

연구보고서

경기지역 창작촌 활성화를 위한
‘창작촌 네트워크’ 조직화 컨설팅 보고서

2007. 1. 15

미술생태연구소

< 목 차 >

1 장, 연구의 목적과 내용

- a, 연구의 목적과 시기적 의미
- b, 연구의 방법과 내용
- c, 연구대상

2 장, 창작촌에 대한 개념적 이해

- a, 창작촌들의 공진화 현상과 전망
- b, 경기지역 창작촌의 유형적 분석
- c, 이상적인 창작촌 운영의 사례

3 장, 창작촌 운영상의 문제와 해결방식

- a, 창작촌이 부딪히는 문제들과 해결방식
- b, 문제해결의 공통점과 발전단계의 구조화

4 장, 창작촌 네트워크의 기능과 조직화 모델

- a, 네트워크의 기본 방향
- b, 온라인 플랫폼
- c, 오프라인 센터
- d, 현실적으로 해결해야 할 문제들
- e, 창작촌 네트워크 활성화를 위한 경기문화재단의 역할

5 장, 2007 창작촌 네트워크 사업기획안

- a, 온라인 / 창작촌 네트워크 블로그 운영안
- b, 오프라인 / 창작촌 페스티벌 기획안

* 참고문헌

* 참고자료 / 2006 창작촌 네트워크 조직화를 위한 기초설문조사 양식

1 장, 연구의 목적과 내용

a, 연구의 목적과 시기적 의미

경기문화재단에서는 문화예술인들이 운영하는 창작촌들과 지속적인 접촉을 통해 현장의 크고 작은 변화들을 연구해왔다. 이러한 연구들은 그에 따른 성과들이 축적되어감에 따라 창작촌에 대한 새로운 비전을 구체화시켜가는 과정으로서 매우 의미있다고 생각한다.

본 연구보고서 이전에 지난 2005년 경기문화재단에서 실시한 ‘경기지역 창작촌 운영 활성화를 위한 컨설팅 보고서’는 창작촌들 중 4개 단체를 중심으로 각 창작촌에 대한 컨설팅 결과를 주 내용으로 하고 있다. 이 보고서는 창작촌들의 개별적인 문제점과 그에 대한 해결 및 개선점을 살펴보는 데 중점을 두고 있으며 이는 각 창작촌의 운영과 전망을 파악하기 위해서는 유의미하다고 본다.

그러나 그 사이에 창작촌 운영자들의 마인드와 운영프로그램들은 계속 진화하고 있고 창작촌을 둘러싼 제도적, 문화적 환경도 점차 변모하고 있다. 특히 각 창작촌 관계자들은 이제까지 개별적으로 창작촌을 운영해 오면서 겪은 여러가지 한계를 절감하고 보다 현실적으로 도움이 되는 창작촌 네트워크의 필요성에 대해 공감하고 있는 상황이다. 더구나 질적으로 좋은 프로그램들을 운영하면서도 지속적인 재정난에 처해 있는 창작촌들은 자생력을 확보하는 방법을 발견하지 못할 경우 향후 몇 년 이내에 소멸할 가능성도 무시할 수 없는 실정이고 경기지역 폐교에서 운영되는 창작촌들은 존립기반인 폐교가 매각 대상이라는 점 때문에 항상 미래에 대한 불안감을 떨치지 못하고 있는 형편이다.

그래서 지난 2005년 보고서의 분석을 기초로 삼아 2006년에는 한 발 더 나아가 창작촌들이 가지고 있는 공통의 과제와 문제점들을 메뉴얼화하여 2007년에 실제로 공공적인 해결을 할 수 있는 공동의 방법론을 모색할 필요가 있는 것이다. 이는 현단계 창작촌 진화과정에서 실현가능한 실용적인 창작촌 네트워크 운영방안을 마련하는 것을 의미할 뿐만 아니라 창작촌들의 프로그램이 적극적으로 개발, 유통, 확산되고 인력이 교류되는 기능을 중심으로 담당할 온-오프라인 플랫폼이 만들어짐을 의미한다. 또한 궁극적으로 창작촌 네트워크가 경기지역 창작촌들의 자생력을 굳건하게 만드는 매개체 역할을 할 것으로 기대된다.

b, 연구의 방법과 내용

본 연구보고서의 전개과정과 연구방식 및 내용을 살펴보면 다음과 같다.

2장 ‘창작촌에 대한 개념적 이해’에서는 온-오프라인에서 가능한 창작촌 네트워크의 모델을 제시하기 전에 우선 창작촌에 대한 보편적인 개념을 새로운 시각으로 제시할 필요가 있다고 본다. 그것은 현재진행 중인 다양한 창작촌들의 생성현상과 의미를 파악하고 창작촌의 새로운 사회적, 문화적, 예술적 역할과 비전에 대해 논하면서 좀 더 분명해질 것이다.

그리고 창작촌을 지리적 특수성 중심으로 농촌형, 도시주변부형, 도시내부형 등으로 나누고 프로그램 운영의 특수성면에서는 교육, 축제, 학술, 레지던스, 전시 등으로 나누어 창작촌의 운영 유형을 분석한다. 이는 경기지역 창작촌들이 정착해 나가는 여러 가지 방식을 이해하는데 유효한 연구과정이라 생각한다.

또한 ‘자연과 예술의 조화’를 모토로 생태형 미술관, 레지던스, 학제간 교류 프로그램들이 이상적으로 함께 운영되는 독일의 ‘인젤 홈브로이히’에 대해 소개하고 그 장점들을 살펴본다.

이러한 예는 우리나라의 창작촌들이 발전해 나가야 할 방향성을 제시해 주는 데 매우 중요한 의미가 있다.

앞부분에서 주로 창작촌에 대한 보다 보편적인 논의를 한다면 3장 ‘**창작촌 운영상의 문제와 해결방식**’에서는 경기지역의 창작촌 네트워크가 상시적이고 장기적으로 활발히 소통되는 현실적인 운영방안을 마련하기 위해서 경기문화재단이 지원하는 창작촌 10 곳을 주요 대상으로 삼아 현장탐방, 인터뷰, 설문조사, 문헌연구, 포스트포럼 등을 실시하여 창작촌들의 보다 미시적인 현실을 파악한 결과물에 대해 살펴본다.

특히 설문조사를 통해 창작촌들의 공간, 재정, 프로그램, 인력, 마케팅 운영방식을 보다 세밀히 파악함으로써 창작촌들이 형성되고 진화하는 과정에서 발생하는 다양한 문제들에 대한 해결방식을 분석하는 주요 자료로 삼는다. 그리고 이 분석의 결과는 주로 도표, 수치화 등을 통해 표시된다. 또한 창작촌들이 각종 문제를 해결해 나가는 진화과정의 공통분모를 추출하고 시각적 이미지를 사용하여 창작촌 준비기, 오픈초기, 발육기, 도약기로 일목요연하게 메뉴얼화하는데 이는 향후 창작촌 운영과정 혹은 또 다른 새로운 창작촌 건설과정에서 발생하는 비슷한 문제를 대처하는데 매우 유용하게 쓰일 것으로 기대된다.

그리고 4장 ‘**창작촌 네트워크의 기능과 조직화 모델**’에서는 우선 네트워크를 형성하기 위한 기본적인 마인드와 방향성에 대해 논하고 그 다음으로 창작촌들이 가지고 있는 여러 문제를 보다 효율적으로 해결하고 창작촌들의 활동을 더욱 실질적으로 지원할 수 있는 창작촌 네트워크에 대한 운영개념을 제시한다.

창작촌 네트워크 운영방안은 온-오프라인으로 나누어지는데 온라인 운영방안은 특히 창작촌들의 공동 홍보와 마케팅에 초점이 맞추어질 것이다. 현재 경기문화재단에서 운영하는 창작촌 홈페이지는 창작촌들에 대한 매우 소박한 소개 정도에 그치고 있고 홈페이지 형식 또한 인터넷에서 진화하고 있는 대중적인 모델들과는 거리가 먼 진부한 모습을 하고 있다. 그러므로 창작촌 네트워크의 온라인 운영방안은 상당수의 창작촌들이 절실히 필요로 하는 대중적인 홍보와 마케팅이 잘 이루어지도록 하는데 중점을 둔다.

또한 오프라인 창작촌 네트워크에 대해서는 경기지역 창작촌들이 자발적이고 공동으로 운영할 수 있는 방안을 제시하는데, 창작촌 네트워크의 조직, 인력, 주요활동, 예산, 장소 등의 운영에 대해 기술하고 특히 창작촌들이 함께 할 수 있는 프로그램 개발과 교류, 홍보와 마케팅, 인력공급과 지원, 행사개최 및 다양한 공동체 실험 등에 대한 의견을 피력한다.

그리고 창작촌 네트워크를 만들기 위해 먼저 현실적으로 해결해야 할 재정, 인력, 장소 등의 문제들을 지적하고 창작촌 네트워크의 활성화를 위한 경기문화재단의 역할에 대해서도 중개, 연구, 재정후원 부문으로 분류해 구체적으로 제안한다.

마지막으로 5장 ‘**2007 창작촌 네트워크 사업기획안**’에서는 2007년에 오픈하여 운영할 온라인상의 블로그에 대한 구체적인 기획안을 제시하고 또 오프라인 사업으로서 창작촌 페스티벌 기획안을 수립하여 2007년에 경기지역 창작촌들이 힘을 모아 실제로 창작촌 네트워크 사업의 하나로 해나갈 수 있도록 한다.

본 연구의 목적은 무엇보다도 열악한 상황에서 운영되고 있는 경기지역 창작촌들의 실태를 단지 분석하는데 그치지 않고 현실적으로 실현가능한 수준에서 도움이 되는 해법을 제시하는데 있다. 그러므로 연구방법과 내용에 있어서도 기성의 이론적 틀에 치우친 분석보다는 실용적인 대안을 제시하고 실제로 사용가능한 사업기획안을 수립하는 데 역점을 둔다.

c, 연구대상

창작촌 네트워크에 대한 연구대상은 경기지역에 자리잡은 창작촌들로서 특히 2006년 경기문화재단이 지원하는 10개의 창작촌이다. 그러나 10개의 창작촌들 중 하제마을은 네트워크에

긍정적인 반응을 보이지 않아 현장방문을 통한 의견청취를 했으며 그대신 2006년 지원대상에서는

제외되었으나 창작촌 네트워크에 적극적인 관심을 가지고 있는 왕곡천 예술인마을을 포함시켰다.

연구대상인 경기지역의 창작촌 리스트는 다음과 같다.

창 작 촌 명	대표 / 실무자	소 재 지
아름다움 만들기	대표 권영환	경기도 가평군 가평읍 개곡 2 리 562-2 개곡분교
현대도예문화원	사무 박근수	경기도 가평군 북면 화악리 545
한수문화원	대표 박건영	경기도 양평군 양동면 금왕리 19
창문아트센터	대표 박석윤	경기도 화성시 수화동 235
우음도 생태문화학교	대표 최오진	경기도 화성시 송산면 고정 3 리 1250-4
밀머리 미술학교	대표 박찬국	경기도 여주군 점동면 당진리 262-1
안성문화마을	대표 유승열	경기도 안성시 금광면 현곡리 54
비닐하우스 AA	사무 이원정	경기도 고양시 덕양구 원흥동 산 33-1
왕곡천 예술인마을	대표 김문석	경기도 의왕시 왕곡동 127A-1
구산오픈스튜디오	사무 이원석	경기도 고양시 일산서구 구산동 259-2
하제마을 창작스튜디오	대표 권창호	경기도 파주시 조리읍 봉일천리 62-233

그리고 경기지역은 아니지만 2006년 제 2회 문화예술인 창작촌 포럼에 사례발표로 초청된 청주의 창작스튜디오 ‘하이브’와 부산의 대안공간 ‘오픈스페이스 배’도 간접적인 연구대상에 포함되었다. 청주의 창작스튜디오 하이브와 부산의 오픈스페이스 배는 현장 방문과 대표자, 실무자들과의 인터뷰를 통해 운영현황을 파악하면서 경기지역의 창작촌 경우와 다른 점 그리고 비전 등에 대해 의견을 나누었다. 하이브와 배는 앞으로도 경기지역 창작촌들과 지속적인 교류가 예상된다.

2 장, 창작촌에 대한 개념적 이해

a, 창작촌들의 공진화 현상과 전망

1) 지역문화의 발화점으로서 창작촌

현재 생성 중인 다양한 문화현상을 특정한 범주로 묶거나 개념화하는 작업은 달아나는 토끼를 뒤쫓으며 올가미를 던지는 것처럼 쉽지 않다. 말하려는 대상을 규정하는 순간 그 대상은 끊임없이 다른 모습으로 진화해 가기 때문이다. 현재진행형인 ‘창작촌’이라는 현상을 논하는 문제도 이와 다르지 않다.

문화예술촌, 예술인마을, 창작촌, 창작스튜디오 등은 우리가 함께 이야기하려는 문화적 현상을 지칭하는 여러 단어들이다. 그 중에서도 ‘창작촌’은 어느새 의미의 적합성과는 무관하게 대표적인 명사로 회자되고 있다. 그러나 창작촌의 의미를 ‘전문인들의 창작활동’ 뿐만 아니라 ‘창의적으로 무언가 만들어내는 활동을 하는 곳’으로서 소박하게 규정한다면 굳이 틀린 말도 아니라고 생각한다. 실제로 창작촌들이 운영되는 현장을 방문하여 살펴보면 ‘전문인들의 창작’이라는 좁은 의미로 담아내기에는 창작촌들의 활동내용이 너무나 다채롭다는 생각을 하게 된다.

그곳엔 전문예술인들의 창작을 위한 레지던스와 워크숍 그리고 교육프로그램이 있는가 하면 학생이나 가족들을 대상으로 하는 다양한 문화예술교육과 체험프로그램들도 운영된다. 또 작가들이 모여 창작공간을 꾸리거나 예술프로젝트를 기획하면서 한편으로는 창작물의 전시와 판매에도 신경을 쓴다. 더구나 상당수의 창작촌들은 지역에 정착하면서 주민들과 함께 축제를 벌이고 그 지역에서 생산된 특산물을 도시인들에게 판매하는 매개체 역할까지도 한다.

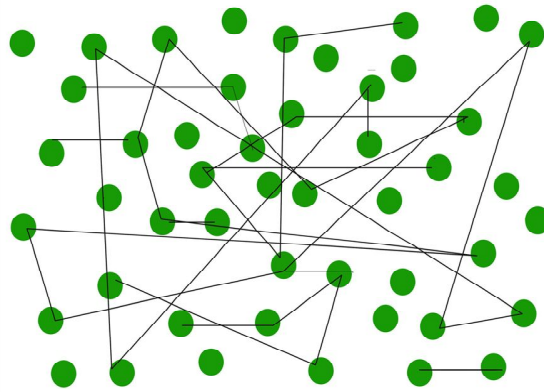
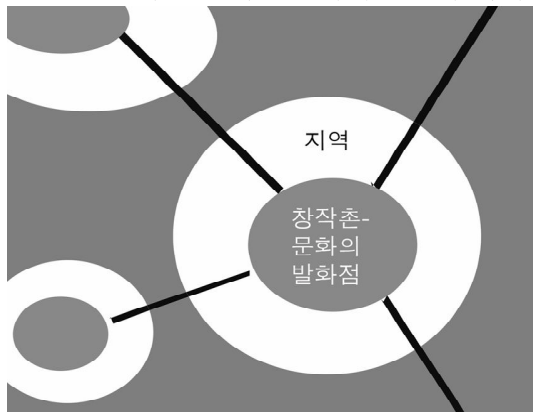
하지만 창작촌들의 이런 다양한 활동에서도 공통점은 발견된다. 무엇보다도 복합문화공간처럼 진화해가는 창작촌들이 각 지역문화의 발화점’으로서 중심적인 역할을 톡톡히 해내고 있다는 점이다.

창작촌은 정주한 위치에 따라 대체로 도시내부형, 도시주변부형, 농촌형으로 나눌 수 있는데 도시내부와 주변부의 공동화된 지역이든 폐교가 있는 소외된 농촌이든 창작촌들이 뿌리를 내리기 시작하면 그 지역이 다시 활기를 띠고 서서히 문화적 정체성을 찾아나가는 현상을 목격하게 된다. 도심의 옛 공장지대나 도시외곽의 창고형 건물들은 이제 예술인들의 주요 서식지가 되어가고 있고 농촌의 폐교와 축사 등은 이미 예술인들의 상상력으로 개조된지 오래다. 이러한 곳에서 예술인들은 창작과 교육을 하고 성과물을 선보이며 축제를 연다. 이러한 에너지는 문화적으로 소외된 지역에 신선한 자극을 선사하고 움츠러든 지역민들의 마음을 열어젖혀 침체된 공동체의 생명력을 되살리게도 한다. 특히 쇠락한 농촌에 자리잡은 창작촌들은 항상 쾌적한 자연환경을 동경하고 문화적으로 갈증을 느끼는 도시인들을 끌어들이는 가능성이 많아 지역의 활기를 되찾는데도 기여하고 있다.

이러한 상황은 사회적으로 창작촌과 예술의 역할이 얼마나 중요한 의미를 갖는지 일깨운다. 물론 창작촌 운영자들이 초기에 이러한 목적을 염두하고 창작촌을 시작하지 않았을지라도 정착하는 과정에서 그 지역의 사회적, 문화적 상황과 예술적인 내용들을 여러 각도로 접목시키면서 창작촌의 존재를 의미있게 맥락화해 나갔다고 본다.

그리고 현재 여러 지역에서 운영되는 창작촌들은 교류를 통해 서로 정보를 주고 받으며 점차 네트워크화 되어가고 있고 국내외의 또 다른 지역에서 태어날 새로운 창작촌들의 모델이 되기도 한다. 이는 각 창작촌의 역할이 해당지역내에서만 머무르지 않는다는 점을 의미한다.

이렇게 지역적인 맥락 속에서 문화예술의 발화점으로 뿌리내리면서도 지역의 한계를 넘어서는 활동을 펼치는 창작촌들이야말로 우리가 주목하는 대상이다.



2) 반응과 촉매 그리고 네트워크화

최근 현대과학의 성과 중에서도 복잡계(**komplex system**) 이론은 자연현상 뿐만 아니라 경제계와 문화계처럼 인간이 영위하는 사회현상까지도 해석하는 데 매우 흥미로운 관점을 제공한다. ‘복잡계’는 말 그대로 우주가 질서와 혼돈이 뒤섞인 매우 복잡한 카오스모스이고 그런 모습 속에서 자기조직화의 원리에 의해 진화한다는 의미이다. 어떤 시스템이 외부의 간섭없이 스스로 새로운 질서를 만들어내는 과정을 자기조직화라고 할 수 있는데 이를 이루기 위해서는 반응과 촉매역할을 하는 요소들이 필요하다. 이러한 내용을 복잡계이론에서는 보통 ‘단추와 실’의 실험으로 보여준다. 예를 들어 20 개의 단추들이 서로서로 반응과 촉매역할을 하면서 실로 연결되어 가다가 2분의 1 인 10 여개를 넘어 연결되면 급격한 전이를 통해 전혀 새로운 차원의 그물망이 형성되는 것을 보게 된다(스튜어트 카우프만.2002.p100 참조). 복잡계 이론에서는 새로운 생명의 탄생을 이러한 비유적 실험을 통해 설명한다.

단추와 실의 비유를 통해 우리는 또 다른 상상력을 발휘할 수 있다. 자기조직화의 원리가 생명의 자연스러운 법칙이라면 하나의 문화적 현상으로서 창작촌들의 발생과 진화의 과정도 크게 다르지 않다고 생각한다. 대체로 1990 년대 중후반부터 2000 년대 초반까지 형성된 경기도내의 창작촌들은 그동안 각 지역에서 뿌리를 내리기 위해 많은 노력을 해왔으며 이제 프로그램의 다양화와 경영의 합리화 그리고 보다 유용한 정보의 교류 등을 고민하는 단계에 와 있다. 이런 고민의 과정에서 필연적으로 경기지역 창작촌들 사이에는 서서히 인적 네트워크들이 생겨나고 본보기가 될 만한 좋은 운영사례에 대해 함께 반응하면서 또 새롭게 형성되고 있는 창작촌들에게 영향을 주는 촉매역할도 하고 있다. 바로 이 반응과 촉매의 과정은 본격적인 네트워크가 형성되기 전단계를 보여준다.

물론 사회적 육체로서 의미있는 네트워크는 저절로 이루어지지 않는다. 반응과 촉매역할을 하는 창작촌들 서로가 네트워크적인 협업을 하려는 관심과 마인드를 가지고 있어야 하고 공유할만한 비전과 그에 따른 실현의지를 보여야 가능할 일이다. 앞서서도 언급한 바와 같이 대부분의 창작촌들은 지역문화의 발화점 역할을 하고 있기 때문에 정착과정에서 이미 해당 지역의 많은 사람들이나 다양한 단체들과 네트워크적인 협업을 한 경험이 있고 또 그 중요성에 대해서도 익히 알고 있다. 이러한 점은 ‘창작촌 네트워크’가 형성되기 위해 필요한 기초조건이 이미 갖추어져 있음을 의미한다.

그리고 경기지역의 창작촌들을 방문하면서 자주 느끼는 것 중의 하나는 무엇보다도 각 창작촌 운영자들이 그 동안 알차게 꾸려 온 프로그램이나 창작물들의 내용이 상당히 풍부하다는 점이다. 서로 주고 받을 콘텐츠가 충분하다는 점 역시 네트워크를 위해서는 매우 고무적인 일이다. 이런 상황에서 창작촌들의 네트워킹이 이루어진다면 분명히 시너지 효과를 불러일으킬 상황이

많으리라 생각된다. 이제 창작촌들이 할 일은 각 창작촌의 발전에 도움이 될 만한 네트워크의 비전을 함께 만드는 것이다.

3) 창작촌 네트워크를 통한 공진화의 전망

자생적인 창작촌들의 형성, 창작촌들의 활동에 대한 상호반응과 촉매 역할, 창작촌 간의 네트워킹으로 이어지는 움직임의 과정들은 결국 창작촌들의 공진화(coevolution)를 발생시킨다. 공진화란 모든 행위자가 환경에 적응하기 위하여 행하는 반응들이 다른 행위자에게 영향을 미치며(복잡계네트워크.2006.p444) 함께 진화하는 것을 말한다. 창작촌들은 한국사회의 제도적인 한계 속에서 운영되지만 좋은 싫든 그 제도적인 영향을 활용하면서 앞으로 나아가고 있다. 특히 지역사회에 뿌리내리고 운영되는 대부분의 창작촌들은 관청이 허가하는 법적인 한계 내에서 운영되지만 또 시간이 지나면서 관청의 지원을 받는 상황도 만들어 가고 있다. 그리고 지역사회의 관습이나 문화적 분위기에 적응하면서도 다시 그 지역 문화를 추동하는 구심점 역할을 하는 것도 상당수의 창작촌들이 공진화의 과정에서 보여주는 공통적인 모습이다.

이렇게 공진화를 위해 영향을 주고 받는 요소들은 창작촌을 둘러싼 지역사회의 제도, 문화, 인간관계 등으로 다양하지만 창작촌들이 활동하면서 생산해내는 여러가지 프로그램들이 결국 창작촌 간의 직접적인 자극제가 된다. 이러한 자극은 각 창작촌이 자기정체성을 고민하도록 만드는 계기가 되고 독자적이고 독특한 프로그램 개발에 대한 고민을 가속화 시킬 수 있다. 하지만 한편으로는 좋은 자극이 타지역 창작촌의 프로그램을 간단히 모방하거나 답습하는 결과를 초래하여 대부분의 창작촌들에서 비슷한 프로그램이 운영되는 상황을 만들어내기도 한다. 창작촌 간의 네트워킹은 이런 프로그램 모방현상을 미연에 방지하고 조정하는 매개체 역할을 할 것으로 예측된다. 왜냐하면 창작촌 운영자들이 지속적인 만남을 통해 서로간의 정체성을 확인하고 각각의 프로그램들에 대해 비교해가는 과정에서 자연스럽게 단순한 차원의 프로그램 모방에 대해 비판적 시각을 갖게 될 것이기 때문이다. 이런 모습은 창작촌 간의 네트워킹을 통한 공진화의 긍정적인 면이다.

창작촌들이 네트워킹을 통해 보다 발전적인 방안을 모색하려는 움직임은 창작촌들만의 장점과 환경을 만들어가기 위한 자기조직화 현상이다. 이는 매우 고무적인 일이다. 상당수의 창작촌들이 불안정한 공간과 재정 문제를 안고 있지만 이렇게 불안한 상태가 오히려 창조적인 해법을 찾는 활동을 불러 일으키고 있다. 긴장감 없는 안정의 지속은 결국 쇠퇴를 의미하기 때문이다. 창작촌들이 서식하기 적합한 환경을 개척해 나가고 문화예술계 내에서 새로운 지형을 형성해 나가는 행위는 아무도 예상치 못한 문화적 지도를 그려낼 수도 있다.

물론 창작촌들이 네트워킹하는 과정에서 몇가지 경계해야 할 점들이 있다. 첫째로 응집력이 강하고 안정된 조직을 만들려는 노력이다. 복잡계 이론의 관점에서 보면, 종전의 관점과 달리 안정적이고 응집력이 강한 조직은 오히려 쇠퇴한다(최창현.2005.p126). 응집력이 강하고 안정된 조직일수록 급변하는 환경에 적응하는 유연성이 결여되고 새로운 네트워크를 형성시키는 데 방해가 되는 배제의 논리를 강조한다. 다양한 정보가 넘쳐나고 변화가 극심한 이 시대에 유연성 없이 닫힌 조직은 내부의 에너지가 소진되는 즉시 죽음을 맞이하기 마련이다. 그리고 한가지는 굳건하고 빈틈없는 조직일수록 장기적인 청사진을 뚜렷히 하려는 경향이 있는데 이 역시 매우 고답적인 발상이다. 창작촌을 둘러싼 모든 환경들은 끊임없이 개변되어가고 창작촌들 스스로의 활동도 매우 유동적인 창조의 과정이다. 장기적인 비전만 고집한 나머지 환경의 다양한 변화를 무시하거나 무감각해지는 우를 범해선 안된다.

가장 좋은 네트워크 방식은 창작촌들이 좋은 정보들을 공유하고 때로는 단기적인 목표를 이루는데 협력하면서 느슨하게 열린 관계망을 형성하는 것이다. 이런 과정을 통해 각 창작촌은 네트워크로부터 오는 의무적인 압력이 아닌 끊임없는 신선한 자극을 자양분으로 삼아 자신만의

고유한 진화를 계속해 나갈 수 있게 된다. 공진화의 과정과 결과는 어느 누구도 예측하기 힘들다. 그러나 분명한 것은 혼돈으로부터 창발성이 발현되고 미래가 예측가능한 안정상태에서는 창조적 에너지가 감소한다는 점이다. 끊임없이 혼돈의 경계를 지향하는 네트워크 방식이야말로 창작촌의 의미를 시들지 않게 할 것이다.

b. 경기지역 창작촌의 유형적 분석

앞에서 창작촌 현상이 보여주는 여러가지 문화적 의미와 전망 등에 대해 살펴 보았다. 이제 창작촌에 대한 보다 구체적인 상황을 분석해보기로 한다. 여기서는 우선 창작촌들의 활동 내용이나 활동 지역을 크게 분류해 봄으로써 각 창작촌이 가지고 있는 성격과 활동의 의미를 정리해 보는 데 목적이 있다. 무엇보다도 경기지역에 운영되고 있는 창작촌들은 단순한 범주만으로 묶을 수 없을 만큼 다채로운 활동을 보여주고 있으며 창작촌들 사이의 거리도 대체로 상당히 멀기 때문에 먼저 각 창작촌의 위치와 활동내용을 파악하여 좌표 위에 올려 놓는 것이 순서라고 생각한다. 그럼 지리적 위치와 프로그램 운영에 따른 분류를 통해 창작촌의 성격과 그에 따른 문제들을 살펴보자.

1) 지리적 위치에 따른 분류와 공통적인 문제

표 1 / 지리적 위치에 따른 분류			
	농촌형	도시주변부형	도시내부형
창작촌명	아름다움 만들기 (폐교이용) 현대도예문화원 (폐교이용) 창문아트센터 (폐교이용) 밀머리 미술학교 (폐교이용) 우음도 생태문화학교 (폐교이용) 안성문화마을 (초기 폐교이용) 한수문화원 (초기 폐교이용)	구산 오픈스튜디오 하계마을 왕곡천 예술인마을	비닐하우스 AA

표 1 을 보면 가장 눈에 띄는 점이 바로 농촌에 대부분의 창작촌이 자리잡고 있다는 것이다. 이러한 결과는 당연하게도 농촌에 위치한 창작촌의 대부분이 폐교에 자리잡고 있음을 의미한다. 농촌형에 분류되어 있는 창작촌들 중 현재 한수문화원과 안성문화마을을 제외하고 모두 폐교를 활용하여 창작촌 운영을 하고 있다. 물론 안성문화마을도 원래는 폐교를 활용하다가 그 자리에 연수원이 세워지면서 바로 옆 현재의 위치에 가건물을 세워 운영되고 있고 한수문화원도 현재의 자리로 오기 전 1994 년 창립부터 1999 년까지는 개군면 석장리 폐교 석장초등학교와 개군면 상자포리 자택 및 개군농협 지하공간을 이용하여 활동했었기 때문에 농촌형 창작촌들과 폐교는 필연적인 관계가 있다고 할 수 밖에 없다.

폐교에 자리잡은 창작촌들은 대체로 고즈넉하고 깨끗한 자연환경을 장점으로 꼽고 있지만 개인적으로 용도변경이 불가능한 것이나 공간의 불안정성을 근본적인 단점이라고 말하고 있다. 특히 공간의 불안정성을 말하는 이유는, 현재 경기지역에서 폐교를 활용하는 창작촌들은 언제든지 공개입찰을 통해 매각대상이 될 수 있기 때문이다. 더구나 문제는 현재 폐교를 운영하는 이들에게 매입우선권이 있는 것도 아니지만 폐교운영이 여러모로 잘 되고 있다면 땅값이 터무니없이 올라가면서 폐교 운영자가 매입할 수 있는 가능성은 더욱 희박해진다는 점이다. 이것은 결국 이제까지 폐교에 공을 들여 창작촌을 운영해 온 이들의 희망을 앗아가는 상황을 의미한다. 그래서 경기지역의 폐교활용 창작촌 운영자들은 현장방문이나 포스트포럼과 같은 모임이 있을 때 마다 계속해서 불안감과 걱정을 토로했고 대책을 논의하는 모습을 보였다. 그래서 결국 4 차 포스트포럼에서는 경기지역 창작촌 네트워크를 통한 공동사업 외에도 폐교활용 관계자들만 따로 모임을 갖고 대책을 마련해가는 모임을 갖기로 협의했다.

다음으로 경기지역에서 많은 비중을 차지하고 있는 창작촌 형태는 도시주변부 형이다. 일산시의 변두리와 농촌지역의 중간지역에 자리잡은 구산 오픈스튜디오나 파주시 외곽의 하계마을은 한적한 근교에서 창작촌이 운영되고 있다. 단, 왕곡천 예술인마을이 자리잡은 위치는 주변환경으로 보았을 때 농촌형과 도시주변부형의 중간정도에 있다고 해야 타당할 것이다. 하지만 왕곡천은 농촌형의 창작촌보다는 거리상으로도 도시에 더 가깝다고 할 수 있기 때문에 도시주변부형으로 분류하였다.

도시주변부형의 창작촌들에서 볼 수 있는 가장 큰 공통점은 작가들의 작품활동을 위한 작업실 기능을 하고 있다는 것이다. 이렇게 도시주변부에 작업실을 마련하는 이유는 서울 도심으로부터 접근성이 용이하면서도 도심과는 단절된 느낌을 주는 쾌적하고 조용한 환경과 상대적으로 저렴한 임대료 때문이다. 구산 오픈스튜디오는 구산동 지역에 24명의 작가들이 모여 있는데 대체로 조각가들이 많아 주로 큰 창고형 스튜디오를 운영하고 있다. 하계마을과 왕곡천 예술인마을은 구산 오픈스튜디오에 비해 소규모의 작업실들이며 한 곳에 모여 여러 채의 건물을 함께 나누어 사용하고 있다.

폐교를 활용한 창작촌들에 비해 도시주변부에 자리잡은 창작촌들의 공간문제는 상대적으로 안정적인 편이지만 이곳에도 고민거리가 상존하고 있다. 예를 들면 왕곡천 예술인마을은 그린벨트 내의 폐축사를 개조한 공간으로 불법건축물로 분류되어 있어 지속적인 공간확보가 보장되지 못한 실정이며 시설의 개보수에도 한계가 있다. 이런 까닭에 의왕시 도시계획과에서 몇 차례 철거를 명령하기도 했지만 의왕시 문화공보과와 시장에게 이해를 요청하는 노력을 하며 작업공간을 운영해가고 있다. 또 구산 오픈스튜디오는 서울의 홍대와 인사동 지역 뿐만 아니라 파주 출판도시와 헤이리 예술마을이 가깝기 때문에 장기적으로 공동의 콘텐츠를 개발할 잠재력이 있다는 장점도 있지만 구산동 일대가 원주민 마을의 분위기에 전원마을, 창고형 건물 등으로 난개발이 이루어지면서 최근 지가상승, 임대료 상승현상이 일어나고 있는 점이 염려스럽다. 결국 구산동 지역에 작업을 열심히 하는 작가들이 더 많이 모여들어 명실상부한 예술인마을로 활성화 되기를 바라는 작가들의 기대와는 반대로 난개발로 인해 구산 오픈스튜디오도 미래가 그리 밝지 않은 상태가 되어버렸다.

마지막으로 도시내부형으로 분류된 비닐하우스 AA도 매우 특이한 경우를 보여준다. 도시내부형이라고 하지만 비닐하우스 AA도 고양시의 변두리 지역과 서울시가 만나는 접점에 위치해 있어서 도시주변부형에 가까운 한적한 곳에 자리잡고 있다. 그러나 구산 오픈스튜디오나 왕곡천 예술인마을보다는 교통면에서 훨씬 도심에서 가까운 거리(지하철에서 5분 거리)에 자리잡고 있어서 도시내부형으로 분류하였다. 종합해보면 경기지역 창작촌들이 자리잡고 있는 곳들은 대부분 도시의 변두리 지역부터 도시근교와 농촌에 걸쳐 있다.

작가 전주천이 자신의 사유지에 설립한 비닐하우스 AA는 말 그대로 비닐하우스 2동에서 대안미술교육을 해나가고 있는데 일반 미술대학과는 상당히 다른 커리큘럼으로 주목을 받고 있다. 비닐하우스이기 때문에 프로그램 참여자들이 어느정도 자신들의 성격에 맞게 이용하는 데 큰 부담은 없지만 여름이나 겨울에는 날씨 때문에 편안하게 이용하기 힘든 점도 많다. 그리고 공간사용 문제와 관련해서 비닐하우스 AA 출신 작가의 다음과 같은 말을 들어보면 비닐하우스 AA가 겪고 있는 문제를 분명히 알 수 있다.

“비닐하우스 AA가 법적으로 농업용지 비닐하우스로 허가가 되어있기 때문에 불법개조 벌금을 360만원 정도 물었고 해마다 비닐하우스 내부를 철거하다시피 합니다. 작업하기 좋게 바닥에 보도블록을 깔았는데 그걸 1년에 한번씩 걷어내고 작품을 다 빼내고 농업용지처럼 보이기 위해서 그 위에 다시 황토를 뿌리는 거죠. 한마디로 위장이죠. 그러니 한동안 작업을 하고 싶은 생각이 없을 정도예요. 전주천 선생님이 가셔서 이곳은 예술공간이다라고 말해도 거기 관청에선 안먹혀요. 비닐하우스 AA만 허가해주면 주변사람들도 다 허가해줘야 하니 안된다는

겁니다. 제 개인적인 생각이지만 우리나라에서 부유층들이 미술을 하는 경우도 있지만 대다수 궁핍한 작가들이 뜻있는 작업을 할려고 하는데 이런 상황에서 비닐하우스 용도에 대한 법적인 변화를 줘야하지 않는가라고 생각합니다(창작촌 포럼 녹취록.2006, 2차 포스트포럼 중에서).”

이런 환경에서도 꾸준히 대안미술교육을 해나가고 있는 비닐하우스 AA 는 앞으로 새로운 건물로 탈바꿈 될 가능성이 높다고 한다. 같은 자리에 정식허가 건물로 세워질 지 아니면 다른 곳으로 이사를 하게 될 지 아직 정해지지 않은 상태다.

이상과 같이 농촌형, 도시주변부형, 도시내부형으로 지리적 위치에 따라 창작촌의 성격을 분류하면서 그와 관련된 문제들을 살펴보았는데 안타깝게도 어느 곳에 창작촌이 있는지 공통된 문제는 역시 공간의 불안정성이다. 예술인들의 열정에 비해 그들의 거처는 항상 열악하고 불투명하기만 하다. 특히 폐교에 자리잡은 창작촌 운영자들은 안정적이지 못한 공간운영문제에 우선 노심초사하고 있는데 창작촌 네트워크가 이러한 문제에 대해 당장 적극적으로 해법을 주지는 못하겠지만 네트워크의 궁극적인 목표는 결국 창작촌들의 자생력을 기르기 위한 것이므로 창작촌 공간의 불안정성 문제도 네트워크의 협력과 상호도움을 통해 돌파구를 마련해 나갈 필요가 있다고 본다.

표 2 / 주요 문제해결을 위한 네트워크 방향성에 따른 분류

	주요 문제	창작촌 명	네트워크 협업 방향
경기지역 창작촌 네트워크	폐교공간운영	아름다움만들기, 현대도예문화원, 창문아트센터, 밀머리미술학교, 우음도 생태문화학교	전국 문단은 학교 연합회
	미술창작 스튜디오운영	왕곡천 예술인마을, 하계마을 구산오픈스튜디오, 안성문화마을	전국 오픈스튜디오 네트워크
	기타	한수문화원, 비닐하우스 AA	

그래서 표 2 와 같이 창작촌들의 공통적인 고민인 공간운영상의 문제를 공동으로 풀어갈 수 있는 방향으로 창작촌들을 분류할 수 있다. 즉 경기지역의 창작촌 네트워크를 함께 만들어 가면서도 앞에서 언급한 바와 같이 폐교공간을 활용하는 창작촌들은 따로 힘을 모아 대책을 마련해 나가고 ‘전국 문단은 학교 연합회’와도 연대하여 행동하는 것이 좋겠다. 그리고 미술창작 스튜디오를 운영하는 4 곳은 미술인회의에서 전국적으로 펼치고 있는 ‘오픈스튜디오 네트워크’ 사업에 동참하여 제도적인 해법을 모색해 나가는 것이 효율적이리라 생각한다. 이와 같은 다양한 네트워크를 통해 창작촌들의 생존력을 높이는 방법은 지속적으로 고민되어야 한다. 그리고 이러한 네트워크의 협업 속에서 일정기간 이상 좋은 내용으로 운영된 창작촌들이 공식적인 문화예술 기반시설로서 인정, 지원될 수 있도록 노력해야 한다. 문화예술 기반시설이 ‘지역단위에서 문화정체성을 형성하기 위한 거점 역할(이흥재.2006.p174)’을 의미한다면 지역문화의 발화점으로서 창작촌의 활동과 일맥상통하기 때문이다.

2) 프로그램의 분류와 의미

창작촌에서는 다양한 프로그램들이 생산되고 유통된다. 그 프로그램들은 크게 교육, 축제, 학술, 레지던스. 전시로 분류될 수 있다. 창작촌들은 저마다 이러한 5 개의 범주에 들어가는 프로그램들 중에 적어도 2-3 개를 함께 운영하고 있다. 즉, 단 한가지 성격의 프로그램만을 운영하는 곳은 없다는 것이다. 창작촌 10 곳을 상대로 프로그램에 관한 설문조사를 한 결과는 표 3 과 같다. 표 3 에서 발견할 수 있는 가장 큰 공통점은 역시 대부분의 창작촌들이 학생이나 일반인들을 위한 교육프로그램들을 운영하고 있다는 것과 적어도 1 - 2 회의 연중행사로 축제나 전시회를 열고 있다는 점이다. 즉, 문화예술교육과 대표적인 연중행사가 창작촌 운영 프로그램의 중심축을 이루고 있다. 이는 창작촌의 운영문제와도 일정한 관련이 있는 것으로 보인다. 왜냐하면 창작촌

연간 예산운영에 있어서 교육프로그램을 통한 수입은 결코 무시할 수 없는 비율을 차지하기 때문이다. 이 비율은 창작촌마다 많은 편차가 있지만 교육프로그램을 운영하는 8곳에서 평균 33.1%를 차지하고 있다. 또 교육프로그램은 창작촌이 주변 지역민과의 교감을 갖는 매개체이기도 하지만 멀리 있는 도시인의 방문을 유도할 만한 대중적인 성격을 가지고 있어서 창작촌 운영에 필수적인 요소로 자리잡은 것으로 추측된다.

표 3 / 프로그램의 분류와 내용

창작촌명	교육	축제	학술	레지던스	전시
아름다움만들기	천연염색 (장애우 중심)	우리들의 꿈 바람전			
현대도예문화원	각급 학교 도자기, 다도, 전통예절	화악산 도자기 축제			개인전, 그룹전
한수문화원	중요무형문화재, 전통국악, 창작음악, 춤	교육프로그램을 통한 주민참여, 군,면 축제 참가	포럼 등을 개발하여 자료수집계획	전문인과정 수련, 개인작품 완성 학습	공연작품, 교육프로그램 자료 전시
창문아트센터	미술, 농사체험	봄, 가을 (창문 자연예술제)	세미나		상설 갤러리 운영
우음도 생태문화학교	시화호 그린 투어링, 공룡알 화석지 생태안내자교육	우음도 생명희망당제, 공룡마을 보리축제	송산그린시티 생명도시 만들기워크샵		작가 개인전
밀머리미술학교	학교-지역연계 문화예술교육 시범사업, 교사직무연수, 군대문화워크샵		매개자 교육 연구용역	밀머리문화 작업장학교 구성을 위한 레지던스	네트워크 한마당
안성문화마을	찾아가는 미술체험, 강의	안성 청소년체험 축제			입주작가 전시회
비닐하우스 AA	대안미술교육 워크샵				연 2-3 회 오픈스튜디오, 외부전시
왕곡천 예술인마을	도자기, 금속, 전통 목공예, 프레스코화	왕곡천 숲속데마예술제 (지역연계)			오픈스튜디오
구산 오픈스튜디오	관객참여, 체험 프로그램	오픈스튜디오	작가연구 세미나, 창작촌발전 워크샵	연구 중	오픈스튜디오, 향후 주변지역 연계전시계획

이에 반해 학술과 레지던스 프로그램에 대한 창작촌들의 관심은 상대적으로 낮게 나타났다. 학술 프로그램의 경우 10 곳 중 4 곳의 창작촌들이 세미나나 워크샵을 개최하고 있고 한수문화원의 경우에는 포럼을 개발하여 자료수집을 할 계획을 가지고 있다. 특히 레지던스 프로그램은 표 3에서 보듯이 창작촌들 중에서 한수문화원과 밀머리 미술학교만 운영하고 있으며 구산 오픈스튜디오는 연구 중이라고만 답했다. 학술과 레지던스 프로그램에 대한 이런 낮은 관심도는 중요한 의미를 내포하고 있다.

사회적으로 어떤 현상이 장기적으로 진행되고 여러 곳으로 확산될 경우, 우리는 그것을 담론의 주제로 올려놓고 여러모로 분석하면서 그 맥락을 파악하고 새로운 의미를 부여하는 태도를 취한다. 창작촌이라는 현상도 마찬가지다. 예전에 없던 문화예술적 현상이 개인의 행위를 넘어 사회적 파급력을 가지고 진행되기 때문에 우리는 창작촌을 주제로 학술 세미나, 포럼 등을 개최하고 새로운 전망을 연구한다. 이 과정에서 우리는 좀 더 다양한 관심사를 가진 관계자들을 만나 네트워크를 형성하게 되고 이런 네트워크의 확산은 또 다시 참신한 문화적 현상을 배태할 수 있다. 결국 창작촌들이 학술행사에 관심이 낮다는 것은 창작촌 스스로 자신이 펼치고 있는 활동에 대해 학술적으로 담론화하는 데는 적극적이지 못하다는 의미이고 학술행사를 통해 맺게 되는 다양한 사회적 네트워킹의 가능성을 축소시키는 결과를 가져온다.

레지던스 프로그램에 대한 저조한 관심도도 마찬가지다. 일정기간 지속적으로 머물며 작업하는 레지던스는 각 창작촌이 정주하고 있는 지역이 아닌 타지역이나 외국의 문화예술인들과 깊이 교류할 수 있는 기회를 제공한다. 보통 단시일에 끝나는 학술세미나나 포럼보다 어찌면 더 효력이 강한 문화적 네트워킹을 만들어 낼 수도 있는 것이 레지던스 프로그램이다. 물론 창작촌 운영자들이 이러한 학술행사와 레지던스 프로그램의 장점을 모른다가 보다는 창작촌 운영 과정에서 예산이나 공간의 여력이 없기 때문에 교육이나 축제 프로그램에 비해 관심을 덜 기울일 수도 있다. 실제로 현대도예문화원의 경우에도 레지던스 프로그램을 운영할 경우에 지급해야할 체류비를 어떻게 해결할 것인지가 문제라고 언급했다. 그럼에도 불구하고 장기적으로 보았을 때 학술과 레지던스 프로그램은 창작촌의 활동을 더욱 풍성하게 만드는 데 기여할 것으로 전망한다. 이와 관련된 좋은 예를 보여주기 위해 다양한 장르의 예술과 학제간 교류 및 레지던스 프로그램 등의 운영으로 활동을 심화시켜온 독일의 창작촌을 다음 단락 ‘c, 이상적인 창작촌 운영의 사례’에서 소개하려고 한다.

한가지 고무적인 점은 창문아트센터, 밀머리 미술학교, 구산 오픈스튜디오, 한수문화원의 경우에 교육, 축제, 학술, 레지던스, 전시 프로그램을 골고루 진행시키거나 그럴 계획이 있어 해당 지역에서 복합문화공간으로 발전할 가능성이 많다는 것이다. 특히 한수문화원은 다양한 연대를 통해 복합문화예술촌으로 진화하려는 포부를 가지고 있고 창문아트센터는 완전한 레지던스 프로그램은 아니지만 이미 작가들이 상주하는 작업실을 함께 운영하고 있어서 앞으로 개성있는 레지던스 프로그램만 확실히 개발한다면 복합적인 콘텐츠를 운영하는 창작촌으로 발전할 가능성도 크다고 본다. 그렇다고 경기지역 창작촌들 모두가 교육, 축제, 학술, 레지던스, 전시 프로그램을 병행해야 이상적이라는 주장은 아니다. 복합적인 프로그램이든 단일 프로그램이든 각 창작촌마다 자기정체성이 뚜렷하게 발전해가는 것이 무엇보다도 중요하다고 생각한다.

3) 중점적인 프로그램 내용에 따른 분류

표 4 / 중점적인 프로그램 내용에 따른 분류	
중점적인 프로그램	창작촌 명
문화예술 교육프로그램	아름다움만들기, 현대도예문화원, 창문아트센터, 밀머리미술학교, 우음도 생태문화학교, 한수문화원, 비닐하우스 AA
전문적인 창작활동	왕곡천 예술인마을, 구산 오픈스튜디오, 하제마을, 안성문화마을

앞에서 살펴본 바와 같이 창작촌들이 운영하는 프로그램들은 내용에 따라 중점을 두는 지점이 다르다. 가장 크게 분류할 수 있는 것이 표 4 처럼 문화예술교육과 전문적인 창작활동으로 나누는 방식이다. 문화예술교육 프로그램의 대상은 주로 학생, 일반인, 교사 등이고 밀머리 미술학교의 프로그램에는 군인도 포함되어 있다. 한수문화원은 여기에 더해 전문인 양성을 위한 교육도 함께 하고 있다. 다만 비닐하우스 AA는 전문적인 미술작가들만을 양성하기 위한 교육 프로그램을 운영한다는 점에서 학생, 일반인을 상대로

하는 다른 창작촌들과 뚜렷한 차별성을 보이고 있다. 그래서 오히려 전문적인 창작활동을 하는 왕곡천 예술인마을, 구산 오픈스튜디오, 하계마을, 안성문화마을과 친연성이 높다. 이 창작촌들의 공통점은 모두 전문적인 미술작가들을 위한 창작스튜디오를 운영한다는 것이다. 물론 이곳에서도 일반인들을 위한 교육프로그램이 진행되나 그 빈도수가 상대적으로 낮은 편이다.

c, 이상적인 창작촌 운영의 사례

경기지역 창작촌들에 대한 유형적 분석을 통해 창작 혹은 교육프로그램을 중심으로 창작촌 활동을 크게 나누어 볼 수 있었다. 실제로 경기지역 뿐만 아니라 한국에서 레지던스, 전시, 교육, 학술, 축제 프로그램 모두를 함께 운영하고 있는 창작촌을 발견하기란 쉽지 않다. 물론 해외에서도 이렇게 다양한 활동을 소화해내는 창작촌은 매우 드물다. 그러나 완전하지는 않더라도 우리가 이상적으로 생각하는 창작촌 형태를 갖추고 있는 곳들이 있다. 이런 예를 살펴보는 것은 한국의 창작촌들이 나아가 할 방향을 가늠하는 데 어느정도 도움이 된다고 생각한다. 하지만 해외의 사례를 참고하는 과정에서 주의할 점은 단순히 그들의 외형적 운영형태를 벤처마킹하려는 생각을 버려야 한다는 것이다. 중요한 지점은 어떻게 그러한 이상적인 창작촌이 형성되어 왔는지 그 과정을 살펴보는 데 있다. 그 발전 과정에서 내적인 필연성을 발견하고 한국의 상황에서 창작촌이 변화해가는 단계와 방향을 숙고하는 것이 유익하리라 본다.

다음에 소개할 예는 독일의 미술관 중의 하나이다. ‘인젤 홈브로이히(Insel Hombroich)’라는 이 미술관을 소개하는 이유는 미술관이라는 제한된 역할과 다르게 실제로는 창작촌의 활동에서 볼 수 있는 레지던스, 전시, 교육, 학술, 축제 프로그램들이 함께 이상적으로 운영되고 있기 때문이다.

구체적인 운영구조를 살펴보면, 우선 인젤 홈브로이히 재단(<http://www.inselhombroich.de/>)이 현재 ‘인젤 홈브로이히’라는 미술관과 예전 군사시설 지역인 ‘라케텐슈타치온’에 레지던스 공간을 함께 운영하고 있다. 여기에서 홈브로이히 예술과 예술공간 진흥협회는 2년마다 홈브로이히 음악축제, 개인 음악회, 작가초청 작품낭독회 등을 주최한다. 그리고 홈브로이히의 로자하우스에 있는 문학과 예술연구소는 원고와 원판자료를 계속 전시하고 있다. 이곳에 수집된 물품들은 주로 특별한 문학도서관과 18세기부터 현재까지를 포괄하는 문필가와 예술가들의 자필원고들이 기초를 이루고 있는데 독일-유대어를 사용하는 20세기의 지식인들(칼 크라우스, 피터 알텐베르크, 프란츠 카프카, 마틴 부버, 베르너 크라프트, 아도르노 등)이 중점적으로 다뤄진다. 또 미술관 지역내에는 작가들의 아뜰리에 뿐만 아니라 탁아소도 운영되고 있다. 이 탁아소는 어린이들을 위한 보다 창조적인 공간을 제공하기 위해 만든 것이지만 장기적으로 보면 인젤 홈브로이히의 미래를 위해서도 의미가 있다고 본다. 그밖에 홈브로이히 지역 내의 구내식당, 창고, 행사장 등은 임대가능하다.

라케텐슈타치온에는 예술가, 시인, 작곡가, 학자들을 위한 작업장, 생활공간, 세미나 공간 등이 운영되고 있는데 특히 생물물리학 국제연구소가 있다. 국제적으로 인정받은 이 연구소는 중국, 영국, 네덜란드, 인도, 이스라엘, 이탈리아, 일본, 러시아, 스위스, 한국, 미국의 국립연구소들 및 22개의 자랑스러운 대학들과 제휴를 하고 있다. 이곳의 교수들은 생물학자, 화학자, 의학자, 물리학자들로 구성되어 함께 연구하고 있다. 그리고 이곳 라케텐슈타치온에는 빅토르와 마리안느 랑엔 컬렉션이 초석을 놓은 ‘랑엔 파운데이션 (Langen Foundation)’도 운영되고 있다. 이 컬렉션엔 1950년대에서부터 지금까지 약 500점의 일본미술작품과 300여점의 현대미술 작품들이 있다. 일본미술작품들은 규모나 질적으로도 유럽에서는 독보적이며 12-19세기의 일본미술을 대표하고 있다. 현대미술에서는 세잔, 베크만, 워홀, 로드코, 뒤뷔페, 베이컨, 시그마 폴케와 같은 중요한 작가들의 작품들이 수집되어 있다. 2004년 9월에는 일본 건축가 안도 타다오가 설계한 3개의 전시공간이 문을 열어 수집품들이 전시되고 있다(인젤 홈브로이히 재단 홈페이지 참조).

홈브로이히에서는 이렇게 놀라울 정도로 다양한 활동들이 전개되고 있다. 우리가 일반적으로 작가들을 위한 레지던스 프로그램, 전시를 위한 공간, 지역축제, 교육 프로그램 정도로 떠올리는 소박한 창작스튜디오나 창작촌의 개념과는 차원이 다르다. 규모면에서 비교하면 훨씬 크고 경영면에서도 조직적으로 발전되어 있다. 물론 이곳은 단지일내에 형성된 곳도 아니고 정부나 관주도로 만들어진 곳도 아니기 때문에 한국에서 창작촌을 운영하는 이들에게 어떤 비전을 던져줄 수 있을 것이고 연구할 만한 가치도 있다고 생각한다. 인젤 홈브로이히에 대한 보다 자세한 정보와 분위기를 전해주고자 백종옥(미술생태연구소 소장)의 현장답사기를 인용한다.



QuickTime?and a TIFF (?뿔뿔 ?뿔) decompressor are needed to see this picture.

미술관 인젤 홈브로이히 / 미술관, 작업실, 공연장, 구내식당 등 운영 (출처: 인젤 홈브로이히 홈페이지)

라케텐슈타치온/ 예술가, 시인, 작곡가, 학자 등을 위한 연구소, 작업장, 생활공간 등 운영

* 자연 속 미술관 '인젤 홈브로이히' - 상식을 깨는 독일의 한 미술관

얼마전 제가 다녀온 독일의 미술관 하나를 여러분께 소개합니다. 제가 한국에 있는 미술관이나 박물관을 모두 둘러본 건 아니지만 이 미술관을 거닐면서 우리나라에도 이런 미술관들이 많이 생겨났으면 하는 마음이 자연스럽게 들었습니다. 왜냐하면 이곳이 단지 멋진 미술관이라는 차원을 넘어 미술 이외의 여러 분야를 아우르는 포괄적인 문화마인드를 가진 공간이라는 생각을 하게 만들었기 때문입니다.

제가 갔던 그 미술관 이름은 '인젤 홈브로이히(Insel Hombroich)'라고 하는데 독일 뒤셀도르프(Duesseldorf) 시에서 남서쪽에 자동차로 약 40 분 가량 떨어진 작은 도시 '노이쓰-홀쯔하임(Neuss-Holzheim)'에 자리잡고 있습니다. 선배의 추천으로 그냥 길을 나섰던 저는 그저 조금 크고 현대적인 미술관을 상상하고 있었습니다. 그런데 막상 그곳에 도착해서 보니, 그런 큰 건물은 눈에 들어오질 않았는데 여기서부터 미술관에 대한 저의 상식이 깨지기 시작했습니다.

우선 작은 단층짜리 갤러리 크기 정도의 건물이 있어서 들어갔더니 그곳이 다름 아닌 매표소였습니다. 주말이기도 하고 또 늙은 학생(?)은 할인이 안된다는 매표원의 말에 씩씩해 하며 25 마르크(약 12,500 원)를 입장료로 지불하면서 내심 비싸다는 생각이 들었습니다. 그러나 그런 생각은 미술관으로 가는 문을 열면서 곧 잊어버리고 말았습니다. 미술관 중의 하나 (타데우스 파빌리온)입구를 들어서자 내 눈 앞에 펼쳐진 것은 거대한 현대 미술관이 아닌 비산비야(非山非野)의 지형에 크고 작은 강과 습지가 있는 아름답고 고즈넉한 숲과 목초지였습니다. 그리고 매표소에서 무심히 집어 들었던 미술관 안내장에 그려진 약도를 보면서 비로소 깨달았습니다.

이 미술관은 하나의 미술관 건물이 아니고 20 헥타의 큰 공원 여기저기에 크고 작은 미술관과 작가의 작업실, 음악회 등을 여는 행사용 건물과 구내식당 등 16 개의 건물이 자리잡고 있었던 것입니다. '인젤 홈브로이히(Insel Hombroich)'라는 이름에 '인젤(Insel '섬'이라는 뜻)'이라는

단어를 쓴 이 미술관 이름이 자연스럽게 느껴졌습니다. 물론 이 곳엔 실제로 물로 둘러싸인 섬이 있기도 합니다.(약도 사진 참조)

여기서 잠깐 이 미술관이 생겨난 배경을 말씀드리겠습니다. 미술관 '인젤 훔브로이히(Insel Hombroich)'는 1983년에 '뮐러'라는 미술품 수집가가 처음 계획하였다고 합니다. 그는 아름다운 자연 속에 조화롭게 있는 공공 미술관과 작가들을 위한 작업실을 계획하고 오래된 건물 '로자하우스 (Rosa Haus)'와 건축가 '헤어리히(E.Heerich)'교수가 지은 3개의 새건물로 그의 생각을 현실화 시킵니다. 그리고 그후 역시 계속되는 건물의 신축과 작품수집이 이어졌고 또한 헤르쯔펠트, 그라우브너, 헤어리히(Anatol Herzfeld , Gotthard Graubner,Erwin Heerich) 등 교수나 작가들도 이곳 작업실로 입주하게 됩니다.

특히 흥미로웠던 점은 이곳에서 1983년 이래로 미술분야 외에도 건축, 음악, 문학, 환경, 과학, 철학, 종교, 경제, 정치 등 다방면의 행사가 함께 이루어졌다는 것인데, 94년부터는 이 미술관 근처 지역으로 예전의 군사시설이었던 '라케텐슈타치온(Raketenstation)'에 여러나라에서 온 다방면의 예술가나 학자들이 체류하고 작업하고 교류할 수 있는 공간들을 만들어 활성화시키고 있어서 '자연과 예술의 조화'라는 마인드 아래 우리 삶의 여러 분야를 융섭(融攝)해 내려는 의도가 느껴집니다. 결국 이러한 활동들로 인해 96년에는 노르트라인-베스트팔렌 (Nordrhein-Westfalen) 주정부와 노이쓰(Neuss)시의 도움으로 '인젤 훔브로이히 재단(Die Stiftung Insel Hombroich)'이라는 문화재단으로 거듭나게 되었다고 합니다.

다시 제가 그날 보고 느낀 미술관 이야기로 돌아가서 특히 몇 가지 생각나는 점을 말씀드리겠습니다. 우선 이곳 미술관 건물들은 1층이나 높아야 2층 정도의 아담한 벽돌 건물들로 비산비야의 공원지형에 우뚝 솟아나지 않고 묻혀 있어서 전체적인 전망을 해치지 않고 자연과 조화를 이루고 있다는 점이 편안한 느낌을 주었습니다. 그리고 미술관과 미술관 건물을 연결하는 숲길을 야외조각품들을 보며 걸었던 점이 좋았습니다. 이 길들은 아주 작은 자갈들이 깔린 위로 낙엽이 쌓여 있었는데 보통 다른 대형미술관에서 수 많은 작품들을 보느라고 힘들었던 것과는 대조적으로 마치 한적한 공원을 산책하다가 자연스럽게 미술품들과 미술관들을 만나는 듯한 정취를 만들어 주었습니다. 그런데 의아할 정도로 놀라웠던 점은 가족 단위로 온 많은 관람객들을 통제하는 관리자들이 각각의 미술관에 단 한 명도 없었다는 것과 작품을 설명하는 이름표들이 없었다는 것이었습니다. 그렇다고 이 곳에 보잘 것 없는 작품들이 있는 것은 절대로 아닙니다.

이 미술관들에는 중국의 한, 당, 명대와 금나라 시대 수집품들, 아프리카와 오세아니아 등의 민속미술품 등을 비롯해 슈비터스, 아르프, 피카비아, 마티스, 장 포트레, 칼더, 이브 클라인, 타데우스등의 작품들 그리고 브랑쿠지, 세잔느, 자코메티, 클림트, 로트렉, 램브란트 등 유명작가들의 판화와 드로잉 등이 있습니다. 이런 작가들의 작품들이라면 삼엄한(?) 경비를 펼칠 만도 합니다만(물론 경보장치가 있을 것으로 짐작됨) 통제하는 사람이나 작품 이름표가 없어서인지 관람할 때 너무나 마음이 편했고 작품들이 더욱 친근하게 다가왔습니다. 물론 직접 통제하는 사람이 없어도 미술관 안은 평화로운 분위기였습니다. 그리고 인상적이었던 것은 미술관 내부는 모두 자연채광으로 조명을 대신해서 눈의 피로가 느껴지지 않았습니다. 참으로 모든 게 자연스러웠습니다. 이렇게 작품을 감상하며 이리저리 숲길을 거닐다 보니 어느덧 배가 출출해졌습니다.

그래서 마지막으로 들린 곳이 구내식당이었는데 이곳은 셀프서비스를 하는 작은 식당입니다. 여기서는 맛있는 빵, 감자, 계란, 치즈, 사과, 커피 등을 무료로 자유롭게 먹을 수 있습니다. 왜냐하면 이 구내식당 이용료는 이미 미술관 입장료에 포함되어 있기 때문입니다. 그래서 원칙적으로 문닫기 전 이 미술관 공원 안에 있는 한 이 식당을 몇 번 사용해도 무방합니다. 창밖의 풍경을 보면서 맛있는 식사를 하고 미술관을 나설 즈음, 이미 날이 조금씩 어두워지고 있었습니다. 정말 25 마르크가 아깝지 않은 기분좋은 산책이었습니다. 물론 이곳을 다녀간 사람들이 이 '인젤

홈브로이히' 미술관의 몇 가지 문제점을 지적하기도 합니다. 그것은 입장료가 자주 찾기에는 좀 비싸다는 것과 또한 미술관을 채우는 내용이 너무 소장품 위주라는 것인데 이는 젊은 작가들을 위한 기획초대전 등이 많이 열리기를 바라는 관객들의 바람을 반영하는 지적이라고 할 수 있습니다.

미술관 '인젤 홈브로이히'는 지금도 계속 성장단계에 있고 여러 가지 발전적인 계획을 가지고 있는 것 같습니다. 그래서 이런 지적에도 불구하고 이곳이 더욱 이상적인 미술관으로 그리고 건축, 음악, 문학, 환경, 과학, 철학, 종교, 경제, 정치 등 우리 삶의 여러 모습들을 문화적으로 숙성시켜내는 공간으로 자리잡을 것이라는 예감을 갖게 됩니다. 끝으로 전문가와 시민들 모두에게 편안한 공간이 될 수 있는 자연 속의 미술관이 우리나라에도 많이 생겨나기를 기대해 봅니다.
(백종욱. 오마이뉴스. 2000.11.19)



QuickTime?and a
TIFF (?뽕뽕 ?뽕) decompressor
are needed to see this picture.

QuickTime?and a
TIFF (?뿔뿔 ?뿔) decompressor
are needed to see this picture.

인젤 홈브로히와 라케텐슈타치온 풍경 (출처: 홈페이지 인젤 홈브로히 재단, 백종욱 현장촬영)

3 장, 창작촌 운영상의 문제와 해결방식

a, 창작촌이 부딪히는 문제들과 해결방식

하나의 창작촌이 준비부터 건설 및 프로그램을 운영하기까지 겪게 되는 문제는 실로 여러 가지다. 인내와 집념없이 창작촌 건설은 불가능하다고 단언할 수 있을 만큼 건설과정에는 많은 문제들이 잠복해 있다. 그리고 힘든 건설과정 후에는 프로그램 운영과 재정문제가 필연적으로 뒤따른다. 이런 어려운 과정은 대부분의 창작촌이 공통적으로 경험하는 것이다. 이번 3 장에서는 창작촌의 공통적인 문제인 공간, 재정, 프로그램, 인력, 마케팅에 대해서 자세히 분석하고 공통분모를 추출하여 메뉴얼화하는 것이 목적이다. 이는 향후 새로운 창작촌의 건설에도 유익한 기초자료가 될 것으로 기대한다.

1) 공간 문제

2 장에서 보았듯이 창작촌 존립의 기반이 되는 공간의 문제는 가장 핵심적인 사항이다. 표 6 에서는 10 개의 창작촌이 설문조사 중 공간문제에 답한 내용을 자세히 볼 수 있도록 하였다. 각 창작촌이 겪은 특수한 상황을 이해시키기 위해서다. 이 내용을 간략하게 분류하여 정리하면 표 5 와 같다.

표 5 / 공간 관련 참고자료	
주요 사항	주요 내용
오픈전 준비기간	*총평균 / 약 1 년 10 개월 (기획기간 평균 / 11 개월)
건설과정에서 부딪힌 주요문제	*재정문제- 경비추가, 임대료, 홍보, 재정마련
	*법적문제- 건축신고제에서 허가제로 변경시 - 도로, 수도 개발시 인근주민의 민원제기 - 교육청의 시설사용 규제 - 불법개조 벌금형 부과 - 도시계획과의 철거 명령 - 편의시설 증축, 개축
	*기타- 공무원들의 사업내용에 대한 무관심
건설과정에서 찾아다닌 관청들, 기타	*관청- 교육청, 시청(문화공보과), 산림청(영림소), 검찰 군청(산업과, 건축과, 환경과, 문화공보과, 도로사업소)
	*기타- 문화원, 타 시,도 창작촌
도움이 되는 기관, 단체	*관청- 시청, 교육청
	*언론- 지역신문사
	*단체- 문화원, 시민단체, 예술단체, 문화단체

표 5 의 내용을 살펴보면 창작촌들의 오픈전 준비기간이 평균 1 년 10 개월이다. 이 기간 중 기획에 소요된 기간은 평균 11 개월 정도이며 건물 개보수, 증축기간은 3 개월에서 3 년까지 다양하지만

3-6 개월이 50%를 차지하고 있다. 각 창작촌의 답변을 종합해보면 결국 최소한 1-2년 정도의 준비기간은 거쳐야만 창작촌 오픈이 가능함을 알 수 있다. 그리고 건설과정에서 부딪힌 문제에서는 역시 시설과 관련해 발생한 여러가지 법적인 문제가 압도적이었다. 한수문화원과 비닐하우스 AA는 심지어 엄청난 액수의 벌금까지 내야하는 상황도 겪어야 했다.

그 다음으로는 재정문제의 해결이 큰 고민거리였다. 건설과정에서 찾아다닌 관청들을 살펴보면 교육청, 시청, 군청, 산림청 등 기본적으로 지역행정을 관할하는 곳이 대부분이다. 어차피 창작촌 건설에 대한 법적인 허가를 받기 위해 거쳐야 할 필수 코스라고 하겠다. 그러나 문제는 표 5에서 보듯이 창작촌들이 법적인 문제를 해결하기 위해서 상대해야 할 곳은 하나의 관청이 아닐 뿐만 아니라 업무를 담당하는 부서도 개별적인 사안에 따라 모두 다르다는 것이다. 또 도움이 되는 기관이나 단체의 항목에서 우리가 확인할 수 있는 점은 해당 지역에서 찾아다녀야 하는 관청들에 비해 도움이 되는 관청은 상대적으로 적고 오히려 지역의 언론이나 각종 시민, 문화, 예술단체들의 도움을 받을 가능성이 있다는 것이다. 하지만 새로운 창작촌이 건설되는 과정에서 발생하는 문제들을 지속적으로 상담하고 의지할 만한 분명한 경로는 보이지 않는다.

표 6 / 공간관련 참고자료

창작촌명	오픈전 준비기간	건설과정에서 부딪힌 문제와 도움이 되는 기관, 단체	건설과정에서 찾아다닌 관청들
아름다움 만들기	*기획(2년) *법적 문제해결() *건물개보수, 증축(3년)		*각 지방 교육청
현대도예 문화원	*기획(3개월) *법적 문제해결() *건물개보수, 증축(3개월)		*가평교육청 *가평군청
한수문화원	*기획(2년) *법적 문제해결(2년) *건물개보수, 증축(3년) *기타(현재 창작예술촌으로 가기 위한 토지와 사업계획, 컨설팅 중)	*건축신고제 선택 후 건평추가 및 허가제로 변경시 문제 *경비추가 문제 *도로, 수도개발시 산림청에서 절차 밟았으나 정식허가증이 없어서 인근호텔에서 민원제기 -검찰수사, 1천만원 벌금납부	*군청(산업과, 건축과, 환경과, 문화공보과, 도로사업소) *교육청 *문화원 *산림청 영림소 *검찰
창문아트센터	*기획(5개월) *법적 문제해결() *건물개보수, 증축()	*교육청의 시설사용규제 *임대료 문제 *도움-시청, 예총, 문화단체	*교육청 *시청
우음도 생태문화학교	*기획(3개월) *법적 문제해결(1년) *건물개보수, 증축(6개월)	*임대료 문제 *편의시설 증축, 개축문제	*교육청
밀머리 미술학교	*기획(1년 6개월) *법적 문제해결(3개월) *건물개보수, 증축(5개월)	*공무원들의 사업내용에 대한 무관심, 행정도움 없었음 *도움-지역신문사, 문화원, 시민단체, 일부 예술단체	*군청 *교육청
안성문화마을	*기획(1년 6개월) *법적 문제해결() *건물개보수, 증축(5개월)	*특별한 어려움이 없었음 *도움-안성시, 교육청 (법적 문제해결)	*시청 *교육청 *참고/타 시, 도 창작촌
비닐하우스	*기획(6개월)	*불법개조 벌금형 360만원	

AA	*법적 문제해결() *건물개보수, 증축(수시)	부과	
왕곡천 예술인마을	*기획(2 개월) *법적 문제해결(못했음) *건물개보수, 증축(3 개월)	*도시계획과 등에서 몇 차례 철거 명령함 *도움-의왕시 문화공보과, 시장	*문화공보과
구산 오픈스튜디오	*기획(1 년 준비기) *법적 문제해결() *건물개보수, 증축()	*밀집된 창작공간들의 연합체형태로 진행되어 특별히 기관과의 접촉보다는 작가들 스스로 홍보, 재정마련 문제	

2) 재정 문제

공간문제와 함께 역시 가장 중요한 주제는 재정문제이다. 대부분의 창작촌들은 창작촌 준비부터 프로그램이 운영되는 현재까지 운영난에 허덕이고 있고 경제적인 자립도가 매우 취약한 상태라고 할 수 있다. 그렇기 때문에 재정문제 해결 정도는 곧 창작촌의 자생력과 비례한다고 해도 과언이 아니다. 앞에서 밝힌 것처럼 3장의 가장 큰 목적은 창작촌 운영과정의 메뉴얼화이다. 이는 향후 누군가 새로운 창작촌을 만들고자 할 때 창작촌 운영에 대한 최소한의 기준으로 제시되도록 하는데 목적이 있다. 특히 구체적인 운영계획없이 막연한 동경만을 가지고 창작촌을 건설하려는 사람들에게겐 실제로 창작촌이 운영될 때 어느 정도의 예산이 소요되는지 기준이 될 만한 자료를 보여줄 필요가 있다고 생각한다. 동경과 도전정신만 가지고 창작촌을 만들었다가 적자에 허덕이고 그러다가 결국 문을 닫는 상황이 반복되는 것은 개인적으로나 사회적으로 매우 소모적인 일일 뿐이다. 더구나 문화예술생태계 차원에서도 문화예술인들의 노력이 축적되지 않고 무위로 끝나는 상황은 새로운 문화예술이 태어나는 데 도움이 되지 못한다. 이미 많은 이들이 창작촌 건설 과정에서 고민해 온 재정문제에 대해서도 앞으로 합리적인 기초자료들이 더 많이 구축되어져야 할 것이다.

표 7 / 재정 관련 참고자료											
주요 사항	주요 내용										
초기 준비비용	*평균 / 7.750 만원 (1 천만원-2 억원까지 다양)										
연간 운영비용	*평균 / 4.700 만원 (2 천만원-1 억원까지 다양)										
연간 재정문제 해결방식	#해당사항이 없는 창작촌은 0%로 처리 1, 운영자 자금 -평균 40.19% (8.9 - 90%까지 다양) 2, 프로그램운영 수입 -평균 26.5% (0 - 90%까지 다양) 3, 경기문화재단 지원 -평균 20.31% (0 - 60%까지 다양) 4, 기타 외부지원 -평균 13% (0 - 40% 까지 다양)										
	<table border="1"> <caption>< 10 개 창작촌 연간 재정해결 평균비율 -100% 기준 ></caption> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>평균비율 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1, 운영자 자금</td> <td>40.19</td> </tr> <tr> <td>2, 프로그램운영 수입</td> <td>26.5</td> </tr> <tr> <td>3, 경기문화재단 지원</td> <td>20.31</td> </tr> <tr> <td>4, 기타 외부지원</td> <td>13</td> </tr> </tbody> </table>	구분	평균비율 (%)	1, 운영자 자금	40.19	2, 프로그램운영 수입	26.5	3, 경기문화재단 지원	20.31	4, 기타 외부지원	13
구분	평균비율 (%)										
1, 운영자 자금	40.19										
2, 프로그램운영 수입	26.5										
3, 경기문화재단 지원	20.31										
4, 기타 외부지원	13										

대부분의 창작촌들은 초기에 별다른 공적인 자금의 지원없이 개인적인 노력으로 창작촌을 만들었다. 물론 예외적으로 안성문화마을처럼 시와 교육청의 전폭적인 지원을 받아 현재의 스튜디오 건물을 세운 경우도 있다. 경기지역 창작촌 10 곳의 건설에 소요된 초기비용을 보면 평균 7.750 만원 수준인데 경우에 따라서는 2 억원까지 투입된 곳도 있다. 초기비용에는 토지매입과 건축비용이 주로 들어간다. 그리고 창작촌의 규모와 건설기간 및 건물의 개보수, 증축 수준에 따라 차이가 난다고 보면 된다. 연간 운영비용은 2 천만원에서 1 억원까지 다양한데 평균 4.700 만원이다. 월 평균 392 만원이 운영경비로 필요한 셈이다. 이는 정말 만만치 않은 수준이다. 연간 운영경비를 2 천만원으로 잡는다고 하더라도 월 평균 167 만원이 필요하다. 연간 운영경비의 내용으로는 전기료, 난방비, 오물처리비, 건물유지비, 통신비, 월세, 은행대출금 이자, 인건비, 프로그램 홍보비 등이 포함될 수 있다. 이런 세부항목의 예산소요 수준에 대한 조사는 쉽지 않았다. 왜냐하면 창작촌 운영자들이 예산운영에 관해 작은 부분까지 내보여야 하는 것을 부담스럽게 생각하는 면이 있고 한편으로는 창작촌 운영자 스스로 연간 운영경비를 합리적, 체계적, 계획적으로 계산해보지 않아 세부적인 예산소요에 대한 분석을 상당히 난감해 하는 점도 있기 때문이다. 이는 한마디로 구체적인 경영마인드를 가지고 창작촌을 운영하지 않고 있다는 말이다.

표 7 에서 보듯이 창작촌 운영에 연간 투입되는 재정문제를 어떻게 해결하는가를 묻는 설문조사에서 운영자 자금 40.19%, 프로그램운영 수입 26.5%, 경기문화재단 지원 20.31%, 기타 외부지원 13% 순으로 나타났다. 즉, 가장 큰 특징은 창작촌 운영자 개인자금으로 40.19%를 운영경비로 충당한다는 것이다. 심지어 전체 예산의 90%까지 운영자 스스로 감당해야하는 상황도 있다. 운영자는 외부 교육프로그램의 강사활동 등을 통해 얻은 수입을 창작촌 운영에 재투입하는 것으로 나타났다. 그 다음으로 주목할 만한 요소는 프로그램운영을 통한 수입이다. 대부분 문화예술교육 프로그램을 자체적으로 개발하여 학생, 일반인 등을 상대로 운영하고 있는 창작촌들에겐 주 수입원으로서 프로그램 운영활동이 상당히 중요하다고 볼 수 있다. 10 개 창작촌의 평균 프로그램운영 수입은 전체예산에서 26.5%를 차지하고 있다. 그러나 10 개 창작촌 중 8 개 창작촌만 프로그램을 진행하고 나머지 2 곳은 교육프로그램보다는 창작중심 스튜디오 활동을 하기 때문에 실제 8 개 창작촌의 평균 교육프로그램 운영수입은 33.1%라고 할 수 있다. 그리고 8 개 창작촌 중에서 프로그램 운영수입이 가장 높은 창작촌 1 곳은 전체 운영예산에서 90%를 차지하고 있다. 이는 프로그램 자체개발과 지역 교육대상자 개발 등의 노력이 좋은 결실을 거둔 경우라고 할 만 하다.

창작촌들이 경기문화재단으로부터 받는 지원은 전체운영예산에서 0-60%까지 다양한데 평균 20.31%를 차지하고 있다. 대부분의 창작촌 운영자들은 경기문화재단의 지원금이 창작촌 활동 초기에는 유효하나 향후에는 가능하면 지원금을 받지 않겠다는 의지를 가지고 있다. 실제로 경기문화재단이 창작촌의 연중 행사만을 지원해 온 방식은 창작촌의 체질을 근본적으로 개선시키기에는 분명한 한계가 있다고 생각한다. 그리고 기타 외부지원 내용을 살펴보면 문광부, 시청, 교육청, 군청, 공연수입, 개인후원, 작업실 임대료 등 창작촌의 사정마다 각각 달랐다. 하지만 경기문화재단 외의 지원 비율은 상대적으로 전체예산에서 13%로 매우 낮은데 10 곳 중 6 곳만 외부지원을 받는 것으로 나타났고 4 곳은 외부지원이 전혀 없는 상태다.

그리고 표 7 에 표기되지는 않았지만 재정문제와 관련된 전망을 묻는 질문에 창작촌 관계자들은 ‘입주자가 스스로 자생력을 키워야 함, 건물임대료 인하시 흑자 가능성, 사단법인 설립으로 사업구상 및 수입과 후원금 충당 계획, 교육프로그램 개발과 작품판매 등 수익사업 확대, 프로그램과 외부 프로젝트 수입확대, 사안별로 대책마련’ 등의 답변을 내놓았다. 그러나 약 50%의 창작촌 운영자들은 대체로 다양한 방법을 고민 중에 있으나 특별한 전망을 내놓지 못하고 있는 것으로 드러났다. 이를 통해 창작촌들이 재정적으로 자립해 나갈 수 있는 방법을 시급히 다변화시킬 필요가 있음을 확인하게 된다.

3) 프로그램 문제

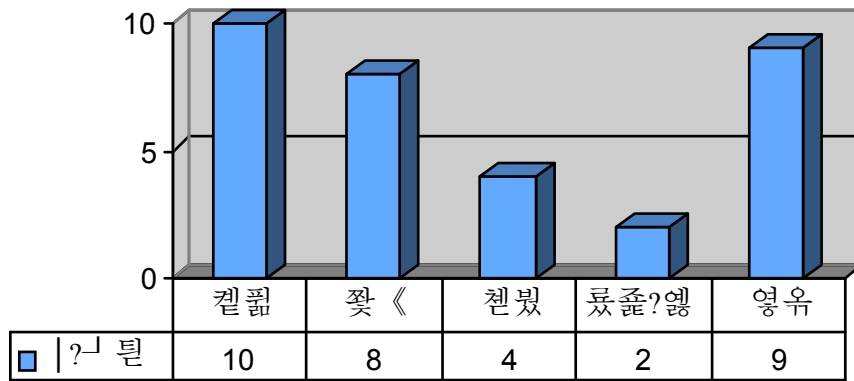
지역문화의 발화점으로서 창작촌이 생산해내는 양질의 문화예술 프로그램들은 이에 참여하는 사람들에게겐 하나의 문화적 영양소 역할을 할 수 있다. 문화도 음식물이나 의류, 가옥, 자동차 등과 마찬가지로 사람의 욕구를 충족시키는 것이다. 문화가 음식 등과 다른 점은 음식이 사람의 생리적 욕구나 안전욕구 등의 기본적 욕구를 충족하는 것을 목적으로 하는데 비해, 문화는 정신적 욕구 혹은 자기실현의 욕구를 충족시키려고 하기 때문에 문화는 어느 정도 경제적 수준에 도달한 국가나 사회에서는 사람들에게 행복을 주기 위해서도 결정적으로 필요한 것이라고 말할 수 있다(이케가미준.1999.p142).

표 8/ 프로그램 관련 참고자료

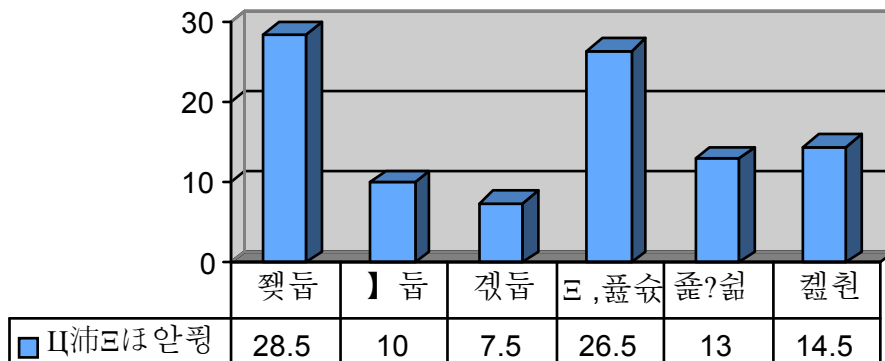
질문	답변
개발방식	* 단독개발 / 8 곳
	* 외부 인력, 단체와 협업 / 5 곳 (지역 사회단체, 미술단체, 시 문화재단, 교육청, 시청 등)
	* 기타 / 향후 협업계획 / 1 곳
내용(표 3 참조)	* 교육 프로그램 - 10 곳
	* 축제 프로그램 - 8 곳
	* 학술 프로그램 - 4 곳
	* 레지던스 프로그램 - 2 곳
	* 전시 프로그램 - 9 곳
성격	* 타 프로그램의 모방이나 변형 (평균 30 %)
	* 독창적인 내용개발에 주력 (평균 70 %)
참가비	* 유료 (5 곳 / 회당 3 천원-1 만 5 천원 사이)
	* 무료 (5 곳)
참여대상	* 초등학생 (평균 28.5 %)
	* 중학생 (평균 10.0%)
	* 고등학생 (평균 7.5%)
	* 대학생, 일반 (평균 26.5 %)
	* 지역주민 (평균 13.0 %)
	* 기타 (평균 14.5%) / 전문인과정, 예술인, 매개자, 유치부 등
연간 참여자 수	* 평균 / 3,630 명 (100-12,000 명 까지 다양)
운영되는 시기	* 상시 (9 곳)
	* 주말 (3 곳)
	* 방학 (3 곳)
	* 기타 연중 (3 월-1 곳, 10 월-3 곳, 연중 내내-2 곳)
타 창작촌과 교류하고 싶은 프로그램이 있다면?	* 주고 싶은 프로그램 (지역민 연계, 노인대상, 자연생태교육, 지역기반 아동, 장애우 국악활동, 사물놀이, 특수학급 대상)
	* 받아들이고 싶은 프로그램 (레지던스, 웰빙중심, 미디어교육, 문화예술교육, 공연, 천연염색, 도예, 조각, 재정자립)
프로그램운명을 위해 협의, 허가가 필요한 행정기관은?	* 시청, 군청, 교육청, 세무소, 예총, 미술단체, 수자원 공사,
모델로 삼는 국내외 창작촌, 프로그램은?	* 타 창작촌 (예/ 월선리)
	* 레지던스 프로그램

한국사회는 외환위기(IMF) 이후 경제 뿐만 아니라 문화적으로도 여러가지 변화된 모습을 보여주고 있는데 특히 주 5일 근무제 확산, 저출산 현상, 노년층 증가 등은 연령층의 구분없이 여가활동에 대한 관심도의 확대로 나타나고 있다. 사람들은 이제 여행, 건강, 예술과 관련된 문화활동에 점점 더 많은 관심을 보이고 있으므로 이러한 현상과 맞물려 창작촌이 진행하는 프로그램들이 사람들에게 상당히 매력적으로 보일 수 있다. 왜냐하면 번잡한 도시를 벗어난 한적한 곳에 자리잡은 창작촌의 문화예술 프로그램은 소박함과 순수성을 지니고 있기 때문이다.

자본주의는 사람들이 적절히 대처할 수 없는 여러가지 상황을 끊임없이 만들어내기 때문에 사람들은 일상생활의 책임과 압력으로부터 도피하고자 여흥과 오락의 세계에서 도피처를 찾는다. 문화산업은 기계적 복제기술을 이용하여 기분전환, 연애, 오락 등을 창출함으로써 이에 반응한다 (양중희.2005.p174). 이런 상황에서 흥미로운 것은 상당수의 대중들이 더 이상 문화산업이 만들어내는 상업성 짙은 프로그램들에 대해 흥미를 느끼지 못하고 있다는 점이다. 사람들의 문화적인 욕망은 이제 자신들의 피폐해진 삶을 어루만져주고 정서적으로 회복시켜 줄 그 무언가로 향해 있다. 이러한 시대적 흐름과 사람들의 마음을 이해하고 창작촌 프로그램의 개발과 운영에도 반영하는 것이 유익하리라 본다.



*표 9/ 10 개 창작촌 프로그램 운영내용과 창작촌 수(곳)



*표 10/ 10 개 창작촌 프로그램 참여대상 평균비율(100%기준)

그럼 창작촌들이 운영하는 프로그램과 관련된 문제들을 구체적으로 살펴보자. 표 8 은 설문조사에 대한 답변 내용을 종합적으로 정리한 것이다. 이를 통해 창작촌이 프로그램을 개발하는 방식, 내용, 성격, 참가비, 참여대상, 참여자 수, 운영시기 등에 평균적인 정보를 얻을 수 있다. 우선 프로그램 개발방식을 보면 8 곳이 단독으로 하는 것으로 나타났다. 물론 지역에 정주하고 있는 특성상 지역 사회단체, 미술단체, 시 문화재단, 교육청, 시청 등과 협업하는 곳도 5 곳이나 된다. 그리고 프로그램 운영내용을 보면 교육과 축제 그리고 전시에 대부분의 창작촌들이 관심을 쏟고 있다. 교육프로그램은 창작촌 10 곳 모두 운영하고 있지만 레지던스와 학술 프로그램 운영은 상당히 저조한 편이다. 이를 도표화하면 표 9 와 같다.

창작촌들은 전체 프로그램 중 평균적으로 70%를 독창적인 프로그램 개발에 주력하는 것으로 보이며 나머지 30%는 타 프로그램의 모방이나 변형을 통해 개발하고 있다. 프로그램에 참여할 경우 지불하는 참가비는 회당 약 3 천원에서 1 만 5 천원까지 다양한데 창작촌들 중 5 곳은 무료 프로그램을 진행하는 것으로 나타났다. 그리고 연간 프로그램 참여자 수가 100-12,000 명까지 편차가 있으며 창작촌 당 평균 3,630 명 수준이다. 표 10 에서 보듯이 이 중에서 초등학생이 평균 28.5%, 대학생과 일반인이 평균 26.5 %로 높게 나타났고 중,고생을 합하면 17.5%를 차지한다. 또 창작촌들이 지역적인 특성을 살리는 행사가 많기 때문에 지역민들도 평균 13%정도 프로그램에 참여하는 것으로 드러났다. 그 외에는 전문인 과정, 예술인, 매개자, 유치부 아동 등을 위한 프로그램들이 있어서 평균 14.5%의 참여비율을 보였다.

프로그램을 운영하는 시기를 묻는 질문에는 9 곳의 창작촌들이 보통 상시적으로 운영한다고 답했고 주말 3 곳, 방학시기 3 곳이 있다. 그리고 프로그램을 진행하는 연중시기에 대해서는 3 월 1 곳, 10 월 3 곳, 연중내내 2 곳으로 나타나 10 월에 행사가 집중적으로 이루어짐을 짐작할 수 있다.

그리고 다른 창작촌에게 주고 싶은 것으로는 지역민 연계, 노인대상, 자연생태교육, 지역기반 아동, 장애우 국악활동, 사물놀이, 특수학급대상 프로그램을 추천했으며 레지던스, 웰빙중심, 미디어교육, 문화예술교육, 공연, 천연염색, 도예, 조각, 재정자립에 관련된 프로그램을 받아들이고 싶다고 했다. 또 프로그램 운영과 관련해 지역내에서 어려움이 있는지 확인하기 위해 ‘프로그램 운영을 위해 협의나 허가가 필요한 행정기관이 있는가?’라고 물어본 결과 시청, 군청, 교육청, 세무소, 예총, 미술단체, 수자원 공사 등과 같은 기관 및 단체들이 열거되었다. 역시 지역을 기반으로 활동하는 창작촌들이 필수적으로 관계를 맺어야 할 상대들이 아닌가 생각된다.

4) 인력 문제

문화예술 생태계가 적절한 순환성을 가지고 지속되기 위해서는 그 안에 서식하는 인재들이 세대를 거듭하면서 교육을 받고 끊임없이 활동해야 한다. 이 순환성이 중단되면 그 생태계는 점점 균형을 잃고 결국 와해되기 마련이다. 이러한 시각에서 창작촌의 인력문제를 바라봐야 한다. 현재 경기지역의 각 창작촌 운영은 대부분 1-2 명이 도맡아 한다고 해도 과언이 아니다. 즉 극소수의 인력이 창작촌과 관련된 행정적, 법적인 문제해결, 예산운영, 프로그램 개발과 홍보 및 진행을 모두 책임져야 한다는 것이다. 물론 창작촌의 규모가 크지 않기 때문에 어느 정도는 가능하다고 하더라도 운영과정에서 지속적인 인력의 부족은 매우 심각한 결과를 가져올 수도 있다. 실제로 창작촌 운영자들은 설문조사와 포스트포럼 자리에서 인력문제에 대해 여러번 심각하게 토로해왔다. 창작촌 운영자들이 공통적으로 말하는 인력난의 원인은 어찌 보면 매우 단순하지만 의외로 해결하기 힘든 문제이다. 인력문제에 대해 창작촌 운영자인 박찬국 밀머리 미술학교 대표의 말을 직접 들어보면 다음과 같다.

“홍보는 집중적인 시기가 없고 사업마다 따로따로 하게 됩니다. 우리 활동에 비해서 홍보가 너무 부족했어요. 인력이나 시간이 없다보니 초기엔 제가 혼자서 조금씩 했는데 홍보에 신경쓰는 게 스트레스가 되더군요. 그래서 더 이상 신경을 안쓰게 되었습니다. 홍보기간

3개월의 의미는 사업설명회, 현장방문 등을 합친 것입니다. 앎든 현재 시스템을 다 바꾸는 과정이라 좀 고통스럽습니다. 요즘엔 스태프로 들어온 친구들이 월요일 오후부터 금요일 오전까지 밀머리에서 상근하는 게 굉장히 힘든 모양입니다. 그런 이유로 사람들이 1년 이상 버티지 못해요. 또 우리는 현장의 미시적인 활동이 중요한데 소통이니 관계니 타이틀만 가지고 움직이는 사람들은 밀머리에 왔다가 굉장히 힘들어 하고 포기합니다 (창작촌 포럼 녹취록.2006, 3차 포스트포럼 중에서).”

위에서 언급한 점을 보면 안정적인 인력공급 문제 자체만 하더라도 쉽지 않을 뿐만 아니라 결국 인력난 때문에 홍보문제에도 신경을 쓰지 못하고 있음을 알 수 있다. 대부분의 창작촌들이 도심에서 상당히 멀리 떨어져 있기도 하지만 창작촌에 상근할 경우 확실한 보수도 보장되지 않는 상황이라면 젊은 인력들을 끌어들이기가 앞으로도 매우 어려울 것이다. 그래서 이 부분도 창작촌 네트워크를 통해서 함께 풀어나가야 할 중요한 현안이라고 생각한다. 우선 설문조사를 통해서 창작촌의 구체적인 인력운영 현황을 살펴보고 어떤 인력을 가장 필요로 하는지도 알아보자.

창작촌이 인력을 공급하는 방식은 공개모집보다는 ‘아는 사람 소개로’가 7곳으로 압도적이다. 이런 인력 공급방식은 창작촌만의 특성은 아니라고 본다. 그리고 지역주민과 제자 그리고 수강생 등이 창작촌 운영에 참여하는 것으로 나타났다. 다음 인력운영내용 항목을 보면 상근하는 행정, 사무인력이 가장 부족함을 확인할 수 있다. 창작촌에 따라서 0-6명으로 다양했으나 행정, 사무인력은 평균 1.8명에 불과했다. 여기서 상근은 평균 1명, 비상근은 평균 0.5명에 불과했다. 0.5명이 의미하는 바는 행정, 사무인력이 프로그램 진행도 맡는 경우이다. 특히 구산 오픈스튜디오는 전적으로 실무를 담당할 사람이 따로 없고 현재 임시로 사무를 맡고 있는 작가 이원석 씨 1명만 있을 뿐이다. 그는 “작가들 스스로 모든 일을 진행하는 데 상당한 무리를 느낀다”고 말했다.

프로그램 운영인력을 보면 평균 12명인데 이는 현대도예문화원에서 제시한 자원봉사자 50명이라는 의외의 숫자가 평균값에 영향을 미친 결과이다. 프로그램 운영인력에서도 역시 가장 중요한 상근인력은 평균 2.8명으로 나타났다. 물론 이 역시 평균값에 불과하다. 프로그램 상근인력이 1명도 없는 창작촌은 3곳이나 되기 때문이다.

표 11/ 인력 관련 참고자료

질문	답변	
인력공급방식	* 아는 사람 소개로 (7 곳)	
	* 공개모집 (3 곳)	
	* 기타 (작가 스스로, 지역민, 제자, 수강생)	
운영내용 (1 명이 사무와 프로그램 운영을 동시에 할 경우 0,5 명으로 표시)	* 행정, 사무인력 - 평균 1.8 명 (0-6 명까지 다양)	상근 (평균 1 명) 비상근 (평균 0.5 명) 자원봉사자 (평균 0.3 명)
	* 프로그램 운영인력 - 평균 12 명 (0-58 명까지 다양)	상근 (평균 2.8 명) 비상근 (평균 2.2 명) 자원봉사자 (평균 7 명)
	* 상근 (무보수 -120 만원까지 다양)	
	* 비상근 (60- 120 만원까지 다양)	
	* 상근, 비상근 인건비에 대한 무응답 / 6 곳	
	* 다도, 예절 전문강사, 프로그램 강사	
가장 필요한 인력, 내용	* 사무, 홍보, 마케팅 담당자	
	* 전문적인 프로그래머, 디렉터	
	* 행정, 교육프로그램 자료 작성보조	
	* 에듀케이터, 도슨트 등과의 연계	
	* 전시기획자, 기획자와의 교류 및 협력	
	* 문화예술 전문인력 * 문화원 관리요원 * 자원봉사자	

인건비 수준에 대해서는 설문조사에서 속시원한 답변을 들을 수 없었다. 물론 몇몇 창작촌들은 솔직한 답변을 써 내기도 했지만 대부분의 창작촌들은 인건비 부분에 대해서는 언급하고 싶지 않았는지 6 곳이나 무응답으로 내놓았다. 어쩌면 정기적으로 보수를 받는 직장이라고 보기 힘든 상태의 창작촌들에게 인건비 수준을 묻는 것은 적합하지 않았을지도 모른다. 하지만 최소한의 운영사정을 유추해보기 위해서는 어쩔 수 없이 필요한 질문이었다. 결과를 보면 상근자가 무보수로 일하는 경우에서부터 120 만원까지 받는 것으로 다양했고 비상근도 60-120 만원 수준이다. 또 비상근 강사와 도우미 일당을 4-12 만원 수준으로 지급한다고 답한 곳도 있었다. 전체 상황을 종합해보면 창작촌들은 최소한의 인력으로 운영되고 있음을 알 수 있다. 행정, 사무, 프로그램 상근인력은 모두 합해 평균 3.8 명이다. 즉 3-4 명의 인원이 하나의 창작촌을 운영해 나간다고 보면 된다.

이제 창작촌들은 어떤 인력을 가장 필요로 하는지 살펴보자. 우선 인력의 성격은 크게 세가지로 나눌 수 있다. 첫째, 다도, 예절 강사와 같은 전문적인 프로그램 강사들을 필요로 한다. 이는 창작촌들의 프로그램 성격에 따라 모두 다를 것이다. 둘째, 전문적인 행정, 사무 담당자이다. 여기에는 사무, 홍보, 마케팅 담당자, 전문적인 프로그래머, 디렉터 및 행정, 교육 프로그램 자료작성 보조 등이 포함된다. 셋째, 외부에서 연대할 수 있는 활동가들이다. 창작촌들은 상근하는 인력 뿐만 아니라 에듀케이터, 도슨트, 기획자와의 교류 및 협력도 원하고 있다는 말이다. 그밖에 문화원 관리요원, 자원봉사자 등도 필요하다고 답했다.

이와같이 창작촌에서 필요로 하는 인력해결은 매우 기본적인 것이고 시급한 문제다. 당장 창작촌의 인력문제를 모두 해결할 수는 없지만 부분적으로라도 풀어나갈 수는 있을 것이다. 예를 들어 상근이 아니더라도 각 창작촌이 연중 가장 바쁘거나 중요한 행사시기에 필요한 행정보조나 프로그램 진행인력을 창작촌 네트워크를 통해 중개하고 공급하는 방안도 의미가 있다고 본다,

5) 마케팅 문제

창작촌 활동이 원활하기 위해선 인력문제 뿐만 아니라 마케팅 문제도 역시 중요하다. 아무리 좋은 프로그램을 창작촌들이 진행한다고 해도 역시 홍보가 되지 않으면 사람들이 관심을 갖지 않기 때문에 의미가 없다. 창작촌이 생산해내는 다양한 프로그램을 잠재적인 소비자에게 원활하게 전달하기 위한 기획, 시장 조사, 홍보 등의 활동은 창작촌의 재정 자립을 위해 프로그램 운영 못지않게 지속적으로 관심을 가져야 할 주요 사안 중의 하나이다. 결국 마케팅은 창작촌 활동의 전과정을 보다 효율적으로 체계화시키는 것과 관련이 있다. 여기서 한가지 주목해야 할 점은 창작촌 운영자들이 ‘마케팅’이라는 보다 체계적인 활동을 하기 위해선 자신들이 만들어내는 다양한 프로그램, 창작물, 행사 등을 문화적인 ‘콘텐츠(contents)’로서 생각할 필요가 있다는 것이다.

영화, 음악, 애니메이션, 게임, 캐릭터, 그밖의 각종 정보자료나 도서 저작물 등 사람들의 감각기관에 포착되어 소통되고 유통되는 모든 자원들을 콘텐츠로서 분류할 수 있다. 즉 사람들이 지적, 정서적으로 향유하는 모든 종류의 무형자산을 포괄적으로 지목하는 것이 콘텐츠인 것이다(백승국.2006.p17). 창작촌의 독특한 생산물들을 콘텐츠로 생각하는 것은 단순히 상품으로서 바라보는 시각보다도 훨씬 잠재적인 유통가치가 풍부한 문화예술적 자산으로서 인식하는 태도라고 본다. 이런 점을 염두하면서 창작촌의 온-오프라인 마케팅 활동에 대해서 살펴보기로 하자. 편의상 인터넷 외의 매체는 오프라인으로 분류했다.

표 12의 홍보방식 항목 중 오프라인에서는 주로 보편적인 방식인 전화, 우편, 팩스 등을 이용해 창작촌의 활동을 알리고 포스터 부착과 직접 방문도 하는 것으로 나타났다. 특히 프로그램 대상자 중 학생들이 많기 때문에 학교, 교육청 등에 공문을 발송하는 경우가 많다. 온라인을 보면 10개 창작촌들 중에서 8곳이 홈페이지를 운영한다고 대답했는데 이 중에 3곳이 직접 홈페이지를 운영하고 있고 1곳은 홈페이지와 카페를 함께 운영하고 있다. 그외의 창작촌들은 경기문화재단에서 운영하는 창작촌 홈페이지(<http://artvil.ggcf.or.kr>)에 링크된 개별 홈페이지를 통해 소개되고 있다. 그리고 최근에 가장 발전하고 있는 온라인 소통방식인 블로그를 운영하는 창작촌은 단 1곳 뿐이다. 심각한 것은 그나마 지속적인 업데이트가 이루어지는 사이트는 2-3개 정도에 불과하다는 점이다. 그밖에 온라인 홍보를 활용하는 경우에는 이메일이나 인터넷 게시판을 주로 이용하는 것으로 드러났다.

연간 홍보에 투자하는 비용은 평균 275만원으로 창작촌에 따라 100-1000만원까지 다양하다. 연중 집중적으로 홍보하는 시기를 보면 3월과 10월에 각각 3곳씩으로 나왔다. 이는 역시 3월과 10월이 행사가 많이 열리는 시기라는 것을 뜻한다. 그 다음으로는 연중 1-3개월간 홍보의 시기를 갖는다고 답했다. 이는 특정한 시기보다는 행사가 있을 때마다 홍보를 하여 종합한 결과로 나온 답이다. 그외엔 1월과 11월도 1곳씩, 그리고 연중 지속적으로 홍보하는 창작촌도 1곳으로 조사되었다.

표 12 / 마케팅 관련 참고자료

질문	답변	
홍보방식	오프 라인	* 우편 (5)
		* 팩스 (3)
		* 전화 (6)
		* 기타 (리플렛 발송, 포스터 부착, 방문)
	온라인	* 홈페이지 (8)
		* 블로그 운영 (1)
		* 기타 (이메일, 인터넷 게시판)

홍보에 투자하는 비용	* 연간 평균 275 만원 (100-1000 만원까지 다양)
연중 홍보에 집중하는 기간 (복수응답가능)	* 1 월 / 1 곳
	* 3 월 / 3 곳
	* 10 월 / 3 곳
	* 11 월 / 1 곳
	* 연중 필요한 시기 1-3 개월간 / 2 곳
	* 연중 내내 / 1 곳
교육프로그램 외에 판매상품이 있다면?	* 미술작품 (회화, 공예, 도자기, 서예작품, 공공미술품)
	* 아트상품 (생활도자기, 금속공예품, 목공예품, 벤치, 의자, 창작촌 기획상품, 작가아트상품, 천연염색제품)
	* 유기농품 (포도, 두부, 쌀)
	* 기타 (재활용악기 제작, 임대)
향후 개발하려는 상품이 있다면?	<ul style="list-style-type: none"> * 작가작품 판매 * 아트상품 판매 * 시 캐릭터 및 창작촌 기획 공예 상품 * 공룡 목걸이, 장식용 숯대 * 천연염색 생활용품 * 농촌체험 프로그램 * 재활용 악기 및 재활용 악기와 일체 놀이형 공공설치작품

마케팅과 관련된 설문조사 중에 가장 흥미로운 답변은 교육프로그램 외에 창작촌이 판매하는 상품에 대한 것이었다. 창작촌이 나열한 상품에는 표 12에서 보듯이 미술작품과 아트상품 그리고 유기농품이 있다. 특히 다양한 아트상품과 더불어 농촌에 위치한 창작촌의 특성이 드러나는 포도, 두부, 쌀 등의 유기농 식품은 창작촌이 자연스럽게 도농간의 생산과 소비의 교류를 매개하는 역할도 한다는 점을 보여준다. 다시 말해 창작촌에서는 문화예술 프로그램과 더불어 생활과 관련된 먹거리, 공예품 등도 함께 연결되는 새로운 문화의 형성이 가능하다는 이야기다. 이런 경향은 현재 건강하고 문화적인 생활에 목마른 이들의 욕구와 잘 맞아 떨어진다. 그리고 향후 개발하려는 상품목록에서 공룡 목걸이, 장식용 숯대, 농촌체험 프로그램, 재활용 악기 및 재활용 악기와 일체가 된 놀이형 공공설치작품 등은 창작촌의 생산물들이 앞으로 더욱 독특해지리라는 기대감을 불러 일으킨다. 이런 개성있는 콘텐츠들은 대중들에게 창작촌을 주목시키는 결과를 가져올 것으로 예상된다.

b. 문제해결의 공통점과 발전단계의 구조화

이제까지 살펴본 바와 같이 창작촌들이 겪는 다양한 문제들을 공간, 재정, 프로그램, 인력, 마케팅 항목으로 분류하여 그 문제해결 과정에서 창작촌들이 공통적으로 경험하는 점들을 확인하였다. 이러한 공통적인 경험들을 추출하여 메뉴얼화하면 ‘진화도 1, 2, 3, 4’로 정리될 수 있다. 이 4개의 진화도는 창작촌의 생성과 변화 단계를 표현한 것으로서 다음과 같다.

1, 창작촌 준비기 - 2, 창작촌 오픈초기 - 3, 창작촌 발육기 - 4, 창작촌 도약기

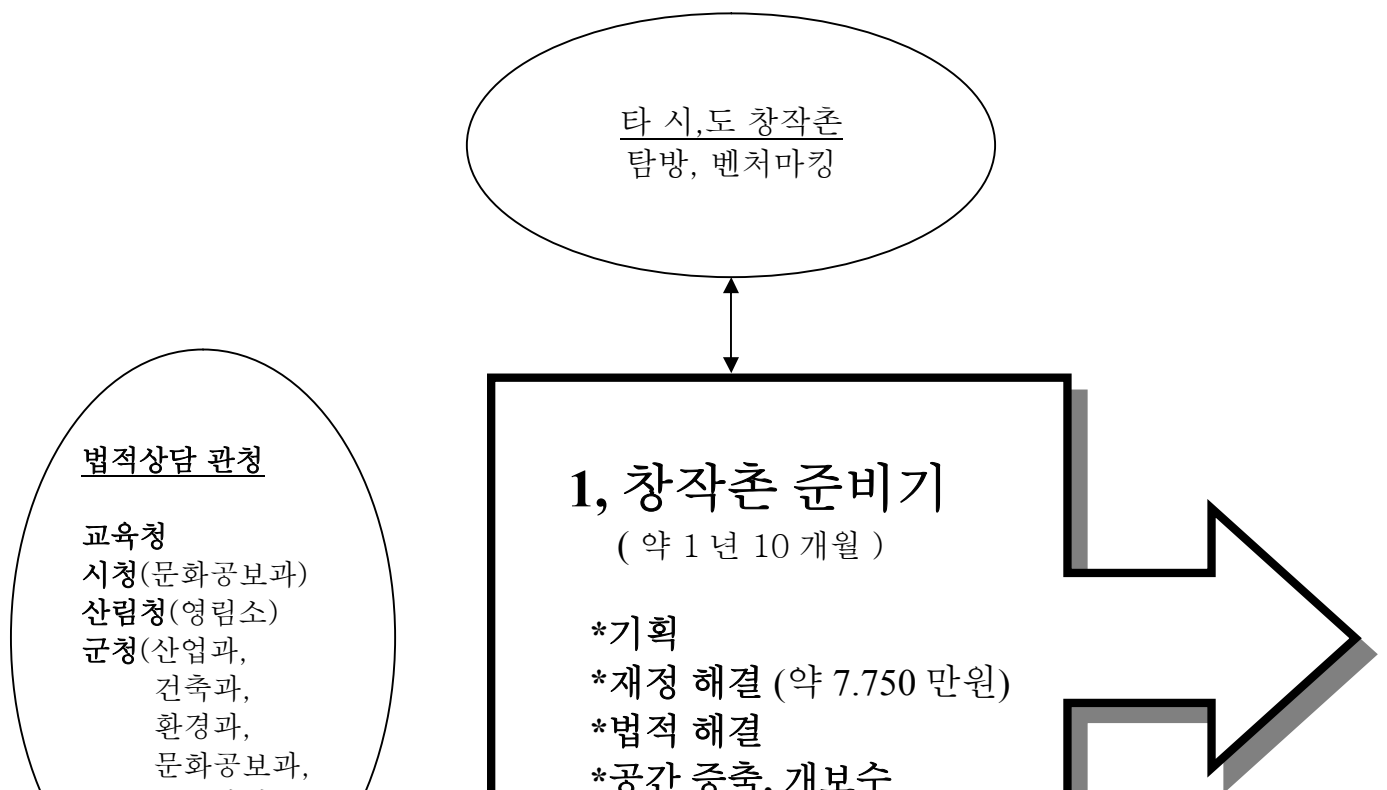
이 4개의 진화도에서 1, 2는 현재까지 경기지역의 창작촌들이 겪어온 경험의 과정을 집약한 것이라고 할 수 있다. 다시 말해서 경기지역 10개 창작촌은 모두 준비기와 오픈초기의 과정을 거쳤다는 것이다. 이런 과정에서 축적된 경험들은 새롭게 생성될 미래의 창작촌들을 위해서 매우 유용한 정보이다. 그래서 가능하면 이 준비기와 오픈초기에 창작촌들이 얻은 중요한 체험들을 개념적으로 잘 정리하여 진화도에 반영하려고 노력했다.

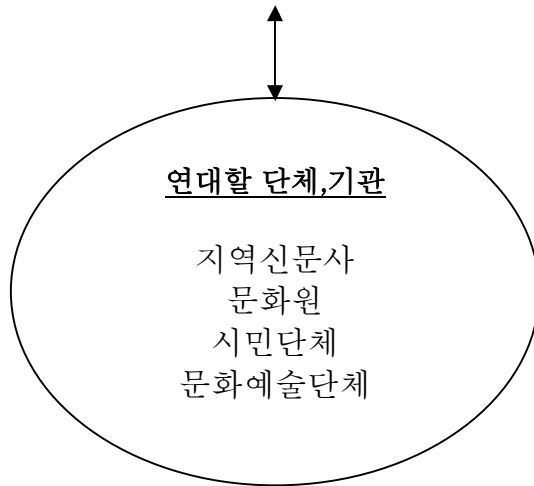
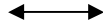
3,창작촌 발육기란 준비기와 오픈 초기를 지난 창작촌들이 현재 ‘발육기’의 단계에 와 있다는 의미이다. 모든 생물들은 발육기에 충분한 영양공급을 해주어야 잘 자란다. 또 이 시기에 미래에 대한 비전이 잘 갖추어져야 앞으로 어떻게 성장해 갈 것인지 방향성을 잡게 된다. 현재의 창작촌 진화단계를 발육기라고 표현한 이유는 결국 이 시기가 앞으로 창작촌이 어떤 모습으로 발전할 것인지 결정되는 단계이기 때문이다. 창작촌은 무조건 성장하지 않는다. 어떤 창작촌은 운영여건이 악화되어 문을 닫을 수도 있으며 새로운 공간을 찾아 다른 낯선 곳에서 정착을 다시 해야하는 경우가 생기지도 모른다. 그러므로 창작촌들은 발육기인 현시기를 심사숙고하여 발전적인 경로를 모색해야 한다. 그러한 발전적인 다음 단계의 이미지를 4,창작촌 도약기로서 제시하였다.

4,창작촌 도약기는 완성형이 아니다. 즉 창작촌은 안정된 형태로 완성되어 고착화하면 안된다는 의미이다. 창작촌의 완성기가 있다면 그것은 쇠퇴기로 가는 전단계를 가리킨다. 이 점을 창작촌은 잊지말고 부단히 도약하는 과정만을 상정하고 노력해야 한다. 4,창작촌 도약기는 이상적인 단계가 아니다. 단지 이상적인 청사진을 제시하려는 것보다는 현재 발육기의 상태보다 한 단계 업그레이드 가능한 수준을 상정한 것이다. 이 도약기로 경기지역의 창작촌들이 잘 진입할 수 있다면 그들에게는 더 넓고 새로운 지평이 열릴 것이다. 그렇게 되려면 현재 발육기의 단계에서 할 수 있는 일부터 차근차근 해나가야 한다. 창작촌 네트워크도 바로 그런 활동 중의 하나라고 본다.

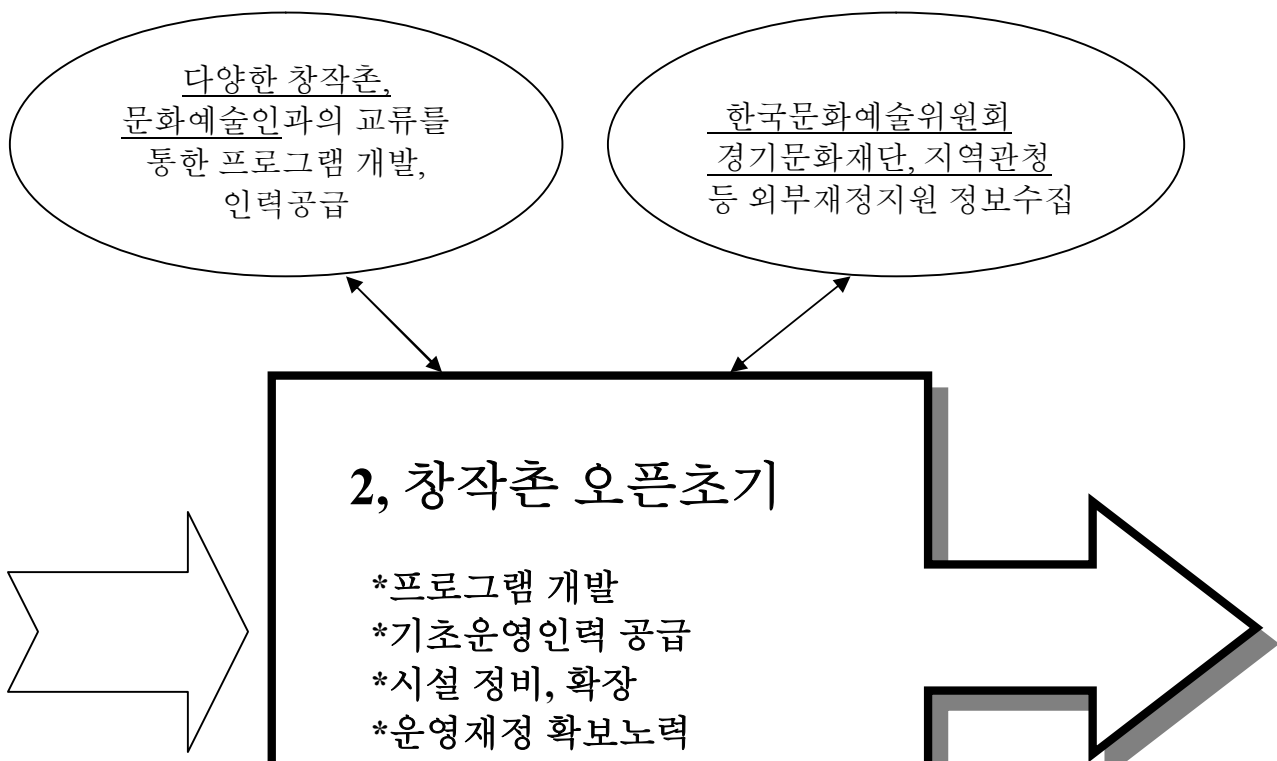
다음에 전개되는 진화도 1, 2, 3, 4를 보면 중앙에 화살표가 있는 네모가 있다. 여기에는 각 단계별 주요 문제와 해결사항들이 간략하게 정리되어 있고 창작촌들이 설문조사에서 답한 내용들로부터 평균적으로 도출된 수치나 정보도 볼 수 있다. 이 화살표가 있는 네모 주변엔 타원형들이 3-4 개씩 화살표로 관계를 형성하고 있다. 이 타원형의 내용은 창작촌들이 각 단계마다 접촉하거나 교류해야 하는 대상들이다. 그것은 관청, 단체, 지역민, 문화재단, 홍보대상 등으로 시기마다 조금씩 달라진다. 물론 이런 관계맺는 대상들은 앞으로 창작촌들의 활동 방향과 범위에 따라 더욱 다양해질 수 있다. 여기서 제시되는 진화도 1, 2, 3, 4는 완성된 버전이 아니다. 창작촌의 활동이 계속되는 한 진화도도 함께 앞으로 나아가갈 것이다. 그리고 앞으로 창작촌에 대한 연구가 계속된다면 간략하면서도 더욱 정교한 개념과 유의한 정보들을 담아내는 진화도가 만들어지리라고 본다. 이는 창작촌의 활동과 연구가 함께 공진화하는 모습을 반영하는 상징적 그림이라고 할 만하다.

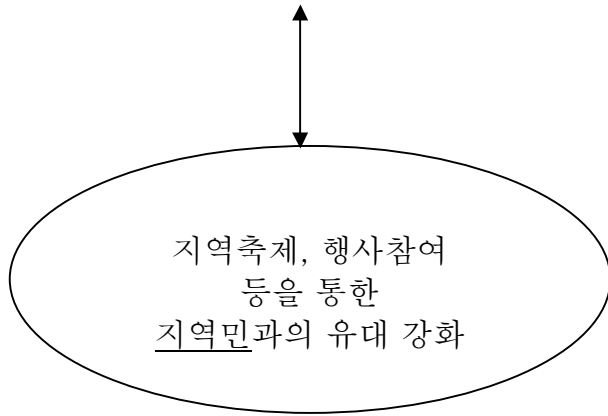
이제 진화도 1, 2, 3, 4의 단계를 하나하나 살펴보자.



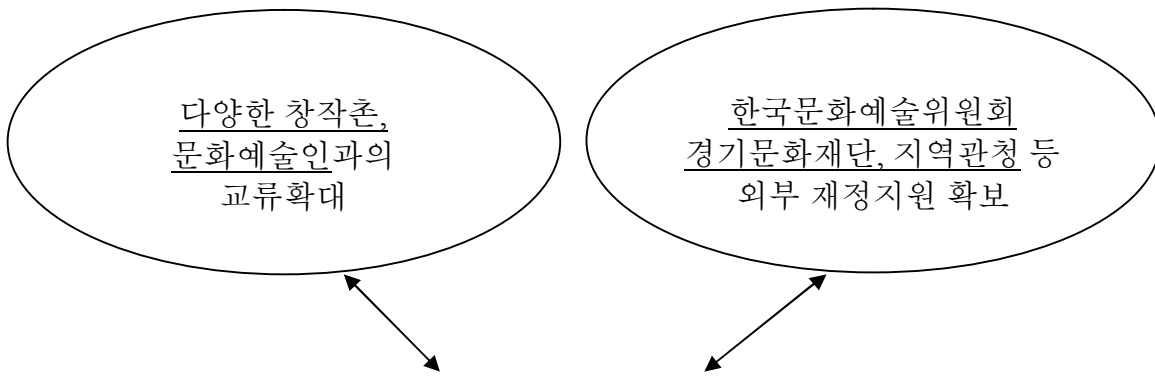


***진화도 1:** 창작촌 준비기는 프로그램이 운영되기 이전의 시기를 말하며 어떤 창작촌을 만들 것인지에 대한 기획과 공간마련 그리고 그에 따른 재정적, 법적 해결 등이 가장 중요한 문제이다. 이 시기에는 구상한 창작촌 규모에 알맞는 재정문제를 해결하고 법적으로 관련이 있는 여러 관청을 드나들어야 하며 또 지역에서 이미 활동하고 있는 시민, 문화예술 단체에게 도움도 요청해야 하는 시기이다.



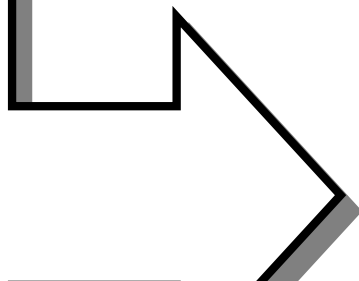
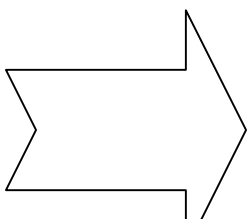


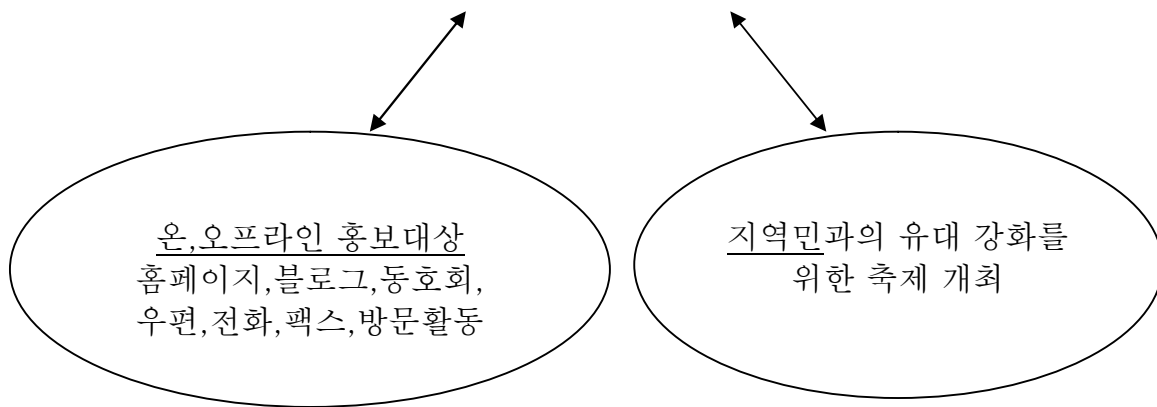
***진화도 2:** 창작촌 공간구성이 마무리 된 후 서서히 활동을 시작하는 단계를 창작촌 오픈 초기로 분류하였다. 이 시기에는 본격적으로 창작촌에서 운영할 여러가지 프로그램을 개발하고 강사와 실무를 담당할 인력을 구하는 시기이다. 또 재정문제 해결을 위해 지원금을 받을 수 있는 곳들을 알아보고 지역민과의 유대강화를 위해 해당지역의 여러 행사에 참여해야 하는 시기로 볼 수 있다.



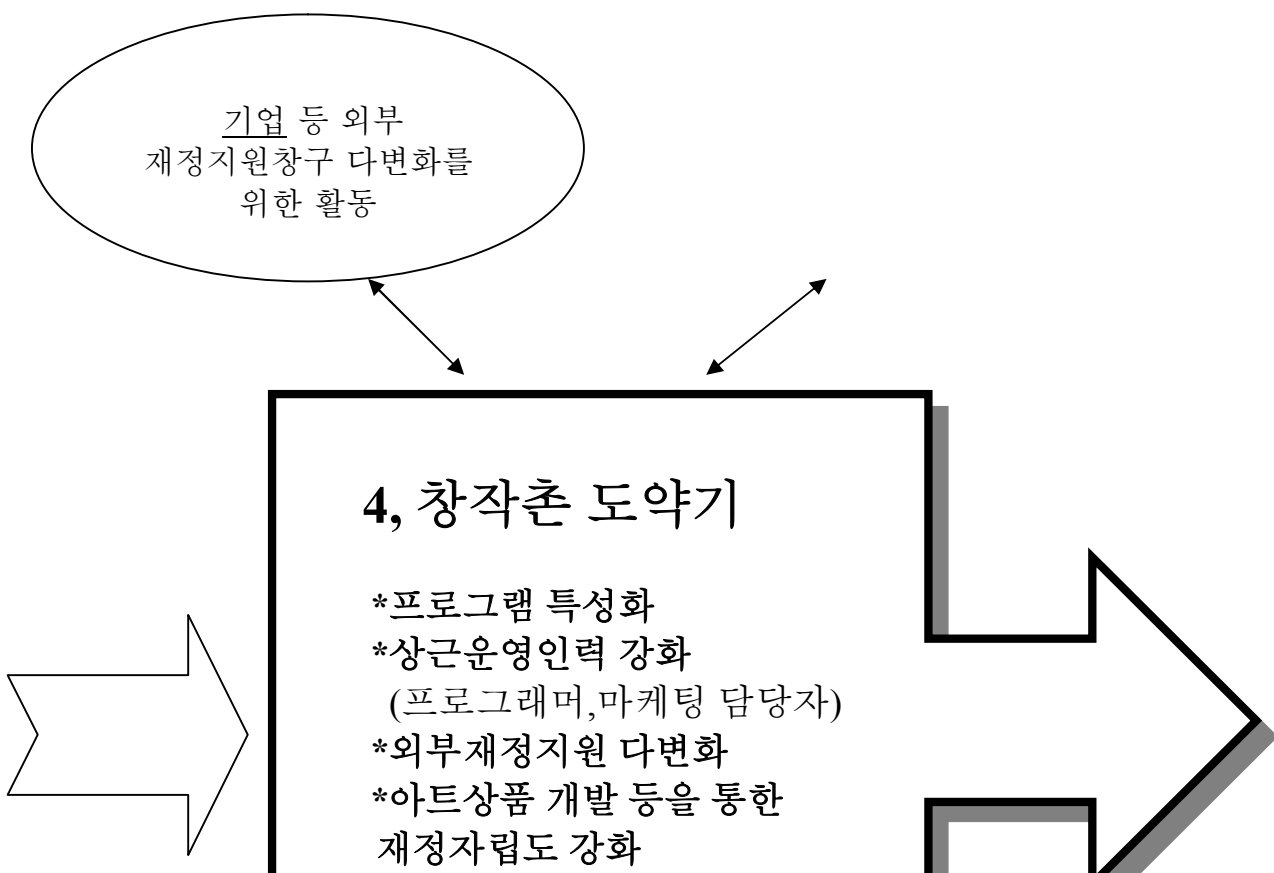
3, 창작촌 발육기

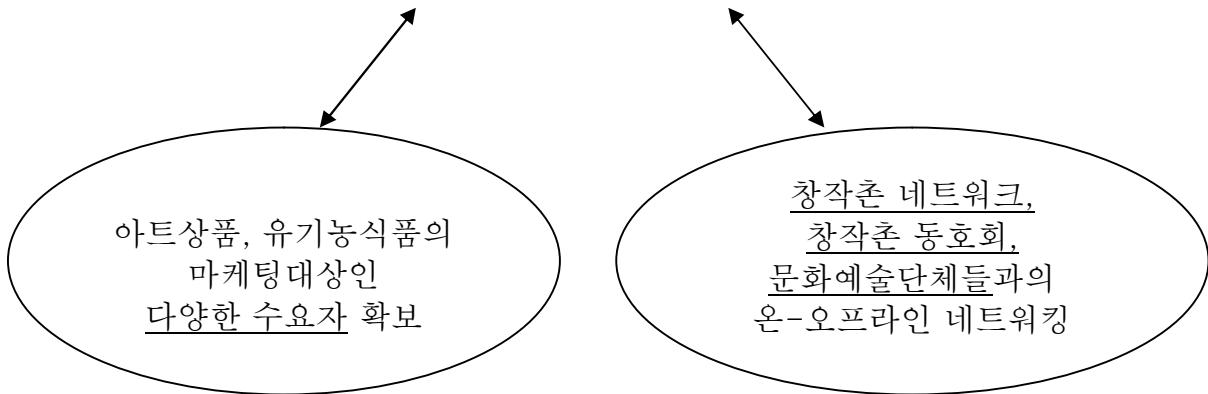
- *프로그램 홍보
(온-오프라인)
- *프로그램 운영 활성화
(교육, 축제, 학술, 레지던스, 전시)
- *기초운영인력 안정화





***진화도 3:** 경기지역 창작촌의 현단계는 발육기에 속한다고 볼 수 있다. 이제 프로그램이 활성화 되고 충분하지는 않지만 기초인력을 운영하고 외부지원을 받으며 타 창작촌과 교류를 확대하고 있는 상태다. 다만 온라인 홍보활동면에서는 충분하지 않다.





***진화도 4:** 경기지역 창작촌이 앞으로 나아가야 할 방향을 도약기로서 제시한 것이다. 특히 향후 재정자립도를 높이기 위해서는 보다 특성화된 프로그램과 아트상품 등을 개발하고 기존의 문예진흥기금이 아닌 다양한 재원마련을 위한 노력을 해야 한다. 그리고 창작촌이 가질 수 있는 여러 네트워크를 충분히 활성화하여 창작촌의 생존력을 높여 가야 하는 시기로 볼 수 있다.

4 장, 창작촌 네트워크의 기능과 조직화 모델

a, 네트워크의 기본 방향

이제까지 살펴본 바와 같이 현재 진행 중인 창작촌들의 다양한 진화과정들을 살펴보면 지역마다 매우 자생적인 동기를 가지고 건립과 정착을 위한 노력들을 해 온 것으로 보인다. 여기서 한가지 생각해야 할 문제는 모든 문화적 현상들이 당대의 중요한 변화의 시기마다 그에 대응하는 적절한 변화를 모색하지 못하게 되면 어느새 생동감을 잃은 문화적 퇴물로 전락하기 쉽다는 점이다. 한 사회 내의 문화적 행위가 생동감을 잃는다는 것은 이미 무의미한 반복적 관습으로 고착화되어 가는 상태를 가리킨다.

창작촌들이 이제까지 거처온 힘겨운 과정들이 우리 사회에서 의미있는 문화적 맥락으로 자리잡고 그에 합당한 평가를 받기 위해선 현재와 같이 창작촌 관계자들의 개별적인 노력만으로는 부족하다고 생각한다. 즉, 보다 적극적인 방법으로 각 창작촌의 행동반경을 확장시키고 창작촌 간의 탄력적인 연대와 건설적인 자극을 통해 보다 새로운 단계로 변화해야 한다고 본다. 다시

말해서 1990년대 중반부터 이제까지 성장해 온 창작촌들의 모습이 씨앗을 뿌리고 싹이 트고 발육하는 과정에 해당된다면 지금부터는 본격적으로 도약해 나가야 할 단계이다.

창작촌들이 각 지역에서 홀로 싹을 틔우기 위해서 고통스러운 시기를 거치는 동안 우리 사회의 변화도 함께 이루어졌다. 특히 문화예술계의 시스템도 서서히 발전하고 있다. 물론 여전히 부족한 점이 많지만 문화예술계에 대한 지원제도를 더욱 합리화하기 위한 고민들이 계속되고 있고 최근에는 창작촌 활동에 대한 관심과 그에 대한 담론이 확산되는 현상도 보인다. 가까운 예로 미술인회의에서 전국적인 차원에서 추진하는 ‘오픈스튜디오 네트워크’사업도 창작촌 활동과 직, 간접적인 관계가 있다.

경기지역 창작촌들은 이와 같은 문화예술 생태계의 역동적인 변화를 주시해야 한다. 이제 더 이상 각 창작촌은 고립무원의 처지가 아니며 자신들의 활동에 대한 의미를 단지 자신들이 거주하는 지역이나 경기지역 내로 한정시키지 말아야 한다. 이렇게 시야를 넓히고 지평을 확장시키는 과정은 당연히 창작촌 네트워크와 같은 방식을 통해서 가능할 것이다. 물론 이 네트워크는 자생적이어야 한다. 경기문화재단과 같이 외부의 협력상대가 조직해주는 형태가 아닌 창작촌 간의 자기조직화를 통해 생성되어야 한다. 그렇다고 다양한 협력상대들의 제안에 귀기울이지 말라는 것은 아니다. 유익한 아이디어들은 사방에서 자라나고 있고 열린 마음으로 그것을 흡수해내는 네트워크는 모든 창작촌들의 발전에 도움이 되리라고 본다.

여기서 다시 한번 강조하자면 ‘2장 a, 창작촌들의 공진화 현상과 전망’에서 언급한 바와 같이 환경의 변화에 대처하는 능력이 떨어지는 응집력이 강하고 안정된 조직보다는 단기적인 목표를 위해 협력하고 유익한 정보를 공유하는 느슨하고 열린 관계망을 지속적으로 형성해 나가는 것이 창작촌들에게 가장 바람직하다고 생각한다.

그렇다면 창작촌 네트워크의 방식과 나아가야 할 방향에 대해 구체적으로 살펴보자. 네트워크의 기본적인 방식은 온라인과 오프라인이라는 상호보완적인 형태가 되는 것이 가장 효과적일 것이다. 경기지역의 창작촌들은 여기저기 산재해 있기 때문에 창작촌 간의 거리가 상당히 멀다. 즉히 2-3시간은 투자를 해야 타지역의 창작촌을 방문할 수 있기 때문에 오프라인에서 갖은 의견교환이나 인간적인 유대관계를 맺지 못하는 형편이다. 실제로 2006년 창작촌 활성화를 위한 포스트포럼 4회와 공개포럼 1회를 진행하는 동안에도 모든 창작촌 관계자들이 모이는 경우는 거의 없었고 모인다고 하더라도 전체 인원의 60%를 넘기기가 힘들었다. 거리상의 문제가 커뮤니티 형성에 직접적인 장애가 되는 경우라고 해야 할 것이다. 이를 극복하는 방법은 역시 온라인 네트워크 밖에 없다. 가장 빠르고 편리하게 발전하고 있는 온라인 커뮤니티 메뉴들을 적극적으로 활용해야 한다.

하지만 오프라인 네트워크 역시 매우 중요하다. 거리상의 단점이 있다고 온라인에서만 네트워크가 존재하는 것으로 끝난다면 이는 상당히 맥빠지는 일이 아닐 수 없다. 역시 오프라인에서 만나 돈독한 유대관계를 형성하는 것은 커뮤니티에서 가장 기본적인 덕목 중의 하나이다. 그럴려면 그만한 동기가 부여되어야 한다. 즉, 회원들이 모이기 위한 적극적인 목적이 주어져야 한다는 말이다. 이는 최소한의 오프라인 회합을 통해 효과적인 네트워크를 형성할 방도이기도 하다. 무엇보다도 먼저 오프라인에서는 창작촌들이 단기적으로 함께 추진할 구체적인 사업이 있어야 한다. 물론 창작촌들이 준비를 많이 해야 하는 대규모의 행사나 자본투자가 많은 사업은 피하는 것이 좋다. 부담없이 함께 하면서도 현단계의 창작촌 활동에 도움이 되는 공동사업을 목표로 정하는 것이 효과적이라 본다.

위와 같은 기본방향에서 개념을 정리하면 온라인 네트워크는 창작촌들이 머무는 ‘플랫폼’의 역할이 중요하고 오프라인에서는 ‘센터’의 형태로 다양한 사업을 추진하는 구심점을 마련하자는 것이 된다. 그렇다면 이제 온라인 플랫폼과 오프라인 센터의 내용을 더 깊이 살펴보자.



b, 온라인 플랫폼

인터넷 네트워크의 중요성은 새삼 강조할 필요가 없을 정도로 필수적이다. 정보기술은 끊임없이 새로운 형태의 인터넷 소통방식을 만들어내고 있다. 이미 홈페이지는 거의 고전적인 방식으로 취급되고 있고 그동안 메신저, 커뮤니티카페, 미니홈피 등을 거쳐 이젠 다양한 블로그의 형태들이 선호되고 있다. 인터넷상에서 이렇게 여러 형태로 진화하는 기술들을 모두 섭렵하는 것도 쉬운 일이 아니다. 이제 중요한 것은 각자에게 가장 적합한 형태의 소통도구를 찾아 사용하는 일이다.

경기지역의 창작촌들도 이미 홈페이지나 블로그를 운영하고 있고 경기문화재단에서 운영하는 창작촌 홈페이지도 있다. 현재 10개 창작촌들 중에서는 3곳이 직접 홈페이지를 운영하고 있고 1곳은 블로그를, 1곳은 홈페이지와 카페를 함께 운영하고 있다. 그 외의 창작촌들은 경기문화재단에서 제작한 창작촌 홈페이지(<http://artvil.ggcf.or.kr>)와 연결되어 소개만 되고 있다. 이 중에서 지속적인 업데이트가 어느 정도 이루어지는 경우는 2-3개에 불과하다.

이는 인터넷을 통한 활동이 대부분의 창작촌 운영자들에게는 특별한 실효성이 없는 것으로 여겨지거나 적극적으로 홈페이지를 운영할 만한 여건이나 여력이 안되기 때문이라고 생각한다. 여기에는 몇가지 현실적인 문제가 얽혀 있다. 우선 지역에 정착해서 그 곳을 근거지로 활동하는 창작촌들은 교육이나 체험프로그램을 운영하지만 대부분 가까운 지역의 학생이나 일반인들을 대상으로 하고 있다. 물론 몇몇 창작촌들은 멀리 대도시에서 찾아오는 사람들을 맞이해서 프로그램을 운영하는 경우도 있지만 상대적으로 차지하는 비율이 낮다. 이러한 사정은 창작촌들에게 인터넷 홈페이지란 단지 자신을 소개하는 '문패'수준 이상의 것이 아니라고 생각하게 만들고 인터넷을 통한 홍보나 마케팅에도 소극적인 태도를 취하게 한다.

문제는 여기에서 순환된다. 8개 창작촌의 프로그램운영 수입에 대한 설문조사 결과를 보면 각 창작촌의 전체운영예산에서 평균 33.1%를 차지하고 있다. 이는 현실적으로 창작촌 운영을 위해서 각자가 가진 문화예술 콘텐츠를 이용할 소비자나 지속적인 애호가들이 필요하다는 의미이다. 그러나 지금처럼 그 소비자나 애호가들의 수요가 인근지역내에서만 머무른다면 분명히 재정적인 자생력을 갖기란 쉽지 않을 것이다. 그렇다면 경기지역내의 창작촌들이 염두해야 할 곳은 인구가 집중된 수도권이다. 수도권에는 인구가 많은 만큼 문화, 예술, 교육, 체험, 생태 프로그램을 소비할 잠재력도 높다. 하지만 이들을 유혹하는 프로그램들은 수도권에 이미 허다하다. 이들이 기꺼이 먼 곳에 있는 프로그램을 찾아간다면 그건 바로 프로그램의 참신함이나 독특함 또는 상업성에 찌들지 않은 내용 때문일 것이다. 그리고 이러한 요소들이 창작촌의 브랜드 이미지와 결부될 가능성이 높다는 점도 생각해 볼 문제다.

결국 지역적인 한계를 벗어나 수도권에 많은 학생, 직장인, 가족 등을 상대로 창작촌들이 생산해내는 독특하고 다양한 콘텐츠를 홍보할 필요가 있고 인터넷은 당연히 좋은 매개체가 될 것이다. 그러나 홈페이지나 블로그를 만들어 놓았다고 홍보가 쉽게 되지는 않는다. 그만큼 시간과 돈을 투자해서 널리 알려야 한다. 하지만 이런 일은 인력과 자금이 넉넉치 않은 창작촌들이 개별적으로 실행하기에는 좀 벅하다. 그래서 창작촌들을 위한 종합적인 온라인 플랫폼이 필요하다고 본다.

온라인 플랫폼의 운영방안은 특히 창작촌들의 공동 홍보, 마케팅, 커뮤니티 기능에 초점이 맞추어져야 한다. 현재 경기문화재단에서 운영하는 창작촌 홈페이지는 창작촌들에 대한 매우 소박한 소개 정도에 그치고 있고 홈페이지 형식 또한 지금 인터넷에서 선호되고 있는 상호소통적인 방식들과는 거리가 먼 진부한 모습을 띠고 있다. 그러므로 창작촌들이 생산해내는 다양한 교육 프로그램들과 창작물들을 종합적으로 홍보하고 유통시킬 수 있도록 아트샵 기능에 중점을 둔 홈페이지를 운영하거나 개별 창작촌 블로그에서 새로운 소식을 올릴 경우 동시에 창작촌 메인 블로그에서도 업데이트가 이루어지는 블로그링 시스템을 이용해도 유익하겠다.

온라인 플랫폼이 더 이상 유명무실한 곳이 아니라 실제로 인터넷 바다에서 많은 고기떼들이 모이는 황금어장으로 만들기 위해서는 성공적인 홈페이지나 블로그들의 경영방식을 분석하고 현재 다양하게 개발되고 있는 온라인 마케팅 기법들을 활용해야 한다. 특히 최근에는 방문객들의 반응뿐만 아니라 다양한 네티즌들과 동시적인 네트워킹이 가능한 블로그가 마케팅에도 적극적으로 활용되는 추세로 가고 있다. 이러한 상황은 기존의 고정된 이미지 메이킹이나 브랜드 마케팅의 시대가 저물고 있다는 것을 의미한다. 역동적이고 상호소통하는 상황 속에서 함께 진화해가는 브랜드 메이킹(brand making)이 중요해지고 있다는 점을 유념해야 한다.

그리고 창작촌 운영자들도 이러한 매체와 소통방식의 변화를 두려워하지 말고 자신들의 콘텐츠를 온라인에서 유통시키는 문제에 대해서 더욱 적극적인 자세가 필요하다. 오프라인에서 창작촌들이 아무리 활발하게 좋은 콘텐츠를 만들어내고 있다 하더라도 창작촌 홈페이지나 블로그가 변함없이 업데이트 되지 않고 멈춰 있다면 네티즌들은 그 사이트를 이미 죽은 것으로 단정하기 마련이다. 예를 들어 어떤 사이트가 1-2 주일 동안 단 한 번도 업데이트 되지 않고 있는 상태라면 그 사이트를 네티즌들이 더 이상 방문하지 않는다는 사실이다.

c, 오프라인 센터

창작촌 네트워크가 오프라인에서 센터의 형태로 꾸러진다면 온라인 보다 더 구체적인 일을 하리라 기대된다. 오프라인 센터에서는 다양한 프로그램들을 공동개발 및 교류하고 창작촌의 요청이나 필요에 따라 현장에 인력을 파견하거나 중개하며 창작촌들이 주체가 되는 참신한 행사기획과 경제공동체 실험도 할 수 있을 것이다. 오프라인 센터는 결국 창작촌과 관련된 여러 가지 문제해결에 적극 대응하고 각종 정보들을 지원하는 플랫폼이자 네트워킹의 중심적인 역할을 해야 한다고 본다.

이러한 오프라인 센터의 활동들을 주요항목으로 분류하여 설명하면 다음과 같다.

***프로그램 공동개발 및 교류지원 /** 창작촌에서 진행되는 각종 교육, 축제, 학술, 레지던스, 전시, 해외교류 등의 프로그램을 기획단계부터 공동으로 개발한다. 이는 각 창작촌들이 운영하는 콘텐츠의 특성을 살리는 효과가 있을 것이다. 기획단계에는 외부의 기획자나 프로그래머들을 참여시켜 창작촌 운영자들이 풍부한 아이디어를 제공받을 수 있도록 돕는다. 또 창작촌들이 서로 필요한 프로그램을 품앗이하도록 중개한다. 이러한 교류는 어느 한 창작촌이 모든 장르의 프로그램을 다 만들어낼 수 없는 현실에서 상당히 유용한 방법이라고 생각한다.

***인력공급, 인적교류 중개 /** 프로그래머, 기획자, 큐레이터, 자원봉사자, 교육자 등 창작촌에서 필요로 하는 인력을 공급하거나 창작촌 간의 인적 교류를 중개한다. 현재 창작촌들은 대부분 전문적인 기획자와 프로그래머 또는 강사나 행정실무자 등을 필요로 하고 있다. 창작촌들이 경기지역에서도 농촌에 주로 자리잡고 있기 때문에 지속적으로 상근할 젊은 인재들을 찾기가 쉽지 않은 실정이다. 하지만 상근이 아니더라도 각 창작촌이 연중 가장 바쁘거나 중요한 행사시기에 필요한 인력을 공급하는 방안도 의미가 있을 것이다,

***홍보방식개발 /** 온라인 뿐만 아니라 오프라인에서도 창작촌에서 진행되는 다양한 행사와 프로그램들의 홍보를 지원할 필요가 있다. 창작촌 운영자들과 함께 홍보방식을 연구하고 다양한 홍보경로를 개발한다. 한가지 예를 든다면 창작촌이 학생, 직장인, 가족들을 위한 교육이나 체험 프로그램을 제공하는 곳일 뿐만 아니라 취미나 애호활동을 하는 동아리들이 능동적으로 프로그램을 만들어 가는 공간으로 홍보해도 유익하리라 본다. 이렇게 다채로운 홍보방식에 대한 지속적인 고민이 필요한 이유는 창작촌의 이미지가 고착화 되는 것을 방지하기 위함이다. 이미지의 고착은 문화적 환경 변화에 대처하는 능력이 떨어지는 것을 의미한다.

***마케팅사업 /** 인터넷 아트샵이 창작촌의 다양한 생산물을 온라인상에서 거래될 수 있도록 유도한다면 오프라인에서는 전시회 등을 기획하고 매매를 중개한다. 예를 들어 ‘창작촌 아트마켓’은 실제로 시도해 볼 만한 사업이라고 생각한다. 경기지역의 창작촌들은 미술, 국악, 도예 등의 예술교육과 다양한 체험프로그램 외에도 조각, 회화, 도자기, 서예작품과 천연염색제품, 재활용 악기, 공룡 목걸이, 장식용 솟대, 의자와 같은 독특한 공예품 그리고 포도, 두부, 쌀 등의 유기농 식품도 판매가 가능하다. 이러한 콘텐츠를 잘 조직하여 창작촌들이 공동으로 아트마켓을 연다면 상당히 특별한 행사로 주목받을 수 있다고 보며 창작촌들의 활동을 홍보하는 효과적인 수단이 될 것이라고 생각한다. 그리고 만약 아트마켓이라는 이름이 주는 이미지가 창작촌들이 생산해내는 다양한 프로그램들을 다 담아내지 못하고 상품성만 강조되는 면이 있다고 여겨진다면 ‘창작촌 페스티벌’이라는 보다 종합적인 행사를 하는 것도 고려해 볼 만하다. 물론 이 페스티벌은 각 창작촌이 한 해 동안 운영하는 여러가지 프로그램들 중에서 대표적인 것을 선보이는 장으로서 아트마켓 기능도 당연히 포함되는 것이 효과적이라고 본다.

***아카이브 및 연구작업 /** 위에 열거한 일들 외에도 창작촌 네트워크 센터는 창작촌들에 대한 자료를 수집, 분석하는 작업을 한다. 예를 들어 창작촌의 형성 초기부터 정착과 발전하는 과정들을 세밀하게 메뉴얼화한다면 새로운 창작촌 형성에 도움을 줄 수 있다. 그리고 이런 연구작업은 창작촌의 건설, 법인화, 보험, 재정 문제 등에 대한 여러가지 법률적인 해결과정들을 개선시키는 데 필요한 기초자료가 될 것이라고 본다. 또한 창작촌 네트워크 센터는 여러 분야의 학문적 시각을 통해 창작촌의 활동을 조망할 수 있도록 포럼, 워크샵, 세미나 등을 기획한다.

d, 현실적으로 해결해야 할 문제들

창작촌들이 각 지역에서 앞으로도 더욱 의미있는 문화예술의 발화점 역할을 하기 위해선 어떤 콘텐츠로 얼마나 생동감 있게 운영되는지가 관건이다. 이를 위해선 재정적인 자생력은 필수적이다. 그래서 온-오프라인 창작촌 네트워크는 창작촌들의 자생력을 강화시키는 데 가장 큰 목적을 두고 있다. 하지만 이를 현실화시키기 위해선 먼저 해결되어야 할 문제들이 있다.

먼저 인력과 장소의 문제다. 오프라인 센터를 운영하기 위해서는 온라인을 함께 관리하고 여러 사업을 추진할 상근인력과 이들이 일할 장소가 필요하다. 창작촌 운영자들은 센터 운영위원으로 참여하고 상근인력들은 기획과 실무 능력을 갖춘 문화예술인 등으로 구성되면 적합하겠다. 사무실 장소는 당분간 창작촌들 중 한 곳에서 운영할 수도 있겠지만 향후 ‘창작촌 네트워크 센터’라는 독립적인 공간을 갖추고 일을 추진하는 것이 더 효율적이라 생각한다. 만약 상근인력이나 사무실

운영이 예산면에서 부담스럽다면 목표를 한 단계 더 낮추어 최소한의 외부 기획자나 프로그래머 1인을 지원받고 창작촌 네트워크 내부에서 총무나 실무대표자를 선임하여 외부 기획자와 함께 일을 꾸려 나가는 방안도 생각해 볼 수 있다. 이런 경우에는 반드시 상근인력을 위한 사무실은 필요하지 않을 것이다.

그러나 아무리 최소한의 목표를 세운다고 해도 네트워크를 장기적으로 봤을 때 무엇보다도 인력과 장소를 유지시킬 예산을 염두해야만 한다. 운영예산은 초기에 재단의 지원금을 받는다 하더라도 점차 자생력을 갖추도록 해야 한다. 그러기 위해선 그만큼 사업적 성과를 이루어내야 할 것이다. 사업을 해나가는 순서는 현실적으로 가능한 것부터 하나씩 시작하면 된다. 우선 인터넷 홈페이지나 블로그를 만들어 적극적인 홍보와 아트샵 운영을 하고 오프라인에서는 창작촌 간의 프로그램 품앗이와 창작촌 아트마켓을 시도해 볼 수 있을 것이다. 또는 창작촌 페스티벌이라는 보다 종합적인 축제프로그램으로 창작촌들이 가지고 있는 다양한 콘텐츠를 함께 펼치는 장을 만들어도 효과가 있겠다.

창작촌들이 생산해내는 콘텐츠는 문화적인 의미 뿐만 아니라 유통될 만한 잠재력도 충분히 가지고 있다. 이러한 잠재력들을 모아 시너지 효과를 불러 일으킬 방도는 온-오프라인 창작촌 네트워크를 운영하는 것이라고 생각한다. 무엇보다도 여러 가지 어려움 속에서 고군분투하고 있는 창작촌들의 실태를 단지 분석하는데 그치지 않고 창작촌 네트워크가 그들에게 실질적인 성장에너지를 공급하는 충전소가 되기를 희망한다.

e. 창작촌 네트워크 활성화를 위한 경기문화재단의 역할

현재 창작촌의 진화 단계로 보았을 때 경기문화재단의 역할은 무엇보다도 중요하다. 왜냐하면 창작촌들은 3장에서 살펴본 바와 같이 이제 발육기의 단계이므로 창작촌 활동에 대한 보다 적합한 지원이 필요한데 지금이야말로 경기문화재단이 창작촌들의 자생력을 높이게 할 지렛대 역할을 할 수 있기 때문이다. 지렛대는 가장 정확한 지점에 설치되어야만 그 기능적인 효과를 보게 된다. 그러므로 경기문화재단도 이제까지 매년 각 창작촌의 프로그램을 직접 지원하던 방식에서 벗어나 창작촌들과의 관계에서 어떤 역할을 할 것인지 다시 한번 점검해 볼 시기라고 생각한다. 창작촌에 대한 적절한 관심과 파트너쉽 그리고 효과적인 지원이야말로 경기문화재단이 고민해야 할 방향이라고 보았을 때, 구체적으로 어떤 면에 초점을 두어야 하는 지가 중요하다. 그 초점을 다음과 같이 3가지로 집약해 볼 수 있다. 즉, 중개, 연구, 재정후원의 역할이다. 그럼 이에 대해 구체적으로 살펴보자.

*** 중개 역할**- 경기문화재단의 공신력을 바탕으로 경기지역과 수도권의 기업, 지자체, 교육청, 단체들이 창작촌의 활동에 대해 관심을 갖게 하고 지원을 하도록 중개역할을 하는 것은 상당히 의미있다고 본다. 현재 창작촌들의 활동력은 그들이 정주한 지역에서 크게 벗어나지 못하고 있다. 물론 지역성을 기반으로 해당 지역의 문화적 정체성을 찾아 나가고 지역민들의 예술향유 수준을 높이는 데 창작촌들이 중요한 역할을 하는 것도 사실이지만 창작촌에 대해 주변 지역민들만 관심을 갖는다는 것은 매우 안타까운 일이다. 창작촌들의 활동과 결과물들은 해당지역을 벗어나도 충분히 보편적인 의미와 가치가 있기 때문에 보다 많은 사람들에게 알려질 필요가 있다고 본다. 특히 요즘에는 기업들이 문화, 예술활동에 대한 지원을 자신들의 브랜드 이미지와 결부시키기 때문에 창작촌들의 신선한 콘텐츠에 대해서도 흥미를 가질 가능성이 높다. 또 창작촌들이 진행하는 교육프로그램들은 초, 중, 고교의 공교육 과정 뿐만 아니라 여러 단체와 기업들의 직원교육에도 유용하게 접목될 수 있다. 이러한 사안을 가지고 경기문화재단이 기업, 지자체, 교육청 및 단체들과 협의하고 창작촌들을 중개하는 역할을 한다면 창작촌들이 생산해내는 콘텐츠는 보다 큰 과급력과 새로운 가치를 획득하게 되리라고 생각한다. 이 밖에도 미술인회의가 진행하는 오픈스튜디오 네트워크나 폐교들의 모임인 전국 문단은 학교 연합회와 같이 창작촌의 고민을 함께 풀어갈 수

있는 단체들의 모임을 세미나, 포럼, 워크숍 형식으로 중개하는 일도 필요하다고 본다. 이는 두번째의 연구역할과 자연스럽게 연결되는 지점이다.

*** 연구 역할** - 창작촌들의 활동은 상당히 다양하고 앞으로 어떻게 진화해 나갈지 단순하게 예측할 수 없다. 이런 점은 창작촌들의 활동 속에 잠재된 문화예술적 에너지가 풍부함을 의미한다. 그러므로 창작촌의 진화과정을 다양한 각도로 계속 연구해 가는 것은 매우 가치있는 일이라고 생각한다. 특히 문화예술 관계자들의 시각으로만 창작촌의 활동을 분석하기보다는 다양한 학제간 연구를 통해 우리 사회에서 창작촌의 활동이 어떤 의미를 가지고 있는지 지속적으로 그 지평을 넓혀 가는 것이 좋겠다. 물론 이러한 연구활동에 경기문화재단이 계속 관심을 기울여야 한다. 창작촌과 관련된 세미나, 포럼, 워크숍 등을 주최하고 학술적인 기초자료들을 축적해가는 것은 경기문화재단이 필수적으로 해야 할 일이라고 생각한다. 그리고 창작촌에 대한 연구사업이 장기적인 프로젝트로 진행된다면 더욱 효과적일 것이다. 일년 단위의 연구사업이 갖는 명백한 한계를 인식하고 하나의 문화현상으로서 창작촌들이 진화해가는 양태를 장기적으로 관찰, 분석, 비평하는 작업이 필요하다. 이렇게 장기적인 연구 프로젝트를 통해 창작촌을 지속적으로 자극한다면 창작촌들도 메너리즘에 빠지지 않고 창조적인 활동을 계속하리라고 본다.

*** 재정후원 역할** - 현단계에서 경기문화재단이 창작촌 활성화를 위해 구체적으로 바라봐야 할 지점은 창작촌들의 재정자립도를 높이는 데에 있다. 이를 위해서는 우선 창작촌을 재정적으로 지원할 때 경기문화재단이 '후원자들 중의 하나'로 인식되도록 해야 한다. 예를 들어 창작촌 네트워크에서 2007년 사업으로 예상하고 있는 블로그 운영과 창작촌 페스티벌 행사에 소요되는 예산이 있다면 이 예산의 50%를 경기문화재단이 지원하고 나머지 50%는 기업이나 지자체 혹은 단체의 후원과 협찬을 받을 수 있도록 경기문화재단이 주선한다. 이런 방식으로 재정문제를 해결하는 면에서 창작촌들의 시야가 넓어지도록 해야 한다. 물론 경기문화재단이 지원하는 50%의 예산도 해마다 감축시켜 나가고 나머지 예산 부분도 후원자들을 직접 주선하는 방식에서 간접적인 중개 방식으로 점차 변화시켜 창작촌들이 더욱 능동적으로 자원문제를 해결하도록 유도하는 것이 바람직하다고 생각한다. 이러한 변화의 기간을 약 3-5년 정도 예상하고 경기문화재단이 창작촌 네트워크에 대한 지원을 계속한다면 창작촌들도 이 기간에 재정자립에 대한 보다 구체적인 방안을 마련할 수 있을 것으로 예측된다. 결국 이런 장기적인 전략이 앞으로 창작촌들의 자생력 신장을 위해서 효과적이라고 본다.

5 장, 2007 창작촌 네트워크 사업기획안

이 장에서는 2007 년도에 실행가능한 창작촌 네트워크의 온-오프라인 2 가지 기초사업에 대한 기획서를 제시한다. 2 가지 사업은 다음과 같다.

a, 온라인 / 창작촌 네트워크 블로그 운영안 (기획서 a 참조)

창작촌들을 위한 온라인 플랫폼은 현재 인터넷에서 다양하게 진화하고 있는 홈페이지, 카페, 미니홈피, 블로그와 같은 형태들에서 구할 수 있다. 지속적으로 변화하고 있는 웹의 환경과 대중적인 소통의 기능을 고려할 때 창작촌 네트워크의 온라인 플랫폼은 블로그의 형태로 자리잡는 것이 가장 효과적이라고 본다. 그래서 블로그의 특성과 장점들을 살펴보고 창작촌들이 구체적으로 어떤 내용을 어떻게 활용할 수 있는지 아트샵, 프로그램 홍보, 커뮤니티 기능 등에 대해 알아본다.

b, 오프라인 / 창작촌 페스티벌 기획안 (기획서 b 참조)

창작촌 페스티벌은 창작촌 네트워크가 오프라인에서 공동으로 펼칠 수 있는 사업 중의 하나로 기획되었다. 온라인 플랫폼을 통해 창작촌 네트워크가 일상적인 소통을 지속한다면 오프라인에서는 각 창작촌이 독자적으로 운영하는 프로그램을 창작촌 페스티벌에서 함께 선보이는 기회를 가질 수 있다. 창작촌 페스티벌이 매년 열리는 행사로 자리잡는다면 창작촌들에게는 적극적인 홍보의 장이 될 수 있고 대중들의 반응을 통해 새로운 프로그램을 개발하도록 자극하는 역할도 할 것으로 기대된다. 여기에서는 2007 창작촌 페스티벌의 구체적인 행사내용을 제시한다.

a, 온라인 / 창작촌 네트워크 블로그 운영안

블로그 - 창작촌 네트워크

- 1, 운영 제안 배경
- 2, 운영 의의
- 3, 운영 개요
- 4, 주요 콘텐츠
- 5, 운영 마인드
- 6, 운영 조직도
- 7, 블로그 홍보
- 8, 운영 예산의 예
- 9, 블로그 맵의 예
- 10, 추진 일정

1, 운영 제안배경

현재 우리 앞에 설새없이 펼쳐지고 있는 인터넷의 진화는 사회 시스템과 우리의 일상생활을 빠른 속도로 변모시키고 있다. 인터넷을 통한 정보교환과 소통행위의 중요도가 갈수록 커지고 있는 가운데 웹상에서는 급기야 누구도 예측하기 힘든 새로운 형태의 다차원적인 네트워크 세계가 생성되어가고 있으며 이러한 정보화 사회의 흐름은 정보제공자가 아닌 사용자들이 중심이 되는 웹 2.0 이라는 새로운 시대로 접어들고 있다. 최근에 관심의 초점이 되고 있는 UCC(User Created Contents)도 '프로듀서(Producer)의 역량을 지닌 소비자(Consumer), 즉 프로슈머(Prosumer)가 대규모로 등장한 것 (김국현,2006.p49)'을 의미한다. 이제 방문자들이 자발적으로 참여할 여지를 최대한 확대하고 그것이 네트워크로 확산될 수 있도록 노력하는 사이트만이 웹상에서 살아남게 될 것이다. 이러한 시대적 요구에 부응하는 소통의 형태가 바로 블로그이다.

블로그는 기존의 홈페이지가 갖지 못한 여러가지 장점이 있다. 특히 홈페이지는 집주인의 자유로운 기준에 따라 만들기 때문에 수용자 입장에서 보았을 때 쉽게 콘텐츠를 이해하고 이용하기 힘들지만 블로그는 형식에 있어서 블로그간에 유사성이 있기 때문에 쉽게 적용하고 서로 네트워크화 되는 다양한 기술적인 장점을 가지고 있다. 더구나 홈페이지는 웹의 HTML 언어를 어느정도 습득한 사람만이 계속해서 업데이트를 하고 관리할 수 있지만 블로그의 운영형식은 상대적으로 표준화되어 있어서 사진, 글 등의 콘텐츠를 사용자가 편리하게 작성하고 관리할 수 있는 장점이 있다(김국현,2006.참고). 그리고 요즘에는 많은 블로그 서비스가 무료로 제공되고 있기 때문에 자료만 정리된다면 언제라도 업로드가 가능하다. 그리고 블로그는 방문객의 흥미를 유발할 만한 다양한 단어를 태그로 등록해 지속적인 관심을 유도할 수도 있고 창작촌들처럼 여러 회원이 동시에 사용하거나 각 창작촌 블로그의 소식을 실시간으로 동시에 업데이트하는 것도 가능하다. 또한 다른 매체에 비해 블로그는 무서운 속도로 발전하고 있고 거대한 네트워크가 형성되고 있기 때문에 창작촌을 알리는 면에서도 대중들에게 훨씬 수월하게 다가갈 수 있다.

이렇게 다양한 장점을 지닌 블로그를 이용해 창작촌 네트워크가 온라인에 등지를 든다면 창작촌 활동에 많은 이점을 제공하리라 기대된다. 물론 창작촌 운영자들의 적극적인 관심과 이용의지가 있어야 가능하고 그만큼 시간도 투자해야 한다. 블로그 운영은 지속적인 홍보활동이자 창작촌에 관심을 가질 수 있는 잠재적인 애호가들을 개발해내는 소통의 매개체이기도 하다. 다시 강조하면, 이제는 더 이상 소비자에게 일방적인 정보나 서비스를 제공하고 끝내는 시대는 지났다. 창작촌의 프로그램도 애호가들의 요구가 반영되고 그들이 지속적으로 참여할 때 완성된다는 점을 분명히 인식해야 한다. 즉, 창작촌의 콘텐츠나 브랜드 이미지가 이미 정해져 있다고 생각하기보다는 애호가들과 함께 브랜드를 공유하고 만들어 간다는 마인드를 가져야 한다.

이 운영안에서는 블로그의 장점을 최대한 살리고 창작촌 운영자들 뿐만 아니라 다양한 네티즌들이 쉽게 이용하고 정보를 얻을 수 있는 사이트 맵과 여기에 담아낼 창작촌 관련 콘텐츠인 아트샵, 프로그램홍보, 커뮤니티 기능에 대해 정리하였다. 현재 경기문화재단에서 이미 운영하고 있는 창작촌 홈페이지는 홍보나 소통면에서 유효기간이 지났다고 본다. 인터넷 환경은 끊임없이 발전하고 있고 사람들의 문화적 취향도 여러모로 변하고 있기 때문에 창작촌을 알리는 방식과 매체도 지속적으로 고민하고 새롭게 선보여야 한다고 생각한다.

2, 운영 의의

- * 커뮤니티 기능을 통해 경기지역 창작촌들이 교류하는 장을 만든다.
- * 창작촌이 생산하는 다양한 프로그램 홍보에 이바지한다.
- * 소량생산되는 창작촌의 아트상품을 선보이고 유통시키는 매개체 역할을 한다.
- * 창작촌의 재정자립에 간접적인 도움을 주는 플랫폼 역할을 한다.
- * 창작촌의 브랜드 이미지 향상에도 큰 도움이 된다,
- * 창작촌의 활동을 하나의 블로그에서 집중적으로 소개할 수 있는 장점이 있다.
- * 창작촌의 활동을 지속적으로 축적하는 데이터 베이스 기능을 한다.
- * 창작촌들의 활동에 대한 네티즌들의 반응과 평가를 쉽게 알 수 있다.
- * 전국적인 창작촌들의 네트워크를 위한 출발점을 만든다.
- * 창작촌 애호가들의 커뮤니티 활동을 유도하는 장을 만든다.
- * 홈페이지보다 네트워킹과 홍보력이 강한 블로그의 장점을 이용한다.
- * 창작촌 운영자들이 보다 쉽게 자료를 업데이트하고 관리할 수 있다.

3, 운영 개요

* 블로그 명 : 창작촌 네트워크

* 블로그 주소: 예) <http://blog.naver.com/artvil>

티스토리(<http://www.tistory.com/>), 다음(<http://blog.daum.net/>), 네이버(<http://blog.naver.com/>), 이글루스(<http://www.egloos.com/>) 등 다양한 블로그 서비스 중 상업적인 홍보가 가능한 블로그 서비스 사이트를 선택하여 창작촌 네트워크 블로그를 개발한다. 이는 독자적인 블로그 프로그램을 이용한 개발보다 시간과 비용면에서 효율적이다. 그리고 경기문화재단의 블카페 (<http://blogcafe.ggcf.or.kr/>)의 서비스를 이용해도 무방하지만 가능하면 인지도가 높은 블로그가 좋다.

* 블로그 수: 창작촌 네트워크 1 개 + 10 개 창작촌 블로그, 홈페이지, 카페 등

그 외 현재 홈페이지가 없거나 홈페이지가 있더라도 블로그 운영을 원하는 창작촌은 각각의 블로그를 개설한다. 만약 기존의 홈페이지나 블로그를 계속 사용할 경우에는 창작촌 네트워크 블로그와 링크로 연결한다.

* 블로그 관리자 : 창작촌 네트워크 블로그 -1 인 (블로그 관리와 업데이트 담당)

각 창작촌 블로그의 경우 원칙적으로 각 창작촌 운영자가 관리하는 것이 가장 이상적이나 창작촌 운영자가 블로그에 사용에 대한 이해도가 낮을 경우 일정기간 업데이트를 대신할 수 있다. 하지만 궁극적으로 창작촌 운영자들에 대한 블로그 이용 교육을 통해 각 창작촌 블로그의 직접적인 관리를 유도해야 한다.

* 운영 콘텐츠 : 블로그의 콘텐츠는 다음과 같은 것들로 구성될 수 있다.

- 창작촌 소개 / 10 개의 창작촌에 대한 기초 소개 및 링크로 연결
- 창작촌 뉴스 / 창작촌에 관련된 다양한 소식
- 아트샵 / 창작촌에서 생산된 아트상품을 소개하고 각 창작촌으로 연결
- 프로그램 / 창작촌들이 운영하는 다양한 프로그램 소개 및 링크
- 갤러리 / 재미있고 생생한 사진자료를 올리는 페이지
- 커뮤니티 / 10 개 창작촌 네트워크 회원들이 이야기를 나눌 수 있는 공간
- 방명록 / 자유게시판 기능으로 방문객들을 위한 페이지
- 즐겨찾기 / 경기문화재단, 오픈스튜디오 네트워크 등 관련사이트와 연결
- 창작촌 투어맵 / 창작촌의 위치와 교통편을 한눈에 알 수 있도록 지도 제공

4, 주요 콘텐츠

* 아트샵 기능

블로그의 아트샵 기능은 기존의 쇼핑몰 방식과는 다르다. 이는 10 개의 창작촌이 함께 네트워크되어 운영되는 블로그라는 점을 감안해야 하기 때문이다. 쇼핑몰은 실제로 온라인상에서 물건을 고르고 지불까지 전자금융시스템을 통해 해결하는 방식이다, 그러나 이런 기업적인 아트샵 기능을 창작촌들이 운영하는 블로그에 적용하는 것은 적합하지 않다. 창작촌들의 아트상품들은 독특하면서도 소량생산되는 예술성이 높은 제품들이기 때문에 일반적인 대량생산 제품들과는 다른 판매 방식을 선택할 수 밖에 없다. 우선 각 창작촌에 대해 소개하는 것을 기본으로 하여 각 창작촌이 운영하는 블로그로 링크를 하여 연결한다. 각 창작촌의 블로그에는 해당 상품에 대한 자세한 정보를 볼 수 있게 하고 창작촌의 계좌번호와 문의전화번호를 공개하여 구매를 유도한다. 이와 함께 창작촌 네트워크 블로그에서는 각 창작촌의 최근 업데이트된 아트상품이나 대표적인 상품들을 보여주어 구매를 유도할 수 있다.

* 프로그램 홍보 기능

현재 창작촌들이 운영하는 다양한 프로그램들 중에서 가장 활발히 진행되는 분야는 문화예술관련 교육프로그램이다. 이와 같은 프로그램에 대한 수요는 상당히 많을 것으로 기대된다. 문제는 홍보방식이다. 일단 블로그에 프로그램 카테고리를 따로 만들어 각 창작촌이 운영하는 프로그램을 소개하는 페이지를 만들고 자세한 교육일정과 수강료 등에 대해서도 소개한다. 또한 생생한 현장 사진을 통해 교육과정을 자세히 알 수 있도록 배려하고 문의전화번호는 물론 링크된 각 창작촌 블로그에 방문자를 위한 게시판을 두어 궁금한 사항에 대해 질문을 하도록 유도해야 한다. 교육프로그램의 경우 '창의적인 교육', '문화예술교육', '체험교실' 과 같은 태그를 이용하고 나아가 오버츄어와 같은 검색상위 링크 서비스를 신청하면 홍보효과가 있을 것으로 예상된다.

* 커뮤니티 기능

창작촌 네트워크의 당연한 목적 중의 하나는 역시 경기지역의 창작촌 10 개 뿐만 아니라 타지역 창작촌과도 교류를 넓혀 나가는 것이다. 우선 경기지역의 창작촌들이 활발히 대화할 수 있는 블로그 기능을 해야하고 그 밖에 타지역의 창작촌들이 자주 방문하여 소통할 수 있도록 유도해야 한다. 또한 즐겨찾기, 트랙백, RSS 기능을 통해 다른 창작촌이나 관련 문화예술 사이트들과 연결하여 창작촌에 대한 담론을 형성시켜 나가는 것이 바람직하다고 생각한다. 또 한가지 생각해 볼 수 있는 커뮤니티 기능은 창작촌 애호가들이 함께 모일 수 있는 장을 마련해 주는 것이다. 이들이 자주 방문하여 즐길 수 있는 이벤트를 진행하거나 오프라인의 모임을 유도하는 참여행사도 생각해 볼 만하다. 창작촌 애호가층이 두터워지기 위해서는 역시 지속적인 커뮤니티 관리가 중요하다.

5, 운영 마인드

여기에서는 블로그의 활성화를 위해 각 창작촌 운영자들이 숙지해야 할 블로그의 운영 마인드를 소개한다. 블로그를 오픈했더라도 운영자 스스로 무관심하거나 장기간 업데이트를 하지 않을 경우에 더 이상 방문객이 오지 않는 유명무실한 블로그가 되기 때문이다. 성공적인 블로그 운영을 위해 다음과 같은 마인드를 가져야 한다.

- * 읽는 사람과 같은 시점의 글로 공감을 부른다.
- * 기사 하나하나로 얻을 수 있는 공감을 축적해 나간다.
- * 열성팬의 의견을 새로운 프로그램과 아트상품의 개발에 반영한다.
- * 창작촌의 애호가에게 직접 블로그를 쓰게 한다.
- * 빠른 업데이트가 독자를 끌어들이는다.

- * 기존 참여자의 '실제 이용후기'가 프로그램의 참여를 결정하는 포인트가 된다.
- * 창작촌 현장에서 일어나는 일들을 사진을 이용해 생생하게 전달한다.
- * 일기와 같이 내면을 보여주는 미디어로서 블로그를 이용한다.
- * 광고의 느낌을 주지 않으면서 독자의 공감을 불러 일으킨다.
- * 직접 글을 쓰기 힘들 경우에는 개성있게 글을 쓸 수 있는 집필자를 찾는다.

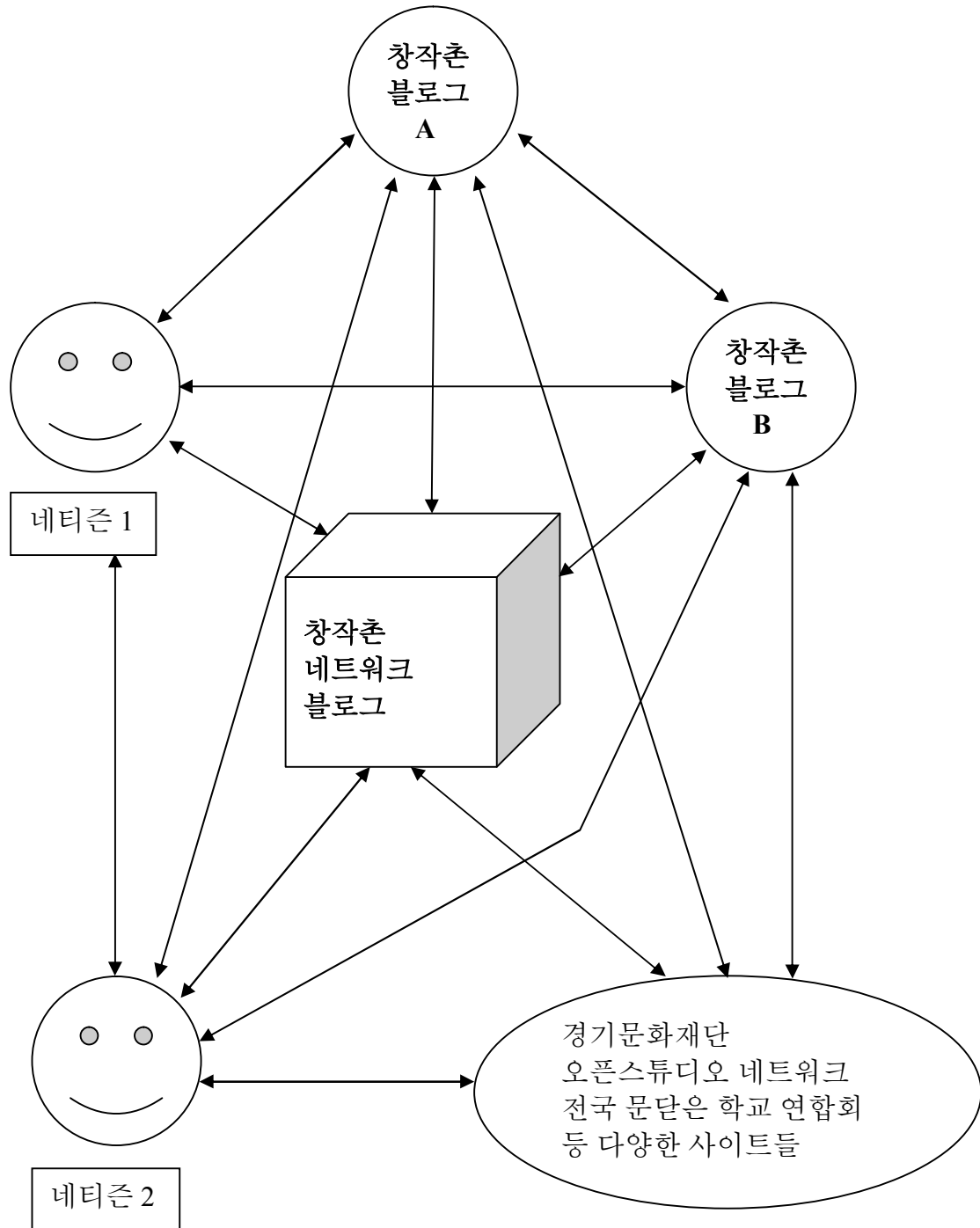
- * 간단한 상품 소개를 넘어 유익한 정보제공에 가치를 둔다.
- * 검색서비스에 등록하여 신규독자를 획득한다.
- * 자주 양질의 정보를 올려 신뢰를 쌓을 수 있다.
- * 독자가 요구하는 정보를 구체적으로 알려준다.
- * 게시판도 만들어 손쉽게 질문할 수 있도록 하고 답변을 빠르게 해준다.

- * 확실한 뉴스가 될 만한 전문적인 정보를 발신한다.
- * 자신이 운영하는 창작촌의 개성이 드러날 수 있도록 자유롭게 쓴다.
- * 새로운 팬의 확보를 의식하면서 글을 쓴다.
- * 창작촌의 여러가지 활동을 폭넓게 소개한다.
- * 자기 블로그만의 독특한 팬서비스가 무엇인지 궁리한다.
- * 창작촌의 지역문화와 관광지 등에 대한 정보를 제공하여 방문을 유도한다.

- * 블로그 마케팅의 모든 성공 조건을 갖추었다고 해도 운영자가 진솔하지 않으면 소용없는 것이다. 실제로 블로그의 시스템적인 구성은 다들 비슷비슷하다. 하지만 블로그처럼 운영자의 성격이 그대로 노출되는 미디어도 드물다. 성격좋은 사람에게 친구가 많은 것과 같은 이치라고 생각하면 된다(식스어파트.2006 참고).

6, 운영 조직도

블로그 운영의 매력은 트랙백(Trackback)과 RSS(Really Simple Syndication)이라는 기능으로 어떠한 블로그와도 연결이 가능하다는 점이다. 예를 들어 트랙백을 이용하면 창작촌 A가 쓴 글을 창작촌 네트워크나 네티즌 1, 2의 글에 링크시킬 수도 있고 그 반대의 경우도 가능하다. 또 RSS 기능을 이용하여 각 창작촌의 업데이트 상황이 자동으로 창작촌 네트워크 블로그에 나타나도록 할 수도 있다. 즉 창작촌 네트워크, 창작촌, 네티즌, 여타 다른 사이트가 서로 연동되어 네트워크화가 이루어진다.



7, 블로그 홍보

블로그의 특성 중 강력한 네트워킹을 가능하게 만드는 기능을 이용하여 홍보한다.

- * **트랙백 / 링크가 단방향이라면 트랙백은 쌍방향이다.** 만약 창작촌 A가 자기 블로그에 글을 올리면서 창작촌 네트워크 블로그의 특정 글에 있는 트랙백 주소를 입력하면 서로 링크가 걸린다. 그래서 이를 ‘역인 글’이라고도 한다. 즉 트랙백 사용을 통해 다른 블로그에 자연스럽게 홍보와 방문을 유도하는 정보를 남길 수 있는 것이다.
- * **RSS / 관심이 있는 홈페이지가 있다면 매번 업데이트를 확인하러 가야한다.** 그러나 블로그는 RSS 주소를 수집해 다른 블로그의 업데이트 상태를 실시간으로 확인할 수 있다. 즉, 방문을 하지 않고 자기 블로그에서 확인할 수 있다는 말이다. 각 창작촌의 업데이트 상태도 창작촌 네트워크 블로그에서 확인할 수 있다. 그러므로 한번 창작촌 블로그를 방문한 애호가들이 그들의 개인블로그에서도 창작촌 블로그의 RSS 주소를 이용하도록 홍보한다.
- * **메타블로그 / 이 서비스는 개별적인 블로그들의 RSS 정보를 게시판 형태로 종합적으로 보여준다.** ‘올블로그’와 같은 곳이 대표적이다. 실시간 인기글, 태그, 인기블로그를 보여주므로 메타블로그에 등록하여 블로그가 노출되도록 한다.
- * **오버츄어 / 초기 1년 동안 오버츄어 서비스에 가입하고 네이버와 같은 포털에 등록한다.** 검색어 상위서비스를 통해 창작촌 활동을 홍보하고 방문을 유도하는 것이므로 반드시 필요하다고 생각한다. 오버츄어에 등록할 단어로는 체험교실, 체험교육, 문화예술교육, 창의적인 교육 등이 적합하다.

8, 운영 예산의 예

항 목	내 용	예 산
인건비	1인 * 월 100만원 * 최소 6개월간 11개 블로그 기획, 제작, 관리, 블로그 교육 등	600만원
홍보비	오버츄어 / 월평균 20만원 * 12개월	240만원
자료제작비	촬영비, 교통비, 진행비 * 2개월	100만원
소모품비	기자재 운영 관련	100만원
통신비	10만원 * 6개월	60만원
회의비	교육, 회의비 * 3회	30만원
합계		1.130만원

- * 홍보비를 제외하고 개발 6개월 동안의 소요예산이며 6개월 이후에는 창작촌들 스스로 블로그 운영을 하도록 유도한다. 창작촌 네트워크 블로그는 메인이므로 지속적인 관리자가 필요할 것으로 예상된다.

9, 블로그 맵의 예

* 블로그 메인 화면의 내용은 다음 A, B 의 예와 같이 구성될 수 있다.
블로그 서비스에 따라 메뉴의 구성과 위치는 달라질 수 있다.

A, 창작촌 네트워크 (naver 블로그의 경우)		태그
프롤로그 페이지		
창작촌 뉴스 <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; margin: 10px auto; text-align: center;"> 사진 </div>		블로그 소개 카테고리 (블로그 페이지) 1, 창작촌소개 2, 창작촌투어맵 3, 커뮤니티 4, 동호회 게시판
창작촌 뉴스 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; margin: 10px auto; text-align: center;"> 사진 </div> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 100px; margin: 10px auto; text-align: center;"> 사진 </div> </div>		다녀간 블로거 이웃블로거 (RSS 기능- 최근에 올라온글)
프로그램		
아트샵 갤러리 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 100px; margin: 10px auto; text-align: center;"> 사진 </div> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 100px; margin: 10px auto; text-align: center;"> 사진 </div> </div>		활동정보

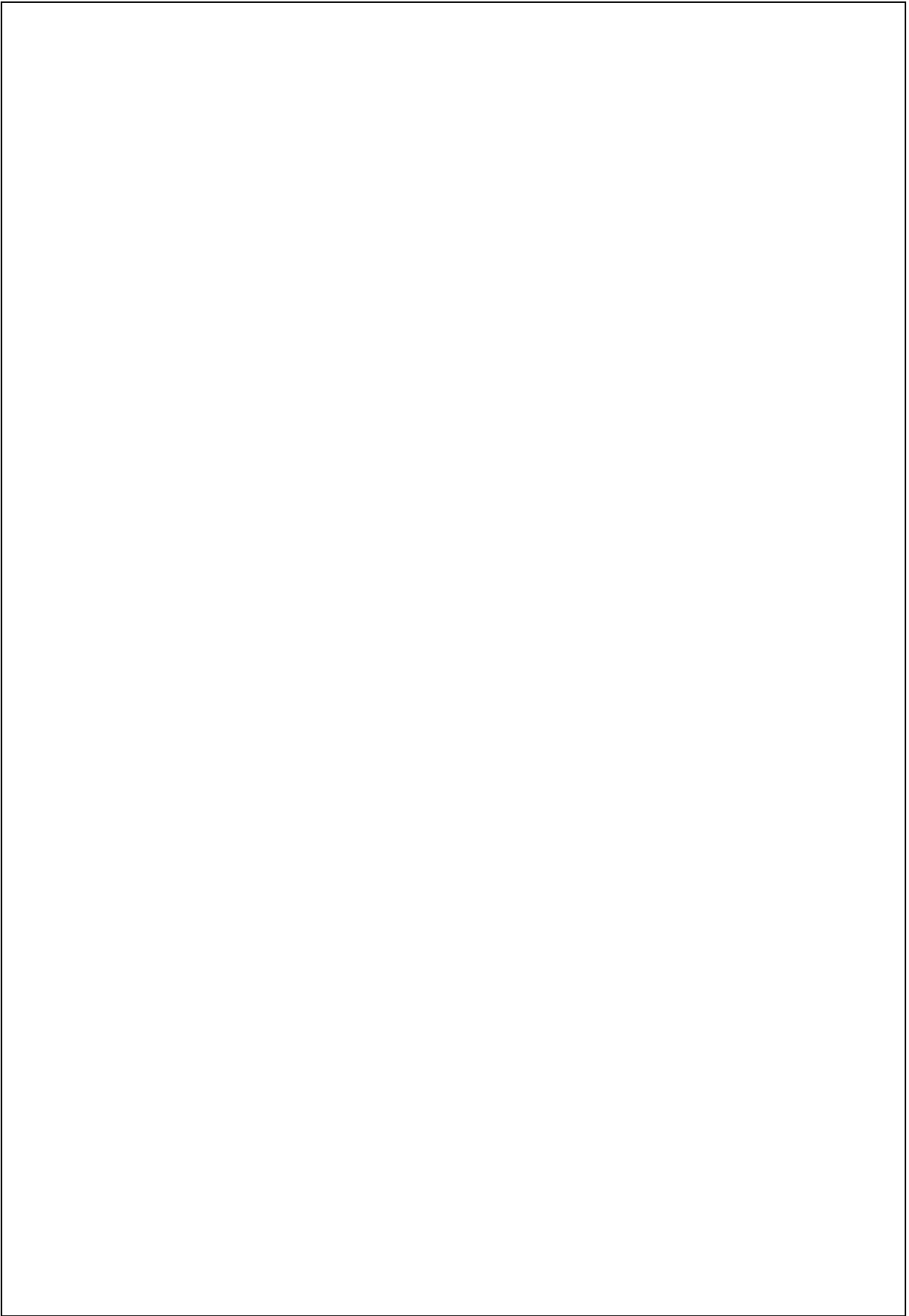
B, 창작촌 네트워크 (daum 블로그의 경우)

<p>프로필</p>	<p>전체보기</p> <div data-bbox="555 524 987 846" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>최근 글 1</p> </div> <div data-bbox="555 958 987 1328" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>최근 글 2</p> </div> <div data-bbox="555 1413 987 1827" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>최근 글 3</p> </div>	<p>미니 알리미</p>
<p>카테고리</p>		<p>최근 글들</p>
<p>*창작촌안내 # 창작촌이란? # 창작촌 투어맵</p>		<p>최근 댓글들</p>
<p>*창작촌교육프로그램 # 구산오프스튜디오 # 창문아트센터 # 아름다움만들기 # 한수문화원 # 비닐하우스 AA # 우음도생태문화학교 # 현대도예문화원 # 밀머리미술학교 # 왕곡천예술인마을 # 안성문화마을</p>		<p>다녀간 블로거</p>
<p>*창작촌아트마켓 # 구산오프스튜디오 # 창문아트센터 # 아름다움만들기 # 한수문화원 # 비닐하우스 AA # 우음도생태문화학교 # 현대도예문화원 # 밀머리미술학교 # 왕곡천예술인마을 # 안성문화마을</p>		<p>스크랩 해간 곳</p>
<p>*커뮤니티 # 창작촌네트워크 # 창작촌동호회 # 공지사항</p>		<p>통하는 블로그</p>
		<p>즐거찾기</p>

10, 추진일정

* 블로그 오픈일정은 창작촌 페스티벌 사업과 연동되는 관계로 일정 조정이 필요함

일정	내용
2월 말-3월 초	블로그 개발 인력 구하기, 블로그 오픈 준비모임, 블로그 기초교육
3월 중순까지	블로그 서비스 사이트 정하기
3월 말까지	10개 창작촌 블로그 자료 제작 및 취합
4월 중순	블로그 시험 가동 및 문제점 보완
4월 말	창작촌 운영자 블로그 운영 교육, 각 창작촌 블로그 시험 운영
5월 중순-말까지	창작촌 네트워크 블로그 정식 오픈 및 홍보



b, 오프라인 / 창작촌 페스티벌 기획안

2007 창작촌 페스티벌

- 1, 행사 제안배경
- 2, 행사 의의
- 3, 행사 개요
- 4, 행사 참여대상
- 5, 행사 내용
 - * 개,폐막 행사
 - * 주요 행사
 - * 부대 행사
- 6, 행사 운영조직도
- 7, 행사 홍보
- 8, 예산편성의 예
- 9, 프로그램의 예
- 10, 행사 추진일정

1, 행사 제안배경

경기지역에는 문화예술인들이 운영하는 다양한 형태의 창작촌들이 산재해 있다. 이들은 여러가지 어려운 사정에도 불구하고 창작촌을 알차게 일구어 왔으며 사적인 이익만을 추구하지 않고 모든 면에서 낙후한 농촌이나 공동화된 변두리 지역에서 예술을 매개로 학생과 일반인 뿐만 아니라 장애인이나 소외된 사람들을 위한 교육프로그램을 운영하고 있다. 또 문화적인 행사를 개최하여 사그라든 공동체의 온기를 되살리며 지역의 문화를 더욱 풍성히 하는 데도 일익을 담당하고 있다. 열악한 지역의 문화적 인프라를 감안할 때 이러한 창작촌들의 자생적인 활동은 해당지역의 소중한 문화적 자산으로서 큰 의미가 있다고 해도 과언이 아니다. 그러나 안타깝게도 각 창작촌들이 지역공동체에 기여하는 문화적 공헌도에 비해 이들에 대한 사회적 관심은 아직 미약한 것이 현실이다. 이러한 창작촌들의 의미있는 활동에 대한 사회적 관심을 고조시키고 창작촌들이 생산하는 다채로운 콘텐츠들을 많은 이들과 공유하고자 창작촌 페스티벌을 기획하였다. 창작촌 페스티벌은 경기지역의 창작촌들이 참여하는 문화예술 축제이다.

축제는 정치적으로는 지방자치제도 실시와 함께 지역의 문화자치를 실현함으로써 지역사회의 정체성 확립을 가능하게 할 뿐만 아니라, 경제적으로는 관광객유치를 통해 지역경제 활성화를 유도해낼 수 있는 문화콘텐츠로서 기능한다. 또한 지역의 문화유산을 대외적으로 홍보하여 지역의 이미지 개발에 도움을 주고, 지역민의 문화욕구를 충족시키며, 전통문화예술의 계승과 발전, 현대문화예술의 도약을 가능하게 해주는 것 또한 축제의 기능이다. 게다가 기업의 메세나 활동이나 시민들의 자원봉사 활동은 학교교육 이외에 사회에서 실시될 수 있는 살아 있는 시민교육과 문화예술교육의 현장이라 할 수 있다 (김영순 외.2006.p38). 축제는 이처럼 복합적인 기능을 함께 풀어낼만한 공공의 매개체이다. 창작촌 페스티벌은 공공의 매개체로서 축제의 형식을 통해 창작촌들의 활동이 널리 홍보되고 이에 힘입어 발육기 상태인 창작촌들의 비전이 한 단계 더 도약, 발전하는 계기로서 의미가 있다고 생각한다.

2005년 국내의 지역축제 현황을 보면 서울특별시, 6개 광역시, 9개도에서 총 675개의 축제가 열리고 있다(박진규, 정철상. 2005. p70). 이렇게 많은 축제들이 열린다는 것은 우리 사회가 산업화 과정에서 풀어내지 못한 문화적인 욕구가 그만큼 많이 잠재되어 있다는 것이고 또 그 욕구를 표출할 장을 끊임없이 만들어내는 데 관심을 기울이고 있다는 증거라고 본다. 이러한 사회적인 흐름 속에서 창작촌 페스티벌은 대중들에게 분명히 참신한 이미지로 다가갈 것으로 기대된다. 왜냐하면 상업적인 분위기에 경도된 상당수의 축제들과는 다르게 경기지역의 창작촌들은 유익한 문화, 예술, 교육 프로그램과 독특한 창작물을 통해 자신들의 가치를 발현해 왔으며 지역공동체의 문제도 함께 고민해 온 것이 자연스럽게 드러날 것이기 때문이다. 이제 각 지역에서 개성있게 활동하는 창작촌들을 네트워크로 묶어내고 축제의 형태로 공공의 장에 그 내용을 풀어낸다면 이는 또 하나의 새로운 문화예술적 유통경로의 탄생을 의미하는 것이라고 본다.

새로운 문화예술 축제로서 창작촌 페스티벌이 성공하기 위해서는 단지 창작촌들만의 힘으로는 부족하다. 다양한 문화예술인들의 지지와 참여가 필요하며 정부와 지자체의 적극적인 지원 그리고 뜻있는 기업의 후원과 언론의 협조도 절실하다. 이와 같이 다차원적인 협력 속에서 창작촌에 대한 대중들의 관심과 애정도 높아질 것이다.

2, 행사 의의

- * 창작촌의 활동을 적극적으로 홍보하는 장을 만든다.
- * 창작촌이 생산하는 다양한 프로그램의 유통 활성화에 이바지한다.
- * 각 지역에 흩어져 있는 창작촌들이 교류하는 계기를 만든다.
- * 경기도내 지역문화 교류로서 선도적 역할을 담당한다.
- * 대중들의 호응을 불러 일으킬 새로운 문화예술 축제의 이미지를 보여준다.
- * 수도권, 경기지역 일반인, 학생들의 정서를 함양시킬 문화예술교육의 장이 된다.
- * 참신하고 다양한 취향의 아트상품을 선보이고 유통시키는 장을 만든다.
- * 창작촌의 재정자립에 실질적인 도움을 주는 행사가 된다.
- * 창작촌의 브랜드 이미지 향상에도 큰 도움이 된다,
- * 경기도의 독특한 문화예술축제로서 자리잡는다.
- * 도농간의 교류를 문화예술적인 축제로 접근하는 방법을 보여준다.
- * 경기지역 문화예술계의 활성화를 위한 자극제 역할을 한다.
- * 창작촌들의 다양한 활동을 문화컨텐츠로서 자리매김하는 계기를 만든다.
- * 전국적인 창작촌들의 축제를 위한 출발점을 만든다.

3, 행사 개요

- * 행사명 / 2007 제 1 회 창작촌 페스티벌
- * 시기 / 2007 년 9 월 8 일-16 일 (9 일간 개최, 여름방학 기간으로 조정 가능)
- * 장소 / 수원 시립미술관, 경기도 미술관 등 (대중적인 장소 선택 요망)
- * 주최 / 창작촌 네트워크
- * 주관 / 창작촌 페스티벌 사업추진팀
- * 후원 / 경기도, 경기문화재단, 문화관광부, 한국문화예술위원회
- * 협찬 / 삼성전자, 농협, 경기일보, 여행사 등

4, 행사 참여대상

- * 창작촌 / 경기지역 창작촌 10 곳
아름다움 만들기, 창문아트센터, 밀머리 미술학교, 한수문화원,
우음도 생태문화학교, 현대도예문화원, 안성문화마을,
구산 오픈스튜디오, 왕곡천 예술인마을, 비닐하우스 AA
- * 행사진행스텝 / 진행인력, 도우미 등
- * 개,폐막 행사 / 초청 문화예술인
- * 행사협조 / 지자체, 교육청, 각급 학교, 문화예술단체, 시민단체, 기업체,
각종 언론 매체 등
- * 부대시설 / 식당, 여행사, 찻집, 휴게시설 등
- * 관람객 / 일반시민, 학생 등 5 만명 (예상 관람객 인원)

5, 행사 내용

< 개,폐막 행사 >

*개막식 / 2007 년 9 월 8 일 오후 4 시

- 1, 오픈 커팅..... 주최, 주관, 후원, 문화예술관계자 참석
- 2, 축사..... 경기도지사, 경기문화재단 이사장

*개막 축하행사 / 대중들의 흥미를 끌만한 이벤트 필요

ex) 창작촌 소개 영상 / 5 분 영상쇼로 창작촌들 소개 및 활동 보여주기

ex) 축하공연 / 밀머리 미술학교 재활용 상상놀이단,
한수문화원 국악공연 등,
문화예술인 초청공연

ex) 미술과 마술 (ART & MAGIC) / 미술을 이용한 마술쇼

ex) 경기지역 창작촌 투어 가이드북 오픈 이벤트 / 관람객용 무료배포

*폐막 이벤트 / 2007 년 9 월 16 일 오후 6 시

매년 열리는 행사라는 점을 강조하고 각 지역 창작촌 방문을
유도하는 이벤트 필요

ex) 관람객 참여 퀴즈 / 창작촌의 위치와 이름 등을 묻는 간단한 퀴즈를
통해 창작촌의 생산물을 경품으로 증정

ex) 공연 / 초청공연, 창작촌 관련 예술인 공연

ex) 폐막인사 / 창작촌 대표 인사

< 주요 행사 >

- * 독립부스전 - 각 창작촌 1 개 부스 이용, 개성적인 연출을 해야하며 다음과 같은 내용을 선보일 수 있다.

ex) 프로그램 홍보 / 창작촌에서 연중 진행하는 다양한 프로그램을 홍보한다.
교육, 축제, 학술, 전시, 레지던스 등에 관한 사진, 영상, 브로슈어, 책자 등 이용

ex) 전시회 / 각 창작촌에서 제작된 예술작품을 전시한다.
회화, 공예, 도자기, 서예작품, 공공미술품 등

ex) 아트상품 판매 / 창작촌에서 제작된 여러가지 아트상품을 판매한다,
생활도자기, 금속공예품, 목공예품, 의자, 공룡목걸이,
창작촌 기획상품, 작가아트상품, 천연염색제품 등

ex) 유기농품 판매 / 각 창작촌 지역의 유기농품을 직접 판매하거나 중개한다.
송산 포도, 창문아트센터 두부, 여주쌀 등

- * 문화예술교육 놀이터 - 창작촌들이 운영하는 여러가지 교육 프로그램을 몇 개의 장소에서 매일 시간대 별로 유료 운영한다.
학생, 일반인, 가족 단위 관람객 참여 행사,
특정 학교, 단체 등과 연계하여 행사진행 가능

ex) 어린이들 위한 이상한 나라의 미술놀이
ex) 중고생을 위한 체험 풍물놀이
ex) 온 가족이 함께 허수아비 만들기
ex) 일반인을 위한 예쁜 생활도자기 따라하기
ex) 재활용 상상놀이단의 신나는 소리워크숍
ex) 실용적인 우리집 의자 만들기
ex) 흥미진진 티셔츠 천연염색 놀이
ex) 전통 다도, 예절 배우기

- * 창작촌 영상다큐멘타리 -다큐멘타리를 앉아서 감상하는 장소를 따로 마련하고 창작촌 투어 가이드북을 함께 비치한다.
개막행사에서 선보인 5분짜리 영상쇼 보다 심도있는 내용으로 약 30분짜리 영상물 제작 및 상영

< 부대 행사 및 시설 >

목적- 창작촌 페스티벌에 대한 더 많은 관심과 관람객 방문을 유도하기 위해 다음과 같은 부대행사와 시설을 함께 운영할 수 있다.

* 특별초대전 / 창작촌 페스티벌이 미술관처럼 전시 가능한 공간에서 진행될 경우에 같은 기간 동안 함께 열릴 수 있다.

ex) 경기지역 문화예술의 향기

- 경기지역에 있는 문화재, 예술품 전시를 기본컨셉으로 한다
- 학생, 일반인들을 위한 교육적인 테마로 꾸민다,
- 경기지역 박물관, 미술관의 협조를 받는다.
- 경기도내 작가들의 특별전시회로 개최할 수 있다.

ex) 화성에 공룡이 나타났다!

- 화성시에서 추진 중인 공룡관련, 모형, 화석 등을 전시한다.
- 창작촌 페스티벌의 참여를 유도하는 부대행사이자 향후 화성시의 공룡관련사업을 홍보하는 시너지 효과를 고려한다.
- 학생, 일반인들을 위한 교육적인 공간을 만든다,
- 전시물 수는 화성시와 협의한다.

* 공공 놀이시설 / 행사장 앞에 축제 분위기를 고려한 놀이작품을 설치한다.

ex) 명화퍼즐 맞추기 -대형으로 제작하여 많은 이들이 함께 지속적으로 참여할 수 있는 놀이기구 작품 설치 (작가 제작 의뢰)

ex) 잠자리 미끄럼틀- 어린이용 미끄럼틀과 성인용 운동기구가 함께 있는 잠자리 모양의 놀이기구 작품 설치 (작가 제작 의뢰)

* 여행,음식,휴식코너 / 관람객들을 위한 편의시설이자 정보서비스를 제공한다.

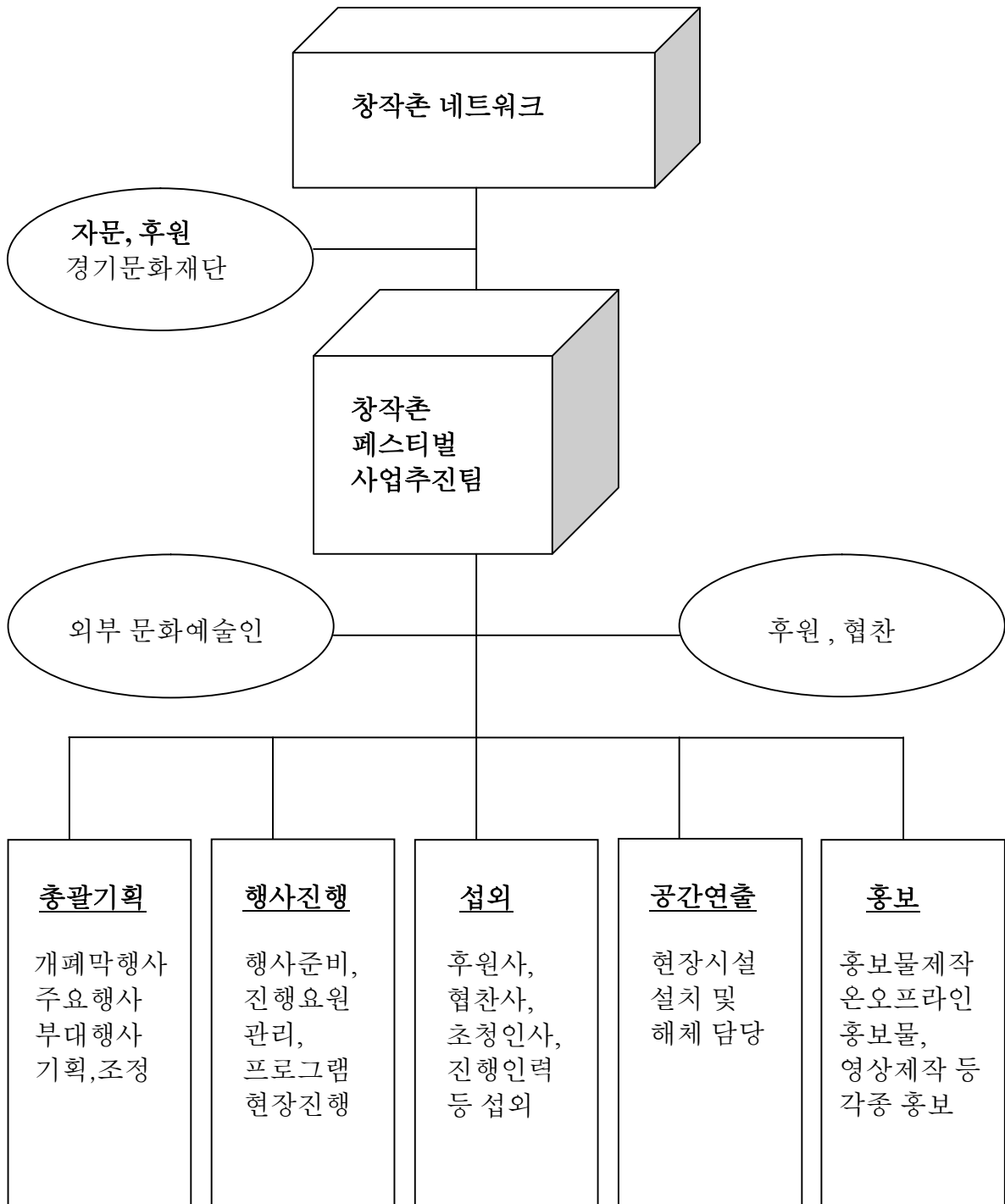
여행사, 숙박, 요리업체는 창작촌 페스티벌을 재정적으로 후원하고 독립적인 부스를 운영, 참여할 수 있도록 한다.

ex) 경기 문화테마여행 - 경기도내 문화,예술 관련 유적지, 명소 탐방 여행상품 창작촌과 연계한 지역 여행상품 상담 및 판매

ex) 경기 산해진미 장터 - 경기도의 음식문화를 보여주는 대중적인 식당 마련

ex) 전통 찻집- 전통차와 음료를 파는 휴게실 운영

6, 행사 운영조직도



7, 행사 홍보

* 온라인 / 방송매체 홍보

- 홈페이지, 블로그 제작 및 홍보
- 각종 문화, 예술동호회 참여 독려
- 문화, 예술관련 사이트 게시판, 배너광고
- 메일링, 티브이, 라디오, 인터넷 포털 사이트 등

* 오프라인 홍보

- 문화예술관련 잡지, 일간지, 무가지

* 홍보물 제작

- 창작촌 투어가이드북 (창작촌 프로그램 홍보, 교통편, 지역 문화, 관광 소개)
- 종합 영상다큐멘터리 (5 분짜리, 30 분짜리)
- 포스터, 현수막, 티셔츠 등

* 홍보전략

- 행사전 기본적인 온,오프라인 대중매체를 통한 홍보
- 행사시작 2-4 주전부터 집중적인 홍보 / 언론보도자료 배포, 온라인 홍보
- 행사전 문화예술지역에 홍보물 비치 / 인사동, 대학로, 예술의 전당 등 수도권 문화예술관련 지역에 홍보물 비치
- 수도권, 경기지역 초, 중, 고생 단체방문 유도를 위한 경기도 교육청 협조부탁
- 경기지역 관공서, 은행 등 공식홍보후원 협조 부탁 /
ex) 옥외광고탑, 포스터, 현수막
- 행사기간 중 이벤트 /
ex) TV 문화 채널, 라디오 문화프로그램 (오지혜의 문화야 놀자)의 녹화, 생방송을 행사장에서 진행할 수 있도록 유도
- 행사기간 중 창작촌 페스티벌에 호응이 높은 관람객들을 지속적으로 관리하기 위한 적극적인 방안이 필요 / 주소, 메일, 전화연락처 등을 남길 수 있는 계기 마련 ex) 방명록에 남겨진 명단에서 추첨을 통해 경품 증정, 이메일 발송으로 블로그 방문 유도

8, 예산편성의 예

구분	내 용	예산(단위:천원)
행사 추진비	행사준비조직 인건비(3인* 6개월) 정보수집 사전조사 기획 및 기획안 제작 회의비 섭외비 현장 관리비 각종 진행비 등	20.000
홍보비	온라인 매체홍보 온라인 홈페이지 또는 블로그 관리 각종 인쇄홍보물 기획, 제작, 배포 (가이드북, 포스터, 초대장, 전단 등) 라디오, 잡지, 신문광고 조형물 홍보 영상다큐멘터리 제작	18.000
행사장 대관료	장소에 따라 변동 가능	10.000
운송, 설비비	행사진행시 필요한 창작촌 프로그램관련 설치비 각종 기자재 운송비, 설비비 책상, 의자, 파티션, 부스 스탠딩베너, 현수막, 깃발 등 각종 사인물	15.000
인건비	문화예술인 출연료 현장행사진행요원 3명 도우미 20명 등	13.000
예비비		5.000
기타	잡비, 기타 소요경비	2.000
총계		83.000

* 위의 예산은 예시이므로 행사 규모에 따라 달라질 수 있음

* 재정은 후원사로부터, 각종 기자재, 홍보 등은 협찬사로부터 지원

9, 프로그램의 예

일정	주요행사	부대행사	기타 행사
1일 (토)	개막행사 4시 독립부스전 문화예술교육 놀이터 오픈	부대행사 오픈 부대시설 가동	TV 생방송
2일 (일)	독립부스전 문화예술교육 놀이터 프로그램 ex) 오전 10-12시, 오후 1-3시, 3-5시	부대행사 부대시설 가동	
3일 (월)	독립부스전 문화예술교육 놀이터 프로그램	부대행사 부대시설 가동	잡지사 인터뷰
4일 (화)	독립부스전 문화예술교육 놀이터 프로그램	부대행사 부대시설 가동	라디오 녹화
5일 (수)	독립부스전 문화예술교육 놀이터 프로그램	부대행사 부대시설 가동	
6일 (목)	독립부스전 문화예술교육 놀이터 프로그램	부대행사 부대시설 가동	
7일 (금)	독립부스전 문화예술교육 놀이터 프로그램	부대행사 부대시설 가동	TV 프로그램 녹화
8일 (토)	독립부스전 문화예술교육 놀이터 프로그램	부대행사 부대시설 가동	
9일 (일)	독립부스전 문화예술교육 놀이터 프로그램 폐막행사 6시	부대행사 부대시설 가동	신문인터뷰

* 구체적인 세부 프로그램은 각 창작촌들의 프로그램 기획안이 나온 후에 확정함

10, 행사추진 일정

일정	내용
3월 초	사업추진 준비모임
3월 중순까지	사업추진팀 인력 구하기
3월 말	창작촌 페스티벌 사업추진팀 발족 창작촌 회원 전체회의
4월 중순까지	각 창작촌 프로그램 기획안 제출
4월 말	종합 기획안 완성 행사장소 확정
5월 말까지	후원, 협찬사, 부대행사, 시설 섭외 완료 창작촌 네트워크 블로그 오픈
6월 중순	창작촌 페스티벌 홍보시작 창작촌 회원 전체회의
6월 말까지	교육청, 각급 학교 홍보
7월 말까지	현장 진행인력 모집 각종 홍보물 디자인
8월 중순	홍보물 발송 및 배포, 각종 온-오프라인 홍보 시작
9월 초	각종 기자재 준비 등 행사 준비 완료
9월 8일	행사개막

* 세부 일정은 제반 여건이 확정된 후에 조정 가능

참고문헌

- * 스투어트 카우프만 / 혼돈의 가장자리 / 국형태 역 / 사이언스북스/ 2002
- * 복잡계 네트워크 지음-민병원,김창욱 편 / 복잡계워크샵 / 삼성경제연구소 / 2006
- * 최창현 / 복잡계로 바라본 조직관리 / 삼성경제연구소 / 2005
- * 창작촌 포럼 녹취록 / 경기문화재단 / 2006
- * 이흥재 / 문화정책 / 논형 / 2006
- * 인젤 홈브로이히 재단, 홈페이지 (<http://www.inselhombroich.de/>)
- * 백중옥 / 자연 속 미술관 인젤 홈브로이히 / 오마이뉴스 / 2000.11.19
- * 이케가미 준 / 문화경제학 / 황현탁 역 / 나남출판 / 1999
- * 양종희 / 문화예술사회학 / 그린 / 2005
- * 백승국 / 문화기호학과 문화콘텐츠 / 다할미디어 / 2004
- * 김국현 / 웹 2.0 경제학 / 황금부엉이 / 2006
- * 식스어파트 / 블로그마케팅 / 제경모 역 / (주)씨엠투 / 2006
- * 김영순, 최민성 외 지음 / 축제와 문화콘텐츠 / 다할미디어 / 2006
- * 박진규, 정철상 공저 / 지역문화와 축제 / 글누림 / 2005
- * 제 2 회 문화예술인 창작촌 포럼 자료집 / 2006

< 참고자료 >

2006 창작촌 네트워크 조직화를 위한 기초설문조사

A, 공간

질문내용	답변
1, 현재의 장소를 선택한 가장 큰 이유	
2, 현재의 장소, 공간의 장단점 특수성	장점-
	단점-
	특수성-
3, 창작촌 건설과정에서 찾아다닌 관청들	
4, 건설과정에서 부딪힌 문제와 그 해결에 도움이 되는 기관, 단체	
5, 오픈전 준비기간 (기획, 법적문제해결, 건물 개보수 등 -몇개월, 몇년간 표시)	* 기획 () * 법적문제해결 () * 건물 개보수, 증축 () * 기타 ()

B, 재정

질문내용	답변
1, 초기 준비비	(원)
2, 연간 운영비	(원)
3, 재정 문제 해결 방식과 비율 (100%)	* 운영자 자금 (%) * 프로그램운영 수입 (%) * 경기문화재단 지원 (%) * 기타 외부지원 (%) (외부지원내용:)
4, 재정 전망	

C, 프로그램

질문내용	답변
1, 개발방식 (O 표시)	* 단독 () * 외부인력, 단체와 협업 (단체명 등 기입) * 기타 ()
2, 내용(제목표기)	* 교육- * 축제- * 학술- * 레지던스- * 전시회-
3, 성격	* 타 프로그램의 모방이나 변형 (%) * 독창적인 내용개발에 주력 (%)
4, 모델로 삼는 국내외 창작촌이나 프로그램이 있다면?	
5, 참가비	* 유료 (원) * 무료 ()
6, 참여대상	* 초 (%) * 중 (%) * 고 (%) * 대학생, 일반 (%) * 지역주민 (%) * 기타 (%)
7, 연간 참여자 수	(명)
8, 운영되는 시기 (O 표시)	* 상시 () * 주말 () * 방학 () * 기타 연중 (월)
9, 타 창작촌과 교류하고 싶은 프로그램이 있다면?	* 주고 싶은 프로그램 () * 받아들이고 싶은 프로그램 ()
10, 프로그램 운영을 위해 협의 혹은 허가를 필요로 한 행정기관과 내용은?	

D, 인력운영

질문내용	답변
1, 인력공급방식 (O 표시)	* 아는 사람 소개로 () * 공개모집 () * 기타 ()
2, 운영내용 (1 명이 사무와 프로그램 운영을 동시에 할 경우 0,5 명으로 표시)	* 행정, 사무 인력/ 총명 상근(명), 비상근(명), 자원봉사자(명)
	* 프로그램운영 인력/ 총명 상근(명), 비상근(명), 자원봉사자(명)
3, 인건비수준	* 상근 (원) * 비상근 (원) * 기타 (원)
4, 가장 필요한 인력, 내용	

E, 마케팅

질문내용	답변
1, 홍보방식	* 오프 라인 / O 표시 우편 (), 팩스 (), 전화 (), 기타 (예/잡지홍보, 홍보물 배포 등 표기) * 온라인-홈피 (주소) * 블로그 운영 (주소) * 기타 온라인 홍보 ()
2, 홍보에 투자하는 비용	(연간 원)
3, 홍보에 집중하는 기간	(연중 월) 1-12 월 사이 표시
4, 교육프로그램 외에 판매상품이 있다면? (내용표기)	* 미술작품 () * 아트상품 () * 유기농 () * 기타 ()
5, 향후 개발하려는 상품이 있다면 ?	