



사 . 랑 . 방 . 문 . 화 . 클 . 럽 . 발 . 전 . 방 . 안 . 연 . 구 .

Club Sarangbang

2006. 12

사랑방 문화클럽 발전방안연구

2006. 12



0. 목차

1. 정책 연구 환경
 - 1.1. 연구배경
 - 1.1.1. 외부환경
 - 1.1.2. 내부환경
 - 1.2. 연구목적 및 기대효과
 - 1.2.1. 연구목적
 - 1.2.2. 연구의 기대효과
 - 1.3. 연구방법
 - 1.3.1. 연구 절차
 - 1.3.2. 연구 수행 방법
2. 문화클럽 현황 및 니즈 분석
 - 2.1. 성남시 사랑방문화클럽 실태 및 욕구조사 결과 분석
 - 2.1.1. 조사 결과 분석 및 시사점
 - 2.1.2. 문화클럽 유형 및 지원 요구 사항
 - 2.1.2.1. 문화클럽 유형
 - 2.1.2.2. 문화클럽 지원 요구 사항
 - 2.2. 성남시 사랑방문화클럽 심층 면접 연구
 - 2.2.1. 심층면접 연구방법
 - 1.2.1.1. 연구 대상의 선정
 - 1.2.1.2. 연구 방법
 - 2.2.2. 연구 결과 및 시사점
 - 2.2.2.1. 문화클럽의 성장과정
 - 2.2.2.2. 지원 요구 사항
 - 2.2.2.3. 시사점
 - 2.3. 벤치마킹 사례 및 참고 연구
 - 2.3.1. 문화클럽 지원 벤치마킹 사례와 시사점
 - 2.3.1.1. 광명시 평생 학습원
 - 2.3.1.2. 서울문화재단 ‘청소년 문화벤처단’
 - 2.3.1.3. 미국 오하이오 지역 공동체 축제 ‘COMFEST’

- 2.3.2. 참고 연구
 - 2.3.2.1. 문화부족
 - 2.3.2.2. 웹 2.0
 - 2.3.2.3. CoP
 - 2.3.3. 사랑방과 CoP
 - 2.3.3.1. 전통 사랑방
 - 2.3.3.2. 백담과
 - 2.3.3.3. 성남시 문화클럽과 CoP
 - 3. 성남시 사랑방 문화클럽 발전 전략 방안
 - 3.1. 문화시민 아람꾼
 - 3.1.1. 아람꾼의 개념
 - 3.1.2. CoP 와 아람꾼
 - 3.2. 사랑방 문화클럽 육성 모형
 - 3.3. 사랑방, 사랑마루, 사랑마당 프레임워크
 - 3.3.1. 사랑방
 - 3.3.2. 사랑마루
 - 3.3.3. 사랑마당
 - 3.4. 관련 주체의 협치 모형과 협치 철학
 - 3.5. 온라인 문화클럽 지원 전략
 - 4. 성남시 사랑방 문화클럽 전략 실행 방안
 - 4.1. 핵심 전략 실행 방안
 - 4.1.1. 급소경영 리더십
 - 4.1.2. 공정한 절차 3E 원칙
 - 4.2. 운영주체의 구성
 - 4.3. 3 개년 실행 계획
 - 4.4. 온라인 사랑방 문화클럽
 - 4.5. 평가지수
 - 5. 제언
 - 6. 자문 주신 분들, 참고 자료
- 별첨. 콘텐츠로 재구성한 심층 면접 내용

1. 정책 연구 환경

1.1. 연구배경

1.1.1. 외부환경

0. 부산, 광주, 경주, 전주를 4 대 지역거점 문화도시로 조성하려는 계획¹ 뿐 아니라, 서울도 문화도시를 지향하겠다고 나섰다. 이 외에도 부천, 춘천 등이 문화 축제와 국제 공연 등을 통해 도시 브랜드를 유지하고 있고 인천의 창조도시 계획 역시 넓게 봐서는 문화도시 조성 사업의 일환이라고 볼 수 있다. 관광과 연계된 각종 문화 정책도 많은 지자체에서 시도 중이다.

0. 최근 각 지자체가 지역 주민의 문화 생활 향상을 위한 정책을 선보이는 경우가 많아지는 것은 사회적으로 높아진 문화적 욕구에 대한 대응이다. 문화적 욕구가 높아진 만큼, 문화적 환경도 급격하게 변하고 있어 문화 정책의 새로운 방향성이 다양하게 검토되고 있는 시점이다.

0. 문화부족, 폐인, 커뮤니티 등 자발적이고 능동적인 문화생비자, 문화매니아들에 대한 관심 및 중요성이 더욱 커지고 있으며, 문화 정책도 시혜적인 문화 복지를 넘어서 다양하고 폭넓은 지역 주민의 문화향수권을 보장하는 데 관심을 보이는 추세이다.

0. 하지만, 지금까지의 지자체 문화재단의 문화정책은 시민들을 능동적 참여자로 설정하고 시민들의, 시민들을 위한, 시민들에 의한 정책을 개발하지 못한 한계를 가지고 있다.

0. 지자체에서 문화 도시 정책을 수립할 때 문화를 통해 지역 경제를 활성화시키는 것에 비중을 많이 두기 때문에, 지자체 예산으로 지역에 거주하는 당사자들의

¹ 부산 영상문화 도시, 광주 아시아문화중심도시, 경주 역사문화중심도시, 전주 전통문화중심도시

문화적 환경과 수준을 높이는 사업들이 시행되기 보다는 시설 인프라를 구축하거나, 문화 산업 인구를 유치하는 데 주력하고 있다. 이 때문에 문화 정책의 지역 토착화와 문화 복지, 문화 향수에 대한 문제가 끊임없이 제기되고 있는 실정이다.

0. 지역 토착화에 대한 논의는 종종 지역 주민 개개인보다 통칭 동아리라고 불리는 지역 내 소규모 공동체의 중요성을 부각시킨다. 시 단위보다 마을 단위의 정체성 찾기, 정책의 자발적 주체로서 동아리를 위치시키기 등은 시대의 흐름과 부합하여 최선의 정책적 선택으로 생각되는 추세이다. 문화클럽²(동아리)은 개인 단위의 문화 생활을 풍요롭게 할 뿐 아니라, 사회적 관계를 통하여 문화를 학습하고 문화적 가치를 공공적으로 교환하거나 파급할 수 있는 좋은 매개체 역할을 할 수 있다

0. 문화 정책에 대한 이런 건강한 비판은 실제 정책 연구에서 수용되는 움직임이 있지만, 구체적으로 정책을 기획하고 집행하고 실행하는 프레임워크 모형에 이르면 계획의 범위가 너무 포괄적이어서 실무적 효과성이 부족하거나, 너무 지엽적이어서 실행 정책들 사이에 연속적 의미 창출이 힘든 경우가 대다수이다.

0. 이와 같은 사정을 고려할 때, 문화 정책의 근본적 방향성에 대한 문제 제기보다 문화 정책을 집행할 시, 적합한 능력의 조직원 선발, 올바른 정책 집행 순서, 집행된 정책들 사이의 유기적 의미 연관성, 시민과의 면대면 만남을 통한 네트워크 구축 등의 노하우 축적에 상대적으로 중요성을 둘 필요가 있다.

1.1.2. 내부환경³

0. 성남시는 그림 1 과 같이 높은 재정 자립도에 비해 시민의 다양한 요구를 충족 시킬 문화환경이 부족하다.

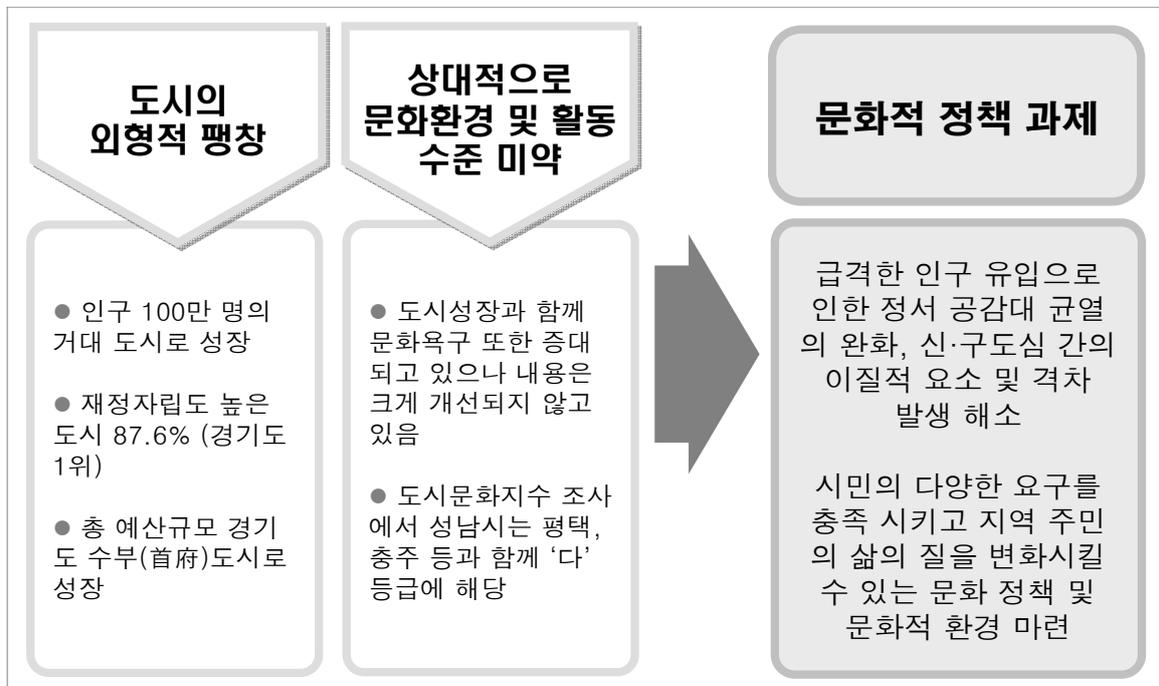
² 문화동아리, 문화커뮤니티 등과 동의어. 사랑방클럽TF의 정책 과제명이 '사랑방 문화클럽 발전 방안'이기 때문에 사랑방 문화클럽 정책 관련하여서는 '문화클럽'을 사용하여 보고서를 기술함.

³ '문화의 도시, 성남' 어떻게 만들어 갈 것인가?, 성남문화재단 시민토론회 자료집, 2006.10.

0. 성남시는 급격한 인구 유입으로 지역 정서의 공감대가 결여되어 있으며, 신·구도심 간의 이질적 요소와 격차가 존재한다. 이를 완화하기 위해 시민이 주도하는 화합의 마당이 필요하다.

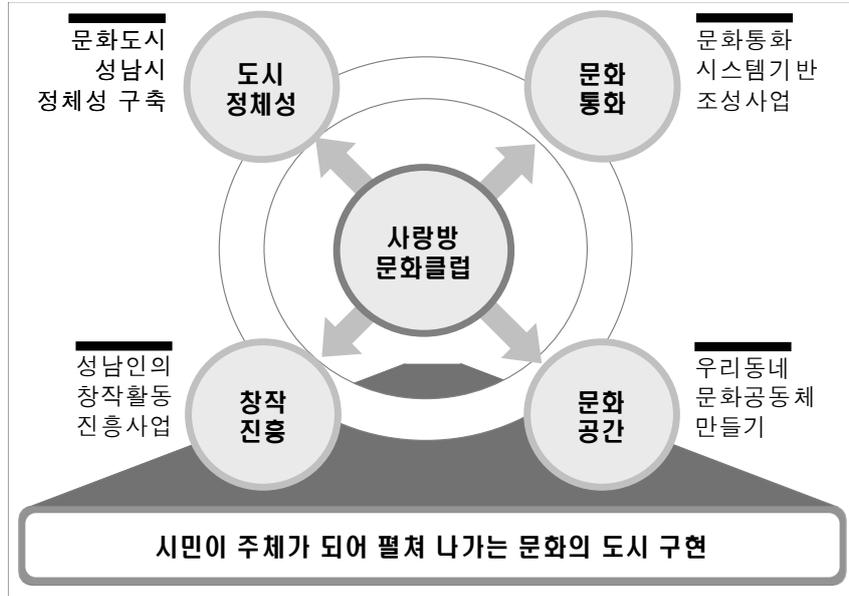
0. 성남시는 외부의 지원 없이도 능동적으로 문화 활동을 하는 클럽들이 활성화되어 있는 지역으로 문화클럽을 매개로 한 새로운 정책 수립에 적합한 환경을 갖추고 있다. 그러나, 성남시에는 지금까지 시민 주도의 문화클럽 지원 정책이 거의 없었다. 이에, 성남문화재단은 성남시의 도시의 위상에 적합한 문화클럽 지원 정책 수립의 필요성을 느끼고 있다.

그림 1 성남시 문화환경과 정책 과제



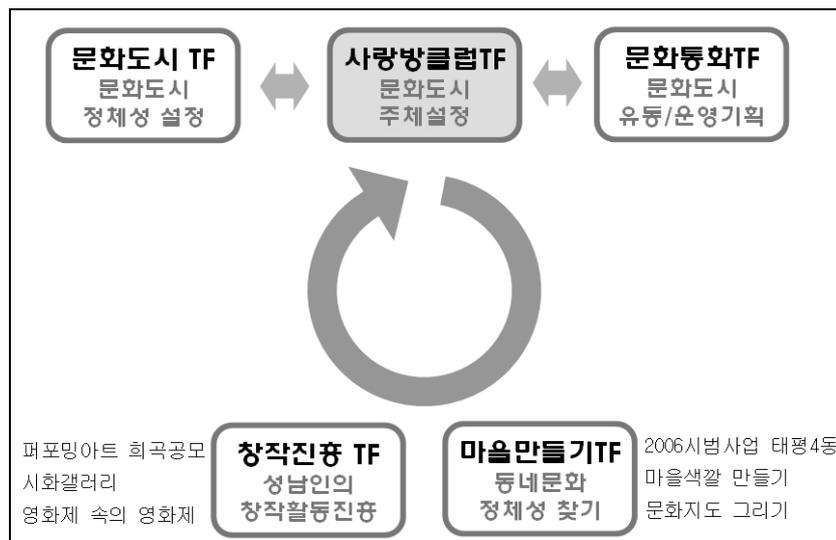
0. 성남문화재단은 그림 2에서 보듯이 정책 과제의 실행에 있어 중요한 이슈를 '도시 정체성, 도시 주체(사랑방 문화클럽), 문화 창작진흥, 문화 공간 만들기, 문화의 사회적 교류(문화통화)'라는 5가지로 설정하였다.

그림 2 성남시 문화정책 수립 개념도



0. 그러나, 성남문화재단은 짧은 역사로 인해 아직 조직 내부적으로 지역 밀착적 전략 수립 및 운영 노하우를 축적하고 있지는 못하다. 성남시가 당면한 여러 문화정책 이슈들을 능동적이고 전문적으로 대응하기 위해 성남문화재단은 전문가들과 함께 정책 실천 TF 시스템을 고안하였다. 사랑방클럽 TF는 이 중 하나이며, 성남의 시민 주도 정책 필요성의 문제를 다룬다.

그림 3 정책 실천 TF



0. 성남문화재단은 지역 밀착적인 정책의 수립과 실현을 위하여 외부 전문가들뿐 아니라, 지역에 소재를 둔 생활문화클럽, 각종 공공 시설, 문화예술 전문가들 사이에 네트워크를 구축하고 프로그램, 문화예술인력, 공간의 소통을 돕는 역할을 적극적으로 수행하고 있다.

0. 이와 같은 환경적 요소들을 고려해보면, ‘예술로 소통하고 문화로 아우르는’ 성남문화재단의 정책 목표에 따라 자발적 문화 향수 기회를 확대하고 창조활동을 진흥하는 문화의 도시 성남을 지향할 여건들을 충분하다. 다만, 변화하는 문화적 현실을 반영할 수 있는 효과적인 정책 수행 방법에 대한 숙고가 요구된다.

0. 사랑방 문화클럽 육성 방안은 위에서 기술한 환경적 요소들을 종합적으로 고려하여 성남을 소재로 둔 문화클럽들을 발굴, 육성하고, 문화클럽의 역량을 기반으로 성남시 전반의 문화적 수준을 높이는데 초점을 둘 것이다.

0. 사랑방 문화클럽 육성 사업의 목표는 구체적으로 아래와 같다.

- 시대의 변화에 발맞춘 현실적인 문화 정책의 수립과 실현
- 문화 정책의 실현 주체를 시민과 문화클럽으로 이해함
- 지역의 문화예술 생활을 시민과 문화클럽들이 스스로 꾸려나갈 수 있도록 격려하고 지원
- 기존 문화클럽들의 닫힌 구조를 넘어서서, 시민의 문화예술적인 공헌, 나눔과 누림의 정신을 체험하는 데 목표를 둠
- 교육 프로그램 중심의 문화클럽 지원 방식을 넘어서, 일상적 활동 공간과 발표 무대, 시민의 직접 축제 기획 등의 복합적 요소들에 초점을 둠

1.2. 연구목적 및 기대효과

1.2.1. 연구목적

0. 본 연구는 성남시 문화 클럽 육성 사업의 전망을 도출하고, 사업의 전략적 로드맵과 실행 방법론을 제시하는 것을 목표로 한다. 제시안은 '시민 주도의 지역 친화적 문화 정책의 실현'이라는 기본적인 지향점 하에, 이를 실현할 수 있는 방법론의 치밀성과 협치 방안에 초점을 둔다.
0. 이를 위해서, 체계적 마케팅조사기법에 근거한 '성남시 사랑방클럽 실태 및 욕구 조사' 수행 결과와 심층 면접 결과를 분석하여 성남시 문화클럽의 실질적인 현황을 파악하고 이들의 활동 진흥을 위한 지원 요소를 파악한다.
0. 연구진은 성남문화재단 정책실천 TF로 참여하여 실제적인 사업 수행의 과정을 돕고 진행된 사업 내용 및 방법을 검토하여 연구 내용에 반영함으로써, 본 연구가 제안하는 지원 및 운영 전략의 현실적 실현 가능성을 높인다.
0. 한국적 지형에서 작동할 수 있는 문화클럽의 원형을 '사랑방'으로 보고, '사랑방'의 가치를 현대적으로 되살리는 작업을 통해 한국적 공간 개념을 문화클럽 지원 전략에 적용하고 브랜드 이미지를 창출한다.

1.2.2. 연구의 기대효과

0. 본 연구는 교육이론과 경영학 연구로부터 CoP⁴ 개념을 도입하여 지자체 내 문화클럽에 적용함으로써 정책의 효율성과 효과성을 제고(提高)한다.

⁴ Community of Practice

“동일한 관심사와 일련의 문제, 어떤 주제에 대한 열정을 공유하고 있으면서, 지속적으로 상호작용하는 어떤 과정을 통해서 이 분야에 대한 지식과 전문성을 보다 깊이 있는 것으로 만들어 가는 사람들의 집단”

에티엔느 웅거 외, COP혁명 19p, 물푸레, 2004.

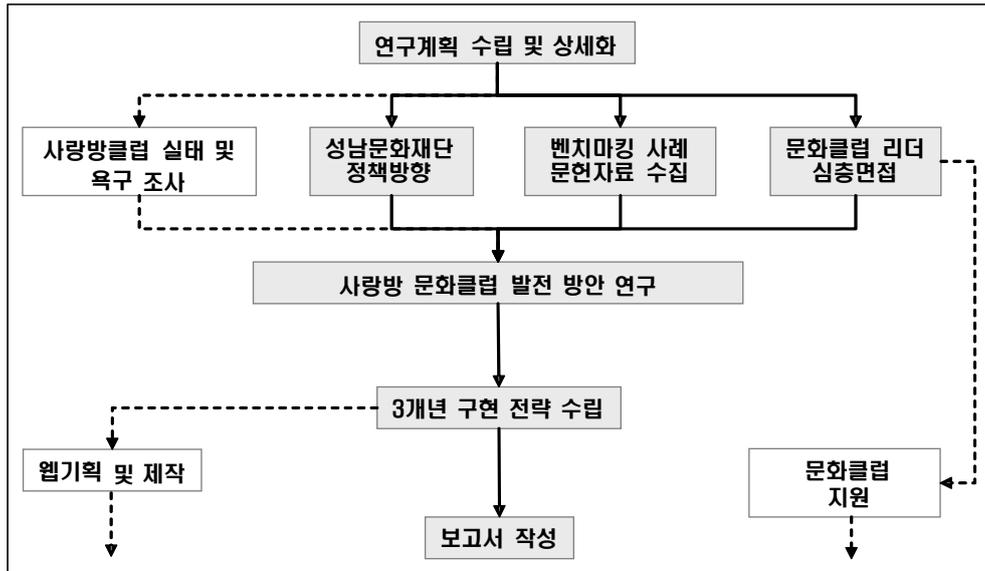
0. 통계적 조사 연구, 체계적 전략 제시, TF 참여를 통한 사업 검증의 결합을 통하여 성남시 실정에 적합한 지원 및 운영 전략을 수립하고 지자체 문화 클럽 운영의 성공적인 모델 위상 확립에 기여한다.

0. 자발적이고 역동적인 문화 시민 간의 네트워크를 토대로 하여 문화 도시 성남으로 자리매김하는 데 기여하고 문화 생태계 육성의 대표적 시범 도시라는 브랜드 이미지의 정립을 돕는다.

1.3. 연구 방법

1.3.1. 연구 절차

그림 4 연구 수행 절차



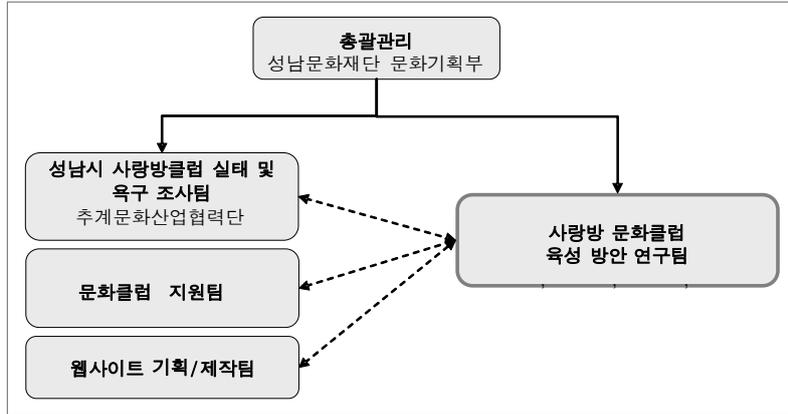
- 0. 성남시 문화 정책의 이해 및 5대 사업 TF 공동 워크숍 참여
- 0. ‘성남시 사랑방클럽 실태 및 욕구 조사’ 수행 결과 분석 및 문화 클럽 요구 정리
- 0. 문화클럽 지원 사례의 벤치마킹 사례 수집 및 시사점 정리
- 0. 문헌 자료 수집 및 분석
- 0. ‘성남시 사랑방클럽 실태 및 욕구 조사’ 수행 결과를 근거로 15개 문화클럽을 선정하여 심층면접 실시
- 0. 사랑방 문화클럽 육성 방안 체계화와 3개년 실행 계획 도출
- 0. 웹팀, 문화클럽 지원팀과 협력하여 문화클럽 네트워크의 초석을 다짐
- 0. 커뮤니티, 교육, 공공미술 관련 자문을 받음

1.3.2. 연구 수행 방법

- 0. 본 연구는 성남문화재단 문화기획부에서 총괄 관리하며, 통계적 조사 연구는 추계문화산업협력단에서, 육성 방안 연구와 심층 면접은 본 연구팀에서 각각

이루어졌다. 본 연구는 실천적 사업으로 문화클럽 지원을 위한 문화클럽 리더와의 네트워크를 위한 이벤트 기획과 웹사이트 제작/기획을 포함하고 있으며, 각각 수행 주체는 아래 그림 5와 같다.

그림 5 연구 수행 조직도



0. 본 연구팀과 추계문화산업협력단은 문화 클럽 현황 파악을 위한 기초적인 연구 수행 및 사랑방문화클럽 육성 방안 수립 과정에 유기적으로 함께 협력하였다.

0. 본 연구팀과 문화클럽 지원팀은 모범적인 활동을 전개하고 있는 대표 문화클럽에 관한 정보를 공유하고 있으며, 이 정보를 바탕으로 문화클럽 리더들과 네트워크를 형성하기 위한 다양한 이벤트를 기획하고 있다.

0. 본 연구팀과 웹기획/제작팀은 본 연구의 전략적 방향이 웹 기획에도 반영될 수 있도록 기획 프로세스를 공유하고 있다.

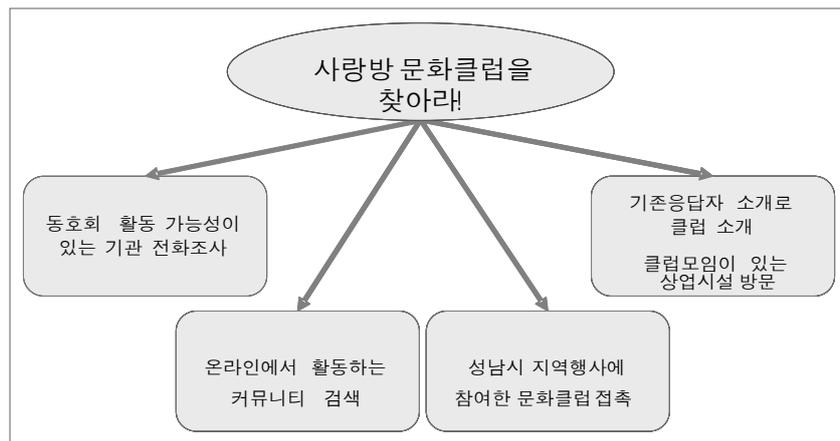
2. 문화클럽 현황 및 니즈 분석

2.1. 성남시 사랑방문화클럽 실태 및 욕구조사 결과 분석⁵

2.1.1. 조사 결과 분석 및 시사점

사랑방클럽 TF는 육성 방안 연구 이전에 사랑방문화클럽 실태 및 욕구조사를 시행하고 이 결과보고서를 따로 작성한 바 있다. 2.1.장은 추계문화산업협력단에서 조사한 연구 결과 중 핵심 내용을 추려서 정리하고 사업에 필요한 시사점을 제공할 것이다.

그림 6 사랑방 문화클럽 접근 방법



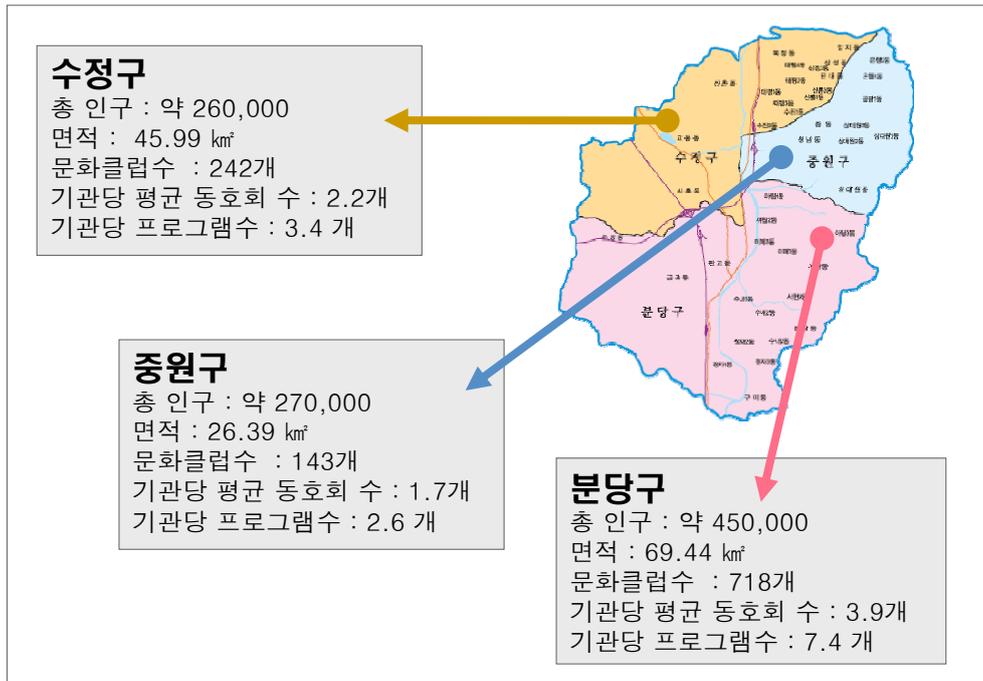
사랑방 문화클럽은 각자의 삶의 영역에서 자생적이고 자발적으로 활동을 전개하고 있기 때문에 활동상을 확인하기 힘들다는 특수성을 가지고 있다. 때문에, 조사팀은 다양한 접근 방식을 통해 문화클럽들을 찾아내는데 총력을 기울여야 했다. 접근 방법은 구체적으로 그림 6 과 같이 온라인, 오프라인을 모두 아우르고 있다.

조사팀이 찾아낸 문화클럽들은 기존 성남문화재단에서 파악하고 있던 지역행사에 참여한 대표성 있는 문화클럽 뿐 아니라, 공공단체, 주민자치 복지시설, 문화시설, 학교, 종교기관, 기업 내에서 활동하는 문화클럽과 카페 등의 상업 시설, 온라인 커뮤니티를 근거지로 활동하고 있는 문화클럽 등 그 성격과 수준이 다양하다.

⁵ 추계문화산업협력단, 성남시 사랑방문화클럽 실태 및 욕구조사, 성남문화재단, 2006.

조사 방법으로는 군집표본추출⁶, 스노우볼 표본추출⁷ 등이 사용되었으며, 총 373 개 기관에서 1,103 개의 문화클럽⁸이 집계되었고, 이 중 320 개의 문화클럽을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 조사 결과는 다음과 같다.

그림 7 구별 문화클럽 현황



0. 문화클럽 및 프로그램 현황

문화클럽 수는 분당구(718 개) > 수정구(242 개) > 중원구(143 개) 순으로 분당구가 많았다. 그러나, ANOVA 분석결과 지역별 평균 동호회 수는 수정구 2.2 개, 중원구 1.7 개, 분당구 3.9 개로 유의수준 10%에서 그 차이가 유의하지 않은 것으로 드러났다. 각 구의 평균 동호회 수는 구별 면적에 근사하게 비례하고 있으며, 성남시 전체에서 큰 차이 없이 고루 동호회 활동이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

⁶ 군집표본추출 : 모집단을 소집단으로 나누고 일정수의 소집단을 무작위적으로 표본 추출한 후 추출된 소집단내 구성원들을 모두 조사하는 표본추출방법으로 비용 및 시간을 절약할 수 있는 장점이 있다.

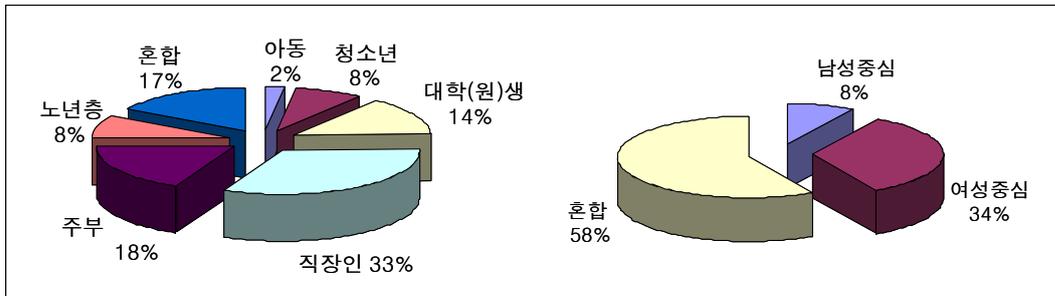
⁷ 스노우볼 표본추출 : 이미 접촉한 표본들을 대상으로 유사한 지식을 가진 다른 대상자를 소개해 달라고 하여 연속적으로 새로운 표본을 찾아내는 방법

⁸ 청소년 및 대학생 동호회는 제외된 수치이며, 성남 주요기관에서 활동하는 성인 문화클럽의 총 추정치는 3,960개 정도이고, 이 중 종교단체 동호회를 제외하면 1,270개 정도이다.

이처럼, 문화클럽 현황을 통해서 성남시가 가지고 있는 문화클럽의 풍부한 토양을 확인할 수 있었다.

기관별로는 사회봉사단체가 6.54 개로 가장 많은 평균 동호회 수를 보유한 기관으로 나타났다. 기관의 프로그램의 수는 분당구(1,367 개) > 수정구(365 개) > 중원구(208 개) 순으로 ANOVA 분석결과 기관당 평균 프로그램 수는 유의수준 1%에서 차이가 유의한 것으로 분석되었다. 이와 같은 평균 프로그램 수의 차이는 각 구에 위치한 문화관련 시설 및 단체가 분당구에 위치한 경우가 많아서 생기는 것으로 보이며, 문화 공간의 지원이 이루어질 경우, 수정구와 중원구에서 우선적으로 이루어져야 할 필요성을 보여준다.

그림 8 문화클럽 구성원 현황



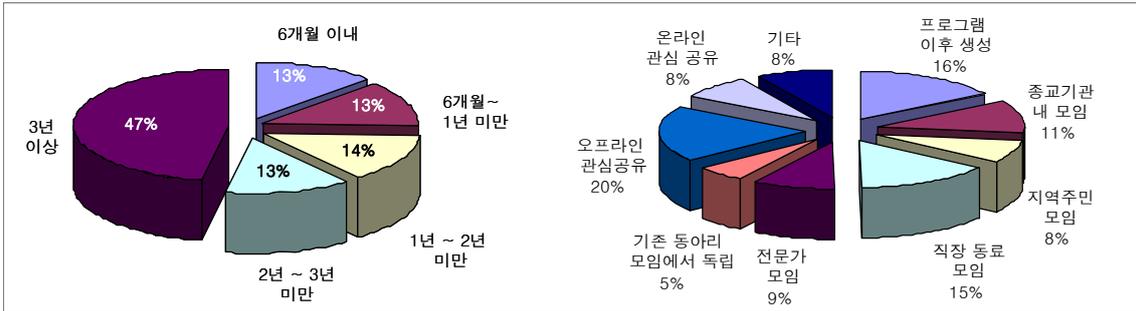
0. 문화클럽의 구성원 현황

문화클럽 회원들은 직장인(32.8%)이 가장 많았고, 다음으로 주부(18.4%), 혼합(16.5%), 대학생(14.3%) 순이며, 문화클럽 회원의 주된 성별은 혼합(58.3%) > 여성 중심(33.5%) > 남성 중심(8.5%) 순으로, 직장인과 여성의 참여가 두드러졌다. 문화클럽 회원 수는 10 명~20 명 사이가 가장 많으며(22.8%) 30 명 미만인 60.6%이었다. 문화클럽 연령층은 혼합(27.3%), 20 대(21.6%)가 많았고, 40 대 이상도 23.8%를 차지하여 구성원의 분포가 다양함을 알 수 있었다.

이는 청소년, 대학생, 청년층을 중심으로 활발하게 이루어지던 동호회 활동이 어느새 여러 세대에 걸쳐 보편적으로 문화 생활을 즐기는 한 방편으로 자리잡아가고 있다는 뜻으로 해석할 수 있다.⁹

⁹ 본 보고서 2.3.2.1. 문화부족 참조

그림 9 모임 생성 계기 및 지속 기간



0. 문화클럽 생성 계기와 활동의 활발성

문화클럽 생성 계기는 오프라인 관심 공유가 20%로 1 순위이고, 모임의 지속 기간은 1년 이상 지속된 곳이 74%, 오프라인 모임 회수도 주 1회 이상이라고 응답한 곳이 51.8%에 이른다. 이는 설문 응답한 문화클럽들의 경우, 네트워크가 자발적으로 오프라인에서 일어나며, 높은 활성화 수준을 유지하고 있다는 사실을 보여준다.

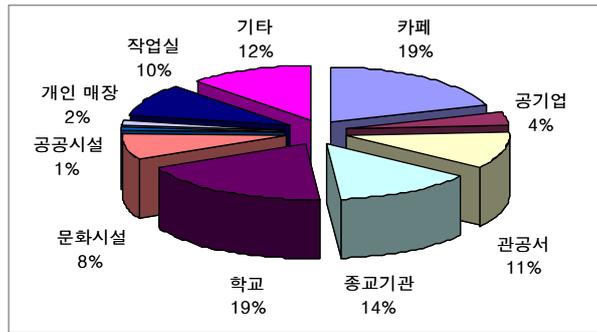
문화클럽 중 약 70%가 온라인 사이트가 있다고 응답하였는데, 특징적으로 문화 기관에서 운영하는 문화 프로그램에서 모인 경우 온라인 사이트가 없다고 대답한 비율이 높았다. 70%에 육박하는 온라인 사이트의 존재는 대다수의 문화클럽들이 이미 온라인 환경에 익숙하고, 보편적으로 온라인 사이트를 활동의 보조 도구로 여기고 있음을 알게 해 준다. 연령불문하고 문화클럽에 속한 이들은 자신들의 온라인 사이트를 이용하여 모임을 약속하거나 정보를 공유한다. 장년 층 이상의 동호회 회원 역시 여기서 배제되지 않고 있으며, 심층인터뷰를 통해 이를 확인할 수 있었다. 분당 색소폰 클럽은 클럽의 구성원이 40-60 대로 온라인 사이트를 행사 사진을 올리고, 연주 악보를 공유하는 등 정보 공유의 장으로 이용하고 있다.

블루그래스 클럽 역시 40-60 대 회원으로 구성되어 있으며 2002년 온라인 사이트를 개설하여 활발히 활동하고 있다. 블루그래스는 전국 단위 클럽으로, 이 중 성남 사람들은 수지에 있는 카페에서 모임 겸 공연을 하고 있는데, 온라인 사이트에서는 지역별 소모임과 악기별 소모임에 참여하여 활동하고 있다.

문화클럽 회원들의 온라인 공간에 대한 친밀성은 성남문화재단에서 온라인 네트워크를 구축할 때 눈여겨보아야 할 중요한 지점이다. 정책 수행시 온라인 공간이 필요하기는 하나, 이미 상업 포털 사이트에서 충분히 제공되고 있는 커뮤니티 카페를 중복적으로 제공할 것이 아니라, 문화클럽 활동 지원을 위한

다양한 기획 서비스 및 콘텐츠를 차별적으로 공급해야 한다. 이와 같은 보완재로서의 웹기획 전략을 추구할 경우, 지자체 입장에서는 온라인 사이트의 활성화가 적은 비용 대비 높은 효과를 창출할 수 있는 온라인 지원 정책이 가능할 것이다.

그림 10 모임 장소



0. 활동 지역 및 모임 장소

모임 및 활동지역은 분당 > 성남전체 > 수정구 > 성남외부 > 중원구 순으로 각 구의 면적에 비례하는 결과를 보였고, 모임 장소는 카페 등 상업시설(19%)이 가장 많으며, 개인 매장과 작업실이 합하여 12%에 이른다. (자세한 모임 장소는 그림 10 을 참조)

모임 장소의 이용시 불편한 점으로 주차, 교통 문제가 19.5%로 가장 높았고, 시간 제한과 공간 부족을 15.5%로 답해서 개인의 생활권역 내, 사랑방 문화클럽을 위한 접근성과 편이성이 용이한 공간 지원이 필요할 것으로 보인다.

0. 문화클럽의 운영 자금 충당

문화클럽의 53.2%가 회원들의 회비로 운영 자금을 충당하고 있었으며, 소속 기관의 예산이 15.5%로 뒤를 이었고, 후원/협찬이 9.5%, 강습비 8.0%, 운영진이 직접 부담한다는 문화클럽도 4.9%로 나타났다. 문화클럽들이 높은 활동성을 보이는 데 반해 운영이나 공간을 위한 비용 수급에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타나, 적절한 비용 지원 방식에 대한 고려가 필요할 것으로 보인다.

0. 기관 공간 대여 현황

성남시 공공기관의 약 28%가 (분당구 50 개, 수정구 35 개, 중원구 19 개) 외부 단체나 모임에 공간을 대여하고 있었는데, 이 중 대여하는 비율로 보면 수정구가 32.11%로 가장 높아서 분당구보다 대여가 활발한 것으로 나타났다. 대여하지 않는 이유로는 43%(115 개)의 기관이 시설 미비를 꼽았으며, 시설미비로 대여하지 못한다는 비율의 응답은 중원구가 50%로 가장 높았다. 대여하지 않는 이유로 요청 받은 일이 없었기 때문이라는 비율이 14%(37 개)에 이른다. 대여가 가능하다고 응답한 기관 중 야간 대여가 가능하다고 대답한 기관이 31.68%(32 개), 주말 또는 휴일 대여가 가능하다고 대답한 기관이 26.47%(27 개)로 기관 공간 대여를 지금보다 활발히 할 수 있는 가능성을 보여주었다.

기관 내에 공간 현황은 아래 표 1 과 같이 나타났는데, 부족한 공간의 창출에 있어 참고 사항이 될 수 있을 것이다.

표 1 기관 내 보유공간 현황

항목	규모 (평균 수용인원)
강당 (공연장, 예배실 등)	대 (1000 명 이상) : 12 개
	중 (600 명 이상-1000 명 미만) : 8 개
	중소 (300 명 이상-600 명 미만) : 25 개
	소 (300 명 미만) : 57 개
회의실/세미나실 (교실, 강의실, 연습실 등)	대 (100 명 이상) : 24 개
	중 (60 이상-100 명 미만) : 19 개
	중소(30 명 이상-60 명 미만) : 56 개
	소 (30 명 미만) : 248 개
작업공간	컴퓨터실/전산실 : 35 개
	작업실(미술실, 요리실 등) : 31 개
	기타 : 45 개
야외	마당(앞/뒤) : 4 개
	운동장 : 6 개
	주차장 : 40 개
	기타 야외공간 : 14 개

2.1.2. 문화클럽 유형 및 지원 요구 사항

응답한 설문 조사 결과를 토대로 군집분석¹⁰을 실시하여 문화클럽들의 유형을 구분해 보았다. 군집분석 결과 가장 타당하다고 생각되는 4 개 군집 유형을 도출하였으며, 각각의 군집 특성을 반영하여 ‘친목클럽’(22.77%), ‘배움클럽’(24.42%), ‘숙련클럽’(19.14%), ‘공헌클럽’(33.66%)이라 이름 붙였다. 군집분석 이후, 군집간 활동의 차이가 통계적으로 유의한지를 알기 위해 분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였으며 결과는 유의수준 1%에서 차이가 유의한 것으로 나타났다.

문화클럽 활동을 진흥시키기 위한 지원 사항의 요구 우선 순위가 각 군집별로 다른 점이 있었으며, 클럽 문화 역시 차이가 있었다. 특히, 공헌클럽은 활동 지역이 넓고, 클럽 활동, 발표 활동, 사회 공헌적 활동을 두루 활발히 하고 있었으며, 수직적, 수평적 의사소통이 모두 원활한 것으로 드러나 문화클럽의 성장 가능성에 대해 기대를 품게 해 주었다.

2.1.2.1 문화클럽 유형

0. 친목클럽

- 친목활동이 주를 이뤄 전문적 관심, 클럽 외적인 일에 관심이 적음
- 온라인 활동이 상대적으로 많음
- 수평적보다 수직적 커뮤니케이션이 활발
- 20 대(직장인, 대학생, 청소년) 비중 높음

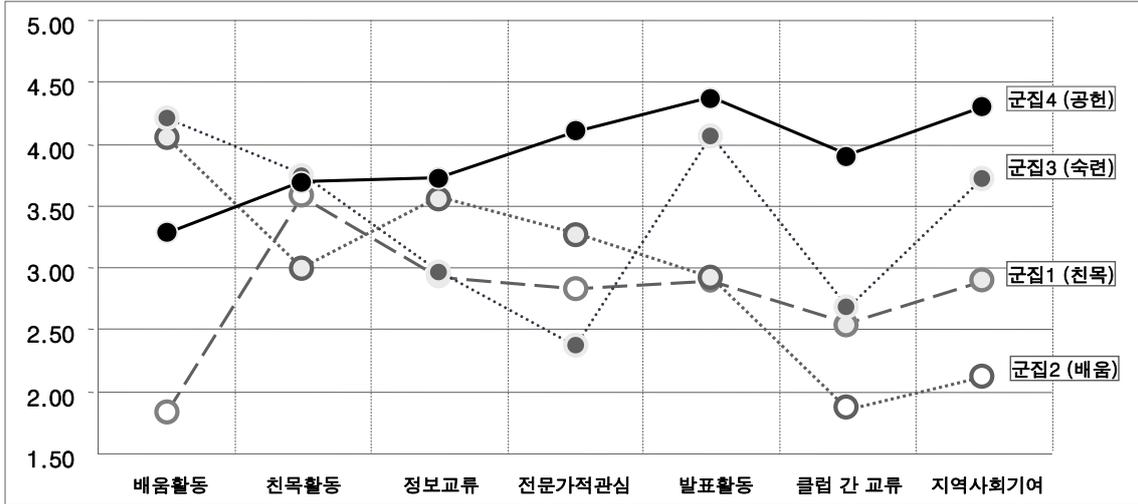
0. 배움클럽

- 전문가에게 배우고 정보를 교류하는 활동이 주를 이룸
- 커뮤니티 교류나 지역사회에 대한 참여가 저조하며 온라인과 오프라인 활동이 상대적으로 낮음

¹⁰ 군집분석 : 항목들의 값을 유클리디안 거리(Euclidean distance)로 측정하여 가까운 거리에 있는 개체부터 동일 군집으로 묶는 군집 분류 방법. 본 연구에서는 K-means 방법을 적용함.

- 수직적, 수평적 커뮤니케이션이 모두 낮음
- 여성, 직장인+ 주부 비중 높음

그림 11 문화클럽 유형 분석 결과



0. 숙련클럽

- 학습하는 활동, 발표활동 참여도가 높음
- 지역사회 참여하는 일에 관심이 있으나 공헌클럽보다 활동수준 낮음
- 수평적보다 수직적 커뮤니케이션이 활발, 리더십 지수 두 번째로 높음
- 오프라인 중심, 직장인+ 주부 비중 높음
- 30~40 대(35%) 비중 높음

0. 공헌클럽

- 친목 및 정보교류활동, 발표, 커뮤니티 간 교류, 지역사회 기여 등 대외적 활동 참여도 높음
- 온/오프라인 활동 모두 열심히 하는 특성을 보이며 수직, 수평적 커뮤니케이션 모두 활발
- 개설연도가 가장 오래되고, 전문가들의 모임이 많으며, 리더십 지수가 가장 높음
- 특정 지역구에서 활동하는 클럽보다 성남 전체를 아울러 활동하는 클럽들에서 많이 보이는 형태
- 30 대(22%) > 20 대(19%) > 40 대(13%) 순의 비중

2.1.2.2. 문화클럽 지원 요구 사항

표 2 문화클럽별 지원 요구 현황

지원항목	친목클럽	배움클럽	숙련클럽	공헌클럽
질 높은 프로그램 제공	12.0%	22.0%	10.0%	10.1%
모임 공간	19.0%	17.0%	19.0%	17.8%
발표장소	10.0%	8.0%	13.0%	16.8%
다른 커뮤니티와의 교류	4.0%	6.0%	6.0%	4.4%
전문지도자 연결	10.0%	11.0%	7.0%	7.4%
예산 일부 지원	23.0%	17.0%	26.0%	24.2%
커뮤니티 홍보공간	3.0%	3.0%	2.0%	2.7%
온라인 커뮤니티 공간	3.0%	2.0%	3.0%	1.7%
문화관련 행사	10.0%	6.0%	12.0%	12.8%
커뮤니티 관심정보 제공	5.0%	7.0%	2.0%	2.0%
총	100.0%	100.0%	100.0%	100%

0. 문화클럽의 지원 요구 우선 순위

문화클럽 활성화를 위해 지원해 주기를 바라는 10 가지 항목 중 1 위는 예산 지원(22.6%), 2 위 모임 공간(18.2%), 3 위 질 높은 프로그램 개발 및 제공(13.5%), 4 위 발표장소 지원(12%)으로 나타났다.

비용 지원의 요구가 높으나 지원의 방식에 있어 숙고해야 할 점이 많은 부분이기도 하다. 문화클럽들이 대개 사적인 관계를 기반으로 한 조직이고, 직접적인 비용 지원, 특히 그 중 운영 비용 지원에 따른 성과 측정을 하기 어렵다는 점을 감안한다면 문화클럽들이 예산의 사용 목적과 방식을 명확히 하도록 유도해야 한다. 이를 위해서는 사랑방 문화클럽 사업 목적에 적합한 지원 기준의 설정과 검토가 별도로 필요할 것이다. 프로그램 공모 등의 특정 목적을 위한 실행 비용 지원은 성과 측정의 어려움을 줄이는 동시에 문화클럽의 전문적 역량 향상의 기회를 창출하는 방법 중 하나이다. 또는 간접 지원을 적극 도모할 수도 있다. 문화클럽들은 공간 사용료, 장비 대여료, 콘텐츠 구입료, 연습 진행비와 재료비, 발표 부대 비용 등의

용도로 예산을 사용하는 것으로 나타났다.¹¹ 따라서 운영비 형태의 직접 지원이 아닌, 프로그램, 공간, 장비, 콘텐츠, 재료 지원 등을 통해 문화클럽들의 필요요구를 채워줄 수 있을 것으로 보인다.

지원 요구와 관련하여 가장 주목할 만한 점은, 활동성이 높은 숙련과 공헌 클럽의 경우, 요구 순위 3 위 내에 발표공간을 필요로 한다는 것이다. 친목과 배움 클럽들은 외부에서 지원되는 수준 높은 문화예술 프로그램 등의 클럽이 학습하기 위한 예술콘텐츠를 필요로 하는 반면, 숙련과 공헌 클럽은 자체적으로 숙련된 성과들을 발표하고 사회에 기여하기 위한 예산, 공간, 발표 장소 등의 지원에 대한 관심이 높았다.

¹¹ 본 보고서 2.2. 성남시 사랑방문화클럽 심층 면접 연구 참조

2.2. 성남시 사랑방문화클럽 심층 면접 연구

2.2.1. 심층면접 연구방법

1.2.1.1. 연구 대상의 선정

연구는 성남시 사랑방문화클럽 실태 및 욕구조사에서 드러난 사랑방 문화 클럽 중 문화클럽의 활동지역, 장르, 연령대를 고려하여 숙련 및 공헌클럽으로 나타난 15 개 사랑방 문화클럽을 연구 대상으로 선정하였다.

면접 대상자는 문화클럽의 회장 및 운영진으로 한정 지었으며, 클럽 활동이 일어나는 모임장소에 직접 연구자가 찾아가서 심층면접을 실시하였다. 면접 대상인 15 개의 사랑방 문화클럽의 리더들은 직접 클럽을 발족하고 현재 회장직을 맡고 있는 경우, 발족 당시에는 회원이었다가 현재 회장 및 운영진이 된 경우, 발족 당시에는 활동하지 않았으나 이후, 가입하고 활동하여 회원에서 회장으로 선출된 경우, 이렇게 3 가지로 나눌 수 있다.

면접 대상자들은 클럽의 발전단계와 운영형태, 각 회원들과의 교류 빈도 등이 높아 다양한 측면에서 심층적인 인터뷰가 가능하였다. 선정된 면접 대상자는 표 3 과 같다.

표 3 심층면접 연구 대상

클럽명	클럽 장르	성명 / 직위	직업	클럽 발족연도	활동회원 주요 연령대
분당 색소폰 클럽	음악	임현욱 / 회장	개인사업	2003 년	40~60 대
탑아츠 누드크로키	미술	이규형 / 회장	도예가	2004 년	40~60 대
풍물굿패 우리마당	풍물	소원영 / 회장	개인사업	1993 년	20~60 대
기행반	여행	박순정 / 회장	회사원	1993 년	20~40 대
요리사랑&요리봉사 성남모임	요리	김현미/ 총무	회사원	2006 년	10~50 대
분당동화읽는어른모임	독서	김주희 / 회장	주부	1996 년	30 대
성남분당포토웹	사진	김하용 / 회장	회사원	2005 년	10~50 대
한국 119 소년소녀합창	음악	김양미 /	강사	2000 년	10 대

단 (꿈초롱 아이들)		부단장			
뜰꽃독서회	독서	최연일 / 회장	주부	2000년	30~40대
성남시 수화사랑회	수화	남기윤 / 고문	시인	2005년	20대
분당 쉼트	공예	오선희 / 회장	공예가	2000년	30~60대
Roger 미술사모임	미술	김명자 / 회장	아트디렉터	2004년	50~60대
해동문인협회 성남, 용인지부	문학	우병택 / 지부장	시인, 교수	1992년	40~60대
산도깨비	풍물	백두산 / 회장	강사	2006년	혼합
블루그래스	음악	김성은 / 회장	개인사업	1980년	혼합

1.2.1.2. 연구 방법

심층면접은 2006년 9월과 10월에 걸쳐 진행되었다. 각 대상자마다 1~2시간의 면접시간이 소요되었으며 그룹 또는 개별로 이뤄졌다.

연구자는 클럽 활동이 직접 일어나는 모임 장소에 함께 참석하여, 모임의 진행 형태를 파악하고 사진촬영을 한 뒤, 참석한 회원들에게도 간헐적으로 인터뷰를 진행하였다. 면접시 질문 항목들은 클럽활동을 시작하게 된 경위, 클럽활동의 내용(공연 및 전시 등의 발표 여부 및 발표 회수 포함), 클럽활동의 만족도, 현재 활동 회원수, 활동 회원의 성격(성비, 직업, 성남 거주 여부 등), 개설된 소모임 개수, 홍보 방법, 오프라인 모임 장소, 타 문화클럽과의 교류, 지역 단체들과의 네트워크, 향후 계획, 활동 지원 요구 사항 등이었다. 이러한 면접 내용은 연구자의 메모를 통해 기록되었다. 이 외, 부가적인 내용은 메신저, 이메일, 클럽 온라인 커뮤니티 게시판을 통해 보충하였다.

2.2.2. 연구 결과 및 시사점

2.2.2.1 문화클럽의 성장

문화클럽의 결성 목적에서부터 성장과정, 현재의 활동내용까지를 표 4 에서 기술해 보았다. 15 개의 문화클럽의 사례들은 문화클럽이 결성된 후 시간이 흘러 클럽 운영의 노하우가 축적되면 활동의 내용과 범위가 진화하며 성장한다는 것을 가늠케 한다.

표 4 면접 대상 클럽의 활동 내용

클럽명	문화클럽의 성장과정	주요 모임 장소	발표 활동 내용	공헌 활동 내용
분당 색소폰 클럽	색소폰에 관심이 있고 배우고 싶은 사람이 결성. 초기에는 배움이 목적이었으나, 기량이 올라가면서 공연을 주최하게 되었음.	자체 마련 스튜디오	2006 년 탄천사랑음악회 주최	장애우시설 2 곳, 정기 무료공연
탑아츠 누드크로키	지역 예술가가 모임장소를 열게 되면서부터 미술작가 모임으로 시작. 조소,서양화,도예로 폭을 넓히고 카페를 이용하는 사람들에게 문화적인 향유를 느끼게 함.	Café 탑아츠, 도예공방이 함께 있음.	누드크로키 전시회 지속적으로 참여	각종 전시회 참여, 해외 교류전 참여
풍물굿패 우리마당	청년대학 내에서 풍물강좌로 시작. 일반인 대상으로 1년에 2회 강습. 각종 '문화의 집' 강습 중.	자체마련 연습실	남한산성 해맞이굿, 단오굿 등 다수	장애우 목욕봉사, 장애우를 위한 강습 마련
기행반	청년대학 내에서 역사기행 강좌로 시작 자체 강사제 도입, 전문 문화해설사로 전직한 회원도 있음.	청년대학 사무실	각종 행사와 연계하여 기행사진 길거리 전시	여행 및 문화해설사 배출, 청년단체들과 함께 연말 봉사
요리사랑 & 요리봉사 성남모임	'요리'에 관심있는 싱글족들의 모임에서 시작. 성남모임 회원이 현재 총 70여명 봉사가능한 복지시설 섭외가	복지시설 주로 온라인.	없음	정해진 복지시설 2 곳, 1 개월 1 회 저녁봉사

	된다면 계속 늘릴 예정.			
분당동화 읽는어른 모임	아이가 읽는 책, 내가 먼저 알자는 학부모의 모임으로 시작. '어린이도서연구회' 경기남부 지부 중, 분당지회임. 장소를 대여해주는 기관에서는 지속적으로 '책 읽어주기' 봉사 진행 중.	정자정보 문화센터	자체마련 회원의 날 행사, 추천 책 전시 등	각 마을도서관에서 독서지도사로 활동, 동네 작은 도서관 건립을 위한 서명운동, 작가초청 세미나 개최
성남분당 포토웹	'사진'을 취미로 가진 성남 주민들이 성남 곳곳의 사진을 찍자는 의미에서 시작. 성남 곳곳을 찍은 사진으로 성남 길거리 전시 기획 중.	회원 사무실 대여, 주로 온라인	2007년 1월 계획중	없음
한국 119 소년소녀 합창단 (꿈초롱 아이들)	'동요'를 가르치는 모임으로 시작하여 성악전공 강사가 성남거주 어린이들을 중심으로 공연단체를 2000년에 등록. '꿈초롱아이들' 강사가 2004년 소방방재청 소속인 한국 119 소년소녀합창단 교육위탁을 받게 됨. 방송사 (KBS,MBC,EBS) 주최 각종 동요제 입상	분당소방 서 대회의실	각종 행사 초청공연, 찬조출연	'소방'동요를 전파하여 어린이들에게 불조심을 교육, 서현역 및 분당구 시민대축제 등에 초청공연
들꽃독서 회	도서관을 자주 이용하는 주부들을 대상으로 정자정보문화센터에서 주도하여 결성함. 자녀들의 독서지도를 하기도 하고 자녀들과 함께 읽은 책을 토론함.	정자정보 문화센터	문집 발행, 문화센터 정기간행물에 원고 제출	방글라데시 어린이 1명 지속적으로 후원
성남시 수화사랑 회	수화를 배우고 싶은 사람들과 수화통역사의 모임으로 시작. 정기적인 수화 정기교육을 실시함. (현재는 장소가 없어서 하지 못하고 있음.)	없음. 마련예정 (11월)	없음	복지시설 봉사, 각종 농아인 행사 자원봉사
분당 퀵트	퀵트를 좋아하고 배우고 싶은 사람들의 모임으로 시작. 전문가가 개발한 새로운 퀵트의 방식을 회원들에게 보여 주며 동기 유발.	카페 민들레영 토	2004년 분당퀵트페스 티벌 전시	없음
Roger 미술사모	클럽 회장(강사 겸임)이 화랑에 온 관람객을 대상으로 도슨트	베이커리 카페	없음	없음

임	활동을 하다가, 이론강의를 만들게 됨. 미술사를 매개체로 하여 각국의 역사, 문학, 음악까지 아우를 수 있는 강의가 이뤄지고 있음.	‘소프라’		
해동문인 협회 성남, 용인 지부	등단한 작가를 주축으로 하여 문학에 관심 있는 사람들이 모여 시작함. 모임 비평을 통해 발전하여 등단하는 회원들이 나옴.	회원들의 사무실	시 낭송회, 정기 문집발행	유명작가 및 시인 초청강연회 주최
산도깨비	전통문화를 중심으로 활동시작. 풍물 배우기를 원하는 사람들의 모임. 풍물, 탈춤, 상모, 규방모임 등의 소모임을 모아 극장용 극 형태로 공연하려는 계획을 가지고 있음.	자체마련 연습실	남한산성 백중제에 풍물과 나눔장터로 참여	장터 수익금은 6.15 남북공동 위원회에 성금
블루그래스 음악클럽	블루그래스 음악을 좋아하고 악기 연주를 원하는 사람들의 모임으로 시작. 지속적인 정기 교육이 있으며, 회원 자녀인 2 세들도 악단을 만들어 활동중임.	교회 연습실 대여	2 개월 정기모임시 공연, OB 회원 정기 공연 각종행사 초청공연	없음

2.2.2.2 지원 요구 사항

0. 공간지원

자체적인 모임공간을 갖지 못한 경우, 모임장소의 어려움을 토로하였다. 특히, 성남시 수화사랑회의 경우, 수화를 배우고 싶은 사람들의 요청이 많음에도 수화교육 공간을 확보하지 못하여 2006년 8월 이후 교육활동이 끊긴 상황이다. 문화클럽의 장르 특성상 어려움을 토로하는 경우도 있었다. 음악 클럽들은 방음벽이나 스튜디오가 필요하지만 설치 비용이 비싸기 때문에 열악한 환경에서 연습할 수 밖에 없었다. 미술 클럽의 경우, 특정 기법의 그림을 그리기 위해선 넓은 장소가 필요한 경우가 있는데 장소 섭외가 원활하지 못하다고 대답했다. 일부 공공기관에서 모임장소를 지원받고 있는 클럽의 경우에도 공간을 대여해주는 기관 자체 행사 때문에 장소를 대여할 수 없을 때가 많다고 대답하였다. 인터뷰 결과, 공공시설의 여유공간들은 사랑방 문화클럽들의 지원공간으로 활용하기 위한 지원정책이 필요하다는 것을 확인할 수 있었다.

0. 예산지원

위 15 개 문화클럽의 경우, 회원들의 회비로 예산을 충당하고 있었다. 공간이 확보되어 있는 곳들은 임대료 및 공간 유지비용에 대한 어려움을 이야기했으며, 미술 장르 클럽의 경우, 갤러리의 높은 대관료로 인해 정기적인 전시를 열지 못한다고 대답했다. 또, 문집발행 및 정기간행물을 발행하고 싶지만 예산이 여의치 않아 비정기적으로 예산이 확보되었을 때, 발행하고 있다는 클럽도 있었다. 그 외 문화클럽 내에서 자체 행사를 진행하는 경우 행사의 질이나 규모가 예산에 따라 좌우되다 보니, 풍성한 행사를 열고 싶어도 작게 축소되는 경우가 있다고 대답했다. 따라서, 지역 사회에 공헌하는 공공적 행사의 경우 지원체계 확립을 고려해야 할 것이다.

0. 질 높은 프로그램의 제공과 전문 지도자와의 연결

전문가 모임인 ‘탐아츠 누드크로키’와 ‘분당컬트’를 제외하고, 전문 지도자가 있거나, 전문가가 클럽의 강사와 회원으로 참여하여 교육 및 활동이 이뤄지고 있는 문화클럽은 6 개 (분당색소폰클럽, 119 소년소녀합창단, 성남 수화사랑회, Roger 미술사모임, 해동문인협회, 산도깨비)이다. 발족된 연한에 따라 자체적으로 강습할 만한 역량이 있는 회원이 있거나 전문가가 배출된 문화클럽은 4 개(풍물굿패 우리마당, 기행반, 분당포토웍, 블루그래스 음악클럽)이다. 전문 지도자 및 전문가의 역량과 재량으로 프로그램이 만들어지고 편성되기 때문에 좀 더 다채로운 프로그램의 범위를 갖기 위해서는 도움을 줄 수 있는 질 높은 프로그램이 제공되어야 한다고 대답했다. 세미나 또는 토론형태의 모임에서는 전문적인 지도자 역할을 할 만한 사람이 없는 경우도 있었다. 이러한 형태의 모임에는 멘토 역할을 할 만한 초청강사 및 파견강사를 지원하는 형태가 가능할 것으로 생각된다. 문화재단이 허브가 되어 예술가와 동아리를 연계시켜 주는 지원정책의 필요성이 확인되었다.

0. 발표장소 및 문화 관련행사 마련

면접한 문화클럽들은 문화클럽을 위한 발표 장소와 문화 관련 행사가 마련되어야 한다고 대답했다. 높은 대관료로 인해 회원들의 기량을 뽐내지 못하는 안타까움을

가지고 있었으며 발표 장소를 지원해 주거나 또는 문화클럽을 위한 문화 관련 행사가 열릴 경우 발표에 참여하겠다는 의지를 가지고 있었다. 특히 숙련된 클럽일수록 사회공헌에 대한 의지가 강한 것을 알 수 있었다. 문화시민들의 표출하고 싶은 욕구들을 만족시켜 줄 수 있는 마당의 지원이 필요할 것이다.

0. 홍보지원

대개 온라인 커뮤니티 사이트를 통해 문화클럽을 홍보하고 있으나, 보통 인맥으로 회원 가입하는 경우가 많았다. 오프라인 홍보 방법으로써, 길거리 또는 기관 내 게시판에 자체 제작한 포스터 및 회원가입 홍보물을 부착하였으나 그다지 효과가 없었다고 한다. 하지만, 홍보의 필요성에 대해서는 모든 문화클럽의 리더들이 인식하고 있는 상태였다. 문화재단에서는 문화클럽들이 가진 자체적인 홍보의 어려움을 인식하고 온라인,오프라인을 활용한 체계적 홍보 대행 방안을 마련해야 할 것이다.

0. 타 문화클럽과의 교류

협회, 사회단체 및 문화단체, 청년대학 등에서 파생된 문화클럽들은 동일한 성격을 가지거나 다른 성격을 가진 단체와도 활발한 교류를 가지고 있었다. 또한 클럽 리더가 또 다른 문화클럽의 리더를 맡고 있는 경우, 상호간의 네트워크가 자연스럽게 확립되어 있었다.

위의 15개 사랑방 문화클럽 중, 협회, 사회단체 및 문화단체, 청년대학 등에서 파생된 문화클럽인 6개를 제외하면 동일한 성격을 가진 문화클럽과 교류를 갖고 있는 클럽은 3개에 불과했다. 교류하지 않는 가장 큰 이유는 동일한 성격을 가진 다른 문화클럽의 정보를 얻을 곳이 없기 때문이라고 하였다. 문화클럽들은 상호간의 교류를 원하고 있으며, 원활한 교류를 위해서는 정보를 얻을 수 있는 온라인 또는 오프라인 공간이 필요하다고 대답했다.

또, 동일한 성격이 아니더라도, 상호 연계 가능한 문화클럽간의 교류도 필요하다고 대답했다. 예를 들면, 여행클럽인 '기행반'과 사진클럽인 '성남분당포토웹'이 상호 연계 가능한 문화클럽이다. 여행클럽은 전문적인 사진 기술의 습득을 원하고, 사진클럽은 출사하기 좋은 장소의 정보를 얻기 원한다. 이와 같이 상호 연계

가능한 문화클럽의 교류를 통해 풍성하고 질적으로 향상된 클럽활동을 기대할 수 있다.

0. 공헌할 수 있는 사회시설 및 기관의 정보 제공

문화클럽들은 공헌하고 싶은 의지가 있어도 봉사의 손길이 필요한 사회시설 및 기관의 정보를 얻을 수 없다고 하였다. 이 대답에 비추어 생각할 때 향후 성남문화재단은 시민들이 클럽활동을 매개로 하여 사회 공헌할 수 있도록 관련 정보와 공헌 프로그램 공모 및 그에 따른 지원을 할 필요가 있다고 생각된다.

2.2.2.3. 시사점

문화클럽은 대개 회원 모두가 공통된 관심사를 가지고 모였기 때문에 회원간 정보 및 지식 공유의 욕구가 높고 교류의 빈도도 잦다. 클럽 회원들은 클럽 내에서 본인의 기술과 기량이 늘어남에 따라 자신이 투영된 결과물을 표출하고픈 욕망을 가지게 된다. 이러한 욕망을 가진 클럽 회원들이 많아지면 문화클럽은 자체적으로 행사, 공연, 전시회 등을 마련하게 되고 전국, 시 단위의 각종 축제 및 전시, 공연을 찾아 성장한 자신을 표출하는 과정 중에 문화클럽도 표출된다. 문화클럽 안에서 성장한 회원들이 차츰 늘어남에 따라 문화클럽 역시 발돋움하게 되는 것이다.

심층 면접을 통해 만나 본 문화클럽들 중 '해동문인협회 성남,용인지부'에서는 회원 전체의 기술과 기량이 늘어나면서 문단에 등단한 회원을 배출했고, '기행반'에서는 자체강사제를 도입한 뒤 전문 문화해설사를 배출하는 등 클럽 활동으로 시작해, 전문적 역량으로 발전하는 모습을 볼 수 있다.

문화클럽은 클럽의 기량 숙련에만 힘쓰는 것이 아니라 문화를 통해 사회에 공헌하고 지역의 문화적 환경을 조성하는데도 기여하고 있다.

‘풍물굿패 우리마당’의 경우 1년 동안 클럽에서 주최하는 행사만 5~6개이며, 장애우를 위한 강습과 목욕봉사를 1개월에 1회씩 실시하고 있다.

‘분당색소폰클럽’의 경우에는 ‘탄천사랑 음악회’를 주최하고 1개월에 1회, 탄천

변에서 노상연주를 하며 탄천 주위를 조금 더 아름답게 만들겠다는 의지를 가지고 있다. 또, 무의탁 노인시설과 장애인 시설에서도 정기적으로 무료공연을 하고 있다. '분당 동화읽는 어른모임'은 회원인 주부들이 지역 내 독서 지도사로 활발히 활동하고 자체행사를 통해 '책 바르게 읽기'를 홍보한다.

곧바로 사회공헌적인 의지에 의해 클럽이 결성된 경우도 있었는데 '요리사랑 & 요리봉사'가 이에 해당한다. 요리에 관심을 가진 싱글족의 친목 모임 성격도 함께 지닌 '요리사랑 & 요리봉사 성남모임'의 경우, 자원봉사자를 필요로 하는 기관들과 연계되어 각종 사회 시설의 저녁식사 봉사를 하고 있다. 이들은 봉사를 하고 싶어도 방법을 모르는 사람들이 많다는 것을 알게 되었고, 요리의 기량과 관계없이 정성스럽게 음식을 나누는 것으로 사회 공헌을 하겠다는 클럽의 모토처럼, 공익적인 활동들이 널리 확장되어서 문화적인 삶의 보편적 형태로 자리잡기를 바라고 있다.

심층면접에 기꺼이 응해주신 문화클럽 리더들과의 대화 속에서 성남문화재단이 해야 할 역할을 발견하기는 비교적 쉬운 일이다. 예산 및 공간의 지원, 정보 제공, 네트워크 진원지로서 교량 역할, 공헌적인 마당을 기획하는 것 등 다방면의 역할을 할 수 있다. 그러나, 무엇보다 중요한 점은 표면화되지 않고 있는 문화클럽의 활동을 수면 위로 표출시키고 이들의 가치를 사회적으로 인정해 주며 더불어 즐길 수 있는 도시분위기의 조성이다. 문화클럽들은 자생적이고 자발적인 모임인 만큼, 이들과의 네트워크를 구축하기 위해서 활동마당을 시스템적으로 구축하는 것이 중요하다. 직접적 관여보다는 간접적 지원 방법을 모색하고, 섬기는 자세와 전문적 역량에 기반하여 봉사하는 서비스 체계를 확립하는 것이 새로운 문화정책의 담당 과제가 될 것이다.

2.3. 벤치마킹 사례 및 참고 연구

2.3.1. 문화클럽 지원 벤치마킹 사례와 시사점

2.3.1.1. 광명시 평생 학습원¹²

그림 12 광명시 평생학습축제



광명시 평생 학습원은 1999년 평생학습도시를 선언한 광명시에서 운영하고 있는 학습센터이다. 지속적으로 학습도시의 모형을 지역화하려고 노력한 광명시의 정책 수행 사례는 국내에서 손꼽히는 성공 예이다.

광명시 정책은 동호회를 평생학습을 위한 주요한 매개체로 여기며, 평생 학습 생활화 사업으로 1인 1동아리 갖기 운동을 추진하고 있다.

2004년 7월 광명시평생학습원이 실시한 조사 자료에 의하면, 광명 지역에 약 495개의 동아리가 있으며 이 가운데 성인 학습 동아리가 352개, 청소년 동아리가 143개로 나타나있다. 이 중 50여 개가 평생 학습원 소속이라고 한다.

0. 광명시 평생 학습 생활화 사업 : 1인 1동아리 갖기 운동

- 동아리 활동 심사를 통해 학습 활동비, 학습 공간을 지원
- ‘희망을 담은 숫대 만들기’ 워크숍 개최, 강연회 개최, 애니어그램을 이용한 학습 동아리 리더 교육 등을 실시

¹² 광명시평생학습원 2004년도 연간보고서, 광명시 평생학습도시 건설 제2차(2006-2010) 5개년 계획 참조.

-<http://www.gmedu.or.kr/class>

-동아리 연합회 사이트는 별도 도메인으로 운영되며, 광명시 평생 학습원의 사업들과 연계된 사업을 진행함

0. 광명시 평생 학습원의 지역통화 '광명그루'

-<http://www.gmlets.or.kr>

-2004년 3월 16일 지역 품앗이 통화 '광명그루' 공식 발족

-지역통화 사용을 위한 시민 교육과 함께 통화 회전의 촉진을 위하여 장터, 카페, 공방, 극장을 상설 개장하고 온라인 사이트를 개설함

광명시 평생학습원의 성공 요소는 동아리의 자발성을 최대한 살리도록 배려하면서 동아리 역량을 이끌어내는 안내자 역할 및 성장을 위한 지원,육성에 충실하였다는 점이다.

광명시 평생학습원은 오랜 기간 동안 구체적이고 명확한 목표 '평생학습'이라는 방향성에 벗어나지 않는 사업들을 착실히 실천하여 풀뿌리 활동의 기초적인 토대를 구축하였고 제 2차 5개년 계획을 내놓기에 이른다.

2005년도 광명시 평생학습도시 건설 제 2차 5개년 계획에 따르면, 광명시는 동아리 지원을 계속적으로 확대해가고, '학습동아리연합회'를 튼튼한 자치기구로 성장시키며, 평생 학습 구축 인프라 사업을 통해 생활권역 내 동아리 공간을 생성하고자 하는 방향성을 가지고 있다.

광명시 평생학습원 사례와 달리 성남시는 고정된 중앙 공간을 사업의 출발점으로 삼기보다 협치를 근간으로 하는 열린 지원 시스템을 구축하는 것이 합당해 보인다. '성남시 사랑방문화클럽 실태 및 욕구 조사' 결과에서 볼 수 있듯, 성남시에는 자발적으로 형성된 문화클럽들이 이미 많이 존재하고 있고 이들을 선도하는 것이 아닌, 더불어 함께하는 운영이 필요하다. 수평적 사회의 흐름에 보다 주목하여 문화클럽들의 문화적 선택과 다양한 취향을 존중할 필요가 있으며, 문화클럽들의 사회공헌적인 활동들이 활발히 이루어지고 문화적 가치가 풍부하게 교류되는 마당을 형성하는 것에 초점을 두어야 할 것이다.

2.3.1.2. 서울문화재단 ‘청소년 문화벤처단’¹³

서울문화재단의 문화예술지원 사업 중 하나인 '청소년 문화벤처단'은 사회 공헌적인 문화클럽을 지원한 좋은 사례로, 성남시 문화클럽들의 사회 공헌적 가치창출을 이끌어내기 위한 구체적인 방법론을 계획시 유의미한 시사점을 제시한다.

2004년부터 시작된 이 사업은 1). 지원 공고, 2). 지원 응모, 3). 심사, 4). 연습과 발표 경비 지원, 지원 대상이 원할 경우 전문강사 파견, 문화예술체험기회 지원, 5). 청소년문화벤처단 페스티벌 순의 프로세스를 가지고 있다.

특징적인 점은 차세대 문화 리더, 문화 CEO 를 육성한다는 목적 하에 문화소외계층을 아우르는 정신과 기획력을 중요하게 여기며, 하드웨어(공간) 지원을 하지 않고 소프트웨어 지원 만을 한다는 것이다. 이와 같이 단순화된 지원 모델과 분명한 사업 철학은 흠어져서 활동하는 동아리들을 효율적, 효과적으로 지원할 수 있게 해주고, 동아리들의 사회공헌적 활동을 표출시키는 것을 용이하게 한다.

그림 14 문화벤처단 온라인 소개 내용



0. 사회 공헌적인 문화 기획 동아리 활동 지원 전략의 성공

¹³ <http://www.sfac.or.kr> 서울문화재단 사이트의 문화벤처단 영상물 소개를 참조하면 구체적인 활동상을 확인할 수 있음.

- 문화 학습자로서가 아니라, 문화 기획자로서 능동적으로 공연, 전시, 토론 활동을 기획하여 친구들, 가족, 문화소외계층과 함께 문화 활동을 나누는 문화예술 동아리만을 지원
- 공모를 통해 순수 기초예술 분야, 대중 예술 분야, 문화 비평 분야에서 사업목적에 부합하는 동아리를 선발하여 지원
- 대안학교와 장애학생들로 구성된 특수학급의 참여가 두드러짐

0. 하드웨어가 아닌 소프트웨어 지원 만으로 효과성 증대

- 별도의 오프라인 센터를 기획하지 않았으며, 연습 경비 및 발표 경비 등의 소프트웨어 지원에 중점
- 문화예술활동의 전문화와 기획 역량의 질적 향상을 위해 센터에서 전문 강사 파견을 지원
- 문화 예술 교육 프로그램 참여 기회 제공
- 일종의 성과 공유 축제인 ‘청소년 문화벤처단 페스티벌’ 개최
- 2005 년 약 25 개 동아리에 약 1 억원 지원

2.3.1.3. 미국 오하이오 지역 공동체 축제 ‘COMFEST’

그림 15 COMFEST 축제 현장



COMFEST¹⁴는 이름 그대로 미국 오하이오 주의 지역 공동체 축제이며, 34 년의 긴 역사를 가지고 있다. 구들 공원에서 3 일간 진행되고, 누구나 참여 가능한 종합 축제로 음악 공연, 퍼포먼스, 음식 거리, 아트 마켓 등의 다채로운 행사가 펼쳐진다. 2006 년에는 7 개의 무대에서 총 220 개의 공연이 이루어졌다.

¹⁴ Community Festival의 약어.

0. 지역 기반의 모든 주체가 참가하는 페스티벌

- 모든 축제의 운영이 지역 자원봉사자에 의해 이루어지며, 참여한 모든 자원봉사자는 축제 자료집에 이름이 기재됨.
- 모든 공연 및 퍼포먼스 팀은 지역에서 활동하며, 그들의 시간을 할애하여 축제에 공연을 제공하고, 모든 공연 제공자는 축제의 자료집에 이름이 기재됨.
- 온라인을 통해 연중 내내 자원봉사 및 공연 참가 신청 접수

그림 16 공연 제공자들과 자원봉사자 스토리



0. 공동의 목표를 위한 자원봉사로 목적 의식 고취

- COMFEST는 지역 축제 선언문을 배포하며, 참여하는 시민들이 정신을 공유.
- COMFEST는 민주주의 체험의 장이라는 개념 하에 셀프-거버넌스의 한 방편으로 지역 주민이 COMFEST에서 행동하기를 촉구.
- 명예 자원 봉사자와 명예 예술가를 매년 선발해 기리고 있으며 사례집처럼 명예 자원봉사자의 이야기를 인터뷰와 같이 구성해 선보이고 있음.

COMFEST에 주목해야 하는 이유는 국내에서 이루어지고 있는 동아리 활동 지원 후 연례행사처럼 펼쳐지는 동아리 축제가 원활한 형태를 갖추고 있지 못하기 때문이다. 한국 문화는 마당 문화¹⁵와 개방적인 유연성, 실용성을 갖춘 공간¹⁶ 개념을 가졌는데도, 모두가 한자리에서 화합하는 축제를 만들 때 학습 결과 발표

¹⁵ 마당놀이, 사물놀이 등 개방된 장소에서 공연자와 관객이 위계 없이 섞여 노는 문화가 존재함. 본 보고서 2.3.2.3. CoP에서 ‘환’ 참조

¹⁶ 한 예로, 사랑채가 이에 해당함. 본 연구서 2.3.3.1. 전통 사랑방 참조

위주의 형태를 취하는 경우가 많다. 게다가, 시민이 주인이 되는 동아리 공연 혹은 동아리 축제가 대형 전문 공연의 들러리 역할에 머무르는 경우도 많다. COMFEST는 이러한 기획 역량 부재의 문제가 곧 지역 공동의 철학 생성 문제와 직결됨을 보여준다. 이 행사는 지역 축제를 만들기 이전에 축제를 만들고 즐길 사람들이 공동의 의미 있는 목표를 가지고 있었다. 목표의 가시화 및 공유를 위해 지역 축제 선언문을 작성했고, 선언문의 존재로 축제 기획은 뚜렷한 방향을 가질 수 있게 되었다. 건강하고 민주적인 삶을 명확한 목적으로 제시하고 있는 선언문은 보다 많은 지역민들이 지역 축제에 주체적인 역할로 참여할 수 있도록 고양시켜 준다.

그림 17 COMFEST 선언문

 <p>COMMUNITY FESTIVAL STATEMENT OF PRINCIPLES</p> <p>The Community Festival is guided by its Principles. The Principles are statements of what the members believe is basically important. They are:</p> <p>We think that people ought to work for the collective good of all people rather than for personal gain. We support cooperation and collective activity rather than competition and individual profit.</p> <p>The basic necessities of life are a right and not a privilege. People have the collective right to control the conditions of their lives.</p> <p>People should strive to conduct their lives in harmony with the environment.</p> <p>We recognize that there are primary attitudes which divide and oppress people. These attitudes are usually shown by prejudice against people on the basis of age, class, ability, income, race, sex and sexual preference/orientation.</p>	<p>콤페스트는 원칙에 따른다. 기본적으로 중요하다고 (축제의) 멤버들이 믿는 점들을 (축제의) 원칙으로 선언하는 바이다. 그 원칙들은;</p> <p>우리는 개인의 이익보다는 다수의 선의를 위해 일해야 한다고 생각한다. 우리는 경쟁과 개인의 수익이 아닌 협력과 공익을 지원한다.</p> <p>특권이 아닌 권리는 삶의 기본적 필수 조건이다. 사람들은 그들 삶의 조건을 조절하는데 공동의 권리를 가진다.</p> <p>사람은 자신의 삶을 자연과 조화를 이루며 유지해야 한다.</p> <p>(하략)</p>
---	--

COMFEST는 성남시의 문화클럽 축제들이 어떻게 영속성을 갖고 운영될 수 있을 것인지에 대한 시사점을 제공하고 있다. 굳이 선언문의 형태가 아니라 하더라도, 지역 축제는 다양한 시민 주체가 참여하여 정리되지 않은 상태로 진행될 가능성이 높기 때문에 분명한 방향성과 역할 분배를 필요로 한다. 축제를 기능하게 하는 이러한 열개는 되도록이면 많은 시민들의 주도 및 참여 가능성을 넓히는 쪽으로 설계되어야만 한다.

2.3.2. 참고 연구

2.3.2.1. 문화부족¹⁷

“1990년대 초 ‘서태지와 아이들’로 대변되는 신세대 문화가 등장한 이래 X세대, Y세대, N세대, R세대의 출현, 핑크 스타일로 무장한 청년 하위문화족, 인터넷 공간을 가로질러 가는 온라인 노마드, 2002년 한일 월드컵을 축제와 유희의 사건으로 만들어버린 붉은 악마, 디지털 소수자문화의 집단 나르시시즘에 빠져 있고 수동적 팬덤을 넘어 자생적인 문화 생산자로 부활하려는 페인족, 일상의 모든 소통과 즐거움을 모바일을 통해 소비하는 엄지족, 그리고 소비문화의 결핍된 욕망을 재생산하는 키덜트, 스노캣 snowcat, 얼짱, 몸짱.....”¹⁸

문화부족의 사회 저자 이동연 씨는 한국 사회 90년대, 2000년대의 지배적인 문화토픽이었던 위와 같은 현상들을 ‘문화부족’이라는 말로 설명하였다. 문화부족은 공통의 문화적 취향과 지향점을 가진 주체들을 인류학적인 언어로 표현한 것이다. 세대문화, 청년 하위문화, 네티즌 문화 등으로 불리며, 소비적인 성격 때문에 견제대상이 되기도 했던 문화부족 현상을 주도한 청소년들이 이제 30대를 맞고 있다.

그림 18 문화소비생활의 증가



¹⁷ 이동연, 문화부족의 사회 -히피에서 페인까지, 책세상, 2005. 참조.

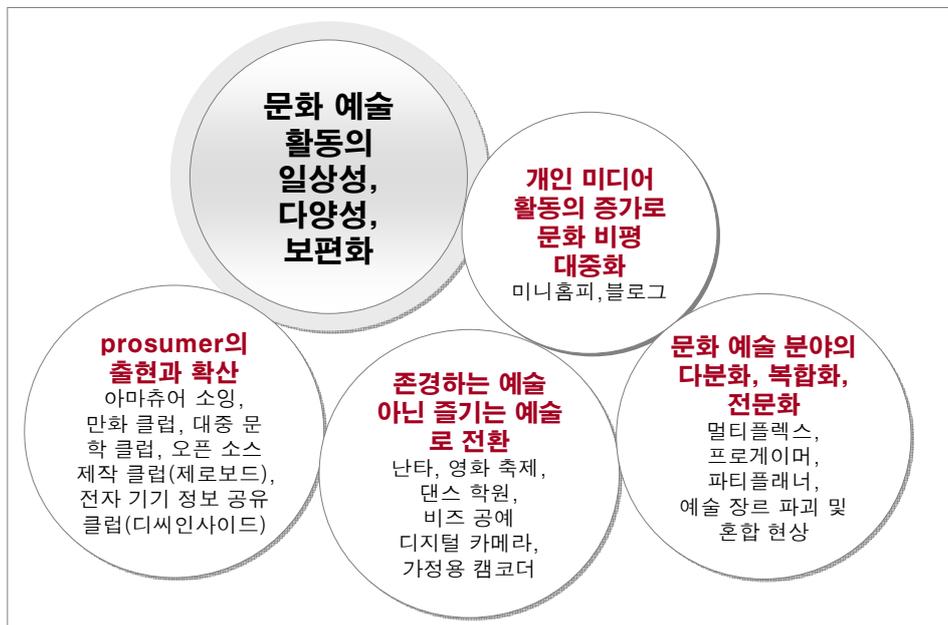
¹⁸ 이동연, 문화부족의 사회 -히피에서 페인까지 19p, 책세상, 2005.

문화부족의 출현은 사회주의 이념의 쇠퇴, 본격적인 소비문화 시대의 도래와 관계가 있다. 소비문화는 점점 더 삶의 중심으로 파고들고 있으며 주 5일제 등의 도입은 여가 시간을 늘려서, 당초에는 폐쇄적이고 배타적이었던 하위 청(소)년 집단 문화의 문화적 향유 방식이 전 사회적으로 확산되고 있는 상황이다.

하위 문화로 여겨지던 이런 가치들이 주류 문화로 전복되는 현상은 인터넷의 활발한 사용으로 인한 정보의 빠른 파급, IT를 포함한 새로운 문화 산업군의 출현 및 그 확산, 다양하고 가치 있는 문화를 누리하고자 하는 사회의 뜨거운 열망으로부터 비롯하고 있다.

클래식을 사랑하는 사람들도 매니아, 팬덤을 이루고, 50 대의 장년층들이 사적인 내용의 문자 메시지를 사용하는 것이 더 이상 이상해 보이지 않는다. 온라인 커뮤니티의 폭발적 성장이 이러한 현상들을 가속화하는 데 일조하였으며, 기술의 발달을 적극 수용하며 사회의 변화 기운에 재빠르게 탑승한 청(소)년들은 그들의 부모에게도 영향을 미쳤다.

그림 19 문화 예술 활동의 변화



문화부족의 출현과 빠른 확산은 소비 문화뿐 아니라, 전반적인 문화예술 시장에 엄청난 타격을 주었다. 순수예술은 대중과 만나는 지점을 고민하기 시작해야만 했고, 방송사는 방송국 홈페이지에 있는 게시판에도 신경을 쓰게 되었다. 문화 예술

콘텐츠 업체들은 동종업계뿐 아니라, 콘텐츠를 직접 생산해내는 소비자들과도 경쟁을 벌이게 되고, 심지어는 정치인들마저 온라인 홍보에 힘을 쏟았다. 기존에 닫혀있던 문화, 예술 장르들의 분간이 점차 모호해지며, 이 때문에 소비자의 의견을 들을 수 있는 플랫폼과 서비스 운영에 힘이 더욱 실리게 되는 순환 고리가 생성되고 있다.

이 모든 변화가 의미하는 점은 문화 예술 공공 정책이 ‘자본이 여론을 수렴하는 시장’과 맞대면해야 하는 상황이 발생했다는 것이다. 자본은 의견들이 지나다닐 수 있는 고속도로를 건설하고 의견의 유통망을 지배한다. 공공 기관이 이를 견제할 기획적 장치와 대안적인 정책을 보유하고 있다고 해도 홍보 기술의 부재 혹은 홍보 루트의 부재로 인해 시도가 좌초에 부딪힐 위험이 존재한다. 공공 정책은 바야흐로, 확산되는 문화산업의 흐름 속에서 자본이 창출하는 기회들과는 차별되게 시민의 주의를 어떻게 끌고 설득해야 할 것인가를 고민해야 하는 시점에 이른 것이다.

2.3.2.2. 웹 2.0

문화클럽의 진흥을 위해서는 동아리라는 자발적이고 사적인 조직의 성격을 이해하는 것이 필요하다. 민주화가 진행되고 웹(Web)의 사용이 보편화되면서 동아리의 성격은 과거 연고주의에 기반한 견고한 관계를 기반으로 한 모임으로부터 비교적 느슨하고 일치된 관심사를 갖는 파트너의 관계로 변하고 있다. 느슨한 관계는 기본적으로 자기 주도적인 참여와 활동을 전제로 한다. 웹 2.0은 이런 시대 정신을 대표적으로 보여주는 사례이다.

웹 2.0은 일견, 시대를 앞서 나가는 새로운 현상으로 보일 수 있지만, 오히려 웹을 사용하는 대다수 사람들의 요구에 뒤따라 나타난 현상으로 볼 수도 있다. 웹 사용자들은 웹서비스를 제공하고 있는 업체별로 갇혀있는 정보들 사이를 로그인과 같은 벽 없이 자유롭게 드나들기를 일찍이 원해왔으며, 자신의 블로그, 미니홈피 등의 정보가 업체의 필요가 아닌 자신의 필요에 의해 공개되는 것을 바랐다. 웹 2.0은 포털처럼 중앙 집중적으로 서비스를 제공하는 체계가 아닌, 사용자의 사용 필요성에 따라 문을 열고 닫는 무수하고 유연한 링크의 집합체를 의미하는 것이다.

0. 웹 2.0

“전체적으로 웹 2.0 은 (네티즌의) 참여·공유·개방을 바탕으로 한 웹사이트의 원래 정신에 충실하다. 중앙집권에서 사용자 중심의 분산구조로, 공급자 중심 구조에서 사용자 중심 구조로 웹의 틀이 바뀌는 것을 의미한다. 최근 관심을 모으고 있는 UCC¹⁹란 개념이 바로 웹 2.0 흐름을 잘 보여주는 사례다.

또 인터넷의 모든 서비스를 웹 브라우저를 통해서만 이용하는 구조에서 벗어나 웹 브라우저를 통하지 않고 필요한 서비스를 이용하는 것을 지향한다. (중략) 사용자가 직접 콘텐츠를 만들고(참여), 네티즌끼리 콘텐츠를 서로 나누며(공유), 웹 사이트 운영자는 사이트를 모두에게 오픈하는 (개방) 웹 2.0에 충실한 웹 사이트는 최근 들어 폭발적 성장세를 기록하고 있다.

최근 구글에 16억 5000만 달러에 인수돼 화제를 뿌린 유튜브(동영상 공유 웹 사이트)의 사례를 보자. 유튜브가 처음 웹 사이트를 연 시기는 1년 8개월 전인 2005년 2월. 네티즌들이 직접 동영상을 올리고, 네티즌끼리 무한대로 동영상을 공유할 수 있도록 설계한 유튜브는 올 들어 가입자가 폭발적으로 늘기 시작했다. 닐슨 넷레이팅즈는 “지난 7월 셋째 주의 경우 일주일 만에 방문자가 730만명에서 1280만명으로 75% 늘어났다”며 “페이지뷰(PV)는 올해 들어서만 500% 이상 성장했다”고 말했다.

언론 재벌 루퍼트 머독에 인수된 마이스페이스(소셜 네트워크 서비스)의 성장세도 눈부시다. 올해 7월 기준으로 마이스페이스의 한 달 순방문자(Unique Visitor)는 4600만명. 지난해 7월 1600만명에 비해 3배 가까이 수직 상승했다. 불과 1년 전만해도 세계 웹 사이트 순위 100위 밖이었던 마이스페이스는 이용자가 폭발하면서 야후 재팬·e 베이·아마존 등을 제치고 세계 6위 사이트로 뛰어 올랐다.(알렉사 자료)

웹 2.0 기반의 사이트가 이처럼 상승세인 반면, 웹 1.0 시대의 총아 ‘포털’의 성장세는 주춤하고 있다. 마이스페이스·유튜브·위키피디아 등 웹 2.0 사이트들의 고객이 지난 1년 동안에 2~3배 늘어난 것과 달리, 야후·MSN·AOL 등 포털의 성장세는 정체 상태에 빠졌다. (중략)”²⁰

¹⁹ User Created Contents. 사용자가 직접 창조하거나 편집,가공한 콘텐츠.

²⁰ 포털은 저물고 웹 2.0이 떴다, 조선일보, 2006.10.21

'포털'이 중앙집권적인 문화 정책 혹은 문화의 집 같은 인큐베이팅용 플랫폼이라면, 웹 2.0은 협치, 분산된 공간의 네트워크, 교량 역할을 강조하는 운영 센터의 개념으로 볼 수 있다.

협치의 시대가 도래하면서, 우리는 종종 수평적 의사소통이나 개방성을 수직적 의사소통과 대치되는 개념으로 이해하는데 문화클럽 유형별 분류 결과²¹에서도 볼 수 있듯이 수평적 개방성은 공공적 질서에 대한 합의를 유도하는 수직적 리더십과 공존할 수 있다. 대형 온라인 커뮤니티나 활발하게 움직이는 오프라인 동아리들에게서 볼 수 있는 지휘계통의 수직성은 산업화 시대의 경직되고 통제적인 리더십이라기 보다는 동아리의 에너지를 결집시키고 한 단계 질적 변화를 이끌어 내는 리더십으로 볼 수 있다. 따라서, 동아리 활동을 활성화 하기 위해서는 수평적 자발성과 수직적 리더십이 시너지를 창출할 수 있는 체계를 마련하는 것이 필수적이다.

2.3.2.3. CoP²²

“조직학습이나 지식 경영 분야에서 괄목할 만한 성장이 있었다. ‘CoP 혁명’ 이 책은 CoP의 존재를 지금 우리가 경험하고 있는 3가지 중요한 변형의 한가운데에 가져다 놓았다. 궁극적인 가치 창조와 출처로서의 인적자본에 대한 재발견, 단순한 조직에서 가치 창조의 네트워크로의 전환 혹은 확장된 가상 기업으로서의 발전, 형식적인 교육이나 능력개발에 대한 강력한 보완물로서의 비공식적 학습에 대한 뒤늦은 인정.”(브룩 맨빌(Brook Manville), 사바(Saba)의 최고 학습경영자(CLO))²³

CoP라는 용어는 Wenger와 Lave(1991)의 저서 ‘Situated learning’에서 처음 사용되었다. CoP, Community of Practice는 일반적인 동아리 개념보다는 공동의 일이나 주제에 열정을 가진 학습 공동체 혹은 실행 공동체로 이해할 수 있다. CoP는 질적 체험을 통해 맥락(Context)안에서 How to come to Know(어떻게 되는지 알아가기)를 이루면서 스스로 성장하는 집단이다. Practice 즉, 실행은

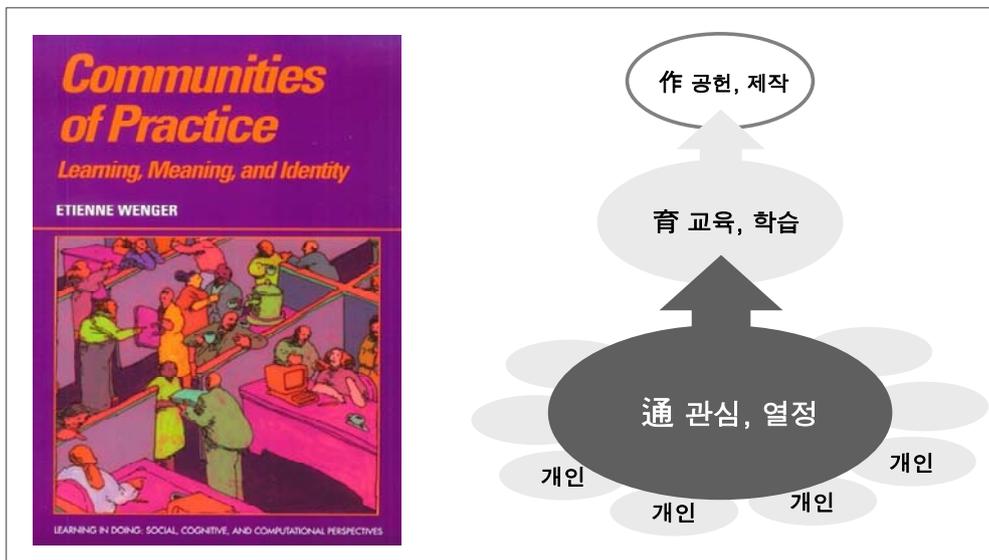
²¹ 본 보고서 2.1.2.1 문화클럽 유형에서 공헌클럽 참조

²² 문화예술교육 지식정보화사업 3개년 계획 요약보고서, 한국문화예술교육진흥원, 2006. 참조

²³ 에티엔느 웅거 외, COP혁명 표지 뒷장 책 소개 중, 물푸레, 2004.

우리에겐 낯선 개념일 수도 있다. 인간이 고등 지식을 학습하기 위해서는 표면화된 지식뿐 아니라 암묵적 지식을 습득하고 이를 체화(體化)하는 과정을 겪어야 하는데, 강의를 듣거나 현장에 참여하는 것으로는 부족하고 스스로 시행착오를 겪으며 문제를 해결해보아야 한다. 실행은 맥락이 있는 행동을 연속적으로 하면서 시행착오를 거쳐 표면적, 암묵적 의미의 연결망들을 이해하는 것이다. 종합하자면, CoP는 맥락화된 집단적 체험과 실행을 통해 구성된 개개인이 경험적으로 지식을 학습하고 이를 함께 공유하면서 성장해 나가는 자발적 모임이다.

그림 20 CoP 개념도



CoP는 객관주의 관점의 지식경영과 상대되는 구성주의 관점의 지식경영을 대표하는 개념이다. 객관주의 관점의 지식경영은 그림 21을 보면 쉽게 이해할 수 있다. 관객은 무대의 공연자들과 분리되어 있고, 공연 중인 음악(Music)은 공연장의 상황적 맥락과 분리되어 있으며, 악보는 절대적인 음악으로 따로 존재한다. 이 때, 삶으로부터 탈맥락화된 예술은 객관적이고 이데아적인 존재양식을 가지게 된다. 서양음악으로 대표되는 이러한 예술의 존재방식은 작곡가에서 연주자로, 다시 연주자에게 청중으로 이어지는 일방통행을 강요할 위험이 있다.

그림 21 객관주의 관점의 지식 경영



그림 22 구성주의 관점의 지식 경영



이와 달리, 우리 전통무대 공간인 '판'은 예술의 생산자와 향유자가 같은 맥락을 공유한다. '판'에서 공연자와 관객 사이는 경계가 유연하고 상황적 맥락을 공유하기 때문에 공연이 유기적, 역동적으로 이루어진다. '판'에서 음악은 삶과 유리되어 있지

않으며, 고정된 형태로 있는 것이 아니라 ‘음악하기(Musicking)²⁴’로 존재한다. ‘판’과 같은 맥락의 이해와 활용에 중점을 두는 것이 구성주의 관점의 지식경영이다. 우리가 2002년 월드컵 때 체험한 뜨거웠던 참여의 열기가 구성주의 관점의 지식경영이 추구하는 정신이다. 본 연구에서 CoP라는 개념을 적극 활용하려는 이유는 CoP가 문화정책에서 향유자 삶의 맥락과 예술을 밀착적으로 결합시킬 수 있고, 예술창조자와 향유자가 소통하는 새로운 공간 창조의 가능성을 제공하기 때문이다.

2.3.3. 사랑방과 CoP

동아리들의 현대적 성격을 이해함과 동시에, 문화클럽 사업은 한국적인 정서의 담보에도 신경 쓸 필요가 있다. 연구팀은 적절한 한국적 문화클럽의 원형을 찾고 성남시 사랑방 문화클럽의 성장 모형을 만들기 위해 아래와 같은 작업을 하였다.

0. 연구 사업명인 ‘사랑방 문화클럽 발전 방안’에서 사랑방 문화클럽을 브랜드화할 수 있는 작업에 착수함.
0. 마케팅을 위한 브랜드 작업의 열개를 그리면서 정책 방향의 이해를 동시에 도모할 수 있는 통합적인 개념의 도식화를 추구함.
0. 19세기 조선시대의 변화상에 주목하고 백담을 중심으로 우정을 나누고 문화예술 활동을 함께하던 연암 그룹을 조사함.
0. CoP를 ‘성남시 사랑방문화클럽 실태 및 욕구조사’에서 분류된 문화클럽 유형에 적용하여 봄.

2.3.3.1. 전통 사랑방²⁵

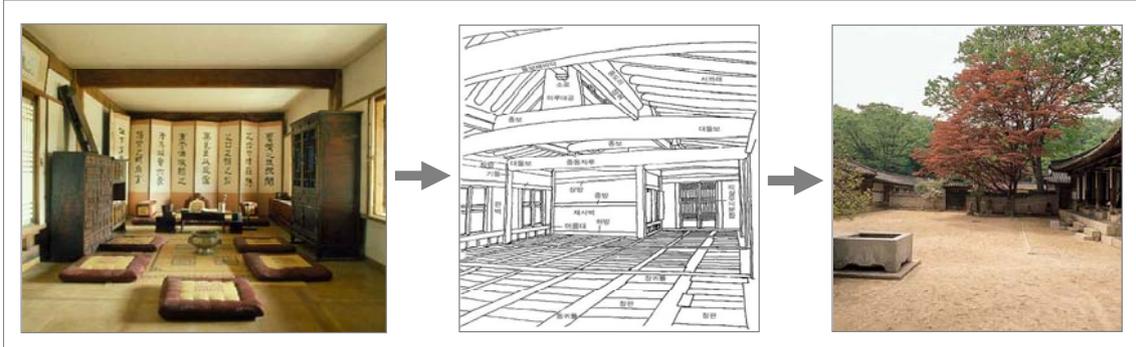
²⁴ 음악하기(Musicking)는 크리스토퍼 스몰이 제안한 개념으로 “음악공연에서 연주를 해서든, 듣기를 통해서든, 연습을 통해서든, 혹은 춤추기를 통해서든 각자의 가진 능력만큼 그 공연에 참여하는 것을 뜻한다.” 예술이라는 ‘판’안에서 모든 참여자는 나름의 음악하기를 추구할 수 있다.

²⁵ 오혜경, 소설에 나타난 사랑공간 용어의 종류와 그 의미에 관한 연구, 대한가정학회지:제 37권 5호, 1999. 참조.

천진희, 조선조 상류 주택의 사랑방에 관한 연구, 디자인연구, 1997. 참조

김진성, 조선후기 상류주택 사랑채의 사회적 변화에 따른 공간특성에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사논문, 1995. 참조.

그림 23 사랑채의 구조



0. 사랑채는 사랑방과 마루, 사랑마당으로 이루어져 있다. 사랑채는 손님이 많을 경우 타 공간들과 연결되는 개구부를 터서 칸을 연결해 사용할 수 있었을 뿐 아니라, 연결된 공간은 방에서 마루로 마루에서 마당으로 이어지면서 공간이 확장되는 특징을 가지고 있다.

0. 사랑방은 주인의 예술 활동과 내방객의 접대에 이용되던 공간으로, 서고의 역할을 겸비하였을 뿐 아니라, 기거, 침식, 독서, 사색, 휴식, 예술 행위 등에 복합적으로 이용되었다. 이 같은 기능으로 인해 사랑방은 사대부 문화 네트워크의 근원지가 될 수 있었다.

0. 사랑방은 방-대청마루, 방-뒤틀마루, 방-마당, 방-다락 등 타 공간과 연결되는 연결 부위가 많아 공간 활용이 유연하고 개방적이다. 또한, 사용자 중심의 공간 친밀성을 중요하게 생각하여, 동선, 주변 경관과의 조화, 눈높이에 신경을 썼다.

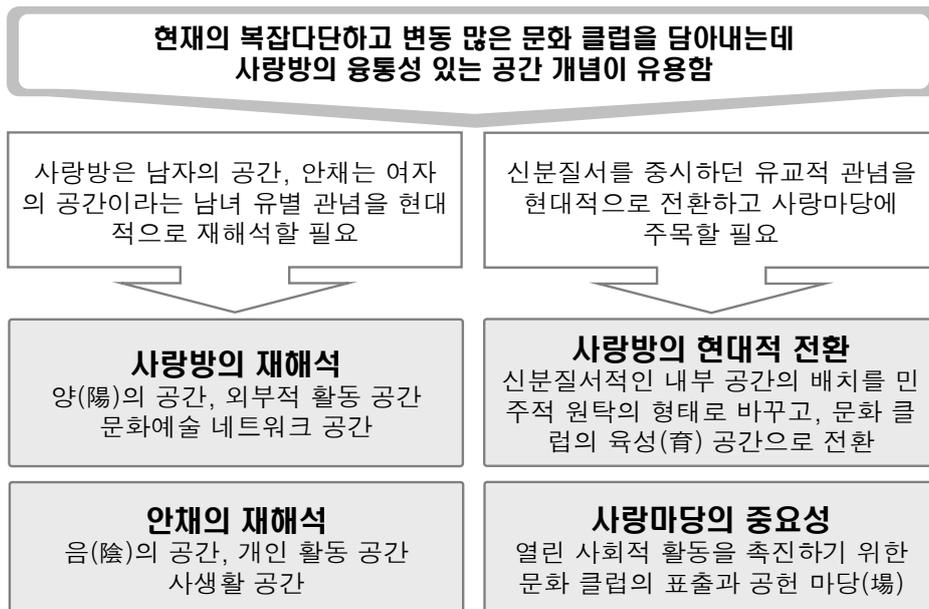
0. 서양의 대표적 네트워크 공간인 살롱(Salon)과 비교하면 사랑방의 특징이 더욱 뚜렷하게 드러난다. 살롱은 공간을 합리적으로 분할하여 사용하고, 의사소통을 강조한 가구 배치와 상징, 구조물들이 중요하다. 또한 주변과의 조화보다는 공간 자체의 의미를 살린 인테리어로 공간의 독자적 위상을 높인다. 이에 반해, 사랑방은 소박하지만 멋스럽고 실용적이며 개방적인 공간 구조를 가졌고 공간을 통해 관계의 조화를 꾀했다.

그림 24 사랑방과 살롱 비교



0. 공간의 개방성과 다르게 사랑방은 유교의 영향으로 어울림보다 신분 질서를 강조한 자리 배치와 남녀유별 사상으로 여성이 접근하지 못하는 문제점이 있었다. 반면, 살롱은 여성들이 집객을 하며, 차를 마시는 부드러운 분위기 속에서 산발적이지만 테마가 있는 의사소통이 이루어지는 공간이었다.

그림 25 사랑방의 현대적 재해석



0. 사랑채에서는 사랑방뿐 아니라, 마루와 사랑 마당도 눈 여겨 볼 필요가 있다. 계절과 필요에 따라 열리고 닫히는 사랑방, 마루, 사랑마당의 뛰어난 유연성 및 확장성은 현대의 네트워크 개념과 흡사하여서, 연구팀은 이 개념을 차용하여 사랑방 문화클럽 육성 사업을 총괄적으로 아우르는 브랜드 작업을 하였다.

0. 브랜드 작업과 동시에 연구진은 사랑방, 마루, 사랑마당이 본래 가지고 있는 각각의 공간적 상징성을 충분히 반영하여 사업 프레임워크로 구조화하려는 시도를 하였다.

-사랑방은 문화클럽의 문화 활동 및 문화 교류 공간

-마루는 문화클럽을 지원하기 위해 유연하게 열리고 닫히는 개념의 운영 네트워크로 '사랑마루'라 이름지음

-사랑 마당은 사랑방의 기운이 마루를 통해 표출되며 바깥 세계로 뻗어나가는 발표, 축제, 사회 공헌의 기회

이 사업 모델은 연구진이 사랑방의 연구와 조사를 병행한 조선시대 매니아 그룹 백담파의 활동 형태를 관찰하였을 때도 동일하게 구조화할 수 있었다.

2.3.3.2. 백담파²⁶

“18 세기 조선 지식인들이 불황 속 독서계에 새바람을 일으키고 있다.

지독한 독서가로 알려진 이덕무, 비둘기를 키워 연구서를 썼던 유득공, 서양 악기에 매혹된 홍대용... 실학(實學) 지식인들에게 담긴 ‘매니아 코드’와 ‘개혁’, ‘탈(脫)권위주의’가 30 대 안팎의 젊은 독자들을 강력하게 끌어당기고 있다. 최근 나온 인문서 중 상당수가 18 세기 실학계열 지식인들을 다시 보는 책들이다.

18 세기 봄의 첫 흙먼타자는 정민 한양대 교수가 쓴 ‘미쳐야 미친다’(푸른역사).

김득신(책), 김영(별), 김덕형(표구), 방효량(표구), 정철조(벼루), 김홍도(매화) 등 한 분야에 ‘미칠’ 정도로 천착해 일가(一家)를 이룬 이들을 추적한 이 책은

출간되자마자 인문 베스트셀러 순위 1 위를 차지했다. 지난해 4 월 나온 뒤 불과 몇 주 전까지 1 년 넘게 자리를 지켰다. 지금까지 판매부수는 10 만부. 애초

²⁶ 오수경, 연암그룹 연구, 한빛, 2004. 참조.

김인규, 북학사상연구, 성균관대학교 대학원 박사 논문, 1998. 참조.

이정희, 연암일파의 회화관 연구, 영남대 대학원 석사논문, 2000. 참조.

윤세형, 박지원 산문의 연구:비지문을 중심으로, 성균관대 교육대학원 석사논문, 2003. 참조.

연암 박지원(1737-1805)의 건축관 연구, 김동현, 명지대 대학원 석사논문, 2002. 참조.

출판사에서 “5000 부 정도 나갈 걸로 예상”했던 것으로, 인문서에서는 ‘기적’에 가까운 기록이다.”²⁷

그림 26 18세기 조선시대 매니아 문화

별·표구에 미쳐 한평생... ‘매니아 문화’ 꽃핀 영·정조시대

독자들, 조선 지식인에 ‘미쳤다’

최근 관련 서적 쏟아져

18세기 조선 지식인들이 열광 속 독서계에 새바람을 일으키고 있다. 지독한 독서가로 알려진 이덕무, 비유기랄 키의 연구서를 썼던 유득공, 서양 의기에 매혹된 홍대용... 실제(實錄) 지식인들에게 담긴 ‘매니아 코드’와 ‘개러’ ‘발(發)권위주의’가 30대 안팎의 젊은 독자들을 강력하게 끌어당기고 있다. 최근 나온 인문서 중 상당수가 18세기 실학재벌 지식인들을 다시 보는 책들이다.

18세기 붐의 첫 흥분타자는 정민 연암대 교수가 쓴 ‘미쳐야 미친다’ (푸른역사, 김득신(著), 김연(번), 김대형(표구), 방효량(표구), 정철조(비주), 김경도(매표)) 등 일 분야에 ‘미칠’ 정도로 현학해 열기(-熱)를 이룬 이들을 추적한 이 책은 출간되자마자 인문 베스트셀러 순위 1위를 차지했다. 지난해 4월 나온 뒤 불과 몇 주 전까지 1년 넘게 저리를 지켰다. 지금까지 판매부수는 10만부, 애초 출판사에서도 “3000부 정도 나갈 걸로 예상”했던 것으로, 인문서에서는 ‘기적’에 가까운 기록이다. ‘미쳐야 미친다’의 실권 후 최근

18세기 지식인들에 대한 책은 인문·역사서에서 소설·산문 번역으로까지 영역을 넓히고 있다. ‘백담파’로 알려진 실학자들이 등장하는 김택환의 소설 ‘열녀문의 비밀’ (황금가지)이 나오고, 이덕무의 선문집 ‘책에 미친 비보’ (미디스북스), 박지원의 인간적인 모습을 보여주는 편지들을 발간한 ‘고추장 작은 단지름 보네!’ (울베개), 유득공의 산문집

‘누기 알아주라’ (태와사), 독창적 필법으로 일세를 풍미했으나 지금은 까탈개 맞혀진 이공사와 이시반의 글씨를 재조명한 ‘원교와 청암 글씨에 미치다’ (안영미디어) 같은 책들이 선보이고 있다. 왜 18세기인가? 은자(隱者)의 나라였던 조선에도 가톨릭과 서구 문명이 밀려들던 당시 개혁 열망의 젊은 유학자들은 주자학의 이념을 넘

어 실학을 추구했던. 요즘말로 ‘미쳐야’ 들어왔다. 남다른 문장력으로 이름났던 비조(非朝) ‘하생정’ ‘양반전’ ‘유월(遊悅)’ 같은 소설도 당시의 사회 모순을 질타했다. 당시 소설을 쓴다는 것은 유휘(兪淮)로서는 정도(正道)를 벗어난 글쓰기였고, 그의 혁신적인 문체는 많은 반발을 불러왔지만 그는 저기만의 돌쓰기(문체)에 집중했다. ‘북학의’를 쓴 박

제가(朴齊家)는 이상생전(李相生傳) 기구의 사실 개개 미치이었다.

그런 점에서 이들에 대한 관심은 예전의 실학 붐과는 사뭇 다르다. 실학 자체가 아니라 실학자로 남려는 사람들 하나하나의 다양한 삶에 대한 관심이다. 최병영(崔秉榮) 대교수(大校)는 “지금 안국(安國)의 젊은 세대는 변화하고 싶다는 카타르(卡塔르) 감정을 가졌지만 실제로 변화하는 것은 매우 적다는 답답함을 가지고 있다”

며 “정치·학문·예술에서 그 전까지 볼 수 없었던 새로운 흐름들이 등장한 18세기에서 모델과 양상을 찾으려는 욕구가 생긴 것”이라고 분석했다.

‘누가 무엇이라고 하든 자기 분야에서 ‘꽃집을 보고 따는’ 모습에서 체계화·지식화·무한경쟁 사회를 살아야 할 우리의 모습을 본다고도 할 수 있다. 각자의 다양성을 추구하는 ‘나만의 삶’을 부양(扶養)되도 중요하게 여기는 20·30대의 트렌드와 맞아떨어진다는 분석도 있다. ‘미쳐야 미친다’의 독자 연(連)명(鳴)씨는 “우리 전통 속에 그런 사람들이 살아 숨쉬고 있었다는 사실이 놀라웠고 많은 위안을 받았다”고 말했다.

유학재벌기 (yoohak.jaebeol.com)



‘백담파’의 이공(李公)의 화가 김홍도의 저화상(宗祿)과 그가 그린 선비 그림 ‘풍의종류도’, 김택환의 소설 ‘열녀문의 비밀’에서는 김홍도가 진공(鎭公)을 받은 이덕무에게 선문(仙門)을 주는 그림으로 나온다.

연구팀은 현재 매니아, 문화부족, 생비자 등을 얼핏 떠올리게 하는 18세기 조선시대의 문화적 조류를 접하여, 이들에게도 문화클럽과 같은 동아리 문화가 있었는지를 추적하였다. 매니아들은 그 시대에도 같은 관심사를 가진 사람들끼리 긴밀한 관계를 유지하며 서로의 벽(癖)을 부추기면서 조예를 깊이 하였다는 사실을 발견하였으며, 이의 대표적 사례로 백담파를 선택하였다. 백담파는 영·정조 시대에 백담을 중심으로 우정을 나누고 문화예술 활동을 함께하던 연암 그룹을 일컫는 말이다. 박지원, 홍대용, 박제가, 이덕무, 유득공, 백동수 등을 핵심으로 하는 이 그룹은 연경 여행 등을 통해 견문을 넓히고 함께 시문과 경세를 논한 대표적 지식인 모임이다. 백담파는 그 활동상이 비교적 널리 알려져 있을 뿐 아니라, ‘열하일기’ 등 선진적인 내용의 저작물로 지금까지 실학 연구에 있어 중요한 위치를 점하고 있다.

²⁷ 독서계, 조선 지식인들에 ‘미쳤다’, 조선일보, 2005.7.1

이들의 활동 내용은 이들이 직접 저술한 책 속에서 찾아볼 수 있는데, 지금 읽어도 시대의 차이를 느끼지 못할 정도로 교류하는 방식과 지향하는 바가 현 시대와 흡사하다.

“초가을 13 일 밤, 박성언, 이성위, 그 동생 성흠, 원약허, 여생 정생과 동자 현룡이 이무관과 함께 왔다. (중략) 성언이 50 전을 꺼내 술을 사왔다. 얼큰하게 취해서는 운중가로부터 달빛을 타고 종각으로 내려가는데 야고가 벌써 삼경 사점을 친다. 이때 달은 더욱 밝아 사람들의 그림자는 열 길이나 되었다.” (박지원, 연암집 중)

“나는 한번 거기에 가면 돌아올 것을 잊고 열흘이고 한달이고 머물렀으므로 時文과 尺牘이 걸핏하면 책으로 만들어지고...(후략)” (박제가, 楚亭全書 중)

“일상적인 생활언어도 그것이 사람의 심금을 울리기만 하면 고시의 남긴 뜻과 같다.” (박제가 아정유고 권 2 중)

“문인재사들이 민간의 통속을 모르고서는 훌륭한 재주라 말할 수 없다.” (이덕무, 청정관전서 중)

연구팀은 백담과의 여러 활동상을 조사한 후, 한국적 문화지형에서 CoP가 효과적으로 작동하는 방식의 원형을 그림 27 과 같이 가정해 보았다. 또한, 그림 27 을 보편적인 모형으로 만들 수 있는지를 검토하기 위해 그림 28 와 같이 정리해 보았다.

그림 27 사랑방 작동 방식의 원형 1

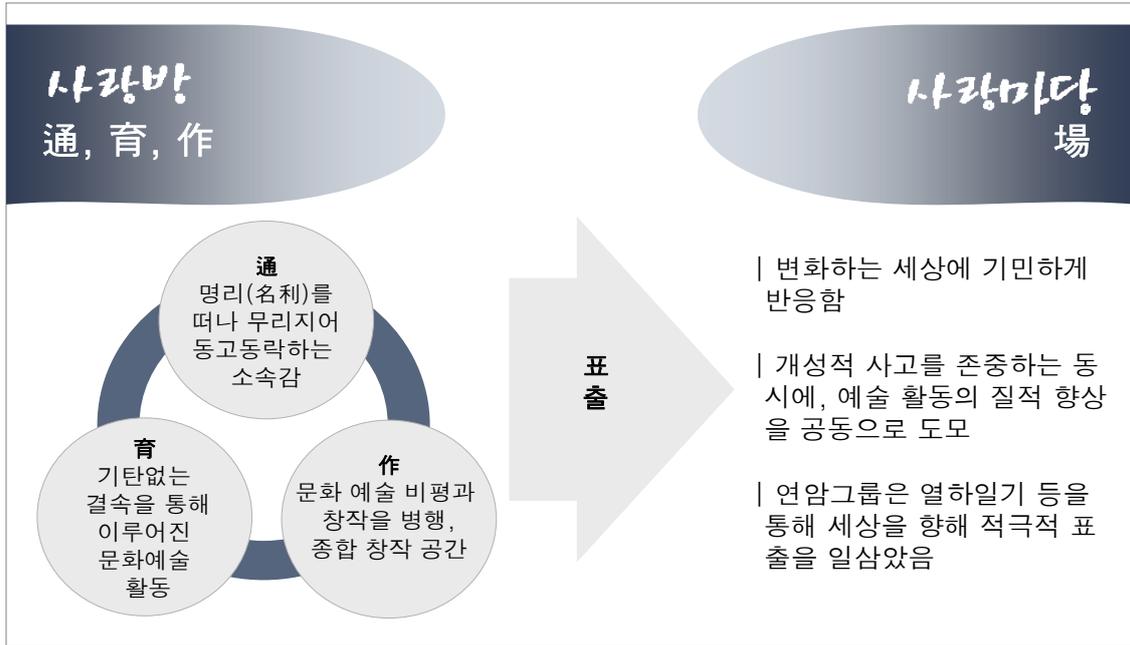
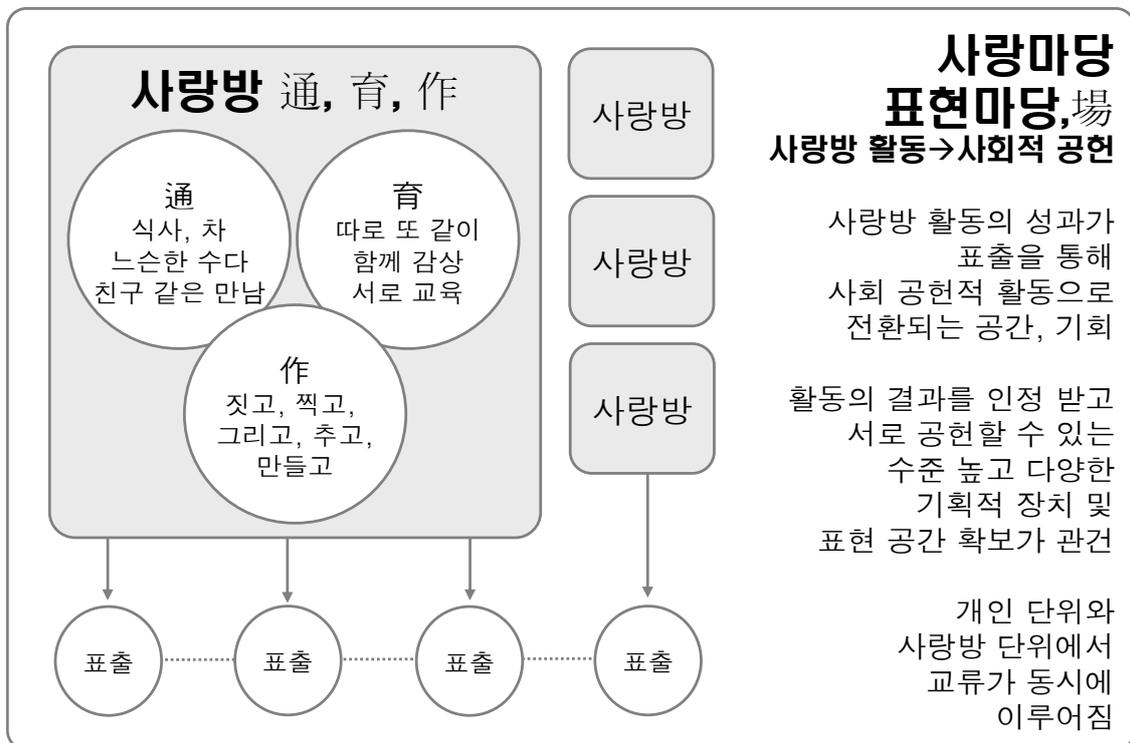


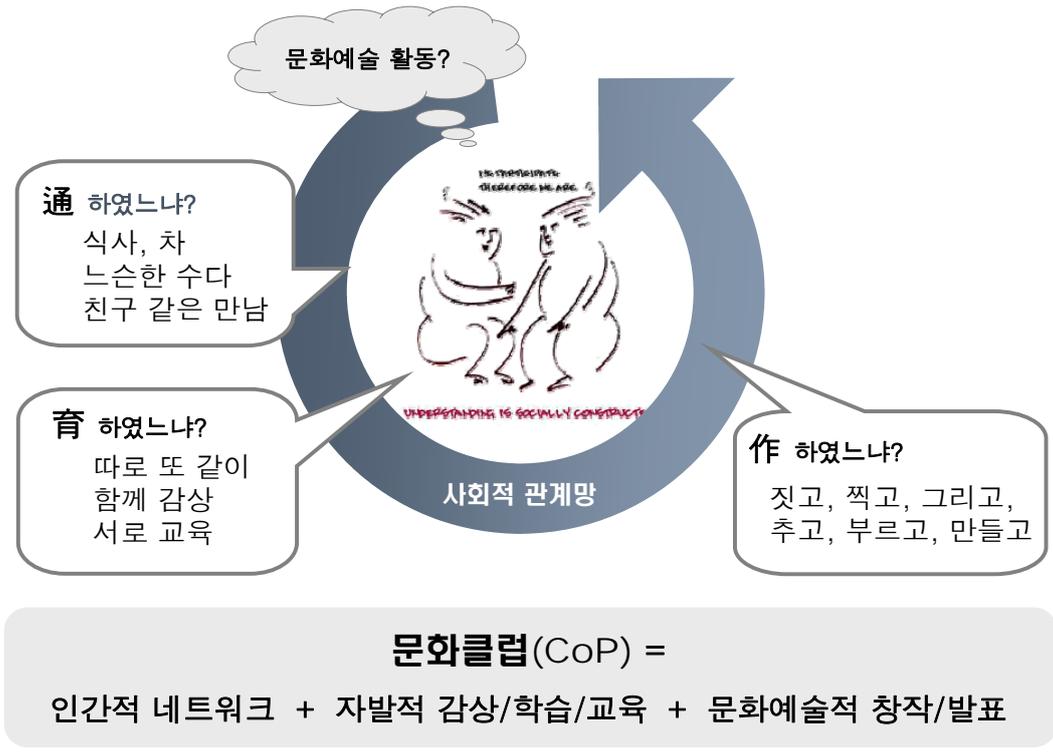
그림 28 사랑방 작동 방식의 원형 2



2.3.3.3. 성남시 문화클럽과 CoP

이제부터 2.3.3.1 과 2.3.3.2 의 작업을 토대로 CoP 와 문화클럽 간의 관계를 설정하고, 문화클럽 유형과 CoP 를 연결 짓도록 한다.

그림 29 문화클럽 활동과 CoP



0. CoP 는 문화클럽의 원형적인 활동 방식에 적합한 개념이다. 백담과 뿐 아니라 ‘성남시 사랑방 문화클럽 실태 및 욕구 조사’ 결과와 현대적 동아리의 성격에 비추어 볼 때, 대개 자발적으로 생성된 문화클럽은 네트워크(사회적 관계망)와 정보 및 지식 공유(학습/교육), 실행(감상/창작/발표/의견 표출)의 요소를 가지고 있다고 판단된다.

0. 이에, ‘성남시 사랑방 문화클럽 실태 및 욕구 조사’ 결과에서 나타난 4 개 군집을 CoP 및 사랑방, 사랑마루, 사랑마당 개념에 적합하도록 그림 30 처럼 재분류하였다. 이는 사랑방 문화클럽 육성 모형을 만들기 위한 기초 작업에 해당한다.

그림 30 문화클럽의 재분류 (CoP)

문화클럽의 분류	문화클럽의 특징	성남시 현황
<p>문화클럽</p> <p>Community of Practice</p>	<p> 문화예술적 기예를 갖고 닦는 실행 공동체</p> <p> 기예의 습득이 주목적이 아니라, 문화예술적인 취미와 관점을 공유하기 위한 실행 공동체</p>	<p>친목클럽 22.77%</p> <p>배움클럽 24.42%</p>
<p>참 문화클럽</p> <p>Community of Good Practice</p>	<p> 기예적으로 뛰어나며 표출 행위를 하는 문화예술 실행 공동체</p> <p> 기예는 부족하나, 사회 공헌적 문화 예술 실행을 시도하는 공동체</p>	<p>숙련클럽 19.14%</p>
<p>흔 문화클럽</p> <p>Community of Public Practice</p>	<p> 공동체가 사회 공헌적 활동을 하는 경우</p> <p> 실행 공동체의 본보기, 실행 공동체 교육 프로그램 실행 가능</p>	<p>공헌클럽 33.66%</p>

0. 참 : ‘참’의 옛말. ‘품질이 우수한’의 뜻을 더하는 접두사.

0. 흔 : ‘한’의 옛말. ‘큰’, ‘같은’의 뜻을 더하는 접두사. ‘우리’라는 의미로 사용.

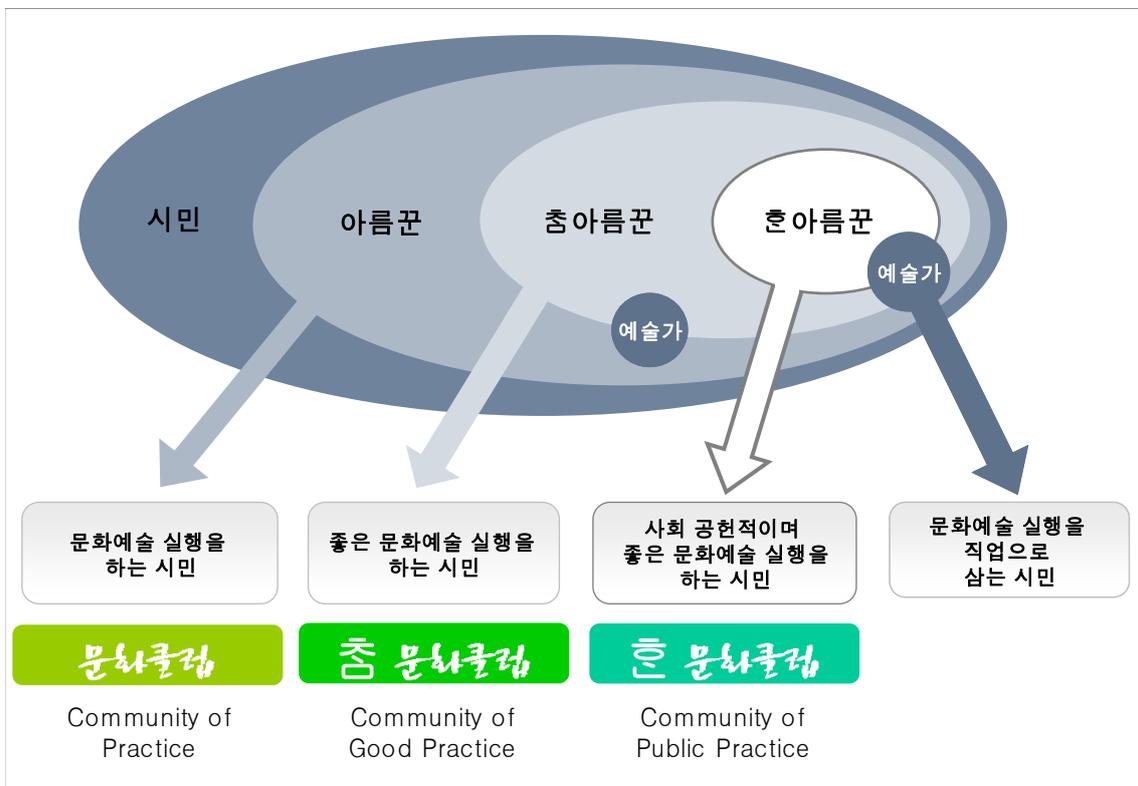
3. 성남시 사랑방 문화클럽 발전 전략 방안

3.1. 문화시민 아람꾼

3.1.1. 아람꾼의 개념

이 보고서에서 ‘아람꾼’은 아름다운의 접두어 ‘아름’과 ‘꾼’의 합성어로, 문화예술과 함께 삶을 누리는 문화시민을 지칭하는 개념으로 사용하였다. ‘아람꾼’에는 기존에 활동을 활발히 하고 있는 문화예술 관련 전문가, 예술가를 포함하여 일상적으로 문화적 여가나 문화예술 프로그램을 누리하고자 하는 사람들이 모두 포함된다. 문화예술 활동 역량과 사회공헌 수준에 따라서 단계별 아람꾼 개념도를 그림 31에서 제시하였다.

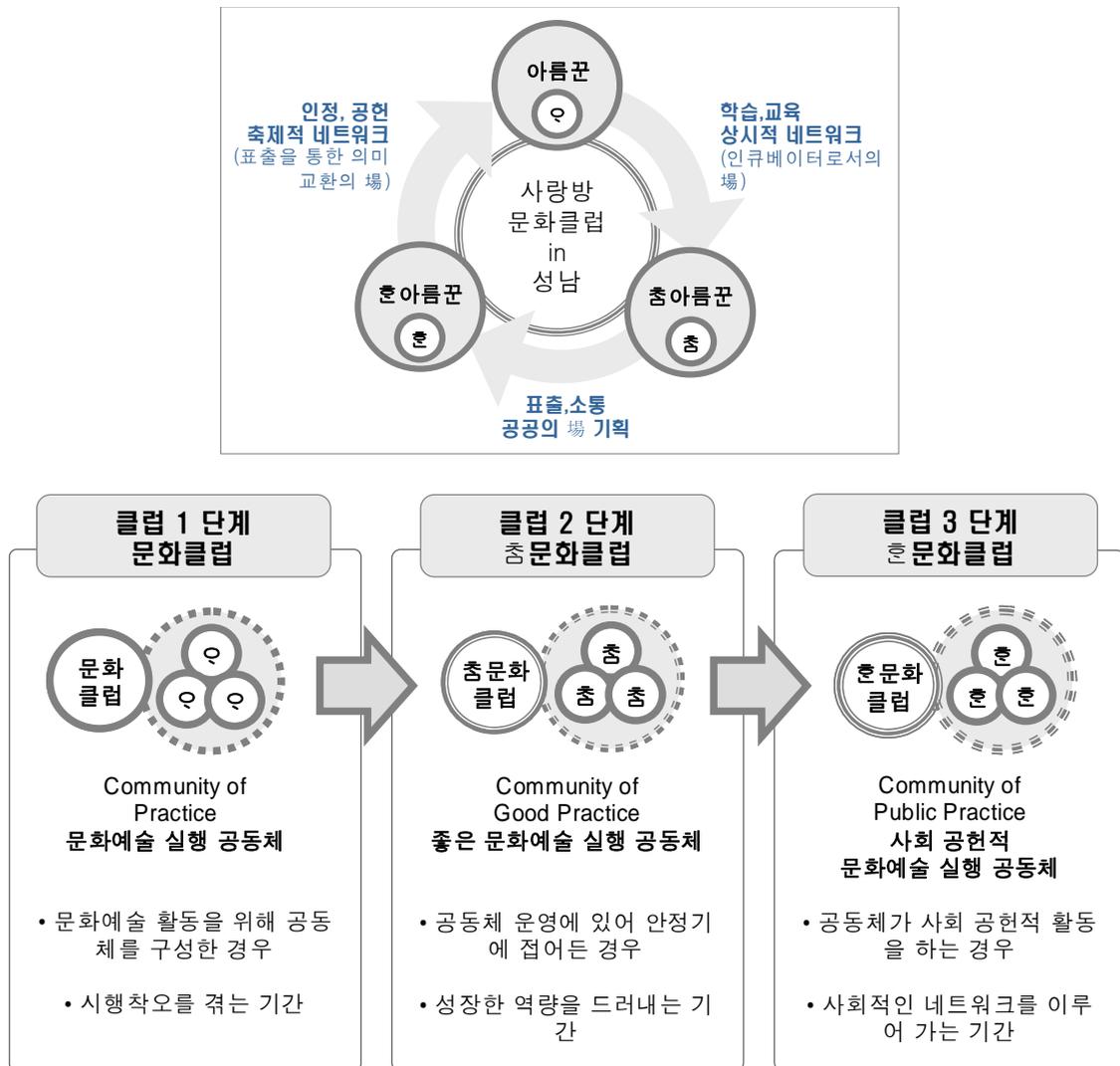
그림 31 아람꾼 개념도



3.1.2. CoP 와 아릅꾼

보통 아릅꾼들은 친분 있는 사람들, 관심이 유사한 사람들과 관계를 가지고 있으며, 때때로 무리를 지어 활동하기도 한다. 이와 같은 아릅꾼들의 특성을 토대로 문화클럽과의 관계를 상정할 수 있다. 문화클럽들은 자체적으로 쌓은 운영 노하우를 통해 성장하는데, 이 때 문화클럽 회원들의 역량도 함께 성장한다. 아릅꾼의 성장도를 도식화하자면, 그림 32 과 같다.

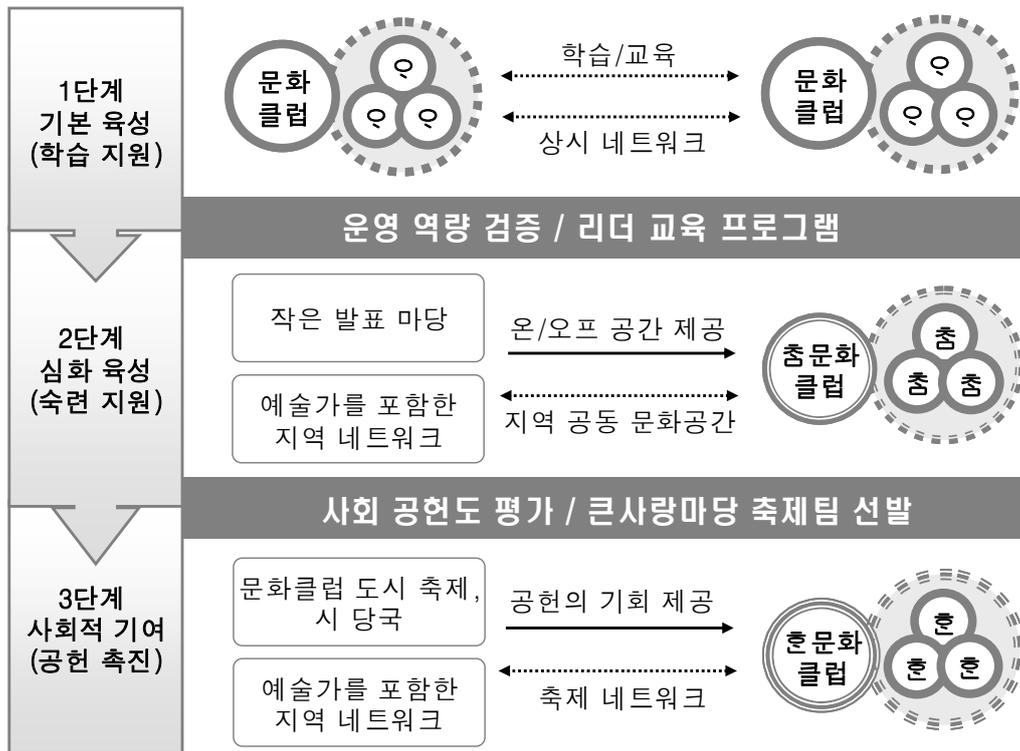
그림 32 아릅꾼 성장 모형과 문화클럽 성장 모형



3.2. 사랑방 문화클럽 육성 모형

사랑방 문화클럽 육성 모형의 목표는 흥문화클럽으로 강제적인 성장을 도모하는 것이 아니라, 각각의 문화클럽들이 저마다의 수준에서 적절한 지원을 받고 각각의 방식으로 사회적 기여에 동참하도록 지원하는 데 있다.

그림 33 문화클럽 단계별 육성 모형



각 문화클럽은 당면한 단계별로 지원받아야 할 사항들이 다르며²⁸ 각 단계별 필요 지원 요소를 그림 33 과 같이 도식화 해보았다. 육성 모델이 단계별로 운영되기 위해서는 1). 문화클럽 성장 수준을 가늠하기 위해서 문화클럽 평가 지수 개발 2). 각 단계별로 문화클럽과 예술가의 활발한 교류를 위한 정책적 프레임워크(교육 프로그램 / 체험적 문화예술 프로그램 공모, 예술가 파견, 예술가 레지던스 등) 개발 지원 3). 문화클럽간 교류, 교육, 프로그램 공동 기획 지원을 통해 지식의 순환을 촉진할 수 있는 인프라 구축 4). 사회적 기여를 위한 발표 지원, 시민 주도

²⁸ 본 보고서 2.1.2.2. 문화클럽 지원 요구 사항 참조

축제 기획이 필요하다. 이러한 인프라 위에서 다음의 3 단계 육성 지원이 이루어질 수 있다.

0.1 단계 기본 육성

- 회원들끼리 활동하고 있는 문화클럽들을 육성함
- 문화클럽의 활동을 위한 기본적인 지원(공간, 프로그램)이 필요함
- 원하는 모든 문화 클럽들에게 사랑방, 지역 사랑마루, 예술가 레지던스, 사랑마당 참여의 기회를 개방함
- 문화클럽끼리의 교류와 공동 프로그램 개발 지원함
- 리더교육 프로그램(워크숍 등) 지원함

0.2 단계 심화 육성

- 사회적 활동의 필요성을 느끼는 초문화클럽들을 육성. 발표의 기회를 요구하며, 사회적 네트워크를 시도하기 시작함. 적극적으로 다양한 네트워크를 주선해 줄 필요
- 문화 클럽 운영 역량 검증 후 활동비 지원함
- 공연 및 발표 프로그램 공모에 선정된 경우, 지역 사랑마루의 특수 목적 사랑방, 작은 사랑마당 이용의 우선권 부여
- 문화클럽과 예술가들의 네트워크를 적극 주선, 공동 프로그램 개발 등으로 기획 역량 증진을 꾀함

0.3 단계 사회적 기여

- 헌문화클럽은 이미 사회적인 마당을 스스로 기획하여 실행하고 있고, 사랑마루를 통하여 사랑방 성장에 기여할 수 있는 자체 노하우를 가진 문화클럽들임. 도시 축제의 기획 주체 및 문화클럽 교육 당사자로 활동을 권장, 그 역할을 존중하며 보상해 주는 것이 필요함
- 문화클럽 활동의 사회적 기여도를 일정 시기별로 평가, 공헌도가 높고 조직 운영 능력이 뛰어난 문화클럽들을 도시 축제 기획팀으로 편성함.
- 소외 지역을 위한 문화클럽 자체 프로그램 공모 등 사업 단위로 문화클럽 활동 촉진함

-문화클럽 교육 프로그램 개발시 프로그램 개발비, 강사출장비 등 지원하여
문화클럽의 지식 순환을 촉진함

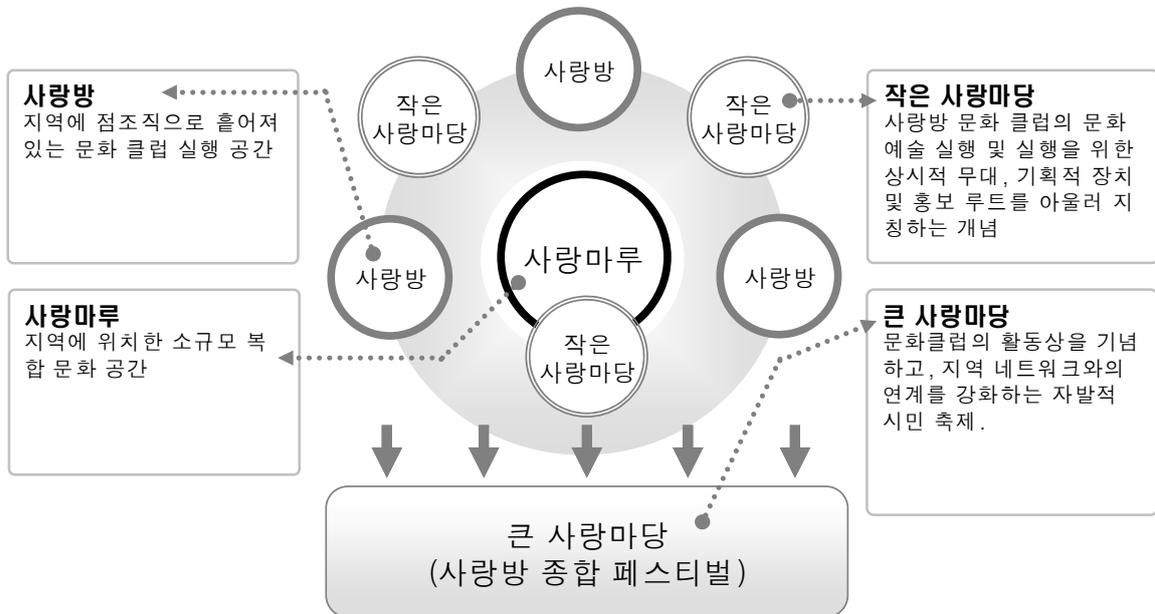
3.3. 사랑방, 사랑마루, 사랑마당 프레임워크

사랑방 문화클럽 육성 방안에서는 공간이 매우 중요한 의미를 갖는다. 문화클럽이 생성되고 유지되기 위해서 필요한 일차적 요소가 ‘만남이 일어나는 공간’이기 때문이다.

그러나, 새로운 정책 과제가 도입될 때마다 대형 지원센터를 건립, 공간 지원을 위한 지속적인 증축, 정책 과제의 방향성을 적절히 담아내지 못하는 대형 온라인 사이트를 개설하는 등의 중앙집중적인 방식은 문화클럽 지원 사업에 적합하지 않다. 오히려, 문화클럽들이 활동하는 공간, 즉 사랑방은 삶의 현장과 밀접히 닿아있는 지역 곳곳에 분산되어 있어야 한다. 사랑방들을 효율적으로 지원하고 작은 사랑마당을 기획하기 위해 사랑마루가 지역에 존재할 필요가 있는데, 이 지역 사랑마루는 만남(通), 학습(育), 실행(作)이 동시에 이루어지는 문화클럽의 성격을 고려하여 복합적 공간으로 구성될 필요가 있다.

사랑방과 사랑마루, 작은 사랑마당에서 일구어진 문화클럽 활동의 결실은 하나의 물결로 모아져서 큰 사랑마당을 통해 표출될 것이다.

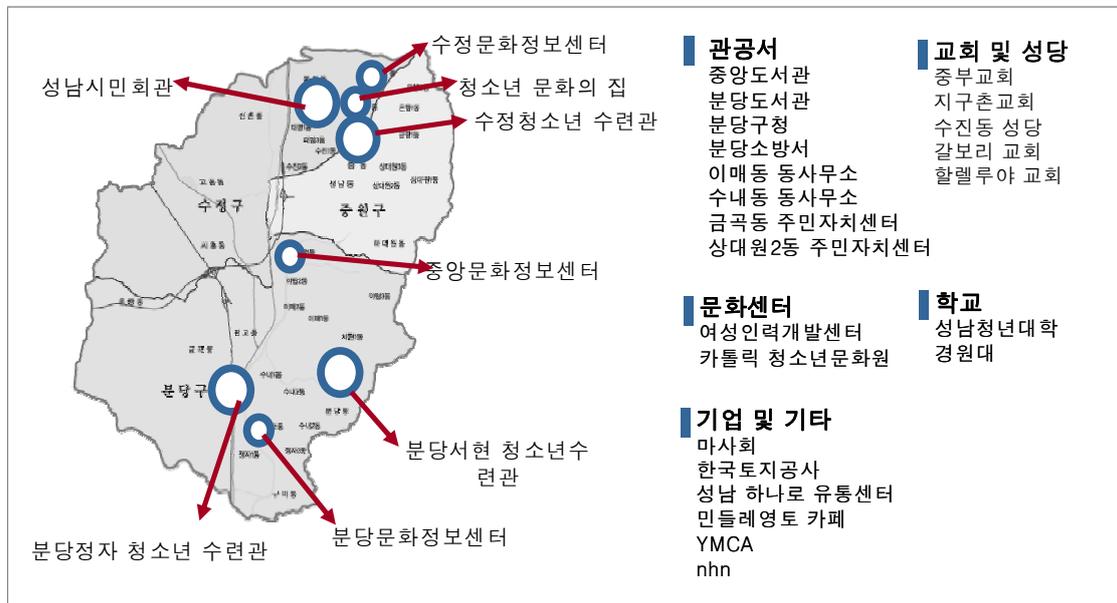
그림 34 사랑방 문화클럽 공간 열개



3.2.1. 사랑방

본 사업에서 사랑방은 문화클럽 행위가 이루어지는 일상생활과 밀접하게 연결된 공간들이다. 사랑방은 아픔꾼들의 생활 공간인 가정집, 아픔꾼들의 개인 작업실, 종교기관, 카페 등의 상업공간, 문화센터, 복지기관, 학교, 기업들이 모두 해당할 수 있다. 이러한 공간의 주인이나 기관 운영자들이 공동으로 공간을 이용하겠다는 의사를 밝히면 성남문화재단은 이들에게 사랑방 문화클럽 멤버십을 부여하고 공동이용에 따른 지원을 할 필요가 있다.

그림 35 사랑방 공간 이용 예시



0. 조사 대상 문화클럽 중 사랑방으로 활용 가능한 개인 스튜디오 및 작업실을 가진 경우가 약 40 여 곳으로 파악되었다. (303 개 클럽 대상, 학교 동아리방 제외)

0. 각 문화클럽의 유지비가 회원들간의 회비로만 충당되기 때문에 금전적 부담감이 존재한다는 점을 감안하여, 공동 이용에 합의하면 공간 임대료의 일부를 지원해 주는 방안을 고려할 수 있다.

0. 문화클럽의 자체 소유 공간을 동일한 성격의 타 문화클럽과 공유하기 위해 필요한 제도적/비용적 지원 요소 파악 및 공간 네트워크 운영 방안을 모색한다.

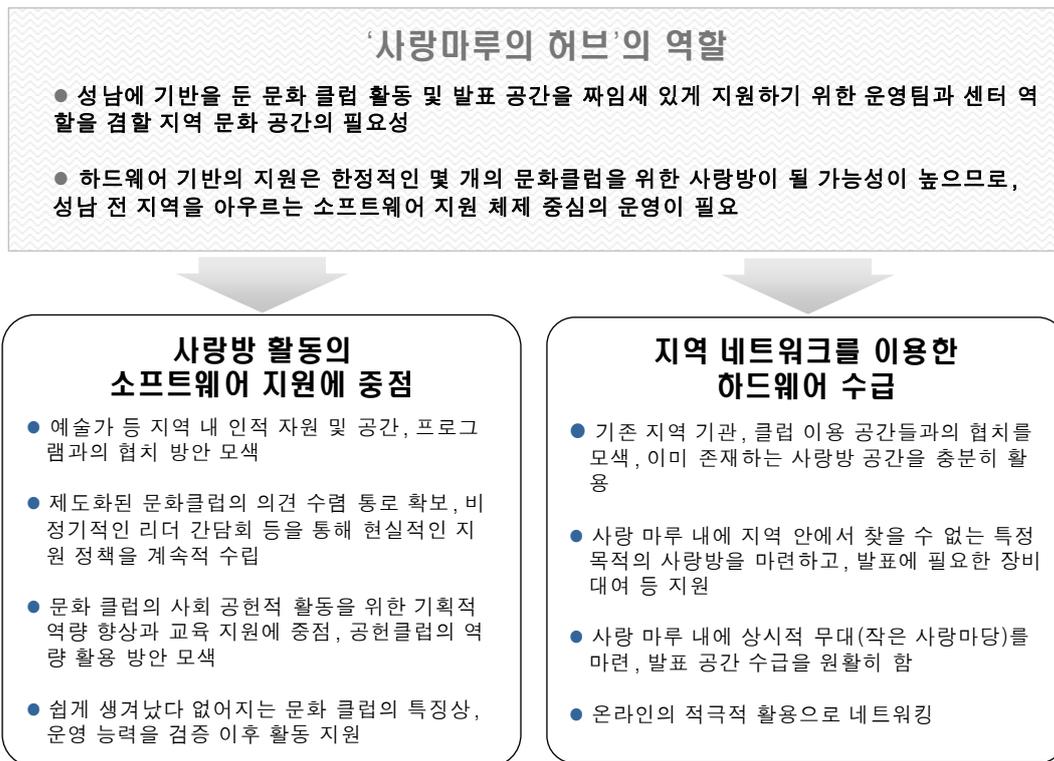
0. 그 동안 공간 대여를 요청 받은 적 없는 기관들(통계 조사 결과 37 개)의 대여 가능성을 조사하고 협치 방안을 모색한다.

0. 공휴일에 운영할 수 있는 공간의 탐색 및 공공 기관의 경우 조례 제정 등을 통해 주말 오픈, 월요일 휴무로 운영하여 시민들의 공간 이용 편의를 증진한다.

3.2.2. 사랑마루

사랑방에서 (큰)사랑마당으로 넘어가기 위한 길목 역할을 하며, 사랑방 문화클럽 운영 지원팀인 ‘사랑마루 허브’와 지역 내 위치한 소규모 복합공간 ‘지역 사랑마루’로 나뉜다.

그림 36 사랑마루 허브의 역할



0. 지역 사랑마루에서는 예술가와 문화클럽을 위한 공동 사랑마당, 공동 사랑방 등을 운영하여, 상시적인 작품 전시나 공연을 시민들이 가볍게 관람할 수 있도록

유도. 예술가에게 공간을 임대하고 오픈형 레지던스 프로그램을 구상하는 등 예술가와의 네트워크 강화를 꾀할 수 있다.

0. 지역 내 유휴공간 활용을 가능하게 할 수 있는 제도적/환경적 요소 파악하고 이 유휴공간들을 지역 사랑마루로 운영할 방안을 모색한다.

그림 37 지역 사랑마루의 열개



3.2.3. 사랑마당

사랑마당은 열린 사회적 활동을 촉진하기 위한 문화 클럽의 표출과 공헌 마당(場)으로 작은 사랑마당과 큰사랑마당으로 나뉜다. 작은 사랑마당은 문화클럽이 주도하여 상시적으로 벌어지는 소규모 축제, 공연이고, 큰사랑마당은 화합의 장으로 기능할 수 있는 종합적이고 복합적인 지역 축제이다.

0. 사랑마당은 활동의 결과를 인정 받고 서로 공헌할 수 있는 수준 높고 다양한 기획적 장치 및 표현 공간 확보가 관건. 사랑마루 허브는 기존 지역 축제들의 주체와 협치하여, 문화클럽이 직접 발표하는 마당을 확보해 표현의 기회를 넓혀줄 필요가 있다.

0. 큰사랑마당은 동아리 지원 사업의 경우, 관례적으로 하고 있는 발표회의 형태를 벗어나서 문화클럽들이 실질적으로 화합하는 마당으로 기능할 수 있도록 새로운 형태를 구성할 필요가 있다.

0. 큰사랑마당은 COMPEST 사례처럼 시민이 주도할 수 있는 실천 전략과 함께 실천 철학을 가져야 하며, 실천 철학은 장기간에 걸쳐 시민들에게 노출되어야 한다. 큰사랑마당의 슬로건은 ‘우리가 함께 만드는 지역 축제’의 개념을 가져야 한다.

0. 구체적으로 다음과 같은 기획들이 고려될 수 있다. 1) 문화클럽 중에서 선발하여 큰 사랑마당 페스티벌 정예 기획팀 구성 2). 네트워크팀(중요 지역 업체들, 예술가들과 연락), 홍보팀(온라인/오프라인 홍보, 홍보 디자인), 보살핌팀(안내 역할), 장식팀(공간 인테리어 및 장식), 재활용팀(청소, 재활용품 분리수거), 도시락팀(식사 담당) 등 목적을 명확하게 제시한 자원봉사단 구성. 3). 장기간에 걸친 공연 제공자의 확보. 저조할 수 있는 참여율을 장기간의 홍보와 모집 기간을 통해 극복. 4). 질적 피드백을 위해 참여한 시민들의 의견을 모니터링.

그림 338 큰사랑마당의 실천 전략

‘우리가 만드는 지역 축제’

축제의 주체를 명확히 할 필요

축제의 주체는 기성 예술가가 아닌 문화클럽
 : 축제의 기획 단계부터 운영에 이르기까지 문화클럽의 폭넓은 참여를 유도하여 주인의식 고취 필요

비전 공유의 중요성

시민 주도적 진행으로 의미를 일구어나가는 프로그램
 : 무엇을 위한 축제인가를 명확히 하고, 이에 따라 ‘의미를 가진’ 프로그램들을 주축으로 축제 구성

관객 확보의 중요성 인식

더불어 즐기는 공간과 의미의 창조
 : 관객(팬)은 문화클럽 활동의 촉매제임

3.4. 관련 주체의 협치 철학과 협치 모형

사랑방 문화클럽 육성 사업은 모든 전략이 협치의 토대 위에 세워졌기 때문에, 사업에 참여하게 될 각각의 주체들 간 관계가 중요하다. 이 사업은 문화클럽, 예술가, 사랑마루 운영팀, 사랑방 운영자들, 사랑마당 운영자들 등이 느슨하게 혹은 긴밀하게 연관 관계를 가져야 비로소 실현된다. 수많은 관계의 복잡성 속에서 명확히 할 것 하나는 관계 맺는 쌍방 간에 ‘사랑방 문화클럽 사업에 참여한다’는 약속이다.

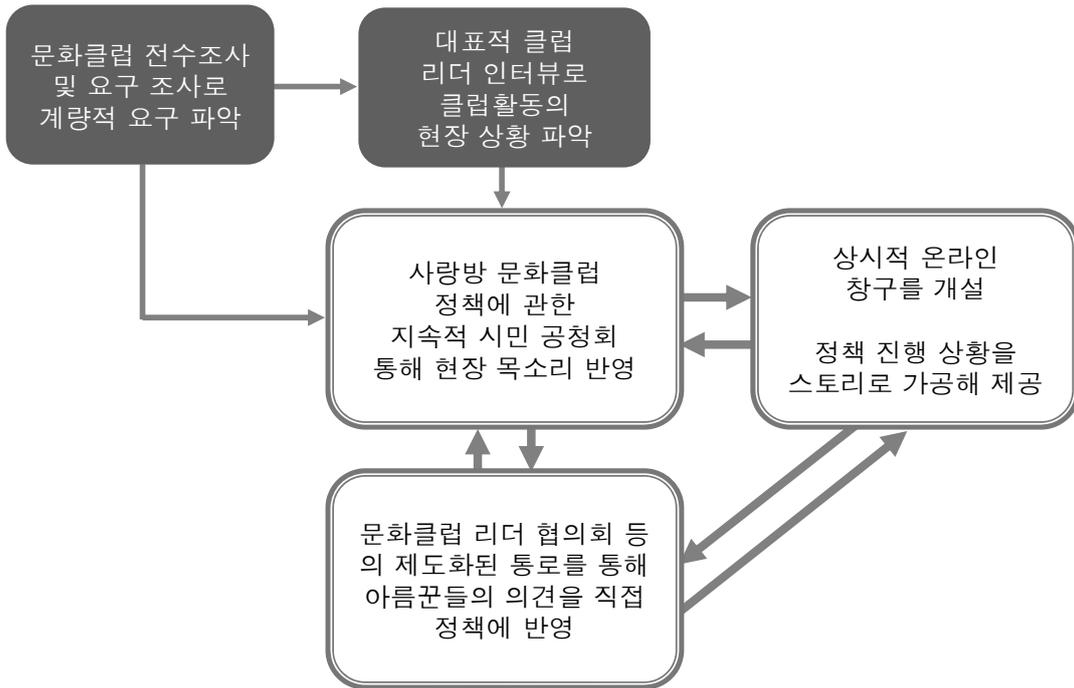
그림 39 협치 철학과 사랑마루 협치 모형



사랑방		사랑마당
Creative Common Space		Creative Common Festival
•공간을 공유하고 지원을 받겠다고 합의		•축제에 문화클럽의 주도적 공연 기회를 마련하고 지원을 받겠다고 합의
사랑마루		
예술가		문화클럽
Creative Common Program		Creative Common Mind
•프로그램을 문화클럽과 공동으로 개발하고 지원받겠다고 합의 •지역 사랑마루 운영에 참여 또는 시민에게 개방된 레지던스 프로그램을 기획하고 작업 공방을 지원받겠다고 합의		•기본적으로 문화클럽은 사랑방 문화클럽 육성 사업의 수혜자 •사회적 공헌 사업에 공모하고 지원받음 •다 문화클럽을 위한 교육 프로그램 개발하고 지원받음

효과적인 협치를 위해서는 투명하게 열린 소통 구조가 있어야 한다. 소통 구조는 의사소통의 혼란을 막기 위해 프로세스화, 제도화 될 필요가 있다. 여러 주체가 참여하는 제도화된 소통 구조는 사업 수행 속도를 느리게 만들 수는 있으나 사업 실행시 일어날 수 있는 문제들을 미연에 방지하고, 사람들의 참여 의식을 높이며, 결정된 사업에 대해서는 추진력을 가속화시켜 주기 때문에 중요하다.

그림 40 소통구조의 제도화



3.5. 온라인 문화클럽 지원 전략

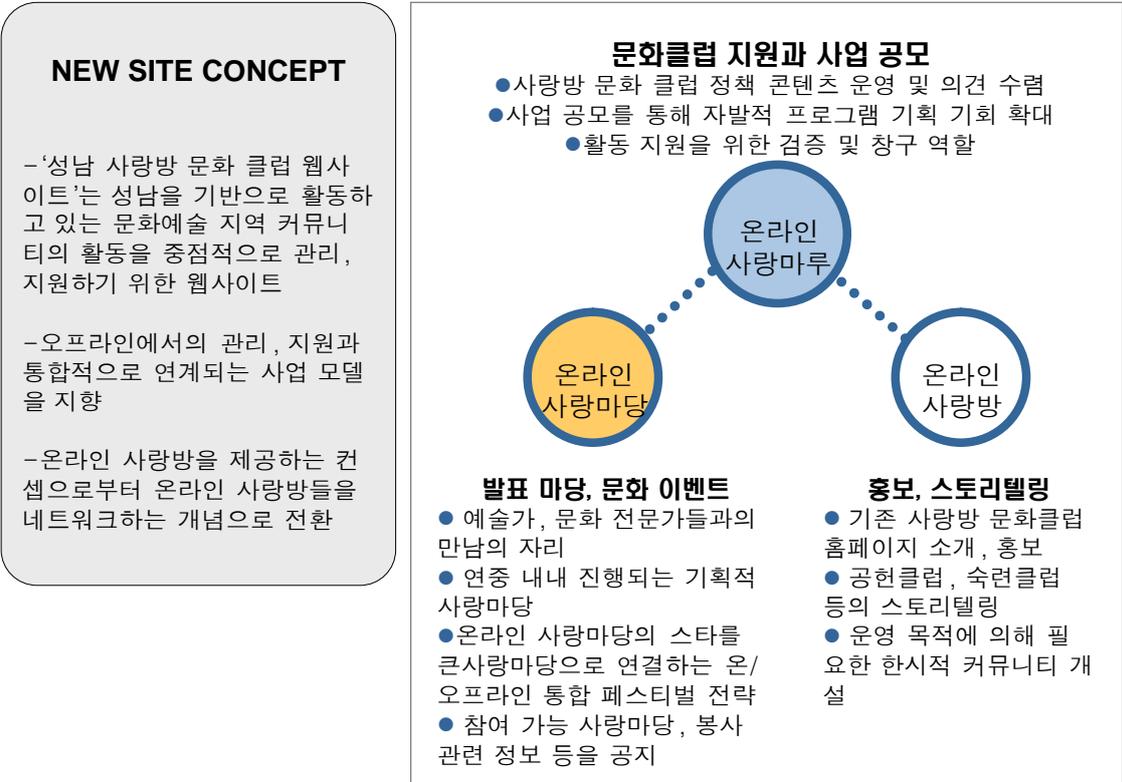
현재 성남아트센터 온라인 사이트 내에는 커뮤니티 서비스가 존재하고 있다. 사랑방 문화클럽 온라인 서비스를 설계할 때, 기존 성남아트센터 웹사이트 내의 'SNARTIAN'을 살펴보고, 활용가능성을 타진해 보았다.

0. 현재의 SNARTIAN 문제점 분석

- 온라인 클럽 및 개인 블로그 제공이 서비스의 주력 아이템임. 경쟁한 커뮤니티 포털과의 차별성이 미약함. 성남 문화재단에서 제공 가능한 현실적인 커뮤니티 지원 방안과 사이트의 구축 방향이 일치할 필요 있음.
- 성남 문화재단 사이트의 디자인과 U.I는 공연 정보 제공과 관객 유도를 목적으로 기획되었는데, 커뮤니티 서비스 역시 이러한 개념과 동일하게 제작됨. 이 때문에 서비스의 정체성을 식별하기 어려움.
- 성남 문화재단 사이트의 서브 메뉴로 커뮤니티 메뉴가 존재하여 접근성이 떨어짐. 독립적인 커뮤니티 서비스만의 도메인이 필요함.
- 커뮤니티 서비스 메인 페이지에서 콘텐츠 노출이 현저히 적어서, 사용자의 방문 동기를 유발하기 힘들. 커뮤니티와 관련된 정책 사업 및 사이트 가입 시 제공되는 혜택을 알릴 필요가 있음.

분석 결과, SNARTIAN 서비스는 본 사업과 방향성이 크게 다를 뿐 아니라, 서비스가 활성화되기에는 많은 문제점을 지니고 있었기에 새로운 전략을 구상해야 했다. 그림 41 이 새로운 구축될 사이트의 새로운 개념도이다.

그림 341 사랑방 문화클럽 온라인 사이트의 방향성



4. 사랑방 문화클럽 전략 실행 방안

4.1. 핵심 전략 실행 방안

본 연구에서는 핵심 전략 실행 방안을 블루오션 전략의 급소경영 리더십, 공정한 3E 절차를 통해 제안하고자 한다. 블루오션 전략은 패러다임의 변화에 직면한 조직이 가치혁신을 이루기 위해 활용할 수 있는 경영 전략으로, 시민 주도 문화 정책이라는 역동적 주제를 다루고 있는 본 보고서에 적합한 방법론이다.

4.1.1. 급소경영 리더십

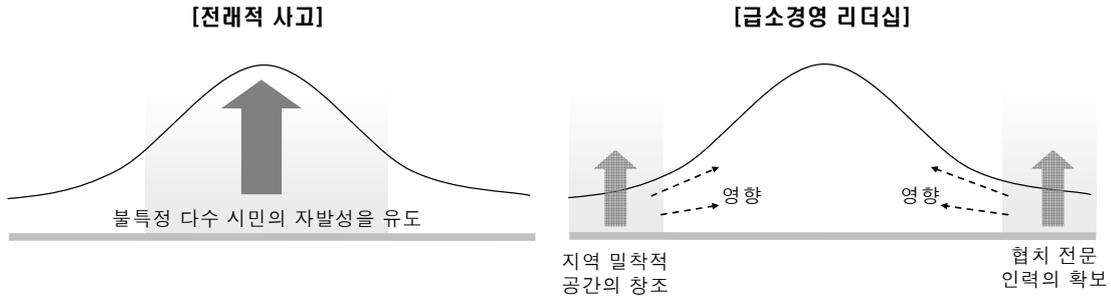
“조직 변화에 대한 전래적 이론은 대다수를 변화시키는 것에 바탕을 둔다. 따라서 변화 노력은 대다수를 움직이는 것에 포커스를 둔다. 이는 많은 자원과 시간이 요구되며 오로지 풍요로운 극소수의 경영진들만이 감당할 수 있는 사치이다. 그러나 급소경영 리더십은 대조적으로 정반대의 과정을 택한다. 대다수를 변화시키기 위해, 극단의 것을 전환하는 데 중점을 둔다. 바로 성과에 커다란 영향을 미치는 사람, 활동, 업무이다. 이 극단의 것을 변화시킴으로써, 급소경영 리더들은 새로운 전략 실행을 위해 신속하면서도 낮은 비용으로 핵심을 변화시킬 수 있다.”²⁹

전략 기획의 핵심은 실행 계획에 통일성 있는 흐름을 부여하여 사업이 효과적으로 수행되는 동시에 의미를 생성해나갈 수 있도록 지침을 내리는 것이다. 때문에, 전략을 세우는데 가장 중요한 사항은 계획 전체를 관통하는 간소하면서도 명료한 몇 개의 기준이다. 그러나, 현실에서 전략을 실행할 때는 ‘간소하면서도 명료하기’가 쉽지 않다. 사업 주체들 간의 관계, 사업이 지연되는 시간, 사업을 실행하는 순서 등의 문제로 애초에 그렸던 큰 그림에서 방향성을 잃기가 쉽다.

²⁹ 김위찬/르네 마보안 공저, 블루오션 전략, 교보문고, 2005. 229p

급소경영 리더십은 실행 상의 이런 문제를 해결하기 위한 좋은 방법이다. 급소경영 리더십은 사업의 가장 중요한 몇 개의 축을 움직여서 나머지 유동적일 수 있는 부분들에 영향을 주는 방식이다.³⁰

그림 42 급소경영 리더십



사랑방 문화클럽 육성 사업의 실현을 위해 가장 중요한 두 축은 지역 밀착적 공간의 생성과 협치 전문 인력의 확보라고 할 수 있다. 지역 밀착적 공간의 개념과 방향성을 잡기는 쉽다. 복합적이면서 생활권 가까이 있는 개방적 문화공간은 존재하는 것만으로 지역 문화를 크게 활성화시킬 것이라 쉽게 예상할 수 있다. 공간의 생성은 자연스럽게 사람들을 유도하고, 예술가들의 필요 욕구를 일정 정도 만족시킬 수 있다. 그러나, 이런 전략을 수행하는 당사자들은 현장에서 개개의 사안별로 네트워크를 엮거나 적은 비용으로 새로운 공간을 창출하기 위해 수고를 해주어야 한다. 때문에, 사랑방 문화클럽 육성 사업의 초기 단계에서는 이와 같은 공간 확보를 위한 네트워크에 집중적으로 자원과 인력을 배치할 필요가 있다. 이 때 배치되어야 할 인력은 협치에 적합한 전문성을 가져야 한다. 사람과 만나는 것으로부터 보람을 얻고, 헌신하며, 재단과 문화클럽 사이에 가교 역할을 잘 할 수 있는 사람을 재단 내에서 찾거나 재단 외부에서 선발해야 할 것이다. 이들이 해주어야 할 가장 중요한 역할은 문화클럽 네트워크의 허브(킥핀³¹)를 찾아내어 깊은 유대관계를 형성하고 사업의 목적을 이해시켜 동참을 유도하는 것이다.

³⁰ “급소경영 리더십의 근원은 전염병학과 변곡점(Tipping point) 이론에 있다. 이것은 어떤 조직 내 핵심적 영향력을 가진 대다수 사람들의 신념과 열정이 어떤 아이디어로 유행성 이동을 만들어 낼 때, 근본적인 변화가 신속히 일어날 수 있다는 통찰력에 기인한다.” - 김위찬/르네 마보안 공저, 블루오션 전략, 교보문고, 2005. 204p

³¹ “조직 내부의 자연스런 리더들로 존경을 받고, 설득력이 있으며 주요 자원에 접근을 허용하거나 차단하는 능력을 갖고 있는 사람들” - 김위찬/르네 마보안 공저, 블루오션 전략, 교보문고, 2005. 220p

4.1.2. 공정한 절차 3E 원칙

공정한 절차는 사람들의 태도와 행동 형성에 중요한 영향을 미친다. 특히, 본 사업은 협치를 기본적인 철학으로 하기 때문에 참여하는 주체들을 존중하고 가치를 인정해주는 분위기가 사업의 성패를 가를 수도 있다. 자발성이란 감성적인 관계 속에서 지적 인정을 받고 있다고 느껴질 때 최고조로 꽃피는 것이다.

공정한 3E 절차는 경영진이 조직 내/외부에 사업 목적, 현실적으로 수행 가능한 사업 절차, 조직원의 평가 방식을 명확히 알리고 그 원칙을 지켜서 모두가 공정한 경기장에 들어섰다는 안도감을 주기 위한 것이다. 공정한 경기장은 사람들의 관심을 편파주의, 과별로부터 돌려서 전략적 목표에 집중하도록 해준다.

공정한 3E 원칙의 각 항목을 설명하자면 다음과 같다.

0. 참여(Engagement)

조직 구성원 개개인에게 생각을 묻고, 자신들에게 영향을 미칠 전략 결정에 참여시키는 것이다. 본 사업에서는 문화클럽 리더 협의회 의견 수렴과 온라인 질의 응답, 큰사랑마당 기획 등이 이에 해당한다.

0. 설명(Explanation)

전략 결정과 관련 있고 영향 받는 모든 사람들에게 최종 결정이 내려진 이유를 이해시키는 것이다. 본 사업에서는 워크숍, 온라인 홍보, 면대면 만남 등이 이에 해당한다.

0. 기대의 명확성(Clarity of Expectation)

결정된 전략에 대해 경영진이 게임의 새로운 법칙을 명확하게 알려주는 것이다. 본 사업에서는 협치 철학, 사랑방 문화클럽 멤버십 등이 이에 해당한다.

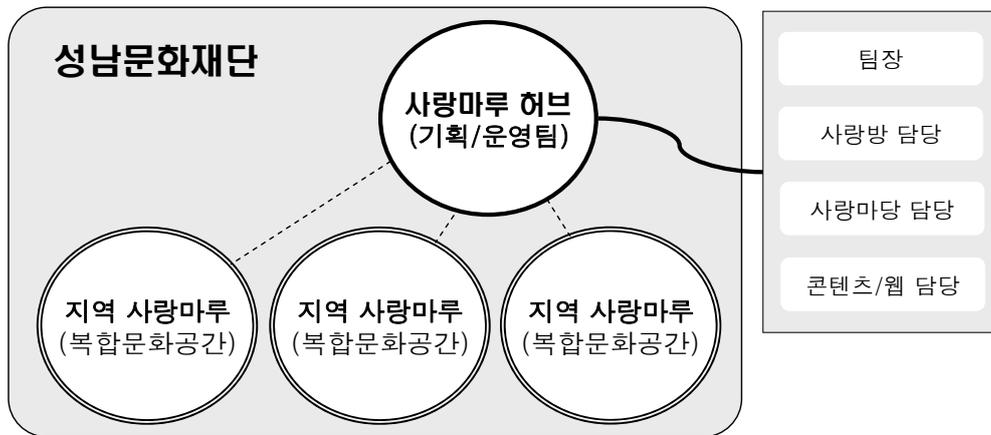
세 가지 요소는 서로 보완적이며 사업의 효과적인 수행 방식을 터득하고 있는 핵심 인재들을 통해 실현될 수 있다. 핵심 인재들은 경영진의 의지를 전파하고, 그 의지에 따라 사업 수행시 목표에 집중하고, 내부 인력들을 네트워크하는 이들이다. 이렇게 운영팀 내 사업의 허브가 되줄 인재를 찾는 일이 사업 성공의 첫 단추가 될

것이다. 이 핵심 인재의 필수 조건은 1). 조직원들의 신뢰를 받는 사람 2). 조직원들의 이면적인 감정과 의사를 잘 짚어내고 이야기를 들어주는 사람 3). 실무적 경험이 풍부하여 일의 수행을 리드할 수 있는 사람이다. 대개 핵심 인재들은 감성적인 지도자 역할을 함과 동시에 구체적인 실무를 오랫동안 지속한 이들이다. 이들을 찾아내는 일은 그리 어렵지 않다. 팀 내의 거의 모든 사람들과 친하며, 프로젝트 수행시 그 사람 주변에는 항상 의지하고자 하는 사람들이 모여든다. 핵심 인재들은 일의 수행시 자발적으로 주변 상황과 관계를 조율하고 항상 협상한다. 그러나, 감성적 능력은 지표화되기 힘들고, 조직 내에서 자발성을 발휘하면 갖가지 성과 측정이 되지 않는 귀찮은 일 처리를 도맡게 되는 경우도 많아서 이들의 능력은 저평가되는 경향이 있다. 능력의 상향 평가와 동시에 그에 걸맞는 권한과 보상이 주어질 때, 조직은 이 핵심 인재들의 발굴과 활용에 성공할 수 있을 것이다.

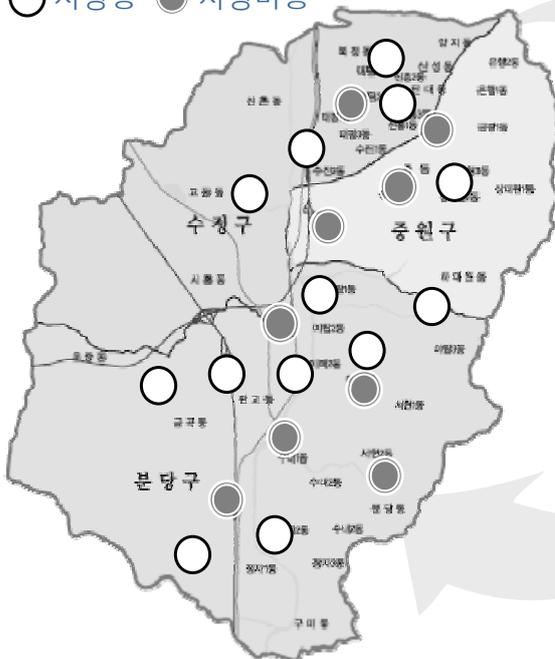
4.2. 운영 주체의 구성

실행 계획에 따라 운영팀 '사랑마루 허브'의 지원 개념도를 그려보자면 그림 43 과 같다. 사랑마루 허브에 참여의지를 밝힌 문화클럽, 사랑방, 사랑마당, 예술가들 등이 사랑방 문화클럽 멤버십을 부여 받을 수 있다.

그림 43 사랑마루 허브의 구성



○ 사랑방 ● 사랑마당



사랑방 문화클럽 멤버십

- Common Creative Space
- Common Creative Festival
- Common Creative Program
- Common Creative Mind
- 문화통화 사용으로 유통 체계 구축



사랑마루 허브
 사랑방 문화 클럽 운영 지원팀 (안)
 *문화공동체만들기 TF와의 연관성을 고려할 필요

필요 요구 파악 및 지원

- 공공적 공유 공간의 네트워크/필요 경비 지원
- 부족한 사랑방과 사랑마당의 생성
- 문화예술 프로그램의 홍보/퍼블리싱
- 사회공헌적 온/오프라인 사랑마당 기획/공모
- 문화클럽 활동 지원
- 문화통화 유통 체계 구축

4.3. 3 개년 실행 계획

이상과 같은 연구 결과를 토대로, 2007 년~2009 년 3 개년 실행 계획을 아래와 같이 제안하는 바이다. (2006 년 실행 계획은 현재 추진 중임.)

0. 2006, 2007 년에는 아릅꾼과 성남문화재단이 만나서 사랑방 문화클럽 사업의 필요성 및 문제점을 인식하고 사랑마루 허브(운영팀)을 구성, 사업의 기틀 마련에 힘쓴다. 사업적 지향성을 협치에 두고, 공간 및 지원 가능한 자원들을 시범적으로 확보해간다. 문화예술 교육 프로그램이나 문화클럽 축제 등은 처음에는 익숙한 방식으로 구성하고 점차 체험적인 요소를 강화할 수 있는 방안을 모색한다.

0. 2008 년부터 본격적인 협치를 시작한다. 시민 협치를 위한 제도적 기틀을 마련하고, 각 지역문화단체, 문화기관 등과의 협력 사업(사랑방 공유, 사랑마당 공유)를 본격화한다. 정책의 지향성에 따라 구체적인 사업 목표를 세부적으로 가시화하고 실행 단계로 접어든다.

0. 2009 년에는 사업 전반을 정착화하고 필요한 경우, 제도화한다. 협치 중 발생한 갈등의 요소들을 정리해보고 투명한 절차를 통해 해결방안을 모색하며 조직 내부의 문제를 해결하기보다는 조직 외부와의 원활한 관계 짓기에 힘쓴다. 특히, 적대적 외부 조직을 설득하거나 견제하는데 2007 년, 2008 년 사업의 방식과 결실이 큰 영향을 미칠 것이다.

표 5 문화클럽 육성 3개년 실행 계획

2006 년	
시민과 성남문화재단의 만남으로 문제 인식 및 사업 기틀 마련	
사업내용	예산 관련 (단위: 만원)
시민 공청회	
재단 내 사랑마루 운영팀 '사랑마루 허브' 구성 준비	
전수조사 : 성남시 문화클럽들의 현황 파악	2,000

사랑방 문화클럽 육성 방안 전략 도출	2,000
심층인터뷰 : 활동이 활발한 문화클럽 30 개 대면 인터뷰를 통해 문화클럽 속사정 파악 및 연대를 위한 준비	
웹 : 문화클럽 리스트를 확보하고 소개, 서비스 플랫폼 및 운영 관리 기능 구축	2,800
리더 네트워크 사업 : 우수한 문화 클럽 리더들, 성남문화재단이 실제로 만남. 구체화된 사랑방 문화정책의 비전과 향후 계획을 공유하거나, 문화클럽들의 의견을 수렴함	1,800
2007 년	
사랑마루 허브 구성, 네트워크 확보, 협치를 통해 자원의 확보	
사업내용	예산 관련 (단위: 만원)
사랑마루 기획/운영팀 '사랑마루 허브' 구성 : 문화재단내 관련 조직 구성, 3 월 전에 핵심운영인력 선발. 예술가의 정책 참여 프레임워크 (5 대 TFT 참가 중인 공공미술 프리즘과 함께) 설계	소프트웨어지원예산 3 억
문화클럽 리더 협의회 구성 : 문화클럽 대표자 모임을 구성. 리더 협의회가 주도적으로 구체적인 사랑방 문화클럽 정책 사항을 논의할 수 있도록 지원. 오프라인/온라인 동시 운영	리더 워크숍 2,000
사랑방 지원 네트워크 구성 및 운영 : 개인작업실을 가진 문화클럽, 문화클럽 네트워크 허브 등 문화클럽 킥핀들을 파악하고, 유대관계 형성, 협치 요청. 공공기관들과의 사랑방 공간 및 프로그램 협치 방안 모색	운영인력 1 인+ 자문그룹 시범지원 8,000
사랑마당 지원 네트워크 구성 및 운영 : 기존의 사랑마당 운영자들, 예술가들과 협치 체계를 마련. 사랑방 문화클럽들이 발표할 수 있는 공간 및 기회 확보. 사랑방 문화클럽이 사랑마당에 참여할 수 있도록 유도하는 프레임워크 기획.	운영인력 1 인+ 자문그룹 시범지원 3,000
문화클럽 운영/발표/활동비 지원	온라인 통해 시범지원 3,000
문화클럽 프로그램 공모 : 예술가와 함께하는 문화클럽 프로그램, 사회 공헌 프로그램	온라인 통해 시범지원 2,000

웹 : 정책을 시민과 만나게 할 수 있는 콘텐츠 제공 문화클럽 활동 진흥을 위한 온라인 사랑마당의 본격적 운영 (공모, 작품 발표 등), 온라인 콘텐츠 운영	유지보수+ 콘텐츠 3,000
연말 사례집 준비, 성남 도시 축제 마련 (집 앞 마당에서 이루어지던 동네 결혼식 잔치처럼 편하게 모여 먹고 마시고 얘기하고 연말 사례집 본다)	축제+ 문화클럽 공연 3,000
2008 년	
네트워크 확산, 정책 원자화, 지속적이고 단계적인 실행	
사업내용	예산 (단위: 만원)
사랑마루 허브 : 실질적인 사랑방 공간 지원 및 문화클럽 지원 정책 발표 및 실행	소프트웨어지원예산 5 억
문화클럽 리더 협의회 : 사랑방 지원사업 구체적 협의 사항 확정 및 사랑마루 허브 자문. 협의회의 의견을 제도적으로 반영할 수 있는 환경 마련	리더 워크숍 2,000
사랑방 지원, 운영	15,000
사랑마당 지원, 운영	5,000
지역 사랑마루 : 중원구 오픈(도심 내 유휴 공간의 리모델링 수준에서), 지역 사랑마루 운영 인력 배치	예산 별도 책정 5 대 TF 와 협의
예술가 레지던스 프로그램 공모	중원구 사랑마루 작업공방 무료 임대
문화클럽 운영/발표/활동비 지원	5,000
문화클럽 프로그램 공모 : 예술가와 함께하는 문화클럽 프로그램, 사회 공헌 프로그램, 시민 대상 공연 또는 축제 프로그램	5,000
웹 : 계속 유지 보수. 콘텐츠의 확보와 운영이 중요	3,000
2008 사랑방 문화클럽 축제 시민 기획 및 운영 시범 사업 (지역 종합 축제)	6,000
2009 년	
정착화, 제도화	
사업내용	예산 (단위: 만원)
공정한 3E 원칙을 통해 분분한 입장들을 정리하고, 이해득실의 문제로 인한 정치적 갈등이 없도록 투명하게 제도화, 문화클럽 리더 협의회	리더 워크숍 2,000

‘사랑마루 허브’ 운영	소프트웨어지원예산 5 억
사랑방 지원, 운영	15,000
사랑마당 지원, 운영	5,000
지역 사랑마루는 각 구 별 오픈 (분당구, 수정구)	예산 별도 책정 5 대 TF 와 협의
문화클럽 운영/발표/활동비 지원	5,000
문화클럽 프로그램 공모: 예술가와 함께하는 문화클럽 프로그램, 사회 공헌 프로그램, 시민 대상 공연 또는 축제 프로그램, 타 문화클럽과 함께하는 프로그램	5,000
웹 : 개편	3,000
대중적 정책 홍보를 통해 브랜드 이미지 구축 : 방송 프로그램과 연계해서 다큐멘터리 제작, 국제적인 향유자 중심의 문화정책 컨퍼런스 개최 등	예산 별도 책정
2009 사랑방 문화클럽 시민 축제 기획 및 운영 (지역 종합 축제)	6,000

3 개년 사업 계획안은 주로 문화클럽 지원과 육성 및 관계 주체의 협치 플랫폼을 구축하는 것에 주안점을 두고 기술했다. 실제 사업 계획안에 따라 정책을 집행하고 기획할 시에 지침이 될 만한 기준이 필요할 것으로 보여 아래와 같은 3 개 항목을 참조로 덧붙이는 바이다.

0. 정책의 핵심 개념

- 시혜적 복지가 아닌, 폭넓은 계층의 시민이 스스로 문화 향유를 할 수 있는 지원에 중점을 둠
- 협치를 통한 기존 지역 자원의 우선 활용함
- 조밀하고 복합적인 온/오프라인 문화공간의 조성으로 문화 활동의 시너지 효과 창출함

0. 정책 접근성, 지원 적정선

- 대중에게 친숙한 방식의 홍보
- 생활권역내 문화 공간의 형성
- 사랑방 문화클럽 리더들과의 협치를 통해 적시적소의 지원 요소를 파악함

-문화클럽 단계별 육성 모형을 통해 지원 적정선을 가늠함

0. 정책 실현 비용의 효율성 증대

-지역 자원의 공동 사용으로 비용을 절감함 (Creative Common Space)

-5 대 TFT의 적극적 협치로 중복 내용 및 중복 운영 제거함

-조직 내부 중복 사업을 검토하고 통합하여 중복 운영 제거함

-적합한 실무 인재 발굴, 기용으로 운영 효율성을 증대함

-문화클럽 네트워크의 허브(킹핀)를 찾아 적극적 유대로 홍보 비용을 절감함

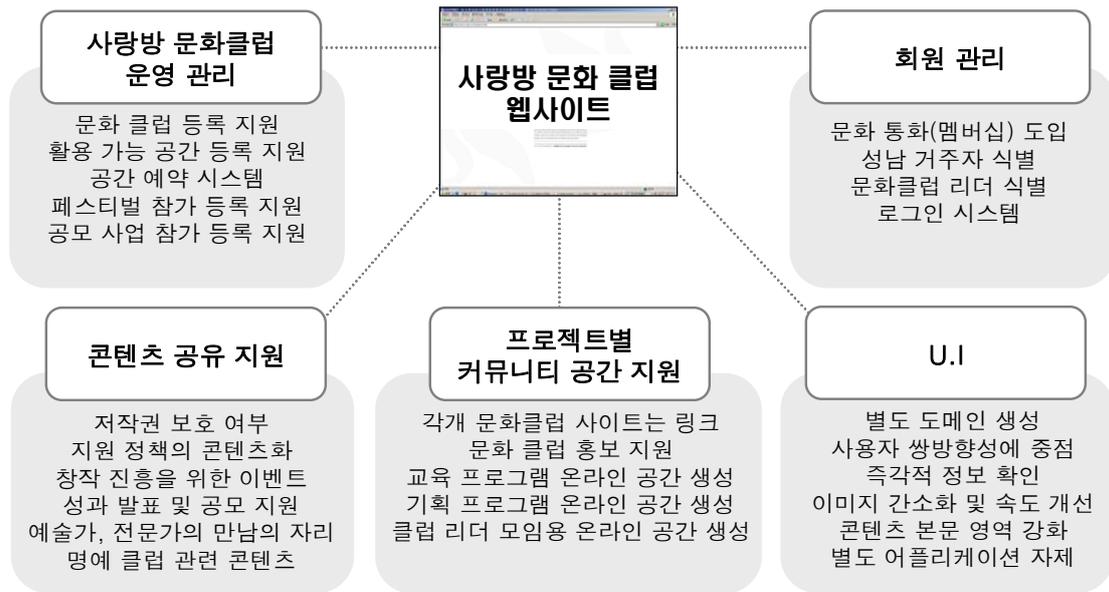
ex> 성남청년대학 (10여 개 학습공동체의 센터 역할)

-온라인 관리 운영의 강화로 운영 효율성을 강화함

4.4. 온라인 사랑방 문화클럽

사랑방 문화클럽 웹사이트의 기능을 정리해보자면, 그림 44 와 같으며 구체적으로 구축될 서비스의 내용을 그림 아래와 같이 정리해 보았다.

그림 44 사랑방 문화클럽 웹사이트 기능 열개



0. 온라인 사랑마루

- 사랑방 문화클럽 사업 소개, 사업 관련 질의응답
- 문화클럽 활동 지원에 대한 소개 및 운영 능력 검증 기준 제시
- 문화클럽 지원 신청 접수
- 각종 사업 및 프로그램 공모
- 사랑방 문화클럽 멤버십에 참여하고 있는 사랑방, 사랑마당 등 파트너로 기재
- 웹진 : 정책 공시의 콘텐츠화, 문화클럽 이야기 취재/연작 등
- 운영 이슈 : 문화클럽 리스트 운영 관리, 공간 리스트 운영 관리, 공모 사업

0. 온라인 사랑방

- 문화클럽 및 문화공간 등록 신청
- 성남시 문화클럽 및 문화공간 찾기

- 문화클럽 홍보, 교류, 공동 프로그램 개발
- 공모에 선정된 사랑방 문화클럽 프로그램 소개
- 정책 커뮤니티, 운영 커뮤니티 : 5대 TFT 커뮤니티, 문화클럽 리더 협의회 커뮤니티, 공모 프로그램 커뮤니티 등

0. 온라인 사랑마당

- 지역 자원과의 네트워크 : 문화클럽과 예술가, 후원자, 공연기획팀, 지역 장터들과 연결
- 지역 축제 안내 : 소규모 행사(ex>빛의 계단 영화 상영회), 문화클럽 공연 등 축제 소식 안내
- 온라인 작품마당 : 온라인에서 예술가와 만나거나, 자신의 작품 세계를 펼칠 수 있는 마당 제공하고 문화클럽에서 창작한 최고의 작품들을 전시
- 품앗이 : 소외된 이웃을 위한 무료 자원 봉사 모집, 문화클럽의 자원봉사를 필요로 하는 기관 등을 소개, 그 외 시민들끼리의 문화 교류

그림 45 현재 제작 중에 있는 온라인 사랑방 문화클럽의 메인 시안



4.5. 평가 지수

사업 진행 과정과 결과가 사업 목적에 얼마나 충실했는가를 가늠하고, 시민 모니터
요원들이 적절한 판단의 기준을 가질 수 있도록 평가 지수 항목들을 기술해 보려
한다.

본 사업은 크게 두 가지 측면에서 일의 진행 과정을 더듬어 봐야 한다. 하나는
문화클럽의 활동이 얼마나 촉진되고 있는가, 문화클럽의 역량은 증진되고
있는가이고, 둘은 운영팀, 재단에서 실질적인 문화클럽의 활동 환경을 효과적으로
마련해 주고 있는가이다. 전자를 사랑방 지수, 후자를 사랑마루 지수라 부르도록
하겠다.

0. 사랑방 지수

-사랑방 문화 클럽의 활동상을 평가하는 지수

-**활동 지수** : 온라인 등록된 사랑방 문화클럽 개수, 문화클럽당 평균 회원수,
등록된 문화 클럽의 평균 생존 기간, 운영된 교육 프로그램수, 운영된 기획
프로그램수, 온라인 등록 작품수 등 확인

-**속련 지수** : 지역 축제 참여 문화클럽 개수, 문화클럽 당 공연 회수, 자발적
공연의 증가 정도, 문화예술 공연의 질적 수준, 온라인 등록 작품의 질적 수준 등
확인

-**공헌 지수** : 공연 참가 관객수 및 연령의 스펙트럼, 지역적 정체성과 연관된
프로젝트의 비율, 소외계층을 위한 문화예술 기획 및 교육 프로그램의 비율, 사랑방
문화클럽 활성화를 위한 교육 및 실행 프로그램의 비율, 사회적 공헌 프로그램
공모 지원 클럽의 개수 증가 정도, 문화예술 공연 및 기획의 사회적 공헌도 등
확인

0. 사랑마루 지수

-문화 클럽의 창조적 활동을 위한 지원 환경 평가 지수

-**공간지수** : 운용 가능한 사랑방의 개수, 운용 가능한 사랑마당의 개수, 사랑방 및
사랑마당의 일정 지역 편중 여부, 사랑마루/사랑마당의 민주적/문화적 공간 조성
여부, 적절한 대여용 장비의 보유 여부 등 평가

-지원역량지수 : 사랑방 문화 클럽 관련 정책/공모 및 지역 축제 정보 제공의 성공성 여부, 문화클럽 간담회 등 온/오프라인 피드백 창구의 개설과 피드백 반영 여부, 적정수의 운영인력 고용 및 적합한 역할적 배분, 단계적/체계적 운영 계획 수립 능력 등의 평가

-협치지수 : 사랑방 문화 클럽과 지역 내 문화예술 정책과의 연결 고리 설정 및 성공 여부, 협력 가능한 예술가 및 지역 인적 자원 리스트 확보 여부, 지역 기관들과의 네트워크 정도(공간 협력/프로그램 협력), 지역 축제 기획 및 운영에서의 문화클럽 참여 범위 여부 평가

기술한 평가지수는 개략적인 내용으로 지수의 기준이 되는 평가지표 연구사업이 별도로 필요하다. 사랑방 문화클럽 사업은 문화클럽들이 구체적 사업 내용을 직접 결정하고 지역 문화기관, 문화단체와의 협치를 통해 공동 사업을 해나갈 수 있는 플랫폼을 구축하는 내용이 주축을 이루기 때문에 평가지수가 중요하다.

5. 제언

그림 46 시민주체의 문화도시 성남

시민이 주체가 되어
 “ 문화 생태계를 가꾸어 가는 ”
 문화 창조도시, 성남

“아름꾼들이 자발적으로 예술을 통해
 소통하고, 성장하고, 공헌하는 문화향유도시”

“전통 문화공간 사랑방이
 '지금, 여기, 우리'를 위한 살아있는 공간으로 융성화 되는 도시”

“예술가들과 정책 당국, 아름꾼들이
 협치를 통해서 함께 문화예술생태계를 육성시키는 도시”

본 연구는 전통 문화공간 사랑방이 현대적인 문화예술 향유 공간으로 재탄생하고, 아름꾼들이 자발적 소통과 성장, 공헌을 이루며, 성남 시민, 정책 당국, 예술가들이 협치를 통해 상생할 수 있는 성남의 미래를 위해 필요한 밑거름이다.

사랑방, 사랑마루, 사랑마당의 실현은 성공적인 문화클럽뿐 아니라, 새롭게 시작하는 문화클럽, 운영상 어려운 상황에 처한 문화클럽에게까지 기회를 제공하고 문화적 환경을 누리게 해줄 것이다. 또한, 문화클럽 활동을 하고 싶었으나 여러 여건이 마땅치 않았던 많은 성남 시민들이 일상공간에서 문화클럽 활동을 할 수 있도록 도와줄 것이다.

“미국 시사주간지 타임은 2006년 가장 큰 영향력을 행사한 올해의 인물로 ‘당신(You)’을 선정했다. 타임지는 선정이유로 전 세계 미디어를 장악하고, 새로운 디지털 민주주의를 개척했으며, 아무런 대가 없이 각자의 영역에서 기존 전문가들을 뛰어넘는 성과를 이룬 것 등을 꼽았다.”³²

³² 김사혁 KISDI 미래전략연구실 책임연구원, ‘[DT 광장] 포스트IT, 감성과 이야기를 담자’, 디지털 타임스, 2006.12.19.

2006 년에 가장 큰 영향력을 행사한 ‘개인’의 힘은 점점 더 강해질 것이다. 특히 문화예술 영역에 있어서 아름꾼들은 스스로 소통하고, 학습하고, 공헌함으로써 기존의 예술가 영역을 넘어서 새로운 문화예술의 가능성을 열 것이다. 이런 새로운 시대적 환경을 문화정책이 적극적으로 수용할 시기가 왔다.

지금부터 사랑방 문화클럽 사업이 3 개년 동안 높은 완성도와 공정성을 갖고 시행되어서 성남시의 좋은 문화적 토양으로부터 새로운 문화적 기운들이 솟아나 전국 곳곳으로 퍼져나가기를 바란다.

6. 자문 주신 분들, 참고 자료

0. 본 보고서에 자문주신 분들

- 조은아 : 추계예대 문화예술경영대학원 교수
- 김정진 : 성남문화원 사업부장
- 황정주 : 성남 민예총 지부장
- 김정이 : 한양대학교 교육공학 박사과정
- 서지혜 : 한국예술종합학교 강사
- 그 외 성남문화정책 5 대 TF 에 참여 중인 공공미술프리즘 유다희 대표께서 예술가 레지던스 및 사랑마루의 개념을 만드는 데 도움을 주셨습니다.

0. 참고자료

- 에티엔느 웅거 외, COP 혁명, 물푸레, 2004.
- 김위찬/르네 마보안 공저, 블루오션 전략, 교보문고, 2005.
- 크리스토퍼 스몰 지음, 조선우/최유준 옮김, 뮤지킹 음악하기, 효형출판, 2004
- 추계문화산업협력단, 성남시 사랑방문화클럽 실태 및 욕구조사, 성남문화재단, 2006.
- 광명시 평생학습원 2004 년도 연간보고서, 광명시평생학습원, 2004.
- 광명시 평생학습도시 건설 제 2 차(2006-2010) 5 개년 계획, 광명시평생학습원, 2005.
- ‘문화의 도시, 성남’ 어떻게 만들어 갈 것인가?, 성남문화재단 시민토론회 자료집, 2006.10.
- 문화예술교육 지식정보화사업 3 개년 계획 요약보고서, 한국문화예술교육진흥원, 2006.
- 문병주 외, 시민커뮤니티 지원체계 연구, 문화중심도시조성위원회, 2006.
- 오혜경, 소설에 나타난 사랑공간 용어의 종류와 그 의미에 관한 연구, 대한가정학회지:제 37 권 5 호, 1999.
- 조선조 상류 주택의 사랑방에 관한 연구, 천진희, 디자인연구, 1997.
- 김진성, 조선후기 상류주택 사랑채의 사회적 변화에 따른 공간특성에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사논문, 1995.

- 오수경, 연암그룹 연구, 한빛, 2004.
- 김인규, 북학사상연구, 성균관대학교 대학원 박사 논문, 1998.
- 이정희, 연암일파의 회화관 연구, 영남대 대학원 석사논문, 2000.
- 윤세형, 박지원 산문의 연구:비지문을 중심으로, 성균관대 교육대학원 석사논문, 2003.
- 김동현, 연암 박지원(1737-1805)의 건축관 연구, 명지대 대학원 석사논문, 2002.
- 디지털과 실학의 만남 컨퍼런스 자료집, (사)신규장각, 2005.
- 앤서니 기든스, 제 3의 길, 생각의 나무, 1998.
- 이동연, 문화부족의 사회 - 히피에서 페인까지, 책세상, 2005.
- 프로가꿈터 8월 호, 삼성전자(주) 구미사업장 인력개발파트, 2005.
- 정갑영, 문화의 집 모델 및 운영방안에 관한 외국사례 조사연구, 한국문화관광정책연구원, 1996.
- 문화관광부 웹사이트 <http://www.mct.go.kr>
- 한국문화예술교육진흥원 웹사이트 <http://arte.or.kr>
- 광명시 평생학습원 웹사이트 <http://gmedu.or.kr>
- 서울문화재단 웹사이트 <http://www.sfac.or.kr>
- 미국 오하이오 지역공동체 축제 웹사이트 <http://www.comfest.com>
- 아시아문화중심도시 웹사이트 <http://www.cct.go.kr>
- (사)문화도시네트워크 웹사이트 <http://www.cupu.net>

별첨, 콘텐츠로 재구성한 심층 면접 내용

꿈초롱 아이들 증창단

들꽃독서회

분당색소폰클럽

분당컬트

성남분당포토웹

요리사랑요리봉사

청년대학 기행반

탐아츠 누드크로키

풍물굿패 우리마당

Roger art class

‘꿈초롱 아이들’의 첫번째 보물창고’

꿈초롱 아이들 (중창단)



1985년부터 동요를 가르치기 시작하여 중창단을 꾸리던 김양미 단장은 2000년에 ‘꿈초롱 아이들’이라는 중창단을 공연단체로 등록하였다. 2000년 성남시 창작동요제에 처음 참가하여 은상 수상을 시작으로 지금까지 KBS, SBS, MBC, EBS의 창작동요제에서 최우수상과 우수상, 인기상 등을 수상하였다.

“지난 5월, 삼성 리움 박물관에서 ‘꿈초롱 아이들’의 단독공연이 있었습니다. 참 뜻깊은 자리였죠. ‘꿈초롱 아이들의 첫번째 보물창고’라는 CD도 만들었어요. 자, 선물로 드릴게요.”

‘꿈초롱 아이들의 첫번째 보물창고’라고 예쁘게 적힌 CD의 표지그림은 최현호 어린이의 어머니인 김경미 작가의 ‘동심’이라는 작품이다. 김양미 단장이 작사한 ‘쿵쿵쿵’으로 시작되어 엄마와 어린이가 함께 부른 ‘이 세상에 모든 것 다 주고 싶어’를 마지막으로 총 28곡이 수록되어 있다.

“‘꿈초롱 아이들’에서 배출한 제자들은 약 50~60명이고, 결혼한 제자도 있지요. 현재 첼로나 피아노로 음악 전공자도 있어요. 오랫동안 활동을 하는 어린이들이 많아서 몸이 크게 되면 입었던 단복이나 드레스를 물려주기도 해요.”

2005년 8월, 119 소년소녀합창단의 지도교사로 위촉되면서부터 ‘꿈초롱아이들’과 ‘119 소년소녀합창단’을 함께 지도하게 되었다. ‘꿈초롱 아이들’도 ‘119 소년소녀합창단’에 입단되었고, 그 이후 행사 성격에 따라 함께 활동하기도 하고 ‘꿈초롱 아이들’만 활동하기도 한다. ‘꿈초롱 아이들’은 총 15명이고, ‘119 소년소녀합창단’은 ‘꿈초롱 아이들’까지 포함하여 35명이다.

합창단원의 대다수가 성남지역 어린이이다. 김양미 단장이 ‘꿈초롱 아이들’을 이끈 지가 오래되어, 알음알음으로 많은 어린이들이 입단했다. 형제, 자매가 같이 활동하는 경우도 있다.

“공연마다 다르지만, 밝은 노래와 동요를 선정합니다. 동요마다 재미와 특색을 가질 수 있게 편곡작업을 합니다. 중간에 ‘랩’을 넣기도 해요. 노래 연습이 끝나면 안무연습을 합니다. 경쾌한 노래와 동작까지 겸해지게 되면 듣는 사람과 노래 부르는 아이들 모두 무척 신나죠.”

2006년 여름은 아이들에게 유난히 뜻깊다. 중국 청도시 소방국의 초청으로 중국의 어린이들과 함께 공연을 하였다. 한·중 양국간 소방업무의 교류와 협력 및 대외우호 관계 강화를 목적으로 청도시 소방국의 초청으로 이루어진 행사이다. “119 소년소녀합창단은 국가가 운영하는 유일한 합창단 이에요. 중국 공연은 합창단 아이들에게 큰 경험을 하게 해준 무대였어요. 그리고 국가차원에서 초청한 손님들이라 너무나도 융성한 대접을 받았습니다. 아이들이 다녀와서는 어머니들한테 ‘내가 참 소중한다고 느꼈어요. 중국에서도 그렇게 나를 대접해줘서 정말 좋았어요.’라고 말했다고 하더라고요.”

‘119 소년소녀 합창단’은 분당구 시민대축제 초청공연을 하기도 하고, Major Flute 오케스트라와도 함께 협연하기도 했다. 2006년 11월 18일 ‘분당 아버지 합창단’의 공연에는 찬조출연을 한다. 분당 아버지 합창단원인 아버지가 딸이 속한 ‘119 소년소녀합창단’의 찬조출연을 요청하여 아버지와 함께 부를 노래를 연습하고 있다.

“63빌딩에서 열린 백혈병 아동 돕기 음악회의 공연에서 느끼게 되었는데,

어린이라는 공감대가 보이지 않게 형성되어 합창단원과 백혈병 아동 모두에게 도움이 되는 느낌이 들었습니다. 그래서, 현재 어린이 화상병원 공연을 하려고 준비 중 이에요.”

우리나라의 소방동요가 무려 120곡이 있다고 한다. 재미난 가사와 흥겨운 멜로디로 처음 들어도 한 귀에 들어온다. 다채로운 안무까지 곁하게 되니 더욱 더 재미나다. 119 소년소녀합창단은 ‘불조심’의 어린이 홍보대사인 격이다.

“음악관련 문화클럽의 활동을 알고 싶어요. 다른 음악클럽의 교류를 통해서 공연을 관람하거나, 서로의 공연에 창조출연 및 초청을 요청할 수 있지요. 그리고 재즈, 국악 등의 새로운 음악 장르를 아이들이 접하게 되면 공부도 되고, 아울러 동요와도 접목시킬 수 있을 거라 생각합니다.”

연습에 한창인 아이들은 모두 즐거워 보였다. 몸짓 하나, 목소리 한 음에서도 즐거움이 그대로 드러났다. 동요를 들으니, 12살의 내가 기억났다. ‘나도 참 동요를 잘 불렀었지’ 라고.

‘책’으로 맺어진 인연이 또 하나의 가족으로

들꽃 독서회



들꽃 독서회를 찾아간 그 날은 추석 다음주에 열리는 토론이라 ‘천양희 시인’의 ‘마음의 달’이라는 시로 문을 열었다. 진행자가 차분히 시를 낭독 후, 표현과 느낌에 대한 이야기를 나누었다. 또 다른 회원은 10월 9일에 모 일보에 나왔던 컬럼을 가져와 읽은 후, 컬럼에 다뤄진 ‘한글의 소중함’에 대해 간단한 토론을 하기도 했다.

현재, 회원은 주부 12명이다. 30대 중반부터 40대 후반까지 연령대는 고르게 분포되어 있다. 이 날의 선정도서는 ‘신화는 수메르에서 시작되었다 (김산해 著)’였다. 보통 주부들의 도서토론회를 생각하면, 다소 읽기 쉬운 소설류와 시집 등을 연상하는 것이 보편적이다. 하지만, 지난 1년간 읽은 책의 목록을 보면 여기 회원분들의 내공이 심상치 않음을 한눈에 알 수 있다. 선정도서로 ‘히타이트 (이희철 著)’, ‘지중해 영감 (장 그르니에 著)’, 성의 미학 (진중권 著), 심리상자 (스키너 著) 등 각종 이론서 및 사회 과학서, 역사서, 예술관련 서적 등 모든 장르가 담겨 있던 것이다.

“분당정보문화센터의 도서관이 개관되면서부터 도서관을 자주 이용하던 주부들을 중심으로 구성되었어요. 2000년부터 시작되었으니까, 6년간 읽은 도서만해도 거의

200권이 넘는군요. 매년 10월부터 12월까지 다음연도에 읽을 책을 추천받습니다. 그리고, 다음연도에 읽을 책을 선정하죠. 선정되는 장르는 각종 이론서부터, 예술관련, 여행, 신화 등 아주 다양합니다. 얼마전 회원 중에 한분이 유럽여행을 다녀왔는데, 그 직전에 읽고 토론한 책에 나온 전시물들을 직접 보셨대요. 직접 보게 되니, 아는 것에 대해서 기쁘기도 하고, 신기하기도 했다고 하시더라고요.”

2000년에 분당정보문화센터가 개관하면서 도서관에 자주 다녔던 주부들은 ‘독서회 모집’이라는 공고를 보게 되고, 그렇게 모였다고 한다. 1년에 한번씩, 새로운 회원을 모집하는 광고를 도서관 내에 하기도 하고, 회원들의 알음알음으로도 새 식구가 늘어나기도 한다.

“매주 1명씩, 진행자를 선정합니다. 토론에 참가하는 회원들은 선정된 책을 읽는 것이 토론의 준비과정이지요. 진행자는 책의 전반적인 내용에 대해, 요약해 주고, 특히 더 이야기하고 싶은 부분에 대해서 토론을 진행해 나갑니다. 새로운 책이라도, 전에 읽었던 책의 이론과 이해가 필요한 부분이 있습니다. 진행자는 그 부분도 짚어 나가면서 토론을 이끌죠.

그리고 도서관에서 담당하시는 분들이 적극적으로 도와주세요. 가끔은 도서관의 과장님과 사서분이 함께 토론에 참여하기도 합니다.”

도서관에서 약간의 지원도 받고 있다. 1년 동안 읽을 책을 선정하여 제출하면 도서관에 있는 책은 우선 대여할 수 있다. 도서관에 구비되지 않은 도서일 경우, 사서가 다른 곳에서 대여하여 마련해주기도 한다. 하지만, 12명의 회원들이 1~2권의 책으로 일주일동안 모두 돌려본다는 것은 어렵다. 그래서 회원 각자가 책을 구매하기도 하고, 빌려서 읽어 토론회를 준비한다고 한다. 그리고, 매주 운영일지를 작성하여 도서관에 제출한다. 운영일지는 오늘의 토론내용을 요약하는 것으로 구성되어 있다.

“선정하여 토론할 책이 풍족했으면 좋겠어요. 회원이 여러 명인데, 적은 수의 책으로는 원활한 토론이 어렵습니다. 하지만, 회원 모두 책임을 가지고, 읽어 오시려고 많이 노력해요. 그리고, ‘작가와 대화’ 같은 대담회를 가지고 싶어요.

작가에게 직접 책에 대한 이야기를 듣고, 의견을 나누고 싶습니다. 그리고, 책 선정에 도움을 받을 수 있는 커리큘럼형의 책 목록이 있으면 좋겠어요.”

예산이 여의치 않아 2003년에 문집을 발간한 후, 정기적으로 문집을 발행하지는 못하고 있다. 하지만, 분당정보문화센터의 도서관에서 정기적으로 발간하는 ‘들마을’에는 정기적으로 회원들이 작품을 제출한다. 회원 중 외부 백일장에 입상할 정도로 글솜씨가 좋은 회원도 있다.

“회원 모두 주부이고 분당, 성남지역의 살다 보니까, 육아문제부터 여러 가지를 함께 고민하고 도움 받을 수 있죠. 봄,가을에는 1박 2일로 M.T.를 떠납니다. 가정에서 벗어나서 우리끼리의 시간을 함께 가지는 것이죠. 그리고, 영화나 미술관 관람도 뜻맞는 회원끼리 가족들과 함께 자주 갑니다. 이제는 서로 가족과 다름없어요. 6년간 함께 동아리활동을 하면, 당연히 가족이 되죠.”
여행을 다녀왔다는 회원이 다른 회원들의 선물을 준비하고, 또는 함께 수공예 가방을 만들어 토론회에서 뽐내기도 한다. 취미까지 공유하고, 서로를 배려하는 모습이 꾸밈없다.

사회복지법인 월드비전에서 결연 맺은 방글라데시의 6살 소녀를 매월 2만원씩 후원하고 있다. 적은 돈이지만 어려운 환경에 놓인 해외 아동들에게 도움을 주고 싶은 마음에서이다.

“엄마가 독서를 하니깐, 아이들도 자연스럽게 책을 접하게 됩니다. 엄마가 도서관을 다니니까, 아이들도 함께 도서관을 오게 되죠. 그리고, 아이들과 함께 공통된 책을 읽고 토론을 해요. 책에 대한 대화를 통해 서로서로를 더욱 잘 알 수 있죠. 그리고, 독서토론회에서 나왔던 책에 대한 이론과 지식을 아이들에게도 가르쳐 줄 수 있어서 더욱 좋죠.”

인터뷰 이후, 들꽃독서회의 최연일 회장님과 성세윤 총무님은 나에게 이런 메일을 보내 주셨다.

' 저희 이름인 들꽃처럼 회원들 모두가 각자의 향기가 있습니다. 그 향기들이 모여 매주 책을 통한 삶을 이야기하고 생각을 꺼낸 지 벌써 6년의 시간이 되어가고 있지요. 그래서인지 자신들도 모르는 사이에 서로가 서로에게 닮아가고 있음을 확인할 때가 많답니다. 어찌면 매일 함께하는 남편들보다도 더 많은 진지한 대화를 나누어서인지도 모르지만 토론할 때는 나이에 상관없이 그 사람이 진정으로 오래 사귄 친구 같답니다.

마냥 아줌마들의 수다가 아닌 이유는 주제가 있는 책을 통한 삶의 수다, 어찌면 그것이 오늘의 들꽃을 있게 한 힘이 아닐까 생각합니다. 책에 미친 아줌마들이죠. 그래서 저희 들꽃들은 이 가을도 행복하답니다.'

“일류 음악가의 초청음악회도 좋지만,
우리와 같은 아마추어들의 활동도 참 중요하죠.”

분당색소폰클럽



정자동 지하의 스튜디오. 입구에는 ‘분당색소폰클럽’을 알리는 현수막이 걸려있고, 어느 월간지에 나온 분당색소폰클럽의 보도자료 스크랩이 눈에 띈다.

분당색소폰클럽의 스튜디오를 찾아간 다음날은 분당색소폰클럽이 직접 주관하는 ‘탄천사랑음악회’의 첫 날이어서 공연준비로 분주하였다. 임헌욱 회장이 사는 ‘수지 LG 아파트’내 야외가 탄천사랑음악회의 첫 무대이다.

“음악을 정식으로 하신 회원도 있지만, 거의 다 아마추어예요. 초기에는 취미 생활을 즐겁게 잘해보자는 취지로 모였죠. 차츰 공연을 하게 되었고, 그 공연으로 지역사회 봉사를 할 수 있더군요. 우리가 즐겁게 누리는 모든 것들을 서로 나누고 봉사하자는 생각이 전 회원들 마음속에 자리잡아 있다고 생각해요.”

분당색소폰클럽은 색소폰을 좋아하는 사람들이 모여서 자발적으로 만든 문화클럽이다. 2003년 하반기부터 활동하여 현재 만 2년이 되었고, 회원의 주 연령대는 30대 후반에서 60대 후반까지이다. 현재는 40여명의 회원이 꾸준히 활동하고 있으며 여성회원은 3명으로 무척 귀하다고 한다. 음악을 ‘업’으로 삼는

회원은 없지만, 일반 회원들을 지도할 수 있을 정도의 프로급 회원들은 상당수 있다. 이 클럽을 거쳐 간 회원의 숫자만 해도 약 100 여명 정도로 추측된다.

대개 30 대~50 대 회원들은 현재 직업이 있고, 60 대 회원들은 정년퇴직을 한 회원들이다. 회원들의 직업도 일반 사업체 운영, 선생님, 의사, 대학교수 등 왕성한 사회활동을 했거나 현재 하고 있는 것을 볼 수 있었다.

일을 마치고 모여드는 회원들의 얼굴에서는 피곤한 기색을 전혀 찾을 수 없었다. 다음날 공연을 위해, 자신의 연주곡을 연습하고, 합주곡도 함께 연습하고, 연주 후에 감상을 물어보는 모습들은 무척 활기차 보였다.

“클럽 회원들만의 발표회는 4 개월에 한 번씩 하고 있어요. 그리고, 분당구 서군동에 있는 무의탁 노인들이 계신 ‘정성노인의 집’에서는 1 개월에 1 회씩 무료공연을 하고 있고, 정신지체 장애여성들의 보금자리인 ‘자애원’에서는 3 개월에 1 회씩 지속적인 공연을 하고 있습니다. 또 가끔 초청공연을 요청하면 초청공연도 하죠.”

클럽 회원들은 아마추어들이 공연할 수 있는 공간의 부족을 안타까워하면서, 스스로 공연무대를 만들어보자는 생각에 이르렀고, 그 결과물이 ‘탄천사랑음악회’라고 한다. 이제 매월 첫째, 셋째 수요일 저녁, 탄천 댐돌 공원 곳곳에서는 노을을 배경으로 색소폰을 연주하고 있는 그들을 만날 수 있다.

“색소폰은 처음 소리내기가 다른 관악기보다 쉬운 편이에요. 그래서 초기에는 의지를 가지고 하다가, 중도에 포기하는 회원들이 종종 있죠. 그 때마다 자신보다 나은 실력을 가진 회원들에게 교육받기를 청하거나, 프로급의 선생님께 지도를 부탁하는 경우가 있습니다. 서로의 도움을 주고 받으면서 실력이 향상되고 서로의 관계도 더욱 돈독해 지죠. 사실 악기를 다루고 연주하는 음악클럽이기 이전에, 새로운 사람을 알게 되고, 서로 다른 경험을 공유할 수 있는 친목도모클럽으로서의 의의도 크게 작용한다고 생각합니다.”

스튜디오 문을 열면 반갑게 맞아주는 회원들이 있고, 연주를 기다리는 나의 색소폰이 있고, 내가 좋아하는 색소폰으로, 내가 좋아하는 음악을 표현할 수 있다는 기분은 경험하지 않은 사람들은 이해하기가 힘들 것이다.

향후, 실력있는 멤버들을 키워내고 조직하여, 악단을 조직하는 것이 분당색소폰 클럽의 꿈이다. 이 악단으로 자체 정기공연과 고아원, 양로원, 교도소 등 각종 사회시설에서 위문봉사공연도 하고 싶다며 임헌욱 회장은 분당색소폰클럽의 포부를 밝혔다.

“회장 선출할 때도 호프집에서 둘러앉아서 거수로 뽑았어요. 우리는 서로 거리낌 없어요.”

칭찬은 격려를 낳고 격려는 자신감을 낳는다. 남을 격려하면 나에게 그 격려가 메아리되어 돌아온다. 나는 이 날, 서로를 칭찬하고 격려할 줄 아는 ‘분당색소폰클럽’을 만나고 왔다.

한 땀, 한 땀, 느림의 미학

분당퀼트



분당퀼트모임은 2000 년부터 시작되었다. 퀼트교실을 운영하는 선생님들 뿐 아니라 꾸준히 작업을 혼자서 즐기던 퀼터나 퀼트를 처음 하시는 사람에 이르기까지 퀼트에 관심 있는 모든 사람들이 뜻을 모으고 마음을 터놓고 교류할 수 있는 모임을 갖자는 기본적인 생각을 함께하는 몇 사람의 의지로 출발하였다. 모임지기 오선희씨는 당시 분당에서 ‘퀼트비’라는 퀼트 샵을 운영했었다.

처음에는 토요일 오전에 동사무소를 모임장소로 이용하였는데, 공공기관이 주 5 일제 바뀌다 보니, 모임장소가 여의치 않아서 현재는 ‘카페 민들레 영토’에서 모임을 갖는다.

“지속적으로 모임을 이끌기 위해서는 장소와 시간의 고정이 필수입니다. 일관성 없이 장소와 시간을 옮기면 모임을 유지하기 힘들어요. 함께 바느질하고 이야기를 나눌 수 있는 정해진 장소가 있었으면 좋겠습니다.”

참여인원은 12~15 명 남짓이며, 3~4 명을 제외하고는 모두 퀼트 강사이다. 20~30 대 초반의 주부들이 관심을 가지고 많이 참여하며, 한 회원은 올해 인사동에서 개인전을 개최하기도 하였다.

회원들의 순서를 정하고, 10 명이 1 개씩 완성해 다음 모임에 가지고 오면, 10 개의 퀼트를 순서인 사람이 가지게 되는 우정퀼트를 진행하기도 하였다. 하지만 숙제가 밀리면 나오지 않는 것은 어른과 어린이 모두 마찬가지인가보다. 그래서 지금은 ‘퀼트’자체를 즐기며 지속적으로 모임을 유지하자는 마음에서 우정퀼트는 없애고 자신이 만든 퀼트를 가지고 나와 서로 돌려보면서 이야기를 나눈다.

2004 년, ‘분당퀼트 페스티벌’에 참여하여 삼성플라자 갤러리에서 회원들이 함께 전시했었는데, 반응이 무척 뜨거웠다고 한다. 하지만, 백화점들의 갤러리 및 문화공간이 크게 수익성이 없어서인지 폐관되어 전시공간이 없어진 점이 안타깝다고 이야기했다.

“전문 퀼트작가 위주로만 전시회를 개최하면 재미가 없어요. 조금 더 열린 공간과 다양한 회원층이 전시를 하면 더욱 더 풍성한 전시가 되죠. 회원들의 참가비 없이 전시장소를 지원받아 비용의 부담 없이 참가할 수 있어서 퀼트를 하지 않는 사람들에게 퀼트를 널리 알리는 장소와 행사가 있었으면 해요. 그리고, 이러한 전시들은 회가 거듭될수록 시행착오를 겪으면서 발전될 것이라 생각하기에 계속 진행되어야 합니다.”

퀼트는 인터넷 및 서적을 참고로 하여 쉽게 시작할 수 있는 장점이 있고, 지역의 가까운 곳에 퀼트 샵이나 교실에 참여하여 서로 교류하기도 쉽다. 친목을 다지면서 직접 함께 배우고 만드는 기쁨이 크기도 하다.

“다른 회원들의 작품을 보면서 자극을 받아야 해요. 그래야 본인이 좀 더 다른 기법이나 방식으로 퀼트하는 것을 고민하게 되지요. 그리고, 퀼트 공예는 유행을 타지 않습니다. 기본기가 다져져야 소재를 다양하게 섞어서 응용력 있는 퀼트가 나오죠. 또 캐나다나 미국 등에 이민을 간 경우, 퀼트를 이야기 소재로 삼아 현지 생활에 적응하기 쉽다는 말을 들었어요.”

퀼트는 오랫동안 정성을 다 하면 완성된다. 잘하고 못하고를 떠나서, 한 땀 한 땀 바느질을 하면서 완성되는 기쁨과 느낌의 미학도 배울 수 있으며 더불어 기량이 올라감에 대한 성취감도 느낄 수 있다. 퀼트를 하면서 퀼트 뒤에 숨겨진 여러 가지를 배우게 되는 것이다.

모임지기 오선희 씨는 ‘퀵트비 사람들은 바느질만 하나요? (지은이:지음 편집부)’라는 퀵트 서적을 펴내기도 했다. 회장 오선희 씨의 프롤로그 일부분을 인용하여 마칠까 한다.

‘10년 넘게 퀵트 교실을 운영하면서 이러한 퀵트를 사람들에게 전해주는 것이 저의 일이라는 생각이 항상 기쁩니다. 퀵트비에 드나드는 모든 사람들은 퀵트의 훌륭함에 가치를 두는 사람들이기에 모두 저에게 의미 있는 분들입니다. 그들이 만들어내는 모든 작품들이 저에게는 소중한 보물들입니다. 오래도록 퀵트비를 꾸준히 찾아오시는 분들의 실력이 눈에 띄게 발전하고 함께 식사를 하거나, 속상한 일들을 하소연하기도 하면서 서로 간의 정이 쌓여갑니다.

책상 모서리에 계속 머리를 부딪치던 꼬맹이가 흰칠한 청년이 되고, 엄마 뱃속의 아기가 엄마 손을 잡고 오랜만에 찾아왔을 때 시간이 얼마나 빨리 흐르는지도 실감하게 됩니다. 그리고 그 지나간 시간 동안 얼마나 바느질에 정성을 쏟으며 보냈을까에 생각이 미치면 제가 그 시간을 모두 가진 부자가 된 것 같습니다.’

“알려지지 않은 성남, 분당지역의 곳곳을 사진으로 담고 싶습니다.”

성남분당디카사진사랑포토웹 (<http://cafe.naver.com/photoweb.cafe/>)



사진찍기를 취미로 가진 사람들끼리 성남, 분당의 곳곳을 사진으로 담고 싶은 마음에서 동호회를 결성하였다. 성남, 분당지역의 각종 공원들과 잘 알려지지 않은 지역들을 찍어서 우리가 살고 있는 지역도 홍보하고, 내가 살고 있는 지역의 자부심도 가져보자는 취지로 시작되었다고 한다.

온라인 회원은 현재 200명, 회원의 80%이상이 성남 및 분당에 주거하며, 주변지역인 용인,수지에 사는 회원도 다수이다. 정기출사에 참석하는 회원은 약 20~30명이며, 1개월에 1회씩은 사진관련 정기교육도 진행된다. 정기교육은 기초사진 교육, 포토샵 기초 스터디 등이고, 중,상급자를 위한 사진보정, 자연스러운 합성법 등의 교육도 계획 중이다. 현재는 회장인 ‘김하용’씨가 정기교육을 담당하고 있으며, 3명의 staff는 정기출사 외에 ‘번개’를 공지하고 그 번개에서는 3명의 staff이 호스트가 되어 초보 회원들을 지도한다. 정기 교육에는 약 25명 정도가 참석한다고 한다. 하지만, 온라인에 기반한 모임이라, 정기교육의 장소가 마땅치 않아서 주로 개인 회원의 집이나 사무실을 이용하여 다소 불편한 감이 있다고 한다.

“회원들의 직업은 다양하죠. 회사원이 대다수이고, 전문 사진작가, 방송, 디자인, 광고, 잡지사 기자 등 전문직종도 있습니다. 전문 직종에 종사하는 회원들은 ‘사진’이 업무의 일부분이지만, ‘사진’ 자체를 좋아하고 즐기고 있다는 것을 느낄 수 있어요.”

이 날은 ‘분당 중앙공원의 야경을 촬영해보자’는 staff 안중혁님의 번개모임이었다. 밤을 배경으로 하는 분당 중앙공원의 아름다움을 나타내기 위해, 중요 포스트 몇 지점을 미리 정하고 해가 지기를 기다린다.

“2005년 11월부터 시작된 동호회라, 아직 본격적인 활동을 펼치지 못했어요. 빠른 시일 안에 전시회를 하고 싶습니다. 큰 갤러리의 대관보다는 광장 또는 공원, 중심가를 섭외해서 전시하고 싶어요. 누구나 지나가면서 우리의 사진을 볼 수 있으니까요. 그리고, ‘사진’으로 봉사활동을 하고 싶습니다. 하지만, 성남, 분당의 어떤 곳에서 사진봉사가 필요한지에 대한 정보가 없어서 안타깝습니다. 이러한 정보를 공유할 수 있는 공간이 온라인 또는 오프라인에 있어야 한다고 생각해요.”

클럽 카페에 올라오는 사진 중, 멋진 사진들은 각종 여행사나 여행관련 잡지사, 웹사이트, 웹진 등에서 쓰기를 요청하는 경우도 있다. 저작권자를 표기하고 상업적인 용도가 아니라면 누구든지 사진을 쓸 수 있게 한단다.

“사진의 주요 테마는 자연, 풍경, 야경, 인물 등이 많지요. 하지만, 정적인 부분보다는 동적인 부분도 담고 싶습니다. 예를 들어서 ‘운동’과 ‘사진’을 접목시켜서, 카페 내의 인라인 소모임을 만들어 운동도 하고, 그 운동하는 모습을 사진으로도 담고. 일석이조가 될 수 있을 듯 합니다. 그리고, 외국 출사도 계획되어 있어요. 외국여행의 계획을 가지고 있는 회원들이 함께 여행을 떠나고 함께 사진을 찍는다면 더할 나위 없이 멋진 여행 겸 출사가 되겠지요 ”

해가 서서히 지고, 분당 중앙공원 분수대 앞 정자의 멋진 모습을 담기 위해, 연신 셔터를 눌러댄다. 한 장의 사진에 성남과 분당의 일부분을 고스란히 담기 위한 그들의 눈빛을 잊지 못할 것이다.

요리 품앗이, 싱글을 위한 요리사랑 & 요리봉사 성남모임

싱글을 위한 요리사랑 성남모임 <http://cafe.naver.com/scook3.cafe>



이 날, 수정구 노인복지회관은 무척 분주했다. ‘나눔으로 가는 황금마차’라는 일일호프가 열리고 있었다. ‘나눔으로 가는 황금마차’는 노인복지회관의 기금마련을 위한 일일호프 및 바자회로, 주변의 각종 종교단체 및 부녀회, 대학교, 고등학교에서 자원봉사를 하러 온 많은 사람들을 볼 수 있었다. 많은 사람들 사이에 ‘싱글을 위한 요리사랑 & 요리봉사 성남모임’의 회원들을 만날 수 있었다.

싱글을 위한 요리사랑 & 요리봉사 모임(이하 ‘싱요사’)은 2003년 10월에 네이버 카페가 만들어졌다. 온라인 회원이 많아지면서 오프라인 모임을 겸하여 지역모임이 생기게 되었다. 대구, 인천, 파주, 부천, 성남 등을 거점으로 지역모임이 만들어졌으며, 성남지역 모임 카페는 2006년 5월에 개설되었다.

성남모임이라고 딱히 성남지역에서만 활동을 펼치지 않는다. 서울 뿐만 아니라 인천, 파주, 부천 모임 등에서 요리봉사를 나갈 때도 함께 활동하고 있으며 성남에서는 정기적으로 ‘시온의 집’과 경기도 광주의 ‘나눔의 집’, 이천의 ‘작은 평화의 집’에 요리봉사를 나간다.

“처음에는 요리에 대해 관심을 가지는 싱글족들이 요리에 대한 정보를 공유해보자는 생각에서 카페를 만들었습니다. 그러다가, 요리를 여럿이 함께 먹고 나누면 좋겠다는 생각이 들었고, 요리봉사를 생각하게 되었지요.”

‘싱글을 위한 요리사랑 & 요리봉사’의 카페를 처음으로 개설한 이성진(닉네임:나비효과) 총 모임지기의 대답이다. 살면서 봉사하는 방법을 알지 못하는 경우가 대다수인데, 이 곳을 통해 봉사하는 방법까지 알게 되었다는 회원들이 있어 마음이 뿌듯하다고 했다. 이러한 요리봉사가 서로를 위하고, 나누며 도움을 주고 받는 공익의 한 가지 형태로 자리잡기를 바란다는 마음이 있다고 했다.

“재료를 준비하는 것부터 설거지로 마무리하는 일까지 모두 요리의 일부분이거든요. 꼭 요리를 잘해야지만 요리봉사에 참여할 수 있다고 생각하시는 분들도 있으신데, 저도 그다지 요리를 잘 하는 편이 아니예요.” 라며 성남모임의 김현미(닉네임:토토생각) 씨가 수줍게 웃는다.

“봉사지가 결정되면 온라인으로 만들 음식들의 레시피를 공유합니다. 봉사기관의 규모에 따라 7명에서 15명의 회원이 참여를 하고요, 오전에 시장을 볼 수 있는 회원들이 시장을 보고, 차량지원이 가능한 회원들은 차량지원을 합니다. 시장을 본 뒤, 봉사기관에 가서 재료를 손질하고 맛있는 저녁을 준비하는 거죠.”

성남 모임의 회원층은 고등학생부터 40대까지 다양하다. 모 카페인 ‘싱요사’는 16,000여명의 온라인 회원과 봉사기관 10곳에서 활동 중이며, 성남모임은 78명의 온라인 회원을 확보하고 있다. 특히 취사병 출신들인 남자회원들은 단연 독보적인 칼질을 선보이며 여성회원들의 부러움을 산다.

참가 1회에 15,000원의 회비를 추렴하는데, 회원 참가비로 재료구입비를 충당한다. 학생의 입장에서는 참가비가 높은 편이라, 예산의 지원이 있으면 좋겠다는 바람이 있다. 참가비가 적으면 많은 회원들이 참여할 수 있고, 참여자가 많아지면 더 많은 곳에서 저녁봉사를 할 수 있을 테니 말이다.

차량지원이 가능한 모임과 연계하고 싶은 바람도 있다. ‘싱요사’ 서울모임의 경우 등촌동 반찬봉사에 한해서 네이버 봉사카페와 연계하여 차량을 지원받는다고 했다. 그리고 홍보방법이 적어서 요리와 봉사에 관심이 많은 사람들이 카페를 못 찾는 경우도 있을 것이라며 홍보를 더욱 활성화시키면 요리로 봉사까지 더불어 하는 방법을 익히는 사람들이 많아질 것이라고 생각한다고 했다.

주방에서 뜨거운 불과 씨름하며 음식을 준비하는 회원들의 얼굴과 맛있게 음식을 드시며 즐거워하는 어르신들의 얼굴이 겹쳐 보였다. 다른 사람을 위해 음식을 준비하는 아주 작은 행동의 변화가 나의 즐거움으로 돌아오는 모습을 직접 보게 되어 마음이 뿌듯한 하루였다.

기행(紀行), 그 다양함에 대하여

청년대학 기행반 '낮선 세상속으로 떠나는 여행꾸러미'

<http://cafe.naver.com/travelbag.cafe>



청년대학 기행반은 1993년 청년대학의 10월 강좌에서 시작되었다. 역사기행반으로 시작되었으며 2005년 중순까지 역사 유적지 기행을 다녔으나, 조금 더 대중적이며 여행의 폭을 넓히기 위해 '기행반'으로 바뀌게 되었다.

청년대학은 성남지역의 청년들이 취미를 공유하거나, 취미를 통한 배움을 위해 만든 자발성 시민교육모임이다. 현재는 인터넷의 발달로 취미를 공유하는 동호회 활동이 온라인, 오프라인에서 성행하지만 1990년대에는 현재와 비교하여 공통된 취미를 가진 사람들의 모임이 다소 어려웠다. 따라서 성남의 젊은 직장인들이 '문화를 매개로 지역 내에서 취미를 함께 나누고 배울 수 있는 모임을 만들어보자'라는 취지로 만든 것이 청년대학의 전신인 청년학교이다. 이후, 청년대학으로 이름이 바뀌었다. 현재 5개의 매체가 있으며 10월에는 각 매체별로 강좌를 연다. 풍물반, 기행반, 등산반이 있고, 사진은 디지털카메라, 흑백필름카메라, 이렇게 두 종류로 나뉜다. 매체도 시대의 흐름에 따라 존재가 거듭되었으나, 긴 명맥을 유지하는 모임은 '풍물굿패 우리마당'과 '기행반'이다.

기행은 기행반 회원들만을 대상으로 1개월에 1회 진행되는 정기 기행과 일반인까지 대상으로 하는 대중기행이 있는데, 여건상 대중기행에 대한 비용의

부담 때문에, 현재는 정기기행만 꾸준히 진행되고 있다.

“첫 번째, 기행지를 선정합니다. 계절에 따라, 또는 원하는 곳을 투표받기도 해서 정하게 되죠. 두 번째로는 선정된 기행지를 조사합니다. 역사적 유래, 특색, 음식, 유명한 인물 등을 각자 정회원이 조사를 해오고요. 세 번째로 오프라인 모임에서 서로의 조사자료를 가지고 공부를 합니다. 네 번째로는 기행에 참가할 회원들에게 배포할 자료집을 발간하죠. 기행지에 대한 대략적인 지식을 담은 안내서입니다. 다섯 번째로는 강사를 선정합니다. 회원 중에서 강사역할을 하실 수 있는 분이나, 지역 문화 해설사를 섭외합니다. 그리고, 드디어 여행을 가죠.”

여행은 새로운 문화와 사람과의 만남, 그 속에서 무엇인가를 배우고 얻어가는 체험적인 매체이다. 나만의 배움에서 끝나는 것이 아니라, 다른 사람에게 본인이 체득한 것을 나눠주는 것이 필요하겠다는 생각에서 자체 강사제를 도입하였다. 기행반의 회원들은 각자가 공부하여 ‘강사’가 된다. 각자가 알고 있는 지식을 서로 나누어 지식의 폭을 넓히는 방법으로 기행강의를 진행한다. 실제로 기행반을 활동하면서 전문 문화해설사로 전직한 회원이 있기도 했다.

현재 매주 오프라인 모임에 참석하는 정회원들은 10여명 이며, 현재 오프라인 모임에 잘 나오지 못하나, 이전에 활동을 했고, 기행반의 물질적, 정신적 후원을 주는 동문이 있다. 동문은 약 50여명이다.

올해 2월, 네이버에 카페를 개설하였다. 현재 온라인 회원은 670명이다. 타 홈페이지를 이용하다가, ‘기행’이라는 장르에 적합하지 않은 홈페이지 환경이라, 이사에 들어간 것. ‘기행후기’가 ‘네이버 뜨는 이야기’에 선정이 된 후, 회원이 불어나더니, ‘오늘의 카페’에 선정되기도 했다. 기존 여행사에서 카페 출처를 밝히고 필요 정보를 스크랩 해가는 일도 있다. 전문적인 여행사까지도 아마추어인 이들의 살아 숨 쉬는 정보가 필요한 것이다.

“예산지원과 홍보방안이 제일 필요합니다. 강사 역량은 구비되어 있지만, 인원이 모이지 않으면 예산을 감당하지 못하고, 예산이 없으면 홍보가 위축되지요. 온라인

홍보도 해봤는데, 한계가 있더라고요. 온라인 외 다른 홍보방법을 찾고 싶습니다.”
홍보를 위해 자체 포스터를 만들어서 회원들 모두, 퇴근시간 이후 성남지역에 붙이고 다니기도 했다고 한다. 그러한 노력에도 불구하고 홍보는 역부족이었다고 한다.

“성남청년문화제에 5회째 참여하고 있어요. 여행을 기록할 수 있는 수단은 글과 사진이죠. 1년 동안 여행 다닌 사진을 모아 도로에서 전시를 하였습니다.”
생동감 있는 기행을 표현할 수 있는 수단은 무엇보다도 ‘사진’인데, 회원들의 사진 실력이 뛰어나지 못해 보여 줄만한 사진이 적어서 아쉬운 적이 많았다고 한다.
2006년 봄, ‘사진 강사’를 했던 회원이 3개월 동안 사진 강좌를 진행하였다. 현재는 ‘여행사진 클리닉’이라는 강좌 명으로 기행반 회원들을 대상으로 하여 사진 강좌를 기획, 준비 중이다. 향후 회원들의 사진실력이 향상되면, 사진을 포함한 ‘기행후기’와 달력이 합쳐진 ‘기행후기 달력’의 발간을 내년쯤에 기획하고 있다.

“지역 청년 중심의 활동인데, 성남지역의 공헌활동에 많이 동참하지 못했습니다.
‘몰래 산타’라고 크리스마스 이브에 각 지역의 청년회와 동호회가 주관하여 어린이들에게 선물을 주는 행사를 함께 합니다. 저희 기행반에서는 자체적으로 1년에 1회 정도, 성남 구 시가지를 대상으로 한 ‘한부모, 맞벌이 자녀와 부모님이 함께 가는 기행’, 아버지와 자녀들이 함께 가는 기행 등을 기획 중입니다.”
그리고, 이러한 활동을 하는 다른 커뮤니티의 교류가 중요하다고 말한다. 지식도 공유하고, 서로의 활동상을 통해 발전해 나갈 수 있을 텐데, 많은 동호회들을 알지 못하는 것이 안타깝다고 한다. 이러한 동호회끼리 결합되어 큰 판으로 거듭날 수 있으면 하는 바램이란다.

“기행은 참 좋은 경험이라고 생각합니다. 영동 와인 만들기, 이천도자기 만들기, 갯벌체험 등을 다녀왔는데요, 문화도 체험하고 환경의 중요성까지도 함께 깨우칠 수 있는 자리를 마련해주죠. 기행은 다양한 것을 할 수 있어요. ‘기행’이라는 단어 앞에 ‘사진’, ‘체험’, ‘생태’, ‘역사’, ‘미술’ 등을 붙여보세요. 참 무궁무진하죠.”

인체, 세상에서 제일 자연스러운 곡선

탭아츠 누드크로키 <http://taparts.cyworld.com>



야탑동 중앙정보문화센터 정문 옆에는 산장모양의 'cafe TapArts'가 있다. 이곳에서 매일 둘째 주 토요일에는 누드크로키모임이 열린다. 크로키는 형태의 특징 및 입체감을 단시간에 재빨리 포착하여 그리는 그림으로, 모델이 3분 또는 5분 간격으로 포즈를 바꾸면 수많은 연필과 붓이 분주하게 움직인다.

“누드(nude)라고 말하면 성적인 감정을 먼저 느끼게 되기도 하지만, 인체는 살아있는 곡선입니다. 역동적이고 선을 표현하기 쉽죠.”

'cafe TapArts'는 도예가인 이규형 회장이 예술인들의 만남이 시작되는 사랑방 역할을 꿈꾸어 아카데미하우스 목적으로 2004년에 설립되었다. 조소와 서양화, 도예 등의 접근점을 낮추고, 이 요소 하나하나가 일반인들의 생활 속에 녹아 양질의 교육으로 거듭나게 하고 싶어서 만들어졌다.

현재 탐아츠 누드크로키 회원은 기성작가가 30%, 아마추어 작가 40%, 일반인이 30% 정도 이다. 아마추어 작가도 누드크로키 동호회활동을 한지 2~3 년 정도 되어, 아마추어 아닌 아마추어들이다. 연령대는 30대에서 60대까지 다양하며 여성회원과 남성회원의 비율이 6:4 정도이다. 이들은 쉬는 시간을 이용하여 서로의 그림을 보고 지도하기도 하고, 식후행사에 크로키 지도와 그날의 품평회를 하고 있다. 식후행사는 식사와 함께 한국무용, 국악, 섹스폰, 오카리나 연주, 판토마임 등 매월 다양한 장르의 공연이 열리는데, 이는 평소에 쉽게 접하기 힘든 양질의 문화 공연을 맛볼 수 있는 탐아츠의 또 하나의 자랑이다.

현재 회원 수는 100여명이고, 꾸준히 참가하는 회원들의 수는 30~40명 정도이다. 탐아츠 안에는 개별 소모임이 활성화되어 있다. 유화, 수채화, 동양화 등 장르별 모임이 있는데, 회원 1명당 2~3개정도 참여한다. 역시 소모임 들의 모임장소도 'cafe Taparts'이다. 'cafe Taparts'가 회원들의 활동과 모임에서 거점역할을 하고 있는 것이다.

“올해 11월 11일~18일까지 중앙정보문화센터 여성정보회관에서 전시를 갖습니다. 모든 회원들의 작품을 전시할 예정입니다. 그리고, 작년 가을에는 전국 누드크로키 동호회 100여개가 모여 안산 단원 미술관에서 전시를 하기도 했죠.”

갤러리 대관료 및 기타 비용의 부담으로 전시를 자주 열지 못하는 점이 제일 안타깝다고 이규형 회장은 말한다. 전시 공간의 대여 또는 팸플렛 후원 등의 지원이 있다면 지금보다 자주 전시를 열 수 있으니, 누구나 미술을 감상하고 느낄 수 있는 자리가 마련되었다면 좋겠다고 덧붙였다.

“올해 10월 10일부터 16일까지는 에스토니아 미술협회의 초대로 국제 교류전에 누드크로키 회원들이 참가합니다. 동해에서 발틱해 까지라는 부제를 가지고 있는데요, 에스토니아 페루느시에서 전시합니다. 우리나라 작가와 각국의 작가들이 함께 전시하는 뜻 깊은 자리이죠. 2007년 7월 네덜란드 헤이그에서 열리는 교류전에도 참가 가능성을 타진하고 있습니다.”

올해 83세의 이관배 옹은 중학교 때부터 미술에 관심이 많아 그림을 그리고 싶었으나, 직장을 은퇴하게 전까지 그 꿈을 이루지 못했다가 작년부터 탐아츠

누드크로키에 참여하게 되었다. 스케치북에 연필로 빠르게 그려나간 그의 그림을 보니, 아마추어라 하기에는 뛰어난 솜씨이다. 이관배 옹은 누드크로키를 그리는 회원의 모습이 담긴 동영상을 직접 촬영하고 편집하여 메일로 보내기도 한다.

식후 행사인 색스폰 음색 사이로 간간히 들리는 웃음소리와 담소 한 마디, 사는 이야기, 그림 이야기가 담긴 'cafe Taparts'의 토요일 저녁은 그렇게 깊어간다.

한번 땀은 인연, 영원히! 우리 문화를 지키고 보급하는 ‘풍물굿패 우리마당’

‘풍물굿패 우리마당’ <http://cafe.daum.net/snmadang>



“마……술에 걸린 것 처럼,
당……채 안 올 수가 없는 곳”

‘풍물굿패 우리마당’의 다음 카페 첫 개시물은 ‘송희정’씨가 지은 ‘마당’의 2행시이다.

왜 마술에 걸린 것 처럼, 당채 안 올 수가 없는 곳일까?

금요일에 찾아간 우리마당의 연습실은 초급 강좌가 있는 날이었다. 초급 회원들이 북, 징, 장구를 치며 장단과 대열을 배우고 있었다. 나이가 지긋하신 어르신들부터 대학생으로 보이는 회원까지, 회원들의 연령대가 다양했다. 현재 활동회원은 20~60대, 약 60명이며 온라인 카페 회원은 800여명에 이른다.

‘풍물굿패 우리마당’은 성남의 청년단체들이 모여서 만든 자발적인 시민교육모임인 ‘청년대학’에서 시작되었다. 1990년대 성남지역의 청년들은 ‘문화를 매개로 지역

내에서 취미를 함께 나누고 배울 수 있는 모임을 만들자' 라는데 의견을 모았고, 그때 만들어진 '청년학교'는 '청년대학'의 전신이다. 이후, 청년대학으로 이름이 바뀌면서 현재 5개의 매체가 명맥을 유지하고 있다. 10월에는 각 매체별로 강좌를 열며, 풍물반, 기행반, 등산반이 있고, 사진은 디지털카메라, 흑백필름카메라, 이렇게 두 종류로 나뉜다.

1993년에 시작되어 역사가 긴 만큼, 공연의 역사도 길다. 1월 해맞이 굿, 2월 대보름 굿, 6월 단오굿, 8월 백중제, 10월 가을굿 등 계절과 절기의 행사를 주최하거나 다른 풍물굿패들과 함께 공동주최를 한다. 그 외 청년문화제, 어린이 날 행사, 통일아리랑 행사에도 참여하여 흥겨운 한 마당을 펼친다.

“공연장소를 구하기가 힘듭니다. ‘관’이 벌어지면 막걸리 한 사발이 따라오게 되죠. 그런데, 각종 공원의 상행위가 금지되고 취사할 수가 없으니, 전통적이고 신나는 굿판을 묘사할 수 있는데, 장소가 안정되지 않아서 굿판을 벌이는 것이 한정될 수밖에 없어요. 초창기 공연에는 플랜카드 조차 걸기 힘들었죠.”라며 소원영 회장은 회상하듯 이야기하면서 웃음을 짓는다.

올해로 4년째 이뤄지는 ‘우리마당’의 자체강습은 매년 4월에 시작된다. 청년대학의 강좌는 11월에 시작되며 현재 10기이다. 8주~12주에 걸친 강습을 받으면 신입회원이 되고, 신입회원부터 ‘우리마당’의 행사에 참여할 수 있다. 신입회원이 6개월 이상 교육과 활동에 꾸준히 참여하면 정회원의 자격을 얻는다. 2006년 3월에는 ‘소고’의 기획 강습이 실시되어 프로그램의 다양화를 시도하였다. 장애우를 위한 강습도 진행하고 있으며, 목욕봉사도 겸하고 있다.

“한번 맺은 인연, 영원히! 라고 생각하며, 인연을 맺은 사람들과 항상 함께 한다는 마음으로 공연을 하고 행사를 엽니다. 서로 ‘정’을 나누는 사이가 되는 거죠. 예로부터 선조들은 ‘정’을 중시하고 나누는 미덕을 보이셨으니까요. 우리는 민족문화를 지키고 배우는 사람들이라는 생각을 마음에 두고 공연을 합니다. 우리문화를 배우는 사명감이 남다르다고 자부할 수 있어요.”

타 풍물굿패와 지역 내 단체, 청년회 등과도 돈독한 관계를 유지하고 있으며, 각 단체들이 개최하는 행사와 공연에 ‘품앗이’처럼 서로 참여한다.

“안정적인 연습공간이 필요합니다. 회비로 운영되다 보니, 연습실 운영에 애로사항이 있습니다. 방음벽이 설치된 연습실이 필요한데, 설치비용이 만만치 않아 힘들죠. 그리고, 성남 구 시가지와 신 시가지의 장벽이 무너져야 한다고 생각합니다. 구 시가지와 신 시가지에서 공연을 할 때, 서로의 차이를 느낄 수 있습니다. 연습할 수 있는 공간이 신 시가지에 위치한다면 서로의 장벽을 무너뜨릴 만한 계기가 되지 않을까 생각합니다. 우리문화인 풍물과 장단으로 하나될 수 있을 거라 생각이 듭니다.”

강습하는 모습을 사진으로 담으면서, 위의 송희정씨가 쓴 ‘마술에 걸린 것 처럼, 당채 안 올 수가 없는 곳’이라는 이야기를 이해하게 되었다. 장단과 가락이 우리의 마음을 동하게 만들고, 으쓱으쓱 어깨춤이 절로 나게 된다는 이야기가 아닐까 싶다. 구,신 시가지를 장구의 채편과 북편으로 비교한다면 그 높고 낮은 음이 하나가 되는 소리를 듣는 모든 사람들은 당연히 하나가 될 수 있을 것이라는 생각이 들었다. 왜? 끊임없이 이어진 ‘우리’의 것이니까.

그림으로 세계를 보자, Roger Art Class

Roger Art Class (Roger 미술사 모임)



부르면 금방이라도 대답할 듯한 소녀의 모습을 담은 ‘진주 귀걸이를 한 소녀’는 북구의 모나리자라고 불리운다. 트레이시 슈발리에의 동명소설 ‘진주귀걸이를 한 소녀’에 모티브를 주었다.

이 날은 이 그림의 화가 요하네스 얀 베르메르 (Jan Vermeer van Delft, 1632~1675)를 공부하고 2003년도 제작된 영화 ‘진주귀걸이를 한 소녀’(2003년, 감독 피터 웨버, 주연 스칼렛 요한슨)를 감상했다. 요하네스 얀 베르메르는 빛에서 빛어지는 질감 및 색채를 탁월하게 표현한 화가로 알려진다. 화가의 출생과 활동, 작품연대까지 관련하여 당시 세계 정세 및 고향인 네덜란드의 배경을 알아보고 작품세계에 투영된 그를 알아가는 방법으로 강의가 진행되었다.

‘미술 알고 보기, 재미있게 보기, 생각하며 보기’라는 ‘Roger Art Class’의 안내문구에서도 알게 되듯이 그림을 중심으로 두고 주변의 여러 가지를 함께 볼 수 있는 눈을 기르자는 것이다. 참 쉬우면서도 참 어려운 일이다.

2004년도, 김명자 선생님이 갤러리 디렉터로 있을 때, 갤러리를 관람하러 온 관객들에게 도슨트를 하는 과정에서 이론강의가 생기게 되었다.

“그림 보는 방식을 널리 알리고 싶었습니다. 강사가 지식을 전달하는 동호회의

경우, 유익함과 더불어 재미를 주어야 해요. 그래야, 공부도 하면서 나오는 재미도 찾고 보람을 느낄 수 있죠.”

김명자 선생님은 미술전공을 하지는 않았지만, 늦게 화가의 길로 들어선 남편 송정섭 화백으로 인해, 지난 25년간 그림을 알고 느끼기 위해 노력했다고 한다.

“분당 새마을 연수원 근처에 ‘울’갤러리가 있습니다. 그 곳에서 서양화가 송정섭은 유화 실기강의를 하고 있어요. 원래 그림이란 선생님의 지도를 받으면 선생님의 화풍이 제자들에게까지 영향을 미치는데, 제 남편 자랑은 아니지만, ‘울’갤러리에서 미술 실기강의를 들으신 분들은 십인십색(十人十色)처럼 모두 다른 색깔을 가지고 있지요.”

‘현재는 10여명 정도인 Roger Art Class는 20 여명의 구성 회원을 목표로 하고 있다. 모두 50~60대의 주부이며, 청일점인 남성회원이 1명 있다. 베이커리 카페 ‘소프라’의 세미나실에서 매주 월요일 오전 10시에 강의를 시작된다. 베이커리 카페 ‘소프라’의 사장님은 문화에 대한 식견을 가지고 있는 든든한 후원자라고 살짝 귀뜸한다. 김명자 선생님은 Roger Art Class 외에 2곳의 미술사 강의를 하고 있다. 다른 곳도 강의 형태를 지니고 있으며 다른 모임의 회원은 약 20명이다.

모임에 참여하고 있는 한 회원은 “그림을 알고, 보는 공부하고 싶었는데, 이런 모임을 알게 되어 공부한다는 것 자체가 즐겁죠. 미술뿐만이 아니라, 생활 전반을 바라보는 ‘눈’이 달라지고 시야가 넓어집니다. 나를 변화시키죠.“ 라고 대답하며 흐뭇한 미소를 짓는다.

“인상주의를 기점으로 위, 아래 시대를 넘나들며 화가를 선정합니다. 왜 인상주의를 기준으로 하느냐면 인상주의 화가 중에 고희, 고갱, 세잔과 같은 우리에게 친숙한 화가가 많지요. 인상주의는 우리나라 근대사와 시기를 같이 합니다. 비슷한 시기의 한국의 예술가까지 포함하여 공부하죠. 다음주에는 여류화가인 조지아 오키프에 대해 공부할 예정인데요, 더불어 ‘황진이’이의 작품세계도 함께 다루려고 해요. 이 밖에 혜경궁 홍씨, 허난설헌 등의 여류 예술가가 예술에 미친 영향을 공부할 예정입니다. 이와 같이 미술사를 매개로 세계의 정세, 다방면의 문화, 다른 장르의

예술가도 공부하게 됩니다.”

모임 회원과 함께 음악회와 전시회를 자주 다니는 기회를 갖는다. 얼마 전에는 서울 시립미술관에서 열린 ‘위대한 세기-피카소 전’과 예술의 전당 한가람 미술관에서 열린 ‘빛을 그린 화가들 인상파 거장(巨匠)전’을 함께 관람하였다. 꼭 그림과 미술이 아니더라도, 파주 헤이리의 ‘황인용의 뮤직 스페이스’에도 함께 음악을 들으러 다닌다. 현재 미술사 강의가 진행되는 다른 클래스와 함께 내년 2월에는 일본의 ‘우에노 미술관’ 관람을 계획 중이다.

“작년에는 프랑스 화가인 마네, 모네, 르누와르에 대해 공부하면서 샹송도 공부했어요. 우리 세대가 좋아하는 에디뜨 삐아프, 조르주 무스타키, 줄리엣 그레코의 노래를 공부하면서 그들의 음악을 들으며 와인파티를 겸했죠. 참 즐거운 시간이었습니다.”

앞으로의 계획에 관해 김명자 회장은 이렇게 대답했다.

“제 꿈은 인간애가 기본이 되는 갤러리를 계획하는 것입니다. 미술실기, 미술사 강의 등 교육 프로그램이 있고 영화감상, 음악감상을 할 수 있는 문화공간도 있고요, 아마추어 화가들의 좋은 작품을 걸어 데뷔의 발판을 마련해주고, 그림의 판매가 원활히 이뤄지게 하여 문화적으로 순환 구조의 갤러리를 만들고 싶습니다. 그리하여 초보나 전문가 모두에게 도움이 되는 그림의 장을 만들고 싶은 겁니다. 이곳에 들어서면 행복해지고 그 안에서 만족을 얻어갈 수 있는 인간적인 갤러리를 꿈꾸고 있죠. 꼭 만들 겁니다.”

연구진

책임연구원

전수환(KAIST 지식경영연구센터 연구원)

박승현(성남문화재단 문화기획부장)

공동연구원

김유진(내용연구소 기획 컨설턴트)

이초영(내용연구소 기획 컨설턴트)

김상윤(내용연구소 대표)

연구보조원

이윤호(성남문화재단 문화기획부 연구보조원)

사랑방 문화클럽 발전방안 연구

발행인 : 이 대 엽

발행처 : 성남문화재단

경기도 성남시 분당구 야탑동 757번지 성남아트센터

www.sncf.or.kr

© 성남문화재단

