

# 시민 참여 문화콘텐츠 발굴사업 사례 연구 - 남양주시의 책자 발간 사업을 중심으로

## A Study on Searching for Cultural Contents of Citizen Participation - Focusing on the Project of Book Publishing of Namyangju City

음영철

삼육대학교 교양학부

Yeong-Cheol Eum(sangoma@syu.ac.kr)

### 요약

20세기에 세계도시 개념이 전지구적으로 확산되었다면 21세기는 창조도시로 패러다임이 변하고 있다. 이에 각 도시들은 경쟁력을 갖추기 위해 경제 중심에서 경제와 문화가 결합된 창조적인 콘텐츠를 개발하기 위해 노력하고 있는 추세이다. 본 논문은 이러한 시대적 흐름에 부응한 남양주시의 책자 발간 사업을 크게 세 가지 관점에서 고찰하였다. 논의 결과는 다음과 같다. 첫째, 남양주시의 책자 발간 사업은 1단계로 시민의 참가를 유도하는 '향토 인문학 강좌'와 '문예공모전'을 추진하였다. 그러나 창조계층의 인프라가 협소하고 홍보가 부족하여 기대한 결과를 얻지 못하였다. 둘째, 시민의 참여를 유도하기 위해 2단계로 취재원 교육을 실시하였다. 시민은 책자 발간의 주역이기 때문에 취재와 관한 이론과 연습은 필수 요소이기 때문이다. 셋째, 기획위원회는 3단계로 시민 발간 위원회를 조직하여 분과별로 활동하게 하였다. 그 결과 시민들은 창조도시를 만들기 위한 인프라를 구축하였으며 남양주시의 명인·명품·명소 책자 발간을 주도할 수 있었다. 앞으로의 과제는 관과 시민이 협력하여 문화콘텐츠 사업을 실천하는 것이다.

■ 중심어 : | 창조도시 | 문화콘텐츠 | 남양주시 | 책 발간 | 시민 참여 |

### Abstract

The idea of global cities were widespread in the 20th century, but now in the 21st century the paradigm has changed into creative cities. They are trying to develop the creative contents in which economy and culture are connected to promote their global competitiveness. This thesis focuses on the three main points represented in the projects of publishing journals of Namyangju city. Firstly, the project held 'community-based lectures of humanities,' and 'literary contest' to induce participation of the citizens. The results of the events, however, were not successful because of the narrow extent of creative groups of the city and not enough campaign of the city. Secondly, there was the education of citizens to promote their participation, as they are so much the main parts of publishing journals that theory and practice of reporting on their own is essential. Thirdly, the project committee established citizen publishing committee and encouraged them to do their parts at each department. As a result, citizens succeeded in building cultural infrastructure for shaping the creative city and had the initiative to publish journals about masters, masterpieces, and attractions in Namyangju city. The city and the citizens should practice the culture contents projects in both sides' cooperation.

■ keyword : | Creative City | Cultural Contents | Namyangju City | Book Publishing | Citizen Participation |

## I. 서론

20세기를 ‘국가의 세기’라 부른다면 21세기는 ‘도시의 세기’라 할 것이다. 이는 산업에 기반한 근대적 국가 개념이 약해지고, 문화와 경제가 융합한 창조적 도시들을 중심으로 탈근대적 시도가 많아지면서 글로벌화가 진행될 것이기 때문이다. 이러한 시대적 조류를 분석하는데 활용된 이론이 창조도시(Creative City)다. 창조도시는 기본적으로 개발주의적 도시 개념에서 탈피하여 문화와 경제가 같이 발전할 수 있는 도시를 일컫는다. 사사키 교수에 따르면 “창조도시란, 인간의 창조활동의 자유로운 발휘에 기반을 두고, 문화와 산업에 있어 창조성을 품은 동시에 대량생산을 벗어나 혁신적이고 유연한 도시경제 시스템을 갖춘 도시[1]”를 말한다.

이러한 관점에서 보았을 때, 남양주시는 창조도시 개념에 적합한 도시라 할 수 있다. 한강유역에 위치한 남양주시는 한반도의 중심지로 기후가 온화하고 땅이 비옥하다. 이러한 지역적 특성은 일찍부터 정치·경제·사회·문화의 요충지로 발전할 수 있는 천혜의 조건이었다. 남양주시는 전국행정구역개편으로 1995년에 남양주군이 미금시와 통합하여 도농통합시라는 새로운 형태의 도시가 되었고 현재, 서울시 인구의 교외화 현상으로 꾸준히 인구가 증가하고 있다. 그러나 인구유입에 따른 성장에 만족하기보다는 남양주시민의 독자적인 매력을 발굴하여 문화와 예술에 기반한 창조도시로 나아가야 한다[2]. 이를 위해서는 남양주시청과 시민사회 단체간의 네트워크가 형성되어야 하며, 무엇보다 창조도시에 걸맞은 문화콘텐츠 사업의 발굴 작업 및 지원이 필요하다.

남양주시에서는 창조도시를 위한 인프라 구축 사업을 위해 2013년 8월부터 2014년 8월까지 1년 간 명인·명품·명소 책자 발간 사업을 추진 중에 있다. 책자 발간 사업을 하게 된 배경은 남양주시의 경쟁력을 높일 수 있는 재미있고 창의적인 콘텐츠를 발굴하여 지역 시민에게 알리고, 이를 통해 남양주의 브랜드 인지도를 높이는 데 있다. 그런데 이러한 문화콘텐츠 발굴 사업은 개인이나 시민단체에서 독자적으로 추진하기에는 부족한 예산과 협소한 인프라로 인해 사업을 추진하기가 쉽

지 않다. 따라서 국가나 지방자치단체에서 이 사업을 추진하는 것이 일반적 관행이었다[3].

이번에 남양주시에서 추진 중인 책자 발간 사업의 특징은 기존의 관 주도하에 전문가에게 의뢰하여 만든 방식을 탈피하여 시민이 적극 참여하고 남양주시가 후원하는 방식을 택하였다. 이는 지방자치단체의 역량을 강화하고 무엇보다 시민 참여를 통해 창조도시의 인프라를 구축할 수 있기 때문이다. 이미 남양주시는 <쾌:한 도시>라는 월간지를 발행하여 지역과 주민들의 소식을 전하고 있다. 또한 남양주시의 홈페이지를 통해 단편적인 문화정보를 제공하고 있다. 그러나 타도시와 마찬가지로 관 주도의 지역 소식지는 단편적인 정보를 제공하는 데서 벗어나지 못하는 한계를 갖고 있는 것이 사실이다. 이에 남양주 시민이 직접 참여하여 만든 책자 발간 사업은 남양주시의 문화콘텐츠를 발굴하여 창조도시가 되는데 이바지할 것이다.

본 논문은 시민이 참여하여 만드는 남양주시의 책자 발간 사업을 크게 예비 사업, 본 사업, 후속 사업으로 나누어 논의할 것이다. 연구방법으로는 시간 축과 공간 축으로 나누어 조사하고 평가하며, 성과와 한계를 지적할 것이다. 또한 각각의 단계에서 발생하는 여러 문제들을 해결하는 과정을 통해 타도시의 책자 발간 사업에 참고가 되게 할 것이다. 이를 통해 현재 대부분의 도시에서 진행 중인 관 주도의 책자 발간 사업이 갖고 있는 한계를 극복하고, 시민주도의 책자 발간사업이 지역의 문화콘텐츠 발굴사업에 주도적인 역할을 수행할 수 있음을 밝히고자 한다. 아울러 본 논문이 각 지역에서 추진 중인 관 주도의 책자발간 사업의 패러다임을 변화시켜 시민 중심의 창조도시 인프라를 구축하고, 산업 분야에도 응용될 수 있기를 바라는 바이다.

## II. 본론

### 1. 책자 발간을 위한 예비 사업

남양주시에 추진한 책자 발간 사업의 추진 목적은 크게 세 가지이다. 첫째, 관 주도의 책자 발간 사업의 패러다임을 시민 중심의 책자 발간 사업으로 바꾸는 것이

다. 둘째, 기존의 관 주도의 책자 발간이 갖고 있는 한계를 극복하는 것이다. 이를 테면 전문성의 강조로 인한 설명 위주의 글이 독자들에게 친편일률적인 인상을 심어주어 글의 다양성과 재미가 부족하다는 점을 극복하고자 한다. 셋째, 관 주도의 책자들이 그 지역의 대표적인 문화 요소들에 치중한 글이었다면, 시민 주도의 책자 발간은 그 동안 소홀히 취급되거나 알려지지 않은 문화콘텐츠를 발굴하고자 하였다.

남양주시가 책자 발간 사업을 추진한 배경은 20세기 후반부터 계속된 도시의 산업 공동화와 기업도산, 실업률의 증가, 범죄 및 자살의 증가 등과 같은 사회불안과 장기불황에 대해 도시들이 적절하게 대응하지 못했고, 이에 따라 중앙 정부는 재정 부담을 안게 되었고 지방 정부의 예산 삭감으로 이어졌기 때문이다. 이러한 상황에서 남양주시는 공장유치와 같은 과거의 직접적 발전 전략을 지양하고 ‘인적 자원(human resources)’과 같은 지속적이고 혁신적인 창조도시의 롤 모델을 구축하기 위한 기초단계로 문화콘텐츠 발굴 사업의 필요성이 제기되었다[4].

문화콘텐츠 발굴을 위해서는 무엇보다 지역 단체와 연계된 창조계층(creative class)의 출현이 있어야 한다. 다시 말해 지역의 시민이 지방 행정에 참여하여 그 지역을 발전시키는 전략이 필요한 것이다. 이러한 시대적 요구에 부응하기 위해 남양주시는 명인·명품·명소를 책자로 발간하는 사업을 추진하게 되었다. 책자 발간 사업은 단순히 남양주시를 알리는 것이 아니라 남양주시의 지역적 특수성을 발굴하여 세계적인 수준으로 발전시키겠다는 로드맵을 갖고서 추진되었다.

남양주시는 크게 3단계로 나누어 책자 발간 사업을 추진하였다. 첫 단계인 예비 사업은 책자 발간 사업을 주도할 ‘책자 발간 기획위원회 구성’하는 것이고, 남양주시에 거주하는 시민을 대상으로 ‘향토인문학 강좌 개최’하는 것이다. 동시에 남양주시의 책자 발간 사업을 홍보하기 위한 ‘시민 참여 문예 공모전 개최’하였는데 여기에 뽑힌 수상작들은 책자에 포함하였다.

1.1 책자 발간 기획위원회 구성

총 예산 72,240천원으로 시작한 남양주시 책자 발간

사업은 2013년 8월에 기획위원회를 구성하면서 시작되었다. 남양주시청 소속의 시민참여팀장 외 6명(소설가, 교수, 연구소장, 기자, 예술가, 출판편집인)으로 구성된 책자 발간 기획위원회는 1년 동안에 있을 모든 계획을 수립하였고 추진하였다. 기획위원회의 주요 활동은 [표 1]과 같이 전체 소요예산 편성, 책자 발간비 책정, 향토인문학 강좌 운영, 문예공모전 개최, 취재원 교육 및 현장 취재 점검, 전문가 청탁, 책자 발간에 따른 편집 회의 등이다.

표 1. 기획위원회 역할에 따른 대표적 업무

	소요예산 편성	문예공모전 개최	향토인문학강좌 운영	시민취재원 교육
기간	2013.8~9	2013.9.4~10.31	2013.10.22~12.10	1차 2014.1.23 2차 2014.2.04
장소	남양주시 참여소통과	남양주시 참여소통과	금곡동 마을공동체회관	남양주시청
주제	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사무관리비</li> <li>- 도서출판비</li> <li>- 향토인문학강좌 운영비</li> <li>- 문예공모전 시상금</li> <li>- 시민취재원 30명 취재비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공모분야 (일반부/청소년부)</li> <li>- 공모주제 (남양주 명인, 명품, 명소)</li> <li>- 심사 및 결과발표</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역문화</li> <li>- 미술</li> <li>- 문학</li> <li>- 향토사</li> <li>- 환경</li> <li>- 시민문화</li> <li>- 마을공동체</li> <li>- 출판</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 취재에 관한 이론교육</li> <li>- 취재에 따른 실전교육</li> </ul>

1.2 시민 참여 문예공모전 개최

기획위원회에서 추진한 첫 번째 사업은 ‘문예공모전’을 개최하는 것이다. 문예 공모전을 개최하는 목적은 시민에게 책자 발간 사업을 홍보하고, 자발적인 참여를 유도하기 위함이다. 남양주시에서 후원하고 기획위원회에서 추진한 ‘문예공모전’은 전국 문예공모전 형식으로 진행되었다. 그 결과 문예공모전은 지역 주민을 포함하여 전 국민에게 남양주시의 사라져 가는 인문학적, 민속학적, 문화적 가치를 알리고 이를 발굴하여 책자 발간 사업으로 이어지게 했다.

남양주시 명인·명품·명소’ 전국문예공모전은 일반부와 청소년부로 나누어 10월부터 11월까지 2개월 동안 진행되었다. 지역에서 이루어지는 대부분의 공모전이 일회성 행사로 그친 반면, 남양주시에서 후원한 시민 참여 문예공모전은 책자 발간을 목적으로 한 행사였다. 점에서 기존의 관 주도 행사와 달리한다.

공모형식은 남양주의 명인·명품·명소를 택하여 산문 형식으로 제출하는 것이었다. 명인은 남양주시에서 태

어난 인물을 대상으로 한 생거, 거주하거나 머물렀던 인물 중심의 우거, 사후에 무덤으로 남은 고인을 대상으로 한 사거로 분류하였다. 명소는 대중에게 잘 알려지지 않은 설화(전설과 일화)를 간직한 장소나 역사와 문화적 가치가 남아있는 건물을 대상으로 하였다. 명품은 남양주시를 대표하는 농산물, 공산품, 골동품, 농기구 등이 포함되었다.

총 상금 700만원(대상 100만원)으로 진행된 문예공모전은 생각보다 적은 44여 편의 응모작이 제출되었다. 이는 ‘문예공모전’에 대한 홍보가 일반 시민에게 제대로 제공되지 못한 결과였다. 예컨대 인터넷을 통한 문예공모전 홍보라든지 각 학교에 보낸 협조 공문 외에도 보다 다양한 홍보 전략이 필요했던 것이다. 앞으로 시민이 참여하는 문예공모전은 예산 대비 홍보를 극대화할 수 있는 전략과 방법이 마련되어야 할 것이다.

이를 위해서는 무엇보다 지역과 시민이 협력할 수 있는 인프라의 구축이 시급하다. 커뮤니티만 잘 구축되어 소통이 원활해진다면 시민이 참여하는 지역 행정은 더욱 발전할 것이다. 그런 차원에서 볼 때 남양주시의 참여소통과는 지금까지 관 주도로 이루어진 과거의 방식에서 탈피하여 시민이 참여를 유도할 수 있는 다양한 미디어 플랫폼을 개발해야 할 것이다[6].

기획위원회는 12월에 문예공모전에 응모한 작품을 심사하였다. 평가기준은 주제성 발굴 40점, 작품성 30점, 문장력 30점 총 100점 만점으로 하였다. 심사위원 6명이 출품작 전부를 1인 평가하고 합산하여 대상과 최우수작을 선발했고, 최우수작 중에서 대상을 선정하였다. 남양주시에서 진행한 문예공모전은 지역 곳곳에 숨어 있는 남양주시의 명인·명품·명소를 발굴·보존하여 역사 문화자원으로 활용해야 한다는 취지에서 진행되었지만 시민들의 적은 참여로 인해 많은 아쉬움을 남겼다고 볼 수 있다. 남양주시를 전국 지역에 알릴 수 있는 행사로 진행된 ‘문예공모전’은 앞으로 일회성으로 끝나지 않고 지속적으로 기획하여 더 많은 시민의 참여를 유도해야 한다는 과제를 남겨준 행사였다.

### 1.3 시민 참여를 위한 향토인문학 강좌 운영

기획위원회는 남양주시의 후원을 받아 시민이 참여

하는 책자 발간 사업을 추진하기 위하여 지역에 거주하는 시민들을 대상으로 홍보를 하였다. 먼저 남양주시 참여소통과는 남양주시청 인터넷 홈페이지와 네이버 카페를 통해 ‘시민 발간위원회 회원’을 모집하는 광고를 냈다. 또한 지역의 학교와 지도자들에게 안내와 참여를 유도하였다.

기획위원회는 “남양주의 지역문화를 새로운 시각으로 바라보고, 숨은 가치를 발견하여 지역의 매력적인 문화로 만들어 가고자 <시민이 만드는 남양주시 명인·명품·명소 이야기>를 도서로 출판할 계획입니다. 이와 관련하여 내 고장의 숨겨진 자원을 찾아주실 시민을 모집합니다. 지역의 향토사에 관심이 있거나, 내 고장을 사랑하시는 분은 누구나 참여 가능합니다[5].”라는 내용으로 시민위원회 회원 모집 광고를 낸 것이다. 그러나 시청과 시민과의 인프라가 잘 구축되지 않은 현실에서 짧은 시간에 인터넷 카페를 개설하여 시민위원회 회원을 모집하는 것은 쉽지 않았다. 창조도시를 만들기 위해서는 무엇보다 창조계층의 저변이 넓어야 한다. 남양주시는 앞으로 문화콘텐츠 사업에 맞는 창조계층을 다양화하고 인적 네트워크를 구축하기 위해 더 많은 노력을 해야 할 것이다.

기획위원회는 시민의 참여를 유도하기 위하여 두 번째 사업인 ‘향토 인문학 강좌’를 진행하였다. 지역 주민에게 학습 기회를 제공하고 창조지역 네트워크를 구축하기 위해 만든 시민 문예 강좌는 지역의 시민을 참획하고 주도하기 위한 예비 사업이기에 단순한 행사라는 의미를 넘어서야 했다. 기획위원회가 향토 인문학 강좌를 실시한 목적은 시민이 주도하는 책자 발간 사업을 알리고 남양주가 명품 도시 더 나아가 창조 도시가 되기 위한 토대를 구축하기 위해서였다.

책자 발간을 위한 ‘향토 인문학 강좌’의 운영기간은 2013년 10월 22일(화)~12월 10(화) 오전 10:00~12:00 까지 두 달 가까이 진행되었으며, 남양주시 마을공동체관에서 매주 1회 총 8강으로 진행되었다. 지역 주민 약 30명 정도가 참여한 향토 인문학 강좌는 8명의 강사를 통해 지역문화를 발전시키기 위한 다양한 전략과 가능성을 제시하였다. 무엇보다 강좌에 참여한 시민들이 책자 발간 사업을 위한 시민위원회로 모일 수 있는 기회

를 제공하였다는 점에서 의의가 있다. 이처럼 시민과 지역 행정이 시민 강좌를 통해 다양한 인프라를 구축하여 운영된다면 그 도시는 시민이 주도하는 창조도시로 성장할 것이다.

1.4 시민 취재원 교육과 책자 발간

기획위원회에서 추진한 세 번째 사업은 책자 발간 사업을 주도할 시민취재원을 구성하고 교육하는 것이었다. 시민취재원의 인적 구성은 직업별로는 남양주시에 거주하는 시민이어야 하며 마을 이장으로부터 고등학교 문예창작 동아리에 이르기까지 다양하며, 연령별로는 10대에서 70대에 이른다. 취재원 대부분은 글쓰기가 직업인 분은 없었으며 취재에 관한 한 아마추어라 볼 수 있다. 대부분의 지역에서 이루어지는 책자 발간이 전문가에게 맡기는 관행에 따랐다면, 남양주시는 기존 관행을 탈피하여 시민이 참여하는 책자 발간 사업을 추진하였다. 이는 창조도시에 걸맞은 남양주시가 되기 위해서는 무엇보다 관 주도가 아닌 시민의 참가와 참획, 주도의 세 과정이 융합된 문화콘텐츠사업을 추진해야 하기 때문이다.

시민 취재원 교육 프로그램은 책자 발간 사업과 직접 연계된 것으로 시민 참여 문화콘텐츠 발굴 사업을 위해서는 반드시 필수적 요소라 할 수 있다. 전문가 중심의 책자 발간과 달리 시민이 주도해서 만드는 책자 발간 사업은 취재원 교육이 선행되어야 한다. 또한 시민 취재원 교육은 시민 네트워크를 보다 강화한 것으로, 시민 참가를 한 단계 높인 것이기에 창조계층에 해당하는 지역 리더 양성에 목표를 두고 추진된 것이다[7]. ‘지역 만들기는 인재 만들기’라는 말이 있듯이 시민을 참획하는 취재원 교육은 취재와 연관된 전문 지식을 공유하고 기획위원회와 시민위원회가 협업을 해야 성과를 이룰 수 있는 것이다.

기획위원회는 시민취재원을 구성할 회원을 선정하기 위해 9월부터 12월까지 온라인 홍보를 진행하여 지원자를 모집하였다. 또한 향토인문학 강좌를 수강한 교육생과 문예공모전에 글을 투고한 응모자를 대상으로 시민취재원으로 활동할 것을 권유하였다. 그 결과 많은 시민이 시민취재원으로 참여하였다. 그밖에 지역의 지

도자들과 고등학교의 문예창작 동아리 학생들이 책자 발간 사업에 적극 동참하여 취재원 교육을 할 수 있는 여건을 마련하였다. 이러한 과정을 통해 시민의 네트워크가 만들어졌기에 책자 발간 사업은 본격적으로 진행될 수 있었다.

기획위원을 포함한 시민위원회는 시민이 참여할 수 있는 상향식 기획을 수용하여 취재원 교육 프로그램을 만들어야 한다. 이를 위해 기획위원회는 시민들과 소통할 수 있는 장을 마련하는 것이 필요하다. 또한 현장 취재를 하기 전에 시민들이 취재를 잘 할 수 있도록 교육하고 평가하는 것이 요구된다. 이를 위해 기획위원회는 더 좋은 책자를 발간하기 위해 [표 2]처럼 분과별로 시민취재원을 나누었다.

표 2. 시민위원회 역할과 업무

	취재분과	사진분과	자료지원분과	시민발간분과
기간	2014.2.5-5.31	2014.2.5-5.31	2014.2.5-5.31	2014.2.5-5.31
구성	2인 1조	중앙사진 연구회 회원	기획위원회 6명	시민위원회 전체회원
주제	명인, 명품, 명소 취재와 이에 따른 장비활구	중앙사진 연구회 회원은 각 세자에 필요한 사진 제공	명인, 명품, 명소 취재에 필요한 교육과 현장지원 제공	취재내용편집 및 전문가에게 명인, 명품, 명소에 관한 활약의뢰

취재원 교육은 1월과 2월에 집중적으로 이루어졌다. 1차 교육은 취재 전 단계에 해당하는 것으로 주로 취재에 관한 이론적인 교육이 이루어졌다. 2차 교육은 취재 전 과정, 취재 과정, 취재 후 과정으로 나누어 교육이 이루어졌으며 취재원들에게 미션을 주어 가상의 취재를 경험하게 하였다. 이를 통해 배운 이론을 실천에 적용할 때 발생할 수 있는 여러 문제점을 대비할 수 있도록 하였다.

책자 발간을 위한 예비 사업은 시간 축으로 보면, 먼저 시민들의 참가를 유도한 행사 위주의 사업을 추진하였으며, 다음 단계는 기획위원회를 시민위원회로 명칭을 바꾸어 시민취재원 교육을 실시하였다. 이는 시민들에게 참가와 참획을 경험하게 함과 동시에 본격적인 책자 발간을 위해 필요한 주도적인 역할을 수행하게 위한 것이다. 촉진자(facilitator)의 역할을 담당한 기획위원회는 취재원 교육을 통하여 시민위원회 회원들의 학습을 촉진하였으며, 취재를 용이하게 할 수 있도록 유도

하였다. 사도 교수의 지적처럼 이 단계는 “기초정보 공유화, 그룹제안 만들기, 전체 평가[8]”를 통해 보다 효과적인 취재를 가능하게 한 전 단계라 할 것이다.

## 2. 책자 발간을 위한 본 사업

본 사업은 남양주시 책자발간 사업에 해당하는 것으로 이는 명인 취재, 명품 취재, 명소 취재로 세분화하였으며, 초고에서 편집에 이르기까지의 작업으로 한정하였다.

### 2.1 명인 취재 사례

책자 발간을 위한 명인 취재는 남양주시의 명인들을 선별하는 작업이 선행되어야 한다. 또한 대표성을 띤 인물들이 같은 분야로 겹치지 않게 조정해야 한다. 이를 위해서 시민위원회는 다른 지역과 차별화를 가능하게 한 인물들을 천거하여 조사하는 작업을 했다. 이를 통해 논란이 심한 인물들은 배제하였고, 숨겨진 인물들은 적극 추천하는 방식을 택하였다. 이와 같은 작업을 통해 선정된 명인은 24명이고, 전문가에게 청탁 의뢰한 명인은 4명이다. 또한 공모전에 선정된 작품 5건을 포함하여 책자 발간을 진행하였다.

명인 취재는 3월 말까지 1차 원고 마감 기간을 정하였으며, 상황에 따라 5월 말까지 2차 원고를 받기로 하였다. 또한 명인이 취재 거부할 수 있기에 예비 명인을 선정하여 대비를 하였다. 취재한 글은 인터넷 카페를 통해 시민 발간위원회 회원들이 공유하기로 하였으며, 취재원들과 원활하게 소통하기 위하여 스마트폰의 카카오톡을 이용하였다. 또한 시민위원회는 취재 전에 개인 명찰을 지급하여 취재 활동에 불편이 없도록 하였으며, 취재에 필요한 기본 경비를 제공하였으며 사진 촬영에 불편함이 없도록 분과간의 협조가 이루어지게 하였다. 기획위원회는 이와 같은 준비 과정을 취재원들에게 전달하였고 현장 답사를 지도한 결과 다음과 같은 결과를 산출하였다.

첫째, 지방문화재거나 국보급 문화재의 경우 시청과의 협조를 통해 취재를 원활하게 진행해야 한다. 예컨대 인터넷 카페 게시판에 취재 계획을 올리거나 전화로 협조 요청을 하면 남양주시청에서는 해당 기관에 협조

를 요청하는 공문을 보내 취재하는 방식이다.

둘째, 취재원들이 인터넷 카페에 취재 일정과 소감을 적게 하여 그 느낌을 공유할 수 있게 한다. 취재 일정은 1차에 미흡하면 2차 취재를 하는 등 취재원들의 적극적인 노력에 힘입어 완성된 원고를 만들어야 한다. 또한 취재 과정에서 느낀 소감이나 건의사항을 조장을 통해 전달케 하여 취재에 불편함이 없게 한다.

셋째, 시민위원회는 2주 간격으로 기획 회의를 하였으며 각 분야별 추진 사항을 점검한다. 취재원들은 인터뷰 경험이 부족하여 취재 부담을 느낄 수 있기 때문에 심적 부담을 완화시켜 주어야 한다. 기획위원이 동행하여 인터뷰를 도와주거나 글쓰기에 부담을 느끼는 취재원에게는 녹취록을 풀어 원본으로 제출하게 한다.

### 2.2 명품 취재 사례

명품은 선정기준이 명확해야 했으며 남양주시만의 특성이 잘 드러나면서 동시에 현존해야 했다. 또한 상업적 성격이 너무 두각을 나타내서도 안 되기에 엄정한 기준에 따른 선별 작업이 수행되어야 한다. 세상에 많이 알려진 명품도 중요하지만 그 지역의 특색을 잘 갖추어 대표성을 나타낼 수 있어야 한다. 이러한 선정 기준에 따라 남양주시의 명품으로 선정된 것은 22 건이었으며, 전문가에게 청탁한 원고는 5건이었다. 또한 공모전에 선정된 작품 4건을 포함시켜 책자를 발간하기로 하였다. 그 결과 다음과 같은 결과를 산출할 수 있었다.

첫째, 명인 취재원과 동일하게 카페 게시판을 활용하여 취재원들이 하는 활동을 공유한다. 취재원은 게시판을 통해 인터뷰 약속을 공개하여 참가를 희망하는 사람을 누구나 동행할 수 있게 한다.

둘째, 명품 팀 취재원은 취재 계획과 기본 질문지가 들어간 일정표를 조장을 통해 기획위원회에 알려주게 한다. 이러한 과정에서 취재에 꼭 필요한 정보를 공유하게 하여 원고 내용을 충실하게 한다.

셋째, 명품 취재원들은 남양주시만의 특성과 경쟁력을 갖춘 도시 곳곳을 취재하면서 지역의 특산물이 관광 산업과 연계될 수 있는 가능성을 발견할 수 있었다. 이는 남양주시가 나아가야 할 방향을 제시한 것으로, 문화적인 요소와 결합한 문화콘텐츠를 발굴·개발해야 한

다는 문제를 제기한 것이다[9].

### 2.3 명소 취재 사례

남양주시 주변에는 남양주 종합 활영소를 비롯하여 모란박물관 등 문화시설과 북한강변의 환경 친화적인 문화 공간이 많다[10]. 따라서 이 지역은 도시재생의 관점에서 보았을 때 문화체험을 기반으로 하는 교육콘텐츠로 개발한다면 특색 있는 관광지로 성공할 가능성이 매우 높은 곳이기도 하다.

남양주시의 명소로 선정된 곳은 19개였고, 전문가에게 청탁한 원고는 4건이었다. 또한 공모전에 선정된 8건의 원고를 포함하여 책자를 발간하기로 하였다. 명소 취재 과정에서 산출된 결론은 다음과 같다.

첫째, 명소는 주로 사람을 취재하는 것이 아니기에 취재원들이 취재할 대상을 원고로 작성하기 위해 여러 차례 명소를 방문해야 한다. 이는 취재원이 취재 당시의 느낌과 자료에 의지해서 원고를 완성해야 했기 때문이다.

둘째, 명소 취재는 다른 취재와 달리 기한이 오래 걸린다. 사계절을 담은 사진을 포함한 자료가 필수적이기 때문이다.

셋째, 취재원들이 전문 사진작가와 동행하여 명소를 취재해야 했기 때문에 구성원 간의 협력이 잘 이루어져야 한다. 명인·명품과 달리 명소 취재는 인터뷰·녹취 등을 할 수 없기에 취재원들은 묘사와 설명으로 원고를 써야 한다. 따라서 취재원의 글쓰기 능력이 다른 팀에 비해 많이 필요하다. [표 3]은 명인·명품·명소 책자에 들어있는 전체 내용을 간략하게 제시한 것이다.

표 3. 명인·명품·명소 책자 목차

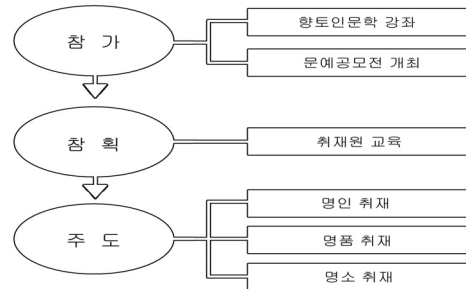
	명인(89건)	명품(91건)	명소(91건)
시민취재원(65명)	정사가 비송기, 한강대왕릉 운석소년 인마인스케이프 등 인형제, 대관연주회 유점환 수석연주, 장유경가 이 영 시낭송가 공백경, 한곡서예대전 대장 김영만 스키에 전영철주 박준익, 최재환 최상훈 황희 김진규, 서양화가 박복용	수종서예술품, 목제사디출석일 역출산신가, 봉성시공예만국지도 불합시정관, 풍우서예정비화 수양산신, 산아호 정물공예, 11명양구조전 김철, 박정배 시흥주, 김여부	필우개와 갈매, 이성계의 연안지명 내항, 홍광영 이광나, 홍동홍정 서실서형, 덕흥(홍선대왕근목제) 한철 최희산성(여구가죽) 수석산신, 보광사와 우재목포 반양로, 옥광문화촌 오만안주방사묘역, 역사박물관 디자인센터, 오재현광안 강주필기마리광, 주석천(연서박물관 로잔)미술관, 연복미술관 대동학역연구소, 조지훈묘역
전문기자집필(13건)	서조 조영과 김성일 홍흥의 마지막 농항을 고당단 수산식약용 다산 장학용	최계원 산지룡이 내양주 이야기 최영에게 임흥룡이	한울별서 대어당 조산익 대어와 화양산 황산고씨 올집고씨 남양주시 대교그룹
문예공모(172)	역사의 희백 장막전 최 4건	실의 태후리물 물벼 3건	그곳에 가면 향기가 난다 최 7건

### III. 결론 및 후속 사업

세계도시가 금융·법인 서비스에 기반한 것이라면 창조도시는 문화와 예술에 기초한 도시 개념이다. 시도별 전략산업 현황을 보더라도 경기도는 정보통신·생명·문화콘텐츠·국제물류 등이 앞으로 전략산업으로 육성할 가능성이 높은 것으로 전망된다[11]. 이에 남양주시가 앞으로 창조도시로 발전하기 위해서는 무엇보다 문화콘텐츠 산업을 성장 동력으로 삼아야 할 것이다. 이를 위한 토대 구축 사업으로 기획된 ‘남양주시 명인·명품·명소 이야기’(가제)는 남양주시의 과거와 현재를 진단하고 미래를 설계하는 데 있어서 도움이 될 것이다.

본고에서는 남양주시의 책자 발간 사업을 중심으로 시민 참여 문화콘텐츠 발굴사업 사례를 연구하였다. 그 간의 책자 발간 과정을 [표 4]로 정리하였다.

표 4. 시민 참여 책자 발간 과정



먼저 기획위원회는 관과 시민이 소통할 수 있는 네트워크가 발달되어 있지 않았기에 책자 발간 사업을 알리고 시민의 참여를 유도하기 위해 향토인문학 강좌와 문예공모전 개최를 비슷한 시기에 진행하였다. 그러나 홍보의 부족으로 인해 시민의 참여가 저조한 것은 책자 발간 사업의 한계로 보아야 할 것이다. 다음으로 시민이 주도하는 책자를 발간하기 위해서는 책자 발간에 관한 지식과 정보를 공유해야 한다. 이를 위해 기획위원회는 참획에 해당하는 취재원 교육을 실시하였다. 마지막으로 시민이 주도하는 책자 발간 사업은 분과별로 역할을 나누어 활동했다. 시민이 주도한 명인·명품·명소 취재 과정은 책자의 성격에 따라 취재 기술과 진행과정 이 매끄럽지 못한 것이 사실이다. 특히 명소 취재는 사



계절을 담아낼 수 있는 배경 사진이 필요하기에 최소한 1년 이상의 기획이 필요함을 알 수 있다.

창조도시를 활성화하기 위해서는 시민의 참여가 무엇보다 중요하다. 그런 의미에서 남양주시가 후원하고 지역 시민이 주도한 남양주시 책자 발간 사업은 창조도시를 위한 인재 인프라를 형성할 수 있는 프로젝트이다. 이는 또한 다른 지역과 차별화된 남양주시의 지역 이미지를 구축할 수 있는 사업이기도 하다. 그러나 책자 발간 사업이 일시적인 홍보에 그치지 않고 지속적으로 지역의 문화와 역사가 융합된 문화콘텐츠 발굴 사업으로 발전하기 위해서는 제2, 제3의 시민 참여 문화콘텐츠 발굴 사업이 필요하다. 시작부터 잘할 수는 없지만 시민과 관청이 지속적으로 창조도시를 만들기 위해 인프라를 구축하고 노력할 때 남양주시는 교육과 관광이 융합된 창조도시로 발전할 것이다.

본 논문에서는 시민의 참가·참여·주도로 이루어진 남양주시의 책자 발간 사업의 사례를 연구하였다. 시민이 주도하는 책자 발간 사업은 기본적으로 창조도시에 기반이 되는 문화콘텐츠 발굴 사업이라 할 것이다. 지금까지의 논의가 시민의 인프라를 구축하고 책자를 발간하기까지의 과정을 연구한 것이었다면 앞으로의 과정은 이를 기반으로 문화콘텐츠사업을 적극 실행할 수 있는 환경을 조성하는 것이다. 논의 과정에서 누락된 편집 과정과 출판 과정은 후속 연구에서 보완해야 할 것이다. 본 논문이 지방자치단체나 시민단체들의 활동에 도움이 되기를 기대한다.

### 참고 문헌

[1] 사사키 마사유키, 종합연구개발기구, 이석현 역, *창조도시를 디자인하라*, 美세움, 2010.  
 [2] 원도연, “창조도시의 발전과 도시문화의 연관성에 대한 연구”, *인문콘텐츠*, 제22권, p.11, 2011.  
 [3] 이남희, “문화콘텐츠 인프라 구축 현황과 활용에 대하여”, *오늘의 동양사상*, 제14권, p.265, 2006.  
 [4] 김일평 외, *창조지역 가이드북*, 대통령 직속 지역발전위원회, 2010.

[5] <http://cafe.naver.com/nyjwind.cafe>  
 [6] 나윤빈, “참여 기반의 문화콘텐츠 개발 사례 분석 및 활성화 방안”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제2호, pp.113-114, 2014.  
 [7] 이병준, “창조도시 전략으로서의 문화예술교육”, *문화예술교육연구*, 제5집, 제2호, pp109-110, 2010.  
 [8] 마쓰오 다다스 외, 진영환 외 역, *시민이 참가하는 마치즈쿠리*, 한울아카데미, 2006.  
 [9] 김정호, “창조도시의 도시경쟁력 메카니즘에 관한 연구”, *도시행정학보*, 제26집, 제1호, pp221-222, 2013.  
 [10] 박영호, “역사 문화자원을 활용한 관광 콘텐츠 개발 전략-남양주시를 중심으로-”, *한국디자인문화학회*, 제16권, 제4호, pp.267-268, 2010.  
 [11] 국가균형발전위원회, *지역혁신체계와 지역혁신협의회*, 한국산업기술재단, 2007.

### 저자 소개

음영철(Yeong-Cheol Eum)

정회원



- 1998년 2월 : 건국대학교 국어국문학과(문학석사)
- 2011년 2월 : 건국대학교 국어국문학과(문학박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 삼육대학교 교양학부 조교수

<관심분야> : 보건, 교육, 문화 콘텐츠