이 있으실 것입니다. 사람들의 이야기를, 사람과 함께, 사람들로 하여금 스스로 즐겁게 참여하고 그 안에서 울림이 있고 즐거워야 하는 것이 기획자의 역할일 것입니다. **사람들이 가지고 있는 것을 어떻게 의미 있는 것으로 만들고, 어떤 의미가 있는 것인지 느낄 수 있도록 하는 것이 문화기획이라고 저는 생각합니다.**

조금 있다가 하게 될 활동도 마찬가지로 될 것입니다. 서로 잘 모르는 우리가 팀을 이루어 기획서를 작성하게 될 때 서로를 잘 읽어주시고, 배려해주셔서 개개인인 가진 언어들을 모아 또다른 언어로 표현하게 될 것입니다. 즐겁게 참여해주시기 바랍니다.



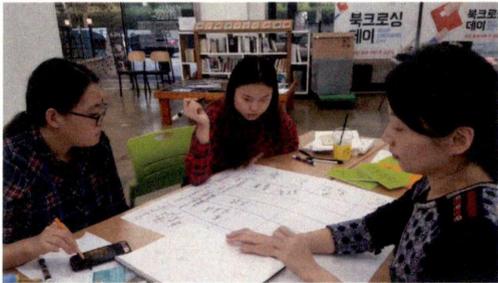
(2017. 09. 05)

움직이기

몸풀기, 뇌풀기, 마음풀기

신희영

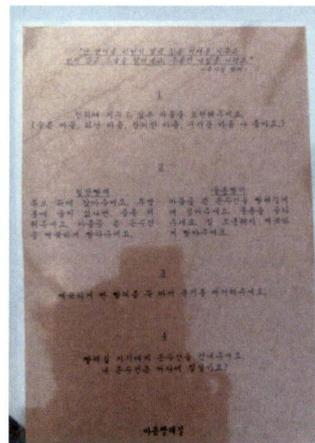
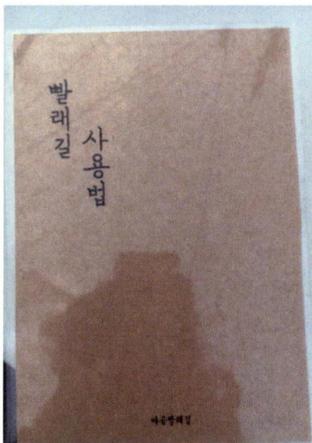
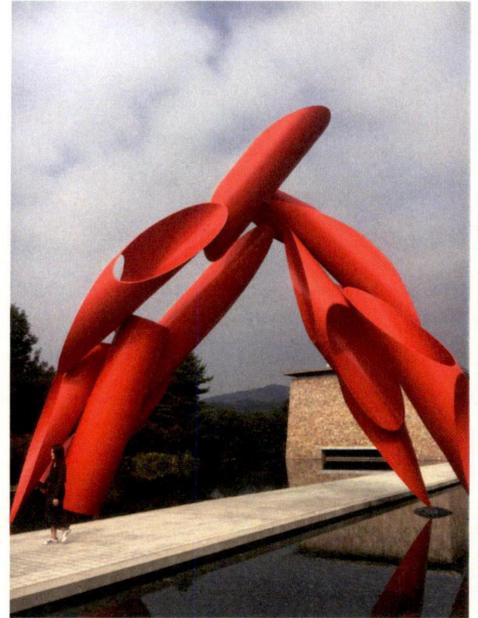
(문화집합36.5 대표)



(2017. 09. 22~24)

통합집합교육

강원도 원주 및 춘천





생활예술 매개자의 역할

문화는 그 시대 사람들의 필요에 의한 선택으로 결정된다.



페이스북 양상이 변했습니다. 이제는 함부로 올리지 않고 검증된 것을 올립니다. 그래서 기사를 주로 포워드 시킵니다. 그리고 페이스북 북을 탈퇴한 사람도 많습니다. 좋아요가 안붙으면 힘듭니다. 저는 그것을 온몸으로 체험을 했습니다. 설정을 본인만 보기를 해놓아서 25-30개를 올렸는데 좋아요가 하나도 안찍혀 있었습니다. 그래서 누군가 나의 험담을 하고 있다. 아니면 내가 블랙리스트 인거 같다.

그 기분을 잊을 수가 없습니다. 그런 것입니다. 모멸감, 열등감, 고립감, 무기력 이런 것들이 현대에 생겨난 정신적 질환이고 제일 견디기 힘듭니다. 철학자들도 제일 견디기 힘든 게 무기력이라고 말합니다. 무기력에 걸리면 바로 자살을 합니다. 무기력이란 내가 더 이상 남에게 참조가 되지 않는 것입니다. 남에게 고맙다, 이롭다는 얘기를 더 이상 듣지를 못하는 것입니다. 나에게 뭔가를 물어보지를 않습니다. 마을 혹은 국가에서는 뭔가를 결정할 때 내가 있는지 없는지 모르는 것처럼 물어보지를 않습니다. 그럼 내가 죽었을 경우 어떤 현상이 일어날까? 아무런 일도 일어나지 않습니다. 그러면 무기력해지고 살아갈 수가 없게 됩니다. 남에게 참조점이 된다는 것은 누가 와서 언니 때문에 내가 많은 것을 느껴요 라고 하는 것입니다. 이러한 것을 사회적 존재감이라고 하고 이 때문에 사회적 동물이라고 합니다.

이런 상태로 온 것이 우리나라만의 특수한 현상일까? 원인이 뭔지 설명을 하면 산업문명시대에 있었던 보편적인 정서입니다. 50 ~ 70년대 쪽 오면서 산업문명, 산업사회라는 이름으로 아버지들이 앞만 보면서 달려왔습니다. 그래서 아버지들은 노는 것을 모릅니다. 엄마는 매주 일정이 있



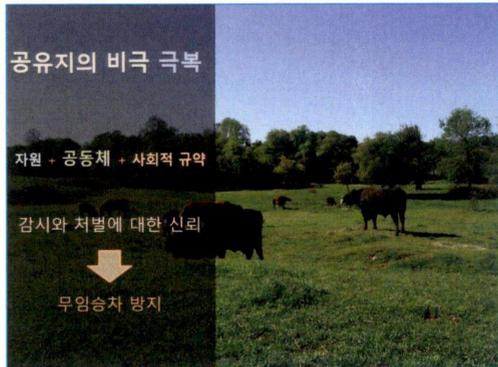
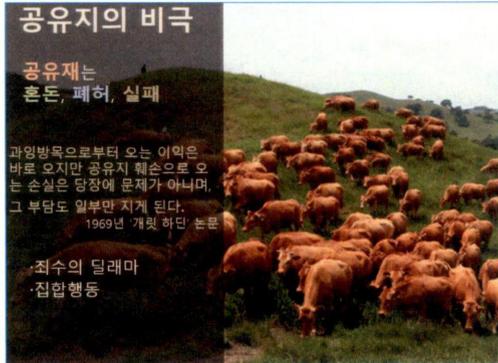
지만, 아빠는 일찍 오더라도 놀지를 못합니다. 노는 것을 안 좋은 것으로 생각하기 때문입니다. 그 때는 자유를 정복해서 가치 있는 물건을 만드는 것이 산업문명의 근간이고, 두 개의 큰 기둥으로 버텼습니다. 하나는 국가주의, 집단주의이며 회사, 마을, 진보, 보수 등의 멤버로 소속이 되어 있어야 했습니다. 개인으로 빠지게 되면 함께 나가려는 목표를 돌파할 수가 없기 때문에 개인의 감수성, 고난, 괴

로움은 굉장히 무시가 되었습니다. 며느리로서나 엄마로서의 역할은 잘하는지는 고민이 됐지만, 개인의 역할에 대해서는 고민을 하지 않았습니다. 이런 것이 집단주의의 특징입니다. 다른 하나는 자본주의이며, 시장경쟁이 최고의 선으로 부각 됐습니다. 누군가 도태되면 사람들은 도덕적인 책임을 느끼지 않았습니다. 도태된 이유를 게으르거나, 공부를 안했다고 생각을 하게 된 것입니다. 경쟁이란 승패를 인정하는 것이며 스포츠와 비슷합니다. 졌을 때 불만이 없는 것이고 그걸 인정하는 것이 스포츠맨 습입니다. 그래서 경쟁에서 이기는 것은 나쁜 것이 아닙니다. 누군가를 밟고 올라가더라도 요령이고 스킬입니다. 인맥을 사용하는 것을 부끄러워하지 않습니다. 경쟁이 최고의 선이 되면 다 실력이 됩니다. 그래서 옛날에는 인맥으로 군대를 안가면 나쁘다고 욕을 하지 않고 신의 아들이라고 했습니다.

성장주의는 뭔가를 만들어서 계속 팔아야 됩니다. 팔 때가 없으면 식민지를 개척해서라도 팔아야 됩니다. 만드는 행위가 경제성장이 아니고 팔아서 수익을 내야지 성장을 하는 것입니다. 이것을 멈추는 순간 GDP가 떨어지고 주식이 떨어지고 나라가 망하는 것입니다. 이것은 멈추면 안 되기 때문에 전 세계가 계속 만들어 내는 것 입니다. 그래서 생태 위기가 도래했고, 지속할 수가 없는 상태입니다.

북극의 얼음이 있기 때문에 찬물이 내려가고 따뜻한 물이 올라가면서 물이 돌게 되고 썩지가 않는데 얼음이 녹고 온도가 올라가게 되면 물이 돌지 않거나 천천히 돌게 되어 썩게 됩니다. 그러면 바다에서 메탄가스가 올라오게 되고 가스중독으로 죽게 될 것 입니다. 공룡이 죽은 이유는 비슷합니다. 바다가 안돌기 시작하면 대기 중이 메탄가스로 차게 되고 인간은 죽게 됩니다. 그래서 새로운 질서가 나오게 됩니다. 왜냐면 생존에 문제가 되기 때문에 새로운 길을 모색하게 되고 이게 의미 있는 작은 요동입니다.

작년에 희망제작소에서 새로운 사무국장이 오고 처음 한 사업이 시대정신을 조사하는 것입니다. 조사한 내용을 한마디로 요약을 하면 2016년의 시대정신은 안전한 놀이터와 지속할 수 있는 생활이었습니다. 놀이터가 가지고 있는 이미지가 불안한 것이고, 현재 잘 살고 있지는 않지만 3년, 5년 후에도 비슷하게 살 수 있는지에 대해서 불안함을 느끼는 것 입니다. 그러니 어떻게 아이를 가지며, 결혼을 하겠는가. 당연한 현상입니다. 이게 지금의 전체적으로 가지고 있는 정신적인 고통입니다. 산업문명에서 합리화 했던 것이 인간은 경제적 동물이다. 라는 것입니다. 인간의 본성을 규정하는 아주 강력한 이론이었습니다.



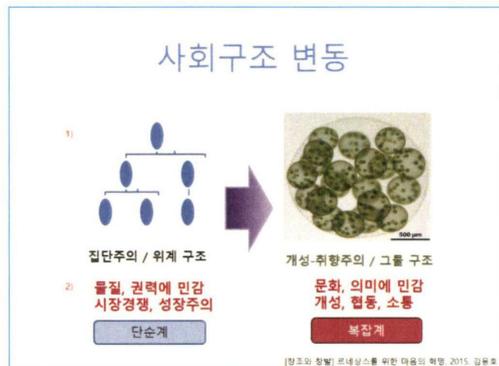
1969년 개릿 하딘은 공유재의 비극이라는 논문을 작성하였는데, 인간은 이기적이라는 걸 밝힌 것 입니다. 누구나 갈 수 있는 목초지가 있습니다. 그 주변에 목동이 5가구가 살고 있고, 10마리씩 소를 키우면서 사이좋게 살고 있었습니다. A라는 목동이 10마리의 소를 더 사게 되면 수입이 2배가 될 것입니다. 그러면 다른 목동들도 돈을 모아서 소를 같이 사게 될 것입니다. 이렇게 5가구가 다 소를 더 사게 되면 과잉방목이 될 것이고 목초지는 훼손되게 됩니다. 이것이 필연적으로 도달하는 공유재의 비극입니다. 왜 인간은 이기적이기 때문이고 자기의 경제적 이득을 위해서 합리적으로 판단하는 동물이기 때문입니다. 망칠 것을 알면서 왜 저런 행동을 할까요? 라는 의문에 하딘의 생각은 과잉방목으로 들어오는 것은 당장의 소득이고 전부 본인의 소득이지만 공

유재가 훼손되어서 오는 손해는 나중에 오고, 5목동이 나눠서 부담하기 때문에 당장은 소를 더 사는 것이 합리적이라는 것입니다. 죄수의 딜레마, 집단행동의 딜레마도 마찬가지로의 이론입니다.

하지만 엘리너 오스트롬이라는 경제학자는 전 세계를 다니면서 보존이 되는 공유지를 1000여 곳을 발견하게 됩니다. 일본의 어느 마을 산속의 숲, 인도의 관계시설, 어느 마을의 어장 등이 훼손되지 않고 보존이 되고 있다. 이런 현상의 원인으로 3가지를 뽑았습니다. 일단, 공동체에게 이로운 유, 무형의 자원과 추가로 자율적 규약이 있어야 합니다. 종이컵 쓰지 말자, 사용 후 정리정돈

을 하자 등의 규율이 존재하고 안 지키는 사람에 대해서 어떻게 처벌할지에 대한 규약이 있고 지켜지고 있는가에 대한 신뢰가 있을 경우 공유지가 유지되는 것입니다. 규약을 지키지 않는 사람처럼 무임승차를 방지하게 되면 엔트로피가 증가하게 되고 망가지게 됩니다. 규약을 지키는 사람들이 순진한 바보가 되어 자책하다가 지키지 않게 되어 공유재가 망가지게 됩니다. 하지만 상호 감시와 제재가 되고 지켜지게 될 경우 누군가 규약을 어기게 되면 마을의 대표에게 신고가 되고 1차로 대화로 경고를 하게 되고 다시 어기게 되면 2차로 이용정지를 하게 됩니다. 이러한 제재는 커뮤니티마다 정하게 되고 최고수위의 제재는 마을에서 추방하게 됩니다. 이러한 처벌이 잘되면 커뮤니티가 유지되는 이유는 규약을 잘 지키는 사람이 순진한 바보가 되지 않고 손해라고 느끼지 않기 때문입니다. 커뮤니티를 유지하려는 사람을 힘들게 하는 것은 규약을 지키지 않는 사람이 커뮤니티에 계속 있는 것입니다.

그래서 현재는 큰 패러다임이 변하고 있습니다. 물론 산업문명이라는 큰 틀이 한 번에 바뀌지는 않을 것입니다. 국가주의는 탈 국가주의, 지방정치, 생활정치, 협동조합, 마을공동체등으로 바뀌고 있고, 자본주의는 공유경제, 사회적 경제, 생활경제, 커뮤니티 비즈니스 등으로 바뀌고 있다. 이러한 것들이 공명이 일어나고 확산이 되지 않으면 없어지게 될 요동들도 있습니다. 하지만 예로 든 요동들은 공진을 일으키고 있고, 공감을 얻고 있는 것 들입니다. 작게나마 마을이나 지역은 문화가 바뀌고 있고, 여기까지가 창의성, 창발성, 창조성의 끝 입니다. 현재 헌법 개정에서 이야기가 되고 있는 것 들입니다. 이렇게 계속 변화가 있고, 이러한 것들이 일상생활에서 일어나는 의미 있는 요동들입니다. 과거에는 정치인, 학자 등의 엘리트들이 패러다임을 바꿨지만, 현재의 요동들의 특징은 일상 생활권에 있는 부상입니다. 월스트리트 아쿠파이 운동, 촛불집회 등의 특징이 누구도 기획하지 않았다는 것입니다. 즉, 개인의 욕망을 대변하면서 참여하게 되는 것입니다. 일상생활권이 사회를 변하게 하는 주력세력이 되고 있고 속도가 가파르게 올라가고 있습니다. 예로, 동에서 자치회를 구성하여 동의 정책을 만들게 되고, 동장이하 동사무소 직원들은 결정사항에 대해서 집행만 하게 됩니다. 일상생활권의 부상이라고 하는 것은 개인의 욕망을 바라보는 태도가 바뀐 것입니다.



생활 예술이 어떤 기능을 하느냐 이야기를 하려고 합니다. 10년 전에 조사하러 갔을 때 본 조직표가 동그란 모양이었습니다. 수평적으로 언제든지 만날 수 있는 네트워크가 잘 작동하는 구조였지요. 예전에는 집단주의, 위

계 질서, 물질이 중요했고 권력에 민감했습니다만 현재는 문화, 의미에 민감합니다. 그 의미를 알지 못하면 동원되지 못하지만 일부는 남아 있습니다. 이것을 복잡계라고 합니다. 복잡하고 시끄러운 것이 민주주의 라고 합니다. 개인개인이 각자의 목소리를 내기 시작한 것입니다. 여기서 딜레마가 있습니다. 공동체와 집단주의를 헛갈리면 안됩니다. 우리가 만들려고 하는 마을의 공동체가 집단주의적 성향이라면 빠져야 합니다. 자유로운 개인들이 자기의 목소리를 낼 수 있는 집단이 현재 추구하는 공동체여야 합니다. 그래서 개인의 개성이 굉장히 중요합니다. 예전에는 공동의 목표에 도달하기 위해서 개인의 의견은 참고 동참해야 했지만 현재는 그러면 안 됩니다. 개인의 자율성이 살아있는 공동체를 추구해야 합니다. 그렇지 않으면 공동체가 돌아가지가 않게 됩니다. 그래서 개인의 부분적인 자발성이 성장했을 때, 상호 네트워크도 빛을 발하게 됩니다.

자율성 요구

<ul style="list-style-type: none"> • 개별화 (개성화) <p style="text-align: center;">개체, 집단에서 독립</p> <ul style="list-style-type: none"> • 가족보다 상위 개념으로서의 개인 	<ul style="list-style-type: none"> • 집단주의 공동체 붕괴 <p style="text-align: center;">물질적, 인격적 자립 요구</p> <ul style="list-style-type: none"> • 여성에게도 • 청소년과 노인에게도
--	---

자율성은 개성을 뒷받침하는 필수 요소
개성은 자율성을 요구한다

[창조와 행복] 프네상스를 위한 마을의 역명, 2015. 김유호

일본은 네트워크들의 요소 하나하나가 다 살아있지만, 우리나라는 개인이나 작은 그룹들이 성장을 못하고 있는데, 중앙에서는 네트워크를 구성하려고 합니다. 재밌게 읽은 논문에서 박정희 때의 새마을 운동과 박원순의 마을 만들기를 너무 똑같다고 논문을 작성하였습니다.

찌르레기라는 새가 집단행동을 할 수 있는 원칙이 두 가지가 있습니다. 하나는 앞으로만 납니다. 두 번째 옆의 새와의 간격은 몸 크기의 두 배를 유지합니다. 이 원칙만 지키면 찌르레기의 단체 비행모양이 됩니다. 그리고 독수리가 나타나면 찌르레기가 바퀴벌레 퍼지듯이 퍼져 날아갑니다. 갑자기 이기적으로 개인이 살아야 한다는 뜻이 퍼져 날아갑니다. 그리고 다시 뭉칩니다. 즉 개인이 참여하는 것은 개인의 이득이 있기 때문입니다. 전체에



목매는 것은 없습니다. 그럴 경우라면 개인 일부가 독수리에게 잡혀야 했습니다. 그리고 우리가 하면 그 룰을 찌르레기와 같이 지킵니다. 그래서 지금 창조적인 시대는 개성과 자율성을 바탕으로 한 복잡한 사회입니다. 그것은 **일상생활권이 부상을 했고 국가로부터 개인이 독립한 것입니다.** 신으로부터 독립하는데 100년이 걸렸듯이 국가로부터 독립하는데도 긴 시간이 걸릴 것입니다.



생활예술과 어떻게 접목이 되는지 보면, 스스로 참여하고 만드는 소속감을 만들고 같은 지역에 살다보니 마을공동체가 자연스럽게 만들어 집니다. 누군가 리더가 있어서 권위적으로 정리되는 것이 아니라 서로 존중하며 본인들의 이야기를 할 수가 있습니다. 개인의 일도 이야기 할 만큼 신뢰가 생깁니다. 그리고 소속된 집단을 위해서 개인이 희생하며 존재감을 확인했다면 이제는 아닙니다.

문화생태계의 토양이 된다는 것. 40년 정도 전에는 우리나라가 국제대회에서 메달을 따는 종목이 권투가 다였습니다. 현재는 못하는 종목이 없을 정도로 많아 졌습니다. 40년 동안 어떤 일이 있었는지 보면 생활체육이 있었습니다. 생활체육이 인프라 환경을 지원했습니다. 88년도 올림픽 이후에는 복권기금을 투입하면서 더 많은 재원이 들어갔지만 체력은 국력이라서 예산을 줄이지는 못하고 있습니다. 개인이 경기를 해보니 경기를 보는 게 재미가 있으니 경기장을 채우게 되고 응원을 구체적으로 이름, 부인, 생활에 대해서도 알고서 하게 됩니다. 경기장을 가득 채운 것을 기업이 보고서 기업을 응원을 했으면 하는 욕망에서 구단을 운영하게 되고, 기업의 재원이 투자되면서 선수들의 실력이 좋아지고 다시 관객이 늘어나게 되는 시너지가 생깁니다. 이런 것이 생태계입니다.

생활예술에서 문화국가를 만들기 위해서 노력을 해왔습니다. 예술의 전당을 짓고, 작가를 지원했지만 안 되었습니다. 우리나라를 다른 나라에서 문화국가라고 이야기 하지 않습니다. 그 이유는 생활예술을 이제 지원하고 있어서입니다. TV를 보면 낚시, 테니스 채널을 보는 사람이 있습니다. 그 사람들은 낚시를 하고, 테니스를 하는 사람들이 보게 됩니다. 일반 연극을 보는 사람들은 연극동아리 사람들이고, 구에서 하는 합창대회에 참여하는 사람들은 합창단원들입니다. 하지만 일반사람들은 재미 없어하고 참여를 안 하게 됩니다. 그래서 생활예술을 활성화 시키는 것은 문화생태계의 토양의 바탕이 되는 것이고, 문화국가 혹은 문화도시나 전문예술가들이 먹고 살 수가 있는 것입니다.

공간에서 중요한 것은 오너십입니다. 매월 삼백만원씩 cms가 들어오는 것입니다. 한명 인건비가 나오는 것입니다. 운영회에서 결정하는 것은 매년 삼백만원씩 들어오는 것에서 인건비 빼고 전기세 수도세 빼고 남는 거로 무엇을 할까 결정하는 것입니다. 축제를 매년 했었는데 내년에도 할 것



인가? 체육대회도 할 것인가? 워크숍, 소풍, MT도 갈 것인가? 강사를 정하고 프로그램을 뭘 할 지 정하는 겁니다. 그렇게 하면 오너십이 생기는 줄 알았습니다. 상당 부분 생겼으나 2% 정도 부족했습니다. 예를 들면 화분에 물을 주지 않으면 죽습니다. 그리고 분리수거가 쌓입니다. 그래서 우리가 일주일에 한번 가까우니까 상근자들이 가서 치우고 옵니다. 냉장고도 한 달에 한번 뒤집어 줘야 깨끗해집니다. 그런데 그게 하루아침에 바뀐 적이 있습니다. 그게 뭐냐면 우리가 월세를 천만원정도 준다고 했습니다. 문화바람. 그곳은 동아리 연습공간이자 놀이터입니다. 그런데 총회에서 출자금을 10만원씩 걷고 나갈 때 돌려주는 거로 하는 것을 통과 시킨 겁니다. 백 명이 10만원씩 모으니 천만원이 됐습니다. 그걸 문화바람에 갚습니다. 그래서 정 떼려는 그러는 건가? 약간 섭섭하기도 했습니다. 뭘 이렇게까지 해? 우리가 언제 나가라고 했어? 그런데 그걸 받고 나서 공간에 대한 오너십이 생겼습니다. 그때 깨달은 게 많았습니다. 집을 사 봐야어야 알죠. '등기. 중요한 거구나! 오너십이라는 것이 거기까지 가는구나.' 그러니까 이제 쓰레기통이 바뀝니다. 다이소에서 회원들이 수세미도 깨끗한 거로 바꾸고 피부에 좋은 세제도 바뀌고 화분도 안 죽고 더 생생해집니다. 자기 꺼 같은 것입니다. 삼백 명 정도 주인이 생긴 공간이 되었습니다.

주인이 갖는 요소 즉 주인의식의 요소는 세 가지입니다. 재정 요구권, 상호 기획권, 정보접근권입니다. 행사할 때 제일 열심히 일하는 사람들이 알고 있는 것이 바로 저 세 가지입니다. 이 행사 왜 하는지? 이 예산은 어디서 나왔는지? 그에 대한 정보를 알 수 있고 기획에 직접 참여하게 되는 것입니다.



주인의식= 주인
 -재정 운영
 -사업기획
 -정보접근권
 통제력, 영향력
 주인: 위기를 내 문제로 받아들이고 해결하려는 사람

기획에 직접 관련된 사람들은 엄청 열심히 뛰어다닙니다. 현장 조사부터 행사 홍보까지 합니다. 나머지 참가자들은 관객입니다. 아니면 관찰자겠죠. 기획에 참여시키지 않은 동아리 회원들은 공연에 참가를 한다 해도 모두 관찰자가 됩니다. 그런데 그런 관찰자인 사람들에게 우리는 주인의식을 가져 달라고 합니다. 제발 먼저 공연했다고 가지 말라고 끝에 하는 사람은 누가 보냐고 화내고 양심과 도덕을 들이대면서 죄인 만듭니다. 그런데 그 사람들에게 예산기획을 같이 짰고 사업을 같이 했고 장소를 같이 정했고 그리고 이 사업이 어디에서 어떻게 내려왔는지 알고 이 일을 지속할지 안할지 같이 정했으면 그런 말 필요 없습니다. 그걸 이번에 인천에서 실험했습니다. 처음으로 4월부터 논의를 해서 9월 2일에 했는데 전체 동아리 대표를 모으니 120명 됐습니다. 이번에 하는 축제는 이렇게 할 것입니다 했고 그 기준으로 참가를 받았습니다. 워크숍 한번이라도 빠지면 행사 못 쓰는 거로 했습니다. 그러니까 80개 팀, 120명이 모여서 예산을 정했습니

다. 예산을 정할 때 특이점이 이거였습니다. 오천만원이 많은 것이 아닙니다. 그래서 홍보를 각자 카톡으로 하기로 하고 홍보비를 뺐습니다. 포스터 없는 행사가 됐습니다. 그리고 그걸로 온 사람들에게 수건이나 모자를 나눠주는 것을 했습니다. 그렇게 예산을 다 같이 합의해서 조정 했습니다. 80개 동아리이면 참가하는 인원이 800명이 넘습니다. 그럼 800명이 우리 두명씩만 더 데리고 옵시다. 하면 안됩니다. 공간이 한계가 있기 때문에... 2000명 넘으면 앉아 있을 데가 없습니다. 그렇게 합의 하니까 포스터 찍을 이유가 없습니다. 그거 붙여봤자 누구 오지도 않습니다. 이렇게 되니까 주인의식이 발동이 돼서 카톡을 날리게 된 것입니다. 너 온다고 했지? 너 지난번에도 나 공연 하는데 안왔잖아. 이번엔 꼭 약속시켜! 이것을 한 삼백명만 신경 쓴다면 그 공연은 망할 수가 없습니다. 그리고 또 하나의 특징은 본부석에 컴플레인 민원이 한건도 없었습니다. 그리고 또 하나 하루종일 했는데 쓰레기 없었습니다. 왜냐하면 이런 축제 어땠으면 좋겠습니까? 했더니 제일 많이 나왔던 이야기가 깨끗했으면 좋겠어요 였습니다. 그래서 지도에 쓰레기통 어디에 있다 표시했으면 좋겠고 분리수거통이 어디에나 있었으면 좋겠고 특히 화장실에 휴지가 항상 있었으면 좋겠다고 한게 제일 많이 나왔습니다. 그래서 우리는 자원봉사 배치할 때 굉장히 많은 쓰레기통이 있었습니다. 그리고 쓰레기가 떨어지면 바로 줍습니다. 혹시 여기에 참여하지 않으면 일반 시민이 볼 때 어떻습니까? 그래서 전 굉장히 감동했습니다.

내년에도 후년에도 이렇게 진행할 것입니다. 통제력이라는 거 내가 영향력을 미칠 수 있다. 이 행사 통제할 수 있다 이렇게 주인의식입니다. 주인은 위기가 생겼거나 현안이 생겼을 때 그 문제를 내 문제로 바라보는 사람이 주인입니다. 내 문제로 바라보거나 공유 했어야 했습니다. 안그런 사람은 방관자, 관객입니다. 만약에 뭐를 하더라도 안됐어 내 저럴 줄 알았다 그렇게 이야기 했는데 이런말 한다거나, 아이고 저거 어떻게하나 행사 망쳤네 이런단 말입니다. 이런 사람들은 다 관객입니다. 근데 주인들은요 저거 어떻게 해결할지 어떻게 하면 소문이 안날지 방어자 입장에 섭니다. 어쩔 수 없으니까 빨리 빨리 합리화 시킵니다.

그다음에 예술가를 만나게 됩니다. 주인이 뭐 배우고 싶다고 합니다. 강사를 붙입니다. 그런데 이걸 물리적으로 붙이면 안됩니다. 왜냐하



면 저도 전공자지만 예술가는 작가십, 작가만십이 있습니다. 작가주의 예술상징 이런거 우

리도 그때 모더니즘 문화를 배운 것입니다. 해서 자기가 작업이 중요하면 생활을 조정합니다. 그래서 처자식 버리고 타히티 섬도 가고 마음에 안들면 귀도 자르고 그래도 우리는 멋있다고 했습니다. 세상물정 모르는 너흰 역시 작가야 이랬습니다. 속세에서 떨어져있는 사람들을 작가라고 했습니다. 그렇게 배운 사람들이 동아리를 만나면 아 이사람들도 열심히해서 잘하면 나처럼 되겠지? 기능이 뛰어나고 숙련되길 바라겠지?라고 하는 것을 의심하지 않습니다. 분명히 그게 49%입니다. 다르게 있는데 이 사람은 접수가 안되는 것입니다. 물론 커뮤니티아트 등을 하는 사람들은 그게 무엇인지 알아서 잘 꼬집어냅니다. '당신들은 평범한 사람이 아닙니다. 너무 너무 소중한 사람들입니다.' 여기에서 영감을 얻고 쾌감을 얻는 작가들도 있습니다. 그런 사람들을 붙이라고 합니다. 강사 리스트에 올라왔다고 무조건 동아리 강사를 맡기면 공동체가 파괴되기도 합니다. 사례를 들어볼까요?

저희 문화바람 동아리들은 서로 자기들끼리 배웁니다. 이게 명수가 얼마 안되면 신입이 안들어오면 수준이 똑같아집니다. 배울게 없습니다. 그 때는 협회에 전화를 해서 강사를 섭외합니다. 계약을 해서 강사비를 드리고 진행합니다. 우쿨렐레 동아리였습니다. 1년을 정말 친하게 잘했습니다. 그래서 회원들이 현대의 의미로 문화바람 회원가입서를 내밀었습니다. 그런데 이사람이 똑같이 역제안을 했습니다. 저는 원래 여러분들을 보면서 마음이 아팠습



니다. 여기가 아니라 협회에서 활동을 했으면 좀 더 훌륭한 강사들도 만날 수 있고 훈련을 열심히 할 수 있어서 나처럼 돈을 받으면서 강의를 나갈 수 있을 텐데 왜 여기서 회비내면서 이려고 계십니까? 실력도 안늘고 도대체 왜 이러는지 이해를 못하셨습니다라고 이야기 한 것입니다. 실제로 그 사람 따라서 세명이 나갔습니다. 또 두 번째 케이스 오카리나 강사가 왔습니다. 회원 중 한명이 동영상상을 받았습니다. 지인이 자기 단체에서 행사를 하는데 앞에 공연을 올리는데 노래 세곡만 하면 되는 것입니다. 그래서 기쁜 마음으로 우리가 드디어 첫 공연을 하게 됐다 어떤 노래 할지 어떤 옷을 입을지 선정도 하고 있는데 강사가 왔습니다. 선생님 우리 드디어 공연 섭외가 왔습니다. 하나도 못하는데 어떻게 하죠? 그래도 할 수 있을거예요 열심히 하세요 이럴 줄 알았습니다. 근데 강사가 말렸습니다. 나가지 마세요 .왜 그랬냐면은요 여러분들이 그런 행사장에 나가게 되면 다른 동아리도 만나게 될 것입니다. 다른 동아리 사람들이 와서 말을 걸겠죠? 어머 오카리나 인기봐요 네 선생님 누구세요? 그럼 내 이름을 달거 아니예요 그러니까 못하게 하는 것입니다. 썰렁해졌습니다. 그래서 못나갔습니다. 그런데 이 사람은 강사를 계속 해야 하잖아요 근데 그게 만약 소문이 나면 야 이번에 그 선생님 사람들이 나와서 공연해 아 별로야 이러면 자기 면이 안서니까 내 이름을 걸고 나갈거면 더 연습해라 그것입니다. 예술가들은 기능과 숙련도를 매우 높은 가치로 봅니다. 그래서 공연 아무데서나 하지 말라고 하는 이야기를 하는 것입니다. 프로는 백열 형광등 앞에서 공연해도 품이 납니다. 그런데 똑같은 공연을 하는데 우리가 만들어 하는 곳은 소극장인데 여기서 조명 있고 객석에 앉아서 보면 끝나고 나서 지인들이나 손자나 집안 며느리나 막 박수치고 나와서 로비에서 하는 이야기를 들어보면 친구들은 야 언제부터 한거냐? 오 얼마 안됐

어 아 이렇게 살아야하는데 네가 진짜 잘 사는거야. 부럽다. 손자는 우리할아버지는 가수예요. 근데 똑같은 팀이 똑같은 공연을 이렇게 형광등 비춰서 빨갱게 깔아놓고 하면 끝나고 박수는 칩니다. 로비에서 친구가 물어봅니다. 이거 얼마나 한거야? 아 한 삼년 했나봐. 이제 그만해! 뭘 그렇게 한다고 삼년씩이나 해? 아 나랑 동업하자 일해~. 이야기 했죠? 아무데서나 공연하지 마세요. 정리하면 이것입니다.

공간은 있으면 안정 됩니다. 돌아다니고 찾아다니는 것보단 그런데 이게 전세보증금과 월세를 내는 데다 즉 이용료를 낸다 그러면 이거 어마어마하게 의미가 바뀝니다. 내가 놀고 싶을 때 갈 수 있는곳, 방해받지 않는 곳, 마음 편안해지는 곳. 뭐 이런 곳입니다. 하지만 지도교사는 그렇습니다. 파괴할 수 있고, 다 깰 수도 있습니다. 경쟁시킬 수 있습니다. 강사중에 그런 사람 많습니다. 은근히 독기 품고 연습하게 해서 칭찬해주고 그렇게 배웠고 그렇게 성찰시키는 것입니다. 발표회장은 연습통제가 되죠? 정기공연 날짜 잡혀야 연습합니다.��고 우황청심환 먹고 소주 마시고 나오고 그런데 이때 만나는게 동아리 교류입니다. 그런데 다른 동아리 사람을 만납니다. 이게 확장하면 사회통합 같은 것입니다.

성남에서 사랑방 클럽을 만들 때 양주군이 하늘아래 분당이라는 곳과 구도심의 생활 격차에도 불구하고 이걸 묵고 싶었습니다. 근데 그게 제가 보기엔 이런 식이었습니다. 연합축제를

합니다. 연합으로 해야 지원을 합니다. 다섯 개 여섯 개 묵습니다. 그러면 7시부터 축제를 합니다. '기타를 메고 있네~. 어머 기타치 시나봐요. 얼마나됐어요? 이제 시작했어요. 한 삼개월? 아 그럼 여기 굳은살 생긴데 아프겠다. 그렇죠? 어머 어떻게 알아요? 저도 한 삼년 쳤거든요. 피크는 이게 좋습니다.' 하나 주고 말을 섞었어요 그런데 한 사람은 분당, 한 사람은 구도심에서 사는 사람입니다. 이 기획이 없었으면 말을 섞을 일이 없었습니다. 원래 경계했었습니다. 근데 이 공동으로 뭘 배운다는 것, 같이 배운다는 것 때문에 말을 튼것입니다. 그리고 나서 어디사세요? 하다 보니 마음에 걸리는 거예요. 아 나는 그쪽에 사는 사람은 지저분하고 싸가지 없고 서로 막 이리저 있었을거 아니예요. 그러지 않는데 이러면서 허물어지기 시작합니다. 공연할 때 그렇습니다. 생활 체육은 40년 동안 활성화 시켰으면 사회통합 했어야합니다. 거기는 경쟁이 기본 매커니즘이기 때문에 뭘 수 가 없습니다. 그러나 생활예술은 경쟁하지 않습니다. 지방에서 상주고 이런걸 말합니다. 경쟁할 필요 없습니다. 생활예술은 이러한 사회 자본을 만들어 냅니다. 사회자본이 높은 도시나 마을이 실제적으로 잘산다는 데이터는 많이 있습니다.

처음 사람들이 동아리 들어올 때 이런 공동체에 소속감을 느끼면서 우리 마을이 커뮤니티가 국가가 민주적인 국가로 가는거에 일조를 해야지 그런게 아니라 나를 위해서 들어옵니다. 그런데 2주 3주 뒷풀이를 연속 세 번 안 빠지고 하면 여기 나오는 이유가 바뀝니다. 너

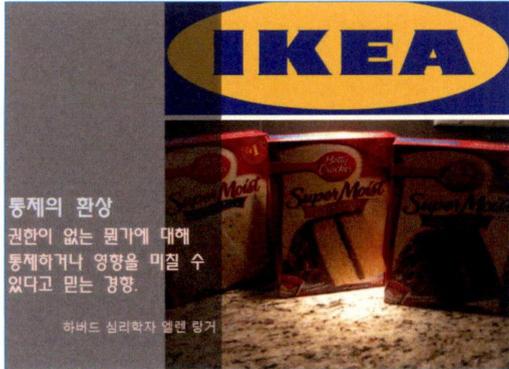
무 좋은 사람들과 같이 있는 것입니다. 이게 너무 중요한 것입니다. 문화바람은 공식일정에 뒷풀이까지 들어가 있습니다. 왜냐하면 뒷풀이 때 자기 이야기를 하기 때문입니다. 연습할 땐 못합니다. 그냥 연습하고 가버리면 잘 못씩입니다. 뒷풀이 안하는 동아리는 20년을 봤을 때 오래가지 못합니다. 제가 지금 이야기 하려는 것은 비공식 만남입니다. 공식적인 인간 대 인간으로 만나는 기회를 틈틈이 넣습니다. 어디 가니까 관계프로그램을 왜 안했습니까? 했더니 관계가 좋아지면 하려고 기다리고 있었다고 합니다. 이것 해야 좋아집니다. 우리가 기타동아리를 할 때는 그 사람의 단면만 압니다. 이 사람은 교체 가능 합니다. 그런데 잦은 비공식적인 만남을 통해서 그 사람의 새로운 면을 알았습니다. 이러면 교체할 수 없습니다. 이런 만남이 전인격적 만남입니다. 나는 이 사람을 기능적으로 보면 교체 가능합니다. 근데 이 사람에 대해서 너무 많은 것을 알고 그런 관계가 되는 커뮤니티가 상호의존 관계에 돌입을 하는 것입니다. 나 혼자 할 수 있는 것은 없지만 우리가 결정하면 뭐든지 할 수 있습니다. 그때 사회공헌현상이 나타납니다. 사회공헌현상은 내가 남들에게 자신있게 기타를 칠 수 있는 기술에 도달했을 때 나가는 게 아니라 나와 함께 나가는 사람과 내 관계와 친할 때 나가는 것입니다. 관계입니다. 신뢰도에 따라 다릅니다. 사회공헌 조건으로 처음 만들어진 동아리에게 강요하면 안되는 것입니다. 못해서 아닙니다 같이 나가는 관계 때문에 그런 것입니다. 이정도 되면 지역 현안에도 관심을 가

지게 됩니다. 당장은 내안의 현안이 많아서 그걸 우리 안에서 풀고 이해하고 나누고 하는데 2~3년 걸립니다. 이게 어느정도 안정이 되면 우리 마을은 우리 동네는 여기 안오는 주민은 상인들은 이렇게 보이기 시작합니다. 왜 그렇게 안하시죠? 죄인을 만들지 마십시오 관계가 살아야합니다.

생활예술과 순수예술은 이렇게 생겼습니다. 순수 예술이 되기 위한 과정이 있는게 아닙니다. 전혀 다릅니다. 순수예술은 내가 작업에 방해가 되면 생활을 조정합니다. 그런데 생활 예술은 내가 작업을 하는데 내가 연습을 하는데 생활이 방해가 되면 예술을 접습니다. 순수예술은 트렌드에 민감합니다. 서열이 있습니다. 생활예술은 그런 거 없습니다. 전혀 다른 식의 예술을 지금 사는 사람이 호명한 것입니다. 의미 없었던 꽃에 의미를 만든 것처럼 예술이라는 것은 중세적부터 가변적으로 변해왔고, 순수예술 포스트 모더니즘까지 왔습니다. 지금 급부상한 떠오르고 있는 일반 생활인들 일반 생활권에서 예술을 딱 바라보니까 마음에 안 드는 것입니다. 그 전의 패러다임으로는 그래서 이것을 바꿨습니다. 나에게 이로운 것으로 받아들였습니다. 이게 가장 핫한 예술의 양식입니다. 작가들은 돌아버립니다. 여기까지 이야기하면 저는 과감하게 이야기합니다. 유용한 것입니다. 동굴에서 그림도 유용하기 때문에 그린 것 입니다. 그리고 여러분과 같은 기획자가 있어야 작당들이 일어납니다. 생활예술과 순수예술의 구분은 가치의 문제가 아니라

기능적 숙련의 차이이다. 다품종 소량 생산하는 것이 예술가들의 꿈입니다. 안 그러면 트렌드를 쫓아가야 하니까 여러분들도 다시 봐야합니다. 어떻게 한 영화를 천만이 봅니까? 사천만인데 어떻게 한 영화를 다 좋아해요 어떻게 한 가수의 노래를 전 국민이 좋아합니까? 자기 취향을 선택해야 합니다. 이제 그렇게 가고 있습니다. 일상생활권의 부상입니다.

실전 축제를 할 때 우리가 제일 바라는 것



자발적이고 적극적 이었으면 좋겠다. 그러면 예산 기획권과 사업 기획권을 준다는 것은 무슨 의미인가? 개입한다는 것입니다. 개입한다는 것이 얼마나 놀라운 것인가 테드강의를 보다가 너무 기가 막혀서 따온 것입니다. 케익믹스입니다. 1974년도에 만들었습니다. 미국사람들은 쿠키나 케익을 많이 만들어 먹습니다. 그런데 만들기 너무 어렵습니다. 버터도 녹이고 밀가루 우유도 녹여야합니다. 많이 힘들니

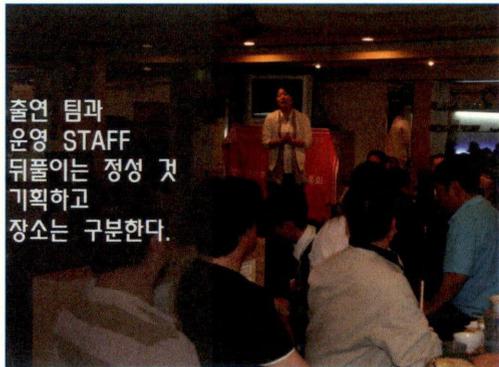
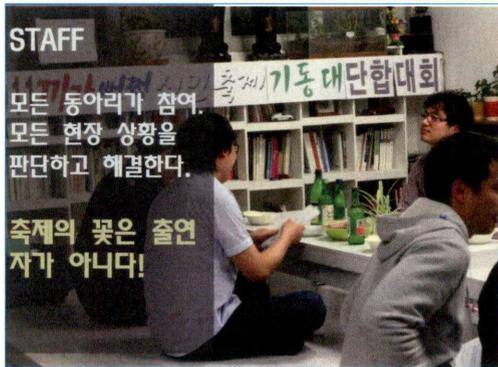
다. 그런데 저 회사가 74년도에 물만 넣고 반죽하면 케익이 나오고 머핀이 나오는 것을 발명을 합니다. 제품을 출시했는데 안 팔렸습니다. 왜 안 팔렸을까?를 연구해서 밝혔습니다. 뭐를 변화시켰다면 저 박스 뒤에 보면 성분 표시가 있습니다. 그 성분 표시에서 기름하고 계란을 뺐습니다. 그리고 당신이 넣으세요. 라고 썼습니다. 그리고 나서 판매량이 급증했습니다. 상상이 겁니까? 왜 그러냐면 처음에는 맛있었을 것입니다. 그런데 손님한테 대접을 했을 때 어머 이거 너무 맛있네요. 하면 내가 기분이 썩 좋지는 않습니다. 나쁘지도 않지만 그냥 내가 한 게 없으니까 그런데 내가 개입을 했습니다. 기름을 넣으라고? 몇 온스를? 상대적으로 개입을 조금씩 하다 보니까 맛있다고 하면 기분이 좋습니다. 개입을 하고 나면 주인의식이 생기는 것입니다. 개입을 안 하면 그냥 관객입니다. 통제현상이라는 것이 심리학 용어입니다. 내가 통제할 수 있다고 생각하면 삶의 질이 올라갑니다. 내가 통제할 수 없으니까 불안해집니다. 내가 통제할 수 있으면 삶의 질의 만족도가 올라갑니다. 여러 가지 실험을 통해서 나왔습니다. 횡단보도 옆에 버튼이 있습니다. 미국은 그렇습니다. 차들이 많이 안다니면 센서에 의해서 켜집니다. 우리는 삼분에 한 번씩 켜지고, 버튼은 장애인을 위한 소리 서비스이지만 미국은 버튼을 누르면 빨리 바꿉니다. 이것이 고장났건 안났건 상관없이 통제할 수 있다는 것을 믿는 것만으로도 만족도가 올라간다는 것입니다.

그것을 축제에 대입을 하면 이렇게 하는 것입니다. 사람들 모아놓고 다 이야기 하는 것입니다. 이거 왜 하는지? 장소 어디에서 할 것인지? 작년에 했던데서 할 것인지? 섭외 누가 할 것인지? 날



짜 언제 할 것인지? 동아리 정기회의 있으니까 끝나고 할 것인지? 전에 할 것 인지? 스텝은 누가 할 것인지? 정리는? 끝나고 나면 다 집에 갈 거 아니잖아요. 뒤풀이 어디서 할 것인지? 미리 예약해야 하잖아요? 이 사람들이 이거 다 하는 것입니다. 우리가 어려워 할 것 같습니까? 안어렵습니다. 그동안 안 시켰던 것입니다. 스텝 운영 다 모았습니다. 한동아리 한 두명씩 연세가 있으신 분들도 있습니다.

인천은 이렇게 했습니다. 그리고 동아리에서 단장을 뽑았습니다. 자원 봉사 단장 이 분 인솔 하에 교육도 시키고 하자 했습니다. **축제의 꽃은 스텝입니다.**



모든 동아리들이 라인업을 같이 했습니다. 집단적으로 누군가는 맨 마지막에 행사를 해요. 누군가는 저게 누구일수 있다는 것에 공감합니다. 아이디어가 무엇이냐면 맨 마지막 클라이막스를 함께하는 것입니다. 요즘 유행하는 콜라보인 것이죠. 그래서 미리 악보를 나눠줍니다. 네다섯 마디를 편곡을 해서 미리 연습합니다. 오전이나 점심때 했던 사람들은 갔다 옵니다. 마지막이 제일 화려합니다. 그래서 끝이 아름답습니다. 물론 객석엔 아무도 없습니다.

스텝 뒤풀이는 꼭 따로 잡아야합니다. 운영진들이 막 정리하고 나서 뒤풀이 장소 어디야 어디야 하고 가면 거기 1차 끝났습니다. 우리는 한시간반 이후에 가니까 절대 그러지 않습니다. 스텝 했던 사람들은 자원봉사자가 아닙니다 작가입니다. 자원봉사분들은 시간 되면 딱 갑니다. 운영진들은 따로 뒷풀이 합니다. 그 때 나오는 이야기가 백미입니다. 여러 자기 포지션에서 자기가 느꼈던

불안함과 시간이 지나면서 안정을 찾고 다른 운영하는 것을 보고 자기가 좋은거, 불편한거 느꼈을 것을 쏟아내게 됩니다. 그것을 다 녹음 하세요. 그것이 보완되면 어마어마하게 세련된 축제가 되는 것입니다. 그런데 우리 설문을 관객한테 받습니다. 써먹을게 없습니다. 그런데 스태프들에게 나오는 보고서들은 기가막힙니다. 너무 디테일합니다. 주인의식을 갖고 하루 종일 봤어요. 그 자리에서 그 얘기가 쓸모가 있는 것입니다. **설문은 꼭 스태프들에게 받습니다.**



진접 문화의집을 아십니까? 나와유 축제 한 꼭지에 부침개 축제가 있습니다. '내가 마을을 위해서 한 톱 쏜다.' 라는 슬로건을 걸고 한 이 축제의 취지는 마을에서 오래 사는 분들 박스 줍고 폐지 줍는 분들이 너무 소외되어 있어서 그분들의 자존감을 높이기 위해서 마을을 위해서 한 톱 쏜다는 프로젝트를 만든 것입니다. 직접 다니면서 설득 했다고 했습니다. '내가 무슨 마을을 위해 한 톱을 쏘, 있는 사람들이 하는 거지.' '아니에요. 할머니가 이사 오셨을 때 몇 가구가 있었나요?' '거의 없었지.'

'할머니가 없었으면 이 마을이 있었겠어요?' '듣고 보니 그러네. 훌륭하네.' 20분을 설득해서 내가 마을을 위해서 한 톱 쏜다. 하고 문화의 집에서는 테이블만 준비했다고 합니다. 그런데 거기에서 기적이 일어났습니다. 나와유 축제라고 하는 것이 강변이고 아파트고 이 천명이 오는 축제인데 사람들이 한켠에서 '마을을 위해서 쏜다를' 보고 찾아 온 겁니다. 마트에서처럼 그냥 집어 먹는 것이 아니라 "할머니, 너무 맛있어요.", "할머니 건강하시고 오래 사세요." 이렇게 인사를 합니다.

이렇게 왜 하는지를 정했을 때 공명이 일어나고, 동조화가 일어나는 것입니다. '왜'가 없으면 파동이 없는 것과 같습니다. 의미가 없는 것이라 똑같은 것입니다. 의미가 없는데 사람을 많이 오게 하고 싶을 때 하는 것이 무엇입니까? 연예인 데리고 오는 것입니다. '끼가 뻥썩 축제'라고 12년 동안 했던 마을에서 했던 것이 있었습니다. 그 때 소외된 참여를 할 수 없었던 상인들과 함께하기 위해서 있는 예산으로 유일하게 개런티로 4천원짜리 도시락을 안만들고 쿠폰을 만들었습니다. 가게에다 붙여놨습니다. 이 쿠폰 현금으로 바꿔줄테니 쿠폰 가져오는 사람들에게 팔아주세요 했는데 기적이 일어났습니다. 짜장면집에서 4천원 짜리 티켓 하나에 짜장면을 두 그릇 주고, 김밥천국은 30개가 넘는 메뉴를 2천원으로 정리, 샌드위치도 마찬가지로 그리고 뼈다귀 해장국 2천원 더내고 먹어야하는데 4천원만 받고 더 기가 막힌건 모닝글로리 사장님은 밥을 먹

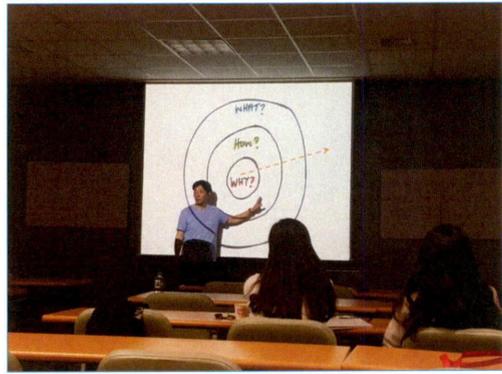
거나 다른 일정이 있어서 필요 없는 사람들에게 6천원어치 본인이 필요한 문방구를 고르라고 티켓만 받았습니다. 저런 자발성은 주인의식에서 온 것입니다. 삼개월 전부터 홍보를 해서 상권을 한 번 살려 봅시다에 동의를 했습니다. 왜하는지 아니까 내가 할 수 있는게 뭘까 각자 생각한 것입니다. 그래서 각자 알아서 깎은 것입니다. 생활예술이 아름다운 이유 중에 하나가 이겁니다. 우리는 누구나 여러분도 마찬가지로 직장도 구해야하고 돌 볼 사람이 있을 수 있습니다. 아이가 됐던 어른이 됐던 교육도 해야하고 카드값도 계속 막아야 하고 대출이자도 내야합니다. 그 와중에 하나가 예술활동입니다. 하고 싶었던 것입니다. 근데 저 뒤에 있습니다. 앞으로도 점점 더 뒤로 갈 것입니다. 가게부채가 1300조입니다. 갑자기 대통령 하나 잘 뽑았다고 복지국가 되지 않을 것입니다. 예술을 여기에 두고 오늘 하루 잊고 무언가 하나 해봅시다. 이렇게 이야기 하는거 쉽지 않습니다. 이걸 순수예술의 태도입니다. 생활예술은 이렇게 와야 합니다. 생활예술로 모인 이 공동체가 자기 일상에서의 생활 이야기를 마음 놓고 말 할 수 있는 커뮤니티를 만드는 매개가 됐기 때문에 이사람들 그래서 커밍아웃 한다고 합니다. 뒷풀이 할 때 애아픈거 어떻게 됐어? 남편은 회사에서 일 잘되고 있어? 이거 물어보는 것만으로도 그리스에서 자살 안한다고 했습니다. 그에게 공감하는 것만으로도 자살율이 준다고 했습니다. 17%의 살인적인 실업률에도 불구하고 그런데 그렇게 이야기 할 수 있는데가 없습니다. 자연

스럽게 만들어 지는 게, 비경쟁적이고 호의적으로 만들 수 있는 것이 생활 예술입니다.

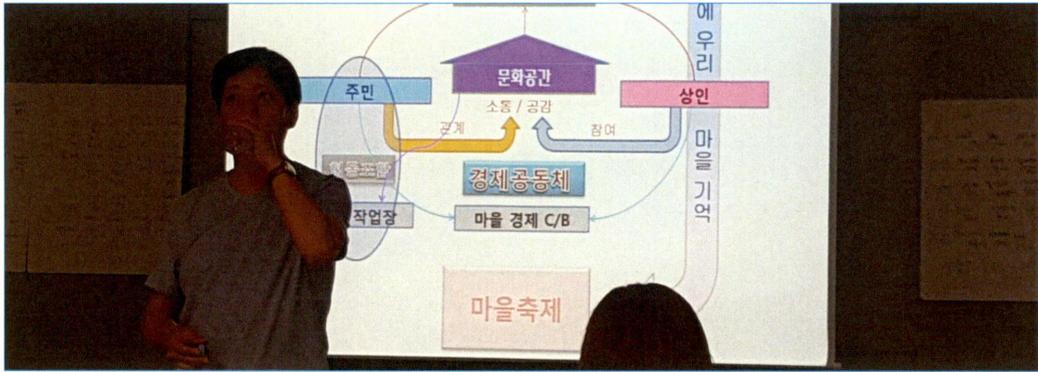


얼마 전 하나의 질문을 받았습니다. 왜 생활 예술이 마을 만들기 까지 끼어 들어옵니까? 마을 만들기는 벌써 하고 있고 센터도 있는데 왜 진흥원이 슬쩍 생활예술을 하면서 여기에 들어오냐고 불만이 많습니다. 자 그러면 지금 37년~ 40년 유지 되어 오는 반상회라는게 있습니다. 그게 작동 했을까? 왜 작동 안하는 줄 아십니까? 우리가 우리 마을을 활성화 시키기 위해서 담장 없는 마을을 만들기 위해서 주차를 해결하기 위해서 마을 사람들이 모였다고 합시다. 어쩌다 보니 한명도 안빠지고 다 모였습니다. 우리 마을 이해관계가 걸려있는 사람들이 다 모였습니다. 이 때 좋은 의견 있으시면 내 주세요 했을 때 이야기 다 합니까? 왜 안하는지 아십니까? 저사람은 나보다 잘 살아. 저사람은 나보다 교육을 많이 받았어. 저사람 직업이 나보다 더 좋아. 저사람은 외국 사람이야. 나보다 잘생겼어. 나이가 어리거나 많아. 이런 것 들이 작동 합니다. 저런게 사

실 차별입니다. 이야기 하는 사람 그 중에서도 외향적인 사람이 약간 말을 잘 하면서 이야기 합니다. 대개 그걸로 그 토론은 정리를 합니다. 마을 현안에 대한 것이라 박수는 또 잘 칩니다. 그러면 말 한마디도 안했던 아주머니들이 집에 갈 때 이야기를 합니다. 그 토론의 불만을 너무 논리적으로 이야기 합니다. 그래서 물어봤습니다. 듣고 보니 그런데 왜 그때 이야기 안하셨습니다까? 그러면 제가 어떻게 이야기 해요. 그런데 더 무서운 것은 그것을 바로 수궁 합니다. 이런 이야기하기 좀 그렇지. 그게 저게 작동해서 그렇습니다. 그래서 공론장이 작동하려면 동등한 관계여야 합니다. 하버마스가 말한 독일의 운동장은 계급이 같았습니다. 다 노동자들이었습니다. 그런데 마을에도 권력이 있어서 저게 작동하지 않았습니다. 그러나 지금은 너무 다양합니다. 그러니 이것을 리셋해서 똑같이 만들지 않는 이상 이것은 안됩니다. 의견 나누는 것을 평등하게 하는 사람이 있긴 합니다. 포스트잇 나눠 주면서 쇼하듯이 하는 사람도 있긴 있습니다. 하지만 많이 있진 않습니다. 비용이 많이 들기도 합니다. 그런데 동아리 구성원끼리는 저게 됩니다. 네가 이대 나오면 뭘해? 그래도 병아리 반이잖아 네가 삼성 다녔으면 뭘해 너 지금 소프라노잖아 이렇게 재규정 됩니다. 그래서 **모임이 끝나고 이야기 하면 굉장이 많은 이야기들이 수평적으로 나옵니다. 전 이게 너무 매력적입니다. 때문에 생활예술이 보급되어야 한다고 봅니다.** 그래서 샘플 이건 당장 가서 할 수 있습니다.



마을 현안이 어디에나 있습니다. 상습 쓰레기 불법 투기 지역 있습니다. 어디에나 있습니다. 동네 통장님이 저거 싹 치우고 페인트 칠 싹 하자 했더니, 그러지 말고 이 쓰레기를 보고 출퇴근 하는 38가구의 사람들도 개입 시키자. 좋은 아이디어가 나올 거다. 설문지를 만들었습니다. 그림으로 이거 그 쓰레기장을 치우고 꽃을 심을까요? 나무를 심을까요? 평상을 놓을까요? 벽화를 그릴까요? 하고 물어봅니다. 선택지를 모아보니까 벽화랑 나무가 제일 많았습니다. 다시 또 만들었습니다. 어떤 나무를 심을까요? 문고 부천에 있는 페나무로 쓸모 있는 가구를 만드는 동아리인 똑딱 똑딱 공방에 요청했습니다. 동네 여러분들의 도움으로 너무 즐겁고 쉽게 작업을 성공시켰습니다. 그런데 기적은 그 후에 일어났습니다. 이 일이 쓸데없는 일이다 생각했던 사람들이 있었는데 아니나 다를까 그곳에 쓰레기가 또 쌓이게 됩니다. 하지만 사람들이 지나가다 쓰레기를 보면 줍습니다. 나 말고 다른 여러 사람들이 매일 봐도 깨끗하니까 치웁니다. 일년 지난 지금도 깨끗합니다. 이게 어떤 심리인가 제가 생각해봤습니다. 쓰레기가 쌓이면 저거 쓸데없는



짓 하지 말랬지 하는 사람들의 소리가 들립니다. 그럼 좁는 것입니다. 그 소리 듣기 싫어서 찬성한 사람들이 스스로 치웁니다. 그러면 한번 상상해보십시오. 프로젝트를 문화재단에서 기획했다고 합시다. 오백만원 공모 걸고 커뮤니티 예술가를 모집합니다. 훨씬 아름다울 것입니다. 그런데 안일어나는 현상이 두 가지 있습니다. 이곳은 구도심이라 자녀들이 주말에 아이들 데리고 할머니 집으로 옵니다. 밥 사주려고 데리고 나갑니다. 어머 저거 정말 예쁘다 하면 이 할머니가 딸에게 할 이야기가 한 삼분은 넘을 것입니다. 할 이야기가 많습니다. 그런데 작가가 만들면 그 두 개가 없습니다. 개입한 적이 없으니까 이야기 할 것이 없습니다. 더 무서운 것은 두 번째 쓰레기가 쌓일 것 아닙니까? 그러면 안줍습니다. 안줍는 것으로 끝나지 않습니다. 불신이 생깁니다. 이렇게 돼 버리면 이 마을에 대한 애정이 안생깁니다. 그러다 이것이 한도가 넘으면 구청에 전화를 합니다. 민원 넣습니다. 이거 시민 혈세로 만든 것 같은데 관리 안합니까? 당장 와서 치우던가 하라고 합니다. 남는게 없습니다. 그래서 개입하는 것이 굉장히 중요합니다. 첫 번째 사

업은 규모가 작더라도 반드시 성공할 수 있는 것을 잡는 것입니다. 99.9%도 하지 않습니다. 100% 성공해야 합니다. 그래서 규모가 작을수록 괜찮습니다. 안전한걸로 그리고 두 번째 빠른 시간내에 작업이 100% 완성돼야 합니다. 6개월 이렇게 하면 안됩니다. 같이하는 사업이니까 한달 한도 내에서 세 번째 결과물은 과시적이어야 합니다. 결과가 나타나고 빠른 시간내에 성공도 했습니다. 그런데 자 보세요 여러분 우리 마을 사람들의 마음이 넓어진 것 같지 않습니까? 이러면 안됩니다. 보여야 해요. 그래서 사람들이 벽화를 그리는 것입니다. 그렇게 되면 어떤 효과가 있을까요? 그 짧았지만 협동했던 기억, 작았지만 내 의견이 관철됐다는 기억이 상징으로 남아있는 것입니다. 상징화 된것입니다. 평생 내가 마을에서 무슨 발언한 적 한 번도 없는데 그 때 발언한 그것 때문에 저 꽃이 심어졌고... 이렇게 생기는 것입니다. 그래서 그걸 경험했던 마을 사람들은 안헤어지려고 합니다. 그 사람들을 동아리로 묶는 것입니다. 할 일을 더 찾아다니던가 월배우던가 삼년 정도 지나면 마을 내 소비와 생산을 선순환 구조를 만들 수 있는 커뮤니티

비즈니스 단계까지 갈 수 있습니다. 우리 안에서 배타적으로 소비하는 것입니다. 마트 안가고 슬슬 마을 공동 기금 이야기 나오고 삼년 정도 지나면 신뢰 관계가 생깁니다. 할 수 있습니다. 그리고 이런 일이 있었다는 것을 여러분이 기록 하고 있다가 그걸 풀고 해결하는 방식으로 만드는 것이 바로 축제입니다. 그래서 바꾸고 싶은 마을 현안이 있을 때 모두가 바꾸고 싶은 문제점 그것을 주민과 상인들을 함께 모아 접근 해서 해결책을 받는 것입니다. 상인들은 여기서 장사를 하지만 사는 곳은 여기가 아닙니다. 이분들은 마을 사람들에게 고마워합니다. 소비자로서 같은 공간을 점유하는 공동체로서는 이런 기회 아니었으면 만날 수 있는 기회가 별로 없었습니다. 그래서 문화 공간이 마침 있으면 거기서 작당 해서 깔끔하게 해결을 해버리고 상징물이 하나 생겼다는 지역 공동체에 대한 느낌의 신뢰를 갖는 것입니다. 그래서 참여하고 관계를 맺어서 계속 접근하는 것입니다. 정기적으로 작당을 합니다. 그게 동아리입니다. 여러 직군의 사람들이 있습니다. 그럼 이 사람들과 마을 공동 기금, 아이들 장학금, 반찬 만들기 이런 이야기 나올 수 있습니다. 경제 공동체는 공동체 중에서 가장 수준 높은 공동체입니다. 그래서 나와유 축제에서 처럼 할머니 할아버지들이 손쉽게 두부를 만든다거나 콩나물을 키워서 우리 마을에서 소비하는 거로 이분들이 박스나 폐지를 줍지 않을 수 있다면 얼마나 좋겠습니까. 그러면 이 문화공간에서 협동조합도 만들 수 있습니다. 협동조합을 만들고 이걸 하는 것이 아니라 이걸 해 본 다음에 협동조합을 만드는 것입니다. 그리고 이런 이야기들이 연결 되어서 마을 축제가 되는 것입니다. 그래서 마을 축제는 타지사람이 이해 못하는 장면들이 연출 될 수도 있습니다. 예를 들면 어떤 사람 둘이 노래도 잘 하지 못하는데 나와서 듀엣을 하고 있습니다. 그런데 마을 사람들은 표정이 너무 좋습니다. 왜냐하면 지난 4월에 이 두사람이 크게 싸웠습니다. 그런데 어떻게 저렇게 나와서 어설피게나마 노래를 부르고 있는 걸 보니 해결 됐나보다. 다 흐뭇해지고 그럼 우리 내일 주차장 만드는 사업은 잘 되겠네 하고 헤어지는 것입니다. 그것이 축제입니다. 우리나라는 중국도 마찬가지로 언어 자체가 고맥락이 되면 구체적으로 말 정보 전달이 잘 되지 않습니다. 오해도 많고 그렇습니다. 그래서 단오니 등 절기마다 축제가 있는 것입니다. 그때 푸는 것입니다. 그것을 풀고 내년을 기억할 수 있는 것이 축제입니다. 여기서 마치겠습니다.



6장 (2017. 10. 14~15)

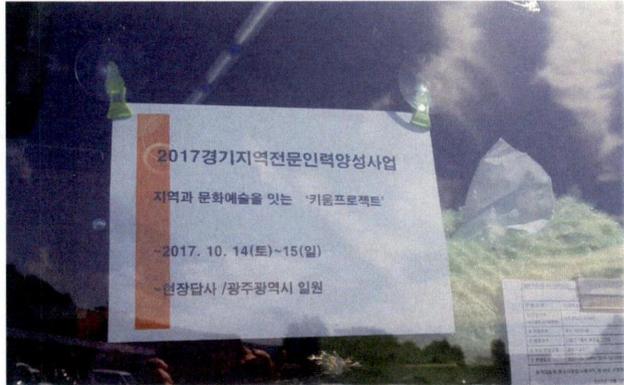
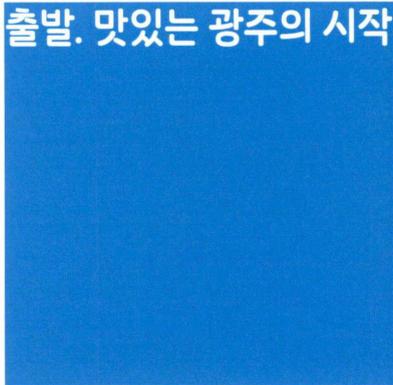
나서보기

광주 대인시장 일대

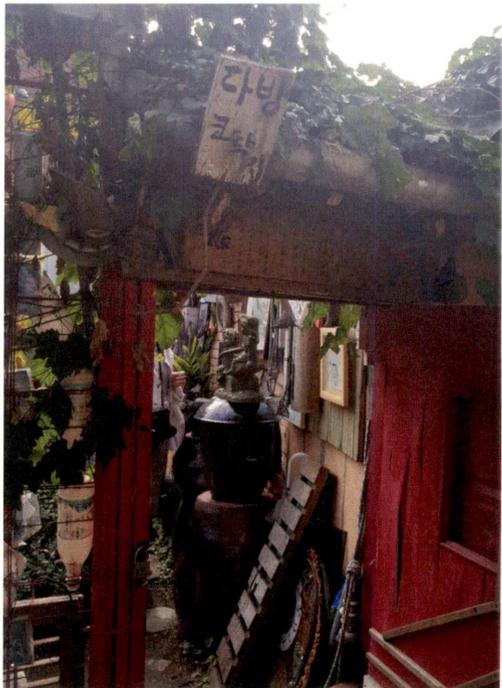
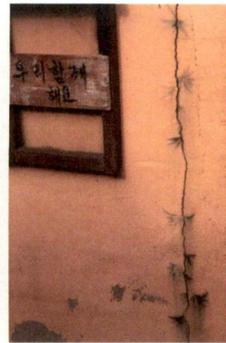
10. 14. 토 (1일차)		
시간	구분	진행
09:00~09:30	● 행사 최종점검	오미경
09:30~13:30	● 집결 및 출발(광주) ● 출석체크/일정안내	오미경
13:30~14:00	● 중식(동림동 사랑채식당)	오미경
14:00~18:00	● 양림동예술투어 ● ACC투어(문화창조원) ● 송정역시장	현지해설
18:00~19:30	● 숙소입실/짐풀기(김넷과호텔) ● 석식(대인시장 내)	오미경/권지애
19:30~21:30	● 대인예술시장-시장 한바퀴	전고필/권지애
21:30~	● 네트워크파티-야시장&숙소	전고필/정민룡/신희영
10. 15. 일 (2일차)		
시간	구분	진행
08:00~09:00	● 조식 및 자유시간 ● 숙소퇴실 및 이동	오미경
09:00~11:00	● 강의 <공동체의 지향성에 대하여> -광주 북구문화의집	정민룡
11:00~13:00	● 광주 디자인비엔날레 관람	현지해설
13:00~13:30	● 중식	오미경
13:30~17:30	● 집결 및 이동(수원) ● 소감발표 ● 일정마무리	신희영
17:30~	● 도착 및 해산	오미경

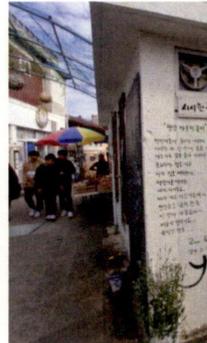
1박 2일 광주 현장교육 이모저모

출발. 맛있는 광주의 시작

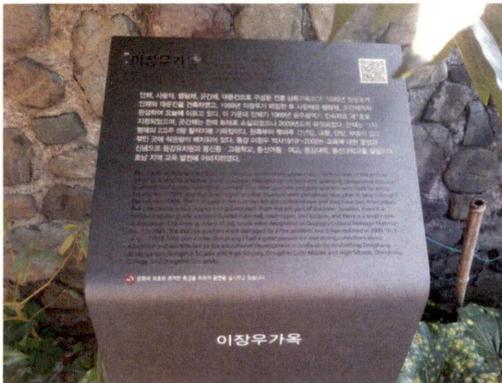
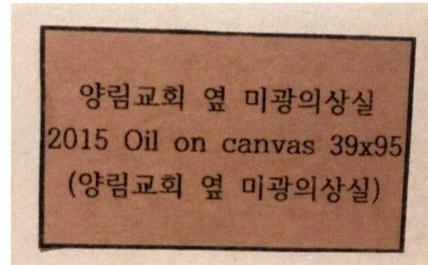


양림동 예술투어1 <펭귄마을>





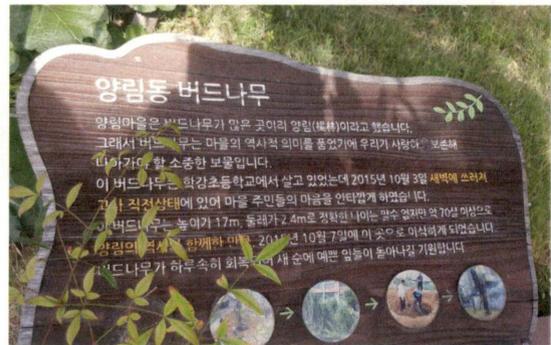
양림동 예술투어2 <근대역사문화마을>

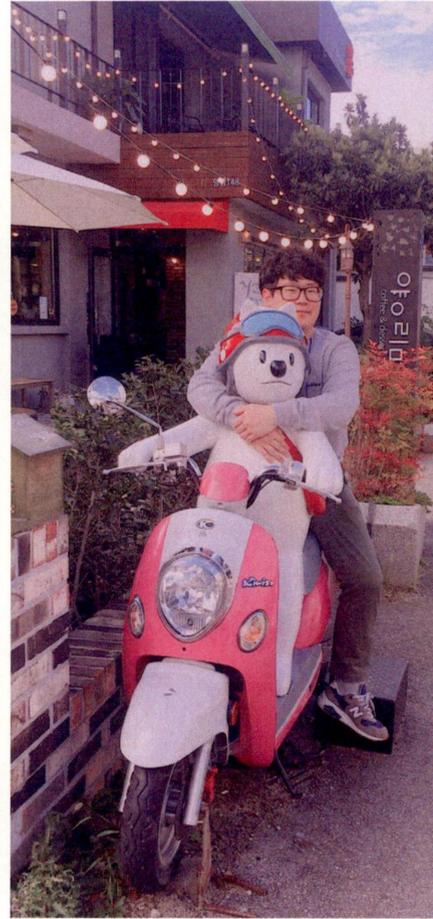




양림동 저녁 골목길 2013
Oil on canvas 72x59
(재개발 전의 기차길에서
양림동으로 가는 골목길)







대인예술시장 투어



2017 대인예술시장
이해·협력·성장 추진 20주년 기념전
이두함 & 조은솔 2인전

타인과 자아

2017. 10. 14. (토) - 10. 28. (토)
 Opening | 2017. 10. 14. (토) PM 08:00
 관람시간 | (화-금) PM 01:00 - PM 06:00
 (토) PM 02:00 - PM 11:00

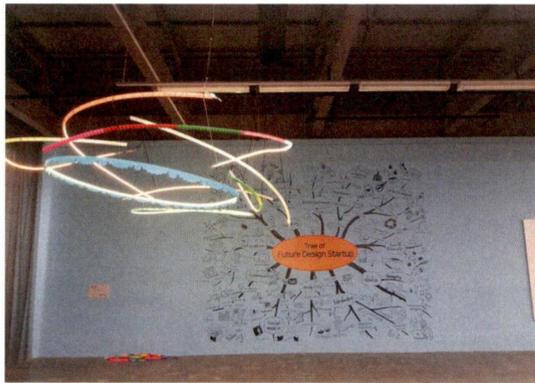
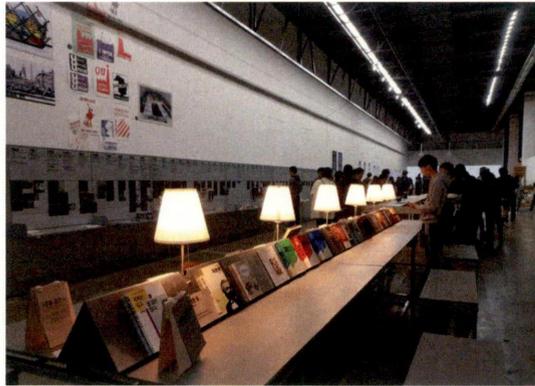
문화체육관광부 광주광역시
 협력 대인시장 상인회





광주 디자인비엔날레 투어





미래 세바이 A Survey on the Future

사상가, 혁명가, 작가, 시민들이 지금껏 새로운 내일, 지금과는 다른 어떤 것을 꿈꾸었다면 정작 우리는 지금 미래에 대해 어떻게 생각하고 있다. 낙관적인가, 비관적인가, 내일에 대해 어떤 기대를 갖고 있을까. 그 생각에 가까이 가기 위해서 커뮤니케이션, 정보디자인, 미디어작업 등 고유한 전문가 그룹이 팀을 이루어 서베이 프로젝트를 진행했다. 미래들이라는 주제를 둘러싼 실제 이야기를 모으고 나누고자 국내에 거주하는 1000명의 다양한 사람들에게 질문하여 응답받은 결과를 시각화하여 전시한다.

이제 과거에 진행된 미래 관련 프로젝트들과 견주어서 우리 스스로 미래에 대해 질문을 던져볼 차례다.

Thinkers, revolutionaries, artists, and citizens have dreamt of somethings different from their present. How do we envision our future now? Are we positive or negative about the future? What kind of anticipations about tomorrow do we have? A team of experts from diverse disciplines including communication, information design, and media production conducted a survey project to find an answer to these questions. A Survey on the Future visualized the answers from 1,000 people currently residing in and outside Korea to gather and share the future-related stories found in reality. Now is the time for us to ask ourselves about the future, comparing with the Futures of the Past.



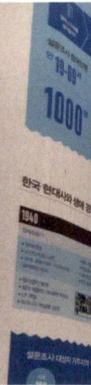
미래 인식에 관한 인포그래픽 & 데이터 시각화

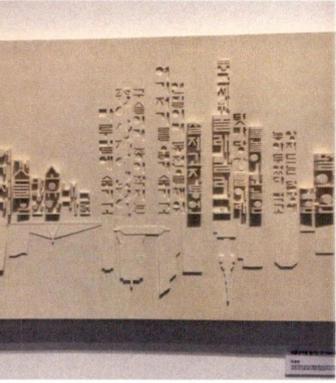
오늘의 우리들은 한국의 미래를 어떻게 생각하고 있는가?

INFOGRAPHICS & DATA VISUALIZATION ABOUT KOREA'S FUTURE: WHAT DO WE THINK ABOUT KOREA'S FUTURE?

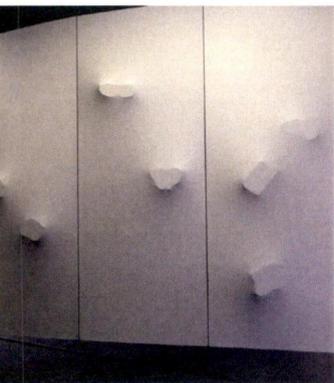
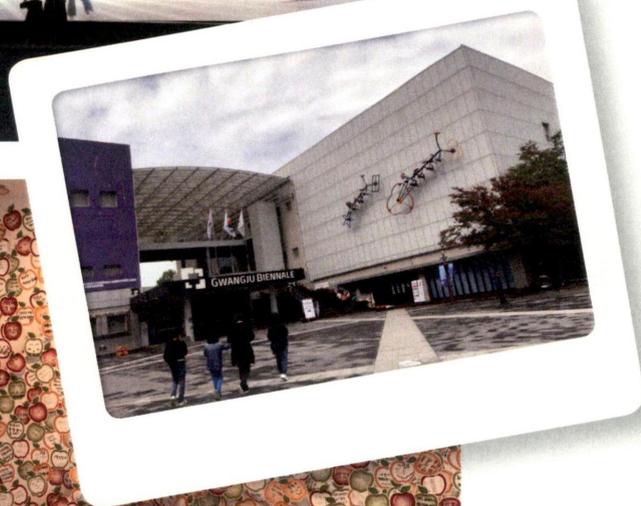
우리의 상상을 풀어내며 꾸준히 개봉하는 공상과학 영화를, 18년 전 상상했던, 사이버 세상과 현실이 뒤섞이는 이미지는 점점 현실로 다가오고 있습니다. 정보통신 기술의 발전으로 4차 산업혁명을 맞이하며 다양한 가능성을 꿈꾸게 되었습니다.

현재의 우리는 앞으로의 미래를 어떻게 생각할까요? 지금의 정치, 사회적 환경들이 얼마나 나아질 수 있을까요? 정말로 인공지능 로봇이 개발되어 로봇이 세상을 지배하게 될까요? 이런 질문들을 1,000명의 사람들에게 던져보았습니다.







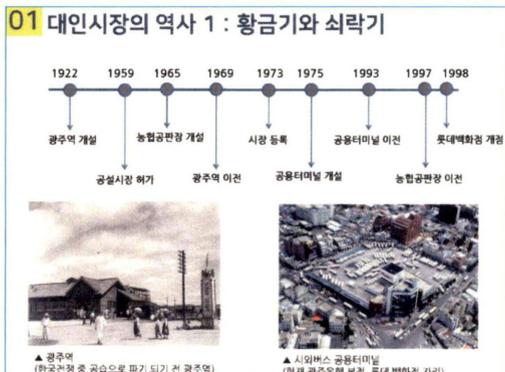


대인시장 예술프로젝트, 10년의 이야기

광주, 가난에 익숙하지만 새로운 것에 대한 열망이 강한 도시

대인시장은 외부에서 보기에는 진보적이라고 느껴지는 곳이지만, 한편으로는 새로운 문물을 쫓아 가는데 너무 익숙해졌고, 옛것들을 버리는데 익숙해진 도시였습니다. 너무 사대적이지 않나? 라는 생각이 들었습니다. 서울 근교의 수원지역 사람들이 아직도 전통시장을 사용하는데 주저함이 없는데 왜 광주사람들은 십몇년 전부터 전통시장은 더럽고 지저분하고 불결한 곳이라고 생각하고 시장을 버려두었는지 말입니다. 사실 저도 못골시장에 가기 전까지 다른 시장을 안갔거든요. 화성을 찾아가다가 못골시장을 잠깐 들렀었는데 일상적인 삶의 모습을 보면서 놀란거죠. 대인시장은 IMF 때에도 타격을 받지 않은 곳이었어요. 왜냐하면 이전부터 생산시설을 갖춰본 적이 없고, 월급을 제대로 받아 본 적이 없는 곳이기 때문입니다. 광주의 평균 임금이 180만원 정도라고 하면 이해하시겠습니까? 이보다 더 참담한 도시를 최근에 봤습니다. 타이페이의 대졸 초임이 180만원이라고 합니다. 우리는 헬조선이라고 말하는데 그들은 헬로우 조선이라고 말합니다. 가보고 싶은 대한민국이죠. 광주의 경우에는 가난한 것에 익숙해진 도시인 것 같습니다. 덜 버는 대신 덜 쓰면 되는 곳이죠. 그렇긴 하지만 새로운 것에 대한 열망은 강한 도시가 아닌가 생각합니다.

시장예술프로젝트를 하기까지



대인시장 자체는 교통편과 깊은 연관이 있습니다. 못골시장도 마찬가지고, 광장시장, 동대문, 남대문 시장도 마찬가지입니다.

광주역이 1922년에 만들어지고 그 인근에 시

골에서 무언가를 가지고 오는 사람들에 의해 장이 형성된거죠. 그리고 공설시장이 만들어진 후에 힘이 되게끔 농협 공판장이 생겼습니다. 그냥 공판장이 아니라 농산물을 독점해서 판매하는 도매시장입니다. 장사가 안될 수가 없죠. 광주의 식당 대부분이 식자재를 가지고 가는 곳이었으니까요. 1969년에 지금의 광주역으로 역이 이전하게 됩니다만 별 타격을 받지 않습니다. 여기에 힘을 더해 주는 것이 1975년에 당시 버스교통편이 발달되어 있었는데 버스터미널이 생겼습니다. 날개를 단 것과 같은 상황이죠. 변호인 영화를 보면 너무 돈을 많이 벌어서 마대자루에 돈을 넣어서 세는 장면이 나오죠? 이 곳의 약국 등 모두가 그런 시대였다고 합니다.

이후 계획도시가 이루어지면서 지구단위 개발들이 이루어집니다. 그래서 터미널이 이전을 하고, 설상가상 농협 공판장도 이전을 하게 되면서 이곳에 공동화가 시작됩니다. 그러면서 이 공간에 롯데백화점이 들어왔습니다.



그때부터 대인시장의 점포가 절반정도 빈 상태가 되었습니다. 그런데 예술가들이 여기를 염두해 두고 들어 온 것이 아닙니다. 담양에서 작업을 하는 어떤 화가가 담양에 있는 시장이 텅텅 비어있으니 여기서 한번 돌아보자. 추어탕, 매운탕, 국밥, 생선전, 과일전이 모두 비었으니 돌아보려고 생각하고 후배 작가들에게 모이도록 해서 화이트큐브가 아니더라도 전시장으로 한번 사용해보자라고 제안을

해서 10여명 정도의 작가가 모여 빈 장터에 전시를 합니다. 그 동네사람들이 구경을 하면서 작품평을 하더랍니다. 평소에 입은대로 와서는 "이런것도 그림이냐" 하는 분, "나는 왼발로도 그리겠다" 하는 분, "왜 그림을 여기에 걸었냐. 이 그림은 저쪽 가게가 어울리겠다. 떼어라." 하는 폭발적인 반응. 어느 과격한 관객은 그림을 찢기도 했다고 합니다. 우리가 있어야 할 곳은 화이트큐브가 아니라 현장이었고, 이 분들도 그림을 보는 안목이 있다는 것을 느낀것이죠. 이 분들이 2006년에 담양에서의 성공을 빌미로 저를 꼬시기 시작했습니다.

예술로 놀아보기. 광주의 10년을 기획하다.

광주에 있는 말바우 시장에 10개의 국밥집이 있었는데 사업비 100만원으로 그 곳에서 전시를 했습니다. 이것도 반응이 좋았습니다. 죽어가는 시장에서도 예술이 역할을 할 수 있다는 것을 느끼

면서, 이 가능성을 보는 작가들과 롯데갤러리의 큐레이터였던 한 분이 대인시장에 들어오게 되었습니다. 서울의 다양한 매개공간이 있지만 이들은 지역의 매개공간 미나리(아름다움과 빛남을 파는 가게)를 만들었습니다. 대인시장에서 재미있게 놀고 있으니 광주비엔날레에서 2008년에 현장프로젝트로 지원을 하게 되었습니다.

03 대인예술시장의 프로그램_2008

2008 광주비엔날레
주제: 연례보고
총감독: 오쿠이 엔위저

기본개념(요약)
재래시장의 현실공간을 공공예술프로젝트로 연결. 시장의 교황가치의 감성적 교육, 문화예술의 가치와 현주소에 대한 단소를 재발견하고 도시 속의 소외된 다중공간에 활력 계몽

<제안: Position Paper>
1. 발원지에서의 방향 전환 : 작가-큐레이터
2. 들어갈 곳 없는 자들의 활력에 관하여
3. 복덕방 프로젝트(큐레이터 박성현)
4. 텃밭 7(삼대적 조국)



03 대인예술시장의 프로그램_2009

대인예술시장 프로젝트(1년차) **“도전과 실험”**
기간: 2008. 12. ~2009. 11.
예산: 12억
주최: 광주광역시, 문화체육관광부
주관: 광주문화예술진흥위원회
시행처: 매개공간 미나리
총감독: 박성현

예술가 및 작가대상 프로그램
공공미술 아트포플루, 교류 및 네트워크

상인참여
복키메(미나리 상회), 대인예술시장 전개圖
靑美 靑 시장(호점지움)

시민참여 및 소통
아트마켓(靑美시장), 프린지공연(오후의 시장 소리), 문화예술교육: 대인역

공간 운영
m아트샵, m갤러리, 문화사랑방 실개천, OK공
공식당 등, 각가스튜디오(40개)



비엔날레에 온 대부분 사람들은 비엔날레만 보고 돌아가는데, 대인시장으로 30%정도가 관객으로 오기 시작했습니다. 시장 상인들도 작가들이 이상한 것을 하고 있다고 생각했었는데, 외부의 관객들이 오게되니 생각이 바뀌게 된 것이죠. 아시아 문화전당이 추진단이라고 하는 것이 있는데 이 곳에서 대인시장을 배우의 소비지, 즉, 예술의 소비지, 광주의 시민과 만나는 접점으로 만들 생각을 하면서 2009년부터 10년간의 계획으로 아시아문화예술활성화프로그램을 추진하게 됩니다.

2008년 오쿠이 엔위저라고 하는 큐레이터 총감독이 진행했던 것 중 3섹션이 복덕방 프로젝트였고, 그 때 박성현 큐레이터가 함께 했습니다.

2009년에도 프로그램은 이어지는데, 작가들은 열심히 실험을 했지만 힘든 것은 상인들과의 친화력 등의 관계설정이 참 힘들었습니다. 많은 작가들이 상인들과의 관계로 인해서 공간을 떠날 수밖에 없게 되면서 2010년에 제가 감독으로 들어오게 되었습니다.

03 대인예술시장의 프로그램_2010

대인예술시장 프로젝트(2년차) **“공존과 모색”**
기간: 2010. 6. ~2011. 2.
예산: 4억 6천만원
주최: 광주광역시, 문화체육관광부
주관: 광주문화예술위원회
시행처: 광주문화저지회의
총감독: 전고필

시민 대상 프로그램
시장상인 아카이브 조사 및 전시, '시장사람들, 발간, 시장아카데미, 인물브런드(장터 홍보영상), 거리시민약사

예술가 대상 프로그램
문화소통 '소통유학', 장의소울, 경협장터(경일대포를 행사)

공간 운영
시민문화장학소 '상상의 공간', 주주클럽 '시', 아트숍 '열', 디자인장학소, 시장속박물관, 다다락



이 때 광주 북구문화의집 정민룡관장과 함께 사업을 진행했는데, 가장 중요한 것은 <시장사람들>이라고 하는 책을 썼습니다. 전체 300여개의 점포 중 250여 곳을 전수조사 해

서 아카이빙을 한 것입니다. 이것이 지금까지 버틴 힘입니다. 우리가 있는 곳은 공간입니다. 사람이 같이 있으면 장소가 되는 것이죠. 사람이 터에 흔적들을 남기면 장소가 되는데, 미안하게도 이전분들이 잘 못했던 것이 터무니를 만들었던 사람들을 생각하지 않고 예술작업만 했었다는 것입니다. 우리는 예술가가 아니기 때문에 터무니먼저 파악하자고 생각하고 전수조사를 한 것입니다. 그래서 상인대상 프로그램을 올린 이유도 '이 공간의 주인은 여러분입니다.' 라는 것을 말하고 싶었기 때문입니다. 예술가가 이 공간을 가장 잘 활용할 수 있음에도 불구하고 예술가가 밑으로 내려가야 하는 것이죠. 겸허한 자세로 다가간 겁니다. 예술가들은 상인과 더불어 같이 노는 형식으로 구성했습니다. 자료에 보시면 '배추와 고등어전'이 있는데, 대인시장에 있는 모든 판매물품이 전시의 대상으로 된 것이죠. 장소도 냉동창고에서 했습니다. 우리의 눈높이를 일방적으로 주장하는 것이 아니라 그들과 눈높이를 맞추는 것이 중요합니다.

03 대인예술시장의 프로그램_2011

대인예술시장 프로젝트(3년차)

- 기간: 2011. 3.~2013. 2.
- 예산: 3억 8천만원
- 주최: 광주광역시, 문화체육관광부
- 주관: 광주문화재단
- 시행처: 광주문화재단회의
- 총감독: 정민룡

"결실과 수확"

상인 대상 프로그램
상인예술단 운영(노래, 기타, 마당극단)

시민 대상 프로그램
문화소통<소통유락>, 예술체험, 어린이 사생대회, 대인예술아시장(3일 시범사업)

예술가 대상 프로그램
예술공방레이저스 4곳 운영, 대인공공예술계(골목꾸미기), 릴레이기획전

공간 운영
문화사랑방<다락>, 시장속박물관, 다다익선, 예술공방 안내 표지판 설치



3년차와 4년차에는 정민룡관장이 총감독으로 진행을 했습니다. 3년차에는 상인예술단을 운영하고, 시민대상으로 문화예술프로그램을 운영했습니다. 모두 예술가가 가지고 있는 재능과 예술적 창조력들이 대인시장에 있는 자원들과 같이 결합할 수 있도록 진행했습니다.

4년차에는 실험적으로 운영했던 야시장을 상설화시키기 시작했습니다. 문화예술교육프로그램으로 소풍유락을 함께 하고, 대인시장의 소식지인 대인별곡도 발간했습니다. 그리고 예술가 대상으로 예술상품 개발과 창작지원, 예술가들이 시장에 참여 할 수 있는 장독병이 선물가게를 운영했습니다. 단, 레지던지 진행을 하지 않았습니다. 예술가들이 오래 있다 보니 이 곳의 권력으로 작용을 하기 시작했기 때문에 지원하지 않았습니다.

03 대인예술시장의 프로그램_2012

대인예술시장 프로젝트(4년차)

- 기간: 2012. 3.~2013. 2.
- 예산: 3억 8천만원
- 주최: 광주광역시, 문화체육관광부
- 주관: 광주문화재단
- 시행처: 광주문화재단회의
- 총감독: 정민룡

"대중화와 열림의 장"

상인 대상 프로그램
상인예술단 운영(노래, 기타, 마당극단)

시민 대상 프로그램
대인예술아시장 개장(총 6회), 문화소통<소풍유락>, 대인별곡(경기간행물) 발간

예술가 대상 프로그램
상주예술가 예술상품 개발 및 창작지원, 예술장터방<장독병이 선물가게>, 대인예술시장 작가 아카이브, 한평 갤러리 전시

공간 운영
예술공방, 한평 갤러리, 다다익선



2012년 말에 저는 광주문화재단에 이 사업을 지원하는 사람이 되었고, 정민룡관장이 감독을 맡고 있었는데 그 해에 이 프로젝트를 진행했던 6명의 직원이 모두 그만 두게 됩니다. 그래서 예술가들이 다시 이 프로젝트를 맡으면서 재래시장과 예술로 거리라고 하는 곳에서 재밌는 시도와 실

03 대인예술시장의 프로그램 2013 2013~2015 문화관광광명시장

대인예술시장 프로젝트(5년차)

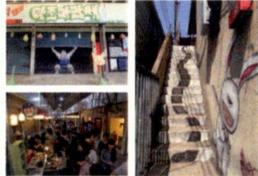
- 기간 : 2013. 3~2014. 2.
- 예산 : 8억(대인시장4억, 예술의거리4억)
- 주최 : 광주광역시, 문화체육관광부
- 주관 : 광주문화재단
- 시행처 : 광주대학교산학협력단, 아트스페이스 미테-우그로, 아우라코리아협동조합
- 홍강도 : 신호운

대인예술시장과 예술의 거리 거점 통합을 위한 의미 있는 시도

대인예술시장 프로그램
대인예술시장, 한평 갤러리, 예술공원, 갤러리 다다, 상주작가 사인물 제작

예술의 거리 프로그램
아외경매, 거리예술제, 공다방 운영, 거리마실, 공동문화예술제

거점통합 프로그램
미관조성사업, 상설공연, 낭만유랑단, 문화예술투어, 예술가아카이브_술속의 매미들, 시민모니터링단 운영



험을 했지만 만만치 않은 사업이었습니다. 왜냐하면 다시 예술가 중심의 사업을 했기 때문입니다. 역시 힘든 것은 무엇이나 하면 예술가는 예술가 중심에 서서 일할 수밖에 없다는 것입니다. 조금 미안하긴 한데 예술가는 세상을 먼저 선지자적으로 읽고 빨리 치고 나가는 분위기기기는 하지만 결국은 자기 안에 갇힐 수밖에 없는 어떠한 것이 있는데 열심히 했음에도 불구하고 사실은 크게 노력하

고 실천한 만큼의 대접을 받지 못한 것이 2013년의 일이었습니다. 제가 2013년 초에 서울에 갔습니다. 광주문화재단을 그만두고 서울에 청년허브에 2년간 유학을 갔습니다. 서울 사람들은 어떻게 노는지 보려고 말입니다. 가서 제가 두 가지 느꼈는데 하나는 정말 같이 못 놀겠다는 것이었습니다. 그분들은 밥을 안 먹고 사료를 먹었습니다. 컵밥, 컵라면, 햄버거 이런 것들을 먹으며 감당할 수 없는 세월을 보냈습니다. 안 되겠다 그래서 고향으로 내려오게 되었습니다. 내려와서 할 일도 없는 건 아니지만 서울 분들 비애감, 굴욕감을 느끼겠지만 어쩔 수 없습니다. 우리는 국이 있어야 밥을 먹고 쌀을 먹어야 끼니가 되는 것이지 라면 이런 것은 밥으로 취급하지 않습니다. 아무튼 대인시장에 내려왔습니다. 내가 저지른 일이기도 하니까 책임을 지기위해서 내려와서 작업을 하게 되었습니다.

대인야시장 프로젝트 <별장>

— 별별스러운 것이 있는 장, 별이 뜰 때 여는 장, 쉬고 싶은 별장

집중하고 확정하자 해서 올인 했습니다. 정민룡감독이 만들어놓은 야시장을 확장을 했는데 시적으로 맞아 떨어졌습니다. 대인야시장의 상품들은 손으로 만든 것이 아니면 들어오지 못하게 하였습니다. 상인들은 모든 것을 다 판매할 수 있지만 셀러들은 손으로 만든 것이 아니면 못 들어옵니다. 일종의 메이커스 문화들을 확장하고자 했는데 이것들이 같이 맞아진 것이고, 메이커스 스튜디오라고 사실 좀 어려웠지만 같이 진행하고 하였습니다. 그리고 야시장에 이름도 '별장'이라고 했습니다. 별장이라는 것은 세가지 뜻이 있는데 하나는 별별스러운 것이 있는 장, 오만것들이 있는 장, 밤에 별이 뜰 때에 하는 야시장 그리고 쉬고 싶은 장, 별장 같은 의미가 있는 3가지 의미

03 대인예술시장의 프로그램_2014

“집중과 확장”

대인예술시장 프로젝트(6년차)

- * 기간 : 2014. 5~2014. 12.
- * 예산 : 5억
- * 주최 : 광주광역시, 문화체육관광부
- * 주관 : (사)전라도지오그래픽 별장프로젝트
- * 총감독 : 진고필

예술가 대상 프로그램
예술인 창작 활동 지원, 창작공간 지원 및 레지던스, 한평 갤러리, 대인예술아시아

상인 대상 프로그램
그대를 위한 별판

시민 대상 프로그램
시민문화창작소 '메이커스 스튜디오', 소풍유락

홍보프로그램
대인예술커뮤니티맵핑, 네트워크포럼

공간 운영
예술공장, 한평 갤러리, 창작스튜디오 다다



가 있는 이름을 지었습니다. 마찬가지로 예술가 대상, 상인 대상, 시민 프로그램을 재편성 하였습니다.

2014년에 굉장히 열심히 해서 잘 되니까 나는 나가야 겠다 해서 나왔습니다.

03 대인예술시장의 프로그램_2015

지역문화브랜드 최우수상 수상
(문화체육관광부)

대인예술시장 프로젝트(7년차)

- * 기간 : 2015. 1~2015. 12.
- * 예산 : 6억 7천만원(본예산5억, 추경1억7천)
- * 주최 : 광주광역시, 문화체육관광부
- * 주관 : (사)전라도지오그래픽 별장프로젝트
- * 총감독 : 정성호

“지속가능한 대인예술시장”

창조인력 프로그램
대인 레지던스, 세시봉, 한평 갤러리, 대인예술아시아, 메이커스 스튜디오, 아트상품 창작워크숍

상인 대상 프로그램
상인출판상회, 예술상인 워크숍, 시장 아카데미

시민 대상 프로그램
대인 살롱 '힐링, 수설, 허설', 청년상단 네트워크

공간 운영
한평 갤러리, 아트콜렉션을 '미담', 창작스튜디오 다다



2015년 한 해 동안 저는 백수를 하고 다른 분이 맡아서 굉장히 열심히 하셨습니다. 그때 문화체육관광부로부터 지역문화브랜드 최우수상도 수상하였습니다. 그 정도로 대인시장이 약진을 계속 해왔습니다. 2015년에 그림에도 불하고 약간 미진한일이 있었습니다. 2015년을 봐야 하는 것이 아니라 2019년을 보자고 약속 했는데 약속이 잘 지켜지지 않았던 거죠. 사업이 끝난 다음에 지속 가능한 생태계를 만들어야겠다 생각해서 2016년에 놀았던 제가 다시 돌아왔습니다.

그리고 이전에 있는 분들한테 미안하지만 다 나가 달라고 부탁 했습니다. 다시 한 번 강조

03 대인예술시장의 프로그램_2016

“창조적 문화난장”

대인예술시장 프로젝트(8년차)

- * 기간 : 2016. 2~2016. 12.
- * 예산 : 5억
- * 주최 : 광주광역시, 문화체육관광부
- * 주관 : (사)전라도지오그래픽 별장프로젝트
- * 총감독 : 진고필

예술지원프로그램
대인문화창작소 지원, 한평 갤러리, 대인예술학교

상인 대상 프로그램
상상예감, Shop in Biennale

시민 대상 프로그램
아시장 별장

특별 프로그램
아트콜렉션을 '미담', 킬컴센터, 배움여행, 대인시장아카데미 '궁계', 지역문화네트워크포럼, 별장뉴스 (별장신문)

공간 운영
아트컬렉션 미담, 킬컴센터, 대인문화창작소 지원



하지만 우리가 가장 신경 쓰는 것은 2019년입니다. 우리 사업이 끝난 다음에 상인들이 지속적으로 끌고 가는 것임을 상기하고, 2016년에 다시 시작 하였습니다. 창조적인 문화 안정으로 가려고 여러 가지 일을 하였습니다. 지역에서 창조적 동력이 되는 것은 끊임없이 대인시장으로 초대하여야겠다는 생각으로 매달 각각의 장르들을 초대했습니다. 아까 메이커스 초대했다고 하지 않았습니까. 조금 후에 보시면 아시겠지만 여기는 광주에 있는 청년들, 젊은 사람들이 만들고 싶은 것들을 만들어서 판매 하는 친구들도 있습니다. 2015년부터는 갑자기 경력 단절 여성들이 너무 많이 들어왔습니다. 이것도 우리가 내칠 수 없으니까 받아들이는데 이분들은 평소에 하던 수작업 물건을 가지고 옵니다. 그러나 예술 장르에서는 실험 할 수 있는 것들을 많이 들어오도록 노력했고, 무용, 발레, 인디음악 등 수많은 장르가 올 수 있도록 독립 영화도 초대해 보고 하였습니다. 역시나 힘들긴 했습니다. 그 분들 스스로는 단련이 되었을지 몰라도 우리는 관객들과 같이 호응하도록 해야 하는데 그것이 참 힘들었습니다. 그런 생각이 들었습니다. 그렇게 2016년에 운영을 했는데도 하도 힘들길래 재래시장이 소비 시장화 되는 것 같았습니다. 대표 시장 가운데 통로 보셨을 텐데 먹는 것 뿐이지 않습니다. 상인 분들이 하시는 것입니다. 셀러들이 하는 것이 먹는 것을 하는 것은 아닙니다. 그런데 먹는 데만 가고 안쪽으로 들어오지 않는 것이었습니다. 안 되겠다 재래시장에 가치를 다시 실현 해야겠다. 이렇게 생각해서 인문 예술 시장들을 강화하기 위해 매월 마지막 주 토요일의 야시장은 '책과 함께 하는 시장'이라는 캐치플레이즈를 걸고 합니다. 인문 시장으로서 예술이 단순 하지는 않지만 복합적인 인문 시장으로서의 위상은 세워 가기 위해 노력하고 있습니다.

03 대인예술시장의 프로그램 2017

대인예술시장 프로젝트(9년차)

- * 기간 : 2017. 2~2017. 12.
- * 예산 : 5억
- * 주최 : 광주광역시, 문화체육관광부
- * 주관 : (사)전라도지오그래픽 별장프로젝트
- * 총감독 : 권고필

“인문예술시장”

예술지원프로그램
대인문화장르소 지움, 대인예술학교, 벽화 제작, 한평 결러리, Let美in공작소

시장활성화 프로그램
야시장 별장, 대인예술시장활성화협의회, 상인 올신문화 아카데미

기획·홍보 프로그램
콜라 스튜디오, 월랩센터, 아트칼렉션을 수락, 지역문화네트워크포럼, 책방 긴서치, 시장한바퀴

공간 운영
아트칼렉션을 수락, 월랩센터, 대인문화장르소 지움



05 별장의 의미와 마스코트

- 별! 별! 일들이 펼쳐지는 별장!
- 별이 뜨는 밤에 열리는 장터!
- 모두 편히 쉬 수 있는 별장!

- 지혜와 알뜰함, 부의 상징 등을 의미



인문 예술 시장의 차별화, 아트 플랫폼으로서의 역할, 그리고 공유지

— 지식의 가치를 나누는 것의 고민들..



별장의 마스크트는 부엉이입니다. 이 마스크트는 그냥 정한 것이 아닙니다. 부엉이가 무엇인지 아십니까? 미네르바의 부엉이 아닙니다. 지혜의 상징 부엉이가 아니고 부귀영화를 가져오는 부엉이입니다. 나중에 한번 찾아보시기 바랍니다. 옛날에 부엉이 집 털었다. 부엉이를 만났다 이런 말이 있었습니다. 부엉이를 만났다고 하는 것은 많은 재물을 한꺼번에 얻었다는 뜻입니다. 문화 중심 도시에 브랜드 가치를 확산하는 재래시장이 되고자 하고 있습니다.

아까 다녀오셨던 ACC 국립 아시아 문화 전당에 왔던 분들이 여기 같이 들르고, 남광주 야시장도 들르고, 양림동 역사 마을도 들르고, 프렌즈 페스티벌도 보고 이곳에 함께 공존하는 재래시장에서 체류 하는 공간, 재래시장에

서 광주 문화를 맛보는 공간으로 가고자 하고 있습니다. 저희들의 사업은 인문 예술 시장에서 시장의 차별이라고 하는 것들, 그리고 아트 플랫폼으로서의 역할들, 공유지, 저희들의 지식들의 가치를 나누는 것 입니다. 선생님들께 사실대로 이야기 하는 것은 저희가 가졌던 사람적 경험들이 실패건 혹은 성공이건 간에 함께 나누어주려고 하는 생각이기 때문입니다. '가치들을 확산 하자.' 우리가 속된말로 열심히 하고 있음에도 불구하고 상인 분들이 스스로 자생 하려고 하지 않으면 그야말로 죽은 나무에 링거 꽂는 것과 같습니다. 언론에는 성공한 전통시장, 대인예술아시장 대표 브랜드로, 대인시장 문화 예술 장터로 변신, 아따, 시장이 이렇게 재밌어도 된디야. 언론은 그렇게 봅니다. 하지만 현장에서 일하는 우리들은 아주 많이 힘이드네요.

08 성공한 전통시장

광주 대인시장 '문화예술 장터' 변신

'대인예술 야시장' 광주 대표 브랜드로
 예술가시민셀러 참여 살거리즐길거리 풍성
 '장터' 같은 장터' 지난해부터 도요원 상설화

"아따 시장이 이렇게 재밌어도 된디야"
 걸쳐현장·대인예술시장 '별장'
 다양한 먹거리·볼거리에 흠이 절로
 재즈공연 작품 전시 등 무척재미 있다

'문학제에 영화제까지' 대인예술시장 다양한 실험

[전통시장 활성화] 4.광주 대인 예술 야시장 '별장'
 문화와 시장의 만남·별별 일들이 펼쳐지는 '별장'

호남권: '젊음의밤' 광주 대인야시장
 주말명소로 자리매김한 광주 대인예술시장

'젊은이 문화공간'으로 진화하는 광주 대인시장

광주 대인예술시장, 지역문화브랜드 최우수상에 선정

누구의 공간, 누구의 삶, 누구의 예술에 근접 한다면
 — 그 공간을 지켜왔던 사람들이 가지고 있는 삶의 장소성을
 철저히 파악하라.

새로운 도약을 위한 대인 시장은 야시장에 고정비를 조금 줄이고 기획 상점이 등장했습니다. 기획 상점이 무엇이나면 일주일 내내 문을 닫고 있다가 야시장 때만 문을 여는 것입니다. 양체 같은 행동 들입니다. 자생성을 위한 논의들이 구조화 되어야 된다. 지역 내 유사 시장들이 굉장히 많이 들어서고 있습니다. 정리가 된 야시장의 최초가 대인시장입니다. 부산의 부평 강동시장보다 여기가 먼저 생겼습니다. 지속 가능한 시장을 구현에 내야한다 라고 하는 것이 저희들 생각하고, 야시장의 구조를 독립구조화 시켜야 한다. 지금처럼 예산 5억을 받아서 만들어지는 시장이 아니어야 한다고 생각하고 있습니다. 이것이 만만한 일은 아닙니다. 이 짧은 시간 안에 재래시장을 다 소개할 수는 없는 것이지만 프로그램 하나하나도 그냥 누가 아이디어를 줘서 하는 것이 아니라 서로가 머리를 맞대고 경험치를 가지고 했던 것들입니다. 기획 자체가 진짜 기획으로 돌아오는 것은 2010년의 전수 조사 조사 이후 진짜 기획으로 돌아오고 있습니다. 그 공간을 지켜왔던 사람들이 가지고 있는 장소성들을 제대로 파악해야 하고 그럼에도 불구하고 아직도 미진한데 그것을 파악하지 못하면 우리는 사상누각을 짓는 것과 같습니다. 그렇기 때문에 어떤 기획을 맡으시던 간에 내가 **누구의 공간 누구의 삶에, 누구의 예술에 근접 한다면 그분들의 삶을 철저히 파악을 하**

고 나서 기획을 해야 합니다. 그 역사의 시공간들을 정확히 파악하고 난 다음에 기획 하는 것이
 좋습니다. 대인시장은 외형적으로 굉장히 성공한 것처럼 보이지만 내부적으로 뼈격거리는 것들이
 있습니다. 사람들에게 집중 하였음에도 불구하고 무언가가 부족한 것이 있는 것입니다. 늘 부족하
 지만 늘 고민하고 부딪히고 함께 살아가는 것이 지금의 저입니다. 긴 시간동안 감사합니다.



키워드로 이야기하기

북구문화의집, 주민들과 노는 방법

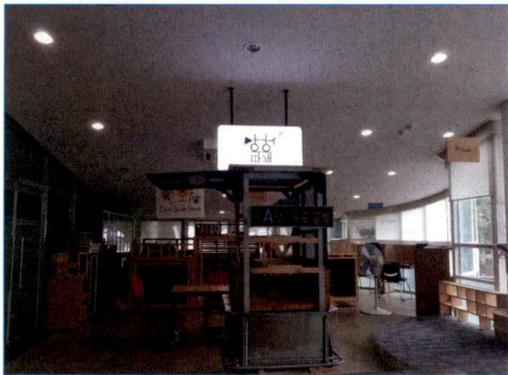


이 공간이 저희들이 주민들이나 애들하고 같이 노는 공간입니다.

지저분하게 쌓여있기도 한데 신경 안 씁니다. 뒤에 보면 뭐 같습니까? 차가 두 대 있지 않습니까? 애들이 만들고 있는 탱크입니다.

이 공간은 문화의 집인데 아주 작은 공간입니다. 공간 쓰는 것은 제 맘대로 씁니다. 그러니까 정해진 형식을 가지고 사용하지 않습니다. 상황에 따라 쓰다 보니 손이 많이 가고 일은 힘들지만 공간의 규정을 기능 자체를 정해놓고 쓰는 형태는 아닙니다.

대부분 공간의 쓰임새 같은 경우는 정해 놓습니다. 하지만 그 공간을 쓰는 사람에 따라서 달라질 수 있습니다. 정해 놓은 대로 수동적으로만 쓰게 되면 꼭 그 형식밖에 사용을 못합니다. 그걸 넘어설 수 있는 기획을 통해서든 어떤 활동을 통해서든 상황이 생기게 되면 공간의 형태가 변이가 됩니다. 다른 공간 형태가 되기도 하고 유행에 따라서 바뀌기도 합니다.





이전에는 이 공간을 전시 공간으로도 많이 사용을 했습니다. 전시공간을 쓰다보니까 공간도 좁고 재미도 없어서 지금은 다목적으로 쓰고 있습니다. 공간에 사람을 맞추는 것이 아니라 활동 내용에 따라 공간이 맞추는 형식으로 사용하고 있습니다.

지금 대부분의 생활 문화센터도 그렇게 사용하고 있습니다. 그 공간도 처음에 만들 때는

쓰임새를 정하고 만듭니다. 그런데 생활 문화센터를 사용하는 사람에 따라서 쓰임새가 다르기 때문에 한 일년도 못 넘어갑니다. 하지만 그 공간의 쓰임새를 바꾸기는 상당히 어렵습니다. 규제가 너무 많습니다. 이래서 안된다 저래서 안된다 그러다 보니까 이제 기획한 사람이 취할 수 있는 선택지는 그 규제에 그냥 따르는 선택지로 할 수 밖에 없습니다. 공간을 사용하기 위해서는 규제에 따라서 쓰게 됩니다. 그냥 힘 안들이고 정해진 대로 쓰는 것이 제일 쉬운 방법입니다.

예전에 우리 공간도 AV감상실 같은 게 있었습니다. 그게 서류에 정해놓은 거잖습니까? 하지만 시간이 지나면 누가 AV감상을 합니까? 집에서 다 할 수 있지 않습니까?

예전에는 컴퓨터 쓰는데 애들이 줄을 서서 있었습니다. 집에서 인터넷과 컴퓨터 되는 장소가 없어서 이곳에서 사용했습니다. 그때는 눈치 보면서 게임도 하고 했습니다. 그런데 지금은 핸드폰으로 하지 누가 그렇게 합니까?

근데 그 규정이라고 하는 건 절대 변하지 않습니다. 변하기가 어렵습니다. 하지만 기획하는 입장에서 보면 변화를 줄 수 있는 단초를 찾아야하는데 그게 어렵습니다. 그러다보니 대부분은 포기

오늘 대화는 강의 형식이 아니라 제가 주제를 몇 개 뽑아 왔습니다. 주제를 던져놓고 대화를 해야 하는데 아마 대화가 잘 안 될 거로 생각합니다. 이 주제는 제 마음대로 뽑았습니다. 여러분이 하나씩 주제를 집어 주시면 그거에 대해서 대화를 하겠습니다.



생활문화예술은 기획하는 입장에서 두 가지의 약간 충돌되는 관점이 있습니다. 용어부터 정리해 보겠습니다. 제가 생활문화예술에서 예술에 물음표를 던지겠습니다. 생활문화예술센터가 아니지 않습니까? 생활문화센터입니다. 그러다보니 가지고 있는 단점이 있습니다. “거기 뭐하는 곳이야?” 하고 물어 봅니다. 생활문화라는 것이 너무 광범위하고 문화보다 더 광

범위한 거 같습니다. 그러다보니 그 질문에 구별 짓기를 해야 합니다. 그다음부터 문제가 생기는 것입니다. 그러다보니까 관점이 두 가지로 나눠집니다. 그럼 생활문화센터에서는 주로 뭐해요? 라고 물어보면 대부분 동아리를 이야기 하게 됩니다. 그러면 생활문화와 동아리가 연관되어 있다? 라고 의심을 해봐야 합니다. 저는 문화예술과 생활문화예술동아리 이렇게 이야기합니다. 그러면 생활문화축제, 생활문화예술동아리축제 이렇게 이야기 하겠습니까? 왜 앞에 생활을 붙였을까 하는 의문이 생깁니다. 그냥 문화면 문화지, 생활과 관련이 있습니까? 없습니까? 문화 그 자체에 일상이나 삶 그 자체를 포함하고 있는 가장 기본적인 요소인데, 왜 생활이라는 요소를 붙여서 이야기를 하겠습니까? 그 이유가 있다고 저도 의심했습니다. 뭐냐하면 **문화예술이나 문화가 생활과 괴리가 되어 있구나! 이것**에 대한 반증이라고 생각합니다. 괴리가 되어 있으니까 억지로 앞에다가 생활을 붙이게 되는 것입니다. 그러면 생활문화예술이라는 것이 있으면 비 생활문화예술이라고 있습니까? 반대로 있어야 할까 아닙니까? 굳이 왜 생활이라는 용어를 앞에 붙이냐는 것입니다. 그러다보니 대중들은 몇 가지 오해를 하고 있습니다. 생활문화센터, 생활문화예술이면 아마추어와 같다는 공식이 성립을 하게 된다고 오해를 합니다. 실제 그렇게 인지가 됩니다. 그러면 생활문화예술은 아마추어들이 하는 것이고, 비 생활문화예술은 프로 혹은 전문 예술가들이 하는 것이냐 하는 질문이 가능하게 됩니다. 그럼 생활문화축제는 누가 옹니까? 아마추어가 옹니다. 아마추어는 누구입니까? 생활문화예술 동아리라고 이렇게 공식을 정의하는 것이 지금 현실입니다. 그 말의 의미를 저는 예술하고 생활하고 분리를 시켜서 생각합니다. 분리를 시켜놓고 아직도 벗어나지 못합니다.

어제 대인시장 보시면 두 개가 나눠져 있지 않습니까? 예술가 프로그램, 시민대상 프로그램 이렇게 나눠 있습니다. 예술가를 특별한 하나의 존재로 생각하는 것입니다. 예술이라는 영역 자체를 특별하다고 하는 것이 우리가 가지고 있는 일반적인 선입견이자 편견입니다. 그 두 가지 관계를

깨는 것이 기획자의 역할입니다. **생활과 예술이라는 존재가 괴리되어 있다는 이 참혹한 상황 자체를 깨주고 이 두 가지를 섞이게 만드는 것이 우리가 하려고 하는 기획이고 그걸 깨는 중심에 있는 것이 바로 생활문화를 담당하는 센터가 되어야 하는 것입니다.** 하지만 불행하게도 지금 생활문화센터는 아마추어들이 동아리로 활동하는 곳입니다. 사람이 모이는 형태가 동아리 말고 얼마나 많이 있습니까. 동아리는 도대체 어디서 나온 이야기인지 모르겠습니다. 그래서 저도 좀 화가 납니다. 정책 연구하는 분들이 생활문화 제일 먼저 하고 계시는 것이 오프라인 동아리 숫자 세고 있는 것입니다. 온라인에서 카페를 운영하는 사람들은 됩니까? 그러면 거긴 전문가들이 따로 있습니까? 비전문가이면서 전문가 이상의 기술을 가지고 있는 사람들이 얼마나 많이 있습니까? 시대가 이미 변하고 있는데 88년대 방식으로 접근하고 있는 것 같습니다. 아니면 일본이 가지고 있는 문화에 대한 접근방식이 그대로 녹아져 있는 것이 지금의 관점입니다. 저는 생활문화에 대한 관점을 전문가, 비전문가 이런 식으로 구분하는 개념을 깨고 없애야 하는 것이 우리가 생각하는 기획이라고 생각합니다. 그러면 예술가, 시민, 전문가, 비전문가와 같은 경계가 없어져야 합니다. 저는 생활문화예술이라는 개념을 세우고 기획을 하는 것이 없이 하는 것보다 낫다고 생각합니다.



생활문화는 분야가 엄청나게 많은데 현재 기획에서 다루는 것은 1%도 안 됩니다. 그래서 한계가 생깁니다. 생활문화를 기획하면 취미에 대해서만 다루게 됩니다. 예를 들면 여가 생활 등 누릴 수 있는 많은 것들이 있는데, 생활문화센터에서는 대부분 주민들의 예술가 닮아가기를 다루게 됩니다. 주민들이 예술적인 기능들을 배우고 실력이 쌓이게 되면 뽐내기를 시

작하게 됩니다. 이와 같이 누가 잘 하나, 거기에 만족감을 넣는 형태가 대부분입니다.

생활체육의 목적이 됩니까? 선수하기 위한 생활체육은 아니라고 생각합니다. 현대 생활문화예술 같은 경우는 그런 현상이 생깁니다. 마치 자기가 예술가가 된 것처럼 행동하게 됩니다. 이런 영역의 패러다임에 관한 문제가 아니고 다른 차원의 문제로 접근해야 하는데 그렇지 못 한 게 아쉽습니다. 또 생활문화센터의 분들이 프로그램을 준비하기 위해서 그 이상의 고민을 못하고 동아리 활동으로 인지 하고 있습니다. 동아리 활동의 경우, 각자의 공간이 생기게 되고 활동을 위해서는 공간이 필요하게 되는데 이런 경우 몇몇의 동아리를 위한 공간으로 점유가 되는 현상이 지역별로 나타나고 있다고 생각을 합니다. 그럼 점들이 아쉽게 생각합니다. 생활문화에 대해서 비판적인 생각을 하고 있습니다. 예로, 현재 전국의 생활문화축제가 다 똑같고, 자기들만의 축제하고 비판적으로 생각합니다.

문화의 집에서도 오래된 동아리 같은 경우에는 어떻게 생각하십니까?

문화의 집에서는 20년 된 강좌가 하나 있는데 주부인문학입니다. 한학의 논어등을 배우는 동아리이고 약간 전통적인 교육방식으로 20년간 진행이 되고 있습니다. 그 강좌는 해설이 아니라 강독만 하고 있습니다. 한 분의 강사님이 15년 이상 진행하고 있는데, 그게 어떻게 가능할까 생각하면 어떤 경지를 높여야 하는 요구가 없이 개인이 배우는 자체로 만족할 수 있어서 유지가 된다고 생각합니다. 그렇다고 낡은 방식이라고 생각하지는 않습니다. 그 곳에서 자기들만의 커뮤니티가 형성이 될 것입니다. 구성원의 경조사에 있을 때 서로 축하를 해주는 것과 같이 자연스럽게 관계가 형성이 됩니다. 그 경우 기획에서는 할 수 있는 역할이 없습니다. 단지 공간만 만들게 되면 됩니다. 동아리는 절대 억지로 만들어지지 않습니다. 자연스럽게 알아서 하는게 동아리이고, 이와 같이 열어놓고 생각을 해야 됩니다.

현재 대부분의 프로그램이 동아리가 아닌 강좌를 먼저 만들고 있습니다. 강좌와 동아리의 개념을 혼동해서 쓰고 있습니다. 그냥 강좌라고 하면 되는데 동아리로 전부 분류를 하고 있습니다. 동아리 개설 숫자가 필요하기 때문입니다. 동아리는 기획에서 손을 댈 이유가 없습니다. 단, 공적인 역할을 할 경우에는 기획에서 손을 대야 합니다. 동아리는 자기만족을 위해서 하는 곳이고, 개인적인 취미활동인데 왜 공적인 부분에서 손을 대야 하는지 의문입니다. 개인이 동아리 활동을 할 수 있

는 문화센터 등이 많이 있는데, 비용을 들여가면서 공적인 부분에서 사람들을 모아서 프로젝트를 기획자들이 관여를 해서 만들어야 하는지 의문입니다. 그래서 경계를 나눠서 생각을 해야 합니다.

왜냐하면 예산적인 문제가 있습니다. 동아리가 10개라면 강사비등 비용이 많이 들게 됩니다. 그래서 동아리 개수로 자랑하지 말았으면 좋겠습니다. 그래서 20년 동안 꾸준히 할 수 있는 인문학 동아리와 같이 나올 수 있는 게 자연스러웠으면 좋겠습니다. 그런 동아리가 없다고 행정부서에서 이야기를 안했으면 좋겠습니다.

공동체를 이야기를 할 때, 항상 갈리는 문제가 있습니다. 사람은 사익을 좋아합니다. 그렇다고 사익을 좋아하면 안 되는 건 아닙니다. 우리는 문화기획을 할 때 사익이라는 부분에서 고민을 가지고 접근을 한 적이 별로 없습니다. 왜냐하면, 사익을 공익에 배치되는 도덕적으로 안 좋다고 생각해서 다들 감추고 있습니다. 실제 문화 프로그램에 참여를 하겠습니까? 이 나라 문화를 진흥시키기 위해서겠습니까? 저는 결국은 자기이익이라는 부분이 있다고 생각합니다. 사익이 경제적인 이득을 취하는 것이 아니라 개인의 욕구가 충족되기를 원하는 것입니다. 결국은 개인의 욕구가 문화를 통해서 충족되는 것을 최고로 치는 것입니다. 단, 사익이 강력한 동기가 될 수 있습니다. 하지만 그 동기가 공적인 부분으로 연결이 되어야 합니다. 거기에서 기획자가 필요합니다. 그

렇지 않다면 기획자는 필요가 없습니다. 공익과 사익을 어떤 식으로 링크를 시키느냐는 문제이고, 공동체를 만드는게 가장 중요합니다.



예를 들면, 대인시장의 골목에 꽃나무를 심어 놓은 적이 있습니다. 다음날 아침에 보면 누군가가 뽑아가는 것입니다. 가지고 가서 잘 키우겠다 라는 생각으로 또 심었는데 또 뽑아가는 것입니다. 왜 그럴까 생각을 해봤습니다. 사익이라는 욕구가 잘못된 형태로 발현이 되었다고 생각합니다. 공적인 공간에 있기 때문이라고 생각합니다. 만약, 누군가의 집이었다면 뽑아가지 못했을 것입니다. 공적인 공간에 있기 때문에 죄가 아니라고 생각하는 것입니다. 공익을 모든 사람의 것이라고 생각을 하는 것입니다. 이처럼 공익과 사익이 충돌하는 경우가 상당히 많습니다. 여기서 무엇을 탓해야 하겠습니까? 뽑아간 사람을 탓한다고 그 문제를 해결할 수 있는 문화기획을 한다면, 못 뽑아가도록 카메라 설치하고, 감사하고, 벌을 주도록 기획을 합니다. 그러면, 그 사람은 숨어서 뽑아가게 될 것입니다. 계속 이런 현상이 반복

이 될 것입니다. 이 원리는 쓰레기 버리는 것과 같습니다. 악순환이 계속 될 것입니다. 그럼 문제로 문화기획을 하게 되면 방법이 없습니다. 그 사람에게 다른 사람과 같이 볼 수 있는 꽃을 뽑아가는 행위가 안 좋은 것이라고 인식을 심어줄 수 있도록 프로그램을 해야 합니다. 그래서 꽃을 심어놓는 곳의 위치를 공적인 공간에서 사적인 공간인 옆의 대문 안으로 옮겼습니다. 그 대신 대문을 열어 놓았습니다. 그러니까 안 뽑아가게 됩니다. 못 뽑아갑니다. 대문 안으로 들어올 정도면 도둑이잖습니까. 대문을 열어놔서 볼 수 있게 해놓으니 예쁘고 좋으니 관심을 가지게 되고 물을 좀 줄까? 라는 생각을 하게 됩니다. 사익이라는 것이 공익과 만나게 될 때 시너지 효과가 폭발적으로 생길 수 있습니다. 그 중간에 있는 지점을 기획으로 잘 잡는 사람이 기획을 잘하는 사람입니다. 이것은 욕구를 어떻게 찾느냐는 문제와 같습니다. 보통은 수요라고 합니다. 수요를 접근하는 방식이 몇 가지 있습니다.

아이들에게 수요조사 혹은 만족도 조사를 해 봅니다. 아이들과 교육프로그램을 하고, 프로그램에 대해서 물어보면 "재밌었어요"라고 답을 합니다. 왜 물어보면, "그냥요. 그냥 재밌죠." 라고 답을 합니다. 이와 같이 아이들의 답은 재미있었다, 좋았다, 나빴다 입니다. 하지만 그 이유에 대해서는 표현을 못하고 자기 속에 있는 것입니다. 말로 표현을 못하는 것입니다. 개인의 욕구를 보겠습니다. 프로그램을 하려면, 수요조사를 해야 합니다. 프로그램을 돌리

면, 제일 많은 프로그램이 뭐가 있겠습니까? 유행하는 것들을 하게 되는데, 댄스나 나이가 있으신 분들은 노래교실을 하게 됩니다. 문화 기획자는 대중들의 수요를 파악해서 그 수요에 맞는 프로그램을 해줘야 합니다. 그러면 영원히 노래교실 밖에 하지 못합니다. 그들의 노래교실을 요구하기 때문입니다. 이게 행정에서 제일 많이 사용하는 기법입니다. 보통 '주민들이 많이 요구하는 프로그램 하세요'라고 합니다. 하지만 중요한 것은 기획자는 노래교실을 보는 게 아니라 그 이면에 숨어있는 요구를 찾아야 합니다. 그것은 설문지 몇 번으로는 알 수가 없습니다. 이야기를 해보아야지 알 수 있습니다. 왜 노래교실을 하고 싶었을까를 보면 자기 이면의 요구가 있을 것입니다. 예를 들면, 중, 장년의 60세가 되면 무료하기도 하고 늙어가는 것이 우울해지기 때문에 노래교실에서 노래 부르면서 박수도 치면서 재밌게 놀 수 있지 않습니까? 이와 같은 요구를 읽을 수 있는 기획자는 노래교실이라는 기획을 하더라도 다른 형태로 할 수가 있습니다. 왜냐하면 그 사람의 이면에 숨어있는 수요를 알 수 있기 때문입니다.

노인회관에서 어떤 노래교실 프로그램이 있다면, 한 사람의 강사가 노인회관을 찾아 가면서 어르신들과 같이 노래방 기계를 사용해서 노래를 부르면서 배우고 합니다. 아주 작지만 엄청난 차이입니다. 대중들은 노래교실을 원하는 게 아니라 노래를 부르고 싶었던 것입니다. 그러면, 여러 가지 재미있는 프로그램을 할 수가 있습니다. 그 발산, 욕구를 충족시켜주기 위해

서 얼마나 재미있는 것들이 있겠습니까? 그 욕구를 못보는 사람들은 항상 노래교실만 하게 될 것입니다. 댄스를 하더라도 댄스 한 가지만 하게 될 것입니다. 난타를 하더라도 전국이 똑같은 도구를 사용해서 하게 되는 것입니다. 이런 현상이 나올 수 있는 욕구를 기획자들은 봐야 합니다. 저 분은 두들기고 싶구나, 스트레스를 풀고 싶구나 했을 때, 어떤 방법이 있을까 생각을 해봐야 합니다. 그것이 수요 욕구에 맞는 것입니다. 대중들은 난타극과 같이 봤던 것만 생각하게 됩니다. 그것보다 더 좋은 형식이 나오게 되면 난 저걸 할래 하는 것이 되는 것입니다. 이게 제가 생각하는 공익과 사익에 연결되는 수요까지 파악하는 것이고, 숨은 니즈를 여러분들은 읽어야 합니다.



여러분이 기획서를 써야 할 경우, 숨은 니즈를 찾아내는 걸 어려워하는 것 같습니다. 기획자는 아는데 표현을 못하는 것입니다. 대부분 숨어있는 대중들의 요구를 몇 가지로 정리를 합니다. 바로 뭔가 부족하다고 정리를 합니다. 시골이라면 문화시설이 부족하고, 문화 활동을

할 수 있는 공간이 열악하다. 따라서 이런 요구나 수요를 반영해서 뭔가를 해야 한다고 작성을 합니다. 숨어있는 니즈를 찾아서 기획서를 작성하는 사람들은 별로 없습니다. 그래서 여러분들은 기획서를 작성할 경우 자연어로 생각을 하셔야 합니다. 보고를 하고 검증을 받아야하기 때문에 자연어를 사용하지 않게 됩니다. 자연어를 안 쓰게 되면서 나오게 되는 현상이 몇 가지로 정리가 되어 버립니다. 사람의 요구는 수천가지가 넘게 있는데 한가지로 정리가 되어버립니다. 문화향수에 대한 용어로 통칭이 됩니다. 누군가 기획서를 작성해 오면 문제점을 계속 이야기를 해도 수정을 안합니다. 왜 안하냐고 물어보니, 위에서 혼을 낼까봐 라고 합니다. 상사가 혼을 낼 수는 있겠지만, 솔직하게 요구를 자연어로 쓰면 됩니다.

예를 들면, 요구가 가슴 터지게 놓고 싶습니다. 초등학생 프로그램을 하면, 제일 하고 싶은 요구를 물어보면, 음악이나 체육을 하고 싶다고 합니다. 기획자가 초등학생의 숨어있는 요구를 보면 심장이, 가슴이 뜨거워 미칠 것 같아서 가만히 못 있겠다는 것입니다. 축구를 하면서 숨을 헐떡이게 되면 스트레스가 풀리게 되는 것 같습니다. 이런 경우 발산을 하고 싶어 하는 것입니다. 한 학생이 가슴에 에너지가 들어 있다고 표현을 합니다. 나중에 프로그램이 있다면 아이들의 뜨거운 가슴을 풀어줄 수 있는 농구와 같은 것을 해줘야겠다며 아이들에게 물어봅니다. 죽기 직전까지 놀아 본적이 있냐면 없다고 합니다. 너무 재미있어서 죽기 전까지 노는 것입니다. 아이들에게는 이게 게임입니다. 그런 식으로 요구를 찾아내야 합니다. 이러한 것들이 기획서나 프레젠테이션에 그대로 담겨 있으면 되지만 대부분 하기 어렵습니다.

청소년들의 요구는 죽기 전까지 놀아보고 싶다 라고 하는 요구를 가지고 있습니다. 이렇게 쓰면 되는데 대부분은 심성이 어떨고 집중력이 좋게 만들어야 한다와 같이 접근하지 말고 자연어로 접근을 해보시기 바랍니다.

장사하시는 분들은 사익이 엄청나게 많습니다. 자기의 이득이 침해가 되는 것을 참지 못합니다. 사람들이 어떤 경우에 공익을 추구하냐 하면 자기 영역이 침범이 안되고 잘 살 수 있는 경우입니다. 더불어 장사가 잘 될 경우 타협하기도 하고 공동체를 형성하기도 합니다. 하지만 이해관계에 침범이 일어나게 되면 싸우게 됩니다. 이런 현상이 계속 반복이 되게 됩니다.



대인예술시장이 가능했던 이유가 결핍에 있습니다. 만약에 대인예술시장의 1/2의 점포가 빠졌습니다. 대인예술시장의 이해관계가 가지고 있는 사람이 누구겠습니까? 첫 번째 건물주의 이해관계가 있습니다. 건물 값이 떨어지거나 세가 안나가거나 하는 결핍이 생깁니다. 그 목적은 부를 쌓으려는 사익에서 출

발합니다. 두 번째 장사하시는 분들입니다. 주변 점포가 비어 있으니 상권이 형성이 안됩니다. 이와 같이 상인의 결핍입니다. 건물주와 상인의 이해관계는 충돌하지는 않습니다. 세 번째 예술가입니다. 자본이 있는 일부 예술가, 교수나 학연을 가진 사람들만 비싼 갤러리에서 전시활동을 하고 있으니 그 외의 예술가들은 제 3섹터를 만들어야 되겠다는 생각을 합니다. 기존의 질서를 거부하고 예술이 아니라고 이야기를 합니다. 우리들만의 장소를 찾다가 대인시장을 찾게 됩니다. 이 세 가지의 요구가 서로 이해관계를 침해하지 않게 되니 한 장소에 모이게 되는 것입니다. 이처럼 결핍이 없었다면 이런 장소가 생기지 않았을 것이지만, 앞으로는 결핍이 해소가 되었기 때문에 이해관계가 충돌을 하게 될 꺼라고 생각합니다. 이런 관계가 반복이 된다고 생각합니다. 어떤 창의적인 에너지가 들어와서 이런 관계에서 결핍을 채울 수 있을지는 모릅니다. 이런 문제처럼 젠트리피케이션에 대한 문제는 우리가 해결할 수 없습니다.



저희는 문화원이라서 전통도 중요하지만 전통만 추구하기에는 발전이 없어서 새로운 것을 추구해야 한다고 하면서 전통과 새로운 것을

왔다갔다 추구하지만 문제가 해결이 안됩니다. 전통은 중요하지만, 전통을 새롭게 만들려는 노력이 없습니다. 전통을 각색하라는 의미가 아니라 참의미와 참가치, 대중성, 흡입력이라는 부분들을 찾아내려는 눈이 부족하다고 생각합니다. 전통이니 좋은 것이고 후대에 계승하라고 밀어붙이는 게 문제입니다. 스스로 전통 안에서 새로움이라는 것을 깨우치고 느낄 수 있도록 환경을 만들어 주는 것이 아니라 아이들을 동원시키게 됩니다. 예를 들면, 광주 김덕령 장군이 있습니다. 대부분 모르실 것입니다. 광주 사람들은 잘 알고 있을 것입니다. 실제로는 김덕령 장군보다는 권율 장군을 더 많이 알고 있을 것입니다. 교장선생님께서 지역의 역사적인 인물을 알아야 된다는 생각으로 아이들에게 학습을 시키게 되면 아이들에게는 현재의 생활과 연관관계를 못 찾게 되어서 재미가 없게 됩니다. 그렇다면, 전통이 재미없냐고 하면 아닙니다. 그래서 전통이 낡음이 아니라 새로움이 될 수 있다고 생각합니다. 문제는 그런 기획을 못하는 것이 문제입니다. 한 문화원에서는 이순신장군에 대해서만 교육을 시킵니다. 아이들에게는 문화원에서 알려주는 이순신 장군의 이야기보다 명량이라는 영화에서 알려주는 이야기가 더 재미있고 더 다가옵니다. 저는 방식의 문제이기도 하지만 전통에 대한 맹목적인 방식이 아닌 좀 더 풀어주고 그 안에서 찾아야 한다고 생각합니다. 역사적인 의미의 전통이 아닌 다른 의미의 익숙함이라는 엄청난 가치가 있습니다. 오래되고 지금까지 유지해 오고 있는 것은 이유가 있습니다.

특히, 입으로 전달이 되는 설화와 같은 것에 관심이 많습니다. 현재까지 유지가 되고 있는 것은 뭔가의 매력이 있다는 것입니다. 전통이 가지고 절대 무시할 수 없는 힘입니다. 그럼 그 힘이 뭘까 하는 고민을 해보아야 합니다. 저는 그게 지역에서 지역민들의 정서자체에서 익숙함이라는 것이 있다고 생각합니다. 전통의 신화적인 면도 있지만 익숙함으로도 이해 할 수가 있습니다. 그러면 우리들한테 익숙한 요소가 뭔지를 찾아야 합니다. 저는 프로그램 같은 경우를 나이 드신 분들에게서 많이 찾고 있습니다. 그 분들은 몸 자체에 체화되어 왔기 때문입니다. 그럼 그분들의 익숙함이라는게 뭐고 새로운 것들은 집어넣을 때 과연 해석을 하고 할 수 있을까 라는 것입니다.

예전에 어르신들에게 랩을 알려드리는 프로그램을 한 적이 있습니다. 하지만 실패했습니다. 자기 몸에 익숙하지가 않은 것입니다. 그럼 그 익숙함에서 새로움을 발견할 수 있는 프로그램이 필요했던 것입니다. 저는 전통을 진부하고 낡은 것들로 생각하지 마시고 쫄쫄한 익숙함과 우리 몸에 딱 달라붙는 이 힘 자체를 이끌어 내야 합니다. 그 방식 자체를 해설을 해서는 안 된다고 생각합니다. 그래서 저는 전통을 그렇게 하면 좋겠습니다. 전통이라고 해서 다 현재가 될 수 는 없다고 생각합니다. 어떤 전통은 박물관에 가둘 필요가 있습니다. 박물관에서 보는 것이 더 좋을 수 있다는 것입니다. 그걸 가려봤으면 좋겠습니다. 박물관에 들어갈 전통이 있는 것이고 현재화 되서 익숙하게 우리에게 몸에서 녹아들어가는 전통이라고 하는 요소들도 있습니다. 박물관용하고 지금도 활용할 수 있는 용도로 나누면 좋겠습니다.



예술강사 라고 하는 관점. 예술강사는 다른 영역입니다. 그래서 용어를 예술강사라고 하지 않고 교육하는 예술가라고 썼습니다. 교육도 하는 예술가입니다 정체성은 예술가인데 자기는 예술자체를 확장하고 싶은 예술가가 있습니다. 자기 혼자만 틀어박혀서 작품 하는 것도 재미있지만 때로는 사람들과 관계하면서 소통하면서 자기 작품의 영역을 넓히고 싶은 예술가들도 많다고 생각합니다. 대부분 그런 예술가들이 교육하는 예술가로 활동을 하는 영역이 많습니다. 자기 활동의 범위 자체를 넓히고 확장시켜내는 예술가를 이야기 합니다. 그러다보니까 교육하고 만날 수 있습니다. 교육이라는 것이 가르쳐 주는게 아니라 하다보면 상호작용이 됩니다. 진짜 좋은 교육하는 예술가인데 파워가 세면 저사람 아우라가 있구나 라고 생각을 하면 되지만 그렇지 않은데 파워가 세면 힘들 것입니다. 기능을 생각을 하니까 그렇습니다. 교육 기능자체를 따로 생각해서 그런 것입니다. 예술기능을 따로 있다고 생각을 하다 보니까 다른 영역으로 들어오는 것입니다. 저는 그런 예술가와는 같이 일을 안합니다.



저는 교육하는 예술가를 선호합니다. 강사라고 하는 부분의 경험은 없습니다. 우리한테만 있는 것입니다. 저희가 만든 탱크입니다. 탱크를 만드는 것을 지도하시는 분이 예술가입니다. 화가인데 오타쿠 기질이 있습니다. 화가고 그림도 잘 그리지만 장난감에 엄청난 식견을 가지고 있고 하지만 애들을 다루는 솜씨는 부족합니다. 자기가 생각하는 것들을 이루려고 밤을 세고 그림니다. 애들하고 장난감 공장을 하는 이 예술가는 올해시리즈로 탱크를 만들었습니다. 그러다보면 모터도 달게되고, 또 그러다 보면 과학적인 기술도 필요하고 여러 가지 기술이 필요 합니다. 저걸 가지고 놀기 위해서 애들끼리 하는것입니다. 사수가 있고, 밑에 운전하는 애가 있고, 미는 애가 있고, 대포 안에다가 로켓 장착해서 쏘고 이걸 하기 위해서 몇 개월 동안 계속 하고 있는 것입니다. 용접도 해서 붙이고 하는 것입니다. 그 예술가가 왜 저걸 할까? 강사비 자체를 벌기 위해서 하는건 아닙니다. 하지만 벌면 좋을 것입니다. 그러면 저걸 하는 이유가 뭐냐하면 자기 작품의 확장이라고 생각하는 것입니다. 그런 친구가

그런 관점이나 철학을 가질 수 있는 사람과 일을 하면 좋습니다. 전략적으로 그런 예술가 선배예술가 나이가 많은 예술가 선생님이 계십니다. 기본적인 철학이 이것입니다. 애들이랑 무엇을 할 때 절대 뭐라고 하지 않는 것입니다. 자유로움이라는 것 자체를 항상 숭상하면서 하는 것입니다. 왜냐하면 자기는 학교 다니는 거를 제일 싫어했었고, 선생님한테 이야기 듣는거를 제일 싫어했었기 때문입니다. 그래서 만약에 가르치려 하고 지시하려고 하면 제 입장에서는 그만두게 합니다. 왜냐하면 저도 기획하는 입장에서 저 나름대로 철학이 있으니까 그에 맞는 사람들과 하는 것입니다. 교육하는 예술가와 더 가깝다는 것입니다. 근본적으로 전 교육하는 예술가가 더 재미있기도 하고 더 새로운 것들을 더 많이 추구할 수가 있습니다. 그런 의미에서 저는 교육참여 예술가라는 용어로 정리됩니다.



저는 기억의 공유법을 상당히 중요하게 생각합니다. 저 방법은 상당히 유용한 영역이 많습니다. 기억의 공유법은 경험입니다. 개개인들이 가지고 있는 경험을 서로 공유시키는 것이죠. 익숙함이라고 하는 부분이 가지고 있는 장점. 매력중이 하나가 뭐냐 하면 혼자만 익숙한 게 아니라는 것입니다. 문화가 형성됐다 하는 것은 다수가 그것들을 익숙하다고 생각하는 것입니다. 어떤 문화의 장치가 될 수 있는 것이 바로 기억입니다. 특히 기억이라는 부분은 옛날에 했던 것을 이야기 하는 것입니다. 약간 전통과도 관계가 있습니다. 공유하는 방법의 몇 가지 사례가 있습니다. 기억을 잘 공유하는 방법 첫 번째는 기억을 드러낼 수 있는 매체가 중요합니다. 매개체 중 하나는 물건입니다. 물건을 가지고 이야기 한다는 것은 물건을 가지고 있는 개인의 미시사가 들어가 있는 부분이기도 하지만 다른 사람이 봤을 때 '아 나도 그랬었지' 라고 하는 생각들을 만들어 주는 것입니다. 결국 한사람 개인으로 출발하지만 기억이 공유되는 것입니다. 물건 그리고 장소에 관한 공유법이 있습니다. 제가 아는 사례 중 하나를 말씀드리면 서울에 한 주공아파트가 있습니다. 그 아파트가 재개발 들어갑니다. 세대수가 엄청나게 많습니다. 거기서 살았던 친구 한사람이 독립 출판했던 TV에도 나오고

했습니다. 초청 강연에서 그 친구는 그 아파트가 고향이라고 했습니다. 그런데 가만 생각해 보니 나이가 들어 서른 살이 되어서 거기에 대한 기억이나 추억이 아물아물 거리고 너무 향수에 젖어 있는 느낌이 들더랍니다. 그래서 뭘 하면 좋을까 생각 하다가 책을 만들게 되었습니다. 아파트에 관한 독립출판을 하면서 SNS에 올리는 것입니다. 이 아파트에 대한 사진, 기억을 가지고 있는 사람 다 모여라 하니까 사람들 아주 많이 모이더랍니다. 얼마나 많은 사람들이 거기서 살다 갔겠습니까? 다 공유하는 것입니다. 몇 사람이 올리다 보니까 아 맞아 ○○주공 우리 거기서 놀았지 그럼 나도 올려야지 해서 그걸 수집 한 것입니다. 주로 사진을 수집 했는데 사진이라는 매체를 통해서 기억을 공유하는 방식이었습니다. SNS를 통해서 그 반향이 엄청났을거 아닙니까. 그걸 모아서 기록해서 책을 만든 것입니다. 두 번째는 거기에 놀이터가 하나 있었습니다. 기린 모양의 놀이터가 그 아파트에 밖에 없는 놀이터인 모양이에요. 그런데 거기서 놀았던 애들이 수도 없이 많은 것입니다. 놀았던 아이들이 아이를 낳고 또 낳고 그렇게 되는 것입니다. 그걸 자랑스러워 여기는 것입니다. 서울에서는 이 놀이터가 우리밖에 없어 그러면서 그런 기억들이 다 공유가 되고 있는 것입니다. 그러다 보니 나중에 그 놀이터가 오래 되서 안전문제 때문에 철거를 해야한다는 소식을 들었고, 아쉬운 마음이 들었습니다. 아쉬우니까 아파트에서 방송을 해서 놀이터가 내일 철거되니까 이별식을 하자라고 합니다. 그게 홍보나 이런 것

이 아닙니다. 방송을 하면 그 사람들이 그걸 다 공유하고 있습니다. **기억과 경험을 공유하고 있다**라고 하는 것은 **문화 기획하는 사람에게**는 상당히 중요한 영역이고 가치라고 생각합니다. 기획할 때 이런 부분을 가지고 방법을 많이 개발하면 훨씬 더 좋습니다.



저는 모니터링 같은 데를 가면 그림그리기를 합니다. 자기 얼굴그리기 같은 것도 하고, 어떤 경우는 물건을 가져오라고 합니다. 초등학교 같은 경우는 어린마음에 옛날물건 찾아와서는 옛날에 그랬네~ 합니다. 그만큼 모든 사람들은 자기가 살아온 기억 지내온 과거에 대한 애뜻함 같은 것을 가질 수밖에 없습니다. 그게 트라우마로 남아있는 기억만 빼놓고 이런 부분들을 저는 자극하고 공유하고 가치를

만드는 것입니다. 이 방법을 여러 가지로 활용할 수 있는데 공정무역이나 여행 프로그램 같은 것에서 많이 활용하기도 합니다. 또 지도 만드는 프로그램에도 활용되기도 합니다. 지도 만들 때 기억지도도 만듭니다. 옛날의 모습 부분들을 찾아서 그림들이 많이 있는 지도를 만듭니다. 옛날에 길이 있었는데 없어진 그 길 자체를 상상해서 만드는 것. 그것도 하나의 방식입니다. 지워진 기억을 지도라고 하는 부분에 다시 소환해서 만드는 것이죠. 그렇게 됐을 때만 애뜻함이 생기고 감동이 생기게 됩니다. 문학 프로그램이 감동이 될 수 있고 재미있기도 하고 뭔가 짠 마음이 있기도 하고 기억에 관한 공유법은 여러 가지 방법 기획의 방법이나 어떤 식이나 어떤 장치로 할 것인가 상상을 해보면 재미있는 요소들이 상당히 많습니다.

이런 것을 노인분들과 한 적도 있습니다.

제가 비슷하게 했다가 할머니들이 반발이 심해서 소재를 잘못 선택 한건지 아니면 그분들이 문화나 체험 하는 것을, 접한 적이 없었기 때문에 생소해서 그런건지 지금도 의문입니다. 여러 가지 상황에 따라 다르고 어떤 노인분들인지 모르고 그들 간의 커뮤니티 구성이 어떻게 되어 있는지도 모르죠. 기억을 공유한다고 하는 부분이 두가지 일 수 있습니다. 다른 기억을 가지고 있는데 '아 나도 그랬었지'라고 하는 방법이 있습니다. 아니면 계속 자기들 끼리 살았던 지역이 있습니다. 농촌의 경우는 옛날부터 형님 형님하면서 계속 살았던 분들이 있습니다. 그랬을 때 기억이라고 하는 부

분이 얼마나 더 감동이 있을 것인가에 대해서 전 잘은 모르겠습니다. 하지만 제가 광주에서의 경험으로는 평촌마을이라는 곳이 있는데 김덕용 장군이 태어났던 곳입니다. 거기 계셨던 분들은 김덕용 장군의 후손들에게 시집오신 분들입니다. 그 분들에게 공통으로 가지고 있는 기억은 좋은 기억이 아닙니다. 워낙 보수적인 양반의 집으로 온 것입니다. 제사가 엄청 많습니다. 다 혈연관계들이 엮여있습니다. 또 마을이 공동으로 제사를 지냅니다. 당산제나 김덕용장군 제사를 지내면 다 같은 집들이고, 며느리들도 다 같이 나와 준비를 합니다. 그것에 대한 기억은 옛날부터 계속 이어져오고 있습니다. 굳이 그 옛날의 기억을 끄집어 낸 것입니다. 저는 훨씬 더 좋았습니다. 하지만 처음부터 끄집어내지 않습니다. 무슨 말이나 하면 장치가 필요했던 것입니다. 그때 우리는 마당극을 하자고 했습니다. 마당극 내용 구성에 있어서 옛날부분으로 구성을 하는 것이죠. 그러다보니 그 분들이 이야기를 해줘야합니다. 옛날이야기를 진행하는 강사는 마당극 연출하는 분이었습니다. 그분은 정서적인 교감자체를 상당히 잘 가진 분이었습니다. 그러다보니 자연스럽게 이야기들이 이끌어 나오고 그 것으로 노래와 극을 만들었습니다. 그런데 그 일들을 진행하는 과정을 만들어 내는 것이 어려웠던 점입니다. 그 분들에게는 이야기를 하는 것이 아직 익숙하지 않은 상황이 있다는 것이죠. 그런데 천천히 차근차근 하다보면 말 안해도 이야깃거리들이 생기고, 기억에 대해 한번 이야기를 하면 그 때 부터는 서로 이야기 하

려고 합니다. 옛날 그랬네. 그게 맞네. 틀리네. 잘못알고 있는데 아니었던 이야기들을 하기도 하고 엄청 재미있습니다. 그게 사람 기억자체를 건드려 주는 방법입니다. 천천히 하면 저는 분명히 통한다고 생각합니다. 기억을 끄집어낼 수 있는 것은 공감대가 있으니까 가능합니다. 특히 노인들의 경우는 엄청 더 좋습니다. 유년기 기억을 많이 끄집어내려고 하는 노력을 많이 합니다. 어렸을 때에도 누구나 희노애락이 있습니다. 실제로 원망이 있기도 하고 프로그램이 어느정도 무르익었을 때 그런 이야기들을 하면 울기도 합니다. 그렇게 기억의 공유는 대부분 잘 통하기 때문에 기획의 방법으로 참 좋습니다.



‘하이퍼로컬’ 요즘 들어서 제가 자주 쓰는 것입니다. 지역성에 관한 이야기를 엄청나게 합니다. 눈 씻고 봐도 지역의 특성이 없는데 지역의 특성을 잡아내라하고, 대한민국에서 사는 것은 매한가지 광주를 가나 어디를 가나 사투리나 이런 것 좀 다른걸 빼놓고는 어느 도시를 가도 도시의 모습은 비슷합니다. 현대 지역성 이야기 하면서 우리 지역만의 특성을 이야기하고 특징 이야기를 하니까 이 지역성에 대해서 어떻게 해석을 할까 어렵고 힘든 말이라

생각이 됩니다. 제 나름대로 답을 찾았던 것이 하이퍼 로컬입니다. 지금의 지역성은 하이퍼 로컬을 이야기 하지 않습니다. 즉 지역성이라고 이야기 하지만 지역성이 아니다. 반문을 해 보겠습니다. 특징을 이야기 하지만 눈에 보이는 특징밖에 없습니다. 만약에 경기도 광주하고 전라도 광주하고 특징을 이야기 한다면 전라도 광주는 외향의 도시, 경기도 광주는 또 외향의 도시입니다. 겨우 잡아낸 특징이 그것입니다. 광주는 문화의 도시, 경주에 가보면 경주도 문화의 도시. 앞에 역사를 붙이는데 다입니다. 지역성의 특징을 잡거나 찾으려고 하는데 안찾아 집니다. 지역성=토호 그런 생각이 듭니다. 지역성이라고 하는 것이 지금의 트렌드라고 생각할 수 있습니다. 그런데 사람들은 토호라고 느낍니다. 토호세력이라고 합니다. 지역성=촌스러움, 지역성=진부함 이런 생각이 듭니다. 이것 말고 더 세련 된게 없다고 생각된 것이, 저는 지역성을 하이퍼로컬로 생각을 하자. 우리말로 표현 한 것입니다. 어려우니까 저는 광주에서 광주 전체의 특징을 찾기 너무 어려우니까 그런 동네라고 하는 생각이 드는 것입니다. 동네에 가면 지역성이 있습니다. 눈으로 보거나 손으로 만질 수 있는 지역성은 광주에 있는 것이 아니라 아주 작은 소지역에 있습니다. 오히려 한마을 동네 차라리 거기를 지역성이라 하자 겉으로 봤을 때는 다 비슷하게 보이지만, 미세하게 보면 다 다르더라. 그래서 저는 지역성에서 미세하게 볼 수 있는 눈이 없으면 지역성은 알 수가 없다고 생각합니다. 그래서 하이퍼 로컬을 이야기 하

자, 근린 문화기획, 가까운 기획, 슬리퍼 신고 올 수 있는 이쪽에 더 답이 있을 것입니다. 이렇게 생각을 하고 뭘 검색하다가 글을 딱 봤는데 하이퍼로컬이라는 단어를 사용하더라구요. 경영이나 여러 가지 관점으로 크게 한 사회 전체에 대한 비판을 하는 하이퍼저널리즘이라는게 있습니다. 즉, 동네로 기자! 라고 하는 것입니다. 그런데 유명한 저널리스트들이 하다보니까 재미가 없습니다. 그럼 내가 뭘하지? 내가 살고 있는 동네 지역 여기서 내가 저널리스트의 역할을 해야겠다. 유명한 저널리스트들이 자기 동네에 들어가 자기 지역에서 하이퍼저널리즘적인 역할을 할 수 있다, 이 개념은 지역성 토호라는 개념과는 다릅니다. 이 개념은 아주 새로운 영역이라 생각합니다. 지금 대부분의 사람이 말하고 있는 고리타분한 지역성을 저는 오히려 하이퍼 로컬로 이해를 하고 거기에 근린문화기획 형식을 가지게 되면 훨씬 핫하고 신선한 공간이 되지 않을까 싶습니다. 문화원 같은 경우도 마찬가지입니다. 이 지역성 때문에 발목도 많이 잡혔고, 모든 프로그램들이 지역성을 떠들고 있습니다. 답답해 죽겠습니다. 우리도 그렇습니다. 그런데 지역성이 안보일 때는 옆집 아저씨를 보면 딱 보입니다. 어떤 특정한 개인을 보면 지역성이 느껴진다고 생각합니다. 그런 미세한 시선 자체가 있지 못하면 일귀낼 수 없다는 이야기입니다. 그 부분 때문에 제가 하이퍼 로컬을 쓰고 그쪽으로 기획일을 많이 해보려고 합니다. 소지역 근린문화, 이왕이면 동네에 있는 예술가들이랑 돌아보는 식으로 합니다.

기획 영역에서는 중요한 마을학교 개념도 나오면서 말만 마을학교지 지금은 마을 학교도 아닙니다. 이것이 개념에서는 적정기술이랑 연결이 됩니다. 또 소지역성하고 연결이 됩니다. 적정기술은 자기가 가지고 있는 것들로 구사하는 것입니다. 환경을 보호한다 이런 것은 둘째 치고 자기 주변에 있는 자원이나 기술을 가지고 구사하는 것. 여기서 효율성 이야기를 합니다. 문화기획에서도 근린문화 적정기술이랑 살짝 비슷합니다. 촌스러울 수도 있고 조악할 수도 있지만, 그게 가지고 있는 매력적 요소는 상당히 강합니다. 앞으로 문화기획부분에서 상당히 잘 통할 거라고 생각합니다. 여러분들도 너무 큰 것 생각하지 마시고 미세하고 디테일한 부분에 관심을 두다보면 훨씬 더 재미있는 요소들이 많이 있을 것입니다.



노작교육이란 한마디로 육체를 쓰는 것입니다. 얼마나 몸을 안썼으면 그럴까? 예술하고 구분 짓는 것. 이것처럼 정신적인 것은 상당히 고퀄리티이고 몸쓰는 것은 하대 받고 천대받았습니다. 실제로 너 직업이 뭐야? 나 화이트칼라야. 머리 쓰니까 좋네. 너 뭐야? 노가다요. 아 뭐야~. 기업도 마찬가지로요. 창의성을

고양 한다 그러면 뭘 합니까? 몸 쓰는 거 별로 안합니다. 헌데 저는 창의성이나 이런 정신의 영역 같은 경우에는 육체적인 영역을 동원하지 않으면 절대 나오지 못하는 것이라고 생각합니다. 몸쓰는거 너무 하대하니까 잘 써보자 하는 것입니다. 예를 들어 목수라고 하는 것들이 옛날에는 천대받았습니다. 청년목수! 저만 이 분들이 멋있어 보이나요? 지금 그만큼 시대의 트렌드가 바뀌었다는 것입니다. 관심 많은 학부모들이 오히려 노작교육을 더 좋아합니다. 아 저게 트렌드야~. 이렇게 생각하는 것입니다. 방송의 영향도 큼니다. 외국에 좋은 교육사례를 보면 아이들이 다 몸쓰고 있습니다. 앉아서 창의성, 창의성 하는 경우는 없습니다. 그러다보니까 엄마들의 수준이 높아진 것입니다. TV를 보니 깨끗한 자연환경에서 망치질 하고 있고, 와~! 저것이 이제 교육의 트렌드구나. 하며 오히려 지금은 더 가치가 높아진 것입니다. 노작교육부분의 영역 앞으로 상당히 가치가 있다라고 생각합니다. 창의성을 고양 하시려면 몸쓰는걸 열심히 하시면 됩니다.



말주름은 익숙함과 이어집니다. 말주름은 나이 드신 분들이 쓰는 말, 구전되거나 몸으로 체화되는 말입니다. 할머니의 어머니에게서 들었던 것 전승이 되는 것입니다. 말처럼 전승이 잘되는 것이 없습니다. 손주를 키워본 할머니들을 봅니다. 방학때 한번 할머니 말

겨 놓을게요. 하면 손주는 뭐하고 있을까요? 말 자체가 달라 집니다. 몸가짐과 행동도 달라집니다. 막걸리도 카아하고 마십니다. 조그만 애들인데 그만큼 회전력이 빠른 게 말 언어입니다. 그러다보니 할머니들은 자기 주름을 가지고 있습니다. 나이들면 나이테가 있는 주름처럼 말에도 주름이 있습니다. 그 말이 너무 재미있습니다. 전승되어서 오는 말이 기가 막힙니다. 표현이 왜 그렇게 생각을 했는데 나도 그렇게 되고 있는 것입니다. 웬지 아세요? 늙으니까 그런것입니다. 나이가 들면 기억력이 떨어집니다. 어떤 용어가 있어요. 공부하다 보면 어떤 단어가 생각이 나잖아요. 나이가 들면 이게 생각이 안나요. 할머니들은 즉각적으로 떠오르는 말이 재미있는 말, 희한한 말들을 합니다. 제가 보기엔 기억력이 떨어져서 그래요. 나이가 드니까 그게 말주름 처럼 켜켜이 몸에서 쌓여서 재미난 것들이 나와요. 사투리 같은 경우 말주름이 많이 들어가 있습니다. 여러분들이 뭘 말할 때 건조기 요즘 많이 쓰시잖아요. 와이프가 그러는데 그게 뽕송뽕송해서.. 그런 표현을 할머니들께 해보라고 하면 기가 막히게 표현합니다. 말자체가 가지고 있는 축적된 주름이 가진 그 맛이 있습니다. 그런 포인트를 잡으면 전통이라고 하는 부분과 연결이 되는 것입니다. 나중에 기획을 하실 때 문학작품을 많이 보시면 좋은 표현들이 많이 나옵니다. 그게 말주름입니다.



그럼에도 불구하고, 규정하기도 어렵고, 쓰기도 어렵습니다. 어려운 이야기를 했습니다. 그럼에도 불구하고 우리가 해야 할 것이 있다는 것입니다. 형식과 틀은 있어야 되고 형식과 틀을 구하는 사람들에게 맞춰야 합니다. 그게 기획자의 숙명내지는 역할입니다. 끈대들을 설득해야합니다 양식이 있으면 양식에 잘 맞춰 줘야합니다. 그럼에도 불구하고 거기에 필요하니까... 감사합니다.



..좋아질 거야

강사 : 지역 맞춤형 문화 재생 모델 개발 사업은 어디서 나온 것입니까.

좋아 : 경기문화재단에서 올해 초에 공모를 진행했는데 이것이 3가지 유형으로 신청을 받았습니
다. 첫 번째가 의제 발굴과 리서치 그 다음 지역문화와 가치 주민이 같이 할 수 있는 것.
다음 지역모델들을 개발 하는 것이었습니다. 순차적 사업이어서 저희가 진행하려고 하는
사업의 순서로 미루어 봤을 때 가장 유사한 형태가 되지 않을까 하는 생각이 들었습니다.
대상은 노인이지만 프로그램만 제안하고 그 분들과 같이 하는 것이 의미가 있다기보다
는 그분들을 이해하기 위한 리서치 작업이 꼭 필요하다는 전제하에 이 사업이 처음 한해
를 해서 마무리 되는 프로젝트라고 보지 않기 때문에 지금 보여드리는 내용은 처음 그분
들과 대면했을 때 해야 하는 제안을 먼저 하려고 하고 있습니다.

강사 : 저도 생소한 부분입니다. 이 사업 자체가 생소한 부분이라 제가 이해가 안되는데요.

좋아 : 품만 저것을 사용 한 것입니다.

강사 : 품만 쓰더라도 지원 취지와 의도 자체가 중요하고 이 사업에서 핵심적인 것이 사업유형입
니다. 이 유형이 주민과 함께 하는 유형이 있고 세 가지가 있는데 의제 발굴 및 리서치라
고 하는 유형 자체에 대한 사업에 전략적인 목표나 개념에 대한 숙지가 있어야지 이야기
가 가능합니다. 저는 저 사업을 잘 알지 못합니다. 어떤 지원 취지로 저것이 되었는지 모
르는 상태에서 지금 이야기가 되어야 하는데 그것을 지금 여기에 맞춘 것입니다. 제가 알
기로는 의제 발굴 및 리서치 같은 것은 의제 발굴을 하기 위해서 조사하거나 전문가나 활
동가들이 마을이나 이런데 들어가서 조사를 한다거나 하는 부분입니다. 문제의식이나 이
런 것들을 뽑아내기 위한 기초 조사에 가깝습니다. 저 사업이 그럴 거라고 유추합니다. 주
민들과 프로그램 진행하고 이런 것은 아닙니다.

좋아 : 그러니까 그 지역 주민들에 대해서 같이 소통하면서 내가 생각하고 있는 문제의식과 그분들이 실제로 느끼는 것과 동일한 것인지 아니면 그것이 어떤 차이점이 있는 것인가를 먼저 공부하고 실제로 내가 생각한 것이 문제가 맞다면 그렇게 진행을 하지만 그것이 아니라면 그것을 다시 바꿔야 하는 과정을 1년 동안 겪어야 하는 것이라고 생각해서 이렇게 작성하게 되었습니다. 함부로 노인들의 관점에 대해서 제가 문제라고 지적을 하는 것이 옳지 않다는 전제로 고민을 하는 것이었습니다.

강사 : 코디네이터께서는 저 사업에 대해서 좀 알고 계십니까?

코디 : 기본적으로 저 사업에 관한 것은 저 사업을 공모한 단체에서 주어지는 루트에 대해서 내는 경우에 그것이 가능한 것인데 지금 저희 프로젝트는 재단에 내는 사업이 아니기 때문에 애매합니다.

좋아 : 저 폼을 사용한 것인지 저기다 제안을 내기 위해서 하는 것이 아니라는 것입니다.

코디 : 저 폼을 사용하지만 선생님이 사용하실 수 있는 폼으로 변환을 해서 어떤 항목은 없애고 저희 같은 경우에는 신청 유형 같은 것은 사실 없지 않습니까. 신청유형 항목은 삭제해서 하고 필요한 것만 가져다 쓰셔야지 저기에 다 맞춰 쓰시면 재단에다가 내는 서류가 되어 버립니다.

강사 : 그런데 핵심적으로 선생님께서 방금 하셨던 이야기 부분이 의제 발굴 및 리서치라고 하는 부분이 제일 비슷하게 맞을 것 같아서 사용한 것인지 않습니까. 이 사업에 대해서 아예 무시를 하고 이야기를 통해서 느껴졌는데 사업의 배경이나 필요성입니다. 이것을 보았을 때 어떤 사업을 할지는 아직 모릅니다. 보면 사업명 <나를 찾는 숨바꼭질> 이라는 것을 통해서 어떤 사업일까 라는 짐작은 되지만 지금 보는 사람의 입장에서는 이사업 대해서는 어떤 사업인 지도 전혀 모릅니다. 그 이유가 무엇이냐 하면 앞에서부터 궁금증을 자아내서 뒤에 가서 이 사업이 무엇이다라고 이야기 하면 좋았겠지만 대부분 이렇게 되면 보는 사람이 답답해집니다. 그래서 보통면 제목에다가 내 사업이 무엇입니다 라는 것을 자기 사업의 유형이나 성격에 대해서 제목에 다 밝히는 것이 많습니다. 대면해서 제일 먼저 볼 수 있는 것이 제목이기 때문입니다. 제목은 나를 찾는 숨바꼭질 이라고 되어 있는데 이것은 모릅니다. 숨바꼭질 놀이 프로그램일까? 이렇게 생각할 수도 있고 아닐 수도 있습니다.

다. 그래서 항상 앞에다가 부제를 붙여 줍니다. 내 프로그램은 어떤 것이다. 라는 자기 프로그램의 성격을 드러낼 수 있는 부제가 붙어야 합니다. 선생님 같은 경우에는 어떤 부제를 붙이시겠습니까? 지금 부제를 붙여 보시기 바랍니다.

좋아 : 시대 강요로 박탈을 겪은 세대와 함께 하는 프로그램 이라고 붙이겠습니다.

강사 : 제 이야기는 프로그램의 종류를 말씀드리는 것입니다.

이것이 체험 프로젝트인지, 연구 프로젝트인지 아니면 주민들과 참여해서 하는 것인지 이런 성격을 알 수 있는 것이 부제로 들어가야 합니다. 그랬을 때 실제로 그 성격을 어떻게 규정 할 것인지에 대해서.

좋아 : 지금 내년에 만약 한다고 하면 연구 프로젝트가 될 것 같습니다.

강사 : 제 생각에는 그렇게 접근해서도 안됩니다. 선입견이 생깁니다. 제가 느낀 것은 선생님께서 하시려는 것이 연구 프로그램의 느낌은 아닙니다. 실제로 그분들과 만나서 이야기 하고 같이 살지는 못하지만 많은 시간을 만나서 대면하면서 스킨십 하면서 그 사람들이 내면에 가지고 있는 고민이나 궁금증을 파악하는 것이기 때문에 지금 선생님께서 의제 발굴 및 리서치라고 하는 부분 자체가 어느 정도 비슷하다고 생각이 드는 것이지 않습니다. 이것에 대한 자기 해석이 필요한 것입니다. 자기 네이밍이 필요한 것입니다. 그것을 무엇이라고 할 것인지 생각해서 그렇게 한다면 재미있는 프로그램이 나올 수 있습니다. 그것이 무엇이었습니까? 내 프로그램을 뭐라고 설명하시겠습니까? 연구 프로젝트라고 하기에는 너무 아쉽습니다. 단지 연구가 아닌데 그럼 이것과 같은 경우에는 예를 들어서 현지조사 이런 성격으로 하기에 조금 맞지 않는 것 같습니다. 참여 관찰? 참여 관찰도 맞지 않는 것 같습니다. 그럴 때는 선생님께서 연구 하는 방법론 같은 경우를 막 뒤져봅니다. 뒤지다 보면 하나의 방식이 있을 것입니다. 임상실험 하는 것도 아니고 어떤 프로젝트를 본격적으로 하기 전에 실제 그 사람의 속마음이나 그 집단 즉, 노인이라고 하는 커뮤니티가 가지고 있는 특성을 처음부터 사업 하는 것이 아니라 먼저 가서 파악한다는 것입니다. 파악을 하려고 하다 보니 당신들이 Cop나 이런 비용으로도 받을 수도 있는 것입니다. 그 성격에 대해서 이야기 해주어야 합니다. 제가 볼 때는 연구도, 참여관찰도, 임상실험도 아닙니다. 이것을 무엇이라고 해야 할지 라고 하는 것이 필요한 것입니다. 전혀 다른 새로운 영역, 사업의 성격이 만들어 지는 것입니다. 그렇게 볼 때, 이 기획서 에서는 절대 잊혀지지 않습

니다. 실제로 누가 보더라도 필요성에 대해서 잘 잘 읽혀지지 않습니다. 여러분도 한번 같이 보시기 바랍니다. 보는 사람이 썩 똑똑하지 않다고 생각하시면 됩니다. 이 문장에 대해서 아주 깊이 해석하는 것이 아니라 쓱 지나가는 듯이 보는데 그럴 때 그것을 알려줄 수 있어야 합니다. 그렇게 할 수 있는 것이 무엇이냐 하면 부제 자체를 재미있게 붙이는 것입니다. 예를 들면 노인 탐색 프로젝트라고 할 수도 있고 <노인 탐색 프로젝트-나를 찾는 숨바꼭질> 이렇게 붙일 수도 있는 것입니다. 그러면 이 프로젝트는 노인을 탐색하는 프로젝트구나 하고 알게 됩니다. 그러면서 이 사업의 필요성 같은 것이 정리가 되어야 합니다. 왜 사업을 먼저 안하고 노인을 탐색 하려고 하는지에 대해서 그 이유를 한 세 가지 정도로 정리하는 것입니다. 첫번째는 당신들 이런 연구 본적 있어? 이런 식으로 사업 접근 하는 경우를 본적이 없지 누구나 다 프로그램 대상에 대한 탐구나 고민 없이 프로그램만 쏙 내미는 프로그램이 많은데 나는 그렇지 않다는 것을 이 필요성에서 이야기 해줘야 합니다. 그것이 가지는 의미나 의의에 대해서 설명을 해주어야 합니다. 그랬을 때 키워드 자체를 세가지로 뽑아봅시다. 어떤 키워드가 있는지.

좋아 : 박탈, 문제, 개인 저는 그렇게 생각 하였습니다

강사 : 박탈, 문제, 개인 그것은 선생님께서 사업을 한다 치고 노인에 대해서 생각한 것입니다. 그런데 아까 이야기한대로 여기서의 필요성은 선생님께서 사업을 하려고 하는 필요성입니다. 그것은 너무 지금 바로 들어가는 것입니다. 하나의 문제의식은 그쪽으로 나올 수 있는 것입니다. 기존에 우리가 접근했던 방식을 보면 진정성이 없는 접근 방식이었습니다. 존재나 대상이 프로그램 자체에 참여할 수 있는 충분한 감성적인 파악이나, 정서적인 파악, 객관적인 정보로써 그들을 해석하거나 하는 것들이 전혀 없는 상태에서 프로그램을 해왔다는 것에 대한 반성적인 고찰 자체가 필요한 것입니다. 그 다음에 노인에 대한 것을 이야기 하여야 합니다. 그러한 방법으로 세 가지로 정리 하시면 될 것 같습니다. 다른 분들도 한번 보시기 바랍니다. 어떤 생각이 드십니까. 일단 어려워서 머리에 잘 들어오지 않습니다. 두 번째 노인이 계신 곳에 제공된 프로그램의 경우 관련 단체의 입장에서 만들어서 제공한 것이 많습니다. 이러한 문제의식을 하나의 키워드, 문장으로 만들어 보라는 이야기입니다. 지금 있는 일곱 개를 묶어서 세 가지 정도로 작성하면 됩니다.

목표 및 추진 방향. 원래 목표가 추진 방향이 함께 나오니까? 선생님 말고 양식을 했던 사람이 목표를 달성하기 위해서 어떤 방향으로 할 것인지 라는 것을 추진 방향이라고 하

는 것 말입니다. 저도 추진 방향이 가장 어려웠습니다. 방법을 이야기 하는 것인지, 방향성을 이야기 하는 것인지 여기서는 방향성을 이야기 하는 것 같습니다. 지금 앞에 필요성 부분 하고 실제로 보면 겹칩니다. 목표가 핵심인 것 같습니다. 기획자, 활동가의, 목표와 프로그램 추진 대상에 목표 두개가 달려 있습니다.

좋아 : 왜냐하면 기획자나 활동가가 본인이 스스로 노인에 대한 것을 제대로 연구 하지 못하고 노년에 삶에 대해서 함부로 적용 하면 안된다고 생각 했습니다. 스스로 공부하고 같이 시야 확장을 하고난 다음에 노년의 삶에 대해서 접근 하는 것이 옳다고 생각해서 식견을 넓히는 시간이 필요하다는 전제하에 작성이 되었습니다.

강사 : 보통 보면 이런 목표는 잘 쓰지 않습니다. 자기에 역량이나 이런 것들이 대상 자체에 더 집중을 하게 됩니다. 저도 생소합니다. 기획자 본인의 목표나 이런 것들은 잘 쓰지는 않습니다. 왜냐하면 프로그램에 대상 자체이기 때문에 그 대상에 초점이 맞춰서 목표를 설정하거나 그래야 사업 목표가 되는 것입니다. 자기가 탐색하고 이해하고 이런 것은 개인 자체의 과제이지 굳이 왜 목표로 두는가는 조금 의아한 부분입니다. 예를 들어 두 번째 대상 자체가 가지고 있는 목표를 부각시켜야 합니다. 저는 이 사업이 엄청나게 헛갈립니다. 연구 하는 사업 이라고 쳐봅시다. 아까처럼 연구하고 조사하고 탐색하는 것입니다. 그랬을 때 이것이 목표가 될 수 있는가 라는 것입니다. 연구라고 했을 때는 주제가 필요합니다. 주제에 목차가 있어야 합니다. 내가 그들을 탐색 하는데 이리이러한 관점에서 탐색하겠다 라는 것이 필요합니다. 그것이 목표가 될 수 있습니다. 연구 계획서를 쓴다고 하면 조금 생소하지만 이 사업 같은 경우에는 성격을 이렇게 써야 합니다. 실제로 그랬을 때 그 노인들을 만날 거 아닙니까. 어르신을 만나면 어떤 노인을 만날 것인지, 어떤 지역에 있는 노인을 만날 것인지, 몇 명을 만날 것인지, 만나서 어떤 이야기를 나누고 그들로부터 어떤 이야기를 유도 할 것인지 주제나 테마가 필요한 것입니다. 그런 식으로 정리가 되어야 할 것 같습니다. 목표 같은 경우에도 마찬가지로입니다. 그리고 나서 그것이 프로그램으로 쪽 전개가 되는 것입니다. 어떤 방법을 통해서 할 것인지 라는 것은 키워드가 몇 개 있지 않겠습니까. 연구 내용에 대한 키워드를 한번 뽑아 보시기 바랍니다. 아까 박탈이라고 하셨는데 무엇으로부터 박탈인지. 시간에서 오는 자기 존재 자체의 박탈인지...

좋아 : 개인이 개인으로써 누려야 하는 삶에 대한 박탈이고, 집단의 목적의식에 맞춰서 개인의 삶을 포기할 수밖에 없었던 삶을 살아야 해서 박탈 될 수밖에 없었던 것에 관한 박탈입니다.

강사 : 박탈이라고 하는 부분을 연구나 만나서 이야기하고 인터뷰 하는 과정으로 충분히 이끌어 낼 수 있겠습니까?

좋아 : 그래서 긴 시간 동안 그분들이 그분들과 대화를 할 때 나는 왕년에 이런 식으로 대화를 시작하는 분이 거의 없기 때문에 본인이 무엇을 이뤘는지를 모르고 살아가셨고 그것에 순응하고 살아 가셨습니다. 그것이 내가 바라보는 시선이 맞는지 부터 시작을 하려고 하는 것입니다.

강사 : 궁금해서 계속 물어볼 수밖에 없습니다. 지금 이것을 이해하기가 너무 어렵습니다. 우리가 익숙한 부분이 아니어서 그런 것 같습니다. 아까처럼 연구라고 했을 때 목표를 어떻게 둘 것이냐 이것이 문제입니다. 다른 것이 아니라 연구의 목표입니다.

좋아 : 올해 제가 이것을 진행 한다고 하면 내년에 실행을 하게 될 것입니다. 내년의 실행의 목표는 Cop가 될 수 있을 것 같습니다. 저희 그룹 내서는 Cop가 자연스럽게 만들어져서 그 Cop에 대해서 노인의 삶에 대해서 역사적인 사실, 우리가 어떻게 받아들이고 있는지에 대해 공부를 같이 하고, 그 노인들의 삶에 대해서 어떻게 접근하는 것이 옳은지 그러한 과정 중에 직접 대면을 하게 될 것인데 대면을 하면서도 그분들과 접점을 만들기 쉽지가 않으니 그 과정을 계속해서 이어가면서 내후년에는 자기의 삶에 대해서 고민하고 이야기할 수 있는 것까지 끌어내 것, 그리고 그것을 구조화 시키는 과정을 만들고 싶은 것입니다.

강사 : 그럼 올해 할 것은 무엇입니까? 내용 자체는 다 있는데 선생님께 목표가 왜 안보이나 하면 형식 자체가 갖추어져 있지 않기 때문입니다. 이 틀 자체가 잡혀져 있지 않기 때문에 어려워지는 것입니다. 제가 만약에 이 사업을 한다고 했을 때는 이 사업이 그들과 이야기 해서 내면도 파악하고 그렇게 진행 한다고 했을 때 먼저 저는 조직을 꾸리겠습니다. 어떤 조직이나 하면 노인들의 내면을 파악하는 연구소 내지는 가칭으로 우리들 만에 마음이 많은 사람들 끼리 Cop를 꾸린다거나 이 조직의 먼저 꾸린다는 이야기입니다. 단계를 나누어 보시기 바랍니다. 조직이 꾸려지면 몇 명의 조직으로 할 것인지 그 사람이 어떤 인원 으로 구성이 될 것인지가 나옵니다. 첫번째는 심리를 공부 하는 친구의 수도 있고 예술치료나 이런 부분에 있는 친구에 수도 있고, 기획자와 예술가 이런 식으로 다양하게 전문가 그룹 자체를 Cop로 꾸린다 해서 노인 내면 연구소 이런 것을 꾸린다 라는 것이 하나의 목표가 될 수 있을 것입니다. 두 번째 꾸려서 어떤 내용을 어떻게 할 것이냐 라는 것인데

한 마을에 들어가서 마을에 계시는 20명 정도 되는 노인을 적어도 일년 동안 몇 회 이상을 만나고 그들과의 만남으로써 관계 망 자체가 형성이 되는 것입니다. 이런 식으로 사업에 결과치를 놓고 그 결과 치가 이루어지기까지의 과정을 목표로 줄 수 있는 것입니다. 그렇게 해야지 보는 사람이 진짜 무엇을 하려고 하는지 명확해 지는 것입니다. 당장 무엇을 하려고 하는 것이 아니기 때문에 그것을 충분히 설명해 주어야 합니다. 지금처럼 이렇게 되면 모릅니다. 프로그램을 하자는 것인지, 이야기 하자는 것인지 알 수 없습니다. 이 형식 자체를 일단 만들어 주어야 합니다. 구조 자체를 그리고 나서 기획서를 쓰면 훨씬 잘 쓸 수 있습니다. 그것이 있어야 이야기가 되는 것입니다 순수하고 꿈 많았던 시절에 아쉬움 찾기 이런 부분은 지금은 목표 성립이 안 되어 있는 것입니다. 이것은 3년 뒤 나중에 가서 할 것입니다. 실제 프로그램을 진행할 때 하는 것입니다. 그런 기대치가 있다 라는 부분입니다. 하지만 일단 중요한 것은 노인들과 만나서 이야기 나누는 것이 중요합니다. 그리고 세 번째 세부 추진 계획을 잡아야 합니다. 장치가 빠져있습니다. 그냥 맨입으로 만날 것인지 노인들을 만나는데 장치, 매체가 필요한 것입니다. 중간에서 그들과 소통할 수 있는 미디어 자체를 어디에 둘 것인가 라는 것입니다. 그것이 프로그램이 되는 것입니다. 상상을 해 보라는 것이 마을에 들어가서 노인들을 만나서 그들의 내면과 고충 이런 것들을 끄집어내러 가야 합니다. 그럼 누가 생각해도 노인들께 “어르신의 고충은 무엇입니까?” 라고 묻는다고 해서 어느 누가 그것을 이야기 해 주지 않습니다. 단계가 필요하고 라포를 형성할 수 있는 것들도 필요하고 그거 자체가 프로그램이 되는 것입니다. 그랬을 때 도구들이 필요합니다.

지금 이것은 기획 할 것이 많은 것 같습니다. 더 어려운 것입니다

좋아 : 실은 굉장히 러프하게 계획서라기 보다는 스케치 정도로만 했던 것 같습니다.

강사 : 스케치를 하더라도 전체 형태 같은 것은 머리에 그려주고 나서 스케치가 되어야 합니다. 지금 디테일하게 하는 것이 아니라 전체그림을 그려서 틀을 맞추는 것입니다. 실제 프로그램을 진행할 때 어떻게 할 것인지를 이야기해 보십시오. 실제 마을을 선정에서 들어갔습니다.

강사 : 여기서 필요한 것이 아이디어입니다. 열심히 검색해서 좋은 것들을 가져다가 붙여야 합니다. 다방 형식으로 차별화해야 합니다. 다방 녹차 다기세트를 가지고 행거 다니면서 어르신들이 계시면 차를 드리면서 이야기 하는 프로그램이 있습니다. 꽃다방인가? 실제 이런

퍼포먼스 형식으로 진행이 됩니다. 실제로 차 마시면서 이야기를 풀어냅니다.

그런 것들이 필요합니다. 그리고 그런 것들이 기획입니다. 이 프로젝트 같은 것은 연구자로서 들어가는 것은 아니기 때문에 이 자체도 하나의 문화적인 행위라고 할 때 그런 아이디어가 필요한 것입니다. 그래야 세부 계획이 나올 수 있습니다. 몇 명을 만났는지 횡수가 나오고 녹차를 준비해야 되는지 다기 세트를 준비해야 하는지 이것이 결정 됩니다. 그리고 어떻게 피드백을 받을 것인지, 이야기 나눈 것을 녹음을 할 것인지 아니면 그림으로 스케치를 할 것인지 여러 가지 방법이 나옵니다. 거기까지 되어야 기획이 되는 것입니다. 무엇을 해야 할지가 눈에 딱 들어오는 것이기 때문입니다. 두 번째는 가정 방문 형태도 있는 것입니다. 우리 학교 다닐 때 가정방문을 가지 않았습니까. 가정 방문 이라고 하는 프로그램을 이런 문화 프로그램에 응용해서 찾아갈 수도 있는 것입니다. 오시라면 오지 않을 것이기 때문에 찾아 가는거죠. 여기 보니 1차년도, 2차년도, 3차년도 3년으로 계획을 하신 것입니까? 3년은 너무 멍니다. 아니면 아예 라포 형성 프로젝트로 가도 좋을 것 같습니다. 라포 형식으로 가서 관계 맺기라고 하는 것입니다. 첫 관계를 맺는 것으로 1년차 자체를 그 프로그램을 가지고 하는 것입니다. 그러면 디테일하게 쪽 나오는 것입니다. 이야기 감도 나와야 합니다. 어떤 이야기 감도 있어야 하는지 그것을 의도 할 것인지, 그것을 의도 하지 않고 이야기 나왔던 것들을 어떻게 정리 할 것인지, 사진으로 정리 할 것인지, 그림으로 정리 할 것인지, 녹취 했던 것을 풀어서 타이핑을 할 것인지 이야기가 나와야 합니다. 고민할 것이 많습니다. 여기 양식에서는 세부 추진 계획이 프로그램입니다. 그 다음에 추진 일정이 나옵니다. 앞에서 문제의식 부분과 세부 추진 계획 부분만 풀리면 그 다음부터는 쪽 써 내려가면 됩니다. 방식도 다 나옵니다. 그런데 지금 앞에 부분이 안 잡히니까 아직 완성이 안 되는 경우입니다.

다른 분들 보셨으니 다 이해 하셨습니까? 페이퍼만 보고 선생님께서 무엇을 하려고 하는지 이해하셨습니까? 솔직히 말씀 하셔도 됩니다.

교육생 : 저번에 들었어서 이해가 됩니다.

강사 : 그렇다면 이해시키려면 계속 이야기를 하셔야겠습니다. 계속 공부하고 이야기 하셔야 한다는 것인데 답답하지 않습니다. 그래서 기획서를 기획서로만 보는 것이 아니라 만나서 이야기 하면 되는데 물리적으로, 현실적으로 그것이 안되니까 기획서만 보고 이해를 못해 주면 얼마나 속상 하겠습니까. 접근 방식이나 생각하는 진정성은 상당히 좋았습니다. 하지만 그것을 풀어나가는 장치나 이런 부분이 정리가 안 되니까 그런 것입니다. 장치만 잘

개발 하면 훨씬 더 깊이가 있고 약간 철학적인 프로그램이 될 수 있을 것 같습니다. 그런 것들이 원래 설명하기 좀 어렵습니다. 오히려 노인들을 모시고 체험 프로그램을 하나 하는 것이 쉽습니다. 그런데 이것은 내면적인 문제까지 관계와도 관련 되어 있기 때문에 어렵습니다. 실제로 이런 것이 어려운 기획입니다. 관계 기획적인 부분입니다. 프로그램 가져다가 모셔 두고 잘 즐기십시오. 만족하십니까? 하는 기획이 아닙니다. 조금 더 있어 보이는 그런 기획이긴 합니다만 기획서로 풀기는 상당히 어렵습니다. 개념적이고 관념적인 것이 많이 들어가 있기 때문입니다. 용어 자체도 관념적인 용어가 많습니다. 그러다 보니 더욱 어렵습니다. 아무튼 그 장치를 잘 개발하시기 바랍니다. 또 하나 장치는 시를 이용하는 아주 좋은 방법도 있습니다.

좋아 : 말씀하신 유사한 프로젝트들을 하고 계신 것처럼 저도 고민을 했었습니다. 어르신들이 직접 사서 감정을 표현하거나.....

강사 : 그런 것도 있고 제가 알고 있는 것은 시 향아리라고 해서 시 처방 해주는 것도 있습니다. 마치 우리 점보면 7월에는 월 조심하고 다 자기하고 맞는 것 같지 않습니까. 시도 마찬가지로 지입니다. 아무 시나 골라 보세요. 이야기 듣고 나서 이 시가 어르신 마음과 지금 비슷하고 잘 어울립니다. 이렇게 즉석에서 시 처방을 해주면 대중은 다 맞습니다. 차를 이용하는 방식도, 시를 가지고 하는 방식도 있고 가장 많이 하는 것은 사진을 가지고 하는 방법도 있습니다. 이런 것들을 세련되게 잘 찾으시면 더 있어 보일 것입니다.

좋아아질거야는 관계 기획에 관한 노하우를 쌓으시면 고민이 풀릴 것 같습니다.



이 구역의 비주얼

강사 : 다 읽으셨습니까? 기획의도가 어떤 것 같습니까? 용어 자체가 너무 멋진 용어를 사용하신 것 같습니다. 키워드가 소통과 정의입니다. 저 키워드 말고 조금 더 직접적인 키워드가 없겠습니까. 소통은 무엇과의 소통을 말씀하시는 것입니까.

비주얼 : 저는 청소년들과 체험프로그램을 하면서 대화 내용을 듣다보면 어떤 의미인지는 알겠는데 그 단어 속에서 저희 세대나 그 이전 세대는 여기나 부정적인 언어인 경우도 있습니다. 이 아이가 나에게 불쾌감을 주기 위해서 이렇게 말하고 있는 것인가 라고 오해를 하는 경우가 왕왕 있습니다. 그런 것을 좀 캐치해서 그 아이들한테 다른 세대들은 이렇게 받아들이고 있다는 것을 알려 주면 어떨까 하는 생각을 했습니다.

강사 : 소통의 대상이 어떻게 됩니까? 뭐 하고 뭐가 소통이 되는 이야기 입니까?

비주얼 : 그러니까 서로 묶여서 연결고리가 형성이 되어 있는 것은 10대, 20대 젊은 층에서 생성이 됐기 때문에 그들의 용어라고 볼 수 있지만 어쨌든 대화를 하고 이야기를 하는 대상들은 다양할 수밖에 없습니다. 그 세대 간에 간극은 십대와 40대, 50대, 60대, 70대 나서는 다양한 세대로 간극이 벌어진다고 생각합니다. 할아버지랑 대화를 하다가 TV 화면에 나영석 PD가 진행하는 예능 프로그램을 보는데 “저 단어는 뭐니” 라고 물어 보시면 젊은 세대들은 너무 당연한데 저 뜻을 이해를 못 하실 수도 있구나 라는 생각이 들었습니다. 설명을 해드리기는 하는데 그런 것처럼 다양한 세대가 소통의 대상이 되는 것입니다.

강사 : 그러면 방금 했던 이야기들 있지 않습니까. 그것을 그대로 여기다 쓰시면 됩니다. 그리고 소통 부분은 저 뒤에 세 번째 정도에 나와 주어야 합니다. 처음에는 간극을 이야기 해주어야 합니다. 할아버지와 손주의 대화. 이것으로부터 기획의도를 두니까 기획자가 꼭 관찰해 보고 보니까 이런 현상들이 눈에 보이더라 라는 이야기를 앞에서 해주면 훨씬 더 와닿는 것이 많이 있습니다. 기획자 선생님은 나이가 어떻게 되는지는 모르겠지만 (25 살입니다) 동생을 보면서 동생과 할아버지를 보면서 이런 이야기를 해줄 수도 있었었습니다. 기획의도에다가 사적인 경험 자체를 써줄 수도 있습니다. 기획의도 같은 경우도 제가 세 가지 정도 이야기하면 좋다고 했는데 동그라미가 세 개 정도 있으면 좋겠다는 것입니다.

기획 의도의 첫 번째 동그라미 같은 경우에는 실제 자기의 개인적인 경험을 통해서 느낀 부분을 이야기 해주고, 세 번째 정도의 소통을 이야기해주면 됩니다. 그러면 기획의도가 되는 것입니다. 처음부터 소통이 나오니까 방금 했던 이야기 같은 경우는 동그라미 첫 번째 부분에 해당 하는 이야기가 될 수 있습니다.

본인이 기획 하는 동기 자체가 일상에서 보고 이것이 기획자로서 그냥 넘어가 지지가 않더라는 것으로 이야기를 꾸미는 것도 좋습니다. 그런 식으로 방금 전에 했던 이야기, 할아버지와 남동생의 실 예를 들어서 기획의도 첫 번째에 나오는 것입니다. 그 간극 자체를 이야기 해 주시면 됩니다. 그 간극을 어떤 문장으로 풀 것인지 고민해보시면 됩니다. 그것이 어떤 간극인지 세대간의 간극 이라고만 표현 하지 마시고 이것이 말이라고 하는 부분의 차이입니다. 그것은 정리하셔야 합니다. 어떤 매력적인 단어로 정리 할 것인지 소통이라고 하면 너무 뻥합니다. 소통이라는 용어 대신 다른 것을 찾아보시기 바랍니다. 소통은 넘쳐나게 때문에 그것을 대체할 수 있는 다른 용어를 생각해 보면 좋을 것입니다. 라임이 필요하므로 첫 번째는 간극을 세계 이야기 해 주시기 바랍니다. 어느 한 단어를 가지고 전혀 다른 식의 해석이 되는 상황 자체를 한번 일상에서 발견 해 보시기 바랍니다. 본인이 발견 못했다고 하면 찾아 보셔야 합니다.

비주얼 : 그냥 간극이 아니라 어떠한 간극이라는 것이라고 하라는 말씀이십니까.

강사 : 공부해보면 되실 것 같습니다. 언어라고 하는 것 자체가 언어에서의 소통이 어떻게 이루어지고 만들어지는가 하는 부분이 있습니다. 뉘앙스의 차이 수도 있습니다. 언어에서 뉘앙스라고 하는 부분이 가지고 있는 것이 있습니다. 예를 들어 잘했다고 하면 어른들은 진짜 잘한 줄 아십니다. 우리말에는 느낌이 있습니다. 우리말에 느낌은 지시 하지는 않습니다. 뉘앙스와 맥락으로 이야기 합니다. 노인 분들이 더 많은 뉘앙스를 내포하고 있습니다. 젊은 사람들의 용어들이 훨씬 더 직접적이고 지시를 해야 하는 상황인데 서양 방식의 언어 유형입니다. 동양적인 언어의 방식은 맥락과 이상을 이야기합니다. 서양에서는 이거 뭐해 라고 지시 합니다. 그래야 의사소통이 되는 부분이 있는데 우리말이 재미있는 부분은 지시가 아니라 뉘앙스 자체를 알아들어야 합니다. 아무 말 하지 않고 가져와봐 라고 말합니다. 뭘 가져야 하는지 모르지만 예전에 아버지께서 저기 가서 그거 가지고 와 라고 하셨습니다. 뭔지 알 수 없지만 잘못하면 혼납니다. 지금 아버지가 무엇이 필요한지를 눈치껏 알아서 다 가지고 와야 합니다. 예전에 EBS 프라임에서 나온 다크가 있습니다. 그것을 한번 찾아보시면 도움이 될 것 같습니다. 동양식 사고의체계가 더 우월하다는 이야기의 프

로그램인데 저는 재미있게 보았습니다. 동양과 서양의 언어 방식의 차이를 보면서 저는 도움이 많이 되었습니다. 그런 것을 찾아보면서 뒷부분을 채워 나가셔야 합니다. 단순하게 청소년 언어문화 이렇게 하면 어려워집니다. 일상에서 발견하는 기획의도가 되면 훨씬 더 좋을 것 같습니다.

두 번째는 한글은 파괴 되고 있는 것인가 이것은 파괴 되고 있는 것 같습니까?

비주얼 : 파괴라는 자체가 잘못된 것 같습니다. 올바르지 않은 것 같습니다. 언어라는 것이 파괴가 될 수가 있는 것인가, 언어라고 하는 것은 기록으로 남겨 줄 수 없는 것인데 그런 것들이 파괴 된다는 것이 신세대 용어가 한글을 파괴 하는 것이 맞냐는 물음을 주었습니다.

강사 : 결론을 이야기 해 보십시오.

비주얼 : 그렇지 않다.

강사 : 한글 파괴 주범을 청소년으로 보지 마라든지 답을 이야기 해 보시기 바랍니다.

비주얼 : 우리말이 파괴되고 있지 않다. 하나 더 덧붙이자면 그렇다면 신세대들이 새롭게 생성하고 있는 언어들도 파괴라고 봐야 한다면 일제시대 때 들어왔던 일본 언어들이나 혹은 외래어들은 파괴가 아닌가?

강사 : 그런 식으로 타이틀 앞에 결론을 주고 설명을 해 보시기 바랍니다. '청소년들만의 창조적인 한글을 재구성하고 있다.' 라고 하고 그 부분이 꼭지로 들어가고 그 설명을 쪽 쓰면 됩니다. 세 번째는 기획의도에서 항상 무엇이 나와야 하느냐면 이 프로그램이 어떻게 될 것인가를 유추해 볼 수 있는 것들이 들어가면 좋습니다. 그래서 사전이 필요하다는 이야기를 하는 것은 아닙니다. 결국은 그런 이야기를 세 번째에다가 이야기 해 주시면 됩니다. 청소년들의 말 사전이 필요하다, 사전을 통해서 조금 알자 이런 것입니다. 그런 것을 세 개 정도 붙이고 마지막에는 앞으로 이 프로그램이 어떻게 전개가 될 것인지를 예측할 수 있는 그런 내용이 기획의도 의 세 번째 들어가면 좋을 것 같습니다.

그리고 이런 방식은 참 좋습니다. 앞에서 이야기 한 것을 진하게 표시해주고 설명해 주면 보기가 참 좋고 잘 읽힙니다. 그런데 여기는 소통 이런 단어들도 있어서 눈에 잘 들어오지

않는 것입니다. 직접적으로 표현하시기 바랍니다.

코디 : 이 정의가 무슨 뜻입니까?

비주얼 : 사실 저도 고민을 했었는데 약간 자신이 없어서 중의적으로 표현을 담았습니다. 단어의 정의가 될 수도 있고 또 정의롭다의 정의가 될 수도 있습니다.

강사 : 그런 것들이 설명이 필요한 것입니다. 중의적인 표현으로 애둘러 피해하려고 하는 것 같습니다. 저 키워드는 잘 맞지 않는 것 같습니다.

위의 것은 일상생활에서 본인이 경험했던 간극을 쓸 수 있습니다. 소통을 이야기하지 말고 간극을 이야기하시기 바랍니다. 그러면 누구와 누구의 간극인지 직설적으로 이야기해 주면 좋습니다. 할아버지와 10대 청소년, 아제와 10대 청소년, 세 번째는 10대 청소년들이 간에도 간극 있다는 것입니다. 주제 및 콘셉트 부분은 원래 양식에 나온 용어 입니까?

코디 : 저희는 양식이 없습니다.

강사 : 그래서 제목이 알아두면 쓸모 있을 신세대 잡학 사전 이것이지 않습니까.

코디 : 이것이 언어만 가지고 하는 것인데 잡학입니까?

강사 : 청소년들의 말 사전인데 잡학사전이 요새 TV에 나와서 쓴 것입니까?

비주얼 : 말을 귀에 들어오게 맞춰보면 되겠다는 생각이 들어서 잡학사전을 넣은 것도 있고 알쓸 신잡이라는 단어를 사람들이 미디어에서 지금 하고 있기 때문에 쓴 것이기도 합니다. 언어 자체가 표준어가 아니기 때문에 잡학일수도 있다는 생각에 그대로 진행을 하였습다.

강사 : 저는 듣다 보니 방향 자체가 틀어져 버린 것 같습니다. 하나만 되어야 하는데 여러 개가 되면 어려워집니다. '청소년들의 말 사전' 이라고 해도 됩니다. 그 그게 더 다가옵니다. 청소년들의 말 사전이라고 생각하고 알아두면 쓸모 있는 신비한 잡학 사전은 사업 타이틀로 해도 됩니다. 청소년들의 말 사전 만들기 프로젝트 하고 나서 <알아두면 쓸모 있을 신

세대 잡학 사전) 할 수도 있습니다. 아까처럼 선생님께서 말씀하신 것처럼 프로그램의 특성 자체를 부제로써 명확하게 알려주고 타이틀은 아무거나 가져다 쓰셔도 될 것 같습니다. 청소년들의 말 사전 만들기 작전, 그 특성을 보면 청소년들이 자기들 만에 언어 사전을 만드는구나 라는 것을 정확히 알 수 있습니다. 사실 아이들이 스스로 선생님과 같이 만드는 것이 맞습니까?

비주얼 : 네 맞습니다.

강사 : 자기들이 어휘를 정리해서 사전에 보면 속담, 어휘풀이 이런 것들이 다 나오는데 이런 것들도 마찬가지로 용어풀이 까지 해서 만드는 것입니다. 여기에 예시 하나를 넣어도 좋을 것 같습니다. 네이버 사전 같은 것에도 예시가 있잖습니까. 낱말이 있고 품사가 있고 예문을 넣어서 사전 디자인처럼 만들어 놓으면 훨씬 이해가 빠를 것 같습니다. 예시로 어떤 말이 있겠습니까?

비주얼 : 오진다, 지린다 라는 말이 있는데 끝내준다, 괜찮다 이런 좋음을 표현하는 말입니다.

강사 : 어른들이 이 사전을 볼 것이기 때문에 어른들이 알 수 있는 이런 말은 무엇이 있겠습니까.

비주얼 : 응, 아니야. 뭐라고 하면 응 아니야 라고 대답합니다.

강사 : 이런 말도 있을 것입니다. ‘개’를 앞에다 붙이는 것, 개이득, 개피곤, 개좋아 개가 접두어로 쓰이면서 어떻게 되는 것인지 잘 풀어 보면 재미있을 것 같습니다. 그런 것들이 공감에 갈 수 있어야 합니다. 참고로 저는 예전에 병맛 이라는 단어를 아이들이 쓰는데 병의 맛이 인가 생각했습니다. 이것이 무슨 뜻입니까?

비주얼 : 별로다, 조금 이상한 느낌이다.

강사 : 저는 이것을 어떻게 생각했느냐면 병을 줬는데 내용물은 없고 병만 주니까 병의 맛이 있지 않습니까. 유리 같은 맛. 황당할 때 쓰는 말인가 보다 생각했습니다. 이런 용어 들을 예시를 뽑아서 풀어내면 재미있을 것 같습니다. 사투리 사전으로 있습니다. 재밌는 것도 많이 있습니다. 거시기 머시기.

비주얼 : 저는 이것이 청소년대상 이라고 하면 신세대들의 말을 알기 위해서 만드는 것인데 그 단어 안에 우리 진짜 속뜻, 진짜 말, 원래 표기, 맞는 표기를 알고 쓰고 있는지 뜻과 함께 써주면 좋을 것 같습니다.

저희는 만약에 이것을 진행 한다면 이 아이들이 단어를 사용하게 된 이유와 계기가 있을 것인데 어른들은 그것을 알지 못하고 개-, 오진다, 지린다 이런 말을 들었을 때는 거부감이 먼저 듭니다. 어감 자체가 좋아지 않기 때문에 이 의도가 긍정적인 것으로 가고 싶은 것이라면 아이들의 문화나 아니면 아이들이 그 말을 선택하게 된 계기나 그런 것들을 같이 넣으면 좋지 않을까 생각합니다.

강사 : 그렇습니다. 오죽했으면 이 말을 썼을까 라는 해석이 필요한 것입니다. 한번 잘 맞춰서 해석하다 보면 잘 맞을 겁니다.

비주얼 : 지금 신세대 언어도 중요하지만 바뀌기 전 언어도 알면 좋을 것 같아서 양쪽 다 알 수 있도록 하고 싶습니다. 요즘 학교에서는 선생님께서 욕을 알려준다고 합니다. 정확한 용어, 영어까지 알려주는데 그 뜻을 알고 써라 라는 의미로 알려 주십니다. 저는 그것도 괜찮은 것 같습니다

강사 : 그런 식으로 예시가 들어가면 주제나 콘셉트가 더 잘 드러날 것 같습니다. 추진 내용 및 방향. 재미있는 토론회 마련, 두 번째 포럼 개최, 편찬 그 다음에 멀티숍 운영. 언어를 통한 멀티숍.

비주얼 : 멀티숍 같은 경우에는 광주의 사례를 보고 아이디어를 얻은 것입니다.

강사 : 신세대 언어를 콘셉트로 한 상품을 만들어서 필기구, 문구용품 부터 해서 여러 가지 디자인 용품들 까지 만드는 것입니다.

코디 : 저는 기획서 쓸 때 이런 것을 태클 거는 편인데 언어를 통한 멀티숍 입니까, 아니면 언어를 이용한 멀티숍 입니까?

비주얼 : 이용한 입니다.

코디 : 통한을 굉장히 많이 씁니다. 계속 모든 기획서가 통하기 만합니다. 그런 언어를 조금 정확하게 써 주셨으면 좋겠습니다.

강사 : 언어를 이용함이 맞을 것 같습니다. 실제로 어떤 제품이 만들어지는 해 봐야 압니다. 실제로 해 봐야 알지만 기획에는 예시나 참고 사례를 제시해 주어야 합니다. 어떤 제품이 생산될지 궁금합니다. 광주에는 사투리 제품들로 달력 이런 것들이 있습니다. 여기서 결과물 같은 경우에는 토론회는 과정으로 하고, 청소년들의 말 사전 만들고, 그것을 운영해서 제품으로 생산하고, 그 다음에 멀티숍 운영 이니까 팔아야 합니다. 어디서 팔 것인지 매대 만들어서, 학교에서 팔 것인지 팝업 스툴을 운영하는 형식입니다. 그러면 프로그램은 정확히 나오겠습니다. 나중에 세부사항에다가 이 프로그램은 쓰면 되는 것입니다. 과정을 쓸 수도 있고 종류를 나눠서 토론회 하고 사전 자체를 구분해서 쓸 수도 있고 있습니다. 이 부분을 다이어그램으로 정리 하시면 훨씬 보기 좋습니다. 실제 이것이 어떤 결과물이기도 하지만 추진 과정이 될 수도 있는 부분입니다. 단계가 될 수 있습니다. 제일 먼저 토론회 합니다. 청소년 말 토론회, 신세대 용어 토론회, 언어 배틀을 엽니다. 그런 재미있는 형식들을 가져다 붙이면 좋겠습니다. 세부 프로그램은 표로 정리가 되어야 합니다. 기대효과과는 쓰기 제일 싫습니다. 잘 보지도 않는데 기대 효과를 억지로 만들어서 씁니다. 계기가 될 것이다, 해 봐야 알지가 됩니다. 심사 할 때도 그렇습니다.

예산은 얼마 들지 않을 것 같습니다. 디자인을 해야 하고, 제품을 만들어야 합니다. 어떤 사람들이랑 어디서 할 것인지도 결정 하면 프로그램 구성 자체가 잘 떨어질 것 같습니다.

코디 : 같이 해도 재미있을 것 같습니다. 구세대 언어를 이용한 멀티숍과 신세대 언어를 이용한 멀티숍.



모람모람

모람 : 저희는 두 가지를 준비했는데 PPT로 발표 하고 한글파일은 참고하시면 됩니다.

강사 : 사업명이 어떻게 되십니까?

모람 : <내 마음대로 미친 여행 우리가 함께 만들어 갈 지구>가 사업명입니다.

강사 : 타이틀이 길니다. 사업 목적이 무엇입니까?

모람 : 자유학기제, 자유학년제가 중학교 1학년 때 시행이 됩니다. 중학교 1학년 아이들이 대상이고 목적은 저희 팀원 중 한분의 아이가 중학교 1학년이라 거기에서 시작이 된 것인데 저도 중학교 1학년 아이들과 수업을 해 보면 사실 이 아이들이 갈 곳이 없다는 걸 알았습니다. 자유학기제, 자유학년제라 시험을 보지 않고 학교에서는 나가라고 하는데 아이들이 갈 곳이 없습니다. 할 일도 없고 주로 하는 것이 팬시점이나 올리브영 이런 곳에 돌아다니거나 노래방, 게임 하러 가기, 인형 뽑기 하는 것이 전부이고, 어디를 가는 것도 영화 보러 가는 것이 정도인데 자유학기제, 자유학년제 하는 목적이 체험 활동이나 진로, 앉아서 실습하고 토론 하는 수업이 아니고 직접 체험해서 경험을 얻을 수 없는 것이 목적입니다. 그것을 대신 채울 방법이 없고 채울 곳이 없다는 것에서 착안을 하였습니다. 아이들을 데리고 아이들이 스스로 주도해서 기획도 세우고, 의식도 갖고 자기들이 주인공이 되어서 사업을 주도해 이끌어 주는 이끌어 가는 방향을 잡아 보려고 있습니다. 거기에다가 아이들이 살고 있는 마을이나 동네 대해서 자기들이 가는 곳이 학교, 오락실 이정도 입니다. 자기가 살고 있는 동네 대해서 속속들이 알 기회도 없고 아이들이 그다지 알고 싶어 하지도 않습니다. 내가 사는 마을에 대해서 애착을 가지고 주인의식을 가지면 좋겠다 라고 생각했습니다.

강사 : 사업목적은 정리해야 합니다. 대상의 자유학기제를 하는 아이들 이렇게 하면 되고, 핵심 목적은 무엇이나. 왜 지도를 그려야 하는 것이나 입니다.

모람 : 마을에 주인의식을 하게 하기 위해서도 있고, 수동적으로 공부만 하던 아이들에게는 능동성을 키울 수 있는 기회도 주고, 놀기 좋아하고 사고만 치고 다니는 학생들에게는 건전한

육구 해소의 기회를 주고, 아이들과 의사소통이 어려운 친구들도 있을 것인데 그 친구들에게는 자신감을 갖는 기회를 주고자 했습니다.

강사 : 그런 목적인데 더 본질적인 목적을 찾아야 합니다. 지도를 그리는 것이 아이들에게 어떤 효과가 있는지에 대해서 선생님께서 공부 필요합니다. 참고로 해서 녹색연합 에서 나온 책인데 '작은 것이 아름답다' 라는 제목의 책이 있습니다. 그 책에서 지도 그리는 것을 특 집으로 다룬 적이 있습니다. 지도 그리기의 많은 방법부터 지도 그리기가 어떤 효과가 있는지, 지도를 그리는 사람이라고 어떤 환경을 이해한다거나 하는 부분에 어떤 효과들이 있는지 에 대해 나온 것이 있었습니다. 조금 더 나간다면 인포 디자인의 영역 일수도 있고, 애항심고취. 우리 고장에 대해서 조금 더 안다는 것에서 나아가 좀 더 의미가 있습니다. 지도 그리기라고 하는 것 자체가 교육적인 의미가 됐든 다른 것이 되었든 그런 것이 있어야 합니다. 사업 목적에서 그 부분을 이야기 해줘야 합니다. 지금 목적은 꼭 지도 그리기가 아니더라도 다 맞는 목적입니다. 지도에 딱 떨어지는 목적이 있어야 합니다. 책을 한번 찾아보시면 좋을 것 같습니다. 그럼 지도 형식 같은 것은 나올 수 있습니다. 이런 지도가 심상 지도 내 마음대로 지도가 되는 것입니다. 자기 눈이 가는 것만 그리는 것, 객관적인 정보 자체를 제공하는 것이 아니라 내가 내 마음대로 나한테 익숙하거나, 내가 생각하는 장소, 내가 인지하는 장소성이 두드러지는 지도가 되는 것입니다.

모람 : 저는 지리적인 지도를 원하는 것은 아니고 말씀하신 거랑 맞습니다. 예쁜 꽃 아니면 항상 그 자리에 앉아 계시는 어르신을 지도에 그리 수도 있고, 내가 지나다니는데 팬지 한 송이가 피어있네 여긴 꽃이 있을 자리가 아닌데 꽃이 피었구나. 이런 것들은 아이들이 잘 보지 못하는 것인데 시간을 주고 탐방을 하라고 하면 하나 하나 평소에 보지 못했던 것들을 보게 되는 경우가 있습니다. 그런 것을 지도에 넣어서 나만의 지도를 가지고 서로 공유하고 넓혀 가는 작업을 하려고 생각하는 것입니다. 지리적인 지도를 생각한 것은 아닙니다.

강사 : 그 의미에 대해서 찾아보시면 관련 된 책들이 많이 있습니다. 지도에 다양한 방식들이 있습니다. 숫자로만 표시된 지도도 있고, 데이터 자체를 뽑아내는 방식입니다. 예를 들어 가고 수는 몇 가구가 사는지 숫자로 적어서 하는 경우가 있습니다. 그러면 그 지도 자체는 조망하는 것입니다. 전체를 한 눈으로 보는 것이니까 어떻게 접근해서 지도를 만드느냐에 따라서 전체가 달리 볼 수 있는 부분입니다. 예를 들어서 불량식품 파는 곳만 다 조사해서 구성한다 했을 때 아이들이 좋아하는 것 자체가 눈에 들어오는 것입니다. 그랬을 때

그 정보나 데이터가 주관적인 데이터이기도 하지만 서로 공감대가 형성이 되는 새로운 데이터 영역이 만들어집니다. 네이버 지도에서는 절대 볼 수 없는 새로운 지도가 나오는 것이고 그것이 의미가 있다. 라는 것입니다. 청소년들이 했을 때 어떤 효과가 있는지에 대해서 찾아보시면 좋을 것 같습니다. 그리고 거기에다 이름을 붙이면 장소성이 되는 것입니다. 그렇게 하면 어른들을 시각에서 바라봤을 때도 그런 지도가 소소한 재미를 줄 수 있는 지도입니다. 목적에서 그런 부분을 건드려 주면 좋을 것 같습니다. 단지 아이들이 갈 곳이 없고, 시간도 많고, 자신감 높이고 이런 거 빼고 저것 차체에 집중하시면 좋을 것 같습니다. 참고로 어떤 지도도 있냐면 기억 지도도 있습니다. 점선으로 다 그려져 있습니다. 지금은 절대 없는 지도입니다. 사람들에게 다 인터뷰해서 지도를 만들었습니다. 옛날에 모습 자체 복원하는 것입니다. 기억에만 의존해서 사람들로 하여금 이야기를 통해 새로운 길로 만들어내는 것입니다. 여기에는 누구 집이 있었어. 이런 것도 그려 넣고 엄청나게 다양한 방법들이 있습니다.

코디 : 요즘에 마을 지도 그리기에 대한 책들이 많이 나와 있고 실제로 경기도문화원연합회에서 진행하는 마을 큐레이터 사업에서도 마을 지도 그리기를 하고 있는 것으로 압니다. 또, 시 길 같은 지도를 만들 수 있습니다. 주제는 아주 다양하게 잡을 수 있을 것 같습니다. 그런데 그것이 어떤 목적을 가지는가. 어떤 효과와 영향을 미치는가. 왜 그것을 해야 하는 것인가가 중요한 것입니다.

강사 : 지도의 세계는 무궁무진 하고 엄청나게 재미있습니다. 디자인 하시는 분들도 상당히 관심 있어 하는 부분입니다. 그 부분을 목적에서 건드려 주시고 사업적인 부분으로 들어갑니다. 익숙할 지도와 새로운 지도 이런 것들은 라임도 잘 맞고 잘 뽑으셨습니다. 뭐 할 지도 이것과 비슷한 것입니까? 젊은 친구들은 그런 것을 참 잘합니다. 익숙할 지도, 새로운 지도, 함께 할 지도. 이런 설정 같은 것은 명확하게 딱 떨어지니까 좋은 것 같습니다. 두 번째 익숙한 동네와 남의 동네를 의도적으로 구분 할 필요가 있습니다. 익숙한 동네와 남의 동네를 실제 글로 읽다 보니 다 비슷한데 라는 생각이 들 수 있으니까 형식을 달리 한다거나 해서 구분을 정확히 지어주는 것입니다. 정리가 정확히 잘 된 것 같습니다. 이거 세 개의 경우 어떤 구성으로, 어떤 체계로 할 것인가가 중요한 것입니다. 기획서를 쓰다보면 아까 조직 만드는 것과 같이 아이들과 회사를 하나 차리시고 지도 공작소라고 해서 거기에 역할이 있습니다. 촬영팀도 있고, 글 쓰는 사람도 있고, 그림 그리는 사람도 있고 이런 식으로 업무 분장을 해서 1기 지도 공작소를 운영 하고나서 열심히 지도를 만드는 것

입니다. 목적이 그것입니다. 정확하게 결과물 지도 몇 종을 내는 것입니다. 이거 자체를 큰 그림으로 보고 나누면 어떤 과정이 필요한지 정확한 답이 나올 것입니다. 1, 2, 3번이 동시다발적으로 들어가지는 않을 것이고 순서적으로 들어 갈테니 적어도 이것은 칸을 나눠서 생각할 수도 있습니다. 접근 하는 방법이 다 다르다는 것을 칸을 나눠서 알려주든가 모듈 형식으로 나눈다거나 그러면 이 세부 프로그램의 회차에 따라서 나누어집니다. 이런 것들이 구조이고 추진체계입니다. 지도 공작소의 구조일 수 있습니다. 먼저 익숙할 지도를 다 해놓고 다른 동네로 온정을 한다거나 이런 방식으로 접근 할 수도 있고, 동시다발적으로 할 수도 있습니다. 처음 하는 것이니까 하나를 점령 하고 그 다음 동네로 원정 가는 형식으로 할 수도 있습니다. 그 다음에 지도 그리는 방식이나 형식 같은 경우도 고민이 있어야 합니다. 사진을 이용해서 붙여서 만들 것인지....

모람 : 지도를 만들어 낼 재료들도 다양하게 할 생각입니다. 어떤 팀에는 재료를 주면 색연필과 종이만 주는 팀, 페브릭을 이용한다든지 여러 가지를 생각하고 있습니다.

강사 : 스케일이 너무 작습니다. 큰 벽에 놓고 나서 그리면서 계속 채워 나가는 방법도 있습니다.

모람 : 그렇게 각각의 동네를 만들어서 나중에는 크게 맵핑을 만들어 낼 생각입니다.

강사 : 지도 제작 현황표를 주고 나서 정보를 물어서 사진이나 이런 것들로 채워나가는 것입니다. 영화에서 보면 수사반장이나 이런데 보면 현황표 놔두고 하는 것처럼 실제 진행을 하려면 그런 것도 가능합니다. 지도 많이 있는 방으로 방 자체를 그렇게 구성할 수 있습니다.

코디 : 그런데 그 결과물을 어떻게 공유 할 것이냐에 따라서 다를 수 있습니다. 선생님께서는 한 가지에다가 자꾸 데이터를 얻는 것만 생각을 하는데 그 결과물을 아이들끼리 보여줄 것이 아니라 동네 사람들이 본다고 한다면 전시회 형태로 나타낼 수 있을 것이고, 그렇다면 한 군데 묶는 것 보다는 주제별로 업데이트 되는 과정들이 보여 져야 할 수도 있으니, 전시를 하려면 따로따로도 되어야 할 수도 있을 것 같습니다. 그런 것은 나중에 수정이 되겠지만 모든 것을 하나로 결합 시키는 것이 과연 옳은가에 대해서 고민해 봐야 할 것입니다.

강사 : 저는 이런 지도를 한번 그려보고 싶었습니다. 옛날에 동네 다니면 강아지, 고양이들이 많이 다닙니다. 그 녀석들의 이름을 파악해서 주인이 있는 강아지와 없는 강아지들을 분류

하고 인구조사처럼 개들 조사도 필요하지 않을까. 어디에서 자주 출몰 하는지 이런 것을 조사해도 재밌을 것 같습니다.

모람 : 동네 지도 그릴 때 그 생각도 했습니다. 거기에 사는 개, 항상 나타나는 개, 그 길을 항상 다니는 아이들은 항상 그 개를 볼 것입니다. 그러면 그것을 그려 넣는 아이도 하나는 있지 않을까 라는 생각을 하였습니다.

강사 : 제가 아는 작가는 개에다가 카메라를 달았습니다. 시선 자체가 땅에서 가까우니 진짜 재미있습니다. 그런 재미있는 아이디어들이 아이들에게서 나올 것입니다. 너희들이 마음대로 그리고 싶은 것, 재미있고, 좋아하는 것들을 그려라 라고 하면 이렇게 열어놓고 작업을 하면 재미있는 것들이 많이 나올 것입니다.

모람 : 아이디어도 아이들에게서 끄집어내려고 그런 방식들을 구상하고 있습니다.

강사 : 하지만 계획서에는 다 예시가 있어야 합니다. 해 봐야 알죠. 라고 쓸 수 없습니다. 제가 알기로는 서양에서는 소리 지도도 만들었다고 합니다. 어느 지역에 어떤 소리가 분포 되어 있는지 만드는 지도도 있다고 합니다. 눈에 보이는 형태는 길이 있는데 소리 자체는 시설물은 만들어 놓은 경우가 실제로 있습니다.

모람 : 이런 것도 생각 했습니다. 프랜차이즈와 편의점 이런 것들을 배제하고 정말 구멍가게 분식집 이런 것들로만 꾸며진 지도도 생각해 보았고, 앞에 말했듯이 중학생을 바라보고 만든 프로그램입니다. 그 아이들이 숲에 많이 가기 때문에 숲 소개, 텃트는 어디가 제일 저렴하고 좋은 가게. 여기는 무엇이 좋은 것. 이런 모든 것들이 아이들의 머리에서 나오게 하는 것입니다.

강사 : 이 사업은 절대 교육적으로 가서는 안 되는 것입니다.

모람 : 함께 아이들의 생각을 좀 끌어내 주고, 아이들이 주도 할 수 있는 쪽으로 가는 게 가장 좋을 것 같습니다. 의외로 던져주니까 아이들이 잘하고 있습니다.

강사 : 목표 같은 경우에는 제가 썩 좋아하는 목표는 아닙니다. 지도를 통해서 나올 수 있는 효

과만 집중 하면 좋을 것 같습니다. 미션을 주고 보상이 있다면 아이들이 훨씬 열심히 잘 할 것입니다. 낙서만 찾아서 지도를 만들어도 재미있습니다.



양반후반

코디 : 마지막 팀 (내가 기획하는 문화 기획자)를 보겠습니다.

강사 : 여기는 활동하고 있는 기획자 얘기를 하시는 것입니까?

코디 : 제가 보기에는 본인이 기획을 하시면서 답답해서 뭔가를 배워 보고 싶은데 어디서 배워야 하는지 몰라서 만드신 느낌입니다. 처음에 말씀하셨던 살아보기 프로젝트 한 달, 열흘, 보름 이렇게 살아보기 왜 안하셨습니까?

양반 : 살아보고 싶어 하시는 분도 계실 것이고 진짜 기획자를 만나서 이야기를 들어보고 싶거나 하는 것을 본인들이 직접 기획하는 것입니다. 살아보고 싶다면 살아보는 과정을 기획해 보는 것입니다.

강사 : 기획자 커리큘럼 자체가 맞춤형으로 진행 되는 것 아닙니까. 그래도 제시를 할 때는 선택지는 제시를 해줘야 합니다. 이런 것들이 있는데 이것 중에 하나를 선택하십시오. 이렇게 되어야 하지 너무 없으면 안 되니까 선택지에 메뉴를 개발 하시는 것입니다. 살아보기 과정과 예를 들어서 기획자 만나서 같이 놀기 과정이 있고, 한 달 살아 보기는 진짜 살아 보는 것이고 몇 가지 종류를 작성해보는 것입니다. 살아보기 과정, 만나보기 과정, 여러 개를 나눠서 이것 중에 하나를 선택 하라고 선택지를 주면 더 명확해집니다. 기획 의도는 거기에 맞춰서 작성해 줘야 합니다. 이런 경우에는 옛날 기획자 과정의 문제점을 쓰시면 됩니다. 그것들은 다 형편 없다. 라는 이야기를 써 주셔야 하고, 그런 마음가짐으로 쓰셔야 합니다. 비판적으로 생각하셔야 합니다. 정확히 상대를 까야지만 본인의 기획의도가 나옵니다. 깔려면 어떻게 깔 것인가 라는 생각해야 합니다. 단순 양성 목적의 기획자 프로그램이 아니라 살짝 까는건데, 단순 양성 목적 이것이 무슨 말인지 모르겠고, 옛날에 기획자 과정에 대해서 면밀하게 분석을 해줘야 합니다. 깔려면 제대로 알고 까야하기 때문입니다. 그래서 까고 보니 자기가 생각하는 살아보기나 이런 것, 자기가 스스로 선택해서 하는 것이 좋더라 라는 것을 기획의도에 이야기 해줘야 합니다. 까는 것은 첫 번째 앉아서는 절대 배울 수 없다 이렇게 까는 것입니다. 지금까지 과정이 다 앉아서 배우는 것인데 소용없더라. 라는 것입니다. 둘째로 실제로 해 봐야 하는데, 해 보는 방법 중에 하나가 실제로 살

아 봐야 한다 라는 것입니다. 세번째는 다 짜서 제시 해주고 따라 오라고 하는 것은 하나도 쓸데가 없다. 그래서 우리는 선택지를 몇 가지를 준다. 그래서 선택지를 조합해서 기획자 과정 자체를 만드는 것입니다. 아니면 반제품을 제시 할 수도 있습니다. 선택지 1, 2, 3, 4 해놓고 나서 섞으면 됩니다. 본인이 취사선택해서 반제품 상태로 나온다는 것입니다. 부품을 쭉 만들어놓고 조립하면 된다는 것입니다. 그런 식으로 이것은 전체를 구성 할 수도 있습니다. 그러면 몇 개 과정이 필요한지, 몇 개 종류를 개발을 해야 되는지, 그랬을 때 어떤 것이 있을지 거기에 맞춰서 기획의도를 정리해줘야 합니다. 지금 있는 기획의도는 아주 일반적인 기획의도입니다. 약간 특수하게 만들어내는 것이 필요합니다. 목적도 이런 목적 쓰면 안 됩니다. 목적에 현장과 스킨십 없는 배우의 과정은 취약이다. 맞는 말이긴 하지만 너무 많이 쓰는 용어라 조금 다른 것을 느낄 수 없습니다. 문화 기획자 간의 교육 이런 것은 상당히 애매한 용어입니다. 네트워크 형성도 마찬가지입니다. 이것을 다른 표현으로 할 수 있습니다. 교류를 동안 네트워크 형성, 문화 기획자 간에 교류 이런 것을 다른 용어로 표현해 보시기 바랍니다. 그것도 고민하셔야 합니다. 선생님 교류 하십니까, 실제로 장 가장 좋은 교류는 친구 맺는 것입니다. 그것이 멘토의 형식입니다. 목적 같은 경우에도 조금 더 구체적인 필요가 있습니다. 모집 대상들도 아까 그런 욕구들이 있는 사람으로 대상을 하시면 더 좋겠습니다. 본인을 대상으로 놓는다 치면 어떤 욕구들이 있는지 지난 수년간 기획자 과정을 들어봤지만 아무 쓸모가 없다 라고 하는 사람, 아니면 진짜 현장에서 경험 자체를 하려고 하는 사람, 힘들더라도 이런 것들을 좀 더 정확하게 하면 좋을 것 같습니다. 활동 내용은 배우는 과정 실행 과정 이렇게 하는 것이 아니라 새로운 과정이 만들어 주겠습니다. 메뉴 1, 2, 3 이런 식으로 나올 것입니다. 지원금 100만원은 참 좋습니다. 활동 내용은 세부적인 표 3개는 나와야 합니다. 커리큘럼 자체 메뉴가 3개 정도 되니까 표 마다 포인트를 다르게 구성 해주어야 합니다. 살아가기 과정은 진짜 살아야 하기 때문에 그렇고 지역 같은 경우도 어디서 살 것인지 구체적으로 접근 하게 되고 그러면 명확해집니다. 그렇게 구체화 시켜 버리는 것입니다. 지역도 예시를 명시해야 합니다. 그것이 농촌 인지, 도시 아파트단지인지, 어디서 비박을 하시든지 이런 것들을 명확히 해주셔야 합니다.

그러면서 프로젝트 정리가 될 것입니다. 네트워크 모임은 무엇입니까?

양반 : 참여자 간의 모임입니다.

강사 : 계획서 작성하고, 멘토를 매칭하고, 계획서 수정 하고, 계획서 공유하고, 배우는 과정 하

고, 모임하고, 수업하고, 실행하고, 모니터링 하고, 조금 단순하게 구성을 만드셔야 할 것 같습니다.

코디 : 그러면 이것은 기획자가 배움을 하는 것이 목적인가요, 아니면 배우고 나서 지역 프로젝트 실행까지입니까? 살아 보는 프로그램?

양반: 실행까지입니다. 배우는 과정이 있고 배우고 나서 자기 지역으로 돌아가서 직접 사업을 기획해 보고 실행해 보는 것입니다. 살아 보는 것은 외부 지역에서 살아 보는 것이고 나중에 프로그램을 만들어서 실행을 하는 것은 자기 지역에서 하는 것입니다.

코디 : 여기 기획의도 에서는 각자의 상황과 배움에 방식을 계획하고 활동을 계속해 나갈 수 있도록 지지한다 라는 것의 이 지지가 지역에서의 기반 마련이라고 되어 있는데, 그러면 여기서 갑자기 이 지원 내용이 이 지역에서 활동 할 수 있는 지원금을 말씀하시는 것입니까? 앞에서 없던 것이 여기서 갑자기 나타났습니다. 그래서 제가 드는 생각은 목적이 기획자들이 정말 그렇게 해서 기획 역량을 키우고 그것을 어떻게 보여줄 것인지 인지, 그 결과를 가지고 지역에 각각 나가서 또 뭔가 프로젝트까지 해야 하는지가 명확하게 되어야 할 것입니다. 어디까지가 끝인지를 잘 모르겠습니다.

강사 : 아니면 지금 있는 구조에서 아예 다른 방법으로 접근 해 보시기 바랍니다. 지금까지 알고 있는 것과 전혀 다른 의미. 살아 보기에 포커스를 맞춰도 좋을 것 같습니다. 우리는 기획서를 절대 안 씁니다 라고 접근 하는 것도 있습니다. 안 쓰고 다만 결과 보고만 충실하게 쓴다 라고 하는 것입니다. 감으로 터득하는 기획으로 가시든지, 살아 보고 거기에 시행착오 나 거기에서 발생하는 여러 가지 상황들을 경험 하고 나서 나중에 가서 후 작업으로 기획서를 쓰는 것을 한번 해 보셔도 재미있을 것 같습니다. 사후 기획서 작업으로 할 수 있습니다. 사후 기획서가 훨씬 나올 것입니다. 해보고 나서 그것을 마치 기획서처럼 쓰면 좋을 것 같습니다. 실제 저는 그런 경험들을 많이 합니다.

기획서도 안 쓰고 일 하는 경우도 많습니다. 한 장짜리 대충 해놓고 나서 실제 실행 하고 나서 나중에 결과보고서 보고 할 때 실제 그 양식을 다시 한 번 보면 나옵니다. 그러면 훨씬 더 명확한 수 있습니다. 그때 기획의도를 다시 한 번 써보시길 바랍니다. 세부 프로그램도 그때 짜면 달라집니다. 예산 같은 경우도 딱 백만원으로 한정 하는 것이지 않습니다. 지역에 따라 예산은 달라질 수 있습니다.

PT/ 텍스트는 짧게, 기호를 써서, 여러 장으로 쪼개라

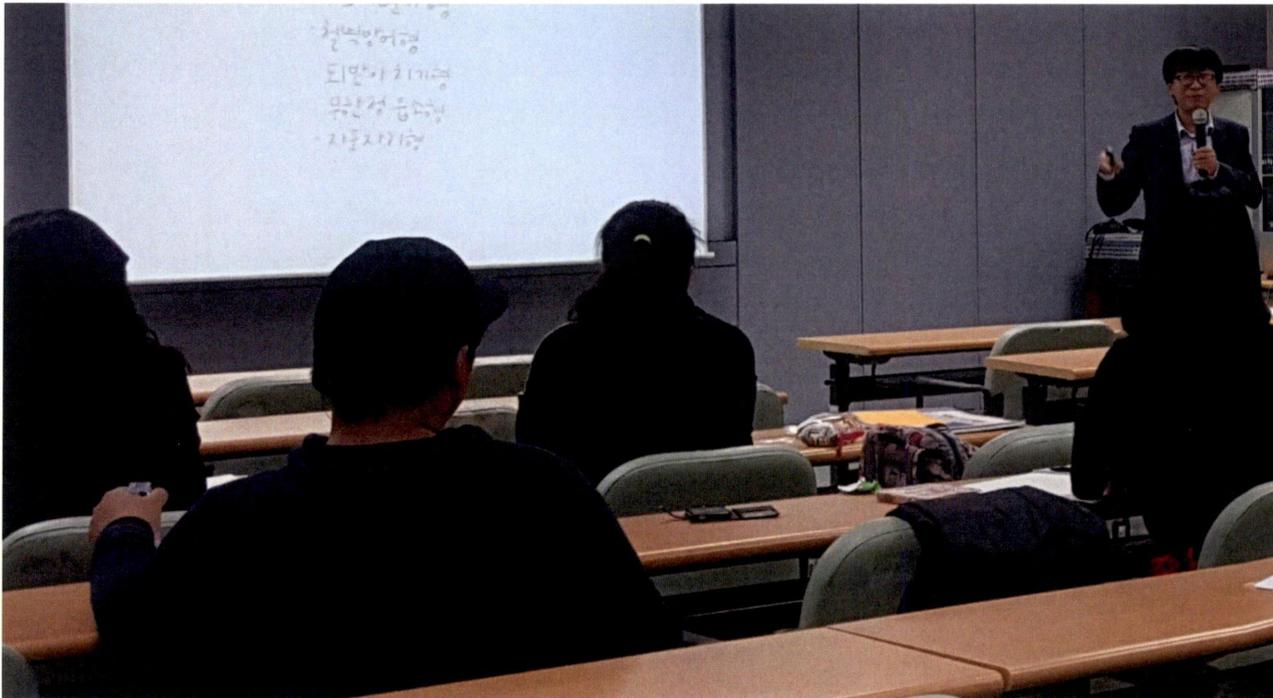
PT 하는 요령은 다들 알고 계십니까? PT 하실 때 사업계획에 있는 그대로 PT 하시면 안됩니다.

PT를 사업계획에 붙여서 하는 형식으로 많이 하시는데 목적 이렇게 하는 것처럼 페이퍼 보고 말하는 것은 보고 할 때 많이 합니다. 여러분들이 만약 발표하실 때 PPT를 보고 읽어주시면 듣는 사람 입장에서는 내가 페이퍼 보면 되지 왜 저걸 들고 있나 하는 생각이 듭니다. 제가 계획서를 잘 보지 않는다고 한 이유가 뭐냐면 여기 있는 내용을 그대로 읽기 때문입니다. 그럼 굳이 내가 볼 필요가 없습니다. PT어차피 말하기 위해 필요한 자료입니다. 구성 자체가 아예 달라져야 합니다. 기승전결 구조도 바뀌어야 합니다.

짧게 PT 하는 법에 대해서 이야기 하도록 하겠습니다. PT 하셔야 하는데 여러분은 자신 없으면 읽으시기 바랍니다. 먼저 말을 할 수 있게끔 PT가 구성이 되어야 합니다. 자기 이야기를 읽지 말라는 얘깁니다. 중요한 것은 슬라이드 자체 한 슬라이드 대한 포인트만 제대로 이야기 해주시면 됩니다. 시간은 30초도 안 걸릴 것입니다. 한 화면 띄어놓고 너무 오래 있으면 보는 사람이 화면 빨리 안 넘어가나 하고 생각합니다. 이야기와 맥락을 잡아내는 구성 여야 합니다. PT 화면 구성하기 전에 전체 이야기를 쪽 쓰고 나서 단락을 구분 하고 그것을 한 문장의 말로 쓰시면 됩니다. 그리고나서 이 말에 나아가 어떤 화면을 띄울 것인지 불력을 지어서 작성하시면 됩니다. 이미지와 텍스트를 활용하고 텍스트에는 글자를 많이 넣으면 안됩니다. 글자는 눈에 잘 들어오지 않습니다. 한 화면에 이것처럼 하나만 있어야 합니다. 그러니까 슬라이드 숫자가 생략하고 간소화 시키는 것이 어렵습니다. 예를들면 이런 형식에 PT가 나옵니다. 안 좋은 PT입니다. 보는 사람은 다 읽을 거라고 생각하지만 절대 읽지 않습니다. 이렇게 된 것이 아니라 적이 있는 글자들을 말로 하면 됩니다. 그리고 이야기 할 때 라임이 중요합니다. 도시 재생, 디자인, 핸드메이드, 참여 이런 4가지 키워드로 정리하고 삶을 재생 시키는 도시재생 이런 식으로 한 장에 넣고 말을 해줘야 눈에 들어옵니다. 슬라이드가 여러장 필요합니다. 이거 아끼려고 하다 보니 한 화면에 다 넣었습니다. 그러면 포인트가 흐려집니다. 한 장의 슬라이드에다가 여러개를 다 집어넣는 것입니다. 이것은 대대마을이라고 순천만에 있는데 프로그램을 하려고 하는데 노래하는 줄다리기를 하려고 합니다. 줄다리기를 하는데 노래하면서 하는 것을 복원하려고 한 것입니다. 이것을 한 이유는 세대간 문화적 간극 윗마을과 아래 마을에 갈등 이것이 있었는데 화합을 시켜 주기 위해서 줄다리기를 복원해서 줄다리기를 이벤트 행사를 하려고 합니다. 이런 기획의도를 설명해 주어야 하는데 한 화면에 다 넣었습니다. 그러지 말고 슬라이드를 여러 장으로 쪼개서 만드시는 것입니다. 동사나 이런 것들은 생략되는 경우가 많습니다. 안

됩니다 라고 쓰지 않고 X 기호나 이미지로 표현하는 경우가 많습니다.
이런 것과는 다르게 문화복지 등의 개념자체를 이해시키기 위해서는 히스토그램을 이용하면 좋습니다. 시작이반이니까 화두를 던져놓고 시작하시기 바랍니다. 결론부터 말해 놓고 이야기 하자는 얘기입니다. PT 같은 경우에는 하나의 스토리텔링으로 드라마 같이 만드시면 됩니다. 요즘은 PT 할 때 짧은 영상을 많이 씁니다. 디자인 잘하고 영상 편집을 잘 하는 분들이 유리합니다. 굳이 문제의식 같은 것은 말로 길게 하는 거 보다 영상으로 잠깐 보여주는 것이 훨씬 더 효과적입니다.

수고하셨습니다.





뽐내보기

기획서 발표 및 심사

심사위원

이동준 이천문화원 사무국장

민병은 지혜로운봄 대표

최영주 경기도문화원연합회

사무처장

정민룡 광주북구문화의집 관장

신희영 문화집합36.5 대표

1. ..좋아질 거야

지역과문화예술을 잇는
경기문화인력 '키움' 프로젝트

팀 ..좋아질꺼야의..알게될꺼야
(‘틀딱’이 아닌 노인의 모습을 알고 싶은 이들의 인터뷰)

1 추진배경

‘노인’에 대한 다양한 감정들



노인의 현재 모습으로 그들에 대한 감정을 갖게 된다.

시장에서 술한잔하고 별거진 얼굴로 시끄럽게 떠들어대는 노인들,
노인정에서 무기력하게 앉아있는 노인들의 모습을 보면 더욱 부정적인 감정이 든다.

돌아가신 조부모님을 외면하던 죄책감과

조부모님의 나이가 되어 가시는 부모님의 모습을 지켜보는 서글픔

‘틀딱’이라고 불리는 세대가 되어 버린 부모님 세대를 또 다시 외면하는 것이 옳은 것일까?

매체를 통해 발견하는 노인들의 모습이 아닌 지역에서 살아가는 부모님 세대의 실제 모습을 탐색하여 노인의 단
편적인 모습에서 비롯된 부정적인 감정을 해소할 수 있는 방법 제안

2 사업목표

- 1) ..알게될꺼야' 폭력의 시대를 살아온 이들을 바라보다'

의문. 치유과정 없이 살아온 이들의 삶은 어떠했을까?

(영화에서 나온 사건, 사태를 겪은 세대들의 삶은 어떤 모습일까?)

시리아 난민을 바라보는 시선과 6.25 피난민은 비슷한 파괴와 폭력을 경험했을 것이다.



전경으로 직접 겪은 어린이가 그림을 통해 자신이 그린 그림을 표현했습니다. 그 함축했던 기억과 잊지 못할 추억을 소개합니다.



예술로 치유하고 삶의 방법을 배우는 어린이들

유니세프는 전쟁을 겪은 어린이들이 트라우마를 이겨내고 극복할 수 있도록 아동친화공간을 조성하여 심리치료 프로그램의 일환으로 '미술 치료'를 진행하고 있으며, 그 과정에는 춤추고, 노래하며, 친구들과 함께 게임 하는 등의 활동도 포함됩니다.

그림 치료를 통해 어린이들은 자신이 겪었던 일을 이야기하며 스스로를 격려할 수 있습니다. 또한 자기 표현과 사회적 상호 작용을 하며 인생을 살아가는데 필요한 기술들을 배울 수 있습니다.

'지금'은 전쟁, 폭력을 겪은 아이들의 트라우마를 치유를 위한 노력을 하고 있지만

지금 노인이 된 이들은 어떠한 치유의 과정도 없었을 것이다.

역사적 사건 속에서 개인들이 겪었던 아픔이 무엇이 있는지 알아본다면 그들의 더욱 이해하게 될 것이다

의문 2. 현재 노인의 모습에서 찾게 되는 '몰이해', '폭력성',

'무기력' 등이 시대의 아픔을 겪으면서 개인은 지워지고 사회가 강요한 집단의 삶을 살아가면서 형성된 것은 아닌지?

개인에게 강요된 집단의 삶의 방식은 어떠한 것들이 있는지 확인하고 지금의 세대에 강요할 수 있는 것인지에 대해 알아본다.

2) 한창때인 이들에게

노인정에서 만난 80대 할머니가 70대인 할머니에게 '지금 한창때야' 라고 하신다.

하루라도 젊음을 부러워하는 것이거나

지금의 모습을 아쉬워하는 것일 것이다.

**의문 3. 노인 '한창때'였을때 진짜 원했던 삶이 모습은 어떠했을까?
나(기획자, 활동가)와 같은 나이에 어떤 모습으로 살아왔을까?**

**의문 4.
현재 '한창때'인 이들을 바라보며 느끼는 감정은 어떤 것이며 그들에게 이야기하고 싶은 것은 없을까?
(먹고 살게 해주었기 때문에 고맙다는 진짜 이유들)**

정치적, 역사적, 사회적 폭력과 지금과는 다른 경제적인 상황들을 이해하고
지역 내에서 살아가고 있는 부모님 세대의 실제 모습을 탐색
삶에서 지워졌던 '개인'을 찾아 개인이 향유하고 싶어하는 문화와치유를 직접 선택하여 체험

3 사업개요

사업기간: 2018 년
사업지역: 수원 팔달구 우만동 (우만동 노인정, 비인가 노인정, 지동시장 일대 순대타운 외)
사업대상: 70~80 대 남녀 20 명
사업방식: 관찰 후 집단 인터뷰, 개인 인터뷰

4 프로그램

- 1) 지금처럼 바라보기
 - 노인들이 모이는 장소에서 노인의 대화, 행동 관찰
 - 1930 년대 이후 역사적 사건, 지역적 사건, 사고 등을 수집
- 2) 한 발 다가서기
 - 노인 집단 특징을 확인
 - '왕년에' 삶에 대한 대화 시도 및 기록
- 3) 할머니가 아닌 'OOO' 씨와 대화하기
 - 과거 하고 싶었던, 아쉬웠던 삶에 대해 알아보고 다른 세대에게 전하고 싶은 이야기 기록
 - 참여해 보고 싶었던, 가보고 싶었던 문화 활동이나 취미, 배움을 알아보고 직접 체험 진행

5 참여인력(역할분담)

팀 .. 좋아질꺼야 (김선호, 한다운, 심옥현, 김선애)
김선호. 남자 노인 관찰 및 인터뷰
한다운. 세대별 노인에 대한 인식 조사
심옥현. 매체에 노출된 노인에 대한 인식 조사
김선애. 노인 그룹 발굴, 인터뷰

6 기대효과

노인에 대한 부정적인 시선을 갖게 되는 이유 확인

노인의 삶을 관찰하여 부정적인 감정이나 시선이 아닌 이해하고 배려해야 하는 점을 알 수 있다.

노인이 아닌 개인으로서 경제적, 사회적 이유로 포기했던 문화활동, 취미, 배움을 체험

심사위원 : 이 주제를 선정하게 되기 까지, 발표에 이르기 까지 지금 참석은 못하셨지만 어떤 역할을 맡아서 협의를 하신 것인지 서로 프로젝트 과정에서 이것은 정말 문제야라고 어느분은 말씀 하셨을텐데 그것보다는 이것이 더 큰문제야 라는 과정이 있었을 것입니다. 그런 과정에 대해서 한분정도 설명해 주시기 바랍니다. 이것이 의미심장한 주제인데 좋아질거야와 알게될거야인데 제가 생각하기에는 알게될거야에서 좋아질거야로 가야된다는 생각이 듭니다. 어쨌든 이름도 재미난데 구체적으로 어떤 식으로 토의해서 이 주제를 끌어내게 되었는지 설명 부탁드립니다.

답 1 : 저희는 각자가 생각하는 대상이 모두 달랐습니다. 지금 이 프로젝트를 선정하게 된 이유는 제가 우면동에서 3년 가까이 만나 뵈고 있었다는 것을 알고서 저를 몰아주신 경향이 조금 있습니다. 저의 의견을 95% 가량 긍정적으로 봐주신 것입니다. 그래서 저는 굉장히 감사할 따름이고 나머지 세분 같은 경우에는 저와 다른 시선, 다른 상황, 다른 여건이시기 때 심사위원에 그분들이 이 프로젝트를 대했을 때 제가 생각하지 못하는 다양한 시선으로 프로그램을 대한 한다가나 프로젝트에 문제점을 지적 해 주실 수 있을 거라는 생각을 했습니다. 본 프로젝트에 대해서 이분들이 해 주셨던 것은 가능하면 같이 할 수 있는 부분이 있으면 좋겠으나 본인들이 지금 어렵다는 말씀들을 많이 하셨습니다. 제가 관념적으로 이야기 하고 있었던 것이 없기 때문에 이 분들한테 굉장히 죄송스러운 부분도 있습니다. 지금까지는 저한테 힘을 실어 주시는 그런 상황이 많으셨습니다.

답 2 : 그리고 큰 주제를 소통과 폭력으로 잡아서 잡았습니다. 그 안에서 각자 생각하는 대상이 달랐습니다. 그 대상을 가지고 큰 주제를 가지고 얘기를 했었는데 대상에 대해서 얘기를 하다가 보니까 좀 더 의견이 많았던 내용이 노인에 관한 내용이어서 그때부터 토론을 하다가 각자 생각하는 것이 달랐습니다. 그것을 취합해서 지금 선생님의 의견으로 거의 가게 되는 것입니다.

답 1 : 예를 들어서 제가 바라보는 노인에 입장에서 다른 세대가 보내는 시선들이 폭력일 수 있지만 지금 선생님 같은 경우에는 20대이시고 반대로 노인들이 하는 언행이 폭력적인 상황이 수도 있는 것입니다. 그러니까 각자의 상황에 따라서, 입장에 따라서 그 폭력을 어떻게 바라보는지 왜 이것이 폭력적이라고 생각되어지는지 고민을 하고 소통을 하였습니다.

심사위원 : 지금 발표하신 분은 3년 동안 우만동에서 어르신들과 접촉을 많이 하신 것 같은데 무슨 일로 만나셨습니까?

답 : 수원에 는 화성, 행궁이나 이런 지역은 개발이 제한되어 있기 때문에 구도심이란 곳이 있습니다. 제가 살고 있는 우만동 같은 경우에는 다세대주택 그리고 신규 아파트들이 많이 들어서 있습니다. 그렇기 때문에 그런 곳에 살고 계시는 어르신들의 경제 활동할 수 있는 것들이 상대적으로 적습니다. 폐지 수거하시는 어른 분들이 굉장히 많습니다.

심사위원 : 직업으로 만나신 것이 아니라 왔다갔다 하면서 만나신 것입니까?

답 : 네. 저희 엄마가 내가 지금 이 아파트에 살지 않는다면 나도 저 폐지수거를 해야 할 것 같다는 공포감으로 이야기 하셨습니다. 그래서 관심을 갖게 되었고 그분들과 접할 기회를 조금씩 늘려 나가고 있습니다.

심사위원 : 그런 관련된 사업을 다른데서 보조금을 받아서 해본 적이 있으십니까?

답 : 저는 현재 소셜벤처를 운영하고 있습니다. 2016년도에 사회적 기업이 6기로 선정이 되어서 폐지 수거 어르신들이 수거한 재활용품으로 원가를 만들어서 그분들의 경제활동을 돕는 무언가를 진행했었는데 1년으로 될 수 있는 상황은 아니었습니다. 2017년 올해 같은 경우에는 어찌 보면 그분들을 이용하는 것이기 때문에 그분들의 경제 활동을 돕는다고는 하지만 그분들이 수거해야 되는 것을 너무 당연하게 받아들이고 있는 것이 아닌지 그 분들에 대해서 제대로 알고 있지 못하다는 문제점, 문제 인식을 해서 그분들과 사심 없이 만나려고 진행하고 있습니다.

심사위원 : 일반적으로 프로젝트라고 하면 프로젝트를 수행하는 사람들의 생각들을 다양하게 반영하고 처음에는 각자 다른 생각을 가졌겠지만 의견수렴을 가는 과정들이 중요하다고 봅니다. 그러면서 되고 안되고를 떠나서 두 사람의 참여를 처음부터 이끌어내기는 쉽지 않았을 것입니다. 그런 면에서 이것이 선정 된다 하더라도 저희 팀원들의 간접적인 지원을 받으면서 실질적으로 이것을 하기 위해서 참여를 이끌어내기는 쉽지 않을 것 같습니다. 처음부터 몰아줄께가 아니고 구체적으로 다투다시피 이야기도 해보고, 의견도 개진하지 않으면 이후 사업수행에 같이 발을 담그기는 쉽지 않습니다.

문 : 그것이 프로젝트 내신것에 보면 보이는 것이 팩트에서 출발 하고 있느냐, 기획의 시작은 팩트 일수는 있는데 지극히 개인적인 감정이 이입되어 있다는 것입니다. 이 분들에 대한 감정이 엄청 이입이 되어 있어서 개인적인 감정을 사회적 일반화 시켜서 말씀하고 있다는 우려가 있어서 기대효과에 보면, 목표도 정서적인 부분이 있고, 노인을 바라보는 부정적인 시선을 갖고 있다 에서 출발 하고 있어서 이것이 프로젝트에서 사회적인 정서를 읽어내는 데 중립적인 입장이 안 되고 있다는 우려가 있는 것입니다. 그래서 어쩌면 매체로 시작이 했는데 매체에서 얘기하는 노인에 대한 감정을 그 매체는 정말 제대로 된 보도일 것이냐 라는 것입니다. 그러면 매체 드러나는 노인들에 편중된 보도 불쌍한 노인들만 보여주고 있는 것은 아닌가로써 시작될 수 있었을 텐데 이미 매체는 노인들을 이런 식으로 바라 보고 있고 우리도 그렇게 생각하고 있다에서 출발을 하고 있어서 지극히 개인적인 느낌들, 정서들이 반영된 프로젝트이다 라고 보여지는 것입니다. 그래서 질문을 하시는 것 같습니다. 세분 모두 이 의견에 동의 하시는지 그 안에서 치열한 토론이, 사실은 우리 생존에 문제인 것입니다. 머지않은 우리 미래 모습인데 쉽지 않은, 가볍지 않은 주제인데 이것을 조금 더 중립적인 시각에서 출발 했었으면 어땠을까 이런 아쉬움이 있어서 말씀 드립니다.

답 : 저는 이 키움 프로젝트에서 원하는 지향적 중에 말씀하셨던 것처럼, 우려하셨던 것처럼 일반화 되지 못한 시선을 가지고 기획을 한다든가 아니면 너무 편협한 시선으로 누군가를 대상화 한다든가 하는 그런 것은 저도 우려하는 부분이지만 어쩔 수 없이 기획서를 쓰다 보면 그것이 표현 될 수밖에 없는 것입니다. 그래서 같이 하시는 분들의 다양한 시선이라든가 내가 무엇이 잘못 되어 있는지를 발견할 수 있지 않을까 라는 생각이 들었습니다. 제가 지난번에 시장에 가서 활동 하시는 분들을 보았을 때 그분들이 굉장히 인상적인 한마디를 하셨습니다. 시장 상인들은 돈 만원과 나를 선택하라고 있을 때 무엇을 선택할 것인가를 고민 하고 있다고 말씀하셨는데 저 또한 마찬가지입니다. 내가 하고 있는 것이 얼마나 편협하고 나의 주관적인 기획서인데 이것은 실행함에 있어서 이 분들을 대상으로 하고 있는 것이 아닌가 라는 그런 반문을 계속 하면서 진행하고 있습니다. 그렇기 때문에 그 과정을 통해서 옳은 길로 갈 수 있는 기회가 될 것이고 저는 이것을 1, 2년 해서 마무리 지을 수 있는 프로젝트는 아니라고 봅니다. 왜냐면 저도 성장해야 하고 일하시는 분들도 성장해야 하고 그 대상으로 삼고 있는 어르신들에 대한 이해를 좀 더 같이 해야지만 되는 것이라고 생각하기 때문에 과정 중에 굉장히 서툴게 진행을 하고 있는 첫 발을 내딛었다 라고 봐 주시면 좋겠습니다.

심사위원 : 선생님 이 프로젝트 사업이라고 하는 것은 시작이 있고 끝이 있습니다. 그래서 시즌 1 이 끝나면 시즌 2가 시작이 되고, 시즌 3를 갈 수도 있지만 이것은 진행형이다 라고 기획서를 쓰시면 상당히 논란의 부분이 있습니다. 그리고 사업기간이 2018년으로만 되어 있습니다. 이 사업기간을 어떻게 잡고 로드맵을 그리고 계신것인지 궁금합니다.

답 : 2018년도라고 하는 것은 재단이라든가 공모 사업에서 하는 프로젝트에 대한 결과물은 만들어 질수 있을 것이다 라는 가정 하에 2018년도 라고 말씀을 드리는 것이고 알게 될 거야, 점점 좋아질 거야 팀의 알게 될 거야는 그 이후에 같이 할 거야 내지는 이해할거야 라는 식으로 이름을 바꾸면서 매해 년 마다 그분들과 같이 할 수 있는 무언가를 계속해서 찾아내기 위해서 처음에는 알게 될 거야로 시작한 것입니다. 알아야지 무엇을 무엇인가 할 수 있지 않을까요.

심사위원 : 그럼 이 알게 될 거야, 함께할 거야에서 알게 될 거야에 대해서만 작성하신 것입니까. 선생님께서 내신 이 추진 배경과 사업기간 이런 것들이 언제부터 언제까지 알게 될 거야를 진행을 하시는지에 대해 질문한 것입니다.

답 : 2018년 1월 1일부터 2018년 12월 31일까지 본 프로젝트에 대해서 진행을 예상을 하고 있습니다.

심사위원 : 저기에 서 있는 것 자체가 고통스러울 수 있습니다. 고통스러울 수 있는데 일단 당장 저는 대단히 호의적인 입장으로 이 사업을 어떻게 만들 수 있을까 라는 것을 고민 하는 입장입니다. 왜냐하면 도 연합회 사업비가 지출이 되어야 하기 때문입니다. 그리고 훨씬 더 엄밀하게 볼 수밖에 없습니다. 그래서 제가 좀 세게 말한다고 나무라지 말아 주시기 바랍니다. 모든 사업에는 이것이 어떻게 됐는지 최종적으로 어떤 결과물이 나올 거야가 명확해야 합니다. 그래서 사업 제목에서 관념적이 되면 대단히 곤란해 집니다. 그런데서 프로그램 내용을 보면 바봐서, 알아봐서, 다가가서 대화를 한다는 것입니다. 그러면 예산을 주는 경기도 입장에서는 바라봐, 바라보는데 돈 들어? 얘기해, 다가가, 다가 가는데 우리가 돈 줘야 해? 대화해, 대화하는데 우리가 세금 지원 해주어야 해? 라는 당장 그런 질문을 받게 됩니다. 그러면 구체적으로 어떤 사업을 할 건데 라는 것이 명확하지 않습니다. 그래서 이것도 보고 PT를 보니까 겨우 찾아낸 것이 나도 시와 작가라는 체험형 프로그램이 있습니다. 그럼 이것은 시화전을 만드는 프로그

램이야 라는 부분으로 해석이 됩니다. 그러면 시화전을 만드는 것이 앞에 있는 기본적으로 가지고 있는 문제의식과 시화전의 연결고리를 어떻게 잡아야 할지, 알게 되는데 왜 시화전을 해야 해 라는 문제에서 벗어날 수가 없는 상황입니다. 그런 부분들이 보강이 되어야 될 것 같습니다. 그래서 뒤에 기대효과를 보면 노인에 대한 부정적인 시각을 갖게 되는 계기, 이유, 이해하고 배려 한다는 점을 알 수 있다. 그것을 꼭 노인들과 대화를 해야지만 알 수 있는 것인가, 아니면 기존에 어른들을 기증 부정적으로 사회적 의식에 대한 연구 논문을 검색해 보면 훨씬 더 공정하고 객관적인 보편성을 띤 정보들을 얻을 수 있을 것 같습니다. 그러면 그런 자료들이 공정하고 객관적인 자료들을 선생님께서 얘기 하신 것처럼 자의적이고 자기 주관적인 생각이 들어가는 것이 아니라 객관적이고 보편타당한 이유들을 거기서 찾는 것이 객관성을 찾을 여지가 생기는 것입니다. 그러면 +α로 직접 가서 대화 했을 때 기존의 연구들은 이런데 직접 대화할 때 어떤 메리트가 있는 가, 그렇게 하기 위해서 돈이 필요하다 라는 무엇인가가 있어야 합니다. 그것이 일단 여기에서는 잘 느껴지지 않습니다. 그점이 보강이 되어야 할 것 같습니다. 그렇게 되어 예산 규모가 얼마가 나오는 것입니다. 문제의식은 대단히 좋습니다. 그러나 그것을 풀어나가는 나가서 사업을 해서 구체적으로 무엇을 만들 것인가에 대한 결과물까지 도달 하지 않은 것 같다 라는 느낌이 들어서 예산을 수립할 수 없지 않았을까 이런 생각이 듭니다.

답 : 네. 맞는 말씀입니다. 저는 이 프로젝트를 기획하면서 내가 지금 프로젝트 프로그램을 기획하는 것인가 아니면 몽상가가 되고 있는 것인가 라는 생각도 있습니다.

너무 멀게만 느껴지는 무엇인가를 잡기 위해서 나랏 돈을 쓰겠다고 이 계획서를 쓰고 있는 것이 아닌가 라는 자조적인 감정도 들긴 했습니다만 누군가 시도는 해봐야 되지 않을까 라는 생각을 했습니다. 저는 이 프로젝트가 선택이 되든, 되지 않든 간에 이번에 해보고 싶은 욕심이 있는 프로젝트이기도 하고, 예산의 틀 안에서 돈을 사용하는 것이 그다지 양심을 조금 버리면 어렵진 않은 일이지만 양심을 조금은 계속 잡고는 싶어서 예산안을 감이 쓰지는 않았습니다.

심사위원 : 여기 보시면 전반적으로 PT 발표하신 내용과 여기 제출은 자료들은 보게 되면 있는 그대로 읽히는 부분은 팀원들 내지는 발표 하시는 선생님의 인식을 노인에 대한 사회적 폭력에 대한 인식 수준을 조금 개선 하겠다 라는 목표는 읽히는데, 그래서 어떻게 할 거야 이것이 어떤 개인의 의식을 인식을 바꾸자는 것인지, 팀원의 인식을 바꾸자는

것인지, 아니면 내가 살고 있는 구체적인 지역 단위 동네라든지 이런 쪽에 인식을 개선 시켜서 그 다음에 무엇인가를 할 거라는 청사진을 보여 준다든지 그런 부분이 명확하지가 않습니다. 아직 이것이 사업으로서의 모양을 갖추지는 못하였다고 생각이 됩니다.

심사위원 : 예산을 쓴다는 것이 양심에 배척 된다는 얘기가 아닙니다. 내가 생각하고 꿈꾸는 일들이 실행되기 위해서, 그 실행을 하는 과정에서 내 주변은 변화시키는 일이지 않습니까. 그런 일을 예산을 쓰라고 하는 것이고 그런 것은 당연하게 쓰셔도 됩니다. 그렇게 쓰라고 만들어진 예산입니다. 그것이 양심을 저버리는 일은 아닙니다. 그러니까 그런 마음 굳이 갖지 않으시고 꿈꾸고, 필요하다고 생각이 되어진 일을 보편타당한 사업을 형태로 만들어 내는 작업이 추가된다면 기존에 가지고 계시는 건강한 문제의식은 좋은 사업으로 만들어 질 것이라는 희망을 있습니다. 그 다음에 어르신 프로그램으로 만들어진 예산이 굉장히 많습니다. 어떻게 이 진행 과정과 결과물을 어떻게 만들어 낼 것이고 향후에 어떻게 될 것인지 구체화 되는 작업이 추가가 되면 조금 더 구체적으로 사업에 집중적으로 몰입해서 할 수 있지 않을까 생각이 듭니다.

심사위원 : 여기 활동 참여 주체는 팀 네분이 움직이신다는 것입니까?

답 : 네.

심사위원 : 수고하셨습니다.

2017년 지역문화전문인력양성사업 키움프로젝트 과제사업 기획서

【 단 체 명 : 모람모람 】

□ 사 업 명 : 온 마을이 학교, 우리가 함께 만들어갈 '지도'

□ 사업목적

- 자유학기제와 자유학년제로 꿈과 적성에 대한 이야기를 술하게 듣지만 정작 마을 어디에도 아이들이 꿈과 적성을 찾아주는 곳은 없다. 꿈과 자유에 대한 기대와 욕구는 점점 커지지만 풀어내고 해소할 곳이 없는 아이들. 내가 가진 불만의 대상과 꿈의 크기도 알지 못한 채 그저 동네마다 있는 노래방, 팬시점, 쇼핑몰 정도를 돌아다니며 십대를 보내야하는 아이들. 아이들에게는 새로운 공간과 스스로의 이야기를 담아갈 문화가 필요하다.
- 아이들 스스로 주체가 되어 서로의 마을을 여행하고 내가 살고 싶은 마을을 디자인하여 지도로 기록한다. 아이들의 지도는 단순히 지도의 역할을 넘어서 배움의 경험과 공간, 기회를 경험하는 공유의 지도가 될 것이다.
- 꿈과 적성, 맞는게 없다면 만들어보자!
우리 동네가 세상이다. 우리 동네에만 있는 것, 신기한 것, 불편한 것들을 모아 새로운 동네를 만드는 동네 체인지 메이커!!

□ 사업개요

- 사업기간 : 2018. 7-8, 2019. 1-2월 / 월 4회 총 13회 / 하루3시간
- 사업대상 : 경기도 화성, 수원, 과천 어린이 청소년 10명*30명 (5-6학년/중학교1-2)
- 사업주체 : 모람모람 팀
- 사업장소 : 과천문화원, 수원문화원, 페어라이프센터(화성)
- 사업대상 관리방법 : 청소년 그룹을 화성, 수원, 과천팀으로 나눈다.
팀별로 교사가 함께 아이들의 커뮤니티 형성과 창작과정을 돕는다.
우리동네 프로그램은 각 팀별로, 이후 사업은 전체 구성원이 함께 한다.

□ 홍보계획

- 수원문화원, 과천문화원, 페어라이프센터 홈페이지 및 sns 홍보
- 아파트 게시판 및 학교 공고문 발송

□ 추진내용

1. 우리 동네 보물 지도	2. 낯선 동네 보물 찾기	3. 모두의 동네 보물 지도
<ul style="list-style-type: none"> ● 2018년 7월 - 청소년 모집 및 면담 ● 2018년 8월 - 동네에서 신나게 놀아보자 : 우리동네 재미있을 지도 만들기 - 불만을 상상의 소스로 : 동네불만워크숍 - 수리수리 동네수리 : 동네 곳곳을 아름답게 만들어 보기 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019년 1월 - 낯선 동네 보물찾기 1. : 동네의 고수들을 찾아 만나고 배우는 인터뷰 여행 - 낯선 동네 보물찾기 2. : 다른 동네 친구들과 함께 그 동네를 여행하기 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019년 2월 - 2박3일 더 넓은 세상으로. 세상의 마을을 만나는 여행, 세상을 바꿀 지도 만들기 - 함께 쌓은 기억들, 우리의 여정을 결과물로 만들어내기

□ 목표

1. 아이들이 동네여행을 통해 익숙한 것을 새롭게 발견하고 만나고 기록하는 법을 배운다.
2. 우리동네라는 물리적 울타리를 넘어 낯선 친구들의 동네를 여행하며 집에서 선으로, 선에서 면으로 경기도에 살아가지만 경기도라는 공간과 지역성을 인지하지 못했던 아이들에게 경기도의 새로운 지도를 그려갈 기회를 열어준다.
3. 우리동네에서 다른 동네로 여행하며 만난 낯선 친구들과 함께 새로운 도시와 공간을 여행하며, 나와 남의 울타리를 벗어나 새로운 여행자가 되어 서로를 발견하고 길 위에서 마주한 대안과 가치의 키워드로 마을과 도시를 여행하며 새로운 지도를 맵핑하고 창조하는 법을 배운다.

□ 사업추진 방안 및 목표

차시	날짜	내용	세부내용	장소	강사
1	18.07		청소년 모집, 면담		
2-5	18.08	1. 우리 동네 보물 지도	- 동네에서 신나게 놀아보자 : 우리동네 재미있을 지도 만들기	과천문화원 수원문화원 페어라이프센터	조원영
			- 불만을 상상의 소스로 : 동네불만위크숍	과천문화원 수원문화원 페어라이프센터	조원영
			- 수리수리 동네수리 : 동네 곳곳을 아름답게 만들어 보기	수원, 과천, 화성 구석구석	이매진피스
			- 우리 동네 보물 1호, 동네의 고수를 만나다. : 세상을 바꾸는 공정여행	페어라이프센터	임영신
6-9	19.01	2. 낯선 동네 보물 찾기	- 낯선 동네 보물찾기 1. : 동네 보물1호, 동네의 고수들을 찾아 만나고 배우는 인터뷰 여행 (2회)	수원, 과천, 화성 구석구석	모름모름
			- 낯선 동네 보물찾기 2. : 다른 동네 친구들과 함께 다른 동네를 여행하기	서울 구석구석	이매진피스
			- 낯선 동네 보물찾기 3. :마을은 단순히 사는 곳이 아닌 상상 하는 곳, 함께 사는 마을을 디자인 하 기	페어라이프센터	이매진피스
10-11	19.02	3. 모두의 동네 보물 지도	- 2박3일 마을을 만나는 여행 :미션이 있는 마을 여행, 세상을 바꿀 지도 만들기		
			- 나만의 키워드로 세계지도 채우기 (대형 합동작품)	과천문화원	이매진피스
12-13	19.02	축제	모두의 동네 축제 - 동네보물잔치	페어라이프센터	조원영 김유라
			함께하는 페스티벌 - 화보집, 지도전시회 및 파티	페어라이프센터	슬가와이란

□ 예상 소요예산

프로그램	항목	금액	자부담	합계	산출기초	비고
청소년 모집 면담 (1차시)	주강사비	630,000		630,000	7만/1인 * 3시간 * 3지역	
	강사교통비	60,000		60,000	2만/1인 * 3지역	
우리동네 보물일지도 (4차시)	주강사비	2,520,000		2,520,000	7만/1인 * 3시간 * 3지역	
	주강사원고 료	600,000		600,000	5만/1인 * 3지역 * 4차시	
	강사교통비	240,000		240,000	2만/1인 * 3지역 * 4차시	
	워크숍 재료비	840,000		840,000	7만 * 3지역*4차시	
	학생간식비	600,000		600,000	5천*10인*3지역*4차시	
	공간이용		2,400,000	2,400,000	20만*3지역*4차시	
이웃동네 새로울 지도 (동네여행) (2차시)	주강사비	1,260,000		1,260,000	7만/1인 * 3시간 * 1지역 * 2차시	
	보조강사비(인솔자)	600,000		600,000	5만/1인 * 3시간 * 2지역 * 2차시	
	강사교통비	120,000		120,000	2만/1인 * 3지역 * 2차시	
	학생시내교 통비	200,000		200,000	5천*10인*2지역*2차시	타지역 학생 이동
	여행차량임 차	800,000		800,000	40만 *2차시	
	식사비	504,000		504,000	7천*36인*2차시*1식	지역별 강사포함 12명
	단순용역	300,000		300,000	5만/1인/차시 *3지역*2차시	

	특강비	1,200,000		1,200,000	30만*2인*2차시	
	체험활동	1,800,000		1,800,000	3만*30인*2차시	
이웃동네 새로울 지도 (서울여행) (1차시)	주강사비	630,000		630,000	7만/1인 * 3시간 * 3지역	
	보조강사비(인술자)	300,000		300,000	5만/1인 * 3시간 * 2지역	
	강사교통비	60,000		60,000	2만/1인 * 3지역	
	학생교통비	360,000		360,000	1만(왕복)*36인	
	식사비	1,008,000		1,008,000	7천*36인*2차시*2식	지역별 강사포함 12명
	단순용역	150,000		150,000	5만/1인/차시 *3지역	
	특강비	600,000		600,000	30만*2인	
	학생간식비	150,000		150,000	5천*30인	
이웃동네 새로울 지도 (마을디자인 워크숍) (1차시) 우리모두 함께할지도 (2차시)	주강사비	630,000		630,000	7만/1인 * 3시간 * 3차시	
	주강사원고 료	150,000		150,000	5만/1인 *3차시	
	보조강사비(인술자)	900,000		900,000	5만/1인 * 3시간 * 2지역 *3차시	
	강사교통비	180,000		180,000	2만/1인 * 3지역*3차시	
	워크숍 재료비	630,000		630,000	7만 * 3지역*3차시	
	학생간식비	450,000		450,000	5천*10인*3지역*3차시	
	공간이용		600,000	600,000	20만*3차시	
모두의 식탁	축제사회자	240,000		240,000	24만/1회	

(축제 준비와 축제) 2차시						
	공연	600,000		600,000	30만 * 2인	
	식사 및 다과	600,000		600,000	1만*60인	
	음향임차	500,000		500,000	50만/ 1회	
	공간대관	300,000		300,000	50만/ 1회	
공통운영비용	문구비	300,000		300,000		
	홍보비	300,000		300,000		
	인쇄비	300,000		300,000		
	회의비	1,170,000		1,170,000	3만*3인*13회	
	자문비	1,200,000		1,200,000	20만/1회*6회	
	단순용역	500,000		500,000	5만/1인/차시 * 10	기타용역
합계		23,792,000	3,000,000	26,792,000		

□ 구성원 주요역할

구성원 주요역할						
1	성명	서주환	전화	031-244-2161	e-mail	suwon5467@naver.com
	주소	수원시 팔달구 팔달산로 28, 수원문화원			주요직책 및 역할	코디네이터, 행사진행
2	성명	유소영	전화	02-3679-1415	e-mail	000you888@hanmail.net
	주소	경기도 과천시 문원로 40-1 과천문화원			주요직책 및 역할	기획, 행사진행
3	성명	김유라	전화	010-7424-1333	e-mail	eunsodam1@naver.com
	주소	화성 봉담 동화길85,10층 페어라이프센터			주요직책 및 역할	기획 및 디자인, 행사진행, pt발표
4	성명	이율영	전화	010-6326-6076	e-mail	eylee6076@naver.com
	주소	하안세상			주요직책 및 역할	기획, 행사진행

심사위원 : 모람모람 이라는 단체명은 어떻게 만들어졌습니까?

답 : 모람모람이 순 한글인데 이따금씩 가끔씩 한데 몬다 라는 뜻입니다. 우리가 처음 모였을 때 이따금씩 한데 모여서 좋은 기회를 만들어 보자는 의미와 저는 모든 기획이 질문에서 시작한다고 생각을 하는데 그게 뭐라고 하나, 그게 모람? 그래서 짓게 되었습니다. 전에 팀도 그렇고 제일 훌륭한 것이 점점 알게 될 거야, 좋아질 거야 이런 제목도 좋고 지금 말씀하신 것처럼 모람모람도 좋습니다. 전체적으로 짜임새가 있고 좋습니다. 그런데 어쩐지 낯것으로 팀원들이 격하게 이야기 하는 과정을 겪으면서 조금 실패하더라도 명확하게, 분명히 뭐 하나 잡히지 않는다고 하더라도 그런 부분이 조금 읽혔으면 좋겠다 라고 생각을 했는데 이것은 너무 잘 만들어졌습니다. 세련되게 그래서 그냥 앞뒤 볼 것도 없이 이 프로젝트를 청년 대상으로 하면 좋겠다 라는 생각은 들지만 이 팀원들이 어떤 심각한 문제 의식을 같이 나누면서 무엇을 하겠다 라는 목표가 보이는 것 같지 않아서, 너무 예쁘게만 표현 되어서 그것이 조금 불만입니다.

심사위원 : 제가 디자이너인데 예쁜 것을 좋아해서 가능한 예쁘게 하려다 보니 너무 예쁘게 나왔나 싶습니다. 그런데 저희가 그렇게 격렬하지 않고, 힘들지 않은, 평탄한 토론만 있었던 것은 아니고 처음에 의견 취합이 되지 않아서 3주 전까지도 굉장히 힘들었습니다. 그런데 공통점을 찾다 보니 저희 선생님은 중학생 아이가 있고, 저 같은 경우에는 초등학생과 중학생 아이들을 대상으로 강의를 하고 있고, 수원 선생님 같은 경우에도 청소년과 청년에 대한 관심이 깊으시고, 또 선생님도 센터에서 아이들과 프로그램을 하고 계십니다. 그리고 여행이라는 키워드에 굉장히 집중이 되었습니다. 처음에 선생님과 수원 선생님께서 여행이라는 키워드를 제시해 주셨고 아이들과 여행 하는 프로그램 이었으면 좋겠다 해서 거기에서 제가 동네로 범위를 좁히는 것을 하였습니다. 저희가 기획서에서는 보이지 않으시겠지만 치열한 싸움이 있었는데 보이지는 않을 수 있습니다.

심사위원 : 선생님이 예뻐 보인다 라고 표현하는 것은 다른 이야기로 하면 기계적 이라는 말이 수도 있습니다. 어디서 많이 본 듯한 프로그램 아이고 통상 이렇게들 많이 합니다. 그리고 프로그램이 너무 착합니다. 아이들과 조금은 더 질러 보면 좋겠다 라는 뜻에서 이야기 하는 것이 있는 여행이라는 이 모호함을 어떻게 들어 갈 것인지 물론 미션수행도 한다고는 하는데 여행은 아이들에게 좋긴 할텐데 보여 주셨던 것처럼 자연의 풍광

이라든가 문화제 이런 것들로 인해서 아이들이 거기에 끌려 갈만한 매력이 있을까 라는 부분이 있었습니다. 사업목적에 보면 아이들 스스로가 주체가 되어 무엇인가를 한다 라고 하는데 과연 이 프로그램 안에 아이들이 주체적으로 활동 할 수 있는 내용이 들어 있어있을 것인가 주어진 프로그램에 참여하는 것인가 내가 들어가서 내가 주체가 된다고 하는 것은 어떤 의미로 해석을 하고 쓰셨는지 궁금합니다.

답 : 맨 처음에 시작하게 된 것은 키움 프로젝트 교육 받으면서 공감했던 것이 기획자가 즐겁지 않으면 받는 사람도 즐겁지 않을 것이라는 교육을 받았습니다. 그것은 공감을 하고 계속 대화를 나눴습니다. 공통적으로 공감한 것은 청소년들이 갈 곳이 없다는 것입니다. 이것은 3주 동안 대화를 통해서 나온 것입니다. 10월 첫 주, 4일 내내 축제가 있었습니다. 그때 초등학교, 중학교 학생들에게 물어보았습니다. 우리의 이런 주제를 가지고 물어보았습니다. 너 하면 할 수 있겠니? 무슨 내용인데요. 어느 동네 갈 것인지 너희들이 정하는 것이고 너희들이 영상을 찍을 것인지, 사진을 찍을 것인지, 기록 할 것인지 너희들이 선택하는 것이다 우리는 큰 틀만 하고 뒤에서만 쫓아다니는 거야 라고 했더니 너무 좋다고 합니다. 친구 몇 명을 데리고 다닐까. 이것을 초등학교 6학년과 중학교 1학년 학생에게 물어 봤습니다. 축제 4일 내내 물어봤고 그것은 선생님께 말씀 드렸습니다. 우리가 주체가 되는 것은 아닙니다. 우리의 의도는 아이들이 이끌어 갈 수 있도록 끌어만 주고, 자리만 마련해 주고, 뒤에서 쫓아만 다닐 요량이었습니다.

심사위원 : 사업 추진방안을 보면 사업 세부 내용에 무엇을 추진 해야 될지 거기다가 외부 강사 선생님들이 들어가 있는데 그래서 여쭙는 것입니다.

답 : 그 강사 분들은 앉아서 강의 하시는 분들로 넣은 것은 아닙니다. 대부분이 처음에는 워크숍으로 해 나갈 생각인데 불만 지도 만들기 같은 경우에는 불만이 뭐야 라고 묻는 것이 아니라 그 불만 마저도 아이들이 스스로 찾을 수 있게 워크숍을 통해 자리만 마련해 줄 것입니다. 그리고 예를 들면 중간에 마을 프로젝트로 함께 사는, 살고 싶은 마을그리기 같은 경우에도 워크숍으로 미션을 주면서 실행을 할 예정입니다. 그것은 확정은 아니지만 하고 싶은 프로그램은 제가 다른 곳에서 직접 참여해 보고 재미있어서 아이들과도 함께 해보면 좋겠다 싶었던 프로그램이 있었습니다. 종이 한장에 리스트를 주는데 리스트에 적혀있는 명단들이 있습니다. 그것이 다 60대 해병대 전우회 그런 워크숍 프로그램들을 통해서 아이들한테 직접 스스로 주체가 되어서 자기들이 할 수 있는 길을 열어 주고 기회를 제공 하겠다 라는 의미

입니다.

심사위원 : 앞서 발표 했던 분들 점점 시리즈하고 어떤 차이가 있을까 라는 생각을 가장 많이 있습니다. 두 번째는 여기에서 한 곳 다른 기획이 무엇일까. 애초에 아마 선생님께서 말씀하신 것과 같은 맥락이라고 생각이 드는데 일반적으로 누구나 할 수 있는 프로그램, 청소년대상 워크숍, 청소년 대상의 평소에도 활동하는 그래서 으쌰으쌰 그림은 그려지는데 뭐가 한 끝이 다를까 이런 생각이 계속 들었습니다. 그러면서 앞에 팀의 점점 시리즈는 나는 이것을 왜 할 거야 라는 대답이 명확합니다. 그러나 구체적으로 어떤 방식으로 해서 어떤 결과물을 낼 것인가 라는 부분은 모호 합니다. 그러나 왜 한다 라는 부분의 고민에 깊이가 훨씬 깊다는 생각이 듭니다. 세분이 왜 할 거야 라는 질문에 대한 답을 한문장으로 말씀해 주시기 바랍니다.

심사위원 : 참고로 심사를 다니면 가는 동네마다 우리 동네는 갈 데가 없어 라는 말은 다 합니다. 그래도 경기도 화성은 그나마 경기도권입니다. 그 얘기를 빼고 해 주시기 바랍니다.

심사위원 : 왜 이 질문을 하느냐 하면 저는 도의회에서 예산을 확보해야 하는 사람입니다. 그러면 도의회에서 30분을 의원들과 이야기하면 29분을 도의원의 얘기를 듣고 내가 이 사업을 하려고 합니다 라는 얘기는 1분 밖에 할 수 없습니다. 그러면 이 사업은 무슨 사업이다 라는 것을 한문장으로 정리 해야 합니다.

심사위원 : 거기에 이런 공격이 있을 수 있습니다. 청소년 문화의 집 거기서 하면 되지 왜 너희가 되도 않은 환원주의 행자부 이런 밥그릇 싸움에 휘말릴 소지가 다분히 있다는 이야기입니다. 이것이 문화적인 활동이다 라는 부분, 어디에 강조점을 두고 갈 수 있느냐 하는 것도 상당히 중요한 부분이라 생각합니다.

답 : 저는 가치관을 평소에도 굉장히 중요하게 생각하는 사람입니다. 그래서 올바른 가치를 잡아주는 프로그램이라 말씀 드리고 싶습니다. 그래서 공정여행 이라든지 이런 것도 프로그램으로 넣은 것이고 아이들이 워크숍 하고, 마을 디자인을 하고, 공정 여행을 하면서 가치관과 가치에 대한 것을 명확하게 잡아간다는 것이 저는 사는데 있어서 굉장히 중요하다고 생각합니다. 그렇기 때문에 그건 역시 아이들이 스스로 찾아야겠지만, 스스로 찾아가는 과정을 만들어 준다고 생각합니다.

심사위원 : 그래도 조금 아쉬운 것은... 지도이지 않습니까. 지도는 길을 찾지 못한 사람들에게 잘 갈 수 있도록 길잡이 역할을 하는 것이 지도입니다. 그렇다면 말씀하신 것처럼 한 곳 다른 지도 프로젝트라고 하면 예를 들어서 거기 가보면 진짜 놀랄지도 몰라 그런 식으로, 그리고 우리 동네 아는 형한테 가면 너를 도와주줄 수도 있어. 거기 가면 그 선배가 이런 이런 것 해줄 수 있어 그런 멘토 지도, 아니면 어디 가면 몰래 담배 필 수 있어, 담배 필 지도 몰라 그런 뭔가 조금 위험할 수도 있지만 아이들이 어른들의 시선으로부터 피해 있고, 아이들만의 아지트가 될 만한 허름한 위험 공간들, 이것이 아이들이 아지트가 되는데 허심탄회하게 이런 위험한 아지트 지도를 만들어보게 하고 거기서 우리들의 고민이 무엇인지 이야기 할 수 있으면 좋을 것 같습니다.

심사위원 : 이런 것을 하면서 가치관을 이야기하면 굉장히 추상적인 것이 됩니다. 이럴 때는 흑하고 들어가 줘야 됩니다. 이런 지도 한번 만들어서 요즘 실상이 이렇다. 아이들을 이렇게 놀더라. 우리가 가지고 있는 패러다임이 바뀌어야 된다 라고 흑하고 들어갔으면 좋겠습니다.

답 : 사 실은 저는 그것이 불만 지도라고 생각하고 넣은 것인데 그것도 성격이 맞으셔서.

심사위원 : 봤습니다. 봤는데 한 곳 다른 게 느껴지지 않았습니니다.

심사위원 : 지도가 꼭 행정 지도여야 하는 것입니다.

답 : 저희는 심상성 지도를 만들어 보려고 합니다.

심사위원 : 그런 분들을 사이사이 넣어야 하는데 대부분 기획서 쓰시는 분들이 오류가 무엇이나 하면 무엇을 할 것이냐의 줄거리만 있지 이 안에 보이지 않는 것들은 어떻게 표현을 하지 라는 고민을 좀 하셔야 합니다.

답 : 그래서 키움 프로젝트 수업을 받으러 온 것입니다

심사위원 : 지금은 사업계획서 하니까 이거하시다가 정민룡 선생님께서 이 말씀하셨을 것입니다.

다이어그램이나 체계도를 그려 넣어라. 넣는 것이 더 확실 할 수 있습니다. 텍스트로 안 되는 것은 이미지로 보여 줄 수 있는 것입니다. 다이어그램이든 화살표 그림이든 해서 쪽 한번 넣어 주시면 그것이 우리가 기획서 쓰실 때 빈 양식을 놓고 깜빡이는 커서를 보고 두려움에 떠는지 말며, 그 전에 이야기들을 먼저 쪽 쓴 다음에 우리끼리 나눴던 이야기들을 정리를 하고, 그것들 중에 필요한 이야기들을 집어넣는 방식 반대 방식을 취해 보는 것도 몸에 저절로 기계적인 습성을 떨쳐버리는 방법 중에 하나입니다. 이런 이야기를 사실은 발표한 내 심사위원들은 이런 이야기를 하지 않습니다. 제목만 읽고 지나가는데 이것도 학습이라 하니 꼬리에 꼬리를 물어 말씀 드리는 것입니다.

심사위원 : 그리고 실례 되는 이야기일지 모르겠는데 이 사업 심사위원들은 오늘 심사를 하고 가시면 되지만 선정이 되면 저랑 같이 일해야 됩니다. 제 질문이 되게 아플 수도 있습니다. 그리고 이 사업이 지금 말씀하셨지만 이거 청소년 사업인데 왜 문화원에서 해라고 하는 질문은 해결해야 합니다.

답 : 그것이 잘못된 것 같습니다. 문화원은 열린 공간입니다. 누구나 배울 수 있는 것이고.

심사위원 : 그런 이야기가 통하지 않습니다.

답 : 저희는 현실적으로 이야기를 드리면 팀원들이 가지고 있는 공간을 활용 하자. 그리고 우리가 처한 현실이 겪고 있는 현실이 있으니까 그것이 취업 되면서 공간은 그렇게 만들어진 것이고, 저는 아이들이 문화원 공간에서만 딱 있는 것이 아니기 때문에 이것은 워크샵 활동을 한 다던지 그럴 때만 있는 것이고 곳곳을 돌아다닐 것입니다. 그리고 문화원 이라고 해서 어른만 참여해야 된다는 것이 아니라는 것을 강조하기 위해서라도 청소년 수업을 꼭 해야 합니다. 지역에 아이들이 이것이 일상문화이기도 하지만 지역 문화이기도 하니까 지역과 연계 된다고 생각하면 문화원과 연계가 나쁘지 않다고 생각합니다. 아지트를 문화원에서 만들어야지 어디서 만듭니까.

심사위원 : 즐겁게 할 수 있는 프로젝트를 만들었다는 것은 큰 점수를 드리고 싶습니다. 그런데 이제 즐거운 것이 재미로 빠지느냐 아니면 기쁨을 줄 수 있는 프로젝트로 가느냐는 굉장한 차이가 있습니다.

답 : 저는 아이들에게 성공해본 경험이 굉장히 중요하다고 생각이 됩니다. 그래서 그 성공해본 경험, 성취감을 느껴 보도록 꼭 해주고 싶습니다. 저희 뮤직비디오를 만들 때 아이들이 흥대 가서 스튜디오 빌려서 재미있게 했는데 이런 경험이 굉장히 중요합니다. 그 경험을 토대로 자라서도 스스로 자기 길을 찾아가고 있기 때문에 저는 그래서 더욱 하고 싶습니다.

3. 이구역의 비주얼

<2018 언어문화 인식개선 프로젝트>

알고보면 쓸모있을 신세대 잡학사전

▶ 사업명	알고보면 쓸모있을 신세대 잡학사전
▶ 팀 명(이름)	이구역의 비주얼
	박소현, 윤기중

‘언어는 하나의 사회적 사실이다..알베르 도자’

1 내용

□ 배 경(기획의도)

● < 너와의 '간극' >

1. 꽃보다할배 vs 꽃다운손녀

최근 TV예능 프로그램의 자막에서 다양한 신세대 언어들 찾아볼 수 있다. 손녀는 마냥 재미있는 웃음포인트에 70대 할아버지는 영문을 알 수 없었다. (손녀의 해석에 한참 후에 웃을 수 있던 할아버지의 말)

2. 40대 아재 vs 10대 급식생

“완전 똑배기 깬다~”

아들과 드라마 시청 중 “똑배기 깬다”는 표현을 듣게 되었다. ‘그게 무슨 말이니?’ 물었더니 ‘요즘 애들이 이럴 때 똑배기 깬다는 표현을 써’라고 하더라. 어떤 뜻으로 쓰는지 따져 물었더니 ‘머리를 깬다’는 말로 회가나는 답답한 행동과 말을 할 때 쓰인다고 대답하더라. 어이가 없어서 할 말을 잊었다.”(중1 아들을 둔 학부모 박모 씨의 말)

● < '파괴'의 오명 > '파괴의 주범이 신조어?'

신조어가 언어의 다양성이 아니라 언어파괴라면, 오랜 세월 아직까지 남아있는 일어체, 외래어는 어떻게 바라볼 것인가?

현대 과학기술의 발달로 변화된 소통의 방법속에서 우리가 주목해야 하는 것은 신조어가 아닌 서로 다른 언어를 사용하는 세대간 단절이다.

● < 너와의 '간극'을 '파괴'할 신세대 잡학사전이 필요해! >

소통의 간극을 일으키는 주범, 언어파괴를 일삼는 나쁜 문화로만 비쳐지고 있는 신세대 언어문화.

그 주축인 청소년들의 새로운 언어형태는 늘 있어왔다. 신조어는 시대를 반영하는 언어이며, 창의적 놀이인 동시에 서로의 격한 공감을 확인하는 과정이다. 그들의 신선한 언어문화를 이해하는 데 도움이 될 무엇인가가 필요하다.

□ 목적

- 10대~20대를 아우르는 신세대 스스로가 신조어에 대한 정확한 의미를 알고 사용하고 있는 것인지 확인하는 과정을 통해 사용하는 언어에 대한 책임을 소양 할 수 있는 언어문화를 만들고자 한다.
- 신세대와 다양한 연령층의 생각을 나눌 수 있는 자리를 가짐으로써 소통의 간극을 줄여나간다.
- 신세대의 언어문화에 대한 기성세대의 인식 전환점을 마련한다.

□ 목표

- 신세대 언어를 가장 많이 사용하는 청소년들이 신조어를 수집하여 신세대 용어사전을 편찬한다.
- 창의적인 신세대 언어문화를 활용한 '신세대 언어문화 포럼'을 개최한다.
- 언어가 가지고 있는 힘이 있다. 시대의 흐름에 따라 신조어는 바뀌지만, 그 자체로 추억이 되기도 한다. 물건에 언어라는 추억을 담아 영원히 간직할 수 있는 상품을 개발하고자 한다.

□ 추진방향

● 『2018 알쓸신(세대)잡』 편찬 작업 및 정기토론

정기토론은 한달에 한번 교내 또는 지역 동아리활동을 통해 이루어지며, 경기도 내 동아리 대표들이 참석하여 '신세대 언어사전 편찬위'를 조직한다. 정기토론을 바탕으로 2018년 신세대 언어사전 작업을 진행하며 하반기에 발간이 가능하게 한다.

※에서1 다음페이지 그림 참조

● '알아두면 쓸데있을 신세대 잡학사전 포럼' 개최

'2018 신세대 언어사전' 발간식과 동시에 포럼을 개최한다. 이 자리에서 신세대 언어에 대한 용어 풀이 강의를 진행하고, 자유토론 시간을 가진다.

● 신세대 언어를 활용한 팝업스토어 설립

시대를 흐르는 단어는 과감한 통찰력과 센스가 담긴 신세대 언어가 아닐까 한다.

물건에 언어라는 추억을 담아 영원히 간직할 수 있는 상품을 개발하고자 한다.
 실생활에 많이 사용되는 필기구, 엽서 등 창의적이고 공감되는 신세대 언어가 새겨진 상품을 제작한다. 제작한 상품들은 발간식과 포럼이 열리는 당일 제공하며, 팝업스토어에서 구매할 수 있다.
 ※예시2 다음 페이지 그림 참조

1)사전 예시

신세대용어사전 번역기/단어장/작은창 사전/ 오픈사전
 전체 검색 : 표준어/사투리/신조어 번역

인구론 **검색**

[뜻]
 '인'문계 졸업생의 '9'0%는 '논(론)'다. 의 줄임말이다.
 즉, 취업이 어려운 인문계 졸업생의 현실을 가리키는 신조어

[유래 및 사회현상]
 인구론은 이공계를 선호하는 기업이 증가한 것을 반영한 단어다. 실제로 2013년 삼성, 현대자동차, LG 등은 신입사원 채용 시 이공계 출신을 80% 이상 선발한 바 있다.
 한편, 기업들의 이공계 선호 현상이 심화됨에 따라 인문계열 취업률이 낮아지자, 대학청가에서 불리해진 대학들이 취업률이 낮은 인문계열 학과를 통폐합하는 문제로까지 이어지고 있다.

[예시]
 요즘 인구론이 맞나봐, 난 도무지 취업이 안된다.

[관련단어]
 '문송하다' : 문과여서 죄송합니다.
 .
 .

[표준어]
[사투리]

2-1) 팝업스토어_엽서 및 편지지 제작



2-2) 팝업스토어_기타 펜시 용품



□ 세부프로그램 및 일정

	세부 프로그램	세부 일정		비고
		교내 동아리	편찬 위원회	
『2017 신세대 언어사전』	정기토론 진행	3월~9월 (월/1회)	3월~11월 (2개월/1회)	편찬위원회는 동아리토론내 용 정기 업데이트
	목차 및 내용 구성		4월~5월	
	자료조사 및 내용 작성		6월~9월	
	교정교열		10월	
	발간		11월	
	포럼 준비 회의		8월	
'알아두면 쓸데있을 신세대 잡학용어 포럼'	장소 선정 진행 및 출연자 섭외			
	준비	퀴즈 및 이벤트, 체험부스 선정 포럼 홍보물, 자료집 제작	9월~10월	
	포럼 개최		11월	
	업체 선정 및 디자인 시안 작업		6월~8월	
신세대 언어를 활용한 팝업스토어 설립	상품 제작		8월~10월	
	팝업스토어 SNS홍보		10월	
	판매 게시		11월	



□ 기대 효과

- 언어가 우리의 의식을 규정한다. 시대의 흐름이 반영된 창의적인 언어의 생성은 우리의 의식체계를 그만큼 확장시킬 수 있다. 즉, 표현해낼 수 없던 것들을 표현하게 하는 힘을 가지게 한다. 신세대 잡학사전은 이러한 관점의 변화를 시작하게 할 것이다.
- 신조어를 사용하는 주축인 청소년들 스스로가 토론회와 사전 편찬 작업을 통해 말의 정확한 의미를 찾고, 책임감 있게 사용하는 계기가 될 것이다.
- 시대의 흐름에 따라 신조어는 바뀌지만, 남겨진 글로써 추억이 되기도 한다. 물건에 언어라는 추억을 담아 당시의 시대를 되새겨 볼 수 있는 선물이 될 것이다.
- 언어는 하나의 사회적 사실이다. 기성세대는 신세대의 언어를, 신세대는 기성세대의 이야기를 들으며 공존하고 공감하는 사회가 되어야한다. 그러한 기회의 장을 알쓸신잡을 통해 마련하고자 한다.

발표자: 경기도문화원연합회 박소현 (010.4499.6421)

사업계획 및 계획서작성: 박소현, 윤기중

심사위원 : 잊지 말고 기억해 달라고 했던 언어는 사회적 사실이다에 대한 명칭을 설명해 주시면 좋겠습니다.

답 : 제일 마지막 기대효과에 나왔던 것처럼 SNS를 활용하면 소통하는 세대가 지금 현세대 라는 생각 되고, 그 SNS를 통해서 만들어진 신조어들이 있습니다. 번호 달라면 번호 준다는 뜻에 번달 번쫌 라는 단어들도 예전 세대에서는 나타나지 않았던 단어들이기도하고 월급 로그 아웃이라는 말도 있습니다. 감이 올만한 단어이기도 한데, 그런 부분들이 사회적인 현상들을 현실에 담아 내는 언어라는 뜻인 것입니다. 저희는 그런 사회적인 현상들이 부정적이든 부정적이지 않든, 사회의 역사가 되는 부분 얘기도 하고, 그 당시의 현상이기 때문에 그 당시에 부정적인 부분이나 긍정적인 부분의 극대화시키거나 그렇게만 생각하지 않고, 그런 것들이 하나의 사실이라는 점을 인식 하고자 해서 나왔습니다.

심사위원 : 조금만 한 단계 더 들어갔으면 하는 바람이 있는데 언어가 사회적 사실이다 라는 지금의 사실 라고 하는 것을 읽어봐라 라는 것인데 이 사실을 작동시킨, 이 현상들을 작동 시킨 배경들이 있을 것입니다. 그것이 사회적인 현상 들이라는 것입니다. 그런 것들을 감안해서 조금 더 들어갔으면 하는 언어를 다루는 프로그램의 위험성, 어찌 보면 수업 수집하고 끝날 수 있는, 그래서 추억으로 연결하는 어떻게 보면 상당히 의미 지향적인, 가치 지향적인 형태로 갈 수가 있을 텐데 그것보다 조금만 더 한단계 들어가서 이 과정에 언어는 사회적 사실이다 라는 말이 갖는 의미를 조금 더 함의 하는 말을, 이 말을 책을 읽어 보셨는지 어디서 따 왔는지는 모르겠지만 그것을 자문을 받을 수 있는 상황을 조금 넣어서 기획 초기단계에 깊이를 조금 갖고, 이렇게 가더라도 깊이는 만들고 들어갔으면 좋겠습니다. 걸핍기로 끝날 수 있는 것이기 때문에 상반기에 학교를 돌려서 포함한다 라는 거 자체의 현실성 문제를 짚어 보셨으면 좋겠고, 아이들을 통해서 단어를 수집 하는 것이 꼭 아이들한테만 받아야 하는 것인지 다른 수집할 수 있는 방식, 또 지금 아이들이 인터넷을 통해서, SNS를 통해서 많이 하고 있는데 지금은 오프라인 식의 구조, 진행 구조입니다. 시작은 SNS나 디지털 방식으로 시작했는데 진행 하는 방법들은 굉장히 아날로그적입니다. 이런 부분들도 같이 고민을 해 보셨으면 좋겠습니다.

답 : 처음에 어플리케이션을 생각했었는데 가장 먼저 부딪혀야 했던 생각이 그래서 이 관리자는 누가 해야 하는 것인가, 어떤 세대가 해야 하는 것인가, 그래서 이것이 어떻게 지속이 될 것

인가. 이런 생각을 하게 되서 책으로 편찬을 하자라고 이야기가 되었습니다. 1년 사이에 단어들은 정말 많이 생성이 되고 한 달 사이에도 유행이 금방 지나가 버립니다. 이것을 사전 편찬을 통해서 이것은 이 단어를 쓰고 있어 우리가 유행을 쫓아가야 돼, 이거 몰라 라고 이야기를 하기 위해서 편찬 하는 것은 아니고 이 책들이 여러 권 쌓이고, 쌓이다 보면 어떻게 보면 단어집이 시즌별로 생겨지게 되면서 하나의 변천사가 될 수 있다고 생각이 들었습니다. 생각해 보면 2010년 정도에 가장 유행했던 말이 즐 이런 거지 않습니까. 그런 단어들이 많았는데 생각해 보면 지금은 그런 단어 쓰는 사람이 우리 세대밖에 없는 것 같습니다. 같은 경우에도 30대 40대 50대는 그런 단어를 쓰지만 아이들은 저도 중학교 1학년과 3학년 아이를 키우지만 그 아이들은 핸드폰에 제가 그 말하면 왜 이런 말을 쓰냐고 한글로 그냥 다 쓰라고 얘기합니다.

심사위원 : 그렇게 따지면 신세대 용어가 많습니까? 신세대 잡학사전이 맞습니까?

답 : 빨리 만들어야 합니다. 그때그때 계속 바뀌기는 하는데 지금 이 순간에서는 신세대, 그 순간에서의 신세대이기도 하고 잡학이라는 이야기를 넣은 이유는 어쨌든 지금은 첫장에 인식 개선이라고 말씀드렸다시피 신세대들의 언어문화들이 인정받고 있지 않다 라는 것이 현실적인 부분이라고 생각이 들었습니다. 기성세대들과의 대화에서 보통 보면 20십대들은 실제로 잘 사용하지는 않지만 청소년들이 그런 단어를 사용했을 때 부모님들의 교육적인 부분에서도 부모님에 입장에서는 너희들 그런 단어 쓰는 것은 보기 좋지는 않다 라는 인식이 팽배한 것 같습니다.

심사위원 : 누구의 인식을 개선하는 것입니까?

답 : 우리나라의 다양한 계층에 인식입니다. 특히 기성세대 그리고 솔직히 저도 아이들과 밥상에서 대화를 하다 보면 둘이는 잘 통합니다. 중학교 1학년과 3학년 둘이는 잘 통하는데 저는 못 알아들어서 계속 물어보는 것이 생깁니다. 그게 뭐지? 뭐야? 하고 물어보면 아유 답답해라고 하며 말을 안합니다. 처음에 그래서 청소년 문화의 관심을 가지게 되고 시작하게 되었습니다. 이것을 하면서 아이에게 물었습니다. 엄마 이런 것 만들려고 기획 하는데 어떻게 생각하니 하니까 너무 싫어 했습니다. 좋지 않니 내가 이런 것을 해서 너와 이야기를 하겠다는데 좋지 않니 했더니, 그건 우리끼리 쓰는 건데 머리 하야신 분들이 이런 말을 하면 이상할 거 같아. 그런 거는 급식체 아이들 애들만 쓰는 용어인데 그런 걸 엄마가 써? 하면서 아이들

이 거부 반응을 보였습니다. 처음이라서 그렇지 어찌보면 그런 용어들을 계속 쓰지는 않습니다. 요때 잠깐 쓰는 것인데 그런 것도 문화로 받아들이고 남겨주는 것도 좋을 것 같습니다.

심사위원 : 그래서 누군가 인식을 개선시킨다거나 이런 것으로 접근하면 꼬일 것 같습니다. 아까 말씀하시지 않으셨습니까. 이것이 옳은 것이다 그런 것이다가 아니라 지금 현상이라는 것입니다. 그렇게 가되 지금 있는 현상에 대한 뒷 배경까지 기획자는 좀 알고 있으셔서 누구를 계몽 시키는, 교육시키는, 문화적으로 향상시키는 그런 것들을 다 걷어내고 지금 것들을 있는 그대로 보면서, 그래서 지금의 것들이 이것이다 라는 것을 드러내 주는 것입니다. 어찌 보면 언뜻 보이는 것들을 조금만 올려서 보여주는 것입니다 이것이 내년이면 또 바뀐다 라고 말씀하신 것처럼 지금의 상황들이 왜 이런 것들이 보이고 있는 것인가의 뒷 배경, 근원적인 것, 굉장히 다양한 것들이 숨어져 있습니다. 기기에 발달도 있을 것이고, 아이들과의 소통에서의 짧게 들어가는 것들은 어찌하면 어휘력이 부족 일 수도 있고, 다양한 현상들이 있을 것인데 기획자는 그런 것들을 조금 알고 접근 했으면 좋겠다. 그러나 계몽적인 것으로 가면 프로젝트가 꼬일 것 같다 라는 생각이입니다. 아까 말씀드렸듯이 진행하는 과정에서 현실적으로 좀 판단해야 되지 않을까 합니다.

답 : 학교 같은 경우에는 자유학년제가 되어서 처음에 동아리를 구성하고 학교에서 나름 다른 동아리 활동이 요즘은 예전 같지 않게 선생님이 정해주는 것이 아니라 자기들이 만들어서 인정을 해 주십시오 라고 하는 동아리들이 많은데

심사위원 : 그런 액션플랜까지도 같이 이 안에 담아진다고 하면 설득력이 있을 것 같습니다. 재밌었습니다.

심사위원 : 아까 말씀하신 것 중에 나왔었는데 이런 의도가 불온한 어른들의 아직 점령되지 않은 어른들의 권력에서 점령 되지 않은 이 지역을 색출에 내는 작업이 될 수도 있겠다 라는 생각을 했습니다. 굉장히 좋은 프로그램인 것만은 사실인데 아이들 입장에서는 계속적으로 암호 체계라는 것은 적과의 전쟁을 할 때 암호를 들키면 끝이기 때문에 암호를 계속 바꿉니다. 그런 것처럼 아이들은 어른들의 권력에게 노출 되고 싶지 않은 그들만의 아지트 언어들입니다. 만약에 우리가 사전식으로 모든 것들을 통제하에 들

어오는 언어 식으로 해서 사전 한다 라면 어린 청소년들은 또 급작스럽게 또 다른 단어들을 발명해 내지 않을까 생각이 들었습니다. 그러면서 이런 신세대 언어들을 사회 문제가 되는 사건들에 배후에, 배경으로 생각 할 수 있는 세대간의 단절이나 그럼 이런 부분들을 어떻게 소통 할 것인가의 문제인데 ,저도 제 자식들하고 소통하기가 힘든데 어떻게 보면 빠빠용이 문둥이 촌에 들어가서 허심탄회하게 소통하기 위해서 담배를 빨고 너도 한번 빨아 보라고 늙은이가 이야기 하였을 때 합니다. 그런 것처럼 이런 언어를 쓸 수 있느냐 라고 내가 너희들 눈높이로 낮추어 주겠다라는 의미로 이런 언어를 쓰면 소통하기가 좋은 것은 사실입니다. 그런데 그런 수준을 통해서 뭔가 단절된 부분을 연결하는 곳으로 가는 발상 보다는 사전 편찬으로 간다고 하였습니다. 물론 사전 편찬도 청소년들이 주축이 되어서 한다고는 하지만 그런 면에서 이런 문제의 식이 이런 결론으로 가는 것은 너무 어른들을 틀에 박힌 결과물 들을 지향하는 것이 아닌가 하는 생각을 했습니다.

심사위원 : 포기 사전 이라는 책이 있습니다. 이것을 한번 보시고 일본 영화 중에 행복어 사전 이라는 것이 있습니다. 그런 것을 보시면 또 다른 아이디어를 하지 않을까 생각이 됩니다.

심사위원 : 착한 프로그램인 것 같진 않습니다. 그래서 대단히 마음에 드는데 계속 들으면서 이 기획이 진짜로 목적 하고 있는 것이 뭐지 라는 생각이 들었습니다. 신세대 언어로 소통하는 것이 목적인가 기성세대 어르신 세대와 급식체를 쓰는 청소년들과의 소통을 목적으로 하면 이 사업은 어려울 것 같습니다.

답 : 소통이라는 타이들도 있었고 한글 파괴의 주범이 신조어가 아니다 라는 타이틀도 있었고 또 설명 들었던 부분 중에서 디자인적 요소 중에서는 이것도 하나의 사회적 사실들 이었으니까 이런 부분들이 언어는 사라지니까 남길 수 있는 것들로 만들려면 이것도 하나의 우리 한글에 역사 속에 하나가 될 수 있는 부분들이 라고 생각이 들었습니다.

심사위원 : 하나의 사실로써 남겨 져야 되는데 우리 이 복잡한 사회 현실에서 꼭 그것만 남겨야 되느냐는 다른 여러 가지 남기 것들이 많은데 꼭 이것은 남겨야 하는 당위성이 실제로 어렵다는 이야기입니다. 그래서 계속 기획안을 보면서 무엇을 얘기하고 싶은 거지 라는 것은 얘기했을 때 청소년들이 가지고 있는 언어를 파괴 하는 것이 아니라 파괴

하면서 새로운 것들을 만들어내는 청소년들을 창조성, 언어유희가 갖는 즐거움, 이런 것들이 부각되는 사업의 형태로 만들어져야지 이것을 소통으로 가게 되면 사업을 풀어 내기가 어렵다라는 생각이 들었습니다. 제가 두 가지 고민을 했습니다. 하나는 이 사업이 진행 되는 과정을 온라인으로 봐야 되나 하면서 물음표를 하나 주었고, 또 한 가지는 이거 어르신 사업일까 라는 생각에 물음표를 했습니다. 그럼 이것이 청소년 대상의 사업으로 가는 것이 맞는 게 맞을까 어르신 대상으로 가는 것이 맞을까. 다시 말하면 기존의 사회체계를 만든 기성세대, 나이가 든 어르신 분들을 대상으로 이 프로그램을 하는 것이 맞을까 라는 생각이 들었습니다. 그다음에 저는 이것은 어디까지나 개인적인 취향입니다. 2년전 인가, 3년전 인가 우리나라 모든 사업 명에 응답하라 라는 얘기가 진짜 정말 많았습니다. 알쓸신잡이라는 것이 응답하라 만큼의 히트를 쳤는지는 모르겠지만 이 사업의 전체를 관통하는 사업명은 아닌 것 같습니다. 그래서 이 사업명은 좀 핵심을 관통하는 새로운 사업명을 구성하였으면 좋겠습니다. 그 다음에 언어의 관련된 문제들은 대단히 독특하지만, 독특하다는 것은 대단히 한정되어 있다는 것을 뜻합니다. 국립언어원해서 하는 사업이라든가 그런 한정된 형태로 될 수 있는, 칸막이 행정 예산을 따내야 하는 고민을 해야 하므로 이런 협의에서 벗어나야 되는 것입니다. 그런 생각을 했습니다.

심사위원 : 문제의식은 굉장히 좋은 것 같은데 단점이 수행 방식이 좀 오프라인적이고 그리고 결과물이 사전을 편찬 하는 것이 구태의연한 방식을 취하고 있다는 점이 좀 문제점인거 같습니다. 어떻게 보면 이런 방식은 어떻게 생각을 해 봅니다. 예를 들어서 신세대 언어들을 다 조사하고 백과사전식으로 사전화 하는 방식보다는 신세대들의 문화 내지는 언어생활, 그리고 신세대들이 않고 있는 아픔들, 이런 부분들을 핵심적으로 찾아 낼 수 있는 키워드들을 일종의 청소년 키워드 사전. 그런 부분들을 가지고 소통이 문제라면 어른들 세대가, 부모 세대가 이 키워드 사전 같은 것을 가지고 청소년들은 이해 하는 그런 프로그램을 할 수도 있을 것입니다.

심사위원 : 그래서 제가 말씀드린 게 사회적 사실 이라고 말하는, 사회적 사실이 드러나는 뒷배경이 있을 것이다. 그것들이 같이 들어가 준다고 하면 물론 이것이 깊이가 있어서 1년에 몇 개나 쓰실 수 있을지 모르겠지만 그런 것도 가능하다는 얘기를 드립니다. 작업은 굉장히 힘들어지긴 하겠지만 말입니다.

심사위원 : 그러니까 사업을 내년도 한다고 하면 어떤 사업이 가능할까 하는 생각이 듭니다만, 급식체를 가지고 사전을 만들고 그 사전을 만드는 것으로 끝납니까? 책 내는 것으로 끝나면 그 다음엔 뭘 할까 이런 고민들을 계속 하는 것입니다. 그러면 어르신들이 급식체 합창단 같은 것을 만들고 이런걸 해야 하나 하는 고민을 했습니다. 교도소 얘기하니까 교도소 수감자들이 급식체로 된 암호 체계화 된 노래를 만들어서 해야 하나. 그런 식으로 풀어 나가야 할까 이런 고민들을 계속 하게 되는데, 중요한 것은 지금 발표하는 것을 보면 급식체를 쓰는 사람들 또는 청소년 언어가 기존 권력에 대항하는 암호 체계인 것이지 않습니까. 이런 체계가 가지고 있는 창조성과 언어의 유희, 의미 이런 것들이 청소년들의 삶에서 무슨 의미를 갖는 가가 집중 조명이 되는 형태의 사업 구상해 되어 될 것 같다는 생각을 했습니다.

심사위원 : 사업계획서에서 목적과 목표를 정확히 구분해서 쓰신 아직까지는 유일한 팀입니다. 목표가 정량적 있지는 않지만 정성적으로 명확히 나오니까 계획서를 잘 쓰셨는데 추진 방향이 조금 애매하게 흘러가는 경향이 있습니다. 예산은 없습니까?

답 : 주는 대로 받겠습니다.

심사위원 : 공무원들은 사업내용 어려운 말 쓰면 잘 보지 않습니다. 앞에 기획의도와 뒤에 예산표를 보면 이사업이 어떻게 되는지 알수 있기 때문에 예산은 대단히 중요한 것입니다.

심사위원 : 예산을 보면 사업 진행 그림이 그려집니다.

심사위원 : 예산표가 원래 옵션이었습니까? 예산을 안 써오셨을까 궁금합니다. 예산이 없으니까 완성이 되지 않은 것입니다.

심사위원 : 자유롭게 하라고 했더니 완전히 자유롭게 하셨습니다.

심사위원 : 아까 맨처음에 점점 팀처럼 예산을 받으면 양심에 찢리는 것들을 가지셨습니까? 아무튼 수고하셨습니다. 재미있게 잘 들었습니다.

기획자 레지던시 프로젝트
〈살아야 보이는 문화기획자 학교〉
사업계획서(안)

양반후반

2017. 11

- 1 -

기획자 레지던시 프로젝트 〈살아야 보이는 문화기획자 학교〉

0 기획의도

- 문화기획은 삶의 방식을 좀 더 좋은 방향으로 변화되도록 기획하는 것이며 그러한 변화를 경험하는 것이 문화기획자에게 중요하다.
- 하지만 기존의 강의와 사례탐방 형식의 기획자 양성과정으로는 삶의 방식과 관계의 변화를 경험할 수 없다.
- 참여자가 현장에 체류하면서 기획의 전 과정을 경험해보고, 체득할 수 있는 프로그램이 필요하다.

1 사업개요

□ 사업 개요

- 사업명 : 기획자 레지던시 프로젝트 〈살아야 보이는 문화기획자 학교〉
- 사업기간 : 2017년 3월 ~ 8월(6개월간)
- 사업내용 : 레지던스를 통한 기획자양성과정
- 사업비 : 38,000천원(재단 35,000천원, 자부담 등 3,000천원)
- 사업대상 : 2017 경기도 키움프로젝트 기참여자 12명
- 주최,주관 : 경계문화재단, 경기도문화원연합회, 양반후반

□ 사업 목적

- 사업의 성과를 결과가 아닌 과정으로 볼 수 있는 기획자 양성
- 커뮤니티 기반의 사업 기획을 할 수 있는 기획자 양성
- 지속적인 정보교류를 통한 지역문화 전문 인력 네트워크 향상

□ 추진 방향

- 참여자는 객원 기획자로서 사업의 과정을 읽어내는 모니터링 보고서 작성
- 참여자가 사례 공유 프로그램을 직접 기획 하여 지역의 성과가 공유될 수 있는 장을 형성
- 사업기획의 현실적 적용 모색 및 향후 지원구조 마련

□ 추진 내용 및 방법

○ 내용 :

1. 참여자 모집
2. 레지던시 지역 선정 : 지역의 현안을 주제로 구성, 4인 1팀 구성

구분	주제	지역	내용
1 코스	커뮤니티 사업	아와지 시마	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지역커뮤니티사업 사례연구 ■ 청년기획자와 예술가가 마을과 만나 지역디자인 사례연구
2 코스	지역 특성화	대인시장	<ul style="list-style-type: none"> ■ 상권 내 상인, 예술가, 시민의 관계 형성 연구 ■ 지역과 공존하는 문화기획 사례연구
3 코스	생활 문화	감자꽃 스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지역 거점 형성을 통한 생활문화 활성화 사례연구 ■ 거점 간 커뮤니티 형성 및 문화를 통한 커뮤니티 형성 사례연구

3. 현장 멘토 구성
도미타(아와지시마)+통역 가능 멘토 , 전고필(대인시장), 이선철(감자꽃스튜디오)
4. 참여자 미션
 - 모니터링 보고서 작성
 - 사례 공유 프로그램 기획

○ 방법 :

1. 2017 경기도 키움프로젝트 기참여자 12명 선발
 - 1) 선발방법 : 자기소개서 및 인터뷰 심사
2. 레지던시 지원내용
 - 숙식 지원, 사례공유 프로젝트 기획비 개별 100만원 지원 *교통비 자부담
 - 현장 멘토제 운영

구분	인원	주요역할	운영방식
내용	3명	사례연구 과정	-멘토 거점지역 체류, 학습공동체 운영 (4:1 운영)

3. 사례공유 프로그램 기획
 - 기획기간 : 2017년 4월 ~ 6월
 - 실행기간 : 2017년 7월 ~ 8월
 - 주요내용 : 연수자 팀별 사례공유 프로젝트 기획 운영·협력·정산

□ 전체 프로그램

시수	날짜	시간	장소	구분	주제	진행	비고
오리엔테이션&지역별 선행 조사							
1	4/3	10:00~15:00	2	경기문화재단	이론① 오리엔테이션	1부: 오리엔테이션 팀별 프로젝트 인원 구성	양반후반& 지역별 멘토
			2			2부: 지역별 사례 선행 조사	
레지던시 프로그램 진행							
2	4월~6월	아와지시마-노마드카페	레지던시 코스①	코스1. 아와지시마 '지역커뮤니티사업 아와지 하타라꾸가타치 연구섬' · 지역의 의미있는 '일거리' 를 만드는 힘 · 연수사업 · 지역커뮤니티 거점사업 - Nomad사업 · 일거리 창출 및 채용지원사업 - 캠퍼보 네트워크사업	도미타&통역 멘토 (문화기획자)		
3	4월~6월	대인시장	레지던시 코스②	코스2. 대인예술시장 '지역을 살리는 문화 기획' · 지역 상권 내 문화를 통한 관계 공동체 형성 과정 · 야시장 '별장' 의 지역 브랜드화 사례 연구	전고필 (문화기획자)		
4	4월~6월	감자꽃 스튜디오	레지던시 코스③	코스3. 감자꽃스튜디오 '거점을 이용한 생활문화 활성화' · 감자꽃스튜디오의 커뮤니티 기능 · 지역 네트워크를 활용한 생활문화 활성화 · 지역과 사람을 연결하는 생활문화축제	이선철 (문화기획자)		
사례공유 프로그램(참여자 전체 참여)							
8	7월 중 3박4일	아와지시마	사례 공유①	아와지시마 사례공유 프로그램 실행	아와지시마 팀(참여자)		
9	7월 중 2박3일	대인시장	사례 공유②	대인시장 사례공유 프로그램 실행	대인시장팀 (참여자)		
10	8월 중 2박3일	감자꽃 스튜디오	사례 공유③	감자꽃 스튜디오 사례공유 프로그램 실행	감자꽃스튜디오팀(참여자)		
총합	15주(선행조사기간 2주, 레지던시기간 10주, 사례공유 프로그램 3주)						

□ 사업추진일정(안)

시 기		구분	내용	비고
3월	1,2주	기획	사업계획	
	3주		사업공고, 멘토섭외	
	4주		참여자 선발(12명)	
4월	1주	오리엔테이션	오리엔테이션&사례 선행연구	
	2주	-	개별(팀별) 선행조사	
	3주	레지던시	레지던시 프로그램 진행	
	4주			
5월-6월	1주			
5월-6월	2주	레지던시	레지던시 프로그램 진행	
	3주			
	4주			
7월	1-2주	사례공유 프로그램	아와지시마 사례공유 프로그램 실행	
	3-4주		대인시장 사례공유 프로그램 실행	
8월	1-2주		감자꽃 스튜디오 사례공유 프로그램 실행	
8월	3-4주	평가	17년도 운영 평가	
			18년도 교육·운영 의견 공유	
			결과보고서 작성	

□ 기대효과

- 현장 문화활동가 교육을 통해 전문성 제고 및 업무효율 향상
- 지역문화 활동가로서의 문화에 대한 철학, 소신, 책임의식 함양
- 문화예술분야 네트워크를 형성하여 확장 가능성 모색

II 소요예산

o 총사업비 : 35,000천원(자부담 0천원)

o 비목별 산출내역 첨부

(단위 : 원)

항 목	소 요 재 2 원 구 분			산 출 기 초
	계	보조금	자부담	
계	38,000	35,000	3,000	
홍보비	500	500		- 모집홍보물 자료집 제작 등 500,000원*1식
인건비	9,000	9,000	0	- 멘토비 1,000,000원*3명=3,000,000원 - 사례공유 프로그램 기획비 500,000원*12명=6,000,000원
진행비	27,000	24,000	3,000	- 레지던시 숙식비 1,500,000원*12명=18,000,000원 - 식비(오리엔테이션, 사례공유프로그램) 10,000원*20명*25식=5,000,000원 - 결과보고서 1,000,000원*1식=1,000,000원 - 사례공유 프로그램 운영비(자부담) 1,000,000원*3식=3,000,000원
활동비	1,500	2,000	0	- 출장비 20,000원*10회*3명=600,000원 - 사무용품 등 100,000원*1식=100,000원 - 다과비 100,000원*5회=500,000원 - 회의진행비 10,000원*3명*10회=300,000원

심사위원 : 레지던시 기간은 어떻게 됩니까?

답 : 기간은 보시면 2개월, 4월 3주부터 6월 4주까지입니다.

심사위원 : 좀 더 현실적인 레지던시 프로그램이 되려면 제가 생각하기에는 레지던시 프로그램이 되는 지역을 고민해 봐야 것 같습니다. 왜 이런 이야기를 하느냐면, 예를 들어 결코 저희 이천 지역에서 마을지를 만드는데 마을지를 만들기 위해 재단에 관련된 10여 명이 마을로 들어옵니다. 그런데 이런 부분들을 전문가들이 마을지를 만들려고 조사하고 하는 작업들을 전문가들이 쑥 들어왔다 쑥 나가고 결과물만 남기지 않으려면 이천지역에 마을 조사를 수행하는 방식들을 배울 수 있도록 우리 이천지역 사람들을 좀 키워 가야겠다 라고 생각을 하고 시민활동가들을 조금 붙여주려고 하였습니다. 그런데 결코 그런 마을 조사에 투입되는 전문가들은 그런 것을 귀찮아 했습니다. 시간도 한정되고, 조사 하는 기간이 정해져 있고 그런데 이런 이천의 시민분들이 견습생으로 달라붙어 하는 것들을 귀찮아 합니다. 그 얘기가 제가 왜 드리니 하면 정말 내가 하는 삶의 모습들을 교육적으로 보여주고 공개한다는 것은 쉬운 일이 아닙니다. 저 세 지역에 주민들의 입장, 내지는 저 프로그램을 기획 했던 분들 입장에서 이런 레지던시를 할 때 과연 좋아할까, 그쪽에서는 여러분들이 레지던시로 가서 하는 활동들이 과연 어떤 식으로 그 지역에 기여할 수 있는 활동이 될 수 있을까, 단지 배우고자 해서 들어 가는 것이라면 한계가 있지 않을까 하는 생각이 듭니다. 그래서 그 레지던시가 일어나는 세 지역에 여러분들이 들어가서 1개월이면 1개월, 20일이면 20일, 체류 하는 동안 뭔가 기여가 되고 역할들 할 수 있는 그런 부분들이 있어서 사전에 협의가 될 수 있다면 가능해도 그냥 교육만 받으러 들어가겠다 하는 부분들은 실질적으로 실현성이 조금 떨어지지 않을까 생각이 듭니다. 그리고 저 같으면은 그런 레지던시 프로그램을 자금을 지원 받는다면 성공한 지역이 아닌 곳으로 가고 싶습니다. 정말 문제가 많은 지역 그런 지역 가고 싶습니다. 처음에 왜 저 세 지역을 선정하게 되었는지, 어떤 변화를 일으킬 수 있겠다 라고 생각을 했는지 기획자 입장에서 거기에 포커스를 맞췄다면 그런 비슷한 지역이지만 그런 일이 일어나지 않는 여러 지역 중에서 고전적으로 그 지역에 들어가 레지던시를 시험해 보고, 부딪혀 보고, 실패 보고, 성공도 해보고, 어떤 시사점도 얻어보고 그런 지역을 선정하는 것이 낫지 않겠느냐 하는 생각이 듭니다.

심사위원 : 이 사업을 가지고 다른 데서 하고 있다 이러면 욕을 바가지로 먹을 수 있는 상황입니다. 레지던시로 간다고 하면 거기서 살면서 내가 기획자로 크고 싶은 거지 않습니까. 지금 이런 워딩을 쓰는 것이 나중에 보니까 이런것이지 이사람들은 삶입니다. 처절한 삶이라고 도미타 선생님이 아와지시마에 들어가서 살게 된 것에는 내가 기획 커야지 해서 가는 것이 아닙니다. 기획자가 되기 위해서 Do의 문제가 아니라 하다 보니까 되어져 있다는 것입니다. 전고필이라는 사람이 대인 시장에 간 것은, 죽어가는 대인시장에서 대인예술시장 이라는 이름으로 예술가를 집어넣고, 어떻게 하면 시장을 좀 살려 볼까라는 지역 사람으로서 살아가기 위한 삶이 펼쳐지는 곳입니다. 살기 위한 몸부림 중에 하나 할 수 있습니다. 선생님이 거기 가서 이들을 관찰한다라는 것은 여전히 관찰자 입장에서 것입니다. 만약에 왜 대인시장을 가야 합니까? 수원에 있는 못골시장 가지. 수원에 살면서 못골시장의 문제점이 눈에 들어와서 기획자로서 살면서 뭔가를 해보고 싶다 했을 때 못골시장에 가야지, 왜 대인시장의 갑니까. 전라남도에 대해서 선생님께서 하시는 게 무엇이 있다고. 거기서 무엇을 배우고 오실 것입니까. 그리고 3개월 있다고 기획과정을 알겠습니까? 1년을 살아도 모르는 것이 그 동네 삶에 걸입니다. 3개월 갔다오고 나서 3박4일간 기획서 작성해서 사례 발표하는 기획자가 아닙니다. 이것은 이렇게 해서 내가 기획서를 내겠다 라고 하는 자체를 본인이 스스로 의심해 봐야 합니다. 사례를 보려면 책을 보면 됩니다.

심사위원 : 아마 저는 이 기획이 기획자들이 매력적으로 보였을까, 저는 이제 기획 하고 싶어요 라고 하는 사람들이 왜 이 계획을 하고 싶었을까 라는 생각을 했습니다. 사심이 들어가 있는 기획, 그래서 나쁘지 않다. 그러나 사심 기획이다. 정말 이렇게 되어 된다면 당장 저는 여기에 난 한 표를 던지고 싶습니다 라고 하는 사람, 저는 여기에 가고 싶어요 라고 하는 사람이 있다면 그 사람 지금 현재 삶에서 대단히 피곤한 삶을 사는 사람이고 뭔가 휴식하고 싶은 사람이 가겠다 라는 생각을 했습니다. 또 두번째로 드는 생각은 내가 3개월동안 그곳에 산다고 하면 회사를 그만 두고 문화원에서 그 비용을 보전 해줄 수 있을까, 체제비를 지원해줄 수 있을까, 이런 고민들을 할 것입니다. 38백만원은 사업비가 12명으로 하였는데 나누면 이 2-3백만원 정도 될 것입니다. 그 2-3백만원을 주고 그 이후에 갔다온 다음에 기획자가 되라는 보장도 없지만 이것을 가지고 내 삶을 투여할 수 있을까 라는 생각이 들었습니다.

심사위원 : 기획자 레지던시는 왜 없을까에 대한 의문점은 좋습니다. 우리 지금 사업진행 방식 진

흥원부터 예술위원회까지 다 방식이 강사 중심으로 풀어나가고 있습니다. 그래서 사업 추진 일정도 보면 다 강사로 들어있지 그 안에 기획에 내용들은 빠져 있습니다. 어찌보면 이것은 기획서를 작성하여 제출하는 담당자의 일이이기 전에 양식에 문제이기도 합니다. 그러면에서 기획자 레지던시 문제 의식을 내신 것은 좋으나 이런 식으로 접근하는 것은 아닌 것 같습니다. 고민해 볼 필요가 있을 것 같습니다.

심사위원 : 민 선생님도 말씀하셨지만 보통 우리가 좋은 기획자라고 얘기 하는 사람들은 나는 문화 기획자가 아니라 어디에 소속 되어서 월급을 받는 사람이 아니라 문화 일을 한다는 것은 회사 나간다는 표현을 별로 하지 않습니다. 거기서 급여가 얼마가 나오든 그것은 그 사람한테 별로 중요하지 않습니다. 그러나 생계를 유지해야 되기 때문에 중요한 부분을 수 있으나 그것이 전부는 아니라는 이야기입니다. 그러니까 삶을 온전히 투여해서 뭔가 변화를 시키려고 하는 것입니다. 그러니까 그 밤을 새서라도 일을 하고, 술을 마시러 다니고, 관계를 맺고 이런 일들이 비로소 가능해 지는 것입니다. 여기 키움 프로젝트에서 문화 기획자가 되려고 꿈꾸는 사람들이 이것이 나의 삶인가, 나는 문화원이라는 직장에 다니고 있는 것은 아닌가, 내 핸드폰에 문화원 전화번호가 회사라고 찍혀 있지는 않은가, 우리들은 우리의 일이 과연 내 삶을 온전히 투여해서 그 일을 하고 있는 내 삶으로 받아들이고 있는가, 월급 받는 입장으로써의 개념으로 우리가 접근하고 있는 것은 아닌가. 이 부분에 대해서 근본적인 제안이 되어야 될 거 같다고 생각이 됩니다. 이것이 내 삶이다 라고 하면 갈 수 있다고 봅니다. 그리고 이것을 참신하게 잘 포장하면 가능하다고 봅니다. 북해도에 가면 하루에 천원만 내면 숙박하고 그럴 수 있는 곳이 있습니다. 이것을 묵숨 걸고 하겠다 라고 하면 할 수 있습니다. 그런데 여기에 있는 많은 분들이 자기의 생업을 놔두고 3개월은 투여해서 가려고 하는 분들이 있을까 라는 그런 여러 가지 부분들이 고민이 되는 것입니다. 그러나 이 기획안을 만든 사람들의 마음이 어떤 마음이구나 라는 것을 느낄 수 있을 것 같습니다. 그런 것에 가치를 부여 하면 좋을 것입니다.

심사위원 : 역으로 이런 것은 어떨까 싶습니다. 레지던시 프로그램을 통해서 내가 간다 라는 것도 중요하지만 레지던시 프로그램을 통해서 마을이 활성화 되기를 바라는 원하는 주민들이 있을 수 있습니다. 레지던시 프로그램이 어떤 지역, 어떤 상황에서 유용 할 것인가를 기획 해주는 것입니다. 예를 들어서 어느 마을에는 굉장히 좋은 돌들이 산출이 됩니다. 그런 돌이 많이 채석이 되는 마을 지역에 세계적인 예술가들이 와서 마음

것 체류하면서 1년 동안 그 마을에 전해 내려오는 이야기들이나 전설들을 소재로 해서 작품활동을하게 해주는 것입니다. 그 동안 집도 주고, 여러 가지 생활을 하게 해주고, 여러 가지 프로그램을 해주고 마음껏 고민하고 즐기면서 작업을 하고 가는 것입니다. 예술가 레지던시 프로그램을 유치 할 수도 있는 것입니다. 적절한 다양한 방법으로 전고필 선생님 같은 분들을 우리 이러이러한 성격의 마을을 만드하고자 하는데 기획자들을 마을에 불러서 레지던시 해보는 것도 프로그램을 기획하는 일, 그러기 위해서 거기 들어 간다면 말이 되는 것입니다. 마을의 그런 상황들을 이 마을은 어떤 레지던시가 필요한가 이것들을 고민하러 20일정도 들어간다 라는 것은 재미 있을 거 같습니다.

답 : 사실 변명 아닌 변명을 하자면 사례를 경기도 지역으로 하고 싶었습니다. 그런데 적당한 사례를 찾기가 힘들었습니다.

심사위원 : 아마 이것을 고민하면서 레지던시에 들어가는 기간은 얼마나 할까를 굉장히 고민했을 것 같습니다. 보름으로 할까, 한달로 할까, 2개월로 할까, 3개월로 할까 라는 부분을 가지고 굉장히 고민했을 것 같습니다.

답 : 사실 한달 살아서 무엇을 알겠습니까. 그래서 최대한 살 수 있는 기간은 4월에서 6월 까지 정했지만 전체 채워서 살아야 한다 라는 것은 아니었고, 더 세부적으로 들어간다면 기획자량도 맞춰야 하는 부분도 있지만 기획서 상에는 그렇게 적었습니다.

심사위원 : 제일 인기가 많은 프로젝트라는 것은 알겠습니다. 수고하셨습니다.

Part III

결과 및 후기

◆18명 수강/ 15명 수료

번호	성명	지역/분야/소속&직책	비고
1.	김민정	여주/성악/합창단 여주어울림부대표	
2.	구연우	용인/미술/강사,작가 미술학원장	
3.	김선호	평택/문화예술/문화기획 세움지기 대표	
4.	김선애	수원/업사이클러 같이공방 대표	
5.	김유라	화성/페어라이프센터 디자이너	
6.	한다운	광명/문화예술 광명문화원 사원	
7.	유소영	과천/문화예술 과천문화원 교육팀장	
8.	윤기중	천안/문화예술 수원문화원 경영지원팀 학예주임	
9.	이재아	남양주/문화예술 남양주문화원 총무팀장	
10.	서주환	수원/문화예술 수원문화원 경영지원팀 생활문화센터주임	
11.	김은향	과천/문화예술 과천문화원 사원	
12.	이채은	화성/문화예술 화성문화원 주임	
13.	심옥현	의왕/문화예술 의왕문화원 계장	
14.	오다예	경기도문화원연합회	
15.	박소현	경기도문화원연합회	

◆4개 학습공동체(Cop) 구성

팀 명	팀 원	기획서 주제 및 내용
점점 좋아질거야	김선애, 김선호, 심옥현, 한다운,	..알게 될 꺼야 (노인의 삶 이해)
이 구역의 비주얼	김은향, 박소현, 윤기중, 이재아, 김민정	알아두면 쓸모있을 신세대 잡학 사전 (신세대 언어 이해)
모람모람	김유라, 이을영, 서주환, 유소영	온 마을이 학교, 우리가 함께 만들어갈 '지도' (청소년 동네 이해)
양반후반	구연우, 오다예, 이재은, 임혜주	내가 기획하는 기획자 학교 (기획자 양성)

◆우수 교육생: 윤기중(수원문화원 주임)

수강생 후기

광주 문화현장 답사를 다녀와서

광주에서 벌어지고 있는 문화사업과 공간을 압축적으로 경험 해 볼 수 있어 좋았습니다. 다른 기획자들이 각자 또는 같이 가지고 있는 고민들을 함께 듣고 생각해 볼 수 있는 점 또한 좋았구요. 어르신과 함께 하는 사업에서 의미부여를 할 수 있도록 기획하고 싶었지만 실제로는 참여와 공감을 얻어내기 어렵고, 내가 원하는 그림일 뿐 막상 단순한 사업은 아니었을까? 하는 반성도 해 봅니다. 강의 중에 숨은 needs를 찾아내고 이를 실현 해 낼 수 있는 기획자가 좋은 기획자대라는 말씀이 인상적이었습니다. 걸으로 드러나는 욕구아래 진짜 욕구를 채울 수 있는 기획을 위해 고민하게되었습니다.

이론과 현장이 적절하게 배치되어있어서 생각의 흐름을 연결하고, 깨어나가게 하며, 교육 이수 후 나이 현장에 부딪혔을 때 기존 방식대로의 생각에서 벗어나 한발 나은 모습이 되어있지 않을까 기대해 봅니다.

바쁜 일상 속에서 변화나는 지역문화에 대해 소홀했는데, 뜻깊은 자리를 만들어 주셔서 경각심을 가지고 다시 현장에서 일 할 수 있는 에너지가 되었습니다. "말주름"이라는 키워드가 맘에 새겨집니다

대인예술시장 감독님과의 멘토링 시간이 가장 유익했습니다. 고민하고 실천.실행하시는 모습을 보며 나는 단편적인 고민을 하고 있었구나라는 생각을 하게 되네요. "그럼에도 불구하고" 문화기획을 할 수 있는 마음을 되새기고 갑니다. -같이공방 김선애-

〈문화를 통한 지역재생〉 전체적으로 꿰고 있는 도시 광주에서만 느낄 수 있는 프로그램을 볼 수 있어서 좋았습니다. 또한 세부적으로 동네의 문화를 시각.후각.미각.육감으로 체험 할 수 있어 짧은 시간에 많은 것을 받아들일 수 있었어요. 모든 기획자와 진행자들의 지역과 프로젝트에 대한 자부심도 참여자들에게 긍정적인 반응을 이끌어 낼 수 있었던 것 같습니다. 정민룡선생님의 강의는 참 좋았는데, 조금 더 여러 문화이슈에 대해 생각하시는 바를 들을 수 있었으면 더 좋았을 것 같습니다. 비엔날레 기간에 오면 2박3일도 좋을 것 같습니다. -경기문화재단 황지예-

기획의 현장에서 느낄 수 있는 것들이 있기에 사례를 볼 수 있었던 점이 좋았습니다. 다만 양림동에서 역사적 이야기를 들으며 하는 투어는 유익하기는 했지만 마을활동가나 기획자의 실제 기획과 활동과정을 들었으면 하는 아쉬움도 있었습니다. 비엔날레와 ACC전시를 통해 예술가들이 품고있는 문제의식과 표현하는 법에 대한 아이디어를 얻을 수 있었고, 대인시장 전고필감독님과 정민룡선생님과 이야기를 나누는 토크시간에는 기획자의 문제의식과 풀어가는 과정을 들을 수 있어서 도움이 많이 되었습니다.

북구문화위집에서 진행된 <공동체의 지향성에 대하여>강의는 현재를 고민할 수 있어서 좋았습니다. 다만 아쉬운 것은 많은 것을 보여주려다보니 기획자들 스스로 다니며 느낄수 있는 시간이 부족했던 것 같습니다. 저녁 이후 네트워크파티 안에 팀활동이나 토론시간이 있었으면 팀주제에 대한 논의를 더 할 수 있었을텐데 팀별로 이야기를 나눌 시간이 부족한 점은 아쉬웠다. -한다운-

교육생을 환영해주시고, 배려해주는 분위기와 느낌이 좋았습니다. 대접받는 기분으로 힐링이 되는 시간이었습니다. 우리의 능력과 어려움, 열정까지 함께 고민해주시니 큰 위로가 되었어요. 알지못했던 부분은 배우고, 깨닫고, 궁금했던것과 의문이 들었던 부분들도 상당히 해소되어 개인적으로 감사한 과정이었습니다. 기획자로서 필요한 능력과 자세, 가치와 마음, 현실에 대해 자세하고 속시원히 붙고 들을 수 있었던 토크시간과, 키워드로 소통하는 강의방식은 새롭고 좋았습니다. 아쉬운 점은 양림동의 새로운 문화를 보지못한 점입니다. 역사와 더불어 개조되어 활용되고 있는 선교사 사택이나 카페들도 직접 보고, 현지주민들과 이야기 나누는 수 있는 시간이 있었으면 더 좋았을 것 같아요. - 김유라 -

모든 일정이 다 좋았지만 다음에는 평일에 진행되면 더 좋겠습니다. 밤늦게까지 아낌없는 조언은 감사하고 많은 도움이 되었습니다. - 이채은-

광주의 다양한 문화기획사례들을 직접 접해볼 수 있어서 좋았고, 선생님들의 적극적인 멘토링은 그 어떤 강의 중에서도 가장 와닿았던 것 같습니다. 시간이 다소 걸리더라도 현장을 느끼고, 접하고, 다양한 사고를 가지고 있는 사람들을 만나며 나의 경험을 만드는 것이 문화기획자로서 참 소중한 가치이자 자산이 되는 것 같습니다. 아쉬운 점은 핑귄마을이나 전시, 박물관에서 해설을 듣는 시간 이외에 기획자들의 개인적인 생각을 듣고, 관찰 할 시간이 부족한 점은 다소 아쉬웠습니다. 유익한 교육이었습니다. 앞으로 지역공동체 네트워크 형성에 더욱 관심을 가지게 되는 계기가 되었습니다. 좋은 사례 많이 배워갑니다. -서주환-

네트워크 파티의 1:1 선생님과의 토크자리는 고민을 함께 소통하고 공감할 수 있었습니다. <공동체의 지향성에 대하여> 강의는 시간이 빨리 지나간 것 같이 느껴지는 시간이었습니다. 기획에서 있어 계속 고민했던 부분, 계속 고민해야 할 부분을 공감하는 자리였습니다. 대인 예술시장 별장프로젝트는 '상인과 예술인의 소통문제', '공간의 활용' 등 많은 생각을 할 수 있는 자리였고 '강추!!!' 합니다. 양림동 예술투어에서 해설사 선생님의 역사해설이 너무 많아 조금 아쉬웠습니다. -유소영-



지속발전가능한문화원만들기 액션플랜(Action Plan)에 관하여

지속발전가능한 문화원만들기 액션플랜(Action Plan)

2017년 경기도문화원연합회가 지방문화원의
역량강화 지원을 위해 준비한 4가지 플랜이 추진됩니다.

plan I	plan II	plan III	plan IV
지역과 사람	역량강화	역사의 재구성	현재의 재구성
지역공동체 회복과 지방문화원의 플랫폼 역할을 통해 지역의 역사와 현재를 재구성			
물앗이안 프로젝트 시민활동가 양성, 대표특교 양성	키움 프로젝트 지역문화전문인력양성	향토문화대학 지역역량증가 양성	마을큐레이터 주민기획자 양성
지역의 관계망 구축, 새로운 시민활동가 양성, 다양한 문화사업 수행 전문력	지방문화원 직원의 문화정책을 반영한 현재 트렌드 및 비전 제시 교육으로 역량강화	지역의 향토사 기록, 과거 및 현재를 역사 기록, 지역을 보존할 원천 인력 발굴	지역자원을 분석, 종합하여 현재 살고 있는 지역의 특징을 만들고, 새롭게 가치를 부여하는 시민 양성

지역문화 선순환 구조 마련

시민인사결정 → 직원 → 지방문화원 → 지역의 변화 → 시민 → 문화기획 → 시민인사결정

경기도문화원연합회 경기도 수원시 팔달구 인계로 178 / 031)239-1020

지속발전가능한문화원만들기액션플랜(ActionPlan)

프로젝트1	지역문화커뮤니티활동가양성사업 <품앗이안프로젝트>
프로젝트2	지역문화전문인력양성사업 <키움프로젝트>
프로젝트3	지역향토사학자양성사업 <경기향토문화대학>
프로젝트4	생활문화동아리 육성지원사업 <마을큐레이터되기프로젝트>

경기도문화원연합회는 2017년 지속발전가능한 문화원만들기 액션플랜을 추진하고 있다. 경기도 31개 시·군문화원의 체질개선과 시민문화인력양성을 통해 건강한 지역문화생태계 조성에 그 목적이 있다.

2017지속발전가능한문화원만들기

액션(Action)플랜추진배경



대한민국은 발전해 왔다!

그 '발전'이라는 맥락을 나는 위 그림처럼 본다.

그동안 대한민국 사회의 '발전'이라는 개념은 '완성된 어떤 사회'를 상징해 놓고 그것을 향해 나아가야 한다는 것이었다.

그 지점에서 기존에 존재해 왔던 지역, 사람의 다양한 성향과 성격을 단일한 사상과 정신, 설정된 하나의 궤도를 향해 매진해야 한다는 전제가 필요했다. 때문에 당시 설정된 궤도는 미국 중심으로 재편된 세계질서에 편입하는 것이었고, 그러기 위해서는 기존 한국의 전통문화와 역사에 대

한 근본적인 비판의식이 전제되어야 했다. 세계 질서에 편입된다는 것은 서구 중심 가치관으로의 전환을 의미했기 때문이다.

즉 기존에 존재하던 지역적, 전통적, 향토적인 것은 구시대적인 것으로 치부했고, 개선해야 할 어떤 것으로 인식시켜왔다는 것이다. 때문에 이질적인 것, 특이한 것, 다양한 것들은 축소, 왜곡, 제거하는 형식의 매커니즘이 전사회적으로 작동해 왔다.

그것이 대한민국의 발전이었고, 지금 한국의 현재를 만들어 온 것이다.

그런 의미에서 볼 때, '발전'이라는 개념은 이전보다 좋아지는 것이 아니라 완성된 사회를 지향하는 것이라 볼 수 있고, 완성된 사회를 지향한다는 것은 '동일성이 확대된다.'는 의미로 해석이 가능하다.

정리해 보자면 '발전이란 이질성의 지대가 해체되고 이질성의 폭이 축소되어 가는 과정이다.' 라고 말할 수 있겠다. 그동안 한국 정치와 법은 이러한 발전의 과정—다시 말하면 동질화의 과정—을 촉진하고 가속화하는데 복무해왔다.

이러한 맥락에서 한국사회는 지역에서 중심으로, 시골에서 도시로의 삶의 방식을 추구해 왔다.

이에 따라 한국의 전통적 가치, 예를 들면 증여, 호의, 배려를 기본으로 하는 관계공동체는 해체되고 조각조각 분리된 삶으로 상징되는 아파트공화국으로의 길을 걸어왔다.

해방 이후 현재까지는 '잘 살아보세'라는 한 가지 목적 아래 모든 것이 흡수되던 '산업화' 시대였다. 그 산업화 시대의 문화적 중심을 이루고 있는 상징적인 것을 '문화원'이라고 본다면, 이제 한국사회는 '문화원의 시대'가 이미 끝난 것이 아닌가라는 추론이 가능하다.

현대 사회를 살고 있는 시민들은 이미 산업화 시대가 아닌 민주화를 겪고, 민주주의 시대에 살고 있다.

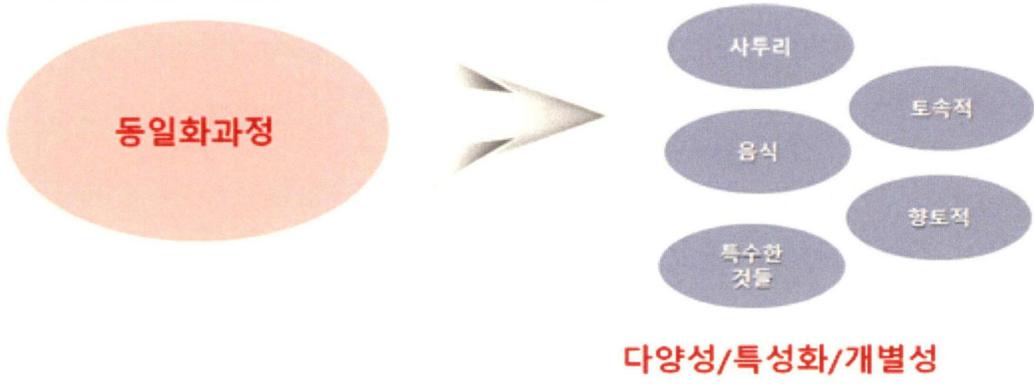
경제적 측면 보다 문화적 측면이 강조되는 시대에 이미 살고 있다.

지금 지방문화원이 사업을 추진하고 방향을 설정하고 있는 모양은 이미 삶의 질 향상을 위해 자기 투자를 하고, 보다 민주적인 삶의 가치에 대해 노력하는 사람들에게 '산업화 시대'적 가치를 들고 '나를 따르라!'하는 모양새다.

그러니 시민들이 느끼기에는 구태의연하고, 구식이라는 생각을 하고 있는 것이 아닌가 하는 것이다.

그러나 지금까지 지방문화원은 비합리주의적 아비투스로서 구성된 연고주의 네트워크를 형성하고 있었다. 행정과 조직의 강점이 기획으로 연결되지 못한 것도 사실이다.

》》 액션(Action)플랜추진배경 《《



그러나 이제 시대가 변했다.

앞서 언급했듯이 '발전'이라는 것은 이질적인 것들이 해체되고, 이질성의 폭이 축소되어 가는 과정을 뜻한다.

사회가 발전한다는 것은 특수하고 이질적인 것을 축소시키고 제거하는 방향으로 되어 간다는 것을 뜻한다.

그동안 지방문화원은 지역특성, 지역공동체, 지역정체성을 살려야 한다고 주장해 왔다. 즉 한국적 자본주의 사회에서 자본으로 물신화된 사회에서 하는 이 주장은 발전된 사회, 즉 '동질화'하는 과정과의 대결을 뜻하게 되었다.

끊임없이 보편적 가치를 위해 사회를 구성하고자 하는 '권력' 과정과 대결 해야 하는 입장이 되었다. 이 지점에서 모순이 발생한다.

》》 액션(Action)플랜추진배경 《《



앞으로 지방문화원이 지역문화를 발전시킨다는 것은 우리 지역이 다른 지역과 구별되는 특별한 점을 부각시켜 지역민들의 애향심을 고취하고, 그 점들이 '내가 이 곳에 살게 하는 이유'를 만들어 내는 것으로의 전환이 필요하다.

이제 중앙중심이 지역중심으로, 동일한 것들에서 특수한 것으로, 끊어진 관계를 공동체 회복으로, 공급자 중심을 수요자 중심으로 전환해야 한다는 것이다.

그러나 아직은 지방문화원이 지역문화에 대한 고민을 생각보다 체계적으로 하고 있지 않다고 본다.

때문에 지방문화원의 조직 및 사업운영체계를 근본적으로 변화시킬 '구도의 힘'이 필요했다.

Plan1 지역문화커뮤니티활동가양성 <품앗이안프로젝트>



- 한국문화원연합회 _ 문화체육자원봉사거점형사업공모
- 협력지역 : 시흥, 화성, 안성, 의정부
- 성과지표 : 4개 지역 품앗이안 각 20 명씩 80명 양성

**각 지역문화커뮤니티활동가 20명 x 31개 시,군
= 약 600여명의 '품앗이안'양성**

지역문화커뮤니티활동가양성(품앗이안프로젝트)는 '사람'이 중심이라는 생각을 바탕으로 지방문화원이 추진하고 있는 사업의 맥락을 다시 잡고, 장기 로드맵에 따른 프로그램 운영이 필요하다는 문제의식에서 시작되었다. 지원본부(시,도연합회)와 지원센터(지방문화원), 지역커뮤니티활동가의 개념정립을 통해 장기적으로 '지역커뮤니티활동가(품앗이안)'에 의한 지역공동체 회복과 건강한 문화생태계를 조성하고자 했다.

위의 문제의식을 바탕으로 한 밑그림과 전체 방향 설정 및 향후 추진방향에 대한 로드맵을 작성하여 국비(한국문화원연합회) 지원을 받게 된다.

품앗이안 프로젝트는 경기도 내 4개 지역, 시흥, 화성, 안성, 의정부에서 각각 20명의 시민커뮤니티활동가 80여명 양성을 목표로 하고 있다. 그리고 장기적으로 경기도 31개 시·군지방문화원으로 확대해 갈 예정이다.

문화자원봉사라는 개념이 재능기부라는 측면만을 강조해 왔다는 것에 대한 문제의식에서 출발하여 '자원봉사'라는 개념을 '자원활동'이라고 다시 정의했다. 지역주민의 자발적, 창의적, 주체적인 활동이 가능한 시스템구축 방법에 대한 고민의 연장선이다. 그리고 그것이 지역주민의 지역적 특수성이 반영된 주민 간 관계 회복에 기여하도록 하는 것에 대한 실험이라고 할 수 있다.

지역시민커뮤니티활동가(일명:품앗이안)에게는 개인 당 10만원의 시드머니가 지급된다. 그 자금으로 지역 간 분리된, 끊어진 관계를 회복시키는데 문화적인 방법을 통해 어디까지 가능할까 하는 실험을 하게 되는 것이 <품앗이안프로젝트>이다.

밑그림그리기?!

지역문화활동가양성프로젝트 추진단

파일럿워크숍 개최

지역별 커뮤니티활동전개

결과공유 및 성과분석워크숍

- 사업개념규정 및 사업로드맵 구상
- 추진프로세스 및 추진단위의 역할규정
- 교육커리큘럼 개발 및 워크숍 기획

- 지역커뮤니티활동가의 개념과 지역 내 활동방향 공유
- 프로젝트 사업의 내용과 비전 공유
- 지역커뮤니티활동 계획서 작성

- 시흥문화원 문화자원봉사단 17명
- 화성문화원 문화자원봉사단 5명
- 지역커뮤니티활동 결과보고서 제출

- 결과 공유 및 성과분석
- 향후 사업 추진방향 수립

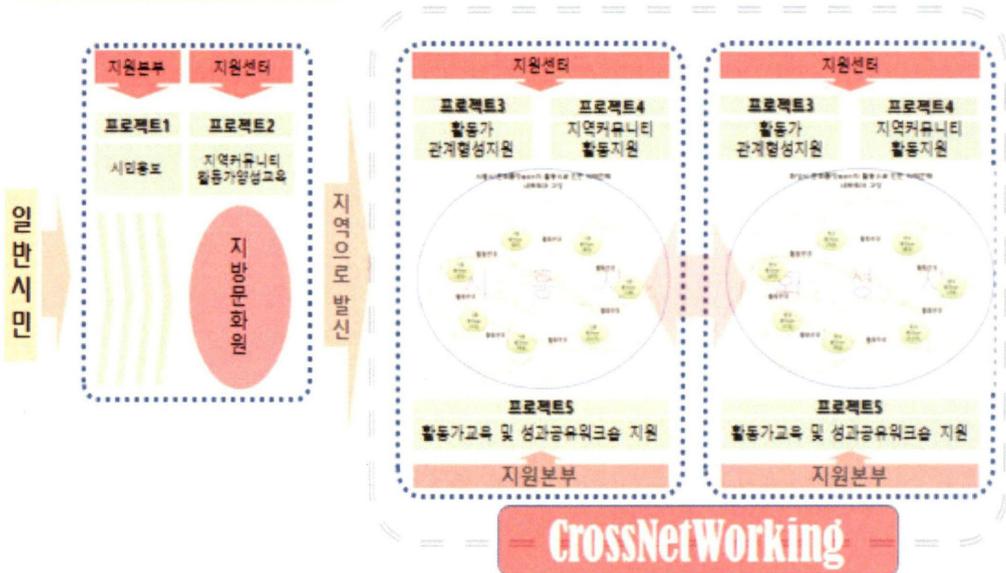
결과
보고서
발간

경기도문화재단연합회

11

그 지점에서 지방문화원은 품앗이안들을 문화원 내 조직으로 만드는 것이 아니라 지역으로의 발신과 각 지역 내 산발적으로 활동하고 있는 품앗이안 간의 연결, 그리고 도연합회의 지역 간 크로스네트워킹을 위한 방법 찾기가 동시에 추진되는 구조를 가지고 있다.

로드맵그리기!!



Plan2 지역문화전문인력 양성과정(키움프로젝트)



- 한국문화관광연구원지원 _ 지역문화전문인력양성기관으로 지정
- 지방문화원 직원역량 강화를 위한 재교육 프로그램
- 경기도지방문화원직원 대상 기획역량강화교육

**경기도 31개 시·군문화원 직원 176명을
'지역문화전문인력'으로 양성 및 인증**

본 프로젝트는 한국문화관광연구원 지역문화인력양성사업의 일환으로 경기문화재단, 부천문화재단, 성남문화재단, 경기도문화원연합회가 공동협력추진하고 있다.

지역문화 전문인력 양성을 통해 지역문화진흥을 위한 핵심 문화리더 양성이 목적이다.

경기도 31개 시·군지방문화원 직원의 역량강화를 위한 커리큘럼으로 구성, 문화정책의 흐름과 맞물린 지역문화 활성화를 위한 네트워킹 활동, 지역문화 활동가로서의 전문성 향상, 지속적인 정보교류를 통한 지역문화 전문인력 네트워크 구축이라는 구체적 목표를 설정했다.

키움프로젝트는?

방 향	패러다임 흐름파악과 전환	창조적기획(안)도출	컨설팅을 통한수정, 보완	완성
강의차시	1~2주차	3~4주차	5~7주차	8주차(수료)
세부내용	지역문화읽기와 생활문화	현장워크숍, 사례연구	참여도평가	우수사례선발
형태	강의	강의 및 답사	강의 및 컨설팅	

1년차 기초과정 20명을 선발해 현장워크숍, 사례연구, 문화기획 등 전반적인 기획역량강화를 위한 프로그램으로 구성되어 있으며 총 8강, 중간워크숍, 현장워크숍, 결과공유워크숍 등으로 운영하고 있다.

수강생들은 학습공동체를 구성해 기획서를 작성, 전문가컨설팅을 통해 수정, 보완하도록 했으며, 우수기획으로 선정된 프로젝트는 향후 경기문화재단과 경기도문화원연합회 사업에 배치되어 2018년도부터 본격적으로 사업이 추진될 예정이다.

Plan3 지역향토사학자양성사업 <경기향토문화대학>



- 경기도문화원연합회-경기문화재단경기학연구센터 협력
- 지방문화원 부설 향토문화연구소 위원 및 향토사학자 대상
- 3개년 대학과정 커리큘럼 운영

31개 시,군문화원 향토문화연구소 조직강화에 기여

본 프로젝트는 경기도문화원연합회와 경기문화재단, 경기학연구센터가 협력하여 지방문화원에 이미 조직되어 있는 향토문화연구소의 조직 강화, 활성화를 위한 지역향토사학자를 양성하는 프로젝트이다.

3년 과정을 통해 지역민들의 자발적, 주체적 활동이 가능한 구조를 만들고자 했고, 그 중심에 지방문화원 부설 향토문화연구소가 기능할 수 있는 체계를 수립하고자 하는 목적을 가지고 있다. 강의와 현장워크숍 중심으로 구성되어 있으며 총15회의 강의와 4회의 현장워크숍이 함께 진행되었고, 경기문화재단(수원 소재), 경기문화재단북부사업소(의정부 소재), 한국도자박물관(여주 소재)에서 현재 46명이 교육을 받고 있다.

경기도문화원 위상 및 정체성 강화를 위한 조직 정비 및 확대 아젠다 제안



Plan4 생활문화동아리 육성지원사업 <마을큐레이터되기프로젝트>



- 경기도지원
- 협력문화원 : 하남문화원, 의왕문화원
- 성과지표 : 각 지역 마을큐레이터 양성 20명씩

31개 시,군문화원 x 20명의 마을큐레이터
= 약 600여명 활동

본 프로젝트는 다음과 같은 문제의식에 바탕을 두고 시작되었다.

첫째, 문화원은 지역의 문화중심에 위치하였으나 그 역할이 오래된 관습에서 벗어나지 못하고 전통과 전례의 답습차원에 머물고 있지는 않은가.

둘째, 생활문화관련 사업 지원 경향이 뚜렷한 상황에서 문화원 목적사업의 일환인 향토문화 보급과 보존이라는 목적사업에 '현재성'을 담은 생활 문화적 버전이 필요하지 않을까.

셋째, 전통과 역사에 대한 학식 높은 활동가들로 구성된 활동에 집중, 주민들의 삶을 다룬 활동이 꾸준히 지속되어 왔으나 활용 내용과 방안을 구체적으로까지 설정하고 있지 않다.

위와 같은 문제의식을 바탕으로 지역을 특성화하고, 지역의 현재를 자의적, 주관적으로 규정하는 것이 아닌 보편적, 객관적인 시각으로 재구성하는 시민을 '마을큐레이터'라고 명명하고 사업을 추진하게 된다.

▣ 마을큐레이터란?

- 지역자원은 과거뿐만 아니라 현재 지역에서 살아가는 사람들의 삶의 흔적이 축적되어진 결과물로서 지역의 현재(일상)를 조사하여 지역 자원(사람, 사물, 장소, 분위기, 커뮤니티 등)을 발견하는 사람
- 발견한 지역자원을 새롭게 분류, 조합하여 현재 살고 있는 지역의 특징을 만들고, 가치를 부여하는 사람
- 역사적, 문화적, 사회적 의미를 담은 콘텐츠를 생산하는 사람

위의 개념을 바탕으로 다음과 같은 목적과 방향을 설정하게 된다.

▣ 추진 목적

▶지역 문화원이 지속적으로 지역소재 발굴 및 지역특색을 반영한 사업 기획을 할 수 있는 지원

▣ 구조 마련

▶지역을 인문학적 시각으로 재구성할 수 있는 주민 활동가양성

▶문화원과 지역 주민들의 연결망 구성으로 지역의 생활문화 활성화 지원

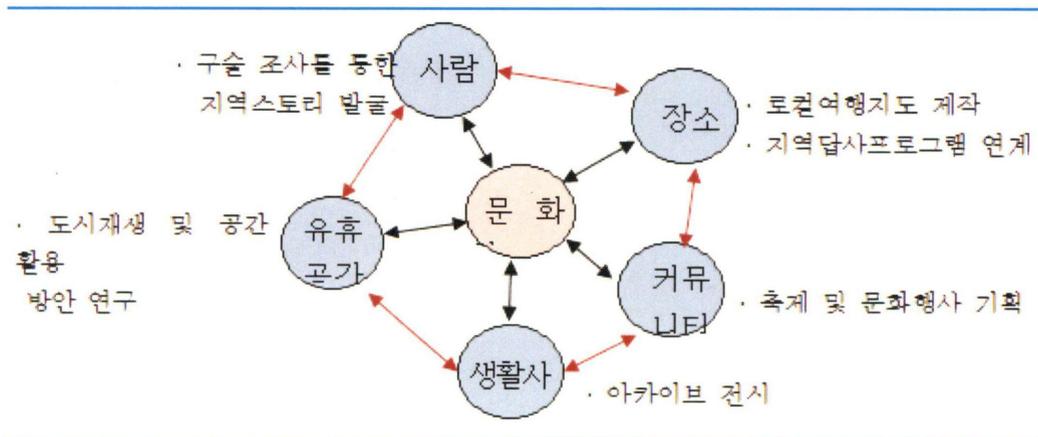
▶주민 참여와 문화원과 주민 간 상호작용에 의한 지역 의미 찾기로 지역다움 발견

▣ 추진 방향

▶비교적 도시 역사가 짧아 지역특성화가 어려운 지역을 우선 선정하여 시범 사업 형태로 진행

▶지역주민이 지역 내에서 자발적, 주체적 문화 활동을 하기까지 역량강화 프로그램 지원 (기초과정, 심화 과정으로 단계별 프로젝트 진행, 올해 기초과정 진행)

▶경기도문화원연합회 인력양성사업(향토문화연구소활성화 사업, 지역커뮤니티활동가)과 연계하여 체계적 지원 구조 마련



본 프로젝트는 경기도 지원사업으로 추진되며

의왕문화원과 하남문화원이 협력하여 문화원별 20명, 총 40여명이 양성될 예정이다.

올해 위 4개 프로젝트를 통해 약 200여명의 지역적, 주체적, 창의적, 자발적 시민활동가 및 전문 인력이 양성될 예정이다.

경기도 31개 지방문화원에는 2016년 현재 179명(문화원장 포함)의 임직원이 종사하고 있다.

지금은 일부지역이지만 이를 지속적으로 확대, 액션플랜의 각 플랜별로 20명씩 양성된다고 보면 경기도가 31개 시·군이므로,

20명 x 4개플랜 x 31개시·군 + 179명(문화원종사자) = 2,659명이

경기도 전역에 네트워크를 형성하여 건강한 지역문화생태계조성을 위해 경기도 지방문화원을 중심으로 각 부문별 활동 영역을 넓혀갈 예정이다.

경기도문화원연합회가 새로운 꿈을 꾸고 있다. 지방문화원이 자체적으로 치열한 반성을 거쳐 '문화생활지원'이라는 공급자 중심에서 '생활문화지원'이라는 수요자중심으로의 전환으로 진정한 지역문화민주주의를 이루기 위해 노력하고 있다는 말을 하고자 하는 것이다.

주체적, 자발적, 창의적 시민들이 지역의 색깔을 가지고 활동하는 활동가를 육성하고자 하는 것이다.



위 그림에서처럼 A라는 삶에서 A'로 변화되는 '바로 이 지점'에 그동안 문화원 직원이 있었다면 이제는 시민활동가가 그 역할을 하도록 구도를 짜는 것이 본 프로젝트의 핵심이다.

2017 경기도 지역문화전문인력 양성과정
〈경기 문화인력 키움프로젝트〉 결과보고서

발행처 | 경기도문화원연합회

발행인 | 엄상덕

편집인 | 최영주

진행 | 오미경

총괄멘토 | 신희영

주최 | 문화체육관광부

총괄주관 | 한국문화관광연구원

공동주관 | 경기도문화원연합회, 경기문화재단

주소 | 경기도 수원시 팔달구 인계로 178 경기문화재단 6F

전화 | 031-239-1020

팩스 | 031-239-3785

홈페이지 | <http://www.kccfgg.org>

발행일 | 2017년 12월 31일

디자인제작 | 글그림

주 최  문화체육관광부

총괄주관  한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

공동주관  경기도문화원연합회 
경기문화재단

본 결과보고서는 2017년 국고보조금으로 제작되었습니다.(비매품)