

2023 취업탐구활동보고서

문화기획팀

조원

19학번 김X서

21학번 전X진

23학번 정X서

목차

1. 문화기획 분야에 관심을 갖게 된 계기
2. 인문학으로 문화기획을 이야기하다
3. 시대별 문화 기획의 역사
4. 한국 문화기업 산업의 구성
5. JRC 문화기획팀 스터디와 축제기획안 만들어보기
6. 활동 후 느낀점

1. 문화기획 분야에 관심을 갖게 된 계기

-김X서

고등학생 때와는 반대로 대학에서는 하나의 전공을 선택하여 공부를 하게 된다. 그러나 신데렐라에 등장하는 요정의 마법과는 달리, 학부생을 졸업했다고 해서 그 분야의 전문가가 되지는 않는다. 될 수도 없고. 결국 전공이란 나의 삶의 방향성을 고민하고 내가 나아갈 길을 갈고 닦는 과정의 시작점일 뿐이라는 것을 깨달았다.

허울 좋게 갖다 붙인 것들을 지우고 나는 나를 다시 돌아보았다. 막연히 빨리 취직하고 빨리 돈을 버는 사회인이 되고 싶다는 생각을 하기 전, 나는 어떤 꿈을 꾸는 사람이었는지. 나는 글을 쓰는 걸 좋아했다. 학생 때는 도내 백일장에서 상을 타거나 아르바이트로 짧은 글을 쓰는 일을 했다. 그러나 언젠가부터 노력만으로 해낼 수 없는 벽에 부딪혀 꿈을 뒤로 하고 달렸다. 그럼에도 예술에 대한 갈증만은 계속되어 자주 공연장을 방문했고, 대학로에서 극을 만들기도 했다. 그 과정에서 나는 나와 비슷한 사람들을 만나고 창작자가 아니더라도 예술과 함께 할 수 있는 길이 있다는 사실을 알게 되었다. JRC 활동을 통해 문화기획을 공부하는 것이 첫 도약이 되어줄 것이다.

-전X진

손으로 무언가를 만들고, 결과물까지 도달하는 제작의 과정을 예전부터 좋아했다. 그래서 중고등학생 때까지는 디자이너를 꿈꿨다. 시간이 지나 대학교에서 학우들과 좋아하는 부분에 대해 서로 이야기하고, 프로젝트까지 도달하는 과정을 경험하면서 “좋아하는 사람들과

함께 무언가를 만드는 것”에 대해서 좋은 이미지를 가지기 시작했다.

물론 훗날 문화기획자, 혹은 행정인으로 종사할지라도 무조건 내가 좋아하는 사람, 잘 맞는 사람과 일할 순 없다. 일단 지금은 “서로 이야기하고 만드는 과정”에 초점을 두어 꿈을 개발하고 싶다. 그리고 꿈에서만 상상할 수 있었던 문화 기획을 만드는 것이 최종적인 목표이다. 굉장히 어려운 도전이지만 차근차근 앞으로 나아가며 현실적인 방안부터 모색할 것이다.

-정X서

저는 웹소설과 웹툰을 8년간 봐왔으며 원래는 웹소설, 웹툰을 읽는 것만이 취미였습니다. 그러나 저를 웹소설에 입문하게 한 소설이 팝업스토어를 개최하는 것을 보고 ‘아! 가고 싶다.’라는 생각과 어떻게 팝업스토어를 기획했는지에 대해 궁금해져 가게 되었습니다. JRC활동을 하고 있던 상태에서 가니 팝업스토어의 위치, 상품, 이벤트, 배치, 예약 등이 어떻게 이루어지고 있는지 보였습니다. 또 어떤 부분을 공을 들이셨고 이런 부분은 아쉬웠다던지 등 기획 분야에 관심을 갖게 되었습니다. 저에게 문화 기획이라 하면 미술품, 사진 전시 같은 것이 떠오르는데 부끄럽게도 저에게는 흥미가 다소 떨어지는 분야이기 때문에 관심을 가지지 못했습니다. 하지만 이번에 팝업스토어를 방문한 뒤 다른 분야와 콜라보하고, 매니아층을 공략한 문화 기획에 관심을 가지고 내가 기획자라면 어떻게 할 것인지에 생각하게 되었습니다.

2. 인문학으로 문화기획을 이야기하다.

바야흐로 21세기는 문화의 시대이다. 매체의 발전으로 문화의 경계선이 사라지고 국가 경쟁의 원동력 핵심 분야로 인정받고 있다. 그렇다면 ‘문화(文化)’란 무엇일까? 다양한 장소에서 사용되는 단어이지만, 하나의 정의를 내려 말하기에는 어려운 단어가 바로 문화이다. 문화를 뜻하는 영어 단어인 ‘culture’는 어원상 ‘경작하다(cultus)’에서 비롯되었다. 이처럼 문화는 자연 상태(nature)에 있는 것을 인위적으로 재배하고 변화시키는 것이라고 해석할 수 있을 것이다. 사람의 손길이 닿은 것을 문화로, 그렇지 않은 것을 자연이라고 이해할 수 있다. 한자로 보았을 때 역시, ‘글월 문’에 ‘될 화’를 사용해 인류의 사유와 행동 양식으로 소속 사회가 습득하고 학습하는 것을 말한다고 볼 수 있다.

영국의 인류학자인 Edward B. Tylor(1832~1917)는 ‘문화에 대한 개념을 지식, 신념, 예술, 도덕, 법률, 관습, 풍속 등 사회의 일원으로서 인간이 취득한 모든 능력과 습관을 포함하는 복합적 총체’라고 하였으며, 유엔 전문 기구인 UNESCO에서는 문화를 ‘한 사회와 집단의 성격을 나타내는 정신적, 물질적, 지적, 감성적 특성의 총체’¹⁾로 정의한다. 즉, 문화는 자연 상태와 비교하여 인류가 이룩하고 발전시킨 삶의 형태인 것이다. 때문에 우리가 말하는 문화 기획에는 그 바탕에 대개 ‘인간’이 자리하게 된다.

그렇다면 인문학은 어떨까. 인문학은 크게 인간과 관련된 사상이나, 문화를 연구하는 학문이다. 다시 말해, ‘인간은 어떠한 존재인가?’를 고민하고 대답을 이끌어내는 것이다. 그러나

1) 유네스코한국위원회, 송지은, 2019, ‘현장스케치 / 유네스코 문화다양성협약 국제 포럼, 문화다양성을 다시 생각하다, https://www.unesco.or.kr/data/unesco_news/view/755/693/page/’

그 이전에 사람들은 자기 자신에 관한 질문을 던진다. ‘나는 누구인가?(Who am I?)’. 타인을 알아가는 것보다, 나 자신이 어떤 사람인지, 내가 무얼 잘하고, 무얼 못하고, 나는 어떤 성격이고, 어떤 것을 좋아하는지. 구체적으로 말하기는 쉽지 않다. 그래서 우리는 역설적으로 인간 전체에 관해 공부한다. 인간이 만들어 온 사상과 철학, 심리, 역사를 공부한다. 언어를 배우고, 오랜 기간에 걸쳐 쌓아온 문화를 공부한다.

국제교류에서 가장 중요한 점은 무엇일까? 그중 하나는 서로의 ‘문화’를 이해하고 교류하는 것일 것이다.²⁾ 교류의 가장 쉬운 예시로, 여행은 개인의 차원에서 국제교류를 체험하는 것이다. 한국의 문화, 동아시아, 영어권, 중동권, 아프리카권 등 다양한 국가의 문화가 소통하기 위해서는 서로를 알고 이해하는 매개자들의 역할이 가장 중요할 것이다. 인간이라는 보편성에 더불어 삶의 터전을 발전시킨 방식이 소통될 때 서로의 삶이 더 윤택한 방향으로 흘러갈 수 있다.

문화를 기획하는 것은 결국 ‘사람의 문화’를 기획하는 것이다. 가족문화, 회사문화, 대중문화 등 일정한 삶의 방식이나 형식을 말할 때 중요한 것은 ‘나’에서 나아가 ‘우리’이다. 사람은 어떻게 살아가야 하는지, 앞으로 어떻게 살아가고 싶은지에 대한 고민이 따라야만 한다.

해당 보고서에서 언급할 문화는 예술과 접한 문화를 중심으로 서술될 것이다. 예술은 문화라는 카테고리 내에서도 그 중심에 있다고 할 수 있다. 우리는 여행을 하며 그 나라의 문화를 더 자세히 느끼고 싶을 때 미술관이나 박물관을 찾는다. 오래된 건축물을 방문하거나 영화나 뮤지컬을 관람하기도 한다. 문화기획을 할 때 예술에 대한 이해를 바탕으로, 혹은 예술가와 협업할 때 좋은 결과를 낳는 경우가 많다.

이처럼 인간이 없는 문화는 존재할 수 없고, 문화가 없는 문명은 존재할 수 없다. 우리가 인문학으로 문화기획을 이야기해야 하는 이유이다.

3. 시대별 문화기획의 역사

기업에 지원을 할 때 우리는 몇 가지 질문을 받게 된다. ‘회사에 지원하게 된 동기는 무엇인가요?’, ‘회사에 들어오면 어떤 일을 하고 싶나요?’ 등의 질문이 바로 그것이다. 우리는 이 질문에 대답하기 위해 조직의 이유와 그들이 어떤 역할을 하고 있는지 이해할 필요가 있다. 최근 메타버스가 각광을 받으며 동시에 메타버스와 관련된 법률 제정에 대한 논의가 활발하게 이어졌다.³⁾ 이처럼 어떠한 사업이나 조직이 생겨날 때 시대와 국가는 그 기반이 되는 법률과 제도를 정하게 된다. 그렇다면 현재 문화정책은 어떠한 과정으로 발전하였으며, 언제부터 제도적인 기반을 갖게 되었는지, 문화정책이 어떤 목적을 지니고 시작되었는지를 알아가는 과정에서 지금까지의 문화기획 흐름을 이해할 수 있을 것이다.

과거 노태우 정부는 ‘보통 사람들의 위대한 시대’라는 통치 철학에 따라 문화공보부를 해체하고 문화부를 분리 출범하였다. 첫 문화부 장관이 된 이어령은 90년대를 ‘새로운 문화의

2) 음식을 판매할 때도 단순히 맛으로 승부하는 것이 아니라, 제품이 가진 이미지와 디자인을 통해 더욱 폭발적인 효과를 볼 수 있다. 그 예시로 K-푸드 전용관 NUKIM은 프랑스를 겨냥하여 이전의 전통 기와나 문살 같은 프레임에서 벗어나 젊고 현대적인 느낌을 넣어 2021년 80억 매출에서 2022년 300억 매출을 달성하였다. (중앙일보, 백일현, 2023, ‘담강정 팔아 하루 500만원 번다…프랑스 시골 뒤집은 이곳’ <https://www.joongang.co.kr/article/25142711#home> 참조)

3) 머니투데이, 배한님, 2023, ‘메타도 10년 보는 메타버스 투자, 법부터 만들어야 활로 있다’, <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2023011915034985652>

세기'로 정의하고 정치와 경제에 밀려 뒷전으로 소외되어 있던 문화를 기반으로 정신을 풍요롭게 하는 풍토를 마련하였다.⁴⁾ 그는 삼불원칙(문턱 없이 일하기, 생색내지 않고 일하기, 사심없이 일하기)과 삼가원칙(마른 바위에 생명의 이끼 입히기, 문화우물터에 하나의 두레박 놓기, 부지깽이 되기)을 지표로 삼았고⁵⁾, 이후 '쌈지공원', '움직이는 국립극장·박물관·도서관' 등의 형태를 통해 문화를 행정의 차원에서 생활의 개념으로 확대시켰다.

이후로도 문화는 점점 넓어지고 깊어지고 있다. 21세기에 들어서며 문화부에서는 '창의한국(Creative Korea)'를 비전으로 제시하여 문화 정체성 확대를 도모하였다. 수직적 문화에서 수평적 문화로, 배제와 부정의 문화에서 대화와 화합의 문화로, 권위적이고 획일적인 문화에서 다양성과 복합성의 문화로, 상업적 소비문화에서 고부가가치를 창출하는 생산적 문화로⁶⁾ 등의 가치를 지향하며 만들어진 조직이 지금의 '아르떼'라 불리는 한국문화예술교육진흥원이다. 한국문화예술교육진흥원은 국민이 생애에 걸쳐 양질의 문화예술교육을 누릴 수 있도록 지원하고 전문인력을 양성, 초등학교 및 중·고등학교에서 예술 강사를 초빙하여 국악, 무용, 영화, 연극, 만화, 애니메이션에 관한 수업을 진행하고 있다.⁷⁾

그 외에도 국가균형발전사업의 일환 중 하나로 '지역문화' 정책이 떠오르고 있다. 문화기획에서도 전국적으로 많은 기초문화재단이 생겨났다. 2020년 기준 기초자치단체의 43.86%가 문화재단을 설립하였고 이는 점진적으로 증가하고 있다. 기초문화재단에서는 크게 4가지로 나누어 사업을 운영하고 있는데, 이는 1) 공연·전시 기반 문화재단, 2) 공공도서관 기반 문화재단, 3) 축제·관광사업 기반 문화재단, 4) 지역·생활문화 기반 문화재단으로 분류할 수 있다.⁸⁾

2023년 문화체육관광부가 제시한 6대 중점과제에서는 'K-컬처가 이끄는 국가도약, 국민행복'이 있다.

4) 출판저널, 진선출판사, 1990, '비로소 앞당겨질 '文化의 世紀' 李御寧 초대 문화부장관에게 듣는다'

5) 한국문화예술위원회, 1990, '이어령 문화부장관 인터뷰 - 문화주의 시대의 선언', 월간 문화예술

6) 아이뉴스, 이균성, 2004, '문화부, '창의한국 21세기 문화비전' 청와대 보고', <https://www.inews24.com/view/116992>

7) 레이디경향, 김민정, 2007, '즐거운 교육 꿈꾸는 한국문화예술교육진흥원 김주호 원장', <https://lady.khan.co.kr/issue/article/9737>

8) 예술경영, 장석류, 2021, '기초문화재단은 어떤 일을 하고 있을까', https://www.gokams.or.kr/webzine/wNew/column/column_view.asp?idx=2465&page=1&c_idx=85&searchString=%EC%9E%A5%EC%84%9D%EB%A5%98&c_idx_2=

문가”가 될 것이고, 게임 혹은 애니메이션을 기획한다면 게임 작가, 애니메이션 작가가 된다. 문화는 몇 개의 문장으로 정의하기 어려운 단어이다. 특히 지금의 현대에서는 내가 창작하는 것이 바로 문화가 될 수도 있는 경우도 존재한다. 우리 모두가 문화기획자 타이틀을 얻을 수 있는 시대이다.

1) 부평구 문화재단

“문화예술이 함께하는 행복한 부평구”

행복한 문화예술이 가득한 부평구문화재단 홈페이지에 오신 것을 환영합니다. 부평구문화재단은 문화예술의 경계와 장벽을 허물고 구민의 일상 가까이 문화예술이 공존하는 문화도시 부평을 꿈꿉니다.

부평의 문화예술을 꽃피워 갑니다

부평구문화재단은 부평아트센터, 부평문화사랑방, 부평구립도서관, 부평구청소년수련관, 부평구청소년성문화센터와 같은 복합문화공간을 운영하고 있으며, 수준 높은 공연과 전시, 진문화된 예술교육 등 구민들을 위한 다양한 프로그램을 운영하며 지역사회의 문화예술을 널리 알리고 부평구민의 문화와 여가를 풍부하게 만들고 있습니다.

일상 가까이 문화와 공연이 찾아갑니다

클래식, 뮤지컬, 재즈 등 다양한 장르의 공연은 물론 신진 작가들을 발굴하는 새로운 시도의 전시, 생활 문화 활동과 포럼 등을 통해 구민이 문화를 감상하는 것은 물론 함께 참여하여 문화예술의 문턱을 낮추고 더욱 풍성한 내용을 전달하려 하고 있습니다.

구민 여러분과 함께 만들어갑니다

앞으로도 53만 부평구민, 지역 예술가, 예술단체와 함께 문화도시 부평을 열어가는 중심 역할을 지속적으로 확대하여 우리 모두 행복할 수 있는 문화도시 부평을 만들어가겠습니다.

비전

Mission & Vision

{ 문화적 삶과 창조적 생태계를 함께 가꾸는 열린 소통광장 }



조직도



인재상 (ESG경영선언문)

1. 사회적 책임경영, 사회적 가치 실현 : 책임감 있는 인재
2. 일상에 스며드는 친환경 활동 : 5R(필요하지 않는 것 거절하기, 줄이기, 재사용하기, 재활용하기, 생분해용품 사용하기)
3. 지속적인 소통을 통한 이해관계자와의 공감 형성 : 시민과 소통하는 커뮤니티 인재
4. 지속가능한 사회를 위한 문화다양성 확대 : 인권과 자유를 존중하는 인재

SWOT 분석

<p>Strengths(강점) 부평구 시민들, 더불어 인천의 시민들을 위한 문화 향유를 다가가기 쉽게 만들 수 있다. 국가 기관이라 위험 부담이 있는 논쟁 거리는 제외된 채 문화를 향유할 수 있다.</p>	<p>Weaknesses(약점) 작가나 문화예술기획자의 신분의 관점으로 보면, 국가 기관인 만큼 행정적인 부분에 있어 골치를 겪을 수 있다.</p>
<p>Opportunities(기회) 부평구 문화재단은 인천 중에서도 가장 발달된 문화기관이고, 앞으로 더욱 성장할 가치가 있다.</p>	<p>Threats(위협) 부평구만의 특별한 문화 향유 요소들을 더욱 만들어내야 할 것이다.</p>

부평구 문화재단

부평구 문화재단은 2006년에 출범한 지역 문화재단 중 하나이며 부평구민들을 대상으로 문화와 관련된 다양한 사업을 펼쳐오고 있다. 부평아트센터를 중심으로 부평구립도서관 6개관, 부평구청소년수련관, 부평구청소년성문화센터와 함께 운영되고 있다. 더불어 공연과 전시, 예술교육 등 구민들을 위한 다양한 프로그램을 운영하며 지역사회의 문화예술을 널리 알리고 부평구민의 문화와 여가를 풍부하게 만들고 있다.¹⁰⁾

비전은 “문화적 삶과 창조적 생태계를 함께 가꾸는 열린 소통광장”이다. 핵심가치는 문화감수성, 역동성, 공감성을 기준으로 하고 있다. 구민 관점에서는 문화로 인한 활력을 받고, 지역 관점에서는 예술로 발전하는 지역, 재단 관점에서는 소통으로 융합하는 재단으로 명시되어있다. 특히 재단에서는 주민이 주도하여 만드는 문화를 조성하고, 문화로 인한 논란의 여지가 있더라도 열린 마음으로 들어야 하며, 신뢰를 기반으로 공공 경영을 할 수 있는 가치를 확보해야한다는 점이다.

조직은 이사장, 그리고 아래에 대표이사과 이사회가 존재한다. 부서는 기획경영본부, 문화사업본부, 도서관본부, 문화도시센터가 나열되어있다. 부평구에는 도서관들을 문화재단에서 관리하는 특징이 있어 특별히 도서관본부 부서가 위치해 있다. 위탁기관은 청소년수련관, 청소년성문화센터, 부평상권 르네상스 센터가 존재한다.

부평 아트센터

부평 아트센터는 부평구 문화재단에서 관리하는 기관 중 하나로, 인천의 대표적인 복합 문화 공간으로 자리잡고 있다.¹¹⁾

문화예술인의 활동 공간 및 지역민들을 위한 문화기반시설을 확충하고, 풍요로운 문화부평의 발전 기틀을 마련하고자 인천광역시와 부평구청이 출연한 문화공간이다. 지하 2층부터 옥상 공연장까지 마련되어있으며 주로 극장, 밴드, 식당까지 여가생활을 풍요롭게 즐길 수 있는 장소들이 설치되어있다. 특히 옥상에 위치한 ‘별누리 야외 옥상 공연장’은 100~120명이 이용 가능한 공연장으로 파라솔, 돛자리, 인조잔디 등 공연에 맞게 객석을 운영할 수

10) 문화도시부평, 재단소개, <https://www.bpcf.or.kr/bpcf/main/contents.do?menuNo=200073>, (최종접속 2023.10.31.),

11) 문화도시부평, 부평아트센터, <https://www.bpcf.or.kr/bpcf/main/contents.do?menuNo=200140>, (최종접속 2023.10.31.).

있도록 되어있다. 주요 활용용도는 야외 옥상 공연장, 소규모 콘서트, 퍼포먼스, 낭독회 등으로 활용하고 있다.

공감 스페이스

공감 스페이스는 부평구 문화재단 생활문화사업 중 하나로, 부평생활문화센터의 공간대관료를 지원해주고 선정된 단체는 월별로 활동결과보고서를 제출하는 형식의 사업이다. 연습과 발표를 위한 공간을 제공해주으로써, 생활문화동호회 활동이 안정화되고 자생력이 강화할 수 있다. 그리고 부평생활문화센터의 인지도를 높여주고 활동 거점화를 시킬 수 있으며, 생활문화센터 안정화 및 참여단체 활동을 통한 문화사업을 확대한다.¹²⁾

부평구립풍물단

부평구립풍물단은 지난 2007년 창단하여 지역 전통예술 계승 및 다양한 공연과 교육 봉사 활동을 실천하며 부평을 대표하는 풍물단체로 자리 잡고 있다.¹³⁾

지역 문화행사를 비롯한 국내외 다양한 초청공연과 인천부평풍물대축제 공연을 펼치며 전통음악 풍물 대중화와 ‘풍물도시 부평’을 알리는 문화사절단으로 활발하게 활동하고 있다. 부평풍물대축제는 인천 지역의 대표적인 전통문화 축제 중 하나이며 부평구에서 지난 300여년간 전승되어온 ‘부평 농악’을 기념하고 발전시키기 위해 시작되었다. 부평 농악은 대한민국에서 보존 활동이 가장 활발하게 이루어지고 있다. 예비 문화관광축제로 지정되었으며 2023년 9월에도 성공적으로 축제를 마무리하였다.

2) 인천문화재단

인천문화재단은 대한민국 인천광역시에 위치한 문화예술을 지원하고 발전시키는 비영리 공공기관이다. 2004년에 설립된 인천문화재단의 주요 목표는 지역 문화예술의 창조적 발전과 다양한 예술 분야의 지원을 통해 인천시의 문화적 가치를 높이는 것이다. 이를 위해 인천문화재단에서는 다양한 예술 프로그램과 행사를 기획하고 주관하여 지역 주민과 예술가들에게 문화예술 활동의 기회를 제공한다. 또한 문화예술 단체와 협력을 이루어 전문적인 지원을 제공하며 예술가와 청년들의 창작활동을 지원하기도 한다.

인천문화재단의 핵심 고객은 인천시에 거주하는 시민을 포함한 지역 주민이다. 시민들은 인천문화재단이 제공하는 다양한 문화예술 프로그램과 행사, 교육 등을 통해 문화적인 가치를 경험할 수 있다.

경영전략체계

인천문화재단의 경영전략체계를 살펴보자면, 미션으로는 ‘예술과 문화가 생동하는 열린 도시 인천’이 있고 비전으로는 ‘문화자치를 촉진하는 협력 플랫폼’이 있다. 전략목표로는 ‘예술 지원의 안정화와 다양성 기반 지원체계 구축’, ‘시민문화활동 활성화와 문화자원 활용 다각

12) 문화도시부평, 생활문화사업소개, <https://www.bpcf.or.kr/bpcf/main/contents.do?menuNo=200126>, (최종접속 2023.10.31.).

13) 문화도시부평, 부평구립풍물단, <https://www.bpcf.or.kr/bpcf/main/contents.do?menuNo=200111>, (최종접속 2023.10.31.).

화’, ‘지속가능성 기반 문화역량 확보’, ‘미래대응 경영 실현’이 있으며 해당 목표를 이루기 위해서 예술인 지원 확대와 복지 확대 데이터 기반 구축 및 정책네트워크 확대와 나아가 협력과 상생 가치 실현을 노력하고 있다.

인천문화재단은 창립 20주년을 맞아 새로운 기관 상징을 개발하였다. 심볼 마크는 ‘문화예술의 다양성이 공존하는 도시. 인천’이라는 뜻이 담겨 있으며, 인천문화재단의 한글 초성인 ‘ㅇㅈㅏㅎㅈㅅㅅ’을 넣어 표현하였다. 초성 사이의 4가지 색은 ‘문화예술의 다양성’을 의미한다.

그림 4 인천문화재단 기관 상징



*출처: 인천문화재단 홈페이지, https://ifac.or.kr/IFACBBS/page.php?hid=Ifac_fi2303

심볼에서도 다양성을 강조하였듯이 인천문화재단은 다양한 사업에 힘쓰고 있다. 2022년의 ‘2022 인천시민문화대학 문화시민 아카데미’를 통해 문화다양성을 이해하고 실천하며 평화로운 공존 관계를 모색할 수 있는 시간을 갖을 수 있도록 하였다.¹⁴⁾

또한 문화다양성의 날을 기념하며 인천 관내 기초문화재단(남동구, 부평구, 중구, 연수구)과 연합하여 ‘문화다양성 ESG 캠페인 <우리 사이 거리는 제로 사이다>’를 개최하였다. 해당 캠페인에서는 다문화가정, 장애인 등을 대상으로 한 업사이클링, 문화다양성 등 ESG와 관련한 주제의 문화예술교육 프로그램이 이루어졌다.¹⁵⁾

14) 인천문화재단, 2022, ‘인천시민 문화다양성 한걸음’, 인천문화재단, https://ifac.or.kr/IFACBBS/board.php?bo_table=Ifacbbs_bg6301&wr_id=118

15) 경인매일, 김정호, 2023, ‘인천문화재단, 문화다양성의 날 맞이 우리 사이 거리는 제로 사이다 캠페인 진행’, <https://www.kmaeil.com/news/articleView.html?idxno=399026>

그림 5 인천문화재단 조직도 및 부서안내



*출처: 인천문화재단 홈페이지 https://ifac.or.kr/IFACBBS/page.php?hid=Ifac_fi4904

하나의 조직을 분석할 때 조직도의 모양을 보면 큰 도움이 된다는 이야기가 있다. 인천문화재단의 조직도를 보면 4개의 부서와 12개의 팀이 있는 규모가 있는 조직임이 확인 가능하다. 예술지원본부에서는 인천의 예술인과 청년을 위한 사업을 진행하고 있으며, 가장 큰 부서인 지역문화본부에서는 인천의 특징이라고 할 수 있는 섬마을 조사 및 지원과 유아부터 노인까지 문화예술교육을 받을 수 있도록 지원하고 있다. 상기한 인천문화재단의 미션과 비전을 위해 나누어진 조직도라는 것이 단번에 들어온다.

채용

현재 인천문화재단에서는 2023 제1차 공개 채용이 진행되었다. 해당 게시글을 기준으로 인천문화재단에서는 3단계의 절차를 가지고 있으며, 서류전형-실무면접-최종면접 순으로 블라인드 채용이 진행된다. 지원 자격은 크게 까다롭지 않으며 취업지원대상에게 가산점을 부여하는 제도를 활용하고 있는 것을 알 수 있다.¹⁶⁾ 지원 시 필수적으로 요구되는 학력이나 자격증은 없으나, 인천은 한국의 문호개방 이래 이주의 중심지였으며 한국 최초로 이민이 시작된 도시라는 특성상, 새로운 문화를 받아들임에 있어 부담감이 없고 모든 시민이 누릴 수 있는 창의적인 문화예술을 제공하려는 마음가짐을 가진 사람이라면 좋을 것이다.

16) 인천문화재단, 2023, ‘2023년 인천문화재단 제1차 공개 채용 공고 (기간제)’, 인천문화재단, http://www.ifac.or.kr/IFACBBS/board.php?bo_table=Ifacbbs_oc4601&wr_id=3706&sca=%EC%B1%84%EC%9A%A9%EA%B3%B5%EA%B3%A0

시작공간 일부

더욱 흥미로운 점은 인천문화재단 안에서도 인천문화유산센터가 따로 자리하고 있다는 것이다. 인천문화유산센터는 생활문화유산을 조사하고 아카이브를 구축하며, 인천의 섬 생활사를 집필하는 등의 업무를 한다. 지역에 대한 역사를 조사하고 자료를 수집함으로써 인천의 역사를 정리한다. 2021년에는 인천문화유산센터와 인천광역시시립박물관이 1년에 걸쳐 볼음도의 역사와 산업, 생활, 문화유적, 설화 등을 조사했다고 한다.¹⁷⁾ 구술담 연대개 생활사 기록이 이루어지는 곳은 작은 지역이나 역사적으로 기록할 흔적이 많은 곳이다. 내가 만일 생활사 기록을 하는 사람이 된다면 그 기록하는 과정을 통해 개인과 집단의 정체성을 형성하고 그를 통해 자부심을 가질 수 있도록 노력하고 싶다. 익숙하기만 했던 관습을 글로 기록함으로써 자아를 인식하고 그것을 외부로 공유하는 기회를 제공하는 것이다.

마지막으로 인천문화재단은 ESG(Environment, Social, Governance) 경영을 선포하여 안전하고 지속가능한 문화예술환경을 위한 사업을 도모하고 있다. 경영 실현을 위해 환경친화 경영과 연계사업을 통한 문화예술환경 보전을 실천하고, 안전하고 공정한 예술생태계 구현을 위해 사회적 책임을 다하고 있다.¹⁸⁾

3) 다운크리에이티브

직무분석

과거 작가 중심의 분업화가 주였지만 최근 웹툰 시장이 커지고 미디어 시장과 독자들로부터 더 높은 수준의 웹툰이 요구되고있어 이에 따라 기획, 스토리, 콘티, 배경, 캐릭터, 배경 등 분업화되고있다. 분업화된 제작 시스템으로 새로 추가된 직종이 바로 웹툰 PD이다. 웹툰 PD의 업무도 다양하게 나뉜다. 하나는 웹툰 타이틀 제작을 위한 시장분석에 의한 고객층 발굴, 콘셉트 설정, 주요 주제 및 캐릭터 설정, 작가 확보 및 일정 예산 관리 등 제작과 관련과 관련된 일을 하는 PD, 웹툰 타이틀의 매출, 유통, 수출, 마케팅, OTT 등 매출 관리를 하는 PD 등 그밖에 서비스, 마케팅 다양한 분야의 웹툰 PD가 있다. 플랫폼 회사와 웹툰 제작 회사의 웹툰 PD로써의 차이도 존재한다.¹⁹⁾ 웹툰 제작 회사는 제작과 관련된 웹툰PD를 고용하고 플랫폼 회사는 관리 및 운영, 마케팅을 담당하는 웹툰PD를 고용한다. 웹툰PD의 업무 영역은 크게 기획과 진행 두 가지로 분화한 형태이다. 첫 번째는 제작을 위한 기초 기획을 하고 콘텐츠에 대한 방향성을 설정하는 기획 부분 업무이다. 두번째는 분업화된 웹툰 제작에 적게는 3명에서 많게는 6명이 참여하게 되는데 작가 섭외 및 각 분야별 작가들의 퀄리티, 제작 일정, 작가간 의견 조율을 담당하는 제작 진행 업무이다. 웹툰PD는 특히 세심한 관리와 이해가 필수적이며 돌발 상황 발생 시 신속하게 대처할 수 있는 능력을 필요로 한다.²⁰⁾

17) 인천문화재단, 2022, '2021년 볼음도 보고서', 인천문화재단, https://ifac.or.kr/IFACBBS/board.php?bo_table=Ifacbbs_dw8702&wr_id=57

18) 인천문화재단 Culture-ESG경영선언, https://ifac.or.kr/IFACBBS/page.php?hid=Ifac_ESG

19) 송순규, 만화규장각, 2022, '웹툰PD 역할과 비전', <https://www.kmas.or.kr/webzine/column/2022080007>

20) 서범강, 월간서범강, 2023, '웹툰 PD가 되고 싶은 이들을 위한 가이드', <https://www.seobumgang.com/18/?q=YT0xOntzOjEyOjJrZXI3b3JkX3R5cGUiO3M6MzoiYWxsIjt9&bmode=view&idx=14995914&t=board>



웹툰 PD란?

다양한 직종 중에서도 웹툰 PD에 대해 설명해보고자 한다. 웹툰 PD란 웹툰작품을 총괄하는 PD로서 작품기획부터 작가 섭외, 작품선정, 작품과 작가 관리, 작품판매와 홍보, 저작권 관리와 해외 수출입 및 거래처 관리 등의 업무가 있다.

요즘은 웹소설을 웹툰으로 재탄생시키는 것이 유행이기 때문에 ‘웹소설 웹툰화 작업’에 대해 설명하고자 한다. 웹소설 웹툰화 작업하는 방법은 작가의 작품을 참신함, 대중성, 상업성을 검토한 뒤 작품을 만드는 기획단계를 거친다. 작가의 샘플 원고와 시놉시스를 보고 독자가 좋아할 작품을 골라 더 나아지게 할 부분을 찾아 고치고 살을 붙여 작품을 만든다. 때로는 웹툰 PD가 먼저 작품을 기획해 작가에게 연재를 제안하기도 한다.

작품제작 전반으로 각종 웹소설 플랫폼에서 독자가 좋아한 작가의 작품을 웹툰화하기 위한 계약을 한다. 그 뒤 작가 구인을 위해 작품에 어울릴 만한 작화실력을 가진 SNS에서 활동하는 아마추어 작가나 프로 작가와 계약하여 웹툰을 만든다. 그 후 작품을 완성하기 위해 서포트하는 일을 한다.

다운크리에이티브

다운크리에이티브란 대한민국의 카카오엔터테인먼트의 계열사로 웹툰 스튜디오, 웹소설 출판사이며 유명 웹소설의 웹툰화, 웹소설 매니지먼트를 진행하고 있다. 자체 웹툰을 제작하는 다운 스튜디오를 가지고 있다.²¹⁾

다운크리에이티브 SWOT 분석

<p>Strengths(강점) 카카오엔터테인먼트의 자회사여서 카카오페이지나 카카오편에 쉽게 진입할 수 있으며 인기 웹툰들을 연재 중이다.</p>  <p>주요 연혁</p> <ul style="list-style-type: none"> 14.8월 회사 설립 17.3월 업스일 분야 확장 19.3월 Kakao 게임 편입 20년 매출 100억원! 21년 매출 200억원! 영업이익 50억원! 	<p>Weaknesses(약점) 인기 작품들이 많아 굿즈를 내거나 팝업 스토어를 여는 과정에서 회사와 작가, 독자 간의 마찰이 있을 수 있음, 카카오엔터테인먼트의 압박이 있을 수 있음</p>
<p>Opportunities(기회) 매출이 지속적으로 성장하고 해외에도 계속 수출하고 있어 희망적으로 평가할 수 있었음</p>	<p>Threats(위협) 코로나19가 완화됨으로 인해 웹툰업계에 빙하기가 찾아옴</p>

다운크리에이티브가 원하는 자질

콘텐츠에 대한 애정과 표현할 수 있는 글쓰기 능력이 필요하다 제대로 된 글이 아니면 면접을 볼 수 있는 기회를 잃을 정도로 글쓰기 능력은 무척 중요하다고 볼 수 있다. 자신이 얼마나 웹툰에 관심이 있고 열정적인지 어필하는 것이 중요하다.

스킬과 우대사항 등 회사가 원하는 PD의 역량은 다 다르다. 그중 다운크리에이티브는 Photoshop, CLIPSTUDIO 스킬을 필수적으로 쓸 수 있는 사람을 뽑는다고 하며 컴퓨터활용 능력 우수자와 유관업무 경력자를 우대한다.²²⁾

4) 스마일게이트

스마일게이트는 2002년 설립되었으며 세계 1위 온라인 FPS(First-person shooter) 게임인 ‘크로스파이어’를 개발한 글로벌 게임 회사다. 크로스파이어를 통해 축적한 게임 개발 역량과 서비스 노하우를 기반으로 FPS, MMORPG(Massively Multiplayer Online Role-Playing Game), 대전 액션을 아우르는 다양한 장르의 온라인 게임을 개발하고 있다. 개발에서 시작한 사업 영역을 핵심 연계 사업인 퍼블리싱과 투자로 확장하면서 미국, 중국, 동남아 등의 해외 거점을 마련하는 등 글로벌 기업으로 성장하고 있다.

인재상

명확한 이해를 기반으로 열정과 사명감을 갖고, 가시적인 성과를 창출해내는 인재

22) 다운크리에이티브 홈페이지, <https://daoncreative.co.kr/> (최종접속 2023. 10. 31)

▶열정(Passion) 일에 대한 순수한 애정을 기반으로 어려움이 발생하더라도, 끝까지 포기하지 않고 지속적으로 노력해 목표를 능동적으로 달성하려는 태도
▶사명감(Commitment) 자신의 역할과 의무를 성실하게 수행하는 것에 보람을 느끼며, 끝까지 책임을 지려는 태도
▶이해(Understanding) 경청을 기반으로 소통, 공유를 통해 그룹의 Mega Value 및 업무의 가치, 과제를 명확히 이해하는 것
▶가시적인 성과 명확한 이해, 열정과 사명감을 바탕으로 창출되는 가시적인 결과, 즉 성과로 증명하는 것

최신 트렌드

[GDC 2023에서 크로스파이어: 시에라 스쿼드 공개]

스마일게이트는 글로벌 게임 개발자 컨퍼런스인 GDC 2023에서 VR게임 ‘크로스파이어: 시에라 스쿼드’를 시연했다. 스마일게이트는 에픽게임즈 부스에서 게임 시연을 진행했다. 시에라 스쿼드는 전 세계 10억 명 이상이 플레이한 대한민국 대표 IP 크로스파이어를 VR로 확장하는 첫 시도다. 소니가 플레이스테이션5에 새롭게 탑재하는 PS VR2의 기능을 활용했다. 4K HDR(High Dynamic Range) 고해상도 그래픽을 지원하며 헤드셋 진동, 아이 트래킹 등 실감 기술이 적용됐다. 이곳에서 호평을 받은 시에라 스쿼드는 2023년 여름 출시 예정이다.

[자체등급분류사업자 자격 재획득]

2022년 12월 사업자 자격을 보유한 스마일게이트 스토브가 스마일게이트홀딩스에 통합되면서 사업자 자격을 철회했지만, 2023년 3월 8일 자체등급분류사업자 자격을 다시 획득했다. 이를 통해 더욱 다양한 인디 게임이 국내에 서비스될 수 있는 환경을 조성했다. 출시를 목적으로 개발 중인 창작자는 물론 가볍게 게임을 개발하는 예비 창작자들이 쉽게 게임을 등록하고 공개할 수 있는 환경을 마련한다. 인디 게임 창작자들이 더 쉽게 등급 심사를 요청할 수 있도록 안내하고, 현행법상 게임물 관리위원회 심사가 필요한 청소년 이용 불가 등급 게임 출시를 원하는 개발사에 대해서도 게임물관리위원회 심사에 대한 심의를 계속해서 지원한다.

[크로스파이어 e스포츠대회, CFS 2023 대회 로드맵 공개]

2013년 처음 개최한 CFS는 올해 10주년을 맞은 글로벌 e스포츠대회다. CFS는 기존에 개최한 대회의 규모를 늘리고 새로운 대회를 추가해 CFS 브랜드를 강화할 계획이다. 현재 3개 권역에서 진행 중인 프로 리그 명칭을 CFWL, 브라질 프로리그는 CFBL, 베트남 프로리그는 CFVL로 변경했다. 4년 만에 국제 대회에 복귀한 필리핀 팀들이 국제 대회 참가 자격을 공식적으로 얻을 수 있는 CFS PH 마스터즈를 신설하고, 아시아권 팀들의 교류와 경합을 위한 신규 온라인 대회 CFS APAC 시리즈를 신설했다. CFS 인비테이셔널 온라인은 연 2회로 늘리고 상금도 대폭 올렸다.

재무제표 분석

그림 8 스마일게이트 매출액/영업이익



그림 9 스마일게이트 재무제표 분석

스마일게이트, 재무제표 분석

포괄손익계산서 요약본 [단위: 억 원]			
항목	2019	2020	2021
총 매출액	5,185	5,634	6,097
영업이익(손실)	3,581	4,256	4,018
수익성 지표 [단위: %]			
영업이익률	69.07	75.55	65.89
재무상태표 요약본 [단위: 억 원]			
자산 총계	6,945	9,359	9,212
부채 총계	2,290	3,039	5,299
자본 총계	4,654	6,320	3,913

스마일게이트엔터테인먼트는 2019년 매출액 5,185억 원, 영업이익 3,581억 원을 기록했다. 2020년에는 매출액 5,634억 원, 영업이익 4,256억 원을 달성했고, 2021년에는 매출액 6,097억 원과 영업이익 4,018억 원을 기록했다. 영업이익률은 3년 연속 65% 이상을 기록했는데, 코로나 팬데믹이 심했던 2020년 영업이익률이 75.55%로 사상 최대를 기록했다.

스마일게이트그룹은 지주회사 스마일게이트홀딩스 아래에 스마일게이트엔터테인먼트, 스마일게이트메가포트 등의 계열사가 있는 형태로, 매출의 90% 이상은 콘텐츠의 직접 수출과 글로벌 현지 서비스를 통해 이뤄지고 있다. 그간 스마일게이트는 크로스파이어의 인기에 힘입어 높은 매출 성장세와 영업이익을 유지해왔다. 크로스파이어는 중국을 비롯해 베트남, 필리핀, 브라질 등 글로벌 시장에서의 꾸준한 인기에 힘입어 안정적인 매출을 올리며 실적을 뒷받침했다. 2022년 12월 산업통상자원부가 주관하는 무역의 날 59주년 행사에서 7억 달러(약 9,200억 원) 수출의 탑 명단에 이름을 올렸다. 스마일게이트엔터테인먼트는 중국 현지화 전략으로 크로스파이어를 성공시켰다. 크로스파이어는 2020년 기준 전 세계 80개국 서비스, 글로벌 10억 명의 이용자, 동시 접속자 수 800만 명, 누적 매출 118억 달러(2020년 기준) 등의 주된 성과를 기록했다.

스마일게이트는 크로스파이어 IP(Intellectual Property, 지식재산권) 다각화를 적극 전개하는 동시에 신규 PC 온라인 및 모바일 게임 라인업을 확대했다. 스마일게이트는 게임회사를 넘어 AI, 버추얼 아티스트 등 다양한 첨단 산업에 도전하며 엔터테인먼트와 IP 명가로 입지를 다지고 있다. 최근 중국이 한한령을 해제하는 신호를 보내고 있다. 국내 게임사들의 게임에 판호(중국의 게임 서비스 허가권)를 꾸준히 발급하고 있는데, 여기에 스마일게이트의 로스쿠아크, 에픽세븐이 포함돼 있다. 버추얼 아티스트 한유아는 비게임·신사업 부문에서 가장 주력하고 있는 사업이다. 한유아는 2022년 4월 싱글 앨범을 발매하며 가수로 데뷔했다. 11월에는 두 번째 싱글 앨범 ‘너의 외로움이 날 부를 때’(When Your Loneliness Calls Me)를 발매하고 음원 순위 35위를 차지했다. 또 2023년 3월 미국 샌프란시스코에서 열린 GDC 2023에서 가상현실(VR) 게임 ‘크로스파이어: 시에라 스쿼드’를 공개했다.

스마일게이트 SWOT 분석

<p>Strengths(강점)</p> <p>튼튼한 캐시카우, 자체 IP 사업 다각화를 추진, 자사 게임을 소재로 한 드라마를 제작(중국 텐센트 조회수 20억 건), OST 오케스트라 공연 등 엔터테인먼트 사업 확장</p>	<p>Weaknesses(약점)</p> <p>봇 계정 문제로 인한 로스트아크 하락세 동시 접속자 수가 계속해서 무너지고 있음</p>
<p>Opportunities(기회)</p> <p>중국 판호 개방 2022년 문화예술진흥법 개정으로 문화예술로 인정받는 장르가 되어 부정적 인식 해소 가능</p>	<p>Threats(위협)</p> <p>게임산업법 개정에 따른 정부 규제 강화 MMORPG 대다수의 수익이었던 확률형 아이템에 자율 등급 분류 시행</p>

5. JRC 문화기획팀 스터디(책, 전시)와 축제기획안 만들어보기

1) JRC 문화기획팀 스터디

JRC 문화기획팀에서는 산업구조 및 기업 조사에 더불어 문화기획에 대한 생각을 확장하고 배우기 위해 책을 선정하여 함께 읽어보고 스터디하는 시간을 매주 가졌다. 회의를 통해 정해진 책은 김경섭의 『(문화예술 프로그램 기획과 개발자를 위한)문화예술콘텐츠기획』이었다.

책은 문화예술콘텐츠기획을 시작할 때 기본이 되는 입문서로, 나이별, 성별에 따른 문화예술콘텐츠를 기획할 때 중요시 해야 하는 부분에 대해서 말하고 있었다. JRC 팀에서는 해당 내용을 읽고 발제하여 노선을 통해 생각을 공유하였다. 얼마 전까지 뜨거운 감자로 떠올랐던 <인어공주> 실사화를 이야기하며 예술과 ‘정치적 올바름’에 대해 토론을 하거나 한국과 외국의 다문화정책에 어떤 차이가 있으며, 우리는 무엇을 지향해야 하는지 이야기할 수 있었다.

또한 송도 트라이보울에 방문하여 ‘황해를 향해하는 자 : 12개의 통로’를 함께 감상하고 배운 것을 바탕으로 기획에서 중요하게 생각해야 하는 점이 무엇인지를 사색할 수 있었다.

해당 스터디 내용은 아래의 QR 코드에서 자세히 확인할 수 있다.



2) JRC 문화기획팀, 축제기획안 만들어보기

JRC 문화기획팀에서는 인천 내에서 기획할 수 있는 것을 고민하던 중 다문화축제를 기획하고자 하였다. 이주민과 원주민 간 벌어져 있던 일상의 간극을 좁히고 소통의 장을 기획하는 것에서 출발하여 참여자들의 연대를 끌어내고자 하였다.

[축제 기획안 요약]

지도를 넘어 하나가 되는 다문화축제

1일차

[주행사]

-다문화 퍼레이드

-지역 주민이 들려주는 다문화공생 이야기 (사전접수 후 무대 사용)

2일차

-각국 전통 무대 행사

-청소년 백일장 (표어, 그림, 시, 소설) / 초중고로 나누어 진행

공통

[부대행사]

-브루마블 챌린지 : 행사 참여 국가의 문화 체험 (개인, 팀으로 진행 가능), 상품 지급

-플리마켓 : 각국의 특색을 지닌 상품을 판매하는 거리 상점

-버스킹 공연 : 버스킹 ZONE 마련, 각국의 노래와 춤을 공연

-다문화 공생 강연

-다문화 깃발 만들기 (만 12세 이하의 어린이까지 참여 가능)

[제안 배경]

우리나라는 2007년부터 UN이 인정한 수민국으로 분류되었다. 실제로 다양한 이유를 가진 이주민이 계속해서 증가하여 2022년에는 국내 외국인 비율이 3.2%(15세 이상 외국인 130만 2000명)이며 다문화 학생 수가 16.9만명에 달하며²³⁾ 대한민국은 명백한 다문화사회로 진입하였다. 그 과정에서 타국의 문화와 생활양식, 종교와 음식 또한 하나의 일상으로 자리를 잡았다. 그러나 이러한 상황에서도 불구하고 이주민에 대한 차별과 이중적인 잣대는 여전히 우리나라 사회에서 사라지지 않고 있다. 최근까지도 흥행하는 영화에서는 이주민 혹은 재외동포를 부정적인 이미지로 일반화하는 자극적인 요소를 담은 이야기가 나오기도 한다. 그러나 그들의 삶은 영화처럼 잠깐 소비되고 사라질 것이 아니다. 이주민과 원주민 사이의 제노포비아(외국인 혐오)가 심한 이유로 ‘혈통주의’를 꼽는다. 한국은 단군의 한민족이라는 종족 정체성을 공유하는 방식으로 빠르게 산업화를 이루었다. 때문에 외국인은 ‘우리’라는 테두리에 포함되지 못하고 배제하는 문화가 조성되었다는 것이다. 이는 자신의 자리를 박탈당할 수도 있다는 두려움에서 기인한다.²⁴⁾ 그리고 다른 한 가지로는 서로 간의 낮은 이해도 때문일 것이라 추측할 수 있다. 문화가 발생한 역사와 그들의 뿌리를 전혀 이해하지 못한 상태로 남아 서로를 배척하고 위협의 존재라고 생각하게 되는 것이다.

이러한 복합적인 원인을 해결하기 위해서, 이주민들과 원주민들의 소통을 원활하게 하면서도 이들이 대한민국 내에서 사회 일원으로 자리 잡게 할 수 있는 방법으로 축제가 부상하게 된다.

현대사회에 접어들며 지역과 문화의 접목에 관심이 급증하고 있다. 문화가 창출하는 가

치는 어느 때보다 큰 영향력을 발휘하며, 지역 활성화와 지역 이미지 창출에 있어 핵심적인 역할을 하기 때문이다. 나아가 다문화 축제는 지역 내의 이주민과 원주민이 가볍게 접촉하고 서로를 알아갈 수 있는 장이 된다. 특히 축제가 가진 ‘소통’이라는 속성은 사회 구성원들의 통합을 촉진시킬 수 있을 것이다.

[축제 기획안]

1. 다문화 퍼레이드, 각국 전통 무대 행사

상기하였듯 대한민국 내에 퍼져있는 ‘제노포비아’는 혈통주의와 더불어 외국인에 대한 이해 부족으로 인한 배제이다. 그로 인해 해당 축제에서는 소통을 원활하게 하면서도 각자가 가진 민족의 뿌리와 문화를 이해하게 하는 것에 중심을 둘 필요가 있다.

장소를 활용한 축제는 숙한 주민의 이해와 관심을 바탕으로 능동적으로 참여하는 정치적 행위이자, 단순히 경제적인 이해관계와 권력관계의 불이익에 저항하는 것을 넘어 스스로 힘을 주는 혁신으로 간주한다. 다양한 방식으로 장소를 창출, 점유, 변형하는 장소만들기는 특정한 목적을 가지고 행해지는 정치적 활동이며, 행위 주체성과도 긴밀하게 연결된다.²⁵⁾ 때문에 다문화 축제에 있어서 그 국가의 정체성을 담은 퍼레이드와 전통 행사는 빼놓을 수 없다. 타인의 뿌리를 아는 것을 통해 원주민들의 문화수용성에 긍정적인 영향을 주고 이해도를 높이며 이주민으로 하여금 자아를 재정립하고 심리적 안정을 줄 수 있다. 또한 사람들 간의 연대를 꾀함으로써 지역 내의 긍정적인 영향을 불러올 수 있을 것이다.

이전 행사가 무대를 사용하여 참여자와 관람자를 경계로 나누는 형식을 지니고 있었다면, 해당 무대는 관객 역시 함께 참여할 수 있는 ‘이머시브’를 준비하여 문화 간의 벽을 허물어 볼 수도 있을 것이다. 관객 역시 공연에 직접 참여한다는 의식을 가짐으로써 능동적으로 축제에 개입할 수 있는 분위기를 만들어 간다는 장점이 있다.²⁶⁾

2. 지역 주민이 들려주는 다문화 공생 이야기

다문화 축제는 문화의 다양성을 인정하고 사회적인 조화를 증진하는 자리이다. 축제에서 원주민은 자신의 문화에서 벗어나 각 국가의 문화적 체험을 할 수 있으며, 원주민과 이주민의 이해관계를 증진하고 차별을 감소시키는 기능을 할 수 있다.

언제부터인가 다문화정책을 이야기할 때 타국의 문화와 대한민국의 문화를 접목시키는 것이 아니라 외국인의 ‘한국화’를 요하게 되었다. 다문화교실에서는 한국어를 가르치고, 한국식 습관을 가르친다. 그러나 진정한 다문화는 우리의 문화와 그들의 문화가 함께하는 과정에서 시작된다고 할 수 있을 것이다.

해당 프로그램을 통해서 지역에서 함께 살고 있는 지역 주민이 직접 자신이 겪은 경험을 이야기하며 주민들과의 기억을 통해 공동체 의식을 되새기고, 청취자는 공동체가 연대하는 경험을 나누면서 자신 역시 그 안에 소속되어 있다는 자부심과 책임감을 느끼게 할 수 있을 것이다.

3. 청소년 백일장

문화를 통한 변화는 오랜 시간, 많은 노력을 필요로 하는 작업이다. 또한 이미 자신의

문화를 깊이 가지고 있는 기성세대에서 큰 변화를 도모하는 것은 굉장히 어렵다고 할 수 있다.

이러한 점을 바탕으로 청소년 백일장을 꾸준히 개최하여 청소년들이 직접 다문화에 대해 고찰하고 사유하게 함으로써 다문화에 대한 지식을 쌓고 일상을 변화시키는 터닝포인트로 만들 수 있을 것이다. 시, 소설, 표어, 그림으로 구분하고 이를 다시 초, 중, 고등 학생으로 나누어 시상하여 대회에 대한 열정을 고취시킬 수 있다.

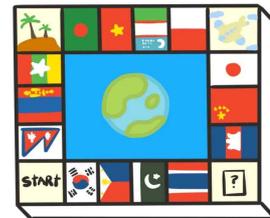
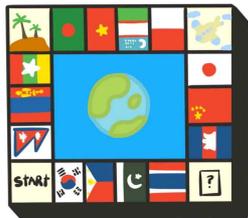
4. 브루마블 챌린지

‘지도를 넘어 하나가 되는 다문화축제’에서 획을 긋는 챌린지이다. 해당 챌린지는 참가 국가의 지도를 브루마블 판으로 제작하여 책자로 나누어주고, 시작 지점에서 주사위를 굴려 나오는 국가의 부스에서 문화를 체험하는 경험을 할 수 있다. 체험 문화로는 식문화(음식의 종류, 식사 방식의 차이, 식사 예절 등), 의복, 종교, 역사, 주거 공간(부스의 형태를 가옥과 비슷하게 설치할 수 있음) 등 다양한 카테고리가 있으며, 각국에서 중요하게 여겨지는 가치를 체험할 수 있도록 한다. 세계여행을 마칠 즈음에는 지도를 넘어 하나가 되는 다문화를 만날 수 있을 것이다.

체험은 기본적으로 개인으로 진행하나, 매칭을 원할 경우, 원주민과 이주민이 한 팀이 되어 체험할 수 있게 자리를 마련할 것이다. 팀 선정은 뽑기 등 무작위 선정을 통해 정해진다.

그림 11 브루마블 챌린지 지도

그림 12 브루마블 챌린지 지도 상세



5. 다문화 공생 강연

사회가 보다 다양한 문화를 받아들이고 변화해나가기 위해서는 그에 맞는 교육이 필요하다. 그 교육의 일환으로 축제 기간 동안 세미나를 준비하여 다문화정책에 대해 이야기하고 상호 간 연계를 통해 지역이 주민에게 제공할 수 있는 것은 무엇인지 심도 있는 논의가 이루어질 수 있어야 할 것이다.

6. 다문화 깃발 만들기

이 프로그램은 만 12세 이하의 유소년들을 중심으로 진행된다. 축제에 참여하는 유소년들은 축제 행사장 내에 만들어진 깃발 만들기 부스에서 자신이 원하는 국기, 도형, 인물,

그림 등을 그리고 이를 틀에 끼워 넣어 마지막에는 하나의 큰 그림이 될 수 있도록 할 것이다. 이를 통해 각자 다른 특색을 가진 그림이 하나의 작품이 되는 것을 바라보면서 아이들은 ‘다문화’를 시각적으로 느낄 수 있게 될 것이다.

6. 활동 후 느낀점

-김X서

우리팀은 문화기획이라는 큰 카테고리 안에서도 서로 다른 목표를 가지고 있다. 때문에 동일한 하나를 볼 때에도 다양한 시선으로 생각을 나눌 수 있었다. 도서 스터디, 공모전 준비, 작품에 대한 이야기 등 각자의 생각을 담은 활동을 진행하며 단순히 학과 내 활동이라는 형식적인 모임이 아니라, 순수하게 문화예술에 관심이 있고 그 분야를 좋아하는 사람들끼리 소통하는 자리가 될 수 있었다는 점에서 크게 의미가 있었다. 선후배이자, 앞으로 함께 할 동료들을 만난 것 같아 기쁜 마음이다.

취업을 위해 기업을 조사하고 분석하는 과정 역시 졸업을 앞두고 있는 나에게는 굉장한 도움이 되었다. 이 자료가 언젠가 문화기획의 길을 머뭇거리고 있는 후배들, 동기들, 선배들 역시 기반이 되는 지식을 쌓고 앞으로 나아갈 수 있는 기회가 되었으면 좋겠다.

-전X진

JRC 활동을 하면서 혼자서는 시도할 수 없었던 여러 과정들을 선배, 후배랑 같이 경험했다. 김경섭 작가의 『문화예술 콘텐츠 기획』을 가지고 진행한 도서 스터디는 문화 기획자, 혹은 그 비슷한 직업을 꿈꾸는 학우들의 의견을 세세하게 감상할 수 있었다. 도서를 정독하면서 느꼈던 점은 문화예술을 기획하는 것에 대해서 물론 어려운 점들이 많겠지만 생각보다 준비해야되는 점들이 많다는 것이다. 세세하게 하나하나 다 따져보고 그 부분들이 니즈에 맞으면서도 계획에 들어지는 미래조차 대처해야 하는게 기획인 것 같다. 어려웠다! 그리고 모든 일에 있어서 기록은 빼놓을 수 없다는 점도 다시금 확인할 수 있었다.

MAMF 대학생 축제 공모전은 각자 열심히 기획해서 가져온 축제 기획안을 남들은 자는 밤에 비대면으로 열심히 발표했던 기억이 있다. 각자가 가져온 기획안은 다르기도 하면서, 곳곳이 모두의 아이디어를 채우는 과정이 재밌었다. 비록 결과는 아쉬웠지만 그 짧은 시간에 다같이 모여 공모전을 기획했다는 점 자체가 굉장히 의미있는 경험이라 느낀다.

외에도 다같이 전시회도 가고, 맛있는 음식도 먹으면서 좋아하는 도서와 영화도 각자 추천해줬다. 그 사이사이 또 비슷한 서로의 취향이 맞으면 박수 치며 좋아했던 이미지가 떠오르는 것 같다. JRC 활동은 나에게 미래의 동료들 얻은 것 같은 기분이 들었다. 이번 활동이 끝나고도 종종 만나서 앞으로의 방향에 대해 이야기하고 싶다.

23) BabyNews, 전아름, 2023, “2040년엔 인구 4000만명대로 ↓, 비친족가족-다문화가족 다(多)”, <https://www.ibabynews.com/news/articleView.html?idxno=111837>

24) 이로운넷, 박성빈, 2021, “이주민’이라서 차별받는 사람들“, <https://www.eroun.net/news/articleView.html?idxno=23090>

25) 최정화, 2023, “다문화 거버넌스를 통한 장소만들기 : 맘프(MAMF) 축제를 사례로”, 다문화콘텐츠연구 제44집

26) 세상을 보는 시선, 김희운, 2018 “관객참여극, 공연계 트렌드로 자리 잡을까”, (<http://theviewers.co.kr/View.aspx?No=103197>)

-정X서

JRC를 하면서 처음 책스터디, 공모전을 참여해볼 수 있어 감사했습니다.

또 같은 관심사를 가진 선배님들과 함께 이야기하고 활동할 수 있어 영광이었습니다.

제일 기억에 남은 활동이라하면 기업 조사였습니다. 지금까지 공부만 하다 꿈을 위해 직종만 고민하고 기업에 대해서는 생각하지 않은 저를 반성하게 되고 조사하고 기업의 맞는 인재상과 저의 가치를 높이기 위해 계속 정진하기로 결심했습니다!

다시 한번 더 저를 이끌어주신 선배님들께 감사드립니다.