

문화재생 포럼

好市 탐탐

‘어떤 것이 진정성 있는 도시재생인가’라는 질문에 대해서 한국 도시 발전의 역사적 배경이라든가 물적 토대 등 모든 것을 감안했을 때, 저는 그것을 ‘사람 중심 도시로의 복원’이라고 답하고 싶습니다. 서구 도시와는 조금 다른 우리의 도시들이 겪은 여러 과정들이 있습니다. 고도성장을 거치면서 도시가 사람의 가치를 제대로 담아낼 수 없었습니다. 우리의 도시는 사람이 만든 도시임에도 사람이 대접받지 못하는 도시라고 생각합니다. 풀뿌리가 주도하고 공동체 원리가 반영되고, 문화복지를 이룰 수 있는 비물리적인 재생이 필요합니다.

— 조명래 (단국대 도시지역계획학과 교수)

好市耽探 호시탐탐: 마을을 사랑하고 즐겁게 탐구한다.



문화재생
포럼

好市
탐탐



Global Inspiration
세계 속의 경기도



Gyeonggi Cultural Foundation
경기문화재단

Contents

06 여는 글

1. 공간의 재구성

11	사람 중심 도시와 도시재생	조명래(단국대 도시지역계획학과 교수)
29	플랫폼 공간의 조성 사례들	조재원(건축가, 01스튜디오 대표)
41	당인리문화창작발전소	최도인(메타기획컨설팅 본부장)
51	청주 연초제조창 동부창고	박완규(청주시 문화산업진흥재단 차장)

2. 구도심, 제3의 공간

65	부산 원도심 창작공간 또따또가	김희진(부산 또따또가 센터장)
83	공생을 위한 커뮤니티 디자인-000간	홍성재(000간 대표)
95	도시재생과 젠트리피케이션의 기로에 선 성수동	김윤환(예술과 도시사회 연구소 대표)
105	인천 원도심의 도시재생사업과 예술(가)의 역할	민운기(스페이스 빔 대표)
119	마을 예술상점 프로젝트-이웃상회 in 안정리	이미화(이웃상회 대표)

3. 시장의 발견

139	전주한옥마을과 연계한 남부시장 청년몰	김병수(집콕 대표)
153	문호리 이야기-리버마켓	안완배(리버마켓 감독)
163	홍대앞에서 연남동까지	최현정(일상예술창작센터 사무국장)
173	1시장 1대학에서 문화관광형시장 육성으로	신미라(오색시장 추진단장)

4. 청년모임, 놀장

195	청년들의 자립, 연대, 그리고 자치	청년모임 14팀
-----	---------------------	----------

최근 마을, 도시를 기반으로 한 다양한 형태의 커뮤니티 활동이 팽창하고 있으며 의미 있는 활동으로 주변환경을 활력 있게 전환시키기도 합니다. ‘재생’이라는 정책적 용어가 도입된 것은 국토부에서 범제화하면서 본격화되었습니다. 많은 공적 재원이 조성, 투입되자 각 기초 단위에서도 앞다퉈 조직을 재편, 예산을 편성하는 등 정책 사업화하고 있습니다. 도시, 복지, 문화, 지역경제, 주민자치 부처별로 영역은 다르지만 주민들의 자발적이고 자생적인 활동을 기본 방향으로 삼고 추진하고 있습니다. ‘문화를 통한 재생’이라는 화두는 마을의 공동체성을 회복하고 주체적인 활동 흐름을 만드는 데에서 한발 나아가 도시브랜딩 측면에서 재촉받고 있습니다.

산업구조 변화로 기능이 쇠퇴한 폐산업시설, 버려진 공간이 문화적 접근을 통해 동력이 되살아나 새로운 기능을 지닌 공간으로 재탄생한다는 것은 매력적이지 않을 수 없습니다. 그러나 성공 신화와 같은 해외 선진국의 사례가 우리나라 실정에 맞는 것인지, 한국 도시의 축소판인 경기도의 각 도시와 지역 여건 속에서 재생의 상은 무엇인지, 이러한 질문이 이 포럼의 출발입니다. 재생의 이면을 드러내고 현장과의 적극적인 소통을 위해 현장 곳곳을 찾아다니며 논의하는 호시탐탐(好市耽探)—마을을 사랑하고 즐겁게 탐구하는 작은 모임—테이블을 마련하였습니다. 삶과 일의 현장에서 우

리의 미래를 고민하고 실천을 준비하는 예술가, 기획자, 지역 활동가들의 소리를 듣고 쟁점을 공유하고 학습의 기회로 삼고자 합니다.

이번에는 공간, 구도심, 시장에 한정하여 최근 부각되는 사례 중심으로 성공적인 요인과 중요하게 부각되는 지점을 드러내고자 했습니다. 지역의 고유성을 갖고 어떻게 내발적 동기와 추진 동력을 형성하여 작은 공공을 실천하고 변화하는지, 내외부 요인은 무엇인지 논의했는데, 이는 앞으로도 탐구해야 할 과제이기도 합니다. 그동안 경기문화재단은 지속적으로 커뮤니티를 기반으로 한 예술가의 사회 참여적 프로젝트를 육성 지원하였습니다. 이제 도시와 주민 영역에서 지속적이고 자발적인 기반을 견고히 할 수 있는 에너지, 묘책, 비물리적 재생이 무엇인지 살펴볼 수 있으며 이 자료집이 참고가 되길 바랍니다. 이 자료집은 3회에 걸친 포럼을 녹취, 기록하였으며 공간을 사용할 청년들의 의견과 바람을 엮은 자료집입니다.

정책적 사업이 마을 단위로 들어갔을 때 주민과 맞닿은 지점에서는 더 이상 ‘사업’이 아니라 ‘활동’으로 전환되어야 할 것이고, 이미 작은 활동, 움직임이 지속적으로 분할하고 있는 것은 반가운 일이 아닐 수 없습니다. 아무쪼록 귀한 시간 내주신 패널 선생님, 함께 참여해 의견 나눠주신 현장 전문가 여러분께도 감사의 말씀을 전합니다.

1

공간의 재구성

2015. 8. 21(금) 안양 김충업박물관

1

서구의 도시 노후화, 쇠퇴의 재건과 달리 성장 동력 창출이라는
한국적 도시재생의 배경과 과정 속에서
사람 중심의 진보적 도시로의 가능성과 물리적인 정비가 아닌
비물리적 재생으로의 지향점을 제시합니다.
또한 버려지거나 산업구조 변화로 기능이 멈춘 공간을
재생한 사례 중심으로 공간 개념의 확장과 전환,
그 과정 속에서 문화적 재생의 상을 논의합니다.



사람 중심 도시와 도시재생

조명래(단국대 도시지역계획학과 교수)

우리나라에서의 재생은 도시재생이라는 말을 쓰고 있고 전국적으로 표
준정책으로 추진되고 있습니다. 법이 마련되기 전에도 재생이라는 말이 있
었어요. 인천광역시에서 재개발·재건축을, 서울시 같은 경우에 DDP(동대문
디자인플라자) 조성을 도시재생이라고 지칭했습니다. 서울에 있는 문래동 예
술촌도 하나의 사례입니다. 도시재생이라는 단어는 쓰는 사람에 따라서 지
칭하는 대상이 여러 가지로 나뉩니다.

저도 고민을 했는데, 우리나라에는 도시재생특별법이 있기 때문에 좋은
싶든 그 틀 내에서 이야기해야 할 것 같습니다. 나머지 것들은 그것을 응용
하는—김중업박물관 같은 경우에 기존 시설들을 재활용하는 것인데, 지금
의 도시재생 개념에서 본다면 이 박물관도 도시재생사업의 한 부분이 될 수
있죠—사례를 말하도록 하겠습니다. 어느 정도까지 넓히고 어느 대상과 내
용까지 이야기해야 할지 고민하다가 편의적으로 도시재생으로 좁혔습니다.
오늘 참석하신 분들의 배경이 어떤지 모르겠어요. 지자체에서 오신 분들은
도시재생을 분명히 이해하고 계실 거예요. 그런데 도시재생이라는 명칭이 제



도화된 것이어서, 민간부분에서 문화적인 사업을 하시는 분들에게는 도시재생을 이해하기에 조금 난해한 강의가 될 수 있을 것 같습니다. 최근에는 도시재생을 법적으로 많이 이야기하기 때문에 도시재생에 좁혀서 이야기하겠습니다.

저는 서울시와 관련된 도시재생과 도시계획 분야의 일을 많이 하고 있습니다. 서울시 공무원을 대상으로 시청 내에서 도시재생과 관련된 일종의 특강이 열리고 있습니다. 특히 도시문화재생 쪽에서 새로운 관점으로 도시재생을 이해하려는 시청 직원들을 대상으로 전문가들과 특강을 열고 있습니다. 오늘 발표할 이 내용도 그때 언급된 것들입니다. 그렇기에 사례에서 대부분 서울시와 관련된 내용이 많다는 것을 이해해주시기 바랍니다.

도시재생이라는 말은 상당히 여러 분야에서 쓰이고 있습니다. 듣다 보면 애매합니다. 문화재생, 도시재생, 마을재생. 서울시 같은 경우에는 도시재생이 사실상 도시계획이라고 해도 과언이 아닐 정도로 도시계획만큼 도시재생의 모든 것을 몰아서 하고 있습니다. 서울시는 올 초에 도시재생본부를 만들어서 모든 도시재생 관련 사항을 한 부서로 몰았습니다. 물론 도시재생은 도시계획이 될 수 없지만, 현재 서울시는 그렇게 하고 있습니다. 실제로 지난주에도 서울시 도시재생에 관한 공청회를 열었습니다. 시민을 대상으로 공청회를 하고 제가 사회를 보았습니다. 시민들이 기대하는 도시재생은 전문가들과는 달리 여전히 재건축, 재개발, 뉴타운 건설 정도입니다. 도시재생을 도시를 더 아름답게 표현하는 것 정도로만 생각하고 있고 그래서 그 공청회가 제대로 될지 상당히 걱정했습니다. 왜냐하면 주민들은 그런 기대를 하기 때문에 그 사업을 하면 땅값과 집값이 오르냐고 묻습니다. 도시재생에 관한 시민 일반의 기대치가 굉장히 높습니다. 집값과 땅값이 오르는 것과 동네가 문화적으로 재생되는 것이 경제적으로 도움이 되겠느냐는 물질적인

질문을 합니다.

사실 도시재생특별법 제정 전이 오히려 이 논의가 훨씬 더 개방적이었고 이론적이었고, 실현 가능한 요소도 많았습니다. 이전에는 도시재생보다는 문화적 재생이라는 관점에서 바라보았습니다. 재생의 방법, 대상, 영역, 절차가 문화적인 무언가를 통해서 이루어지는 문화적 재생 말입니다. 문화가 개발의 언어이고 수단이고 방법이었습니다. 지금 현재 제도화된 상태에서 법의 내용과 방법을 갖고서 지금 우리가 이런 의미의 사업을 어느 정도 할 수 있을 것인가를 묻는다면 조금 난감합니다. 오히려 현재 도시재생의 틀을 갖고서 그야말로 어떤 진정성 있는 문화재생을 하려고 한다면 저는 오늘날에 어려운 점이 더 많다고 하겠습니다.

지금 도시재생은 경제기반재생, 근린재생 두 가지로 유형이 잡혀 있습니다. 문화적인 것들은 크게 두 가지 법상의 범주 중에서 근린재생의 하위유형으로 생각해볼 수 있습니다. 이런 제도적인 프레임 속에서 해야 하는데, 실제 문화재생이든 뭐든 제도적인 방법과 절차와 틀 속에서 하게 되면 물리적인 사업들이 끼게 됩니다. 이런 물리적 사업이 중심이 된다면 물리적으로는 변신을 할 수 있지만 콘텐츠의 담보에 대해서는 법으로 규정하는 바가 없습니다. 제도 바깥에서의 운동이라든가 다른 여러 가지 것으로 프로그램을 만들기도 하는데, 법적 틀 바깥에서 일어나는 활동가들의 자발적인 활동은 어떻게 담보될 수 있느냐는 문제가 남습니다. 지금으로는 빠듯합니다.

도시재생은 지금 막 시작되었기에 성과를 확인할 수 없다는 문제도 있습니다. 많은 사람과 지자체들이 전국적으로 도시재생을 하지만 도시재생의 성과를 어떤 것으로 확인할 수 있는가? 도시재생이 주민 참여 방식으로 이루어진다면, 주민 참여에 의해서 기대되거나 얻을 성과들은 제도의 틀에서 할 수 있는 것과는 상당히 다른 방식으로 나타날 것입니다. 가령 성미산마

을은 성과보다는 운동 자체에 의미가 있는 것입니다. 거기서 이루어지는 커뮤니티 비즈니스(Community business)가 의미가 있는 것인데, 제도의 틀에서 평가할 때에는 성과라고 이야기할 수 없는 게 많습니다. 이런 것들이 현재 추진되고 있는 도시재생을 상당히 애매모호하게 만드는 문제점이 있다는 것을 여러분들이 인지하고 한국적 도시재생을 고민해야 한다고 이야기하고 싶습니다.

재생이란 말은 해외에서 시작되었습니다. 서구에서는 도시 쇠퇴로부터 이런 용어가 나왔습니다. 미국 동부지역의 디트로이트(Detroit)나 영국의 사례와 같이 선진국에서 산업의 패러다임 사이클이 바뀔 때 도시 전체가 방기되기도 합니다. 도시에 사람이 사라지고 노후화되면서 많은 문제가 나타나는데, 그것을 포괄적으로 어떤 디클라인(Urban decline, 도시 쇠퇴)라고 부릅니다. 이 문제를 어떻게 극복할 것인가를 두고서 서구의 도시연구 분야에서 어떤 리제너레이션(Urban regeneration, 도시재생)이라는 용어를 쓰기 시작합니다. 그것이 우리가 쓰고 있는 도시재생의 영어적 어원입니다. 그 배경은 도시의 쇠퇴를 바탕으로 해서 도시문제를 그야말로 총체적으로 극복하겠다는 것입니다. 총체적으로 극복한다는 것은 무(無)에서 유(有)를 창조하는 것이라고 보시면 됩니다. 저는 5년 전에 미국의 디트로이트를 가보고 깜짝 놀랐습니다. 도시를 현장에서 보면서 스스로 질문을 했습니다. 자동차 산업의 유람지인 20층 정도 되는 굉장히 아름다운 포드 사의 본사 건물이 통째로 버려져 있었습니다. 그 상황의 이면에는 서구자본주의가 배경에 있습니다. 산업 사이클이 바뀌면서 도시 전체가 방기되는 것이기 때문에 그런 문제는 적당한 방식으로는 극복할 수 없습니다. 근본적인 해결책을 찾아야 합니다. 여기서 바로 어떤 리제너레이션이라는 말이 생긴 것입니다. 이것을 우리말로 번역하면 재생(再生)입니다. 제가 강조하고 싶은 것은 생(生)입

니다. 적당하게 도시의 기능을 회복하는 정도가 아니라 생명을 되살린다는 의미입니다. 생명을 다시 만든다는 의미지요. 무에서 유를 창조한다는 것의 의미에는 자연스럽게 문화 의식이 있습니다.

서구의 많은 도시재생의 사례들은 십중팔구 문화적 재생입니다. 적당하게 주거지를 개조하거나 산업단지를 개조하는 전통적 방식이 아닙니다. 전체의 복합적인 전환을 시도하기 때문에 무에서 유를 만들어내는 것입니다. 무에서 유를 만들어내는 것은 쉽지 않습니다. 그 모든 도시재생은 문화적 과정을 담보하지 않는다면 불가능합니다. 그러한 전략적 사업의 예로 영국 런던의 테이트모던(Tate modern)이 있습니다. 영국 제국주의 시대에는 테이트 강 하류 지역 전체가 무역의 현장이었는데, 제국주의가 끝나고 그 공간 전체가 방기되었습니다. 영국에서 개별 사이트(Site)가 아니고 도시 전체를 되살리는 정책으로서 어떤 리제너레이션이라는 말을 쓰기 시작합니다. 어떤 리제너레이션은 서구에서 상당히 제도화된 프로그램으로 바뀌게 됩니다. 하지만 전통적인 개별 방식과는 다른 문화적 방식과 내용을 갖게 됩니다. 하향식의 방식보다는 즉 성장이나 부동산 개발보다는 문화 창조가 주축이 됩니다. 이런 것들이 어떤 리제너레이션의 패러다임을 구성합니다.

그런 측면에서 한국 도시가 과연 디트로이트처럼 방기와 쇠퇴를 겪고 있는지 질문해보면, 우리는 그렇지 않습니다. 서구 같은 경우에는 노후화가 일어나고 있습니다. 그런데 우리는 개발 시대의 연장선상에 살고 있습니다. 부동산의 논리가 도시를 돈이 되는 것으로 바꾸어내려고 하기 때문에 땅을 남기지 않습니다. 어떤 면에서 보면 우리는 쇠퇴를 하더라도 시장에 의해서 재생할 수 있는 기제가 있습니다. 이것이 우리나라 도시재생의 굉장히 중요한 배경이자 조건으로 작용합니다. 아까 말씀드렸듯이 도시재생이라는 이름으로 사업을 하면 주민들은 집값과 땅값이 오를 것이라고 기대합니다. 우리

는 도시재생을 하기에는 서구처럼 쇠퇴가 없다는 것을 기억해야 합니다. 우리가 기껏 확인할 수 있는 현상은 중소도시의 오래되어 쇠락한 지역, 낙후된 시가지, 2008년 금융위기 이후에 그 이전 단계에 수립된 과잉 개발의 수요가 줄어 사업 진행이 안 되면서 쇠퇴한 경우들 정도입니다.

도시재생을 위해서는 재생이 될 만한 논거들이 있어야 합니다. 그래서 한국의 도시 쇠퇴를 연구하기 위해서 서울대학교 연구팀을 중심으로 전국적으로 연구를 했는데, 한국의 도시 쇠퇴가 상당히 불분명하다는 결론이 났습니다. 서구에서 볼 수 있는 쇠퇴 현상이 불분명하다는 것입니다. 특히 도시재생특별법이 마련된 이후에 실질적으로 이루어지는 도시재생을 보게 되면, 서울시 같은 경우에도 그 논거가 애매모호합니다. 무엇을 재생해야 할지 불분명하다는 말입니다.

지금 현재 진행되고 있는 재생사업의 내용을 보면 크게 세 개로 분류됩니다. 먼저 성장 동력을 창출하는 것입니다. 경제 기반으로 한전 부지, 창동역세권, 이런 것을 개발하는 정도입니다. 거기에 문화요소들이 꽤 들어갑니다. 그리고 가장 많은 것은 역시 노후 주거지 정비입니다. 옛날 식으로 무작정 없애는 것이 아니라 주민이 참여하는 공동체 방식으로 정비하는 것으로 차별화되어 있습니다. 그리고 여러분이 관심을 가질 수 있는 역사·문화공동체 복원입니다. 하지만 이것이 과연 도시재생인지 질문해봐야 합니다. 우리나라는 성장 동력 창출이 재생의 중요한 과정이자 사업으로 들어와 있습니다. 정부에서 사업을 하고 있지만, 여전히 한국적 도시재생이 뭔지는 분명치 않습니다.

지금 법제화되고 추진되고 있는 한국적 도시재생은 '관심'보다는 개별사업입니다. 개별 사업이 다양하게 많이 추진되고 있지만 그것을 모으고 모은다고 해서 한국적 도시재생인지는 질문을 던져봐야 합니다. 이런 식으로 도

시재생이 이루어진다면 도시재생에 어떤 미래가 있을 것인가. 이를테면 지금은 대안적 주거방식이라든가 기존 개발방식을 종합한다든가, 주민 주도로 이루어진다고든, 선도 지역을 지정하고 도시재생 전략을 수립하는, 이런 내용이 현재의 실질적인 도시재생사업입니다. 그런데 이런 식으로 가다 보면 저는 과연 도시재생이 무엇인지 혼란이 있을 거라고 보기에 전통적인 방식으로 돌아가지 않을까 하는 걱정도 듭니다.

지금쯤 진정성이 있는 도시재생의 성공 모델이 필요합니다. 예컨대 풀뿌리가 주도하고 공동체 원리가 반영되고, 문화 복지를 이룰 수 있는 비물리적인 재생이 필요합니다. 그런데 비물리적인 재생이 법으로 들어가면 제도와 조직으로써 실행하기가 힘듭니다. 이런 사업 모델을 만들기가 여의치 않습니다. 그래서 우리는 이제 아주 근본적인 재생이 필요하고 새로운 개념의 설정과 방향의 설정, 철학의 설정이 필요하다고 봅니다. 앞에서 말씀드렸던 '어떤 것이 진정성 있는 도시재생인가'라는 질문에 대해서 한국 도시 발전의 역사적 배경이라든가 물적 토대 등 모든 것을 감안했을 때, 저는 그것을 '사람 중심 도시로의 복원'이라고 답하고 싶습니다. 너무 뜬금없는 이야기일 수 있는데, 이것은 도시를 바라보는 생각에 관한 것입니다. 서구 도시와는 조금 다른 우리의 도시들이 겪은 여러 과정들이 있습니다. 그동안 이른바 고도성장을 거치면서 도시가 사람의 가치를 제대로 담아낼 수 없었습니다. 도시를 연구하는 저의 입장에서 보더라도 우리의 도시는 사람이 만든 도시임에도 사람이 대접받지 못하는 도시라고 생각합니다.

서울의 DDP(동대문디자인플라자) 같은 경우도 문화가 상당히 중요한 코드인데도 철저하게 문화산업적 방식으로 진행되었습니다. 그러니까 결국 이는 우리 도시의 지배적인 가치 속에 흡수되어버린 것입니다. 따라서 저는 우리 도시를 어떻게 바라볼 것인가에 대한 관점에서 시작해 도시재생의 문제

와 나아가 문화재생의 문제를 논리적인 연관 속에서 고민해봐야 한다고 봅니다. 현재 한국은 고도성장기를 거치고 저성장기로 왔습니다. 그러면서 도시의 성격이 바뀌었고 개발 수요가 바뀌었기에 도시재생에 대한 새로운 방식이 요구됩니다. 그럼에도 불구하고 여전히 지자체의 단체장이나 주민 다수가 원하는 것은 고도성장기의 개발 가치를 지키는 것입니다.

도시의 패러다임은 1990년대 중반부터 변화하기 시작했습니다. 우리나라에서 도시 패러다임의 변화를 보여주는 상징적인 사건은 1994년 서울 남산의 외인아파트 철거입니다. 당시 2,200달러를 들여서 지었던 아파트를 그만큼의 돈을 들여서 무수했습니다. 이것이 어떤 포스트모더니즘(Urban Postmodernism), 일종의 탈개발주의로의 전향이었습니니다. 그 이후에 우리가 아는 여러 개발주의 시장들이 들어서면서, 한편으로는 개발을 넘어서려 하면서도 끊임없이 개발주의의 방식으로 진행되었습니다. 이만큼 패러다임의 전환을 실질적으로 실현하는 것은 쉽지 않습니다. 다행스럽게도 그나마 이런 논의를 하고 정책을 실질적인 내용으로 바꾸어내려는 시도들이 2010년 지방선거를 거치면서 시작되었다고 봅니다. 예컨대 무상급식 논쟁이 그 예입니다. 그것은 우리나라의 정치와 지자체 정치 패러다임의 변화를 알려주는 중요한 지표입니다. 돈을 들여서 무상복지를 실행하는 것입니다. 우리는 그동안 돈을 들여서 생산과 개발을 하지 돈이 안 되는 복지를 적극적으로 실행하지는 않았는데, 그것을 하자는 것이 무상급식입니다.

1960,70년대 일본에서 우리보다 앞서 이른바 혁신자치제 운동이 전국적으로 일어난 적이 있었습니다. 우리같이 일본도 경제 성장을 위한 물리적인 개발을 하면서 환경은 환경대로 악화되고 주민들의 생활은 궁핍해지자 삶의 질에 대한 관심이 높아졌습니다. 그때 진보적인 정치 세력들은 이런 요구들을 정치적인 의지로 바꾸었습니다. 개발보다는 복지와 분배를 들고 나

왔습니다. 그 당시에 공민당 같은 진보적인 정당이 지금까지 해왔던 개발주의 방식이 아니라 탈개발주의의, 사람이 중심이 되는 가치로 바꾸겠다고 유세를 했고 주민들은 이에 절대적인 지지를 보냈습니다. 1970년대 초반을 거치면서 일본 국민의 반 이상이 이른바 혁신자치제 아래에서 살았습니다. 인기가 좋아서 그 의제를 당시 보수 정당까지 가져갔습니다. 그리고 중앙정부도 그 의제를 가져갔습니다. 지난 대선 때 우리의 현재 정부에서 경제 민주화 의제로 많은 덕을 봤습니다. 그것과 같은 이치입니다. 일본에서는 혁신자치제가 등장하면서 지자체의 정책 의제가 개발에서 탈개발주의로 바뀝니다. 우리나라에서는 2010년에 있었던 무상급식 논쟁이 탈개발주의의 한국적인 사례라고 봅니다. 실제로 이때 여러 지자체장들이 사람 중심의 도시를 만들겠다는 뜻을 내비칩니다. 이 지자체장들은 흔히 말하는 진보적인 단체장만은 아니었습니다. 지금 전국적으로 조사를 해보면 아시겠습니까만 과반수 이상 지자체의 슬로건이 사람 중심을 이야기하고 있습니다. 그만큼 그게 필요하고 요청되고 있는 것입니다. 이런 변화들은 우리 사회에서도 사람의 가치를 배려하는 방향으로 정책이 바뀌어야 한다는 요구를 반영한 것이라고 봅니다.

그래서 저는 진정한 도시재생이 여기에서 나온다고 보고 있습니다. 고도성장기를 거치면서 우리가 잃어버리고 배제해왔던 사람 중심의 가치를 우리의 정책, 사업, 일상 영역에서 복원해야 한다고 봅니다. 저는 도시재생이 복원을 실현하는 중요한 도구가 되어야 한다고 봅니다. 이것이 제가 말씀드리는 것의 핵심 내용입니다. 그렇다면 도시의 무엇을 재생해야 하고 어떤 도시로 재생해야 하느냐? 다시 말씀드리자면, 도시 전체를 온전하게 제대로 된 도시로 재생해야 한다는 것입니다. 이것이 제가 중요하게 지적하는 것인데, 그동안의 우리의 도시는 그야말로 경제 시스템의 가치로 작동되어왔습

니다. 이제는 그것에 반대되는 것이 도시 발전의 가치가 되고 작동의 중심이 되어야 한다는 것입니다. 이를테면 장소와 경제의 논쟁에서 공동체와 사람의 변혁, 우리의 모든 정책과 실천에서 사람의 가치가 중심이 되어야 한다는 것입니다.

사람의 가치 중심이라는 단어는 굉장히 복고적인 단어로, 인간의 이상을 강조하는 모더니즘적인 발상입니다. 제가 여기서 말하는 사람은 진정성 있는 인간입니다. 자연이 함께하고 사회적 정의로 내면적 실천을 할 수 있는 그런 인간을 말하는 것이지 물질적인 인간상을 이야기하는 것은 아닙니다. 이런 도시를 최근의 도시연구 분야에서 '프로그레시브 시티(Progressive city, 진보적 도시)', 혹은 '사람 중심의 도시'라고 이야기하고 있습니다. 진보적 도시라는 말은 제가 최근에 적극적으로 쓰고 있습니다. 진보적 도시의 핵심은 정치적인 것이 아닙니다. 사람의 가치가 다시 중시되는 도시입니다. 그간 우리의 도시는 사람의 가치 발전을 가로막는 시스템들이 지배적이었습니다. 부동산이나 정책과 같은 것들이 가로막는 것이죠. 그것을 극복하는 도시가 진정으로 발전하는 도시라고 보고, 그것을 도시의 진정한 진보라고 보는 것입니다. 정치적으로 무엇인가를 하자는 것이 아님을 강조하고 싶습니다.

이렇듯 사람의 번영이 이루어지는 도시를 진보적 도시라고 이야기하는데, 우리나라의 경험에서 본다면 이런 사례가 있습니까? 사례는 너무나 풍부합니다. 우리의 도시가 갖고 있는 패러다임적 한계에 조금만 더 관심을 갖는다면 그것을 극복한 사례가 너무나 많다는 것을 알 수 있습니다.

현재 세계적으로 통용되는 신도시의 기원은 영국의 가든 시티(Garden city) 운동에서 시작된 것입니다. 그 운동의 시작은 유토피아 운동입니다. 따라서 도시 계획이라는 것은 자유시장경제의 시장 매커니즘을 극복하는 것이 주된 목적입니다. 따라서 이 계획은 사람들의 유토피아였습니다. 공산사

회주의 초기의 활동을 보면 공간을 통한 유토피아의 건설을 이른바 사회적 변혁의 중요한 사회적 실천방법으로 제시합니다. 유럽에는 사회자치주의, 일본에는 혁신자치제가 있었습니다. 현 뉴욕시장 빌 드 블라시오(Bill de Blasio)가 뉴욕을 진보 도시로 만들겠다고 선언했습니다. 그때 그가 지칭한 진보는, 있는 자가 아니라 없는 자를 위해서 일하는 것입니다. 뉴욕은 미국에서 가장 잘사는 동네인데 문제는 모두가 잘살지는 않는다는 것이죠. 없는 자들을 주요 대상으로 해서 정책을 수립하겠다는 것입니다. 그 정책은 연방 정부가 하지 못하는 복지, 고용, 교육, 문화, 환경 정책을 과감하게 펴겠다는 것입니다. 기존의 정책 틀에 맞춰서 하지 않겠다는 것입니다. 실제로 올 8월 초에 내놓은 파격적인 정책 중 하나는 뉴욕의 임대료 동결을 결정한 것입니다. 기존의 부동산 시장 논리에 따르지 않겠다는 뜻이죠.

역사상 사람의 가치가 진정성 있게 실현되고 보장되면서 사람 스스로가 도시의 주체가 되어 사람 중심의 가치를 실현한 도시가 있다면 여러분은 어떤 도시라고 생각합니까? 저는 아테네(Athenae)라고 생각합니다. 우리 도시들은 도시 사업들로 도구화되고 시스템에 종속되었기에 사람이 만들었으면서도 사람이 중심이 되지 못한다는 모순을 갖고 있습니다.

휴먼 스케일 시티(Human scale city)를 이야기하고자 합니다. 서울 같은 경우에 인구가 1천만 명입니다. 1천만의 사람이 도시의 주체가 되기는 어렵습니다. 인구가 늘어나면 그 도시에 사는 사람들은 익명적 주체가 될 수밖에 없습니다. 그렇다면 적정 규모라는 것이 있을까요? 사람의 가치와 공동체적인 인간관계가 성립될 수 있는 적절한 규모가 있느냐는 겁니다. 그것이 바로 인간 중심의 휴먼 스케일 시티입니다. 인구가 몇 명이면 가능할 것 같습니까? 대개 도시계획 전문가들은 적정 규모로 20만에서 30만 명으로 보고 있습니다. 그 계산이 어떻게 나오냐면, X와 Y 좌표에서 X축을 도시 인구비

율로, Y축을 인간 서비스 비용으로 생각하면 됩니다. 가령 1천만 명이 있을 때와 50만 명이 있을 때 서비스 비용이 달라집니다. 인구가 적을 때는 인프라를 설치해서 서비스를 하려면 1인당 서비스 비용이 많이 드는 것이죠. 인구가 많아지면 서비스 비용이 낮아지지만, 일정 지점에서 더욱 늘어나면 비용이 더 발생합니다. 이것은 도시정책에서 말하는 공공서비스 비용으로 계산한 것입니다.

이른바 유럽의 코뮌(Commune)이라는 것, 우리나라 같으면 기초지자체를 말하는 것이죠. 법적으로 인정되는 자치의 기본단위입니다. 그곳에서는 거버넌스(Governance)가 가능합니다. 공동체적인 관계가 가능합니다. 거기서 내 삶과 사회와 경제가 합쳐질 수 있습니다. 서구 지자체의 인구 규모는 5천에서 2만입니다. 코뮌의 규모가 이렇습니다. 최근에 넓히고 있습니다. 그만큼 스케일에서 사회적 관계의 화학적 작용을 담보하겠다는 것입니다. 화학작용은 사람 중심의 관계망 틀 안에서 익명적인 것이 아니라, 스스로 정책을 갖고서 할 수 있도록 하는 것입니다. 그래서 아까 역사상 이런 것이 유일하게 실현된 도시가 아테네라고 했던 이유가 여기에 있습니다. 아고라(Agora)를 만들어서 주민들이 직접 가서 정하고 실천하는 것입니다. 지금 서울 같은 인구 천만의 도시에서는 도시재생을 누가 합니까? 주민이 하지 않고 서울시가 합니다. 그만큼 경제적인 스케일이 커지면 인간 삶의 화학적 작용의 관계까지 달라집니다. 저는 휴먼 스케일이 중요하다고 봅니다. 이것은 공간 문제입니다. 사람 중심의 도시를 어떻게 재생시킬 것인가 고민한다면, 바로 그런 공간의 스케일을 이해하는 것이 중요합니다. 공간 스케일의 원리를 갖고서 그 공간의 시스템과 관리를 구축하고 복원해야 합니다.

그렇게 해서 우선은 공간 틀의 구축, 즉 어떤 스케일(Urban scale)을 휴먼 스케일(Human scale)로 바꾸어야 합니다. 문화적 재생은 주민들이 함께

할 수 있는 스케일을 갖지 않으면 이루어지기 힘듭니다. 소통이 되고 참여가 담보되고 익명성이 아니라 자기의 정서가 담길 수 있는 스케일 말입니다. 그럴 때 그 관계가 문화이고, 그 삶이 문화가 됩니다. 따라서 그때 문화는 장소 안의 문화이고 장소 안에 숙성된 문화입니다. 그것은 저 멀리서 가지고 온 문화도 아니고 전문가들의 문화도 아니고 화려한 문화도 아닙니다. 풀뿌리 시민들이 참여할 수 있는 틀을 갖고서 도시를 다시 만들어야 합니다.

이런 공간 스케일에서는 공생과 협업, 협동을 중시하는 성미산마을과 같은 모델이 중요합니다. 성미산마을의 중요한 점은 마을의 스케일의 문제가 아니라 스케일 속에서 이런 것들이 담보된다는 것입니다. 성미산마을은 사람의 관계를 일깨워주고 주어진 상황과 자원을 재해석해서 가치가 있는 것으로 만들어내는 가능성을 보여줍니다. 성미산마을에는 육아 공동체가 구축되어 있습니다. 가족의 차원에서 보자면 육아는 중요한 일입니다. 가장 손쉬운 방법은 돈을 주고 아이를 맡기는 것입니다. 육아가 상품화된 것입니다. 시스템을 따라가자면 육아를 상품으로 구매하는 것이 가장 쉽습니다. 돈을 많이 벌어서 아이를 맡기면 되는 거지요. 그런데 해보니까 보육도 제대로 안 되고 돈도 많이 드는 문제들이 생기는 거예요. 그래서 육아 공동체라는 것을 하는 것입니다. 시장에서 육아라는 상품을 사는 대신에 자기 생활 영역에서 만들어내는 것이죠. 그렇게 해서 우리 삶에서 시장에 빼앗겼던 것을 다시 가져오는 것입니다.

저는 문화적 재생에서 그런 과정이 담보되지 않는다면 어렵다고 봅니다. 그래서 공동체가 매우 중요합니다. 여기서부터 여러 창조적인 문화 활동이 나옵니다. 문화적 재생 공동체를 구축할 수 있을 때 진정한 문화적 재생이 이루어진다고 생각합니다. 최근에 많은 사람들이 이런 문제를 간과하고 있는데, 서구의 성공적인 문화적 재생 모델의 이면을 보면 다 이런 공동체

들이 있습니다. 또 일면에는 지속 가능한 시스템들이 있습니다. 그래서 이게 하나의 시스템을 구축하고 지속 가능해야 합니다. 지속가능성은 사회·경제·역사·문화 분야에서 이루어져야 합니다. 문화재생을 전체 틀 속의 유기적인 관계망에서 지속 가능한 방식으로 보아야 합니다.

안양이라는 도시 공간 속에서 김중업박물관이 다른 문화자원들과 함께 서로 보존하는 공간적 접근이 필요합니다. 그 틀 전체가 저는 이른바 근린 자치라고 봅니다. 안양시 같은 경우에 문화재생 사업을 많이 하고 있습니다. 지역 주민들이 스스로 할 수 있는 시스템의 구축이 필요합니다. 이상적으로 보자면 5천에서 2만 명 정도가 합법적 자치 단위 규모로서 가장 좋다고 봅니다. 서울시에서 많은 도시재생사업을 합니다만, 제가 지난해 말에 심사위원이 되어 후보를 뽑을 때 가장 주목해서 보았던 것은 '주민들 스스로가 자율적으로 지역 사회를 관리하고 문화사업과 기획을 할 역량이 있는'였습니다. 그런데 그 역량이 얼마나 지속 가능할지 모르겠습니다. 이러한 모델들은 우리나라의 현실에서는 여의치 않습니다. 주민의 역량 의식에 대한 행정적인 준비를 본다면 제가 이야기했던 것들을 충족하기에는 턱없이 부족하고 모자랍니다. 이상과 현실 간에 괴리가 커서 그만큼 제대로 된 도시재생을 한다는 것은, 진정한 도시재생을 한다는 것은 어렵습니다. 결론적으로 말씀드리자면 서울시 도시재생은 관이 주도해버립니다. 이 사업이 운영되면 어떤 결과가 나올지 지금은 잘 모르겠습니다.

마지막으로 사람 중심의 도시를 위한 과제 몇 가지를 말씀드리겠습니다. 우선 한국적 도시재생을 하기 위해서는 현 세태를 넘어서 도시의 새로운 가치를 창출하고 사람의 번영을 창출해야 합니다. 공간의 스케일, 이른바 공간의 단위를 어떻게 설정할 것인가도 문제가 됩니다. 그런데 지금 서울시 같은 경우, 이 단위를 설정하는 것에 아직 답이 없습니다. 현재 실질적인 공간

의 단위는 동입니다. 과연 동이 사람들의 관계망을 담보할 수 있을까요? 읍, 면, 동을 지방자치의 기본 단위로 해야 한다고 저는 김대중 대통령 시절부터 강조했습니다. 주민자치센터는 김대중 정부 때 도입되었습니다. 주민자치센터를 도입할 때 그 용어를 쓴 까닭은 읍, 면, 동을 당장은 자치 단위로 하지 못하더라도 언젠가 미래에는 그 단위가 합법적 자치 단위가 될 것을 전제로 했기 때문입니다. 지금은 주민자치센터를 철저하게 관이 운영하고 있는데, 주민자치센터가 언제 진짜 자치 단위가 될지 모르겠습니다. 지금 큰 쟁점 중 하나는 '기존의 주민자치센터를 어떻게 할 것인가'입니다. 동네가 중요한 단위가 될 수 있습니다만, 우리는 장소화되고 공간화된 것들을 재생의 기본 단위로 삼아야 합니다. 그렇게 해서 법으로 표준화된다면 가장 좋겠지요. 가령 근린을 하나의 공간 단위로 삼으면, 이른바 국토계획법이나 도시재생특별법보다 훨씬 더 마을을 중심으로 하는 문화재생을 실현할 수 있을 것입니다. 마을에서 이루어지는 무브먼트(Movement)의 에너지와 행정의 힘이 그야말로 화학적으로 결합하는 것이 거버넌스입니다. 그리고 이 운동의 방식과 행정의 방식이 결합되어야 현재 우리 정부가 추진하고 있는 도시재생사업이 성공한다고 봅니다. 현재 제도적으로 도시재생지원센터를 만들고 있는데 그것이 어떻게 작동될지 지금으로서는 모릅니다.

재생의 핵심은 공간의 재생과 사람의 재생입니다. 제가 특별히 강조하고 싶은 것은 도시재생이 사람재생이 되어야 한다는 것입니다. 터를 잡고 살아가는 사람들의 관계가 재생되는 것입니다. 주민들이 스스로 하는 것이 중요합니다. 그다음에 강조하고 싶은 것은 실효적 통합재생인데, 지금 법으로는 이른바 물리적 재생과 비물리적 재생을 함께 진행하고 있습니다. 다시 말씀드리면 현재의 도시재생과 기존의 방식의 가장 중요한 차이점은 물리적인 정비가 아니라 문화, 교육, 복지 등과 같은 비물리적인 요소들을 재생시킨다

는 점입니다. 도시의 물리적 재생에 더해서 비물리적 재생, 경제적 재생, 문화재생의 화학적 반응이 일어나는 것이 필요하고, 이것이 현재 법으로 제시하고 있는 재생의 방법론이기도 합니다. 이런 사업들을 실질적으로 끌어들이 통합적 재생을 하는 것이 큰 숙제로 남아 있습니다. 통합재생은 결국은 공동체 내에서 지역 주민들이 자발적으로 할 수 있는 것 그 자체로서 문화재생이 이루어지고, 문화를 외부화하는 것이 아니라 내부화시키는 것으로서 이루어져야 합니다. 어떤 성과가 생길 것인가가 아니라 그 과정이 중요합니다. 고민이 필요합니다. 민간의 역량을 어떻게 기를 것인가가 중요합니다. 자발적 참여. 그것은 시장에서 돈으로 구입할 수 없는 가치 있는 자원이 됩니다. 그것을 시장의 비용으로 계산하면 엄청난 재원이 됩니다. 가령 우리가 재생사업을 할 때 안양시의 재정만 가지고 하면 문화적인 시설이 되지만, 공동체가 함께 이용하고 이 터가 재생을 이루어나간다면 지역 주민과 함께 가야 되겠죠. 인간이 자원이 되겠지요. 이런 것들은 돈의 문제에서 고민해 봐야 합니다. 경제기반 재생에서 민간 자본을 어떻게 활용할 것인가에 대해서는 현재로서는 누구도 답을 못하고 있습니다. 앞으로 고민해야 합니다. 예컨대 마을의 문화재생에 어떻게 주민들을 참여시키고 어떻게 그들의 역량을 기르며, 어떻게 그들이 갖고 있는 재원을 구체화시킬 것인가. 우리는 공동체의 돈으로 사업을 하는 것이기에 이것을 어떻게 해결해야 할 것인가는 큰 숙제입니다.

이 정도에서 마치겠습니다. 감사합니다.

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 오늘 선생님께서 몇 가지 단서를 짚어주신 것 같습니다. 첫 번째는 흔히 도시재생이나 문화재생이 도시나 특정한 공간 지역의 쇠퇴를 전제로 한다는 이미지를 갖고 있는데, 우리나라는

쇠퇴를 전제로 하지 않는다는 단서를 짚어주신 것 같습니다. 저도 사실 '시민재생'이라는 용어를 자주 쓰는데 말할 때는 자주 씁니다만 문서로 쓸 때는 '시민재생'이라는 단어를 용감하게 사용하지 못했습니다. 그런데 오늘 선생님께서 '사람의 재생'이라고 풀어서 써주셨습니다. 오늘 유인물로 나눠드린 선생님의 글을 보면 창조적 문화계급의 유입이나 양성이 특정한 소수의 엘리트가 아니라 시민 전체, 주민 전체의 추동적인 세력에 의한 면이 있는 것 같습니다. 또 하나는 과정이라고 말씀하셨지만 상당히 느린 속도를 지향할 수밖에 없다는 가능성을 내비쳐주셨고요. 말씀을 들으면서 이런 생각을 했습니다. 이런 것을 이끌어갈 주체적 추동력을 가진 시민 세력들이 전인적 르네상스인, 통합적 관점을 가진 제너럴리스트(Generalist)에 가깝지 않나, 그런 생각을 해봤습니다.

플랫폼 공간의 구성 사례들



건축가, 01스튜디오 대표 **조재원**

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 사례 발표 시간을 갖겠습니다. 사례 발표 들어가기 전에 문화재생 프로그램을 소개해 드리겠습니다. 장소를 옮겨 다닐 것입니다. 현장에 나가서 실제 사례도 보고요. 다른 지역의 사례를 유형별로 나눠봤습니다. 재미있는 시간이 될 것 같습니다. 첫 번째 기조발제는 전체적인 면에서 개념이라든가 진단에 대한 내용이라서 유익하셨을 거라고 생각합니다.

첫 번째 사례 발표로 플랫폼 공간의 조성 사례를 발표하겠습니다. 경기청년문화창작소의 건축을 맡고 계신 것으로 알고 있습니다. 건축가이시며 01스튜디오 대표이신 조재원 선생님 모시고 여러 가지 사례에 대해 이야기를 듣도록 하겠습니다.

조재원 (건축가, 01스튜디오 대표): 안녕하세요. 조재원입니다. 저는 오늘 포커스를 운영이나 프로그램보다는 새로운 운영 형태와 프로그램들이 어떻게 대두되고 있는지에 맞춰 설명을 드리고자 합니다. 그 대두되는 것들을 수용하기 위한 공간들이 자생적으로 만들어지고 있는데, 그런 여러 공간들을 말씀드리려고 합니다.

요즘 대두되는 특성으로 말씀드리고 싶은 공간은 플랫폼(Platform)이라는 공간인데요. 요즘은 플랫폼이라는 단어를 광범위하게 사용하고 있습니다. 장소적인 특성에 있어서 사용자와 관리자의 관계들을 어떻게 설정하는 것이 플랫폼인지, 그것은 새롭게 대두되는 공간의 필요성이나 프로그램 운영과 관계가 있다고 볼 수 있습니다. 플랫폼은 사전적으로는 '연단, 단'이라는 뜻이지만, 현재 새롭게 포착되고 있는 장소적인 특징으로 플랫폼을 설명하자면 공급자와 수요자의 복수 그룹이 참여해서 각 그룹이 얻고자 하는

가치를 공정한 거래를 통해서 교환할 수 있도록 구축된 환경이라고 볼 수 있습니다. 플랫폼 참여자들 간의 상호작용이 일어나면서 모두에게 새로운 가치와 혜택을 제공해줄 수 있는 상생의 생태계입니다.

개인 혹은 기관 등 여러 주체가 홈페이지를 운영합니다. 플랫폼은 온라인상에서 훨씬 더 광범위하게 쓰이고 있는 단어입니다. 지금 보여드리고 있는 페이지는 저희 사무소 웹사이트입니다. 저희 사무소 웹사이트는 페이지를 찾아오는 사람들에게 정보를 제공하고 프로모션을 하고 정보를 아카이브(Archive)하는 기능을 하고 있습니다. 이런 공간을 플랫폼이라고 부르는 않습니다. 페이스북(Facebook)이나 트위터(Twitter)같은 가상의 공간을 형성하고 있는 곳에서는 이 공간에 얹여 있는 사람들의 목소리가 단일한 방향으로 흐르는 것이 아니라 여러 목소리가 한꺼번에 나오고, 다중이 소통하며 정보가 그대로 드러나는 특성을 갖고 있습니다. 그런 곳을 플랫폼이라고 할 수 있습니다.

플랫폼과 파이프(Pipe)라는 두 가지의 특성을 대조할 수 있습니다. 파이프는 기존의 공중과 방송 혹은 백과사전 혹은 학교라는 공간에서 벌어지는 교육, 학교라고 불리는 어떤 제도적인 장소라고 할 수 있습니다. 그것이 근래에 와서 플랫폼 공간으로 바뀌고 있습니다. 이를테면 방송 같은 경우에는 유튜브(Youtube)가 그 예입니다. 유튜브는 방송을 만드는 사람과 소비하는 사람이 상호작용 하고 있습니다. 특정한 사람이 콘텐츠를 만드는 것이 아니고 누구나 만들 수 있고, 누구나 소비할 수 있습니다. 공동이 만들어서 공동이 소비할 수 있는 플랫폼이죠. 그런가 하면 백과사전은 지식을 집대성해서 누군가가 정리해놓은 것입니다. 그것에는 저자가 있습니다. 반면 위키피디아(wikipedia) 같은 경우는 누구나 정보를 올릴 수 있고 누구나 접속해서 수정할 수 있습니다. 여기서의 정보의 집약은 한 사람에 의해서 결정되는 것

이 아니고, 정보를 만들 수 있는 사람이 곧 그것을 볼 수 있는 사람이 되고 배울 수 있는 사람이 되고, 거기서 배우는 사람이 정보를 직접 제공하거나 새롭게 만드는 사람이 될 수 있습니다. 한 방향이 아니라 누구나 만드는 주체가 될 수 있는 플랫폼이 위키피디아입니다. 학교 같은 경우를 보면, 스킬셰어(Skillshare)라는 웹사이트가 있습니다. 여기에서는 누구나 자기가 갖고 있는 스킬을 어떤 방식으로든 올려놓을 수 있습니다. 이런 플랫폼을 제공해 주면 누구나 자기의 지식을 올려서 공유할 수 있고, 참여자는 배우는 사람도 될 수 있고 가르치는 사람도 될 수 있습니다. 두 가지의 교환을 가능하게 하는 것이 스킬셰어라는 플랫폼입니다. 위즈돔(Wisdome) 같은 경우도 비슷합니다. 위즈돔은 우리나라에서 만들어졌습니다. 위즈돔이라는 웹 플랫폼 안에서는 누구나 플레이스를 만들 수 있습니다. 예를 들어 내가 색종이 접기 방법을 다섯 명을 모아서 알려주고 싶으면 그것을 올리는 거예요. 누구나 그것을 골라서 들을 수 있습니다. 그게 어떤 종류의 지식이라도 상관없습니다. 서로 교환할 수 있는 지식이면 됩니다. 지식적인 것이나 학문적인 것이 아니라도, 누군가의 경험에서 나온 그 무엇이라도 받아들일 수 있는 가능성을 제공하는 것이 스킬셰어나 위즈돔 같은, 학교를 대체하는 새로운 플랫폼이라고 할 수 있겠습니다.

플랫폼 공간을 만들려고 한다면 용도 자체가 중요한 것이 아니라 이 공간을 누가 어떻게 활용할 수 있을지가 중요합니다. 딱히 정의되지 않은 공간일지라도 비워놓고 그곳에서 어떤 종류의 교환이 일어날 것인지를 상상하고 그것을 포괄적으로 포함할 공간을 마련해야 합니다. 세미나실이 어떨 때는 스튜디오가 되고, 음식을 만드는 공간이 되기도 하고, 파티도 할 수 있는 것입니다. 그걸 다 허용하는 것이죠. 문 앞에 세미나실이라고 써 붙이는 순간, 그 세미나실에 들어가서 할 수 있는 다양한 행위를 제한하게 됩니다. 요즘

에는 업무 공간을 책상으로만 보지 않습니다. 때문에 구글(Google)이나 페이스북(Facebook)의 업무 공간이 공간적으로 놀랍다는 평가를 받는 이유는 그 안에서 할 수 있는 행위를 다 열어놓기 때문일 것입니다. 놀다가 먹다가 일하다가 누웠다가, 그것이 다 일하는 것으로 수렴되는 것이죠. 세미나를 할 만한 주제를 도출해내고 합의에 이르고 생산적인 것을 해보려는 시도는 지금 같은 이런 의자와 회의실 탁자를 놓고 앉아서 하는 것이 아니라, 소파에 눕거나 바닥에 쿠션을 깔고 눕거나 복도에서 서서 이야기하는 등 어떤 방식으로든 이루어질 수 있습니다. 공간 자체도 포괄적으로, 계속 메시지를 주어야 하기 때문에 공간의 특성을 그런 방향으로 잡고 만들어가는 것이 중요합니다.

그것은 물론 어렵습니다. 프로젝트를 불가능하게 만드는 것은 참여 주체들 간의 목표가 맞지 않을 때입니다. 공간을 만들 때 물리적인 것을 만드는 것에 포커스가 맞춰지면 모두 같이 호흡을 맞출 수 있습니다. 그런데 사실 그것을 결정하는 것보다는 도대체 우리가 만들고자 하는 이 공간은 어떤 아이덴티티를 가진 공간일까를 서로 공감해야 합니다. 그 공간의 외양이나 마감재나 크기가 모든 것을 좌지우지하지 않습니다. 어떤 목표를 이 공간에 가져가야 할 것인지가 중요합니다. 공동의 목표는 바로 아이덴티티입니다. 이 공간 안에서 뭔가 만들어가고 편하게 웃고 떠들기도 하고, 일하다가 눕기도 하고, 누군가는 열심히 토론을 할 수 있는 공간일 것이냐, 아니면 격식을 갖추고 사람들이 자기의 행동 패턴을 심각하게 발휘하는 공간일 것이냐.

코워킹(Coworking) 공간에 그냥 커피를 마시러 오는 분도 있고, 노트북을 펴놓고 일하는 모습을 소비하고 싶어서 오시는 분도 있습니다. 제가 디자인한 코워킹 공간에는 창업가나 사업자같이 심각하게 일하시는 분들도 있습니다. 인스타그램(Instagram)을 보면 이런 분위기의 느낌이 좋아서 오는 분

들도 있습니다. 그러면 어디까지의 사용들을 이 공간에 수용할 것이고 사용자를 다 허용할 것인지 아닌 조금 더 걸러진 사람들을 대상으로 할 것인지가 중요해집니다. 무엇을 어떻게 공유할 것인지, 누구에게 어떻게 개방할 것인지. 그것이 불특정 다수가 되고 모호해지면 모호해질수록 공간의 특징이 없어집니다. 그러면 결국 남게 되는 사용자는 분위기나 인테리어를 좋아하는 사람들일 것입니다. 공간에 왔을 때 무언가 공간의 운영자가 사용자를 움직이게 하고 누군가가 누군가를 만나서 어떤 새로운 일을 도모하게 하고, 그 도모한 일이 결과로 드러나게 하는 것이 바로 우리가 원하는 것이고 그것이 바로 문화이기도 합니다. 그런데 이용자의 특성이 모호해지고 공간 분위기를 좋아하는 사람들만 남게 되면 그런 실질적인 작용이 일어나지 않는 것입니다. 커뮤니티 형성이 실패하는 것입니다. 이 공간에서는 방문자가 몇 명인가가 중요한 게 아니라, 사용자 간에 코워킹이 일어나고 있는지, 서로가 서로에게 배우는 작용을 하고 있는지가 중요합니다. 서로에게 서로 간의 관계가 중요한 것이지요. 운영자의 개입 없이 사용자들이 자연스럽게 서로를 배려해주고 자연스럽게 뭔가를 하도록 만드는 것이 우리의 역할입니다. 그러한 기반이 될 것들을 공간에 넣어줘야 합니다.

공간을 사용하는 사람들은 각자 다른 레벨로 이 공간을 쓴다고 보면 되겠습니다. 어떤 한 장소를 장소가 목적인 바에 부합하게 쓰는 자가 있을 것이고 아니면 그냥 편하게 왔다가 그 프로그램 때문에 자기를 변화시키는 사람도 있을 것입니다. 그 기회를 열어두지 않으면 안 됩니다. 상주하거나 멤버십을 갖고 있거나 아니면 우연히 방문하거나, 혹은 한 달이나 두 달 동안 임시로 체류할 기회를 가진 사람이거나, 혹은 여기를 공짜로 쓰는 대신 자기 가진 재능 하나를 이 장소에 내놓아야 하는 조건으로 쓰는 사람도 있겠죠. 내가 무엇을 할 것인가, 내가 어떤 프로그램을 가질 것인가 등 이 장소

를 통해서 장소와 관계 맺는 방식을 운영자가 결정하기보다는 각각의 수용자들이 다양하게 이 장소와 관계 맺는 방식을 공간과 연결해서 생각해볼 수 있는 것입니다. 이런 과정을 통해서 사용자의 경험 축적이 그냥 이 장소가 좋다, 나쁘다로만 끝나는 것이 아니라 장소를 둘러싼 새로운 공동체를 형성하고, 그 공동체의 성격이 바뀌면서 다시 코워킹의 방법을 바꾸어나가는 것입니다. 이것들이 사실은 사회로 나아가면 사회적인 임팩트를 만들어냅니다. 그런 공간을 만들어내는 것이 플랫폼 공간의 목적이라고 할 수 있습니다.

플랫폼 공간은 협업, 네트워킹 교육, 청년 창업 이런 것을 할 수 있는 공간입니다. 코워킹(co-working)공간, 코러닝(co-learning)공간, 코크리에이티브(co-creative)하는 공간으로 대변해서 사례들을 나누어봤습니다. ‘청년허브’라는 공간이 있습니다. 이 공간을 보면 상주하는 인원들이 쓰는 미단이 사무실과 그냥 들어와서 누구나 책을 읽거나 차를 마시는 공간이 있습니다. 이 공간을 구성하는 여러 주체들이 다양하게 활동에 참여해서 관계를 맺는 공간이라고 할 수 있습니다.

대방동에는 ‘무중력시대’라는 공간이 있습니다. 사실 대방동이 노량진 근처인데 노량진은 각종 학원 밀집지역입니다. 청년 인구 비중이 아주 높은 곳이지만 실질적으로 이 인구는 교류하지 않기에 새로운 문화가 만들어지는 도시공간이 아니에요. 이곳은 개개의 청년들이 모여서 활동할 수 있는 베이스캠프의 의미로 만들어진 공간입니다. 일층은 코워킹 공간, 이층은 상주하는 인구가 쓰는 공간입니다. 상주 공간과 누구나 들어오는 공간이 같이 있는 공간이라고 할 수 있습니다.

제가 설계한 상수동의 협업 플랫폼 ‘카우앤독’이라는 공간입니다. 카우앤독 같은 경우에도 일층은 코워킹 카페입니다. 누구나 들어와서 일을 할 수 있습니다. 이를 위해 애플리케이션을 개발했습니다. 앱을 사용해서 카페



카우앤독(www.cowndog.com)



HUBUD(www.hubud.org)

CO-BA
(<http://tsukuruba.com>)



Maker City LA
(<http://makercityla.com>)



Maker Library Network(<http://makerlibrarynetwork.org>)

를 이용하고 회의실 시간을 자유롭게 예약할 수 있습니다. 초기에는 누구에게나 무료로 개방하다가 6개월의 시험기간을 거치고는 멤버십 체제로 바뀌었습니다.

지금 보시는 코워킹 공간은 발리에 있는 '후붓(Hubud)'이라는 곳입니다. 이렇게 휴양지에 24시간 개방하는 코워킹 공간이 있습니다. 실제로 장소특정적으로 일하지 않는 유명한 코워커들이 여기에서 많이 일한다고 합니다. 요즈음 인도네시아뿐만 아니라 태국 같은 휴양지에도 코워킹 공간이 있는데 대도시보다 훨씬 낮은 가격으로 각광받고 있습니다. 일본 코워킹 공간 '코바(CO-BA)'의 사례입니다. 코워커들이 각자 자기 책을 가져와서 공용라이브러리를 구성하고 책이나 지식을 같이 공유합니다. 서로 소셜한 관계를 맺고 있습니다. 이게 누구의 책이고 내가 누구의 책을 빌렸고, 이 사람의 관심사는 무엇인지를 서로 알고 있습니다.

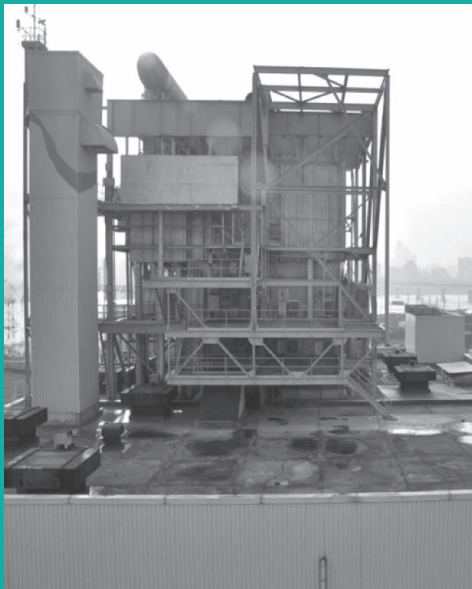
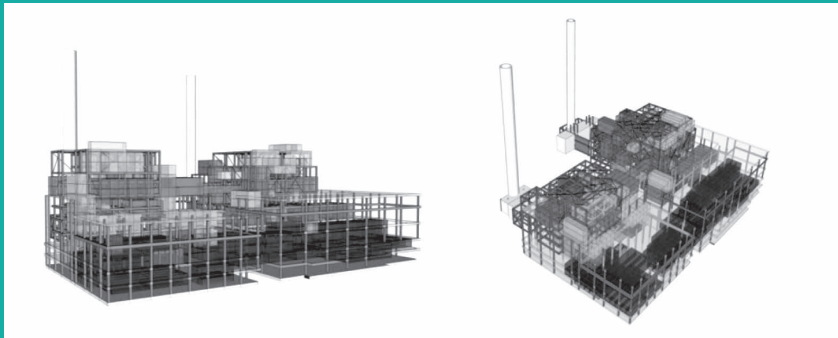
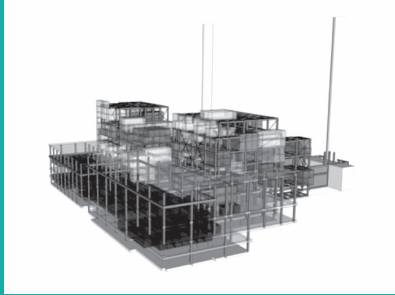
그다음에 요즘 많이 생기고 있는 공간은 같이 창작하는 공간입니다. 그래서 이 공간을 주로 쓰는 사용자들은 보통 만드는 것을 좋아하는 아마추어이거나 디자이너들입니다. 무엇인가를 만드는 인프라를 갖춰놓은 경우가 많습니다. '메이크 시티 LA(Make City LA)' 같은 경우도 이렇게 만드는 스튜디오를 위주로 공간이 구성되어 있습니다. 그렇기에 공간을 쓰고자 하는 사람들이 많이 모여서 서로 특정한 정보 공유가 이루어질 수 있습니다. '메이크 라이브러리 네트워크(Make Library network)'는 누군가 자기 스튜디오를 갖고 있는 사람이 라이브러리를 구성하고 싶을 때 이곳으로 연락해서 라이브러리를 구성하게 해주는 곳입니다. 그 공간을 그냥 스튜디오가 아니라 만드는 곳이자 지식에 대한 책이 있는 라이브러리이자 갤러리로 같이 꾸며주는 것이고, 그것을 이 웹사이트로 네트워킹 해주고 있습니다. 이 웹사이트는 멘토들의 정보를 제공합니다. 예를 들어서 뜨개질을 잘하는 누가 어디에

있다는 정보를 제공해줍니다. 직접 가서 멘토를 만나 배우고 책도 읽을 수 있는 것이 바로 메이크 라이브러리 네트워크입니다.

함께 배우는 인프라들도 굉장히 다양해지고 있습니다. 아까 말씀드린 스킵세어나 위즈돔 같은 것들은 온라인에만 있는 것이 아닙니다. 일본의 '시부야 대학'이 있는데, 시부야라는 도시를 배경으로 하는 사회적 기업입니다. 학교이지만 사실 도시 전체가 교실인 셈이라서 시민 누구나 가르칠 수 있습니다. 여기에서는 큐레이터들이 많은 역할을 한다고 합니다. 수원의 '누구나 학교'와 비슷한 프로그램을 시행하고 있습니다.

시간관계상 여기까지 하겠습니다.

당인리 문화창작발전소



메타기획컨설팅 본부장 **최도인**

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 당인리문화창작발전소를 메타기획 컨설팅에서 진행하고 있는데요, 아직 성과가 육안으로 나온 것은 아니지만 과정을 보고 탐색도 하면서 관찰할 것은 없는지, 준비 과정은 어떻게 진행되고 있는지, 한번 살펴보겠습니다.

최도인 (메타기획컨설팅 본부장): 안녕하세요. 저는 메타기획컨설팅의 최도인이라고 합니다. 당인리문화창작발전소는 아직 만들어진 공간이 아닙니다. 저희 메타에서 작년 11월부터 이에 대한 컨설팅을 했고 거의 마무리 단계에 있습니다. 컨설팅 과정에서 단순히 연구 프로젝트만 진행한 것은 아닙니다. 리빙랩(Living Lab)이라고, 이 공간을 실제로 오픈해 여러 아티스트와 창작자들이 들어와서 공간을 경험하게 하는 프로그램도 있었고, 포럼도 있었습니다. 연구작업 이외의 여러 활동도 같이 진행했습니다. 창작발전소는 2020년 완공을 예정하고 있습니다. 앞으로 5년 뒤의 일인데, 그 5년 뒤의 작업들에 대해 컨설팅 책임을 맡으면서 지금 시점에서 이 공간을 어떻게 봐야 할지에 대해 고민이 많았습니다. 그런 것들을 공유하는 시간을 갖겠습니다.

당인리문화창작발전소에 대한 논의가 시작된 것은 2004년부터입니다. 당시 참여정부 때 이창동 장관이 종합적인 문화정책을 짜는 과정에서 당인리화력발전소를 문화공간으로 만들겠다는 프레임이 최초로 제기됐고, 그 이후 실제로 창작발전소 공간을 만들기 위한 작업들이 구체화된 것은 2012년입니다. 그런 과정에서 화력발전소 이전에 관한 문제들이 종합적으로 있었습니다. 발전소 자체를 지하화한다는 결정이 내려졌습니다. 발전소 자리에 문화공간을 만들겠다는 계획이 MB 정부에서 시작되었고 현재 예산 심의 중입니다. 예산 심의가 통과되면 계획이 구체적으로 진행될 것이라고 봅니다.

다. 이 정도가 현재 상황입니다.

전체 부지는 11만 8천 제곱미터입니다. 4호기와 5호기에 해당하는 부분이 창작발전소에 해당하는 부지입니다. 저희가 고민했던 지점들은, 이 부지가 광역적으로 보면 홍대권역이고 한강변에 인접해 있는 공간이기 때문에 이 부지를 어떻게 해석할 것인지와 이것을 어떻게 구현하고 실현할 것인지였습니다. 홍대권역의 문화적인 콘텍스트와 이 공간이 어떻게 상호작용을 해야 하는지가 중요한 고민거리 중에 하나였습니다. 저희들은 우선 내부 공간에 대한 특징을 파악해봤습니다. 발전소 외부공간은 박스 두 개가 있는 것과 같습니다. 건축적으로 매력적인 공간은 아니죠. 몇 차례 내부를 들여다보면서 이 공간이 갖고 있는 굉장한 특성으로 내부가 미로처럼 구성되어 있다는 것을 알게 되었습니다. 안으로 보면 발전소의 터빈이나 파이프라인이 연결되어 있고, 그 연결이 지상부와 지하로 유기적으로 연결되어 있어서 이런 것들을 정글짐으로 해석해볼 수 있지 않을까 생각해봤습니다. 선행 연구들에서는 터빈을 중요한 상징으로 보고 있었었습니다, 굴뚝 같은 것 말입니다. 영국 테이트모던(Tate Modern)의 상징을 굴뚝으로 보는 것처럼 말입니다. 정글짐으로 해석하는 측면에서는 아이들이 다양한 형태로 놀 수도 있고, 마당에서 놀 수 있는 그런 놀이적 공간으로써 그 공간을 플렉서블(Flexible)하게 활용할 수 있다고 봤습니다.

특히 홍대권역이나 당인리에 대해서는 너무 많은 사람들이 여러 이야기를 하시고 여러 연구들이 있었기 때문에, 저희가 연구할 때에는 새로운 어떤 것을 제안하겠다는기보다는 기존의 홍대앞 문화지역을 만드셨고 지금도 진행하고 계시는 분들의 이야기를 듣고자 했습니다. 그래서 여러 차례 라운드테이블이 마련되었는데, 논의의 중요한 키워드 중 하나는 홍대권역의 콘텍스트와 당인리의 문화적인 맥락이 무엇으로 연결될 수 있을지에 대한 것

이었습니다. 중요한 힌트는 두 가지였는데, 하나는 홍대권역의 문화적인 공간으로서의 중요한 역할은 그곳이 작업실 영역이었다는 것입니다. 미술학원들도 있고 미술가들의 작업실도 있고, 1990년대 후반에는 인디밴드의 작업실이기도 했습니다. 저희가 주제를 카테고리화 해봤는데 7개 정도의 주제와 100여 개의 키워드가 나왔습니다. 그중 핵심은 작업실 문화였습니다. 작업실 문화가 홍대의 중요한 아이덴티티임에도 불구하고 작업실 문화를 급속하게 상실하고 있는 시점이라는 것입니다. 창작발전소의 미션이라고 할 것을 그 지점에서 시작해야 하지 않을까, 하는 생각을 이 과정을 통해서 얻게 되었습니다.

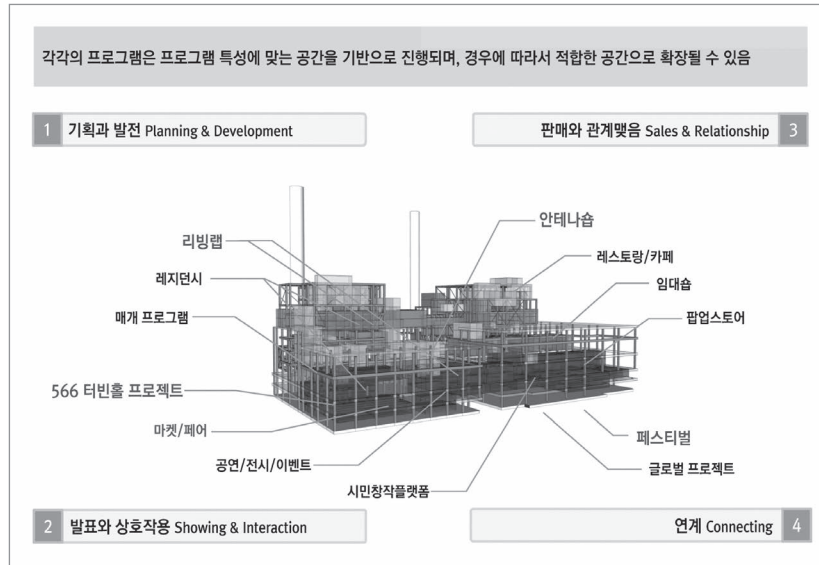
실제로 이 공간을 같이 경험해보는 과정들을 거치면서 아이디어 회의를 했습니다. 저희 바로 전에 이루어진 연구에서는 주로 랩 공간과 쇼케이스 공간 위주로 계획되었습니다. 4호기와 5호기를 개방적 랩 공간이라기보다는 연구원 중심의 랩 공간과 비주얼아트(Visual Art)와 퍼포밍 아트(Performing Art) 중심의 쇼케이스 공간으로 계획했었는데, 저희들은 그에 대한 관점의 전환이 필요하다는 문제의식을 던졌습니다. 이 공간이 단순히 예술가만을 위한 공간이 되지 않았으면 좋겠다는 생각을 했습니다. 아티스트만을 위한 공간이 된다면 홍대권역의 작업실 문화가 이 공간과 원활하게 호흡할 수 있을까? 그런 부분에 대해서는 회의적이었습니다. 이게 아티스트만을 위한 공간이라기보다는 다양한 창작자들—크리에이티브 시티즌(Creative Citizen)이라는 말을 생각해봤는데—과 다양한 분야의 창작 시민들이 이 공간을 통해서 활동하는 형태로 문을 열자는 것이 핵심 목표 중 하나였습니다.

아까 조재원 건축가께서 말씀하셨지만 결과를 보여주는 공간, 웰 메이드(Well made) 공연과 전시를 보여주는 공간은 사실 이제는 충분히 있다고 봅니다. 예술의 전당이나 세종문화회관이 새로 도약하는 지점도 있

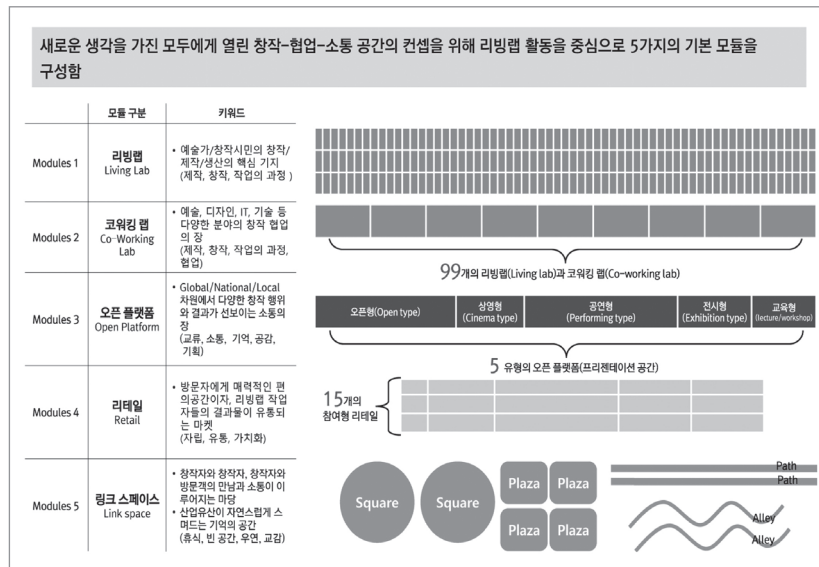
고 DDP(동대문디자인플라자)도 있습니다. 여기는 어떻게 보면 결과를 보여주는 공간이라기보다는 행위와 과정이 일어나는 공간으로서의 플랫폼으로 기대하고 있습니다. 예술 정책에서 시작되었기 때문에 예술이라는 말이 빠질 수는 없을 것 같습니다. 예술을 시민적 창의성을 핵심으로 해석해봤습니다. 그게 정부 정책 차원에서 추진되는 것이기 때문에 이런 것이 우리 사회의 어떤 사회적 자원을 확대하는 데 할 역할도 고려해야 합니다. 그러면서 우리가 생각하는 과정과 행위가 벌어지는 공간으로서의 메커니즘과 같이 맞닿아 있는 열린 시스템으로서의 모델을 고민했습니다. 다양한 행위들이 모이고 만나고 배우고 만들고 선보이고 사고 팔고 기록하고 새로이 만나는 과정들이 계속 순환되는 기능들을 생각해봤습니다. 여기서 시각예술을 할 것인지, 공연을 할 것인지는 출발점이 아니라는 것입니다. 여기에서의 출발점이라는 것은 창의적인 구상과 생각을 가진 사람들이 모이고 이를 통해서 어떤 것들이 만들어지고 형성되고 보이고 팔리고 기록되는 과정들이라는 것입니다. 누구를 모이게 할 것이냐, 이것이 사실은 중요한 출발점입니다. 이것이 저희들의 문제의식이었습니다.

그래서 예술가와 창작 시민의 서식지를 구축한다면 그 서식지 안에서의 다양한 협업을 통해 발산할 수 있지 않을까, 그런 생각을 해봤습니다. 사실 예산이 통과되면 설계 공모를 할 예정입니다. 설계 공모 이전에 거의 마지막 연구에 가깝기 때문에 부담과 책임이 크긴 했습니다. 예를 들어서 국립현대미술관 당인리관을 만들 수도 있는 거잖아요. 아니면 예술의전당의 제작소를 만들 수도 있는 건데, 그런 것을 안 하고 굳이 이런 예술가와 창작 시민의 서식지로 만들었다면 정확하게 이유가 있어야 한다고 봅니다.

사실은 초기에 구성했던 프로그램은 아까도 말씀드렸던 것처럼 시각예술을 위한 쇼케이스 공간, 공간·공연예술을 위한 쇼케이스 공간, 연구



프로그램 구성



프로그램 체계와 단위

동, 이렇게 구성되어 있었습니다. 저희는 5개로 나누었습니다. 하나는 리빙랩(Living Lab)입니다. 원래는 워크룸(Work room)이라고 썼었는데, 99개 정도의 워크룸이 만들어졌으면 좋겠다는 게 목표입니다. 프로젝트를 하고 싶은 사람들이 활동할 수 있는 장소로 만들자. 여기에 10개 정도의 코워킹랩을 만들자. 코워킹랩도 다양한 성격이 있을 거라고 봤습니다. 여기에서 음악과 관련된 융합 작업, 디자인 제작 같은 것들을 하는 워크룸도 있을 거라고 봅니다. 애초 발전소 공간으로서의 의미도 있기 때문에 엔지니어를 위한 워크룸도 만들어질 수 있고 코워킹랩도 만들어질 거라고 봅니다. 오픈 플랫폼(Open Platform) 같은 경우는 퍼포밍 형태나 전시, 교육, 상영 등이 열릴 것으로 봅니다. 오픈된 공간들이 개별적으로 분절된 공간이 될 때도 있겠지만 어떤 것들이 모여서 하나의 우주 공간으로써 큰 공간을 형성할 것이라고 봅니다. 그리고 여기서 벌어지는 리테일(Retail)과 관련된 활동들은 단순히 외부의 임대를 얻은 리테일 공간 이상이 될 것으로 기대합니다. 여기 리빙랩의 작업들이 리테일 공간을 통해서 보여지고 팔릴 수도 있는 것으로 시스템을 구성해봤고, 그런 것들이 광장이나 플라자나 다양하게 접합이 되는 것으로 구상해봤습니다. 공간의 색깔들이 다양하게 변화되는 것으로 구성했습니다. 예를 들면 오픈 플랫폼의 공간들을 크게 해서 대형 프로젝트를 진행할 수도 있고 분절적으로 활용할 수도 있고, 또한 리빙랩과 관련된 공간들에서 특정한 시점에 오픈 마켓 같은 것이 열릴 때, 레지던시 공간들이 문을 열고 리테일 공간이 될 수도 있다고 생각해봤습니다. 다양한 변화를 수용할 수 있는 공간이 되기를 기대했습니다.

공간의 마당이 될 공원의 경우 마포구와 서울시가 관여하고 있기 때문에 도시계획적인 측면에서 복잡한 상황입니다. 현재 논의 채널을 열고 있지만 사실 우리나라 행정의 칸막이가 높습니다. 그 부분들에 간접적으로 기여

를 하고 싶지만 한계가 있습니다. 공원 공간의 프로그램이 중요한 지점들이기 때문에 앞으로 그것에 대해 주목해야겠습니다.

이 연구가 연구 수준에 갇히지 않기를 바랐기에 문화부에서 초기에 요청했던 과제는 국제심포지엄을 하자는 거였습니다. 그런데 국제 심포지엄을 하는 것보다 그 예산으로 우리 창작자나 아티스트들에게 발전소 내부 공간을 보여주는 것이 더 의미가 있겠다는 생각에, 적은 예산이긴 했지만 이 안에서 실제 리빙랩 프로젝트를 기획했습니다. 리빙랩을 오픈한다고 했을 때 사람들이 관심이 없으면 민망할 것 같았는데, 100여 분 정도가 신청을 하셨습니다. 별도의 심의 절차를 거치지는 않았습니니다. 이것은 역사적인 순간입니다. 아직도 발전소는 가동이 되고 있는 상황인데, 예비 전력을 발전하기 때문에 여름이나 한겨울에 가동됩니다. 봄 같은 경우는 예비 전력 가동이 거의 없기 때문에 처음에는 걱정을 많이 하셨는데, 저희들이 안전수칙을 지키겠다는 조건하에 허락을 받고서 이 프로젝트를 진행하게 되었습니다. 그리고 강의도 있었고 각자의 프로젝트를 소개하는 시간도 가졌습니다. 참가자들이 자기 프로젝트를 기획해 왔습니다. 여기서 퍼포먼스를 하겠다는 분들도 있었습니다. IT 기업에 있는 분들도 지원을 하셨는데 발전소의 아카이빙 작업을 하겠다는 분들도 있었고, 발전소의 사운드를 녹음하는 분들도 있었습니다. 건축을 공부하는 학생 세 명은 이 공간에서 창작자들이 벌이는 행위 자체를 건축적 코드로 전환하는 프로젝트를 기획하기도 했습니다. 다양한 장르의 분들이 오셨는데, 시각예술이 20~30퍼센트 정도였고 공연 분야도 있었습니다. 그리고 광고 천재 이제석씨도 상수동 카페에 있는 포스터를 보고 참여를 하셨어요. 향후에 이 공간의 외관에 대한 것들에 대해서 작업하고 싶다고 하셨습니다. 어떤 특정한 예술적 목적이나 창작의 방향을 정해놓지 않았기 때문에 다양한 작업들이 나왔습니다.

이 사업도 5년 뒤의 이야기입니다. 제가 이 사업을 컨설팅하면서도 중요하게 생각했던 것은 과정입니다. 우리는 행정적인 것에 익숙하게 분절되어 있습니다. 계획을 짜고 설계를 하고 시공을 하고 그 이후에야 우리는 뭔가를 쓰게 됩니다. 공간을 경험하고 그 경험을 통해서 구상을 하고 그것을 통해서 계획과 설계가 이루어지는 과정의 형식이 저희의 작업에 도움이 됐으면 좋겠다는 생각이 듭니다. 잘될지 안 될지는 아직 잘 모르겠습니다. 잘됐으면 하는 바람입니다.

청주 연초제조창 동부창고



청주시 문화산업진흥재단 차장 박완규

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 오늘 마지막 사례 발표입니다. 청주의 소중한 공간이죠. 청주가 2013년도에 지역문화브랜드 대상을 받았나요? 그렇게 기억하고 있는데요. 청주 연초제조창을 소개해주실 청주시 문화산업진흥재단의 박완규 차장님 청해서 듣겠습니다.

박완규 (청주시 문화산업진흥재단 차장): 인사드리겠습니다. 청주에서 온 박완규입니다. 먼저 과정을 설명드려야 할 것 같습니다. 청주가 작년에 청원군과 통합이 되었습니다. 작년에 주민투표를 다섯 번 진행하면서 통합이 되었습니다. 전국 최초로 국민 자율 통합 도시가 됐습니다. 이점이라고 할까요? 몇 가지 사업들이 들어오게 되었습니다. 금년에 도시재생 프로젝트도 500억 정도 예산이 확정된 상태입니다. 이 모든 금액이 연초제조창 건물에 투입될 것입니다. 그렇게 하기까지의 과정이 있었습니다. 1999년도에 청주 연초제조창이 폐쇄되면서 청주시에 매각 요청이 들어왔습니다. 그 당시에 청주시가 재정 여건이 넉넉하지 않아서 일부만 매입했습니다. 국비가 지원되면서 매입한 것입니다. 1/3정도를 매입하면서 거기에 먼저 문화산업단지를 조성했습니다. 그 당시 상당히 저렴하게 매입한 것 같습니다. 당시만 해도 공장이었잖아요. 그것을 택지로 풀어주는 조건이었던 것 같습니다. 그런데 청주시의 도시계획위원회나 문화기획자들이 계속 반대를 해서 공장부지로 계속 물어왔고, 나중에는 관리지로 묶어놨습니다. 공원 부지로까지 이야기가 나왔다가 제조창이 손을 들었습니다. 그래서 저렴한 비용으로 매입하게 되었습니다.

부지 건평만 4만 평이 넘습니다. 그렇다 보니 이것 해보자 저것 해보자 이런저런 유혹들이 많았습니다. 저희가 주민공청회를 했습니다. 수십 차례

를 했는데, 별의별 것들이 많이 나왔습니다. 저희 재단에서 주도권을 먼저 갖게 되었습니다. 저희는 1999년부터 공예비엔날레를 계속해오고 있었습니다. 공예비엔날레는 청주 실내체육관과 올림픽기념관에서 개최했었습니다. 그러다가 계속 상설관에 대한 논의가 있었는데, 부지가 매입됐다는 소식을 접하고 제일 먼저 달려간 게 저희들이었습니다. 저희들은 일단 마스터플랜까지 짜서 시장님을 찾아갔습니다. 그때 당시 감독님이 정준모 감독님이셨습니다. 기무사 부지로 미술관 작업을 하셨던 분인데, 이런저런 경험을 가지고 시장님을 설득하셨습니다. 시장님도 처음에는 안 된다고 몇 번을 반려하셨습니다. 공장 부지니까 그 당시 그곳에는 아무 기반시설도 없었습니다. 냉난방은 물론이고 전등, 배관 등 아무것도 없는 상태에서 비엔날레를 하겠다고 계획서를 가지고 가니까 시장님의 입장에서는 시민들의 안전도 고려해야 하고 관람객들도 많이 불편할 것 같아서 그러신 것 같습니다. 그런 상황에서 저희가 일단 추가 비용 없이 해결하겠다고 했습니다. 결국 공장형 전시를 표방하면서 2011년도 비엔날레를 그곳에서 하게 되었습니다. 그리고 나서 선점효과를 지금까지 누리는 것입니다. 다른 어떤 것이 치고 들어와도 일단 여기는 비엔날레를 해야 하는 공간이라는 당위성을 확보하게 된 것입니다. 그렇다 보니 주변 인근지역도 전부 문화 시설로 가야 한다는 분위기가 형성되었습니다. 어떤 일을 할 때 한 사람이 이상한 행동을 하면 미친놈 소리를 듣지만 두 번째, 세 번째로 동조한 사람은 선구자 소리를 듣습니다. 그 뒤에 따라 들어오는 분들이 참여자들이 되는 것이고요. 그랬을 때 사회적이 분위기가 형성됩니다. 두 번째, 세 번째 사람들이 중요한데 그 역할을 지역 시민과 단체들이 다 해준 것입니다.

청주에서 세계 최고(最古)의 금속활자본인 직지(直指)가 만들어졌는데, 금속활자를 쓰기 위해 이런저런 공예들이 바탕이 되었다는 것을 전제로 해

서 공예비엔날레를 하고 있습니다. 외국에서 방문객이 많이 옵니다. 그분들한테 이 공간을 보여주고 공간의 활용방법이나 전할 메시지가 있는지 묻고 답변을 모아놓기도 했습니다. 시민들의 요구를 담아내야 한다는 제안을 많이 해주셨습니다.

연초제조창은 건평이 4만 평이 넘는데 실제 공장은 5천 평 정도밖에 안 됩니다. 나머지는 전부 창고입니다. 재료를 보관하는 곳이지요. 실제로 담배를 생산하는 장소는 1/3 정도밖에 안 됩니다. 나머지는 창고입니다. 기둥 자체가 어마어마합니다. 두께가 1, 2미터 정도 되는 기둥이 9미터마다 박혀 있고 천정은 6미터 정도 됩니다. 시멘트로 된 건물이 낡것의 느낌으로 그대로 남아 있습니다. 아까 말씀드렸듯이 2010년에 매입해서 문화산업단지로 만들었습니다. 이곳에 청주 지역의 IT 기업 70여 개 업체가 상주하면서 스타트업부터 비즈니스까지 하고 있습니다. 지금 500여 명의 인력이 연간 700억에서 800억의 소득을 올리고 있습니다.

이것도 국비 사업으로 진행됐던 것입니다. 이걸 사면 앞을 택지로 풀어주는 조건으로 구매를 했었는데, 제조창 입장에서는 LH한테 매각을 해서 아파트를 올리는 꿈을 꾸면서 팔았던 것이죠. 그런데 요즘에는 이런 사업도 민간기구가 승인을 해야 할 수 있더라고요. 시에서 도시계획위원회 쪽에 자문을 요청했는데 도시계획위원회 쪽에서 이건 부수면 안 된다는 의견이 많았습니다. 도시계획위원회 쪽에서 이 지역에 특별히 애착을 갖고 있었던 것입니다. 청주 시내에 전통적으로 경계를 이끌어온 축이 두 개 있습니다. 제조창이 동쪽을 먹여 살렸고, 서쪽으로는 '대형'이라는 방직 회사가 청주를 먹여 살렸습니다. 거기는 전부 개발이 되어 짝 밀려서 아파트단지, 백화점, 호텔, 멀티플렉스가 들어와 있습니다. 그래서 여기라도 지켜야 한다는 분위기가 더 확산되었습니다.

제가 총괄지휘를 맡고 있는 곳은 동부창고입니다. 여기도 창고가 열네 동이 있었는데 다 헐어버리고 일곱 동이 남았습니다. 정말로 아무 것도 없습니다. 아까 발전소 사례를 발표해주셨는데, 그런 곳은 발전소가 폐쇄되어도 터빈이나 공장의 구조물이 남아 있지만 여기는 폐쇄되고 철수하니까 아무것도 없었습니다. 저희가 비엔날레를 했던 곳도 다 쓸 수가 없어서, 한 층에 3천 평인데 두 층, 총 6천 평을 썼습니다.

이제 국립현대미술관 분관이 청주로 내려옵니다. 불과 10일 전에 최종으로 확정되었습니다. 처음에 국립현대미술관이 내려온다고 했을 때는 수장보존 센터, 즉 수장고가 온다는 것이었습니다. 청주시에서 현대미술관에 무상으로 임대해주는 조건이었습니다. 그런데 수장고만 온다고 하니까 시와 문화계에서 반대운동이 일어났습니다. 창고로 쓰라고 빌려주는 게 아니라는 거예요. 미술관의 기능을 해달라고 요구했습니다. 처음에는 수장고 만드는 비용만 300억이 확정되었습니다. 저희 요구를 추가로 반영해서 설계 변경을 했는데 그게 300억 가까이 늘어난 것입니다. 그것 때문에 계속 지연이 되다가 며칠 전에 확정된 것입니다. 여기는 수장보존 센터이면서 전시 기능, 교육 기능, 연구 기능이 다 같이, 다는 안 오겠지만 일부 역할을 할 수 있는 공간으로 진행될 것입니다.

동부창고 쪽은 시민 예술촌을 조성하는 것으로 이야기가 정리되어가고 있습니다. 비엔날레는 아까 말씀드렸듯이 6회까지는 체육관에서 전시를 했고, 7회와 8회를 제조창에서 했고 금년이 제조창에서 하는 세 번째 비엔날레입니다. 한 달 남았습니다. 지자체 시에서 만든 재단이다 보니 저희 재단이 일을 다 합니다. 문화산업단지도 운영하고 비엔날레도 하고 시에서 일어나는 각종 행사를 재단이 맡고 있습니다. 저는 지금 동부창고 총괄을 하고 있지만 비엔날레 전시팀장을 겸임하고 있습니다.

아까 말씀드렸듯이 현대미술관 본관에 예산 398억이 먼저 확정됐었고, 208억이 최근에 확정되었습니다. 내년 초에 착공식을 하는 것으로 계획이 되어 있습니다. 공간을 다 못 쓰니까 6천 평을 쓰고 있는데, 나머지 공간들 1층, 4층, 5층이 남아 있습니다. 저희가 비엔날레로 쓰는 주요 층 이외에 9천 평이 또 있는 것입니다. 나머지 공간에 대해 여기저기서 이렇게 써보겠다 저렇게 써보겠다는 제안들이 엄청나게 들어와서 시장님이 피해 다닐 정도였습니다. 이런저런 세미나들이 쭉 있었습니다. 많은 이야기들이 있었는데, 화가·여성단체·학계에서 제안이 있었고, 탤런트 조민기씨도 소극장을 만들겠다고 제안을 하셨습니다. 청소년단체, 교통과에서는 터미널이 열악하니까 일부를 터미널 공간으로 쓰자고 하기도 하고, 유통 공간으로 쓰자고 하기도 하고, 호텔·문화원·산업단지, 별의별 의견이 다 나왔습니다. 안 나왔던 것들이 없을 정도로 다 나왔던 것 같습니다. 노인들 체육시설을 들여와야 한다는 의견도 있었습니다.

제가 다섯 가지 원칙을 정해놨습니다. 먼저 역사성을 보존해야 한다는 것인데, 건물의 외형은 그대로 가져가는 것으로 이야기가 됐습니다. 외형은 되도록 건드리지 않는 것으로 말입니다. 그리고 문화적인 것으로 간다. 세 번째는 역동적이어야 한다는 것이며, 그리고 글로벌, 세계적이어야 한다는 것입니다. 청주공항이 지방 공항 중에서는 제주공항, 부산공항 다음으로 국제선이 많이 뜹니다. 그리고 바로 옆에 세종시가 와서 호재로 작용하고 있습니다. 그렇다 보니까 공무원들의 해외 출장을 위해 청주공항의 국제선이 점점 많이 늘 것으로 기대하고 있습니다. 청주공항 자체가 큰 공항이 아니라 점보기가 아직 못 뜹니다. 200석 정도의 비행기가 뜹니다. 동남아권까지는 갑니다. 이것도 확장 계획을 갖고 있습니다.

여기서 경제 문제가 나옵니다. 지속 가능하고 지역경제 활성화에 도움

이 되었으면 좋겠다는 의견이 있었습니다. 그리고 시민과 국제사회가 하나가 되는 것들까지 다 반영해서 이슈 전략을 짜고 있습니다. 일단 꿈은 크게 꾸고 있습니다. '세계화'와 '아시아의 문화 중심'을 표방하고 있습니다. 청주가 공예비엔날레를 하고 있으니까 미술, 공예, 공연 그쪽으로 특화를 했으면 좋겠다는 의견도 있습니다. 제조창이 청주공항에서 승용차로 10분 거리입니다. 여기에 공연장이 생기든 전시장이 생기든 그런 방향으로 마케팅을 해보자는 이야기가 있습니다. 세계적인 문화 공장화를 통해 테이트모던(Tate Modern) 재생 사례처럼 효과를 봤으면 합니다. 그런 것들과 어깨를 나란히 하자는 마케팅을 진행하고 있습니다.

2층과 3층을 비엔날레에서 쓰고 있고 4층과 5층에 대해서 이야기가 가장 많이 나온 것이 쇼핑 공간입니다. 금년에 어느 단체에서 이것의 활용 방안을 발표한 사례가 있었는데, 시장님이 그렇게 했으면 좋겠다는 발언을 하셨습니다. 홈플러스나 롯데마트 등 대형마트 도입이 언급되었어요. 민사 유치라는 항목으로 쇼핑센터가 들어 있었습니다. 그래서 난리가 났습니다. 시장님이 나와서 사업 공개까지 하시고, 본인은 그런 의도가 아니고 이 지역에 있는 공예나 미술 갤러리, 중소기업이 모여서 자발적인 쇼핑몰이 되는 것을 원한다고 밝혔습니다. 그런 형태로 구성이 될 것 같습니다.

제일 중요한 것이 정부 정책의 이슈화입니다. 청주시 같은 경우 통합이 되어 시 청사가 건립되어야 하는데 시 청사 건립이 아직도 난항을 겪고 있습니다. 마지막에 나온 이야기가 결국은 현 청사를 리모델링해야 한다는 것입니다. 통합이 되면서 청주시 인구가 83만이 되었습니다. 그런데 아직도 기존의 청사를 쓰고 있습니다. 청주 시청 본 건물에 있는 부서보다 밖에 있는 것들이 더 많습니다. 청주 시청 인근 건물들에 시청이 세를 들어 나가 있습니다. 지금 있는 시청의 다섯 배 되는 규모의 시청을 지어야 하는데 그 예산

확보가 아직 안 돼서 지금 있는 시청을 리모델링해야 한다는 이야기까지 나오고 있습니다. 예산을 확보하는 것이 걸림돌인 것 같습니다.

요즘 벽화마을이 유행입니다. 산동네마다 있는 그런 마을이 청주에도 조그맣게 있습니다. 여기에서 드라마 「제빵왕 김탁구」나 「영광의 재인」을 찍었어요. 여기가 도보로도 가까워서 연결시키자는 의견이 있었습니다. 시민 예술촌을 하면서 벤치마킹을 많이 했습니다. 특히 일본의 가나자와가 가장 유명합니다. 동부창고 일곱 동을 아트 플랫폼과 공연 연습장, 생활예술센터로 조성할 예정입니다. 예산까지 확보되어서 공연 연습장은 이미 개관했습니다. 아트 플랫폼은 9월 12일에 준공됩니다. 생활예술센터는 설계 중에 있습니다. 건물 한 동이 300평 정도 되는데, 리제너레이션(Regeneration)하러니까 한 동에 20억 가까이 공사비가 들어갑니다. 새로 짓는 게 더 저렴합니다. 하지만 이 원형을 보존하고 역사성을 보존하자는 원칙을 세웠기에 새로 짓는 게 저렴한데도 불구하고 재생 공사를 하고 있습니다. 건물의 내부 구조가 1960년대에 만들어진 구조입니다. 이 건물에는 기둥이 하나도 없습니다. 그것을 그대로 활용하자고 해서 구조, 복원하는 것에만 5억이 들어갑니다. 공사비가 작게는 14억부터 20억까지 들어갑니다. 아카이브 전시관하고 시각 예술 창작소, 휴게시설을 만들어서 시민들이 언제든지 올 수 있도록 할 예정입니다. 결과를 보여주는 곳이 아니고 과정을 보여주는 곳으로 진행하고 있습니다.

현대미술관 분관은 건물이 긴데, 가운데 복도를 지나가면서 양쪽을 보게 만드는 구조입니다. 쇼윈도 갤러리 형태로 말입니다. 수장 작품들이 계속 순환을 합니다. 지나갈 때마다 다른 작품을 보는 것이죠. 그런 형태로 설계되어 있습니다. 그 설계로 300억 가까이 비용이 추가됩니다. 저희들은 여기에 엔터테인먼트를 넣어야 한다고 생각합니다. 시민들이 와서 그림도 보고

엔터테인먼트적인 것들도 즐겼으면 좋겠습니다.

저희 공예비엔날레는 문화부에서 지원하는 행사가 아닙니다. 산업자원이 지원됩니다. 우리나라에 공예디자인 진흥원이 있습니다. 그건 문화부 시설입니다. 그런데 공예 분과는 산자부에 있습니다. 공예명장 지정을 산자부에서 합니다. 저희도 산자부 예산으로 지원 받아서 지금까지 하고 있습니다. 문화부에서는 지원을 해도 지원금이 적습니다. 문화부에서 받아본 것은 3억 정도가 최고인 것 같습니다. 산자부에서는 해마다 작게는 15억에서 많게는 30억 정도까지 지원을 해주었고, 지금은 점점 줄어서 다음부터는 지원이 없는 것으로 이야기되고 있어서 걱정입니다. 그리고 청주가 국토부 도시재생사업에 선정되어 500억 예산이 확보되었습니다. 500억을 어떤 식으로 쓸지 고민하고 있는데 접근성 강화에 쓰기로 이야기되고 있습니다.

이상으로 마치겠습니다.

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 전체적으로 한 말씀 드리면 사실 제가 깜짝 놀란 게, 오늘 발표된 두 가지 사례는 천문학적 예산이 들어가는 것 같아요. 부지 매입이나 소유권에 대한 문제까지 1천 억이 넘는 대규모 프로젝트인 것 같아요. 그만큼 청주나 당인리를 보면 일정 기간의 과정을 거친 것 같습니다. 당인리는 정부 주도이다 보니까 시민의 참여나 담론의 과정은 조금 생략된 느낌을 받지만 청주 같은 경우는 많은 문제 제기와 활용 방안이 나왔는데, 그것을 어떻게 풀어낼지 궁금한 부분이 있습니다. 그럼에도 불구하고 상당히 오랜 기간 준비했다는 점이 공통점인 것 같습니다. 제가 최근에 깜짝 놀란 일이 있었는데요, 경기도에서 서울대 농생대를 확보하고 손뎌 지가 오래 지나지 않았는데 지역의 유력 언론이 경기도에서 왜 아직도

활용 방안을 못 찾고 있느냐고 보도하더라고요. 그것은 제게는 문화적 충격이었습니다. 지역의 책임 있는 언론이라면 관료 사회나 지방 정부가 급하게 갈 때 그것에 제동을 걸고서 천천히 관찰하고 진지하게 고민할 수 있도록 제어 역할을 해주는 것이 마땅한데 말이죠.

오늘이 첫 번째 시간인데 아직 네 번이나 남았습니다. 유형별로 재미있는 사례들을 갖고서 공부할 수 있을 것 같습니다. 경기도의 기초지자체에 계신 분들이 문화적 도시재생에 열정과 관심이 있어서 유쾌한 작업이었습니다. 첫 시간인데 첫 시간이 제일 힘들잖아요. 오랫동안 자리 지켜주셔서 감사합니다.

구도심, 제3의 공간

2015. 9. 8(화) 평택 아트캠프



부산 원도심 창작공간 또따또가

생활환경 낙후 지역이나 구도심에서 추진되고 있는
재생 사례를 통해 지역의 고유성을 갖고
실천적 예술 활동이 도시 활력을 이끌 수 있었던
다양한 요인을 살펴봅니다.
어떻게 옛것과 만나게 할 것인지
지역적 맥락을 고민하고 가치와 철학의 문제가
구성원들 간에 공유되고 있는가 묻습니다.



부산 또따또가 센터장 김희진

이에 따라 예술가들이 지역 내에서 안정적으로 활동할 기반을 만들고, 그것이 자연스럽게 지역의 시민들에게 문화적 혜택으로 돌아가는 효과가 발생할 것입니다. 더불어서 도시재생이나 자치적인 주민들의 활동이 자연스럽게 발생할 거라고 기대했고, 실질적으로 그런 결과들을 이끌어냈습니다. 그런 과정들을 통해서 예술가들 스스로도 변화를 겪는데, 단순히 창작 공간 제공으로 접근했지만, 또따또가에 들어와 활동을 하면서 6년이 흐르고 나니 지금 활동을 너무 재미있어 하고 이 지역에 남아서 활동을 하고 싶어 합니다. 창작의 좋은 궤도에 올라서 창작을 열심히 했던 작가들은 그동안 사회적 서비스를 하지 못해서 미안하다고 표현할 정도로 스스로가 많은 변화를 겪게 된다는 것이죠. 저희가 올해 6년을 넘기고 내년부터 새로운 단계로 접어들습니다. 기존에 있던 많은 작가들이 또따또가에서 자립해서 어떤 식으로든 지속적으로 활동하고 싶다는 바람을 많이 이야기하고 있습니다. 그래서 저희가 1차적으로 예술가들에게 안정적인 창작 공간을 제공하자는 취지에서 도시를 바뀌어나가는 과정으로 접근했지만, 앞으로 좀 더 다른 모습의 가능성을 찾을 수 있지 않을까 생각합니다.

또따또가 지역에 지어진 지 100년이 되는 건물이 있습니다. 빨간 벽돌 건물인데요. 그 건물을 지키고 문화 공간으로 만들기 위해서 계속해서 시와 문화관광부에도 건의를 하고 여러 방식으로 그 건물을 지켜나가고자 했는데, 올해 부산시에서 그 건물을 매입했습니다. 현재까지 문화 공간으로 조성한다는 계획이 잡혀 있는 상태고, 또따또가에 운영을 맡기겠다는 결정이 나지는 않았지만 저희는 기대를 하고 있습니다. 지역에 문화적으로 챙겨야 하고 앞으로도 좋은 문화 인프라가 될 수 있는 공간들을 조성하기 위해 이런 식으로 노력하고 있습니다.

또따또가는 임대 사업으로 출발했습니다. 또따또가가 있는 지역은 사무

실이 많은 지역입니다. 과거에 시청이 있던 지역이니까 굉장히 많은 사무실이 촘촘히 있던 지역인데, 시청이 이전을 하면서 그 사무실들이 대부분 공실화되었습니다. 10년 정도 그 지역의 건물들 대부분이 비어 있는 상태였습니다. 우리가 그 건물들을 빌려서 사업을 하자는 계획을 세웠습니다. 다른 타 지역에 앞서 조성되었던 지역 문화 공간들, 이를테면 인사동, 홍대 등등이 있겠죠. 부동산 가격이 상승하고 상업화되었죠. 원래 취지와는 다른 현상들을 겪는 것을 보고 임차하는 것이 좋겠다고 생각했습니다. 지역에서 임대료가 되지 않은 건물들을 빌려서 그 건물주들과 지역과 연대를 맺어서 장기적으로 예술가들이 살아갈 곳을 만들자는 취지로 출발했습니다.

사업을 시작한 이후부터 다음 단계를 준비했는데, 지역의 오래된 건물들을 매입하는 것입니다. 장기적으로 또따또가가 자리 잡을 수 있도록 해달라고 요구하고 있고, 그 단계도 적용이 되고 있는 것 같습니다. 애초에 공간을 빌려 출발한 것이 잘했다는 생각이 들고요. 현재 22개 건물의 74개 공간을 창작 공간으로 조성해서 활동하고 있습니다. 그중에는 임대료를 내지 않는 공간도 있습니다. 임대가 안 될 것 같으면 그냥 저희보고 쓰라고 제공하는 경우들도 있고요. 22개 건물 중에 10개 건물 정도가 6개월가량 집세를 한 번도 올리지 않았습니니다. 오랫동안 지역 건물주들과 유대를 맺다 보니까 저희 활동에 관심을 가지는 또 다른 건물주들을 만나게 되었습니다. 작년 같은 경우에는 우리나라 최초의 돼지국밥집인 '하동집'을 구입하신 건물주께서 그 건물을 무상으로 쓰라고 해서 '하동집 문화살롱'이라는 식당 프로젝트를 진행했습니다. 지금 현재는 오래된 여관을 호텔로 개조하고 있는데 그것도 저희와 같이 전시장이랑 문화 시장들을 조성하려 하고 있습니다. 옆에 '반달 계단'이라는 계단이 있어서, 호텔 이름도 그렇게 지었습니다. 저희와 함께 계단 축제를 만들기로 현재 예정이 되어 있고요. 내년도 사업을 위

해서 계속 건물들을 빌려주겠다고 제안하신 분들도 있습니다. 내년도 사업을 계속하기 위해서 그런 건물들을 유치하고 있는데, 지역 건물주들과의 연대를 통해서 좀 더 문화적인 방식으로 진행해야 할 것 같습니다. 지역에서 저를 찾아오는 분들이 늘 좋은 지역이 어디냐고 물어보기 때문에 전 복덕방 주인처럼 생활합니다. 또따또가가 문화 복덕방, 문화 사랑방 같은 역할을 하고 있지 않나 싶습니다.

저희가 있는 지역은 역사가 깊은 지역입니다. 근대 부산을 만든 지역이기도 합니다. 조선시대에 부산포가 개항된 이후에 일본인들이 거주하던 공간들이 있었습니다. 거기서 정치나 무역이 이루어졌죠. 그곳에서 다양한 문화충돌이 발생했고요. 자연스럽게 문화의 보물 창고가 되는 배경을 만들게 됩니다. 일제강점기에 주요 관청들이 있었고 해방이 되자 귀향민들이 부산항을 통해서 들어왔고, 한국전쟁 때에는 피난민들이 몰려들어 근대 부산의 중심지가 되었습니다. 굉장히 다양한 문화적 요소들이 뒤섞여서 충돌을 일으켰던 지역입니다. 외곽 지역이 저희가 활동하고 있는 지역이라고 할 수 있습니다. 그곳에는 일제강점기에 다양한 관청들이 있었는데 지금은 거의 건물들이 사라졌습니다. 또따또가는 사라지는 건물을 채기는 작업들을 하고 있습니다.

또따또가의 지역에 '40계단 역사 문화 테마거리'가 있는데, 저희들은 이 40계단을 중심으로 활동하고 있습니다. 40계단이 유명해진 이유가 있는데요, 피난민들이 산동네에서 생활하면서 부둣가에서 노역을 하고 자갈치 시장에서 해산물을 팔면서 생계를 유지했거든요. 40계단을 통해 해방촌으로 올라가서 누구나 고된 하루를 마치고 쉬었는데, 당시 실항민들이 영도다리에서 만나자고 약속을 했기에 영도다리에서 가족들을 찾았다고 합니다. 그 당시에는 40계단 앞에 큰 건물들이 없었기 때문에 집에 올라갈 때마다 멈



춰 서서 가족이 있나 없나 영도다리를 바라보는 것입니다. 40계단은 영도다리와 더불어서 6·25 한국전쟁의 기억으로 유명해진 곳입니다. 여기에 또따또가가 자리를 잡았습니다. 40계단에서 퍼포먼스를 하고, 다양한 활동을 하고 있습니다.

또따또가의 사업 내용을 소개해 드리겠습니다. 어느 도시나 중부 지역은 다양한 역사나 문화를 기리는 장소가 많습니다. 부산의 중부 지역에도 박물관이나 역사관, 기념관과 도서관이 많이 산재해 있습니다. 부산의 대부분 지역에는 문화원이 있는데 중부는 없습니다. 중부에 있는 문화시설을 다 모으면 다른 구에 있는 문화원보다 훨씬 큰 규모가 되거든요. 그런 문화기관이 단체와 연대해서 네트워크를 만들어 같이 사업을 진행하고 있습니다. 그리고 지역에 있는 자원을 찾고 있습니다. 그 과정에서 예술가들의 창작 공



간을 지원하는 것이 저희의 원래 목적이었고요. 예술가들이 역량을 키워나갈 수 있도록 국내외의 다양한 프로젝트와 단체와 교류를 하고 작가를 파견하면서 함께 협업하고 있습니다.

2010년도에 예산 3억 5천만 원으로 출발해서 현재 4억 3천만 원으로 진행하고 있습니다. 11개 건물 35실로 시작해 현재 22개 건물 74개 실을 운영하고 있으며 325명이 참여하고 있습니다. 굉장히 많은 숫자인데요. 단체 회원까지 포함해서 이 숫자가 나옵니다. 또따또가의 특징은 모든 예술이 다 모였다는 것입니다. 시각예술, 공연예술, 커뮤니티예술, 건축, 인문학 등등 굉장히 다양한 형태의 예술이 모여 있습니다. 현재 현황입니다.

주요활동을 보시면 '예술문화축전 거리 마켓'을 하고 있는데 저희는 일상의 문화를 추구합니다. 뭔가 문화적인 것을 발견할 수 있는 방식을 취하고 있습니다. 개폐막식도 없고 의전 행사도 전혀 없습니다. 두 달 반 동안 축제를 하는데, 가까이 온 사람들에게만 오늘부터 축제라고 이야기하고 전단지 돌리고 두 달 반 동안 계속 프로그램들이 됩니다. 두 달 반이라는 기간

이 기니까 프로그램을 한 번에 다 팔 수가 없어서 전반전과 후반전으로 나눠 하고, 한 달 조금 넘는 기간 동안 매일 있는 프로그램들을 적어서 안내지를 나눠드립니다. 매년 축제의 제목을 바꾸고 있는데, '이름도 몰라요 성도 몰라'로 한 적도 있고요, 올해는 '처음 느낀 그대 눈빛은'이었는데 이런 대중가요 가사들로 제가 짓고 있습니다. 지역에 별나다는 브리또 가게가 있는데 그 사장님이 취미로 사진을 찍으세요. 저희와 사진전을 네 번 정도 했습니다. 우리 포스터를 만드는 데 사진을 쓰자고 해서 같이 협업을 했습니다. 그리고 미술 작가의 그림으로 포스터를 만들기도 합니다.

다양한 행사들을 하고 있습니다. 전시, 공연, 탐방, 마켓, 영화 프로그램 등이 있습니다. 올해 '원도심 시간여행'이라는 전시를 한 '가치 공작소'라는 팀이 있습니다. 협동조합으로 미술작가 열세 명이 모여 있는 팀입니다. 그 팀이 학생과 시민들과 함께 매주 모여서 쓰레기를 주워 그것으로 시계를 하나씩 만들었습니다. 석 달 동안 진행했고 현재는 순회 전시중입니다. '모퉁이 극장'이라는 영화 공간이 있는데, 건물이 모퉁이에 있습니다. 여기는 관객 문화운동을 하는 곳입니다. 영화의 주인공은 관객이라고 해서 관객이 프로그램을 가지고 평론가가 되고 영화제 진행자가 됩니다. 각자 영화를 추천해서 다른 사람들과 같이 보고 해설하고 토론하는 모임들을 계속 해나가고 있습니다.

'지구인 시장'이라는 입주 단체와 함께 마켓을 운영하고 있습니다. 지금은 '지구별 아트 마켓'으로 저희 공간에서 하고 있습니다. 지구인 시장 팀은 주로 생필품들 중에서 리폼한 물건이나 또는 쓰지 않는 물건들을 가족 단위로 나와서 시장에 파는 것입니다. 아이부터 연세가 많으신 분들까지 자연스럽게 나와서 거리에서 물건을 사고팔고, 체험 프로그램도 진행하고 있습니다.

시민 문화예술 교육프로그램도 진행하고 있습니다. 대표적인 프로그램은 '비타민 C'라는 프로그램입니다. 비타민처럼 문화를 영양분으로 섭취하

자는 의미입니다. 입주 예술가들이 입주 공간에서 다양한 방식으로 시민 커뮤니티 형태의 강좌를 진행합니다.

원도심 문화탐방이 있는데요, ‘또각또각’이라고 이름을 지어서 작년부터 하고 있습니다. 또따또가가 만들어지고 지금까지, 외부에서 탐방 오시는 분들이 평균적으로 일주일에 서너 팀이 됩니다. 제가 센터장이 된 이후부터 주 업무가 탐방을 안내하는 것이었습니다. 탐방을 많이 오다 보니까 작가들의 자생력에도 도움이 되겠다고 생각되어 작년부터는 탐방 프로그램을 작가들이 운영합니다. 신청이 들어오면 작가들에게 연결해줍니다. 그날 일정이 되는 작가들이 진행을 맡고 공간을 오픈할 수 있는 작가들이 오픈을 하고, 대신에 일정량의 참가비를 받아서 작가들이 자립하는 기금으로 사용합니다.

저희가 있는 지역은 인쇄소가 많이 남아 있는 부산의 인쇄 1번지라고 할 수 있습니다. 요즘은 종이 인쇄가 많이 사라지는 추세입니다. 작년부터 ‘인쇄 아카데미’라는 종이 인쇄와 관련된 문화강좌 네트워크를 조직했습니다. 다른 문화 프로그램들을 지역민들에게 제공하는 활동도 하고 있고요. 골목 프로젝트의 일환으로 ‘골목 광고 만들기’라는 프로그램도 있습니다. 지역에서 식당이나 커피숍을 하시는 분들과 영화 작가들이 광고를 만듭니다. 작년부터 하고 있습니다. 지금까지 여섯 편 만들었습니다. 유튜브(Youtube)에 ‘동네광고’라고 검색하면 보실 수 있습니다. 골목 화단 만들기나, 골목 음악 행사도 합니다.

협업작업도 많습니다. 가치 공작소의 시계 만들기뿐만 아니라, 영화도 같이 만들었는데 부산영화제와 전주영화제에서 상영되었습니다. 연극도 몇 편 만들었습니다. 자연스럽게 각 파트들이 모여서 하는 방식으로 진행됩니다.

그리고 다들 나름대로 창작 발표를 하고 있습니다. 전시, 공연, 출판 기념회 등은 기본적인 것이고요. 작가들끼리 모여서 다양한 커뮤니티 활동

을 합니다. 제가 작가들과 일상적으로 만나는 두 개의 프로젝트가 있는데, 하나는 ‘따또 런치’입니다. 따로 또 같이 점심 먹기 프로젝트입니다. 한 달에 두 번 정도 지역의 식당에 모여서 밥을 같이 먹습니다. 중복되지 않게 계속 지역 식당에서 먹고 있습니다. 그리고 ‘월수 모임’이라고 해서 한 달에 한번 ‘월수 도장’을 찍습니다. ‘일수’가 아닌 ‘월수 도장’을 찍는데, 저하고 얼굴을 마주본 상태에서 자기 얼굴 도장을 그림으로 그리는 방식입니다. 한 달에 한 번은 저와 얼굴을 마주쳐야 합니다. 그런 방식으로 작가들과 계속 소통하고 있습니다.

다양한 네트워크 작업이 있습니다. 지역의 문화 기관들과 모여 ‘원도심 네트워크’를 만들었습니다. 그래서 원도심 네트워크와 함께 두 달에 한 번씩 정보 교환을 하는데, 작년부터 저희가 ‘원도심 네트워크 축제’를 만들어서 올해까지 2회를 했습니다. 원도심의 주요 시설들과 협업 작업을 하고 있습니다. 국제 관련 협업도 많이 하고 있습니다. 주로 연극이나 무용 작업들을 많이 해왔고, 최근엔 주로 일본 후쿠오카 지역과 많이 하고 있습니다. 그리고 저희의 대표적인 국제교류 사업 중 하나로 ‘와따가따’가 있습니다. 일본하고 부산이 가까워서 ‘와따가따 페스티벌’로 이름을 정했습니다. 매년 전시·행사·퍼포먼스·공연·포럼을 하고 있는데 작년에는 ‘후쿠오카 트리비엔날레’에 ‘와따가따’ 특별전을 했고요, 얼마 전에는 대마도에서 10박 10일 동안 ‘와따가따’ 대마도 아트 캠핑을 했습니다. 캠핑장을 10일 빌려서 저는 10일 쪽 있고 다른 분들은 하루 왔다 가도 되고 이틀을 왔다 가도 됩니다. 오셔서 현지의 재료로 작품을 만들고 가셨습니다. 9월 27일까지 ‘대마도 아트 판타지아’라는 행사에 전시 중입니다.

다양한 방식의 아트 투어도 진행하고 있습니다. 국내외에서 많이들 오십니다. 저희가 찾아가기도 하고, 부산문화재단 지원을 받아서 작가들이 오



또따또가 예술문화축전

고 가기도 하고요. 일본 지역 외에 독일 함부르크와 많은 사업을 진행하고 있습니다. 나라마다 항구 지역이 갖는 문화적인 특성들이 있어서 항구 지역을 중심으로 많이 하고 있습니다.

향후 계획을 말씀드리겠습니다. 임차형에서 매입형을 만들어서 지속 가능한 공간을 만드는 계획을 갖고 있습니다. 예술가들이 3년 단위 지원이 끝나면 자립해서 지역에 남아 또따또가가 인계한 활동들을 해나갔으면 좋겠다는 것이 향후 방향입니다. 그것이 자율적인 예술생태계가 되었으면 좋겠습니다. 공공 자금의 지원은 한계가 있다고 봅니다. 그래서 지원이 아닌 스스로 만들어나가는 예술 생태계가 됐으면 좋겠습니다. 국내외 네트워크를 계속해서 강화시켜나갈 것입니다. 저희 예산이 올해 4억 3천만 원이라고 했는데요, 올해 임대료가 2억 8천만 원이 나왔습니다. 저희 운영 지원센터 근무자가 저를 포함해서 세 명입니다. 근무자 인건비를 제외하고 나면 1년 프

로그램 진행 사업비가 6천에서 7천만 원밖에 안 됩니다. 그 예산으로 그 많은 행사를 다 어떻게 했나 생각하면 우리가 네트워크를 잘 구축하기 때문이 아닌가 합니다. 작년에는 '무빙트리 비엔날레'라는 큰 행사를 했습니다. 굉장히 큰 축제와 행사를 많이 진행하는데 저희는 공간과 예술가만 제공하고 사업비는 다 가져옵니다. 그런 행사를 많이 하고 있습니다.

또따또가의 생명력은 네트워크입니다. 작가 작업을 위한 내부 프로세스를 개발하려고 합니다. 작가들이 다섯 그룹 이상 뭉쳐서 개인 창작이 아니라 커뮤니티 사업을 하겠다고 하면 공간을 제공해주는 사업에 대해서 시와 협의의 중입니다. 일부 공간이라도 커뮤니티 공간으로 개방을 해주는 프로젝트를 진행하면 작가들을 자립시켜주겠다는 협의가 되어 있습니다. 그런 식으로 작가들 스스로 자기 공간을 만드는 기반들을 만들어나가려고 합니다. 또따또가가 상업적인 브랜드로 남기보다는 우리가 가진 의미들이 계속 생산 되었으면 좋겠다는 바람이 있습니다. 또따또가의 사업이 저희가 활동하고 있는 지역의 기초가 되거나 대표가 되어서는 안 된다고 생각합니다. 저희는 일종의 마중물 같은 역할을 하는 것입니다. 저희가 지향하는 방식의 문화 활동들이 지속적으로 지역에서 활발히 이루어지고, 그것이 작가들을 기반으로 하는 형태가 되기를 바라고 기대합니다.

이상입니다.

질문: 시민 커뮤니티를 제공하고 있다고 하셨는데, 어떤 종류의 시민 커뮤니티인지 사례를 듣고 싶습니다. 대표적인 사례의 대상들을 어떤 과정으로 모집했으며, 어떻게 진행되고 있는지 궁금합니다. 아까 유튜브 광고를 보여주셨는데, 촬영 장비가 필요하잖아요. 그런 시설이나 장비들을 갖추었는지, 편집과 시나리오 구성, 제작도 해야 할 텐데 그것은 어떤 팀들이 구

성하는지, 어떻게 활용하는지, 그런 것의 효과는 어떻게 나타나는지 궁금합니다.

답변: 첫 번째 질문은 시민과 연계한 커뮤니티인데요. 저희는 시민들을 대상으로 문화예술 교육프로그램을 진행하는데 '비타민 C'가 대표 프로그램입니다. 그 과정에서 시민들이 지속적으로 그 교육을 받거나 활동하고 싶다는 요구들이 있으면 작가와 협의해서 모임을 지속시킬 수 있도록 뒷받침하고 있습니다. 대표적으로 사진 동아리가 있습니다. 주로 노인들과 함께하는데요, '빛과 번쩍'이라는 동아리가 활발하게 활동하고 있습니다. 6년 동안 사진작가와 시민들이 매년 같은 전시가 5회 이상 됩니다. 그 분들과 지역 사진을 찍고 그 사진들을 전시하는데, 저희는 초기 강좌를 만들어드렸을 뿐 그 외에는 지역의 주민자치센터나 도서관의 협조를 받거나 다른 지역 문화강좌들의 협조를 받기도 합니다. 미술 같은 경우에는 저희가 전시 공간이 두 군데가 있는데 미술 수업을 받은 분들이 결과물을 전시하고 싶어 하실 때 '시민 갤러리'라는 이름으로 오픈해드립니다. 예술가들이 그분들의 멘토 역할을 해드리고 전시를 개최해드리고 공연팀이 축하 공연도 해드리는 식으로 하고 있습니다.

현재 시민 극단 단원을 모으고 있습니다. 이번 연말쯤 정식 공연을 할 것입니다. 연극팀들이 주민들과 계획을 세워 시민 극단을 만들어나가기도 합니다. 시 동아리도 많이 있습니다. 시 창작도 있고 낭독도 있고요. 나름대로 시민들과 교육프로그램을 진행하면서 관계 맺은 결과들이 다양한 형태로 드러나고 있습니다.

동네 광고 같은 경우에는, 현재 영화 쪽 입주 단체가 세 팀이 있고 영화 작가가 다섯 명 정도 됩니다. 우리들이 보유한 장비를 쓰고 있고요. 또따또가의 예산으로는 재료를 살 수 있는 여력이 없어서 스스로 그런 장비들을

들고 지역에 있는 상점들을 찾아가 주민들과 협동합니다. 스토리를 같이 만들거나 함께 배우로 출연하거나 촬영을 돕습니다. 가게 안에 모니터가 있어서 상영을 해놓는 가게도 있고, 아니면 그냥 유튜브로만 보게 되는 경우도 있고, 축제 때 다 같이 볼 수 있는 기회도 만들고 있습니다.

또따또가는 재료를 따로 구입할 필요가 없고 입주 단체가 사는 것을 다 같이 공유합니다. '사다리꼴'이라는 미술 공간이 있습니다. 한 작가가 자기가 쓰던 공구들을 전부 기증했습니다. 이름만 적고 빌려갈 수 있고, 나무 자르는 작업들은 그 공간에서 하면 됩니다. 공간이나 장비나 노동력이나 우리 안에서 품앗이를 하고 있습니다. 만약에 동네 광고 만들다가 음악이 필요하면 음악팀이 음악을 만들어주고 무대 장치는 무대팀들이 도와주는 식입니다. 그런 협업들을 해나가면서 동네 광고 만들기를 할 때에는 한 가게당 석달 정도 걸립니다. 또따또가에서 작가에게 지급하는 돈은 딱 4회차 강사로입니다. 1회 10만 원으로 40만 원 받고서 가게 세 곳을 해야 합니다. 작가에게는 거의 지원이 없습니다. 그런데 작가가 하겠다고 합니다. 한 군데만 해도 된다고 해도 세 군데나 하겠다고 하니까 그런 식으로 같이 보조를 맞춰나가는 것입니다.

질문: 광고를 내고 싶은 가게는 주인이 사례비를 내나요?

답변: 그건 작가 몫입니다. 아직은 받은 적이 없는 것 같아요. 커피나 술을 대접받는 걸로 아는데 별도로 사례비를 받지는 않는 것으로 알고 있습니다.

질문: 지역 내에서 공간을 오픈한다고 하셨는데 만약 탐방을 한다면 작업 공간이 항상 오픈되어 있나요?

답변: 그렇지 않습니다. 탐방 요청이 들어오면 전체 문자를 돌려서 그날짜 그 시간에 오픈되어 있는 곳을 확인합니다. 그리고 방문을 해도 되는

지 여부를 묻습니다. 탐방 오는 팀에게 오늘은 어디까지만 볼 수 있다고 통보해드립니다. 그것은 시에서 와도 마찬가지로 문광부에서 와도 마찬가지입니다.

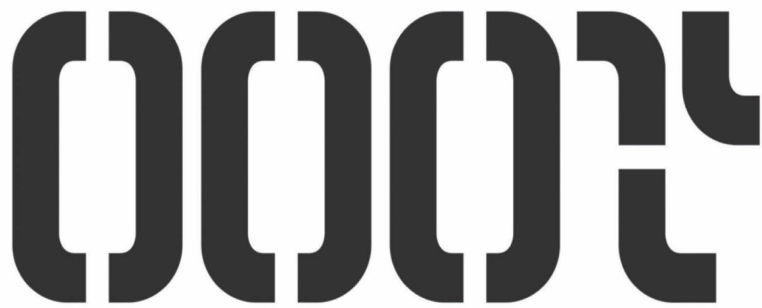
질문: 이 전체 지역을 다 돌려면 얼마 정도 걸리나요?

답변: 작가들과 이야기를 나누기도 하고, 어떤 공간에서는 체험을 한다거나 단편영화를 보면 4시간 정도 걸립니다. 보통은 1시간에서 2시간 코스로 진행합니다. '또각또각' 같은 경우에는 중간에 체험을 하나 넣습니다. 그럼 보통 3시간 정도입니다.

질문: 내부 레지던시 프로그램도 있나요?

답변: 현재 저희가 게스트하우스를 조성해서 작가들이 운영하고 있습니다. 현재 히로시마 작가들이 들어와서 투숙하고 있습니다. 다음 주에는 후쿠오카의 극단이 들어와서 투숙할 예정입니다. 우리가 그쪽으로 가면 그들도 채워줍니다. 미술작가들이 오면 공동 작업실이나 남은 공간들을 협의해서 빌려주는 식으로 협업할 수 있도록 만들어줍니다.

공생을 위한 커뮤니티 디자인 -000간



공 공 공 간

공감 공유 공생을 위한 디자인 기획사

Think together for public value



000간 대표 **홍성재**

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 다음 사례 발표를 듣겠습니다. 공생을 위한 커뮤니티 디자인 000간의 홍성재 대표님 모시겠습니다.

홍성재 (000간 대표): 반갑습니다. 저는 사회적 기업인 000간(공공공간)을 운영하는 홍성재입니다. 저는 000간의 대표 노동자입니다. 000간이라는 이름을 지을 때 제가 소리 내서 000간을 읽어봤는데, 깜짝 놀랐습니다. 태어나서 000간이라는 말을 해본 적이 한 번도 없더라고요. 제가 지역에서 활동하면서, 공공성이란 정해져 있는 것이 아니라 끊임없이 시대에 맞게 계속 발명하고 만들어나가야 된다는 생각이 들어서 그렇게 이름을 지었습니다. 저는 홍대에서 순수회화를 전공했습니다. 그리고 나서 사회적 기업을 준비하고 싶어서 카이스트 경영대학원 MBA과정을 전공했습니다.

제가 하고 싶은 재생은 플랫폼 관점의 지역재생입니다. 지역재생을 어떻게 해야 할까 다들 고민이 많으실 겁니다. 저도 지역재생의 개념을 정리해봤습니다. 지역재생이란 사회적으로 낙후된 지역에 새로운 기능을 창출해서 그 지역을 사회적·문화적으로 부흥시키면서 지역의 전반적인 삶의 질을 높이는 것입니다. 이 개념에서 부족한 게 뭘까 고민해봤습니다. 두 가지였는데요, 먼저 새로운 기능에 대한 정의가 없다는 것이었습니다. 이 지역에 맞는 새로운 게 무엇인가? 두 번째는 앞서 또따또가에서도 말씀하셨지만 네트워크가 굉장히 중요한데 네트워크에 대한 이야기가 빠져 있었습니다. 그래서 저희는 그 둘을 보완해야 하지 않을까 생각했습니다. 네트워크의 강화와 새로운 기능에 대해 고민했습니다. 플랫폼적인 관점에서 본다는 것은 일종의 점과 선으로 연결된 하나의 유기체라고 봤습니다. 그래서 어떤 점이 약한지 찾고, 어떤 점을 연결할지 고민하고, 새로운 점을 어떻게 만들지 고민하는

것으로 해석했습니다. 그래서 점과 선이 연결된 지역을 하나의 유기적인 플랫폼으로 보기로 했고, 거기에 맞게 점과 선이 약해져 있는 것을 강화시키거나 새로 만들어야겠다고 생각했습니다.

저희는 창신동이라고 동대문 패션타운 뒤에 있는 봉제공장이 많은 지역에 있습니다. 그곳에 980개 정도의 봉제공장이 있습니다. 그곳에 어떤 점과 선을 만들자. 지역 브랜드를 개발하기도 하고 거기에 맞는 봉제공장의 간판을 만들어주고, 거리에 가구를 만드는 프로젝트를 진행하기도 했습니다. '도시의 산책자'라는 산책 프로그램도 있습니다.

제가 개인전을 했는데, 개인전을 하면 비평가분들이 올 줄 알았는데 따로 오는 게 아니더라고요. '우리끼리 하는구나, 그러면 우리가 했던 예술을 어떻게 확장할 수 있을까' 그런 생각이 들었습니다. 그리고 또 다른 문제는 개인전을 1년 정도 준비했는데, 그동안 아르바이트로 번 돈을 다 썼습니다. 그러면서 어느 순간 느꼈습니다. 내가 아르바이트를 하려고 작가를 하는 건지 작가를 하려고 아르바이트를 하는 건지. 돈 버는 일은 낮게 평가하면서 작품을 만든 것은 사람들에게 보여주고 싶어 했어요. 이게 되게 이상하더라고요. 돈 버는 일이란 내가 작가로 살아가는 것을 어떻게 통합할까, 이런 고민에서 나중에 사회적 기업을 창업하게 되었습니다. 초기에는 어떻게 먹고살까 고민을 많이 했습니다. 제가 미대 졸업하던 시점이 젊은 작가들의 거품이 빠지던 시기였습니다. 미술관과 갤러리 작가들이 대안공간을 거쳐서 비엔날레에 가고 그런 청사진이 있었는데 저희 때는 미술시장이 확 꺼졌어요. 저희는 어떻게 이 시기를 우리가 하고 싶은 일을 하면서 지혜롭게 헤쳐 나갈지에 대해 고민하다가 예술 프로그램을 하자는 결심을 하게 되었습니다. 이때 기업에서도 예술 교육에 투자를 많이 했거든요. 그래서 그것을 바탕으로 사회적 기업을 창업하게 되었습니다. 영리적인 기업은 이윤을 키우는 것에

중점을 둡니다. 그런데 사회적 기업은 사회적 문제 해결이 먼저입니다. 미션 중심적이고요. 저는 사회적 기업이 초기비용은 많이 들어가도 점점 자립하는 구조로 간다는 것에 매력을 느꼈습니다.

제가 있는 지역은 봉제공장 지역입니다. 이 지역은 제가 예술 교육을 하게 된 첫 번째 지역이었어요. 처음에는 구성원들의 자비로 시작했습니다. 우리의 문제점은 해외 생산이 많아져서 국내 생산의 일거리가 많이 줄었다는 것입니다. 젊은 친구들은 더 이상 일하러 들어오지 않는 구조입니다. 저희는 지역에서 어떻게 새로운 방법으로 문제에 접근해서 해결할 것인지에 가치를 많이 두었습니다.

이곳에서 저희가 좋아하는 예술 프로그램을 진행했습니다. 말풍선에 내가 하고 싶은 말을 써서 자기 집 앞에 달아놓는 프로젝트가 있었습니다. 자기 집 앞에만 하고 싶은 말을 발언해보는 것이었습니다. 이런 지역 프로그램을 진행하면서 동네 아이들은 저희에게 싫증을 느꼈어요. 재밌는 것 좀 하자고 요구했어요. 제가 관찰한 것은 지역 공유센터 아이들이 시간만 되면 싸운다는 것입니다. 그건 지역의 문제가 아니고 아이들의 상황 때문이라는 생각이 들었습니다. 아이들이 어떤 상황에 있는지 봤습니다. 학교에 갔다가 공유센터로 오면 단체생활을 너무 오래 하는 거예요. 잠자기 조금 전까지 단체생활을 하는 거지요. 고학년과 저학년이 공부할 때는 따로 있는데 미술 시간이 되면 합치잖아요. 이걸 어떻게 하나, 솔루션을 내자, 혼자 있어라. 그래서 애들이 혼자 박스 안에 있도록 했습니다. 냉장고 박스로 만들었는데 1, 2, 3층에 아이들이 다 들어갔습니다. 공유센터가 생기고 가장 조용했던 20분이었어요. 이때 아이들이 우리에게 주문을 했어요. 자신을 모든 빛으로부터 차단해달라고 말이죠. 빛을 차단해주고서 매직이랑 랜턴을 주었습니다. 안에서 쓰고 싶은 말을 쓰고 공개하지 말자. 오늘은 따로 있어라. 우

리의 솔루션이다. 혼자 있게 하는 수업이었어요. 20분이 지나니 심심하니까 나와서 남자 친구들은 기차, 여자 친구들은 아파트를 만들었어요. 이때 많이 느낀 게, 이 수업을 1시간 반 생각했는데 3시간을 했어요. 오히려 혼자 있는 시간을 20분 주니까 함께하는 놀이에서 한 번도 안 싸우더라고요. 문제를 해결하고 제안할 때 사람의 상황에 맞게 해야 훨씬 더 좋다는 것을 배운 수업이었습니다.

사람들은 저희 예술가에게 벽화를 그리거나 환경미화를 하라고 주문합니다. 저는 벽화를 별로 좋아하지 않는데, 벽이 더러우니까 벽화를 해달라고 하더라고요. 저희가 리서치를 했어요. 동네 슈퍼 아주머니께 인터뷰로 여쭙 볼 때는 너희들의 꿈, 희망 같은 것을 그리라고 하셨는데 카메라가 꺼지니까 따로 불러서 심플하게 하라고 하시더라고요. 뭐가 진심일까? 그때 후자라는 생각이 들었습니다. 아이들에게도 우리가 스스로 관리하는 깨끗한 벽을 만들려고 하는데 무슨 방법이 좋을지 물어보았습니다. 한 아이가 그럴 거면 흰색으로 칠을 하자고 해서 흰색으로 칠했습니다. 그런데 종로구청에서 흰색 다 칠했으면 벽화를 그리라고 요구하더라고요. 인근 대학의 대학생들이 저희가 없는 주말에 벽화를 그리셨어요. 그래서 흰색이 답이 아니었다는 걸 깨달은 그런 아픔이 있습니다. 여기서 느낀 것은 누가 잘못했다가 아니라 종로구와 저희가 너무 소통이 안 됐던 것 같습니다. 그래서 종로구 모든 공무원이 모이는 자리가 있었는데, 이때 이 자리에서 누군가가 잘못했다는 것은 아니고, 앞으로는 같이 해나가자고 이야기했습니다.

저희는 지역에 간 지 1년 뒤에 공간을 지었습니다. 동네 분들은 저희를 미술 선생이라고 아셨습니다. 이 지역 골목 활동가분들의 요구가 있었는데, 작은 도서관이 있었으면 좋겠다는 것이었습니다. 작은 공간도 괜찮으니 동네 도서관을 만들자. 원래 가지고 있던 자금이랑 현대자동차의 후원과

**[ZERO]
[WASTE]**

매일 : 22 t 만드는 과정에서
연간 : 8,000 t 버리는 자투리천이
자투리 원단 쓰레기 안 나올 수는 없을까?

주민 후원금을 모아서 도서관을 만들었습니다. 큰 공사만 인테리어 업체가 하고 남자 친구들이 바닥을 깔고 여자 친구들이 벽을 칠해주었습니다. 남자 친구들이 나간 뒤 3, 4학년 여자 친구들이 도와줘서 만들었습니다. 아이들에게 이름을 공모한 결과 '뽕든지도서관'으로 정해졌습니다. '뽕든지'라는 이름을 제안한 여자 친구가 외모가 뛰어났어요. 그래서 남자애들에게 물표를 받았습니다. 그런 사연이 있습니다.

평소 저희가 지역의 자원을 어떻게 바라보고 어떻게 이야기할까, 무엇이 필요할까를 생각해보았습니다. 저희가 일회적인 프로그램만 하는 것 같아서 지속적으로 할 사업을 고민했습니다. 그러던 중 쓰레기 봉투에서 영감을 받아 새 프로젝트를 기획했습니다. 우비 재질 같은 투명한 천에 자투리 천을 넣어서 계절감 있는 방석을 만들었습니다. 주문이 300개씩 들어왔습니다. 하나에 2만 원씩이었는데, 600만 원 벌고 그러니까 너무 재미있더라고요. 이



지역의 자투리 쓰레기를 줄이는 디자인 제품

렇게 하면서 느낀 것은 '젊고 피가 끓는데 언제까지 방석만 만들 것인가'라는 생각이 들더군요. 구글에 '방석 예술가', '예술가 방석'을 치면 저희가 나오더라고요. 조금 더 현실적으로 생각해보자는 생각에서 리서치를 해봤습니다. 이 지역에서 연간 80톤의 자투리 천이 나옵니다. 그래서 생각한 것이, 옷을 디자인해놓고 천에 맞추는 것이 아니라 천의 크기서부터 디자인을 하



왜 봉제공장에는 간판이 없을까?



네트워크의 연결로의 지역재생의 가치

는 거예요. 테트리스 하듯이 말이예요.

지마켓(Gmarket)에 취미 활동 관련된 제품들이 200배가 늘었어요. 은퇴하고 그림도 그리고 원예도 하고 요리도 하는 거죠. 그래서 우리의 이런 재료 활용 방식으로 워크 웨어(Work wear)를 만들자고 계획했습니다. 작업할 때 입는 옷을 만들자는 것이죠. 가방이 되기도 하고 워크 웨어가 되기도 하는 작업복 말입니다. 가격은 1만 8천 원에서부터 4만 원 사이입니다.

많은 협력기관들이 있었는데, 효성그룹 같은 경우 특허등록을 할 때 드는 높은 비용을 많이 도와주었고, 현대자동차와도 함께 진행하고 있습니다. 저희는 비수기에 실험을 많이 합니다. 지금 같은 시기가 성수기입니다. 가을이 되기 전이나 여름이 되기 전 말입니다. 계절이 시작되면 일이 없습니다. 그때 실험을 많이 합니다. 봉제공장들은 주로 도매시장 일을 맡아서 하는데, 거기서 일이 있는지 매일 아침에 알려줍니다. 그래서 저희가 무엇을 같이 하자고 할 때 항상 망설이시는데, 늘 다음날 아침에 연락을 주겠다고 하시더라고요. 처음에는 저희를 싫어해서 그러는 줄 알았는데 그게 아니고 구조적으로 아침에 일이 들어와서 그런 것이었습니다.

봉제공장에는 왜 간판이 없을까, 봉제공장의 간판을 만들자는 생각도 했습니다. 이 프로젝트는 인근 고등학교 학생들과 함께 진행했습니다. 이렇게 간단한 방식으로 만들었습니다. 이렇게 만든 이유는 공장들이 세를 들어 있는 경우가 많아 벽에 못을 박기가 부담스럽다고 하셔서 못을 박지 않아도 되는 방식으로 만들었습니다. 이 방식으로 만들어서 설치를 해봤고, 그렇게 60개 정도 만들었습니다. 어떤 집은 못을 박아도 된다고 해서 그 경우 제작비를 줄여 만들기도 했습니다.

저희는 지역재생이 네트워크를 형성하는 방식으로 어떤 점과 어떤 선을 연결할지, 어떤 점을 강화시킬지, 이런 고민을 하면서 진행하고 있습니다.

이런 일들을 하면서 저희는 저희가 돕는다고 생각하지 않고 저희가 필요한 것들을 이곳 제작자들에게 많이 배운다고 생각합니다. 가치를 교환하면서 서로 강화시켜보자. 그러면서 요즈음에는 소매 제작자들을 양성하고 있습니다. 미대 졸업을 하고도 다 작가가 되지 않듯이 디자이너들도 마찬가지로입니다. 디자인 전공한 친구들이 막상 옷을 못 만듭니다. 그림으로만 그려서 제대로 봉제나 재단을 배워본 적이 없었던 거죠. 그래서 저희가 경영을 배워서 마케팅 브랜딩을 같이 개발·기획하는 제작자 코스를 만들었습니다. 그래서 지금 실험적으로 열 명을 교육하고 있습니다. 저희는 이런 교육으로 지역과 만나서 지역에 어떤 모델을 제시하면 좋을지를 고민하고, 인근의 지역·대학·생산 주체들과 결합하는 방향으로 사업을 진행하고 있습니다.

감사합니다.

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 앞의 또따또가와 000간은 공통점이 있는 것 같아요. 네트워크를 확장하고 활용한다는 점과 사람들의 엄청난 공력이 투입된다는 점이에요.

질문: 참여하신 기간은 얼마 정도 됩니까?

답변: 저희는 4년 차입니다. 처음에 들어갈 때 활동가들이 저희에게 얼마나 있을지 물어왔을 때 길게 생각하고 6개월이라고 말했는데, 그분들이 5년 있었다고 해서 놀랐었습니다. 그런데 뭘 만들다 보니 시간이 금방 가더라고요.

질문: 마찰 같은 것은 없나요?

답변: 공간을 늦게 만든 것이 도움이 됐습니다. 공간을 먼저 만들어서 이런 곳이니 사람들에게 와달라고 했으면 불편한 장소가 될 수 있었을 거예요. 저희는 1년 반 동안 관계가 쌓인 상태에서 공간을 만들었습니다. 그분들

은 저희를 지역의 미술 선생님이로 알고 계세요. 지금은 저희들도 제품을 만든다고 생각합니다.

제가 혼난 적이 있는데, 전시하려고 윈도우에 불을 켜고 갔어요. 길이 어두우니 제 뒀에는 길도 밝히고 전시도 하려는 요량으로요. 그다음 날 한 아주머니가 아까운 전기를 켜놓고 다닌다고 나무라셔서 요즘엔 끄고 다닙니다. 저희가 열심히 일하는 것을 좋아하세요. 그런 관계가 좋더라고요. 우리는 전시하고 주민 쪽은 일하고 그런 것보다 이런 게 더 좋습니다.

도시재생과 젠트리피케이션의 기로에 선 성수동



예술과 도시사회 연구소 대표 **김윤환**

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 다음 분 모시겠습니다. 도시재생과 젠트리피케이션의 기로에 선 성수동. 김윤환 선생님은 예술과 도시사회 연구 소뿐만 아니라 지금 여러분이 계신 이 공간 운영을 맡고 계십니다. 말씀 청해 듣도록 하겠습니다.

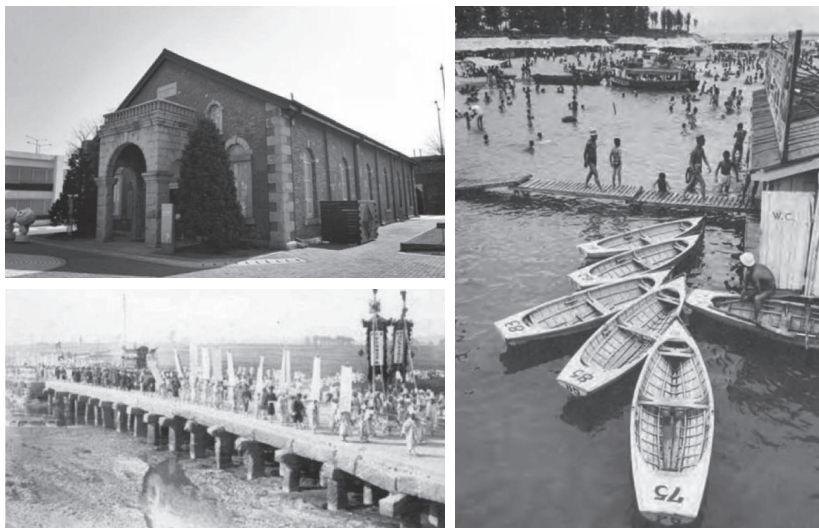
김윤환 (예술과 도시사회 연구소 대표): 안녕하세요, 김윤환입니다. 앞서서 또따또가 같은 경우에 제가 초기에 거기 갔었습니다. 2009년 정도였던 것 같습니다. 막 시작하는 마당이었는데, 굉장히 인상 깊게 봤었습니다. 한 40개 정도의 빈 공간에 예술가들이 막 입주한 직후였어요. 사람들이 평소에 생각하는 예술가들보다는 훨씬 착해 보였고 뭔가 진지해 보였습니다. 뭔가 착한 예술. 한편으로는 뭔가 근거지가 생겼구나 싶은 그런 안도의 자신감 같은 힘을 많이 느꼈습니다. 또따또가가 빛나는 과정과 결과를 만들어내는 것을 보고 정말 감동했습니다. 갈 때마다 동네가 변하는 게 깜짝 놀랄 정도였죠. 인상적이었습니다. 그리고 000간도 인연이 있습니다. 작년에 창신동 000간을 다른 계기로 가게 됐는데 상당히 재미있게 운영을 하고 있더라고요. 서울시의 여러 사업들 중에서 마을예술 창작소라는 주민 주도의 문화예술 활동 공간을 지원하는 사업이 있었는데, 저는 심사와 컨설팅 내지는 모니터링하는 입장이었습니다. 000간을 가보고 처음에 이곳은 작가 중심의 공간이 아닌가 착각했다가 아이들과 프로그램을 하는 것을 보고 만만치 않다는 생각을 했습니다. 그러다 봉제공장에서 구체적으로 작업하는 걸 보고는 이걸 대박이라고 생각했습니다. 다시 말씀드리면 마을예술 창작소 같은 경우에는 마을 주민 위주의 공간이어야 한다는 고정관념이 있을 때였습니다. 그렇지 않으면서도 주민들과 잘 어울릴 수도 있겠다는 인상을 000간에

서 받게 되었습니다.

저는 지금 성수동을 만드는 상황은 아닙니다. 성수동이라는 지역은 몇몇 개인들이 접근하기에는 덩어리가 큼니다. 저는 성수동 주민입니다. 그동안 외곽에서 활동하다가 작년 말에 우연히 동네를 베이스로 20여 년간 활동해온 분과 알게 되면서 발목이 잡힌 케이스입니다. 저는 동네에 관심이 없었습니다. 2011년부터 성수동이 시쳇말로 ‘핫해졌다’는 소문이 났었습니다. 그때 저는 딱 데에 관심이 있었고, 문래동과 서울문화재단에서 일하고 있었습니다.

저는 객관화된 면을 소개해드리고 그리고 제가 생각하는 것을 쟁점 정도로 말씀드리겠습니다. 성수동 일반 현황을 보면 2008년 이래로 인구가 계속 줄고 있습니다. 성수동 지역도 정비 구역으로 도시계획 상에 영향을 많이 받았던 것 같습니다. 산업적으로 보면 서울시에서 육성하고 있는 수제화 산업이 있는데요, 성수동의 대표 산업은 아니었습니다. 성수동의 대표 산업은 오히려 중공업이었습니다. 시간이 지나면서 수제화 산업이 중심 산업 비슷하게 부각된 것 같습니다. 500개 가까이 되는 수제화 관련 업체가 밀집되어 있습니다. 성수동은 수제화 산업과 봉제 산업이 뒤섞여 있는 동네이기도 합니다. 그리고 인쇄 산업이 있고, 자동차 정비 산업이 혼재되어 있습니다. 강남 지역에는 대규모 기획사들이 있습니다. 성수동은 하청 인쇄 공장들이 많은 입지 조건이에요. 자동차 정비의 경우 아우디(Audi) 같은 유명 메이커의 전시장이 강남에 포진되어 있는데, 강을 하나 건너면 성수동이라 정비소가 많이 생기고 있습니다. 조금씩 생기다가 가속도가 붙고 있는 상황입니다.

역사적인 자원도 상당히 풍부한 지역인데 조선시대 때 이성계의 사냥터이기도 했고 1만 명 이상을 수용하는 군사훈련장이기도 했습니다. 또 수도 방위사령부 역할을 했던 곳이 독섬입니다. 독섬은 평탄한 평지인데, 퇴적층



때문에 만들어진 것입니다. 강이 여러 갈래로 모이면서 모래로 땅이 굳어졌는데 그것이 섬처럼 보여서 뚝섬이라고 부릅니다. 옛날부터 임금들의 봄가를 사냥터이기도 했고, 왕이 군대를 사열하는 곳이기도 했습니다. 뚝도시장이라는 재래시장도 있습니다. 1962년 당시에는 서울 3대 시장 중에 하나였는데, 지금은 중소시장으로 전락했습니다. 그리고 50미터 거리에 이마트 본점이 있습니다.

성수동 하면 소셜벤처(Social Venture)라는 말을 많이 합니다. ‘대림창고’라고, 창고에서 패션쇼도 하고 공연도 하면서 부상했던 것 같습니다. 공장이거나 창고로 쓰였던 공간들이 점차로 카페나 자동차 정비 공장이 되고, 유명 메이커 론칭 행사를 하는 곳으로 변화하고 있습니다. 성수동에 모이는 문화 예술 분야의 사람들은 재미있어서 오는 겁니다. 여러 산업들이 혼재되어 있기도 하고 역사·문화적으로 재미있는 구석도 많아 즐겨 찾아오는 것 같습니다.

니다. 핫한 지역이다 보니 뜻있는 친구들도 많이 모입니다. 환경도 좋습니다. 위쪽이 청계천이고 바로 밑에 중랑천이 흐르고 한강이 크게 흘러 삼면이 수변입니다. 상당히 좋은 지역입니다. 옆쪽에는 서울숲이 있고요, 강을 건너면 압구정동이지요. 굉장히 재미있는 입지 조건입니다.

성수동은 여러 사업이 혼재되어 있고 복잡한 생태계를 구성하고 있기 때문에 사업하기가 무척 어렵다고 이야기합니다. 전체 상황을 보면 제작정비계획과 도시재생이 첨예하게 부딪치는 상황입니다. 원래 원주민과 새로운 주민들과의 이질감이랄까 그런 것들이 많습니다. 세입자와 지주 간의 반목도 있습니다. 전국 어디서나 부딪치는 재개발 사업의 현장처럼 보이는데요, 저는 현재 국가나 지자체의 단위에서 도시재생이라고 추진하는 부분들이 근본적으로 도시재생이 맞는지 의문이 듭니다. 그럼에도 불구하고 성수동의 경우에는 도시재생과 관련된다는 싶은 사업들이 계속 확대되는 중입니다. 본인도 그 확대를 하는 장본인 중에 한 명일 수 있습니다.

새롭게 들어오는 세력들이 도시재생의 핵심 축이라고 평가되고 있습니다. 다만, 한편으로는 도시재생의 위험요소가 되는 동전의 양면 같은 존재가 아닌지 생각해봅니다. 성수동은 아직 도시재생을 시작도 못한 상황입니다. 도시재생 시범사업 기간이 2015년부터 2018년입니다. 2015년이면 계획을 수립하는 단계인데 주민들과 지주들의 태도가 바뀐 면이 있습니다. 또따또가 2009년에 프로젝트를 진행할 때 상인이나 주민들은 이게 구체적으로 어떻게 전개될지 모르지 않았을까 생각합니다. 그때가 문화재생의 초기모델로 시도하는 마당이라 주민이나 상인들이 그런 걸 본 적이 없는 거죠. 그래서 주민들의 구체적인 요구가 상대적으로 적었던 것 같습니다. 반면 성수동은 이미 부글부글 거품이 끓어오른 상태라서 주민과 협의하기가 어렵습니다. 신진 세력은 지역을 굉장히 끓어오르게 만드는 주역입니다. 그러면서 집값 상승을

부추기는데, 주민들에게는 사전교육 효과를 주기도 합니다. 그래서 주민 협의가 안 됩니다. 도시재생을 한다고 하면 진도가 안 나가는 거예요. 계획을 수립해주는 용역 업체가 있는데 난리가 난 거죠. 1년이 지나도 진도 나간 게 없어요. 서울시에 하소연하고 구청에 하소연하고 있는 마당이고요.

전략이 없지 않은데, 성동구가 서울시보다 더 빨리 조례를 발의했잖아요. ‘성동구 지역공동체 상호협력 및 지속가능 발전구역 지정에 대한 조례’ 이것을 9월 3일에 입법 예고한 걸로 아는데요. 이것을 보면 서울시와 내용이 거의 같습니다. 아무튼 성동구 입장에서는 광역지자체가 이렇게 조례를 뒷받침해주는 상황이 된 것이죠. 공조 체계는 눈여겨볼 필요가 있는 것 같습니다. 어떤 지자체가 선구적으로 나갈 때 광역이 어떤 식으로 관계를 맺고서 공조를 해줄지 참고해야 할 것 같습니다. 그럼에도 불구하고 이 조례가 얼마나 실효성이 있을지는 잘 모르겠습니다. 힘들 것 같아요. 똑도시장 내에 사업이 시작되기도 전에 건물주 한 사람이 조례에 대한 이야기를 듣자마자 욕을 하면서 반박하는 상황이 벌어집니다. 바로 대화 단절이 나타나는 거죠. 예술가들의 활동 방식은 유연하고 다양성이 있는데 이런 점이 규모의 정책을 추진하게 되면 굉장히 위험하다는 생각이 들었습니다.

혁신 그룹의 활동이 문화재생의 성과를 내기도 하고 특히 경제적인 수치로 환원되거나 평가되기도 합니다. 그렇다고 해서 문화예술 본연의 가치를 포기하는 건 아닌 것 같아요. 아직 실험을 더 해야 합니다. 비록 문화예술이 지역경제 활성화나 공동체에 기여를 했다손 치더라도 문화예술 자체가 스스로 가는 길도 동시에 실험해야 마땅하기에 현장에 있는 문화 활동가들의 고민이 필요합니다.

제가 그리고 있는 그림은, 남들 이야기하기 전에 성수동에 대해서 구체적으로 접근을 시작했고 계기를 만들고 있고, 제가 앞으로 성수동 도시재생

사업에 본격적으로 뛰어들 것 같은 불길한 예감이 듭니다. 저 같은 기획자들이 계속 요구되는 상황인 것이죠. 사회적 합의만큼 중요한 게 없고 그것을 위해서 많은 공력을 들여야 한다고 생각합니다. 두 분 발표자가 말씀했듯이 네트워크의 중요성은 너무나 크고요, 지역 내의 다양한 자원들이 긴밀하게 연대되면서 어떻게 지역 전체의 사회적 합의로 나아갈지 그 여부에 따라서 도시재생의 성공 여부가 갈림길에 있습니다.

네 가지 공유 과제를 잡아봤습니다. 산업이나 상권에 대한 부분, 지식·정보·물품에 대한 부분, 체험의 공유에 대한 부분, 공간의 공유에 대한 부분까지 진행해야 한다고 봅니다. 그것을 ‘협력적 공유경제 구역’이라는 명칭으로 잡아봤습니다. 성동구청은 성동구 지역에 대해 ‘소셜 패션(Social Fashion)’이라는 용어를 사용하고 있습니다. 새로운 개념 규정을 하면서 수제화, 봉제, IT, 자동차 이런 것들을 아울러 소셜 패션 개념으로 추진하고자 하는 시도들이 있습니다. 아까 봉제공장 이야기를 했는데 재래시장 같은 경우에 황당하게도 봉제공장이 시장을 죽이는 역할을 합니다. 시장이 장사가 안 되면 저항이 들어오는 게 봉제공장입니다. 수제화 옷 만드는 봉제공장을 들여와서 문을 닫아놓고 간판도 없이 생산을 합니다. 그런데 시장은 오픈을 해야 하잖아요. 똑도시장은 점포가 약 189개인데 그중 30퍼센트가 문을 닫고 영업합니다. 봉제 고유의 기능을 살려야 하는데 재래시장 입장에서는 봉제가게가 미운 거예요. 그럼에도 불구하고 이런 데서 고민을 해봐야겠죠. 봉제는 봉제대로 살리면서 어떻게 시장하고 친하게 잘 살아갈지 이런 부분을 고민해야겠습니다. 봉제하는 것을 열어놓고 공장을 돌려야 할지, 옷 수선도 같이 해야 할지, 전시장을 꾸미면서 해야 할지. 서로 살기 위해서 그런 모색을 하게 될 것 같습니다.

성수동 생태계는 지금 포화상태로 달려가고 있습니다. 점들이 만들어져

네트워크가 되면서 커지고 있습니다. 세력화되어 성장하며 영역을 키우는데 성수동 지역은 한정되어 있으니까 세력 간 충돌이 예상됩니다. 벌써 일부 충돌이 있고요. 사후적 합의 없이는 조각조각 날 것 같은 불길한 예감도 있습니다. 성수동의 다양한 자원을 공유하고자 하는 태도에 희망이 있겠다는 생각이 듭니다. 우선 과제로 뚝도시장이라는 재래시장을 중요하게 보고 있습니다. 시장 자체가 지역의 생활문화 공동체 역할을 해왔습니다. 학교와 시장이 전통사회의 중요한 두 가지 플랫폼이었다면 새로운 관점에서 뚝도시장을 새롭게 복원하고 새롭게 살리고 새로운 가치를 입혀야 합니다. 결론을 말씀드리자면, 지역의 삶을 존중하고 삶의 양식을 재사유하는 도시재생이 필요하다고 생각합니다.

저는 쟁점만 이야기하게 됐네요. 여기서 마치겠습니다. 감사합니다.

인천 원도심의 도시재생사업과 예술(가)의 역할



스페이스 빔 대표 민운기

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 네 번째 분 말씀을 듣겠습니다. 인천시의 중구, 동구, 남구의 재생 사례를 구체적으로 들며 상호 비교를 하면서 문제점 중심으로 많이 짚어주셨어요. 자기 지역의 사례를 용기 있게 짚어주시는 것이 쉽지 않은데, 그럼에도 불구하고 아픈 부분을 말씀해주셔서 고맙습니다. 인천 원도심의 도시재생사업과 예술가의 역할, 스페이스 빔의 민운기 대표님 모시겠습니다.

민운기 (스페이스 빔): 민운기입니다. 앞서 세 분의 말씀 잘 들었습니다. 첫 번째는 특정구역이나 권역을 중심으로 진행하는 좋은 사례인 것 같고, 김윤환 선생님 같은 경우에는 행정과 주민 관리의 관계 내지는 방향을 둘러싸고 일어나는 또 다른 문제에 대해서 말씀해주셨는데 이야기의 전개상 자연스럽게 이어지는 부분이 있다고 생각합니다.

인천 원도심의 3개 구를 중심으로 말씀드리면서 해당 기초단체장의 문화적 마인드와 태도와 방식에 따라 도시재생사업이 어떻게 전개되고 그 과정 속에서 어떤 문제들이 드러나고 결과가 달라지는지 이야기해보겠습니다. 더불어 우리 예술가들의 역할과 위치가 어떻게 자리매김하고 어떤 역할을 찾아갈 수 있을지 말씀드리도록 하겠습니다.

최근에 인천 동구 쪽에서 벌어진 일입니다. 『팽이부리말 아이들』이라는 소설의 배경인 팽이부리말이 인천 동구에 있습니다. 최근에 이 마을을 둘러싸고 어떤 사건이 일어나 보도가 되면서 알려졌습니다. 어떤 일인가 하면, 인천시 동구청이 흔히 말하는 쪽방촌과 같은 가난한 마을 안에 옛 생활 체험관을 만들어서 투숙객을 받겠다고 발표했습니다. 조건은 아이들을 대동하는 것입니다. 숙박비 1만 원의 조건입니다. 주민들을 포함해 오랫동안 공부



방을 운영하고 있는 '기차길 옆 작은 학교' 선생님들과 공동체 식구들은 가난을 상품화한다는 이유로 강력하게 반발했습니다. 심지어 우리가 동물원의 원숭이냐는 표현까지 써가면서 말입니다. 그런 내용이 지역사회에 알려지게 되었습니다. 이러한 반발이 일자 국회의원들이 주민들의 의견을 수렴하는 절차가 부족했다는 판단에서 사업 자체가 무산되었습니다. 그날 구청장의 SNS에는 "이 체험관을 누가 계획하고 추진했는지 아직 관광개발과에 묻지 않고 있다. 왜? 난 그 사람이 누구든지 적당한 기회를 봐서 칭찬하고 격려를 해줄 생각이다. 진정 용기 있고 일할 의욕이 있는 직원이기 때문이다"라고 올라왔습니다. 조례까지 만들 정도면 구청장하고 담당 부서 직원하고 사전에 논의와 협의가 있었을 것이고 결재를 거쳐 구의회로 넘어갔을 텐데 남의 일 말하듯이 유채이탈 화법을 쓰고 있습니다. 구청장이 기업가로서의 기준에다 누적된 문제들을 바꾸려는 개혁가로서의 마인드로 자신을 설정한 것입니다. 한 술 더 뜨는 게, 국장까지 역임하고 센터장까지 맡고 계신 분이 여기에 두둔을 하고 나섰습니다. 그 마을이 계속 낙후되고 가난해야 책의 저자인 김중미 작가의 영향력이 유지된다고 썼습니다. 여기에 맞받아쳐 구청장이 정작 가난을 상품화해서 돈을 번 것은 김중미 작가가 아니냐고 말해서 크게 들끓었던 적이 있었죠. 하나의 마을 장소 공동체를 바라보는 시선과 사고를 보여주는 사례가 아닌가 생각합니다.

이런 사고가 어디서 발생했느냐, 개인만의 문제로 돌릴 수 있는 것인가, 그런 질문을 하게 됩니다. 우리의 도시 개발 방식의 변화를 보면 과거에는 전면 철거로 일관되어왔으나, 부동산 위기와 미국발 경제 위기가 겹쳐지고 주택의 과부하가 맞물리면서 더 이상 이런 방식은 안 된다, 있는 조건에서 바꿔보자, 하는 사고에 의해 개발에서 재생으로 옮겨왔습니다. 저는 그런 방식이 맞다고 생각합니다. 개발이기는 한데 재생으로 말입니다. 인천에



배다리 역사박물관

서는 재생이라는 이름을 쓰면서 철거를 하고 개발을 했습니다. 저도 헛갈리기는 합니다만, 재생이라는 이름을 빌려와서 흔히 말하는 현재의 개발 방식이든 마을 만들기든 여러 방식으로 진행되는 과정 속에서 뭔가 과거의 개발 방식이 가진 폭력성을 반성하고 새로운 패러다임으로의 전환이 이루어져야 하는데, 그러한 상황에 대한 반성 없이 개선이 안 되다 보니까 여전히 그런 논의들이 계속 이어지고 있다는 생각이 듭니다. 또 다른 방식으로 이익과 부가가치를 확보하려니까 이런 무리한 사업을 펼치는 것은 아닌가 하는 생각도 듭니다. 어떻게 보면 예술가들의 그런 과정과 개입 속에서 예술가들이 활동하는 방법들이 늘어나고 그 속에서 제대로 자기 역할을 찾는 경우도 있지만, 한편으로는 하나의 수단으로 이용당하는 경우도 있습니다. 그런 측면

에서 저희가 정신을 바짝 차리고 제대로 된 가치 지향점을 잘 정립해야 하지 않을까, 그러지 않으면 마구 휘둘릴 수 있다고 봅니다.

방금 말씀드린 팽이부리마을이 속해 있는 동구의 사례를 말씀드리면, 독단적이고 폐쇄적인 도시재생사업을 하고 있습니다. 기초자치단체를 개인의 기업처럼 운영하는 형태로 보시면 됩니다. 동구가 과거에는 중심지였지만 도시가 확장되고 신도시가 생겨나면서 상대적인 쇠락의 과정을 거쳐왔고 전 구역이 재개발 지역입니다. 그렇지만 제대로 이루어지지 못했고, 그런 상황에서 현재의 구청장이 들어오면서 브랜드명을 '역사의 숨결 문화 도시 인천 동구'로 정하고 부서도 바꾸고, 도시개발과를 도시재생과로 바꾸고, 관광개발과를 새롭게 신설하고, 그런 방식으로 일을 해나갔습니다.

제가 거점으로 삼고 있는 배다리마을의 상황을 말씀드리겠지만, 이 마을의 문화적 콘텐츠를 어떻게 가져갔으면 좋을지 구상하고 구청에 제안했습니다. 역사적 의미가 있는 장소에 역사박물관 설립을 제안했는데 이것을 꼭 해해서 배다리 역사문화관이라는 이름을 지어 아예 관광 거리로 만들었습니다. 배다리 관련된 분들은 배제시키고 엉뚱한 분들을 자문위원으로 불러다가 통과시켰습니다. 그리고 국비 신청을 했다가 탈락되었습니다. 그런데 탈락이 되었으면 교훈을 얻고 바뀌어야 하는데 여전히 똑같습니다. 유명 운동 선수가 나온 고등학교 주변을 선수의 이름을 딴 거리로 만들려는 사업도 추진 중에 있었습니다. 짧지 않은 4킬로미터의 거리를 여섯 개의 테마로 만들겠다고 발표했었습니다. 길이든 골목이든 나름대로 역사문화적인 특성이 있고 사연이 있는데, 이것을 한 개인의 것으로 만드는 것 자체가 위험하다고 봅니다. 스포츠 스타나 연예계 스타는 인기가 상승 곡선과 하향 곡선을 오가는데 지금은 인기가 많아서 관심을 끌지 모르지만 그것이 계속 유지되지는 않거든요. 그런 것들을 염두에 두고 세심하게 접근해야 하는데 당장의 인



조미수호통상조약 체결 장면 재현

기에 편승해서 이런 것을 만들려는 계획을 세우고 있습니다.

또한 역과 연관된 부분을 철거해서 상업 시설을 집어넣을 계획이라고 했는데 잘 되지 않고 빈 공간으로 남아 있습니다. 이런 곳들을 시민들이 자유롭게 와서 편하게 머물 수 있고 머물면서 뭔가 이루어낼 수 있는 그런 가능성의 공간으로 만들면 좋을 텐데, 편의시설을 잘 갖추어놓으면 알아서들 즐기고 놀 텐데 말이죠. 그런 방식이 아니고, 광장을 공공의 홍보물로 채워 넣는 방식은 시민들에게 공원을 돌려주는 것이 아니라 행정이 장악해서 홍보의 수단으로 이용하는 것입니다. 벼룩시장 같은 것이 열리는데, 이것 자체가 나쁜 것은 아니지만 하나부터 열까지 행정이 나서서 채우려는 것이 문제입니다. 겉으로 보면 그럴 듯하지만 그 안에 강제성이 있습니다. 애국심으로는 대한민국 제일가는 자치구가 아닐까 합니다.

인천에는 진지(陣地)가 있습니다. 개항기 때 외국 군대를 막으려는 목적으로 만든 것입니다. 동구는 한국과 미국의 조미수호통상조약을 최초로 체결한 곳이 이곳이라고 주장했습니다. 체결한 장소가 두 군데 거론되었는데, 이렇게 불분명하게 이야기되는 과정에서 동구는 자신들의 주장을 기정사실화해서 공원 안에 관련 자료를 집어넣었습니다. 최근 3년 전에 이도저도 아

닌 제3의 장소가 체결 장소로 확인됐습니다. 그럼에도 불구하고 이런 것을 아는지 모르는지 올해에는 새 청장님이 성조기와 태극기를 온 거리에 내걸고 공원에서 체결 장면을 재현했습니다. 조미수호통상조약은 불평등 조약이었습니다. 그런데 이런 역사적 사실마저도 관광 콘텐츠로 만들어버리고 있습니다.

아까 팽이부리말을 말씀드렸지만, 여기가 처음에는 대대적으로 홍보를 하면서 도시재생사업을 시작했습니다. 주거환경 개선사업으로 2011년부터 시작했습니다. 이것을 현지 개발식으로 해서 100퍼센트 현지 개량을 이루겠다고 하며 시작했지요. 그런데 100퍼센트 현지 개량은 아니고 1/3은 보금자리 주택을 만드는 것이었습니다. 그곳이 무허가 건물도 있고 공유지도 있어서 철거하기가 용이했던 것 같습니다. 거기에 건물 두 동을 세우고 기존에 사셨던 분들과 그렇지 않은 분들을 입주시켰습니다. 행정이 주민의 의견 수렴 없이 독단적으로 진행되면서 그들이 생각하는 도시재생의 그림을 너무나 솔직하게 드러내주었다고 봅니다. 그들의 사고가 어떤지 제대로 확인할 수 있는 현장입니다. 주민 참여가 거의 없습니다. 주민이 할 수 있는 것도 그들에게 기회를 주지 않고 업체를 통해서 만들어버립니다. 그런 식입니다. 알아서 하게끔 하면 숨쉴 수 없게 해서 해나갈 텐데 그러지 않습니다. 땅을 만들어주면 주민들끼리 알아서 구획하고 적당히 재미있게 가꾸거든요. 이런 것까지 틀을 만들어서 제공합니다.

팽이부리말에서 벌어진 사업에 대해서 기차길 옆 작은 학교 선생님들이 반발하기 시작했습니다. 지역에서 자꾸 이런 일이 일어나다 보니까 올 초에 '인천 도시공공성 협회'라는 것을 만들어 연대해서 관심을 갖고 논의하고 개입하며, 문제를 지적하고 대안을 모색하는 상황입니다. 연립 주택 한 동을 매입해서 사진전시관을 꾸며봤는데 제대로 안 되어 있습니다. 이것을 이용해서 생활체육관들을 만들려는 것입니다. 관광객들이 동네에 들어오게 되

고 동네를 둘러보면서 주민들의 생활이 노출될 텐데 관광객이 어떤 시선으로 마을을 바라볼지가 중요합니다. 낯선 이방인으로써 어떻게 바라볼 것인가. 이분들이 격양되었던 적이 있는데, 언젠가 한번은 단체 탐방을 온 선생님이 아이들에게 너희들 공부 못하면 이렇게 산다고 이야기했는데 이 이야기가 전달되면서 주민들의 공분을 샀던 것입니다.

중구는 동구보다는 더 앞서서 도시재생사업을 진행했습니다. 핵심은 짙은 관광 도시재생사업입니다. 중구에는 개항장이 있습니다. 1883년 개항이 된 곳인데, 여기에 전형적인 사업이 벌어집니다. 구청사 앞에 인위적인 시설로 위압감이 들 정도의 패를 세워놨습니다. 있던 것을 잘 살려내는 쪽으로 접근을 해야 하는데 인위적인 시설과 조형물로 채워놨습니다. 여기에 힘입어서 확장시킨 게 차이나타운 옆에 동화마을을 만든 것입니다. 멀쩡한 건물에 동화 이미지를 덧붙여놨습니다. 재생을 통해서 어떻게 옛것과 만나게 할 것인지를 고민해야 하는데 이렇게 왜곡된 접근을 관이 나서서 하고 있습니다. 여기 오는 사람들은 그런 것에 관심이 없습니다. 끝이 없습니다. 신포시장 인근 거리에 러시아 거리를 만든다는 의견도 있습니다. 구의회의 승인도 없이 미리 공사를 진행시키고 나중에 구의회의 승인을 받으려고 무리수를 두고 있습니다. 이런 일들이 일방적으로 암암리에 벌어지기 때문에 개입할 수 있는 여지가 없습니다. 전문가와 자문가가 들어가지만 이해관계로 얽혀 있기도 합니다. 저는 결국 사후에 나서서 항의하고 문제 제기하는 것밖에 안 되더라고요.

남구는 다릅니다. 그나마 우리가 기대하는 방향으로 나아가고 있습니다. 시스템을 만들고 전문가를 모집하고 주민들 스스로 해나갈 수 있도록 예술가들을 불러들이지만 수단으로 불러들이지 않고 알아서 하도록 하면서 행정적이고 제도적인 지원을 해나가는 사례입니다. 예술만이 아니라 여러 다양한 정책을 추진하고 있습니다. 그중 하나가 문화마을 사업입니다. 나름 역

사가 있는 건물이 포함된 지역이 재개발 정비구역으로 지정되었는데, 수십 년째 진척이 안 돼서 예술가들이 그곳으로 들어가 문화적인 재생 활동을 벌였습니다. 인근에 있는 평화시장 창작 공간 조성사업을 통해 두 개 동을 매입해서 입주를 시켰습니다. 작가뿐만 아니라 사회적 형태의 업체도 입주시켰습니다. 또 목공예 마을이 있는데 골목길을 아기자기하게 가꾸고 있습니다. 이것은 좋은 관계가 이어지기 때문에 가능한 것입니다. 있는 것을 잘 살린다는 의미에서 중구와 대비가 됩니다. '그린빌라'라는 입주 형태의 레지던 시도 운영하고 있습니다. 숙소를 제공해주고 활동은 이런저런 곳에 들어가서 할 수 있도록 했습니다. 지원 조건으로 특별히 요구하는 것은 없고 알아서들 선택하게끔 합니다. 이런 작가들이 남부의 마을 만들기 사업과 결합해서 빈 집을 활용한 문화구역 만들기를 하고 있습니다. 낙후되고 오래된 시장에 들어가서 프로젝트를 진행하기도 합니다.

2, 3년간 집중적으로 많은 것을 하다 보니 전국적인 관심을 불러일으켰습니다. 하지만 최근 문제가 생기면서 내부의 활동가들 간에 갈등이 고조되었고 모든 것이 정지된 상황입니다. 문 닫고 비어 있는 경우도 생겼습니다. 결국은 이런 사례에서 하나의 문제를 확인하게 됩니다. 이 경우는 주체가 현장에서 사는 분들이 아니라 외부에서 들어가 활동하는 작가들이기 때문에 생긴 문제입니다. 마을의 구성원이 아니라 외부인으로서 들어가 뭔가를 해 나가는 구조이고 여러 가지 지원 사업으로 하다 보니까 배분에서 갈등이 쌓여온 것입니다. 이 마을을 어떻게 만들어 나갈 것인지에 대한 가치와 철학의 문제가 구성원들 간에 충분히 공유되지 못해 중단이 되어버리는 사례가 발생합니다. 아직 실패라고 단정하기는 이르지만 다시 동력을 확보하려면 시간과 노력이 필요할 것 같습니다. 그런 상황 속에서 지속성의 문제가 하나의 관건이 되고 있습니다. 끝까지 하지 못할 경우에 이것을 어떻게 판단해야 하

며 예술가들이 잠깐 들어가게 될 경우 어디까지 역할이 주어져야 하는가.

제가 몸을 담고 있는 곳은 대사리 마을인데, 2007년도에 도로가 마을을 가르는 공사가 진행되면서 여기 들어가게 되었습니다. 지금도 계속 싸움이 이어지고 있습니다. 전면 철거 방식의 재생사업이 맞물리면서 주민들, 시민 문화단체, 활동가들이 이것을 막았습니다. 결국 큰 위기를 넘긴 상황입니다. 우리가 왜 이것을 막으려 하며 무엇을 지향하고 있는지, 우리에게 주어진 이 공간을 어떻게 할 것인가, 이런 이야기를 나누면서 가치와 철학의 문제를 삶의 부분과 관련해서 마련해나가고 있습니다.

대단한 일을 하고 있지는 못하지만 자그마한 실험들을 계속 이어오고 있습니다. 우리가 싸워왔던 것은 도로 개발을 막는 것이 아니라 우리 사회의 지배적인 가치와 논리였던 성장·속도·효율·발전에 대한 저항이었고, 그런 것들을 어떤 새로운 것으로 대체할 수 있는지에 대한 고민이었습니다. 바로 생명과 생태 공동체, 지속가능성을 우리 삶의 습속으로 대체해나가고자 합니다. 계속 진행 중이고요, 긴장과 갈등이 이어지고 있습니다. 여기를 하나의 거점으로 해서 새로운 도시재생을 이루게 하는 기지로서 생각하고 있습니다. 눈요깃거리를 만드는 것이 아니라 가치를 추구하며 같이 만들어내고 있습니다. 그것이 마을에 확산되고 지역과 연결을 맺는 것을 지향하면서, 관광 지화 되는 것을 극도로 경계합니다. 이런 삶이 일상화되고 보편화되어 일상의 흐름들이 자연스럽게 정착되었으면 좋겠다는 바람으로 해나가고 있습니다. 앞서 말씀드렸지만 지자체의 마인드에 따라서 이렇게 상업화되거나, 그렇지 않으면 충돌이 일어납니다. 이런 상황 속에서 합의를 잘 찾아가면 좋은데 그러지 못한 측면에서는 지난한 노력과 논의가 계속되어야 하지 않을까 생각합니다.

이상 마치겠습니다.

마을 예술상점 프로젝트 -이웃상회 in 안정리



이웃상회 대표 **이미화**

차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 얼마 전에 요코하마 시에서 인천 시청으로 파견되신 분이 인천시의 인상에 대해 이야기하는 것을 들었습니다. 보이는 것에 너무 집착하고 빠르다고, 그런 이야기를 많이 하셨는데 선생님 말씀하고 맞닿는 것 같습니다. 인천시하고 요코하마 시는 자매결연을 맺고 있죠. 요코하마의 경우에는 노후 지역에 유사 사례들이 많거든요. 자매 도시가 됐음에도 좋은 사례는 서로 공부를 하지 않는다는 생각이 들었습니다.

맨 마지막 순서입니다. 이곳을 홈그라운드로 하고 계신 분인데요. 재미난 작업을 하고 계십니다. 이웃상회의 이미지화 대표님께서 ‘안정맞춤’이라는 브랜드 론칭을 앞두고 있습니다. 재미난 이야기를 들려주시겠습니까.

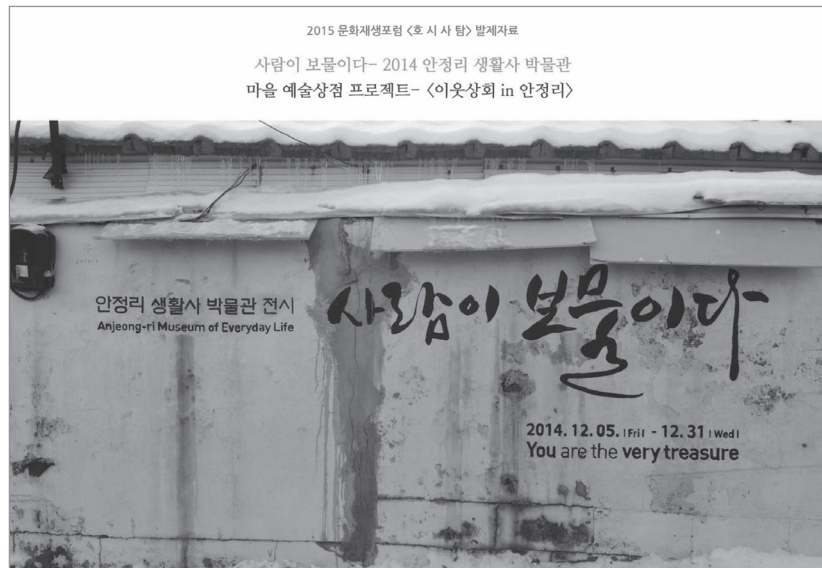
이미화 (이웃상회 대표): 안녕하세요. 저는 짧고 간략하게 현재 진행 중인 프로젝트에 대해서 소개하도록 하겠습니다. 저는 2009년부터 서울시 창작공간에서 진행하는 신당 창작아케이드에 입주해서 창작 활동을 했습니다. 재래시장에서 ‘이웃상회’라는 이름으로 시작했는데, ‘이웃상회’라는 이름은 예술로 이웃이 된다는 가치를 품고 만들어진 이름이에요. 신당동 중앙시장은 점포들이 닭장처럼 다닥다닥 붙어 있는 재미난 지역입니다. 이불집 사장님한테 ‘이’ 자를 받고 ‘웃’ 자는 재봉틀집 사장님한테 받고 ‘상’ 자는 프랑스에서 온 레지던시 작가한테 받았습니다. 서로 다른 글자가 만나듯, 서로 다른 미감을 조정해서 공동의 가치를 만들어보는 것이 예술가의 역할이 아닐까 하는 생각에서 2009년부터 지금까지 활동하고 있습니다.

다들 차편으로 오셨나요? 낮에 오셨고 안정리가 처음이라서 이 분위기를 잘 모르실 겁니다. 여기는 다섯 시 반쯤 되면 미군 캠프에서 종소리가 묘

하게 들립니다. 그럼 다섯 시 반 이후에 K-6 캠프 입구에서 군복을 입은 군인들이 로테오거리로 우르르 몰려나옵니다. 로테오거리에는 그분들을 대상으로 여러 가지 퓨전 음식이나 생필품을 파는 가게가 밀집되어 있습니다. 거기 어딘가에 저희의 아트캠프가 자리하고 있습니다. 여기는 옛날 보건소를 리모델링해서 현재는 문화예술 공간으로 사용하고 있는 것입니다.

저는 안정리라는 곳을 몰랐는데, 작년에 문화살롱 공의 박이창식 선생님께서 아트캠프와 함께 ‘사람이 보물이다’라는 안정리 생활사 박물관을 기획하실 때 작가로 초대받아서 처음 알게 되었습니다. 그래서 7월부터 리서치 때문에 이 동네를 연구하게 되었습니다. 처음 무엇인가를 알기 위해서는 역사적인 것을 파악하기 이전에 껍데기를 받아들이는 감각이 중요하잖아요. 아까 말씀드렸듯이 입구에서 우르르 몰려나오는 군복이 인상 깊었습니다. 그게 사실 새로 디자인된 군복입니다. 그 군복은 걸프전 때 만들어진 것인데, 그 환경에 맞춰서 만들어진 군복이라고 합니다. 대한민국 환경에는 맞지 않는 위장 군복에서 이질감 같은 것을 느꼈습니다. 그 인상이 너무 각인이 되었습니다.

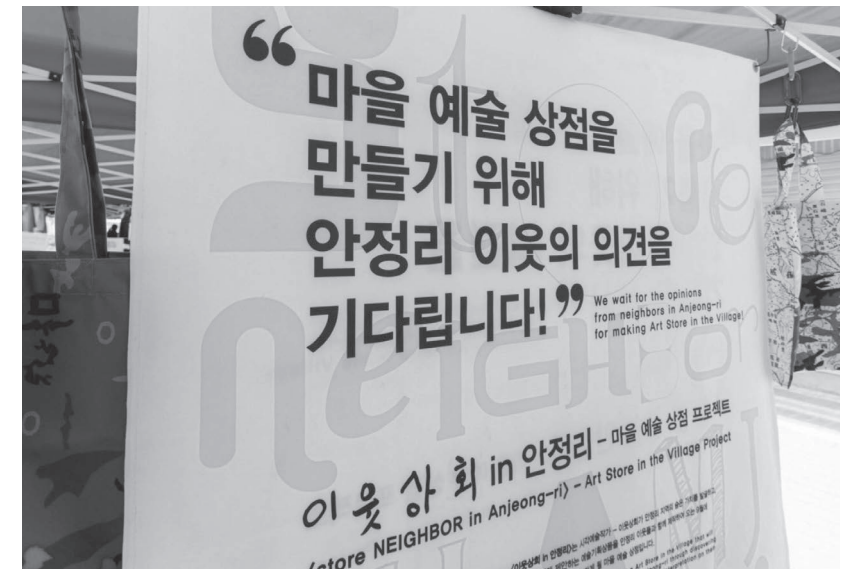
로테오거리 끝자락에는 83세 할머니께서 아직도 운영하는 수선집이 있습니다. 그 할머니께서는 40년 이상을 미군들 군복의 품을 줄이고 늘이는 일을 하며 홀몸으로 자녀 둘을 키워내신 어머니셨습니다. 그 기술에만 몰두해서 안정리에서 근근이 살고 계시는 분이셨습니다. 할머니의 그 기술력과 일을 할 때의 총명한 눈을 잊을 수가 없습니다. 클라이언트가 미국인들인 만큼 주문을 받으면 분명히 다른 특징이 있을 거라고 생각했습니다. 그리하여 이분들의 기술력을 바탕으로 아티스트의 아이디어를 개입시켜서 안정리를 새롭게 기념하는 상품을 주민들과 함께 만들고, 이것을 유통시켜 발생한 수익금을 지역으로 환원하는 계획을 세웠습니다. 그리고 팝업 스토어(Pop



up store)로 9월 23일에 오픈하게 된 것입니다. 안정리에는 미군들 체육복에 실크스크린을 넣는 일을 하시는 사장님도 있습니다. 이런 식으로 곳곳에서 기술력을 가진 분들을 찾아내고 그 기술력으로 아트 스킵을 만들자는 게 저희들의 프로젝트입니다.

'사람이 보물이다'라는 안정리 생활사 박물관은 총 열다섯 명의 문학, 영상, 사진 등의 작가들이 모여 리서처(Researcher)로서의 예술이 어떤 결과를 낼 수 있을지에 주목하고 구성했습니다. 노혜미 작가는 영화감독입니다. 영상 다큐로 참여하셨습니다. 이 마을의 이상열 선생님은 국방부에서 일을 해서 영어에 재능이 많으신 분입니다. 언어 능력을 발휘해서 미군들에게 지역의 문화 자산을 해설해주는 지역해설사로 자원봉사를 하고 계십니다. 이분의 이런 활동을 카메라가 뒤쫓아다니는 다큐 작업이었습니다. 박종현 선생님은 신문 보급소를 운영하시는 분이고, 연세가 거의 80세에 가깝습니다. 미군 부대에서 일했던 적이 있어 영어를 하실 줄 압니다. 이분은 본인의 삶을 정리하는 시기에 영시를 쓰고 계십니다. 미군부대에서 일하면서 알게 된, 현재는 안정리에 살고 있는 어떤 미국 분과 정기적으로 만나 본인이 쓴 시를 보여주고 교류하시는 정말 재미나신 분입니다. 스스로 일상에서 미군과 문화적으로 교류하시는 보물 같은 분을 발굴한 것입니다. 그래서 이것을 영상으로 기록한 작품이 하나 있습니다. 참여 작가 중에 한 작가는 지역의 미군들이 좋아하는 요식업 명소들을 찾아 기록하기도 했습니다. 또 평택 지역을 중심으로 활동하는 청년 복지회가 있는데, 이분들은 일주일 정도 문화 유목을 하셨습니다. 평택 인근의 농업과 어업의 중요한 줄기가 된 안성천을 따라서 안정리까지 캠프를 치며 문화 유목을 했습니다.

전시장마다 열다섯 명의 작가들이 포진해서 결과물들을 전시했는데, 지금은 이 건물도 무너지고 큰 건물이 들어선 상태입니다. 여기에 전시를 했을





지역 장인들과 함께 만든 브랜드 안정맞춤



안정맞춤 가방

때 원룸이 많은 다가구 주택으로 활용되고 있었는데, 안정리 특유의 미군 대상 접대부의 흔적들이 보이는 건물이기도 했습니다.

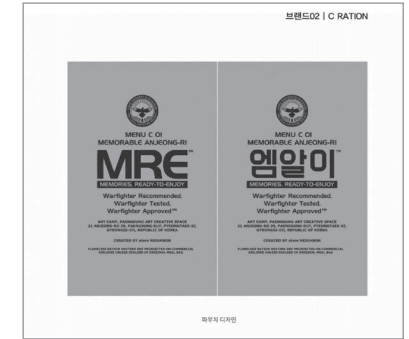
처음 안정리를 방문했을 때 받은 몇 가지 자극들을 토대로 이 장인들과 함께 브랜드를 만들어보자는 계획을 세웠습니다. 브랜드의 이름은 '안정맞춤'입니다. 이 용어는 안정스러운 것을 꼭 들어맞게 만들어보자는 의미입니다. 이 지역 장인들과 함께 만들어보자는 의도로 브랜드를 만들었습니다.

방 전체를 한 벽지로 바르는 설치 작업을 했습니다. 이 벽지를 자세히 보시면 아까 말씀드린 실크스크린 하시는 강기호 사장님의 모습이 보일 듯 말 듯 있습니다. 미군들의 입맛에 맞춰서 제작하던 기술력 안에 불편하지 않을 만큼의 우리들의 주체적인 메시지를 심어 가시화하여 제작하고 유통해보자는, 무모하다 할 수 있는 프로젝트를 시작했습니다. 그런 어떤 보일 듯 말 듯한 벽지로 제작해서 방 하나에 설치했습니다. 이것은 현재 진행 중이고, 9월 23일 오픈을 준비하며 열심히 뛰고 있습니다.

올해 4월과 5월에는 매월 마지막 토요일에 하는 예술제인 '마토예술제'



안정맞춤-군용 마크, C RATION



에서 지역 주민들과 미군들에게 수요 조사를 했습니다. 어떤 것을 사고 싶은지, 지역 주민들과 만든 이 상품을 산다면 얼마에 살 것인지, 그런 수요 조사를 했습니다. 거기서 얻어낸 정보를 반영해서 실질적으로 7월 15일 이후부터 상품을 제작했습니다. 40년 이상 양복점을 해오셨던 최동규 선생님, 50년 이상 양장점을 하신 신미숙 선생님과 김기분 선생님을 모시고 팀을 꾸려서 안정맞춤 브랜드를 제작하고 있습니다. '안정리 마을 브랜드 제작소'로 명명을 하고 거기서 활발하게 제작을 하고 있습니다. 안정맞춤은 두 가지 브랜드를 진행하며, 가방·파우치·쿠션을 제작했습니다.

광복 이전의 근대 지형도를 바탕으로 해서 이미지를 재편집한 디자인을 만들었습니다. 너무 직접적으로 드러내지 않고 조금 펜시해야 아가씨들도 구매할 수 있기 때문에 그런 것을 감안하면서 제작했습니다. 기술력이 너무나 좋아서 작품 완성도가 생각보다 잘 나와 스스로 만족하고 있습니다. 철조망은 안정리의 대표적인 풍경을 자아내는 요소입니다. 미군기지 입구 돌담 위에 있는 철조망을 잘 보면 하트 모양을 발견할 수 있습니다. 여기서 영

감을 얻어 하트 앤 피스(Heart and Piece)라는 메시지를 담은 도안을 만들었습니다. 이것은 머그컵으로 제작될 것입니다. 티셔츠도 제작하고 있습니다. 티셔츠에는 로테오 거리를 중심으로 있는 간판들의 이미지를 배치했습니다. 미군들에게는 이것이 이미지로 읽힐 것이기에 뜻은 모르지만 언뜻 본 간판들을 티셔츠로 구입해 가지 않을까 하는 생각에서 만들었습니다. 미군들은 2년 있다가 다시 본부로 돌아갑니다. 수요 조사 때도 한 장교 부인이 안정리에서 2, 3년 살았는데 돌아갈 때 이미지를 떠올릴 만한 제품을 구입하고 싶다고 해서 그런 것 위주로 해봤습니다. 군용 마크는 미군들이 가슴팍에 붙이는 장식품인데 안정리의 서정적인 풍경을 담아봤습니다. 미국 국방부의 로고가 독수리인데 독수리 대신에 까치를 넣었습니다. 안정리의 개량 한옥 집과 논, 가로수 이런 것들을 표현해서 마크로 제작했습니다. 여기까지는 안정리 브랜드 제품들입니다.

지금 소개할 작품은 작가가 작가의 시선에서 제작한 제품이라고 볼 수 있습니다. MRE는 미군의 전투식량을 의미합니다. 이런 평택의 전투식량이 되는 것의 대표적인 패키지를 모은 것입니다. 안정리를 기억할 수 있을 만한 것들을 작품 하나하나에 개입시켜서 만든 기념 패키지를 제작해보았습니다. 파우치로 제작될 예정이고 파우치 안에 넣을 구성품도 몇 가지 제작했습니다. MRE는 안정리를 중심으로 한 문화 유적 투어를 유도하고 그것을 기록하게 하는 문구류라고 보시면 됩니다. 9월 23일에 눈으로 확인하실 수 있습니다. 지역 디자이너와 외부 디자이너들이 참여해서 열다섯 개 정도의 제품을 출시하기 위해 달려가고 있습니다.

이번 프로젝트를 진행하면서 지역재생이라는 것은 결국은 지역의 꽃으로 번지는 순환구조로 지역민들의 자긍심을 재생하는 것이고, 이것이 예술가의 역할이 아닌가 생각해보게 되었습니다. 그것에 관한 활동이 이런 식으

로 진행되어왔고 앞으로도 다양한 기회로 진행하고 싶다는 말씀을 드리고 싶습니다.



차재근 (경기문화재단 문화예술본부장): 공무원분들이 부산의 감천문화마을을 많이 가세요. 얼마 전에 부산지역 유력 신문에 감천마을 주민들의 의식 조사를 한 것이 발표되었습니다. 60.4퍼센트가 감천마을 문화사업 이후에 결코 생활이 윤택해지지 않았다는 의견을 보였습니다. 사실 그 연구 조사가 작년에 이루어졌거든요. 부산대학교에서 진행을 했는데, 실제 수치는 79.4퍼센트의 부정적인 의견이 나왔어요. 주민들과 괴리된 채 진행되었다는 반증이죠. 우리가 도시재생을 할 때 속도의 부분, 보이는 것과 보이지 않는 것에 대한 부분은 오늘 사례 발표를 통해서 공감하는 부분이 많으셨을 것 같습니다. 오늘 다섯 분의 말씀을 들었는데 다섯 분께 질문할 것이 있으면 질문해주시고 서로 말씀해주실 것이 있으면 말씀해주셨으면 좋겠습니다.

질문: 제가 말씀드리겠습니다. 공간을 재구성하는 데 제일 중요한 것은 공간을 재구성하려는 이유입니다. 대표님들께서는 작업을 하시면서 본인의 문제로 시작했던 일이 더 중요하게 현장에서 발견되는 그런 경험들이 있으셨을 것 같습니다. 다들 말씀은 안하셨지만 힘든 부분이 있으셨을 것 같아

요. 접근했던 부분에서 이렇게 접근을 했으면 좋겠다는 생각이 있으면 언급 해주셨으면 감사하겠습니다.

김희진 (부산 또따또가 센터장): 서로 다른 의견을 가진 주체들이 만나서 합의점을 만들어야 하는데 시간이 많이 걸립니다. 서로의 이권 때문에 싸우게 될 수 있습니다. 서로 긴밀하게 만드는 시간들을 가져야 합니다. 제 방법은 술이에요. 술을 마셔야 됩니다. 하루에 커피도 한 잔씩 마셔야 합니다. 이렇게 시간을 써야 하는 것 같습니다. 긴밀한 관계를 갖다가도 관계가 틀어질 때에는 하소연도 하시고 때로는 부정적인 이야기를 하시기도 합니다. 그 간극을 메우기는 쉽지 않은 것 같고 어쩔 수 없이 가까운 지역 주민과의 네트워크를 통해서 이해해줄 수 있는 사람을 많이 만들어놔야 하는 것 같습니다. 그런 일들을 원활하게 하기 위해서 중간에 징검다리가 있어야 합니다. 징검다리를 만드는 유대관계를 누군가는 해야 한다고 생각합니다. 저는 다행스럽게 아이가 있습니다. 아이가 올 수 있는 공간이면 자연스럽게 문화 활동을 할 공간이 된다는 것을 아이를 키우면서 느꼈습니다. 아이가 있으면 주민들 만나기가 편해요. 누구 아빠로 불리는 게 감독님이나 센터장으로 불리는 것보다 편하거든요. 가급적이면 아이들이 그 프로젝트 안에 자주 와서 아이 중심의 형태가 생기면 훨씬 부드럽게 풀릴 수 있지 않을까 싶습니다. 제 경험상의 이야기입니다.

민운기 (스페이스 빔): 이익이 주민들에게 제대로 환원이 안 된다고 하는데, 그렇게 환원이 되어 주민들 만족도가 높아지면 성공한 것인가? 이런 질문을 갖게 됩니다. 모든 게 경제적인 잣대로 귀결이 되고 그것을 갖고 성공 여부를 판단하는 것을 우리가 어떻게 넘어서 수 있을까? 그것이 하나의 과

제라고 생각합니다. 주민들이 갈라지는데, 혜택을 맛보면 좋아하고 골목 안쪽에 들어가서 그런 것과 관련이 없는 분들은 시끄럽다고 생각합니다.

활동하면서도 개인마다 다 그런 지점이 다릅니다. 어떤 면에서 연결되는 부분이 있지만 어떤 상황에서는 다른 입장에 놓이게 됩니다. 그런 실상을 저희가 정확히 판단하는 것이 중요한 것 같습니다. 깊숙이 들어가보면 누적된 문제가 산재되어 있습니다. 저는 쉽사리 성공할 거라고 기대하지도 않습니다. 또 한편으로 민간 차원에서 예술가들의 노력으로만 되는 것도 아니라서 모든 것이 맞물려줘야 하는데 다른 한쪽에서 아니라고 하면 저도 나서야 하는 운명입니다. 좀 더 생각하고 접근해야겠다는 생각을 하게 됩니다.

홍성재 (000간 대표): 지역재생에서의 맹점이 지역이 죽었다고 생각하는 것입니다. 잘 살고 있는 사람도 많은데 죽었다고 생각합니다. 죽여 놓고 가로수길, 홍대를 꿈꿉니다. 그러니까 지역이 원하는 방향이거나 지역민에게 혜택이 돌아가는 것은 없고 파이만 커지는 거거든요. 같은 맥락으로 저부터도 그러지 말아야겠다는 생각을 합니다. 예를 들어서 봉제공장 사람들 다 어렵잖아요. 봉제산업이 침체되어 있잖아요. 이런 생각이 파트너로서의 관계를 끊는다는 생각이 들었습니다. 그런 것들로 일반화시키지 않는 파트너로서의 지역 주민과의 상호관계가 필요하지 않나 싶습니다.

질문: 안정리는 문화적으로나 예술적으로나 너무나 외지에 있습니다. 저희 동네의 경우만 봐도 주민들이 평균 70, 80세가 보통이에요. 젊은 사람을 찾아볼 수가 없어요. 이런 상황을 개선할 방법은 없을까요? 문의드립니다.

김윤환 (예술과 도시사회 연구소): 안정리 일대가 너무 빨리 변하고 있고

많은 부분들이 사라지고 있는데, 사업을 하는 것도 중요하지만 현재 있는 공동체가 어떤 식으로 삶을 살아나아야 할지 아트캠프가 많이 고민해야 한다고 생각합니다. 근데 어렵더라고요. 연로하신 주민들도 많으시고 미군들이 더 많이 유입되는 상황에서 대규모 재개발이 추진되고 있으니까요. 선생님처럼 주민이면서 뜻이 있는 분들이 만나서 새로운 방향이나 아이디어를 모색했으면 좋겠습니다. 이러한 필요성은 모두가 공감할 것입니다.

5

시장의 발견

2015. 11. 11(수) 오산 오색시장

3



전주한옥마을과 연계한 남부시장 청년몰

경제적 환경 변화로 침체된 재래시장의 활성화에서부터
마을의 일상 속에서 교류하고 체험과 경험을 나누는
휴식장터로 진화하는 새로운 장의 개념에 대해서 논의합니다.
상품을 거래하는 시장 구조에서 전통시장과 마을 장의
대안적인 거래는 무엇인지 살펴봅니다.



집콕 대표 김병수

백기영 (경기문화재단 문화예술본부 수석연구원): 최근에 도시재생과 문화재생과 관련된 사업이 전국적으로 확산되고 있는데, 경기도도 올해부터 경기도 내에 있는 시군과 협력해서 원도심 재생 사업이라든가 다양한 문화재생 사업을 진행하기 위해 팀을 꾸렸습니다. 이와 관련해서 몇 차례 포럼을 진행하고 있습니다. 도시의 다양한 역사들과 문화적인 콘텐츠를 발굴할 수 있는 다양한 자원과 관련된 이야기들도 들을 수 있었습니다.

오늘은 특별히 재래시장과 연관된 주제를 갖고서 진행하고자 합니다. 시장은 대부분 원도심에 위치한 경우가 많고, 문화 공공시설이 제대로 갖춰지지 않은 우리나라 같은 상황에서는 예로부터 재래시장에서 문화를 만나는 일이 많았습니다. 그래서 전통문화 같은 것들을 시장 활성화 사업과 연결해서 가능성을 타진해보는 실험도 꽤 많이 했습니다. 오색시장에 와서 둘러보니 여기도 다양한 콘텐츠가 있고 활성화된 공간인 것 같습니다. 2008년도로 기억됩니다. 중소기업청과 연결이 돼서 상당한 규모의 예산을 들여 재래시장을 활성화하는 사업들을 진행했습니다. 그것이 7, 8년쯤 진행되면서 사업의 효용성 등등에 의심스러운 부분들이 많습니다. 시장에 문화가 들어가서 근본적으로 시장을 활성화시킬 수 있는지, 이러한 문제들도 있습니다. 가능성도 있고 실패한 사례도 있다고 생각합니다. 그럼에도 불구하고 여러 가지 코드들을 활용해 원도심의 문화와 맞물려서 시장 형태로 만들거나, 시장 형태가 아닌데도 시장을 만든 곳도 있어요. 양평 같은 경우에 시장이 아닌 강가에서 시장이 구성된 형태거든요. 문화예술 마켓이면서도 동시에 지역 사회를 문화적으로 활성화시키는 것이기도 합니다. 오늘 시장과 관계된 콘텍스트에서 발제를 해주실 것 같습니다. 여기에 오신 분들도 대부분 이쪽과 관련된 분들이라서 활발한 토론과 풍성한 이야기들이 이어지리라 기대합니다.

처음으로 발제하실 분은 김병수 집콕 대표님이십니다. 전주한옥마을은

여러분들 많이 가보셨을 거예요. 한옥마을과 연계해서 남부시장 청년몰 사업을 진행하셨습니다. 그 사업과 관련된 사례 발표를 듣도록 하겠습니다.

김병수 (집콕 대표): 사실 제가 운이 좋았어요. 전주한옥마을 일을 할 때도 운이 좋았다고 생각하고 남부시장에서 청년몰을 만든 것도 운이 잘 따랐다고 생각하는데, 사람들에게 좋은 사례로 이야기할 수 있는 자리에 오게 되었습니다. 그럼에도 불구하고 최근의 일들 속에서 고민이 참 많습니다. 현장에서 느끼고 있는 고민을 여러분에게 소개하겠습니다.

여기 이 사진은 인천의 신세계 백화점에서 고객에게 무릎 꿇고 사과하는 백화점 직원들 사진이죠. 백화점에서 일하는 분들이 고객에게 사과한 이유는 예전에 구매했던 물건을 고쳐달라고 했는데 이 매장에서 구매하지 않은 것은 고치기 어렵다고 했기 때문이랍니다. (고객이 항의하고) 결국은 무릎 꿇고 고객에게 사과하는 모습입니다. 신세계 백화점 측에서는 고객이 무릎을 꿇린 게 아니라 직원들이 사태를 빨리 수습하려고 자발적으로 무릎을 꿇었다고 발표했죠. 사실 저한테는 그게 오히려 몹시 기분이 안 좋았어요. 우리가 도대체 어디에서 일을 하며 살고 있는 건가, 하는 생각이 들었습니다.

서울 서촌에 가면 땅값이 많이 오르는데도 불구하고 티벳 음식이나 차를 파는 공간이 있더라고요. 여기는 사장이 한 20명 정도 있는 것 같아요. 갈 때마다 바뀌니까 누가 주인인지 모르겠어요. 20여 명의 자원봉사자들이 가게를 운영하고 여기서 나온 수익금과 기부금을 티벳 언어로 된 책을 출판하기 위한 기금으로 활용하고 있습니다. 이런 분들 보면 한가하고 여유 있는 사람처럼 보이고 시간이 남아돈다고 생각할 수도 있어요. 사찰에 가보면 열심히 일하는 보살님들 있잖아요. 자기 가진 것 없이 공간에 헌신하는 분들

말이에요. 이런 카페도 있더라는 겁니다.

전주 남부시장 프로젝트를 하고 있는데, 저희가 전주에서 2001년부터 여러 가지 활동들을 벌여왔습니다. 한옥마을에도 경험이 원숙한 팀장들이 있는데 그분들도 전주 남부시장 청년몰 같은 프로젝트는 불가능하다고 생각하셨어요. 일을 같이 하자고 권하는 입장에서조차 질질 끌고 가는 기분이 들었는데 그 문제를 풀어준 게 지금 현재 청년몰의 두 매니저입니다.

우리는 앞으로 어떻게 변화될까. 우리 사회가 극단적으로 ‘갑을’이라고 이야기하는 것처럼 자산이나 자본에 의해서 일방적인 신분사회나 지배사회로 갈 수도 있고, 아니면 재산이나 자산에 기반하지 않고 정신적인 공동체를 지향하는 운명적인 삶을 살아갈 수도 있는 것입니다. 자립적인 기반 위에서 뭔가를 보존하고 새롭게 실천하려는 움직임도 있을 거라고 생각합니다. 어떤 것이 될지 모르겠어요. 하지만 고객에게 무릎을 꿇는 것을 보면서 현재 우리 사회가 어떤지는 알 것 같습니다.

제가 한 달 전에 오스트리아에 갔습니다. 여기는 건물을 지으면 200년 정도의 수명을 기본으로 하고 있습니다. 우리는 30년이 되면 재건축 한다고 건물을 허물지만 이 나라는 30년까지가 기본 보증기간이거든요. 이 나라는 땅을 팔지 않고 건물만 분양합니다. 우리나라는 땅하고 건물을 같이 분양하기에 가격은 오스트리아가 두 배 정도 쌉니다. 우리나라보다 두 배 더 부자 나라가 집값은 우리보다 두 배 정도 저렴합니다. 오스트리아 수도 빈에서 한 기라는 아이 집에 머물렀어요. 한기네 아버지는 전철 기관사인 데 집세가 한 달에 80만 원이고 관리비가 20만 원이지만 한기와 한기 누나가 24세까지 각 30만 원씩 보조를 받아서 실제로 내는 집세는 월 20만 원 정도라고 합니다. 서울 위례 신도시의 33평 아파트는 월세가 160만 원이고 관리비가 30만 원이라서 한 달에 190만 원이 드는데 더 올랐어요. 한국은 서민을 위한 땅

이 없어요. 한기네 누나가 고3인데 자기는 대학을 가겠다고 해요. 한 반에서 10퍼센트는 대학에 진학하고 나머지 90퍼센트는 대학에 가지 않는다고 합니다. 고등학교를 졸업하고 기술을 배워서 3년 정도 일을 하면 대학을 나온 고등학교 선생님 월급보다 조금 더 받아요. 고등학교를 졸업하고 몸 쓰는 일을 열심히 하면 기본적으로 평균적인 삶을 살 수 있기 때문에 대학은 공부 취향이거나 학문적으로 능력이 뛰어난 사람이 들어가는 거죠. 기술과 몸을 쓰고 열심히 일하는 사람들을 너무 당연하게 존중하는 사회에 있다가 한국에 와서 보니까 머리가 팡팡 돌더라고요.

서울의 뉴타운지역을 보면 전쟁터 같습니다. 굉장히 넓은 지역에 2만 세대가 없어지고 새로 아파트가 들어온다고 하더라고요. 새로 들어올 수 있는 가구는 1만 2천 세대밖에 안 되니 8천 세대는 어딘가로 사라져야 하는 겁니다. 재입주율은 50퍼센트가 안 됩니다. 사람들의 주거 환경이 안정된다는 것은 의·식 문제가 해결된 다음 단계의 문제인 것 같습니다.

재래시장과 전통시장의 앞으로의 그림들을 생각해봐야 합니다. 제가 어렸을 때, 물건을 사러 시장에 나온 어머니를 따라와 미꾸라지가 담긴 대야를 발로 차면 미꾸라지가 펄떡펄떡 뛰거든요, 그러고 놀고 있으면 엄마가 뒤통수를 치고 그렇게 질질 끌려 나오는 곳이었어요. 아이들에게 시장은 엔터테인먼트(Entertainment) 공간입니다. 제가 어렸을 때만 하더라도 서커스를 시장 마당에서 했어요. 천막 치면 낮부터 앉아 있다가 저녁이면 피곤해서 서커스의 마지막을 못 봤어요. 전통시장이나 시장 하면 엔터테인먼트가 확실합니다. 전주에서 일을 하면서 느낀 것은, 과연 우리나라의 30대들이 전통시장, 재래시장에서의 유년의 기억이나 생애적인 경험이 있는가입니다. 없을 것 같아요. 생애적인 경험이 없는 사람들에게 시장은 전통이라고 이야기하는 것이 무슨 의미가 있을까요?

전라북도는 전북도청사랑 전북도의회 건물을 호텔로 개조했습니다. 1천 명 정도가 머물 수 있는 호텔입니다. 근대 건축으로 굉장히 훌륭한 비주얼인데 그것을 한 달 전에 허물었습니다. 가우디가 설계하고 짓기 시작한 파밀리아 성당은 몇백 년 동안 지어지고 있다고 하잖아요. 그 성당 지하는 현재 전시가 이루어지는 박물관입니다. 우리도 유적을 헐고서 이미테이션(Imitation)을 만드는 것보다 지하로 이런 공간을 만들었으면 얼마나 더 상상력이 있었겠어요. 자기 시대의 분절적인 사고들 있잖아요. 우리가 전체의 모습을 그려 나간다는 삶의 총체에 대한 이해가 없으면, 표현되는 방식이 조잡하고 뭔가 안달복달하지 않으면 답이 안 나오는 방식으로 갈 수밖에 없습니다. 우리가 갖고 있었던 영혼과 역사와 시간을 소멸시키면서 부조한 것들을 만들었습니다. 우리를 심각하게 나락으로 빠뜨린 백화점 사건이 있었고요.

스페인 바로셀로나에 있는 시장과 군산에 있는 시장을 비교해보면 물건이 전시되는 패턴이나 뒷배경이나 조명이 다 다릅니다. 시장의 아케이드를 보면 첫 번째로 드는 생각이 그로테스크할 만큼 무겁다는 것입니다. 천장이 의식되는 구조들이 있어요. 조명이나 천장 구조나 매대의 전체적인 통일감이 부족한 것이죠. 이쪽 시장을 처음 알게 된 것이 2009년도인데, 여기 역 근처에 대형마트 까르푸 마켓(Carrefour Market)이 있습니다. 저는 까르푸와 보케리아 마켓(Boqueria Market)을 보려고 했는데, 택시 기사나 여기를 안내 해준 사람들이 보케리아 시장은 아는데 까르푸를 몰라서 못 갔어요. 오래된 전통시장이 당대와 같이 호흡하고 고객과 판매자가 소통을 해온 것과 그렇지 못한 것 사이에는 큰 차이가 있죠. 군산에 있는 시장은 근처에 있던 공단이 이사를 갔어요. 공단 부지를 택지로 개발을 허가하는 순간에 평당 60만 원짜리 땅이 400만 원이 됐어요. 그런 곳에 쇼핑몰이 들어가면 재래시장은 운명이 끝난다고 봐야 되는 거죠. 대형 유통마트가 지방 도시에 들어

오면 현지에서 유출되는 것들이 대부분일 뿐만 아니라, 지역 상품을 판매하려고 해도 2만 개 이상을 공급하지 않으면 불가능해 지역 업체에 아무런 도움이 되지 않습니다.

이건 신세계백화점에서 봤던 그런 모습과 다르지 않아요. 지위나 신분이 이렇게까지 되어야 하나요? 조선 말에 갑오경장을 할 때에도 임대료로 50퍼센트 이상을 가져가지 말라고 경고해요. 40퍼센트 아래로 가져가요. 근데 백화점은 매출의 40퍼센트를 가져가요. 하루 종일 백화점에서 일해서 3퍼센트를 가져가는데 그나마도 10년 경력 이상인 사람에게만 가능해요. 이런 것은 다 가져 경제라고 생각합니다. 백화점 쇼핑몰의 경제 시스템은 사람들의 삶의 독립성이나 인성이나 인간으로서 장사하고 있다는 존재감을 잃게 만들 우려가 있다고 봅니다. 무너지지 않는 경제가 진짜 경제이다. 우리가 전통시장에서 일하는 것은 진짜 경제의 모습을 상상하면서 무너지지 않는 공간의 힘을 상상하는 것입니다.

‘거리’라는 것은 집처럼 친숙하면서 낯선 공간이에요. 버스킹(Busking)은 시장에서 나왔습니다. 영화 「서편제」를 보세요. 어디서 공연하고 있는지. 시장에서 합니다. 약장수도 오고, 버스킹하고 놀고 팔고 사는 그런 것. 친숙하면서도 문화 자체를 향유할 수 있는 힘. 시장 안에서도 경제를 교환가치로 보지 않고 교환하고 싶은 욕망의 가치로 본다면 이게 당장에 팔리는 것이 아니더라도 얼마나 가치 있고 쓸모 있는 것인지 사람들에게 보여줄 수 있는 무언가가 만들어져야 되겠죠.

전주한옥마을은 2001년도에 골목에 있는 땅이 평당 90만 원이었고 지금은 1천만 원입니다. 길가 쪽이 150만 원 정도 했었어요. 지금은 평당 3천만 원이에요. 2001년도에 사람들하고 모임을 만들었어요. 한옥마을 주민들이 매일 12시가 되면 시청까지 데모를 하러 가요. 한옥을 부수고 아파트 지

어달라고 말입니다. 그러고는 돌아와서 텃밭에서 일을 합니다. 이들에게 왜 모순된 행동을 하나, 계속 묻고 같이 낚시 가서 이야기하고 차 마시고 하면 서 얻은 결론은, 자기 삶이 저평가된 것에 대한 분노, 자신의 삶이 방치되어 왔다는 것에 대한 분노가 표출되었다는 것이죠.

그때 추진했던 것이 남부시장 프로젝트예요. 한옥마을로 개발 압력이 들어오면 기존 사업을 활성화시켜야 숨통이 트이고 이게 레벨이 만들어져서 공간의 여유가 있겠다 싶더라고요. 한옥마을 안에서 법적인 규제를 강화할 수 있는 수단이 뭘까? 남부시장은 1,200개의 점포가 있는데 북문 거리부터 시작한 것입니다. 이것을 하면서 느낀 것은 한국의 1950년대 60년대는 핸드메이드 마켓이었구나. 신발이나 옷, 귀걸이, 시계, 안경, 모든 것들을 만드는 과정의 시간이 있었다는 거죠. 그런 시스템으로 이곳에 다 짜여 있는 것을 보고 여기가 볼로냐(Bologna)같은 도시구나, 한국의 50년대와 60년대는 이탈리아의 볼로냐 같은 느낌이었겠구나. 지금 모든 점포는 워크숍을 해라. 모든 점포는 물건을 매개하지만 물건만 판매하는 것이 아니라 다양한 형태의 소통 방식을 찾아서 소통하자. 그런 작업을 꾸준히 해왔는데 그런 것을 이미 40년 전, 50년 전에 하고 있었더라고요.

남부시장 청년몰을 만드는 과정에서 지치기도 했어요. 한옥마을은 집 값이 올라가고 그런 움직임이 있는데, 남부시장은 상인들이 많이 살고 계시는데도 시장 안에 좋은 것은 감염이 안 되는 거예요. 행사를 할 때마다 모였다가 끝나고 나면 쥐 죽은 듯이 조용해지는 게 몇 년간 반복됐어요. 시장의 청년몰이라는 개념은 전에는 없었던 거고 저희가 만든 개념입니다. 7년 동안 무수히 많은 실패가 있었고, 상인분들을 설득하기도 하고 때를 쓰기도 하고 시민과 다투어 경찰서로 끌려가기도 했어요. 그런데 나중에는 돈독해지고 서로 자식 상담도 할 정도가 되었습니다. 그런 과정들이 쌓



여 답답하던 시점에 저녁 때 시장에 갔는데 국밥집에서 가족들이 손을 잡고 가는 모습을 본 거예요. 그 모습이 왜 그렇게 행복해 보였는지, 그 장면이 너무 예뻐서 그날 밤새 잠도 안 오고 그 장면이 떠올랐어요. 그게 뭐냐

면 제가 시장에서 보고 싶었던 것입니다. 마치 내가 어렸을 때처럼 여러 세대가 같이 있는 모습. 다시 자료를 뒤져보니 시장 안의 1,200개 점포 중에 30대, 40대 점주가 일곱 명이었어요. 나머지는 60대, 70대였어요. 여러 세대가 어울려 살아가야지 감응도 있고 반응도 있는데 그게 안 되는 구조였구나. 그래서 상인들을 설득한 것입니다. 2층에 비어 있는 공간을 임대료 없이 2년간 빌려달라고 했습니다. 쓰레기를 치우고 창고 비우고 아무 조건 없이 빌려달라고 했습니다. 거기에서 새로운 생태계를 만들어가자고 열심히 설득했어요.

남부시장에 야시장을 만들었습니다. 야시장이라는 것은 7시에 문을 닫고서 상인들이 고객으로 참여해보는 것입니다. 시장 상인분들이 문을 닫고 야시장의 고객이 돼서 청년들은 어떻게 장사를 하는지 구경했습니다. 그러면서 이상한 형태들을 보는 거예요. 청년들은 놀면서 장사를 했습니다. 청년들이 해피망쭈한 짓을 벌였어요. 그런 것이 신나고 흥청망청하게 진행됐어요. 완전 실험적인 장사를 했어요. 어마어마하게 사기치고 놀고 그런 것을 했어요. 야시장의 풍경을 보고 이런 것이 기존의 장사와 다르구나 하면서 그다음 단계로 갔습니다.

2층에 공간을 만들었습니다. 이 공간을 만들 때에도 시공사를 정해서 집행하는 방식이 아니라, 두 달간의 워크숍을 정해 목수 다섯 명을 초대했습니다. 아파트에서 나온 것들을 부수고 점포를 다시 디스플레이하는 작업들을 목수들의 지도하에 직접 해나갔습니다. 사람이 표현하고 생각한 것들이 공간 안에 들어갔을 때 엄청난 표현력이 생기잖아요. 엄청난 소통을 하는 것입니다. 남부시장 청년몰이 영화세트장 같다는 말도 많이 들었습니다.

우리의 슬로건이 '적당히 벌어 잘 살자'입니다. '적당히 벌어 잘 살자'라는 슬로건은 '만지면 사야 한다'라는 슬로건을 낳게 됩니다. 이걸 백화점에



서는 나올 수 없는 슬로건입니다. 신세계의 태도가 이런 슬로건을 가능하게 할 수 있었어요. 대안적인 슬로건입니다. '적당히 벌어 잘 살자'는 얼마나 벌어야 잘 살 수 있을지를 생각하지 않고 번다는 거예요. 잘 살려면 어떤 게 잘 사는 것이고 잘 사는 것을 위해서 얼마만큼의 지출과 소비가 필요한지를 생각해봐야 한다. 그런 것을 놓치지 말자. 이런 이야기를 하는 근거는 리빙랩(Living Lab)에 있는데, 이처럼 끊임없이 연구하고 개발하자는 것입니다. 인생은 배우는 거예요. 배우는 것 자체가 인생이에요. 인생은 고통인데 그 고통에서 배우는 것이 없으면 그것은 아무것도 아니에요. 그 성찰의 힘으로 다음도 있고 다음 세대도 있죠.

제가 처음부터 꼭 말씀드린 것은 현재 우리 사회는 답이 없다는 것입니다. 정치나 경제를 통해서 바로잡아야지, 세부에서는 디테일한 창의적인 에너지 구조로 순환되는데 이 사회는 순환의 힘이 막혔다고 생각합니다. 우리

나라는 경제나 정치의 차별과 격차가 만연한 메커니즘이 절대 바뀌지 않을 만큼 강력하게 짜여진 사회라고 생각합니다. 이 부분을 깨는 것은 두 가지입니다. 정말 정당을 만들어서 바꾸거나, 인간답게 살고 싶은 사람들이 다음 세대까지 전 생애를 통해서 분투하는 방법밖에 없다고 생각합니다.

백기영: 감사합니다. 전주 남부시장에 맞추어서 이야기해주실 줄 알았는데 시장과 자본의 전반적인 틀에 대한 중요한 이야기를 개괄적으로 해주셨습니다.

혹시 질문이 있으신가요?

질문: 야시장을 건립하실 때 상인들과의 합의는 어떻게 끌어내셨나요?

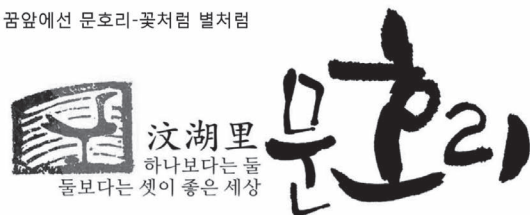
답변: 중요한 문제이고 그러한 문제를 고민해야 훌륭한 답이 나올 수 있거든요. 저희가 처음 야시장을 할 때는 상인들이 휴가 시즌이었는데, 그때 했어요. 그때 드린 말씀은, 휴가를 가지 마시고 시장에서 봤으면 좋겠다고 했어요. 왜냐하면 휴가 시즌에 사람들이 많이 오는데 시장 사람들은 휴가를 떠나는 거죠. 그래서 이번 휴가는 시장 안에서 보내시라고 했지요. 그게 상인분들에게 묘한 감정을 불러일으켰어요. 저녁 시간에 문화적인 쇼크가 발생하면서 새로운 생각들이 많이 시작됐던 것 같아요.

두 번째 야시장을 할 때는 저는 혼쾌한 입장이 아니었어요. 빈 점포 없이 시장이 거의 다 차고 많이 오긴 하는데, 문제는 지체되는 것입니다. 장사 상태가 지체된 것이 하나의 배경처럼 작동하고 장사하는 사람이 지체되어 있기에 그것을 고민해야 한다고 봤습니다. 그것의 문제를 해결해나가는 과정에서 야시장이 필요하다고 생각했습니다. 사람들을 불러오기 바쁘고 공동 수입이니까 상인회로 들어가는데 목적을 분명히 해야 하고, 야시장에서

언어지는 수익을 어떻게 쓰고 야시장을 여는 동안에 몇 개의 실험들을 어떻게 할 것인가, 그런 고민들을 하고 있었거든요. 다른 차원의 고민이 있다고 봐요.

문호리 이야기 - 리버마켓

꿈앞에선 문호리-꽃처럼 별처럼



꿈앞에선 문호리-꽃처럼 별처럼



리버마켓 감독 안완배

백기영: 바로 이어서 양평의 리버마켓 안완배 선생님의 말씀 청해 듣겠습니다.

안완배 (리버마켓 감독): 저는 문호리에 있습니다. 문호리가 어디냐면 여러 분들이 잘 아시는 양평에 있습니다. 양평 서종면에 있습니다. 하지만 양평, 서종면이라는 단어는 저희 문호리에서는 금기어입니다. 예를 들어서 여기저기서 소개될 때 마켓 앞에 ‘양평’ 자를 넣지 않기를 바랍니다. 문호리는 수능리, 수입리와 남양주시에 싸여 있습니다. 최근에 고속도로가 개통됐고 북한강을 끼고 있습니다. 여기에 접근하려면 옛날에는 양수리를 통해서 어렵게 접근했었어요. 여기에는 초등학교, 중학교, 고등학교가 없습니다. 아주 조용한 동네입니다. 아주 옛날에는 화전(火田)을 했는데, 원주민과 새로 이사 오신 분의 비율이 20 대 80 정도 됩니다. 적은 인원에 의해서 움직이는 마을입니다. 제가 여기 온 지는 8년 정도 됐습니다.

한 달에 두 번, 마을 강가에서 리버마켓(River Market)이 열리고 있습니다. ‘책 읽는 봉어’라는 서점이 있는데 이건 실패했어요. ‘우리 동네 창고’도 있는데, 이건 요즘에 말하는 조기 은퇴자나 밀려난 사람들이 나이 들어서 뭐할까 고민하는데, 그런 남자들이 놀 수 있는 공간입니다. ‘우리 동네 목공소’도 있고, ‘문호리 센터’도 있는데 이곳은 그냥 생각하는 곳이에요.

문호리 리버마켓의 상징은 병아리입니다. 강가에서 가끔 공연을 합니다. 보시면 저희 리버마켓의 판매자로 나오는 분들은 가족 단위 중심입니다. 이번 일요일에 광화문 세종로 차로를 하루 동안 통제하고 리버마켓이 펼쳐졌습니다. 거기에서 패션쇼를 했습니다. 패션쇼에 나온 사람들은 판매자의 가족들입니다. 여기 워킹하시는 분들의 옷도 가족들이 만든 것입니다. 이날

140팀이 광화문에 나왔습니다.

문호리 리버마켓은 작년 봄에 시작해서 1년이 조금 넘었고, 30번 했습니다. 리버마켓은 가족들과 아이들을 위해서 강변에서 펼쳐집니다. 어른들이 아이들을 위해서, 약자들을 위해서 팔을 걷어 붙이고 스스로 나서서 만든 게 리버마켓입니다. 지금도 리버마켓에 나오시는 분들에게 그 부분을 강조하고 있습니다. 첫 회에는 프리마켓(Free Market)으로 출발했는데 ‘Free’라는 영어를 써서 항의를 많이 받았습니다. 리버마켓을 받치고 있는 것 중에 가장 중요한 것은 ‘끝장토론’입니다. 리버마켓이 끝나고 일주일 안에 열리고 누구나 참여할 수 있습니다. 셀러(Seller), 동네 사람, 지나가는 사람 누구나 참여할 수 있습니다. 이것이 작은 시골에서 소통할 수 있는 방법과 대화할 수 있는 방법입니다. 오늘 여기 모이신 분들 자체도 대화할 줄을 잘 몰라요. 적당히 합의하고 박수치고 끝낸 뒤 밥 먹고 술 한잔하고 잘 마무리했다고 자위합니다. 합의를 하고 끝내는 것이 이 토론의 방법입니다. 하지만 끝장토론은 리버마켓의 뜻도 있지만 지역 사회의 뜻을 공유하는 자리이고 소통하는 자리입니다. 반대 의견을 내놓고 토론에서 뛰쳐나가는 사람들을 강변에서 기다리는 것이 끝장토론의 끝입니다. 싫다는 사람을 기다리는 것입니다. 꼬마에서부터 초등학생, 나이가 많이 드신 분. 다 나올 수 있는 게 끝장토론입니다.

네이버에 ‘문호리 리버마켓’이라는 카페가 있습니다. 저는 프리마켓에 가본 적이 한 번도 없어요. 지금 문호리 리버마켓 식으로 펼치는 곳을 가본 적이 없어요. 기존에 가지고 있던 생각을 다 뒤집는 것 같아요. 리버마켓은 누구나 글을 올릴 수 있어요. 뭘 올려도 받아주는 게 저희 카페입니다.

문호리 센터는 컨테이너 8개로 지어졌습니다. 여기는 생각하고 결정하고 서로 소통하는 그런 공간입니다. ‘만들고 놀고 꿈꾸고’라는 슬로건이 있는데

‘만들고’는 디자인이에요. 그냥 만들지 않고 항상 생각하는 거예요. 뭘 하나를 만들어도 허투로 만들지 않아요. 여기가 ‘꿈꾸는 곳’입니다. 제가 이름을 지었습니다.

그렇게 대단한 계획이라고 할 건 없고 작년 4월, 리버마켓 시작 2개월 전에 계획서 한 장으로 결정된 것 같아요. 그게 문호리 리버마켓의 시작인 거 같아요. 계획이라는 것에는 날짜와 시간이 붙는데, 날짜와 시간이 안 붙으면 계획이 될 수 없다고 생각합니다. 그렇게 4월 20일에 문호리 리버마켓이 출발했습니다. 문호리에 프리마켓을 만들자, 서점을 만들자, 우리 동네창고, 뭐 그런 식으로 계획서에 간단하게 끄적거렸어요. 그다음 단계로 계획서 내용을 이미지화한 것 같아요. 리버마켓을 무슨 뜻으로 했느냐, 그냥 이 계획서 두 장밖에 없어요. 셀러들에게 미리 일정을 알리고 있습니다. 문호리 리버마켓의 셀러로 나오는 사람은 아무 돈을 안냅니다. 알아서 스스로 냅니다. 안 내도 됩니다.

문호리 화폐입니다. 노란색이 5천 원, 초록색이 1만 원입니다. 시골에 살기 때문에 이사 오고 1년 동안 친구들이 찾아왔는데, 1년이 지나니까 안 와요. 동네에 친구들을 부르자. 그래서 한 게 리버마켓입니다. 찾아온 친구들에게 주는 것이 5천 원짜리 문호리 화폐예요. 이 화폐를 친구와 친구의 아이에게 줘서 음식을 사먹게 합니다. 출연료도 이것으로 줍니다.

리버마켓에서는 계속 싸워요. 자기 자신과 싸우는 것 같아요. 적이 있는 것은 아니지만 스스로 날기 위해서 싸우는 것 같아요. 12월 스케줄에는 ‘병아리 마켓’이라는 것이 한 달에 두 번 있는데, 첫 번째 토요일과 세 번째 토요일에 열립니다. 이때는 100명 정도가 나오는데 새로운 셀러와 기존 셀러가 함께 모입니다. 새로운 셀러가 나오는 것을 기존의 셀러가 도와가면서 텐트도 치고 디스플레이도 합니다. 서로 맛도 보고 손님을 상대하는 법도 도



문호리 화폐

와줘가면서 하는 것입니다. 그게 병아리 마켓입니다.

어떤 사람은 리버마켓의 구성원이 자신의 사회적 지위를 자랑하기 시작하면 조직이 깨진다고 하더라고요. 그래서 저는 캐논아빠로 활동하고 있습니다. 다 닉네임으로 활동을 해요. 항상 슬로건을 작성하는데

매달 바꿉니다. 저희 마켓은 비가 와도, 메르스가 와도 유일하게 열렸습니다. 영하 20도의 겨울에도 마켓을 열어요. 그 날씨 조건에 가족들이 대응을 합니다. 너무 재미있어요. 겨울에 눈이 오면 메뉴가 달라지고 옷이 달라지고 모든 것이 달라져요.

리버마켓은 ‘물건’이라고 안 부릅니다. 판매자들이 작품을 내놓는 것을 ‘출품’이라고 불러요. 여러 어려움도 있습니다. 저희 장소 규격이 3×3미터인데 장사가 잘되는 팀이 가게를 넓혀 달라고 요구하기도 하고, 옆 가게랑 티격태격하기도 해요. 그걸 끝장토론에서 이야기합니다. 리버마켓의 포스터를 만들어 카페나 페이스북에 매달 올려서 전달합니다. 저희는 강변이라는 공간을 점령해서 마켓을 여는데, 그래서 지역에서 반대가 많아요.

아까 말씀드린 ‘책 읽는 봉어’는 망했어요. 최근에 책을 팔다가 망했지만 지금도 있어요. 지역에서 가장 무서운 것은 여자가 아니라 나이든 아줌마들이에요. 나이든 아줌마들 중에 입방아를 찧고 그런 분들이 있어요. 지역에서는 아줌마들의 힘이 대단해요. 봉어빵 장사는 남자들과 아이들을 위해서 만들었는데 이렇게 여자들이 점령해요. 남자들이 갈 데가 없어요. 제 친구들이나 주변 분들 보면 잘나가는 회사에 임원으로 있다가 쫓린 사람들



리버마켓



이 있어요. 있는 돈 없는 돈으로 카페를 만드는 식으로 자기가 살아 있다고 표현하려 합니다. 저는 항상 친구들에게 바닥으로 내려가라고 합니다. 그게 바로 붕어빵인 거 같아요. 그 바닥에서 잘나갔을 때 말고 다시 시작하는 방식의 상징이 붕어빵 장사인 거 같아요. 조그맣게 가게를 만들었죠.

가족들과 보파리를 싸서 뭔가를 팔려고 나오는 용기는 대단한 것입니다. 그런데 창피하다고 그러면서 말려요. 부인은 나가고 싶은데 남편과 아이들이 말려요. 부부싸움의 연속이에요. 나와서도 부부싸움이에요. 리버마켓은 아무것도 지원하지 않아요. 텐트고 뭐고 다 스스로 하는 거예요. 쓰레기도 집으로 가져가는 조건이에요. 이 홀로서기가 안 되면 마켓이 이뤄질 수 없다고 봅니다. 그래서 우리는 아무것도 지원해주지 않아요.

리버마켓에서 가장 성공하는 품목은 옷인 것 같아요. 다른 마켓은 물건을 떼어다 파는데 저희 리버마켓은 절대 떼어다 팔지 않아요. 뭐든지 자기가



책 읽는 붕어

만든 것만 가지고 나올 수 있어요. 철저합니다. 간판을 가져와야 해요. 간판이 뭐냐면, 가족이 만든 간판입니다. 이 간판의 의미는 중요한데 아버지 혼자 홀랑 만들었다면 아이가 안 나와요. 가족이 합의해서 만드는 거예요. 간판이 없으면 못 나와요. 또 현수막으로 하는 게 아무것도 없어요. 우리는 현수막을 쓰지 않습니다. 왜냐하면 그 동네 현수막집에 다 의뢰해버려서 특색이 없어지기 때문이에요. 액세서리, 퀼트, 바느질, 옷을 많이 내놓는데, 그것을 소화시킬 방법이 없어요. 그래서 해결하기 위한 게 스스로 만든 패션쇼예요. 리버마켓은 가격이 비싸요. 가족의 스토리가 있고 세상에 하나밖에 없는 것이니까요.

강변에 사람이 들어가지 않는 곳에서 리버마켓을 시작했어요. 4월 20일에 말뚝을 박았어요. 처음에 스물다섯 팀으로 그렇게 시작했습니다. 리버마켓은 세상에서 강아지들과 어린이들이 가장 안전한 곳이에요. 자기네들끼리 사귀고 놀면서 너무 좋아해요. 초등학교도 안 다니는 꼬마부터 아이들은 아이들끼리, 강아지들은 강아지들끼리 서로 사귀어요.

리버마켓은 주체와 주관 단체가 없어요. 단체를 만들지 않아요. 싸우지



패션쇼

않겠다는 거예요. 끝장토론은 소통과 기다림이거든요. 어떤 것도 조직하지 않고 스스로 하는 각자의 역할이 중요해요. 스스로 해야 합니다. 화장실이 두 개 밖에 없었는데 주민들 스스로 화장실을 만들었어요. 해달라고 하지 않았는데 말이죠. 또 양평군 지역에 문제가 있으면 공직에 있는 분들이 마켓에 나와 텐트 치고 주민을 위해서 뭔가를 하겠다고 홍보할 수 있는 공간이 리버마켓이에요. 판매를 우선으로 하지 않습니다. 국회의원도 나와서 텐트 치고 자신들이 공직에서 주민들을 위해 뭘 하고 있는지 주민들과 자유롭게 소통할 수 있는 곳이 리버마켓입니다.

백기영: 궁금한 점이 있으면 질문해주시기 바랍니다.

질문: 셀러로 가족만 나갈 수 있는 건가요?

답변: 누구나 나갈 수 있는데 예의만 갖추면 돼요. 굉장히 쉬워요. 카페 가입하고 신청란에 댓글만 달면 됩니다. 댓글을 통해 협동조합에 소개하면 돼요. 그다음 날 참여 확정 허가가 납니다. 가족만은 아니고 협동조합 가족이 나와서 판매하는 거죠. 저희 마켓의 판매가 급격히 늘어서 하루 매출이 2억이 넘어요. 너무 많아졌어요.

질문: 이 이상으로 신청자가 많을 경우 어떻게 해야 해요?

답변: 저희가 자정 12시에 공지를 내면 몇 시간 만에 신청이 끝나요. 기존 셀러도 신청을 해야 하고 참가하려면 누구든지 매달 신청을 해야 합니다. 누구도 예외가 없고, 이렇게 신청을 통해 180~200명의 셀러를 받아서 합니다.

질문: 거기가 사유지인가요? 군청에 신고를 했나요?

답변: 여기는 국유지입니다. 아니요, 신고 없이 무조건 내려갔어요. 기획서를 만들고 바로 행동해야 돼요. 이곳은 한강유역청 산하예요. 국토개발부에서 조사를 했는데, 4대강 사업을 하고 가장 살아 있는 곳이 이곳 리버마켓밖에 없어요.

질문: 중간에 영상을 보니까 서포트 트럭이랑 서포트 팀이 있던데 기업 브랜드인가요?

답변: 카페에 보면 스태프가 있어요. 대한민국 카페 스태프 중에 가장 스태프가 많을 거예요. 자발적으로 하는 거예요. 화장실이 더러우니 저희에게 좀 해결해달라고 하면 저는 직접 하라고 대답합니다. 그래서 각자 합니다. 소프트 트럭은 아이스크림 트럭인데 푸드 트럭이 네 대가 있어요. 그 친구들이 화장실 청소도 합니다. 그런 젊은이들이예요.

홍대앞에서 연남동까지



일상예술창작센터 사무국장 **최현정**

최현정 (일상예술창작센터 사무국장): 저희는 인증된 사회적 기업입니다. 2002년에 처음으로 ‘홍대앞 프리마켓’이라는 행사를 만들었고, 그 행사를 계기로 사업단이 단체가 되고 그 단체가 사회적 기업이 된 사례입니다. ‘누구나 작가가 될 수 있다’, ‘일상의 예술의 경계를 허문다’라는 취지로 출발하여 활동하고 있습니다. 저희는 다섯 가지 활동을 하는데 대안시장과 지역재생에 대해서 말씀드리겠습니다.

마을시장에 대해서 말씀드리자면 2009년으로 돌아가야 합니다. 그때는 제가 대학생이었고 새로운 문화를 찾기 위해 홍대 앞에서 문화를 소비하던 시기였는데, 지금은 프리마켓이 많이 생겼지만 소비자들이 생산자로 들어선 것이 2000년 초반인 거 같아요. 그 초반에는 여러 문화 활동들 중에서 “체험, 직접 참여, 시민들의 문화 참여를 높인다”는 표현이 많았던 것 같습니다. 그런 과정에서 이런 프로그램을 지원하거나 직접 만들었습니다. 그리고 모두 아시겠지만 2002년에 한일월드컵이 있었는데, 인사동이나 홍대앞 등의 문화 지구들에 월드컵을 기념하고 관광객을 대상으로 한 프로모션을 만들어서 촉발점이 있었어요. 축제가 정기 시장이 되고 수공예 시장이나 마켓을 지속하게 하는 원동력이 되었습니다.

‘일요일의 희망시장’이라는 시장도 프리마켓처럼 홍대에서 열리기 시작했고요. 홍대앞에서 문화가 잘 활성화되면서 프리마켓이 성공적으로 시작되었습니다. 프리마켓 같은 경우에는, 누구나 작가가 될 수 있다는 마인드가 당시에 센세이션을 일으켰던 것 같아요. 창작하는 자 그 누구나 작가가 될 수 있고 누구나 나올 수 있다는 것이 화제가 되었던 거죠. 그리고 갤러리나 미술관에 들어가지 않아도 되기 때문에 예술의 경계가 없다는 것도 시민들의 호응을 얻은 이유였고요. 홍대앞에서 낮에 즐길 수 있는 문화라서 의미가 있었고요.

청소년과 어르신들까지 흡수할 수 있는 행사로 만들어나가고 있습니다. 지금 현재 프리마켓은 14년째 열리고 있고 평균적으로 1년에 스물세 번 정도 열립니다. 12월은 추워서 열리지 않습니다. 저희 마켓은 좁은 놀이터에서 열리는데, 한 번에 120팀이 참여하고, 1년에 500명에서 1,500명이 작가 등록을 해서 돌아가면서 참여합니다. 금방 마감이 됩니다. 굉장히 장사가 잘되는 시장입니다. 현재는 외국인 관광객 비율이 높아져서 아시아계 관광객들이 홍대앞 전체 방문객의 절반을 차지할 정도인데, 관광자원으로서도 굉장히 의미 있는 사업으로 진행하고 있습니다.

저희 역시 여러 가지 어려움이 있습니다. 가장 큰 어려움은 공간 문제인데요, 홍대앞은 공간이 좁고 좁은 골목에 상업 시설이 있어서 유일하게 사람들을 만날 수 있는 장소가 홍대 앞 놀이터 밖에 없었어요. 그런데 거기 도 이제 여러 가지 흐름으로 안정적인 환경이 못 됩니다.

‘명랑시장’이라는 사례도 있습니다. 외환은행이 사회적 기업과 함께 사회공헌 사업을 했던 것입니다. 외환은행 본점이 있는 명동의 삼각공원이라는 곳에서 했습니다. 이 사업은 공익적인 성격을 많이 넣으려고, NGO나 스타트업을 하는 청년 창업가들을 참여시켜 공익을 결합하려 했습니다. 4년째 하고 있는데, 기업이랑 하면서 가장 큰 어려움은 기업의 상황 변화입니다. 외환은행이 하나은행이랑 합병되면서 불안한 상태입니다. 내년에는 어찌될지 모르고요. 기업이랑 하면 안정적인 부분도 있으면서 불안정한 부분도 있습니다.

가장 궁금해하실 것은 연남동 이야기일 텐데요. 홍대앞은 10년 전에 권리가 1억에서 1억 5천을 찍었어요. 저희뿐만 아니라 홍대앞에서 활동하던 문화예술단체는 서교동을 벗어났어요. 지금은 연남동으로 많이들 흩어집니다.

연남동에 저희가 처음 내려온 것이 2007년입니다. 더 이상 갈 데가 없어



명량시장

서 저렴한 곳으로 내려왔습니다. 이때 당시 연남동의 느낌은 잘사는 연희동과 핫한 홍대 사이에 끼어서 아무것도 할 수 없다는 느낌이었어요. 2009년부터 많은 분들이 이주를 했는데, 현재는 지하철 때문에 살기 좋은 동네로 떠서 임대료가 비싸 쉽게 갈 수 없는 동네가 되었습니다.

저희가 진행하는 사업 중에 문화적 교육 사업이 있는데요. 그중에서도 지역 사업으로 작은 공방을 운영하고 있습니다. '새끼'라는 공간을 2008년에 처음 만들었고 저희가 입주해 있던 방 하나를 공방으로 이용하면서 창작자와 주민들이 교류를 하게 되었습니다. 4년 정도 운영하다 문을 닫을까 고민하기도 했습니다. 연남동으로 들어오면서 주민들과의 접촉면들이 생겼고 마을 공방으로 변환이 되었는데, 유연하게 마을을 기점으로 시작하는 계기가 되었습니다.

'마을예술 창작소'는 서울시 문화정책과에서 지원하는 사업입니다. 3기

까지 진행했습니다. 마을 주민들에게 무엇인가 만드는 것을 알려드리고 그것을 다른 마을 주민들에게 전수하는 실험을 하고 있습니다. 그 결과 프로그램들을 말씀드리면 '연남 마에스트로'입니다. 주민들 스스로 소통하는 공간이었으면 좋겠다는 생각으로 목공, 자수, 요리, 바느질, 벽화 교육을 제공하고 있습니다. 성공 사례가 있는데, 방송에 나오면서 스타가 된 할머니가 있어요. 사무실 맞은편에 작은 화단을 꾸미시는 할머니인데 흰 옷을 손바느질해서 자수원피스를 지어 입으시는 분입니다. 그것을 주민들에게 전하고 싶어 하셨습니다. 그래서 할머니랑 원피스 만들기 수업을 진행하게 되었습니다. 지금 4기째인데 할머니랑 원피스를 지어 입은 분들이 40명이 됩니다. 두 번째로 벽화인데 최대한 동아리 형태로 가는 것이 목표였어요. 1기가 지나고 나서는 시간을 딱히 잡거나 그러지 않아도 자유롭게 그림을 그리는 활동을 했어요. 연남동에 살지는 않지만 손녀가 할머니를 위해서 벽화를 그려준 사연도 있었어요.

'마을시장'도 운영하고 있습니다. 마을시장 셀러는 400명입니다. 저희는 셀러라는 표현을 안 쓰고 주로 주민과 창작자라고 합니다. 시장을 연 이유는 간단해요. 저희가 시장을 잘 열 수 있겠다는 생각에서 열었어요. 근데 처음에 살짝 망했습니다. 두세 팀만 나왔어요. 한 번 더 하자고 해서 다시 열었어요. 그 극복방법이 몇 가지 있어요. 홍보를 할 때 요즘 SNS 많이 하시잖아요. 보도자료를 뿌리거나 홍보 포스터를 홍대 인근 카페에 붙인다가나 그런 활동들을 주로 하는데, 제가 페이스북에 아무리 열심히 올려도 옆집 아주머니는 모르시잖아요. 그래서 생각하게 된 것이 80그램짜리 전단지를 동네에 붙인 것입니다. 통장들한테 혼나가면서도 붙였는데 그렇게 한니까 시장이 대박이 났어요. 지역 주민들을 데리고 기획단을 만들었어요. 공방을 운영하는 사람, 동네에 사는 옆집 언니가 참여해서 시장과 관련된 기



마을예술 창작소

획도 만들고 자원봉사도 함께하고 있습니다. 이전에 공연을 했을 때에는 민원이 들어왔는데, 나름 이 동네의 싱어송라이터, 연남동 기타 동호회가 공연을 하니까 다들 아는 사람들이라 그런지 그 이후로는 단 한 번도 민원이 안 들어왔어요. 시끄러운 동네가 되어버렸어요. 공원도 생기고 임대료도 오르고 적절한 긴장감이 맺어졌어요. 그 안에서 언제부턴가 주민들과 저희가 친구가 될 수밖에 없다는 것을 알게 되었습니다. 굉장히 오랜 시간이 걸렸습니다. 이제는 화합하기도 하고 싸우기도 합니다.

저희 같은 경우에 도심에 있는 시장이니까 다른 지역의 셀러들이 찾아서 오지만 지역 주민들이 주체가 되는 시장을 만들고 싶었는데, 그 부분이 적절히 조화가 되는 거예요. 소비자의 만족도가 높았어요. 핫한 물건들도 있고 주민들 개개인의 감수성도 있기 때문이죠. 그렇게 가고 있는 상태인데 연남동 시장이 열리기 전에는 공방은 사실 그냥 예쁜 길에 있었고 거리는 굉장히 조용했어요. 지금도 굉장히 조용한데 시장이 열리고 연남동이 핫해지고 한 가수가 거리 하나를 샀다고 하니까 상가가 들어서고, 리모델링도 시작이 되는 거죠. 1년에 네 번 정도 열고 있는데 횟수를 줄이려고 합니다.

마을예술 창작소를 운영하면서 다시 공방에 있던 활동들이 마을 시장으로 나왔습니다. 마을 시장 이후로 뭘 할지 고민하기 시작했어요. 지도를



연남동 마을시장

하나 만들었는데 연남동은 맛집만 있지 않다는 것을 알리기 위한 것입니다. 홍대야도 지금 남은 것은 맛집과 클럽이잖아요. 홍대의 매력은 예술 때문인데 말이죠. 저희는 지도에서 공방들에 대한 것들을 강조했습니다. 저희가 집중하게 된 것은 마을 창작소를 하면서 다양한 주민을 만나게 되었다는 것입니다. 그들에게 배우기도 하면서 마을 활동에 대한 고민을 했습니다. 저희에게 필요한 활동은 문화예술인데 이것은 창작자들과 함께하면서 깨달은 것입니다. 철저하게 필요한 활동은 공방이 지역 안에 안착할 수 있게 하는 것, 지역 주민들의 만남을 매개해주는 것이라고 보았습니다. 지역 주민을 참여하게 하고 그런 분들을 서로 매개해주려고 시작했었습니다. 지금은 연남동에 사시는 분들이랑 요리, 바느질, 가죽공예, 향초 만들기 같은 작업을 하고 있습니다. '공방하며 사는 법'이라는 모임이 있는데 공방을 운영할 때 필요한 모임들 같은 실무적인 부분까지 고려하는 활동을 합니다. 맛집이 즐비한 소비중심 문화가 아닌 지속적으로 생산이 가능한 지역 문화를 만들자는 의미로 진행하고 있습니다. 공방 축제나 공방을 알리는 준비들도 합니다. 더 나아가서 공공의 지원을 받는 방법을 고민합니다. 협동조합이나 그런 공동체까지 생각하고 있습니다.

가장 큰 고민은 예술가들의 활동이 있을 때 거대 자본이 들어오면서 문



‘공방하며 사는 법’

화 백화(白化)현상이 일어난다는 것입니다. 저희는 이 논의를 하고 있습니다. 저희가 주민 커뮤니티 사업을 했을 때, 홍대앞 같은 경우 2002년에 공원을 새로 만들었습니다. 그때 구청 공무원, 상인, 주민, 예술가들이 모여 그 공원을 어떻게 만들까를 고민하고 설계한 적이 있습니다. 더불어서 임대료 문제를 어떻게 해결할 것인가의 문제도 고민했습니다. 대안이 많이 나오고 있습니다. 건물주들이 담합을 해서 이 구간만큼은 문화예술인들이 안정적으로 있을 수 있는 공간을 만들어볼까 고민하며, 저희는 그런 방향으로 나아가고 있습니다. 더 이상 밀려날 곳이 없어서 독기를 품고 하는 것보다 나는 언젠가 밀려나더라도 우리의 흔적들을 어떻게 남길 것이냐, 그런 부분들을 고민하고 있습니다. 그럼에도 불구하고 연남동은 공방 문화가 살아 있다는 것을 말씀드리고 싶습니다.

그리고 연남동에 작은 시장이 있어요. 그 시장은 폐허화됐어요. 그런데

그곳에 몇몇의 문화적 주체나 협동조합이 들어와서 활성화가 되어 있습니다. 오색시장과는 다른 사례지요. 시장 상인들과 함께 만든 것은 아니고 전혀 다른 시장으로 만드는 사례인 것 같습니다. 연남동에 오시게 되면 시장을 다른 방식으로 재생하는 모습들을 보실 수 있을 것입니다. 연남동에 오시면 저희가 가이드 역할을 하도록 하겠습니다. 감사합니다.

백기영: 혹시 질문 있으시면 질문 받도록 하겠습니다.

질문: 지역 사회 문제 해결을 위해서 많은 일을 하고 계신데, 사회적 기업도 기업이다 보니까 매출을 고민할 것입니다. 매출은 얼마인지, 지금 하고 계시는 다섯 개의 큰 사업의 조직 구성원들은 몇 명인지 궁금합니다.

답변: 수익 사업을 위한 고민을 하고 있는데 그중 하나가 공간 브랜드 사업으로, 그 부분을 실험하고 있습니다. 대형 박람회나 쇼를 인큐베이팅하는 사업으로 나아가고 있습니다. 창작가들의 지속 가능한 발전으로 수익을 올리는 페어 같은 경우에 매출이 4억 5천이고, 기업들과 하는 사업에서 수익을 약간 올리고 있습니다. 매장에서 하는 사업에서도 수익이 있습니다. 시의 입찰 사업으로 수익을 올리기도 합니다. 열다섯 개 정도의 사업을 하고 있습니다. 지금은 7~8억 정도 매출을 올릴 것 같아요. 인원 수에 비해서 많은 매출은 아닙니다. 저희가 작년부터는 지원을 받지 않고 사업을 하고 있는데, 그 사례에서는 나름대로 성공한 사례라고 할 수 있습니다.

1시장 1대학에서 문화관광형시장 육성으로



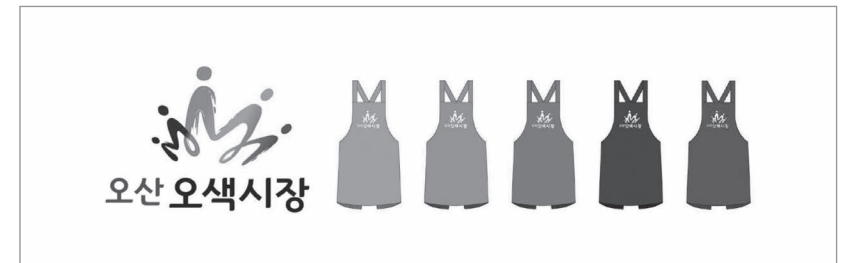
오색시장 추진단장 신미라

백기영: 바로 이어서 오색시장의 신미라 추진단장님 발표를 듣도록 하겠습니다.

신미라 (오색시장 추진단장): 오색시장 추진단장 신미라라고 합니다. 저희 시장의 지금까지의 추진 과정을 말씀드리겠습니다. 우리 시장은 올해 문화관광형사업으로 선정되었습니다. 지금 여기에 발령을 받은 것은 5월 말이고요. 지금의 시장이 있기까지의 과정을 제도적인 측면에서 이야기 나누고 싶습니다.

오색시장의 점포 수는 320개 정도인데요, 둘러보시면 아시겠지만 시장 규모가 작지 않습니다. 점포 수는 적은 편인데 시장의 규모가 크게 느껴지는 것은 시장 안에 주거지가 함께 있기 때문입니다. 또 하나는 다른 시장에 비해서 점포 단면적이 넓습니다. 품목은 농축수산물이나 음식점이 50퍼센트, 의류·신발·가정용품이 50퍼센트 가까이 차지하고 있습니다. 2013년에 대통령표창을 받았고요, 작년에 우수 시장으로 인정을 받았습니다. 활발하게 이루어지기 때문에 이런 상을 받은 것 같습니다.

전통시장 지원 배경을 설명드리려고 하는데, 간단하게 말씀드리면 전통 시장은 기본적으로 지역 소비자에게 상품을 공급하는 상업적 기능을 갖고 있습니다. 지역 주민에게 근로 기회를 제공하기도 하고요. 하지만 정말 중요한 것은 지역의 특성에 기반한 전통 문화의 존속을 계승한다는 점입니다. 사회·문화적인 공동체로서의 역할을 수행한다는 것입니다. 이게 가장 중요한 지점이 아닌가 싶습니다. 시장이 계속 지원이 필요한 이유는 경제 유통적인 구조, 경제 성장의 변화에 따라서 경쟁력이 약해졌기 때문입니다. 이런 와중에도 오색시장에는 여러 기회들이 있었습니다. 오산의 가장 긴 거리가



오산시 오색시장 브랜드 로고

10킬로미터이고 짧은 측은 4킬로미터밖에 안됩니다. 그 면적 안에 22만 명이 거주하고 있습니다. 놀라운 것은 평균 연령인데요. 놀랍게도 32세입니다. 세교 신도시와 동탄 신도시가 새로이 개발되고 산업 단지가 개발되고 있어서 지속적으로 인구가 유입될 예정이죠. 이런 상황이라면 오색시장의 차별성을 살리고 대형마트에 대한 경쟁력을 강화할 필요가 있습니다. 100미터가 안 되는 거리에 롯데마트가 들어섰습니다.

그럼 저희가 했던 몇 가지 사업을 소개해드리겠습니다. 당시 오색시장의 원래 이름은 오산 중앙시장이었습니다. 중앙시장이라는 이름을 검색하면 전국의 몇십 개의 시장이 나옵니다. 브랜드를 구축해야겠다는 계획이 있었기에 오산시 브랜드 로고를 제작했습니다. 다섯 가지 색깔로 다양성 있게 사람이 손을 잡고 있는 형상으로 소통을 강화한 로고입니다. 로고에 맞춰서 앞치마를 제작하고 '오여사'라는 캐릭터를 제작했습니다. 30대 중후반의 캐릭터인데, 저희의 주요 타겟은 주부들입니다.

설문 조사를 했더니 상인들의 평균 연령이 60대입니다. 방문하는 고객들의 연령도 40~60대가 많은 편입니다. 그래서 젊은 층 고객을 유입시키는데 집중했습니다. 시장 안에서 40대의 상인들이 중심이 되는 '청년상인기획

단'을 육성하고 상인 대학을 운영했습니다. 상인 대학은 전통시장에서 상인들의 자생력을 키우는 것이라 거의 모든 시장이 진행하는 사업이기도 합니다. 구체적이고 실제적으로 필요한 교육 중심으로 진행이 됩니다. 동호회도 운영했습니다. 이것은 상인의 만족도를 위한 사업입니다. 한신대학교 학생들이 서포터즈가 되어 잡지도 발간했습니다. 이 잡지는 상인들의 이야기를 담았지만 고객을 대상으로 홍보와 소통을 강화하기 위한 용도이기도 합니다. 서포터즈 운영이 시사하는 바가 컸습니다. 시장 상인들의 연령도 높고 고객의 연령층도 높다 보니까 침체된 분위기였는데, 대학생들이 시장 곳곳에서 전통놀이를 진행하면서 주말에 고객들과 노는 시간을 가졌습니다. 그렇게 고객들이 관심을 갖게 하여 아이들도 데리고 놀 수 있는 시간을 만들었습니다. 시설 보수나 세팅도 진행했습니다. 시장을 홍보할 때에는 서포터즈가 적극적으로 참여했습니다. 대학생들에게는 학교의 과제를 하거나 봉사시간을 채우는 일일 수도 있지만, 더 나아가 시장 활동을 통해서 새로운 일거리를 모색하는 기회가 되기도 했죠. 이들이 새로운 기획자가 되어 다른 전통시장에서 활동하기도 합니다.

또 주말 상설공연 사업이 있는데요, 고객지원센터 앞에 무대가 없었다가 2012년에 개설되었는데, 그 앞에서 매주 토요일마다 다양한 공연을 진행했습니다. 일주일에 한 번씩 콘셉트를 바꿔가면서 했습니다. 가족이 함께 배우며 즐기는 오색문화마당인데 장년층과 어르신들을 위한 공연을 매주 했습니다.

그리고 '맘스마켓' 운영인데요. 맘스마켓 같은 경우에는 오산시에서 계속 지원을 받았습니다. 엄마와 아이들을 겨냥한, 엄마들을 위한 엄마들에 의한 시장이라고 볼 수 있습니다. 맘스마켓은 매주 토요일 1시부터 5시까지 진행이 됩니다. 맘스마켓이 진행되는 곳은 '맘스 거리'라는, 시장에서 아케이드가 쳐 있지 않은 유일한 구역입니다. 아케이드가 없다 보니까 비활성화되

어서 사람의 발길이 뜸한 곳이었어요. 이곳에서 마켓을 진행하며 거리 활성화를 도모하고자 했던 것입니다. 올해 가서 보니까 거리 활성화에 마켓 두 개가 불충분한 부분이 있었습니다. 거리를 활성화하기에는 마켓이 부족했고 마켓의 소비자가 관심을 가질 만한 요소가 부족했습니다. 이에 대해서는 방향성을 바꿀 예정입니다.

다음으로 산업 아이템을 개발했습니다. 한신대학교 경영학과 교수님이 주축이 되어서 사업을 진행하다 보니까 실질적으로 상인들에게 도움이 될 수 있는 로고를 개발할 수 있었습니다. 백일 포장마차라는 상점은 보라색 간판이 눈에 잘 안 띄는 가게였는데, 이 가게에 백일포차라는 BI(Brand Identity)를 개발해서 붙여주었더니 지금은 굉장히 깔끔해졌어요. 그런 식으로 실질적으로 상인에게 도움이 될 사업을 진행했습니다. 또 김 가게에는 '밥도둑'이라는 이름으로 개발해주어 지금도 잘 사용하고 있습니다.

종합적으로 1시장 1대학 사업의 성과가 무엇일까요? 한신대학교 쪽에서는 오색시장의 인지도가 높아졌고 이미지가 개선되었으며 이용객이 늘었다고 봤습니다. 매년 조사를 해 방문자 수와 매출을 파악했습니다. 2012년에 275억 원이던 매출이 2014년에는 300억 원 가까이로 증가했습니다. 하루의 방문객 수는 1만 8천 명 정도였는데 지금은 2만 명으로 추산하고 있습니다. 가장 큰 성과는 상인들입니다. 이 시장을 둘러보고 상인들과 대화를 하고서 가장 놀란 것은 문화관광형시장 사업 3년 차를 마무리한 시장 같다는 느낌을 받았다는 것입니다. 문화관광형 콘텐츠에 대한 이해를 잘하셨어요. 어떤 시장보다 빨리 이해를 하셨고 참여를 원하셨어요. 그건 그 무엇보다도 문화사업을 추진하는 데 가장 큰 원동력일 거라고 생각합니다.

그런 과정을 거쳐서 문화관광형시장 육성사업이 2015년 한 해 동안 4억 2천만 원의 지원금을 받았습니다. 문화관광형시장 육성사업은 중소기업청

에서 기획하고 지자체에서 매칭을 해서 지원하는 사업입니다. 문화관광형시장 육성사업이 선정된 것은 올 3월입니다. 실제로 시장이 예산을 집행할 수 있는 기간은 사업 승인을 받고 나서입니다. 사업 승인을 받는다는 것은 사업 계획이 수립되는 그 순간부터 예산을 집행할 수 있다는 것입니다. 4억 2천만 원을 9월 24일부터 집행할 수 있었습니다. 이 과정에서 피 말리는 경험을 했어요. 지금 전국에 문화관광형시장 육성사업이 100개나 됩니다. 아마도 비슷한 상황일 거라고 생각합니다. 왜 오산에 나를 파견해서 이렇게 어렵게 사업을 하게 만드는 걸까. 6월 말에 파견이 됐는데 7월 말에 사업계획을 수립하라고 하더라고요. 그래서 한동안 사업계획을 수립했어요. 그런데 그것은 나 혼자 할 수 없고 상인들과 이야기해야 하고 전문가들과 대화를 해야 합니다. 문호리에 계시는 감독님이 부러웠던 것은 리버마켓의 경우 아티스트의 감각으로 작업을 하듯이 시작할 수 있었던 반면에 저 같은 경우에는 여기가 타지였습니다. 이 지역을 공부해야 했기 때문에 촉박했습니다. 7월 말에 4억 2천만 원에 해당하는 사업 계획을 수립해서 제출했습니다. 공단이나 중소기업청 오산시와의 협의를 거치면서 사업 계획이 3개월 후에 수립되었습니다. 그게 빨리 난 거였어요. 11월에 확정된 시장도 있었습니다. 제도를 위한 사업이 아닐까 하는 생각을 했습니다.

사업 계획을 수립하는 과정에서 시장 환경을 개선했습니다. 문화와 역사 자원들이 근처에 있는데, 도시 자체가 작기 때문에 어딜 가든 접근성은 뛰어납니다. 동탄시와 인접해 있다는 것이 기회 요인이 되기도 합니다. 오매장터가 있는데 저희 시장 근처에 있는 예전에 장터였던 구역입니다. 그 구역에 도시정비 사업을 진행할 예정입니다. 그 도시정비 사업이 완료될 경우, 우리 시장에 또 하나의 기회 요인이 될 거라고 생각하고 있습니다. 하지만 상인들의 평균연령이 높고 오색시장 하면 떠오르는 특화된 상품이 없습니다.

규모도 크고 활성화되어 있지만 대표 상품의 이미지가 부족합니다. 또 하나, 아케이드가 없다는 것도 약점입니다.

저희가 설문조사를 했더니 위험 요인은 분명하게 나왔습니다. 메르스와 같은 외부요인에 의한 타격이 굉장히 큼니다. 심리적인 타격이 더 큰 것 같고요. 이것을 어떻게 타개할 수 있을지는 전통시장의 공통적인 고민이라고 봅니다. 저는 사업 계획을 수립할 때 수요 분석을 했습니다. 상인 분들은 경험이 있으셔서 그런지 분명하게 제시를 하셨습니다. 가장 중요한 것은 젊은 세대의 고객이 유입되게 해달라는 것이었고, 침체된 상권을 활성화시켜 달라, 그리고 테마 골목을 개발해달라는 것이었습니다. 테마 골목이라는 것은 침체된 골목을 활성화하기 위한 것입니다. 그리고 대표브랜드 이미지 메이킹 및 대표상품 개발, 이 네 가지를 주요 사업목표로 잡았습니다. 결정된 사업들은 간단하게 추진 방향을 잡아봤는데요, 문화관광형시장 육성사업은 철저히 계획된 사업이고 사업이 메뉴얼화 되어 있습니다. ICT 융합과 자생력 강화 그리고 기반시설 조성, 이벤트 홍보라는 네 가지로 사업을 진행하게 되어 있습니다. 네 가지의 영역 안에서 다른 사업은 비슷비슷합니다. 홈페이지 제작, 온라인 기사단 운영. 그런 것이 ICT 융합이 되겠습니다. 자생력 강화에는 대표 상품개발, 야시장 운영, 시장자원 조사로 잠재적 고객을 분석하고 수요를 분석하는 것, 기반 시설 조성이라고, 전체 사업의 20퍼센트 안에서 간단한 공방을 구성하거나 시설 보수를 하는 기반 시설 조성사업이 포함됩니다. 홍보 이벤트도 이루어집니다. 계획을 수립하다 보니까 이 안에서 오산이라는 곳에 대한 정보와 시장의 정보를 알아가며 사업의 틀 안에서 계획을 수립하는 것은 기획자 입장에서는 제한이 있습니다. 첫 회부터 상인들과 긴밀한 관계를 맺어가면서 사업을 수립하는 것은 불가능했습니다.

핵심 사업은 아까 말씀드린 사업이고 나머지는 보통의 틀 안에서 해결

되지만 두 가지를 중요하게 생각하고 있습니다. 이번 주 토요일까지는 기존의 1시장 1대학 사업이나 오산시에서 진행했던 기초 사업이 있습니다. 토요일 문화공연이나 맘스마켓, 야시장 같은 사업이 진행되어왔다가 마무리되면서 다음 주부터는 본 사업이 진행됩니다.

오색시장의 BI를 선포할 때 브랜드 전략이 빠져 있었습니다. 그래서 오색 브랜드 전략을 다시 재정립하고 오색 브랜드 전략과 연계된 대표 상품을 개발하는 것이 목표입니다. 먹거리가 될 수도 있고, 의류도 될 수 있고, 어떤 가치가 될 수도 있습니다. 개발된 상품에 대한 지속적인 품질 관리와 유지를 위한 교육과 홍보가 필요합니다. 주로 청년들이 참여할 수 있도록 야시장 메뉴를 개발할 예정입니다. 중요한 부분은 커뮤니티 활성화입니다. 저희 시장의 강점 중에 하나가 오산시에 있다는 것인데 오산시가 인구가 60만이 조금 넘고 면적이 40제곱킬로미터 정도입니다. 이런 조건이라면 저는 생활 정치, 생활문화가 가능한 곳이라고 생각합니다. 오산 시민이라면 오색시장을 한 번씩은 가보고 이 안에서 소비도 하고 놀이도 즐기는 커뮤니티의 거점화가 가능하다고 봅니다. 커뮤니티를 활성화하기 위한 사업 중에 하나로 놀이 공간을 활용하려고 합니다. 아이들은 시장에 많이 와야 합니다. 어려서부터 마트에 많이 갔던 아이들이 엄마와 함께 시장에 와서 장을 보고 그것으로 요리를 할 수 있는 공간을 만들고 싶습니다. 사실 요리 공간이지만 수제 맥주를 만드는 공간입니다. 동호인들이 유입되고 수제 맥주가 콘셉트가 될 수 있도록 요리 공간을 운영할 예정입니다.

커뮤니티 활성화 사업의 두 번째는 청년층이 유입되어야 한다는 것인데, 청년들이 들어와도 할 것이 없어요. 저희가 모집해봤는데 구체적인 대안이나 아이템 없이는 모집이 안 됩니다. 특히 오산은 좁은 지역이기 때문에 그렇습니다. 저희가 시도하려는 것은 공유 가게 운영입니다. 24평 정도 되는

공간을 임대해서 조성하고 있는데요. 그 안에 ‘한 평 가게’ 혹은 ‘요일 가게’ 그런 콘셉트로 청년들을 유입해서 공동 창업을 유도할 생각입니다. 관심 있는 분들은 신청해주시기 바랍니다. 공유 가게는 청년들이 창업을 하는 공간일 뿐만 아니라 상인들과 함께 문화 활동을 기획하는 공간입니다. 특히 지역 협력 단체와 상인 지역 주민과의 정기적인 커뮤니티 행사를 진행할 예정입니다. 문화관광형 사업이 지금 1년 차인데 이것이 장기적으로 효과를 발휘하려면 무엇이 필요한가는 분명하게 가지고 가야 할 질문입니다. 사업단이 철수할 때 그동안 개발된 콘텐츠를 누가 활용할 것인가도 고민해야 합니다. 특히 청년 상인 기획단을 구성하려고 하는데, 40,50대까지 범위를 넓혀서 일곱 명 정도 섭외를 하고 있습니다. 그분들을 기획하는 단계부터 참여하도록 하여 내년 사업까지 함께하고, 사업이 끝났을 때 그분들이 그 사업을 연장 운영할 수 있도록 하겠습니다.

백기영: 질문 있으시면 질문해주시시오.

안완배 (리버마켓 감독): 정부가 지원해주고, 한신대학교에서 간판을 만들어주고 다 해준다면 상인들은 무엇을 하나요? 아무것도 안 하고 있어요. 상인들 스스로가 하는 게 아무것도 없어요. 시장이 현수막으로 복잡하게 도배가 되어 있어요. 디스플레이가 하기 싫으니까 현수막으로 디스플레이, 말하기 싫으니까 현수막으로 방어. 이런 디스플레이 때문에 시장 경쟁력도 떨어집니다. 간판끼리 서로 경쟁하니까 더 빨갛고 더 크게 가게끼리 싸우고 있고 손님이 그것을 보고 있습니다. 상인들은 하나라도 무언가를 하고 있는가? “우리 시장 상인들끼리 현수막 없애시다.” 그거 하나만 실천해도 대한민국 최고의 실천이 될 수 있어요. 현수막이 없으면 디스플레이를 신경 쓸 수

밖에 없어요. 어디서 이미지를 따다가 자기네랑 맞지 않는 이미지를 덕지덕지 붙이고, 젊은 분들이 많은데 그거 보러 오나요? 디자인도 개판이면 보러 오나요?

백기영: 안 선생님이 말씀해주신 것이 전국의 모든 재래시장에 해당하는 이야기라고 생각합니다. 아티스트 마켓하고 기존 재래시장의 환경을 구분해야 하지만, 그렇지만 지적하신 문제는 상당히 중요한 질문이라고 생각합니다. 답변을 부탁드립니다.

답변: 감독님께서 말씀하신 것이 중요한 부분인데, 기획자의 시선으로 보게 되면 상인들이 대상화될 수 있습니다. 그것은 위험한 태도라고 생각합니다. 그 부분은 늘 되짚어야 하는 문제라고 보고 있고요. 선생님께서 말씀하실 때 떠오른 이미지가 있어요. 올 여름에 상인회 회장님하고 부산의 시장을 방문한 적이 있어요. 미로시장에 갔습니다. 그중에 미로 같은 구역이 한 곳 있어요. 거기에서 문화적인 충격을 받았는데, 거기는 간판이 없습니다. 골목이 좁은데 간판이 없고 그곳 회장님께서 본인의 핸드폰 번호와 이름을 담벼락에 써두셨더라고요. 전통시장 안에 간판을 없애고 매대를 개선하고 있었습시다. 소비자들이 간판을 보고 오지 않는다고 하더라고요. 그게 어찌면 전통시장일 수 있거든요. 저희들의 역할은 상인을 대상화하지 않고 존중하면서 참여하도록 하고 우리 시장의 특색을 어떤 방식으로 살릴지를 고민하는 것입니다. 상인들의 역사가 있거든요. 그것을 남겨놓는 것이 어떨까 싶어요. 참고로 말씀드리자면 저희 시장에는 100년이 넘는 상점이 있어요. 시장 자체가 이 지역의 생활상이자 근현대사를 보여줄 수 있다고 봐요. 그러한 사업을 기획해서 투어도 해보고 싶은데 그것은 차후에 해야 할 것 같습니다. 감독님께서 말씀하신 부분은 늘 염두에 두었던 것이기도 합니다.

백기영: 바로 종합토론으로 이어가겠습니다. 시장에 대해서 느끼신 점에 대해 이야기하셔도 좋고 각 지역에서 오신 분들께서 소개해주셔도 좋고요. 먼저 군포문화재단에서 오신 분들이 있는데 질문하셔도 좋고, 어떤 활동을 하고 계시는지 설명해주셔도 좋을 것 같습니다.

군포문화재단: 저희가 2013년도에 '파출소가 돌아왔다'라는 유휴 공간을 활용해 문화 공간으로 바꾸는 사업을 했습니다. 담당자는 아니었지만 예후를 말씀드리자면 2013년도에 1억 정도의 예산을 받아서 5개의 파출소를 해왔습니다. 1년이 지나고 공모를 해서 3천만 원 정도로 진행을 하고 2015년도 현재는 1개의 공간만을 활용해서 운영하고 있습니다. 잘된 사례는 아니라고 생각합니다. 예산을 확보하지 못했고 예산이 축소되었습니다. 유일하게 운영되고 있는 파출소가 산본시장 안쪽에 있습니다. 그래서 시장 상인들과 연계해서 공연이나 미술 작업을 하고 있습니다. 인근 시장 상인들의 메뉴판을 만들어주는 사업을 진행하고 있습니다. 저는 군포시 평생학습원에서 일하고 있습니다. 군포역 전시장에 있는데, 거기서 지금 평생학습원이 행복학습센터 사업을 하면서 시장 상인들을 위한 프로그램을 운영하고 있습니다. 콘텐츠 기획 사업을 통해서 어떻게 하면 시장을 활성화시킬까, 하는 고민 때문에 오늘 여기에 오게 되었습니다.

좋은 콘텐츠로 출발했던 '파출소가 돌아왔다' 사업도 약간 정체기에 있고, 군포역 전시장이라는 좋은 공간에서 교육프로그램을 운영하고 있지만 어떻게 하면 사업을 개발하고 확산시킬 것인지 고민하는 입장이라서, 오늘 많은 이야기를 들으면서 좋은 경험을 하게 되었습니다.

백기영: 감사합니다. 수원의 이웃문화협동조합에서도 오셨습니다. 공방

에서 시작해서 오가닉아트페스티벌(Organic Art Festival) 등 다양한 아트마켓을 실험하고 있는 것으로 알고 있는데 오늘 한 말씀 부탁드립니다.

이웃문화협동조합: 오늘 발표해주신 사례들에서 저희가 배울 점이 많았습니다. 저희는 '오가닉아트페스티벌'이라는 프리마켓을 하고 있습니다. 사실 상수원 행궁 쪽에 이 장소를 만들고 싶은데요, 지동이라는 마을과 관광자원을 이용해 장소성을 연결시켜서 페스티벌을 하고 싶다는 계획을 세웠지만 그것이 잘 안됐어요. 거점을 확보하지도 못했고 장소 허가를 받아야 하기 때문에 그게 늦어지면서 장소적인 부분에서 걱정이 있습니다. 펀딩을 받아야만 페스티벌 개최가 가능하다 보니까 우리가 이걸 해도 돈으로 남는 것이 없는데 왜 이 일을 하고 있는가를 고민하기도 했었습니다. 그런 것들을 고민하고 있는 단계에서 오늘 들은 이런저런 사례들이 많은 도움이 된 것 같습니다.

백기영: 한 분 더 모시겠습니다. 화성시문화재단의 허명범 선생님.

화성시문화재단: 안녕하세요. 화성시문화재단에서 왔습니다. 저희 재단은 동탄 신도시에 위치하고 있습니다. 동탄 신도시는 철저하게 계획된 도시로 도심 한가운데를 관통하는 센트럴파크가 있는데, 도심 공원이 한 축으로 도시를 연결하고 있습니다. 생태 축이자 시민 여가문화의 축이기도 합니다. 이 공간은 잘 조성된 공간임에도 불구하고 공간을 제대로 활용한 적이 없었습니다. 최근에 생활 문화예술에 대한 관심이 높아지고 시민들의 평균 연령이 30, 40대이고 대학을 졸업하신 분들이 주축이 되는 신도시이기 때문에 문화 수요가 높은 곳이에요. 그럼에도 불구하고 그런 것들이 지금까지는 산

발적으로 충족되었다면 이제는 이런 것들을 예술시장으로 풀어보고 싶습니다. 대부분의 아트마켓이 민간 영역에서 추진된다고 하더라도 언제까지 민간에서 자생적으로 일어나기만을 바랄 수는 없고 공공에서 먼저 해보자는 시도에서 올해 처음 세 번 시범사업을 했습니다. 세 번 개최했고 시민들의 만족도와 참여도가 높았습니다. 외지의 셀러와 지역의 셀러를 합쳐서 50개 정도의 팀을 만들고, 일반 시민들이 설치작품과 미술품을 볼 수 있게 기획적으로 매회 다른 설치작가의 작품들을 전시했습니다. 시민들과 작가들이 함께 공유할 수 있는 공공미술 프로젝트도 같이 진행하고 한쪽에서는 거리공연을 해서 네 가지 축으로 진행했습니다.

저희 사업은 예술로 삶을 살아가기가 아니고 여가적으로 할 수 있는 것이기 때문에 다른 예술시장과는 출발 지점이 다른 것 같습니다. 예술시장을 통해서 시민들이 생활예술을 향유하는 계기가 확산되기를 바라고 있습니다. 그래서 내년에는 예술축제로 가려고 합니다. 예술시장을 크게 네 가지 축으로 구성하다 보니까 축제의 기본적인 요소들이 거기서 갖춰지는 것 같아요. 이것이 커다란 공원형 축제는 되지 않았지만 일상적인 시민들의 생활 공간 안에서 펼쳐지는 작은 예술축제, 자족적인 예술축제가 될 거라고 생각합니다.

민간 사업은 얼마나 지속될 수 있을지를 고민할 텐데, 저희 공공 예술도 마찬가지입니다. 공공의 재원을 투여해서 시작은 했지만 방향성에 대해서 끝없이 의문이 드는 것입니다. 예술시장을 성공적으로 운영하고 계시는 최현정 선생님과 리버마켓의 기획자께 자문을 얻고 싶은 입장입니다. 지속성에 관해서 듣고 싶습니다.

안완배(리버마켓 감독): 리버마켓의 구성원은 지금 작가들이 50퍼센트 이

상입니다. 사실 회화가 마켓에 나온다는 것은 있을 수가 없어요. 여러분들이 아시는 그런 작가들이 나옵니다. 원래 회화는 햇빛을 보면 안 됩니다. 회화는 전시장에 들어가야 하는 것인데 유명한 작가들이 회화를 강변에 펼쳐 놓습니다. 저희는 그 사람들이 나올 수 있는 여건을 만들어요. 시장에 작가들과 청년들이 나오려면 그 사람들이 나올 수 있는 공간을 만들어야 하는 것입니다. 저희가 공연을 할 때에도 최대한의 역량으로 시설을 마련합니다. 바이올리니스트가 나오는 공연을 하려면 최선의 역량으로 그 무대를 꾸며놔야 합니다. 허술하게 재능 기부라고 이름 붙여 대충 무대에 올리면 그 사람은 그게 직업인데 최악의 상황이 될 수 있어요. 최선의 공연이 되게 해야 하고, 회화 작가가 그림을 전시했을 때 최선의 전시장이 되어야 합니다. 작가에게 그림이 햇빛을 봐서 너무 좋았다는 말이 거꾸로 나오게 만들어야 한다는 것입니다. 손님들이 나중에 그 작가들을 찾아갑니다. 공방을 찾아갑니다. 우리는 컬렉션이 아니라 마켓을 여는 것이고 그 사람들이 나올 수 있게 해주는 것입니다.

기획자들끼리 규정이든 뭐든 달라야 합니다. 합의하면 안 됩니다. 합의는 적이에요. 서로 잘 끝났어, 좋아, 그러면 안 됩니다. 적어도 내가 뭔가를 할 때는 각오가 남달라야 합니다. 저희는 섞임과 세대가 다양합니다. 거기서 힘이 나와요. 장애인들도 많이 참여하고 특수학교 쉼터들도 많아요. 말 못하고 듣지도 못하는 호떡 장수와 국화빵 장수도 있습니다. 그 섞임이 제대로 되어야 이 마켓이 유지될 수 있다고 봅니다.

질문: 저는 자연생태연구소에서 왔습니다. 저는 전국의 장터를 구경 다니고 있습니다. 그런 관점에서 한 가지 질문을 드리고 싶습니다. 전주한옥마을, 청년몰, 그곳에 단체나 개인이 갔을 때 자세한 이야기, 여기에서와 비슷

한 이야기와 안내, 그리고 불편한 점들과 같은 사항들을 소통할 수 있는지 궁금합니다.

홍대의 일상예술창작센터 최현정 선생님께서는 거기서 일어나는 많은 문제들, 그러한 여러 가지 문제들을 어떻게 해결하시는지, 안티그룹들과의 대화·소통은 어떻게 하시는지 궁금합니다. 그리고 문화관광형시장 육성사업은 사업에 관한 것인데요. 제가 모든 전통시장을 다 다녀봤습니다. 그런데 사업이 들어온 곳은 그 지역의 전통적 성격이 다 변했습니다. 정선시장도 마찬가지입니다. 이 문화관광형시장 육성사업이 각 지역의 특성과 성격을 마모시키지 않을까 걱정됩니다. 그래서 질문을 드립니다. 정부에서 사업을 할 때는 나중에 그것의 사후관리 부분까지 생각해주셔야 합니다. 여기서도 언급을 하셨습니다만 지역 상인들의 자발성과 지속성의 문제와 그들이 거기에서 기쁨과 희망을 가질 수 있는 부분에 대한 계획도 갖고 계시는지 궁금합니다. 사업이 끝난 다음에 어떻게 연계되어서 이것을 이끌어낼 것인지, 문화관광형시장 육성사업이라는 것이 도대체 뭔지 자세하게 설명 부탁드립니다.

최현정 (일상예술창작센터 사무국장): 아까 화성에서 질문하셨던 것에 대한 답변을 드리고 그리고 선생님 질문에 답변을 드리도록 하겠습니다. 리버마켓의 대상과 저희 대상은 다릅니다. 저희들 사업은 미술관의 예술이 바깥으로 나오는 개념을 바탕으로 하고 있고, 취미로 수공예를 하는 분들을 대상으로 합니다. 여러 가지 형태의 것들을 다 가지고 가거나 그런 것들이 비슷하게 갈 수 있을 거라고 생각했는데, 저희는 그것을 굳이 구분 짓지 않습니다. 저희는 '생활창작자'라는 표현을 정치적으로 쓰고 있습니다. 생활창작시장, 생활창작 워크숍, 생활창작 공방. 생활에서 창작한 작품들이 생활에서 쓰이는 일상성을 중요하게 생각하기 때문에 그 사람이 홍대 대학원을 나

왔든, 예술을 전공했든, 취미로 하는 엄마든, 저희는 그런 것들을 구분 짓지 않고 생활창작자에 집중하고 있습니다. 그들은 저희가 원하던 방향으로 발전되는 경우도 있고 그렇지 않은 경우도 있고, 아니면 안티 세력으로 가기도 합니다. 프리마켓을 하는 방식이나 인큐베이팅하는 방식이 맞지 않다고 문제 제기를 하는 분들도 있습니다. 이들이 시장에 나오는 방식들이나 지역 안에서 이러한 활동들을 지원하거나 발굴하는 사업들을 저희의 기반사업으로 하고, 이것을 사업 모델로 가지고 가고 있습니다. 그런 부분에서 민간이든 공공이든 목적이 분명해야 한다는 점에서 안 감독님과 의견이 같습니다. 민간이 하더라도 운영비를 마련하거나 이것들을 지속할 수 있는 방법을 물리적으로 찾아야 하고, 공공이 하는 것도 마찬가지입니다. 정책이 바뀌면 이 시장은 없어지게 됩니다. 그렇기에 이것을 지속하기 위해서는 민간과 공공이 같이 시장을 가지고 가는 것이 맞다고 생각합니다. 선생님처럼 철학을 분명히 가지고 계신 분들이 계십니다. 그런 분들과 함께 갈 수 있는 민간 영역의 운영진을 발굴하거나 작가를 발굴해야만 선생님께서 그 일을 못하게 되더라도 계속 이어나가게 될 수 있습니다. 리버마켓의 경우 굉장히 특수한 경우라서 제가 꼭 찾아가보고 싶습니다.

박원순 시장님이 프리마켓에 관심이 많아서 정책적으로 이것을 지원할 때 큰 문제가 되는 것이 공간 사용에 대한 문제입니다. 아까 백기영 선생님께서 공공 영역의 문화 공간들이 확보되지 않은 것이 우리의 가장 큰 문제이고 이런 부분에서 도심에서 시장을 여는 사람들은 큰 어려움을 겪고 있다고 하셨습니다. 그런 부분에서 자치구나 시나 재단이 갖고 있는 공공의 영역들을 잘 활용해야 하는데 여전히 잘 되지 않고 있습니다. 선생님처럼 의지가 있는 분들이 민간 영역에 있는 기획자들이나 작가들을 발굴해서 함께 가신다면 저는 충분히 가능하다고 봅니다. 그것의 목적을 취미 영역에 두든,

아니면 지금 다양한 영역에서 1인 창업을 하는 청년들이 많이 생겨나고 있는데 그들을 지원하는 목적이든, 뭔가 하나를 쥐고 가면서 시민들이 다 같이 참여할 수 있는 방안을 모색하신다면 충분히 성공하실 거라고 생각하고, 그런 부분에서 민간의 파트너를 찾으시기를 바랍니다. 아마 그 지역에도 저희 같은 사람이 있을 거라고 믿습니다. 재단에서 의지가 있으시다면 프리마켓 다음 과정으로 갈 방안도 마련해주시지 않을까 싶습니다. 요즘은 많이 하시더라고요. 재단에 공방도 만들고 전시회도 하고 숭을 만드는 것어요. 공공 기관에서 핸드메이드 창작자를 발굴해서 그런 방식으로 창업에 성공하거나 자신의 길을 만들 계기를 많이 마련하기도 합니다. 그런 식으로도 많이 이루어지는 것 같습니다.

선생님께서 질문해주신 문제를 해결하는 과정은 사실 힘들어서 잘 안 됩니다. 왜냐하면 안 감독님께서 끝장토론에 대해서 말씀하셨는데, 이게 어느 순간 커뮤니티의 영역이 커져버리면 끝장토론으로 해결이 안 되는 부분이 생깁니다. 저희 같은 경우는 저희를 스쳐 지나간 사람이 5천 명이 넘습니다. 매년 같은 문제를 반복하고 이 문제를 해결하면서 다른 문제가 들어옵니다. 우리는 끝없이 싸움의 상대들이 있었습니다. 구청이었다가, 시청이었다가, 지역 상인들이었다가. 이 부분은 저희가 해결하고자 하나 늘 대상들이 바뀌기 때문에 어려운 점이 많습니다. 저희는 안티 그룹이 많아요. 저희 같은 경우는 철저하게 작가 등록을 하는데 이미테이션도 안 되고, 따라 만드는 것도 안 돼서 작가들이 불편해합니다. K모 대학의 금속공예과 교수님께서는 프리마켓에서 작가 등록을 허용하면 졸업해도 좋다고 말했다고 해요. 하지만 그 기준은 저희만의 기준이기에 동의하시는 분들도 있지만 왜 떨어뜨렸냐고 끝까지 항의하시는 분도 있어요. 또 다른 안티 그룹은, 저희가 매주 토요일 홍대앞 놀이터를 쓰고 있는데 왜 그 공간을 일상예술창작센터가

쓰나며 문제 제기를 하고 있습니다. 하지만 그것은 양보할 수가 없는 부분입니다.

신미라 (오색시장 추진단장): 저희가 했던 고민들에 대한 질문이 지속적으로 있어서 조금 더 솔직하게 답변을 해야 되겠다는 생각이 듭니다. 문화관광형시장이 뭐냐고 물으셨는데 간단하게 말씀드리면 전통시장이 위치한 지역의 관광자원, 인적자원을 활용해서 많은 시민들이 이용할 수 있도록 하고, 시장의 매출 향상에 도움이 되도록 하는 활성화 사업입니다. 전국에 있는 몇 천 개의 시장이 늘 경합을 하고 있어 심의를 거쳐서 선정이 되고 선정이 되면 3년 동안 지속적으로 사업을 할 수 있게 됩니다. 최대 3년입니다. 보통 마을 만들기 사업이나 도시 활성화 사업은 기본 10년인데 이걸 3년입니다. 그동안 시장이 변화되어야 하고 그 변화를 상인들이 받아서 직접 운영해야 합니다. 그런데 문화 정책의 또 하나의 문제는 많이 불안정하다는 것입니다. 이 사업은 당장 없어질 수 있는 사업입니다. 문화체육관광부에서 시작을 했는데 전통시장은 어느 부처에서 맡을지 논란 끝에 중소기업청이 가져갑니다. 중소기업청은 훨씬 돈이 많아서 예산의 범위가 큼니다. 그러다 보니 3년 동안 17억, 18억인데 이것은 사실 큰 돈입니다. 문화관광형 사업으로만 투입된다면 굉장한 거예요. 일례로 지역 문화재단에서는 한 팀에 주는 예산이 3억에서 5억 사이입니다. 전통시장은 그 범위를 넘어서고 있습니다.

문화재단에서 많이 오셨는데 그 지역의 문화관광형시장 지원사업을 하는 곳이 있다면 재단이 함께 진행하는 것이 좋습니다. 훨씬 시너지가 높아요. 왜냐하면 이 사업은 시장 상인들만 수혜를 받는 것이 아니고 실질적인 수혜자는 시민들입니다. 저희 시장만 해도 하루에 2만 명이 들락거립니다. 1년이면 엄청난 숫자거든요. 시장에서 다양한 문화예술을 경험할 수 있다면 더 좋겠죠. 그렇기 때문에 문제 제기를 해야 하는 것은 한시적이고 매뉴얼화 되

어 있다는 것입니다. 아시다시피 전통시장의 아케이드 설치가 시장 현대화 사업이라는 명목으로 지난 10년간 진행되었습니다. 시장이 눈과 비를 안 맞아요. 하지만 획일화된 풍경을 갖게 되었습니다. 아케이드에 대해서 다시 질문을 하고 있어요. 문화관광형시장 사업은 매뉴얼화 되어 있어서 비슷비슷합니다. 그래서 아까 문제시하셨던 것처럼 지역의 특색이나 역사적 환경이나 자원을 죽일 수도 있습니다. 도심형 시장보다 지역에 있는 전통시장이 더 많은 영향을 받습니다. 이 부분은 사업을 할 때 늘 염두에 두어야 하는 것입니다. 오산의 특색과 남겨야 할 문화·역사 자원을 어떻게 이 시장 안에 남길 것인가. 시간이 필요한 문제입니다. 내년 3월에 그것을 반영할 예정입니다.

마지막으로 상인들이 자발적으로 해야 한다고 하셨는데요. 제가 작년까지 광장시장에서 사업을 했습니다. 거기에서 배운 것이 있어요. 거기에 있는 상인들께서 상인 정신이 뭔지를 알려주셨어요. 상인 정신은 아주 간단해요. 단 한 푼, 10원짜리 하나라도 손해를 보면 안 되고, 단 1분이라도 남을 위해서, 내 장사와 관련 없는 일을 위해서 쓸 수 없는 것이 상인 정신입니다. 저는 그런 치열함을 존중합니다. 그런 상인들이 모여 있는 전통시장이 사회·경제적인 요인으로 인해서 약화되고 있기에 공적 자금이 투입되는 것입니다. 그런 것은 놓칠 수가 없어요. 그렇기 때문에 그런 부분을 인정하면서 상인들이 우리가 없을 때 무엇을 할 수 있을가를 염두에 두어야 할 것 같아요. 저희가 계속 고민하고 있는 것은 청년상인 기화단입니다. 그들이 새로운 사업을 구성하면서 다른 방식의 지원이나 펀딩으로 사업을 할 수 있는 구조를 만드는 것입니다. 이게 시간이 좀 필요해요. 단기적인 성과는 어려울 것 같고 짧게는 2,3년 정도가 필요할 것 같습니다. 답변이 됐는지 모르겠습니다.

백기영: 마무리를 해야 할 것 같습니다. 오늘 시장을 주제로 문화재생

포럼을 열었는데, 약간 걱정을 했었어요. 과연 어떤 흥미를 유발할 수 있을까. 그런데 오늘 상당히 다양한 분야의 분들이 참여를 해주셨네요. 다양한 분야에 관심을 갖고 계셨고요. 오늘 풀었던 이야기만 봐도 시장을 가지고 다양한 계기를 만났습니다. 다양한 이야기를 나눌 수 있었던 것 같습니다. 감사합니다. 수고하셨습니다.

4

청년모임, 놀장

2015. 10. 24(토) 수원 서둔동(구 서울 농생대 농원예학관 앞)

4

청년들의 자립, 연대, 그리고 자치

2016년 오픈 예정인 <경기청년문화창작소> 조성에 앞서
다양한 형태로 활동하고 있는 이 시대 청년들의
생각과 목소리를 들어보는 자리를 마련하여 '개방적이고 자율적인
청년 공간의 상'을 찾아봅니다. 또한 당면한 청년 문제를
스스로 해결하고, 생산적 문화적 활동으로 이끈 청년 단체들과
경기청년창작소에 대한 바람에 대해서도 이야기 나누어봅니다.



청년모임 14팀



키워드로 본 청년모임

지역	키워드	단체명
인천	안심, 실험, 롤루랄라, 사이좋은 관계망, 공유	커뮤니티펍 0.4km + 우동사
서울 해방촌	자치, 공유, 환대	해방촌 빈집
부천	공동체, 주거권, 동네, 협동, 상호지지	모두들
서울 대방동	협동, 토닥토닥, 관계금융, 공동체, 사회안전망	청년연대은행 토닥
경기	세대별 노동조합, 청년노동, 일자리, 최저임금, 블랙기업	경기청년유니온
서울 마포	아파트, 그림, 아트, 명랑, 아지트	명랑마주꾼
성남	시각디자인, 목공, 공간디렉팅, 네트워크, 아카이브	석운동
부천	청년, 공간, 월세, (예)술, 지역	청년문화공간 500/50
수원 지동	지역문화, 협동조합, 생태계/시장, 제작, 청년예술가	이웃문화협동조합
서울	인문학, 문화, 예술, 현장, 교류	철학하는 예술가
수원 행궁동	평상 위 상상, 우리는 동네에서 노는 사이다, 누구나 '평상 네트워크', 뭐든 할 수 있고, 뭐든 실패할 수 있어, 느슨하고 자유로운 숨 쉴 터	평상
오산	예술, 문화, 입장, 소통, 용기	빙고믹스
서울 경기	독립출판, 여행, 문화, 문화기획, 스토리	사만키로미터
안산	로컬브랜드, 콘텐츠 기획, CSV, 플랫폼 개발	굿붐스퀘어

:: 우리 모임은?

이웃문화협동조합: 문화예술을 일상에서 향유할 수 있는 문화예술활동 협동조합을 지향하여 설립했고 수원 화성 인근 지동 마을에 위치하고 있습니다. 팽풍음악다방, 공방, 제작공방 등을 운영하며 조합원은 80여 명입니다. 활동가, 기획자, 문화예술가, 생산자, 소비자, 기획자가 연결되는 플랫폼으로서 프리마켓 '오가닉아트페스티벌'을 운영합니다. 지역사회에 문화예술 생태계를 만들어가는 활동에 주력하고 있습니다.

모두들: 부천 청년주거협동조합으로, 집세에 밀려다니는 불안정한 삶에서 벗어나 서로 의지되고 굳건하게 뿌리내리는 삶을 위해 협동 주거생활을 하고 있습니다. 현재 다섯 개 가구가 거주하고 있습니다. 집에 대한 고민이 있는 사람들이 협동해서 만든, 열린 공간을 지향하는 '모두들'은 청년들의 일상의 고민을 나누며 함께 대안을 만들어가고 있습니다.

해방촌 빈집: 2008년 유럽 배낭여행에서 경험한 민박집 환대의 기억을 바탕으로 만들어진 게스트하우스입니다. 자치·공유·환대를 모토로 운영하며, 자신이 가진 재능을 공유하여 가난하지만 모두가 풍요로운 생활을 지향하고 있습니다. 약 40명이 함께 살고 있습니다.

청년연대은행 토닥: 만 15세~39세 청년들이 협동조합 방식으로 만든 은행으로 청년들을 위한 사회안전망을 지향합니다. 소액대출이 주된 활동으로 활동 조합원이 매달 5천 원에서 1만 원씩 회비를 납부합니다. 출자금 8천만 원으로 시작하여 자율이자제로 운영하며, 현재 200건 이상 대출을 진행하고 있습니다. 재무 교육과 상담도 병행하며 조합원의 자율적인 연대로 운영하고 있습니다.

경기청년유니온: 경기 지역을 무대로 청년 일자리 문제를 스스로 해결해

보자는 뜻에서 작년에 창립했습니다. 세대별 노동조합으로 15세~39세 청년을 대상으로 하며, 조합원 수가 1천여 명에 이릅니다. 이 중 경기 지역 조합원이 180명 정도입니다.

사만키로미터, 장기여행자: 독립잡지를 발행하고 있습니다. 여행과 땀땀이라는 주제로 만들어지는 에세이, 여행을 다녀온 사람들의 에세이를 엮고 있으며 문화로 소통하는 일을 활발히 진행합니다. 서울 영등포구 문래동에서 옥상영화제, 밀크티 만들기 배틀 등을 하고 있습니다.

0.4km+우동사 : 백수가 된 후 함께 사는 힘으로 마을 활동을 하며 커뮤니티팝을 운영하는 주거 공동체입니다. 자매 활동으로 카페오공을 운영하고, 강화도에서 농사도 짓고 있습니다.

석운동: 친구 세 명이 3년 전부터 함께 살기 시작하여 파티 기획을 하며 네트워크를 넓혀나가고 있습니다. 이 과정을 통해 새로운 사업을 도모할 가능성을 보고 있습니다. 문탁 네트워크에서 공부하면서 목공소에서 일하고 있습니다.

철학하는 예술가 협동조합: 6년 정도 단체 활동을 이어오고 있습니다. 미술대학에서 왜 그림을 그리는가, 하는 의문을 해소하기 위한 장으로, 동아리를 구성하여 인문학 스터디를 하고 있습니다. 단체를 유지하기 위해 공간을 만들어서 운영 중인데 유지가 어려워 공유 공간 플랫폼으로 전환하여 활동 중입니다. 인문학 축제를 기획하기도 했습니다.

명랑마주꾼: 마포구 성산동과 망원동을 기반으로 활동하고 있습니다. 재작년부터 주민들과 문화활동을 했으며 작년에는 청년 주민들을 대상으로 여행 프로그램을 진행하고, 삶의 고민에 대한 다큐를 제작했습니다. 사회적 고립사에 대한 다큐를 제작하고 다큐의 고민을 바탕으로 지역 어르신들을 만나 구술 다큐를 제작 중입니다.



안산 굿붐스퀘어: 올해 3월에 설립된 작은 회사입니다. 안산에서 일어나는 다양한 활동들이 지속 가능하지 못하거나, 시민들에게 알려지지 않거나, 연결고리를 못 잡고 있다는 인식에서 출발했습니다. 이승환의 '가족' 뮤직비디오를 제작했고, 네 번째 프로젝트를 진행 중입니다. 안산의 대학생들이 지속 가능한 활동의 모델을 만들어낼 수 있도록 학습을 지원하고 플랫폼이 되고자 합니다. 안산을 희망이라는 브랜드로 만들겠다는 목표로 100만 이하 규모의 도시 브랜딩을 컨설팅하고 있습니다.

평상: 예술집단 사이다의 프로젝트 그룹입니다. 문화공간이 부족해 청년들이 정주하지 못하고 서울로만 나가는 현실이 안타까웠습니다. 수원 행궁동에서 숨은 청년들을 발굴하고 지역에 활기를 불어넣는 실험을 하고 있으며 지역 청년들을 인터뷰하여 잡지를 발행합니다. 40,000km와 밀크티 대결, 지역 어른들을 모셔와 옛이야기를 녹음하는 팟캐스트 방송을 했으며, 짝꿍한 청년 세대의 삶을 연대하여 누구나 놀러오고 누구나 평등하게 마음껏 상상하며 무엇이든 허용하는 공동체를 6개월간 실험하는 중입니다.

500/50: 예술가들을 위한 공연과 네트워크 기회를 제공합니다. 지역에

서 공간의 결핍을 느낀 청년들이 직접 모여 공간을 마련했습니다. 크라우드 펀딩과 민간 예산 지원을 받아 청년들을 위한 공간을 꿈꿉니다. 매달 월세 50만원을 고민하는 청년들이 있습니다. 청년들의 돈 문제를 함께 고민합니다. 자유로운 분위기에서 예술을 고민하기도 하고 파티나 공연을 기획하는 중입니다. 부천에서 가장 다양한 문화활동을 경험할 수 있는 공간을 만드는 게 목표입니다.

빙고믹스 : 문화예술교육을 하고 있습니다. 가장 중요하게 생각하는 가치는 용기입니다. 용기란 각자가 자신의 입장을 자기 방식대로 표현하는 것이고, 이를 문화예술교육에서 풀어내고 있습니다. 아동·청소년·어르신·군인·탈북주민·노숙인 등과 문화예술을 바탕으로 자신의 이야기를 풀어내고 공유하며, 공간·서비스·상품으로 어떻게 전달할까를 고민합니다.

:: 청년들의 자립, 연대, 자치에 대하여

사회(송주희): 청년들이 이 사회에서 자립하기 위한 조건이 있다면 어떤 것일까요? 각 단체가 생각하는 조건이 다를 듯한데…… 각자 이야기해보면 좋겠습니다. 그리고 각 단체들이 자립하기 위한, 특별한 자치에 대한 노하우가 있는지도 말씀해주십시오.

우동사: 자립이나 연대, 자치와 같은 키워드는 늘 고민하는 주제입니다. 자립이란, 연대란 어떤 걸 이야기하는 것인가? 추상적인 단어이므로 팀마다 접근이 다를 것입니다. 자립은 당장 내일 걱정을 하지 않는 것이 아닐까 생각했으나, 사실 걱정 없이 사는 것은 불가능하지 않을까, 돈으로부터 얼마

나 자유로울 수 있을까, 하고 싶은 일을 얼마나 자유롭게 할 수 있을까, 라는 질문으로 접근했습니다. 저희는 청년들의 주거가 가장 발목을 잡는 문제라고 판단하여 주거 문제에 집중하고 있습니다. 집을 매입하여 조합 방식으로 운영하고 있는데, 10년, 20년 전망을 가지고 활동할 수 있는 것이 자립에 큰 도움이 될 것입니다.

연대에 대해 말씀드리자면, 절반은 담보대출과 절반은 조합 방식으로 출자받았습니다. 담보 없이 출자해주는 것은 신뢰를 바탕으로 기꺼이 함께 해주는, 연대의 매우 중요한 행위입니다. 보답은 다른 사람을 돌보며 살아가는 삶의 모습으로 보여줍니다. 연대는 다른 사람들과 잘 살 수 있는 관계를 만드는 것이며, 그러기 위해서는 다른 이들에게 베푸는 것이 중요합니다. 공간 문제의 경우, 월세를 내는 것은 외부 변수 때문에 한계가 있고 구입을 하는 등의 방식이 필요하다고 봅니다. 어른들과 연대하여 구입하고 비영리적으로 운영하며 장기적으로 운영할 기반을 가지면 활동의 질이 전혀 달라질 것입니다.

사회(송주희): ‘부모와의 연대’라니 인상적인 전략이네요. 돈으로부터의 자유, 그런 게 가능할까요? 청년연대은행 토닥은 청년들에게 소액 대출 사업을 하지요. 그런데 100만 원, 200만 원 정도의 소액 대출로는 당장 경제적 어려움에 처한 이들의 문제를 해결하기에 한계가 있어 보입니다.

청년연대은행 토닥: 돈으로부터의 자유, 그런 게 가능할까요? 민달팽이 주택협동조합과의 경험을 말씀드리면, 일반 은행에 대출을 신청했지만 은행에서는 대출을 해주지 않았습니다. 토닥에 찾아와 1,500만 원 대출을 요청했는데 논의를 거쳐 대출 승인을 했습니다. 고비용 구조에서 적은 소득으로



살기 어렵습니다. 단체 차원에서의 자립 고민을 개인 간의 연대로 해결하려고 시도하기도 합니다.

모두들: 주거 자립을 위해서 청년 단체인 빈집과의 연대나 지역 청년 및 세대 간 연대가 주효했습니다. 요즘에는 문제를 풀어나가는 시작점이 지역이라고 생각합니다. 모두들이 생각하는 '자립'은 한국사회에서 혼자 힘으로는 불가능하다는 의식에서부터 출발합니다. 경제적인 자립과 더불어 정치적·문화적 자립, 그리고 홀로서기가 아닌 같은 처지의 사람들과 함께 해나가는 것이 모두들의 자립이지 않을까 생각합니다. 집을 만드는 부분에서 모두들은 조합원을 통해 경제적 자립을 이뤄냈습니다.

모두들의 조합원은 세 가지 유형의 각자 다른 이해관계를 가지고 있습니다. 집이라는 것이 만들어지기 위해서는 집에 사는 사람들이 필요하고, 집에 살면서 다양한 활동을 하는 사람들이 필요한데요, 이러한 조합원을 소비자 조합원이라고 합니다. 그리고 집에 사는 사람들이 있기 위해 집을 공급하고 제공하는 사람이 있어야 하는데, 저희는 이들을 공급자 조합원이라고 합니다. 한국 사회에서 집은 주거하는 공간이 아닌 사고파는 개념이 강하기

때문에 투기의 수단으로서 생각합니다. 하지만 저희는 이러한 개념에서 벗어나기 위해 집을 제공할 수 있는 경제적인 능력이 있는 사람들 또한 같은 조합원으로 분류합니다. 그래서 집을 공급하지만 투기의 개념보다는 집에서 살고 있는 사람과 같이 공동체를 꾸려나가고, 경제적 지원이라는 방식으로 활동에 큰 힘을 보태고 있지요. 또한 준조합원이지만 모두들의 활동에 같이 참여하거나 집의 개념을 바꾸는데 동참하고 싶은 후원자 조합원까지 세 가지 조합원으로 나누어, 단순히 집을 만드는 데 돈을 대주는 사람과 혜택을 받는 사람으로 나뉘는 것이 아니라 조합을 같이 운영해나가고 뜻을 함께하는 주체로서 역할을 합니다.

앞서 말한 자립의 개념에서 모두들은 집을 마련하는 방식부터 운동을 풀어내는 것까지 '같이 살기'를 외치며 자립을 위한 노력을 하고 있습니다.

빈집: 집을 마련하면서 보증금 문제를 원활하게 해결하기 위해 연대의 방식을 사용합니다. 연대를 위한 다양한 활동을 합니다. 동자동 사랑방 지원, 소액 대출, 채무 탈출, 재무 상담, 돈에 관한 교육 동아리 활동 등을 진행하고 있습니다. 또한 홍성 지역에서 빈 땅 프로젝트를 진행하고 있습니다.

명랑마주꾼: 자산화와 반대되는 전략을 쓰고 있습니다. 일부러 공간을 만들지 않고 있습니다. 도시 안에서 마을이 가능할 것인가? 아직 도시에 매력을 느끼는 건 도시가 다양함을 만들어내기 때문입니다. 그러나 도시의 불안, 고립을 어떻게 해소할 것인가란 질문에 대해 고민하고 있습니다.

사회(송주희): 공간의 문제는 어떤 단체든 한번쯤은 고민해봤을 법한 문제이지요. 한편 500/50은 페이스북 홍보를 통해 이 문제를 잘 해결하고 있

는 것 같습니다. 페이스북 등 SNS를 통한 홍보 팁을 공유해주세요.

500/50: 우리는 단순히 공간이 있으면 좋겠다는 생각으로 시작했습니다. 페이스북을 통해 우리 활동을 알리다 보니 신기하게도 공간 보증금과 월세가 어찌어찌 해결되고 있습니다. 지금도 도움을 주시는 고마운 지역 사회의 선배, 어른들 덕분에 통장에 12월까지의 월세를 확보했구요.

우리는 페이스북에 별거 아닌 활동들도 올리고, 우리의 활동에서 재미 있어 보이는 모습들을 자주 올립니다. 청년의 열정이나 스타일에 대해 지역에서 가진 욕구나 기대치가 있기에 우리는 그것을 충족시키고자 합니다. 청년 단체들은 기성 단체에 비해 오프라인에서의 활동 역량이 떨어집니다. 그러므로 청년 단체들은 지역사회 혹은 다른 활동가들을 만나기 위해 기성 단체들과 다른 접근 방법이 필요합니다. 그중 하나의 방법으로 청년 단체들은 다른 세대에 비해 잘 활용할 수 있는 방법인 온라인, 특히 SNS를 활용하는 것입니다. 청년 단체의 활동에서 SNS 활용은 세 가지 장점이 있습니다.

우선 활동을 따로 설명하지 않으면서도 '보여'줄 수 있다는 것입니다. SNS에서는 듣는 것보다 보이는 자료를 주로 올리기 때문에, 활동하는 모습을 그대로, 혹은 편집을 통해 원하는 대로 보여줄 수 있다는 장점이 있습니다. 두 번째로 SNS는 세대 구분이 없습니다. 오프라인에서 하는 활동은 보통 같은 세대, 같은 나이의 활동가들과의 만남이 주를 이룹니다. 이에 반해 요즘의 SNS는 세대 구분 없이 많은 분들이 이용합니다. 그리고 개인의 나이보다는 콘텐츠를 보고 소통하기 때문에 다양한 세대와 소통하기 쉽다는 장점이 있습니다. 마지막으로 SNS는 지역 구분이 없습니다. 오프라인 활동은 시간과 공간이라는 물리적 한계가 있습니다. 하지만 SNS상에선 흔히 말하는 시공간을 초월한 활동이 가능합니다. 앞서 말한 물리적 제약 없이

언제 어디서나 불특정 다수를 만날 수 있는 기회가 SNS공간에는 존재합니다. 단체가 속해 있는 특정 공간에서 벗어나 다른 공간의 누군가와 소통할 수 있습니다. 소통의 결과물이 새로운 아이디어로 발전될 가능성도 존재합니다. 이러한 이유들로 청년 단체들이 SNS를 잘 활용한다면 행동 역량과 발전을 도모하는 데 큰 도움이 될 수 있을 것입니다.

청년 단체라면 후원을 신중히 생각해봐야 합니다. 타 단체 혹은 개인으로부터 받는 후원은 청년 단체들이 단체의 지속을 위해 하는 대표적인 노력 중 하나입니다. 후원을 바탕으로 단체는 기획을 실현할 가능성이 현저히 높아집니다. 반대로 후원금이 없거나, 부족하다면 기획은 구체화하는 단계에서 빠져터져릴 수 있습니다. 어찌면 후원금의 유무는 기획물에 치명적으로 작용할 수 있습니다.

그렇지만 후원은 독이 든 성배일 수 있습니다. 현실적으로 청년 단체의 활동을 지속 가능하게 하기 위해선 수익 구조를 단단하게 만들어야 합니다. 그리고 후원을 받으면 그 수익 구조를 만드는 것이 훨씬 수월할 수 있습니다. 그만큼 달콤하기에 쉽게 뿌리칠 수 없습니다. 후원이 독이 든 성배가 되는 것은 후원과 기획이 불가분의 관계라 여기는 순간부터입니다. 이 생각은 자칫 후원을 위한 기획을 탄생시킬 수 있습니다. 후원을 위해 기획된 프로젝트는 자칫 본래 단체가 가지고 있던 정체성을 잃게 할 수 있습니다. 또한 후원만을 위해 문서를 쓰고, 영업을 하는 것이 관습화된다면 단체의 자립 구조를 만들기 어렵게 됩니다. 후원을 위한 기획이 아닌 기획을 위한 후원을 생각하는 것, 이는 자생을 위한 첫걸음이며 우리 청년 단체가 나아가야 할 방향이라고 생각합니다.

빙고믹스: 지역 문화기획사로서 '빙고믹스'가 가진 고민들이 있습니다.

대표로서 팀원들이 지치지 않도록 잘 챙겨야 한다는 책임감이 있습니다. 문화예술활동에 관심 있는 대학생들이 많이 참석했으면 힘들다는 이야기를 해도 될까 고민했는데, 여기 계신 팀들에게는 힘들다고 편하게 말할 수 있어 좋습니다. 활동을 하면서 가장 걱정되는 부분은 지금 함께하는 멤버들이 현실적인 문제들 때문에 지치게 되지 않을까 하는 부분입니다. 지금 빙고믹스는 오산에 자리를 잡고 다양한 방향으로 지역 중심의 커뮤니티 활동들을 고민하고 있습니다. 앞으로 여기 참석하신 많은 팀들을 하나씩 찾아뵙고, 활동에 대해서도 배우고 알아보고 싶습니다.

철학하는 예술가 협동조합: 단체의 명칭과 활동이 광범위하여 정체성이 불명확한 사례들이 있습니다. 당일 행사에 참여한 '이웃문화협동조합'과 '철학하는 예술가 협동조합' 등을 대표적인 예로 꼽을 수 있습니다. 우리는 '철학'과 '예술'이라는 키워드를 바탕으로 2010년에 단체를 만들었고, 올해로 6년째 활동 중입니다. 꾸준히 해왔던 활동은 '인문학 포럼' 및 자발적인 '스터디 모임'인데, 대학의 예술관련 학과 등 제도권 교육에서 채워지지 않는 갈증을 스스로 해결하고자 한 게 가장 큰 동기였습니다. 모인 사람들의 의견에 귀 기울이고 요구에 충실하다 보니, 단체 활동을 시작한 뒤 2,3년간 전시 기획·영화제 기획·동네 미술, 나아가 지역축제 사업까지 활동 영역을 넓히게 되었는데, 결과적으로 정체성을 더욱 혼란스럽게 만들었습니다. 해마다 새로운 영역에 새로운 기획으로 도전하다 보니 단체의 안정적인 일꾼이 육성되기보다는 기획자 1인을 중심으로 일시적인 기획단이 모였다 흩어졌다를 반복했으며, 더불어 전문영역을 확보하지 못해 타 단체와 함께 추진하는 일에서 정확한 역할을 찾지 못한다거나 지자체 등 기관에서 기획과 제작을 의뢰받아도 수행할 수 없는 경우들이 생겨났습니다. 처음 단체를 만들

당시 구성원이 모두 대학생이었던 점을 생각해보면, 어쩌면 그간의 단체 활동은 다양한 활동을 통해 각자의 적성을 파악하는 과정이었음이 당연할지도 모르겠습니다.

사회 속에서 자리 잡는 단체가 되길 바라는 마음으로 작년 2014년 7월 협동조합 인가를 받고 법인이 되었습니다. 아마도 정식 법인이 되면 무언가 달라질 것이라는 막연한 환상이 있었던 것 같습니다. 협동조합 운영 1년 차, 지금은 단체의 외형이 중요한 것이 아님을 깨달았습니다. 협동조합은 영리를 추구하는 경제체입니다. 하지만 우리(이사회와 운영위원을 자칭한 사람들)는 전혀 협동조합의 구실을 하지 못했고, 영리를 추구하지도, 영리사업을 할 의지도 없다는 것을 알게 되었습니다. 지금 단체는 기로에 놓여 있습니다. '철학하는 예술가'라는 이름에 걸맞게 초심으로 돌아가 정확한 포지셔닝(역할 설정)을 할 필요성을 절실하게 느낍니다. 추구하는 가치가 같다는 것만으로 기획이나 창작활동 등 공동의 행동을 하는 것은 매우 어려운 일이었습니다. 특히나 문화예술 분야처럼 섬세한 감성과 기술을 필요로 하는 곳에서 벌어지는 불특정 다수의 일시적인 활동들은 완성도에 대한 끊임없는 갈증을 유발했습니다. '자치'와 '공동체'로서 기능하는 단체는 전문성을 필요로 하지 않을 수도 있습니다. '여기'에 모여 있다는 것 자체로 그 역할을 다하고 있기 때문입니다. 하지만 좋아했던 그 일을 생업으로 하고자 한다면, 경제적으로 환원되지 않더라도 삶의 큰 부분을 차지하고 있다면, 전문성이 필수적이라는 결론을 내려봅니다. 그래야 사회에서 어떤 역할을 자칭할 수 있지 않을까 싶습니다.

사회의 긍정적 변화를 모색하며 공동체적 가치를 표방하고 만들어진 모든 단체들은 언제나 '지속가능성'의 늪에서 허덕입니다. 그것은 직설적으로 말하자면 '돈' 문제인데, 단체의 활동 중에 상당수가 비영리이기 때문입니다.

단체가 지향하는 방향이 좋고, 사람들을 만나는 것이 좋아 단체 활동을 많이 해도 그것이 '돈'으로 환원되지 않으니 돈 버는 일을 또 해야 하죠. 경제적 어려움을 감수하면서까지 단체 활동을 하는 사람은 많지 않습니다. 언제나 그 역할은 단체의 대표나 사무국장과 같은 사람들입니다. 경제적 가치보다는 설립 당시의 취지에 깊이 공감하고 사회적 기능과 그 가치를 높게 평가하는 소위 '활동가' 한두 명 뿐입니다. 현황이 이렇다 보니 간신히 활동을 지켜오고 있는 그 한두 명이 지쳐서 손을 놓아버리면 그렇게 단체의 역사는 끝이 납니다.

수익구조가 불안정한 단체들은 월세 등 기본 운영비를 마련하기 위해서 '국가지원금' 사업에 뛰어들게 됩니다. 국가의 역할을 대신 수행하고 있는 민간단체들이 국가지원금을 받아 운영하는 것이 나쁜 일은 아니나 '진정성'이 결여된 상태로 '돈' 때문에 취지에 맞지 않는 사업을 기획하는 것은 지양해야 한다고 생각합니다.

다소 비관적인 평가일지 모르나 지금 이 순간에도 수많은 단체들이 만들어졌다가 사라지고 있습니다. 그렇다면 그 속에서 꾸준히 그 역사를 쌓아가는 사례들을 눈여겨볼 필요가 있습니다. 한두 명 개인의 능력에 의존하기 보다는 단체가 제시하는 가치에 동의하는 사람들이 함께 참여하여 운영할 수 있는 안정적인 시스템을 구축하는 것이 가장 큰 과제가 아닐까요?

이웃문화협동조합: 사실 '동네에서 우리가 해온 활동에 어떤 즐거움과 의미가 있는가', '내가 해온 활동을 나의 후배에게도 권유할 수 있을 만한 현장과 환경인가'에 대하여 개인적으로 고민이 됩니다. 한편으로 '이웃'이 작은 청년그룹에서 시작하여 점차 단체의 기틀을 만들어가고 4대 보험에 가입하는 작은 기업으로 성장해온 과정을 지켜보며 뿌듯함도 느낍니다. 조합에서



함께 활동하는 어른들, 지역 사회의 응원이 없었다면 불가능했을 것입니다.

평상: 평상은 “평상 위 상상, 우리는 동네에서 노는 사이다, 누구나 ‘평상 네트워크’, 뭐든 할 수 있고 뭐든 실패할 수 있어 느슨하고 자유로운 숨 쉴 터’로 요약될 수 있습니다. 예술집단 사이다가 경기문화재단 별별예술프로젝트의 일환으로 공모한 ‘19금 소셜청년멀티방’에 찾아온 청년들을 시작으로 친구들이 합류해(만구깨끼, ing엔지, 재운, 공구청취, 웃기시내, 몽유진, 160살효진, 미랑군, 오손이, 양재동불개미, New진) 오랜 시간 폐허로 비어 있던 게임팩 상점을 직접 치우고, 채우고, 공간에 새로운 의미를 부여하는 과정을 거쳐 ‘평상’이 탄생했습니다. 문화공간이 부족하여 청년들이 우리 지역에 정주하지 못하고 서울로만 길을 찾아 나서는 상황에 아쉬움을 느껴, 수원의 대표적인 원도심 행궁동에서 공간 ‘평상’을 통해 숨은 청년들을 발굴하고 소통하며 지역에 새로운 활기를 불어넣기 위한 실험을 시작했습니다. 평상에서는

지역 청년들을 인터뷰하여 잡지를 만들기도 하고, 지역의 카페 사장님을 초대해 밀크티 만들기 대결을 벌이기도 하고, 지역의 어른들을 모셔와 옛 이야기를 녹음하여 팟캐스트로 방송하기도 하며 지역과의 연결 고리들을 넓혀나가고 있습니다. 누구나 올 수 있고 누구나 평등해지는 평상 위에서 마음껏 쉬고, 마음껏 상상하고, 상상을 실현하는 신기한 공간! 어설프지만 무엇이든 허용되는, 팍팍한 청년 세대의 삶을 연대하고 위로하는 호혜의 공간입니다. 평상은 이러한 6개월간의 실험 이후 다음 단계를 고민하고 있습니다.

‘돈’으로부터 자유로운 자립이 가능할까? 개인적인 생각에, 그리고 일찍이 자립하고자 했던 사람들의 선례를 볼 때, ‘돈’으로부터의 완전한 자립은 불가능하다고 생각했습니다. 하지만 ‘가치관, 생각’에서의 자립은 가능하지 않을까요? 우리 평상은 오프닝 때 했던 호진이의 160살 프로젝트를 통해 ‘가치관, 생각’의 자립에 대해 의견을 나누고 실험해볼 수 있는 장을 마련했습니다. 우리가 160살까지 산다면, 지금 현재의 우리는 성공도 실패도 아닌, 아무것도 아닌 무중력 상태의 어린아이 시기입니다. 아직 아무것도 이런 상태가 아니고 때가 묻지 않은 시기이기 때문에, 우리는 세상의 가치관과 부모로부터 전해오는 생각으로부터 우리를 새롭게 독립시킬 수 있지 않을까요?

세상으로부터 주어지는 잣대에서 벗어나 새롭게 자신을 재정비해볼 수 있지 않을까? 생각의 자립, 그것이 한 단계씩 나아가고 발전되고 생각이 같은 사람들을 만난다면, 세상이 말하는 물질로부터 스스로 자립할 수 있는 것 외에 우리의 자유로운 생각들이 통용되고 그것을 나눌 수 있고 실천할 가치관들이 생겨, 나와 우리를 자립하게 할 힘이 되지 않을까요?

사만키로미터: 저희가 독립출판물을 만들면서 가장 어려운 점은 다음

호 장기여행자를 만드는 것이 아닐까 싶습니다. 원고를 모으는 것보다도 제작비를 모으기 위해 다양한 일, 노동을 하고 있습니다. 장기여행자 편집부원들은 글, 그림, 사진 전공자인데 이런 부업과 주업들을 통해 열심히 제작비를 모으고 있습니다. 사실 판매수익으로는 어렵습니다. 여러분들도 책 안 사지 않나요? 창작활동을 하는 많은 청년들은 이런 고민들을 다 하고 있을 것 같아요. 작은 시장이지만 아트마켓에 열심히 나가는 이유도, 사람들을 만나고, 저희를 홍보하고, 적은 부수이지만 장기여행자를 판매하는 데 큰 재미를 느끼기 때문입니다.

연대와 관련해서는, 확실히 청년이라는 타이틀을 걸고 어떤 일을 해 나가려고 할 때에는 질문 자체에서 말해주듯 생각을 공유하는 친구들을 만드는 게 굉장히 중요한 것 같아요. 그 사람들과 함께 서로 의지하고 위로도 받고 생각을 더 키워갈 수 있으니까요. 저희는 팀 설명을 할 때에 문화기획이라는 키워드를 사용했는데요, 함께하는 활동은 너무나 다양한 방법으로 존재하는 것 같아요. 저희가 문화기획이라고 밀크티 배틀을 한 적이 있습니다. 린지와 제가 누가 더 밀크티를 맛있게 만드는지—네팔식, 영국식—대결을 한 것이었어요. 취지는 우리가 잘할 수 있는 것들을 주변 사람들과 공유하고 함께 즐기기 위해서였습니다. 하지만 당연히 모이게 되면 어떻게 사는지, 무슨 일을 하는지에 대한 얘기를 하게 되잖아요. 그렇게 알아가면서 소통하고 연대하는 것 같아요.

독립출판물의 경우 독립출판물 서점을 통해 출판물 창작자들이 만나는 플랫폼이 형성됩니다. 커뮤니티가 형성되기도 하고, 독자들을 만나는 장소가 되기도 하고요. 요새는 서점들이 작은 시장이나 세미나 워크숍 등을 통해 창작자들과 연대하고 대중과 소통하고 있습니다.

큰 재미는 장기여행자를 통해 다양한 사람들을 만나고, 그들의 이야기

를 듣는 게 아닐까요? 그리고 저희가 계속해서 작업을 할 수 있다는 것입니다. 아트마켓, 새로운 접근, 소소시장, 굿즈 같은 형태로 개인 창작자들, 젊은 아티스트들이 자꾸 거리로 나오는 이유가 같지 않을까요?

사회(송주희): 오늘 토론한 여러 논점들을 통해 경기청년유니온이 앞으로 경기도 청년들을 위해 제안할 정책의 밑바탕이 될 소스를 얻으셨으리라 기대해봅니다. 그런 의미에서 경기청년유니온이 마무리하는 한 말씀을 해주시지요.

경기청년유니온: 어떻게 마무리를 해야 할지. 최근에 오늘 이 자리처럼 청년 문제와 정책을 이야기하는 자리가 있어 참석했습니다. 청년 노동 문제, 청년 수당 등의 이슈에 대해 이야기했으나 어떻게 반영될 수 있을지 알 수 없습니다. 청년들이 스스로의 아젠다를 만들고 이야기할 수 있는 이런 자리들을 더 만들어야 합니다.

청년들을 한자리에서 만날 기회가 부족했는데, 청년 놀장을 통해 만나게 되어 반갑고, 앞으로도 이러한 자리, 네트워크가 많이 만들어지면 좋겠습니다. 얼마 전 경기도청년기본조례가 통과되면서 향후의 청년정책, 지원에 대한 법적 근거가 마련됐습니다. 서울시의 경우 조례가 만들어진 맥락과 그 과정이 분명하게 존재합니다. 서울시 민선 5기에 들어서 청년명예부시장 제도가 도입되고, 청년허브가 개관하고, 서울시 청년정책네트워크가 꾸려지는 등 청년들을 모아내고 그들의 활동 생태계가 조성됨에 따라 청년 활동이 활발해지고, 그 활동들을 좀 더 발전시키기 위한 틀로 조례가 만들어진 것입니다. 그런데 경기도의 경우 아무런 기틀 없이 조례가 먼저 만들어진 것입니다. 현재로써는 조례를 실행할 주체도 불분명하고 또는 미비하다고 할 수

있으며, 경기도 청년들의 현황 조사나 필요 정책은 무엇인지, 당사자의 목소리는 빠져 있는 것입니다. 경기도청년기본조례가 실효성이 있으려면, 경기도 청년들의 현실과 필요 정책 등에 대해 면밀히 조사하고 그에 맞는 정책이 설계되어야 합니다. 그러기 위해서는 당사자의 목소리가 필수적으로 반영되어야 하며, 이를 위해서는 청년들을 모으고 그들이 활동할 수 있는 생태계를 조성하는 것이 우선되어야 할 것입니다. 앞으로 청년들과의 만남이 많이 이루어지면 좋겠습니다.

:: 경기청년창작소에 대한 바람

500/50: 청년창작소는 온전히 청년들을 위한 창작 공간이 되어야 합니다. 청년창작소가 세워진 취지는 경기도에서 활동하는 청년 단체 혹은 청년 예술가에게 작업공간을 지원하며, 단체와 예술가가 모인 창작소 안에서 창의적인 협업이 이루어지게 하는 것입니다. 이곳에선 활동하고 싶은 청년이 겪는 현실적인 제약이 해결될 수 있습니다. 무엇보다 활동 공간이 해결됩니다. 그렇게 청년들은 자신을 붙잡고 있던 족쇄를 풀고 현실적인 문제에 힘썼던 정신을 청년문화를 위해 생산적으로 투자할 수 있습니다. 이렇게 창작소는 문제 해결소로서, 그리고 청년을 위한 협업공간으로서 존재해야 합니다.

염려되는 점은 특정 단체, 또는 특정인에 의해 청년창작소가 정치적으로 해석되는 것입니다. 또한 그로써 공간이 생겨난 취지가 희석되는 것이 걱정됩니다. 예컨대 앞서 말한 단체 혹은 개인이 추구하는 의도나 가치에 따라 경기도는 공간에 대한 지원을 줄일 수 있습니다. 지원이 줄어 창작소가 생기기 전 청년이 겪었던 문제들이 되풀이되거나 지원받는 대상이 줄어들

면 청년창작소는 빛을 잃을 것입니다. 경기청년창작소가 변함없는 공간이 되었으면 좋겠습니다.

재단 주최로 경기도 소재의 다양한 청년 단체를 만날 수 있어 좋았습니다. 모르고 있던 청년 단체들의 활동 공유를 통해, 앞으로 500/50이 활동하는 데 있어 참고할 많은 것을 배울 수 있었습니다. 그리고 여러 단체와의 연대를 위한 발판이 될 수 있었던 뜻깊은 자리였습니다. 다만 한 가지 아쉬운 점은 네트워킹을 할 때 테이블이 분산되어 있어 모든 단체들과 소통하기에 다소 어려움이 있었던 것 같습니다. 다음에 이런 행사가 있다면 네트워킹 시간에 대한 기획이 좀 더 보강되어 많은 단체가 더 자연스럽게 어울릴 수 있는 분위기가 되면 좋겠습니다. 500/50은 이러한 행사에 언제든지 참석하고 협조할 준비가 되어 있으며, 이러한 자리가 많아지면 좋겠다는 생각을 하며 후기를 마칩니다.

모두들: 놀장과 같이 네트워킹 파티를 주최하는 등 경기도에서 활동하는 청년들을 한데 모을 능력은 청년창작소만이 가지고 있지 않을까 생각이 드는데요. 이렇게 청년들이 활동을 하며 지자체와 협의해나가고, 이들을 모아 어떻게 발전하면 좋을지에 대한 토론들을 활발히 열어주셨으면 좋겠습니다. 산별적인 경기도의 청년조직들을 한데 모아 더 큰 정치를 할 수 있는 중앙조직의 형태로 발전해나가는 경기청년창작소를 꿈꿉니다. 그리고 경기청년창작소 활동에 저희가 도움이 될 만한 일이 있다면 언제든지 돕겠습니다.

철학하는 예술가: 현장을 방문하고 들었던 생각 하나를 말씀드리자면, 그 공간에 거주하는 청년들이 있어야 활력이 생길 것 같습니다. 올해 인상 깊었던 정보들 중에 '작은 집'에 대한 것이 있습니다. 경제 모순이 심화되면

서 지금 시대를 살아가는 다수의 사람들의 인생 목표가 '내 집' 마련이 되었어요. 하지만 아무것도 소유하지 못한 젊은 세대는 휴대폰조차 임대해서 쓰는 것이 너무나 당연한 세대죠. 시대가 변하는 만큼 그 시대에 적응하는 혹은 살아남는 새로운 가치관이 부상하기 마련입니다. 취직과 내 집 마련을 위해 꿈, 연애, 결혼, 육아, 인간관계 등등을 포기하며 사느니 적게 벌고 적게 쓰고, 지금 이 순간을 살겠다는 새로운 삶의 방식. 청년창작소에서 미래 시대를 대비하는 새로운 가능성을 만들어가기 위해서 새로운 형태의 청년마음을 만들어보면 어떨까요! 심심해야 창의력이 발달하는데, 숲이 우거진 농생대 부지 내에서 미래에 대한 걱정 없이 작은 집 짓고 살다 보면 창의력이 폭발할 것 같아요. 제가 말씀드린 '작은 집'에 대해선 다음을 참조해주세요.

큰 집과 이별하고 작은 집 지어보실래요?

<http://media.daum.net/v/20150923181006654?f=m>

다카무라 토모야의 '작은 집을 권하다'

<https://brunch.co.kr/@urbankunst/8>

이웃문화협동조합: 첫 번째 제안은 도시농업, 귀농+텃밭 공원입니다. 서수원 주변 지역의 시민 농장 (당수동, 도토리 시민농장) 또는 창작소 주변 부지를 활용한 귀농, 도시농업 실험의 장을 마련하였으면 합니다.

'우리동네사람들의 경우 임금 노동과 도시적 삶에 피로를 느낀 청년들이 대안으로 강화도에서 귀농을 실험 중인데 도시의 인프라와 농촌의 문화가 혼재하는 서수원도 청년들이 귀농, 도시농업의 실험을 하기에 괜찮은 환경이 아닐까 싶습니다. 농업 부산물을 활용한 카페나 마켓으로 확장 가능할 것 같습니다. 베를린 프린체신 가르텐, 브루클린 그랜지 사례를 참고할 수 있겠습니다.

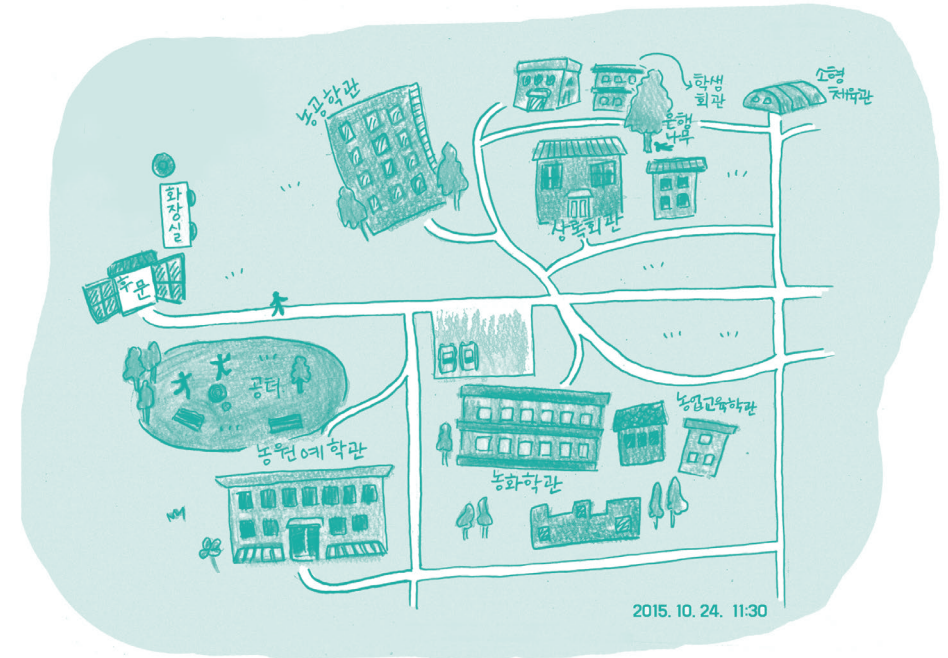
두 번째 제안은 시제품 제작 공방입니다. 예술가·작업자·창업자·시민들이 시제품을 만들어볼 수 있는 제작 공방으로, 1인 창작자들에게 상품개발, 유통의 '팁'을 줄 수 있는 프로그램을 병행하면 좋겠습니다.

<http://makers-base.com/vision>

빙고믹스: 좋은 위치에 좋은 환경을 갖춘 옛 서울대학교 농대 자리가 청년 활동가들의 창작소로 변화한다는 것이 반갑습니다. 앞으로 문화예술영역을 중심으로 생태 등 폭넓은 주제들이 모여 다양한 이야기를 만들어내는 공간이 되면 좋겠습니다. 또 하나의 바람은, 이곳을 거점으로 하는 청년 활동가들만의 공간이 아니라, 그런 활동들을 바탕으로 남녀노소 누구나 쉽게 방문하고 즐길 수 있는 공간이 되기를 바랍니다. 그러기 위해서는 청년들의 창작 활동이 어떻게 확장될 수 있는지와 앞으로 창의적 공간으로 발전될 청년창작소를 시민들이 예술 놀이터로서 활용하도록 어떻게 유도하고 함께 채워나갈 수 있을지에 대한 고민이 필요한 것 같습니다.

경기청년유니온: 경기청년창작소의 운영계획을 보면 청년들을 위한 공간이 맞는지 사실 좀 의문입니다. 대부분의 공간과 내용이 주민들을 위해 설계된 것이 많은 것 같습니다. 주민들과 함께 이용하는 부분에 대해 동의하지 않는 것은 아니지만, 더 많은 청년들과 함께하고, 청년들을 위한 공간, 플랫폼이 되기 위해서는 청년들에게 필요한 부분이 무엇인지 좀 더 면밀히 파악할 필요가 있습니다.

사만키로미터: 창작자들이 새로운 실험을 할 수 있는 조건 없는 지원이 필요할 것 같아요. 예를 들어 청년허브에서 진행하는 청년참 같은 경우 청년



커뮤니티에 100만 원을 지원합니다. 간단한 조건들은 있지만 청년들에게 참 값, 밥값을 지원해주면서 무엇이든지 해보도록 지원해주니까 진짜 재미있는 실험적인 일들을 해볼 기회가 되는 것 같아요. 공간의 질이 높았으면 좋겠어요. 청년들에게 시민들에게 오픈된 공간이지만, 공간의 질을 높여서 실제로 사람들이 사용하고 응용 가능한 공간이었으면 좋겠어요.

코워킹 공간도 돈을 주고 갈 정도로 시설이 잘되어 있거나, 가구들이 다양하거나, 카페나 식당도 밖에서 사먹는 곳만큼 훌륭한 공간이면 좋겠습니다. 그리고 작은 상점과 전시 공간이 있어서 청년들의 창작품들을 사고팔 수 있는 공간이 있으면 좋겠습니다.

평상: 농업이 땅을 새롭게 일구고 새싹이 피어나 삶을 살아가게 하는 한 그릇 밥알의 열매들이 만들어지듯이, 청년들이 '결혼'이라는 또 다른 새로운 삶의 관문을 통과하고, 새롭게 삶을 일구어가게 되는 잔치를 '청년창작소'에서 이뤄지게 하는 건 어떨까요?

이미 시민청과 공공기관에서도 종종 문턱 낮은 가격으로 의미 있는 결혼식을 청년들에게 열어주고 있습니다. 하자센터와 서울시 청년허브 또한 많은 아니지만 결혼식이 열리고 있다고 알고 있습니다.

경기도 수원에는 개량한복을 짓는 청년, 동네 사진관을 운영하는 청년, 음악커뮤니티 등 많은 다재다능한 청년들이 곳곳에 숨어 있습니다. 함께 연계하여 청년창작소의 드넓은 숲과 잔디에서, 그리고 청년창작소의 공간에서, 대안적이고 문턱 낮은 결혼식을 열어보는 것은 어떨까요?

삶에서 처음으로 다른 사람과 만나 농사를 지어가는 출발점인 결혼식에, 옛 서울 농대 부지이자 청년창작소의 시민을 품어주던 드넓은 산책거리와 공간이 매우 어울린다고 생각합니다.

서울시 청년허브 무중력지대(대방동)와 같은 코워킹 공간, 무료로 대관할 수 있는 커뮤니티 공간이, 의자도 아무것도 없는 바닥이 많다면 즐거운 일들이 많이 일어날 거 같아요. 청년창작소는 시민 숲과 생태가 잘 보존된 곳 이기에, 텃밭과 산책길 외에 더 이상의 훼손이 일어나지 않는 공간이었으면 해요! 작은 모임(3명 이상)을 지원해주는 프로젝트가 많이 있었으면 합니다.