

[경기문화재단 지원]

지역문화통화운영방안 및 매뉴얼개발

-지역품앗이광명그루 사례를 중심으로-

본 연구보고서는 연구자들의 주관적인 견해로써 경기문화재단의 입장과 다를 수 있습니다.

- 주관 연구기관명: 지역품앗이광명그루
- 주관 연구책임자: 이병곤(성공회대학교 교수)
- 참여 연구원
 - 연구원: 장해순(경희대학교 교수)
 - 연구원: 김은아(지역품앗이광명그루 운영위원)
 - 연구원: 이은경(광명시청소년문화의집 기획운영부장)
 - 연구원: 심평섭(지역품앗이광명그루 사무국장)

논문 초록

지역통화를 활용한 문예 진흥 사업의 방향모색

-경기문화재단의 문예 정책을 중심으로-

이 병 곤* (성공회대학교 교수)

장 해 순 (경희대학교 교수)

김 은 아 (지역품앗이광명그루 운영위원)

이 은 경 (광명시청소년문화의집 기획운영부장)

심 평 섭 (지역품앗이 광명그루 사무국장)

본 연구는 지역문화예술정책을 고찰하고, 지역문화통화를 활용하여 지역내 문화예술진흥의 가능성을 탐색하는 연구로써 광명시의 지역품앗이 광명그루 사례를 중심으로 살펴보았다.

우리나라의 지역문화예술 정책은 중앙 중심의 정책을 통해 심한 불균형 현상을 초래하고 있으며, 문화예술과 관련한 인프라의 부족 현상 등 지역내의 자생적 문화예술 활동을 더욱 더 어렵게 만들고 있는 것이 현실이다. 여러 가지 정책들이 진행이 되었지만 지역마다의 특수성을 간과하고 지역에서 활동하는 문화예술인들을 고려하지 않은 상태에서 진행되다 보니 많은 시행착오를 겪기도 했다.

광명시의 경우도 예외는 아니여서 시(市)가 형성된지 20여년 밖에 안되는 짧은 역사속에서 문화도시를 표방하고는 있지만 열악한 문화현실 앞에 지역 문화예술인들의 설자리가 마땅치 않은 것이 현실이다. 최근 들어서는 지자체의 무분별한 관객 모으기 무료행사 등을 통해 민간의 자생적 공연단체를 오히려 어렵게 만드는 일도 전국적으로 진행되고 있다. 이로 인해 시민들은 자신의 주머니를 열어서 문화예술활동에 참여하는 데 익숙하지 않고, 돈을 들여서 보는 공연은 서울의 대학로나 예술의 전당에 갔을 때나 가능한 것으로 알고 있다.

이러한 까닭에 지역에서 활동하는 문화예술인들은 지역 주민들을 상대하기 보다는 중앙으로 활동 무대를 옮겨가는 것이 현실이다. 지역에서 생산되는 문화예술활동의 장에 지역시민들의 무관심과 냉대는 어제 오늘의 일이 아니다. 이러한 현실속에서 지역의 문화예술인들이 활동하고 있는 것이다.

이에 본 연구에서는 지역문화통화를 활용하여 지역내 문화예술진흥의 가능성을 살펴보고 실현가능한 운영방안 및 모델을 만들어 내는 것이다. 우리나라

라에서 비교적 최근의 움직임인 지역통화는 일정 지역내에서 만 통용되는 공동체화폐이다. 지역통화가 갖는 특성중에 하나는 지역사회가 가지고 있는 자원을 사장시키거나 외부로 이탈시키지 않고 주민 스스로의 통제권 하에 서로 가용하게 함으로써 지역안에서의 유통을 통해 재화 뿐만 아니라 자신이 가진 서비스까지도 거래하고 유통할 수 있다는 점이다. 또한 다자간 품앗이나 우리나라의 전통적인 두레, 계의 현대적 실천이라는 공동체의 회복차원에서 바라보는 이들도 있다. 이러한 지역통화의 특성을 살려서 지역문화예술정책에 반영한다면 현실적 대안이 될 수 있다.

이에 본 연구에서는 광명시의 지역품앗이광명그루 사례연구를 위해 회원과 일반시민들을 대상으로 기초적인 설문조사를 실시하였고, 문화관광부의 공모사업으로 진행된 사회문화예술교육프로그램을 진행했던 경험을 살려 지역문화예술진흥과의 연관성을 찾고자 했다. 또한 지역내 문화예술활동을 하는 단체 대표, 실무자와 간담회를 통해 의견들을 수렴하였고 심층면접을 통해 질적 연구를 시도하였다.

본 연구의 결과 지역문화통화는 문화예술진흥에 아래와 같이 기여할 수 있음을 알 수 있었다.

첫째, 자발적 시민문화창출에 기여할 수 있다.

둘째, 지역내 문화예술활동가들의 참여를 새롭게 모색할 수 있다.

셋째, 지역문화네트워크에 기여 할 수 있다.

넷째, 문화거래의 활성화에 기여할 수 있다.

결론적으로 지역문화통화는 지금까지 지역내 문화예술의 현실을 고려하지 않고 진행되었던 중앙중심의 문화예술정책에 새로운 패러다임을 제시하고 있다. 지방자치제와 맞물려 지역내의 문화예술의 현안과 문제들을 주민 공동의 노력으로 해결하는 자립적 문화예술정책은 시사하는 바가 크다고 할 것이다. 특히 문화통화는 열악한 지역의 문화예술현실을 고려할 때 지역안에서의 자생적 문화예술 생산과 유통의 매개 역할로서 서로간의 신뢰와 소통의 장을 마련하는데 많은 기여를 하게 될 것이다.

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 배경	1
제 2 절 연구의 필요성과 연구목적	2
제 3 절 연구의 방법 및 범위	4
제 2 장 지역문화예술 정책의 새로운 대안으로서의 문화통화	7
제 1 절 지역문화예술정책의 현황과 한계	7
1. 지역문화예술 진흥 정책의 현황	7
2. 지역문화예술 정책의 한계	11
3. 광명시 지역문화예술 정책의 현황	13
제 2 절 지역문화통화의 가능성	18
1. 지역문화통화에서 도출된 문화통화의 성격	18
2. 문화통화의 특징과 조작적 정의	20
제 3 절 지역문화예술입장에서 본 문화통화	23
제 3 장 문화통화의 적용가능성 탐색	31
제 1 절 광명시 지역통화 추진현황 및 회원들의 지역통화에 대한 인식	31
1. 광명시 지역통화 추진현황	31
2. 회원들의 지역통화에 대한 인식	33
제 2 절 사회문화예술교육프로그램 사례연구	51
1. 신나는 주말문화 예술체험 놀이터	53
2. 참여자 경험사례	59
1) 지역문화예술인 관점	60
2) 참여자의 관점	60
제 3 절 지역문화예술 진흥의 가능성 모색	66
1. 자발적 시민문화 활성화	70
2. 지역문화예술인의 참여 확대	70
3. 지역문화예술 네트워크 구축	72
4. 문화예술의 거래활성화에 기여	76
제 4 절 지역문화통화의 모델제시	78

제 4 장 요약 및 결론	79
[참고문헌]	93
[부록] 참여자 심층면접문항	95

표 목 차

<표 2-1> 국가 문화예술정책과 광명시의 문화기반시설	9
<표 2-2> 문화예술진흥법 제1조의 1와 관련한 광명시 문화시설 현황	10
<표 2-3> 광명시 기초문화예술환경자원 현황	10
<표 2-4> 광명시 연령별, 분야별 동아리 현황성	12
<표 2-5> 문화통화의 개념 요약	15
<표 2-6> 주요 국가 중앙정부의 문화예산 규모 비교(2000년 기준) 17	
<표 2-7> 참여정부 문화 정책 5대 기본 방향 및 24대 세부추진과제	19
<표 2-8> “문화의 민주화”와 “문화민주주의”의 전략 비교	19
<표 3-1> 응답자의 특성	23
<표 3-2> 연령별 지역품앗이 광명그루 물품서비스 등록여부	26
<표 3-3> 지역별 지역품앗이 광명그루 물품서비스 등록여부	26
<표 3-4> 월소득별 지역품앗이 광명그루 물품서비스 등록여부	26
<표 3-5> 학력별 등록된 품목서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사여부	28
<표 3-6> 월소득별 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정	29
<표 3-7> 직업별 광명그루를 통해 품목·서비스 직접교환거래 경험여부	30
<표 3-8> 연령별 교환 거래 형태	31
<표 3-9> 월소득별 교환 거래 형태	31
<표 3-10> 추진경과	38
<표 3-11> 프로그램 운영 현황	41
<표 3-12> 지역통화(LETS)시스템을 활용한 문화통화(Cultural LETS)개념도	62
<표 3-13> 지역문화통화 시스템 구축유형	63

그 립 목 차

<그림 2-1> 문화통화등록소를 통한 거래 개념도	14
<그림 3-1> 지역품앗이 광명그루 인지 정도	24
<그림 3-2> 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법	24
<그림 3-3> 지역품앗이 광명그루 가입 동기	25
<그림 3-4> 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부	25
<그림 3-5> 지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목·서비스	27
<그림 3-6> 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목·서비스	27
<그림 3-7> 등록된 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부	28
<그림 3-8> 타인이 등록된 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부	28
<그림 3-9> 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도	29
<그림 3-10> 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가	30
<그림 3-11> 교환 거래 형태	31
<그림 3-12> 거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스	32
<그림 3-13> 거래한 품목 중 제공한 품목·서비스(다중선택)	32
<그림 3-14> 교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도	33
<그림 3-15> 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법	33
<그림 3-16> 주말예술체험 놀이터 프로그램 구성	38
<그림 3-17> 문화통화의 추진 목적과 전략	58
<그림 3-18> 지역통화 사무국의 역할	61
<그림 3-19> 문화통화 시스템 개요도	64

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경

본 연구에서는 지역의 문화예술 현실을 고찰하고 지역통화를 활용한 지역 문화예술 진흥의 가능성을 제시하고자 한다. 모든 국민은 어느 지역에 살든 상관없이 일정 수준 이상의 문화예술적 삶을 영위할 권리가 있다. 그러나 우리나라 지역문화의 현실은 급격한 근대화를 추진하는 과정에서 생겨난 불균형 성장정책으로 지역간 경제, 사회, 문화, 교육 등에서의 불균형을 심화시켰다. 지역별 주요 문화시설의 보유현황, 시설운영에 격차가 극심한 상황이고, 지역 시군구 단위의 문화기반시설의 경우, 전문인력 보유, 운영자금, 프로그램 및 주민 이용도 측면에서 매우 열악함을 보이고 있다. 대표적인 민간지역문화단체인 지방문화원의 경우, 지방으로 갈수록 열악한 재정, 인력 및 운영 환경에 놓여있다. 또한 시립합창단이나 민간 예술단체들도 중앙집중 심화로 인한 인력난 및 재정적 어려움을 겪고 있다.

앞으로 '지식정보산업시대'에 지역문화예술 진흥 정책을 제대로 펴나가려면 지역 경제 회생의 원동력이자, 전 국민의 형평적 문화복지를 위해서 획기적 대책 마련이 시급하다. 현재까지 중앙 중심의 거시적 청사진을 가지고 여러 가지로 정책들이 마련, 시행되기는 했으나 얼마나 실효성을 거두었는지 지속적인 평가가 이루어져야 한다.

바람직한 지역문화예술 진흥정책을 위해서는 지역별로 지역주민과 지자체가 주인이 되어 문화 발전 전략을 마련하는 것인데, 이 역시도 추진 주체가 열악하고 현실적 난제들이 쌓여 있다. 지역 문화예술 진흥의 주체가 지자체와 지역 주민에게 있어야 함은 물론이다. 이미 우리나라는 지방자치제의 실시로 지역사회가 주민들의 문화예술을 위해서 여러 가지 형태로 문예조직을 형성할 수 있는 토대를 마련해 왔다. 그러나 현재의 지방자치제는 지역 주민에 의한 자치가 아니라 중앙정치권의 하부 단위화 정도로 자리매김을 하고 있다. 결국 지역주민에게 문화예술에 대한 새로운 기회를 주기에는 역부족이다. 중앙에서 진행해온 많은 정책들이 주민참여가 배제된 상황에서 일방적인 방식과 전문가 중심주의로 치달았던 것도 사실

이다. 비록 초기에는 이런 난점이 대폭 개선된 듯 보였으나 지역문화의 주체가 형성되지 않아 시간이 지나면서 다시 악화되는 경향을 보여왔다.

지역문화예술의 진흥은 내용적 차원에서 획기적인 대책 마련이 시급하다. 그 방식은 전문가 개입에 의한 상향식이 아니라, 지역주민의 자발성을 통해 진행되어야 한다. 그것이 지역문화예술진흥의 체질을 바꾸는 해법이다. 초기 과정부터 지역주민들의 문화예술에 대한 욕구를 반영하고, 지역주민들이 지역문화예술의 주체로 전면에서 나서며, 이런 모습이 생명력을 갖고 지속되어야 한다.

본 연구에서 지역통화에 대한 접근은 이러한 관점으로 시도되었다. 지역통화는 일정 지역내에서 통용되는 화폐를 통해 주민들 서로가 자발적으로 삶의 많은 것을 나눌 수 있는 매개로 역할을 한다. 이 과정에서 지역주민들은 현금 없이도, 자신들이 필요한 서비스나 물품을 타인으로부터 제공받을 수 있으며, 타인에게 제공도 가능하다. 이러한 나눔문화가 효과적으로 지역사회에 뿌리를 내리게 된다면 지역통화를 통한 공동체의 회복 뿐만 아니라 지역의 문화예술진흥도 주민참여 중심의 새로운 패러다임 구성의 가능성을 엿볼 수 있게 된다.

그러나 본 연구는 아직까지 국내에서의 선행연구들이 일천할 뿐 아니라, 그나마 존재하는 사례 연구도 특정 단체의 형성과 전개 과정에 치우쳐 있기 때문에, 지역의 문화예술진흥을 위한 지역통화의 활용에 있어 보편적인 결과를 이끌어 내는 데는 한계가 있었다. 이 연구에서는 특히 지역통화 참여자들과 사례연구를 통해서 지역문화예술 진흥의 근본적 해결 지향점을 찾아 보고자 시도했다.

앞으로 이 분야에 대한 연구가 더 깊이 있게 진행되고 구체적인 실험들이 이어진다면 보다 체계화된 결과물을 얻을 수 있을 것이다.

제 2 절 연구의 필요성과 연구 목적

전술했듯이 지역문화예술 진흥을 위해서는 지역의 주민 참여를 통한 아래로부터의 문화 활성화가 매우 중요하다. 이를 위해서는 전 세계적으로 약 3000곳 이상의 지역에서 운영되고 있는 지역통화가 긍정적 대안이 될 수 있다. 지역통화는 지역이나 구성 목적에 따라 양상의 차이가 다양하지만 일반적으로 지역경제를 활성화시키려는 차원에서 시작되어, 실업자 및

저소득층 보호, 자립적 지역경제의 창출뿐만 아니라 지역사회 상호부조 증진을 통한 공동체 회복 등 긍정적인 역할을 수행하고 있는 것으로 평가 받고 있다. 지역통화와 마찬가지로 인간중심의 정신적 가치를 지향하면서 만성적인 거래 부진에 시달리고 있는 문화예술계에 이러한 성공적 선례들은 충분히 '문화통화'의 성립가능성과 지역문화예술 정책의 새로운 도입 가능성을 보여 주고 있다.

최근 문화예술정책의 주요 골자로 등장하는 키워드는 '자율', '참여', '분권'이다. 이러한 흐름속에서 지역의 문화기반시설을 새롭게 조직하고 내실화하는 방안에 관한 정책들도 중요하다. 다른 한편으로는 시민문화의 활성화가 과제로 제기되기도 한다. 지역통화는 특정 지역에서 여러 자원의 구성원들이 필요에 따라 거래가 이루어지는 시스템이다. 이러한 지역통화의 특성을 잘 활용하면 지역에서 문화예술 자원을 동원하는 동시에 교류 관계를 형성하여 지역 공공문화자원의 활성화와 문화예술인들의 교류를 이끌어낼 수 있으며, 결과적으로 이를 통해 시민사회 교류 전반을 확대하는데 기여 할 수 있다.

이러한 지역통화는 기초지역 문예분야에 활용가능성이 높다. 이 분야의 거래에는 지역내 문예인들이 보유하고 있는 능력, 서비스, 문화인프라, 작품, 도구 등 모든 자원이 거래의 대상이 될 수 있다. 활용영역을 살펴보면 지역 내 크고 작은 축제와 행사, 문예교육, 지역 전문가와 아마추어 문예인의 참여를 새롭게 유도할 수 있다. 특히 젊은 문화예술인들은 재정적 어려움으로 창작활동을 지속하기가 쉽지 않은 상황에 처하기도 하고, 지역의 많은 공연단체들도 무분별한 선심성 재정 지원 행사 등으로 자생력을 유지하기가 쉽지 않은 것이 현실이다. 이러한 맥락을 고려한다면 그 근본적인 해결 지향점에 지역통화가 있는 것이다.

또한 지역통화를 매개로 지역 문화자원에 대한 네트워크를 구성할 수 있다. 지역내 문화기반시설인 지방문화원, 문화의집, 전시실, 소극장, 영화관, 창작공방, 미술관 등을 네트워크에 포함시킬 수 있다. 또한 미술, 사진, 문학, 음악 등 다양한 장르에 걸쳐 활동하는 문화예술인들의 참여 네트워크 구성이 가능하다. 이는 현재 지역문화예술인들의 욕구와도 상응하는 것으로 지역통화가 유력한 매개체가 될 수 있다.

이러한 지역내 문예 분야의 욕구와 필요에 따라 지역통화를 통한 대안을 찾아 보는 것은 의미있는 연구과제이다. 광명시에서는 지난 2003년 광명

시평생학습원과 푸른광명21실천협의회가 발의하여 지역내 문화단체가 포함된 23개단체가 중심이 되어 지역통화를 시작하였다. 일 년간의 준비과정을 통해 지역 공론화 작업을 충실하게 밟은 뒤 2004년 3월 16일 '지역품앗이 광명그루'가 출범하여 진행되고 있다. 한편 지역통화의 한계와 당면과제는 거래 품목의 제한성에서 오는 거래 부진이나 거래현황의 실질적 파악 부족, 지역통화 거래를 위한 비용 충당의 문제 등으로 드러났다.

이상의 논의를 종합하면, 본 연구의 목적은 지역내의 문화예술 진흥을 위한 현황과 문제점들을 파악하고, 지역통화를 활용하여 주민참여중심의 보다 근본적인 해결책을 정책적으로 검토해 보는 것이며, 더 나아가 문화통화로서의 가능성을 검토하여 실행 모델로 제시하고자 한다.

제 3 절 연구방법 및 범위

이 연구는 지난 2006년에 수행되었던 기초연구¹⁾에서 의 연장선에 놓여 있다. 특히 사례연구 방법을 사용하여 지역통화의 거래상황과 참여자들의 경험을 녹취하여 분석하였다. 이처럼 사례연구 방법을 택한 이유는 현장에서 건져올린 생생한 자료를 통해 지역통화가 지역내 문화예술진흥에 논리적 근거를 확인하기 위해서이다. 이런 사례연구 방법을 채택함으로써 지역통화 뿐만 아니라 지역내 문화예술에 대한 이해의 폭도 더욱더 깊어 지리라 여겨진다. 현재 지역통화에 대한 연구가 깊이 있게 진행되어 있지 못하며 아울러 지역의 문화예술 역시 역사가 깊지 못하고, 선행연구도 그리 많지 않다. 이에 본 연구에서는 사례연구에 필요한 모든 자료를 확보하기 위해 각종 문헌자료, 실태조사, 면접 등을 사용하였다. 자료가 없는 부분은 기관을 직접 방문하여 자료를 요청하거나 담당자와의 전화 통화를 통해 획득하였다.

첫단계로 지역문화예술 정책을 중앙정부와 지자체인 광명시로 나누어 문헌연구 및 실태파악을 하였다. 이후 지역통화에 대한 기초연구를 토대로 문화예술 진흥에 관한 이론적 심화연구를 진행하였고, 문화통화로서의 발전가능성을 탐구하였다. 이후 지역품앗이 광명그루 회원과 일반시민을 대상으로 지역통화에 대한 인식과 관련한 설문조사를 실시하였다. 이를 통

1) 경기문화재단(2006). 지역통화를 활용한 문예진흥사업의 방향모색 참조.

해 운영현황과 참여자들의 참여태도, 주거래항목 등을 파악하였다. 그러나 설문조사만으로는 연구를 통해 얻고자 하는 결과에 도달하기 어렵다는 점을 감안하여 질적 연구방법을 병행하였다. 설문조사에 응답한 회원 중에 무작위로 추출된 지역내 문화예술활동가들을 찾아가 심층면접을 진행하였다. 이를 통해서 참여자와 활동가 들이 갖고 있는 구체적인 정보를 습득하여 이들의 공동체적 행위, 그리고 문화예술과 연관된 행동의 동기 및 결과를 분석할 수 있었다.

그러나 이 연구는 사례연구를 넘어서 지역통화와 문화예술의 진흥 사이에 뚜렷한 인과관계를 밝히거나 특정한 결과를 일반화시키는 데에는 한계를 가지고 있다. 사례 연구는 지역품앗이 광명그루를 대상으로 삼았다. 또한 광명지역에서 활동하는 문화예술 활동가들과 외부 활동가들도 대상으로 참여시켰다. 심층면접 대상자는 15명이었으며 대부분 교환거래 유경험자와 문화예술 활동가에 한하여 실시하였다.

이 연구는 모두 4장으로 구성된다. 제2장에서는 지역문화예술 정책의 새로운 대안으로서 지역문화통화에 대한 개괄적 설명이 이뤄지고, 지역문화예술 정책의 현황과 광명시 지역문화예술 정책의 흐름과 현황을 살펴본다. 이어서 이론적으로 모색해 지역문화예술입장에서 지역문화통화를 어떻게 바라보고 있는지를 살펴본다. 이는 지역문화예술진흥의 새로운 패러다임으로서 지역문화통화 연구의 기준 틀을 제시하기 위함이다.

제3장에서는 지역문화통화의 적용가능성 탐색을 위해 지역품앗이 광명그루 회원들의 지역통화에 대한 인식을 설문조사를 통해 파악하였다. 또한 심층면접을 통해서 참여자들의 지역문화예술에 대한 보다 구체화된 경험 사례를 들어 보았다. 이러한 연구를 토대로 지역문화예술 진흥의 가능성을 모색해보고 문화통화의 실행 모델을 제시하였다.

제 2 장 지역문화예술 정책의 새로운 대안으로서의 문화통화

제 1 절 지역문화예술정책의 현황과 한계

1. 지역문화예술 진흥 정책의 현황

전세계적으로 문화예술정책의 주도권이 중앙에서 지역으로, 정부에서 민간으로 이전되는 것이 시대의 흐름이 되었다. 우리나라 역시 전통적으로 강력한 중앙집권적인 전통을 가지고 있고, 짧은 역사를 지닌 문화예술정책역시 이러한 전통에서 크게 벗어나지 않는다.

문화관광부의 지역문화 활성화 대책과 관련하여 지역문화 현실을 진단한 보고서²⁾에 따르면 첫째, 각 부문의 수도권 집중화와 맞물리면서 지역간 문화 불균형 현상은 더욱 심화 되었으며, 지역별 주요 문화시설 보유 현황의 격차가 극심하며 문화산업 부문에 있어서도 수도권 집중률이 90%를 상회한다고 한다.

둘째, 전통문화의 단절과 중앙 답습, 중앙 배급식 획일화로 지역적 특색을 상실하고 있다는 것이다. 셋째로, 문예회관, 도서관, 박물관 등 시설 인프라는 확충되고 있는 반면, 예산 및 인력 부족으로 운영상태는 극히 열악한 실정이다. 전체 문예회관의 42%인 48개소는 공연일수가 100일 미만이고, 예산, 프로그램, 인력 부족 등의 이유로 공연전문시설이 결혼식 대관 등에 주로 활용되고 있는 실정이라고 한다. 또한 전국 220개소에 설립된 지방문화원도 지방으로 갈수록, 인력 및 재정난으로 지역문화의 구심체 역할을 하는데 어려움을 겪고 있다. 넷째로, 지방문화기반시설의 절대적 부족을 들었다. 현재 일본과 비교했을 때 국내 공연장은 1/7, 박물관의 경우는 1/17의 수준에 불과하다.

이러한 현실적 대안으로 지역문화활성화 대책의 주요 내용을 살펴보면 아래와 같다. 첫째로 인력과 프로그램 지원을 통한 문화기반시설의 운영 활성화 측면이다. 인력확충을 위해서 문화예술관련 시설에 전문인력 채용을 지원하고 문예시설 종사자 등에 대한 재교육을 실시하는 내용이다.

2) 문화관광부(2005년), 지역문화활성화 대책

프로그램 운영지원 분야에 있어서는 문예회관 등 지역문화기반시설 대상 운영프로그램 지원을 위해 순회공연, 특별전시, 계층별·지역별 체험프로그램과 전국550개 시설대상으로 1,200여개 프로그램을 지원한다는 계획이다. 또한 지역내 소규모 자생적 문예단체 구성을 지원하여 유희문화공간 활용 및 지역내 활력을 증대시키는 것이다. 둘째로, 문화예술교육의 확대를 통한 지역의 문화적 활력을 제고하는 것이다. 전문예술단체, 문화기반시설, 대학 등 교육기관간 협력체계를 구축하고 시범사업을 추진하는 것이다. 도서관, 박물관·미술관, 문예회관, 문화의집 등 전국 문화기반시설의 사회문화예술교육프로그램을 운영 확대하여 지역별·연령별·계층별로 특화된 문화예술교육 프로그램을 개발하는 것이다. 또한 교육과정 중 문화예술교육프로그램 운영지원을 위해 각급 학교의 교과수업, 특별활동, 특기적성 수업시 전문강사 및 프로그램을 지원하는 것이다. 셋째로, 민·관·학 연계를 통한 지역문화 발전체계를 정립하는 것이다. 지역문화인재양성체제 구축을 위해 행사기획홍보, 문예시설경영 등 지역문화예술에 필요한 분야를 선정하여 지원하고 지방대학내 전문교육과정 신설 및 관련과정 수료자고용단체에 한시적 고용촉진금등을 지원하는 것이다. 또한 지방대학의 지역문화 컨설팅 역할을 강화하여 문화 공간 연계 활용, 지역축제육성, 문화관광자원 개발 등에 활용될 수 있도록 한다.

넷째로, 지방문화원을 지역문화진흥의 구심체로 육성하는 것이다. 신규 전문인력 공개채용 등 지방문화원 운영체제 혁신을 꾀하고, 향토문화발굴계발 등 지역문예단체 및 시설을 연계한 지역문화 활성화사업을 시행하는 것이다. 다섯째로, 주민생활과 밀접한 생활 친화적 문화공간을 조성하여 운영하는 것이다. 아파트단지 부수시설 중 활용도가 낮은 공간의 문화공간화 및 주민밀집지역에 소규모 '작은도서관'운영을 추진하는 것이다. 또한 쇼핑센터, 지하철 역광장 등 주민 왕래가 잦은 지역의 문화공간화 프로그램을 지원하는 것이다. 여섯째로, 문화·관광을 통한 기초단위마을 살리기 운동을 추진하여 인구감소, 노령화, FTA체결 등으로 침체되어 있는 기초단위 마을에 활력을 부여하는 것이다.

이러한 지역문화 활성화를 위해서 제도적 기반 조성도 계획하여 진행하고 있다. '지역문화예술위원회'를 설립 운영하는 것이다. 관 주도의 지역문화 추진체계를 민간주도로 전환하는 것을 골자로 산하에 지역문화센터를 두어 단체·시설간 네트워크화, 인력개발 및 활용, 프로그램 개발·활

성화사업 등을 운영하는 것이다. 또한 지역문화진흥법을 제정하여 지방자치단체의 일부 권한을 민간위원회에 이양, 행정지원을 위한 지방문화예술 조례를 제정 및 개정해 나가는 것이다. 이 외에도 정책 및 사업에 대한 평가 제도를 정착하고 문화행정협의회를 설치하는 내용도 포함하고 있다.

중앙정부차원에서의 지역문화 현실과 대책들은 그 동안 여러 가지 다양한 형태로 진행되어 왔으며 많은 시행착오를 거쳐 오늘에 이르렀다. 대표적인 사례로 문화행정 관련 지자체와 민간의 갈등을 들 수 있다.³⁾ 지난 2003년 남양주 '세계야외공연축제'의 경우, 지역주민들의 자율적이고 적극적인 참여와 축제 조직위와의 활발한 소통을 통해 비교적 성공적인 축제로서의 가능성을 보여 주고 있었다는 평가에도 불구하고, 시당국이 '축제 주관 단체의 적절성' 문제를 이유로 축제의 9월 연기, 집행위원회 정비, 장소 변경 등의 사안을 일방적으로 추진하려고 했던 것이다. 따라서 '남양주 세계야외공연축제의 5월 개최를 촉구하는 남양주 시민 일동' 이름으로 결의문이 발표되는가 하면 문화연대, 민예총 등이 시 행정 당국의 부당한 개입을 규탄하는 성명을 내는 등 논란을 빚기도 했다. 또한 문화원 사무국장 공채 논란이다. 문화관광부가 전국의 지방문화원 사무국장을 문화전문인력으로 교체한다는 명분으로 사무국장 연봉의 50%를 국고에서 지원하는 내용의 정책을 시행하면서 지방문화원이 한바탕 소동에 휩싸이기도 했다. 이 같은 정책은 상당수의 지방문화원이 전문성이 결여된 채 '경로당식' 운영에 안주하고 있다는 문제의식에서 비롯되었으나 결과적으로는 상당한 진통만 겪고 별 실효성은 거두지 못한 것으로 평가되고 있다. 일부 개선 효과가 없지 않았지만 실제로는 큰 효과를 보지 못하고 문화원에 대한 국고 지원만 늘린 결과를 낳았다는 비판이 만만치 않다. 문화 전문성을 갖춘 인재를 선발하기 위해 공채 형식을 취했지만 기존의 사무국장이나 단체장 또는 문화원장이 지명하는 사람 등을 사전에 내정해 놓고 선발한 경우가 많았다는 지적이다. 그러나 여러 가지로 지자체 문화재단 설립이나 민간차원의 지역문화운동의 활성화를 활발하게 전개되기도 하였다. '지역문화네트워크'가 경주 신라문화원에서 문화정책 연구가, 예술인, 지역문화활동가 등 다양한 지역문화예술인이 참여하여 활동하기도 했고, 2005년 현재 진행되고 있는 사회문화예술교육이나 학교연계문화예술교육

3) 지금중, 지역문화활성화의 추진력을 받은 한 해, 문화연대(2004년)

프로그램들은 향후 평가가 진행되어야 하겠지만 지역내에서 많은 문화예술인들의 참여를 유도하고 관심을 이끌어 내는데는 일익을 담당하고 있는 것으로 평가된다.

위에서 언급된 중앙정부차원의 정책들을 보면 지역문화현실을 일정 부분 파악할 수 있다. 그럼에도 지역문화예술 진흥의 의미와 현실을 이야기하는 것은 매우 어려운 과제이다. 지역경제 침체라는 난제를 해결하는 것도 어려운 현실속에서 지역의 문화예술 진흥을 화두로 내세우는 것은 수순이 아닌 듯 보인다. 그러나 지식과 창의가 경제력 및 사회적 영향력을 좌지우지하는 지식중심사회에서 문화예술이 지니는 힘과 가능성은 크다 할 것이며 대중매체의 발달과 쌍방향성 미디어 기술 등이 낳은 통신혁명으로 문화예술의 영역은 확산되어 가고 있음을 감지하게 된다. 지역의 문화예술은 생활문화환경의 질을 결정하고 지역주민의 공동체 의식과 정주의지를 높이는 주요원천이 되는 것이다. 시대의 흐름이 변화하고 있는 것이다.

위의 내용을 다시한번 정리하면 지역분권과 연계한 지역문화 분권을 이야기 하고 있는 것이다. 지역문화와 관련하여 지방정부로 지역문화 정책 결정 권한을 이전하고, 실질적인 집행이 가능할 수 있도록 해야 한다는 요구가 지역분권의 연장에서 제기되기도 한다. 이러한 지역문화예술정책의 흐름 속에서 지역의 문예기반시설을 새롭게 조직하고, 전문적으로 운영하는 방안을 마련하는 정책적 내용들이 거론되고 있다. 이를 위해 문화예술 분야 전문 인력을 육성하는 것이 과제로 제기되기도 한다. 결국 지역문화 정책에 있어 큰 흐름은 지역문화 분권과 문화 공공성을 확대하는 것이 중요한 정책적 과제로 거론되고 있다. 이와 함께 제시되고 있는 것이 문화 복지 확대이다. 이러한 문화복지의 확대는 문화 접근성이 어려운 소외계층을 대상으로 찾아가는 문화예술 활동을 펼치는 등의 정책적 노력으로 펼쳐지고 있다.

다른 한편 시민 문화 활성화의 과제가 제기되고 있다. 지역 문화의 정체성을 확보하고 시민이 지역에서 수준 있는 삶을 영위함으로써 문화시민의 지위를 누릴 수 있도록 하자는 것이다. 이러한 시민문화 활성화를 위한 다양한 제안들이 제출되고 있다. 이러한 시민문화의 활성화를 위한 방안들로 문화예술 교육을 확대하고, 생활권 문화시설을 조성하는 것이 제안된다. 또한 다양한 창작활동 공간을 마련함으로써 아마추어 예술인들의 참여를 높이는 방법들이 제시될 수 있다.

그러나 시민문화의 활성화에 있어 무엇보다도 중요한 것은 시민의 자발성을 통해 주체적으로 문화적 활동에 참여하는 것이다. 공공 문화정책을 통해서 제공될 수 있는 것은 어디까지나 행정의 영역이다. 문화정책이 문화 공공성 확대 차원에서 시민문화 활성화 여건을 어떻게 제공하고 형성할 수 있을지는 매우 중요한 일이다. 그러나 충분한 여건의 조성에도 불구하고 시민문화는 시민의 자발성을 통해서 형성이 될 수밖에 없음은 어찌면 당연하다. 따라서 공공성 확대에 입각한 문화정책 차원과 시민의 자발성을 통한 시민문화 차원은 상호 보완적 측면에서 다루어져야 할 문제이다.

2. 지역문화예술정책의 한계

지역문화예술정책을 진행함에 있어서 지역이 안고 있는 현실을 고민할 필요성이 제기된다. 그중에 하나는 지역의 문화예술을 생산하고 전승하는 지역공동체의 소멸이다. 지역공동체 없는 지역분권은 의미가 없다. 분권을 행사하고 누릴 주체가 지역공동체 성원인 지역의 주민이어야 하는 것이다. 특히 문화예술을 중심으로 하는 공동체의 회복은 지역문화예술 진흥에 있어서 매우 중요한 요소중에 하나이다.

또한 중앙과 상대적으로 열악한 지역사회에는 문화예술활동을 하는 인재가 부족하며 특히 젊은 문화예술 활동가들이 부족한 것이 현실이다. 문화예술의 생산과 소통 구조가 상업주의 체제로 바뀌어 가고 당장 먹고 사는 문제에 봉착하게 되면 순수한 문화예술 활동과는 거리가 있는 생계를 위한 사설 학원 강사나 개인레슨을 위해 많은 시간을 할애해야 하는 경우가 허다하다. 이러한 인재의 부족도 한계가 노정되어 있지만 더욱 중요한 것은 지역내에 주민들 조차도 문화생산 주체에서 대중문화 소비자로 전락되어 있다는 것이다. 과거 60년대만 하더라도 지역문화예술 활동이 도시문화예술의 변방으로 종속화되지 않았다. 중앙과 지역문화가 대등했던 것이다. 전통문화예술은 오히려 지역에서 더 강하게 나타나기도 했다. 지역의 문화창조력이 살아 있었고 자족적 체계 속에서 발휘될 수 있었던 까닭이다. 이러한 맥락에서 지금까지 진행되어온 지역문화예술정책의 한계를 구체적으로 살펴보면 첫째, 정책추진 체계상의 중앙정부 및 관 주도의 정책추진으로 지역현실과 괴리가 있었다는 것이다. 중앙 주도 문화정책 시행

으로 지역특성에 부합하는 고유한 문화발전 정책 개발이 저조하였다. '1지역 1문화시설 건립'등 형식적 형평성 정책으로 지역별 특색을 반영하는데 미흡하였고, 지방자치단체에서도 중앙 베끼기식 문화정책을 답습하였다. 또한 문화예술정책 시행시에 지역의 문화예술인 등 지역주민 참여의 미흡으로 지역에 적합한 효율적인 자원 배분이 이루어지지 못했다. 둘째, 문화공간 확충 및 운영상의 문제이다. 문화시설의 절대수 부족과 지역별 격차 현상이 심각하다. 공공도서관, 박물관, 미술관 등은 OECD가입 선진국 평균 보유 수준에 크게 미달되고 그나마 수도권이나 대도시에 편중되어 공공 문화시설의 격차가 크게 나타나고 있다. 또한 수요자 중심의 문화공간 운영전략이 부재하다. 접근성, 활용가능성, 주변환경을 고려한 주민 친화적 문화공간 운영이 미흡한 실정이다. 셋째, 지역문화예술 프로그램 운영이다. 문화행사의 서울 및 대도시 집중과 지역의 전통적 특성이 약화되고 있다. 서울 포함 대도시에 미술 전시회, 양악공연, 국악공연이 집중되어 있고, 문화행사 관람률 역시 대도시 주민이 압도적으로 많은 우위를 점하고 있다. 지역 자체의 문화적 특수성과 전통성이 크게 약화되고 있는 실정이고, 도와 시·군 차원의 지역전통문화 발굴사업에 대한 예산 지원도 미흡한 실정이다. 또한 지방문화원 단위의 향토조사 사업만 시행될뿐, 적극적 지역자원개발 및 이를 지역에 활력있게 공급과 직결시키는 사업은 미흡한 실정이다. 정보화 시대에 발맞춘 지역문화관련 정보의 체계적 구축 및 사이버공간을 통한 활용 제고 노력이 부족하다. 넷째, 지역문화 전문인력 육성상의 문제이다. 예술교육 전문교육과정은 외형적으로 늘고 있으나, 교수인력 및 커리큘럼의 차별성이 부족하고, 현장 밀착형 전문인력 양성체계가 미흡하다. 지역간 전문인력 수급상의 불균형성이 존재하고 있다. 문화전문인력의 서울 및 수도권에 집중되어 있고, 지방 소재 자치단체의 경우, 지역 전문인력을 흡수할 여건 및 환경조성이 열악한 상황이다. 다섯째, 지역문화예술의 재원확충이 미흡하다. 지방자치단체의 경우 예산의 2%선으로 주요선진국의 4%의 절반 수준이다. 또한 지역문화진흥 재원의 배분구조가 왜곡되어 있다. 지방재정자립도 등을 감안하지 않은 획일적인 국고보조제도로 지역적 불균형이 심화되었다. 중앙정부는 시설 등 인프라확충, 지방정부는 운영으로 역할 분담이 되어 있으나 재정자립도가 열악한 대부분의 시·군 단위에서는 운영예산을 확보하지 못해 자원 낭비를 초래하고 있다. 또한 한정된 지방문화진흥 재원이 비효율적 과시성 사

업이나 기득권 관변단체에 집중 배분되어 효과적으로 운영되지 못하고 있는 실정이다.

3. 광명시 지역문화예술정책의 현황

광명시의 지역문화예술정책을 이야기하기 전에 광명시에 대한 개괄적인 내용을 살펴보고자 한다. 광명시는 경기도의 남서부 중앙에 위치한 서울의 인접도시이며 서울, 인천, 수원 등 수도권 중심도시로 구성된 삼각지대의 중심에 위치하고 있다. 인구는 2003년 기준으로 약 34만명이며 이중 30~49세가 전체인구의 35.1%를 차지한다. 경제활동인구의 상당수는 서울과 인천 등 인근의 도시를 기반으로 활동, 위성도시로서의 기능도 함께 가지고 있다. 경제활동의 기반을 제조업이나 사무직, 서비스업 등에 두고 있는 광명동이나 철산동을 제외한 나머지 지역은 제2경인고속도로나 경부고속철도 건설추진 이전에는 벼농사의 비중이 높았던 지역이다. 사업체 중 도, 소매업이 전체의 26.0%, 숙박, 음식점업이 약 18.1%를 차지하며 기타 공공, 수리, 개인서비스업이 11.9%, 운수업 12%, 제조업 9.6%의 순이다. 이 중 오락, 문화, 운동관련 산업의 사업체수가 604개로 4.1%이며, 교육서비스업이 688개로 4.7%이다.

종사자규모별 사업체수를 보면, 4명이하의 사업체가 12,320개로 전체의 83.8%, 5~19명이 13.6%를 차지해 총 97.4%가 19인 이하의 작은 업체이다. 100명이상인 경우 0.2%밖에 되지 않는다. 60년대에는 인구의 70%가 농업인구로 농촌 특성을 보였으나, 2003년 농가는 704세대 2,723명, 전체 세대의 1.68%로 전형적인 도시특성을 보이고 있다. 광명시는 뚜렷한 특징이 없는 중소상업도시라고 할 수 있다. 지난 2002년 4대 시정방침과 10대 정책과제, 92개 역점시책을 최종 확정하고 보고회를 개최하였다. 이 보고회의 내용에 보면 지역문화예술정책에 대한 몇가지 특성을 확인 할 수 있다. 4대 시정방침중에 하나로 '교육·문화광명'을 내세우고 있으며, 10대 역점시책으로는 '문화와 산업이 공존하는 음악도시'를 만들어 가는 것이다. 보다 구체적인 추진을 위해 비예산 2건, 예산 사업 7건을 선정하여 총사업비 2,354,327(천원) 중 621,523(천원)을 책정하여 2006년 이후에 지속해서 진행하는 것으로 계획되어 있다. 특히나 음악관련 음악밸리 조성사업과 문화예술회관의 건립사업등이 포함되어 있다.

<표 2-1>국가 문화예술정책과 광명시의 문화기반시설

시기		50년대	60년대	70년대	80년대	90년대	2000년대
흐름	시기 구분	정책부재	문화인식 출발기	종합적 문화예술정책 태동기	문화중흥 의지의 정책적 표출기	구조적 변환기	분립기
	특징	정부수립 및 한국전쟁흔란기	기본 법체계	문예진흥법 제 1,2차 5개년 계획	헌법에 문화조항 성문화 정책관점-예산증가/시설확충	문화체육부->문화관광부 지방자치제	창의한국 수립 자율,참여,분권
문화시설 관련 정책					국립현대 미술관, 예술의전당 등 대규모 시설	96년 문화의 집 99년 주민자치센터	
광명 문화시설					-시민회관 설립	광명문화원을 비롯한 문화기관과 도서관, 복지시설 증설	청소년문화의 집 광명문화의 집 하인문화의 집 복지관 등

또한 2004년 건국대학교 행정문제 연구소가 광명시청의 용역으로 실시한 '주민만족도조사'와 관련된 내용이다. 광명시 거주 6개월 이상 시민 1,568명(전체의 ~%)을 대상으로 면접원 1:1 면접을 통해 구조화된 설문지를 사용하여 조사된 것인데 전체적으로 광명에 대한 희망사항중에 하나로 문화도시를 꼽고 있으며 문화분야에 대한 관심이 가장 높은 것으로 나타났다. 문화생활과 관련해서는 서울에 대한 의존도가 높게 나타났다. 연극, 영화, 공연 등을 위해 서울로 이동하는데 특히 20대의 비중이 높았다. 또한 광명시의 가장 큰 문제로 교육, 문화, 복지 시설의 부족을 34.6%로 20~40대의 연령층이 문화, 교육에 대한 요구가 높은 것으로 나타났다.

전반적인 측면에서 광명의 문화여건은 낮은 것이 현실이다. 인구 만명당 시설 평균은 서울과 비교해 볼때 생활문화기반시설은 0.11개, 문화예술시설은 0.70개에 불과하다. 생활문화의 환경을 개선하고, 문화향수권 및 문화활동 촉진을 위해 문화시설 건립이 요구되고 있다. <표 2-1>국가 문화예술정책과 광명시의 문화기반시설 을 보게되면 국가적 차원의 문화예술정책과 광명시의 문화기반시설의 형성 시기를 비교한 것을 볼 수 있다.

이 표의 내용에 따르면 광명시의 지역문화예술의 역사는 81년 시가 개칭한 이래로 20여년 정도의 짧은 역사를 가지고 있다. 시가 개칭할 당시에는 문예기반시설이라야 시민회관이 전부였고, 90년대 중후반이 돼서야 문예단체나 도서관, 복지시설등이 들어서기 시작한다. 2000년대에 오게 되면 문화의집을 비롯한 문화시설들이 본격적으로 드러서면서 지역의 문화예술 활동이 두드러지게 나타나기 시작하고 문화예술관련 정책들이 세워지면서 토론회나 세미나 등도 이어지게 되었다.

보다 구체적으로 광명시의 문화기반시설을 살펴보면 <표 2-2> 문화예술진흥법 제1조의 2와 관련한 광명시 문화시설 현황과 <표 2-3> 광명시 기초문화예술환경자원 현황을 통해 볼 수 있다.

<표 2-2> 문화예술진흥법 제1조의 2와 관련한 광명시 문화시설 현황

유형	공연시설	전시시설	도서관	지역문화복지시설	문화보급전수시설
문화시설 종류	공연장/ 영화관	박물관/미술관/ 전시실	도서관/문고	문화의집/복지회관/ 문화체육센터/청소년 시설	문화원/국악원/전수 회관
광명시 개소	2 / 3	1/ 0/ 0	2 / 0	2/ 3/ 1/ 2	1 /1/ 0

(출처; 전국문화기반시설 총람, 문화관광부)

<표 2-3> 광명시 기초문화예술환경자원 현황

시		설	공간		활동/지원체계		
문화예술관련기반시설		교육복지관 연시설	체육관련시설	공원	문화재 및 문화유적	지역 문화행사	문화예술 단체 및 회원수
공공기관	민간기관						
*시민회관 *문화원 *문화의집 2 *청소년문화 의집 2 *도서관 2 (어린이도서 관 1) *문화의 거리 *지하철문화 공간	*영화관 3 *소극장 2 *문화센터 4 *어린이도서 관 1	*평생학습 원 *주민자치 센터 18 *여성회관 *복지관 5 *청소년 종합지원실	*실내 체육관 시민체육센터 *시민회관 운동장 *안양천 둔치 내 체육시설 *광명 돔 경륜장	*공원 14	*유적 101 *국가지정 3 도지정 7 시지정 4	*정기축 제 5 *생활체 육행사 50여회	*단체 20 *회원 1170여명

문화시설, 혹은 문화공간은 가장 기초적인 문화 인프라라는 측면에서 그 도시의 문화적 수준을 객관적으로 드러내는 요소이다. 물론 문화시설을 확충한 이후, 이를 활용하고 운영하는 프로그램이 중요하게 된다. 그러나 공간의 확보는 필수적 요소이다. 전국 지자체 별 문화기반시설의 평균 수는 15개이다. 광명시는 8개로, 지자체 평균에 미치지 못하고 있다.

문화예술분야 전문인력은 단체의 단원 현황이라고 할 수 있는데 총 1,169명이 지역내에서 활동하고 있다. 단체의 창립(단)일을 보면, 1980년대에 설립된 곳이 광명문화원과 미술협회이다. 1990년대 초반에 7개, 나머지 11개는 90년대 후반 이후 설립되었다. 대부분이 90년대 이후에 시작된 것으로, 단체로서의 역사는 길지 않다.

그러나 대표적 단체로 꼽히는 문화원과 예총간의 교류도 거의 없는 상황이고, 시립합창단이나 농악보존회 등도 각각의 역할에 충실할 뿐이다. 이러한 부류의 네트워크가 현실적으로 부족한 실정이다. 지역의 축제를 예를 들더라도 앞서 언급한 문화원의 오리문화제와 예총에서 진행하는 구름산예술제가 매년 열린다. 여기에서도 마찮가지로 지원된 예산안에서 프로그램의 변경없이 거의 비슷한 상태에서 진행되고 있다. 차별화되고 변별력있는 지역축제를 위해서 최근들어 간담회나 모임도 갖아 보지만 여으치 않아 보인다.

다행히 중앙정부의 문화예술정책과 맞물려 2005년에는 사회문화예술교육 프로그램 시범사업과 지역사회 학교와 연계하는 문화예술교육사업 등을 지역의 대표적 단체로 꼽히는 광명시평생학습원과 광명문화의집에서 진행을 하였다. 사회문화예술교육프로그램은 지역품앗이광명그루와 함께 진행이 되었고, 학교와 지역사회가 함께 하는 프로그램은 광명문화교육연구소의 사회문화예술교육지원센터와 함께 진행되었다. 지역의 문화예술의 짧은 역사에 많은 실험이 진행중인 것이다. 이러한 중앙의 지원을 통해서 지역은 조금씩 변해 가고 있다. 지역문화예술의 기초연구조차 되어있지 않은 현실을 놓고 보면 좋은 일이다. 그러나 참여하는 과정에서 시민들의 참여를 배려하지 않은 위로부터의 진행을 고집한다면 별다른 성과는 기대하기 어려울 것이다.

지역내의 새로운 흐름속에서 동아리나 동호회의 활동을 통한 지역사회를 새롭게 바라보고 조직하려는 움직임이 있다. 자치 동호회는4) <표 2-4> 광명시 연령별, 분야별 동아리 현황에서 보는 것처럼 2004년 기준 광명

지역에 약 495개의 동아리가 있다. 이 중 성인 학습동아리가 352개, 청소년 동아리가 143개이다. 그 중 기관과 단체 소속인 동아리는 53개, 학교 소속인 동아리는 157개, 생활체육협의회 소속 동아리는 233개, 평생학습원 소속은 50개인 것으로 조사되었다. 단일기관으로는 평생학습원 소속이 가장 많으며, 주민자치센터와 기업의 동아리 활동이 미비한 것으로 나타났다. 어린이 청소년 동아리의 88%인 126개의 동아리가 학교에서 만들어진 것이며, 나머지 12%인 17개 정도가 청소년 관련 기관과 단체를 중심으로 결성되어 있다. 어린이, 청소년의 경우 문화예술 동아리가 42%로 가장 많으며, 자원활동 분야가 20%를 차지하고 있다.

성인과 노인의 경우는 생활체육 동아리가 69%(260개)로 가장 많고, 그 다음이 문화예술, 취미, 자녀교육, 공동육아의 순서이다.

<표 2-4> 광명시 연령별, 분야별 동아리 현황

분야별/연령별	어린이/청소년	성인/노인	합계	백분율 (%)
자녀교육	-	24	242	6.8
공동육아	-	13	13	3.7
문화, 예술	60	12	72	3.4
사회참여	-	4	4	1.1
생활체육	17	243	260	69
외국어	4	13	19	4.3
생태, 환경	8	4	12	1.1
자원활동	29	15	44	4.3
취미(만들기/기르기)	15	16	31	4.5
컴퓨터	10	4	14	1.1
심성계발	-	2	2	0.6
합계	143	352	495	100
백분율(%)	29	71	100	

지역의 시민사회단체인 이동연은 문화예술교육 정책이 하나의 운동이 되고 캠페인이 되는 공론화를 어떻게 형성할 것인지에 대한 실질적인 고민

4) 고병헌 외 9, 「광명시 평생학습도시 건설」-2차 5개년 계획, 광명시, 2005 p.84-85

이 중요하다고 말한다.⁵⁾ 이를 위해서는 시민사회단체의 역할이 절대적으로 크며, 시민사회영역이 이 문제를 어떻게 자율적으로 활성화할 것인지에 대한 지혜가 필요하다. 광명의 지역사회 단위로 보았을 때에도 언론 홍보 등을 통한 인식 공유와 함께, 장기적으로는 시민사회단체와 광명시 문화행정, 광명시교육청의 지속적인 협력이 필요하다. 시민사회단체와의 파트너십을 위한 실질적인 노력이 필요하다.

지역사회의 문화활동, 문화예술교육에서 중요한 것은 이용 주체인 시민들의 적극적 참여를 이끌어내는 것이다. 이를 위해서는 양질의 문화예술 교육, 프로그램, 제도적 장치의 마련 등이 기본적으로 진행되어야겠지만, 시민사회단체의 주체적이고 자발적인 활동, 자원봉사자 제도, 지역통화 제도 등과 적절하게 연계하는 방안을 만들어내야 한다.

제 2 절 문화통화의 가능성

1. 지역통화에서 도출된 문화통화의 성격

지역통화는 특정 지역에서 여러 자원들이 지역 구성원들의 필요에 따라 이동을 하는 시스템이다. 지역통화 시스템은 이러한 자원의 이동을 매개 하면서 다양한 교류를 가능하게 한다. 지역 자원들이 필요를 따라 이동을 하면서 다양한 만남과 교류를 이루기 때문이다. 사람들 상호간에 서로에 대한 신뢰를 기반으로 교류가 형성이 된다. 따라서 법정화폐인 돈을 통해 익명으로 매개되는 것과 비교할 때 지역통화를 통한 교류는 신뢰에 기반한 인간관계를 기대할 수 있다. 문화예술 분야에서 지역통화를 사용하는 것 역시 같은 기대를 할 수 있다.

즉 지역통화는 지역에서 문화예술 자원을 동원하는 동시에 교류 관계를 형성하다. 자원을 동원함에 있어 지역의 공공문화 자원을 적극적으로 활용할 수 있다. 동시에 문화예술인들의 교류를 중심으로 시민사회 교류 저변을 확대한다. 이러한 과정을 통해 지역의 아마추어 문화예술인으로부터 잠재적으로 지역통화를 통해 자신의 문화적 잠재력을 개발하고자 하는 이 들까지 지역통화를 통해 문화적 접촉을 하고 만날 수 있다. 지역통화를

5) [문화예술교육 활성화를 위한 워크숍] 2004. 중.

통해 이러한 문화적 자원이 동원이 되고 교류될 때 지역의 문화는 활성화 되고, 자발적 시민문화로 이어질 것이다. 따라서 지역통화를 이용해서 지역 문화예술 자원이 거래되고 교류될 수 있도록 하는 과정은 문화적 자원의 효율적 활용과 시민문화 활성화의 과정 그 자체이자 목적이 될 수 있을 것이다.

기초 지역 문화예술 분야에서 지역통화를 활용하는 것에 대한 출발은 지역통화에 대한 필요성을 통해서 제기되는 욕구에 기반 해야 할 것이다. 지역통화가 지역 문화예술인들의 필요와 욕구를 충족하고, 나아가 시민들의 자발적 문화 증진에 기여할 수 있을 것이라는 전망이 있어야 지역문화통화의 활용 가능성은 현실성을 얻게 될 것이다.

따라서 문화예술인들의 보편적인 욕구가 중요하다. 이는 지역을 넘어서 보편적으로 적용되는 욕구일 것이다. 이들은 창작의 욕구를 기본으로 한다. 그리고 자신들의 작품을 통해 관객을 만나고자 한다. 이를 위해 창작 공간이 필요하고, 발표 공간이 필요하다. 또한 동일한 장르에서 혹은 다른 문화예술 장르와 영역을 넘나들며 문화예술교류의 욕구를 가지고 있다.

그러나 현실은 예술인들에게 이러한 모든 여건을 제공하지 못하고 있다. 자신들의 능력을 무한하게 표현하고 싶어도 그럴 수 없는 것이 현실이다. 결국 현실이 허용하는 범위에서 이들은 자신들의 창작 공간과 발표 공간을 가진다. 결국 문화예술분야에서도 자본의 논리가 작동하고 시장의 현실에 따라 문화예술인들이 참여할 수 있는 기회는 균등하게 제공되는 것이 아니다. 불평등이 야기되고, 문화예술 자원의 비효율적 배분이나 왜곡이 진행이 될 수 있다. 이러한 현실은 공연이나 전시와 관련된 대관 비용 문제, 창작 활동비용 문제, 작품 발표에 소요되는 비용, 홍보 마케팅 비용 등 제반 비용이 따른다. 결국 능력과 욕구는 있으나 현실적 여건의 결여로 문화예술 창작이나 발표의 욕구를 실현하지 못하는 상황이 발생이 되는 것이다.

지역통화는 특정지역에서 한정되어 운영된다. 지역통화에 동의하는 회원들의 자발성과 신뢰를 기반으로 한다. 회원들은 상호 신뢰와 자발적 협력을 통해 거래를 형성한다. 그러한 거래는 지역통화 시스템 안에 있는 모든 영역의 거래 참여를 조직할 수 있다. 거래의 필요가 있고, 그에 상응하는 거래 자원만 있으면 거래는 성사된다. 또한 지역통화는 법정화폐인 돈이 없이도 필요한 자원을 획득하는 유력한 방법이 될 수 있다. 그러한 조

건을 충족하도록 여건을 만들기만 하면 된다. 또한 시장에 참여하지 않아도 비시장의 영역에서 자원을 조달하는 방법이기도 하다. 시장의 영역에서 자원을 취하더라도 비시장적인 거래 방법을 통해 자원을 조달하는 방식이기도 하다. 돈을 통해 시장에서 자원을 취하지 못했던 이들에게 자원을 취하는 유력한 방법을 제공하는 것이다.

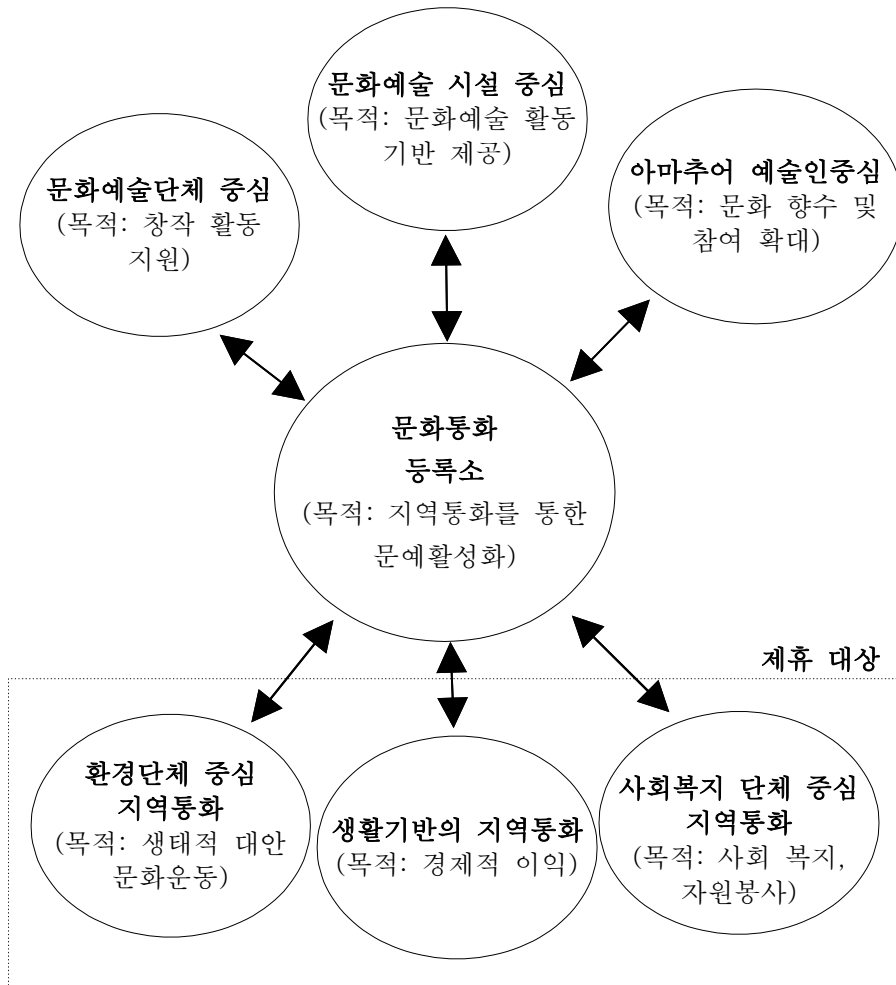
마찬가지로 문화통화 역시 한 지역에서 문화통화 사용에 동의하는 이들이 참여한다. 이 시스템에 들어와 있는 모든 자원은 거래의 대상이 될 수 있다. 문화예술인들이 보유하고 있는 능력, 서비스, 문화 인프라, 작품, 도구 등이 거래의 대상이 될 수 있다. 창작의 욕구와 능력이 있지만, 현실적인 제약으로 이를 실현할 수 없었던 문화예술 활동들이 문화통화를 통해 새롭게 조직되고 실현이 될 수 있는 가능성이 있는 것이다. 결국 문화통화의 성공 조건은 지역에 있는 모든 문화예술 자원들이 파악되고, 이러한 문화예술 자원들이 지역문화통화 거래망으로 확보될 수 있는가이다. 지역통화의 일반적인 적용원리를 문화예술 분야에 적용함으로써, 문화적 자원을 시장에 참여하지 않고서 획득을 할 수 있는 방법으로써 대안이 될 수 있다.

2. 문화통화의 특징과 조작적 정의

여기까지의 논의에서는 문화통화를 '지역통화와 문화예술의 접목을 통해 문화예술 관련 품목의 거래를 주로 하는 지역통화' 정도의 포괄적인 개념으로 이해하고 적용시켜왔어도 별 무리가 없었다. 하지만 이제부터 실질적인 문화예술 정책 프로그램의 일환으로서 논의함에 있어서는 보다 명확한 개념의 설정이 필요하다. 각각의 상황에 맞게 도입할 세부 시스템들의 차이는 무시하고 문화통화라는 새로운 개념에 대한 개괄적인 이해를 명확히 하고자 한다.

문화통화는 앞서 제시한 대로 '문화예술 관련 품목의 거래를 주로 하는 지역통화 거래 시스템'과 '그 시스템에서 통용되는 지역통화' 자체를 모두 지칭하는 경우가 많다. 논의 대상이 전체적인 개념일 경우에는 거래 시스템을 지칭하는 문화통화나 거래화폐 단위를 지칭하는 문화통화로 표기하나 큰 의미가 없다.

거래 시스템적 측면에서, 문화통화는 지역통화 중에서도 레츠(LETS) 방식을 채택하고, 이에 따라 필요한 거래 등록소를 구성하고, 모든 거래의 등록 방식은 인터넷이나 통장형 등 각각의 시스템 상황에 따라 다르게 채택할 수 있다.



<그림 2-1> 문화통화등록소를 통한 거래 개념도

문화통화의 가치와 거래 품목들의 가치는 일반 시장 거래에서의 법정 통화와 상품의 가치와 동일한 것으로 상정한다. 다만 개별 거래 품목에 대한 가격의 최종 결정은 거래 당사자 간의 합의에 따른다.

문화통화의 개념을 개괄적으로 표현해 보면 <그림 2-1>과 같다. 먼저 문화통화를 활용한 거래개념을 살펴보면 기존의 레츠 시스템처럼 일반 회원들의 거래는 레츠 방식과 같이 상호합의에 의해 성사된 후 해당 단위거래 등록소에 거래 내역을 등록, 관리한다.

<표2-5> 문화통화의 개념 요약

비교항목	문화통화	레츠 시스템
시스템 명칭	-문화통화 (Cultural LETS)	-지역통화(LETS) (시스템별로 개별 명칭 사용)
화폐명칭 및 단위	-문화통화 (CM : Cultural Money)	-시스템마다 특징적인 명칭 사용 (두루, 녹색화폐, WATT, LETS, Talent 등)
운영 목적	-지역통화 도입을 통한 문화예술 활동 활성화	-상호 부조, 사회 복지, 자원봉사, 환경보호 등 개별 목적에 따라 시스템 구축 운영
화폐가치 및 가격결정	-1CM = 1원 -시장 가치 기준, 당사자 합의로 최종 가격 결정	-시스템마다 개별 규정 -가격 기준표 제시, 당사자간 합의로 가격 결정
거래 방식	-LETS 거래 방식 -인터넷으로 등록 (통장 기장 등 시스템별 채택)	-회원 합의로 거래 성사 후 거래 내역 등록 (인터넷, 전화 등록, 통장 기장 등)
주 거래 품목	-아마추어, 전문예술인의 창작 활동 관련 품목 : 장소 및 장비 임대, 게런티, 인쇄비, 공연 기획비, 재료비 등 -시민들의 문화예술 향수 활동 관련 품목 : 입장권, 예술 교육, 축제 참가, 등 -지역자치단체 행정서비스 : 문화 복지, 사회 복지 관련 행정 서비스 -기타 재화 및 서비스 : 일반 시장에서 거래되는 서비스 및 제화	-해당 시스템의 성격에 따라 다음 : 전문 서비스, 생필품, 재활용품, 자원봉사 등
통용 지역	-거래등록소를 통한 회원 간 거래	-해당 시스템의 회원 간 거래 (Inter-LETS 가능성 제기)
거래등록소	-민간에서 단위거래 시스템을 자발적으로 운영 : 거래등록소에서 지원 -개별 목적에 가장 적합한 형태의 거래 시스템을 거래등록소 제공 범용시스템 운영 · 거래 등록 및 관리 · 홍보, 소식지 발간 · 회원 유치 및 회원 대상 특별 행사 개최 -적정 규모 : 200~300명 회원, 2~3명 운영 요원	-민간에서 자발적 운영 : 일부 정부 지원 사례도 있음 -주요업무 · 거래 등록 및 관리 · 홍보, 소식지 발간 · 회원 유치 및 회원 대상 특별 행사 개최

거래등록소는 문화예술의 진흥이라는 포괄적인 목적 달성을 위하여 문화예술 시설, 단체, 동아리 모임 등을 거점으로 지원하여 시민들의 문화 참여, 전문예술인들의 창작활성화, 문화소외층의 문화 복지 제고 등의 세

부적인 목적에 맞는 문화통화 시스템의 단위거래등록소를 운영하도록 지원하고, 사회복지, 환경보전, 상호 부조를 목적으로 기존에 활동 중인 지역통화 단체들도 제휴를 통해 문화통화 시스템으로 참여할 수 있도록 한다. 각각의 단위 시스템들을 활성화하기 위한 전략은 그 성격에 따라 별도로 수립되어야 한다. 문화통화는 <표2-5>에서 보는 것처럼 문화예술을 주 거래 품목으로 하여 자생적으로 활동하는 지역통화 커뮤니티로 볼 수 있다. 이 문화통화의 거래 품목은 문화예술 관련 품목만 되는 것이 아니라 기존의 지역통화 시스템과 시장거래에서 통용되는 모든 품목들이 거래될 수 있다. 그러므로 엄밀히 말하면 문화통화는 문화예술 거래를 주로 하는 지역통화만을 지칭하는 것이 아니라, 문화예술 활성화를 위해 정책적으로 도입된 지역통화라고 이해하는 것이 더 확실하다.

제 3 절 지역문화예술입장에서 본 문화통화

문화예술 정책의 한계와 당면 과제에 대한 해결책으로서 문화통화의 가능성을 볼수 있다.

최초 지역통화가 도입된 시점의 지역경제 침체와 이에 따른 실업 및 빈곤의 악순환이라는 사회적 상황은, 사실 문화예술계에서는 전혀 낮설지 않은 일상적인 현상이었다. 문화예술의 주 생산자라고 볼 수 있는 예술가들은 경제적 측면에서 대부분 실질적인 실업 상태이며 저소득층으로 분류되었다. 반면, 소비자들 또한 항상 충족되지 않는 문화예술 구매 욕구로 인해 불만을 토로한다. 이 같은 문화예술계를 하나의 닫힌 경제 커뮤니티로 본다면, 구매의지는 있지만 통화 부족으로 인해 충분한 구매력을 갖추지 못한 잠재 소비자와 노동의지(창작의지)가 있음에도 불구하고 장기 실업 상태에 있는 실업자가 만들어내는, 악 순환적인 장기 경기 침체 국면과 같다.

이런 현상은 문화예술이 노동집약적이어서 경영관리에 의한 생산 효율의 제고가 어려울 뿐만 아니라, 생산자측이 소비자측이 인정하는 수준 이상의 부가가치를 책정하는 가격 결정의 비대칭성에서 기인한다는 시장의 실패의 모델로 설명되고 있다. 따라서 이러한 시장의 실패를 해결하기 위해 생산자와 소비자측 모두에 대한 보조금 지원을 통한 문화예술 진흥이 오랫동안 문화예술 정책의 중심이 되어 왔었다.

그러나 시장에서의 문화거래의 부진, 즉 시장의 실패 현상을 공급자와 수요자 간의 정보의 불균형이 거래의 심리적 비용을 높인다는 “정보의 비대칭성 모델”로 이해할 수도 있다. 그런데 현재처럼 인터넷에 의한 정보 접근성이 높은 경우에서도 문화 거래는 여전히 부진한 것을 고려해 보면, 문화예술 상품의 거래에 있어서 이러한 정보의 비대칭성은 단순히 육하원칙에 입각한 상품의 객관적 정보뿐만 아니라, 해당 문화예술 상품의 본질적 가치인 창작자의 의도의 전달, 감상과 비평에 의해 발현되는 내재적 가치에 대한 정보와 주관적인 정보까지 포함한 포괄적인 정보의 부족에서 기인한다고 볼 수 있다.

이러한 문화예술 상품의 정보의 비대칭 상황을 타개하는 방법은 시장에서의 정보제공으로 타개될 수 있는 것이 아니라, 무엇보다도 문화예술에 대한 기본적인 이해와 감상을 가능케 하는 문화적 소양을 높이는 방법과 문화예술 생산자와 소비자 간의 친밀한 관계 형성을 통해 정보 비대칭성을 낮추는 방법이 제시 가능하다.

공동체의 교환 거래와 대면 접촉을 활성화하는 지역통화는 기존의 일방적인 문화거래 방식보다 문화 거래에 있어서의 정보 비대칭성을 경감시켜 줄 수 있는 방식이다. 아울러 예술인들의 사회 참여 확대와 이에 따른 문화예술에 대한 대중의 친밀감 증대라는 부가적인 효과도 가져올 수 있으며, 지역통화의 문화거래 등록은 행위는 지역 내 문화 정보의 간접 제공 효과도 기대할 수 있기 때문에, 문화통화거래는 직간접적으로 주관적인 정보 비대칭성 뿐만 아니라 객관적인 정보의 비대칭성도 완화해 주는 효과가 있다. 또한 일부 현금 보조의 효과로 수요자의 실질적인 심리적 거래 문턱을 낮추는 효과가 있어 전반적인 문화거래의 활성화를 가져올 수 있다.

문화통화를 활용한 예술교육 프로그램이나 공연 등을 통해 예술가들의 활동기회가 많아질 경우 시장경제에서 그 가치를 인정받지 못하는 예술가들의 서비스가 제대로 된 가격으로 거래가 이루어짐으로써 문화예술 창조자들의 실업과 빈곤 상태를 어느 정도 경감시켜줄 수 있다.

시장 경제의 실패 품목일 수 밖에 없는 문화예술이라는 상품의 생산과 소비 증진은 결국 많은 부분 공적 자원의 지원에 기대할 수밖에 없다. 그런 측면에서 문화예산의 정부 예산 1% 확보는 국가의 문화 진흥에 관한 상징적인 목표로서 널리 확산되었지만 아직 이를 달성한 나라는 거의 없

다는 점에서 획기적인 일로 받아들여졌다.⁶⁾ 그러나 국민 1인당 정부 예산 지출 비율을 비교하면 1% 문화예산이 달성된 2000년에도 1인당 정부 문화예산이 약 15달러로서 영국의 29달러, 캐나다의 71달러, 프랑스의 46달러로 소위 문화 선진국의 공적 자원 투입량에 훨씬 못 미치는 현상을 볼 수 있다. 이렇듯, 시장의 요구를 완전히 충족시킬 수 있는 충분한 문화 자원의 공급이란 원천적으로 불가능하다고 볼 수 있다.

<표 2-6> 주요 국가 중앙정부의 문화예산 규모 비교(2000년 기준)⁷⁾

국가	정부 총 예산 대비 문화예산 비율 (%)	GDP 대비 문화예산 비율 (%)	1인당 문화예산 (US달러)
미국	0.011	0.002	0.662
프랑스	0.910	0.177	46.84
영국	0.407	0.148	28.12
독일		0.024	6.29
캐나다	1.894	0.37	70.74
한국	0.508	0.074	7.55

또한 정부가 한정된 자원을 가지고 여러 가지 국가 기능에 대한 재정 배분을 할 때에는 넓게는 문화예술분야와 다른 부문간에 제로섬(Zero-Sum)적 갈등이 존재하게 된다. 이러한 상황은 기 확보된 문화 자원의 배분 정책에서도 똑같이 적용된다. 항상 부족한 재원으로 최대의 지원 효과를 내기 위해서 소액다건 지원이 옳은가, 다액소건 지원이 옳은가에 대한 논쟁은 앞으로도 계속 될 것이다.

하지만, 최근에는 문화예술단체에 대한 직접적인 보조금 지원 이외에 마케팅 지원 등의 간접적, 전략적 문화예술 지원의 중요성이 제기되고 있다. 문화예술 거래 활성화를 위해서는 축적된 재원의 퍼주기 식 일회성 지원

6) 박웅격, 2000, 문화예산의 확충과 효과적 활용 방안

7) 지방자치가 정책된 외국은 문화정책이 지방 정부의 소관으로 되어 있기 때문에 중앙부처의 예산이 상대적으로 적다. 따라서 중앙정부에서 주로 문화정책을 담당하는 우리나라와 외국을 단순 비교하는 것은 무리가 있다. (박웅격, 2000, 문화예산 확충과 효과적 활용 방안, 문화재정과 문화정책 세미나 자료, 한국문화정책개발원, p25)

보다는 각각의 활동 주체들이 유기적 네트워크를 이루며 자생적 생산력과 소비력을 키워나가도록 건강한 문화생태계를 육성하는 것이 문화예술 진흥의 근본적인 해결책으로 제시되고 있다.

특히 한국의 경우 지역 내, 지역간의 문화예술 협동 네트워크 구축의 중요성은 시민의 자발적인 참여 없이는 문화예술의 지역적 불균등구조를 개선하는데 근본적인 한계가 있다는 점에서도 강조된다.⁸⁾

지역통화는 근본적으로 기존의 시스템 내에서는 거래에 참여하지 못하는 유휴 자원들을 네트워킹하거나 구성원들의 합의를 바탕으로 무한정 창출해내는 특징이 있다. 그리고 이러한 자원의 효용 창출 과정이 바로 시스템의 특성상 회원들 사이의 네트워크의 기반 위에서 이루어진다. 따라서 이 같은 문화예술정책의 가장 근원적이고 오래된 과제였던 문화예술 진흥의 한계를 해결하는 방안으로도 지역통화가 제안될 수 있는 것이다.

문화예술 관람과 예술 교육 등의 문화예술 거래를 주로 한 문화통화는 문화예술의 소비자와 창조자들을 연결하여 자연스럽게 다층적이고 튼튼한 문화생태계를 만들어 내는데 크게 도움이 될 것이며, 문화적 공동체 구축을 통해 공고한 문화네트워크를 이루어 내기 때문이다.

문화네트워크를 통한 튼튼한 문화생태계 육성은 문화예술 시장의 자생적 거래를 활성화하는 기초 작업일 뿐만 아니라, 영리 부문의 자원 유입을 통한 전체 문화 자원의 확대와 이에 따른 부가적인 경제 효과도 기대할 수 있다.

회원들의 활동 내역이 곧 신용으로 축적되고 기록되는 지역통화는 문화예술 분야로의 공적 자원 배분의 실효성에 대한 사후 검증 방법으로 사용될 수 있는 장점도 있다. 지역통화 회원들의 참여적 성향을 고려한다면 문화예술 지원 작품에 대한 보다 투명하고 실질적인 평가 시스템으로 지역통화가 유용하게 활용될 수 있다. 특히, 문화향수권 확대를 주 목적으로 하는 지원 프로그램의 선정 평가 시 해당 단체의 문화통화 거래 내역은 관련 활동 실적 자료로서 매우 공정한 평가 기준으로 활용될 수도 있다.

이 시대의 문화예술정책은 앞서 말한 기존의 문화예술진흥정책이 경험한 한계와 문제점 이외에도 시민 사회의 도래, 생활수준의 향상 등 정책 여건의 변화에 따라 문화 복지와 문화민주주의라는 새로운 주요 당면 과제

8) 임상오, 공연예술시장의 특성과 공연예술정책의 과제

를 안게 되었다.

다행스럽게도 문화예술 정책의 새로운 패러다임으로서 문화복지와 문화민주주의의 중요성에 대한 인식은 우리나라 참여정부 문화정책의 5대 기본방향과 24대 세부 추진 과제에서도 확인되고 있다.

<표2-7> 참여정부 문화 정책 5대 기본 방향 및 24대 세부 추진 과제⁹⁾

5대 기본방향	24대 세부추진과제
1. 삶의 질 제고를 위한 문화 참여 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 문화교육을 통한 문화역량 강화 - 문화활동 증진을 통한 여가 문화의 질 제고 - 창의적인 청소년 문화의 육성 - 양성평등 문화 확립 - 문화적인 노후생활 보장 - 소외계층의 문화적 권리 확대

존 랑스테드(Jorn Langsted)는 문화의 민주화가 모든 사람을 위한 문화(Culture for Everybody)라고 한다면 문화민주주의는 모든 사람에 의한 문화(Culture by Everyone)라고 문화수용자의 주체적 측면의 강조로 두 개념을 구분하고 있다.

즉, 문화의 민주화가 가능한 모든 사람들에게 고급 예술에 대한 접근성을 신장시키기 위해 티켓 가격의 할인, 마케팅의 향상 전략을 사용했던 데 반해, 문화민주주의는 각 개인의 자율적인 선택과 다양한 취향을 인정하는데서 출발하여 고급 예술의 보급보다 각 개인의 다양한 취향을 행사할 기회를 보장하는 것을 그 궁극적 목표로 삼았다.

특히 문화 민주주의적 관점의 문화정책은 사회 복지 서비스, 교육, 도시 계획 등의 다른 분야의 정책과도 긴밀히 연결된다. 즉, 문화의 민주화 정책의 보급과 개발이 문화부라는 한 부처에 국한된다면, 문화 민주주의적 문화 정책은 문화부 이외에도 교육인적자원부, 정보통신부, 사회복지부 등 연관된 부처와의 협력을 전제로 한다. 이러한 문화 민주주의적 정책 방향 하에서 예술소비자는 기존의 수동적인 예술소비에서 탈피하여 예술 활동에의 참여라는 보다 능동적이고 적극적인 역할을 수행하기를 원한다.

이러한 문화민주주의야 말로 문화 참여의 확대를 주 목표로 하는 측면에

9) 참여정부 문화비전 수립을 위한 공개 워크숍 자료집, 2004

서나, 타 분야와의 연결 가능성 측면에서 지역통화와의 연결 가능성이 가장 큰 분야 중 하나인 것으로 기대된다.

<표 2-8> “문화의 민주화”와 “문화민주주의”의 전략 비교¹⁰⁾

문화의 민주화 (Democratization of Culture)	문화민주주의 (Culture Democracy)
<ul style="list-style-type: none"> -단일문화 (Monoculture) -기관 중심 (Institutions) -제공되는 기회 (Ready-made Opportunity) -구조 만들기 (create framework) -전문가 중심 (Professional) -미적 질 중시 (Aesthetic quality) -보존 (Preservation) -전통 (Tradition) -정책적 진흥 (Promotion) -생산물 (Products) 	<ul style="list-style-type: none"> -문화 다양성 (Plurality of cultures) -비공식적 조직 중심 (Informal group) -역동성 (Animation) -활동 만들기 (Creative activities) -아마추어 중심 (Amateur) -사회적 형평성 중시 (Social equality) -변화 (Change) -개발, 역동성 (Development, Dynamics) -개인적 활동 (Personal activity) -과정 (Processes)

소득의 증가나 소득분배를 통한 사회복지의 확충은 삶의 질적 개선에 상당 부분을 기여하지만, 문화적 복지가 삶의 질 향상을 위해 필요불가결한 보완재로서 중요하다라는 점은 21세기는 문화의 세기라는 명제만큼 당연시되고 있다. 최근 새로운 고급 상품 소비문화로 경도되고 있는 웰빙 열풍에 대해 그 본질을 찾자는 문화적 웰빙의 요구가 시장에서 제기되고 있는 점도 이를 뒷받침 한다.

보다 나은 삶의 요소로서 확대되는 문화적 복지의 요구, 또는 새로운 소비문화로서 웰빙에 대한 상대적 박탈감을 느끼게 될 문화소외층이 공공적 웰빙으로서 문화적 사회복지를 사회적 비용으로 구축할 것을 요구하게 될 것이다. 그러나 앞서 논의된 바와 같이 공적 문화 재원은 한계가 있을 수밖에 없고 타 부문과의 분배 갈등에 따라 이 분야의 정부 일반 재정의 점증적 증가와 국민의 문화향수 욕구의 증가 간에는 과거보다도 더욱 심각한 괴리 현상을 보일 것으로 전망된다.

앞으로 중요시 되는 문화 복지는 문화를 삶의 질의 일부분으로 원하는 대다수 국민들의 요구에 부응하는 생활 속의 문화 환경을 만드는 것이 중요하다. 여기서 또다시 경계해야 할 점은 삶의 질의 일부로서 문화 복지

10) 김경욱, 2003, 문화민주주의와 문화정책에 대한 새로운 시각

의 욕구가 또다시 물질위주로 흐르는 것이다. 미술관, 공연장이 몇 개 있는 구에서 살며, 한달에 고급 공연을 몇 회 관람하는가 하는 물리적 수치가 중요한 것이 아니라, 회복된 인간관계 속의 활동으로서의 문화예술이 삶의 본질적인 질을 높여주는 복지의 수단이 되도록 하는 것이다. 이때 문화통화는 생활 속 문화 복지의 재원 확보뿐만 아니라 실질적인 복지의 효과를 가져오는 효과가 있다.

우리가 또 한 가지 쉽게 간과하는 문화 복지의 과제는 문화예술 생산자, 즉 문화예술인의 복지문제이다. 앞서 논의한 대로 문화예술인 역시 빈곤층으로서 문화 복지 정책의 또 다른 수혜 대상으로서 잊지 말아야한다.

특히 항상 존재하는 사회 공공 정책의 실패를 보완하는 방법으로 제안되는 사적 영역의 역할 확대가 특히 이 문화 복지 분야에서는 바람직하지 않다. 확대되는 상대적 박탈감을 해소할 만큼의 문화 향수권을 사적으로 구매하여야 한다면 개인의 경제 부담이 너무 커질 뿐만 아니라, 이로 인한 계층간 격차는 더욱 확대될 것이다. 그리고 시장 논리에 맡겨진 싸구려 문화적 웰빙은 문화예술인들을 값 싼 강습 교사로 전락시켜 문화예술의 본질적 가치에 대한 시장의 자동 가격 형성 기능의 확대, 즉 시장에 의한 하향 평가로 이어질 위험성이 있다.

또한 일반적인 낙관론과는 달리, 주 5일 근무제에 따른 문화예술 시장의 즉각적인 성장으로 이어질 것을 기대하기 어렵다. 오히려 변화하는 여건에 발맞추어 그 어느 때보다 더 문화예술에 대한 물리적, 경제적, 심리적 접근성을 낮추어 점진적인 시장 확대를 위한 다양한 정책 개발이 필요하다고 진단되고 있다. 문화통화는 보다 치열한 경쟁 환경에 놓이게 될 문화예술인들을 간접적으로 지원하고 이들의 활동 영역을 확보해 주는데 도움이 될 것이다.

이 같은 문화 복지의 정책 과제들을 해결할 방책으로서 문화 거래를 도입한 지역통화는 앞서 언급한 특징으로 인해 매우 강력한 해결책으로 제시될 수 있을 것이다. 문화 복지 프로그램의 일부 또는 전체를 문화통화로 시행한다면 일방적 시혜가 아닌 상호 부조와 참여적 거래에 의한 문화 거래가 활성화되고 문화 소외층뿐만 아니라 문화예술 창조자들에게도 공적 부조의 효과를 유발할 것이며, 단일 자원으로 다양한 정책 효과를 거둘 수 있는 매우 바람직한 자원 배분 행위가 될 것이다.

제 3 장 문화통화의 적용가능성 탐색

제 1 절 광명시 지역통화 추진현황 및 회원들의 지역통화에 대한 인식

1. 광명시 지역통화 추진현황

광명시에서 지역통화가 본격적으로 제기된 것은 2003년도 상반기다. 광명시는 1998년도에 지방자치단체로서는 전국에서 최초로 평생학습도시를 선언한 바 있다. 그리고 평생학습도시를 추진하는 추진할 기관으로 광명시평생학습원을 설립하고 운영 중에 있고, 운영의 전문성 확보를 위해 2002년에 성공회대학교에 운영위탁을 맡겼다. 이에 광명시평생학습원은 평생학습도시 활성화 사업의 일환으로 지역에 교육통화 사업 추진을 검토하였고, 이 사업이 지역통화로 확대되어 제안되었다. 또 하나의 파트너십 단체로 푸른광명21실천협의회가 참여했다. 푸른광명21실천협의회는 지속 가능한 지역사회를 만들기 위한 민관협력 협의체이다. 이 두 기관이 공동의 제안 형식을 통해 지역사회에 지역통화 사업을 제안한 것은 여러 측면에서 그 의미가 크다.

그러한 제안의 성격이나 의미를 한 마디로 추상화해서 설명을 한다면 아름다운 지역사회 만들기다. 추상적인 개념이지만 아름다운 지역 만들기는 광명시가 시민이 살고 싶은 도시로, 매력적인 도시로 만들고자 하는 목적과 그에 부합하는 방법으로써 지역통화가 의미가 있겠다는 점을 지역사회에 제안한 것이다. 이에 두 기관은 교육통화와 지역통화를 주제로 시민사회 워크숍을 진행하면서 지역의 공론화 과정을 밟았고, 참여단체와 기관의 조직화와 동의를 이끌어 내기 위한 사업을 진행하였다. 이런 과정 중에 2003년 5월 아름다운 지역 만들기를 위한 지역통화 워크숍에서 지역통화 국내 전문가들이 참여한 가운데 국내외 지역통화의 추진 현황과 지역통화 개념에 대한 이해를 심화시켰다. 그리고 이러한 이해의 경험을 바탕으로 선진지 연수 절차에 들어갔다. 한편 같은 해 6월 시민사회단체와 기관 실무자들과 함께 일본지역 지역통화 연수를 진행하여, 여러 지역에서 실시되고 있는 지역통화 현장을 체험하도록 했다. 이어 연수팀은 일본

지역 연수 결과를 지역사회와 관심있는 지역의 인사들을 초청해서 보고회를 가졌고, 본격적 실시를 위한 논의에 들어 갔다. 그리고 잠정적인 협의체 수준에서 논의를 진행하던 참여 수준을 한 단계 더 강화시켜서 참여단체 중심으로 가칭 광명지역통화추진협의회를 발족하였다.

이어 같은 해 9월 광명시평생학습축제 기간에 축제 참여 시민들을 대상으로 광명나눔통장이라는 이름으로 축제 모의통화를 발행하고, 시민들이 체험할 수 있도록 하여 본격적인 시민 여론 조성과 홍보 활동에 들어갔다. 또한 축제 기간에 아름다운 지역 만들기와 지역통화라는 주제로 한일국제심포지엄을 진행하면서 이 사업에 대한 필요성 확인과 지역통화 적용 모델 탐색 작업에 들어갔다. 이러한 지역 홍보작업과 공론화 작업, 그리고 내부 조직화 작업을 진행하면서 다양한 논의가 진행되었고, 국내 송과 품앗이 담당자를 통해 추진 사례와 운영의 문제 등에 대한 이해 작업을 가지기도 하였다. 지역에서 공론화하고, 참여단체들이 지역통화를 중심으로 네트워크를 형성하고 진행하기 위한 사전 준비 과정은 여러 차원의 프로그램 진행과 접근을 통해 진행이 되었다고 볼 수 있다. 문제는 구체적인 실무의 착수였다. 국내외 사례를 탐색한 결과, 어떤 개별 단체가 자신의 독자적 사업을 유지하면서 지역통화 운영 실무를 병행하는 것은 바람직하지 않다는 결론을 내렸다. 즉 전담 실무자가 있지 않으면 본격적인 지역통화 실시는 어려움을 겪을 수밖에 없다는 것이 주요한 문제의식이었다.

이에 따라 광명시에서 어떤 지역통화 모델을 만들 것인가 하는 구체적인 논의와 함께 지역통화추진협의회 구성과 이에 따른 실무 사무국을 구성하는 논의가 2004년도 초에 집중적으로 논의 되었다. 드디어 2004년 3월 16일 지역품앗이광명그루 창립총회를 진행하고, 공식적인 체계 마련과 사무국 구성을 마치게 되었다. 또한 총회를 통해 광명시지역통화협의회 명칭을 지역품앗이광명그루로 정하고, 통화의 형태는 통장 방식으로 정했다. 통장의 명칭은 광명더불어숲통장이라고 정하고, 통화의 단위는 그루로 정하였다. 지역통화에 참여하는 이들을 숲과 같은 공동체로 보았으며 그 숲을 구성하는 나무들 즉, 참여자 한 사람 한 사람을 그루로서 상징화 한 것이다. 이외에도 지역통화 네트워크에 참여하는 단체 담당자들이 참여하는 운영위원회를 두어, 지속적으로 지역통화 진행에 협력할 수 있도록 하였다. 또한 지역통화 거래 활성화를 위한 제반 사업들을 진행하기로 하였다.

2003년도와 2004년도를 거치면서 시민사회단체와 평생학습원, 복지관 등

22개 단체와 기관들이 논의 과정에 참여를 하였다. 광명지역 지역통화 특
 징은 지역사회에서 공익적인 활동을 하는 기관, 단체들이 네트워크를 구
 성하고 있다는 것이다. 또한 일 년간의 준비과정을 통해 공론화의 작업을
 충실하게 밟아왔다. 2005년에 접어들어서는 독립된 사무국을 중심으로 본
 격적인 사업을 진행하여 매달 그루장터 및 그루학교가 진행되었고, 환경
 의날, 어린이문화장터, 평생학습축제 등에 지속해서 참여하였다. 특히, 사
 회문화예술교육프로그램을 통해 지역내외의 문화예술인들을 강사로 모시
 고 지역통화를 통해 프로그램을 진행하기도 하였다.

2. 회원들의 지역통화에 대한 인식

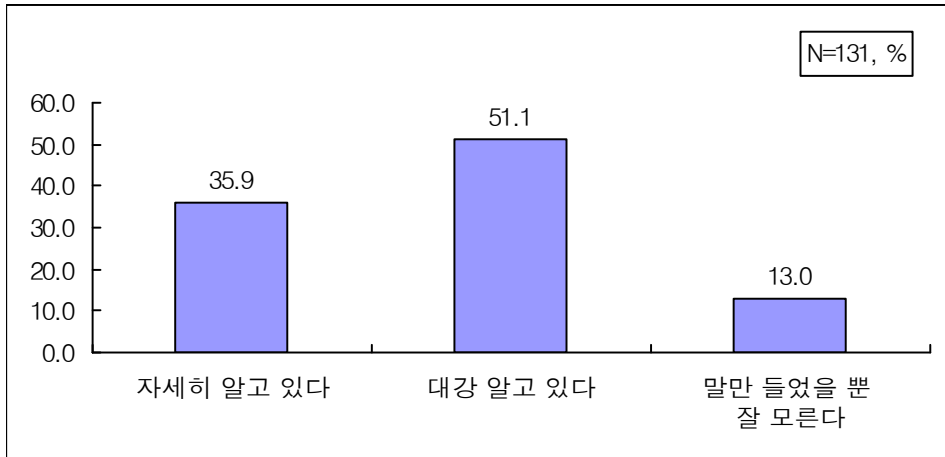
회원들의 지역통화에 대한 인식을 파악하고자 지난 2005년 하반기에 지
 역통화에 참여하는 회원들을 중심으로 기초 설문조사를 실시하였다. 본
 조사대상 1집단에 해당하는 광명그루 총 회원 388명 중 183개를 회수하여
 불성실한 데이터 51명을 제외하고 최종 유효표본 131명을 선정하였다. 응
 답자 특성은 <표 3-1>에서 알 수 있듯이 남성이 26.7%, 여성이 73.3%로
 여성이 상대적으로 많았다. 연령별 분포를 보면 30대가 50.4%로 가장 많
 이 차지하였고, 학력 수준 분포를 보면 4년제 대학교가 45.8%로 가장 높
 게 나타났다. 종교별 분포를 보면 기독교가 42.0%, 무교가 30.5%로 1, 2순
 위로 응답했으며, 직업별 분포를 보면 주부 40.5%, 사무직 29.8%로 높은
 응답을 했으며, 전문기술직 13.7%, 기타 8.4%, 판매종사자 3.1%, 행정직,
 서비스직, 무직이 1.5%로 나타났고, 가정의 월평균 소득 분포를 보면
 301~400만원이 34.4%로 가장 높은 응답을 했다.

<표 3-1> 응답자 특성

구분	항 목	광명그루 이용자		광명 시민	
		빈도	구성비	빈도	구성비
성별	남성	35	26.7	486	45.1
	여성	96	73.3	591	54.9
연령	10대	0	0.0	168	15.6
	20대	25	19.1	272	25.3
	30대	66	50.4	259	24.0
	40대	40	30.5	227	21.1
	50대	0	0.0	112	10.4
	60대이상	0	0.0	39	3.6
학 령	중졸이하	0	0.0	37	3.4
	고등학교	27	20.6	468	43.5
	2년제대학	19	14.5	91	8.4
	4년제대학교	60	45.8	427	39.6
	대학원이상	25	19.1	54	5.0
종 교	기독교	55	42.0	337	31.3
	불교	10	7.6	74	6.9
	천주교	26	19.8	206	19.1
	무교	40	30.5	460	42.7
직 업	전문기술직	18	13.7	27	2.5
	행정직	2	1.5	17	1.6
	사무직	39	29.8	239	22.2
	판매종사자	4	3.1	85	7.9
	서비스직	2	1.5	90	8.4
	주부	53	40.5	283	26.3
	학생	0	0.0	253	23.5
	생산/운수/단순	0	0.0	15	1.4
	무직	2	1.5	68	6.3
기타	11	8.4	0	0.0	
월 평 관 소 득	100만원 이하	3	2.3	54	5.0
	101~200만원	12	9.2	128	11.9
	201~300만원	36	27.5	360	33.4
	301~400만원	45	34.4	332	30.8
	401~500만원	29	22.1	151	14.0
	501만원 이상	6	4.6	52	4.8

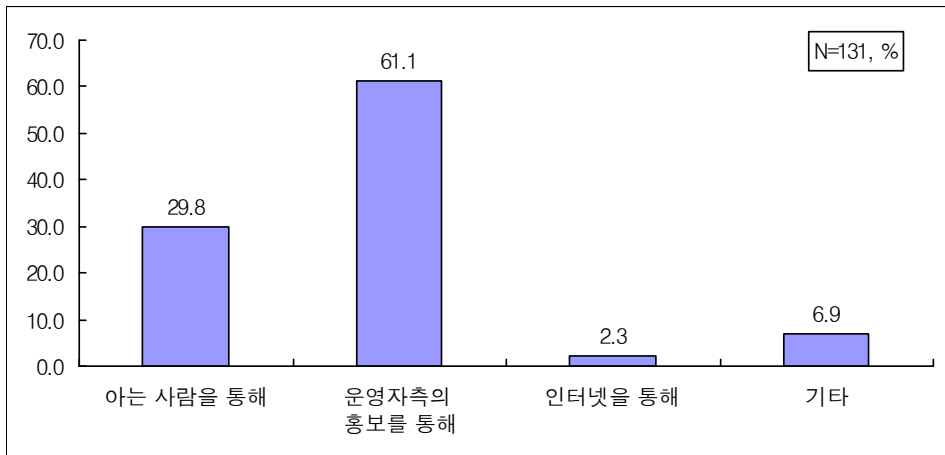
지역품앗이 광명그루에 관한 일반적인 항목 중 인지 정도를 살펴보면 <그림3-1>에서 알 수 있듯이 대강 알고 있다가 51.1%로 가장 높게 나타났고, 자세히 알고 있다 35.9%, 말만 들었을 뿐 잘 모른다 13.0%로 나타났다.

<그림 3-1> 지역품앗이 광명그루 인지 정도



지역품앗이 광명그루 정보 습득방법은 <그림3-2>에서 보는 것처럼 운영자 측의 홍보를 통해서가 61.1%(80회)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 아는 사람을 통해 29.8%(39회), 기타 6.9%(9회), 인터넷을 통해 2.3%(3회)로 나타났다.

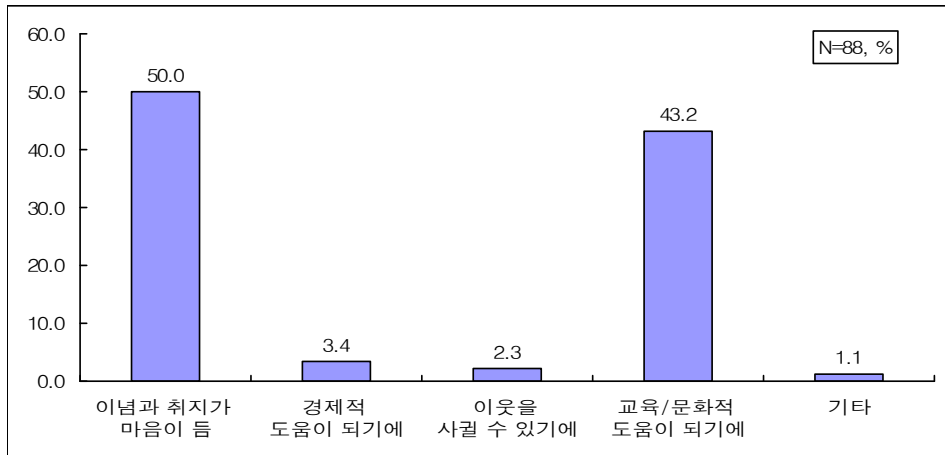
<그림 3-2> 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법



지역품앗이 광명그루에 가입한 회원들의 가입기간 평균은 11.48개월로 나타났다. 지역품앗이 광명그루 가입 동기에 대한 질문에 이념과 취지가 마음에 듭니다 50.0%로 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로

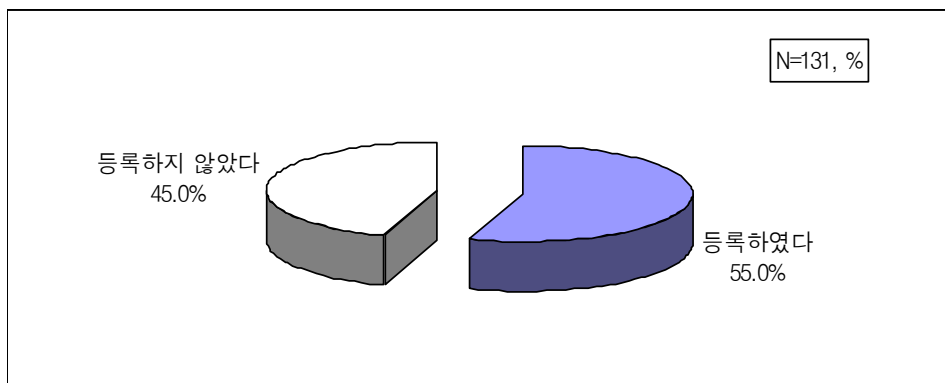
교육/문화적 도움이 되기에(43.2%), 경제적 도움이 되기에(3.4%), 이웃을 사귈 수 있기에(2.3%), 기타(1.1%) 순이었다.

<그림 3-3> 지역품앗이 광명그루 가입 동기



지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부 항목에서는 등록하였다가 55.0%(72회), 등록하지 않았다가 45.0%(59회)로 나타났다.

<그림 3-4> 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부



지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록여부에 따른 연령별 비율을 보면 40대와 30대에서 67.5%, 54.5%로 나타났으나 반면 20대에서는 36.0%로 낮은 비율로 나타났다. 또한 직업별 분포를 보면 전문기술직이 83.3%로 가

장 높게 나타났으며, 그다음으로 서비스/판매종사자가 66.7%, 주부가 62.3%로 등록을 한 것으로 나타났으나 기타와 사무/행정직에서는 각각 46.2%, 34.1%로 나타나 타 직업과의 차이를 잘 나타내고 있다. 마지막으로 월 소득별 분포를 보면 201~300만원에서 72.2%로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 그 다음으로 501만원 이상이 66.7%, 401~500만원이 62.1%로 물품·서비스를 등록한 경우가 많았으나 100만원 이하와 301~400만원이 각각 0%, 40%로 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

<표 3-2> 연령별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부

구분		광명그루 물품·서비스 등록 여부		계
		등록하였다	등록하지 않았다	
연령	20대	9	16	25
		36.0%	64.0%	100.0%
	30대	36	30	66
		54.5%	45.5%	100.0%
	40대	27	13	40
		67.5%	32.5%	100.0%
계	72	59	131	
	55.0%	45.0%	100.0%	

<표 3-3> 직업별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부

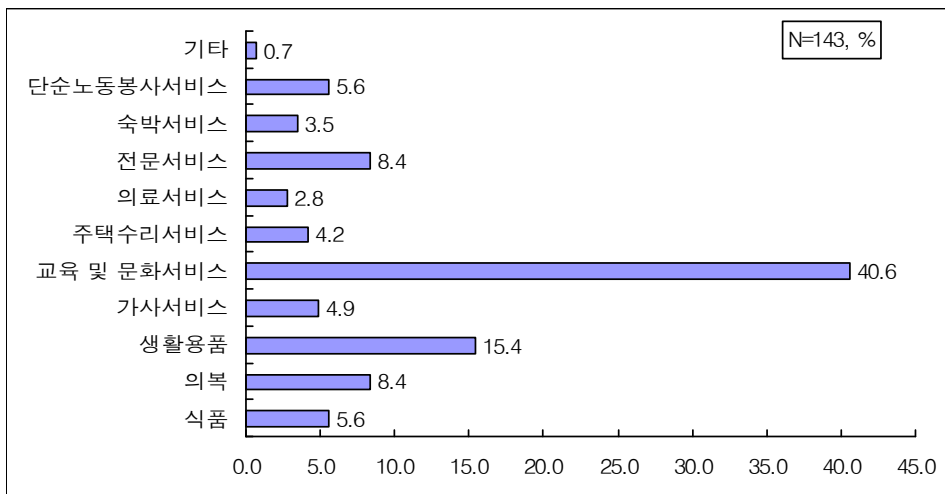
구분		광명그루 물품·서비스 등록 여부		계
		등록하였다	등록하지 않았다	
직업	전문기술	15	3	18
		83.3%	16.7%	100.0%
	사무/행정직	14	27	41
		34.1%	65.9%	100.0%
	서비스/판매종사자	4	2	6
		66.7%	33.3%	100.0%
	주부	33	20	53
		62.3%	37.7%	100.0%
	기타	6	7	13
		46.2%	53.8%	100.0%
계	72	59	131	
	55.0%	45.0%	100.0%	

<표 3-4> 월소득별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부

구분		광명그루 물품·서비스 등록 여부		계
		등록하였다	등록하지 않았다	
월소득	100만원 이하	0	3	3
		0.0%	100.0%	100.0%
	101~200만원	6	6	12
		50.0%	50.0%	100.0%
	201~300만원	26	10	36
		72.2%	27.8%	100.0%
	301~400만원	18	27	45
40.0%		60.0%	100.0%	
401~500만원	18	11	29	
	62.1%	37.9%	100.0%	
501만원 이상	4	2	6	
	66.7%	33.3%	100.0%	
계		72	59	131
		55.0%	45.0%	100.0%

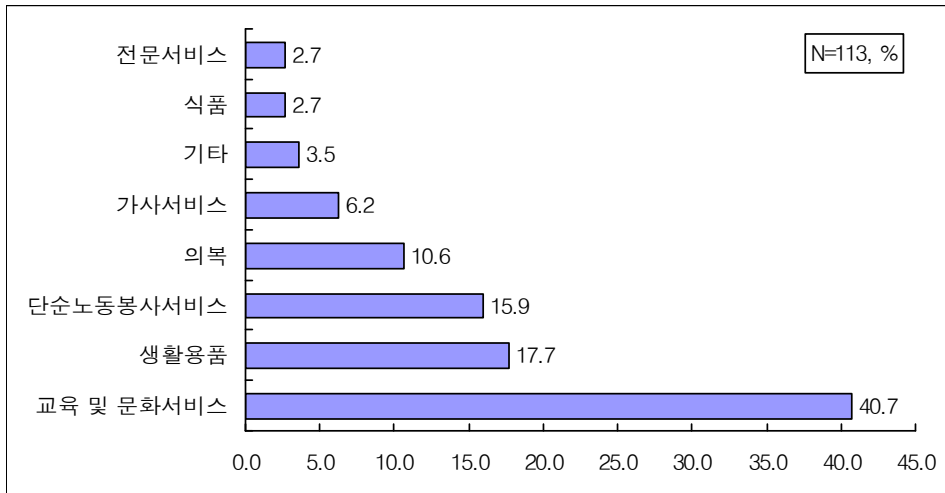
지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목 및 서비스에
서는 교육 및 문화서비스가 40.6%로 가장 높게 나타났으며, 생활용품
(15.4%), 전문서비스(8.4%), 의복(8.4%)등의 순으로 나타났다.

<그림 3-5> 지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목·서비스



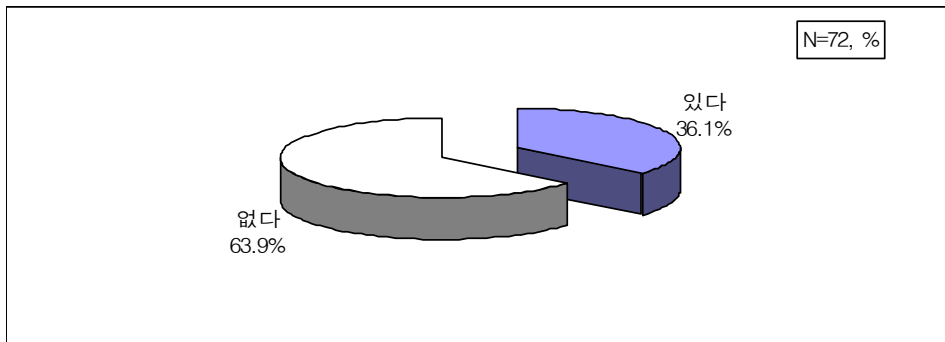
지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목 및 서비스에서도 교육 및 문화서비스가 40.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 생활용품 17.7%등으로 나타났다.

<그림 3-6>지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목·서비스



지역품앗이 광명그루에서 등록된 품목 및 서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부를 묻는 항목에서는 없다가 63.9%, 있다가 36.1%로 나타났다.

<그림 3-7> 등록된 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부



등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입 및 제공할 의사여부에 대한 학력별 비율을 보면 4년제 대학에서만 51.7%로 제공하겠다고 응답을 한

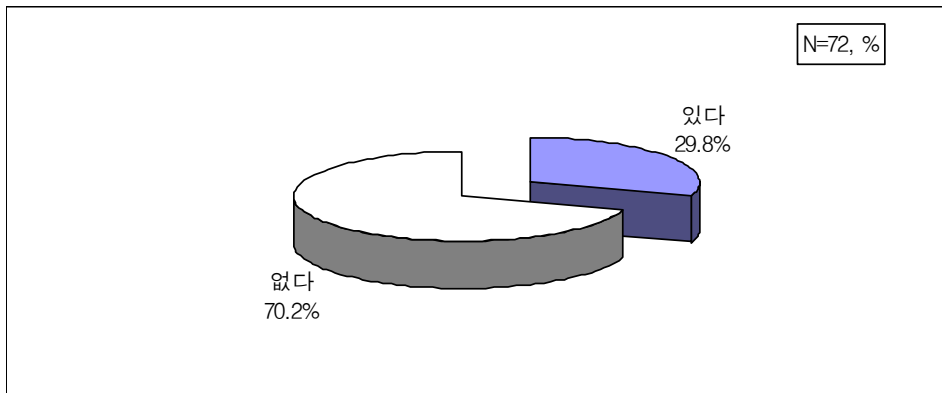
반면 2년제 대학과 고졸이하에서는 각각 11.1%, 12.5%로 나타나 차이가 큼을 잘 나타내고 있다.

<표 3-5> 학력별 등록된 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부

		품목·서비스를 구입, 제공의사 여부		계
		있다	없다	
학력별	고졸 이하	2	14	16
		12.5%	87.5%	100.0%
	2년제대학	1	8	9
		11.1%	88.9%	100.0%
	4년제대학	15	14	29
		51.7%	48.3%	100.0%
	대학원 이상	8	10	18
		44.4%	55.6%	100.0%
계		26	46	72
		36.1%	63.9%	100.0%

지역품앗이 광명그루에 타인이 등록한 품목 및 서비스를 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부를 묻는 항목에서 없다가 70.2%(92회), 있다가 29.8%(39회)로 나타났다.

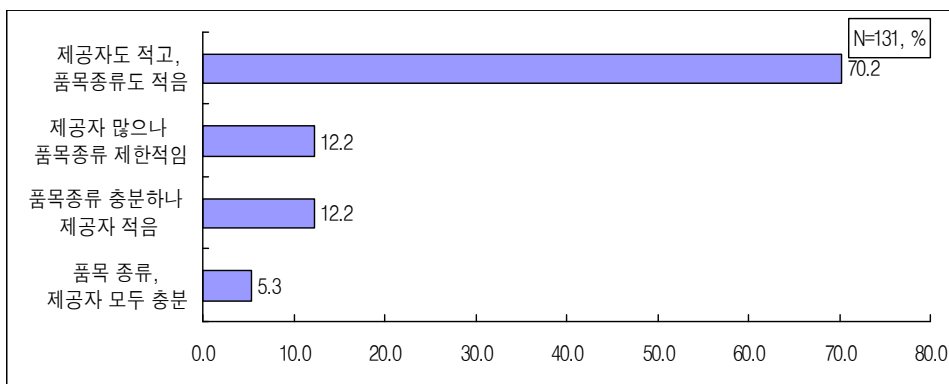
<그림 3-8> 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부



지역품앗이 광명그루에 타인이 등록한 품목 및 서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부에 대한 연령별 분포를 보면 40대에서 47.5%가 연락을 한 것으로 나타났으나 30대에서는 25.8%, 20대에서는 12.0%로 연령간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

지역품앗이 광명그루에서 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도에 대한 의견에 개인적으로 1-2회 연락 후가 43.6%로 가장 높게 나타났으며, 운영자가 직접 연결이 30.8%, 수차례 시도했으나 구입 못함 20.5%, 여러번 시도가 5.1%로 나타났다.

<그림 3-9> 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도



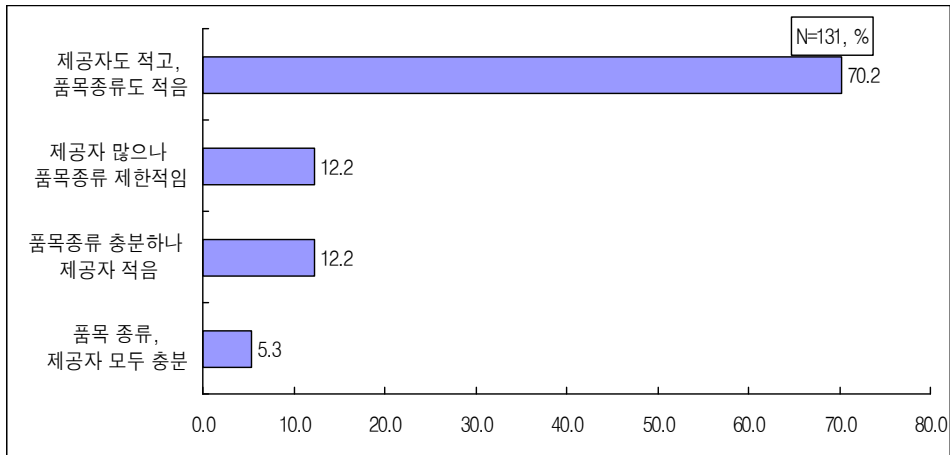
지역품앗이 광명그루에서 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도에서 월소득별 분포를 보면 201~300만원과 301~400만원, 501만원 이상에서 개인적 1~2회 연락을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 401~500만원에서는 운영자가 직접한다가 46.2%로 가장 높은 것으로 나타나 월소득간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

지역품앗이 광명그루에 등록된 거래 품목에 대한 평가를 묻는 항목에서는 제공자도적고 품목 종류도 적다는 비율이 70.2%로 다른 평가에 비해 압도적으로 나타났으며, 제공자 많으나 품목 종류 제한적임(12.2%), 품목 종류 충분하나 제공자 적음(12.2%), 품목 종류, 제공자 모두 충분(5.3%) 순이었다.

<표 3-6> 월소득별 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도

구분		연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도				Total	
		운영자가 직접	개인적 1~2회 연락	여러번 시도	구입못함		
월소득	101~200만원	0	0	1	0	1	
		0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	
	201~300만원	3	5	1	4	13	
		23.1%	38.5%	7.7%	30.8%	100.0%	
	301~400만원	3	5	0	2	10	
		30.0%	50.0%	0.0%	20.0%	100.0%	
	401~500만원	6	5	0	2	13	
		46.2%	38.5%	0.0%	15.4%	100.0%	
	501만원 이상	0	2	0	0	2	
		0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
	계		12	17	2	8	39
			30.8%	43.6%	5.1%	20.5%	100.0%

<그림 3-10> 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가



지역품앗이 광명그루를 통해 품목 및 서비스를 직접 교환거래한 경험 여부를 묻는 항목에서는 없다가 54.2%(71회), 있다가 45.8%(60회)로 나타났다.

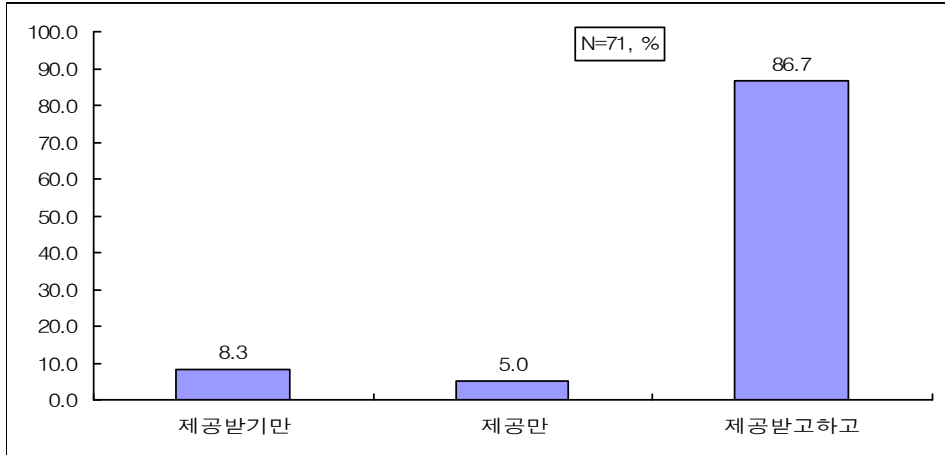
지역품앗이 광명그루를 통해 품목 및 서비스를 직접 교환거래 경험 여부에 대한 직업별 분포를 보면 서비스/판매종사자와 전문기술직에서 각각 83.3%, 66.7%로 교환거래 경험이 있다고 나타났으나 반면 사무/행정직과 주부, 기타가 각각 70.7%, 52.8%, 53.8%로 경험이 없다는 의견이 높게 나타나 직업간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

<표 3-7> 직업별 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부

구분		교환거래 경험 여부		계
		있다	없다	
직업	전문기술	12	6	18
		66.7%	33.3%	100.0%
	사무/행정직	12	29	41
		29.3%	70.7%	100.0%
	서비스/판매종사자	5	1	6
		83.3%	16.7%	100.0%
	주부	25	28	53
		47.2%	52.8%	100.0%
	기타	6	7	13
		46.2%	53.8%	100.0%
계		60	71	131
		45.8%	54.2%	100.0%

지역품앗이 광명그루를 통해 품목 및 서비스를 직접 교환거래 경험 여부에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증 결과를 보면 직업별에서만 차이가 있는 것으로 나타났다.

<그림 3-11> 교환 거래 형태



지역품앗이 광명그루에 교환거래 경험자 항목 중 교환거래 형태를 묻는 질문에서는 제공 받고 제공하기도 한다가 86.7%(52회)로 압도적으로 많았으며, 제공받기만 한다 8.3%(5회), 제공만 한다 5.0%(3회)로 나타났다.

<표 3-8> 연령별 교환 거래 형태

구분		교환 거래 형태			계
		제공받기만	제공만	제공받고하고	
연령	20대	1	2	4	7
		14.3%	28.6%	57.1%	100.0%
	30대	3	0	28	31
		9.7%	0.0%	90.3%	100.0%
	40대	1	1	20	22
		4.5%	4.5%	90.9%	100.0%
계	5	3	52	60	
	8.3%	5.0%	86.7%	100.0%	

<표 3-9> 월소득별 교환 거래 형태

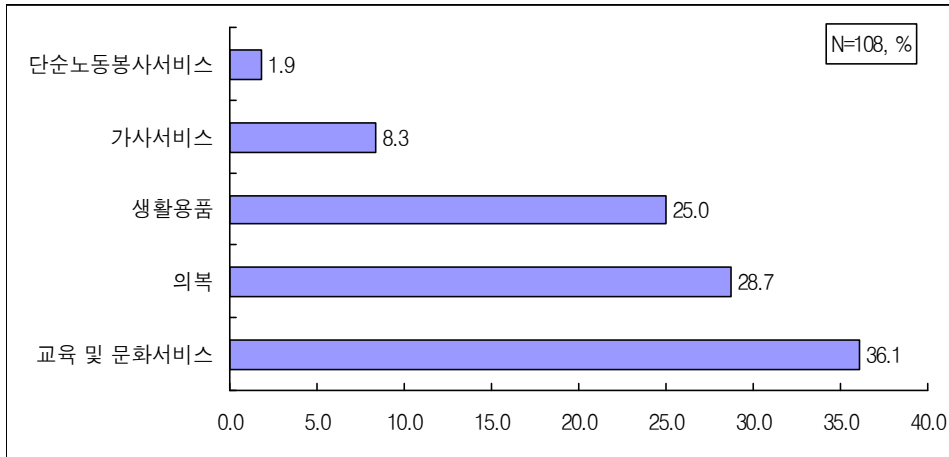
구분		교환 거래 형태			계
		제공받기만	제공만	제공받고하고	
가족 월소득	101~200만원	1	1	2	4
		25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
	201~300만원	2	1	18	21
		9.5%	4.8%	85.7%	100.0%
	301~400만원	2	0	14	16
		12.5%	0.0%	87.5%	100.0%
	401~500만원	0	0	16	16
		0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
	501만원 이상	0	1	2	3
		0.0%	33.3%	66.7%	100.0%
계		5	3	52	60
		8.3%	5.0%	86.7%	100.0%

지역품앗이 광명그루의 교환 거래 형태에서 연령별 분포를 보면 40대가 90.9%, 30대가 90.3%로 제공받고 한다는 응답이 높은 것으로 나타났으나 20대에서는 57.1%로 나타나 연령간 차이가 약간 있음을 잘 나타내고 있다. 또한 월소득별에서도 제공받고 한다는 의견이 타 의견보다 높게 나타났고, 그 중에서 401~500만원이 100%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 301~400만원이 87.5%, 201~300만원이 85.7%로 높은 비율을 보였으나 501만원 이상과 101~200만원에서는 각각 66.7%, 50.0%로 나타나 월소득간에서도 약간의 차이가 있는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루의 교환 거래 형태에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 연령별, 월소득별에서만 차이가 있는 것으로 나타났다.

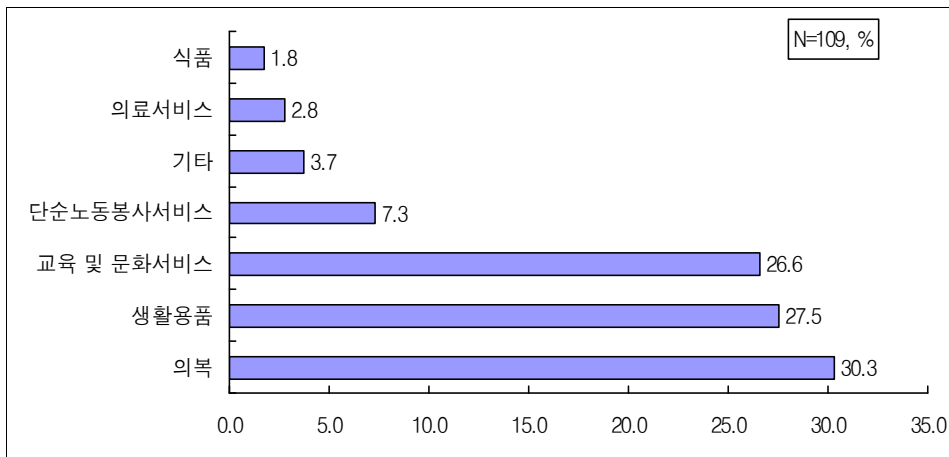
지역품앗이 광명그루 거래한 품목 중 제공받은 품목 및 서비스에서는 교육 및 문화 서비스(36.1%)가 가장 많이 나타났고, 의복(28.7%), 생활용품(25.2%), 가사서비스(8.3%), 단순노동봉사서비스(1.9%) 순으로 나타났다.

<그림 3-12> 거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스



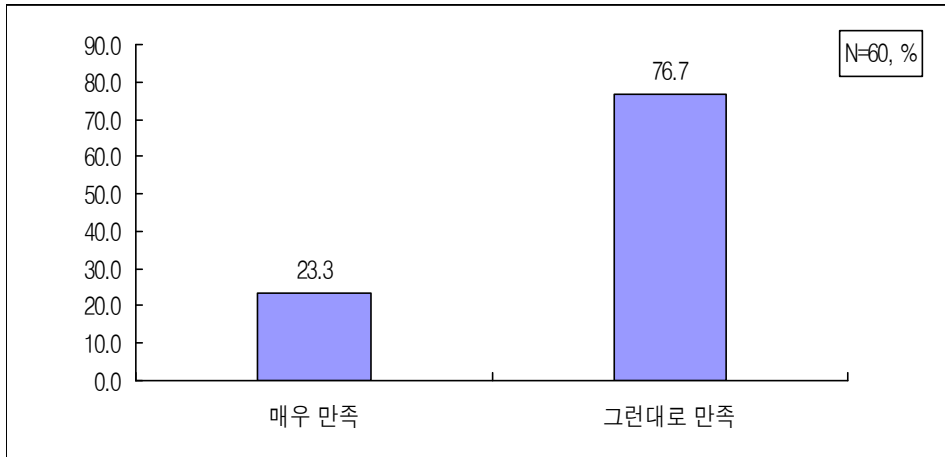
지역품앗이 광명그루에서 거래한 품목 중 제공한 품목 및 서비스는 의복 (29.2%)이 가장 많았으며, 생활용품(26.5%), 교육 및 문화서비스(25.7%), 단순노동봉사(7.1%) 등 순으로 나타났다.

<그림 3-13> 거래한 품목 중 제공한 품목·서비스(다중선택)



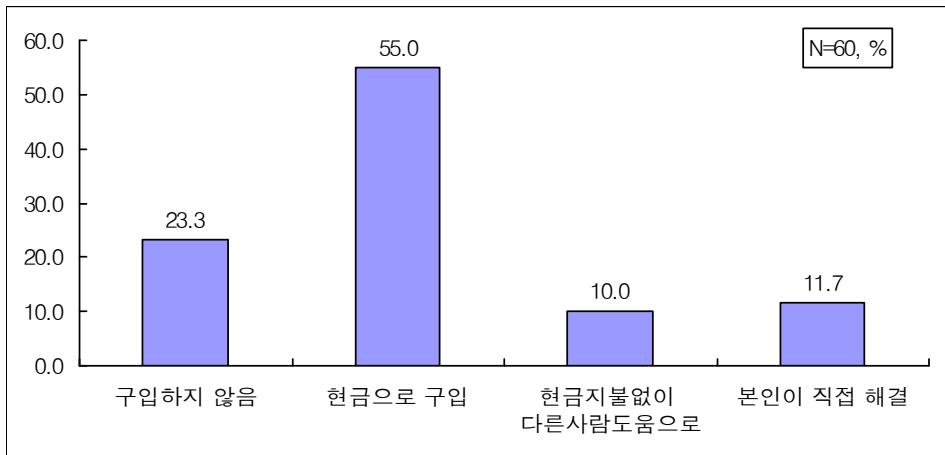
지역품앗이 광명그루에서 교환거래 이후 거래한 품목 및 서비스에 대한 만족도 조사 항목에서 그런대로 만족한다가 76.7%, 매우 만족한다가 23.3%로 나타났다.

<그림 3-14>교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도



만일 지역품앗이 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목의 구입 방법에 대한 질문에 현금으로 구입이 55.0%로 가장 높게 나타났으며, 구입하지 않음 23.3%, 본인이 직접 해결이 11.7%, 현금 지불없이 다른 사람 도움으로가 10.0%로 나타났다.

<그림 3-15>광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법



향후 지역품앗이 광명그루를 통한 교환거래 의향 여부를 묻는 질문에서는 교환거래를 할 것이다가 100.0%(60회)로 나타났다.

분석 결과를 종합해 보면 지역품앗이 광명그루 인지 정도에 대한 의견에 대강 알고 있다가 51.1%로 가장 높게 나타났고, 자세히 알고 있다 35.9%, 말만 들었을 뿐 잘 모른다 13.0%로 나타났다. 지역품앗이 광명그루 정보 습득방법은 운영자 측의 홍보를 통해서가 61.1%(80회)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 아는 사람을 통해 29.8%(39회), 기타 6.9%(9회), 인터넷을 통해 2.3%(3회)로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 가입여부를 보면 69.5%(91명)로 나타났으며, 응답자특성에 따른 연령별 분포를 보면 40대, 30대에서 82.5%, 71.2%로 나타난 반면 20대에서는 44.0%로 나타나 연령간 차이가 있음을 잘 나타나 있다. 또한 직업별 분포에서도 서비스/판매종사자가 100%로 가장 높은 비율로 나타났으며, 그 다음으로 전문기술직이 88.9%, 주부가 83.0%, 기타가 61.5%로 반면 사무/행정직에서는 41.5%로 나타나 타 직업과의 차이를 잘 나타내고 있다. 지역품앗이 광명그루에 가입한 회원들의 가입기간 평균은 약 11.5개월로 나타났다.

지역품앗이 광명그루 가입 동기에 대한 질문에 이념과 취지가 마음에 들어서가 50.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 교육/문화적 도움이 되기에(43.2%), 경제적 도움이 되기에(3.4%), 이웃을 사귄 수 있기에(2.3%), 기타(1.1%) 순으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부 항목에서는 등록하였다가 55.0%(72회), 등록하지 않았다가 45.0%(59회)로 나타났다. 또한 응답자 특성에 따른 연령별 분포를 보면 40대와 30대에서 67.5%, 54.5%로 나타났으나 반면 20대에서는 36.0%로 낮은 비율로 나타났다. 또한 직업별 분포를 보면 전문기술직이 83.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 서비스/판매종사자가 66.7%, 주부가 62.3%로 등록을 한 것으로 나타났으나 기타와 사무/행정직에서는 각각 46.2%, 34.1%로 나타나 타 직업과의 차이를 잘 나타내고 있다. 마지막으로 월소득별 분포를 보면 201~300만원에서 72.2%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 501만원 이상이 66.7%, 401~500만원이 62.1%로 등록한 경우가 많았으나 100만원 이하와 301~400만원이 각각 0%, 40%로 나타나 월소득간에서 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목 및 서비스에서는 교육 및 문화서비스가 40.6%로 가장 높게 나타났으며, 생활용품

(15.4%), 전문서비스(8.4%), 의복(8.4%) 등의 순으로 나타났다. 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목 및 서비스에서도 교육 및 문화서비스가 40.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 생활용품 17.7%등으로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루에서 등록한 품목 및 서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부를 묻는 항목에서는 없다가 63.9%, 있다가 36.1%로 나타났다. 응답자 특성에 대한 학력별 비율을 보면 4년제 대학에서만 51.7%로 제공하겠다고 응답을 한 반면 2년제 대학과 고졸이하에서는 각각 11.1%, 12.5%로 나타나 차이가 큼을 잘 나타내고 있다.

지역품앗이 광명그루에 타인이 등록한 품목 및 서비스를 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부를 묻는 항목에서 없다가 70.2%(92회), 있다가 29.8%(39회)로 나타났다. 연령별 분포를 보면 40대에서 47.5%가 연락을 한 것으로 나타났으나 30대에서는 25.8%, 20대에서는 12.0%로 연령간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다. 또한 지역품앗이 광명그루에서 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도에 대한 의견에 개인적으로 1-2회 연락 후가 43.6%로 가장 높게 나타났으며, 운영자가 직접 연결이 30.8%, 수차례 시도했으나 구입 못함 20.5%, 여러번 시도가 5.1%로 나타났다.

월소득별 분포를 보면 201~300만원과 301~400만원, 501만원 이상에서 개인적 1~2회 연락을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 401~500만원에서는 운영자가 직접한다가 46.2%로 가장 높은 것으로 나타나 월소득간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다. 지역품앗이 광명그루에 등록된 거래 품목에 대한 평가를 묻는 항목에서는 제공자도 적고 품목 종류도 적다는 비율이 70.2%로 다른 평가에 비해 압도적으로 나타났으며, 제공자 많으나 품목 종류 제한적임(12.2%), 품목 종류 충분하나 제공자 적음(12.2%), 품목 종류, 제공자 모두 충분(5.3%) 순으로 나타났다. 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루를 통해 품목 및 서비스를 직접 교환거래한 경험 여부를 묻는 항목에서는 없다가 54.2%(71회), 있다가 45.8%(60회)로 나타났다. 직업별 분포를 보면 서비스/판매종사자와 전문기술직에서 각각 83.3%, 66.7%로 교환거래 경험이 있다고 나타났으나 반면 사무/행정직과 주부, 기타가 각각 70.7%, 52.8%, 53.8%로 경험이 없다는 의견이 높게 나타나 직업 간에서만 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

지역품앗이 광명그루에 교환거래 경험자 항목 중 교환거래 형태를 묻는 질문에서는 제공 받고 제공하기도 한다가 86.7%(52회)로 압도적으로 많았으며, 제공받기만 한다 8.3%(5회), 제공만 한다 5.0%(3회)로 나타났다. 연령별 분포를 보면 40대가 90.9%, 30대가 90.3%로 제공받고 한다는 응답이 높은 것으로 나타났으나 20대에서는 57.1%로 나타나 연령간 차이가 약간 있음을 잘 나타내고 있다. 또한 월소득별에서도 제공받고 한다는 의견이 타의견보다 높게 나타났고, 그 중에서 401~500만원이 100%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 301~400만원이 87.5%, 201~300만원이 85.7%로 높은 비율을 보였으나 501만원 이상과 101~200만원에서는 각각 66.7%, 50.0%로 나타나 월소득간에서도 약간의 차이가 있는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루 거래한 품목 중 제공받은 품목 및 서비스에서는 교육 및 문화 서비스(36.1%)가 가장 많이 나타났고, 의복(28.7%), 생활용품(25.2%), 가사서비스(8.3%), 단순노동봉사서비스(1.9%) 순으로 나타났다. 다음은 거래한 품목 중 제공한 품목 및 서비스는 의복 (29.2%)이 가장 많았으며, 생활용품(26.5%), 교육 및 문화서비스(25.7%), 단순노동봉사(7.1%) 등 순으로 나타났다. 또한 지역품앗이 광명그루에서 교환거래 이후 거래한 품목 및 서비스에 대한 만족도 조사 항목에서 그런대로 만족한다가 76.7%, 매우 만족한다가 23.3%로 나타났다.

만일 지역품앗이 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목의 구입 방법에 대한 질문에 현금으로 구입이 55.0%로 가장 높게 나타났으며, 구입하지 않음 23.3%, 본인이 직접 해결이 11.7%, 현금 지불없이 다른 사람 도움으로가 10.0%로 나타났다. 또한 향후 지역품앗이 광명그루를 통한 교환거래 의향 여부를 묻는 질문에서는 교환거래를 할 것이다가 100.0%(60회)로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 교환거래 무경험자 항목에서 교환거래를 하지 않는 이유를 묻는 항목에 지역교환거래의 내용을 알지 못함(87.3%)이 가장 높은 것으로 나타났다

다음은 지역품앗이 광명그루에 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부를 묻는 질문에 의향이 있다가 81.7%, 의향이 없다가 18.3%로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목 및 서비스를 묻는 질문에 교육 및 문화서비스(37.6%)로 가장 높

게 나타났고, 생활용품 (20.2%), 전문서비스(9.2%)등으로 나타났다. 또한 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목에 대한 의견에 교육 및 문화서비스(28.7%)로 가장 높게 나타났고, 생활용품(25.3%), 단순노동봉사서비스(12.6%)등의 순으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루의 회원 중 품목 및 서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상 정도를 묻는 질문에 일부겠지만 염려할 수준은 아니다가 81.7%가 가장 많았으며, 상당수가 그럴까 걱정이다가 13.7%, 그런 사람은 거의 없다가 4.6%로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 교환거래 되는 품목 및 서비스는 실제 현금거래와의 비교 가치를 묻는 항목에 현금거래보다 낮은 가치가 48.1%로 가장 높게 나타났고, 현금거래와 비슷한 가치가 21.4%, 현금거래보다 비교적 높은 가치 16.0%, 가격은 무의미 14.5%로 나타났다.

지역품앗이 광명그루의 장점 1순위는 지역사회 공동체의식 함양이, 2순위는 지역내 교육문화의 활성화로 나타났다.

제 2 절 사회문화예술교육프로그램 사례연구

문화예술 교육에 대한 중요성이 문화정책분야에서 대두되고 있다. 마찬가지로 지역문화에서 문화예술 교육은 동등한 중요성을 가진다. 지역에서 문화예술교육을 진행함에 있어, 지역의 자체 교육자원을 통해 지역의 문화교육 역량을 확보하고 제고하는 것 역시 이러한 지역문화예술교육 활성화에 있어 하나의 방법론이 될 수 있다. 이 경우 지역통화를 통해 문화예술 교육에 접근하는 방법을 찾을 수 있다.

앞서 언급했듯이 지역통화의 장점은 자원 동원 능력이다. 필요한 곳이 있다면 필요한 자원을 확보해서 투입을 할 수 있다. 그리고 이러한 적용 영역은 자원만 확보가 된다면 이론적으로 모든 영역에 가능하다. 일반교육 분야는 물론 문화예술교육에도 마찬가지로 적용이 된다. 이러한 문화예술 교육의 적용 영역은 지역에 이런 요구들이 있는 곳에 모두가 가능하다. 교육의 질적 수준이나 올바른 교육철학, 방법적 측면까지 모든 요건을 충족하는 문화예술 교육 자원을 찾는 것은 그리 쉬운 일이 아니다. 그러나 지역 교육력을 토대로, 지역문화예술교육을 진행하겠다는 방향에서 교육자원을 최대한 활용하는 것은 의미가 있고 시도될 만한 일이다.

이제 그 적용 영역을 살펴보자. 앞서 이론적 배경에서 광명시의 사례를 통해 2005년 중앙정부로 부터의 정책적 지원을 통해 진행되었던 사회문화 예술교육프로그램에 대한 시범사업을 언급하였다. 먼저 학교교육과정이다. 학교 교육은 지역과의 연계를 통해 일정 부분을 담당할 수 있다. 지역 교육 자원을 활용함으로써 지역과 교류하는 방식이다. 학생들의 문화적, 예술적 역량을 제고하고 그러한 감수성을 길러 주기위한 교육이 진행이 될 수 있다. 그러한 학습 결과물을 학교와 지역에서 표현의 마당을 갖도록 하거나 지역축제 자원으로 조직될 수도 있다. 이러한 과정에서 강사로 참여하거나 혹은 학교 축제나 학급 문화예술 발표를 지원하는 지역문화예술 단체 구성원들에게는 협의를 통해 순수하게 지역통화로만 교육 지원활동을 이끌어 낼 수도 있고, 학교와의 협의를 통해 강사료 가운데 일정 비율을 지역통화로 지불할 수도 있다. 또한 지역에서 보유하고 있는 문화예술 기관들과 시설, 그리고 인적 자원들을 지역통화를 매개로 문화예술 교육 자원으로 동원하는 것 역시 같은 맥락에서 가능할 수 있다. 학교 안과 밖에서 문화예술 교육 자원으로 활용할 수 있는 것이다. 예를 들어 지역의 '문화의 집'에서 어떤 예술 창작 과정을 운영하고, 이 과정에 인근 학교 학생들이 참여를 할 수 있다. 이럴 경우 문화의 집 창작과정을 지도하는 강사나 진행보조 자원봉사자들은 지역통화 플러스 포인트를 받으면서 교육 과정을 지도하고, 학생들은 그들의 교육 서비스에 대해 지역통화를 지불하거나, 학교에서 대신 지불할 수도 있다. 또한 학생들은 교육을 받음으로써 쌓인 마이너스 포인트를 다른 방식을 통해 플러스로 전환할 수 있다. 예를 들어 창작 과정의 결과물을 가지고 학교나 지역주민 행사 혹은 인근 경로당 등을 찾아서 발표회를 가지고 그 마이너스를 털어낼 수도 있다.

한편 평생교육 맥락에서 지역통화를 활용해서 지역 시민들의 문화예술 교육을 진행하는 것 역시 가능하다. 문화시설이나 평생학습원 등 지역교육 시설에서 시민교육으로 문화예술 교육을 진행할 때 지역통화를 활용하는 경우다. 교육 진행을 위해 강사나 교육진행자를 지역통화 회원들 중에서 섭외하면 된다. 앞서 예로 든 학교 교육과 마찬가지로 강사료의 전액 혹은 일부를 지역통화로 거래하는 방식이다. 교육기관에서 지역통화를 통해 강사료를 지불하고, 수강생들은 수강료의 전액 혹은 일부를 지역통화로 지불할 수 있다. 교육기관이 이를 매개할 수도 있고, 교육기관과 지역통화 사무국이 상호협력으로 진행할 수도 있다. 수강생들과 문화예술 교

육 강사가 직접 지역통화로 거래하면서 교육을 주고받을 수 있고, 교육기관 등이 공간을 제공하는 방식 역시 가능하다. 이 경우 교육은 지역통화 회원들 사이에서 진행이 되는 것으로 볼 수 있다. 회원이 아닌 일반인들이 참여를 하는 부분에 대해서는 별도의 계획이 필요할 것이다. 또 문화예술 교육 기회에서 제외되는 소외계층에 대해서는 지역통화 사무국이 지역통화를 기부하여 그들이 교육에 참여할 수 있도록 할 수도 있다. 또한 수강생들이 지역행사나 소외계층 방문 행사 등을 통해 수업 결과물을 발표하는 등의 방법을 통해 지역통화를 벌어들일 수도 있다.

이처럼 문화예술 자원을 통해 지역 문화예술교육을 실시할 수 있다는 것은 매력적인 일이다. 특히나 예술교육 특성상 소규모로 이루어진다는 것을 감안하면 지역통화는 이러한 교육에 더욱 많은 가능성을 제공해 주는 측면 또한 존재한다.

아울러 경기문화재단이나 문화행정 당국은 한 지역에서 문화예술 교육역량을 거시적인 차원에서 확대하는 역할을 담당하는 것으로 생각해 볼 수 있다. 한 지역의 문화예술 교육 자원은 한정되어 있다. 이럴 경우 외부 교육역량을 지원해 줄 수도 있고, 아니면 지역 문화예술 교육 역량을 강화할 수 있는 지원 프로그램을 기획하고 진행할 수도 있을 것이다.

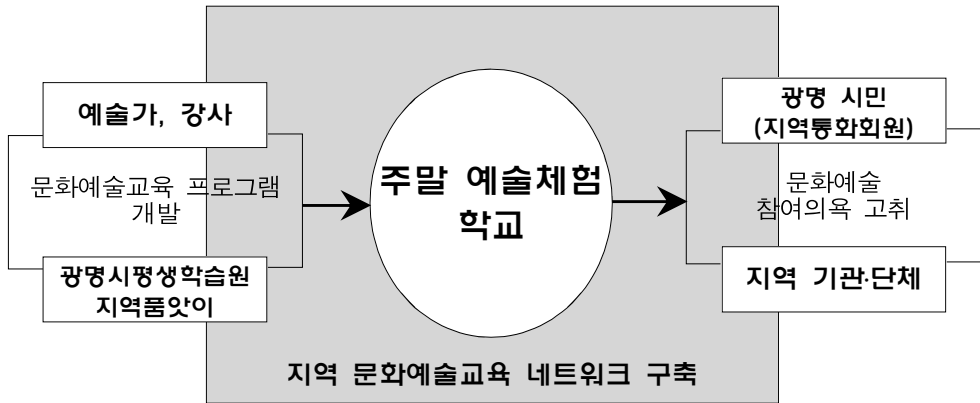
1. 신나는 주말문화 예술체험 놀이터

앞서 이론적 배경에서 중앙정부의 지역문화활성화대책으로 문화예술교육의 확대를 통한 지역의 문화적 활력을 제고하기 위하여 전문예술단체, 문화기반시설, 대학 등 교육기관 간 협력체계를 구축하고 시범사업을 추진하는 것에 대한 정책적 내용을 언급 했었다. 이 정책과 관련하여 광명시평생학습원에서는 지난 2005년 7월부터 11월까지 '신나는 주말예술 학교'를 광명시민 대상으로 진행하였다. 주 5일제가 시작되고 시민들이 여가를 즐길 수 있는 시간은 늘어났지만 소비적 여가 프로그램은 팽창한 반면 창조적 여가생활을 하기 위한 프로그램은 아직까지 많이 부족한 상황으로 판단되었고 이에 대한 대안으로 지역 예술가와 함께 시민들이 체험할 수 있는 체험형 문화예술 프로그램을 개발함으로써 시민들이 주말을 이용해 문화예술에 대한 체험기회를 확대하고 문화예술활동의 참여욕구를 고취하고자 했다.

주말예술체험학교를 운영하기 위해 지역내 기관,단체들의 협조를 구하고

가급적 프로그램 구성에서부터 지역시민들의 참여를 유도하였다. 강사 역할을 담당할 분들도 지역내의 문화예술가를 중심으로 1차적으로 섭외하였고, 그렇지 못할 경우는 외부에서 강사를 모셔오게 되었다. 이 프로그램에 지역품앗이 광명그루가 주도적으로 참여하여 시민중심의 프로그램을 기획하고 함께 참여하였다. 진행된 프로그램은 <그림3-16>과 같이 구성되어 진행되었다.

<그림 3-16> 주말예술체험 놀이터 프로그램 구성



<표 3-10> 추진경과

일정	내용	비고
6월	강사 및 강좌 확정	지역품앗이 광명그루와 광명시평생학습원의 강사은행제를 중심으로 강사와 강좌 확정
7~11월	강의계획서 취합	각 프로그램 시작 전 강의자료를 받음.
	준비사항 체크	각 강좌진행에 따른 준비물 체크 (강의실 점검, 재료 준비 등)
	문화예술 체험마당 (교육통화)	매달 2시간씩 3개 체험프로그램 진행 워크숍은 2시간씩 2회로 진행함. - 7월 참가인원 : 78명 - 8월 참가인원 : 83명 - 10월 참가인원 : 79명 - 11월 참가인원 : 58명 총 참여인원 : 298명
	평가회의 실시	매 강좌 종료 후 평가 (지역품앗이 광명그루)
12월	결과보고서 작성	최종 정리

프로그램 진행경과를 살펴보면 <표 3-10>에서 보는 것처럼 2005년 6월에 강사 및 프로그램 내용등을 논의와 토론을 거쳐서 확정하였고, 사전에 강의 계획들을 점검하여 준비에 만전을 기했다. 진행된 기간동안 참여인원은 298명에 달한다. 매달 프로그램이 종료된 후에는 평가회의를 거쳐 잘못 진행된 내용이나 보완할 점들을 확인하여 다음 프로그램에 반영하여 보완해 나갔다.

세부 프로그램 운영 내용을 살펴보면 <표3-11> 프로그램 운영현황을 보면 알 수 있다. 7월 체험학교에서는 '세상에서 제일 큰 책' 워크숍을 비롯해 '전통부채 만들기', '터널북 액자 만들기', '벽화 이론 워크숍' 등 4개 프로그램을 진행했다.

'세상에서 제일 큰 책'은 지역에서 활동하는 동화읽는어른모임이 주축이 되어 동화를 중심으로 교육과 봉사활동을 해온 내용을 아이들에게 쉽고 재미있게 자신만의 책을 만드는 방법을 가르쳤다. 첫날엔 동화책의 역사와 북아트 작품들을 보면서 자신만의 병풍형 아트북을 만들어보았으며, 둘째날엔 모둠별로 공동작업을 통해 빅북을 선보였다.

'전통부채 만들기'는 지역에서 활동하는 공예가(경기의뜸이)를 섭외하여 진행하였다. 참가자들에게 부채의 유래와 전통문양에 대한 이해를 도와주었으며, 전통 부채의 제작과정을 적용해 부채를 만들어봄으로써 조상의 지혜를 되새기는 시간이 되었다.

'터널북 액자 만들기'는 재활용 예술을 추구하며 부천예술마켓에서 활동하는 예술가를 강사로 섭외하였다. 무엇보다 재활용 공예와 터널북 기법을 소개하고 참가자들이 수업에 적용해보므로써 재활용의 의미를 되새기고 자신만의 이야기 구성력을 높일 수 있었다. 무엇보다 자신이 만든 작품이 생활소품으로 쓰인다는 점에 참여자들이 매력을 느꼈다.

'벽화 이론 워크숍'은 미술인회의 여성소수자분과에서 활동하는 예술가를 섭외하여 참여자들에게 벽화이론을 소개하면서 실제 폼 보드를 사용하여 자신의 아이디어를 적용해보았다. 무엇보다 일반적이지 않은 재료와 작업 방식을 통해 미술에 대한 고정관념을 깨었으며, 참여자들에게 공동벽화의 의미를 심어주었다.

8월 체험학교 수업은 광명문화의집에 전문위원으로 일하고 있는 무대예술가를 섭외하여 '나도 미술가-설치미술체험' 워크숍을 진행하였다. '나도 미술가'는 참여자들에게 설치미술의 의미와 형태를 알려줌으로써 설치미

술을 이해할 수 있도록 하였으며, 미리 준비한 나무들에 자신의 느낌과 생각을 표현하였다. 사진이나 그림을 가져온 가족들은 사진도 붙임으로써 자신만의 작품을 만들었다. 또, 제작한 작품들을 전시함으로써 개별작업이 어떻게 전시회로 연결되는지 파악할 수 있었다.

‘나무소품 만들기’는 반쪽이공방 회원을 강사로 섭외하여 상업적으로 만들어진 제품을 구입하여 조립하는 것이 아니라 직접 나무를 자르고 아교를 붙여보는 등 참여자들이 수공예를 통한 보람을 느끼게 하는 데 있었다. 생나무를 이용한 것은 아니지만 나무를 이용해 생활 속 놀이감을 직접 만들어보고 퍼즐을 맞춰봄으로써 참여자들에게 문제해결능력을 키워주었다.

‘애니메이션 체험’의 초기 계획은 ‘스톱모션’ 제작을 경험해 보려 하였으나 실제 ‘스톱모션 애니메이션’을 체험하기엔 고가장비가 필요했다. 서울 애니메이션센터의 조언으로 ‘홈잔상 애니메이션’ 체험으로 변경하였으며 참여자들은 흥미와 만족을 느꼈으나 기획보다 많은 인원이 참여하여 진행에 어려움이 많았다.

‘가족 벽화 그리기’는 7월 ‘벽화 이론 워크숍’과 연계하여 진행한 프로그램으로 8월에는 시립새싹어린이집을 방문하여 진행하였다. 참가신청자와 어린이집 교사 그리고 자원활동가가 어우러져 진행함으로써 어린이집 담장이 화사하게 바뀌게 되었다.

10월 체험학교는 ‘바늘구멍 사진기’ 워크숍을 포함해 ‘천연염색 체험’, ‘재활용 시계 만들기’, ‘가족 벽화 그리기’ 등 4개 프로그램을 진행하였다.

‘바늘구멍 사진기’ 워크숍은 참여자들에게 큰 인기를 끌었다. 무엇보다 강사로부터 사진기 유래와 원리부터 촬영 작품까지 워크숍을 통해 자신이 어떤 학습을 하는지 꼼꼼하게 체크할 수 있었다. 사진기 제작을 완성하여 실제 촬영을 진행한 것도 참여자들에게 흥미를 유발하였다.

‘천연염색 체험’은 가족 프로그램으로써 먼저 천연염색의 유래와 의미를 소개하였다. 천연염색 체험을 통해 전통문화의 아름다움을 배울 수 있었다. 계절에 맞는 준비가 되지 않아서 아쉬움을 남겼으나 각 가정에서 자신만의 천연염색을 진행할 수 있도록 제작과정을 보여줌으로써 생활 속의 문화영역을 넓힐 수 있었다.

‘재활용 시계 만들기’는 7월에 진행한 ‘터널북 액자 만들기’의 후속 프로그램으로써 폐품박스과 시계부품을 통해 자신만의 생활소품을 만들 수 있

었다. 단순히 소품을 만드는 것으로 끝나는 것이 아니라 시계의 원리도 알 수 있는 기회가 되었다.

매월 진행한 ‘가족벽화 그리기’는 광명시평생학습원의 계단 난간을 꾸며 보았다. 함께 참여한 가족들은 자신들만의 테마를 어떻게 표현할지 짧은 워크숍을 통해 아이디어 구상을 하고, 이어 층별 작업을 진행하였다. 층별로 수중생활과 우주의 모습을 표현한 가족들은 만족감과 성취감, 공동 작업을 통한 협동심을 배울 수 있었다. 결과물들은 평생학습원을 이용하는 시민들에게 친근감을 주고 있다.

11월 체험마당은 ‘나무숫대 만들기’ 워크숍을 비롯해 ‘전래놀이 체험’, ‘거울잔상 애니메이션 체험’, ‘가족벽화 그리기’ 등 4개 프로그램을 진행하였다. 특히, 자원활동 학생들이 프로그램에 참여하면서 원활한 프로그램 진행이 가능하였다.

‘나무 숫대 만들기’ 워크숍의 목적은 숫대의 유래와 의미를 배움으로써 전통문화에 대한 자긍심을 심어주는 데 있다. 그러나 직접 나무를 다면서 숫대를 제작하기보다 패키지 상품을 이용함으로써 본래 의미가 퇴색하기도 하였다. 그럼에도 전통가치를 참여자들에게 심어주고, 숫대의 조형감각을 익히는 등 참여자들도 만족감을 표현했다.

‘거울잔상 애니메이션’은 8월에 진행한 ‘흙잔상 애니메이션’의 후속 프로그램이다. 애니메이션의 원리를 이해하고 자신만의 이야기 전개를 해보는 실습이었다. 무엇보다 거울잔상은 자신이 표현한 그림이 거꾸로 전환되어 보이기 때문에 보다 세심한 작업이 필요하였다. 참여자들은 자신이 만든 애니메이션이 어떻게 구동되는지 신기한 눈망울로 실습하면서 만족감을 표현했다.

전체적인 프로그램을 운영한 결과 <표 3-13>에서 알 수 있듯이 총 298명이 프로그램에 참가하였다. 이 인원은 매달 참여하는 가운데 중복된 인원으로써 이 중 160명이 참여한 것으로 집계되었고, 거래규모는 298명을 기준으로 1,490,000그루의 경제적 효과를 가져왔다. 또한 지역품앗이 광명그루의 입장에서 새로운 사회문화예술교육프로그램을 지역통화와 함께 진행하면서 37명의 새로운 회원을 확보하는데 도움을 얻었다. 이 프로그램에 참여했던 많은 회원들은 자신의 (-)그루를 (+)그루로 채우기 위해 매달 있는 장터에 적극적으로 참여하는 계기를 마련하기도 하였다.

<표 3-11> 프로그램 운영 현황

월	내용	강의 형태	일시	참여 인원
7	세상에서 제일 큰 책	워크숍	15일 오후 3~5시, 16일 오후 3~5시	17명
	전통부채 만들기	체험	15일 오후 3~5시	21명
	터널북 액자 만들기(재활용 공예)	체험	16일 오후 3~5시	19명
	릴레이 벽화(벽화 아이디어 워크숍)	체험	16일 오후 3~5시	21명
8	나도 미술가 - 설치미술체험	워크숍	19일 오후 3~5시 20일 오후 3~5시	21명
	흙잔상 애니메이션	체험	20일 오후 3~5시	21명
	나무소품 만들기	체험	20일 오후 3~5시	21명
	릴레이 벽화(새싹어린이집)	체험	27일 오후 3~5시	20명
10	바늘구멍 사진기	워크숍	14일 오후 4~6시 15일 오후 4~6시	20명
	재활용 시계 만들기(재활용 공예)	체험	15일 오후 2시30분 ~4시30분	21명
	천연염색	체험	15일 오후 2시30분 ~4시30분	17명
	릴레이 벽화(광명시평생학습원 계단 난간)	체험	15일 오후 2시30분 ~4시30분	21명
11	나무숫대 만들기	워크숍	18일 오후 4시~6시 19일 오후 2시30분 ~4시30분	17명
	거울잔상 애니메이션	체험	19일 오후 2시30분 ~4시30분	8명
	전래놀이 체험	체험	19일 오후 2시30분 ~4시30분	15명
	릴레이 벽화(광명시평생학습원 지하 화단)	체험	19일 오후 2시30분 ~4시30분	18명

2. 그루학교

지역품앗이 광명그루가 창립한 후 다양한 프로그램들이 있어 왔는데 이중 가장 시민중심적이면서 서로의 재능을 나누는 나눔의 장이 되어준것은 그루학교이다. 대전의 한발레츠 에서는 품앗이학교라고 해서 지역통화의 회원이 거래품목을 보면서 상대방에게 거래를 요청하여 시간과 장소가 물색이 되면 자발적으로 서로의 서비스를 나누게 되어 있다. 2~3명이 시작하기도 하고 많은 때는 10여명 가까이 참여한다. 지역품앗이광명그루에서는 처음에 자발적으로 참여하는 것들에 대한 우려가 있었다. 초기에는 회원들간의 신뢰관계가 형성이 되어있는 않은 것을 감안하였다. 그래서 사무국의 주도로 서로의 나눔을 도와주기 위해서 중계역할과 장소를 제공하였다. 초기에는 지역통화가 생소한 개념이여서 회원교육을 겸하여 진행이 되었다. 한달에 한번씩 정기적으로 진행된 그루학교는 때로는 문화예술과 관련된 프로그램으로 진행되기도 하고 학습과 관련된 내용으로 진행되기도 했다.

회원들이 활성화 되면서 여러 가지 서비스들이 오가는 그루학교가 다양한 곳에서 다양한 형태로 삼삼오오 진행되기도 했다. 그중에 기공체조가 있다. 기공체조는 회원의 요구가 있어서 그루학교를 열어주게 되었다. 처음에는 많은 회원들이 모이지는 않았지만 자신이 가지고 있는 재능을 나누고 싶어하는 회원의 욕구를 막을 수는 없었다. 여기에 참여하는 강사와 회원은 모두 현금없이 100%그루로만 거래하였다.

이 프로그램에 강사로 참여한 K씨(여, 30대 후반)의 사례를 들어본다.

그루 회원들에게 기공체조를 강의했습니다. 2005년 1월부터 8월, 그리고 2005년 12월부터 2006년 2월까지 두 차례에 걸쳐 진행했죠. 장소는 평생학습원 4층 요가실을 무료로 빌려 썼습니다. 한 강좌 당 10명~12명 정도 신청했는데, 늘 나오시는 분들은 10명 안쪽이었습니다. 그런데 두 번째 강의에서는 사람이 점점 줄어서 나중엔 서너 명으로 줄어들기도 했습니다. 수강료는 4주마다 1만 그루를 받았습니다.

2005년 1월에 처음 시작할 때는 홍보가 잘 안되어서 첫 주와 두 번째 주에는 저 혼자 요가실에 앉아 사람들을 기다렸어요. 하지만 나중에 점점 입소문을 타고 알려졌는지 사람들이 모이기 시작했어요. 수업은 초급과정으

로 진행되었어요. 참여자들이 대개 주부들이라 아이들을 자유롭게 데려오도록 했더니 좋아하더군요. 2005년 상반기에 참여했던 분들이 하반기 강의에도 참여하는 경우도 있었죠.

스스로 돌아보면 수업 준비에 미흡한 점이 많았다고 봅니다. 특히 2005년 하반기 강좌는 더욱 그랬어요. 생각해보니 수업에 자주 빠지는 회원들에게 서운한 마음을 가질 일이 아니더라고요. 사실 상반기 강좌 진행을 통해 제가 모자라는 부분을 많이 느꼈어요. 아마 그런 경험이 하반기 강좌를 시작하기에 앞서 요가 자격증을 취득하게 된 동기로 작용한 것이라 생각합니다.

자신 스스로 준비하여 자발적으로 진행한 프로그램으로 아마추어예술인으로 참여하였지만 자격증을 취득하고 싶은 욕구를 갖게 되었고 전문예술인으로써의 자질을 겸비하게 된 결과를 가져왔다.

기공체조 강의를 하면서 모자라는 부분을 계속 느끼고 있었기에, 조만간 요가강사 자격증을 따겠노라 마음속으로 약속을 했고, 그 것을 이뤄냈지요. 물론 그렇게 한 것이 그루 회원들을 위해서라기보다는 제 자신을 위한 것이기도 했지만 말이죠.

K씨는 지역통화에 참여할 때 일반주부회원으로 참여를 시작하였다가 지역사회에서 활동을 하게 된 계기를 지역통화와 만나서 시작되었다. 현재는 초등대안학교인 구름산자연학교에서 활동하고 있다. 이렇게 강의해서 벌어들인 그루는 주로 아이들의 사회문화예술교육프로그램의 '나도미술가', '나무공예' 수강료로 지불하였다.

그루학교는 이외에도 회원이 원하면 언제든지 진행되고 있다. 중앙중심의 위로부터의 정책보다는 일반시민들이 프로그램을 만들고 참여하도록 유도하고 함께하는 나눔이 있는 아래로부터의 문화예술정책의 일면을 그루학교에서 찾아 볼 수 있다.

3. 참여자 경험사례

1) 지역문화예술인 관점

사례연구를 위해서 심층면접을 실시하였다. 전체 면접자중에 문화예술인

들과의 인터뷰내용을 중심으로 경험사례를 살펴본다. 면접대상자들은 사회문화예술교육프로그램에 강사로 참여했던 분들로 외부문화예술활동가들과 지역에서 오랜기간 활동해온 경륜있는 분과 그렇지 않은 분들로 분류된다.

경험사례를 크게 지역통화에 참여하게 된 동기와 느낌, 지역통화에 대한 이해, 지역통화가 문화예술에 미치는 영향으로 나누었다. 먼저 지역통화에 참여하게 된 동기와 느낌, 지역통화에 대한 이해를 묻는 질문에 대한 내용이다.

K씨(여, 20대) : 액자나 악세사리 같은 소품을 제작하는 활동을 하고 있다. 현재는 홍익대 근처에다 '지하 왼쪽 1/3'이라는 공동 작업실을 마련하여 그곳에서 작품을 만들고 있습니다.

L씨(여, 20대) : 일러스트레이션을 제작합니다. 김은희 씨와 같은 공방에서 작업을 합니다.

K씨(여, 20대) : 2005년 초가을 광명시평생학습원에서 실시했던 사회문화예술교육 프로그램 가운데 "재활용공예" 강사로 참여할 때 처음 알았죠.

L씨(여, 20대): 2004년 광명시평생학습원에서 개최했던 광명시평생학습축제에서 처음 들었어요. 당시에 지역통화를 도입하기 위해 축제 참가자들이 사용할 수 있도록 제작한 '체험용 지역통화 통장'을 보았죠. 축제 기간 동안 공방에서 체험 행사를 진행했다. 공방 체험을 하려는 어린이와 학부모들은 현금 대신 '나눔'이라는 대안 화폐를 지불하고 참여하는 방식이었어요.

K씨(여, 20대) : 지역통화에 대한 설명을 처음 들었을 때 참신했죠. 사실 한참 오래 전에 대안교육 공동체인 '민들레'에서 교육통화를 실시했다는 이야기를 얼핏 들었던 기억이 납니다. 그런데 우연히 광명시에서 이 시스템을 새롭게 도입하여 실시한다는 사실을 발견하고 놀라웠습니다.

L씨(여, 20대): 작년에 사회문화예술교육 프로그램에 참여하는 학생들과 학부모들이 광명그루를 사용하는 모습을 지켜보았어요. 통장에 기록하는 지역 화폐임에도 실제의 돈처럼 진지하게 사용하는 모습이 상당히 이채로웠지요. (이상 재활용공예강사, 신촌에서 활동)

지역통화 대해서는 2004년 동화읽는 어른모임에서 처음 들었어요. '너무 좋기는 한데, 그렇게 된다면 바랄 것이 없겠는데, 과연 그게 잘 될까?' 의 심스럽기도 했지요. 그러다가 평생학습원에 있는 청개구리 도서관에서 아

이들에게 책 읽어주기 봉사활동을 하면서 지역통화에 가입하게 됐어요. '즐거운 책읽기'를 진행하고 오만그루씩 받았어요. 통장에 그루가 많이 쌓였죠. 그루통장으로 지출하기 시작한 것은 2005년에 열린 그루학교를 통해서예요. 올해는 제가 기공체조를 배우느라 그루를 많이 썼어요. 사실 저희 남편은 제가 낯선 남자가 있는 모임에는 나가지 못하게 해서 그 흔한 헬스클럽에도 등록하지 못하던 상황이었어요. 그런데 지역통화 광명그루를 사용할 수 있는 기공체조 강좌 이야기를 했더니, 거기에서 하는 거라면 믿을 수 있다고 해서 다녔는데, 참 좋았어요. 그 다음에는 그루장터에서 물건을 사느라 많이 썼어요. 제가 청개구리에서 자원봉사를 하여 플러스 포인트가 많기 때문에 거래하는데 좋더군요. 아이들에게는 돈 없어도 물건을 살 수 있는 거라고 설명했어요. (큰 북 만들기 강사, Y씨, 여, 34세)

2005년 지역품앗이 광명그루에서 진행하는 그루학교를 통해 광명에 지역통화가 있는지 알았고, 그 당시 강의 끝나고 지역통화에 관해 설명을 들었지만 잘 이해가 되지 않았어요. 지금도 잘 모릅니다.

광명 그루학교에서 진행하는 '전통부채 만들기'에 강사로 참여했고, 강의 내용은 부채에 관한 역사와 부채의 여러 가지 용도, 부채에 관한 이야기, 부채의 종류와 종류별 만드는 법, 종류별 재료에 대해 설명했죠. 그날 어머님들과 아이들과 함께 여러 가지 모양의 부채를 직접 만들었어요.(전통부채만들기 강사, K씨, 남, 50대 후반)

1년 정도 됩니다. 광명에서 지역통화 사업이 진행되고 있다는 소식을 간간히 접했지만 사실 그루학교에서 강사까지 하게 되리라는 생각은 못했었지요.

많이 써야겠다는 생각을 했죠. 그루장터를 보니 좋은 책이 있어서 구입하기도 했습니다. 그루를 사용하는 것이 조금 생소하기는 했지만 첫 느낌이 그리 나쁘지는 않았어요. 기회가 된다면 더욱 자주 회원 활동을 하고 싶습니다.

크게 다르다는 느낌은 받지 못했습니다. 다만 어린아이들과 어머니들이 함께 참여하면서 즐거워하는 모습이 정겨워 보였습니다. 직접 만들고 체험하는 프로그램이어서 그런지 반응은 뜨거웠습니다. 한 어머니는 아이를 품에 안은 상태로 참여하기도 했습니다. (나도미술가 강사, S씨, 남 30대 후반)

문화예술활동가들은 지역통화에 대해서 처음에는 다소 생소해 했지만 익숙해 지면서 자연스럽게 받아 들여지는 듯 했다. 다만 평상시에 지역통화

를 접했던 강사와 그렇지 못한 강사사이에는 다소 관점의 차이가 있음을 알 수 있다.

K씨(여, 20대) : 일단 긍정적으로 생각됩니다. 예술가들이 직접 시민들을 만날 수 있는 기회가 적는데, 지역통화가 매개가 되면 훨씬 자유롭게 문화 예술 향유자들과 가까워질 수 있을 것입니다.

L씨(여, 20대) : 예술가 개인의 특성에 따라 지역통화에 대한 태도가 다를 수 있으리라 생각됩니다. 대개의 경우 자신의 작업과정이나 결과를 다른 사람에게 공개하는 것을 꺼리는 사람들의 비율이 더 높을 것으로 짐작되기 때문입니다.

K씨(여, 20대) : 지역통화로 예술교육을 받고자 하는 교육 대상이 누구인지 또렷이 잡히지 않는 점도 걱정입니다. 한편으로는 작가들끼리 지역통화를 사용해봄직 하지 않겠느냐는 생각도 듭니다.

L씨(여, 20대) : 지역통화가 문화예술교육과 연계가 된다면 충분히 그 의의가 있으리라는 점은 인정하겠는데, 실제로 예술가들의 생활에 어떤 구체적인 도움을 줄 수 있을까를 생각해 보면 쉽지 않은 문제인 것 같네요.

L씨(여, 20대) : 우리 같은 입장에서는 다달이 내야하는 월세에 대한 부담이 가장 큼니다. 만약 예술인들을 잘 이해하고 지원할 수 있는 건물 소유주가 일종의 패트론이 된다는 심정을 가지고 임대비용의 일부만이라도 지역통화를 받아준다면 얼마나 좋을까 상상해 봅니다.

K씨(여, 20대) : 작품 활동에 들어가는 재료비도 만만치 않아요. 미술품이나 문구류를 취급하는 도매상 같은 곳에서 지역통화를 받아준다면 상당히 큰 도움을 받을 수 있을 것입니다. 우리의 바람이 현재 지역통화의 상황을 고려해 볼 때 아직 꿈같은 이야기로 들릴 수 있겠지만….

L씨(여, 20대) : 그래도 광명시평생학습원에서 수업을 받는 분들의 열기나 수준을 고려해 보면 우리 작업실을 차라리 광명시로 옮겨오고 싶은 심정이네요. 광명그루와도 더욱 적극적으로 협력해 나갈 수 있을텐데… (웃음)

K씨(여, 20대) : 사실 우리 작업실도 지역 사회의 작은 공동체를 만드는 일에 관여하고 있죠. 주민들이 작품을 감상하거나 공방 체험도 할 수 있고, 우리와 함께 차를 마실 수도 있으니까요. 현재 찻값을 1천 원씩 받고 있는데, 우리 지역에도 광명그루와 같은 지역화폐가 있다면 얼마나 좋을까 하는 생각이 듭니다. 그루로 찻값을 받으면 주는 쪽이나 받는 쪽 모두 훨씬 부담이 덜하고, 더욱 친밀해질테니까.

L씨(여, 20대) : 저도 동의합니다. 지금과 같이 워크숍 공간을 만들어온 이

유도 예술 창작 행위를 통해 나눔과 소통의 즐거움을 함께 누리하고자 했기 때문입니다. 일례로 우리 작업실을 찾은 어떤 사람이 그림을 그리게 되면 자연스럽게 그 사람의 심리상태가 도면에 나타납니다. 그러면 우리는 그분과 함께 이야기를 나누며 살아오면서 부딪힌 이런 저런 문제들에 공감을 나눌 수 있는 대화가 펼쳐지곤 시작하죠.

K씨(여, 20대) : 자화자찬 같지만 실제로 우리처럼 열린 마인드를 갖고 있는 예술가 그룹이 그리 많지는 않을 겁니다. 홍대 앞에 술한 공방과 작업실이 있어도 '지하 왼쪽' 같은 분위기를 연출해내지는 못하거든요. 그런만큼 지역통화와 문화예술교육의 활성화 문제를 성공적으로 결부시켜 나가려면 지역통화의 주축이 될 수 있는 예술가 그룹을 발견하고 그들과 효과적으로 연대하는 일이 가장 중요할 것 같네요.(이상 재활용공예강사, 신촌에서 활동)

광명에는 어른을 위한 문화가 그래도 몇 가지 있는 것 같은데, 아이들을 위한 문화는 없어요. 근본적으로 아이들이 경험하는 문화적 환경의 중요성에 대한 이해도가 낮은 것 같아요. 그 흔한 종이접기, 풍선아트 강좌도 광명에서는 쉽게 찾아보기 어려워요. 앞으로 지역의 관심 있는 문화인들이 지역통화에 참여하길 바랍니다. 하지만 입으로 들어가는 밥이 급한데, 적어도 문화예술에 종사하는 사람들에게는 그루를 쌀이나 옷으로 바꿀 수 있어야 하지 않겠어요? (큰 북 만들기 강사, Y씨, 여, 34세)

앞서 말한 대로 그에 관해 설명을 들었지만 이해하기 어렵고, 이해할 수 없어요. 그냥 현금을 주고 사용하면 될텐데 왜 어렵사리 통장을 가지고, +, - 계산을 해야 합니까. 어떻게 매번 통장을 갖고 다니며 활용할 때마다 적고 다녀야 하는지 모르겠어요. 사용하기 힘이 들어서 도움이 되기는커녕 오히려 불편을 초래할 것 같아요. 나는 신용카드도 불편해서 사용하지 않아요. 현찰을 갖고 다니며 사용하는 것이 편하니까요. 지역의 문화예술 활동에 참여할 때도 일반시민들이 사용하기에는 불편해서 별 영향도 의미도 없고, 굳이 그런 시스템을 통해 누릴만한 것이 있는 사람에게만 통할 것 같네요. 이곳에서 농사짓는 사람이 문화생활을 하기 위해 중심지로 나가서 그루통장을 활용하기란 어렵지요. 설명을 들어도 학식이나 지식수준이 낮은 사람들에게는 통하지 않고 귀찮아 할 겁니다. 현금을 내면 되지 왜 어렵게 계산을 합니까. 그냥 현금으로 왔다 갔다 하는 것이 좋아요. 그리고 지역통화에 품앗이 개념이 있다고 하는데 이것 또한 말이 안 된다고 생각합니다. 예를 들어 품앗이란 농사를 지을 때 모를 심는다면 필요에 의해서

나의 것을 심어주고 나 또한 다른 사람의 필요에 의해서 심어주는 노동이 왔다 갔다 하는 것이지 교환해야 할 품목이나 내용이 다른 것을 갖고 품앗이를 할 수 없다고 생각합니다.

개인적으로 뜻을 같이 하고 같은 수준, 다시 말해 경제적이든 지식적이든 비슷한 환경에 있는 사람들끼리는 좋다고 생각합니다. 하지만 그 활용으로 인한 가치나 지역에 기여하는 부분이 그리 크다고는 생각하지 않습니다. 광명시에 사는 모든 사람들이 다 참여하여 똑같이 활용된다면 모르지만 일부 사람들에게 의해서 일부 단체에서만 한다면 큰 기여는 없을 것 같아요. 따라서 지역통화가 확산되기까지는 아주 많은 시간이 필요로 할 것입니다. 한 가지 제안을 하자면 화폐를 통장으로 사용할 게 아니라 오락실에서 사용하는 칩(chip)이나 토큰(token), 또는 상품권처럼 모양새를 갖추고, 광명시의 마크나 시청을 대표하는 로고를 새겨 넣어 광명시에서는 어디에서나 통용 될 수 있다는 것을 보여주어 현금처럼 사용한다면 어떨까 합니다. 이렇게 하면 통장보다는 쓰기에 편리하고 현실적으로나 경제적으로 도움도 되고 활용도도 높아짐으로 문화예술을 하는 사람이나 그것을 누리는 사람이나 모두 적극적으로 참여하게 되고, 특히 소외계층들도 문화예술 행사에 더 참여하지 않을까 생각하는 것이죠. 나 같으면 그루를 어려운 사람이나 어려운 단체(예를 들어 '사랑의집')에 기부하기도 좋을 것 같네요. 현금을 기부하기엔 어렵지만 그루로 도와준다면 쉽게 할 수도 있으니 그런 방식으로 도와주고 싶네요. 이렇게 직접 오갈 수 있는 화폐를 갖고 한다면 지역통화나 문화통화에 대한 이해의 폭이 높은 사람이나 낮은 사람이나 쉽게 사용할 수 있으므로 활용도가 높아지고, 그러다보면 지역의 문화예술 활동에 참여도가 높아지므로 문화예술의 질이나 양이 향상되지 않을까 생각합니다. (전통부채만들기 강사, K씨, 남, 50대후반)

어려운 질문입니다. 아직 지역통화에 대해서 많은 것을 알지 못합니다. 만약에 내가 먹고 있는 쌀이나 생필품까지도 지역통화로 해결이 된다면 가능하지 않을까요. 예술가도 먹고 살아야 하니까요.

지역통화는 사람을 알아가고 공동체를 가꾸는 좋은 도구입니다. 문화예술을 하는 분들이라면 잘 아시겠지만 '제 멋에 살아가는' 사람들이 많습니다. 그렇기 때문에 예술 활동을 통해 자신을 표현하고, 다른 사람을 표현하고, 사회현상을 표현하는지 모르지요. 외로운 길을 가고 있는 것입니다. 자신의 작품을 통해 다른 사람들과 만나는 것이지요. 모르긴 해도 지역통화가 가지고 있는 장점들을 예술가들이 이해하고 돈과 상관없이 만남을 유지할 수 있는 분위기가 형성된다면 한 분 두 분씩 활용하는 분들이 늘어나

지 않을까 싶습니다. 문화의집에서 바라보면 주로 그 곳을 오가는 분들이 주부와 어린아이들입니다. 만약 주부들이 문화의집에서 문화예술 프로그램을 수강할 때 수강료의 일부분을 그루로 납부하게 되면 당장 현금이 들어가지 않으니 좋아하실 것 같습니다. 거창하게 지역문화예술 진흥을 논의할 만큼 깊이 있게 생각해 보지 않았지만 지역 내 문화예술인들 뿐만 아니라 많은 활동가들이 지역통화를 통해 만나고 서로를 잘 이해하고 자기 개발을 해나간다면 좋지 않을까요. (나도미술가 강사, S씨, 남 30대 후반)

위의 사례에서 처럼 지역통화가 문화예술에 미치는 영향은 다분히 있다고 본다. 나이가 있는 문화예술인들과는 상대적으로 젊은 층에서는 공간의 문제나 경제적 문제가 당장 앞에 있는 해결해야할 과제로 대두 되고 있다. 현금없이 지역화폐만으로 거래되는 것들에 대한 취지나 이념에는 대부분 공감하였으나 연륜이 있으신 K씨는 다소 불편함을 이유로 현금활용과 봉사하는 쪽을 택하겠다고 하였다. 다만 문화예술인들도 함께 살아 가야 하기 때문에 품목이 다양해 진다면 효과가 있을 것이라는 판단을 하고 있다.

2) 참여자의 관점

심층면접자 중에 지역통화 거래 경험이 있는 일반회원을 중심으로 인터뷰를 진행하였다. 참여자 역시 지역통화에 참여하게 된 동기나 이해, 지역통화가 문화예술에 미치는 영향에 관련한 내용으로 구분하여 살펴본다. 먼저 지역통화에 참여동기나 이해에 관련한 내용이다.

1년 쯤 넘은 것 같아요. 아이에게 책을 빌려주러 평생학습원 2층의 '청개구리 도서실'에 들렀을 때 거기에 놓인 광명그루 팸플릿을 보았죠. 뭔가 궁금해서 읽어보았는데 말이 생소하고 이해하기 어렵더군요. 읽어보고 싶은 마음이 안 들어서 그냥 던져놓고 있었어요.

2005년 겨울방학 때 환경생태 동아리이면서 광명그루 가맹점인 <숲이랑 물이랑>에서 그루로 교육비를 받고 아이들에게 생태학습을 시켜준다는 광고 전단을 학습원 게시판에서 보았을 때 마음이 움직였지요. 그루 사무국으로 가서 가입 회비를 낸 뒤 통장을 받아서 사용하게 되었습니다. 얼떨결에 만들게 된 거죠.

일단 돈이 오가지 않아도 되니까 부탁하거나 부탁을 들어주기에 부담이 없어요. 아직 장터에 참여하지는 않았습시다. 우리 아이는 아직 그루에 대한 이해가 깊지 않은 것 같아요. 그런데 언젠가 남편이 '광명그루가 뭐냐.'고 물어보면서 관심을 보이더군요. 제가 설명을 해주니까 아주 좋은 취치라면서 동감을 표시해 주었습니다. (L씨, 여, 36세)

2004년 평생학습축제에서 열린 모의 장터에서부터지요. 지역통화라는 말이 낯설지는 않았어요. 텔레비전에서 '대전 한발레츠'가 방송되는 것을 보고 알고 있었으니까요. 그 프로그램을 보면서 '참 좋겠다.' 싶었어요. 무엇보다 지역 화폐를 사용하고 있는 사람들 사이의 관계가 좋아보였어요. 그런데 막상 광명에서 지역통화에 참여하려고 하니, 실제로 내가 뭘 해야 할 지 모르겠더라고요. 내가 회원들에게 줄 것은 없는 것 같고, 활발하게 참여할 방법도 모르겠고….

그렇게 어정쩡하게 있다가 작년에 그루학교가 열린다고 할 때 회원으로 가입했어요. '나무 블록'과 '바늘구멍 사진기 만들기' 프로그램에 참여하면서 말이죠. 1회에 오천 그루씩 지불했어요. 수업 과정을 곁에서 지켜보았는데, 지역통화를 수업료로 받았다고 해서 그냥 대충 배우기식 수업이 이뤄지는 것은 아니었어요. 오히려 진행하시는 선생님의 전문성이 느껴져서 참 고맙더라고요. 그냥 현금으로만 수업료를 지불했다면 그렇게까지 고맙게 느껴지지 않았을 거예요. 현금을 냈으면 당연히 '내 돈을 주고 수업을 받게 하는 거니까~'라는 마음이 생기는 게 사실이잖아요. 그런데 그루학교는 강사와 도우미 요원 모두 봉사하는 마음으로 진행하는데 어떻게 고맙지 않겠어요. (C씨, 여, 36세)

조금은 알고 있어요. 광명교육연대 동아리 활동을 위해 평생학습원을 다니는 중 지역품앗이 광명그루에 대해 들어보았고, 동아리 선생님이 이 시스템이 어떻게 작동되는지 설명해 주어 알게 되었죠. (L씨, 여, 34세)

현재 숲이랑 물이랑 동아리 회원이며, 광명시평생학습원의 청개구리 도서실에서 자원활동가로 일하고 있어요. 가입 동기는 우리 동아리가 단체로 그루에 가입하게 되면서, 그루 회원이 된 것이 계기였지요. 처음에는 단순히 물건을 사고파는 장터로만 알고 있었는데, 여러 가지 그루장터, 학교 및 각종 품앗이 활동을 하면서 뜻하지 않은 보람을 느꼈고, 그 후 더욱 적극적으로 참여하게 되었습니다. (P씨, 여, 30대 후반)

2년 전 평생학습원의 광명시민대학에서 표현예술심리치료학과에 입학하여 공부 중 우연히 알게 된 것이 광명그루에 가입하게 된 동기입니다. 처음에 설명을 들었을 때 그 취지가 기발하고, 흥미로웠으며, 광명그루의 목적에 충분히 공감했고, 여러 가지 면에서 유용할 것 같아 가입하게 된 것이죠. 가입 당시 <제공할 수 있는 것>에 '미술치료'라고 적었는데, 제가 직접 주체적으로 나서서 치료활동을 전개한 적은 없었고, 주로 그루장터에 나와서 물품을 거래하는 활동, 그리고 그루학교(염색, 생태, 과학만들기 등) 참여 등을 경험했습니다. (C씨, 여, 30대 후반)

응답자 대부분은 언론이나 평상시의 생활에서 지역통화에 대한 안내를 직간접으로 접하고 있었고 참여동기는 누군가의 권유보다는 알고 나서 자발적으로 참여하게 되는 경우가 많았다.

공연장이나 영화관 가는데 평균 3~4만 원 정도를 쓰고, 아이에게 책을 사주는 비용이 10만 원 정도 됩니다. 책값이 많이 들어서 너무 벅차요. 그래서 인터넷에서 중고 도서를 구입하는 적도 많아요. 그밖에 아이를 데리고 체험학습을 할 수 있는 곳을 열심히 찾아다녔어요. 방학 중엔 코엑스 같은 곳의 전시장을 가보았고, 평상시에는 영화관을 가거나 부천시 쪽에 가까이 있는 물박물관, 만화박물관, 생태학습장, 자연사박물관 등에도 다녀왔어요. 시설이 깨끗하고, 입장료도 없거나 거의 무료로 가까우면서도 볼거리가 제법 있어서 이용하기 편리했지요.

그럴 겁니다. 문화 관련 기관이나 시설에 대한 사용 빈도수가 높아질 것입니다. 그런데 교육통화든, 문화통화든 홍보가 중요하다고 봅니다. 제가 알고 지내는 언니는 과학 분야에 관심이 많아요. 그래서 그루 이야기를 전했더니 '그러 하려면 봉사를 많이 해야 하지 않느냐.'고 묻더군요. 그 언니에게는 둘째 아이가 있어서 자유롭게 활동하기가 어렵거든요. (L씨, 여, 36세)

광명은 서울의 양천구와 가까워서 자꾸 비교하게 되는데 양천구보다 문화혜택이 없어요. 번듯한 공연은 고사하고, 하다못해 백화점에서 개최하는 음악회도 없잖아요. 시청에서 개최하는 음악회도 고작해야 일 년에 한 두 번이에요. 복지관이나 동사무소에서 실시하는 사물놀이 배우기는 학습시간을 맞추기가 어렵고, 집에서 거리도 멀어요. 작은 규모라도 집 가까운 곳에서 다양한 문화 행사가 진행되었으면 좋겠어요. 그렇게 문화적인 이벤트

를 통해 만나는 기회가 많아지면 지금보다 서로 더욱 가까워지고, 친해질 수 있잖아요. (C씨, 여, 36세)

물론 권하고 싶죠. 서로 필요한 물건을 사고 불필요한 물건을 내다 팔고 하면 경제적으로도 유익 할 것이라고 생각합니다. 학습 영역에서는 그루를 사용해 보지 않았는데 사교육비가 만만치 않은 상태에서 그루로 학습을 한다면, 예를 들어 피아노나 미술 등 여러 가지 문화예술교육 분야에서 활용한다면 더욱 더 좋을 것 같아요. 그래서 여러 사람들에게 권유하여 학습이나 취미나 예술이나 운동이나 좋은 강의나 그밖에 어떤 분야에서든지 의미 있는 활동이 그루로 연결이 된다면 바랄게 없겠지요. 무엇을 활용할 수 있는지, 회원들이 각자 갖고 있는 재능이 무엇인지 서로 서로 알려주고, 손쉽게 빠르게 통용될 수 있도록 더욱 많은 사람들이 가입 했으면 좋겠어요.

큰 영향이 있을 것 같다. 일반 시민들이 평소에 접하기 힘든 행사들, 예술 들어 미술관 관람이나 오페라 공연 참석, 각종 연주 감상 등 문화공연 티켓 비용을 그루로 지불한다면 쉽게 문화생활에 접할 수 있는 계기를 마련해 줄 것이므로 지역 문화의 수준이 높아지지 않을까 생각합니다. 광명시에 사는 사람들의 사는 수준은 거의 비슷비슷해요. 시간과 돈을 따로 투자해 문화생활을 누리기에는 조금 부족한 형편들이죠. 이처럼 문화생활을 영위에 부담이 되는 비용을 '문화예술통화'로 대신한다면 지역의 많은 사람이 문화예술의 혜택을 받을 것 같네요. 그러다 보면 문화예술의 발전에 큰 힘도 되고, 지역의 문화적 수준도 높아 지지 않을까 한다. 또 그러다보면 지역에 대한 애착과 지역을 사랑하는 마음도 더 생겨나지 않을까 싶습니다.

좀 더 활성화가 많이 되어 다양한 행사와 문화예술(연극, 영화, 뮤지컬...) 등이 열려 지역 주민이 참여 할 수 있었으면 좋겠고, 광명시에 예술인들이 어떻게 활동 하고 있는지는 모르지만 그 분들부터 이 같은 지역통화에 회원이나 가맹점으로 참여했으면 좋겠어요. 지역문화예술통화가 빨리 개발되어 많은 사람들이 질 높은 문화생활을 했으면 싶네요. (L씨, 여, 34세)

광명에 살면서 가장 아쉬운 면이 다양한 문화예술 활동 참여할 기회가 적어 주로 외부 지역으로 나가 참여했던 것입니다. 그루로 문화예술 영역에서의 거래가 가능하다면 평소에 제가 너무나 바라던 일이에요. 그런 거래가 가능하다면 -잔액이 더 생기더라도 전혀 부담을 느끼지 않을 것 같네요. (P씨, 여, 30대 후반)

제가 도우미로 활동하는 청개구리 도서관의 경우 작은 공연을 갖잖아요. 그게 모두 무료거든요. 개인적인 생각으로는 무료 공연을 자주 갖는 것은 문제가 있는 것 같아요. 그래서 차라리 그런 공연을 할 때 입장료를 그루로 받는 것이 어떨지 제의한 적이 있어요. 광명그루가 이제는 시와 관련되어 있는 지역단체와 연계하여 지역에서 열리는 문화예술 공연 비용의 일부라도 그루로 거래될 수 있도록 했으면 좋겠어요. (C씨, 여, 30대 후반)

문화예술에 영향을 미치는 것과 관련해서는 광명지역의 문화예술의 열악함을 인지하고 광명외의 지역에서 활동하는 빈도가 높다는 의견도 있었고, 지역통화가 보다 활성화 되어서 문화통화로써의 기능이 있었으면 한다는 의견이다. 현금대신 지역화폐를 이용하는 것에 대해서는 문화복지와도 맥을 같이 하는 내용으로 보다 긍정적으로 발전시킬 필요성이 있어 보인다. 또한 지방자치단체의 참여와 문화예술단체들의 참여의 폭을 넓혀서 그루로 거래할 수 있었으면 하고 바라고 있다.

제 3 절 지역문화예술 진흥의 가능성 모색

1. 자발적 시민문화 활성화

지역통화를 통해 문화예술자원을 활용하는 것은 궁극적으로 시민문화의 활성화를 지향한다. 지역의 문화예술 자원이 활용됨으로써 지역 문화예술 능력과 잠재력을 제고하고, 이를 통해 시민 문화의 질을 한 단계 더욱 성장 시킬 수 있는 효과를 기대하게 된다. 또한 문화예술 자원의 적절한 배분과 활용을 통해 누구나가 이러한 문화예술 활동에 참여하고 향유의 기회를 누리하고자 한다.

그렇다면 일반 시민들이 일차적으로 지역통화를 통해 문화예술 활동에 어떻게 접근되는가가 중요하다. 아래는 지역통화에 처음 가입하게 되어 활동하게 되는 계기를 살펴볼 수 있다.

2003년 실내체육관에서 평생학습축제를 할 때 '모의 지역통화'를 실시할 때 처음 들었고, 가입도 했습니다. 처음엔 가입해야 한다는 말을 들어 번

거롭게도 생각되었죠. 하지만 통장 앞에 설명해주는 안내문을 보았고, 데스크에서 설명해주시는 분이 친절하게 설명을 해주었어요. ‘광명에서 이젠 별걸 다 하네.’라는 생각도 들었죠.(K씨, 여, 37세)

2005년 겨울방학 때 환경생태 동아리이면서 광명그루 가맹점인 <숲이랑물이랑>에서 그루로 교육비를 받고 아이들에게 생태학습을 시켜준다는 광고 전단을 학습원 게시판에서 보았을 때 마음이 움직였지요. 그루 사무국으로 가서 가입 회비를 낸 뒤 통장을 받아서 사용하게 되었습니다. 얼떨결에 만 들게 된 거죠. (L씨, 여, 36세)

지역통화 대해서는 2004년 동화읽는 어른모임에서 처음 들었어요. ‘너무 좋기는 한데, 그렇게 된다면 바랄 것이 없겠는데, 과연 그게 잘 될까?’ 의 심스럽기도 했지요. 그러다가 평생학습원에 있는 청개구리 도서관에서 아이들에게 책 읽어주기 봉사활동을 하면서 지역통화에 가입하게 됐어요. ‘즐거운 책읽기’를 진행하고 오만그루씩 받았어요. 통장에 그루가 많이 쌓였죠. 그루통장으로 지출하기 시작한 것은 2005년에 열린 그루학교를 통해서예요. 올해는 제가 기공체조를 배우느라 그루를 많이 썼어요. 사실 저희 남편은 제가 낯선 남자가 있는 모임에는 나가지 못하게 해서 그 흔한 헬스클럽에도 등록하지 못하던 상황이었어요. 그런데 지역통화 광명그루를 사용할 수 있는 기공체조 강좌 이야기를 했더니, 거기에서 하는 거라면 믿을 수 있다고 해서 다녔는데, 참 좋았어요. 그 다음에는 그루장터에서 물건을 사느라 많이 썼어요. 제가 청개구리에서 자원봉사를 하여 플러스 포인트가 많기 때문에 거래하는데 좋더군요. 아이들에게는 돈 없어도 물건을 살 수 있는 거라고 설명했어요.(Y씨, 여, 34세)

위에 사례를 보면 자발적 시민문화로써의 접근성을 어느 정도 알 수 있다. 이렇게 시작된 참여는 먼저 공연이나 전시 그리고 축제의 장에 참여하는 경우가 있을 수 있다. 배우고자 하면 문화예술 교육의 기회가 제공되고, 관람을 통해 즐기고자 하면 공연 참여 기회가 제공된다. 아마추어 동호회의 활동을 통해, 또는 문화자원봉사자로서 참여 기회가 제공이 될 수 있다. 시민 스스로가 지역통화를 통해 문화예술 관련 분야에 참여를 희망한다면, 기회가 제공이 될 수 있다. 이 경우 본인이 수혜의 대상이 되면 마이너스 포인트를 통해 참여를 하게 된다. 자원봉사 활동을 통해 참여를 하게 되면 플러스 포인트를 통해 참여하게 된다. 또 지역통화 운영

정책에 따라 회원들은 관람이나 참여를 통해 사실상 문화 서비스의 혜택을 받는 경우라고 해도 플러스 포인트를 통해 참여할 수도 있다. 이런 경우 회원들은 공연의 초대자들이 되기 때문이기도 하다.

비용을 수반하지 않고서는 문화예술인들의 공연을 접하는 것이 쉽지 않을 뿐더러, 이들과의 교류 기회를 갖는 것은 쉬운 일이 아니다. 그러나 지역통화 거래를 통하면 혹은 지역통화 안에서 다른 형태의 활동을 활용하면 더욱 많은 교류 기회를 제공할 수 있다.

재미있었죠. 현금대신 그루로 수업료를 내니 부담이 별로 없어서 좋았어요. 예를 들어 이천에서 열리는 도자기 만들기 체험을 하려면 체험 비용을 내고 멀리까지 가야했는데, 이번 경우처럼 가까이에서, 그것도 현금이 아닌 그루 화폐로 지불하면서 문화체험까지 할 수 있으니 얼마나 좋습니까. 한 달에 한 번 열리는 그루장터가 기다려지기도 하고, 어떤 물건이 나오나 궁금하기도 하고, 다음 달에는 또 어떤 프로그램이 있을까 기다려지기도 합니다. 앞으로도 계속 우리가 일상생활에서 접하기 어려운 문화행사가 많이 열렸으면 좋겠어요.(L씨, 여, 34세)

위의 L씨 처럼 이제는 지역통화를 통해 일상의 생활에서 문화활동하는 것들이 익숙해져 있는 것을 볼 수 있다. 이러한 자발적 시민들의 참여를 유도하는 매개역할을 지역문화통화를 통해 가능함을 확인 할 수 있었다.

2. 지역문화예술인의 참여 확대

지역내에서 활동하는 문화예술인들의 활동과 참여를 확대할 수 있다. 지난 2005년에 지역통화에 일반회원으로 참여하여 기공체조를 회원들에게 지역통화를 활용하여 진행한 K씨(여, 37세)의 사례를 살펴본다.

사실 가입 후 회의에 참여하면서도 처음 몇 달간은 별다른 감흥이 없었어요. 아마 6개월 정도 지났을 때였을까요? 회의가 끝난 뒤 운영위원들이 각자 가져온 선물을 가지고서 그루통장으로 직접 거래를 시작했을 때 흥미를 갖기 시작했어요. 특히 그런 경험을 한 다음 얼마 지나지 않아 회원들끼리 서로 서로 아이들 돌보아주기를 맡아주면서부터 실감이 왔지요. 저는 '제공할 서비스'에 약간은 장남삼아 '술친구 해주기'라고 썼었는데, 그것을

본 사람이 전화를 걸어왔죠. 그 때 만나서 수다를 떨고 그루를 주고받으면서 '우와, 이런 일이 있을 수도 있구나.' 생각했어요.

처음 가입후에는 별다른 의미 없이 보냈지만 지속해서 참여하면서 회원들간의 교감이 이루어져 나의 재능을 나누어 볼 생각으로 기공체조를 강의하게 되었다.

그루 회원들에게 기공체조를 강의했습니다. 2005년 1월부터 8월, 그리고 2005년 12월부터 2006년 2월까지 두 차례에 걸쳐 진행했죠. 장소는 평생학습원 4층 요가실을 무료로 빌려 썼습니다. 한 강좌 당 10명~12명 정도 신청했는데, 늘 나오시는 분들은 10명 안쪽이었습니다. 그런데 두 번째 강의에서는 사람이 점점 줄어서 나중에 서너 명으로 줄어들기도 했습니다. 수강료는 4주마다 1만 그루를 받았습니니다.

2005년 1월에 처음 시작할 때는 홍보가 잘 안되어서 첫 주와 두 번째 주에는 저 혼자 요가실에 앉아 사람들을 기다렸어요. 하지만 나중에 점점 입소문을 타고 알려졌는지 사람들이 모이기 시작했어요. 수업은 초급과정으로 진행되었어요. 참여자들이 대개 주부들이라 아이들을 자유롭게 데려오도록 했더니 좋아하더군요. 2005년 상반기에 참여했던 분들이 하반기 강의에도 참여하는 경우도 있었죠.

수업을 진행하면서 보다 더 회원들에게 만족을 주기위해서 자신이 더 준비되어야 함을 인식하기도 했다.

스스로 돌아보면 수업 준비에 미흡한 점이 많았다고 봅니다. 특히 2005년 하반기 강좌는 더욱 그랬어요. 생각해보니 수업에 자주 빠지는 회원들에게 서운한 마음을 가질 일이 아니더라고요. 사실 상반기 강좌 진행을 통해 제가 모자라는 부분을 많이 느꼈어요. 아마 그런 경험이 하반기 강좌를 시작하기에 앞서 요가 자격증을 취득하게 된 동기로 작용한 것이라 생각합니다.

위의 사례에서 볼 수 있는 것처럼 문예인들이 보유하고 있는 능력, 서비스, 문화인프라, 작품, 도구 등의 모든 자원이 지역통화의 거래 대상이 될 수 있다. 기공체조 뿐만 아니라 지역내 크고 작은 축제와 행사, 문예교육 등에 지역 전문가와 아마추어 문예인의 참여를 새롭게 유도할 수 있다.

또한 젊은 문화예술인들이 재정적 어려움으로 창작활동을 지속하기가 쉽지 않은 상황에 처하기도 하고, 지역내의 많은 공연단체들도 무분별한 선심성 재정지원행사 등으로 자생력을 유지하기가 쉽지 않은것이 현실이다. 이러한 맥락에서 근본적인 해결 지향점에 지역통화를 통해 찾아 볼 수 있다.

해외에서 무대예술을 전공하고 지역내에 크고 작은 행사에 참여하여 활동하고 있는 S씨(남, 30대 후반)는 지역통화를 안지 1년 정도 되었다. 그루학교 강사로 참여하기도 했는데 강사비를 전액이나 일부를 그루로 받게 된다면 어떻겠느냐는 질문과 경제적 어려움에 대해서 아래와 같이 답하였다.

저는 현재 수입이 있는 다른 일들을 병행하고 있기 때문에 다행히 강사비가 있느냐 없느냐가 크게 중요하지는 않은 상황입니다. 제가 알고 있는 예술교육에 대한 지식과 경험을 나눠줄 수 있는 대상이 있고, 그 분들이 제 능력을 필요로 한다면 기꺼이 강사비를 그루로 받을 의향이 있습니다. 저 역시 벌어들인 그루로 장터에서 책을 샀고, 만약 또 다른 서비스를 그루로 제공받을 수 있는 폭이 넓어진다면 제겐 더욱 좋겠지요.

경제적 어려움은 많습니다. 솔직히 말씀드리면 제 아내가 일을 하고 있기에 다행인 셈이죠. 저 역시 가장이 된 후 아이까지 낳아서 양육의 책임을 져야하는 형편이 되니까 경제적 어려움이 피부에 더욱 깊이 와 닿습니다. 아직 지역통화에 대해서 많은 것을 알지 못합니다. 만약에 내가 먹고 있는 쌀이나 생필품까지도 지역통화로 해결이 된다면 가능하지 않을까요. 예술가도 먹고 살아야 하니까요.

지역통화를 통해 참여하는 계기가 되기는 하지만 아직까지는 경제적인 문제까지 해결해 나가는 실질적으로 한계가 있어 보인다. 그러나 문화통화를 활용한 예술교육 프로그램이나 공연 등을 통해 예술가들의 활동기회가 많아질 경우 시장경제에서 그 가치를 인정받지 못하는 예술가들의 서비스가 제대로 된 가격으로 거래가 이루어짐으로써 문화예술 창조자들의 실업과 빈곤 상태를 일정부분 보완할 수 있다.

개인적으로 뜻을 같이 하고 같은 수준, 다시 말해 경제적이든 지식적이든 비슷한 환경에 있는 사람들끼리는 좋다고 생각합니다. 하지만 그 활용으로

인한 가치나 지역에 기여하는 부분이 그리 크다고는 생각하지 않습니다. 광명시에 사는 모든 사람들이 다 참여하여 똑같이 활용된다면 모르지만 일부 사람들에 의해서 일부 단체에서만 한다면 큰 기여는 없을 것 같아요. 따라서 지역통화가 확산되기까지는 아주 많은 시간이 필요로 할 것입니다.(K씨, 남, 50대)

위의 사례에서 처럼 지역통화가 지역전체가 참여하여 화폐적 기능을 원활히 수행하는 단계까지는 많은 시간이 소요된다. 예컨대 문화예술활동을 하는 사람들이 문화예술과 관련된 거래만을 하는 것이 아니기 때문이다. 생필품도 필요하고 아플때는 의료서비스도 필요한 것이 현실인 것이다. 지역통화의 거래품목이 한정되어 있는 현실에서 거래확대가 중요한 요소로 작용하는 부분이다. 대전 한발레츠의 의료생협과 같이 지역통화를 통해 100%의료 서비스를 받게 된다면 지역의 문화예술활동가들의 참여의 폭은 훨씬 더 넓혀질 가능성이 있다.

또한 지역의 크고 작은 행사에 동원되거나 선심성 무료행사에 대한 지역통화의 역할을 묻는 질문에는 아래와 같은 답변을 하였다.

도움이 되겠지요. 비록 그루가 현금과는 다르지만 그루를 벌기 위해 노력한 대가가 분명히 있으니까요. 그걸 가지고 공연을 관람하게 된다면 더욱 값어치가 있다고 봅니다. 사실 무료가 다 좋은 것이 아닙니다. 일정 부분 대가를 지불하고 관람을 하다보면 공연에 더 집중하게 되고, 더 깊숙이 참여하게 되는 과정을 많이 보아왔습니다. 요즘에는 불거리들이 넘쳐나기 때문에 돈을 내고 보려는 이들이 점점 사라지고 있는 것 같아 안타깝습니다.

지역내의 문화예술 교육의 저변 확대 차원에서 문화예술인들의 활동이 활성화되는 것은 무엇보다도 중요하고 필요하다. 이를 위해서는 한편에서 이들의 활동을 지원하는 과정이 필요하다. 이를 위해서는 문화예술인들의 동호회 활동이 활성화되어야 한다. 지역 문화예술인들의 동호회 활동을 더욱 활성화시키고 장르를 넘어 서로 교류를 확대할 수 있는 수단으로 지역통화를 활용할 수 있다. 지역통화의 역할 중 하나가 교류의 확장이기 때문이다. 먼저 동일 장르의 예술인 동호회가 회원들의 상호 역량을 보완하면서 서로를 지지한다면 이는 가장 바람직한 과정일 것이다. 이를 위해

동호회 회원들이 지역통화 회원으로 가입하고 지역통화를 통해 서로의 부족한 부분을 도와주면서 교류한다면 이는 기존의 동호회 활동 수준을 한 단계 상승시킬 것이다. 또한 동호회 간의 교류를 매개하고, 지역 축제나 교육의 장 그리고 자원봉사의 장에 이들의 참여를 확대할 수 있다면 동호회의 활동력은 더욱 높아지고, 개개인의 역량도 성장할 것이다. 지역통화에 가입한 회원들이 동호회 활동이나 교류의 과정 그리고 자신들의 역량을 개발하는 과정에서 지역통화를 통해 서로의 역량을 교환하는 방식이다. 또한 지역의 문화예술 기관이나 시설을 활용하면서 지역통화 거래에 나서는 방식도 가능하다. 나아가 이들만의 교류센터를 만들어 활동하는 독자적인 방식을 만들어 낼 수도 있다. 지역의 문화예술인들이 자신들만의 축제나 공연을 만들어 내는 것도 가능할 수 있다. 지역통화를 통해 서로의 자원을 모아내고, 역량을 확장할 수 있다는 것을 확인하고 주체적으로 이를 실현하고자 하는 의지만 있다면 이는 얼마든지 가능하다. 그리고 이런 아마추어 활동이 활성화 된다면 지역의 시민문화 내용은 바람직한 방향으로 상당한 변화를 겪을 수도 있다.

또한 전문 문화예술인들이 지역통화에 참여를 통해 질적 수준을 담보하는 것도 필요하다. 먼저 전시나 공연의 경우 이들이 지역 내에서 혹은 지역 내외를 아우르면서 공연이나 전시를 기획하고 연출하는 경우가 있을 수 있다. 이 경우 지역통화를 통해 지역 내부 자원을 동원할 수 있다. 대관이나 설치 과정에서 지역 행정이나 지역 문화시설의 협력이 필요한 경우가 있다. 한편 지역문화예술 교육, 지역축제, 지역 소외계층을 위한 활동, 그리고 아마추어 동호회나 후진 양성을 위한 지역 활동에 참여하는 경우는 좀 더 전면적으로 지역통화 활용이 가능할 수도 있다. 이는 지역통화가 가지고 있는 정신이 이러한 동기나 욕구를 자극하기 때문이다. 즉 시장가치로 환산되는 측면이 아니라 문화예술 표현의 욕구를 실현하면서도 그것이 지역성을 근거로 공동체를 위해 활용될 수 있다는 측면이 있기 때문이다.

3. 지역문화예술네트워크 구축

또한 지역 문화자원에 대한 네트워크를 지역통화를 매개로 구성할 수 있다. 지역내 문화기반시설인 지방문화원, 문화의집, 전시실등과 소극장, 영

화관, 창작공방, 미술관 등의 참여와 문화예술단체들의 다양한 장르인 미술, 사진, 문학, 음악 등의 개인적 활동을 포함한 문화예술인들의 참여를 네트워크로 구성할 필요성이 있다. 이는 현재 지역내에서 요구하는 문화예술인들의 욕구와도 상응하는 것으로 여기에 지역통화가 유력한 매개체가 될 수 있다.

지난 2005년 11월에 문화행정담당자를 비롯한 문화예술활동가들의 연구간담회를 통해서 문화네트워크에 대한 필요성을 공감하게 되었다. 문화예술을 하는 활동가들 조차도 만남의 기회가 그렇게 많지 않은 것이 현실이었다. 최근에 와서 지역문화토론회등을 거쳐 만나기 시작한 상황이다. 문화행정담당자는 지역의 문화예술활성화를 위해서 문화예술간 교류가 중요함을 강조하면서 지역내의 열악한 문화예술인프라 속에서 문화예술인들의 네트워크가 중요하다고 강조하였다. 함께 참여한 문화예술단체 관계자들도 지역통화의 근본적인 취지에 공감하고 참여할 뜻을 밝히기도 하였다.

문화예술네트워크 구축을 위해 필요한 것들을 짚어본다. 지역통화는 시민의 자발성을 근거로 지역의 자원을 동원하고 배분함으로써 순환하도록 하는 체제다. 문화통화 역시 지역의 문화예술 자원을 동원하고 교류하도록 하는 것이 중요하다. 이렇게 문화통화가 활성화될 수 있도록 하는 전제 중에 하나가 지역문화자원을 최대한 확보해야 한다는 것이다. 문화통화 시스템에서 거래가 활성화될 수 있도록 문화예술 자원을 확보해야 한다. 이를 위해서 지역문화예술 네트워크가 필요하며 그렇게 되려면 지역통화 운동에 대한 이해와 비전을 공유해야 한다. 특히 지역문화행정 담당자들에게 이러한 과정에 대한 이해가 요청된다. 지역문화기반시설 운영담당자나 관련 시설 담당자들이 지역통화에 대해서, 그리고 지역통화 운영 방안에 대해 네트워크를 형성해야 한다. 또한 시민사회 문화예술인들 네트워크와의 교류를 통해 공동의 운영 체제를 마련할 수만 있다면 지역의 문화예술 자원을 문화통화 시스템으로 조직할 수 있는 가능성이 많아지게 된다. 이를 위해서는 각 지역 문화예술 주체들의 참여가 필요하고, 이를 위한 설득과 이해가 필요하다.

지역문화 기반시설들에는 문화예술회관, 지방문화원, 문화의 집, 박물관, 미술관, 전시실(관) 등이 있다. 민간 기반시설들로는 지역 소극장, 지역극장, 창작공방, 미술관 등이 있다. 이러한 지역문화 기반 시설 운영자들에게 지역통화에 대한 이해가 있어야 한다. 지역통화를 시설 운영의 주요

정책으로 채택하고 활용되도록 해야 한다. 지역통화를 활용하는 구체적인 방안을 마련하고, 이를 위해 문화 시설 운영자들과의 긴밀한 협조체계가 필요하다. 이를 위한 지역 문화행정 차원의 정책 채택과 지원이 필요하기도 하다. 또한 필요하다면 지역 외부의 지원 방안도 마련될 필요가 있다.

각 문화시설의 회원으로 조직이 되어 있는 문화예술인들이나 이들 시설을 거점으로 활동을 하는 예술인들 역시 지역통화 활용의 주요한 대상이다. 각 기관의 특성과 요구에 맞게 자체 통화를 개발할 수도 있다. 그리고 이를 기반으로 각 기관들끼리 지역통화를 연계해서 호환(교류)될 수 있도록 운영할 수도 있다. 협력체계를 통해 교류 확대를 위한 방안을 지속적으로 모색할 수 있다.

4. 문화예술의 거래 활성화에 기여

이러한 문화예술 상품의 정보의 비대칭 상황을 타계하는 방법은 시장에서의 정보제공으로 타개될 수 있는 것이 아니라, 무엇보다도 문화예술에 대한 기본적인 이해와 감상을 가능케 하는 문화적 소양을 높이는 방법과 문화예술 생산자와 소비자 간의 친밀한 관계 형성을 통해 정보 비대칭성을 낮추는 방법이 제시 가능하다.

광명에 살면서 가장 아쉬운 면이 다양한 문화예술 활동 참여할 기회가 적어 주로 외부 지역으로 나가 참여했던 것입니다. 그루로 문화예술 영역에서의 거래가 가능하다면 평소에 제가 너무나 바라던 일이에요. 그런 거래가 가능하다면 -잔액이 더 생기더라도 전혀 부담을 느끼지 않을 것 같네요.(P씨, 여, 30대후반)

큰 영향이 있을 것 같다. 일반 시민들이 평소에 접하기 힘든 행사들, 예술 들어 미술관 관람이나 오페라 공연 참석, 각종 연주 감상 등 문화공연 티켓 비용을 그루로 지불한다면 쉽게 문화생활에 접할 수 있는 계기를 마련해 줄 것이므로 지역 문화의 수준이 높아지지 않을까 생각합니다. 광명시에 사는 사람들의 사는 수준은 거의 비슷비슷해요. 시간과 돈을 따로 투자해 문화생활을 누리기에는 조금 부족한 형편들이죠. 이처럼 문화생활을 영위에 부담이 되는 비용을 '문화예술통화'로 대신한다면 지역의 많은 사람이 문화예술의 혜택을 받을 것 같네요. 그러다 보면 문화예술의 발전에 큰

힘도 되고, 지역의 문화적 수준도 높아 지지 않을까 한다. 또 그러다보면 지역에 대한 애착과 지역을 사랑하는 마음도 더 생겨나지 않을까 싶습니다.

좀 더 활성화가 많이 되어 다양한 행사와 문화예술(연극, 영화, 뮤지컬...) 등이 열려 지역 주민이 참여 할 수 있었으면 좋겠고, 광명시에 예술인들이 어떻게 활동 하고 있는지는 모르지만 그 분들부터 이 같은 지역통화에 회원이나 가맹점으로 참여했으면 좋겠어요. 지역문화예술통화가 빨리 개발되어 많은 사람들이 질 높은 문화생활을 했으면 싶네요.(L씨, 여, 34세)

위의 L씨의 사례에서 처럼 공동체의 교환 거래와 대면 접촉을 활성화하는 지역통화는 기존의 일방적인 문화거래 방식보다 문화 거래에 있어서의 정보 비대칭성을 경감시켜 줄 수 있는 방식이다. 아울러 예술인들의 사회 참여 확대와 이에 따른 문화예술에 대한 대중의 친밀감 증대라는 부가적인 효과도 가져올 수 있으며, 지역통화의 문화거래 등록은 행위는 지역 내 문화 정보의 간접 제공 효과도 기대할 수 있기 때문에, 문화통화거래는 직간접적으로 주관적인 정보 비대칭성 뿐만 아니라 객관적인 정보의 비대칭성도 완화해 주는 효과가 있다. 또한 일부 현금 보조의 효과로 수요자의 실질적인 심리적 거래 문턱을 낮추는 효과가 있어 전반적인 문화거래의 활성화를 가져올 수 있다.

제 4 절 지역문화통화의 모델제시

1. 추진 배경

우리나라 지역문화의 현실은 급격한 근대화 추진상의 불균형 성장정책 시행결과로 지역간 경제, 사회, 문화, 교육 등 불균형과정을 심화 시켰다. 지역별 주요 문화시설의 보유현황, 시설운용에 격차가 극심한 상황이고 지역 시군구 단위의 문화기반시설의 경우, 전문 인력 보유, 운영자금, 프로그램 및 주민 이용도 측면에서 매우 열악함을 보이고 있다.

대표적인 민간지역문화단체인 지방문화원의 경우, 지방으로 갈수록 열악한 재정, 인력 및 운영 환경에 놓여있다. 또한 시립합창단이나 민간 예술

단체들도 중앙집중 심화로 인한 인력난 및 재정적 어려움을 겪고 있다.

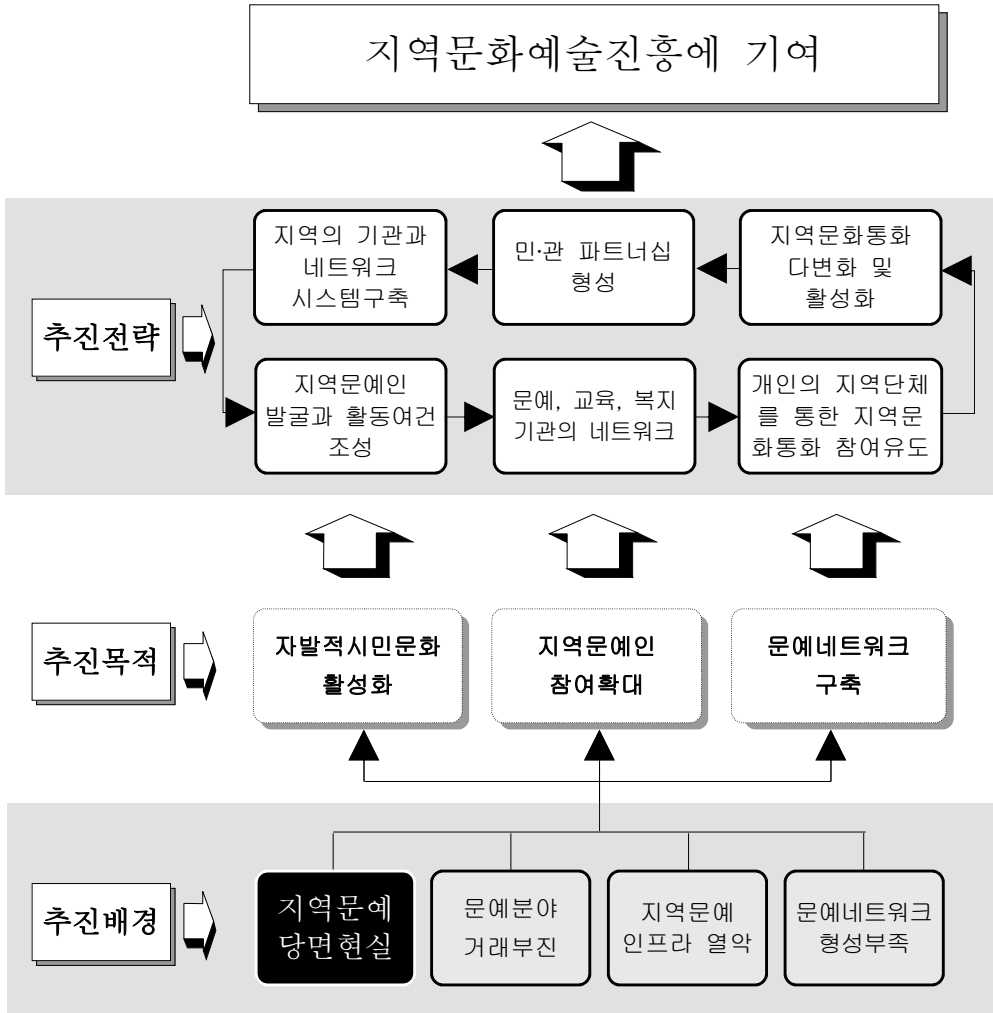
지역문화예술의 진흥은 내용적 차원에서 획기적인 대책 마련이 시급하다. 그 방안은 전문가 개입에 의한 상향식이 아닌, 지역주민의 자발성을 통해 진행되어야 한다. 그것이 지역문화예술진흥의 체질을 바꾸는 해법이 되어야 한다. 초기과정부터 지역주민들의 목적의식을 확보하고, 이러한 활동을 통해 지역주민들이 지역문화예술의 주체적으로 재구성되고 생명력을 갖고 지속되어야 한다.

광명시가 안고 있는 문화의 현실 역시 열악하다. 문화인프라의 부족이나 문화예술인들의 활동이 부진한 것이 현실임을 감안하면 지역문화통화의 새로운 정책적 도입은 의미 있는 일이다.

우리나라에서의 지역통화는 지난 1998년에 처음으로 논의가 시작되어 일부 지역에서 적용되기 시작한 이래 차분히 발전을 해오고 있다. 이에 따라 광명시에서도 지난 2003년 초반부터 '새로운 지역 만들기' 전략의 일환으로 23개 기관 단체를 중심으로 지역통화를 실시를 위한 본격적인 준비에 돌입했다. 이처럼 지역통화를 추진하게 된 배경에는 다음과 같은 요인들이 작용해 왔다.

광명시는 주민들의 삶의 질을 높이기 위한 문화예술 기반시설이 아직은 부족한 상황이나 앞으로 많은 발전 가능성이 잠재된 도시이다. 광명시는 2005년 현재 11만6천여 가구에 34만 명의 시민이 거주하고 있으며, 시의 넓이는 38.5km²이다. 행정구역은 18개의 동으로 나뉘어 있는데, 도시 전체에 녹지대가 대부분을 차지하고 있어 상가와 주택가는 주로 북동부와 북서부 지역에 밀집되어 있다. 따라서 인구의 분포 지역이나 향후 도시의 발전 가능성을 고려해 볼 때 지역문화통화를 실시하기에 적합한 곳이라 분석된다.

<그림3-17> 문화통화의 추진 목적과 전략



광명시의 지역경제는 중소 제조업과 소규모점포들을 중심으로 구성되어 있다. 2003년 현재 1만4천여 업체가 등록되어 있는데, 이 가운데 제조업, 도·소매업, 숙박 및 음식점 등이 주류를 이루고 있으며, 전체의 93% 이상이 10명 미만의 종업원수를 확보하고 있는 영세업체들이다. 1인당 총생산 규모가 경기도 평균보다 낮아 지역 경제력이 외부의 자원에 의존되는 비율이나 외부로 유출되는 비율이 높다.

2003년 현재 광명시 전체 인구의 22% 이상이 전·출입을 하여 유동인구가 매우 높으며, 이에 따라 정주민 의식이 취약하여 시의 자립기반을 약

화시키는 원인으로 작용하고 있다. 이렇게 된 이유는 문화예술 기반 시설의 취약, 어려운 교육환경 등과 같은 요인 때문에 발생하는 것으로 분석되었다. 이러한 문제를 해결하고 지역에 대한 애착과 관심을 갖도록 유도하는 것은 새로운 지역문화예술의 활성화를 위해 매우 시급한 과제라 할 수 있다.

끝으로 지역문화통화는 시민 개개인의 소질이 문화예술 활동에 용하다는 것을 직접 경험토록 하기 위해서도 도입이 필요하다. 광명 시민들의 학력 분포는 고졸(44%) 대졸(13.3%) 전문대졸(10.4%)의 순서로 나타나고 있으며, 전문직 종사자의 비율은 극히 낮은 상황이다. 그러나 지역문화통화는 순수 아마추어 예술활동가들에게 좋은 대안이 될 수 있다. 인구의 대다수를 이루고 있는 30대와 4대 시민을 대상으로 한 새로운 문화예술 체험 활동, 삶의 질 고양 등을 위한 여건 형성이 필요한데, 바로 이러한 분야에서 지역문화통화의 구축이 많은 도움을 주게 된다.

2. 추진 목적

위와 같은 추진 배경을 고려하여 광명시에 지역문화통화를 추진하는 목적을 다음과 같이 설정해 보았다.

지역문화통화는 중앙중심의 문화예술정책을 지역에서 담당하게 하며 나아가서는 시민중심으로 지역의 문화예술의 주체세력이 새롭게 구성될 수 있는 가능성을 보여준다. 최근의 문화예술정책의 주요골자로 ‘자율’, ‘참여’, ‘분권’을 제시하며, 지역문화예술을 살리는 많은 정책을 수립하여 진행하고 있다. 지역문화통화는 특정지역에서 여러 자원들이 지역 구성원들의 필요에 따라 거래가 이루어지는 시스템이다. 즉 지역통화는 지역에서 문화예술 자원을 동원하는 동시에 교류 관계를 형성하여 지역의 공공문화 자원의 활성화와 문화예술인들의 교류를 중심으로 시민사회 교류 저변을 확대하게 하는데 기여 할 수 있다.

이러한 지역문화통화는 기초지역 문예분야에 활용가능성이 높다. 이 분야의 거래에는 지역내 문예인들이 보유하고 있는 능력, 서비스, 문화인프라, 작품, 도구 등의 모든 자원이 거래의 대상이 될 수 있다. 활용영역을 살펴보면 지역내 크고 작은 축제와 행사, 문예교육, 지역 전문가와 아마추어 문예인의 참여를 새롭게 유도할 수 있다. 특히 젊은 문화예술인들이

재정적 어려움으로 창작활동을 지속하기가 쉽지 않은 상황에 처하기도 하고, 지역내의 많은 공연단체들도 무분별한 선심성 예산지원행사 등으로 자생력을 유지하기가 쉽지 않은 것이 현실이다. 이러한 맥락에서 근본적인 해결 지향점에 지역문화통화가 있는 것이다.

또한 지역 문화자원에 대한 네트워크를 지역통화를 매개로 구성할 수 있다. 지역내 문화기반시설인 지방문화원, 문화의집, 전시실등과 소극장, 영화관, 창작공방, 미술관 등의 참여와 문화예술단체들의 다양한 장르인 미술, 사진, 문학, 음악 등의 개인적 활동을 포함한 문화예술인들의 참여를 네트워크로 구성할 필요성이 있다. 이는 현재 지역내에서 요구하는 문화예술인들의 욕구와도 상응하는 것으로 여기에 지역문화통화가 유력한 매개체가 될 수 있다.

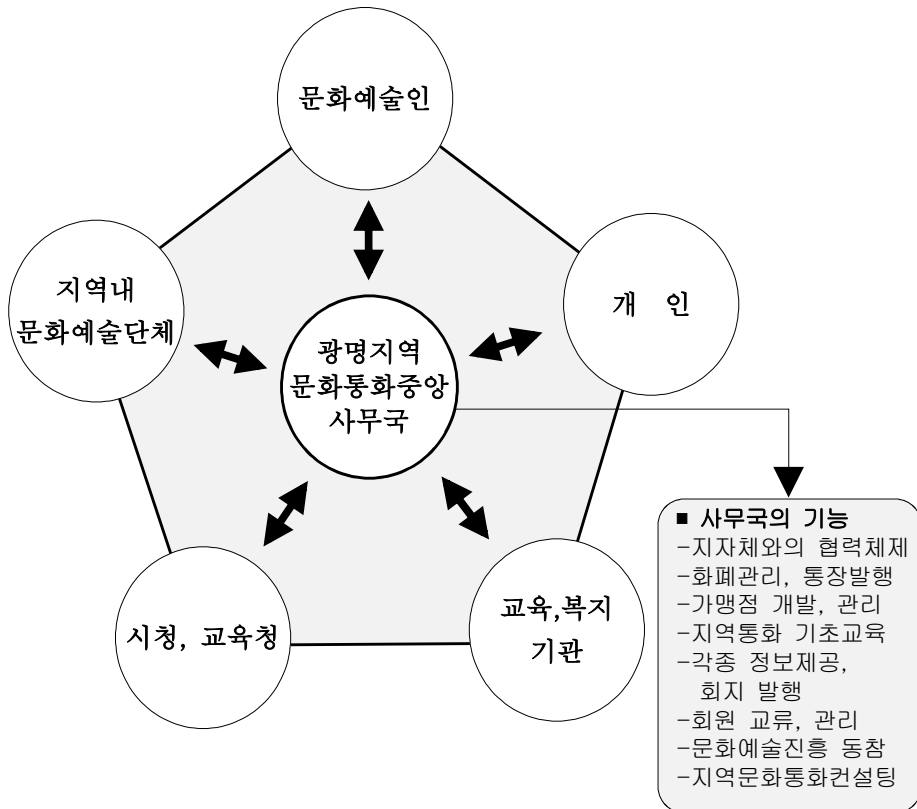
3. 추진 전략

지역문화통화의 실행 목적을 달성하기 위해 다음과 같은 추진 전략을 세우고자 한다.

이미 광명시에서는 지역 내 단체 간 네트워크 시스템 구축을 위한 '지역통화추진협의회'(이하 통추협)를 구성하여 2003년 9월 23개의 단체가 참여하여 지역통화를 시작하였고 2004년 3월 16일에 '지역품앗이 광명그루'를 출범하여 오늘에 이르고 있다. 광명시에서의 지역통화 실시에 지자체에서도 지속적인 관심을 나타내고 있으며, 시민 단체 사이에서의 네트워크 작업도 진행 중에 있다. 이러한 조직적 실천을 바탕으로 일반 시민들에게 꾸준히 홍보와 교육을 실시해 나간다면 효과적인 삼각 지원 체제가 형성될 수 있다.

지역의 잠재적 문화예술인들의 인적자원 발굴과 활동 여건을 조성할 수 있다. 광명 지역 내의 잠재된 문화예술인들을 수면위에 올라오게 할 수 있는 매개가 된다. 특히나 젊은 예술가들의 경제적 어려움을 신뢰가 기반이 되는 지역문화통화를 통해 작품활동과 강사로써의 활동 등을 지원할 수 있으며, 향후 의료나 작품에 필요한 재료등의 일부를 지역화폐로 조달할 수 있는 여건이 생길 수 있다. 이들을 지역문화통화 시스템 안으로 이끌어 들이고, 이들이 활동할 수 있는 공간을 또한 형성해야 한다.

<그림 3-18> 지역문화통화 사무국의 역할



문화예술, 교육, 복지 등의 기관 및 단체간의 네트워크를 구성할 수 있다. 지역문화통화에 가맹하여 개인별 지역문화통화 누적 점수를 의미 있는 방법으로 청산하기 위해서는 지역 안팎의 교육기관, 문화예술기관들이 지역통화 시스템에 단체 자격으로 가맹, 효율적인 협력 체계를 구축해서 각자가 지닌 문화와 교육프로그램들을 지역 사회에 개방해야 한다. 즉, 지역통화를 이용한 교육과 문화 혜택을 좀 더 많은 시민들이 누릴 수 있는 환경을 창출한다.

지역 단체를 통한 회원 자격으로 지역통화에 참여하는 방식을 권장하여 회원 간의 유대감과 신뢰도를 높이고 지역내 문화예술단체의 활성화에도 기여한다. 지역통화에 개인 자격으로 참여하는 경로도 물론 열어두어야 하겠지만, 각 지역내 문화예술단체의 회원들이 다시 지역문화통화 회원에 가입하는 것을 더욱 권장한다. 이는 회원 사이의 유대감과 신뢰도를 높일

뿐만 아니라 여러 단체들의 회원 확보와 활성화에도 기여하는 것을 목적으로 하기 때문이다.

4. 실현 방안

초기에는 문예진흥이라는 지나치게 광의의 목적을 설정하지 말고 시민들의 문화참여, 전문예술인들의 창작활성화, 문화소외층의 문화복지제고 등의 세부적인 목표를 정하고, 이에 따라서 해당시스템의 핵심거점이 될 수 있는 문화예술시설, 단체, 모임의 목적과 활동방식에 가장 잘 부합하는 시스템을 만들어야 한다. 인큐베이팅 과정에서도 사무국의 일방적인 주도에 의한 진행보다는 홍보와 권고를 통해 공감을 유도하고 자발적으로 시스템을 만들어 나가도록 하는 것이 향후 활발한 자생력을 담보하는 방법이다.

기존의 지속적으로 지역통화에 참여해온 광명문화원이나 이해의 폭이 넓은 청소년문화의집등에서 우선적으로 연계하여 시스템을 구축할 수 있다. 이러한 단체를 시작으로 <표 3-13>의 전문문예단체중심, 아마추어 문예동호회 중심, 문예회관, 영화관, 소극장 등 문예시설 중심, 주민문예활동 중심, 지역축제 등 대규모 문예행사 중심의 문화통화 단위시스템을 구축할 수 있다.

지역문화통화 사무국은 거래등록소에서 사용할 범용 거래등록시스템을 제공하고, 최소 운영경비를 GM으로 제공한다. 회원들의 거래내역을 공개하는 것과 같이 지역거래등록소들의 연간 운영실적도 거래등록시스템 안에서 투명하게 공개되어야 한다.

회원들은 거래내역을 공개하는데 동의하고, 거래내역의 분석을 통한 문화향수실태 데이터 제공 등 지역내 문화예술 정책수립을 위한 데이터를 확보할 수 있도록 개인정보제공에 동의하여야 한다. 이 정보들은 또한 비상업적 목적으로 지역문화통화 회원 중 문예단체들의 마케팅 지원사업에 활용될 수 있다.

회원들의 거래는 모두 자신이 가입한 거래등록소에 등록되고 관리된다. 회원들은 본인의 아이디로 계정 발급을 받는다. 회원들 간의 거래는 기본적으로 지역통화(LETS)방식으로 이루어진다. 거래를 희망하는 두 당사자가 거래 내용과 가격에 합의하여 거래성사 결과를 거래등록소에 전화로

통보하거나 인터넷에 직접 접속하여 거래내역을 기장하면 된다. 가격결정은 일반시장 거래가격에 준하지만 최종 가격의 결정은 당사자간의 합의에 따른다.

<표 3-12> 지역통화(LETS)시스템을 활용한 문화통화(Cultural LETS) 개념도

항 목	개 요
시스템 명칭	지역문화통화(Local Cultural LETS)
화폐 단위	지역문화통화(GM: Local Cultural Money)
운영 목적	지역통화를 활용한 문예 진흥
화폐가치 및 가격결정	1GM = 1원 시장 가치기준, 당사자 합의로 최종 가격 결정
거래 방식	LETS거래 방식 인터넷으로 등록(통장기장 등 단위 시스템 별로 필요에 따라 개별 채택)
조직 구성	<ul style="list-style-type: none"> - 지역문화통화사무국 : 거래등록소 운영, 사업총괄 사무국장 1인, 시스템 담당자 2인(외주), 기타 - 지역문화통화 운영협의체 : 사무국, 각 단위 시스템 대표자, 문예담당자, 광명시민 문화통화 시스템 운영사항 전반에 걸친 협의 - 회원 : 거래등록소를 통해 문화통화 거래
거래 등록소	<ul style="list-style-type: none"> - 단위거래시스템에서 자발적으로 운영 : 중앙거래등록소에서 지원 - 문화통화 거래등록 범용시스템을 이용, 웹사이트 내 커뮤니티로 거래등록소 운영 - 주요업무 : 거래등록 및 관리, 홍보·소식지 발간, 회원유치 및 회원대상 특별행사개최 - 적정규모 : 200~300명 회원, 2~3명 운영요원
계정관리	<ul style="list-style-type: none"> - 시스템 내 거래 : 계정의 고유아이디를 발급하여 회원 마다 거래/이메일을 통한 관리
주 거래 품목	<ul style="list-style-type: none"> - 아마추어, 전문예술인의 창작 활동 관련 품목, 장소 및 장비 임대, 공연티, 인쇄비, 공연기획비, 재료비 등 - 시민들의 문예 향수 활동 관련 품목 : 입장권, 예술교육, 축제참가 등 - 지역자치 단체 행정서비스 : 문화복지, 사회복지 관련 행정 서비스 - 기타 재화 및 서비스 : 일반 시장에서 거래되는 서비스 및 재화
통용 지역	<ul style="list-style-type: none"> - 거래등록소를 통한 회원 간 거래 기초지역으로 한정

<표 3-13> 지역문화통화 시스템 구축유형

가능한 유형	활용 가능한 거점	거래 가능한 품목
전문문예단체 중심	문예지원사업 수혜단체 경기도 소재 문예단체 (회원제도가 활발한 단체)	+ : 공연 입장권 GM판매 - : 창작연습실, 이동식공연장대관 공연홍보 서비스 이용
아마추어 문예 동호회 중심	문예 동아리, 직장 및 지역내 동아리	+ : 발표회 입장권 GM 판매 - : 공연준비를 위한 전문가 강습 창작연습실, 이동식공연장대관
공연장, 문예회관 등 문화시설 중심	시립미술관, 문예회관 영화관, 소극장 등	+ : 대관, 입장권 GM판매 - : 공연 홍보 서비스 이용 자원봉사자 활용
지역복지회관 등 주민문화활동 중심	시민회관, 문화의집	+ : 주민 문화예술 교육 수강료 특별 초청행사 입장료 - : 전문강사, 공연초청 공연홍보 서비스이용, 자원봉사자 활용
축제등 대규모문화행사 중심	지역축제	+ : 축제 프로그램 참가권 - : 자원봉사자 활용
생활협동조합등 주민생활기반중심	공동육아 단체 시민단체	+ : 자원봉사 제공, 강사파견 자문생필품 판매 - : 문화예술 강사, 공연 초청
환경운동, 공동체회복 등 기타 목적의 단위시스템	녹색연합 각 생태지킴이 활동 등	+ : 자원봉사, 프로그램, 자문제공 - : 문화예술 강사, 공연초청

모든 거래의 등록방식은 인터넷을 통한 직접기장과 인터넷 접근이 용이하지 않을 경우를 대비하여 전화통보를 통해 거래등록소 담당자가 대신 등록해 주는 방식을 택한다.

시스템은 통장기재와 인터넷 등록을 병행할 수 있다. 통장기재는 가상적인 문화통화에 대한 현실감을 배가하여 회원들의 참여도를 높이는 장점이 있기 때문에 상황에 따라 적절히 활용할 수 있다. 반면 문화통화거래등록 시스템을 문화정보제공 포털사이트와 연계하여 보다 실제적인 문화예술정보를 제공할 수 있는 부가적 효과도 기대할 수 있다.

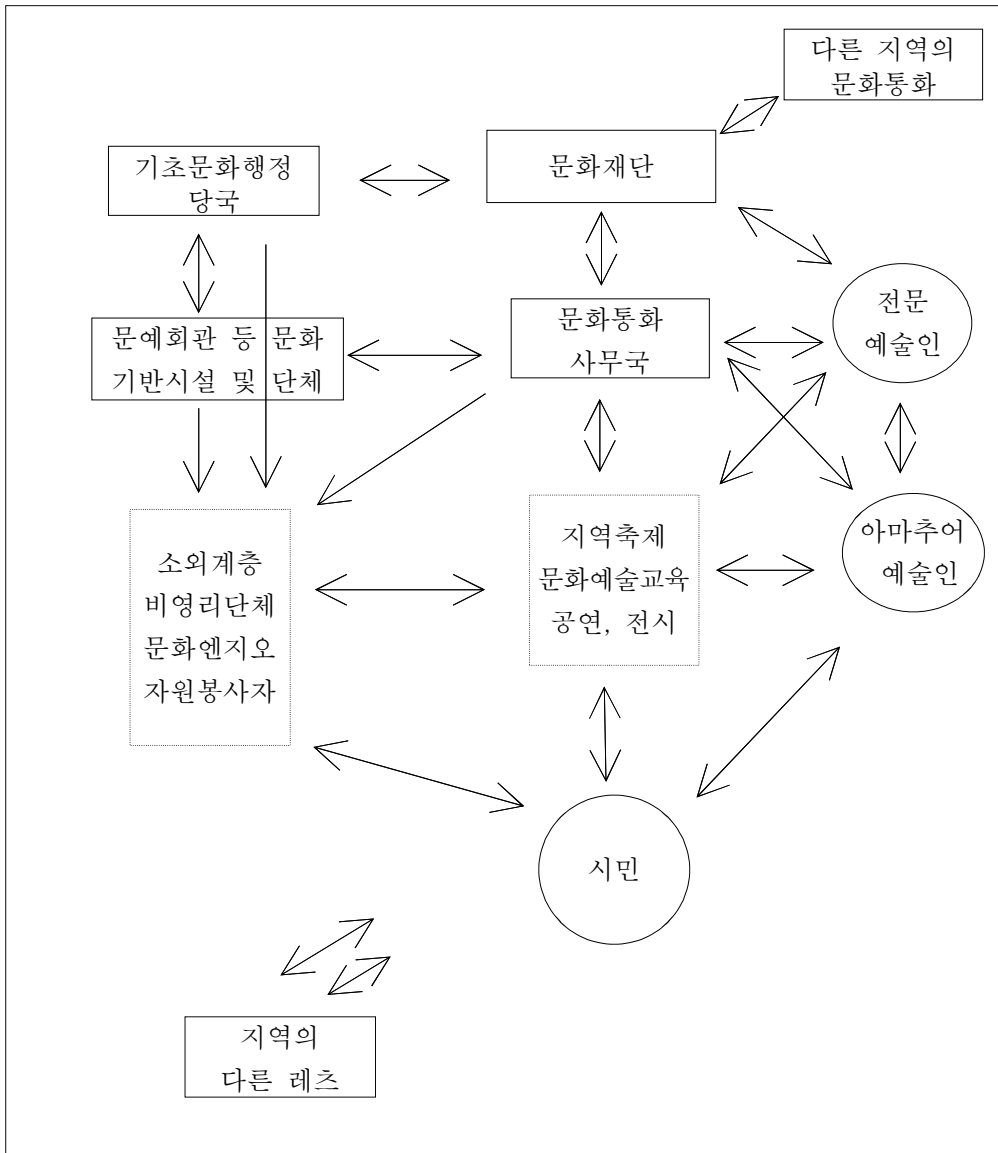
거래등록소는 각자의 신용정도와 상황에 맞게 회원들의 마이너스(-)거래

액의 상한선을 설정하고 회원들의 거래내역을 공개함으로써 회원들의 도덕적 해이와 이탈을 막아야 한다. 커뮤니티 관리 프로그램을 이용하여 통합거래등록시스템에 커뮤니티 공간을 독립적으로 운영하여 회원들의 거래 희망품목을 게재토록 한다. 거래 등록소 관리자는 회원들의 거래사항을 등록하고 관리하며, 수시로 웹진형태의 소식지를 발송하거나 특별이벤트를 개최하여 회원들 간의 유대를 강화한다. 거래등록소에서 제공하는 소식은 중앙거래등록소에서 발행하는 웹진의 콘텐츠로 활용될 수도 있다.

지역통화의 지속성과 안정성을 유지하고, 이용 회원들이 최대한 혜택을 누릴 수 있도록 제공되는 서비스를 다양화 하고 고급화 해 나간다. 지역 안팎의 고등교육기관과 경기문화재단, 한국종합예술학교 등에서 회원들이 모아놓은 플러스 포인트를 적절히 활용할 수 있도록 기반 환경을 마련함으로써 지역통화 거래의 질과 지속성을 담보해야 한다.

이를 이루기 위한 효과적인 문화통화 시스템은 <그림3-19>를 통해 볼 수 있다. 문화통화는 시민의 자발적 참여를 근거로 지역의 문화와 예술 자원을 효과적으로 순환하도록 시스템을 구축한다. 이러한 시스템의 구축에는 지역문화예술 네트워크가 필요하며 여기에 문화통화에 참여해야 하는 이해의 폭이나 비전을 함께 공유하는 것이 필요하다. 특히 지역문화행정 담당자들에게 이러한 과정에 대한 이해가 요청된다. 또한 시민사회 문화예술인들 네트워크와 교류를 통해 거래의 활성화에 기여할 수 있다. 구체적으로는 살펴보면 문화통화사무국은 지역의 문화예술기반시설 및 단체, 전문·아마추어 문화예술인, 시민사회단체등과 문화예술교육, 공연, 전시 및 지역 내 크고 작은 축제 등으로 거래가 이루어 질 수 있도록 사무국의 역할을 수행한다. 여기에 지자체, 문화재단 등의 지원이 가능하다. 또한 문화통화내의 주거래 품목인 문화와 예술 중심의 거래를 더욱더 활성화하기 위해 지역의 다른 레츠와 다른 지역과의 거래도 열려있다. 이는 문화예술중심의 거래만으로는 활성화에 한계가 있기 때문이다.

<그림 3-19> 문화통화 시스템 개요도



제 4 장 요약 및 결론

본 연구는 지역문화예술정책을 고찰하고, 지역문화통화를 활용하여 지역내 문화예술진흥에 가능성을 제시하는 연구로써 광명시의 지역품앗이광명그루의 사례를 중심으로 살펴보았다.

우리나라의 지역문화예술 정책은 중앙중심의 정책을 통해 심한 불균형현상을 초래하고 있으며, 지역내의 문화예술과 관련한 인프라의 부족 현상 등은 지역내의 자생적 문화예술 활동을 더욱더 어렵게 만들고 있는 것이 현실이다. 여러 가지 정책들이 진행이 되었지만 지역마다의 특수성이나 지역에서 활동하는 문화예술인들을 고려하지 않은 상태에서 진행되다 보니 많은 시행착오를 겪기도 했다.

이에 본 연구에서는 문화통화를 활용하여 지역내 문화예술진흥의 가능성을 살펴보고 실현가능한 운영방안 및 모델을 만들어 보았다. 지역통화가 갖는 특성중에 하나는 지역사회가 가지고 있는 자원을 사장시키거나 외부로 이탈시키지 않고 주민 스스로의 통제권 하에 서로 가용하게 함으로써 지역안에서의 유통을 통해 재화 뿐만 아니라 자신이 가진 서비스까지도 거래하고 유통할 수 있다는 점이다. 또한 다자간 품앗이나 우리나라의 전통적인 두레, 개의 현대적 실천이라는 공동체의 회복차원에서 바라보는 이들도 있다. 이러한 지역통화의 특성을 살려서 지역문화예술정책에 반영한다면 현실적 대안이 될 수 있다. 광명시의 지역품앗이광명그루 사례연구를 위해 회원과 일반시민들을 대상으로 기초적인 설문조사를 실시하였고, 문화관광부의 공모사업으로 진행된 사회문화예술교육프로그램을 진행했던 경험을 살려 지역문화예술진흥과의 연관성을 찾고자 했다. 또한 지역내 문화예술활동을 하는 단체 대표, 실무자와 간담회를 통해 의견들을 수렴하였고 심층면접을 통해 질적 연구를 시도하였다.

본 연구의 결과, 지역문화통화는 문화예술진흥에 아래와 같이 기여할 수 있음을 알 수 있었다.

첫째, 자발적 시민문화창출에 기여할 수 있다.

둘째, 지역내 문화예술활동가들의 참여를 새롭게 모색할 수 있다.

셋째, 지역문화네트워크에 기여 할 수 있다.

넷째, 문화거래의 활성화에 기여할 수 있다.

결론적으로, 문화통화는 지금까지 지역내 문화예술의 현실을 고려하지 않고 진행되었던 중앙중심의 문화예술정책에 새로운 패러다임을 제시하고 있다. 지역내의 문화예술의 현안과 문제들을 주민 공동의 노력으로 해결하는 자립적 문화예술정책은 시사하는 바가 크다고 할 것이다. 특히 지역 문화통화는 열악한 지역의 문화예술현실을 고려할 때 지역안에서의 자생적 문화예술 생산과 유통의 매개 역할로써 서로간의 신뢰와 소통의 장을 마련하는데 많은 기여를 하게 될 것이다.

참 고 문 헌

경기문화재단(2006), 지역통화를 활용한 문예진흥사업의 방향모색, 수원:경기문화재단

강내희(2003), “참여정부 문화정책의 개혁과제 및 대안정책 제시를 위한 공개토론회”, 문화연대 및 한겨레신문사 공동주최 토론회 자료집.

광명시평생학습원(2003), 아름다운 마을 만들기와 지역통화, 광명시평생학습축제 한일 학술심포지엄 자료집, 광명: 광명시평생학습원.

광명시평생학습원(2003), 일본 지역통화 연수 보고서, 광명: 광명시평생학습원.

광명시평생학습원, 광명의제21실천협의회(2003), 2003년 아름다운 지역 만들기 교육통화워크숍 자료집, 광명: 광명시평생학습원.

권인천 (2000), 지역화폐운동 참여의 결정요인 분석을 위한 서설적 연구, 서울대학교 석사학위논문

김영종 외(1997). 삶의 질과 행정서비스: 삶의 질과 관련된 행정서비스의 특성 분석, 「한국지방자치학회보」, 제9권 제4호, 서울: 한국지방자치학회.

김종해 (1995), 도시지역 지역사회행동의 주민참여요인에 대한 연구, 서울대학교 박사학위논문.

김형용 (2000), 한국 지역통화운동의 성격과 참여자의 공동체의식에 관한 연구, 연세대학교 석사학위 논문.

노르베리-호지, 헬레 (1999), 방향의 전환-전지구적 의존에서 지역적 상호의존으로, <녹색평론> 1999년 7-8월.

니시베 마코토 (2002), 지역통화 LETS에 대하여, <녹색평론> 2002년 7-8월.

로빈스, 존 (2001), 테러, 사랑, 세계의 상황, <녹색평론> 2001년 11-12월.

리에테르, 베르나르 (2002), 공동체 화폐, <녹색평론> 2002년 7-8월.

문화관광부(2005), “2005년도 문화관광부 업무보고”, (www.mct.go.kr)
박용남 (2001), 한발 레츠-나눔과 보살핌의 공동체 실험, <녹색평론> 2001년 9-10월.

베리, 웬델 (1996), 공동체의 보존과 지역경제, <녹색평론> 1996년 9-10월.

아베 요시히로 & 이즈미 루이, 전정근 옮김 (2003) 지역통화 입문, 서울: 아르케.

이동연(2004), “문화예술교육 정책 활성화를 위한 몇 가지 제안”, 문화연대 정책자료집.

지역품앗이 광명그루(2004), 창립총회자료집, 광명: 광명그루.

최준호 (2000), ‘삶의 질’, 지자체간 격차 커지고 있다, 「지방자치」, 2월호.

[부록]

참여자 심층면접 문항

구 분	영 역	문 항
참여자들의 문화예술에 대한 경험	의미부여	· 지역문화통화가 무엇이라고 생각하는가?
	참여동기 및 목적	· 참여동기 및 목적은 무엇입니까? · 목적을 이루기 위해 지역통화가 갖는 장점과 단점은 무엇이라고 생각하십니까?
	거래경험	· 지역통화 거래경험은 어떠하였습니까? 문화 및 예술적 거래를 중심으로 말씀해 주십시오
	지역통화를 통한 문화예술의 진흥	· 지역통화의 거래를 통한 문화예술활동에 당신의 만족도는 어떠 하십니까? 그 이유는?/만약 만족하지 못하다면 그 이유는? · 나눔과 거래가 현금이 아닌 새로운 지역화폐에 따른 것인데 이것이 문화예술의 진흥에 얼마나 기여할 것이라고 생각하십니까?
	참여자의 의식 변화	· 지역통화 거래 경험 이후에 함께 거래했던 사람이나 지역문화예술에 대한 새로운 변화가 있습니까?

다음은 교환거래 경험 이후 귀하께서 느끼시는 생각의 변화를 묻는 문항입니다. 해당 란에 V표를 해주십시오.

교환거래 경험을 하고 난 이후	전혀 아니다	아니다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다
·나는 더욱 더 이 지역사회에 소속감을 느끼게 되었다.					
·내가 이 지역사회를 위해 노력할 것이 주위로부 터 더욱더 기대되고 있다.					
·이 지역사회에서는 사람들이 이전보다 더 서로 에게 의지할 수 있게 되었다.					
·나는 시민들을 위해 봉사를 할 마음이 많아졌다.					
·나는 이 지역통화가 지역의 문화예술 진흥에 기여할 가능성이 있다고 기대한다.					
·나는 이전보다 나의 재능을 더 개발하게 되었다.					
·나는 문화 및 예술 행사에 참여 후 기존과 다르다는 생각을 했다. (현금이 아닌 그루로 거래한 것에 대한)					
·나는 지역의 젊은 예술가들이 지역통화를 통해 경제적 어려움의 해결가능성이 있을 것으로 기대한다.					
·지역내의 무료로 진행되는 크고 작은 행사에 지역통화를 통한 자발적인 시민참여가 가능하리라고 생각한다.					
·나의 주 거래 품목은 서비스(교육,문화,예술)에 많이 치중되어 있고, 앞으로도 그럴 것이다.					
·내가 함께 거래한 상대방과 또 거래하고 싶은 마음이 생겼다.					

지역통화 실태 및 운영방안에 관한 결과 보고서

2005. 12.

지역품앗이 광명그루

차 례

I. 조사 개요	01
1. 조사목적 및 필요성	01
2. 조사설계	01
1) 조사방법	01
2) 조사대상	01
3) 조사내용	02
3. 분석방법	03
II. 결과 해석	04
1. 응답자 특성	04
2. 지역품앗이 광명그루 이용자 부문	05
1) 지역품앗이 광명그루에 관한 일반적인 항목	05
① 지역품앗이 광명그루 인지 정도	05
② 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법	06
③ 지역품앗이 광명그루 가입 여부	07
④ 지역품앗이 광명그루 가입 기간	08
⑤ 지역품앗이 광명그루 가입 동기	09
⑥ 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부	10
⑦ 지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목·서비스	12
⑧ 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록한 품목·서비스	13
⑨ 등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부	14
⑩ 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부	15

⑪	연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도	16
⑫	지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가	17
⑬	지역품앗이 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부	18
2)	지역품앗이 광명그루에 교환거래 경험자 항목	20
①	교환 거래 형태	20
②	교환 거래 회수	21
③	거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스	22
④	거래한 품목 중 제공한 품목·서비스	23
⑤	교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도	24
⑥	만일 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법 25	
⑦	향후 지역품앗이 광명그루를 통한 교환거래 의향 여부	26
3)	지역품앗이 광명그루에 교환거래 무경험자 항목	26
①	교환거래를 하지 않는 이유	26
②	교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부	27
③	향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목·서비스	28
④	향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목·서비스	29
4)	지역품앗이 광명그루에 교환거래 공통적인 항목	30
①	회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도	30
②	교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도	31
③	지역품앗이 광명그루의 장점 1, 2순위	32
④	지역품앗이 광명그루의 장애요인 1, 2순위	34
3.	지역품앗이 광명그루에 관한 광명 일반 시민 부문	37

1) 지역품앗이 광명그루에 관한 일반적인 항목	37
① 지역품앗이 광명그루 인지 정도	37
2) 지역품앗이 광명그루에 교환거래 무경험자 항목	37
① 교환거래를 하지 않는 이유	37
② 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부	38
3) 지역품앗이 광명그루에 교환거래 공통적인 항목	38
① 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도	38
② 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도	39
③ 지역품앗이 광명그루의 장점 1, 2순위	40
④ 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1, 2순위	42
Ⅲ. 결과 종합	45
1. 응답자 특성에 대한 결과	45
2. 지역품앗이 광명그루 이용자 부문에 대한 결과	45
3. 지역품앗이 광명그루 일반시민 부문에 대한 결과	45
4. 결론	45
[부록] 설문지	45

표 차 례

<표 I-1> 조사대상 범위.....	2
<표 I-2> 조사내용.....	3
<표 II-1> 응답자 특성.....	4
<표 II-2> 지역품앗이 광명그루 인지 정도.....	6
<표 II-3> 지역품앗이 광명그루 인지 정도 유의성.....	6
<표 II-4> 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법.....	7
<표 II-5> 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법 유의성.....	7
<표 II-6> 지역품앗이 광명그루 가입 여부.....	7
<표 II-7> 연령별 지역품앗이 광명그루 가입 여부.....	8
<표 II-8> 직업별 지역품앗이 광명그루 가입 여부.....	8
<표 II-9> 지역품앗이 광명그루 가입 여부 유의성.....	8
<표 II-10> 지역품앗이 광명그루 가입 기간.....	8
<표 II-11> 지역품앗이 광명그루 가입 동기.....	9
<표 II-12> 지역품앗이 광명그루 가입 동기 유의성.....	9
<표 II-13> 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부.....	10
<표 II-14> 연령별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부.....	10
<표 II-15> 직업별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부.....	11
<표 II-16> 월소득별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부.....	11
<표 II-17> 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부 유의성.....	11
<표 II-18> 지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목·서비스.....	12
<표 II-19> 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록한 품목·서비스.....	13
<표 II-20> 등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부.....	14
<표 II-21> 학력별 등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부.....	14
<표 II-22> 등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부 유의성.....	15

<표 II-23> 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부.....	15
<표 II-24> 연령별 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부.....	16
<표 II-25> 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부 유의성.....	16
<표 II-26> 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도.....	17
<표 II-27> 월소득별 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도.....	17
<표 II-28> 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도 유의성.....	17
<표 II-29> 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가.....	18
<표 II-30> 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가 유의성.....	18
<표 II-31> 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부.....	19
<표 II-32> 직업별 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부.....	19
<표 II-33> 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부 유의성.....	20
<표 II-34> 교환 거래 형태.....	20
<표 II-35> 연령별 교환 거래 형태.....	21
<표 II-36> 월소득별 교환 거래 형태.....	21
<표 II-37> 교환 거래 형태 유의성.....	21
<표 II-38> 교환 거래 회수.....	21
<표 II-39> 거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스.....	22
<표 II-40> 거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스 유의성.....	23
<표 II-41> 거래한 품목 중 제공한 품목·서비스.....	23
<표 II-42> 교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도.....	24
<표 II-43> 교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도 유의성.....	24
<표 II-44> 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법.....	25
<표 II-45> 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법 유의성.....	25

<표 II-46> 교환거래를 하지 않는 이유.....	26
<표 II-47> 교환거래를 하지 않는 이유 유의성.....	27
<표 II-48> 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부.....	27
<표 II-49> 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부 유의성	28
<표 II-50> 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목·서비스	28
<표 II-51> 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목·서비스.....	29
<표 II-52> 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도.....	30
<표 II-53> 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도 유의성.....	30
<표 II-54> 교환거래되는 품목·서비스 실제 현금거래와 비교 가치 정도	31
<표 II-55> 교환거래되는 품목·서비스 실제 현금거래와 비교 가치정도 유의성.....	31
<표 II-56> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위.....	32
<표 II-57> 연령별 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위.....	32
<표 II-58> 월소득별 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위.....	32
<표 II-59> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위 유의성.....	33
<표 II-60> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위.....	34
<표 II-61> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위 유의성.....	34
<표 II-62> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위	35
<표 II-63> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1, 2순위 유의성.....	35
<표 II-64> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위	36
<표 II-64> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위 유의성.....	36
<표 II-65> 지역품앗이 광명그루 인지 정도.....	37
<표 II-66> 교환거래를 하지 않는 이유.....	38
<표 II-67> 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도.....	39

<표 II-68> 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도	40
<표 II-69> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위	40
<표 II-70> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위 유의성	41
<표 II-71> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위	41
<표 II-72> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위	41
<표 II-73> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위	42
<표 II-74> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위 유의성	42
<표 II-75> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위	43
<표 II-76> 학력별 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위	43
<표 II-77> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위 유의성	44

그림 차례

<그림 II-1> 지역품앗이 광명그루 인지 정도.....	5
<그림 II-2> 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법.....	6
<그림 II-3> 지역품앗이 광명그루 가입 여부.....	7
<그림 II-4> 지역품앗이 광명그루 가입 동기.....	9
<그림 II-5> 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부.....	10
<그림 II-6> 지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목·서비스.....	12
<그림 II-7> 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목·서비스.....	13
<그림 II-8> 등록된 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부	14
<그림 II-9> 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부.....	15
<그림 II-10> 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도.....	16
<그림 II-11> 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가.....	18
<그림 II-12> 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부	19
<그림 II-13> 교환 거래 형태.....	20
<그림 II-14> 거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스.....	22
<그림 II-15> 거래한 품목 중 제공한 품목·서비스.....	23
<그림 II-16> 교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도 ..	24
<그림 II-17> 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법....	25
<그림 II-18> 교환거래를 하지 않는 이유.....	26
<그림 II-19> 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부.....	27
<그림 II-20> 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목·서비스	28
<그림 II-21> 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목·서비스.....	29
<그림 II-22> 회원 중 품목·서비스 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도.....	30

<그림 II-23> 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도	31
<그림 II-24> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위	32
<그림 II-25> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위	34
<그림 II-26> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위	35
<그림 II-27> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위	36
<그림 II-28> 지역품앗이 광명그루 인지 정도	37
<그림 II-29> 교환거래를 하지 않는 이유	38
<그림 II-30> 회원 중 품목·서비스 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도	39
<그림 II-31> 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도	39
<그림 II-32> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위	40
<그림 II-33> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위	41
<그림 II-34> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위	42
<그림 II-35> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위	43

I. 조사 개요

1. 조사목적 및 필요성

본 조사는 지역품앗이 광명그루에서 경기문화재단의 문예정책을 중심으로 지역통화를 활용한 문예진흥사업의 방향 모색을 위한 연구로 지역통화운동의 실태 및 운영방안에 대한 의견조사를 실시하여 보다 효과적이고 체계적인 지역통화운동의 운영방안 및 홍보 전략을 수립하는데 기초 자료로 활용하고자 한다.

2. 조사설계

1) 조사방법

본 조사는 2005년 12월 8일부터 12월 9일까지 2일간 사전조사를 실시하여 본 연구와 현실에 가장 적합한 어구로 재구성하여 인터넷리서치 전문업체 아이앤알(Internet & Research, INR)에 의뢰하여 2005년 12월 15일부터 12월 23일까지 9일간 본 연구의 취지를 설문 조사자들에게 설명한 후 지역품앗이 광명그루 이용자대상은 면접형 방문조사와 인터넷 리서치를 병행하였으며, 광명 일반시민대상 또한 면접형 방문조사를 실시하였다.

2) 조사대상

본 조사대상 1집단은 광명그루 서비스 이용자를 중심으로 실시하여 총 회원 388명 중 183개를 회수하여 불성실한 데이터 51명을 제외하고 최종 유효표본 131명을 선정하였다. 또한 2집단인 광명시에 거주하는 만15세 이상의 남녀를 대상으로 총 회수 1187명 중 전체 문항의 20% 이상인 데이터를 모집단의 의견을 왜곡시킬 수 있다고 판단되는 무응답 데이터 110

명을 불성실한 데이터로 제외하였다. 이 중 최종 유효표본 1,077명을 선정하여 결과분석에 사용하였다.

<표 I -1> 조사대상 범위

	조사대상 범위
모집단	1집단 : 지역품앗이 광명그루 이용자 2집단 : 광명시에 거주하는 만15세 이상의 남녀
유효표본 크기	1집단 : 131명(남성 : 35명, 여성 : 96명) 2집단 : 1,077명(남성 : 486명, 여성 : 591명)
표본 추출방법	1집단 : 단순임의추출법(Simple Random Sampling) 2집단 : 편의(간편)추출법(Convenience Sampling)
조사방법	1집단 : 면접형 방문조사, 인터넷리서치 병행 2집단 : 면접형 방문조사(보행자 조사법)

3) 조사내용

본 조사내용은 지역품앗이 광명그루에 관한 지역통화운동에 대한 실태 및 운영방안에 필요한 기본 자료를 얻을 수 있도록 설문조사연구 용역기관인 아이앤알(Internet & Research, INR)의 전문가와 수시 면담과 토론을 거쳐 설문조사서(안)을 작성하여 실무안으로 확정을 하였다.

그리고 예비조사를 실시하여 검토 보완을 하였으며, 최종안을 마련하여 <부록>과 같은 설문서를 확정함으로써 설문내용에 대한 타당성을 검증한 후 조사에 착수하였다.

설문조사 항목은 지역품앗이 광명그루에 관한 인지도 및 가입관련 질문 13문항, 광명그루를 통한 교환거래 경험자관련 질문 7문항, 광명그루를 통한 교환거래 무경험자관련 질문 4문항, 교환거래 공통질문 4문항, 인구통계학적 특성 질문 6문항으로 구성되어 있으며, 주요내용은 <표 I -2>와 같다.

<표 I -2> 조사내용

구분	조사 내용
표본특성항목	○ 성별, 연령, 최종학력, 종교별, 직업별, 가계 월소득별
지역품앗이 광명그루에 관한 인지도 및 가입관련 질문	○ 지역품앗이 광명그루 인지 정도/정보습득방법/가입여부/기간/동기 ○ 지역품앗이 광명그루 물품서비스 등록 여부 ○ 등록 후 제공 받고 싶은 물품서비스/제공한 물품서비스(다중) ○ 등록한 품목서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부 ○ 타인이 등록된 품목서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부 ○ 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도 ○ 지역품앗이 광명그루를 통해 품목서비스 직접 교환거래 경험 여부
광명그루를 통한 교환거래 경험자 관련 질문	○ 교환 거래 형태/교환 거래 회수 ○ 거래한 품목 중 제공받은 품목서비스/제공한 서비스(다중) ○ 교환거래 이후 거래한 품목서비스에 대한 만족 정도 ○ 만일 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법 ○ 향후 지역품앗이 광명그루를 통한 교환거래 의향 여부
광명그루를 통한 교환거래 무경험자관련 질문	○ 교환거래를 하지 않는 이유 ○ 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부 ○ 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목서비스(다중) ○ 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목서비스(다중)
광명그루를 통한 교환거래 관련 공통 질문	○ 회원 중 품목서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도 ○ 교환거래되는 품목서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도 ○ 지역품앗이 광명그루의 장점 1, 2순위 ○ 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1, 2순위

3. 분석방법

본 설문조사결과에 대한 분석은 다음과 같은 방법에 의하여 실시하였다.

첫째, 기초적인 응답치의 분석을 위해 빈도분석(Frequency Analysis)과 다중응답분석(Multiple-Response Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 인구통계학적인 변수(성별, 연령, 거주지, 직업, 학력수준, 가계월 소득)에 따른 집단간 차이분석을 위해 교차분석(Pearson Chi-Square) 및 일원분산분석(one-way ANOVA), T-검증을 실시하였다.

이러한 분석을 위해서 SPSS 11.5 Version을 사용하였다.

II. 결과 해석

1. 응답자 특성

본 조사의 응답자 특성 중 성별 비율은 광명그루 이용자 남성이 26.7%, 여성이 73.3%, 광명시민 남성이 45.1%, 여성이 54.9%로 집계되었으며, 연령별 분포를 보면 광명그루 이용자 30대가 50.4%로 가장 많이 차지하였고, 그 다음으로 40대 30.5%, 20대 19.1%이며, 광명시민에서는 20대가 25.3%로 가장 많이 차지하였고, 나머지 30대 24.0%, 40대 21.1%, 10대 15.6%, 50대 10.4%, 60대 이상 3.6% 순으로 나타났다. 또한 학력 수준 분포를 보면 광명그루 이용자는 4년제 대학교가 45.8%로 가장 높게 나타났으며, 나머지 고졸 20.6%, 대학원 19.1%, 2년제 대학 14.5% 순이고, 광명시민 중에서는 고졸이 43.5%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 4년제 대학교 39.6%, 2년제 대학 8.4%, 대학원 5.0%, 중졸이하 3.4%로 나타났다. 다음은 종교별 분포를 보면 광명그루 이용자에서는 기독교가 42.0%, 무교가 30.5%로 1, 2순위로 응답했으며, 천주교 19.8%, 불교 7.6% 순이고, 광명시민에서는 무교가 42.7%, 기독교 31.3%로 1, 2순위로 응답했으며, 천주교 19.1%, 불교 6.9%로 나타났다. 다음으로 직업별 분포를 보면 광명그루 이용자에서는 주부 40.5%, 사무직 29.8%로 높은 응답을 했으며, 전문기술직 13.7%, 기타 8.4%, 판매종사자 3.1%, 행정직, 서비스직, 무직이 1.5%로 나타났고, 광명시민 이용자에서는 주부 26.3%, 학생 23.5%로 높은 응답을 했으며, 사무직 22.2%, 서비스직 8.4%, 판매종사자 7.9%, 무직 6.3%, 전문기술직 2.5%, 행정직 1.6%, 생산/운수/단순직 1.4%로 나타났다. 마지막으로 가정의 월평균 소득 분포를 보면 광명그루 이용자는 301~400만원이 34.4%로 가장 높은 응답을 했으며, 그 다음으로 201~300만원 27.5%, 401~500만원 22.1%, 101~200만원 9.2%, 501만원 이상 4.6%, 100만원 이하 2.3%로 나타났으며, 광명시민에서는 201~300만원이 33.4%로 가장 높은 응답을 했고, 그 다음으로 301~400만원 30.8%, 401~500만원 14.0%, 101~200만원 11.9%, 100만원 이하 5.0%, 501만원 이상 4.8%등으로 나타났다.

<표 II-1> 응답자 특성

구분	항 목	광명그루 이용자		광명 시민	
		빈도	구성비	빈도	구성비
성별	남성	35	26.7	486	45.1
	여성	96	73.3	591	54.9
연령	10대	0	0.0	168	15.6
	20대	25	19.1	272	25.3
	30대	66	50.4	259	24.0
	40대	40	30.5	227	21.1
	50대	0	0.0	112	10.4
	60대이상	0	0.0	39	3.6
학력	중졸이하	0	0.0	37	3.4
	고등학교	27	20.6	468	43.5
	2년제대학	19	14.5	91	8.4
	4년제대학교	60	45.8	427	39.6
	대학원이상	25	19.1	54	5.0
종교	기독교	55	42.0	337	31.3
	불교	10	7.6	74	6.9
	천주교	26	19.8	206	19.1
	무교	40	30.5	460	42.7
직업	전문기술직	18	13.7	27	2.5
	행정직	2	1.5	17	1.6
	사무직	39	29.8	239	22.2
	판매종사자	4	3.1	85	7.9
	서비스직	2	1.5	90	8.4
	주부	53	40.5	283	26.3
	학생	0	0.0	253	23.5
	생산/운수/단순	0	0.0	15	1.4
	무직	2	1.5	68	6.3
	기타	11	8.4	0	0.0
월평균소득	100만원 이하	3	2.3	54	5.0
	101~200만원	12	9.2	128	11.9
	201~300만원	36	27.5	360	33.4
	301~400만원	45	34.4	332	30.8
	401~500만원	29	22.1	151	14.0
	501만원 이상	6	4.6	52	4.8

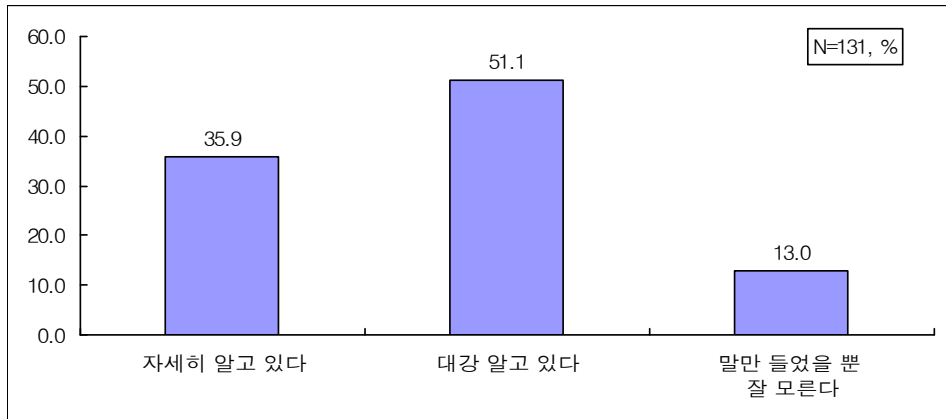
2. 지역품앗이 광명그루 이용자 부문

1) 지역품앗이 광명그루에 관한 일반적인 항목

① 지역품앗이 광명그루 인지 정도

지역품앗이 광명그루 인지 정도에 대한 의견에 대강 알고 있다가 51.1%로 가장 높게 나타났고, 자세히 알고 있다 35.9%, 말만 들었을 뿐 잘 모른다 13.0%로 나타났다.

<그림 II-1> 지역품앗이 광명그루 인지 정도



<표 II-2> 지역품앗이 광명그루 인지 정도

구분	빈도	퍼센트
자세히 알고 있다	47	35.9
대강 알고 있다	67	51.1
말만 들었을 뿐 잘 모른다	17	13.0
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루 인지가 어느 정도되는지에서 응답자 특성 요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득 별에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-3> 지역품앗이 광명그루 인지 정도 유의성

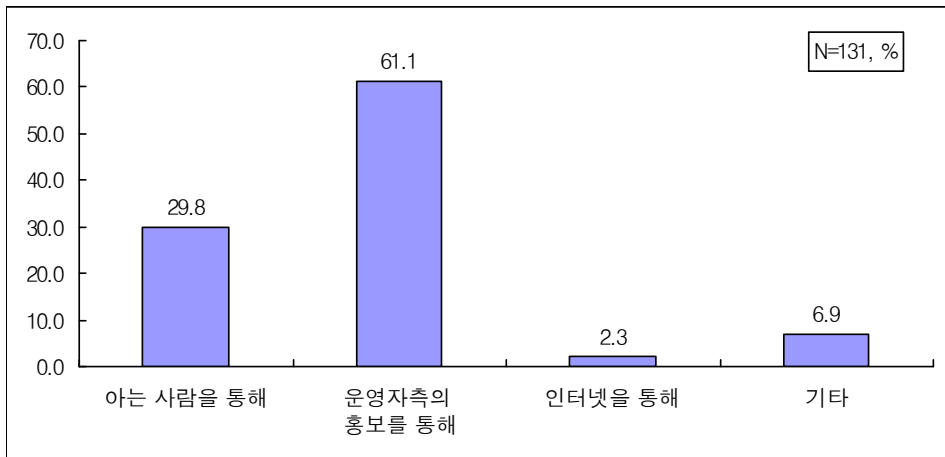
	지역품앗이 광명그루 인지 정도					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	4.039	5.040	5.975	7.720	11.631	16.352

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

② 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법

지역품앗이 광명그루 정보 습득방법은 운영자 측의 홍보를 통해서가 61.1%(80회)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 아는 사람을 통해 29.8%(39회), 기타 6.9%(9회), 인터넷을 통해 2.3%(3회)로 나타났다.

<그림 II-2> 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법



<표 II-4> 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법

구분	빈도	퍼센트
아는 사람을 통해	39	29.8
운영자측의 홍보를 통해	80	61.1
인터넷을 통해	3	2.3
기타	9	6.9
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루의 정보 습득 방법에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서는 차이가 크지 않은 것으로 나타났다.

<표 II-5> 지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법 유의성

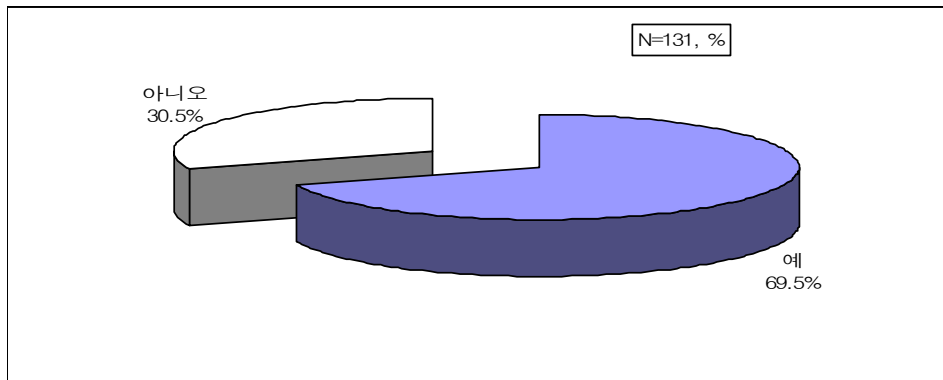
	지역품앗이 광명그루 정보 습득 방법					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	1.891	5.694	11.123	8.273	9.748	10.804

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

③ 지역품앗이 광명그루 가입 여부

지역품앗이 광명그루에 가입을 한 응답자의 비율은 69.5%(91명)로 나타났다.

<그림 II-3> 지역품앗이 광명그루 가입 여부



<표 II-6 > 지역품앗이 광명그루 가입 여부

구분	빈도	퍼센트
예	91	69.5
아니오	40	30.5
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루 가입여부에 따른 연령별 분포를 보면 40대, 30대에서

82.5%, 71.2%로 나타났으나 반면 20대에서는 44.0%로 나타나 연령간 차이를 나타내고 있다. 또한 직업별 분포에서는 서비스/판매종사자가 100%로 가장 높은 비율로 나타났으며, 그다음으로 전문기술직이 88.9%, 주부가 83.0%, 기타가 61.5%로 반면 사무/행정직에서는 41.5%로 나타나 타 직업과의 차이를 잘 나타내고 있다.

<표 II-7> 연령별 지역품앗이 광명그루 가입 여부

구분		광명그루 가입 여부		계
		예	아니오	
연령	20대	11	14	25
		44.0%	56.0%	100.0%
	30대	47	19	66
		71.2%	28.8%	100.0%
	40대	33	7	40
		82.5%	17.5%	100.0%
계	91	40	131	
	69.5%	30.5%	100.0%	

<표 II-8> 직업별 지역품앗이 광명그루 가입 여부

구분		광명그루 가입 여부		계
		예	아니오	
직업	전문기술	16	2	18
		88.9%	11.1%	100.0%
	사무/행정직	17	24	41
		41.5%	58.5%	100.0%
	서비스/판매종사자	6	0	6
		100.0%	0.0%	100.0%
	주부	44	9	53
		83.0%	17.0%	100.0%
	기타	8	5	13
		61.5%	38.5%	100.0%
계	91	40	131	
	69.5%	30.5%	100.0%	

지역품앗이 광명그루 가입 여부에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과

를 보면 직업별에서 가장 큰 차이를 나타냈으며, 연령별에서는 약간의 차이를 반면 성별, 학력별, 종교별, 월소득별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-9> 지역품앗이 광명그루 가입 여부 유의성

	지역품앗이 광명그루 가입 여부					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	0.317	10.942*	1.529	1.379	25.971***	10.974

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

④ 지역품앗이 광명그루 가입 기간

지역품앗이 광명그루에 가입한 회원들의 가입기간 평균은 11.48개월으로 나타났다.

<표 II-10> 지역품앗이 광명그루 가입 기간(단위: 개월)

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
91	1	36	11.48	7.25

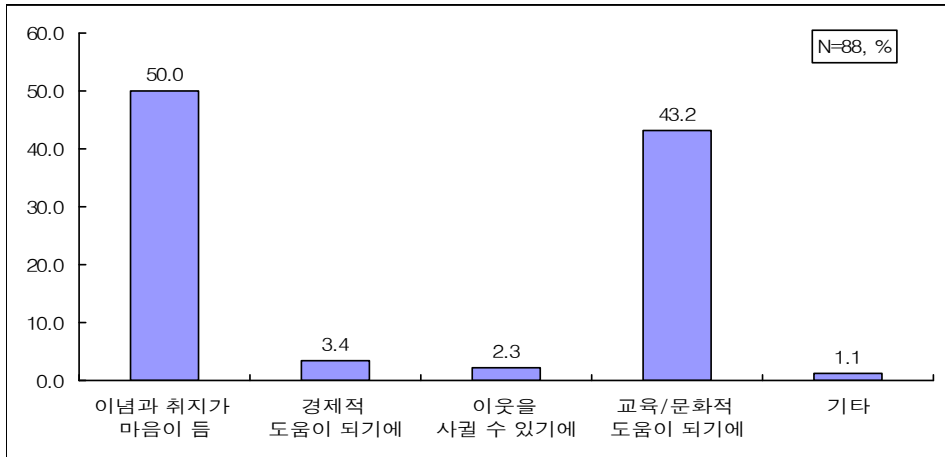
⑤ 지역품앗이 광명그루 가입 동기

지역품앗이 광명그루 가입 동기에 대한 질문에 이념과 취지가 마음에 듦이 50.0%로 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 교육/문화적 도움이 되기에(43.2%), 경제적 도움이 되기에(3.4%), 이웃을 사귄 수 있기에(2.3%), 기타(1.1%) 순이었다.

<표 II-11> 지역품앗이 광명그루 가입 동기

구분	빈도	퍼센트
이념과 취지가 마음에 듦	44	50.0
경제적 도움이 되기에	3	3.4
이웃을 사귄 수 있기에	2	2.3
교육/문화적 도움이 되기에	38	43.2
기타	1	1.1
합계	88	100.0

<그림 II-4> 지역품앗이 광명그루 가입 동기



지역품앗이 광명그루 가입 동기에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-12> 지역품앗이 광명그루 가입 동기 유의성

	지역품앗이 광명그루 가입 동기					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	4.933	8.137	12.462	10.467	9.952	14.800

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

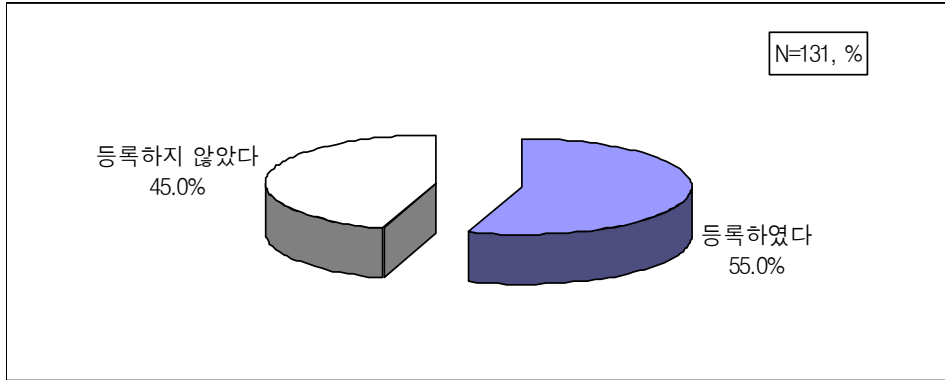
⑥ 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부

지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부 항목에서는 등록하였다가 55.0%(72회), 등록하지 않았다가 45.0%(59회)로 나타났다.

<표 II-13> 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부

구분	빈도	퍼센트
등록하였다	72	55.0
등록하지 않았다	59	45.0

<그림 II-5> 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부



지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록여부에 따른 연령별 비율을 보면 40대와 30대에서 67.5%, 54.5%로 나타났으나 반면 20대에서는 36.0%로 낮은 비율로 나타났다. 또한 직업별 분포를 보면 전문기술직이 83.3%로 가장 높게 나타났으며, 그다음으로 서비스/판매종사자가 66.7%, 주부가 62.3%로 등록을 한 것으로 나타났으나 기타와 사무/행정직에서는 각각 46.2%, 34.1%로 나타나 타 직업과의 차이를 잘 나타내고 있다. 마지막으로 월소득별 분포를 보면 201~300만원에서 72.2%로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 그다음으로 501만원 이상이 66.7%, 401~500만원이 62.1%로 물품·서비스를 등록한 경우가 많았으나 100만원 이하와 301~400만원이 각각 0%, 40%로 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

<표 II-14> 연령별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부

구분		광명그루 물품·서비스 등록 여부		계
		등록하였다	등록하지 않았다	
연령	20대	9	16	25
		36.0%	64.0%	100.0%
	30대	36	30	66
		54.5%	45.5%	100.0%
	40대	27	13	40
		67.5%	32.5%	100.0%
계	72	59	131	
	55.0%	45.0%	100.0%	

<표 II-15> 직업별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부

구분		광명그루 물품·서비스 등록 여부		계
		등록하였다	등록하지 않았다	
직업	전문기술	15	3	18
		83.3%	16.7%	100.0%
	사무/행정직	14	27	41
		34.1%	65.9%	100.0%
	서비스/판매종사자	4	2	6
		66.7%	33.3%	100.0%
	주부	33	20	53
		62.3%	37.7%	100.0%
	기타	6	7	13
		46.2%	53.8%	100.0%
계		72	59	131
		55.0%	45.0%	100.0%

<표 II-16> 월소득별 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부

구분		광명그루 물품·서비스 등록 여부		계
		등록하였다	등록하지 않았다	
월소득	100만원 이하	0	3	3
		0.0%	100.0%	100.0%
	101~200만원	6	6	12
		50.0%	50.0%	100.0%
	201~300만원	26	10	36
		72.2%	27.8%	100.0%
	301~400만원	18	27	45
		40.0%	60.0%	100.0%
	401~500만원	18	11	29
		62.1%	37.9%	100.0%
501만원 이상	4	2	6	
	66.7%	33.3%	100.0%	
계		72	59	131
		55.0%	45.0%	100.0%

지역품앗이 광명그루의 물품 및 서비스 등록 여부에 대한 응답자 특성요인 차이검증결과를 보면 월소득별, 직업별, 연령별에서는 차이가 있는 것으로

나타났으며, 반면 성별, 학력별, 종교별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-17> 지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부 유의성

	지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	0.490	6.176*	4.641	3.735	14.911**	13.106**

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

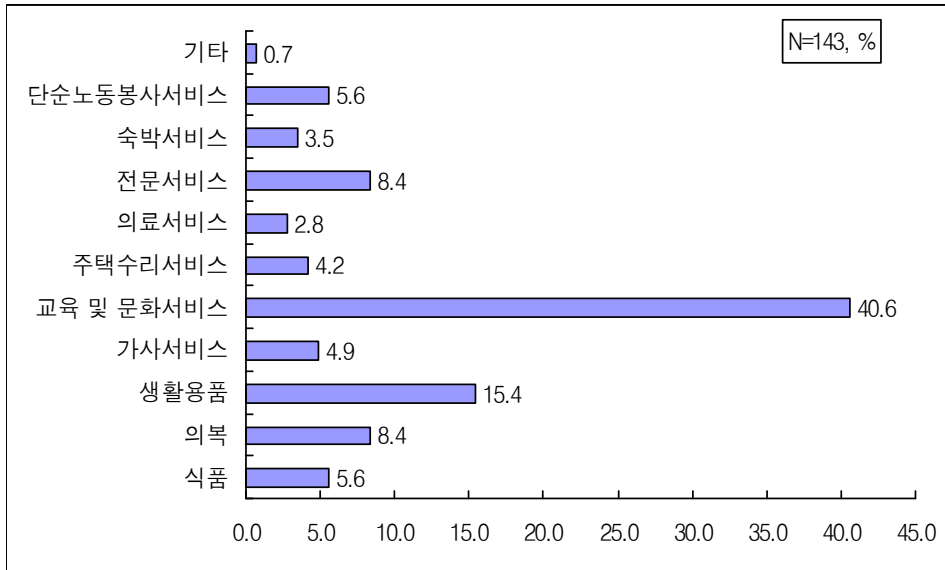
⑦ 지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목·서비스

지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목 및 서비스에서는 교육 및 문화서비스가 40.6%로 가장 높게 나타났으며, 생활용품(15.4%), 전문서비스(8.4%), 의복(8.4%)등의 순으로 나타났다.

<표 II-18> 지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목·서비스

구분	빈도	퍼센트
식품	8	5.6
의복	12	8.4
생활용품	22	15.4
가사서비스	7	4.9
교육 및 문화서비스	58	40.6
주택수리서비스	6	4.2
의료서비스	4	2.8
전문서비스	12	8.4
숙박서비스	5	3.5
단순노동봉사서비스	8	5.6
기타	1	0.7
합계	143	100.0

<그림 II-6> 지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목·서비스



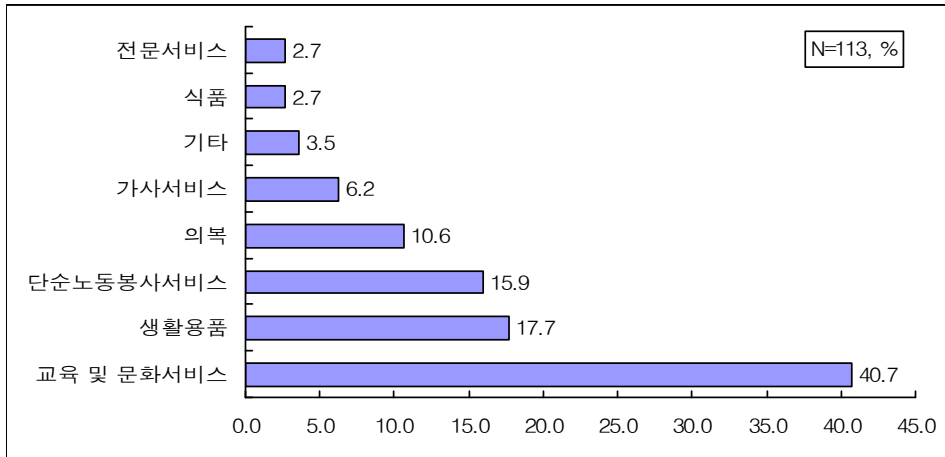
⑧ 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목·서비스

지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목 및 서비스에서도 교육 및 문화서비스가 40.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 생활용품 17.7%등으로 나타났다.

<표 II-19> 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목·서비스

구분	빈도	퍼센트
식품	3	2.7
의복	12	10.6
생활용품	20	17.7
가사서비스	7	6.2
교육 및 문화서비스	46	40.7
전문서비스	3	2.7
단순노동봉사서비스	18	15.9
기타	4	3.5
합계	113	100.0

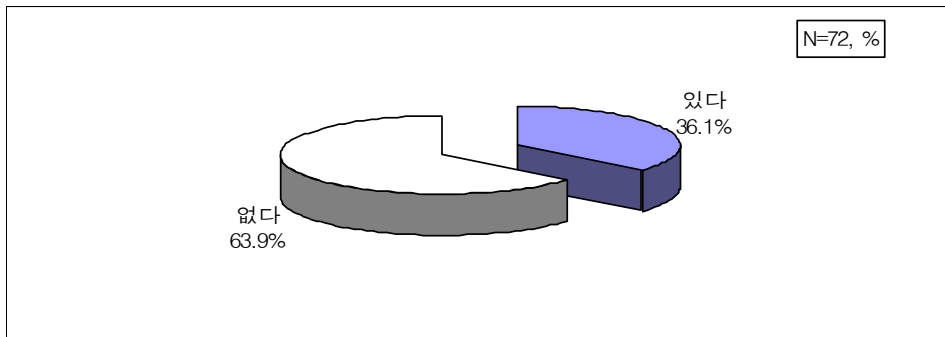
<그림 II-7> 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록된 품목·서비스



⑨ 등록된 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부

지역품앗이 광명그루에서 등록된 품목 및 서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부를 묻는 항목에서는 없다가 63.9%, 있다가 36.1%로 나타났다.

<그림 II-8> 등록된 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부



<표 II-20> 등록된 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부

구분	빈도	퍼센트
있다	26	36.1
없다	46	63.9
합계	72	100.0

등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입 및 제공할 의사여부에 대한 학력별 비율을 보면 4년제 대학에서만 51.7%로 제공하겠다고 응답을 한 반면 2년제 대학과 고졸이하에서는 각각 11.1%, 12.5%로 나타나 차이가 큼을 잘 나타내고 있다.

<표 II-21> 학력별 등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부

		품목·서비스를 구입, 제공의사 여부		계
		있다	없다	
학력별	고졸 이하	2	14	16
		12.5%	87.5%	100.0%
	2년제대학	1	8	9
		11.1%	88.9%	100.0%
	4년제대학	15	14	29
		51.7%	48.3%	100.0%
	대학원 이상	8	10	18
		44.4%	55.6%	100.0%
계	26	46	72	
	36.1%	63.9%	100.0%	

지역품앗이 광명그룹에 등록한 품목 및 서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 학력별에서만 차이가 있는 것으로 나타났으며, 성별, 연령별, 종교별, 직업별, 월소득별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

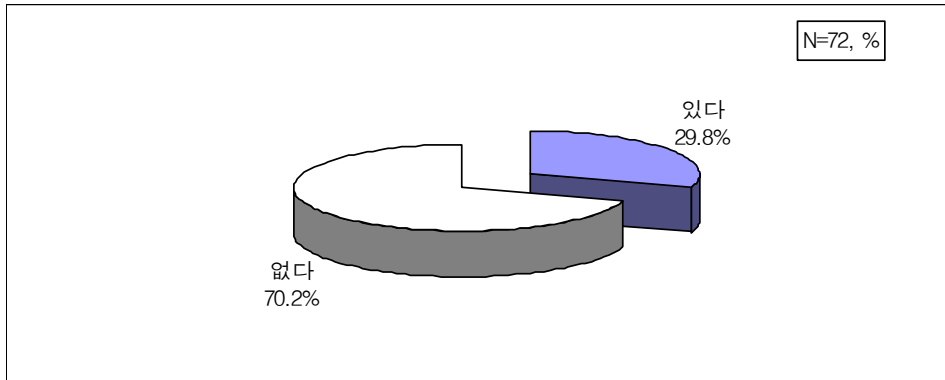
<표 II-22> 등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부 유의성

	등록한 품목·서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	3.402	1.003	9.910**	0.983	2.834	2.575

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

⑩ 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부
 지역품앗이 광명그루에 타인이 등록한 품목 및 서비스를 구입, 제공을
 위해 타인과 연락 여부를 묻는 항목에서 없다가 70.2%(92회), 있다가
 29.8%(39회)로 나타났다.

<그림 II-9> 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부



<표 II-23> 타인이 등록한 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부

구분	빈도	퍼센트
있다	39	29.8
없다	92	70.2
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루에 타인이 등록한 품목 및 서비스 구입, 제공을 위해
 타인과 연락 여부에 대한 연령별 분포를 보면 40대에서 47.5%가 연락을 한
 것으로 나타났으나 30대에서는 25.8%, 20대에서는 12.0%로 연령간 차이가
 있음을 잘 나타내고 있다.

<표 II-24> 연령별 타인이 등록된 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부

구분		품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부		계
		있다	없다	
연령	20대	3	22	25
		12.0%	88.0%	100.0%
	30대	17	49	66
		25.8%	74.2%	100.0%
	40대	19	21	40
		47.5%	52.5%	100.0%
계		39	92	131
		29.8%	70.2%	100.0%

지역품앗이 광명그룹에 타인이 등록된 품목 및 서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 연령별에서만 차이가 있다는 것을 알 수 있으며, 성별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-25>타인이 등록된 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부 유의성

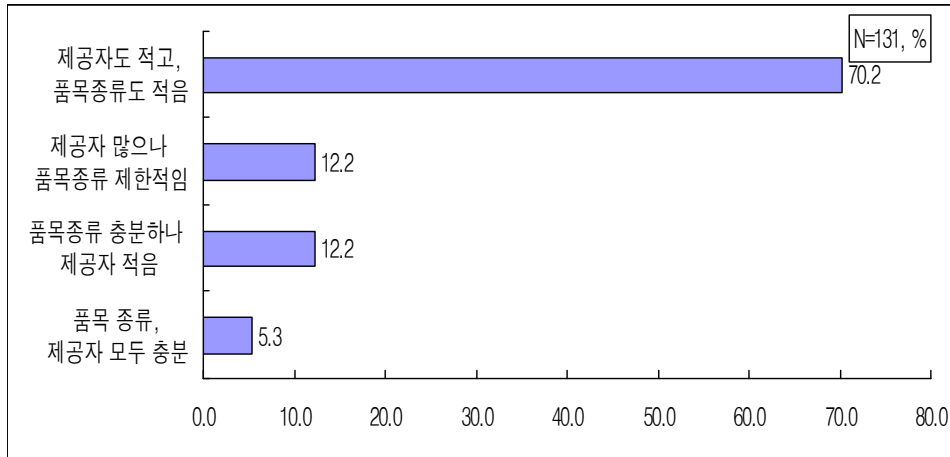
	타인이 등록된 품목·서비스 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	1.092	10.298**	0.744	6.169	5.776	9.009

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

⑪ 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도

지역품앗이 광명그룹에서 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도에 대한 의견에 개인적으로 1-2회 연락 후가 43.6%로 가장 높게 나타났으며, 운영자가 직접 연결이 30.8%, 수차례 시도했으나 구입 못함 20.5%, 여러 번 시도가 5.1%로 나타났다.

<그림 II-10> 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도



<표 II-26> 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도

구분	빈도	퍼센트
운영자가 직접	12	30.8
개인적 1~2회 연락후	17	43.6
여러 번 시도	2	5.1
수차례 시도했으나 구입못함	8	20.5
합계	39	100.0

지역품앗이 광명그루에서 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도에서 월소득별 분포를 보면 201~300만원과 301~400만원, 501만원 이상에서 개인적 1~2회 연락을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 401~500만원에서는 운영자가 직접한다가 46.2%로 가장 높은 것으로 나타나 월소득간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

<표 II-27> 월소득별 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도

구분		연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도				Total	
		운영자가 직접	개인적 1~2회 연락	여러번 시도	구입못함		
월소득	101~200만원	0	0	1	0	1	
		0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	
	201~300만원	3	5	1	4	13	
		23.1%	38.5%	7.7%	30.8%	100.0%	
	301~400만원	3	5	0	2	10	
		30.0%	50.0%	0.0%	20.0%	100.0%	
	401~500만원	6	5	0	2	13	
		46.2%	38.5%	0.0%	15.4%	100.0%	
	501만원 이상	0	2	0	0	2	
		0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
	계		12	17	2	8	39
			30.8%	43.6%	5.1%	20.5%	100.0%

지역품앗이 광명그루에서 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정의 정도에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 월소득별에서만 차이가 있다는 것을 알 수 있으며, 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-28> 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도 유의성

	연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	1.766	4.914	9.329	7.249	14.393	24.772*

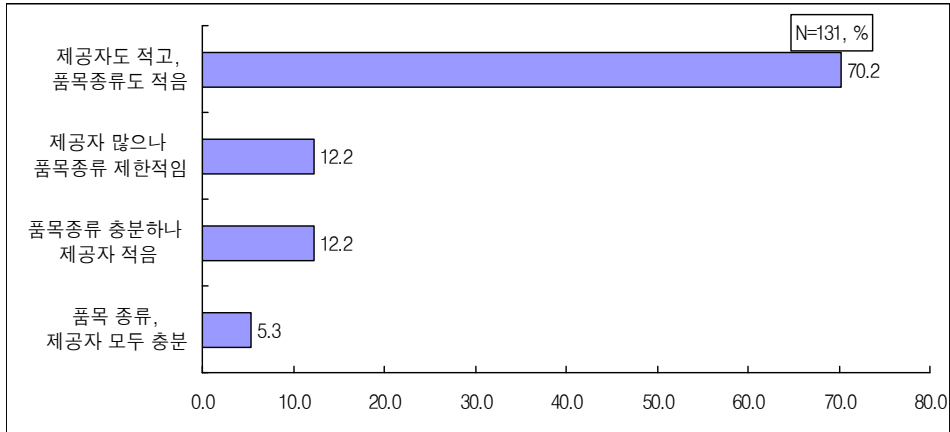
*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

⑫ 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가

지역품앗이 광명그루에 등록된 거래 품목에 대한 평가를 묻는 항목에서는 제공자도 적고 품목 종류도 적다는 비율이 70.2%로 다른 평가에 비해 압도

적으로 나타났으며, 제공자 많으나 품목 종류 제한적임(12.2%), 품목 종류 충분하나 제공자 적음(12.2%), 품목 종류, 제공자 모두 충분(5.3%) 순이었다.

<그림 II-11> 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가



<표 II-29> 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가

구분	빈도	퍼센트
품목 종류, 제공자 모두 충분	7	5.3
품목종류 충분하나 제공자 적음	16	12.2
제공자 많으나 품목종류 제한적임	16	12.2
제공자도 적고, 품목종류도 적음	92	70.2
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루에 등록된 거래 품목에 대한 평가에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-30> 지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가 유의성

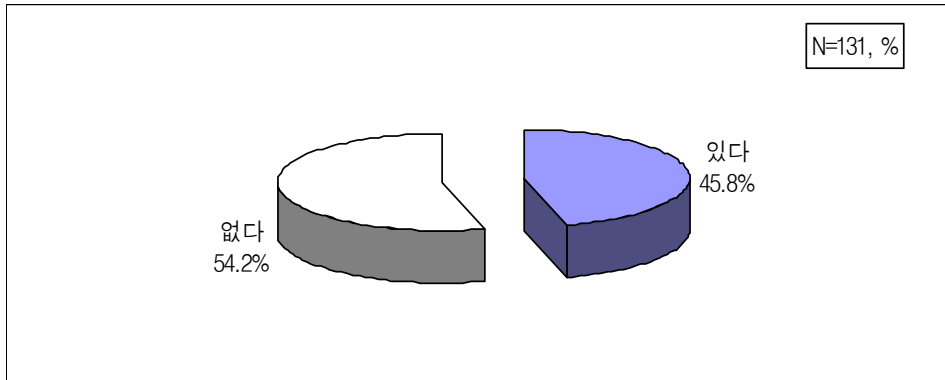
	지역품앗이 광명그루 등록된 거래 품목에 대한 평가					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	5.775	6.475	7.694	8.084	12.452	13.511

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

⑬ 지역품앗이 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부

지역품앗이 광명그루를 통해 품목 및 서비스를 직접 교환거래한 경험 여부를 묻는 항목에서는 없다가 54.2%(71회), 있다가 45.8%(60회)로 나타났다.

<그림 II-12> 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부



<표 II-31> 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부

구분	빈도	퍼센트
있다	60	45.8
없다	71	54.2
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루를 통해 품목 및 서비스를 직접 교환거래 경험 여부에 대한 직업별 분포를 보면 서비스/판매종사자와 전문기술직에서 각각 83.3%, 66.7%로 교환거래 경험이 있다고 나타났으나 반면 사무/행정직과 주부, 기타가 각각 70.7%, 52.8%, 53.8%로 경험이 없다는 의견이 높게 나타나 직업 간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

<표 II-32> 직업별 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부

구분		교환거래 경험 여부		계	
		있다	없다		
직업	전문기술	12	6	18	
		66.7%	33.3%	100.0%	
	사무/행정직	12	29	41	
		29.3%	70.7%	100.0%	
	서비스/판매종사자	5	1	6	
		83.3%	16.7%	100.0%	
	주부	25	28	53	
		47.2%	52.8%	100.0%	
	기타	6	7	13	
		46.2%	53.8%	100.0%	
	계		60	71	131
			45.8%	54.2%	100.0%

지역품앗이 광명그루를 통해 품목 및 서비스를 직접 교환거래 경험 여부에
서 응답자 특성요인에 대한 차이검증 결과를 보면 직업별에서만 차이가 있
는 것으로 나타났다.

<표 II-33> 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부 유의성

	지역품앗이 광명그루를 통해 품목·서비스 직접 교환거래 경험 여부					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	1.385	4.591	1.959	4.417	11.117*	8.536

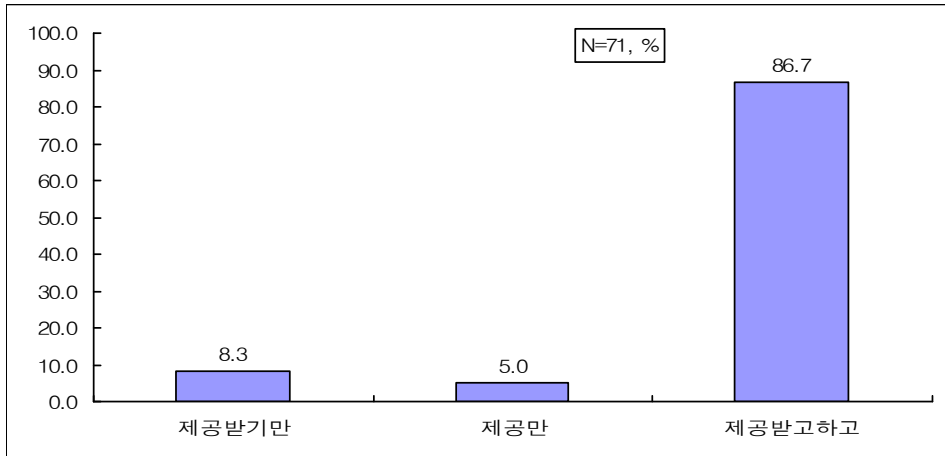
*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

2) 지역품앗이 광명그루에 교환거래 경험자 항목

① 교환 거래 형태

지역품앗이 광명그루에 교환거래 경험자 항목 중 교환거래 형태를 묻는 질문에서는 제공 받고 제공하기도 한다가 86.7%(52회)로 압도적으로 많았으며, 제공받기만 한다 8.3%(5회), 제공만 한다 5.0%(3회)로 나타났다.

<그림 II-13> 교환 거래 형태



<표 II-34> 교환 거래 형태

구분	빈도	퍼센트
제공받기만	5	8.3
제공만	3	5.0
제공받고하고	52	86.7
합계	60	100.0

지역품앗이 광명그루의 교환 거래 형태에서 연령별 분포를 보면 40대가 90.9%, 30대가 90.3%로 제공받고 한다는 응답이 높은 것으로 나타났으나 20대에서는 57.1%로 나타나 연령간 차이가 약간 있음을 잘 나타내고 있다. 또한 월소득별에서도 제공받고 한다는 의견이 타 의견보다 높게 나타났고, 그 중에서 401~500만원이 100%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 301~400만원이 87.5%, 201~300만원이 85.7%로 높은 비율을 보였으나 501만원 이상과 101~200만원에서는 각각 66.7%, 50.0%로 나타나 월소득간에서도 약간의 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 II-35> 연령별 교환 거래 형태

구분		교환 거래 형태			계
		제공받기만	제공만	제공받고하고	
연령	20대	1	2	4	7
		14.3%	28.6%	57.1%	100.0%
	30대	3	0	28	31
		9.7%	0.0%	90.3%	100.0%
	40대	1	1	20	22
		4.5%	4.5%	90.9%	100.0%
계	5	3	52	60	
	8.3%	5.0%	86.7%	100.0%	

<표 II-36> 월소득별 교환 거래 형태

구분		교환 거래 형태			계
		제공받기만	제공만	제공받고하고	
가족월소득	101~200만원	1	1	2	4
		25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
	201~300만원	2	1	18	21
		9.5%	4.8%	85.7%	100.0%
	301~400만원	2	0	14	16
		12.5%	0.0%	87.5%	100.0%
	401~500만원	0	0	16	16
		0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
	501만원 이상	0	1	2	3
		0.0%	33.3%	66.7%	100.0%
	계	5	3	52	60
		8.3%	5.0%	86.7%	100.0%

지역품앗이 광명그루의 교환 거래 형태에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 연령별, 월소득별에서만 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 II-37> 교환 거래 형태 유의성

	교환 거래 형태					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	2.032	10.879*	4.808	6.590	7.992	13.995*

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

② 교환 거래 회수

<표 II-38> 교환 거래 회수(N=60)

구분	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
제공받은 거래 회수	0	30	7.35	7.27
제공한 거래 회수	0	30	6.83	6.41

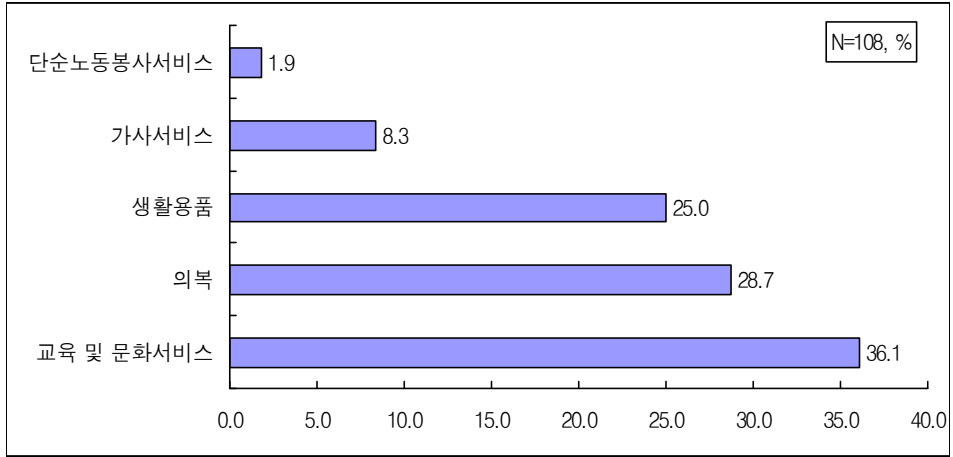
③ 거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스

지역품앗이 광명그루 거래한 품목 중 제공받은 품목 및 서비스에서는 교육 및 문화 서비스(36.1%)가 가장 많이 나타났고, 의복(28.7%), 생활용품(25.2%), 가사서비스(8.3%), 단순노동봉사서비스(1.9%) 순으로 나타났다.

<표 II-39> 거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스

구분	빈도	퍼센트
식품	0	0.0
의복	31	28.7
생활용품	27	25.0
가사서비스	9	8.3
교육 및 문화서비스	39	36.1
주택수리서비스	0	0.0
의료서비스	0	0.0
전문서비스	0	0.0
숙박서비스	0	0.0
단순노동봉사서비스	2	1.9
기타	0	0.0
합계	108	100.0

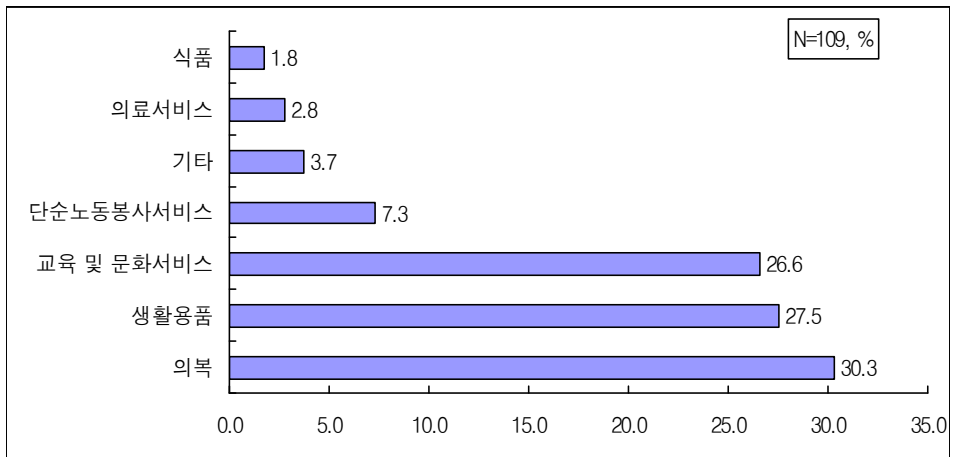
<그림 II-14> 거래한 품목 중 제공받은 품목·서비스



④ 거래한 품목 중 제공한 품목·서비스

지역품앗이 광명그루에서 거래한 품목 중 제공한 품목 및 서비스는 의복 (29.2%)이 가장 많았으며, 생활용품(26.5%), 교육 및 문화서비스(25.7%), 단순 노동봉사(7.1%) 등 순으로 나타났다.

<그림 II-15>거래한 품목 중 제공한 품목·서비스(다중선택)



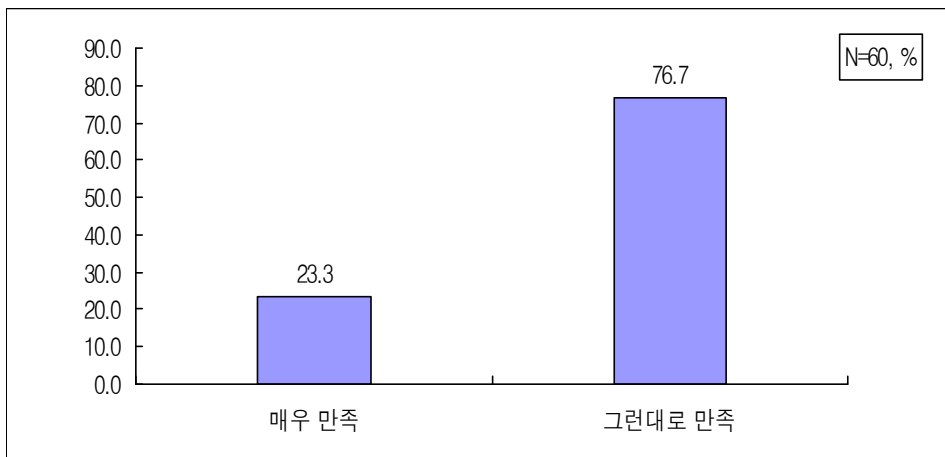
<표 II-40> 거래한 품목 중 제공한 품목·서비스(다중선택)

구분	빈도	퍼센트
식품	2	1.8
의복	33	29.2
생활용품	30	26.5
가사서비스	0	0.0
교육 및 문화서비스	29	25.7
주택수리서비스	0	0.0
의료서비스	3	2.7
전문서비스	0	0.0
숙박서비스	0	0.0
단순노동봉사서비스	8	7.1
기타	4	3.5
합계	109	96.5

⑤ 교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도

지역품앗이 광명그루에서 교환거래 이후 거래한 품목 및 서비스에 대한 만족도 조사 항목에서 그런대로 만족한다가 76.7%, 매우 만족한다가 23.3%로 나타났다.

<그림 II-16>교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도



<표 II-41> 교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도

구분	빈도	퍼센트
매우 만족	14	23.3
그런대로 만족	46	76.7
합계	60	100.0

지역품앗이 광명그룹에 교환거래 이후 거래한 품목 및 서비스에 대한 만족 정도에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-42> 교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도 유의성

	교환거래 이후 거래한 품목·서비스에 대한 만족 정도					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	0.138	1.827	0.542	2.821	4.230	3.467

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

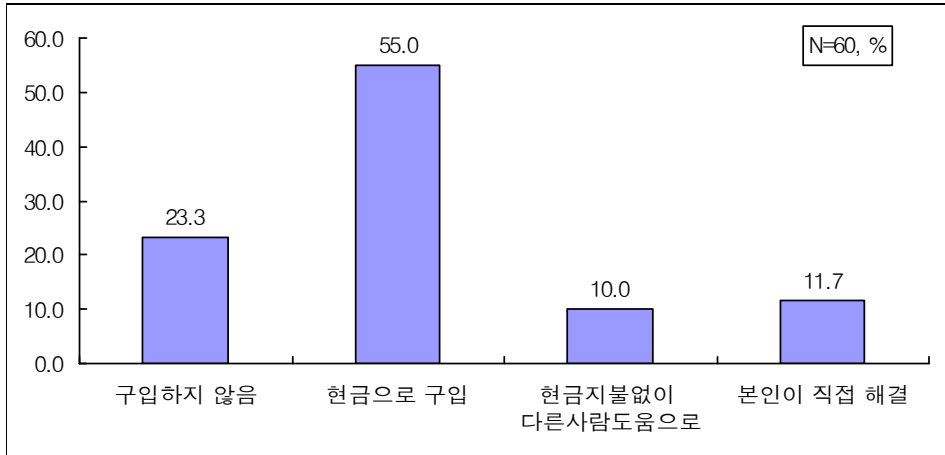
⑥ 만일 광명그룹을 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법

만일 지역품앗이 광명그룹을 통한 거래가 없었다면 거래품목의 구입 방법에 대한 질문에 현금으로 구입이 55.0%로 가장 높게 나타났으며, 구입하지 않음 23.3%, 본인이 직접 해결이 11.7%, 현금 지불없이 다른 사람 도움으로 10.0%로 나타났다.

<표 II-43> 광명그룹을 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법

구분	빈도	퍼센트
구입하지 않음	14	23.3
현금으로 구입	33	55.0
현금지불없이 다른사람 도움으로	6	10.0
본인이 직접 해결	7	11.7
합계	60	100.0

<그림 II-17>광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법



지역품앗이 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-44> 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법 유의성

	만일 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목 구입 방법					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	3.784	6.242	5.834	13.265	6.400	10.101

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

⑦ 향후 지역품앗이 광명그루를 통한 교환거래 의향 여부

향후 지역품앗이 광명그루를 통한 교환거래 의향 여부를 묻는 질문에서는 교환거래를 할 것이다가 100.0%(60회)로 나타났다.

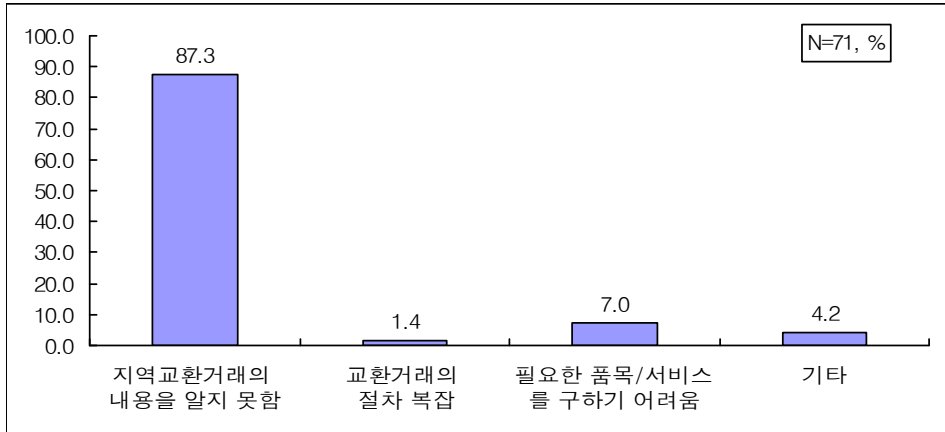
3) 지역품앗이 광명그루에 교환거래 무경험자 항목

① 교환거래를 하지 않는 이유

지역품앗이 광명그루에 교환거래 무경험자 항목에서 교환거래를 하지 않은

이유를 묻는 항목에 지역교환거래의 내용을 알지 못함(87.3%)으로 가장 높은 것으로 나타났다.

<그림 II-18> 교환거래를 하지 않는 이유



<표 II-45> 교환거래를 하지 않는 이유

구분	빈도	퍼센트
지역교환거래의 내용을 알지 못함	62	87.3
교환거래의 절차 복잡	1	1.4
필요한 품목/서비스를 구하기 어려움	5	7.0
기타	3	4.2
합계	71	100.0

지역품앗이 광명그루에 교환거래를 하지 않는 이유에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-46> 교환거래를 하지 않는 이유 유의성

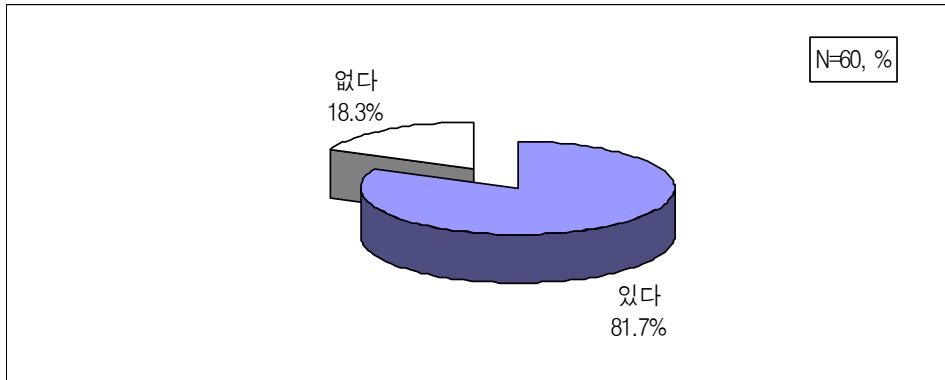
	교환거래를 하지 않는 이유					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	2.998	6.745	11.652	9.715	19.731	11.600

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

② 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부

지역품앗이 광명그루에 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부를 묻는 질문에 의향이 있다가 81.7%, 의향이 없다가 18.3%로 나타났다.

<그림 II-19> 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부



<표 II-47> 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부

구분	빈도	퍼센트
있다	58	81.7
없다	13	18.3
합계	71	100.0

지역품앗이 광역그루에 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-48> 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부 유의성

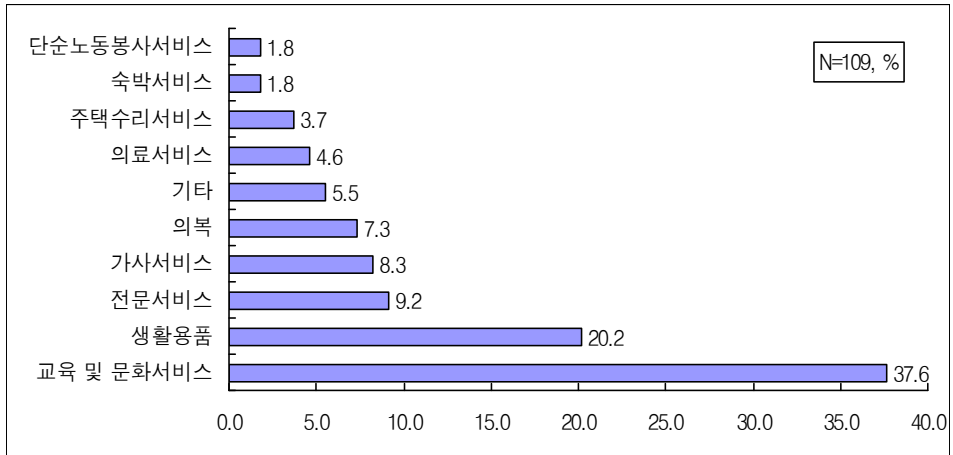
	교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	0.618	0.875	0.515	2.880	4.810	6.971

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

③ 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목·서비스

지역품앗이 광명그루에 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목 및 서비스를 묻는 질문에 교육 및 문화서비스(37.6%)로 가장 높게 나타났고, 생활용품 (20.2%), 전문서비스(9.2%)등으로 나타났다.

<그림 II-20> 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목·서비스



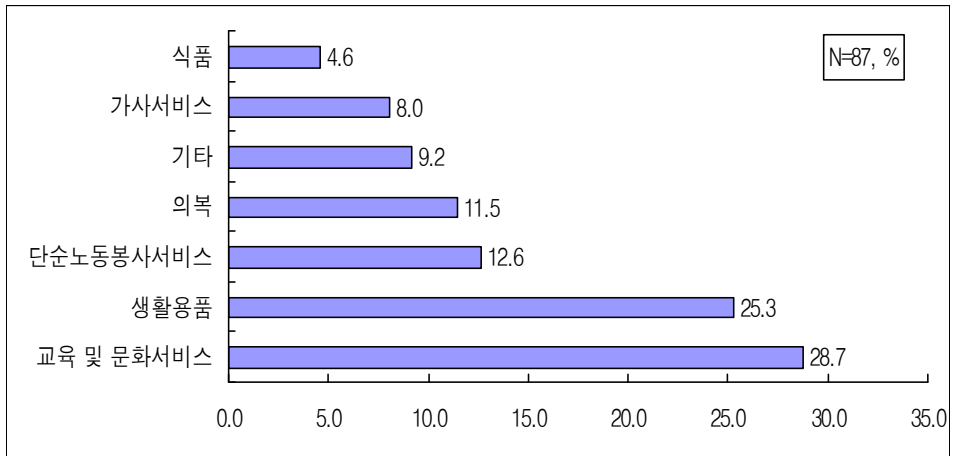
<표 II-49> 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목·서비스

구분	빈도	퍼센트
의복	8	7.3
생활용품	22	20.2
가사서비스	9	8.3
교육 및 문화서비스	41	37.6
주택수리서비스	4	3.7
의료서비스	5	4.6
전문서비스	10	9.2
숙박서비스	2	1.8
단순노동봉사서비스	2	1.8
기타	6	5.5
합계	109	100.0

④ 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목·서비스

지역품앗이 광명그루에 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목에 대한 의견에 교육 및 문화서비스(28.7%)로 가장 높게 나타났고, 생활용품(25.3%), 단순노동봉사서비스(12.6%)등의 순으로 나타났다.

<그림 II-21> 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목·서비스



<표 II-50> 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목·서비스

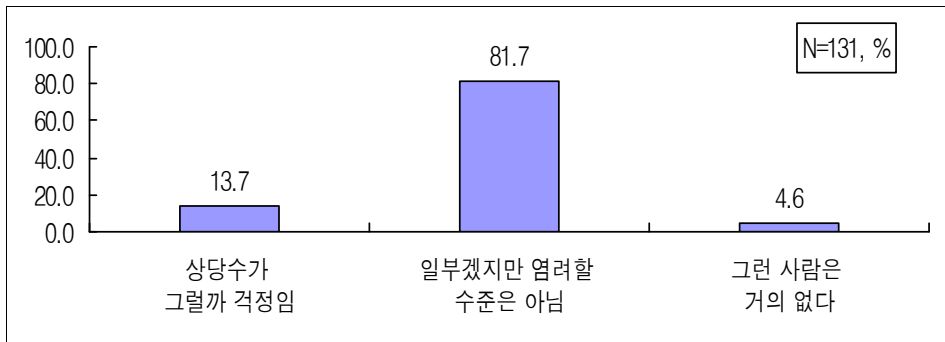
구분	빈도	퍼센트
식품	4	4.6
의복	10	11.5
생활용품	22	25.3
가사서비스	7	8.0
교육 및 문화서비스	25	28.7
단순노동봉사서비스	11	12.6
기타	8	9.2
합계	87	100.0

4) 지역품앗이 광명그루에 교환거래 공통적인 항목

① 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도

지역품앗이 광명그루의 회원 중 품목 및 서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상 정도를 묻는 질문에 일부겠지만 염려할 수준은 아니다가 81.7%가 가장 많았으며 상당수가 그럴까 걱정이다가 13.7%, 그런 사람은 거의 없다가 4.6%로 나타났다.

<그림 II-22> 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도



<표 II-51> 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도

구분	빈도	퍼센트
상당수가 그럴까 걱정임	18	13.7
일부겠지만 염려할 수준은 아님	107	81.7
그런 사람은 거의 없다	6	4.6
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루의 회원 중 품목 및 서비스를 제공받기만 하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-52> 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도 유의성

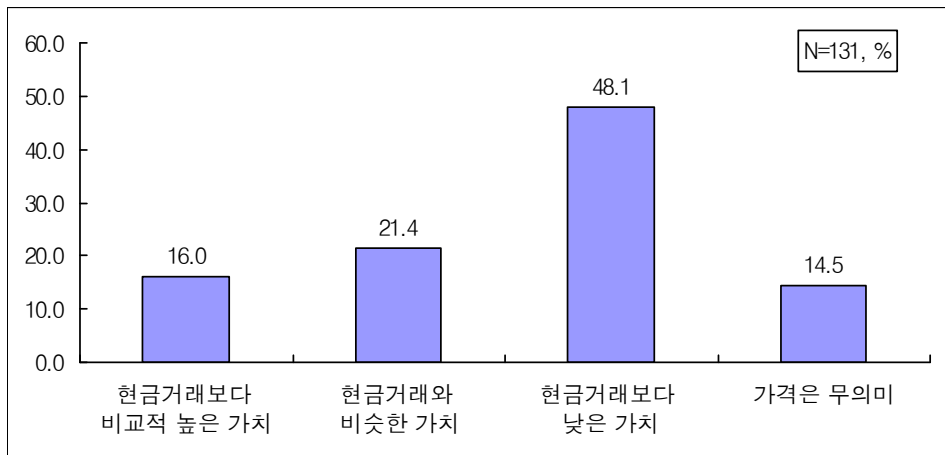
	회원 중 품목서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	1.792	5.861	2.218	2.397	2.397	6.434

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

② 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도

지역품앗이 광명그룹에 교환거래 되는 품목 및 서비스는 실제 현금거래와의 비교 가치를 묻는 항목에 현금거래보다 낮은 가치가 48.1%로 가장 높게 나타났고, 현금거래와 비슷한 가치가 21.4%, 현금거래보다 비교적 높은 가치 16.0%, 가격은 무의미 14.5%로 나타났다.

<그림 II-23> 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도



<표 II-53> 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도

구분	빈도	퍼센트
현금거래보다 비교적 높은 가치	21	16.0
현금거래와 비슷한 가치	28	21.4
현금거래보다 낮은 가치	63	48.1
가격은 무의미	19	14.5

지역품앗이 광명그루에 교환 거래되는 품목 및 서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-54> 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도 유의성

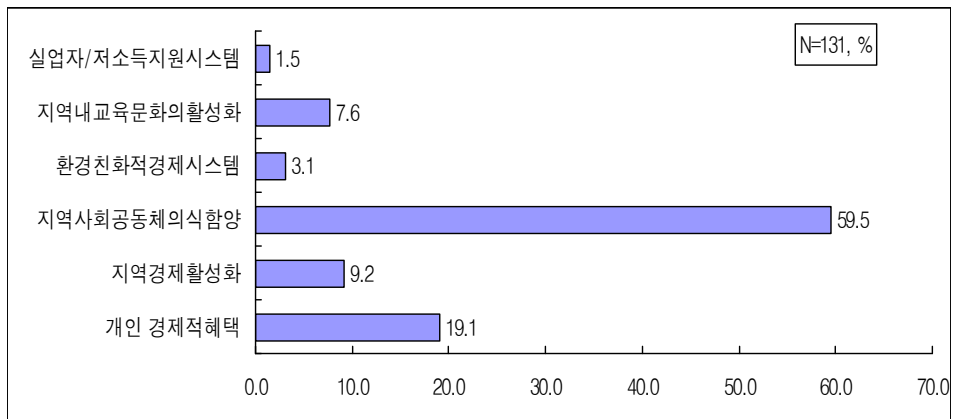
	회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	7.456	2.770	3.621	3.689	10.075	14.392

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

③ 지역품앗이 광명그루의 장점 1, 2순위

지역품앗이 광명그루의 장점 1순위는 지역사회 공동체의식 함양이 59.5%로 나타났으며, 2순위는 지역내 교육문화의 활성화가 30.5%로 나타났다.

<그림 II-24> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위



<표 II-55> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위

구분	빈도	퍼센트
개인 경제적혜택	25	19.1
지역경제활성화	12	9.2
지역사회공동체의식함양	78	59.5
환경친화적경제시스템	4	3.1
지역내교육문화의활성화	10	7.6
실업자/저소득지원시스템	2	1.5
합계	131	100.0

<표 II-56> 연령별 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위

		지역품앗이 광명그루의 장점 1순위						계
		개인 경제적 혜택	지역 경제 활성화	지역사회 공동체 의식함양	환경친화 적경제 시스템	지역내 교육문화의 활성화	실업자/ 저소득 지원시스템	
연령	20대	5	4	13	3	0	0	25
		20.0%	16.0%	52.0%	12.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	30대	12	8	42	1	3	0	66
		18.2%	12.1%	63.6%	1.5%	4.5%	0.0%	100.0%
	40대	8	0	23	0	7	2	40
		20.0%	0.0%	57.5%	0.0%	17.5%	5.0%	100.0%
계		25	12	78	4	10	2	131
		19.1%	9.2%	59.5%	3.1%	7.6%	1.5%	100.0%

<표 II-57> 월소득별 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위

		지역품앗이 광명그루의 장점 1순위						계
		개인 경제적 혜택	지역 경제 활성화	지역사회 공동체의식 함양	환경친화 적경제 시스템	지역내 교육문화의 활성화	실업자/ 저소득지원 시스템	
월 소 득	100만 원 이하	0	0	2	0	0	1	3
		0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%	33.3%	100.0%
	101~2 00만원	2	1	8	1	0	0	12
		16.7%	8.3%	66.7%	8.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	201~3 00만원	8	1	23	1	3	0	36
		22.2%	2.8%	63.9%	2.8%	8.3%	0.0%	100.0%
	301~4 00만원	8	6	25	1	4	1	45
		17.8%	13.3%	55.6%	2.2%	8.9%	2.2%	100.0%
401~5 00만원	7	2	17	0	3	0	29	
	24.1%	6.9%	58.6%	0.0%	10.3%	0.0%	100.0%	
501만 원 이상	0	2	3	1	0	0	6	
	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%	
계	25	12	78	4	10	2	131	
	19.1%	9.2%	59.5%	3.1%	7.6%	1.5%	100.0%	

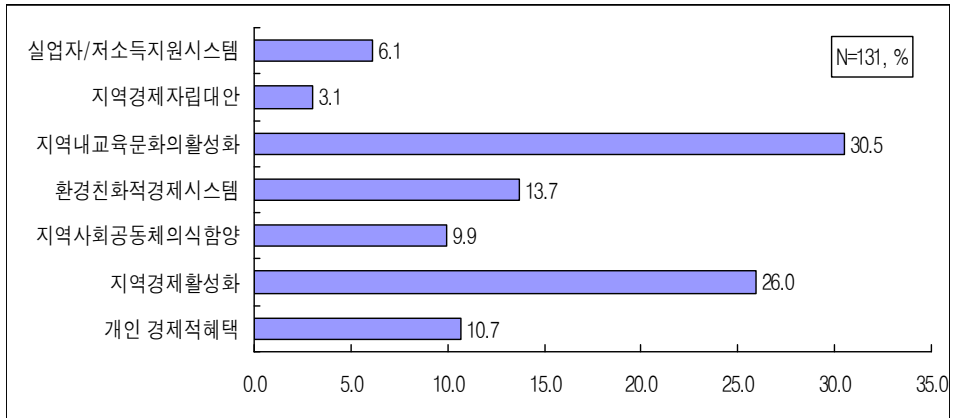
지역품앗이 광명그루의 장점 1순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증 결과를 보면 연령별과 월소득별에서만 약간의 차이가 있는 것으로 나타났으며, 반면 성별, 학력별, 종교별, 직업별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-58> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위 유의성

	지역품앗이 광명그루의 장점 1순위					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	3.203	26.752**	15.160	15.151	18.984	38.669*

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

<그림 II-25> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위



<표 II-59> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위

구분	빈도	퍼센트
개인 경제적혜택	14	10.7
지역경제활성화	34	26.0
지역사회공동체의식함양	13	9.9
환경친화적경제시스템	18	13.7
지역내교육문화의활성화	40	30.5
지역경제자립대안	4	3.1
실업자/저소득지원시스템	8	6.1
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루의 장점 2순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이점 검증결과를 보면 모두에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-60> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위 유의성

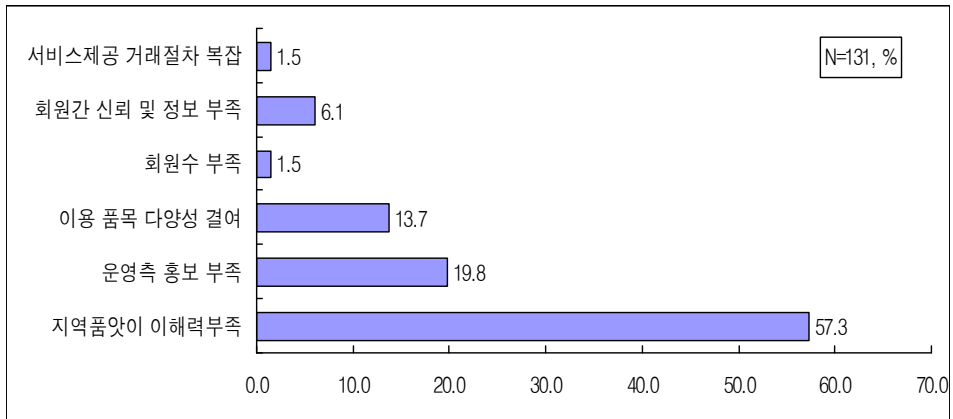
	지역품앗이 광명그루의 장점 2순위					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	7.205	5.674	18.046	10.528	26.294	34.956

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

④ 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1, 2순위

지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위는 지역품앗이 이해력부족이 57.3%로 나타났고, 2순위는 운영측 홍보 부족이 37.4%로 나타났다.

<그림 II-26> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위



<표 II-61> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위

구분	빈도	퍼센트
지역품앗이 이해력부족	75	57.3
운영측 홍보 부족	26	19.8
이용 품목 다양성 결여	18	13.7
회원수 부족	2	1.5
회원간 신뢰 및 정보 부족	8	6.1
서비스제공 거래절차 복잡	2	1.5
합계	131	100.0

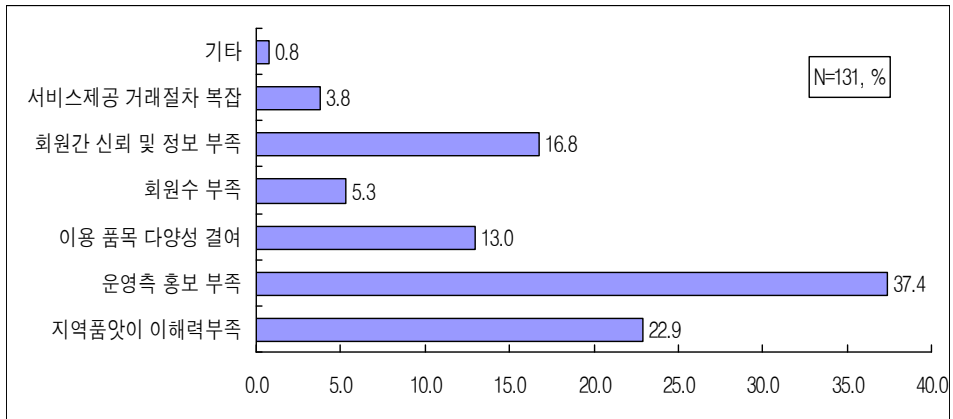
지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-62> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위 유의성

	지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	1.919	15.922	14.211	17.579	13.223	23.430

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

<그림 II-27> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위



<표 II-63> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위

구분	빈도	퍼센트
지역품앗이 이해력부족	30	22.9
운영측 홍보 부족	49	37.4
이용 품목 다양성 결여	17	13.0
회원수 부족	7	5.3
회원간 신뢰 및 정보 부족	22	16.8
서비스제공 거래절차 복잡	5	3.8
기타	1	0.8
합계	131	100.0

지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서도 1순위와 마찬가지로 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-64> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위 유의성

	지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	9.727	15.198	8.019	13.516	24.665	34.321

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

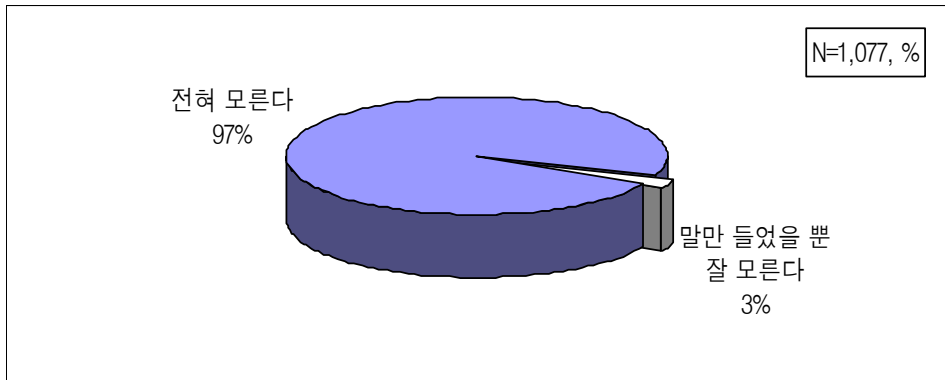
3. 지역품앗이 광명그루에 관한 광명 일반 시민 부문

1) 지역품앗이 광명그루에 관한 일반적인 항목

① 지역품앗이 광명그루 인지 정도

지역품앗이 광명그루에 관한 광명 일반 시민의 인지를 조사하는 항목에 대해 전혀 모른다가 97%이고, 말만 들었을 뿐 잘 모른다가 3%로 나타났다.

<그림 II-28> 지역품앗이 광명그루 인지 정도



<표 II-65> 지역품앗이 광명그루 인지 정도

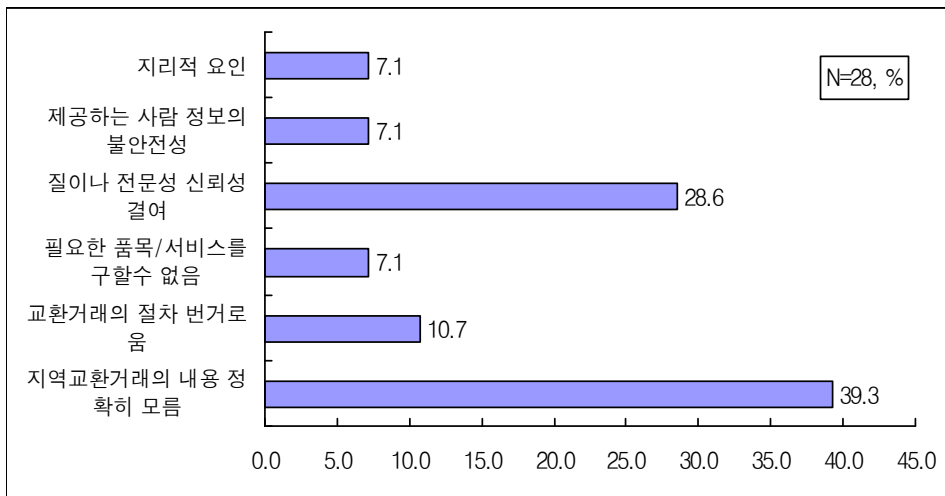
구분	빈도	퍼센트
말만 들었을 뿐 잘 모른다	28	2.6
전혀 모른다	1,049	97.4
합계	1,077	100.0

2) 지역품앗이 광명그루에 교환거래 무경험자 항목

① 교환거래를 하지 않는 이유

지역품앗이 광명그루에 교환거래 무경험자 항목중 교환거래를 하지 않는 이유를 묻는 질문에 지역교환거래의 내용 정확히 모름(39.3%)이 가장 많이 나타났고, 질이나 전문성 신뢰성 결여(28.6%)등으로 나타났다.

<그림 II-29> 교환거래를 하지 않는 이유



<표 II-66> 교환거래를 하지 않는 이유

구분	빈도	퍼센트
지역교환거래의 내용 정확히 모름	11	39.3
교환거래의 절차 번거로움	3	10.7
필요한 품목/서비스를 구할수 없음	2	7.1
질이나 전문성 신뢰성 결여	8	28.6
제공하는 사람 정보의 불안전성	2	7.1
지리적 요인	2	7.1
합계	28	100.0

② 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부

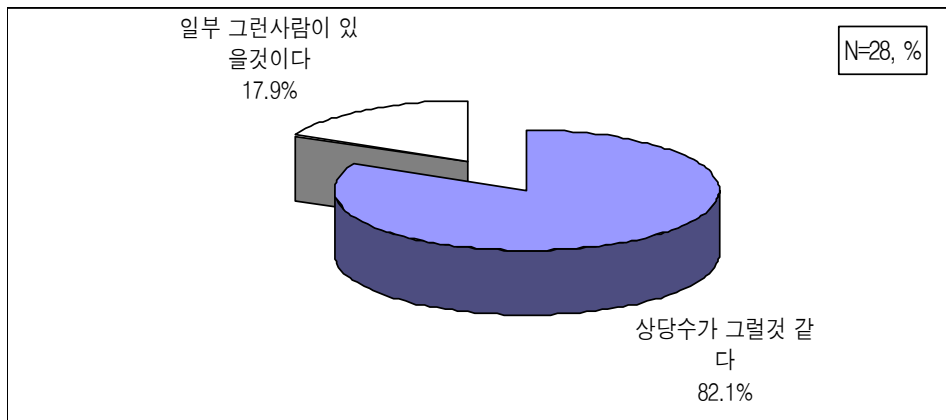
교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래할 의향이 있느냐는 응답에 100%(28명) 모두 거래를 할 것이다라고 응답하였다.

3) 지역품앗이 광명그루에 교환거래 공통적인 항목

① 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도

지역품앗이 광명그루에 회원 중 품목 및 서비스를 제공받기만 하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도에 대한 질문에 상당수가 그럴 것 같다가 82.1%, 일부 그런 사람이 있을 것이다가 17.9%로 나타났다.

<그림 II-30> 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도



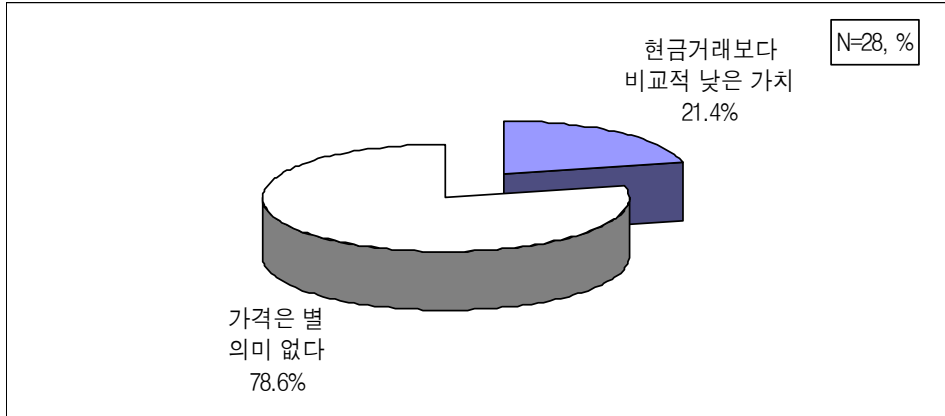
<표 II-67> 회원 중 품목·서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도

구분	빈도	퍼센트
상당수가 그럴것 같다	23	82.1
일부 그런사람이 있을것이다	5	17.9
합계	28	100.0

② 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도

지역품앗이 광명그루에 교환거래되는 품목 및 서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도를 묻는 질문에 가격은 별 의미 없다가 78.6%, 현금거래보다 비교적 낮은 가치가 21.4%로 나타났다.

<그림 II-31> 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도



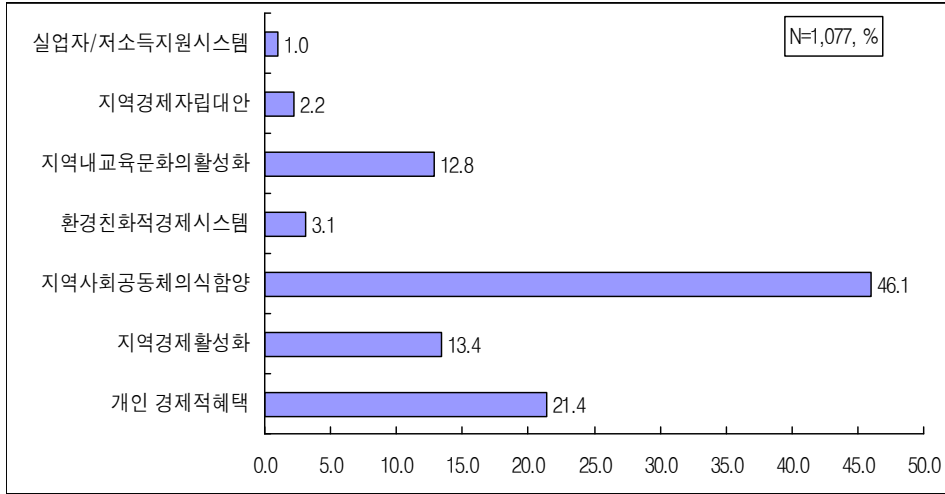
<표 II-68> 교환거래되는 품목·서비스는 실제 현금거래와 비교 가치 정도

구분	빈도	퍼센트
현금거래보다 비교적 낮은 가치	6	21.4
가격은 별 의미 없다	22	78.6
합계	28	100.0

③ 지역품앗이 광명그루의 장점 1, 2순위

다음은 지역품앗이 광명그루의 장점 중 1순위는 지역사회 공동체의식 함양으로 나타났고, 2순위는 지역내 교육문화의 활성화로 나타났다.

<그림 II-32> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위



<표 II-69> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위

구분	빈도	퍼센트
개인 경제적혜택	231	21.4
지역경제활성화	144	13.4
지역사회공동체의식함양	496	46.1
환경친화적경제시스템	33	3.1
지역내교육문화의활성화	138	12.8
지역경제자립대안	24	2.2
실업자/저소득지원시스템	11	1.0
합계	1,077	100.0

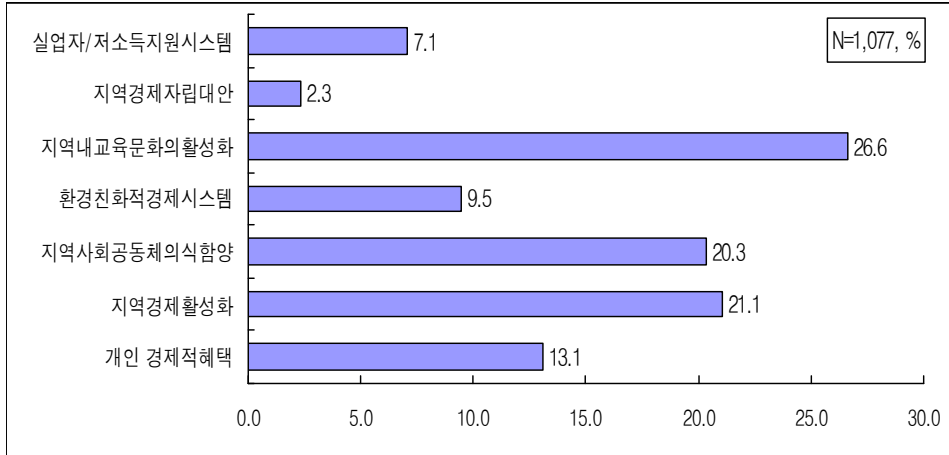
지역품앗이 광명그루의 장점 1순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증 결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-70> 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위 유의성

	지역품앗이 광명그루의 장점 1순위					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	4.211	24.199	20.659	16.131	40.613	24.219

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

<그림 II-33> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위



<표 II-71> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위

구분	빈도	퍼센트
개인 경제적혜택	141	13.1
지역경제활성화	227	21.1
지역사회공동체의식함양	219	20.3
환경친화적경제시스템	102	9.5
지역내교육문화의활성화	287	26.6
지역경제자립대안	25	2.3
실업자/저소득지원시스템	76	7.1
합계	1,077	100.0

<표 II-72> 지역품앗이 광명그루의 장점 2순위

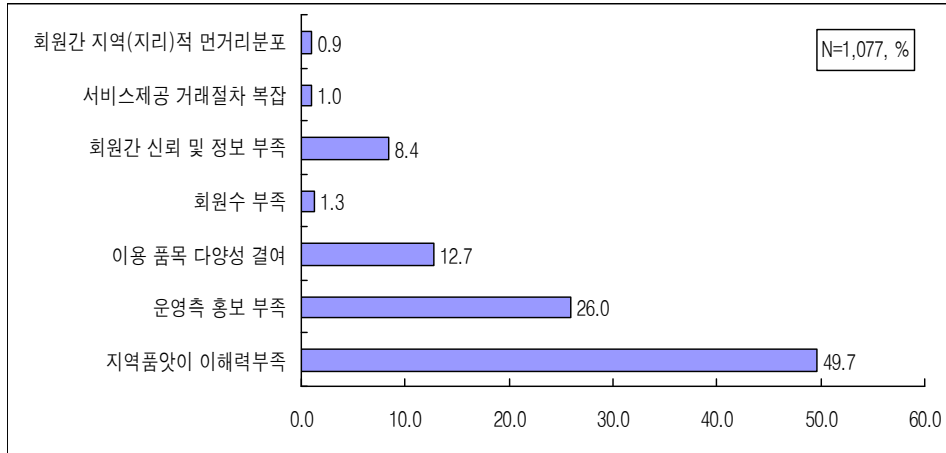
	지역품앗이 광명그루의 장점 2순위					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	9.561	38.854	21.767	16.759	34.189	16.703

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

④ 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1, 2순위

지역품앗이 광명그루의 장애요인 중 1순위를 살펴보면 지역품앗이 이해력 부족이 49.7%이고, 2순위가 운영측 홍보부족 34.1%로 나타났다.

<그림 II-34> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위



<표 II-73> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위

구분	빈도	퍼센트
지역품앗이 이해력부족	535	49.7
운영측 홍보 부족	280	26.0
이용 품목 다양성 결여	137	12.7
회원수 부족	14	1.3
회원간 신뢰 및 정보 부족	90	8.4
서비스제공 거래절차 복잡	11	1.0
회원간 지역(지리)적 먼거리분포	10	0.9
합계	1,077	100.0

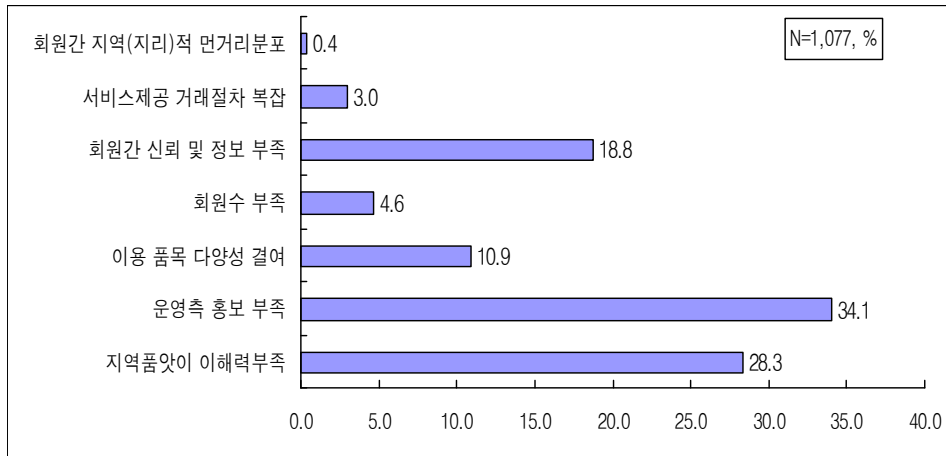
지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-74> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위 유의성

	지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	5.560	27.408	9.226	20.151	33.035	37.856

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

<그림 II-35> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위



<표 II-75> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위

구분	빈도	퍼센트
지역품앗이 이해력부족	305	28.3
운영측 홍보 부족	367	34.1
이용 품목 다양성 결여	117	10.9
회원수 부족	50	4.6
회원간 신뢰 및 정보 부족	202	18.8
서비스제공 거래절차 복잡	32	3.0
회원간 지역(지리)적 먼거리분포	4	0.4
합계	1,077	100.0

<표 II-76> 학력별 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위

		지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위							계
		지역품앗이 이해력부족	운영측 홍보 부족	이용품목 다양성 결여	회원수 부족	회원간 신뢰 및 정보 부족	서비스 제공 거래 절차 복잡	회원간지역 (지리)적 먼거리분포	
학 력 별	고졸 이하	136	180	48	19	108	13	1	505
		26.9%	35.6%	9.5%	3.8%	21.4%	2.6%	0.2%	100.0%
	2년제 대학	26	31	16	3	11	2	2	91
		28.6%	34.1%	17.6%	3.3%	12.1%	2.2%	2.2%	100.0%
	4년제 대학	127	136	51	22	75	15	1	427
		29.7%	31.9%	11.9%	5.2%	17.6%	3.5%	0.2%	100.0%
	대학원 이상	16	20	2	6	8	2	0	54
		29.6%	37.0%	3.7%	11.1%	14.8%	3.7%	0.0%	100.0%
	계	305	367	117	50	202	32	4	1,077
		28.3%	34.1%	10.9%	4.6%	18.8%	3.0%	0.4%	100.0%

지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 학력별에서만 약간의 차이를 나타냈으나 성별, 연령별, 종교별, 직업별, 월소득별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 II-77> 지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위 유의성

	지역품앗이 광명그루의 장애요인 2순위					
	성별	연령별	학력별	종교별	직업별	월소득별
Pearson Chi-Square	4.832	27.517	30.517*	18.552	27.456	30.551

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

Ⅲ. 결과 종합

본 연구는 지역품앗이 광명그루에서 경기문화재단의 문예정책을 중심으로 지역통화를 활용한 문예진흥사업의 방향 모색을 위한 연구로 지역통화운동의 실태 및 운영방안에 대한 의견조사를 실시하여 보다 효과적이고 체계적인 지역통화운동의 운영방안 및 홍보 전략을 수립하는데 기초 자료로 활용하고자 한다.

본 조사는 2005년 12월 8일부터 12월 9일까지 2일간 사전조사를 실시하여 본 연구와 현실에 가장 적합한 어구로 재구성하여 인터넷리서치 전문업체 아이앤알(Internet & Research, INR)에 의뢰하여 2005년 12월 15일부터 12월 23일까지 9일간 본 연구의 취지를 설문 조사자들에게 설명한 후 지역품앗이 광명그루 이용자대상은 면접형 방문조사와 인터넷 리서치를 병행하였으며, 광명 일반시민대상은 면접형 방문조사를 실시하였다.

본 조사대상 1집단은 광명그루 서비스 이용자를 중심으로 실시하여 총 회원 388명 중 183개를 회수하여 불성실한 데이터 51명을 제외하고 최종 유효표본 131명을 선정하였다. 또한 2집단인 광명시에 거주하는 만15세 이상의 남녀를 대상으로 총 회수 1187명 중 전체 문항의 20% 이상인 데이터를 모집단의 의견을 왜곡시킬 수 있다고 판단되는 무응답 데이터 110명을 불성실한 데이터로 제외하였다. 이 중 최종 유효표본 1,077명을 선정하여 결과분석에 사용하였다.

본 조사내용은 지역품앗이 광명그루에 관한 지역통화운동에 대한 실태 및 운영방안에 필요한 기본 자료를 얻을 수 있도록 설문조사연구 용역기관인 아이앤알(Internet & Research, INR)의 전문가와 수시 면담과 토론을 거쳐 설문조사서(안)을 작성하여 실무안으로 확정을 하였다. 그리고 예비조사를 실시하여 검토 보완을 하였으며, 최종안을 마련하여 설문서를 확정함으로써 설문내용에 대한 타당성을 검증한 후 조사에 착수하였다.

설문조사 항목은 지역품앗이 광명그루에 관한 인지도 및 가입관련 질문 13문항, 광명그루를 통한 교환거래 경험자관련 질문 7문항, 광명그루를 통한 교환거래 무경험자관련 질문 4문항, 교환거래 공통질문 4문항, 인구통계학적 특성 질문 6문항으로 구성되어 있다.

1. 응답자 특성에 대한 결과

본 조사의 응답자 특성 중 성별 비율은 광명그루 이용자 남성이 26.7%, 여성이 73.3%, 광명시민 남성이 45.1%, 여성이 54.9%로 집계되었으며, 연령별 분포를 보면 광명그루 이용자 30대가 50.4%로 가장 많이 차지하였고, 그 다음으로 40대 30.5%, 20대 19.1%이며, 광명시민에서는 20대가 25.3%로 가장 많이 차지하였고, 나머지 30대 24.0%, 40대 21.1%, 10대 15.6%, 50대 10.4%, 60대 이상 3.6% 순으로 나타났다. 또한 학력 수준 분포를 보면 광명그루 이용자는 4년제 대학교가 45.8%로 가장 높게 나타났으며, 나머지 고졸20.6%, 대학원 19.1%, 2년제 대학 14.5% 순이고, 광명시민 중에서는 고졸이 43.5%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 4년제 대학교 39.6%, 2년제 대학 8.4%, 대학원 5.0%, 중졸이하 3.4%로 나타났다. 다음은 종교별 분포를 보면 광명그루 이용자에서는 기독교가 42.0%, 무교가 30.5%로 1, 2순위로 응답했으며, 천주교 19.8%, 불교 7.6% 순이고, 광명시민에서는 무교가 42.7%, 기독교 31.3%로 1, 2순위로 응답했으며, 천주교 19.1%, 불교 6.9%로 나타났다. 다음으로 직업별 분포를 보면 광명그루 이용자에서는 주부 40.5%, 사무직 29.8%로 높은 응답을 했으며, 전문기술직 13.7%, 기타 8.4%, 판매종사자 3.1%, 행정직, 서비스직, 무직이 1.5%로 나타났고, 광명시민 이용자에서는 주부 26.3%, 학생 23.5%로 높은 응답을 했으며, 사무직 22.2%, 서비스직 8.4%, 판매종사자 7.9%, 무직 6.3%, 전문기술직 2.5%, 행정직 1.6%, 생산/운수/단순직 1.4%로 나타났다. 마지막으로 가정의 월평균 소득 분포를 보면 광명그루 이용자는 301~400만원이 34.4%로 가장 높은 응답을 했으며, 그 다음으로 201~300만원 27.5%, 401~500만원 22.1%, 101~200만원 9.2%, 501만원 이상 4.6%, 100만원 이하 2.3%로 나타났으며, 광명시민에서는 201~300만원이 33.4%로 가장 높은 응답을 했고, 그 다음으로 301~400만원 30.8%, 401~500만원 14.0%, 101~200만원 11.9%, 100만원 이하 5.0%, 501만원 이상 4.8%등으로 나타났다.

2. 지역품앗이 광명그루 이용자 부문에 대한 결과

지역품앗이 광명그루 인지 정도에 대한 의견에 대강 알고 있다가 51.1%로 가장 높게 나타났고, 자세히 알고 있다 35.9%, 말만 들었을 뿐 잘 모른다 13.0%로 나타났다. 인지 정도에 대한 응답자 특성요인 차이검증결과를 보면 성별, 연령별, 학력별, 종교별, 직업별, 월소득별 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루 정보 습득방법은 운영자 측의 홍보를 통해서가 61.1%(80회)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 아는 사람을 통해 29.8%(39회), 기타 6.9%(9회), 인터넷을 통해 2.3%(3회)로 나타났다. 정보 습득 방법에 대한 응답자 특성요인 차이검증결과 또한 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 가입여부를 보면 69.5%(91명)로 나타났으며, 응답자특성에 따른 연령별 분포를 보면 40대, 30대에서 82.5%, 71.2%로 나타난 반면 20대에서는 44.0%로 나타나 연령간 차이가 있음을 잘 나타나 있다. 또한 직업별 분포에서도 서비스/판매종사자가 100%로 가장 높은 비율로 나타났으며, 그 다음으로 전문기술직이 88.9%, 주부가 83.0%, 기타가 61.5%로 반면 사무/행정직에서는 41.5%로 나타나 타 직업과의 차이를 잘 나타내고 있다. 반면 성별, 학력별, 종교별, 월소득별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 가입한 회원들의 가입기간 평균은 약 11.5개월로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루 가입 동기에 대한 질문에 이념과 취지가 마음에 들어서 50.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 교육/문화적 도움이 되기에 (43.2%), 경제적 도움이 되기에(3.4%), 이웃을 사귄 수 있기에(2.3%), 기타(1.1%) 순으로 나타났다. 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루 물품·서비스 등록 여부 항목에서는 등록하였다가 55.0%(72회), 등록하지 않았다가 45.0%(59회)로 나타났다. 또한 응답자 특성에 따른 연령별 분포를 보면 40대와 30대에서 67.5%, 54.5%로 나타났으나 반면 20대에서는 36.0%로 낮은 비율로 나타났다. 또한 직업별 분포를 보면 전문기술직이 83.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 서비스/판매종사자가 66.7%, 주부가 62.3%로 등록을 한 것으로 나타났으나 기타와 사무/행정직에서는 각각 46.2%, 34.1%로 나타나 타 직업과의 차이를 잘 나타내고 있다. 마지막으로 월소득별 분포를 보면 201~300만원에서 72.2%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 501만원 이상이 66.7%, 401~500만원이 62.1%로 등록한 경우가 많았으나 100만원 이하와 301~400만원이 각각 0%, 40%로 나타나 월소득간에서 차이가 있음을 잘 나타내고 있다. 반면 성별, 학력별, 종교별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루 교환거래 등록 후 제공받고 싶은 품목 및 서비스에서는 교육 및 문화서비스가 40.6%로 가장 높게 나타났으며, 생활용품(15.4%), 전문서비스(8.4%), 의복(8.4%) 등의 순으로 나타났다. 지역품앗이 광명그루 교환거래에 등록한 품목 및 서비스에서도 교육 및 문화서비스가 40.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 생활용품 17.7%등으로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루에서 등록한 품목 및 서비스를 타인으로부터 구입, 제공의사 여부를 묻는 항목에서는 없다가 63.9%, 있다가 36.1%로 나타났다. 응답자 특성에 대한 학력별 비율을 보면 4년제 대학에서만 51.7%로 제공하겠다고 응답을 한 반면 2년제 대학과 고졸이하에서는 각각 11.1%, 12.5%로 나타나 차이가 큼을 잘 나타내고 있다. 반면 성별, 연령별, 종교별, 직업별, 월소득별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 타인이 등록한 품목 및 서비스를 구입, 제공을 위해 타인과 연락 여부를 묻는 항목에서 없다가 70.2%(92회), 있다가 29.8%(39회)로 나타났다. 연령별 분포를 보면 40대에서 47.5%가 연락을 한 것으로 나타났으나 30대에서는 25.8%, 20대에서는 12.0%로 연령간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다. 또한 지역품앗이 광명그루에서 연락 후 원하는 거래품목을 구하기까지 과정 정도에 대한 의견에 개인적으로 1-2

회 연락 후가 43.6%로 가장 높게 나타났으며, 운영자가 직접 연결이 30.8%, 수차례 시도했으나 구입 못함 20.5%, 여러번 시도가 5.1%로 나타났다. 월소득별 분포를 보면 201~300만원과 301~400만원, 501만원 이상에서 개인적 1~2회 연락을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 401~500만원에서는 운영자가 직접한다가 46.2%로 가장 높은 것으로 나타나 월소득간 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

다음은 지역품앗이 광명그루에 등록된 거래 품목에 대한 평가를 묻는 항목에서는 제공자도 적고 품목 종류도 적다는 비율이 70.2%로 다른 평가에 비해 압도적으로 나타났으며, 제공자 많으나 품목 종류 제한적임(12.2%), 품목 종류 충분하나 제공자 적음(12.2%), 품목 종류, 제공자 모두 충분(5.3%) 순으로 나타났다. 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루를 통해 품목 및 서비스를 직접 교환거래한 경험 여부를 묻는 항목에서는 없다가 54.2%(71회), 있다가 45.8%(60회)로 나타났다. 직업별 분포를 보면 서비스/판매종사자와 전문기술직에서 각각 83.3%, 66.7%로 교환거래 경험이 있다고 나타났으나 반면 사무/행정직과 주부, 기타가 각각 70.7%, 52.8%, 53.8%로 경험이 없다는 의견이 높게 나타나 직업간에서만 차이가 있음을 잘 나타내고 있다.

다음은 지역품앗이 광명그루에 교환거래 경험자 항목 중 교환거래 형태를 묻는 질문에서는 제공 받고 제공하기도 한다가 86.7%(52회)로 압도적으로 많았으며, 제공받기만 한다 8.3%(5회), 제공만 한다 5.0%(3회)로 나타났다. 연령별 분포를 보면 40대가 90.9%, 30대가 90.3%로 제공받고 한다는 응답이 높은 것으로 나타났으나 20대에서는 57.1%로 나타나 연령간 차이가 약간 있음을 잘 나타내고 있다. 또한 월소득별에서도 제공받고 한다는 의견이 타의견보다 높게 나타났고, 그 중에서 401~500만원이 100%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 301~400만원이 87.5%, 201~300만원이 85.7%로 높은 비율을 보였으나 501만원 이상과 101~200만원에서는 각각 66.7%, 50.0%로 나타나 월소득간에서도 약간의 차이가 있는 것으로 나타났다.

지역품앗이 광명그루 거래한 품목 중 제공받은 품목 및 서비스에서는 교육 및 문화 서비스(36.1%)가 가장 많이 나타났고, 의복(28.7%), 생활용품(25.2%), 가사서비스(8.3%), 단순노동봉사서비스(1.9%) 순으로 나타났다. 다음은 거래한 품목 중 제공한 품목 및 서비스는 의복 (29.2%)이 가장 많았으며, 생활용품(26.5%), 교육 및 문화서비스(25.7%), 단순노동봉사(7.1%) 등 순으로 나타났다. 또한 지역품앗이 광명그루에서 교환거래 이후 거래한 품목 및 서비스에 대한 만족도 조사 항목에서 그런대로 만족한다가 76.7%, 매우 만족한다가 23.3%로 나타났다.

다음은 만일 지역품앗이 광명그루를 통한 거래가 없었다면 거래품목의 구입 방법에 대한 질문에 현금으로 구입이 55.0%로 가장 높게 나타났으며, 구입하지 않음 23.3%, 본인이 직접 해결이 11.7%, 현금 지불없이 다른 사람 도움으로 10.0%로 나타났다. 또한 향후 지역품앗이 광명그루를 통한 교환거래 의향 여부를 묻는 질문에서는 교환거래를 할 것이다가 100.0%(60회)로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 교환거래 무경험자 항목에서 교환거래를 하지 않는 이유를 묻는 항목에 지역교환거래의 내용을 알지 못함(87.3%)이 가장 높은 것으로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루에 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래 의향 여부를 묻는 질문에 의향이 있다가 81.7%, 의향이 없다가 18.3%로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공받고 싶은 품목 및 서비스를 묻는 질문에 교육 및 문화서비스(37.6%)로 가장 높게 나타났고, 생활용품 (20.2%), 전문서비스(9.2%)등으로 나타났다. 또한 향후 교환거래를 할 의향이 있다면 제공하고 싶은 품목에 대한 의견에 교육 및 문화서비스(28.7%)로 가장 높게 나타났고, 생활용품(25.3%), 단순노동봉사서비스(12.6%)등의 순으로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루의 회원 중 품목 및 서비스를 제공받기만하고 탈퇴한다는 본인의 예상 정도를 묻는 질문에 일부겠지만 염려할 수준은 아니다가 81.7%가 가장 많았으며, 상당수가 그럴까 걱정이다가 13.7%, 그런 사람은 거의 없다가 4.6%로 나타났다.

지역품앗이 광명그루에 교환거래 되는 품목 및 서비스는 실제 현금거래와의 비교 가치를 묻는 항목에 현금거래보다 낮은 가치가 48.1%로 가장 높게 나타났고, 현금거래와 비슷한 가치가 21.4%, 현금거래보다 비교적 높은 가치 16.0%, 가격은 무의미 14.5%로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루의 장점 1순위는 지역사회 공동체의식 함양이, 2순위는 지역내 교육문화의 활성화로 나타났다. 광명그루의 장점 1순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이검증결과를 보면 연령별과 월소득별에서만 약간의 차이가 있는 것으로 나타났으며, 반면 성별, 학력별, 종교별, 직업별에서는 차이가 없는 것으로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루의 장애요인 1순위는 지역품앗이 이해력부족으로 나타났고, 2순위는 운영측 홍보 부족으로 나타났다. 응답자 특성 차이검증결과에서는 모두 차이가 없는 것으로 나타났다.

3. 지역품앗이 광명그루 일반시민 부문에 대한 결과

지역품앗이 광명그루에 관한 광명 일반시민들의 인지여부에서는 전혀 모른다가 97%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 말만 들었을 뿐 잘 모른다가 3%로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루에 교환거래를 하지 않는 이유를 묻는 질문에 지역교환거래의 내용 정확히 모름(39.3%)이 가장 많이 나타났고, 질이나 전문성 신뢰성 결여(28.6%)등으로 나타났다. 또한 교환거래를 한 적은 없지만 향후 교환거래할 의향이 있느냐는 응답에 100%(28명) 모두 거래를 할 것이라고 응답하였다.

다음은 지역품앗이 광명그루에 회원 중 품목 및 서비스를 제공받기만 하고 탈퇴한다는 본인의 예상정도에 대한 질문에 상당수가 그럴 것 같다가 82.1%, 일부 그런 사람이 있을 것이다가 17.9%로 나타났다. 또한 지역품앗이 광명그루에 교환 거래되는 품목 및 서비스는 실제 현금거래와 비교 가치

정도를 묻는 질문에 가격은 별 의미 없다가 78.6%, 현금거래보다 비교적 낮은 가치가 21.4%로 나타났다.

다음은 지역품앗이 광명그루의 장점 중 1순위는 지역사회 공동체의식 함양으로 나타났고, 2순위는 지역내 교육문화의 활성화로 나타났다. 또한 지역품앗이 광명그루의 장애요인 중 1순위를 살펴보면 지역품앗이 이해력 부족으로 나타났고, 2순위로 운영 측 홍보부족으로 나타났다. 장애요인 1순위에서는 차이가 없는 것으로 나타났으나 2순위에서 응답자 특성요인에 대한 차이 검증결과를 보면 학력별에서만 약간의 차이가 있는 것으로 나타났다.

4. 결론

본 지역품앗이 광명그루 지역통화운동의 실태 및 운영방안에 관한 설문조사 결과 첫째, 지역품앗이 광명그루에 대한 인지도를 높이고, 광명그루에 가입을 시키기 위한 홍보와 체계적인 로드맵이 절실히 필요함을 잘 시사하고 있다.

둘째, 지역품앗이 광명그루 장점에서 나타난 지역사회의 공동체 의식함양을 높이고, 지역 내 교육문화를 활성화시킴으로써 광명그루 지역통화운동의 운영방안의 기초로 활용할 수 있음을 잘 시사하고 있다.

셋째, 지역품앗이 광명그루의 활성화에 장애가 되는 요인을 보면 광명그루 이용자나 광명 일반 시민 모두 지역품앗이 이해력 부족과 운영자 측의 홍보 부족이 장애 1, 2순위로 나타나 지역통화운동에 대한 활성화를 위해 장점에서 나타난 광명 지역 내 교육문화를 중심으로 더욱 새로운 프로그램과 행사가 이루어져 함을 잘 시사하고 있다.

앞으로도 지역품앗이 광명그루의 지역통화운동에 대한 운영개선 방안 연구가 지속되어야 함을 잘 나타내고 있다.

[부록]

**지역통화운동의 실태 및 운영방안에 관한
설문조사(지역품앗이 광명그루를 중심으로)**

안녕하십니까?

저희 지역품앗이 광명그루에서는 경기문화재단의 문예정책을 중심으로 지역통화를 활용한 문예진흥사업의 방향 모색을 위한 연구를 수행하고 있습니다.

여러분의 지역품앗이 광명그루 참여 경험에 대한 이 조사는 앞으로 지역품앗이 광명그루를 활성화하는데 밑거름이 될 것입니다.

질문에 대한 답변 내용은 통계적 목적으로만 사용될 뿐이며, 통계법(제13조 및 제14조)에 의해 비밀이 철저히 보장됨을 거듭 약속드리오니 솔직하고 빠짐없이 답변해 주시기를 부탁드립니다.

조사에 협조해주셔서 감사합니다.

2005. 12.

조사의뢰기관 : 지역품앗이 광명그루

조 사 기 관 : 아이엔알(INR)

책임 연구원 : 안기태(obit@inr.co.kr)

문 의 처 : 전화(02-6207-8604)

팩스(02-6203-7081)

※ 광명그루란 광명시민이 가진 물품이나 서비스를 공동체 화폐(GURU)로 교환함으로써 나눔의 문화를 확산하고, '지속가능한 지역사회 공동체'를 만들기 위한 다양한 활동을 말한다.

★ 다음 질문을 읽어 보시고 해당번호에 체크(V)표시나 해당란에 번호를 기입하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하께서는 지역품앗이 광명그루에 대해 어느 정도 알고 계십니까?

- ① 자세히 알고 있다 ② 대강 알고 있다
③ 말만 들었을 뿐 잘 모른다 ④ 전혀 모른다(설문19번으로 이동)

2. 지역품앗이 광명그루에 대한 정보는 어떻게 얻었습니까?

- ① 아는 사람을 통해 ② 운영자 측의 홍보를 통해
③ 신문 및 방송을 통해 ④ 인터넷을 통해
⑤ 기타 (구체적으로 : _____)

10-1. 거래한 품목 중 제공받은 품목은 무엇이었습니까?(다중선택가능)

- ① 식품
- ② 의복
- ③ 생활용품
- ④ 가사서비스(육아, 청소 등) 창조적 아이디어
- ⑤ 교육 및 문화 서비스
- ⑥ 주택 수리 서비스
- ⑦ 의료서비스
- ⑧ 전문 서비스(법률, 세무 상담 등)
- ⑨ 숙박서비스
- ⑩ 단순노동 봉사서비스
- ⑪ 기타 (구체적으로 : _____)

10-2. 상대방에게 제공한 품목은 무엇이었습니까?(다중선택가능)

- ① 식품
- ② 의복
- ③ 생활용품
- ④ 가사서비스(육아, 청소 등) 창조적 아이디어
- ⑤ 교육 및 문화 서비스
- ⑥ 주택 수리 서비스
- ⑦ 의료서비스
- ⑧ 전문 서비스(법률, 세무 상담 등)
- ⑨ 숙박서비스
- ⑩ 단순노동 봉사서비스
- ⑪ 기타 (구체적으로 : _____)

11. 교환거래 이후 거래한 물품·서비스에 대해서 만족하십니까?

- ① 매우 만족한다
- ② 그런대로 만족한다
- ③ 약간 불만족이다
- ④ 매우 불만족이다

12. 만일 지역품앗이 광명그루가 없었다면 거래품목을 어떻게 구입 하시겠습니까?

- ① 구입하지 않았을 것이다
- ② 현금으로 구입했을 것이다
- ③ 현금 지불없이 다른 사람의 도움으로 해결하였을 것이다
- ④ 본인이 직접 해결하였을 것이다.

13. 앞으로도 계속해서 지역품앗이 광명그루를 통해서 필요한 물품이나 서비스의 교환거래를 하실 의향이 있습니까?

- ① 있다
- ② 없다 (설문17번으로 이동)

다음 문항들은 교환거래 경험이 없는 경우에 대한 질문입니다.

14. 지역품앗이 광명그루에서 교환거래를 하지 않았다면, 그 이유는 무엇입니까?

- ① 지역교환거래의 내용을 정확히 알지 못해서
- ② 교환거래의 절차가 번거로워서
- ③ 필요한 품목/서비스를 구할 수 없어서
- ④ 제공되는 품목/서비스의 질이나 전문성을 믿을 수 없어서
- ⑤ 제공하는 사람들이 누군지 안심할 수 없어서
- ⑥ 제공하겠다는 사람이 너무 먼 지역에 살고 있어서
- ⑦ 제공되는 품목/서비스의 (지역화폐) 가격이 맞지 않아서
- ⑧ 기타 (구체적으로 : _____)

15. 지금까지 지역품앗이 광명그루를 통해 교환거래를 한 적은 없지만, 앞으로 필요한 물품 및 서비스의 교환거래를 할 의향은 있습니까?

- ① 있다
- ② 없다(설문17번으로 이동)

16-1. 앞으로 교환거래를 할 의향이 있다면, 상대방으로부터 제공받고 싶은 품목은 무엇이었습니까?(다중선택가능)

- ① 식품
- ② 의복
- ③ 생활용품
- ④ 가사서비스(육아, 청소 등) 창조적 아이디어
- ⑤ 교육 및 문화 서비스
- ⑥ 주택 수리 서비스
- ⑦ 의료서비스
- ⑧ 전문 서비스(법률, 세무 상담 등)
- ⑨ 숙박서비스
- ⑩ 단순노동 봉사서비스
- ⑪ 기타 (구체적으로 : _____)

16-2. 상대방에게 제공하고 싶은 품목은 무엇입니까?(다중선택가능)

- ① 식품
- ② 의복
- ③ 생활용품
- ④ 가사서비스(육아, 청소 등) 창조적 아이디어
- ⑤ 교육 및 문화 서비스
- ⑥ 주택 수리 서비스
- ⑦ 의료서비스
- ⑧ 전문 서비스(법률, 세무 상담 등)
- ⑨ 숙박서비스
- ⑩ 단순노동 봉사서비스
- ⑪ 기타 (구체적으로 : _____)

다음 문항들은 교환거래에 대한 공통적인 질문입니다.

17. 지역품앗이 광명그루에 참여하면서 회원들 가운데 물품이나 서비스를 다른 사람에게 제공하기보다는 제공받기만 하고 지역품앗이 광명그루를 떠나는 사람들이 있을 수 있습니다. 이에 대한 귀하의 예상은 어떻습니까?

- ① 상당수가 그럴 것 같아 심히 염려된다
- ② 일부 그런 사람들이 있겠지만 염려할 만한 수준은 아닐 것이다
- ③ 그런 사람들은 거의 없을 것이다

18. 지역품앗이 광명그루에서 교환거래되는 물품이나 서비스는 실제의 현금거래와 비교하여 어느 정도의 가치로 교환되고 있다고 생각하십니까?

- ① 현금거래보다 비교적 높은 가치로 교환된다
- ② 현금거래와 비슷한 가치로 교환된다
- ③ 현금거래보다 비교적 낮은 가치로 교환된다
- ④ 가격은 별 의미가 없다

19. 지역품앗이 광명그루의 좋은 점(장점)은 무엇이라고 생각하시는지 **우선 순위대로 2가지만** 골라 순위를 기입하여 주십시오.

(1순위 : _____, 2순위 : _____)

- ① 개인 차원에서의 경제적 혜택
- ② 지역 경제의 활성화
- ③ 지역사회의 공동체의식 함양
- ④ 환경친화적인 경제시스템
- ⑤ 지역내 교육문화의 활성화
- ⑥ 지역경제 자립을 위한 대안
- ⑦ 실업자 및 한계계층(저소득층, 노인 등)에 대한 지원 시스템
- ⑧ 기타 (구체적으로 : _____)

