

서울 북촌공예마을 콘텐츠 활성화를 위한 자기조직화 플랫폼 연구

A Study on Self-Organization Platform for Activating Contents
of Bukchon Craft Village in Seoul

주 저 자 : 조충휘(Cho, Chung Hwi)

콘텐츠융합연구소
ceramist@hanmail.net

Abstract

In the area of Anguk-dong, Jongno-gu, Seoul, there is a group Hanok Village created in the 1930s. It is called Bukchon Hanok Village. This is a place where more than 60 craft workshops and 40 art shops gather and symbolize the Seoul craft. Looking at the material contents of Bukchon Craft Village, the craft contents are made of various materials such as textile, metal, ceramics, leather, lacquer, Najeon, and paper. Among them, crafts and crafts dominate the mainstream, and the contents are composed of simple structure of production, sales, and experience. Various craft artists are gathered, but the contents are not organically connected to each other, so visitors do not understand the contents of the whole village and are expressed only as simple sight seeing, causing only problems with local overtourism and gentrification.

In order to revitalize the Bukchon craft village, we have to self-organize each other as a content platform and seek to create new contents with a sense of ownership. To do this, first, networking is necessary for communication. The convergence and organic cooperation of each content is expressed by understanding other materials, which is a synergy effect on the production of Korean craft products. Second, the development of craft contents that can play a variety of roles such as creation, sharing, appreciation, and exchange where hanok, traditional culture, and craft contents are participated in a simple viewing due to rising attractiveness, and third, Bukchon craft village with organic flow In order to continuously expand its value, it analyzes the interaction between contents and viewers, and forms a curation system that matches demands and transactions leading to production, sales, exhibition, experience, and exchange by creating corresponding platforms. Through the self-organization of Bukchon Craft Village, Seoul Bukchon Craft Village contents are rooted in themselves and form the basis for revitalization of the Seoul craft industry.

Keyword

contents, crafts, bukchon village, seoul, Self-organization

요약

서울 종로구 안국동 일대는 1930년대 만들어진 집단 한옥촌이 형성되어 있으며 북촌한옥마을이라 부른다. 이곳은 60여 개의 공예공방과 40여 개의 아트숍이 모여있는 곳으로 서울 공예의 상징적 의미가 있는 곳이다. 북촌 공예 마을의 재료적 콘텐츠를 보면 섬유, 금속, 도자, 가죽, 목칠, 나전, 종이 등 다양한 재료로 공예 콘텐츠를 만들고 있다. 그중 규방공예가 주류를 차지하며, 제작, 판매, 체험의 단순 구조의 콘텐츠를 구성한다. 다양한 공예 작가들이 모여있지만 콘텐츠가 서로 유기적으로 연결되지 못하고 있어 방문객들이 마을 전체의 콘텐츠를 이해하지 못하고 단순한 보는 관광으로만 표현되어 지역 오버투어리즘과 젠트리피케이션의 문제점만 발생하고 있는 것이 현실이다.

지역 클러스터의 콘텐츠 분석을 통해 새로운 플랫폼으로 자기조직화 함으로써 스스로 주인의식을 갖고 공익적 역할과 더불어 새로운 콘텐츠 생성을 모색해야 한다. 그러기 위해서는 첫째, 소통을 위한 네트워킹이 필요하다. 각 콘텐츠의 융합과 유기적 협조가 타 재료의 이해로 표현되며 이는 한국 공예상품 제작에 시너지 효과로 나타낸다. 둘째, 매력도 상승으로 한옥, 전통문화, 공예 콘텐츠가 단순한 관람에서 참여로 이루어지는 창작, 공유, 감상, 교환 등의 다양한 역할을 할 수 있는 공예 콘텐츠 개발로 표현되며, 셋째, 유기

적 흐름으로 복촌 공예 마을의 지속적인 가치확장을 위해 콘텐츠, 관람자의 상호작용을 분석하여 이에 대응되는 플랫폼제작으로 제작, 판매, 전시, 체험, 교류로 이어지는 수요와 거래가 매칭되는 큐레이션 체계를 형성하는 것이다. 이러한 복촌 공예 마을의 자기조직화를 통해 서울 복촌 공예 마을 콘텐츠는 자생적으로 뿌리내려 서울 공예산업 활성화에 근간을 형성하는 것이다.

목차

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

2. 이론적 배경

- 2-1. 서울공예의 역사성
- 2-2. 공예콘텐츠 유형
- 2-3. 자기조직화 이론

3. 지역 공예콘텐츠 사례 분석

3-1. 공예클러스터

3-2. 지역별 콘텐츠 특성 분석

4. 자기조직화 구조 적용

- 4-1. 자기조직화
- 4-2. 플랫폼 적용

5. 결론

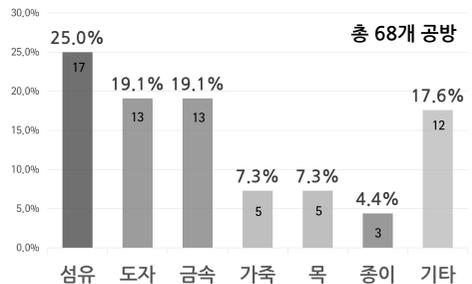
참고문헌

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

서울 복촌은 경복궁과 창덕궁 사이에 있는 지역으로 조선 시대에는 양반층 주거 지역이었고 공예 공예품을 납품하던 경공방이 있던 지역이었다. 1930년대 들어 한옥이 재개발되면서 지금의 한옥마을이 형성되었고 2001년 서울시에서 복촌 가꾸기 기본계획수립을 계기로 한옥을 매입하여 공공 한옥 이름으로 전통장인에게 임대하였다. 2019년 6월 현재 복촌에는 다양한 콘텐츠의 68개의 공예공방이 운영되고 있다.

복촌 공예 마을 재료콘텐츠는 섬유공예가 25%를 차지하고 있으며, 그다음으로 금속(19.1%), 도자공예(19.1%), 가죽공예(7.3%), 목공예(7.3%), 종이공예(4.4%), 기타공예(17.6%) 순으로 분포하고 있다. 기타공예는 유리, 향수, 양초, 단청, 비누 등이 포함되어 있다.



[그림 1] 복촌 공예 마을 콘텐츠 분포비율¹⁾

복촌 공예 마을은 단일지역에 다양한 공예 콘텐츠와 60여 개의 공방과 40여 개의 아트숍이 모여있는 곳임에도 인지도는 북촌한옥마을에 가려 공예 마을로서의 인식이 떨어지고 있다. 서울의 공예 콘텐츠 위상과 활

1) 찾아가는 복촌공예, 서울디자인재단, 2018년 10월 발행

성화를 위해서도 복촌 공예 마을의 콘텐츠연구는 지속해서 필요한 상황이다.

2012년 문화체육관광부는 지역 공예 마을육성 시범 프로젝트로 경공방의 브랜드화 프로젝트를 기획하여 한류 공예문화의 중심지로 키우려는 시도가 있었으나 지속사업이 아니고 지역 콘텐츠 생산자들의 외면에 시라 지기도 하였다.

다양한 콘텐츠를 하나로 합치기보다는 다양성에서 시너지 효과를 내기 위한 콘텐츠 개발이 중요한 시점이다. 이는 다양성을 바탕으로 서로 융합하고 협동하여 전체의 큰 틀을 만들어내는 시도이기도 하며, 각 구성원의 자기조직화를 통한 콘텐츠 플랫폼 형성으로 각 공방 간의 유기적인 조직화를 통한 복촌 공예 마을의 활성화에 기반을 두는 것이다.

2. 이론적 배경

2-1. 서울 공예의 역사성

공예 재료는 각 지역의 기후, 풍토, 환경에 어울리는 재료를 사용하게 되고 공예발전의 바탕을 이룬다. 서울은 600년 동안 수도로서 소비문화에 익숙한 곳으로 공예의 정체성을 찾기가 쉽지 않은 곳이다. 전통적으로 복촌의 경공방, 필동의 붓과 세검정의 종이, 명륜동의 가죽 등이 서울을 전통공예제작 지역으로 말하고는 있으나 그 역사성에서는 다른 지역의 공예역사에 미치지 못하고 있다.

서울 공예의 정체성을 재료에서 찾기보다는 수요에서 찾는 것이 더 현명한 길일 것이다. 조선 시대 경공방으로 불리는 서울의 공예제작소들은 각 지역에서 재료를 공급받아 완성품을 납품하는 곳으로 소비층과 직접 연결되는 최상위 제작공예라 볼 수 있다. 서울은 조선 시대의 상업 중심지였고 궁을 중심으로 조선 최고의 공예품들이 소비되는 곳이었다.

2-2. 공예 콘텐츠의 유형

공예란 문화적 요소가 반영된 기법, 기술, 소재, 문양 등을 바탕으로 기능성과 장식성을 추구하여 수작업(부분적으로 기계적 공정이 가미된 것을 포함)으로 물품을 만드는 일 또는 그 능력을 의미한다.²⁾

공예는 생활용품으로 오랜 시간 우리의 삶과 같이하

였다. 초기는 쓰임에 중점을 두었고 재료가 다양해지면서 미적인 측면이 결합하였다. 동양에서는 오래전 중국에서 사용하였으며 그 의미는 무엇인가를 잘 만드는 솜씨와 행위를 가르치며, 도구와 기물을 포함하는 의미였으며, 서양에서는 순수미술과 구별하기 위해서 19세기 중엽에 Craft의 번역으로서 공예라 썼다. 현대에 와서는 디자인이라는 이름으로 공예를 아우르고 있지만, 쓰임과 장식의 영역에서는 공예라는 의미는 상당히 포괄적이고 세분된 영역임이 틀림없다.

공예는 일반적으로 재료에 따라 금속, 도자, 목, 섬유, 유리, 종이, 죽세, 칠, 가죽, 돌, 특수, 복합, 기타 등 헤아릴 수 없을 만큼 많은 종류를 포함하고 있다. 용도에 따라 생활용품, 건축용품, 장식용품 등으로 나누기도 한다.

현대공예는 예술공예, 취미공예, 전통공예, 산업공예로 분류할 수 있다. 이 분류는 공예의 목적으로 나누는 것으로서 범주의 특성에 따라 더욱 세분화 된다.

[표 1] 공예범주별 내용

분류	내용	2차 범주
예술공예/ 현대공예	용도를 벗어난 조형 오브제 갤러리에서 유통, 공예 오브제 작품, 공예조형 작품	금속, 도자, 유리, 목칠, 섬유, 가죽, 종이, 기타 공예 등
취미공예	공예 교육 서비스, 취미 문화생활 공예킷, 반제품 등을 활용 소규모 공방의 경제적 바탕	양초, 참숯, 크리스탈, 야생화, 지점토, 초크아트, 골판지, 쉐도우박스, 알, 짚풀, 토펠레 인팅 등
전통공예/ 전승공예	전승공예, 전통적 소재의 공예 전통을 응용한 현대공예상품	목칠공예(나전, 채화, 건칠, 화각, 죽 각자 등) 도자공예(기와, 벽돌, 용기 등) 섬유공예(직물, 침선, 자수, 매듭, 염색 등) 기타공예(옥석, 초자, 초경, 모피, 골각, 말총, 부채, 악기, 단청, 탕화, 민화 등)
산업공예	수공의 특성을 갖고 일부 생산 공정을 기계화하여 공예제품을 생산하는 것 명품의 대량생산 매스티지 산업	산업화된 공예 도자, 유리/석, 금속, 목/죽, 종이, 섬유, 가죽, 등

2) 공예문화산업진흥법 제2조(공예의 정의)

업종과 업태의 분류로는 제조/생산, 유통/판매, 교육/서비스 등으로 공예를 분류할 수 있으며, 한국공예산업 분류로는 도자, 유리, 석, 금속, 귀금속/보석, 목, 죽, 오세/초경, 종이/한지, 섬유, 가죽, 기타공예로 분류되며 공예 자체는 산업으로 보고 있다.

공예 콘텐츠 활용 프로세서로는 전시, 교육, 체험, 판매로 구분할 수 있으며, 공예 콘텐츠들 공통된 흐름이다. 북촌 공예 마을 또한 위 프로세서의 내용과 별다른 차이가 없다. 이는 공예 콘텐츠가 개인 위주로 진행되며 각 공방의 작은 공간에 다양한 콘텐츠를 전부 보여주는 기에는 한계가 있다.

2-3. 자기조직화 이론

자기조직화³⁾는 학습을 통해서 스스로 조직화한다는 뜻으로 교육학 및 통계학에서 연구되는 이론이다.

자기조직화의 대표적인 사례로 일리아 프리고진⁴⁾의 사례를 들 수 있다. 그는 점균류 곰팡이를 관찰하여 자기조직화 이론을 도출해내었는데, 점균류 곰팡이는 영양분이 모자라게 되면 서로 신호를 보내어 수만 마리가 일제히 요동을 시작하여 한 곳에 모여, 어떤 수준에 도달하게 되면 그들은 응집 덩어리를 형성하고 하나의 유기체가 되어 기어 다니며 영양을 섭취한다. 이후에, 환경이 나아지면 다시 흩어져서 단세포 생물의 자리로 돌아가는 것이다. 이처럼 자기조직화 이론은 과학적인 측면에서만뿐만 아니라 혁신을 주도하는 세계의 흐름 속에서 주목받는 이론이라고 정의할 수 있다.⁵⁾

공예 콘텐츠 또한 개개인의 기술과 심미성으로 이루어졌으나 단위 공간에 밀집해있으면 상호 작용하여 큰 시너지 효과를 만들어내고 이를 전체의 발전으로 활성화할 수 있는 요소로 작용한다.

개인의 콘텐츠는 제작과 판매로 단일화되어 있으나 북촌 공예 마을의 전체의 관점에서 자기조직화 한다면, 홍보, 융합상품개발, 전시, 체험, 교류 등에서 서로의 콘텐츠가 시너지 효과를 가지고 활성화될 것이다.

3) Self-organization은 구성원들이 스스로 학습하고 원하는 바에 따라 상호교류, 작용하며 자발적으로 커뮤니티 형태로 모여 움직이는 시스템

4) 일리아 프리고진(Ilya Romanovich Prigogine), 1917~2003, 벨기에 물리·화학자, 비가역 과정의 열역학을 체계화하였으며 1977년 소산 구조론의 연구에 공헌한 점을 인정받아 노벨 화학상을 수상

5) <http://ko.wikipedia.org/wiki/자기조직화>, 2019.7.20

3. 지역 공예 콘텐츠 사례분석

3-1. 공예클러스터

공예클러스터란 단일지역의 공예산업기반 강화를 위한 생산, 전시, 판매, 인력, 정보교류 등이 유기적으로 연결되어 유통 및 시장 창출을 하는 것으로 하나의 콘텐츠에서 여러 콘텐츠가 함께 연결되는 융복합 클러스터로 발전되고 있다.

우리나라 대표 공예클러스터 단지를 보면, 이천 도자클러스터, 부천문화 콘텐츠클러스터, 전남 공예산업 클러스터, 청주 공예클러스터, 광주 공예클러스터, 대구 문화산업 클러스터 등이 있다. 대규모 클러스터는 국가가 지역발전을 위해서 진행하는 경우가 대부분이다. 중앙정부와 지방자치단체가 클러스터 육성을 위해 투자 및 기업 간 거래 및 기업, 정부 거래를 통해 시장 활성화를 유도하기 때문이다. 여기에는 각 최소단위 구성원들의 적극 참여가 중요하며 구성원, 관, 소비자의 소통이 필수 요소이다.

각 작은 단위의 콘텐츠가 모여 지역과 국가 경쟁력을 갖게 하고 그것이 공예문화의 한류가 되는 것이다. 2017년 공예문화산업 진흥법이 시행되고 '공예문화산업 진흥 기본계획(2018~2022)'이 발표되었고 2017년 문화체육관광부는 총 5년간 1천100억 원을 투자하여 전국에 공예클러스터 4곳을 건립하기로 하였으며 이러한 지원사업이 공예 콘텐츠를 확장하며 지속 발전시킬 것이다.

공예문화산업진흥 기본계획에 의한 공예 생산역량 강화를 위해서 정부의 지원정책은 아래 프로세서로 진행되며 이러한 세분화를 통해 각 공방의 역량강화가 중요하다. 이것이 공예클러스터의 근간을 형성하고 있다. 공예산업은 개인 활동 위주의 소규모 시스템이 주류를 이루고 있기 때문에 관에서 주도한 프로세서는 세밀한 실행이 중요한 현실이다.

[표 2] 공예생산 역량 강화 프로세서

순번	프로세서	지원
1	디자인	디자인 컨설팅
2	제작	개발지원
3	상품화	상품화지원
4	브랜드	브랜드지원
5	유통	유통지원
6	소비	마케팅 컨설팅

3-2. 지역별 콘텐츠 분석

공예는 지역적 재료의 특성, 환경, 문화 등의 영향을 받아 발전되어 왔다. 전통적으로 공예의 4대 요소는 풍토, 재료, 기술, 문화로 지역 환경의 영향이 인간의 생활에 미치는 영향에 의해서 만들어지고 사용되었다. 여기에 오랜 문화적 가치관이 포함되어 공예의 가치가 지역을 중심으로 발전되어 왔다.

현대에도 지역적 환경이 공예발전으로 유지되었으며 공예산업을 근간으로 지역 활성화의 방법을 찾기 위해 노력하고 있다. 이를 이루기 위해 축제가 활성화되었으며 이를 근간으로 공예클러스터 산업의 틀이 만들어지게 되었다.

지역 공예클러스터 콘텐츠는 제작, 판매, 전시, 체험, 교육, 교류, 공모 등으로 세분되며 각 콘텐츠가 하나로 연결된, 축제와 박람회, 비엔날레 등의 행사가 지역별로 활발히 진행 중이며, 지역경제 활성화를 이끌고 있다.

공예는 전통적인 기술에서 현대로 이어지는 쓰임과 아름다움이 포함되어 있으며 공예산업은 관광산업으로 연결되어 다양한 콘텐츠를 생산하고 있다.

콘텐츠와 문화철학에서 이기상(2009)은 문화전략의 원형을 채취, 경작, 생산, 소비라 하였고, 이 모형은 시대에 따라 변형은 있지만, 원형은 유지된다고 했다. 현재의 공예클러스터 또한 문화전략의 원형에 부합되며, 공예클러스터의 기본 원형이라 볼 수 있다.

콘텐츠는 지역 환경과 문화의 기반을 두며 융합과 교류를 통해 연결되어 큰 틀의 클러스터를 만들어내며 이 클러스터 콘텐츠가 현대 소비생활의 중심에서 경제의 기반이 되는 것이다.

아래 표3은 우리나라 대표 공예클러스터에 관한 사례 비교분석표이다. 지역 전통공예를 기반으로 스토리텔링 되어 현대화 시스템을 거쳐 4차산업 기술의 접목으로 공예 콘텐츠가 관광 콘텐츠가 되며 이것이 현대 대한민국의 대표 문화라고 볼 수 있다.

공예 콘텐츠는 하나의 역할로 끝나지 않고 다른 콘텐츠와 어울려 더 큰 콘텐츠를 창출하고 있다. 전남 공예산업클러스터의 경우 지역의 전통공예 콘텐츠 기반에 농업과 국악, 음식 문화와 연결되는 다양한 콘텐츠로 풀어내어 지역 전체가 하나의 유기적 문화콘텐츠를 생산해내는 장점을 발휘하고 있다.

경기 도자클러스터의 경우 광주, 이천, 여주로 이어지는 도자산업 클러스터로 광주 분원의 역사성과 지역

자연환경의 특수성이 도자산업의 틀을 형성하여 현재에 와서는 지역 메카로서 역할을 하며, 다양한 행사를 통해서 판매, 전시, 교육, 체험, 교류 등의 콘텐츠 플랫폼이 잘 형성되어 있다고 볼 수 있다.

일본의 지역 사례를 보면 북촌한옥마을과 환경이 비슷한 오카야마현의 구라시키 미관지구의 경우 300년 전 에도막부 시대의 강변 항구에서 시작하여 메이지, 다이쇼 시대까지의 거리 경관이 보존되어 우리의 한옥 지구처럼 일본전통가옥지구로 오랜 건축물을 유지 보수하고 이를 공방과 아트숍으로 활용하고 있다.

중심에는 오히라 미술관과 구라시키 민예관, 고고관, 박물관이 형성되어 있으며, 곳곳에 도자기, 섬유, 목공예, 귀금속 등의 전통공예 공방과 지역 산업인 청바지, 장난감, 캐릭터가 함께 콘텐츠를 만들어 지역 관광산업의 중심이 되어 구라시키시의 고지마, 마비, 미즈시마, 후나오, 다마시마 지역과 연결되어 구라시키 전체 관광 벨트를 만들어 연평균 300만명의 관광객을 유치하고 있다.

이러한 여러 지역의 공예클러스터 콘텐츠의 사례 분석을 통해 자기조직화 이론의 바탕으로 새로운 북촌 공예 마을 콘텐츠 플랫폼 형성의 틀을 마련하고자 한다.

[표 3] 지역 클러스터 콘텐츠 유형

지역 클러스터	콘텐츠 유형
서울공예클러스터	<p>장점 : 서울시 공예산업 활성화를 위한 서울의 공방 밀집 지역인 북촌을 중심으로 생산성 향상을 위한 서울시 지원사업</p> <p>유형 : 상품개발 및 콘텐츠 기획, 사업 및 창업지원, 전시행사, 마케팅 프로그램개발, 유통망 개발 및 홍보활동을 통해 공예클러스터 기반 마련, 마포 공예지원센터, 동대문디자인플라자 등과 연계한 서울시 공예클러스터로 육성 중.</p>
경기도자클러스터	<p>장점 : 도자기 콘텐츠가 지역에 집중적으로 몰려있음, 도자진흥재단이 클러스터의 중심으로 다양한 행사와 지원사업을 운영하고 있음. 인근 광주, 여주지역과 연계된 경기도자비엔날레가 열리고 있음.</p> <p>유형 : 지역 도자 문화의 상징성을 적극적으로 이어기함. 도예 마을을 기점으로 재료, 전시, 판매, 교육이 동시에 이루어지며, 국제도자비엔날레와 도자기축제를 유기적으로 개최하여, 새로운 도자 트렌드를 제시함.(전시, 공모전, 체험, 컨퍼런스, 세미나, 판매)</p>
부천문화콘텐츠클러스터	<p>장점: 영상문화 단지 조성으로 만화 및 영상 축제의 특화된 콘텐츠 지역적 특화 성공, 부천시와 경기콘텐츠 진흥원이 적극적으로 지원</p>

	<p>할. 만화, 영화의 특화 콘텐츠의 연구 전시 및 부천 메이커 스페이스 운영을 통한 콘텐츠 기반사업, 창업, 육성, 저변확대. G-START 프로그램, 경기 주니어 콘텐츠 학교 운영</p> <p>유형 : 부천국제만화축제, 부천국제판타스틱영화제, 로보파크축제, 빛축제 등 다양한 지역축제를 통해 콘텐츠를 생산하고 있음.</p>
청주공예클러스터	<p>장점 : 지역 전통공예와 옛 연초제조장의 활용으로 스토리텔링에 성공함, 청주 공예비엔날레를 지속해서 개최함으로써 중심점을 견고히 함. 2020까지 70억 원을 투자하여 클러스터 중심인 연초제조장 본관동을 리모델링 예정임.</p> <p>유형 : 청주 공예비엔날레를 통한 전시, 공모전, 페어, 교육프로그램, 미술프로젝트, 학술심포지엄으로 공예 콘텐츠의 저변을 확대함.</p>
전남공예산업클러스터	<p>장점 : 전통공예의 강세지역에 첨단 신기술을 접목 및 응용으로 특화하고 있으며, 광주디자인센터를 거점으로 LED 융합 첨단공예문화상품 산업기반을 조성하고 있음.</p> <p>유형 : 지역 전략사업으로 LED+부품 소재+디자인의 연계로 지역 문화콘텐츠와 공예산업을 접목함, 전통적으로 지역 콘텐츠인 농업을 바탕으로 Slow City 지정, 해양관광자원, 천연염전, 고안돌, 판소리, 음식, 공예 등 다양한 콘텐츠를 기반에 공예 콘텐츠로 풀어냄.</p>
대구공예산업클러스터	<p>장점 : 대구 동구 지역 일대의 공예클러스터로 대구지역 문화산업클러스터, 재향산업클러스터, 미래형 자동차 전장부품 클러스터, 물산업 클러스터 등 여러 클러스터가 같이 성장하며, 시너지 효과를 냄.</p> <p>유형 : 대단위 클러스터라기보다는 지역 특성 클러스터로서 전시관과 공예 주제 거리 조성 과 대구 불로 공예 축제 등으로 지역 활성화 콘텐츠 개발.</p>
일본 구라시키 미관지구 클러스터	<p>장점 : 일본전통 가옥자구로 오랜 건축물 거리를 공예 관련 전시장, 공방, 공예숍, 식당으로 사용하여 전시, 체험, 판매, 교육 등을 한 곳에서 진행하며 일괄 시스템으로 운영, 구라시키 민예관이 지역 공예산업 관련 중심역할을 수행 중임.</p> <p>유형 : 구라시키시의 중심으로 인근 지역과 연계된 축제가 개최되고 있으며, 시민과 관광객이 함께하는 콘텐츠 개발에 중점을 두고 있음.</p>

4. 자기조직화 구조 적용

4-1. 콘텐츠 활성화를 위한 자기조직화

공예품 제작프로세서는 디자인, 제작, 상품화, 브랜드 유통, 소비로 나눈다. 대부분 소규모 공방은 공방 내에서 자체적으로 위 프로세서를 전부 진행하고 있다. 이는 제작에 더욱 어려움을 겪는 이유이기도 하다.

공예 마을 콘텐츠 프로세서는 전시, 교육, 체험, 판

매로 구분할 수 있다. 공방마다 차이는 있지만 대부분 복촌 공예 마을에서는 위 프로세스로 운영된다.

제작과 콘텐츠운영으로 공방별로 진행하면서 장점보다는 단점이 많이 노출된다. 서울시, 서울디자인재단, 종로구청, 한국공예디자인문화진흥원 등에서 다양한 지원사업을 통해서 복촌 공예 마을 활성화에 힘쓰고 있으나 정책의 일원화가 되지 않아 성과를 못 내는 것이 현실이다.

복촌 공예 마을은 전통공예와 현대공예가 함께 성장하고 있는 곳이며 서로의 배타적 관점이 아닌 각 분야의 우수한 기술과 예술적 차별화를 통해 서로 함께하여야 할 동반자의 역할이 필요하다.

복촌 공예 마을의 대표성을 갖는 단체를 보면 복촌 전통공방협의회, 12 공방협의회, 공공 한옥공방모임 등이 있으나 전체의 대표성으로 보이지 않으며, 서울디자인재단에서 운영하는 복촌공예원이 전통과 현대를 아우르는 행사를 진행하지만, 참여공방의 한계가 존재한다.

각 공방의 차별화된 콘텐츠가 모여 시너지효과를 발휘해야 하는 시점에 개인 활동 위주의 분위기가 복촌 공예 마을 활성화에 저해요소로 작용하고 있다.

복촌 공예 마을의 자기조직화는 공방 스스로가 마을 활성화에 대한 책임감과 함께한다는 의식을 갖고 네트워크 형성에 참여하는 것이 선결과제이며, 공방마다 네트워크를 생성하고 서로의 장단점을 보완하며, 스스로 문제 제기를 통해 극복해나가는 구조이다.

각 공방이 가진 제작, 판매, 전시, 체험, 교류 등의 콘텐츠를 자기조직화 네트워크를 통해 입력(Input)하고 조직을 발전적으로 출력(Output)시켜 전체 복촌 공예 마을을 하나의 클러스터로 조직화시킴으로써 자생력 생성이 본 연구의 중요 관점이다.

2017년 복촌 실태조사 보고서를 보면 전체 70개 공방 중 복촌 관련 협의회 활동은 16개의 공방이 가입되어있으며 나머지 77.1%인 54개의 공방은 네트워크에 참여하지 않고 있다. 지속적인 네트워크가 형성되지 않았으며, 개인 간의 교류로 복촌 관련 협의회가 집단의 발전에 대한 영향을 주지 못한 이유이기도 하고 협의회가 자기조직화를 진행하였지만, 확장이 부족했다고 볼 수 있다. 이 문제는 각 공방 자신의 참여문제와 교류 문제이기도 하지만, 중간 매개역할을 할 수 있는 코디네이터가 있으면 자기조직화가 빨리 진행될 것이다. 코디네이터의 역할은 세 가지의 방법이 있다. 첫 번째는 구성원의 자발적으로 앞장서는 것, 두 번째는 공예 마을 관련 공공프로젝트 담당자의 역할로서 시도해 볼

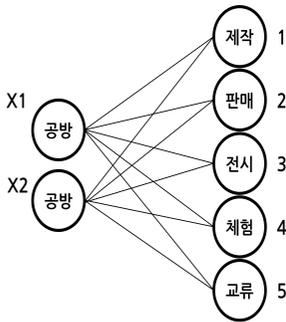
수 있으며, 세 번째는 자기조직화 교육을 통해 의식을 전환하는 방법이다.

4-2. 자기조직화 플랫폼

기존 국가지원 클러스터의 대부분 원형은 작은 단위가 모여 서로의 다른 기능을 보완, 융합하면서 특정 지역의 군집을 형성하는 구조이다. 이 클러스터 구조는 작은 단위인 북촌 공예 마을에서도 가능하다.

자기조직화 플랫폼의 기본은 공방이며, 제작, 판매, 전시, 체험, 교육, 교류의 플랫폼이 하나로 연결되어 그 기능을 각 공방 스스로 조직화하는 것이다. 다양한 기능의 역할을 스스로 해야 하는 현실에서 대부분의 단위별 공방은 제작에 제일 큰 비중을 갖고 있지만, 공방 플랫폼은 위의 기능을 전부 진행해야만 하는 것이 현실이다. 이 문제의 해결 없이는 콘텐츠 활성화 또한 쉬운 일이 아니다.

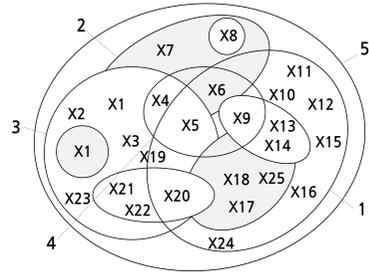
관의 다양한 지원프로그램도 큰 목적은 콘텐츠의 활성화이지만, 그 역할이 각 공방의 이익과 전체의 이익과는 대치되고 있는 부분도 있으며, 개인주의와 소극적인 참여도가 늘 문제가 되는 것이 현실이기에 자기조직화 플랫폼을 단계별로 제시하여 공예 마을 활성화의 기초 틀을 만들고 구성원의 자기조직화를 통해서 북촌 공예 마을과 서울 공예산업의 활성화의 기틀을 마련하고자 한다.



[그림 2] 자기조직화 기초 플랫폼

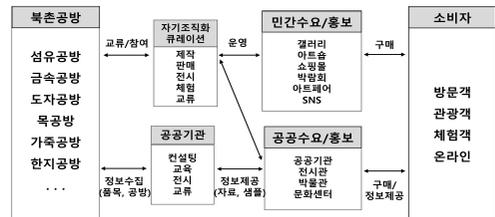
그림 2는 자기조직화 플랫폼을 나타낸다. X1 Input은 공방이며 Output인 1~5는 각 플랫폼을 의미한다. X1과 X2는 자기조직화 하여 각 플랫폼과 유기적으로 연결되고 네트워크되어 각 플랫폼 기능을 수행한다. 플랫폼 형성을 위한 X 단위의 공방이 늘어날수록 더 견

고한 자기조직화가 되는 구조이다.



[그림 3] 자기조직화 응용 플랫폼

그림 3은 인공지능망의 일종인 자기조직화맵(Self Organizing Map)⁶⁾의 응용 플랫폼을 나타낸다. 자기조직화맵은 비교 학습에 의한 클러스터링 방법을 나타내며, 차원을 줄여서 가시화하는 방법의 하나로 각 공방이 서로 같은 콘텐츠로 뭉치고 연결되어 큰 틀의 자기조직화 흐름을 이루어내는 구조이다. 각 장점 플랫폼은 서로에게 영향을 주어 자체적으로 콘텐츠를 발전시킨다. 그림 3의 1~5의 숫자는 제작, 판매, 전시, 체험, 교류의 각 플랫폼이 X단위의 공방들이 유기적으로 연결되어 각 콘텐츠들이 큰 플랫폼 내에서의 흐름의 구조를 만들어낸다.



[그림 4] 자기조직화 큐레이션 플랫폼

그림 4의 자기조직화 큐레이션⁷⁾ 플랫폼은 자기조직

- 6) 고차원으로 표현된 데이터를 저차원으로 변환해서 보는데 유용한 Map으로 핀란드 과학자 Teuvo Kohenen의 이름을 넣어 Kohenen map이라고도 불린다.
- 7) 다른 사람이 만들어놓은 콘텐츠를 목적에 따라 분류하고 배포하는 일을 뜻하는 말, 콘텐츠가 많아질수록 선별된 양질의 정보에 대한 수용가 커지며, 큐레이션은 이런 수요를 충족시키기 위한 것으로 신규 비즈니스의 기획이 콘텐츠 제작에서 콘텐츠의 분류 편집 및 유통으로 확대되는 것을 의미함.

화되어 플랫폼이 완성된 시스템을 설명한다. 공방 단위에서 큐레이션 시스템에 참여하여 제작, 판매, 전시, 체험, 교류의 프로세스에 함께 유기적으로 운영하여 민간 및 공공수요 및 홍보단계를 거쳐 최종적으로는 소비자와 만나는 것이다.

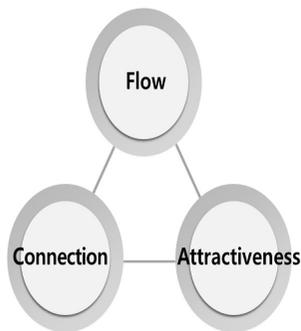
이전 복촌 공예 마을은 개인 공방 스스로가 여러 수요처와 소비자를 만났기 때문에 혼자서 여러 플랫폼을 운영하여 어려웠던 문제들이 자기조직화 된 큐레이팅 시스템으로 지역 문화와 공예 콘텐츠의 시너지 효과로 매력도가 상승하여 서로에게 도움을 주는 책임감 있는 시스템으로 발전된 것이다.

5. 결론

본 연구는 복촌 공예 마을 콘텐츠의 자생적 활성화에 초점을 맞추고 있다. 공예라는 특수성으로 인해 오랫동안 산업과 예술품 사이에서 제대로 자리매김하지 못하고 있음을 직시하며, 개인의 역량으로 공예품이 만들어지는 시대는 지났다. 공예인 스스로 개인적 영역의 테두리를 없애고 확장력을 스스로 찾아내지 못한다면 전체 공예 마을의 발전도 힘들 것이다.

자기조직화 시스템은 다양한 학습을 통해 스스로 조직화하는 과정으로 각 단위의 공방이 전체의 공예 마을을 만들어가는 책임감을 느끼고 네트워킹하여 그 시스템은 공예 마을 콘텐츠의 활성화 기반이 된다.

복촌 공예 마을의 공간적 한계와 가치창출 방식의 극복을 위해 각 공방과 소비자, 관람객이 원하는 바에 따라 운영자들 스스로 상호작용하고 커뮤니티 형성으로 소통할 수 있는 네트워크 구축과 자기조직화 플랫폼을 통해 더 큰 가치창출을 할 수 있다.



[그림 5] 자기조직화 네트워킹

복촌 공예 마을 활성화를 위한 다음 세 가지를 제시한다. 첫째 연결성(Connection)은 소단위 공방의 콘텐츠 네트워크 연결로 생산자와 소비자의 소통을 위한 연결 플랫폼을 생성한다. 둘째, 매력도(Attractiveness)는 복촌의 한옥, 전통문화, 공예의 콘텐츠가 단순히 보는 것에서 참여할 수 있는 창작, 공유, 감상, 교환 등의 콘텐츠 개발로 복촌 공예 마을의 독보적 매력도를 만들어낸다. 셋째, 흐름(Flow)은 복촌 공예 마을의 지속적인 가치확장을 위해 콘텐츠 관람자의 흐름을 분석하여 이에 대응되는 흐름 플랫폼을 각 공방에 제공하여 방문, 관람, 경험, 판매로 이어지는 수요와 거래가 매칭되는 흐름 큐레이션 체계를 형성하는 것이다.

자기조직화 네트워킹의 안전한 구축은 복촌 공예 마을 콘텐츠 플랫폼과 연결되어 새로운 모형의 큐레이션 형태를 만들어낸다. 소비자는 방문, 관람, 경험을 통해서 콘텐츠를 친숙하게 인지하고 운영자는 제작, 판매, 전시 체험, 교류를 통해서 다양한 콘텐츠를 생산해내며 조직을 이루어내는 것이 복촌 공예 마을의 하이브리드 마케팅 시스템이며, 긍정적 발전과 가치를 유지하는 길이라 생각한다.

복촌 공예 마을의 지역적 특성을 바탕으로 콘텐츠 활성화에 대한 장기적이고 전략적 연구의 시작이며, 이를 위해서 자기조직화 시스템 도입으로 소단위 공방에 서부터 전체 공예 마을 콘텐츠 플랫폼 연구가 지속해서 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

1. 이동철 외, [글로벌 시대의 문화마케팅], 법문사, 2008.
2. 이기상, [콘텐츠와 문화철학 - 문화의 발전단계와 콘텐츠], 북코리아, 2009.
3. 임근혜, [창조의 제국 - 영국 현대미술의 센세이션, 그리고 그 후], 지안출판사, 2008.
4. 김영순, 박한준, [지역문화 콘텐츠와 스토리텔링], 북코리아, 2011.
5. 김용호, 정기호, 김문태, [인터넷 마케팅3.0], 학현사, 2013.
6. 윤신원 외, [당신의 지역 콘텐츠를 기획하라!],

- 제이미디어, 2017.
7. 김희균, 도자공예산업의 디자인 경영 활동 효과에 관한 연구, 한국도자학회, 2011, Vol.7.2
 8. 전건용, 지역개발 매체로서 공예문화산업클러스터 조성방안 연구, 한국디자인문화학회, 2013. 3, 제19권 제1호, 418-428
 9. 조충휘, '도자 문화산업 활성화 연구', 서울과학기술대학교 박사학위 논문, 2016.
 10. 정영숙, '미술품 구매 목적에 따른 미술소비자 유형에 관한 연구', 추계예술대학교, 박사학위 논문, 2014.
 11. 신우진, '도시 전술로서 자기조직화 예술 공간에 관한 연구', 서울대학교, 석사학위 논문, 2019.
 12. 춘계학술대회 - 새로운 도시 미학을 위하여, 한국영상학회, 2008.
 13. 부천시 문화콘텐츠산업 중장기발전계획, 홍익대학교 산학협력단, 2013.
 14. 2013년 공예백서, 한국공예디자인문화진흥원, 2014.
 15. 서울시 매입 한옥 활용 실태조사, 서울특별시, 2015.
 16. 서울공예클러스터 결과보고서, 서울디자인재단, 2017.
 17. 복촌실태조사보고서, 서울디자인재단, 2017.
 18. 서울 공공한옥 활용 컨설팅, 서울특별시, 2018.
 19. <http://www.gov.kr>
 20. <http://www.seoul.go.kr>
 21. <http://hanok.seoul.go.kr>
 22. <http://www.naver.com>
 23. <http://ko.wikipedia.org>
 24. <http://www.kurashiki-tabi.jp>