

<에듀컬처 기본전략 연구> 용역 결과보고서

2005. 10. 30

시민문화네트워크 티팟

참여연구진

책임연구자 : 전효관 (전남대학교)

연구원 : 문승현 (전남대학교)

황덕신 (시민문화네트워크 티팻)

이안젤라 (서울국제실험영화제 사무국장)

백 령 (경희대 문화경영연구소 연구원)

양영란 (전문번역가)

보조원 : 채덕신 (CREATIVE 기획실장)

양나운 (전남대 사회학과 박사과정)

문화중심도시 조성추진기획단 : 진현희

제 출 문

본 보고서를 <에듀컬처 기본전략 연구> 에 대한 최종보고서로 제출합니다.

2005. 10. 30

시민문화네트워크 티팟

목 차

I. 연구의 목적 및 범위	1
1. 에듀컬처 기본계획의 연구범위	1
II. 에듀컬처의 위상과 개념	3
1. 에듀컬처 사업 구상의 배경	3
2. 에듀컬처 사업의 위상	5
3. 에듀컬처의 개념	9
4. 에듀컬처 사업요소들 사이의 관계정의와 추진체계 구성원칙	14
III. 에듀컬처콘텐츠개발원	19
1. 에듀컬처콘텐츠개발원의 위상	19
2. 에듀컬처콘텐츠개발원의 개념	21
3. 비교모델 및 참조모델	22
3-1. 국내 사례	22
3-2. 해외 사례	25
4. 에듀컬처콘텐츠개발원의 구성전략	27
5. 추진전략	32
IV. 어린이지식센터	36
1. 개념	36
1-1. 개념	36
1-2. 여타 전시 개념과의 차이	39
2. 비교모델 및 참조모델	39
2-1. 국내 사례	42
2-2. 해외 사례	44
2-3. 어린이지식센터의 차별적 구성과정	54
3. 전략적 구성 원칙	55
3-1. 전략	55
3-2. 구성원칙	59
4. 콘텐츠 구성 예시안	61
4-1. 심화된 교육경험의 사례와 효과	61

4-2. 가상 시나리오의 콘텐츠화 방식	62
4-3. 어린이지식센터 제안 시나리오	63

V. 에듀컬처엑스포	78
1. 개최 배경	78
2. 개념 및 전략적 기능	80
3. 사업 타당성	82
3-1. 사회적 수요	81
3-2. 지역적 수요	82
3-3. 예상 수요와 효과	83
4. 비교모델 및 참조모델	85
5. 구성 전략	89
6. 발전 전망 및 비즈니스 연관	94
7. 준비조직의 구성 및 역할	95

VI. 에듀컬처 사업의 발전 전망	97
1. 교육문화시범단지	97
1-1. 개념	97
1-2. 필요성	98
1-3. 조성 방향 및 공간구성의 원칙	98
1-4. 공간요소	101
1) 에듀파크	101
2) 청소년지식센터	103
2. 비즈니스모델	104
2-1. 에듀컬처콘텐츠개발원을 기반으로 한 비즈니스 모델	104
2-2. 어린이지식센터를 기반으로 한 비즈니스 모델	106
2-3. 에듀컬처엑스포를 기반으로 한 비즈니스 모델	107
2-4. 에듀컬처포털사이트를 기반으로 한 비즈니스 모델	107

VII. 에듀컬처사업의 단계별 추진전략	109
1. 단계별 추진 전략의 기본 원칙	109
1-1. 추진 일정 설정의 원칙	109
1-2. 단계별 추진 조직 변화의 원칙	110

1-3. 단계별 예산 설정의 원칙	113
1-4. 단계별 목표 집중의 원칙	114
2. 추진 조직체 단계별 구상	114
3. 건립 전 사업 부문별 일정 계획	115
3-1. 준비기 일정별 계획: 2006년	115
3-2. 실행기 단계별 계획: 2007년-2010년	118
4. 건립 후 추진 계획	119
5. 건립 전 예산 소요 계획	120
5-1. 준비기 예산 소요 계획	120
5-2. 실행기 예산 소요 계획	120
6. 건립 후 예산 소요 계획 예상	121
<부록 1> 에듀컬처 포탈 사이트 구축안	122
<부록 2> 에듀컬처 용어 정리	128

1. 연구의 목적 및 범위

1. 에듀컬처 기본계획의 연구범위

■ 이 연구의 목표는 기본 계획에 대한 전략적 개념들을 정의하는 것

○ 이 연구는 에듀컬처 사업에 대한 기본적인 전략 계획의 수립을 목적으로 한다. 전략계획의 목적은 기본적인 사업의 구도를 확정하여 이후 전개될 사업이 통합적이고 유기적으로 진행될 수 있는 청사진을 마련하는 데 있다. 특히 광주 문화중심도시 종합계획 수립과 연관되는 범위 내에서 에듀컬처 사업의 기본 구도가 유기적으로 삽입될 수 있는 기본적 개념과 관계를 정의하고 수립하는 것을 목적으로 한다. 따라서 기본계획의 특성상 각 요소별 구성과 전개에 필수적인 세부계획, 실행플랜, 액션플랜과는 구별되는 위상을 가지며, 구체적인 계획은 별도의 과정에서 추후 보완될 것이다.

○ 기본 개념과 관계에 대한 정의가 필요한 이유는 교육문화 개념에 대한 다의적인 이해가 가능하고 교육문화 사업의 상에 대한 사회적 합의가 아직 존재하지 않기 때문이다. 특히 초유의 실험을 구체적으로 수행하기 위해서는 에듀컬처 사업이 직면할 수 있는 난제들을 기술하고 이에 대한 전략적 방향성의 수립이 가장 중요할 수밖에 없다. 향후 광주문화도시 계획과 국립아시아문화전당 사업 내에서 에듀컬처 사업이 결합되어야 하는 이유 등에 대한 광범위한 합의를 촉진할 필요가 있다.

○ 기본계획에 포함되는 연구 항목은 기본적인 사업계획을 위한 개념 도출, 사업계획에 수반되는 각 요소들의 배치와 포지셔닝, 각 요소들 사이의 유기적 관계 설정, 사업을 위한 로드맵 제시, 사업의 타당성을 확보하기 위한 추진전략, 나아가 에듀컬처 사업의 비즈니스 모델에 대한 검토를 포함한다. 특히 <국립아시아문화전당> 내의 에듀컬처콘텐츠 개발원과 어린이지식센터, 문화도시 지구계획에 포함되는 에듀파크와 교육문화시범단지, 준비기간 동안 콘텐츠 준비의 성격을 갖는 에듀컬처엑스포 및 에듀컬처 프로그램 운영 등을 유기적으로 통합할 수 있는 기본 방향 설정과 추진 전략에 초점이 있다.

■ 구체적인 추진 전략을 수립하기 위해서는 후속 연구가 필요

○ 이 연구의 최종적인 결과물은 기본계획을 중심으로 한 로드맵의 제시이다. 아시아 문화중심도시 추진의 한 축으로 에듀컬처 사업을 진행해나가기 위한 주체, 행위, 환경에 대한 확인을 통해 단계별, 일정별 사업계획을 수립하여 이후 진행될 과정을 설계하는 데 목적이 있다. 에듀컬처 사업이 세부적인 실행과정에서 일관된 방향성을 유지하려면 기본 개념을 중심으로 한 기본 전략이 확고해져야만 한다. 따라서 이 연구의 결과물은 추후 진행될 세부연구를 위한 길잡이 역할을 감당하면서 이후 생산적인 제안을 담아내기 위한 기초 연구의 성격을 갖는다.

○ 이 연구는 에듀컬처 사업의 종합적인 플랜과 각 요소별 핵심을 담고 있다.

- II 장에서는 에듀컬처 사업의 위상과 개념을 정리하고 각 요소별 관계를 설정한다.
- III 장에서는 에듀컬처콘텐츠개발원을 다루면서 에듀컬처콘텐츠 생산에 핵심적인 인력 요소에 대해 중심으로 검토한다.
- VI 장에서는 에듀컬처콘텐츠의 시연공간으로서 어린이지식센터를 교육시나리오의 전 시공간이라는 상을 구체화하는데 집중한다.
- V 장 에듀컬처엑스포에서는 에듀컬처 사업의 공감대 확산을 대중적 행사라는 과정을 통해 만들어갈 필요성을 강조하며, 이에 따른 추진계획과 행사 구성의 일부를 제시한다.
- VI 장에서는 이러한 기본적 관계 설정을 바탕으로 에듀컬처 사업이 진화될 수 있는 에듀파크과 교육문화시범단지의 위상에 대해 간략하게 설정하고, 에듀컬처 사업이 자체적으로 진화할 수 있는 운영방안 및 비즈니스모델에 대해 검토한다.
- VII 장에서는 에듀컬처 사업을 실행시킬 단계별 추진 목표와 전략을 세분화시킨 로드맵을 제시한다.

○ 이 연구가 전략적인 위상을 갖는다면 후속 연구는 실행과 연구가 동시에 진행되는 액션리서치(action research)로 자리매김되어야 한다. 실행을 준비하는 과정에서 직면하는 문제를 해결하기 위한 연구가 진행되고, 연구 과정 자체가 실행을 준비할 수

있는 주체를 형성하는 실천적 연구 플랜이 구성되어야 한다. 말하자면 연구와 실행을 기계적으로 분리시키는 것이 아니라 동일한 주체에 의한 연구 아젠다의 세팅과 실행 준비작업이 유기적으로 결합되어야 한다.

II. 에듀컬처의 위상과 개념

1. 에듀컬처 사업 구상의 배경

■ 재난상태에 처해 있는 교육과 문화 환경

○ 한국사회의 일상을 구성하는 문제 중에서 교육위기는 사람들의 삶의 선택에 아주 큰 영향력을 미치고 있다. 사람들이 갖고 있는 감각의 측면에서 교육 현장은 지식정보 사회가 요구하는 새로운 교육의 요구에 미달하고 있다. 문자 위주의 전통적 패러다임에 근거한 입시 교육, 지식교과 위주의 교과 편성, 21세기의 전지구적 이슈와 자기 지역의 문제를 포함하지 못하는 교과 내용, 저성장 위험사회에 대응하는 자기주도적 학습 설계를 포괄하지 않는 일방향적 교육 방법, 개인의 욕구와 감성에 조응하지 않는 평균적 교육 정책 등이 구체적인 교육 문제를 형성하고 있다. 부모들의 교육 이민이라는 선택, 학생들의 탈학교 현상은 바로 이러한 문제의 현실적 반영이라고 할 수 있다.

○ 한국사회의 삶과 문화의 현장은 토건국가의 발전과정에서 철저히 파괴되었다. 성과 위주의 행정관료, 지역 토호 등 개발주의 연합세력은 삶을 구성하는 문화의 가능성을 섬세하게 발견하는 대신 인프라 건설 등으로 삶의 현장을 파괴하여 왔다. 한국사회의 문화적 위기는 바로 사람들의 정서와 삶을 재생산하는 근거가 뿌리채 흔들리는 상황을 의미한다. 경제주의적 관념과 의식 속에서 문화와 예술의 잠재력은 대중문화 편식으로 대체되었다. 이러한 상황은 일상과 주변에서 문화적 감수성을 습득하고 지역사회와의 연관 속에서 학습자원을 활용할 수 없는 문화적 빈곤 상태에 처해 있음을 시사한다.

■ 폭넓은 사회적 주체를 구성하고 획기적인 지역 모델을 구성해야만 문제풀이가 가능

○ (공)교육의 문제와 교육 환경의 개선 과제는 단순히 교육전문가, 담당부서만의 문제가 아니다. 문제해결을 위해서는 사회구성원 모두의 참여와 통합적인 상위 정책의 구성을 통해 문제풀이의 지점을 찾아내야만 한다. 특히 교육문화(edu-culture)라는 차원에서 교육과 문화의 접면에서 새로운 패러다임에 근거한 교육 시스템을 재구축해야 하는 과제에 대면하고 있다. 획일적이고 몰개성적인 학교 공간, 복합적 감각을 발산하고 향상시킬 수 없는 교실 환경을 문화적 관점에서 재구성하는 일, 지역사회와 학교의 단절, 주변의 문화자원과 학교의 연계 미비를 넘어서는 유기적 연계의 틀을 만들고 ‘사회의 학교화’를 통해 학습과 교육을 탈(脫)단일중심화하는 일, 교사-학생 사이의 권위적 관계의 내재화와 단일한 평가체제를 극복하기 위한 소통체계의 재구성과 탄력적 프로젝트형 수업을 도입하는 일 등이 교육과 문화의 가로지르기를 통해 개선될 수 있는 지점들이다.

○ 각종 이해관계, 사회적 대립, 관련 부처라는 경계 내에서 교육문화 환경의 개선은 쉽지 않다. 이러한 현실적으로 존재하는 분할의 선을 넘어서기 위해서는 상위 정책이 필요할뿐만 아니라 지역 내에서 ‘지역에 머물지 않는 모델’을 구성할 필요가 있다. 지역 모델이면서 그 의미에서 지역을 넘어서는 모델을 구성하는 작업은 실천적 프로젝트 속에서 이해관계와 대립을 넘어서는 의미 외에도 모델 구성을 통해 새로운 교육문화적 실천을 사람들에게 이해시키고 사례를 확장시킬 수 있는 도약대가 될 수 있다.

■ 교육의 인문화, 예술화, 문화화가 필수적

○ 특히 교육의 인문화, 예술화, 문화화라는 방향성은 교육 자체의 본래적 목적인 긍정성에 대한 감각과 자신의 삶을 설계할 수 있는 능력을 형성시킬 수 있는 중요한 의미가 있다. 학교가 경쟁 질서를 내재화하는 장소가 아니라 삶의 가능성과 타인에 대한 배려를 학습하는 장으로써 기능을 전환하기 위해서는 감성의 발달에 초점을 두고 사회적, 개인적 삶의 의미를 학습해야 하는 공적 장소로서의 기능을 회복해야 한다. 문화

교육, 인문교육의 강화라는 방향성은 공교육의 위기에 대응하는 당대적 과제일뿐만 아니라 전지구화와 정보화 사회로의 진전에 조응하는 의사소통능력과 문제해결력을 향상시키는 미래에 대비하는 현재적 실천으로서 자리매김될 수 있다.

○ 교육의 예술화, 문화화, 인문화는 교육콘텐츠의 혁신을 요구한다. 아이들과 시민들이 살아가야 할 지식정보 사회에서는 정보 선별력과 문화 해독력이 필수적이다. 정보와 지식을 통해서 존재의 충만감을 경험하고 지식 습득의 기쁨을 몸으로 느껴보기 위해서는 현재의 교육 콘텐츠를 가지고서는 가능하지 않다. 현재의 교육콘텐츠를 혁신하지 않고서 놀이와 체험을 통해 학습 성과를 달성하려는 노력은 미봉책일 뿐이다. 교육콘텐츠의 혁신을 통해 사물의 연관과 근원을 경험할 수 있어야 하고, 삶의 의미와 감각을 활성화하는 깊이와 폭을 제공할 수 있어야 한다.

2. 에듀컬처 사업의 위상

■ 21세기 한국사회가 ‘하청사회’에서 ‘창조사회’로 진화하기 위한 프로젝트

○ 21세기의 환경적 조건은 교육과 문화의 패러다임을 근본적으로 변화시킬 것을 요구한다. 한국사회가 전지구화와 정보화의 흐름 속에서 위기를 관리하고 삶을 환경에 적응하게 하기 위해서는 상황을 반성적으로 인식하고 시대의 문제를 의사소통을 통해 해결해나갈 수 있어야 한다. 이 절박한 과제는 개발독재의 패러다임이나 제3세계식의 교육이나 문화를 가지고서는 해결 불가능하다. 지금 필요한 인식은 문화적 자생력을 향상시키지 않고서는 생존과 삶의 위기관리가 불가능하다는 전제일 것이다.

○ 에듀컬처 사업은 ‘하청사회’에서 ‘실험사회’로 나아가기 위한 한국사회의 실천 프로젝트이다. 즉 평균적 교육에서 벗어나 개인의 욕구와 욕망을 설계해주는 학습, 문화와 예술의 능력을 교차시켜 아이들이 접하는 텍스트를 혁신해 줄 수 있는 실험적 연구 체제, 텍스트의 혁신이 개인에게 머물지 않고 사회적으로 공유되어 사회적 자산으

로 기여할 수 있는 전시 공간, 이러한 혁신된 교육문화적 환경을 구축할 주거공간과 학습공간의 융합 등을 기획하기 위한 프로젝트로서의 위상을 점하고 있다. 나아가 교육문화적 환경의 구축이 지역을 재활력화하는 의미가 있음을 실증하기 위한 도시정책적 프로젝트이기도 하다.

■ 사회적 양극화가 발생시키는 사회적 비용에 대응하는 공공문화정책 프로젝트

○ 양극화가 진행되고 있는 현 조건에서는 학습 능력이나 문화 능력이 엄격한 분할 원리에 의해 구축될 가능성이 크다. 재능의 형태로 분할되는 사회적 학습 능력의 차이는 공적 개입을 통해 조정되지 않으면 사회적 의사소통을 극단적으로 불가능하게 할 수 있다. 따라서 교육문화 패러다임에서는 교육과 문화 향수와 창작의 기회를 보장할 수 있는 공적 조건들을 창출함으로써 사회적 소통비용을 줄이고 참여 과정에서 새로운 구상이 가능해질 수 있는 사회적 조건을 확보하는 것이 필수적이다.

○ 발전 패러다임에서 전제하는 것처럼 문화를 경제에 종속시키는 패러다임에서는 문화와 경제의 경계가 흐려지고 융합되는 상황에 적응할 수가 없다. 특히 문화적 감수성과 해독력을 통해 서로 상이한 사람들 사이의 의사소통이 가능해지지 않는 사회의 경쟁력은 극도로 뒤떨어질 수밖에 없는 것이다. 정보가 팽창하고 변화 속도를 통제할 수 없는 현대적 조건에서 문화적 능동성과 해석력을 확대시키지 않고서는 변화에 수동적으로 끌려가는 주체 해체의 위기를 경험할 수밖에 없다. 상황 변화에 대응하는 유연성, 새로운 문제해결력을 높이는 창조성, 정보와 대중문화의 범람에 대응하는 정보선별력과 문화해독력을 갖춘 교육이 공공적인 문화정책의 일환으로 전개되는 것이 필수적이다.

■ 문화적 능력에 대한 신뢰를 통한 콘텐츠 혁신을 핵심 관건으로 하는 프로젝트

○ 문화적 자생능력이 확보되지 않은 사회, 그리고 문화적 가치를 체험적으로 인식해보지 못한 사회에서는 변화가 필요하다고만 하지만, 변화를 위한 장기적인 투자와 기

획을 하지 않는다. 말하자면 변화는 항상 말에 그치거나 콘텐츠 수입을 통해서만 이루어진다. 자신의 사회가 개발할 수 있는 콘텐츠 생산 능력을 신뢰하지 않는 상태가 바로 문화의 식민지 상태이고, 문화적 식민지 상태가 지속되는 한에서 지식정보사회에 대한 대응력은 현저하게 뒤쳐질 수밖에 없다. 젊은 세대들이 자신의 세계를 구축하고 보편적인 세계사적 의미를 획득하는 인간으로 양성하기 위한 실천적 결단이 필요하다.

○ 에듀컬처콘텐츠의 혁신을 위해서는 세계적 수준의 실천 프로젝트들이 실행되어야 한다. 한국사회가 경험하는 이분법적 대립들, 국가와 시장, 공공성과 다양성, 평등과 생산성이라는 이분법적 대립항들은 아이들이 살아갈 시대에 대한 인식과 청(소)년들의 ‘존재’에 대한 질문을 실천적으로 제기하지 못한다. 특히 기존의 논의 방식과 논의 주체를 가로질러 생산적 프로젝트를 생산하기 위해서는 비역사적이고 비탄력적인 논의 틀에서 과감하게 벗어날 필요가 있다. 아이들과 시민들에게 스스로 표현하고 체험하고 서바이벌해 나갈 주체적 능력을 배양할 교육문화적 콘텐츠를 개발해야 한다. 주체를 가로지르고 창조적인 프로젝트를 설계하고 지역과 글로벌의 수준을 횡단하는 과정 자체가 콘텐츠를 생산할 인력을 구성해나가는 과정이라는 점을 염두에 둘 필요가 있다.

■ 광주의 교육문화적 환경을 획기적으로 개선하여 아시아문화중심도시의 기반을 만드는 프로젝트

○ 광주를 아시아문화중심도시를 구축해나가려는 정책 의지는 기반시설로서 국립아시아 문화전당의 건설과 이를 기반으로 도시환경을 재구성하는 지구단위 계획으로 이루어져 진행 중이다. 문화도시화의 계획은 도시 전체에 설계된 교육문화자원의 네트워크를 통해 새로운 행위, 콘텐츠, 주체, 환경을 구성해야 하는 구체적인 설계를 포함해야 한다. 지역의 교육문화 환경이 개선되지 않고서는 인력의 유입과 정착이 쉽지 않다는 주어진 맥락에서부터 교육문화 환경의 개선을 통한 견본 도시 모델을 통해 문화도시 광주의 정체성을 확보하고 파생적인 지역경제의 문제를 해결해나간다는 미래지향적인 맥락에 이르기까지 문화중심도시 구축과 에듀컬처 사업의 연관성은 내포적인 관계를 함축하고 있다.

○ 교육문화도시 견본 모델의 구축은 글로벌과 로컬의 측면에서 절실한 과제일 수밖에 없다. 먼저 아시아 지역은 압축적인 경제 성장 속에서 생존에 필요한 도구적 지식의 효율적 습득이라는 일차적 과제에 따라 지식의 인문학적 기초와 문화적 맥락을 탈각시켜 왔다. 아시아 지역의 교육이 안고 있는 동시대적 문제들은 국가의 기능적 필요에 즉자적으로 대응함으로써 장기적 비전과 방향성의 상실, 교육의 도구화, 성취 위주의 교육, 권위적 관계의 구조화 등의 공통적 문제를 안고 있다. 아시아문화중심도시의 구축은 새로운 시대 요구에 부응하는 학습 모델을 설정함으로써 아시아 지역이 안고 있는 교육 문제를 문화적으로 풀어가는 위상을 점할 수 있다.

○ 또한 교육문화도시 견본 모델의 구축은 로컬의 측면에서 광주라는 지역을 특성화할 수 있는 중요한 지점이다. 중앙-지방의 이분법적 대립 구조 속에서 교육문화적 자원은 중앙으로 집중되었고, 인적 자원의 편재 현상은 지역의 발전을 지체시키는 핵심 요인으로 작용해 왔다. 광주가 교육문화도시로서 정체성을 확립하는 것은 학습과 문화적 교류가 일상화된 새로운 도시 모델을 구축한다는 의미로 국지적 혁신을 통해 전국적 의미, 나아가 세계적 의미를 모델화하는 기본적인 의미가 있다.

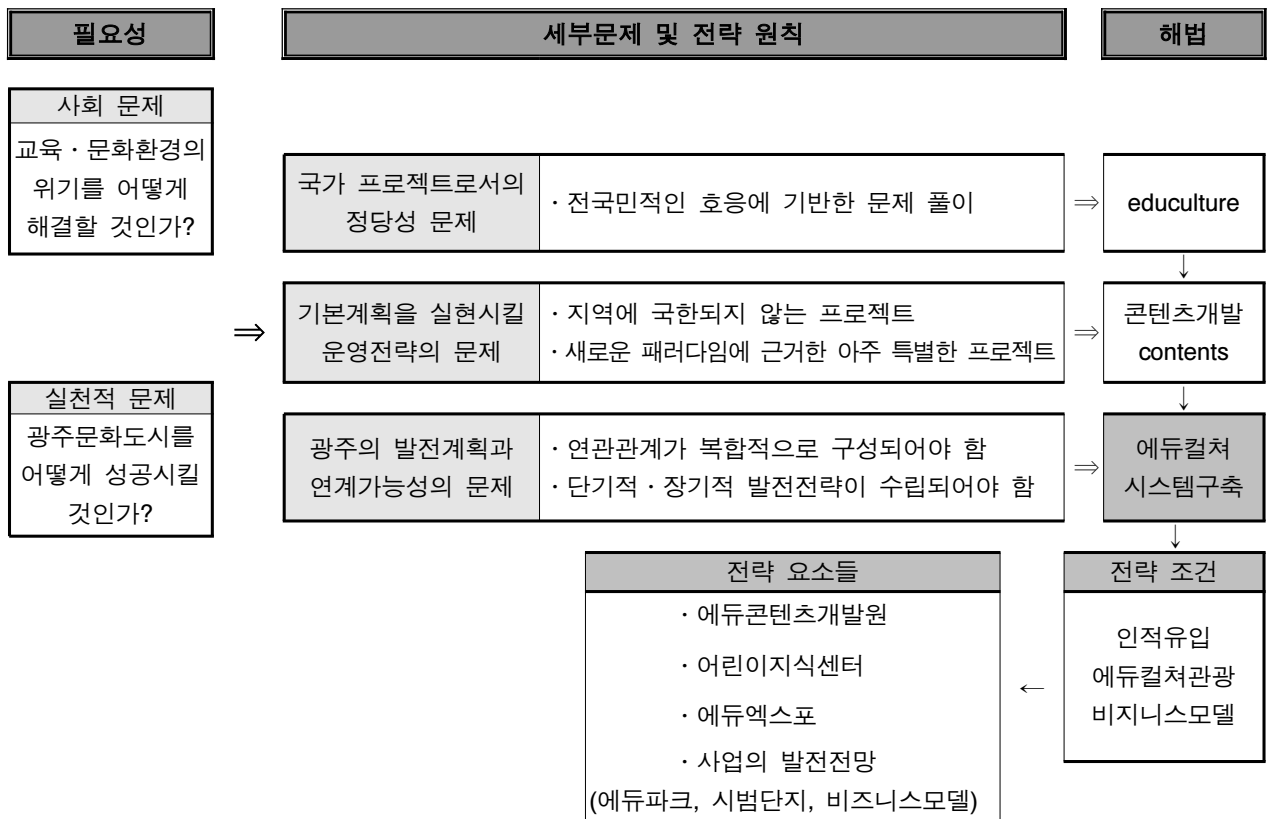
■ 아시아문화중심도시 사업을 안정화하는 핵심 전략 사업

○ 아시아문화중심도시 사업은 전 국민적인 합의한 필요한 막대한 재원이 소요되는 사업이다. 이 사업이 안정성을 갖기 위해서는 전 국민이 고통을 받고 있는 문제의 해결자로서 기능해야 한다. 광주에서 교육 문제에 대한 선도적 대안을 만드는 에듀컬처 사업은 전 국민이 고통 받고 있는 문제를 해결하는 위상을 점함으로써 사업의 지지를 확보할 수 있는 핵심적 지점이다.

○ 광주에서 진행되는 교육 문제의 해법은 매우 선도적인 것이어야 한다. 한국사회의 구조 상 지역의 콘텐츠가 질적으로 획기적이지 않으면 지역적 의미를 넘어서기 힘들다. 에듀컬처 사업이 콘텐츠의 혁신이라는 글로벌한 지위를 목표하는 것은 지역 주민에 대한 서비스를 넘어 지역을 특화할 수 있는 질적 우위를 필요로 하기 때문이다.

○ 아시아문화중심도시 사업은 지역을 발전시키는 매개여야 한다. 이런 점에서 질적 우위를 담보하는 에듀컬처콘텐츠의 존재가 핵심적이다. 에듀컬처콘텐츠는 관광, 지역산업, 거주단지 개발, 국제행사 등의 복합적 연관을 통해 광주 지역을 발전시킬 수 있는 핵심 지점이 된다.

○ 에듀컬처 사업의 배경, 전략원칙, 해법을 표로 나타내보면 다음과 같다.



3. 에듀컬처의 개념

■ 비전을 상상하기 위한 제안적이며 전략적인 개념

○ 에듀컬처 사업은 교육과 문화를 지배하고 있는 패러다임에서 벗어나 문제를 공유하고 비전을 창출해나가기 위한 전략적인 ‘상징’ 이자 ‘제안적 개념’ 이라고 할 수 있

다. 말하자면 에듀컬처라는 말은 새로운 실천의 상을 만들어나가기 위한 주체를 결집하기 위한 상징이면서, ‘경계넘기’를 통해 구상과 설계를 진척시켜 갈 프로젝트 기획을 지시하는 상징이다. 에듀컬처의 개념은 전통적인 경계와 장르 구분에 종속되는 것이 아니라 만남과 소통을 통해 문제를 풀어나가고 적극적 비전을 창출해가는 사람들 사이의 연결을 통해 구체화될 것이며, 또한 단지 문제를 인식하거나 연구하는 데 안주하지 않고 행동연구와 실천기획을 통해 ‘판’을 설계하고 그 판을 진화시킬 의지를 묶기 위한 제안적 개념이라고 할 수 있다.

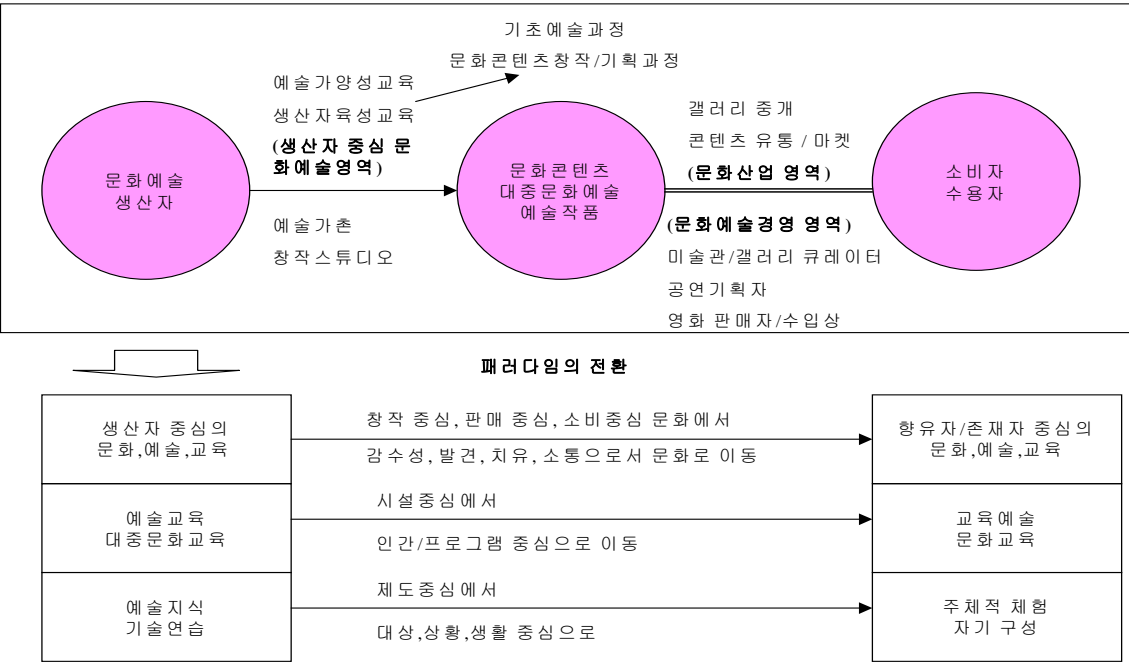
○ 광주라는 전략적 지점에서 교육문화도시를 구축하기 위한 에듀컬처 사업은 21세기 사회개혁의 주요 지렛대인 교육문제에 문화적으로 대응하는 것이자 문화도시의 실천적 기반을 만드는 인프라, 콘텐츠, 인력과 의 연관을 설정하기 위한 전략적 개념이다. 말하자면 에듀컬처 프로젝트는 광주의 역사성을 미래적으로 재구축하는 것이면서 지역적 소외와 인력 유출의 문제라는 당대의 문제와 대결하면서 실천적 대안을 설계하는 문화도시화의 핵심 프로젝트일 수밖에 없다. 나아가 에듀컬처 사업은 문화도시의 인프라와 소프트웨어의 연결망을 세밀하게 확보해가는 과정에 위치하면서 장기적으로는 에듀컬처산업의 기반을 구축하고 새로운 관광자원을 확보한다는 다중적 의미를 가지고 있다.

■ 문화도시의 문제들에서 비롯되는 연계적이고 통합적인 개념

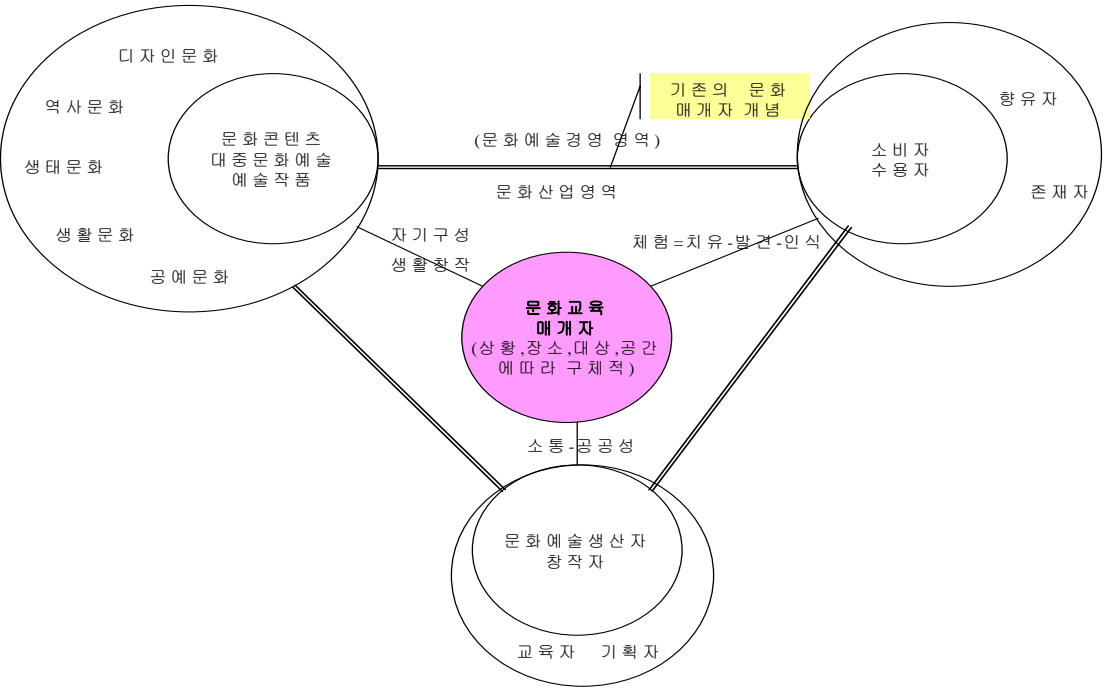
○ 교육과 문화를 결합하려는 개념적 흐름은 적지 않다. 문화교육, 예술교육, 교육예술, 문화예술교육 등의 개념들이 바로 그것이다. 문화와 교육의 영역을 가로질러 공교육 개혁의 문제의식을 가지는 문화교육 개념, 예술의 소비를 창출하려는 지향에서 비롯된 예술교육 개념, 교육을 예술화하려는 대안교육의 문제의식의 일환에서 비롯된 교육예술개념, 정책 용어로서의 문화예술교육 개념 등이 존재한다. 에듀컬처 개념은 사회정책적 지향이나 예술경영적 지향, 대안교육적 지향, 정책에 수반된 기능주의적 지향 등과는 달리 교육콘텐츠의 인문화라는 방향 속에서 문화도시의 기반을 만드는 연계적이고 통합적인 개념이다.

○ 기존의 개념들은 교육과 문화를 결합하는 ‘매개 형식’ 과 ‘매개 기능’ 에 있어 차별적이다. 이러한 기존 개념의 위상을 파악하기 위해 그림으로 나타내 보면 다음과 같다.

<그림 1> 기존 개념의 매개 형식



<그림 2> 기존 개념의 매개 기능



○ 위에 제시한 그림은 기존의 예술교육, 예술경영의 문제들을 비판적으로 재구성하면서 향유자 중심의 문화교육의 문제설정을 보여주는 것이다. 문화교육의 문제의식은 기존의 예술 장르 중심의 문제들을 넘어 교육과의 밀도있는 관계를 설정한다는 점에서 에듀컬처의 문제의식과 유사하다. 다만 에듀컬처 개념은 콘텐츠의 심미성을 강조한다는 점에서 정책적 개념을 넘어서며 콘텐츠의 사회적, 경제적 효과를 강조한다는 점에서 교육적 개념을 넘어 있다.

○ 에듀컬처 개념은 문화도시 프로젝트의 핵심 전략으로 지역을 활성화하고 교육문화 환경을 구성하기 위한 프로젝트 개념이다. 먼저 매개 형식의 틀에서 보면 전체적 위상이라는 측면에서 지역교육문화환경 구성을 위한 전략 개념으로서 국립아시아문화전당의 다양한 연계 전략 내에 위치하는 통합성을 가지고 있다. 또한 매개 기능의 측면에서 보면, 핵심 관건으로 에듀컬처 콘텐츠에 대한 연구, 생산, 표준화, 유통 등의 과정을 포괄하는 개발·유통을 위치시키고 인력 유입과 산업 연관을 극대화하는 능동적 실천이라는 특징을 가지고 있다.

■ 에듀컬처 개념은 교육행위에 대한 근본적 성찰

○ 에듀컬처 개념은 교육행위에 대한 근본적인 접근 방식을 택한다. 학교의 위기, 교실 붕괴 등이 진행되면서 학습행위의 문제를 전달방식의 차원으로 전위하는 논의들이 적지 않다. 예를 들어 ‘놀이’ 나 ‘체험’ 을 강조하는 일련의 흐름들이나, 에듀테인먼트(edu-tainment)에서 강조하는 학습의 놀이성에 대한 강조가 이런 흐름에 해당한다. 아이들의 흥미를 유발하는 것이 갖는 중요성을 부인할 생각은 없지만, 이러한 전달방식에 관한 논의들은 지식 습득 행위를 단순화시키는 경향이 존재한다.

○ 에듀컬처 개념은 교육콘텐츠의 심화를 통해 지식 습득 행위를 통해 삶을 들여다보고 관계 형성의 기쁨을 알수 있게 하는 근본적 질문과 교육콘텐츠의 문제를 대면시킨다. 하나의 학습물에서 자기관리와 삶의 차원을 들여다볼 수 있는 질적으로 차별적인 콘텐츠 구성을 강조한다. 교육 행위 자체를 기능적이고 도구적인 입장에서 정의하는

학습효과라는 차원을 넘어서 교육 행위 자체를 심화시킬 수 있는 콘텐츠의 존재를 문제삼는다. 따라서 에듀컬처 개념은 콘텐츠의 개발 인력, 교사 등의 전달 인력 등과 같은 매개 인력에 대한 구상에 있어 사회적 협업과 질적 협동작업을 전제한다.

○ 에듀컬처 개념은 예술이 가진 인문적, 심미적 차원과 교육적 차원의 화해를 시도하는 개념이다. 이런 차원에서 에듀컬처 개념은 교육(education)과 오락(entertainment)의 합성어인 에듀테인먼트와 근본적으로 차별적이다. 교육산업 등에서 강조하는 컴퓨터를 이용한 멀티미디어 학습 환경 및 콘텐츠, 놀이와 결합된 교육이 아니라 ‘교육 속에 깃든 문화’를 표방한다. 에듀테인먼트 개념은 지식을 놀이와 오락과 결합시키고 결과적으로 지식습득의 ‘편의성’을 제고시키자는 발상에 한정되어 있다고 할 수 있다.

■ 에듀컬처 개념은 사회적 편익과 경제적 편익의 측면에서 타당성 존재

○ 에듀컬처 사업은 한국사회의 교육문화적 문제를 해결하는 과정에서 동일한 경험에 기반하고 있는 아시아 지역의 교육 문제 해법을 위한 샘플을 제공할 수 있다. 아시아 지역은 유사한 근대화 과정과 압축성장 과정에서 기능주의적 주지주의 교육에 치중한 결과 교육콘텐츠의 질에서 새로운 시대에 조응하는 도약 지점을 발견하지 못하고 있다. 한 사회가 대면하고 있는 문제 풀이과정에서 새로운 생산성을 구축하려는 에듀컬처 사업은 사회정책과 문화정책의 측면에서 그 정당성을 입증한다.

○ 에듀컬처 사업은 후속세대들에게 사회적 지식을 생산할 수 있는 잠재력을 극대화시키고, 그 과정에서 사회적 의사소통능력과 문제해결력을 향상시킨다. 에듀컬처 개념이 일차적으로 타당한 이유는 의사소통의 실패로 인한 사회적 합의 비용을 장기적으로 낮출 수 있을뿐만 아니라 잠재적인 사회적 지식의 생산 능력을 제고한다는 측면에서 주어진다. 이와 같은 사회적 비용의 감소와 사회적 생산성의 향상이라는 측면은 한국사회의 현 조건에서 계량할 수 없을 정도의 타당성을 부여한다.

○ 에듀컬처 개념의 타당성은 사회적 편익의 증가이라는 측면에서뿐만 아니라 경제적

편익의 증가라는 측면에서도 검토될 수 있다. 에듀컬처 사업은 교육콘텐츠의 개발을 중심으로 아시아문화중심도시 사업과 밀접한 연관을 설정한다. 국립아시아문화전당 내에 위치하는 에듀컬처콘텐츠개발원과 어린이지식센터는 견본도시로서의 이미지를 강화할 뿐만 아니라 새로운 학습을 갈구하는 사회적 수요에 부응할 수 있다. 나아가 에듀컬처 사업은 에듀컬처콘텐츠 생산, 유통, 소비에 이르는 과정에서 교육산업과 관광산업, 이를 매개하는 다양한 콘텐츠 기반 산업을 자극한다. 장기적으로 에듀컬처 사업의 안정적 구축은 광주의 자생적 발전 모델을 형성하는 기축적 의미를 가질 수 있다.

○ 에듀컬처 사업의 의미는 콘텐츠 산업과의 연관성을 뛰어넘을 가능성이 크다. 에듀컬처엑스포의 연례적 개최는 새로운 인력 수요를 발생시키고 컨벤션 산업과 연계됨으로써 새로운 지역 문화관광, 교육관광 수요를 능동적으로 창출한다. 나아가 에듀컬처콘텐츠개발원의 프로젝트, 에듀컬처엑스포라는 프로모션 행사, 그 결과물의 전시공간인 어린이지식센터 사이의 선순환 구조는 문화도시 구축의 발화지점으로 위치 지워질 수 있고, 그 과정에서 에듀파크와 교육문화시범단지 등의 조성 사업과 연결될 수 있다. 에듀컬처콘텐츠를 중심으로 한 연계전략의 안착은 장기적 전망에서 경제적 편익을 획기적으로 증가시킬 수 있다.

4. 에듀컬처 사업 요소들 사이의 관계 정의와 추진체계 구성 원칙

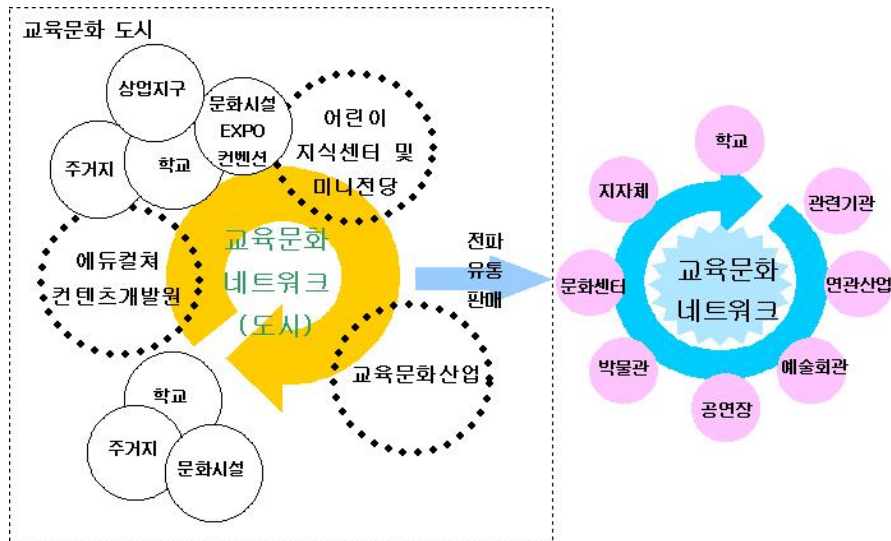
■ 교육문화도시 구축을 위해서는 교육문화 도시로서의 정체성에 대한 인식이 중요

○ 에듀컬처 사업은 아시아문화중심도시 구축 사업과 통합적으로 고려되어야 한다. 통합적 고려가 필요한 이유는 에듀컬처 기반시설과 프로그램을 중심으로 도시 문화환경을 재구성해가는 과제에 직면하고 있으며, 도시정책적으로는 이를 통해 문화도시 이미지의 통합적이고 긍정적인 창출이 필요하기 때문이다. 또한 사회문화적으로는 문화와 학습의 연결망이 확충되어 지역 구성원들의 삶의 질을 향상시키고, 다양한 문화적 교류가 활성화되어 자족적인 문화도시 모델을 넘어서는 문화의 생성 장소로서 의미를 가

져야 한다. 나아가 경제적으로는 에듀컬처 콘텐츠를 지속적으로 생산하고 유통하고, 국제적 수준의 콘텐츠를 집적함으로써 아시아문화전당의 가치를 배가하며, 국제적 행사를 개최함으로써 지역경제를 재활력화하는 데 기여해야 하기 때문이다.

○ 교육문화도시 모델을 설정하기 위해서는 교육문화도시의 각 요소들의 존재가 필수적인데, 이를 그림으로 나타내보면 다음과 같다.

<그림 3> 교육문화도시 모델



○ 교육문화도시라는 정체성은 많은 서로 상이한 의미를 지닐 수 있다. 교육문화도시 는 교육과 문화의 기반 시설이 잘 갖추어진 도시를 의미할 수도 있고, 주민들의 평생 학습 시스템이 잘 마련되어 있는 도시를 의미할 수도 있을 것이다. 이 연구에서 교육 문화도시라는 정체성은 ‘새로운 에듀컬처 콘텐츠를 생성하는 장소’ 라는 의미로 사용 한다. 특히 광주라는 지역적 조건에서 국내외의 다른 도시와의 차별성이 존재하려면, 전세계적인 수준에서 새로운 에듀컬처 콘텐츠가 생성될 수 있도록 에듀컬처콘텐츠를 연구하고, 네트워크를 구축하며, 상설적인 정보 공유와 교환이 이루어지며, 세계적인 전시물과 행사가 있는 도시로서 발전해나가는 것을 지향해야 한다.

■ 교육문화도시 구축을 위해서는 도시를 구성하고 운영하는 원칙이 필요

○ 교육문화도시를 현실적인 맥락에서 구체화하기 위해서는 문화도시로서의 어매니티와 도시 인프라로서의 참여 프로세스가 있는 교육문화공동체의 구성이 필요하다. 이와 같은 교육문화도시는 에듀컬처콘텐츠로부터 시작하는 문화도시 구축의 전망과 이를 촉진하고 매개할 수 있는 시스템의 존재가 필수적이다. 에듀컬처콘텐츠의 존재가 도시의 특징이 되고 일상과 주변에서 확인할 수 있는 도시가 교육문화도시로서의 정체성을 가지게 될 것이다.

○ 교육문화도시는 에듀컬처콘텐츠의 생산과 향유의 측면에서, 그리고 문화공공성의 측면에서 다음과 같은 특징을 가진다.

*** 생산자의 측면에서**

- 자기발견과 일상 창작이 이루어질 수 있는 공간과 프로그램의 설계가 있는
- 에듀컬처 콘텐츠를 항상 연구하고 생성해나가는

*** 향유자의 측면에서**

- 일반화된 수용자가 아닌 좀더 양질의 학습과 밀도 있는 체험을 가능하게 하는
- 문화적 환경과 문화적 접근의 권리가 일상에서 보장되는

*** 문화공공성의 측면에서**

- 문화향유의 권리가 지역의 주민을 분할하지 않는
- 다양한 지역 주체들 사이의 소통과 지역 경계를 넘어서는 유연성이 존재하는

*** 재생산의 측면에서**

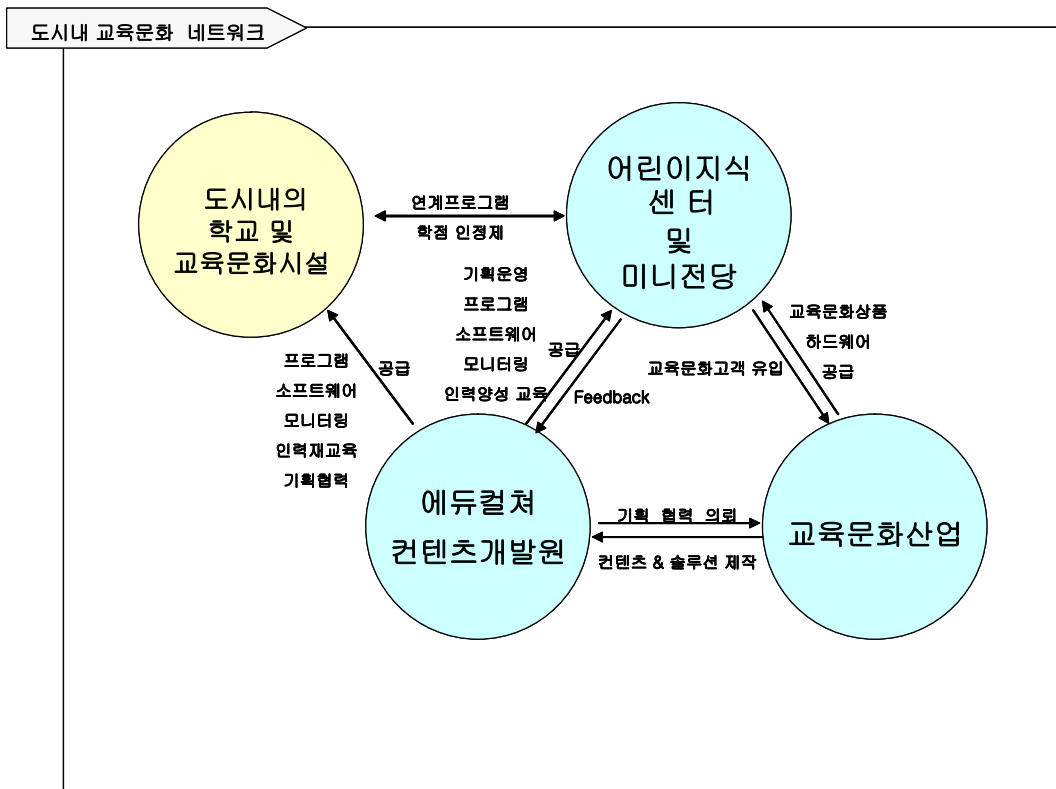
- 교육문화적 환경 내에서 새로운 교육의 내용이 생성되고 유통되는
- 모델과 샘플이 만들어지고 주목되는

■ 교육문화도시 구축을 위해서는 각 요소들 사이의 전략적 배치가 중요

○ 광주에서 교육문화도시를 구축하는 과제는 전략적 단위들 사이의 배치와 관계 설정이 핵심적이다. 이 관계 설정이 전략적으로 분명해져야만 각 단위들에 대한 구상과 실행플랜이 가능해질 수 있다. 특히 광주문화도시 사업에서 주어진 조건을 효율화하기 위해서는 각 단위들 사이의 원리적 관계를 분명히 하고 일관성있게 추진해가야 한다.

○ 각 단위들의 배치와 관계는 다음과 같이 나타낼 수 있다.

<그림 4> 각 요소별 관계방식



■ 추진체계의 구성과 구성원의 통합적 비전이 중요

○ 에듀컬처 사업이 원활하게 추진되기 위해서는 유기적 관계성을 고려할 수 있는 통합적 단위가 필요하다. 통합적인 추진체계 마련이 향후 에듀컬처 사업의 추진본부로서 적절한 진화 단계를 설정하면서 관리될 필요가 있다. 특히 에듀컬처콘텐츠를 생산하고

유통하는 작업이 중심에 놓인다고 할 때 콘텐츠의 질을 관리할 수 있는 프로젝트 매니저들이 최대한의 유연성과 자율성을 확보할 수 있는 조직 형식을 고민할 필요가 있다.

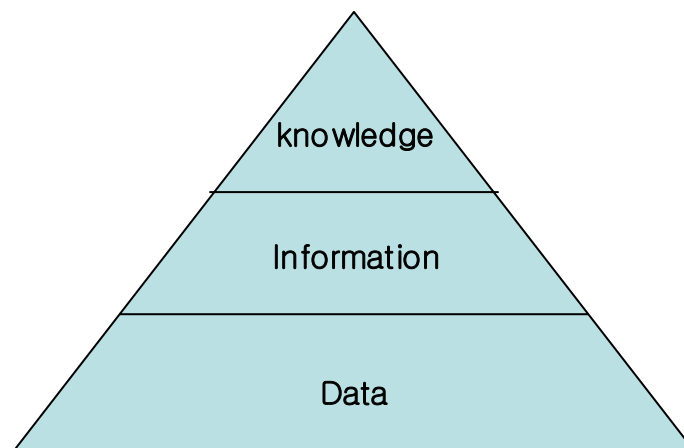
○ 추진체계의 구성원들은 기획과 네트워크 업무를 추진하면서 이 자체가 ‘학습조직’으로서 성장해 나가야 한다. 이를 위해서는 에듀컬처 사업에 대한 통합적 비전을 공유하고 문제해결력을 가진 사람들이 추진체계 내에 배치될 필요가 있다. 특히 예술가, 교사들과 작업을 생산적으로 수행할 수 있는 지식코디네이터가 각 영역에 대한 이해와 사업 지점들을 확인하면서 능동적인 문제 해법을 발견할 수 있는 개방적 태도가 필수적이다.

III 에듀컬처콘텐츠개발원

1. 에듀컬처콘텐츠개발원의 위상

■ ‘지식’의 위상을 포지셔닝하는 것이 관건

○ 에듀컬처콘텐츠개발원은 에듀컬처 사업을 진행하는 핵심기관이다. 개발원에서는 교육 문화 개념에 따른 지식을 연구하고 개발하는 것이 일차적 목표라고 할 때, 21세기 ‘지식’이 어떤 것일지 파악하는 것이 핵심적이다. 지식은 데이터나 정보와 구분된다. 전통적으로 지식을 설명하는 이론적 틀에 따르면 D(data)-I(information)-K(knowledge) 사이에 위계가 설정된다. 이 때 지식은 단순한 데이터나 정보와 달리 지식의 체계 내에서 정리되어 있는 ‘앎’을 의미한다.



<그림 5> 지식피라미드

○ 하지만 ‘21세기형 교육콘텐츠’라는 단어에서 시사하듯, 전통적으로 구분해 왔던 실천지(윤리학), 이론지(과학과 철학), 제작지(예술) 사이의 경계가 내파되고 융합되는 변화를 겪게 되는 것이다. 새로운 지식의 형태는 다양하게 흘러넘치는 정보에 대한 선별력 및 가공력, 그리고 정보의 재구성능력을 전제하기 마련이다. 에듀컬처콘텐츠개발원이 추구하는 학습의 목표는 체계화된 지식을 제공하는 기능, 교과를 보완하는 체

협적 방법의 제공에 그치지 않는다. 에듀컬처콘텐츠개발원은 ‘문화적 해득력’ (cultural literacy)을 증진함으로써 문화생산물을 선별하고 재구성할 수 있는 ‘문화적 능력’ (cultural capacity)을 확장하고, 이를 통해 ‘자기관리’와 ‘자기기획’이 가능한 인간을 양성한다.

○ 문화적 능력은 지식정보사회가 요구하는 핵심 능력이다. 맥락은 상이하지만, 피터 드러커가 말하는 혁신과 기획, 커뮤니케이션, 의사결정과 인간관계 구성능력이라는 현대 사회가 요구하는 인력의 특성과도 부합한다. 에듀컬처콘텐츠개발원은 사회적으로 차별적으로 분포하는 문화적 능력을 공공 기능의 일부로 담당할 수 있는 콘텐츠를 연구하고 개발함으로써 사회 전반의 문화적 능력을 향상시킬 수 있는 에듀컬처콘텐츠를 생산, 가공하는 역할을 담당한다.

■ 새로운 교육문화의 핵심은 가르치기(teaching)에서 학습(learning)으로의 변환이다

○ 교육은 전통적으로 교사-학생의 이분법을 전제한다. 교육행위는 이미 선행한 지식을 알고 있는 사람이 그렇지 않은 사람에게 정보와 지식을 전달한다는 의미가 지배적이다. 이반 일리치가 현대 교육 비판에서 언급한 바에 따르면 교육행위의 중심에는 교사-학생의 관계에 대한 변형이 놓여져야 한다. 이 의미는 전통적인 교육행위에서 학습을 설계하는 행위로 교육이 변화되어야 한다는 의미를 갖는다. 교육행위에 대한 새로운 개념은 교사의 역할에 대한 변화를 수반한다. 교사는 피교육자의 상황과 학습동기를 파악하고 적절한 정보를 제공하고 학습을 설계해주는 조언자(adviser)가 되어야 한다.

○ 학습에 대한 이론적으로 다양한 논의가 있다. 최근 ‘자기주도적 학습’이나 ‘능동적 동기 창출’의 중요성에 대한 이론들이 이런 논의에 해당한다. 하지만 이런 논의들에서 쉽게 간과하는 요소가 자기주도적인 학습과 능동적 동기 창출이 가능한 문화적 환경에 대한 전제라고 할 수 있다. 사실 한 개인의 학습동기와 학습성취에 영향을 미치는 것은 이미 선행하고 있는 문화적 환경의 범주이다. 상호협력적인 학습 경험과 분

위기를 체험하지 않고서 지식전달형 콘텐츠를 풍부하게 제공하는 것만으로 학습동기를 창출할 수는 없다. 에듀컬처콘텐츠개발원은 콘텐츠를 독립적으로 사고하는 것이 아니라 문화적 설계를 통해 콘텐츠의 질과 수준을 경험할 수 있는 양식을 개발한다.

2. 에듀컬처콘텐츠개발원의 개념

■ 에듀컬처 관련 네트워크의 기초를 마련하는 전략 개발 단위

○ 국가적 공공사업인 에듀컬처 사업의 내용적 주체로서 국가 교육 정책의 큰 틀을 기초로 하면서 더 나아가 문화예술, 정보통신, 언어활동, 신체활동, 정서함양을 목표로 하는 콘텐츠를 개발한다. 유아 및 초중등 교육과정에 적합한 에듀컬처 콘텐츠를 기획 개발하여 에듀컬처 사업 관련기관인 어린이지식센터, 청소년지식센터 및 에듀컬처 엑스포에 공급함으로써 에듀컬처 사업 전체의 시너지를 높이는 내용적 독창성과 경제성을 확보한다.

○ 기획개발된 콘텐츠와 프로그램을 각급 교육기관에 적극적이고 지속적으로 공급하여 공교육의 질을 높이고, 효율적인 교육문화활동을 위해 교육의 주체와 수혜자 모두가 만족할 수 있는 다양한 에듀컬처 콘텐츠를 지속적으로 제공하는 중추 기관으로 자리매김한다. 에듀컬처콘텐츠개발원은 에듀컬처콘텐츠를 연구, 기획, 제공함으로써 보다 확장된 개념의 교육문화 기반을 마련한다.

■ 에듀컬처 사업을 체계화하고 지속화하기 위한 전략적 단위

○ 에듀컬처콘텐츠개발원은 자체 내에 연구, 개발의 기능뿐 아니라 네트워크 구축과 새로운 유통 시스템을 구축하여 콘텐츠를 보급하고 유통하는 중심기관이다. 국립아시아문화전당 내의 어린이지식센터 및 미니전당의 한 축으로 청소년지식센터를 자체 연계 시스템으로 구축하고, 기획개발된 에듀컬처 콘텐츠를 체계적, 지속적으로 활용가능

한 모델로 프로그램화해서 국내외 교육기관과 연계된 생산 및 유통방법을 모색한다. 국내외 수요자 네트워크를 구축하고 온라인 기반의 유통 시스템 및 이동프로그램이 가능한 장치를 마련한다.

○ 에듀컬처콘텐츠개발원은 에듀컬처콘텐츠 개발을 위한 다양한 프로젝트팀 운영, 관련 기관 및 관련기업과의 연계사업을 통해 검증된 선진적인 콘텐츠를 다양한 매체와 교육 목표, 교수법에 따라 다양하게 적용할 수 있도록 에듀컬처 콘텐츠 아카이브를 구축하여, 지속적인 콘텐츠 혁신이 이루어지는 과정이 설계된 콘텐츠 개발과정을 운영 원리로 삼는다. 유연하고 창조적인 인력을 기반으로 콘텐츠 생산에 적합한 내부 운영체계를 마련하여 미래를 선도하는 지식 생산의 기지로 자리매김한다.

3. 비교모델 및 참조모델

3-1. 국내 사례

■ 한국교육개발원

○ 대표적 교육관련기관으로서 교육정책연구, 교육통계조사, 학교평가, 국제협력사업 등 교과중심의 콘텐츠를 개발하는 교육인적부 산하기관. 한국의 전통과 현실에 알맞는 교육 질서를 확립하기 위하여 교육의 목적, 내용, 방법 등에 관한 종합적이며, 과학적인 연구, 한국교육이 당면한 제반문제를 합리적으로 해결하는 혁신적인 교육체제를 개발함으로써 교육의 발전에 기여함이 목적.

○ 한국교육개발원이 지향하는 교육의 목적, 내용, 방법이란 교육과정에서 논의되는 수준의 개념이 아니라 국가차원의 거시적 수준에서의 교육목적과 방향, 교육제도, 교육정책 및 전략을 의미. 하지만 파행적인 한국 교육현실에서 정부의 교육정책에 대한 대안을 제시하는 데는 한계를 가지면서 교육정책의 보조적 수행 기관으로 위치.

■ 한국교육과정평가원

○ 초·중·고등학교의 교육과정, 교수-학습 방법 및 교과용 도서를 연구 개발하고, 초·중·고 교육평가 및 대학수학능력시험 등 각종 평가를 교육과정과 연계하여 실시하며, 학교 교육의 질을 향상시키고 국가 교육발전에 이바지하는 것을 목적으로 운영되는 정부출연 교육연구기관.

○ 한국교육과정평가원은 미래지향적인 콘텐츠를 개발하는 것이 아니라 현재 시행되고 있는 공교육 범위에서 교육과정과 교육평가방법에 대한 연구, 개발이 주업무. 따라서 공교육 내용에 대한 혁신기관으로 위치하기보다는 현실적으로 국가교육정책과의 연계 속에서 실질적인 교육과정 혁신의 요구에 미달함.

■ 한국교육학술정보원

○ 학교 내 정보통신기술 교육지원, e-learning을 통한 국가교육혁신, 기술 서비스 제공을 목적으로 하는 정부출연기관. 교육과 학술연구에 필요한 정보를 조사, 수집, 제작하고, 이를 효과적으로 유통하기 위한 교육정보망(에듀넷 및 학술정보 데이터베이스)을 구축 운영. 각급 학교의 전자도서관 구축 및 교육행정 정보화 지원, 지역교육정보센터를 운영. 교육정보화 관련 국제교류협력사업, 기타 교육부 및 시·도 교육청이 위탁하는 교육정보화 사업 등 실시.

○ 한국교육학술정보원은 다양한 교육 주체들에게 교육서비스를 제공하는 것을 목적으로 하고, 온라인에 기반한 교육 혁신을 주도하는 기관임. 그럼에도 불구하고 교육이 문화적 개념을 포괄하지 않고 있기 때문에 다변화되는 교육문화환경에 적합한 다양한 요구를 수용하기에 미흡.

■ 한국문화콘텐츠진흥원

○ 문화산업 진흥을 위한 정책의 수립, 개발 및 문화산업 활성화를 위한 지원시설의 설치 등 기반 조성, 문화산업의 창업 및 경영 지원, 정보의 수집, 공유, 활용, 디지털 문화 콘텐츠의 응용기술 개발 및 지원, 문화산업 전문 인력의 양성 및 재교육 지원, 문화산업 발전을 위한 유통 활성화와 마케팅, 해외 진출 등 지원, 문화 원형 자료에 대한 저작권 사용료 등 제반 권리의 위탁 관리, 문화예술기관의 정보화 사업에 대한 관리 운영 평가 지원, 문화산업 및 관련 사업에 대한 투자 출자 등을 주요 업무로 하는 특수법인.

○ 한국문화콘텐츠진흥원은 문화산업을 진흥하기 위해 디지털 문화콘텐츠의 개발을 개별 사업 단위에 대한 지원을 통해서 수행하고 있음. 교육문화의 관점에서 보면, 문화산업에 대한 협소한 이해와 콘텐츠 기획개발과정에 대한 지원 사업이 중심임. 개별 사업 단위에 대한 지원이 이루어지기 때문에 교육문화에 대한 전반적 전망을 갖는 사업을 진행하기에는 한계.

■ 우리교육 및 사교육 부설연구소

○ (주)우리교육은 잡지 출간, 어린이 도서발간, 교사 교육 및 연수, 현장 교사 지원 홈페이지 운영 등의 활동을 하는 전교조 교사 중심으로 만들어진 출판사를 기반으로 한 콘텐츠 연구소. 90년대 이후 급격한 사회변화로 이념 중심에서 교사교육과 잡지출간에 한계가 생기면서 출판 중심으로 운영. 현행 공교육에 대한 비판적 입장을 가지고 있으나 교사집단 중심의 활동 범위에서는 다양한 문화적, 예술적, 철학적 콘텐츠를 생산, 보급하기에는 한계.

○ 이외의 교육콘텐츠 관련 연구소는 대부분 사교육업체의 부설 연구소로서, 이들 연구소들은 공교육에 대한 대안적 연구소라기보다는 공교육의 문제를 심화시키는 사교육 시장의 파행적 확장을 피하기 때문에 올바른 교육문화를 구축할 수 없는 한계 존재.

○ 대표적 사례로 ‘대교교육연구소’ : 교육 이론/모델 연구, 교육산업 트렌드 조사/분석 연구, 제품 혁신을 위한 교육 프로그램 및 콘텐츠 개발 등을 통해 교육제품의 경쟁력 강화와 교육의 수월성 추구를 목표로 연구센터와 제품개발센터에서 사교육 시장 확대에 주력.

3-2. 해외 사례

■ 국립 교수법 자료 센터 (CNDP : Centre National de Documentation Pédagogique)

○ 프랑스 문교부, 고등교육/연구부, 청소년부 등 3개 부처의 산하기관. 공공기관으로서 프랑스 교육 정책의 테두리 안에서 효율적인 교육 활동을 위하여 교육을 행하는 주체나 교육을 받는 수혜자들이 필요로 하는 자료, 출판물, 교수법 활성화 방안, 교육 공학적 컨설팅 등을 제공한다. 학교에서의 문화 예술 교육, 정보통신화 교육, 언어 습득 등을 특히 중점적으로 다루며, 공교육 혜택을 받기 어려운 환경에 처한 사람들의 교육 문제도 비중 있게 다루고 있다. 콘텐츠를 디지털화하는 작업도 CNDP가 현재 적극적으로 추진하는 사업이다.

○ 전국적으로 그물망처럼 짜여진 네트워크가 강점이다. 그물망 조직을 통해 교사들은 직장 근처 혹은 거주지 근처에서 필요한 자료를 쉽게 접할 수 있다. 중앙의 CNDP 밑에는 31개의 지방별 (도 단위보다 크며 우리나라 영남지방, 호남지방개념) CRDP(Centre Régional de Documentation Pédagogique)가 있고, CRDP 밑으로는 각 도별로 센터가 구성되어 있다.

- 전국망 : 180개
- 산하 서점 : 125개
- 산하 미디어텍 : 155개 (교사, 사서, 컴퓨터 전공자, 행정 담당자, 출판 담당자, 법률가, 교수법 전문가 등 다양한 프로필을 가진 인재들이 일함)
- 제작한 자료 : 2천점 이상
- 월별 사이트 방문객 : 8십만

○ 교사들은 이 곳에서 자료 열람, 대출, 구입 가능하며, 인트라넷을 이용하여 데이터베이스 이용 가능, 새로운 정보 습득, 상담 등을 할 수 있고, 각종 토론회, 워크숍 등이 수시로 개최되므로 인적 교류도 가능하다. 프랑스 국내의 네트워크 외에 국제적 네트워크도 구성하고 있다.

○ CNDP는 프랑스 제1의 공교육용 시청각, 멀티미디어 프로그램 제작 기관인 동시에 유통 기관이기도 하다. 외국 TV와의 공동 제작도 활발하게 진행한다. 본격적인 연구/자료보존 기관인 프랑스 국립 교수법 연구원 (INRP : Institut National de Recherche Pédagogique)과의 긴밀한 협력 하에 작업한다.

○ 공교육을 지원하면서 문화 예술, 정보통신화, 언어 습득 등 포괄적인 콘텐츠 개발을 통해 대안적이고 미래지향적인 교육자료 개발, 유통을 동시에 수행하는 CNDP는 교육을 행하는 주체나 교육을 받는 수혜자 모두를 대상으로 하면서 동시에 공교육에서 제외된 사람들까지도 고려하는 사업을 진행하면서 국가적 차원에서 교육콘텐츠 개발의 중심으로 자리 잡고 있다. 이러한 사례는 국내 타 교육콘텐츠 개발원과 차별화되는 지점이면서 에듀컬처콘텐츠개발원의 목표와 공통된 부분이다.

○ 국내 전역을 망라하는 네트워크, 외국과의 연계된 국제적 콘텐츠 제작 및 유통, 연구/자료보존 기관인 프랑스 국립 교수법 연구원과의 협력을 통한 아카이브 구축, 콘텐츠의 디지털화 등의 사업을 통해 연구, 제작, 유통, 미래지향성 등의 모범적 사례이다.

○ 교사, 사서, 컴퓨터 전공자, 행정 담당자, 출판 담당자, 법률가, 교수법 전문가 등 다양한 프로필을 가진 인재가 프로젝트에 참여하기 때문에 다양한 채널과 매체를 통해 사회적, 문화적 자산을 활용함으로써 교육을 통합적인 시각에서 전사회적 프로젝트로 설계하는 것이 가능하다. 이런 인재참여방식은 에듀컬처콘텐츠개발원이 지향하는 운영 방식과 같으므로, 각분야의 전문가들이 참여할 수 있는 시스템을 어떻게 구축하는가, 교육에 다양한 전문가가 참여하는 것이 어떤 장점이 있는가를 검증해볼 수 있는 사례가 된다.

4. 에듀컬처콘텐츠개발원의 구성전략

■ 프로듀서 시스템을 구성하는 인력이 관건

○ 에듀컬처콘텐츠개발원에서는 프로젝트 디자이너가 각 콘텐츠 개발의 중심에서 프로젝트 단위로 필요한 연구원, 작가, 기술인력 등 필요한 인력을 사안별로 조직해서 가장 효율적인 개발방식으로 운영한다. 이런 개발방식은 어린이지식센터, 에듀컬처엑스포 등 관련사업과 연계되어 활용되거나 각급 교육기관에 컨설팅 자료로 제시되거나 별도의 매체를 통한 제품으로 개발되는 등 다양한 요구에 적합한 유연한 시스템을 갖추고, 각 프로젝트 디자이너가 개발원 전체 사업과의 조율, 유관 사업이나 기관과의 협력을 담당하는 경영 프로듀서(executive producer)와 유기적으로 결합하도록 한다.

○ 프로젝트 디자이너는 각 콘텐츠 개발을 수행할 예술가, 전문가 집단의 작업에 대한 종합적인 지식을 갖고 에듀컬처콘텐츠의 개발과 활용에 필요한 문화적 안목을 보유할 수 있는 사람이어야 하므로 영화나 연극 등에서처럼 종합 프로젝트를 운영할 능력이 있어야 한다. 또한 참여 인력의 능력과 예술적 역량을 최대한 발휘할 수 있도록 지원하여 독창적인 콘텐츠가 개발될 수 있는 여건을 마련해야 하는 만큼 문화예술 네트워크의 중심 인력을 필요로 한다.

○ 해외 참조사례로 파브리카 (Fabrica) 모델이 있다. 이탈리아 의류회사 베네통이 1994년, 세계의 젊은 예술가들을 후원하기 위하여 설립한 커뮤니케이션 연구센터로 이탈리아의 트레비소 외곽에 위치. 베네통의 국제적 사업전략을 성공으로 이끄는 핵심시설로 평가되고 있다. (Homepage: www.fabrica.it)

- 전세계적으로 25세미만의 젊은작가들을 포트폴리오를 통한 심사로 선발해서 1년간 장학금을 지급하고 워크숍 위주로 실기위주의 프로젝트 진행.

- 철저히 기존선입관에서 탈피한 채, 영화, 사진, 디자인, 뮤직비디오, 잡지출판, 인

터랙티브& 비주얼 커뮤니케이션 등을 활용하여 새로운 이슈와 시각언어, 스타일링을 생산해내는 R&D 기관.

- 기술과 지식위주 수업이 아닌 직접적인 실습과 토론을 통한 창조적인 크리에이티브를 개발해 나가는 것에 중점.

- 독특하고 실험적인 방법론으로 지역적, 종교적, 인종적인 차원을 넘어선 전세계인과의 문화적 교류를 촉진시키는 것을 목적으로 설정.

○ 경영 프로듀서는 각 프로젝트에서 개발되는 콘텐츠를 적절하게 활용할 수 있도록 관련기관 및 사업과 네트워크 시스템을 마련한다. 이를 위해서는 에듀컬처 사업전체를 조망하는 통합적 인력 시스템에서 각 사업과 수평적으로 결합하는 구조가 필요하다.

■ 문화와 예술에 대한 심화된 인식이 있는 지식 코디네이터가 중요

○ 문화, 예술, 과학, 철학 등 다양한 지식을 수용자에 맞게 적절하게 프로그램화하고 각 프로그램을 다양한 매체와 환경에 따라 최적화된 시스템으로 코디네이션하는 것이 관건이므로 문화예술계 전문가 중심의 네트워크를 통해 최고수준의 지식 코디네이터를 양성한다. 기획개발된 프로그램을 개별적, 획일적으로 제시하고 소비하는 것이 아니라, 에듀컬처 콘텐츠를 다양한 교육환경과 현장에서 체계적으로 활용할 수 있도록하는 지식 코디네이터를 확보, 양성하여 다변화된 교육문화를 이끄는 시스템을 마련한다.

○ 지식 코디네이터는 교육전문가가 아니라 교육 주체가 기획개발된 콘텐츠를 최대한 유용하게 활용할 수 있도록 조정하는 컨설턴트 역할이므로 콘텐츠에 대한 이해와 교육 현장의 요구를 충분히 숙지하고 조율할 수 있어야 한다. 지식코디네이터의 자질로는 예술창작 과정을 이해할 수 있는 능력, 지식을 가공하고 심화시킬 수 있는 능력, 다른 주체들과 협업 과정을 조율할 수 있는 능력을 가지고 있어야 한다. 지식코디네이터는 예술, 교육, 인문적 분야를 종합할 수 있는 코디네이션 능력이 핵심이다.

■ 교육문화현장과의 연계 속에서 활용성을 다양화하기 위한 시스템 구축

○ 콘텐츠의 핵심은 공교육의 교과내용과 관련이 있으면서도 공교육의 보조학습교구재 개발수준에 그치는 것이 아니라 지식확장을 목적으로 하는 적극적 에듀컬처 콘텐츠를 개발해서 일선 교사들을 비롯해 정규교육보다 확장된 현장에서 다양한 교육문화 수요자가 선택적으로 활용할 수 있는 모델을 제시하는 것이다. 이를 위해서는 인력들 간의 유기적인 연계 시스템이 중요하다.

- 경영 프로듀서 : 콘텐츠 활용 시스템 구축 및 최적화된 연계망 구축(어린이지식센터, 에듀컬처엑스포, 각급 교육기관, 미니전당, 아카이브 구축, 정보통신 서비스, 제품화 등)
- 지식 코디네이터 : 콘텐츠 개발과정을 진두지휘하는 핵심 인력(콘텐츠 개발 과정뿐 아니라 현장 적용 가능성을 종합(교사, 특수 프로그램, 매체별 활용방안 등에 적합한 지식의 가공과정 책임)
- 프로젝트 디자이너 : 지식코디네이터와의 협업 속에서 콘텐츠 기획 개발에 있어 필요한 형식 및 기술 등의 전문지식을 가지고 단위 프로젝트를 실행(예술가, 교육전문가, 기술인력 등 통괄)

○ 현장과의 연계 시스템은 기존 유아, 초등, 중등 교과과정에 대한 자료를 분석하고 통합교육이나 현장학습에 대한 프로그램 사례에 대한 자문을 위해 전교조 교과모임, 각종 대안교육연구기관, 영재교육연구기관, 예체능특수교육기관 등을 외부 협력조직으로 구축하는 것이 필수적이다. 또한 산학연계를 통해 연구개발 자료 및 프로그램 개발을 아웃소싱(전남대 교육발전연구원, 디지털 M&E 스튜디오, 아시아 문화연구원, 교육 관련 기업 등)하고 이를 코디네이팅하는 업무가 필수적이다.

○ 콘텐츠 생산과정을 영화제작과정과 비교해서 도식화해보면 아래와 같다.

<표 1> 에듀컬처콘텐츠 생산과정과 영화제작과정 비교

		영화 제작과정	에듀컬처콘텐츠 생산과정
프리 프로 덕션	기획	개봉시점, 예상관객층, 사회적 관심사, 예산규모, 예상수입 등을 고려하여 아이템 선정	콘텐츠 활용 시기, 교육환경, 사회적 요구, 교육주체 및 교육대상자 층, 활용매체 및 조건, 예산규모 등을 고려한 아이템 선정
	조직	<ul style="list-style-type: none"> - 프로듀서를 중심으로 감독, 시나리오 작가는 작품의 내부적 협의체를 구성해서 아이템 개발. - 상영, 배급을 효과적으로 수행하기 위해 프로듀서와 마케팅팀은 외적 조건을 리서치하고 전략 구상 	<ul style="list-style-type: none"> - 지식코디네이터를 중심으로 작가, 프로젝트 디자이너, 연구원 등의 협의구조를 구성해서 내부적 협의 진행. - 경영 프로듀서는 지식코디네이터를 포함해서 에듀컬처 엑스포, 지식센터, 교육현장 등과 콘텐츠 활용에 대한 외부적 네트워크 구성
	시나리오	<ul style="list-style-type: none"> - 장르를 고려한 캐릭터와 플롯을 설정하고 스토리를 영화적 내러티브로 변형시키기 위해 자료를 수집하고 트리트먼트→시놉시스→시나리오를 단계적으로 완성. - 자료수집, 자문, 집필을 위해 기획팀 또는 연출부가 공동작업 - 완성된 시나리오를 바탕으로 제작일정 계획 	<ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠의 소구대상, 활용매체, 최종완성형태를 고려한 시나리오 구성. - 자료연구, 교육현장 활용성, 작품화 등에 적합한 전문인력 확보 - 지식코디네이터와 경영 프로듀서는 개발일정, 예산, 활용방안 확정
본제작	조직	프로듀서의 책임 아래 감독, 촬영, 조명 등 각 부분의 전문인력을 확보하고 연출부, 제작부, 촬영부, 조명부, 미술부, 특수효과 등 작품에 필요한 인력구성	지식코디네이터의 책임 아래 개발 콘텐츠에 필요한 인력 구성. 프로젝트 디자이너는 협의 구조 속에서 구체적 실행을 담당
	제작	헌팅, 세트제작, 촬영 등 본격적인 영화 제작 수행	개발 콘텐츠 별로 적합한 작품화 수행 (예:출판물, 영상물, 멀티미디어 등)
후반	조직	<ul style="list-style-type: none"> - 프로듀서와 감독의 협의 아래 편집, 사운드, CG 등 촬영된 작품의 완성에 필요한 인력 및 시설 활용 - 완성된 작품의 상영 및 배급을 위해 프로듀서와 마케팅 팀은 포스터, 언론홍보, 영화제 출품, 시사회, 등 다각도로 외부 환경 조성 	<ul style="list-style-type: none"> - 지식 코디네이터는 프로젝트 디자이너가 개발된 콘텐츠의 작품화를 보완하거나 다양한 활용방안 제시 - 개발된 콘텐츠의 활용에 필요한 조건을 마련하기 위해 경영 프로듀서는 관련기관과 협의해서 어린이지식센터, 엑스포, 각급 교육기관, 포털사이트 등의 활용방안 모색
	유통	영화제, 극장, 공중파, 케이블, 위성, 인터넷 등 다양한 채널을 통해 완성된	지식센터, 엑스포, 각급 교육기관, 포털사이트 등을 통해 완성된 콘텐츠를 활용하되 각

		작품 상영	<p>콘텐츠에 적절한 활용방식은 지식 코디네이터가 콘텐츠를 필요로 하는 환경, 집단, 시기에 적절하게 구성</p> <p>- 기획개발단계부터 콘텐츠 활용에 이르기까지 축적된 자료는 아카이브를 구축해서 다른 콘텐츠 개발에 필요한 자원으로 활용.</p>
--	--	-------	--

○ 에듀컬처콘텐츠 제작과정과 영화제작과정을 비교해보면 프로듀서 시스템이 작동한다는 점에서 대단히 유사하다. 단 에듀컬처콘텐츠는 지식에 대한 ‘가공’이 중심인데 비해, 영화는 ‘창작’이 중심이라는 점에서 구분된다. 이 차이는 구체적인 과정에서 영화제작에서 감독과 프로듀서 사이의 관계가 핵심적이라면, 에듀컬처콘텐츠 제작에서는 지식코디네이터의 역할이 중심으로 설정되는 차이가 있다.

○ 또 하나의 차이는 영화의 제작과정과는 달리 에듀컬처콘텐츠의 제작은 그 과정에서 고등학문의 최고 수준의 학자들과의 외적 협력을 전제한다. 지식코디네이터는 자체에 프로젝트 디자이너를 다수 두는 형식보다는 개발의 소재 및 주제 영역에 따라 예술가와 학자들과의 협업을 전제하기 마련이어서 프로젝트 관리 개념보다는 지식개발능력이 더 중요하게 부각될 수밖에 없다.

○ 에듀컬처콘텐츠 제작과정은 전체적으로 보면 일반 교육콘텐츠 제작과정보다는 예술품의 창작과정과 유사하다. 일반 교육콘텐츠는 현재 실시되는 교육과정에서 설정한 교과별, 대상별로 세분화되어 설정된 교육목표를 수행하기 위한 교재 또는 보조교재 역할을 한다. 말하자면 교과서-자습서-참고서-학습지 등의 연계 속에서 주지적 학습 목표를 효율화하는데 기본적인 관심이 있다.

○ 에듀컬처 시나리오는 총체적인 문화적 역량을 예술적, 철학적 구상을 바탕으로 다양한 형태로 작품화해서 교육주체와 교육대상이 문화주체로서 경험하고 교육과정에서 활용할 수 있도록 하는 것이다. 하나의 콘텐츠가 한 가지 프로그램으로 외화되는 것이 아니라 콘텐츠의 활용방식은 개발자에 따라 아주 다양한 방식으로 외화될 수 있는 창

작과 유사한 과정을 통해 구축된다. 말하자면 에듀컬처콘텐츠는 완전히 새로운 창작과정은 아니지만 기존의 지식을 심미적으로 기획, 가공, 개발하는 종합적 성격을 가지고 있다.

○ 생산된 에듀컬처콘텐츠는 교육주체와 교육대상에게 제공된다. (예 : 어린이지식센터 전시, 엑스포 프로그램, 출판물, 교구재, 영상물, 멀티미디어 등). 이를 위해서는 기획개발된 콘텐츠를 최적화하는 과정 설계가 필요하다.

5. 추진전략

■ 국제적 수준의 콘텐츠 개발이 목표

○ 문화해득력이 있는 세대를 길러 사회적 소통비용을 줄이고 철학과 미학이 있는 교육문화의 기반을 조성하기 위해서는 교육전문가 집단에 국한되지 않고 문화예술인 가운데 최고의 전문가를 유치하여 세계적 수준의 인력 풀을 구축해서 국제적으로 경쟁력 있는 콘텐츠를 개발해야 한다.

○ 최고수준의 각 분야 전문인재를 광주지역에 유치하기 위해서는 인재유입을 위한 유인정책을 병행하여야 한다. 현재 한국사회의 거주지 결정요인 가운데 중심 화두인 교육기반시설구축(예: 교육문화시범단지 조성, 특성화 교육시설 설립 등), 안정적 직장 마련(예: 에듀컬처 관련사업 우선 채용, 신규 사업단지 조성 등)과 같은 적극적 유치 전략이 관건이다.

○ 교육문화사업의 전략적 거점을 구축하고 지속가능한 문화환경을 조성하는 일은 아시아문화전당 및 교육문화거점도시 전략과 밀접하게 연계된 시스템을 활용하여 국가적 차원에서 세계화의 중심역할을 하는 전략적 기초를 제공한다. 수도권 집중의 국내적 한계를 뛰어넘을 수 있는 국제적 사업진행을 위해서는 기존 공교육의 테두리를 벗어난

미래지향적 관점에서 지역적 특성을 고려하되, 특정 지역에 국한되지 않는 외부인력의 적극적 유치 및 활용을 통해 경쟁력을 높여야 한다.

■ 개발된 콘텐츠가 내부적, 외부적으로 활용될 수 있는 전략이 필요

○ 지속적 확장형 교육문화 시스템을 안정화하기 위한 전략으로 미래형 교육과 프로젝트형 교육을 전제로 일선 교사들을 교육하고 견인하는 프로그램 개발을 통해 콘텐츠의 활용, 보급, 피드백, 업그레이드 시스템을 운영한다. 이를 위해 연계된 에듀컬처 기관인 어린이지식센터, 청소년지식센터, 미니전당, 에듀컬처 엑스포 등과 연계해서 콘텐츠의 개발과 활용방안을 적극적으로 제시한다.

○ 교육문화 사업의 국제화 전략이 필요하다. 아시아 사회는 압축적 근대화 과정 속에서 기능 위주의 교육이 지배적이고 그 결과 에듀컬처콘텐츠의 질이라는 측면에서 도약이 절실하게 필요한 상황이다. 아시아 전체를 고려한 교육, 예술, 문화가 적절하게 콘텐츠의 바탕을 이루도록 함으로써 비즈니스 모델로도 글로벌 교육문화 시장을 향한 사업성이 있으며, 광주지역을 중심으로 새롭게 형성되는 사업모델을 육성하는 고용효과를 유발할 수 있다.

■ 에듀컬처 엑스포 준비 과정을 통한 핵심 사업 역량을 단계적으로 확보

○ 국립아시아문화전당 내 시설은 현재의 일정 상 2010년이 되어야 실현가능하다. 따라서 에듀컬처 사업의 대중적 공감대를 설정하고 주체의 개발을 위해서 대중적인 에듀컬처 엑스포가 준비되어야 하고, 이 과정이 에듀컬처콘텐츠개발원과 어린이지식센터의 인력을 양성하고 콘텐츠를 준비하는 도상에 위치한다.

○ 에듀컬처엑스포는 국제적 에듀컬처 마켓을 향한 프레젠테이션의 장이다. 광주를 포함한 호남지역은 수도권, 특히 서울 특수지역과 비교했을 때 로컬의 한계에서 비롯된 열악한 문화적 환경 때문에 공교육 과정에서 요구되는 기본 콘텐츠 이외의 다양하고

수준 높은 프로그램을 체험하는 데 한계가 있었으나, 아시아권 최고수준의 프로그램을 지향하는 체계적인 에듀컬처 콘텐츠를 어린이지식센터, 에듀컬처엑스포와의 연계를 통해 지속적, 체계적으로 제공함으로써 교육문화 전반의 레퍼런스를 다양화하고 확장한다. 이러한 연관성에서 국제적 에듀컬처 마켓을 형성하고 구조화하는 효과를 기대할 수 있다.

- 엑스포를 통해 개발된 프로그램의 외화된 형태인 출판물, 교구재 생산 및 판매 사업
- 프로그램 자체 운영 시스템, 인력양성시스템 등의 플랜트 마케팅
- 국내외 수학여행 및 현장학습 프로그램 마케팅

■ 에듀컬처 개념을 홍보하고 주체를 결집하는 전략

○ 국가 교육 정책 및 공교육과의 연관에서 교육문화 개념을 확장하기 위해서는 기본적으로는 공교육의 기본이념과 교육정책을 강화하고 뒷받침하면서, 교과과정에 치중하는 기존 공교육의 한계에서 더 나아가 교육문화의 지평을 문화, 예술, 철학의 범위로 확장함으로써 올바른 ‘학습(Learning)’으로 이끄는 작업이 필요하다는 사회적 인식을 도출할 필요가 있다. 특히 공교육에서 활용가능한 콘텐츠 개발 및 프로그램 제시로 교육문화의 레퍼런스 및 교육방법의 다양한 모델에 대한 전방위적 접근 시스템을 마련하여 교육문화 전략의 타당성을 사회적으로 확산시킬 필요가 있다.

○ 사회적 홍보의 초점은 사회적으로 의미있고 경쟁력 있는 인재 양성을 위해서는 새로운 개념의 교육문화가 필요하다는 점을 부각시킬 필요가 있다. 기존의 과목별, 학년별 교육목표에 따른 콘텐츠가 아니라 보다 기본적이면서도 확장된 개념으로서의 문화, 예술, 철학에 근거한 새로운 교육문화 패러다임을 제시하여 문화적으로 성숙하고 국제적으로 경쟁력을 갖춘 인재를 양성할 수 있는 기초를 마련하는 것이 사회 통합에 기여하고 미래지향적인 교육문화를 선도한다는 점을 강조할 필요가 있다. 즉 공교육 현장에서 활용가능한 콘텐츠 개발 및 보급을 통해 사회적 통합에 기여하되, 다양한 수준의 문화적 욕구를 자극하고 충족할 수 있는 선진적 프로그램을 제시하여 수혜자의 기대치를 끌어올리는 미래지향적 전략으로 국내외에 기존의 평균적 교육콘텐츠와 차별화되는 선도적 교육문화를 이끌 필요성을 홍보한다.

○ 단순한 학습콘텐츠 개발이 아니라 언어, 인지, 신체, 감각, 정서 영역을 두루 포괄하는 출판물, 교구재, 미디어연구 및 제품 개발을 통해 국제적 에듀컬처 사업의 전략적 발판을 마련하기 위해서는 다양한 인력과 탁월한 능력이 있는 주체가 구성되어야 한다. 이를 위해 프로젝트 디자이너, 지식 코디네이터라는 새로운 인력 시스템을 구축하는 일, 사업의 장기적 경쟁력을 확보하고 타 콘텐츠 개발방식과 차별화된 문화예술 네트워크를 구축하는 일은 실행을 통한 주체 구성과 검증과정을 필요로 한다. 이를 위해서는 사회적 아젠다의 설정을 통해 주체를 결집하는 과정이 필수적이다.

■ 단계별 일정 및 준비과정에서 집중된 초점이 필요

○ 입시 부담이 상대적으로 적으면서 교육문화에 대한 폭넓은 요구가 있는 유아 및 초등 과정에 대한 콘텐츠 개발에서 시작해서 중등 과정까지 확대하는 전략이 현실적으로 필요하다. 이와 별도로 전문성이 요구되는 대학과정 및 광주 시민의 폭넓은 관심영역을 반영하는 평생교육문화 콘텐츠 분야는 별도로 추진하되 수용자 확대에 그치는 것이 아니라 교육문화사업 인력으로 양성할 수 있는 특화된 프로그램으로 확장해나간다.

○ 초기 전략의 하나로 지역 인력들을 양성하기 위한 고려가 필요하다. 지역 주체들의 관심과 지역의 콘텐츠에 대한 관심을 불러일으키기 위해 콘텐츠 구성에 있어 유의할 필요가 있다.

○ 초기에는 연구개발된 콘텐츠를 에듀컬처엑스포에서 프레젠테이션하고, 어린이지식센터의 상설전시 및 분기별 기획전시와 연계하면서 출판 및 교구재 개발로 외화시키고, 중장기적으로는 전 교육과정을 망라하는 교육문화 프로그램으로 체계화한다. 확보된 콘텐츠를 에듀컬처콘텐츠개발원 내부의 시스템 안에서 다양한 미디어로 활용할 수 있는 아카이브를 구축하고, 축적된 아카이브를 온/오프라인에 맞는 구체적 교육문화 솔루션으로 제공할 수 있도록 외연을 지속적으로 확장해 나가면서 국제적 에듀컬처 마켓 창출에 기여할 수 있도록 제품화 및 프로그램화한다.

IV. 어린이지식센터


1. 개념

1-1. 개념

■ 학습행위를 심미체험과 결합시킨 에듀컬처콘텐츠 전시공간- ‘교과서 속의 박물관’

○ 어린이지식센터는 교과서의 콘텐츠를 새로운 예술적 감수성으로 제시하는 것을 기본 개념으로 하고 있다. ‘교과서속의 박물관’은 모든 교과내용(언어·수리·사회·과학·예술)을 체험적 방법, 실험적 방법, 탐구활동의 방법을 통해 공간의 언어로 해석, 재현하는 전시·학습공간이다.

○ 특정 교과내용은 현존 최고 수준의 고등학문적 시야 속에서 재편성된 뒤, 다시 최고 수준의 예술적 시야 속에서 설계·가공되어 심미적 학습콘텐츠로 재탄생된다. 지식정보 전달에 초점이 맞춰진 기존 교과내용이, 학습자 개개인의 전인적 투사가 가능한 심미적 체험재료가 탈바꿈한다.

( 그러므로 단 한 가지 교과내용도 개발자들의 개발철학 혹은 취향에 따라 수만 가지 에듀컬처콘텐츠로 전환될 수 있다. 개발자들은 ‘지식코디네이터’로 명명되고 개발 과정에는 지식코디·예술가를 기본으로 하되 학자그룹을 네트워크로 확보, 고등학문의 안내자로서 역할하게 한다. 학문네트워크는 국제적인 범위로 구축한다).

○ 어린이지식센터는 심미적인 교육문화활동의 공간이다. 어린이지식센터의 시도는 교과서 학습 내용을 예술적 시야 속에서 설계·가공되어 심미적 학습콘텐츠로 재탄생하는 것이다. 다시 말해, 학습 내용을 단순한 주어진 사실로 습득하는 것이 아니라 지식 습득의 과정 자체가 학습동기를 얻고 탐구하는 즐거움을 제공할 수 있도록 설계된 목적 중심적 교육활동이 설계된 공간이다. 지식정보 전달에 초점이 맞춰진 기존 교과내용

이, 학습자 개개인의 전인적 투사가 가능한 심미적 체험재료로 탈바꿈한다.

○ 그러므로 단 한 가지 교과내용도 개발자들의 개발철학 혹은 취향에 따라 수만 가지 에듀컬처콘텐츠로 전환될 수 있다. 개발자들은 ‘지식코디네이터’로 명명되고 개발과정에는 지식코디·예술가를 기본으로 하되 학자그룹을 네트워크로 확보, 고등학문의 안내자로서 역할하게 한다. 학문네트워크는 국제적인 범위로 구축한다.

■ 에듀컬처콘텐츠의 스토리 및 시나리오가 설계된 교육문화공간

○ 어린이지식센터는 대개 체험형 공간과 전시형 공간으로 구별될 수 있다. 어린이지식센터는 에듀컬처콘텐츠를 공간 구성의 언어로 변화시키는 작업을 통해서 학습과정 자체를 구체적이고 통감각적인 교육 패러다임으로 전환시킨다. 관찰, 발견, 탐구, 실험의 사물 중심적 학습 과정, 언어와 텍스트 위주의 추상 개념 중심의 학습 과정을 맥락, 분위기, 역사, 삶들과 연관시켜 몰입이 가능한 공간을 구성한다. 이 공간 내에서 참여자는 활동을 통해 사물을 새롭게 인식하여 통찰력과 창조력을 개발할 수 있게 된다.

○ 어린이지식센터는 면밀하게 고려된 참여 프로세스가 설계된 공간이다. 참여자 스스로가 탐구, 발견, 실험하며 배우고 이해하는 신 개념의 교육 환경과 전시/ 체험의 활동을 통해 학습에 몰입하는 동기부여를 제공하며, 상실된 학습동기를 회복하여 학습 행위에 몰입하고 활동의 즐거움을 발견하는 기회를 마련한다. 이를 위해 어린이지식센터는 질문을 가진 어린이가 에듀케이터의 도움을 받아 자신의 질문을 해결해가는 자기 주도적인 학습 공간으로 설계되며, 공간 내의 학습 과정을 통해 자신의 질문에 답을 구하는 문제해결력을 향상시키는 새로운 공간 개념으로 구성된다.

○ 어린이지식센터의 특징은 교과 이외의 활동과 학습을 추구하는 대안적, 보완적 공간이 아니라 학교 학습을 심화하는 공간이다. 에듀컬처콘텐츠는 사물에 대한 궁극적 탐사를 자기본질로 하는 예술의 힘을 빌어 학습행위의 ‘궁극적’, ‘예술적’ 심화를

가능케 한다.

■ 문화자본의 집적·향유공간

○ 어린이지식센터는 공공적 교육문화환경 제공하고 사회적 지식을 공공적으로 축적한 공간이다. 참여자 중심으로 학습과정이 변환되고 학습 참여 경험이 문화적으로 풍부한 환경 내에서 일어나는 것은 교육문화의 새로운 지평을 열어 문제해결력을 증진시키고 논리적이고 창의적인 활동을 일어나게 한다. 문제풀이 활동을 통해 지식의 내면화가 가능해지고 참여자들의 추상적 사고가 구체화되는 역동적인 과정의 기회가 제공되며, 참여자 스스로가 지식/문화 생산자 혹은 소비자(prosumer)로 성장하는 기회를 제공한다. 이 과정의 설계는 지식수용능력, 혹은 학습능력의 편차로 존재하는 사회적 차이의 구조를 극복하는 문화자본의 집결지로서의 의미를 획득한다.

○ 사회적 공유과정의 설계 - 어린이지식센터는 개발된 교육의 내용과 다양한 방법이 참여자/이용객들에게 소개되고 소통되는 교육의 현장으로 개별 영역의 학습매개자, 교육 설계사, 지식 코디네이터, 학교를 비롯한 교육 관련 전문 인력과 학부모, 학생이 서로 만나 토론하는 공간이다. 사회적 지식의 공유과정을 설계하는 것은 새로운 학습 시나리오를 구성하는 원동력이 될 뿐 아니라 사회적 문화자본의 축적을 협업을 통해 구체화하는 교육문화 실험의 근거지가 된다.

○ 어린이지식센터는 에듀컬처콘텐츠의 영속적 제공을 통해 계층·직업에 따라 문화자본이 불평등하게 배분되는 현실에 효과적으로 대처할 수 있는 거의 유일한 ‘교육안전망’으로 자리잡을 수 있다.

○ 어린이지식센터는 학습결과보다 학습과정을 중시, 문제풀이와 지식소비에 편중돼있는 공교육 범주 내 학습자의 지식습득과정을 지식수집·지식선택·지식편집·지식재해석과정으로 변환시킴으로써, 학습과정을 변화무쌍하고 역동적인 문화해득력 획득과정으로 도약시키는 공간이다.

■ 학습자의 전인적 투자를 촉진하는 학습동기 생산공간

○ 심미체험이 학습자의 전인적 투자를 유도하고, 전인적 투자가 학습행위의 충만감으로 전환되도록 콘텐츠환경을 제공함으로써, 학습동기 부재 및 상실이라고 하는 심각한 교육붕괴상황에 정교하게 대처하는 신개념 교육공간 창출을 사회적 목표로 삼는다.

○ 에듀컬처 전략은 지식정보의 경제적 전달수단에 골몰하는 에듀테인먼트식 공학적 교육방법론 개발전략과는 다른, 콘텐츠가 보유·발산하는 심미적·정보적 힘을 중시한다. 초보적이든 진전된 것이든, 감각적 흥미 뿐 아니라 성찰적 탐구까지, 관찰·발견·실험 등 대상 접촉을 통한 구체적 인지 뿐 아니라 대상 일반에 관한 추상화 행위까지를 포괄하는 포괄적 학습행위, 감각과 인지, 몸과 두뇌가 총체적으로 가동되는 전면적 학습체험을 목표로 삼는다.

■ 교육행위가 교육문화행위로 전환되어 콘텐츠를 진화시키는 기폭제

○ 참여와 몰입 경험에서 진화하는 교육문화행위를 목표로 삼는다. 전달체계와 교수방법 중심의 교육 논의와 구상에서 벗어나 학습 활동의 심화라는 측면에서 교육문화 환경을 구축한다. 교사들과 학부모들이 이용할 수 있는 교과에 연계한 다양한 학습시나리오 및 학습방법은 새로운 교육 활동과 문화 환경의 구성요소로 기능한다. 이러한 교육문화 환경 내로 참여하고 몰입한 경험 자체는 새로운 교수방법(teaching methodology)의 개발과 신 개념의 학습환경을 구축하는 동력으로 다시 피드백된다.

1-2. 여타 전시개념과의 차이

■ 유물전시 개념

○ 전시objet·전시물, 즉 대상이 되는 전시콘텐츠가 과거사실로서 이미 보유하는 특성의 내용정보를 학습·감상의 대상으로 삼는다. 대상이 보유하는 내용정보 자체가 중요

하므로, 관람자의 학습·감상 ‘행위’는 부수적인 관심사이다.

○ 유물전시 개념 속에서는, 전시공간에 입장한 관람자가 해당 전시콘텐츠에 대한 ‘적극적 선택자’로 규정되므로 관람자의 감각적 흥미를 유발하는 별도의 자극장치는 대개 배려되지 않는다. 수행평가점수를 따기 위해 찾아온 학생들이 전시콘텐츠에 대해 무관심한 것은 이들이 유물의 내용정보에 강한 호기심을 느끼는 ‘적극적 선택자’가 아니기 때문이다.

○ 유물의 내용정보가 시간의 흐름에 의존하지 않는 단순한 지식·정보이므로, 교사·센터의 교사 등 학습촉매자는 유물의 내용정보를 시간의 흐름 속에서 전개하는 스토리텔러로 역할해야 한다. 그래야만 ‘적극적 선택자’ 이외의 관람자가 유물정보를 살아 숨쉬는 인격적 삶의 일부로 흥미진진하게 받아들일 수 있다. 학습촉매자의 능력 여하에 따라 관람자의 관심과 흥미는 하늘과 땅 만큼의 차이가 난다.

■ 체험전시 개념

○ 전시objet 자체의 내용정보보다 참여자의 학습·감상 ‘행위’를 중시한다. ‘행위’는 시간 속에서 전개되므로 특정 기대행위를 자극하고 기대시간 동안 그 자극이 유지되도록 하기 위해 감각적 흥미를 유발하는 전략을 선택한다.

○ 직접체험을 유도하고자 하는 경우, 보고 듣고 만지고 냄새맡고 맛보는 오감활동을 최대한 유발시키는데 용이한 ‘놀이’ 원리를 채택하는 이유가 그것이다.

○ 체험전시 개념은 전시objet의 내용정보에보다 내용의 전달방식에 주안점을 두는 에듀테인먼트식 교육공학적 방법론에 가깝다. 전시자·전시objet의 설계자가, objet가 가진 특정 장치가 참여자의 특정 반응을 1:1로 유도한다는 실증적인 인지공학적 공식에 의존하는 경우, 모든 사물·objet가 관찰자와의 관계 속에서 생산하는 풍부한 은유작용이 배제될 위험이 발생한다.

○ 역할놀이(role playing) 역시 직접체험의 한 유형이다. 직업체험 테마파크인 미국 <WannaDoCity>의 경우에는, 참여자가 소방수·의사·탐정·방송국 PD 등 각종 직업을 실제 경험할 수 있게 하는 다양한 시설물을 비치해놓고 있다. 불을 끄든지, 청진기로 진찰을 한다든지, 범인을 쫓는다든지, 영상물을 직접 제작해본다든지 하는. 이 경우는 오감활동이 특정 직업적 경험의 모사만을 목표로 한다. 참여자의 학습·체험내용은 기능적이고 실용적인 측면에 한정되어 강렬한 학습동기에 기초한 학습자 스스로의 전인적 투사가 이루어지지 않는다. 이같은 체험은 인격화돼있다고보다 구조화·체계화돼있다고 하는 편이 옳다.

■ 새로운 전시개념 - 고양된 인격체험의 구현

○ 어린이지식센터의 전시개념은, ‘시간’ 변수가 개입된 학습 ‘행위’ 를 중시한다는 점에서는 유물전시보다는 체험전시에 가깝다.

○ 그러나 앞서 지적했듯이, 기존의 체험전시가 대부분 공학적 전략에 의존함으로써 결과적으로 참여자의 탈인격적·탈은유적 체험결과만을 생산한다는 점, 비교적 진전된 체험전시유형이라 할 수 있는 역할놀이 기반 전시콘텐츠 역시도 그 체험의 기능적 구조의 체계화에 의존함으로써 전자와 유사한 체험결과를 야기시킨다는 점에 주목해야 한다.

○ 새로운 전시콘텐츠는 전시objet의 내용정보를 시간지평 속에서 전개시킬 수 있는 스토리·시나리오를 이미 내장하고 태어난다. objet들은 스토리·시나리오를 기초로 서로 관련돼있고 서로를 맥락화시킴으로써 objet 전시공간을 하나의 인격화된 공간으로 전환시킨다.

○ objet의 내용정보는 참여자의 학습 ‘행위’ 와 접촉하는 순간, 참여자에게 살아있는 인격정보로 전환돼야만 하는데, 이같은 작용은 바로 모든 훌륭한 예술작품들이 자기본성으로 갖고 있는 특징이다.

○ 전시objet의 내용정보는 예술작품 고유의 감화력·감염력 같은 것이어서 더 이상 ‘정보’라는 개념으로 지시되어서는 안된다. 그 내용(정보)에 관련된 체험은 매우 인격적이며 매우 은유적이다. 모든 훌륭한 예술작품의 감상 ‘행위’는 감상자의 자기존재감을 확인시켜주는 ‘고양된 인격체험’으로 확장된다. 에듀컬처콘텐츠가 ‘교육예술’ 개념과 밀접한 관련을 갖는 이유가 그것이며, 에듀컬처콘텐츠의 개발자가 예술가(고등학문의 지식코디네이터의 도움을 받는)여야 하는 이유가 그것이다.

○ ‘교육예술품’의 지위를 갖는 에듀컬처콘텐츠의 개발은 어렵다. 특정 지식을 전시언어로 전환시켜주는 에듀컬처콘텐츠가 한가지가 아니라 수만가지일 수 있는 이유는, 개발이 곧 창작이기 때문이다.

○ 따라서 유물전시에서와는 달리, 학습축매자의 역할이 중요하기는 하지만 결정적이지는 않다.

2. 비교모델 및 참조사례

2-1. 국내 사례

○ 우리나라의 경우 어린이 박물관은 삼성문화재단의 삼성어린이박물관, 국립중앙박물관과 민속박물관의 어린이박물관 등 어린이 이용객을 위한 체험 위주의 공간을 운영하고 있다. 이들은 참여자의 활동에 맞추어 전시를 기획하고 참여자의 경험, 호기심과 관심을 충족하는 교육 활동을 진행하고 있다. 삼성어린이박물관의 전시가 유물 중심이 아닌 활동과 교육의 전시라면, 국립민속박물관의 전시는 우리의 민속 활동이 전시의 주제라 할 수 있다.

삼성 어린이박물관

• 설립 : 1995년

- 위치 : 서울특별시 송파구 신천동 7-26
- 목적 : 체험식 박물관으로 다양한 주제의 학습을 중심으로 한 전시 교육의 공간
- 특징 : 어린이들의 탐구와 표현 능력을 길러 주기 위해 8개의 주제 아래 11개의 전시 영역과 총 100여개의 상호작용 전시품을 갖추고 있음

국립 중앙박물관 어린이 박물관

- 설립 : 2005년
- 위치 : 서울특별시 용산구 용산동 6가 168-6번지
- 목적 : 어린이들이 눈으로 보고, 손으로 만지며, 가슴으로 느낄수 있도록 이루어진 체험식 전시 공간. 가족 모두가 함께 즐길 수 있는 열린 문화 공간
- 특징 : “재미 있는 과거로의 여행”을 주제로 한 전시 “전시장의 집, 농사 짓기, 전쟁, 음악” 등 4개의 영역으로 구분, 주중 학급별, 주말 가족 프로그램, 방과후 프로그램, 방학 프로그램, 체험 교실등의 다양한 교육 프로그램 진행

국립 민속박물관 어린이 박물관

- 설립 : 2003년
- 위치 : 서울특별시 종로구 세종로 1-1
- 목적 : 다양한 조립 모형과 영상 자료 등의 매체를 이용하여 초등학교 사회 교과서에서 나오는 민속 내용을 어린이들이 눈과 손으로 직접 확인해 볼 수 있는 체험위주의 활동을 진행
- 특징 : “우리의 맛”, “우리의 놀이”, “우리의 집”, “우리의 멋”, “우리의 명절” 등의 5개의 주제로 어린이들에게 우리의 풍속과 민속품을 소개하는 체험식 전시

국립 청주박물관 어린이 박물관

- 설립 : 2004년
- 위치 : 충청북도 청주시 상당구 명암동 87
- 목적 : 문화체험 학습공간으로 어린이들이 신나게 놀고 즐기면서 우리의 전통문화와 세계문화에 대한 이해의 폭을 넓히고자 취지

- 특징 : 부모님과 함께 정보를 얻고 활동하는 모두 3개의 전시실로 이뤄짐. 발굴체험을 통한 우리 전통문화의 이해를 즐길 수 있는 체험식 놀이 공간인 ‘어린이탐험대의 발굴여행’, 우리 문화와 세계문화를 서로 비교를 통해 어린이의 시야를 넓히고 상호이해를 도모하는 ‘선 따라 가보는 세계문화여행’ 과 우리 문화재를 재현하는 현장 학습 공간인 ‘체험학습’ 등 어린이들에게 다양한 박물관 교육 프로그램을 제공

국립 경주박물관 어린이 박물관

- 설립 : 2004년
- 위치 : 경상북도 경주시 인왕동 76
- 목적 : “신라” 문화체험 학습공간으로 어린이들이 신라의 역사, 문화에 대한 이해의 폭을 넓히고자 취지
- 특징 : 어린이들에게 신라의 여러 가지 설화를 듣고 보는 설화이야기, 문화재 블록을 맞추는 조립하기, 토기조각을 맞추는 토기 맞추기 등의 프로그램이 마련되어 있어 어린이들이 놀이를 통해 문화재를 이해하는 공간으로 구성

2-2. 해외 사례

라빌레트 과학기술박물관(Cité des sciences et de l'industrie)

- 위치 : 30, avenue Corentin-Cariou 75019 Paris
- 목적 : 어린이들만을 위한 전용 박물관이 아니라 모든 시민들을 위한 공간으로 설계. 모든 시민들을 위한 공간임에는 틀림없지만, 박물관 내부에 연령별로 2개의 어린이 공간(3-5세/ 5-12세)을 따로 마련해 두었음.
- 구성 : 익스플로라(상설 전시, 기획 전시 공간)
 - 플라네타리움: 천체 관측, 영화
 - 어린이 공간(Cité des enfants): 무엇이든 만지고 놀면서 배우는 공간
 - 잠수함
 - 제오드: 아이맥스 극장

시낙스: 영화상영관

미디어테크: 주제별로 구분되어 있음(어린이/생물과 환경/과학사/과학과 사회
/정밀과학과 산업/건강/여러 가지 직업/디지털코너/점자 자료 코너)

- 엑스플로라: 상설전시는 크게 다음과 같은 주제로 구분되어 있다
 - 우주 : 우주여행과 우주선, 우주에서의 생활 등을 다룬다.
 - 자동차 : 자동차는 첨단 과학 기술이 집약된 물체로서, 인간에게 편의를 제공하는 동시에 여러 가지 부작용을 낳는다.
 - 항공 : 프랑스 최초의 핵연료 비행기 미라주 4기가 실물 크기 그대로 전시.
 - 에너지 : 에너지란 무엇이며 에너지가 생성되는 과정, 미래 에너지 등을 소개한다.
 - 영상 : 가상 카메라를 통해 물질의 세계로 들어가기, 모나리자에게 말걸기, CF 영상 속에 자기 얼굴 집어넣기 등의 체험 활동 가능.
 - 인간과 유전자 : 유전자, 생물의 진화, 번식 등과 더불어 현대성, 바이오 윤리학 등의 논쟁까지 소개.
 - 소리 : 성대와 귀의 구조, 침묵의 소리를 포함한 다양한 소리 체험.
 - 수학 : 운동과 확률, 도형, 물리학 현상 등을 이해하기 쉽도록 다양한 전시 아이템을 통해 소개.
 - 암석과 화산 : 화산, 지진, 대륙의 이동 등을 시각적으로 소개.
 - 빛의 마술 : 빛과 착시 현상 등을 간단하고 재미있는 실험을 통해 소개.
 - 별과 우주 : 많은 별들이 생성, 소멸하는 태양계와 우주탐험(플라네타리움과 연계).



- 어린이 공간

- * 5-12세용의 경우,

- 생물체 : 나비 농장, 연못, 개미굴, 온실 탐험
 - 나와 남 : 나의 몸, 해골과 자전거 타기, 신분증 만들기, 오감의 섬
 - 통신 기술 : TV 스튜디오, 세계의 언어, 말하는 튜브, 높이 날기,
공기로 가는 속달우편
 - 기계와 작동 원리 : 로봇, 우물, 도르래, 나만의 뱃지 만들기, 그림자보다 빨리 움직이기 등으로 구성.

- * 3-5세용의 경우, 훨씬 간단한 체험 활동들로 이루어져 있음.

- 아시아 전당 내 어린이 지식박물관의 경우 주된 타겟 층을 초등학생으로 구상하고 있으므로, 연령층이 다소 어긋나는 감이 있다.
 - 공간 전체에 시냇물이 흐르고 있어서, 어린이가 자기 리듬대로 시냇물을 따라 걸어가면서 아래와 같은 다양한 체험을 하게 된다.
 - 거울놀이
 - 지각과 행동
 - 밀알 하나의 이야기
 - 간단한 기계
 - 게임 규칙
 - 물놀이
 - 건축공사
 - 내가 만일 동물이라면

- 특징:

- 전시실과 전시실 사이의 공간에는 과학 분야에서 쟁점이 되고 있는 시사적인 문제를 다루는 공간들이 마련되어 있다.
 - 교사들을 위한 지침서, 연수 등도 활발히 진행하고 있으며, 생일잔치 등 특별한 행사를 위한 기획도 한다. 기업을 대상으로 하는 각종 세미나, 학술대회 등을 위한 회의실들도 구비하고 있다.

- 현재 스케치 :

- 현재 만성절 방학에 맞추어 개막한 ‘스타워즈 전시회’ 를 이벤트로 개최 중
- 개장 시간부터 이미 입장권 구입을 위해서 2시간 30분 이상 소요
- 현재 ‘스타워즈 전시회’ 관련해서 일일 입장 가능 횟수는 6-7회로 제한
- 일회 입장 가능객수는 40명으로 제한
- ‘스타워즈 전시회’ 의 경우 내년 여름까지 지속 개최 예정
- 인터넷 예약 가능, 그러나 인터넷 예약자들도 표를 찾기 위해서는 긴 줄을 서야 함
- 아이들 방학에 맞추어 휴가를 얻어 온가족이 나들이 온 사람들, 손자들을 데리고 온 할아버지, 할머니들, 친구들과 무리를 지어 박물관을 찾은 청소년들, 데이트를 즐기는 젊은 연인들에 이르기까지 관람객은 다양
- 보고 싶었던 스타워즈 전시회 입장권을 못 산 사람은 다음 날 입장권을 예약하고, 이왕 왔으니 온 김에 다른 전시장을 찾아 관람. 스타워즈 전시회는 입장권을 따로 구입. 상설 전시와 스타워즈를 다 보려면 1인당 최소 2만원 가량 소요.
- 엑스플로라 전시실 내부 ‘체험’ 의 경우에도 상당한 줄을 서야 함.
- 어린이 공간의 경우 1시간30분마다 입장. 매회 입장 가능 관람객수 제한. 엑스플로라 입장권, 어린이공간 입장권 각각 구입. 어린이공간의 경우 반드시 어른 동반. 이를 통해 보조상주 인력의 수를 줄이고, 어른과 어린이가 동시에 관람하면서 부모가 학습보조교사가 될 수 있도록 유도.
- 어린이공간의 경우 1회당 입장객수를 제한하니 매표구의 소란스러움과 아우성과는 다르게 전시장 분위기는 상당히 쾌적.
- 개장한지 20년이 지났음에도 라빌레트는 프랑스뿐만 아니라 전세계 관광객들을 끌어모으는 구심점 역할을 하고 있음. 전시물 설명만하더라도 프랑스어, 영어, 독일어, 스페인어와 점자 언어까지 다섯 가지의 언어가 사용.

Pass-벨기에 몽스(Mons) 어린이 과학박물관

- 위치 : 3 rue de Mons, B 7080 Frameries
- 목적 : 어린이들을 비롯한 다양한 연령층의 방문객들에게 과학적 탐구정신과 경이로움, 호기심을 불러일으키며, 항상 열려있는 정신을 함양시킴으로써 지능 발달을 돕는다는 취지에서 건립.

- 특징 : 무엇이든 만져볼 수 있는 체험 학습장을 표방하며, 항상 9-10개의 상설 또는 기획전을 관람할 수 있음.
- 구성
 - * 1단계(단계는 건물위치에 따른 구분이면서 전시회의 난이도 수준과도 거의 일치)
 - 집짓기 (3세-8세): 스폰지로 만들어진 벽돌로 실제 크기의 집을 짓는 프로그램
 - 무엇이든 만져보기 (4세 이상): 일상에서 흔히 보는 물건들은 어떤 물질로 만들어졌는지 알아보고, 그 물질들의 특성은 무엇이며, 쓸데없어진 물건들은 어떻게 처리되는지, 새롭게 만들어지는 물질들로는 어떤 것들이 있는지를 알아본다.
 - 스포츠의 모든 것 (5세 이상): 운동신경이 반응하는데 걸리는 시간, 스포츠 종류에 따라 사용하는 근육은 어떻게 다른가, 과학자들의 도움을 받아 특정 부위의 운동능력을 향상시키는 것은 도의적인가 등의 문제를 생각해본다.
 - 내 얼굴 (3세 이상): 거울놀이, 그림자놀이, 빛의 마술 등
 - * 2단계
 - 동물농장 (3세 이상): 동물들의 특징을 알아보고, 동물성 음식 섭취 문제, 건전한 식생활 문제도 연구해본다.
 - 옛날이야기 창고 (5세 이상): 현재는 과거로부터 자유로울 수 없으므로, 멀티미디어를 활용해 과거 탄광지대였던 곳에 Pass가 생겨나기까지의 역사를 보여준다. 기술발전, 노동운동, 사회의 변화 등 다양한 흐름을 볼 수 있다.
 - * 3단계 : 탄광지대였을 때 사용되던 높이 64m짜리 고층 전망탑에 전망엘리베이터를 설치, 주변 경관을 감상할 수 있다.



* 4단계 :

- 유전자와 윤리 (12세 이상): 유전자 변형 음식물, 범죄자 색출에 사용되는 DNA 검사 등 유전자가 중심 화두로 등장한 오늘날 염색체, 생물 복제 등의 문제에 대해 알아본다.
- 토론장(16세 이상): 과학 기술에 따른 제반 문제들에 대해 각자의 의견을 발표.
- 나의 몸(6세 이상): 신체 각 기관의 기능과 공공 건강에 관한 각종 통계, 예술가들이 생각하는 몸 등을 보여준다.

* 5단계 : 전시 창고

- 돈 (10세 이상): 돈에 관한 모든 것을 통시적, 공시적으로 경험해본다. 모의 주식투자, 벤처 기업 창업 등도 가능하다.
- TV 스튜디오 (8-12세, 13-18세):TV 스튜디오에서 방송을 제작하는데 필요한 모든 것을 경험해본다.

* 6단계 : 이미지 궁전

- Pass가 자랑하는 시설인 이 곳은 새로운 방식으로 영상을 보여준다.
- 한 번에 80명을 수용할 수 있는 극장에서는 5차원적인 영상을 즐길 수 있다.

*야 외 공간 : 미끄럼, 암벽타기, 덤블링 등 어린이들의 넘치는 에너지를 마음대로 발산할 수 있는 공간. 휴대용 GPS를 구비한 채 주변을 탐험할 수 있는 시설, 기후 관측소 등도 자리하고 있다.

* 르 실로 : 1개의 식당과 3개의 회의실 구비하고 있으므로, 각종 세미나, 연회장

으로 사용되는 공간.

* 이외에도 주말 프로그램, 생일잔치나 크리스마스 프로그램 등도 그때그때 기획하고 있다. 또한 해마다 로봇 경연대회를 개최한다(참가부문: 8-18세/18세 이상)

* 교사들을 위한 교육지침서도 발간하고, 어린이 특별활동 지도교사 양성 연수 프로그램도 운영한다.

* 기업체를 위한 방문 프로그램을 운영하여 스폰서를 모집하기도 한다.

• 시사점 :

- 건물 자체가 신선하고, 다양한 내용물을 전시하고 있음에도 불구하고, 관람객수가 떨어짐
- 위치가 시내 중심으로부터 많이 떨어져 있으며, 시내 자체도 그다지 알려지지 않은 소규모 도시라는 점, 전시회를 따라가는 동선이 산만하고 가독력이 떨어지는 점, 전시물들간의 수준이 들쭉날쭉인 점등이 라빌레타와 비교. 박물관 설립 때부터 프랑스 파리의 라빌레트 과학박물관과 긴밀한 협조 체제를 유지하고 있다고 하나, 라빌레트에 비해 아직 부족한 점이 많아 보임. 아울러, 이 부분은 플랜트의 수출, 콘텐츠의 국제적 파급 효과의 가능성 등을 시사하는 지점이기도 함
- 비슷한 취지에서 출발했으며, 세계 최고 수준의 건축가가 건축 부문을 맡았고, 비슷한 내용물을 전시하고 있다는 점에서는 라빌레트와 공통점을 지니지만, 라빌레트와는 결정적으로 다르게 관람객들의 관심과 사랑을 받지 못하고 있는 Pass 과학박물관은 광주 아시아 전당 내에 자리잡게 될 어린이지식센터의 반면교사로 삼을 수 있음.

일본의 ‘아소비토까구비토 뮤지엄’ (遊びと學びとミュージアム)

- 설립 : 1990년
- 위치 : 福島市の 靈山町
- 목적 : 어린이마을 (こどもの 村)이라는 자연과 함께하는 전시 교육의 공간
- 특징 : 서양에서 도입된 핸드온 (hands on) 전시와 교육을 미국식의 어린이 박물관이 아닌 ‘놀면서 공부하는 박물관’이라는 새로운 교육의 철학과 개념을 중심으로 박물관 정체성 확립

영국의 유레카! 어린이 박물관(Eureka! The Museum for Children)

- 설립 : 1992년
- 위치 : Discovery Road, Halifax, West Yorkshire, HX1 2NE, UK
- 목적 : 12세까지의 어린이를 위한 핸드온 (hands on) 전시, 교육의 공간
- 특징 : 상설전, 기획전을 포함하여 400가지의 다양한 활동이 어린이들에게 제공되는 박물관으로 지식의 습득과 어린이들의 태도와 인지력 성장을 목표로 하고 있다. 전시와 일상의 공간 속에서 일어나는 사회 활동을 중심으로 다양한 삶의 모습을 경험하는 사회교육의 기회 제공
- 구성 : 건강 교육인 「나와 나의 몸」 (Me and My Body)과 사회 교육인 「함께 하는 삶」 (Living and Working Together), 「지구의 정원」 (Our Global Garden), 「소리의 공간」 (Sound Space) 과 5세 미만의 어린이 공간 「사막의 발견」 등의 상설전과 특별 기획전시와 관련 교육 프로그램, 학교 연계 교육 프로그램, 「창조적 마음」 (Creative Mind)등의 상설 교육 주제 프로그램으로 구성
- 프로그램 : 상설 전시와 연계되는 교육 프로그램을 중심으로 유레카 박물관 주변 지역의 탐험, 교사를 위한 리더쉽 센터를 운영하고 있음. 월별 기획 특별 행사와 박물관극장을 운영. 초점의 시간, 발견의 시간 등 단계별, 연령별 관람객 중심의 프로그램 진행

브루클린 어린이 박물관 (Brooklyn Children's Museum)

- 설립 : 1899년
- 위치 : 145 Brooklyn Ave. Brooklyn NY 11213
- 목적 : 최초의 어린이 박물관으로 다문화속의 삶의 모습을 체험하는 전시와 교육 프로그램 기획 진행
- 특징 : 어린이들에게 정체성과 자아의 존경과 이해를 위한 사회 교육적 프로그램으로 수장품을 이용한 전시와 교육프로그램 진행
- 구성 : 상설전과 기획전 교류전 등을 통한 다양성을 중시. 브룩클린 식물원과의 협업으로 진행되는 「일본과 자연전」은 일본어린이들의 일상생활에 반영되어 있는 일본의 자연환경 철학과 공예, 예술과 연계되는 프로그램과 상호작용의 멀티미디어 전

시 「지구의 신발」을 기획, 북미 다른 어린이 박물관과의 순회 교류전 진행

- 프로그램 : 미취학 어린이를 위한 체험과 발견의 전시와 교육 프로그램을 진행중. 만화의 주인공과 함께하는 전시 교육프로그램과 집짓기 전시와 체험 공간이 있으며, 특히 타임위너사와의 협찬으로 기획하고 진행하는 어린이 미디어 교육과 어린이 방 송국의 프로그램 진행

보스톤 어린이 박물관 (The Children's Museum, Boston)

- 설립 : 1900년
- 위치 : 300 Congress Street Boston MA 02210
- 목적 : 1899년 브룩크린 어린이 박물관 개관에 이어 어린이중심의 새로운 박물관으 로 지역 사회의 어린이를 위한 전시와 교육 공간
- 특징 : 1964년 유리 전시관을 처음으로 없앤 핸드온(hands on) 교육중심의 박물관으 로 지역사회와 연계하는 프로그램과 다문화적 접근을 시도하고 있다. 지역 내의 다 인종, 다문화속의 미국을 체험하고 긍정적인 정체성을 확립하는 교육프로그램과 전 시 진행
- 구성 : 어린이들의 예술, 문화, 과학적 인지력을 높이는 전시와 연계 교육 프로그램 으로 상호적 전시(interactive exhibition) 개발에 노력 중이다. 어린이 지적, 심리 적 발달을 위한 다양한 프로그램 워크숍, 과학 놀이터 등의 전시
- 프로그램: 전시실에서의 관람 활동자체가 교육의 일부로 상호작용 등의 어린 관람객을 위한 다양한 활동과 교사를 위한 직업 훈련프로그램(professional training)의 강화

미국 원주민 어린이 박물관(Children's Museum of the Native American)

- 설립 : 1980년
- 위치 : 550 West 155th Street New York NY 10032
- 목적 : 다문화주의적 학습의 공간으로 미국원주민인 인디언의 생활, 문화와 공예에 대해 체험하는 교육 공간
- 특징 : 뉴욕 소재의 학교와 연계하는 어린이박물관으로 학교 단체 관람객을 위한 전 시와 교육 프로그램 제공

- 구성 : 매년 다른 인디언 종족에 대한 프로그램을 개발 진행하며 미술 공예 작품의 재현, 인형극, 인디언 생활의 워크숍 등으로 미국 원주민들의 생활과 철학을 배우는 학습 공간
- 프로그램 : 미국 원주민의 공예를 중심으로 직조, 바구니 만들기, 모래 그림 그리기 등의 창작 중심의 교육활동과 전시 안내 프로그램

어린이 예술 박물관(Children's Museum of the Arts)

- 설립 : 1975년
- 위치 : 182 Lafayette Street New York NY 10013
- 목적 : 어린이 예술 박물관은 전시와 창작 활동을 중심으로 운영
- 특징 : 어린이에게 학교와 다른 예술교육을 제공하고, 이를 통해 정서와 감성 교육을 목표로 하는 이 박물관은 유명 작가의 작품은 물론 국제 어린이 미술 작품을 소장하고 있어 다양한 기획전을 통해 뉴욕의 어린이들에게 세계 어린이들과 소통하는 기회 제공
- 구성 : 전시실, 작가의 워크숍, 생일 파티 등의 놀이 중심의 공간 구성
- 프로그램 : 학교 단체 방문, 미취학어린이들을 위한 프로그램, 핸드 온 프로젝트

샌프란시스코의 익스플로라토리움 (Exploratorium, San Francisco)

- 설립 : 1969년
- 위치 : Exploratorium at the Palace of Fine Arts 3601 Lyon Street SF CA 94123
- 목적 : 과학으로 이해하는 사회, 역사, 문화 등 과학적 사고를 통해 삶의 모습을 이해하는 기회를 제공하며 교사들의 연수 프로그램과 학교연계 프로그램에 중점
- 특징 : 눈으로 보는 과학이 아닌 손과 몸으로 체험하고 실험하는 공간
- 구성 : 11개의 상설전과 계절별 기획/특별전 전시 관람이 교육의 시작으로 다양한 접근과 활동으로 전시실과 교육실을 연계하는 프로그램
- 프로그램 : 핸드 온 전시와 더불어 상호작용(interactive)의 전시를 완성한 사례로 200가지가 넘는 상호작용의 전시가 “요리책”이라는 이름으로 구성

만지는 박물관 (Please Touch Museum)

- 설립 : 1976년
- 위치 : 210 North 21st Street Philadelphia PA 19103
- 목적 : 헨스온, 스스로 결정하는, 개방형 경험을 기본 철학으로 7세 이하의 어린이들에게 연극을 통한 교육의 기회를 제공하는 기관
- 특징 : 일상의 지식과 생활을 다각적으로 해체하고 분해하여 새로운 시각으로 재구성하고 생각하는 공간으로 학문적 접근이라기보다는 새로운 사고와 재구성 기회 제공
- 구성 : 월별의 기획 행사 진행, 8개의 상설 공간 「앨리스의 모험」, 「농장의 아기 짐승」, 「교통수단」, 「과학 공원」, 「이야기 정원」, 「어린이 동화작가 센닥의 방」, 「슈퍼마켓」, 「로저씨의 이웃」(헨스 온 전시)
- 프로그램 : 전시물을 모두 만지고 조작, 조합하는 관람객의 선택과 참여활동을 통한 전시의 체험과 교육 프로그램으로 미취학 어린이 관람객의 창의성과 사고의 확장과 새로운 사고의 기회를 제공하고 있는 과정 중심의 전시와 교육 프로그램 진행

2-3. 어린이지식센터의 차별적 구성과정

○ 어린이지식센터의 구성은 전시 큐레이터의 일이 아니다. 사회적 협업 과정이 필요한 콘텐츠 제작이 핵심이다. 앞서 국내외 사례에서 보았듯이 어린이지식센터에서 시도하는 유물이 없는 공간이라는 개념은 적지 않은 난제를 제시한다. 전시물과 공간 구성을 중심으로 정체성을 만드는 프로그램의 개발은 시도된 적이 거의 없다. 어떠한 표본이나 사물이 전시의 주제가 되는 것이 아니라 추상적인 개념을 참여자에 맞추어 기획하고 디자인하는 작업은 고도의 작업이다. 따라서 어린이지식센터는 전시큐레이터의 일이라기보다는 에듀컬처적 콘텐츠 제작자를 중심으로 한 프로듀서, 시나리오 작가, 제작자, 예술가, 교사 등의 협업과정으로 만들어질 수밖에 없고, 센터의 구성은 에듀컬처콘텐츠개발원과의 밀도 있는 협력과정 속에서 개별 프로젝트 발주를 통해 구체화되는 방향을 취해야 한다.

○ 공간은 전시물뿐 아니라 전체적으로 스토리가 설계되어 있어야 한다. 이를 위해서는 몰입이 가능한 분위기를 창출해야 하는 설치미술과 유사한 개념으로 작업이 필요하다. 공간 구성의 원리는 교육문화시나리오들이 존재하는 공간이라는 점에서 스토리텔링 방식으로 이루어져야 한다. 공간 활동이 교육문화활동으로 이어질 수 있는 방식 중에서 참조할 수 있는 모델은 ‘이야기가 설계된 세트장’ 일 수밖에 없다.

○ 전시 공간에서의 활동 자체가 참여자에게는 바로 체험이며 동시에 새로운 지식의 습득이 되도록 설계되어야 한다. 전시와 전시물을 참여자의 시각과 관점에서 해석하는 종합 박물관, 미술관, 과학관의 교육과 달리 전시 주제를 설정하고 축적된 지식과 기획능력을 기반으로 학습동기를 자극하고 참여 프로세스를 설계하여 참여자가 스스로 자기주도적으로 지식을 습득하는 어린이지식센터의 전시는 외국의 사례 검토와 사회적 협업을 통해 개발해나가야 할 과제를 지시한다.

○ 최근 많은 체험적이 열리고 있지만, 장기지속적인 학습 효과에는 미달한다. 2000년 이후 많은 어린이 중심의 체험 위주 기획전이 열리고 있다. “독일 수학박물관전”, “터치 터치전”, “아인슈타인전”, “샌프란시스코 과학 놀이전”, “대영 박물관전”, “즐거운 EQ가 쓱쓱-오감 체험전”, “마티스, 피카소 어린이 체험교실전”, “색채의 마술사 마르크 샤갈전” 등 대형 블록버스터 전시가 개최되고 있다. 이들의 아쉬운 점은 연속적인 교육 활동이나 효과를 기대할 수 없다는 것이다. 기획전의 형태로 유치되는 교육체험전은 흥행에 있어 가능성을 보이고 있으나, 최근 들어 그 한계 또한 명확해지고 있다. 어린이지식센터는 다양한 연계 서비스 및 사후 서비스를 확충하고 정기적인 교육 프로그램을 운영하여 교육문화적 성과를 유도할 수 있도록 운영 전략이 구성될 필요가 있다.

3. 전략적 구성 원칙

3-1. 전략

■ 정규교과과정과의 강한 연관성 견지

○ 사람들이 가지고 있는 불안과 공포를 현실적으로 반영하는 공공적 프로젝트가 필요하다. 한국사회에서 교육성취에 대한 불안과 공포는 극에 이르렀다. 사회적으로 대안 교육 등이 발전하고 있지만 다른 삶을 선택하는 결정은 다른 나라와 비교해 보면 여전히 쉽지 않다. 대안교육 및 자율교육에 편재된 사람의 비율이 상당히 낮은 것이 사실이다. 대중적인 정서를 고려하여 어린이지식센터의 구성은 정교교과학습과 직접적으로 연관시키며 교과 내용에서 시작하는 전략을 취한다. 정규 교과에 대한 집중은 교사 및 학부모의 관심을 유도할 수 있고, 반복적인 방문을 피할 수 있는 이점이 존재한다.

○ 공교육 교과를 중심으로 해서 어린이지식센터의 콘텐츠를 제작하는 것은 학교 교육과 함께하는 변화를 시도한다는 점을 의미한다. 교육과 문화의 접면에서 교육콘텐츠를 에듀컬처콘텐츠로 변화시키는 전략은 사람들의 참여를 극대화하고 교과 내용 및 이론, 교육활동을 실질적으로 변화시켜 가는 계기를 제공할 수 있다. 관심과 참여를 통해 교육콘텐츠를 혁신하는 전략을 취한다.

■ 지속적인 관계 형성을 위한 전방위적인 네트워크 구축

○ 에듀컬처 사업이 안정화되고 궤도에 올라서기 위해서는 그 수요의 기반이 있어야 한다. 이를 위해 교육문화도시의 학습망 구축하는 것이 필수적이다. 어린이지식센터 사업은 광주를 문화도시, 교육문화도시로 변화시키는 매개적 위상을 점한다. 그렇기에 밀도 있는 사회적 학습망을 구축하는 과제가 전면에서 나설 수밖에 없다. 개인 교사, 교사 단체, 특정 학교 등과의 지역사회 중심의 네트워크, 학교와 문화기반시설 사이의 연계 전략과 프로그램 공동 개발, 콘텐츠 개발과 운영 및 관리 프로세스를 통합하기 위한 연계 전략 등을 활성화할 필요가 있다.

○ 나아가 단순히 수요를 발견하는 것이 아니라 교육문화도시로서 콘텐츠 생산망을 구

축할 수 있어야 한다. 네트워크는 교육문화콘텐츠의 제작 과정에서도 구체화되어야 한다. 제작과정에 참여하는 다양한 개인, 교육문화전문가, 예술가, 기업 등의 네트워크를 구축하여 새로운 에듀컬처콘텐츠가 지속적으로 생산될 수 있는 기반을 마련하는 것이 필요하다. 이러한 작업은 광주가 교육문화 생산기지로 변화되면서 하나의 전형적 교육문화도시를 안정적으로 운영할 수 있는 기반이 된다.

■ 소비구조 안정화를 위한 네트워크 구축

○ 교사모임·학부모·학습자 네트워크를 통합, 에듀컬처콘텐츠의 안정적 수요를 구조화한다. 이를 위해 에듀컬처 사이트, 순회 프로그램 등을 활성화하고 지속적인 콘텐츠 혁신을 위한 인프라를 구축한다.

■ 인력충원 다각화 및 전문교육프로그램·교육기관 운영

○ 핵심인력인 지식코디네이터는 예술, 문화 일반, 교육, 학문 일반 등 분야를 가리지 않고 충원받을 수 있다. 지식코디네이터의 역할이나 자격을 미리 규정하지 않고 삶의 과정에 대한 평가를 통해 각 영역의 사람들이 인입될 수 있는 능동적 인력 충원 방식을 고려한다.

○ 그러나 지식코디네이터를 하나의 ‘전문직’으로 정착시키기 위한 전문교육 프로그램 혹은 교육기관을 운영해야 한다. 국립아시아문화전당 내 전문 교육 기관이 설립될 계획이다. 전문교육 프로그램은 전당 내 전문 교육 기관과도 일정하게 연관되지만, 별도의 프로젝트 형 인력 양성 프로그램을 설치한다. 이는 단기적으로 지식코디네이터의 수요가 개발되어야 할 필요, 지식코디네이터의 전문성과 독자성을 위한 필수적인 선택이다.

○ 본 사업이 발전하기 위해서는 교사들과의 관계정립 및 역할인식이 필수적이다. 몇몇 교사들이 개발자를 자임할 수도 있고 본래 업무인 지식전달자로만 남을 수도 있다.

양자의 경우에 모두 대비해야 한다.

■ 선도실험공간으로서의 광주 브랜드화

○ 광주를 에듀컬처콘텐츠의 선도적 개발·소비실험공간으로 브랜드화하기 위해 전국적인 네트워크를 구축·관리하는데 상대적으로 많은 비용과 노력을 투여한다. 광주 에듀컬처콘텐츠가 브랜드로 정착하면 범아시아 혹은 범세계적인 네트워크로 활동영역을 넓혀나갈 수 있다.

○ 광주의 브랜드가치가 높아질수록 광주가 공교육개혁의 진원지가 될 확률은 높아진다. 브랜드가치를 높이기 위해 교육문화특구·에듀파크·청소년지식센터 등 기타 인프라의 구축은 필수적이다. 에듀컬처엑스포를 국제적인 행사로 발전시키는 것 역시 매우 중요하다. ‘Kids Expo’와 같은 별도의 이벤트도 고려해볼직 하다.

■ 재원 절약

○ 에듀컬처콘텐츠 개발에는 매우 높은 수준의 전문인력과 많은 시간 및 비용이 투여된다. 재원 절약을 위한 미시전략들이 끊임없이 수립돼야 한다.

○ 주요하게는 학교 밖 콘텐츠를 지속적으로 개발하는 것이 한 가지 방안이 될 수 있다. 지역사회 내 교육문화자원, 기존의 각종 문화시설·교육시설이 확보하고 있는 자원들을 에듀컬처콘텐츠로 가공함으로써 신작 위주의 개발에 소요되는 비용을 절감할 수 있다.

○ 교사는 기본적으로 지식전달자·매개자로 역할정립하는 것이 옳지만, 에듀컬처콘텐츠의 기획자·개발자로 거듭나는 것이 불가능한 것은 아니다. 교과모임 등 기존의 교사네트워크 속에서 이같은 특수한 그룹이 형성되고 이들이 지속적으로 창조적인 활동을 벌인다면, 기획·개발행위가 어린이지식센터 및 에듀컬처콘텐츠개발원에 집중됨으

로써 생기는 비용부담을 덜 수 있다. 엑스포 등 큰 규모의 행사들이 이들의 개발욕구를 자극하는 데 활용될 것이다.

○ 이 밖에도 다양한 전략을 구사할 필요가 있다.

- 사회적으로 만들어진 지식을 최대한 활용하는 전략
- 기업 등에서 개발하는 콘텐츠와 접맥하는 방안
- 교과모임과 예술가들의 협업을 도모하는 정책의 활용 방안
- 공익성을 바탕으로 하는 협업 시스템 구축 등

■ 에듀컬처콘텐츠개발원과의 통합 운영

○ 어린이지식센터와 개발원을 통합 운영, 에듀컬처사업을 각각 수요자 및 공급자 시각에 서서 문제를 입체적으로 조망할 수 있는 업무체제를 구조화시킨다.

○ 양자가 균형을 이루는 것이 기본 원칙이지만 수요자 시각을 유지하는 일이 상대적으로 복잡하고 어려우므로 보다 많은 자원을 여기에 투입하는 것이 옳다. 개발원은 해당 인력이 개발에 집중할 수 있는 자유롭고 창조적인 환경을 만드는 데 주력하고, 어린이지식센터는 어린이·교사·학부모 등으로 구성되는 역동적이고 복잡다단한 현실변화에 대응해나가는 일에 주력한다. 네트워크, 에듀컬처포털사이트 등은 모두 수요자 입장을 배려하고 관찰하는 일이므로 어린이지식센터에서 맡는 것이 바람직하다.

3-2. 구성원칙

■ 공간 및 전시영역 구성원칙

○ 상설전시와 기획전시를 나눈다.

○ 상설전시범주에는 언어영역·수리영역·사회영역·자연영역·예술영역을 포함시키

고 각 영역은 학령으로 다시 세분화한다. 학령 세분화를 학년으로 할지, 새로운 개념을 도입할지에 대해 보다 전문적인 논의가 필요하다.

○ 기획전시범주에는 통합교과형, 주제형, 교사 등 특정의 개발자그룹을 적시하는 전시유형이 해당된다.

○ 순회전시는 상설 및 기획전시작품이 모두 해당될 수 있다.

○ 교사·학부모 등과 센터의 교사 혹은 지식코디네이터들이 상호접촉하는 교육공간이 필요하다. 교육공간에는 영역별 전시 관련 교육실, 창작실, 유아와 미취학 아동을 위한 놀이와 교육공간, 전문인력 교육실 등도 포함된다.

○ 이외에도 사무·관리공간, 수장공간, 연구·작업공간, 반출입공간 등이 필요하다.

■ 통합적 공간 구성의 원칙

○ 어린이지식센터의 전시는 문화유산이나 전시물을 단순히 연구, 진열하는 것이 아니라, 교과서의 내용을 다양한 학문적 연구와 해석을 통해 미학적 전시물로 재현하고 이를 참여자들이 해석하여 의미를 도출할 수 있도록 한다. 어린이지식센터는 작품전시를 포함, 전시물 관련 패널, 키오스 시스템, 스카시 모형, 영상물을 매체로 하는 기법의 개발이 매우 중요하다.

○ 새로운 전시 체험을 제공하고 복합적이고 다양한 동기부여가 수반되는 활동 중심의 교육프로그램을 운영한다. 시카고 대학의 미하이 칩센트미하이(M. Csikszentmihalyi)의 “흐름(flow) 이론”이 가능한 공간으로 구성된다. 흐름이론은 외부적 동기가 없는 상태에서 이용객이 전시를 보고 감상하는 행동을 관찰하는 과정에서 개발된 것으로 이용객의 몰입 흐름과 집중력을 말한다. 참여자의 선택과 집중행위가 가능한 기회들을 제공한다.

4. 콘텐츠 구성 예시안

4-1. 심화된 교육경험의 사례와 효과

■ 사례 A: 워터 처칠(1910-2001/ 보잉사 전 부사장)

○ 워터 처칠은 존 듀이가 설계한 시카고대학 실험 학교(Chicago Laboratory School) 학생이었다. 보잉에서 비행기 디자이너로 근무하며 1975년 부사장으로 정년퇴직할 때까지 처칠은 시카고대 실험 학교에서 받았던 교육이 훗날 자신의 인생에 얼마나 큰 영향을 미쳤는가에 대해 여러 차례 강의했다. 한 예로 그가 8학년(중학교 2학년)이었던 1923년, “항공역학을 적용한 거리와 시간의 계산”이라는 과학 과목 과제 해결을 위해 학생들은 4인 1조로 나뉘어 학교 도서관은 물론 과학 도서관, 국립교통국, 대학 수학 연구소, 국립 과학연구소(NASA의 전신) 등을 방문하여 전문가들과 직접 대화를 나눌 수 있는 기회를 얻었는데, 이러한 방문은 교과와 연계되는 심화 학습의 좋은 사례라 할 수 있다. 학생들은 주어진 문제에 대한 심도 있는 분석을 기반으로 도서관과 해당 기관에서 자료와 정보를 수집, 조합하였다. 이러한 자료 수집은 단순히 수학 공식을 적용한 답 찾기에 멈추지 않고 항공역학(aerodynamics)에 대한 연구와 이해로까지 확장되었으며 이 같은 학습의 기회는 나중에 처칠이 항공기 디자이너로 성장할 수 있는 기회를 제공한 것이다.

■ 사례 B: 닐 그라세 타이슨 (뉴욕 자연사박물관 관장)

○ 뉴욕시 소재 과학고교인 브롱스 사이언스를 졸업한 타이슨 역시 학교 시절의 통합적이고 사물 중심적인 현장교육의 중요성을 자신의 저서 <하늘은 제한하지 않는다 The Sky Is Not Limit>에서 강조하고 있다. 학교와 연계되는 캠프와 과외 심화 활동에 참여하여 하늘이 교과서가 돼 체험하고 발견하는 교육, 직접 느끼고 배우는 교육이 가지는 가능성을 잘 설명하고 있다.

○ 문제해결의 과정에서 만들어진 교육 사례는 교육 시나리오의 소재로 통합되어 심화될 수 있다. 단순한 질문에서 시작하여 새로운 학습 동기를 경험하고 심화시킨 교육 사례는 어린이지식센터의 구성에서 참조가 될 수 있다. 성공적인 교육 사례를 모으고 이를 공간의 언어와 이야기 흐름으로 구성하는 일이 어린이지식센터의 가장 핵심적인 작업이 된다.

○ <어린이지식센터>의 가장 핵심적인 특징은 모든 활동이 질문으로 시작하여 답을 찾는 과정의 체험을 제공한다. 앞서의 교육 사례에서 드러나듯, 학습동기와 학습능력의 신장 과정에는 학습 경로의 설계에 도움을 주고 경험을 해석해주는 ‘교육문화 촉진자’가 필수적으로 존재해야 한다. 온라인 교육의 성패가 촉진자의 존재 여부와 밀접하게 관련되듯이 학습 정보와 설계를 통해 학습을 도와주는 인력 양성 계획을 포함하는 것이 필수적이다.

4-2. 가상 시나리오의 콘텐츠화 방식

■ <어린이 지식센터>의 전시 공간은 유동적으로 구성되어 전시실의 자유 동선을 통해 다양한 지식과 체험을 습득할 수 있다. 전시 공간은 효율적 운영이 가능하도록 구성되어야 한다. 전시물이 제시되어 있고 참여자는 이를 바라보고 지식을 습득하고 이해하는 수동적인 활동에서 벗어나 전시물과 교감하며 감정적으로 몰입하는 분위기를 제공한다. 이러한 분위기는 새로운 학습 과정과 활동의 기회를 제공할 수 있다.

■ 어린이지식센터는 ‘전체적으로 감응되는 세계’로 구축되어야 한다. 즉 전체와 대상을 동시에 인식하면서 감응이 되어야 하는 입체적인 공간 구성이 필수적이다. 따라서 에듀컬처콘텐츠는 단순히 전시물만을 의미하는 것이 아니라 공간 구성, 사인물, 도슨트의 말과 분위기 등이 다 포함되는 것이다.

■ 콘텐츠에 대한 ‘전인적 투사’가 가능하기 위해서는 에듀컬처콘텐츠의 역사성과 신체성을 회복하는 것이 핵심적이다. 즉 복합감각의 문제(음향, 디자인, 전시물의 예

술성 등)과 내러티브의 문제(삶, 작가, 맥락 등)이 통합적으로 구성되어 세계, 감각, 행동, 사유 사이의 역동적 관계를 재구성할 수 있는 콘텐츠 구성에 대한 심도있는 연구와 사례조사가 필요하다.

■ 어린이지식센터가 유물 전시나 체험 전시와 다른 것이라고 한다면 다음과 같은 항목들에 대한 논의가 필수적이다.

- 각 전시 유형에 따른 감각 경험의 차이
- 교육공학, 전시큐레이팅과 다른 에듀컬처 전시 공간 구성원리
- 전시 공간에 있어 매개자의 기능 설정
- 콘텐츠 전시의 제작과정과 참여인력

■ 가장 핵심적인 것은 박물관이나 전시관이 제거하는 ‘작품의 열정’을 복원하는 것이 필요하다. 작가의 열정이 제거된 채 단순히 보여지는 대상으로 전시되고 있는 작품과 달리 전시물 내에서 삶과 내러티브가 복원되는 것이 중요할 수밖에 없다. 따라서 공간의 구성과정에는 작가의 시나리오를 중심으로 해서 기술의 발전과 전시 기법 등이 결합되어야 한다.

4-3. 어린이지식센터 제안 시나리오

■ 사례 1 : 에릭 사티의 집(Maison Erik SATIE)

○ 음악가이며 작곡가인 에릭 사티(1866년)의 출생지인 프랑스의 노르망디 용플뢰르에 1998년 6월 21일 개관된 ‘에릭 사티의 집’은 음악적이고 극적인 사티의 삶을 잘 보여주고 있다. 용플뢰르는, 미술가 으젠느 부탱(Eugene Boudin), 희곡작가 알퐁스 알레(Alphonse Allais), 에릭 사티가 태어난 곳으로 유명하다. 특히 21세기 전인적 아티스트의 한 명이었던 사티는, 음악 뿐 아니라 문학, 회화에도 그 역량이 두드러지는 작가이다. 그는 피카소, 피카비아, 드렝, 브라크, 장 콕토와 함께 작업을 하며 드뷔시, 라벨, 스트라빈스키 등과도 많은 예술적 교류를 주고받았다.

○ 이러한 에릭 사티의 독특한 오지널리티로 충만한 인생을 담은 ‘에릭 사티의 집’은, 기존의 미술관 혹은 박물관과는 기본적 설립 개념 자체를 달리한다. ‘에릭 사티의 집’은 고도의 하이테크 기술과 결합된 독특한 미술관의 개념을 가지고 있고, 기본적인 운영방침은, 관객들을 ‘살아 움직이게 하기’, ‘보게 하기’ 등이다.

○ 일단, 최신 선두주자격의 적외선 송신기와 디지털 헤드셋을 갖춘 방문객들은 사티의 음악적 리듬에 맞추어 한 걸음씩 옮기며 ‘음악적 설치미술작품’을 따라 집을 관람하게 된다. 그럼으로써 서서히 사티의 음악적이고 환상적이며 심미안적 예술세계로 서서히 들어가게 된다. 가끔은 수다스러운 그의 유머가 헤드셋을 통해 들리기도 하고, 병적인 성향의 컬렉션, 신비주의와 창조자적 천재성을 하나씩 만나게 된다.

○ 우선, ‘날개를 펴덕이는 배(Un Poire qui Bat des Ailes)’, ‘혼자 연주되는 피아노(Un Piano Blanc qui joue Tout Seul)’, 가지고 놀기 힘들어 보이는 기구를 잔뜩 넣어 만든 페달 목마, 벽을 뚫고 세워진 춤추는 옷장 등으로 ‘에릭 사티의 집’은 가득 차 있다.



○ <혼자 연주하는 피아노의 방>은 관객의 입장과 함께 전자감응을 한 피아노가 사티의 피아노 작품을 하나씩 연주하게 된다. 관객들은 피아노 주위를 돌아볼 수도 있고, 의자에 앉아 건반을 눌러 볼 수도 있다. 이 때마다 피아노는 그와 화음이 맞는 사티의 작품을 연주한다.

○ 구석에서 웃음을 터뜨리는 생쥐들, 그래픽을 이용해 그의 작품을 소개하는 비디오 프로젝션 등은 에릭 사티의 개인적인 예술세계를 관람객에게 친근감 있게 느끼도록 한다. 또한 사티 당대의 문화적 예술적 세계를 상상적 설치미술작품으로 재해석 하며 보여주는 여러 전시관은 관객들로 하여금 에릭 사티의 신화를 다시 살게 한다.



○ <날개를 펴덕이는 배> 사티의 작품 ‘날개를 펴덕이는 배’의 음악에 맞추어 위 아래로 부영하는 배, 날개가 함께 펴덕이며 조명, 음향 장치로 인해 관객은 함께 춤을 추는 듯한 느낌을 받게 된다.

○ 전시시설은 단순한 전시작품 관람에 그치는 것이 아니라, 관객들로 하여금 오감을 이용한 유희적, 심미안적 체험을 즐기게 한다. 더하여 정보 전달적인 효과를 한껏 발휘하기도 한다. 관객들을 ‘보고’, ‘살게’ 만들며 평범한 세상에서 심미안적 발견의 세계로 고양시키는 이 박물관이야 말로 20세기 근대음악을 다양한 매체를 통하여 표현하는 신 개념의 문화 예술 공간이라 할 수 있다.



○ 걸상이 에릭 사티의 음악에 맞추어 춤을 추며 종이로 만들어진 옷이 좌우 걸개를 타고 춤을 추게 된다. 관람객은 한쪽 벽장에 숨어있는 사티의 애장품을 꺼내고 그 때마다 작가의 음악이 톡톡 튀어나오며 관객의 행동에 반응하는 장치가 되어 있다.

○ 한 관람객의 방명록을 인용하자면, “21세기에 콘셉 중에 가장 독특한 박물관 ! 이렇게 환상적이고 모던한 시간을 보내다니 감사합니다. 행복, 지성, 감수성, 광기……. 살아 움직이며 관객들의 흥미를 끄는 이런 박물관을 볼 수 있다니. 예술 치료적 효과로 사회보장 제도를 100 퍼센트 환원하는 박물관. 아마 병든 이가 들어왔다면 나아서 갈 겁니다. 저는 춤을 출 줄도 피아노를 칠 줄도 모르지만, ‘사티-사티스페 (Satie-Satisfait, ‘사티에 아주 만족한 이라는 뜻’) 해서 돌아갑니다.’

○ 새로운 전시콘텐츠, 기존 전시 오브제의 현대 미술적 재해석, 사티의 인생, 작품과 관련한 스토리텔링과 내레이션의 복합적 요소, 관객의 오감 동원과 감각적 체험 등을 통해, 사티의 삶과 그의 상상적 공간을 다시 ‘살’ 수 있는 전시공간으로 확장된다.

참고: <http://hem.passagen.se/satie/museum/maisonssatie.html>

주소 67 Boulevard Charles V, Honfleur, France

전화 332 3189 1111 Fax 332 3289 0999

요금 성인 5.10 유로 그룹 3.6유로 10살 미만 아이 무료

■ 사례 2: 독일 수학박물관 마테마티쿰



- 1993년 기센 대학의 보이텔 슈파허 교수가 교육대 학생들에게 스스로 모델을 만들고 그 안에 숨겨진 수학을 논하는 과제를 내 주었고, 8명의 학생들이 준비한 수학적 전시물은 ‘만져보는 수학’ 이라는 이름으로 1994년 2월 21일 기센대학 철학2관에서 처음 전시
- 1998년 전세계 수학회의에서 전시
- 이후 독일연방의 거의 모든 주, 인접국, 캐나다에서 전시회 개최
- 유럽연합으로부터 143 유로 (약 19억7천만원)의 지원금을 제공받았는데 이는 유럽연합 운영재원의 40%에 달하는 금액

관장 : 보이텔 슈파허

- 현 독일 기센대학 수학과 교수
- 2002년 기센에서 세계 최초 수학 체험박물관회를 기획, 주도
- 한국에 번역된 저서로는 <스파게티에서 발견한 수학의 세계>, <포켓 속의 수학>

마테마티쿰에 대한 발언

- 2002년 요하네스 라우 대통령

“이 수학박물관에서 수학이 비밀의 학문이라 외치는 것을 그쳐야 한다. 여기 기센에서 수학이 얼마나 재미있는지 알았습니다. 수학박물관은 비밀로 가득 찬 학문이며, 정말로 인기있는 학문이 될 수 있다는 희망을 일깨웠습니다.”

- 2002년 바그너 과학부장관

“진정한 소통의 박물관이며 박물관은 학생들이 세상을 알고자 하는 호기심을 갖게 만들

것이다. 중·고등학교와 대학에서의 수학교육을 고무시킬 것이며, 공부가 보다 더 재미있으려면 우리는 흥미를 줄 수 있는 수업 형태를 개발해야 하며, 이 수학박물관은 그러한 연구들이 어떻게 성공할 수 있는지를 보여준다.”

0 바이엘 회장, 군터 슈바르츠

“나는 세상을 발견한 작은 아이와 같다”

▣ 단계별 학습컨셉

0 미취학아동 - ‘만지는 수학’

0 초등 - ‘느끼는 수학’

0 중·고등 및 일반 - 이해하는 수학

▣ 전시관 구성

제1관 비누방울과 함수

각각의 그림에 마우스를 올리면 설명 상자가 나옴

거대한 비누방울: 기구 안에 들어가서 천천히 끈을 잡아당겨 바닥의 링을 위로 올리면 아름다운 비누막이 나를 둘러싼다.

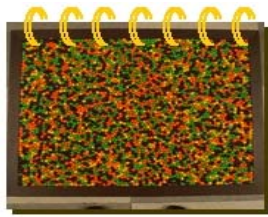
나는 함수다: 모니터 앞에 0-4까지의 숫자가 적힌 빨강색 띠 모양의 길이가 있다. 길 위를 걸으면 모니터에 자신의 걷는 정도에 따라 그래프가 그려집니다. 내가 함수 그래프의 일부가 되는 것이겠죠?

누가 먼저 내려올까?: 직선으로 된 길과 곡선으로 된 길이 있다. 꼭대기에 공을 나란히 놓으면 공이 아래로 구른다. 어느 쪽의 공이 더 빨리 내려올까 등등

제 2관 생활의 수

레오나르도의 신체도: 그림의 정사각형과 원에 맞게 팔을 벌려보자

해안선의 길이: 같은 지도가 그려진 세 개의 틀이 있는데 세가지 종류의 구슬이 들어있습니다. 구불구불한 해안선의 길이를 어떻게 잴 수 있으며, 어느 쪽이 더 정확하게 길이를 구할 수 있을까요?



얼마나많은알경미가있을까



구슬은어떤모양으로쌓일까?



내 키와 똑같은 탑 쌓기



누가더멀리나올까?



레오나르도의 신체도



백만분의일을 찾아라



주사위로 만드는 나만의 미뉴에트



파이속의 숫자찾기



피보나치 수열의 예



해안선의 길이

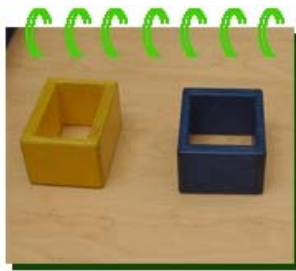


주사위놀이

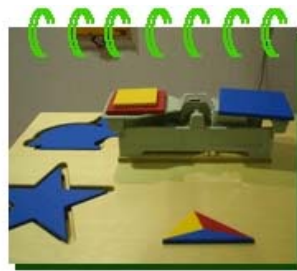


황금비율

제 3관 평면도형과 입체도형



상자안에 상자넣기



저울과피타고라스



걸음수로원주율계산하기



네모바퀴



다면체집짓기



모든삼각형은같다

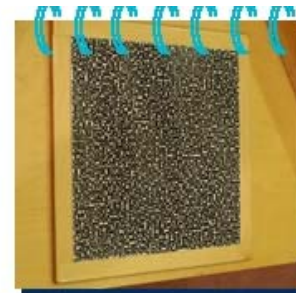
제 4관 수학의 응용



동전먹는칼때기



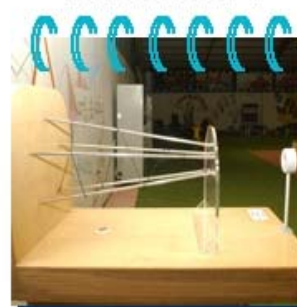
빙글빙글 원판 돌리기



숨은 그림을 찾아라 (비주얼암호)



아치 만들기



원근법적 오각형



케사르의 원판



둥둥떠있는공



회전물통



뫼비우스의 띠



펜로즈삼각형

제 5관 퍼즐마당



퍼즐맞추기



하노이미오나의탑



볼을켜라



퍼즐맞추기



레오나르도 다리



손으로찾는열쇠



사각형퍼즐

제 6관 거울과 대칭



각도기거울



거대한만화경



거울갈때기



언제나 나를 보여주는 거울



도깨비거울



빙글빙글회전거울

☐ 전시컨셉

- 단순한 공식의 암기보다는 ‘수학’ 원리에 재미를 부여해주는 체험 전시
- 교육의 현장에서 프로그램화 되어 유지 · 발전될 수 있는 전시
- 손으로 직접 만져보며 수학의 ‘재미’ 를 부여하는 체험 전시

■ 예시 1: 상설영역인 예술 영역의 미술관

○ “이중섭 전” 을 기획하여 단편적인 지식 전달이 아닌 실물 중심으로 이중섭의 미술세계 이해를 위한 체험과 매체를 개발한다. 이를 통해 이중섭 세계의 주인공인 황소와 어린이를 입체적으로 이해하고 상징적 의미를 참여자 스스로가 찾도록 동기부여 하는 프로그램을 제공한다.

○ 이중섭의 “소” 시리즈의 작품을 다양한 전시물과 기법을 통해 체험하고 다각적으로 해석하는 기회를 제공한다. 동 · 서양 신화 속의 “소” 이야기, 우리 민족과 소, 생물체로서 자연의 일부인 소, 예술작품 속의 소, 참여자 경험 속의 소 등에 대해 스스로 관찰, 생각하고 이야기를 통해 의미를 발견하게 되고 이러한 이해를 기반으로 이중섭의 “소” 를 감상하는 기회를 제공한다.

○ 전시장에서의 경험과 얻어진 체험은 참여자들에게 이중섭과 그의 작품에 대해 알고자 하고 이해하고자 하는 학습의 동기를 부여 하게 된다. “과연 이중섭은 무엇을 그리고자 했을까?”, “이중섭은 어떤 사람이었으며 그의 소에 대한 관심은 어떻게 시작 되었을까?”, “이중섭은 어떠한 작가 이었으며 어떻게 살았을까?”, “ 그는 소 외에 다른 어떤 작품을 남겼을까?” 등의 연계 학습이 가능하게 된다.

■ 시나리오

(1) 개요

목적: 동서양의 신화, 고전 문학, 예술 속에서의 소를 학습하고 우리나라 초기의 3대 화가 중 한 사람인 이중섭 미술세계의 관람을 통해 관람객에게 작가를 새롭게 이해하고 그가 표현한 우리의 삶과 문화 이상에 대해 생각해 보는 기회를 갖는다.

전시 기법: 1. 영상 매체를 이용한 호기심 유발

2. 절제된 텍스트로 관람객 스스로가 관찰하고 사고하는 기회 제공

3. 벽면뿐 아니라 천장 과 바닥까지를 전시의 공간으로 이용하여 눈높이를 수 직 수평으로 자유롭게 움직이도록 한다.

(2) 세부내용

도입부 : “ 지금 누가 우리를 보고 있나요? 우리는 무슨 소리를 듣고 있나요?”

호기심 유발을 위한 매체 체험

① 뭔가를 응시하고 있는 눈의 모습 (사람, 개, 토기, 소, 호랑이 등)

② 움직임 소리 (발자국, 걸음, 숨소리등)

2단계 : “소”의 표정과 움직임

도입부의 여러 동물과 소리에서 초점을 “소”로 이동하여 관람객이 집중하는 기회

“왜 소?” 소의 표정과 움직임의 재현/전시를 통해 “소”의 부각

“투우사의 소” “피카소의 소”

3단계: “소”의 이야기 그리스 신화 “사지프의 신화” “황제와 치우의 패권 전쟁”
(동양의 신화)

“황소 자리”, “12지간에서의 소” “인도의 소”

슈퍼 그래픽, 전시를 위해 제작 필요

4단계: 우리 문화와 정서 속의 “소”

부의 상징, 교통 수단, 씨름, 속담

5단계: 이중섭의 소개와 이중섭의 “흰소”

“이중섭은 왜 소를 그렸을까?”에 대한 이야기가 전개 될 수 있는 동기부여

이중섭은 누구였으며 소를 통해 무엇을 이야기 하고자 한 것일까?

전시 구성에 있어서 이러한 구성을 충실하게 반영하는 전시물들이 제작되고, 전시 흐름 속에서 연관된 질문과 호기심이 유발되고 답을 찾아가는 과정을 설계한다.

■ 예시 2 : ‘수’와 ‘수학’

○ 개념: ‘수’는 ‘언어’와 마찬가지로 선형적으로 존재하는 것이 아니라 이미 존재하거나 또는 아직 존재를 확인할 수 없는 모든 사유의 대상을 인간이 개념화해서 세계를 이해하기 위한 추상적 체계이다. 즉, 수는 실체가 아니라 개념으로서 실체의 다소, 대소, 위치, 순서 등을 나타내기 위한 목적에서 생긴 것이다.

그러므로 ‘수학’은 인간의 사유에 의하여 구성된 추상적인 과학이다. 추론의 전제로 삼는 공리, 즉 명제를 가정하고 여기서 올바른 결론을 이끌어내므로 채택하는 공리를 달리 하면 결론도 달라진다. 수학은 그 본질적인 추상성 때문에 전제로 삼은 공리에 보다 적합한 구체적인 현상을 적용시키면 이 공리에서 이끌어낸 결론이 그 구체적인 현상을 선포명하게 해명해 주는 것이다. 이러한 점에서 수학을 ‘과학의 언어’라고도 말하고 있으며, 자연과학이나 기술 발전 뿐 아니라 사회, 인문, 경제 등 거의 모든 분야의 발전에 크게 공헌하고 있는 실정이다.

○ 한국에서는 이런 ‘수’와 ‘수학’의 본질적인 추상성을 무시하고, 수학 자체를 반복, 암기하는 과목으로 잘못 인식되고 있어 올바른 ‘수’와 ‘수학’의 개념화를 위한 콘텐츠 개발이 요구된다.

○ 초등학교 교과과정 수학 커리큘럼

1학년 : 기초단계. 100이하 정수 차원에서 덧셈, 뺄셈. 간단한 도형, 분류 등.

2학년: 덧셈, 뺄셈 난이도 높아지고 곱셈과 나눗셈 기초. 구구단 수준. 기본적인 단위 학습.

3학년: 창의력 문제가 약간 나오기 시작하며 곱셈 나눗셈 난이도 더 높아짐. 분수, 유클리드 기하학의 기초.

4학년 : 사칙연산의 완성. 시간, 무게 등의 수학적 계산. 도형 기초.

5학년 : 분수 차원에서의 사칙연산. 도형 심화.

6학년 : 비례, 확률 및 통계 기초, 도형 난이도 높아짐.

- 공교육 수학 교과과정에서는 ‘수’나 ‘수학’의 개념, 목적 등은 배제된 채, 오직 계산력과 원리 이해, 응용 정도로 제한되어 있음. 이런 초등수학은 중학교, 고등학교로 이어지면서 단순 공식화된 수학을 문제풀이에 적용하는 수준으로 수학을 제한함.

○ ‘수’와 ‘수학’ 에듀컬처콘텐츠 사례

(본 사례는 ‘수’에 대한 전체 구성안이 아니라, ‘수’의 한 부분을 중심으로 에듀컬처콘텐츠를 구성하는 하나의 사례로서 에듀컬처콘텐츠개발원, 어린이지식센터, 에듀컬처엑스포 등을 통해 다양한 방식으로 현실화될 수 있는 아이템을 제시한 것임)

○ 수’와 역법

- ‘수’에는 기수, 서수, 단순한 지칭 등의 다양한 개념이 있으며, 이런 적용 원칙은 실체 자체에서 비롯된 것이 아니라 그것을 인간이 활용하기 위한 목적에서 비롯된 것임을 알게 하는 데 달력 활용. 역법은 모든 통치권력의 지배수단이었으며, 역법의 통일은 사회의 통합과 지속에 기여해왔고, 역법을 정교화하고, 활용하는 과정에서 기하

학, 천문학, 미술, 건축 등 다양한 분야의 학문이 발전하게 됨.

- 일년 : 지구의 태양에 대한 공전 주기인 일년을 분류하는 기준은 역사적, 지역적으로 차이가 있었음.

- 기본 개념 : 천체의 주기적 현상은 시간단위를 정하는 기본이 된다. 이들 주기현상은 관점에 따라 다르지만, 그 중 역에 작용되는 뚜렷한 것은 밤낮이 바뀌는 것, 4계절의 변화가 일어나는 것, 달의 위상변화가 있는 것 등이다. 이들 현상을 써서 생활에 필요한 단위와 주기를 택하여 일정한 역법을 정한다. 지구는 자전하면서 태양의 주위를 공전하고, 달은 지구의 주위를 공전한다. 이 반영으로 태양의 일주운동은 하루를 낳고, 태양의 연주운동이 한 해를 만든다. 이것이 태양력의 기초가 된다. 한편 달의 주기운동에서 한 달이 생긴다. 그러나 1년과 한 달이라는 주기가 1일의 정수배가 아니므로 이것을 조정하는 방법에 따라 여러 가지 역법이 고안되었다. 이 1일이라는 주기가 일상생활에 가장 뚜렷하고 중요한 시간단위이다.

- 수와 날짜 : 각 수는 양과는 무관하며 각 하루와 1:1 대응하는 개념.

- 수와 시간 : 여기서 수는 계량과 축적의 개념을 포함.

- 수에 대한 감각 : 연령별, 지역별, 문화별로 다른 수 개념. (빼아제 이론에 따른 인지적 수 개념의 연령별 이해력, 수와 양의 관계, 수와 순서의 관계) 문화권 별로 다른 수 개념. (폴리네시아 제도에 사는 원주민의 수 개념은 10 이하, 인도의 경우는 무한에 가까운 차원, 10진법 이외의 다양한 수 기준 등. 가령 날짜에 반영된 12진법, 컴퓨터의 2진법 등)

- 계절의 변화, 24절기, 양력, 음력, 윤년의 개념, 마야력, 황도 등은 단순한 정수 365라는 개념보다 일년을 보다 풍부하게 설명.

- 여러 가지 달력 : 근대 이전까지 달력의 제작은 통치자의 중요한 의무. 모든 사회활동, 특히 농사, 자연재해 예측 및 대비, 대규모 국가 행사의 기준을 달력을 제정해서 통합하고 제시함. 달력 자체는 인문학적, 자연과학적, 미술사적 사회의 수준을 반영.(일년이 12달로 나뉘게 된 변천사, 다양한 달력의 형태, 달의 공전과 변화, 윤년을 극복하는 방법, 각 달의 날짜가 달라지는 까닭 등)

역서에는 천문력, 항해력, 농사력 등의 전문력과 우리들이 평소에 쓰는 상용력이 있으며 상용력에서는 연, 월, 일, 주와 춘분, 추분, 하지, 동지 및 각종의 축제일 등 기재. 원래 역이 필요하게 된 동기는 백성이 농업과 어업 등의 생업에 잘 종사하도록 하기 위한 것. 그러므로 역서의 발간은 통치자의 중요한 임무의 하나.

- 이런 역법의 다양성을 통해 날짜를 세는 ‘수’는 인간이 세상을 이해하기 위해 도입된 개념임을 설명하고 날짜 자체의 불확실성을 보충하기 위한 하위 개념으로서의 시간 개념 설명. 시간 개념 속에 들어있는 수 개념에서 계측의 의미, 방법, 목적 등 설명. 시간의 확장된 개념으로 나이, 세대, 역사, 천체 등 설명.(12간지, 황도 12궁, 양력과 음력 등의 사례, 날짜 계산하기 등)
- 역법에 관련된 건축 : 첨성대, 스톤헨지, 허블 망원경 등
- 시간을 재는 도구 : 다양한 시계의 변천(해시계, 물시계, 기계식 시계 등)
- 인간 몸의 시간 : 식사, 수면, 배변, 활동 등 생체리듬. 성장, 여성의 생리, 임신과 출산 등 생명의 시간. 하루살이와 인간의 하루는 평생과 부분.
- 생물의 시간 : 계절에 따른 식물의 변화, 동물의 겨울잠.
- 천체의 시간 : 계절, 백야, 기상 변화, 각 천체별 공전 주기에 따른 일 년의 차이. 원궤도의 행성과 타원궤도의 혜성, 태양을 중심으로 행성의 거리 등.

- 수와 역법을 기준으로 수 개념을 설명하기 위해 텍스트, 전시물, 체험공간, 실험공간 등을 각 학년별 수준에 맞게 구성할 수 있음.

- 수의 추상성이 어떻게 인간에게 개념화되고, 생활 속에 반영되며, 역사와 과학 등 다른 학문과 상관관계가 있는지를 단계별, 수준별로 항목을 나누어 세분화된 콘텐츠로 개발할 수 있음. 이런 수 개념은 기존 교과과정에서는 개념화 과정 없이 동떨어진 하나의 단원으로 제시되지만, 에듀컬처콘텐츠를 통해서 개념화, 세분화, 통합화를 고려해서 다양한 방식과 매체로 구현되는 것이 가능.

V. 에듀컬처엑스포

1. 개최 배경

■ ‘에듀컬처’의 단계적인 기반 조성 과정이 필요

○ 미래형 교육콘텐츠의 개발이 에듀컬처 사업의 핵심이라고 할 때, 에듀컬처 사업은 단순히, 하드웨어가 되는 전당 내에 에듀컬처콘텐츠개발원·어린이지식센터가 들어서는 것으로 사업이 시작될 수 있는 것이 아니다. 핵심이 ‘콘텐츠 개발’에 있으므로, 신작이 중심이 된 개발결과를 성공적으로 이끌면서도 가공가능한 양질의 콘텐츠를 조직 외부로부터 확보할 수 있는 다양한 조직장치 및 전문인력이 필요하다.

○ ‘개발’이라는 프로젝트 특성상 이러한 조직장치 및 전문인력의 대부분은 사전에 조성되어야 한다. 이를 통해 창조사업이 반드시 필요로 하는 경험 및 경험의 보완, 창조 에너지와 이를 발현시키는 창조적인 프로세스를 고안해야 하며, 이것이 성공적인 ‘개발’ 결과 및 개발기획으로 다시 선순환하게 된다.

○ 조직장치 및 전문인력과 관련된 과제

- 개발인력 충원·양성 프로그램 설계
- 창조프로세스 설계
- 검증과 보완의 순환과정 설계
- 전시언어로 재해석·재현할 전문인력 충원·양성 프로그램 설계
- 네트워크 관리인력 충원·양성 프로그램 설계
- 국제적 교류·소통의 조직화방안 설계
- 콘텐츠의 국제적 신뢰·인정 확보방안 설계
- 국제업무분야 전문인력 충원·양성방안 설계

■ 에듀컬처라는 생소한 개념을 홍보해야 할 필요

○ 엑스포는 에듀컬처사업의 구체적인 상을 미리 선보이고 보완해 나가는 일

■ 에듀컬처사업의 기반조성과정은 ‘국민적 관심사’와 일치하기 때문

○ 에듀컬처사업이 미래형 교육·문화·지식정보사회·창조사회 등 트렌디한 국민적 관심영역과 일치하므로, 사업의 단계적인 기반조성과정이 국민들에게 노출되면 될수록 광주 프로젝트에 대한 범국민적인 공감대 형성에 일조하게 된다.

○ 엑스포의 성공적 수행은 광주 프로젝트 전체의 성공과 연관지워짐으로써 프로젝트에 대한 국민적 공감 확보 및 그의 정치적 안정성에 크게 기여하게 된다.

■ 사업의 대중적 기반을 구축해야 하기 때문

○ 대중적인 호응 유도 및 대중적인 네트워크 구축은, 에듀컬처콘텐츠의 수요기반 안정화 및 인력충원·양성기회로 작용한다.

■ 에듀컬처의 진흥을 위한 국제적 프로모션의 필요

○ 에듀컬처가 국내만의 고민이 아니라는데에서 국제적 가능성이 열린다고 할 때, 이와 같은 에듀컬처 관련 콘텐츠, 공간, 사업들의 국제적인 네트워크를 구축하고, 관심을 유도하며, 관련 분야 및 산업의 국제적 공감대 및 진흥을 촉진할 수 있는 프로모션 또한 필요하다. 또한 향후 에듀컬처콘텐츠개발원의 설립 및 어린이지식센터의 개관 이후에도 국내외적인 프로모션은 필요하다. 국내외적인 프로모션을 통해 해마다 에듀컬처콘텐츠개발원의 ‘개발콘텐츠’, 어린이지식센터에 대한 지속적인 관심사의 촉발과 유지가 이루어질 수 있다.

2. 개념 및 전략적 기능

■ 사업기반을 조성하는 행사이자 사업발전을 위한 준비행사의 성격

○ 행사준비인력은 에듀컬처콘텐츠개발원·어린이지식센터의 개발·관리인력으로 전환된다.

○ 전당 완공 후 전시될 콘텐츠를 개발·축적한다

○ 사업의 국제적 기반을 구축한다.

- 국제사회가 개발해온 다양한 콘텐츠들의 교류의 장, 공모 및 국제적 개발워크숍 등을 통한 개발의 장을 펼친다.

- 아시아국가들이 지니는 공통문제들의 해결책을 제시함으로써, 에듀컬처사업의 국제적인 수요기반을 구축할 수 있는 전략적 기능도 수행한다.

- 이러한 프로모션 과정을 통해, 에듀컬처의 국제적 허브로서의 포지셔닝 가능성 또한 타진해 볼 수 있다.

■ 고급인력 광주 유입의 결정적 요소인 교육환경 신뢰도 구축전략의 일환

○ 광주의 신개념 교육 인프라를 구축, 미래형 교육도시로서의 부각

■ 에듀컬처 개념에 대한 대중적 홍보기능 수행

○ 교과서와 밀접한 관련을 맺음으로써 공교육 심화기능을 수행하는 교육과 문화활동의

복합행사라는 특징을 알린다.

○ 일회성 체험이벤트가 주는 일시적인 교육적 안심을 뛰어 넘어, 미래형 학습경험 및 참여자에 대한 행사 후 서비스를 지속적으로 제공한다는 특징을 알린다.

(에듀컬처주말학교의 지속적 운영, 에듀컬처포털사이트를 통한 사전·사후 정보의 충실한 제공, 쌍방향적인 가상학습체계의 구축, 재방문을 고려한 관람객 DB, 이를 통한 매해 다른 학습단계의 제시 등)

○ 극적인 형태로 학습동기를 촉발시키는 독보적인 행사라는 특징을 알린다.

■ 미래형 교육콘텐츠를 총망라하는 행사로서의 성격

○ 심미성이 극대화된 교육용 예술품, 통합적이고 통감각적인 발견학습콘텐츠 등 학습 행위를 감동과 심미적 충만감으로 고양시켜주는 다양한 에듀컬처콘텐츠들을 전세계 최초로 선보이는 자리이자 미래형 교육콘텐츠가 총망라되는 행사라는 특징을 지닌다.

3. 사업 타당성

3-1. 사회적 수요

■ 체험형 축제·교육형 전시의 범람, 체험 관광·교육형 관광으로서의 변모

○ 새로운 개념의 교육에 대한 범사회적인 열망은 최근의 축제·전시 등의 행사와 관광 트렌드의 변화에서도 잘 드러난다. 특히, 지난 2004년을 기점으로 이와 같은 경향은 급증하지만, 새로운 이정표가 되기엔 부족한 면이 있다.

● 놀자! 과학아! 샌프란시스코 과학놀이체험전 : 샌프란시스코 익스플로러토orium의 전시물 중 일부인 70점 전시. 운용. 2004년 12월19일-1월16일. 약 1,000명 규모로 진행.

* 샌프란시스코 익스플로러토orium Exploratorium : 1969년 개관한 3,000평 규모의 체험형 과학관. 연간 50여만명이 방문. 일본, 중국을 포함한 전 세계 35개국 과학관에 자체 제작 전시물의 순회전 개최

● 다음은 2004년말부터 개최된 체험형 전시들의 목록의 일부이다.

오감체험전, 장래희망체험전, 바투바투 흙놀이 다섯마당, 찜크다빈치, 세계박물관문화 박람회, 가루야가루야, 숲 속 놀이창고, 마테마티콰 수학놀이 체험전, 세계곤충체험전, 피카소체험전, 어린이에듀테인먼트페스티벌, 우주의 신비전, 마이크로 세계 체험전, 아인슈타인과 함께 하는 원자력 놀이, 인체의 신비 등

* 방학 기간 중 집중적으로 개최되었으며, 장래희망체험전 등 일부는 빈약한 콘텐츠 및 실질적인 교육 효과에 대한 관람객의 실망이 높았다.

3-2. 지역적 수요

■ 새로운 개념인 에듀컬처사업의 시범화·구체화·정착화의 높은 가능성을 보여주는 광주의 징후들

○ 광주의 박물관 관람률은 7대 광역시 중 최고이다. 특히, 광주국제비엔날레가 열리는 해와 열리지 않는 해의 차이는 대단히 크다. 역으로, 에듀컬처엑스포가 열렸을 때, 일차적으로, 에듀컬처엑스포에 대한 광주, 전남 지역의 참여율이 높을 것이라는 점과, 이차적으로는 에듀컬처에 대한 관심과 국립아시아문화전당에 대한 관심과 참여가 동시에 높아질 수 있다는 것의 단초를 보여주는 것이다. 더 나아가서 국립아시아문화전당 건립 이후 어린이지식센터의 이용률 및 활용도를 상승시키는 방법 중 대표적인 방법임을 암시해 준다. (참조 : 전국박물관이용자 현황. 2002 문화지수조사)

○ 광주의 미술 관람률은 7대 광역시 중 최고이며, 도서관 이용률은 대전을 제외한 최상위비율이며, 공연 관람률 또한 서울을 제외하면 최상위비율이다. 이것은 한편으로는 광주국제비엔날레가 지역에 미치는 영향으로도 보여지는데, 에듀컬처엑스포 또한 유의

미한 효과와 파급효과를 지닐 것으로 예상되며, 아울러 참여율 또한 높을 것으로 예상된다. (참조 : 시민문화지수 1 <현황>. 2002 문화지수조사)

○ 연간 문화교육 참여율을 보면, 광주의 경우 서울에 이어 인천, 대구와 함께 최상위 비율을 보인다. 문화교육 강좌에 가중치를 둔 ‘사회문화적 활동/여가활동 지수 1’은 울산, 광주, 경기의 순으로 높다. (참조 : 시민문화지수 2 <현황>. 2002 문화지수조사)

3-3. 예상 수요와 효과

■ 광주, 전라도 지역의 참여관람객 예상 수요

○ 광주 지역의 직접적인 수요는 광주 내를 기반으로 하되, 전라북도와 전라남도의 중간적 위치에 있는 광주의 지정학적 위치와 근대 이후로 형성된 전라권 교육중심지로의 역사를 통해 살펴본다면, 전라권까지 확대된다. 에듀컬처엑스포의 경우 대상 수요는 유치원부터 초등학생까지 어린이와 그 가족, 교육대 등의 예비교사, 문화예술학원 등 사교육 교사, 공교육 교사 등이다. 이는, 일반적인 전시회와 달리 행사장에서의 교육적 기능과 교육 과정의 시뮬레이션, 교육용 예술품·에듀컬처콘텐츠를 활용한 교사들의 미니교실, 캠프 등이 동시에 펼쳐지기 때문이며, 이와 같은 교육의 현장 연구적인 성격을 동시에 지님으로 해서, 교육대 등 예비교사들의 참관이 예상되기 때문이다.

○ 전라권의 유치원부터 초등학생까지 어린이의 숫자는 약 514,349명이며, 이 중 광주, 전남의 어린이의 숫자는 약 332,123명 정도이다. (참조 : 2005년 각 교육청 연보)

○ 에듀컬처엑스포의 중요한 축을 이루게 될 에듀컬처주말학교, 여름캠프 등의 사업요소들은 수요기반을 전국적으로 확대시키는 역할을 하게 된다. 여기에, 교육용 예술품 및 전남권역이 가지고 있는 각종 문화적·역사적 자원들과 함께 하는 교육문화형 수학여행이 추가될 것이다.

○ 이러한 성격으로 인해 관람객의 대상은 중학교, 고등학교 등으로 확대될 수 있는 가능성도 함께 가지고 있다. 참고로 장거리 여행이 가능한 연령으로 대개 추정하는 초등학생의 경우 전국적으로는 약 750만명 정도이다.

○ 정확한 예상 관람객의 수치는 에듀컬처엑스포의 구성 및 기본계획이 상세히 기술된 후 역으로 추정하는 별도의 과정이 필요하다.

■ 일반인들에게 다소 난해할 수 있는 광주국제비엔날레의 성공과 사회문화적 파급력

○ 광주국제비엔날레의 경우 일반인들의 축제라기 보다는 전문적인 현대미술의 축제임에도 불구하고 다수의 관람객들이 해마다 광주국제비엔날레를 찾아오고 있다. 특히 개최년도인 1995년의 경우 문화기반시설이 광역시 중 하위권을 이루고 있는 지역으로서는 이례적으로 전문적인 현대미술축제에 152만명이라는 유료관람객이 광주국제비엔날레를 찾았다. 이후 관람객은 하향추세를 겪었으나, 최근 2004년을 기점으로 4회 개최 당시보다 짧은 개최 기간에도 불구하고 전체 관람객은 상향했으며, 일일 관람객은 대폭 상승했다. 주목할만한 것은 광주국제비엔날레를 교육적 활동의 일환으로 활용한 사례들이다. 5회의 경우에도 가을소풍, 수학여행, 현장체험학습, 테마학습 등의 단체 관람이 평일을 활용하여 대거 이루어졌으며, 경기, 서울, 인천, 부산, 경남, 전북 등 타 지역 학생단체관람의 경우 현저히 증가했다는 점이다. (참조 : 2004년 광주국제비엔날레 결과보고서)

○ 이러한 광주국제비엔날레의 영향은 박물관 관람율과 미술행사관람율에서 전국적으로 최상위를 이루는 등 광주시의 문화지수에 상당한 영향을 미치며 높은 사회적 파급효과를 빚어냈다.

○ 에듀컬처엑스포의 경우, 그 자체가 공교육과의 밀접한 상관관계를 가지므로, 광주국제비엔날레의 성과를 훨씬 상회하는 결과와 파급효과를 빚어낼 수 있음을 알 수 있다.

4. 비교모델 및 참조모델

■ 벨기에의 교육박람회 (Salon de l'éducation)

· 개요: 교육 관련 모든 분야와 교구, 기자재 등을 총망라. 연중행사로 벨기에의 프랑스어 지역 중심도시인 나무르(Namur)에서 개최 (2005. 10. 19-10. 23에 개최). 아동도서 박람회와 동시에 진행.

· 박람회 구성 : 약 200여개의 부스로 이루어짐

-시민의식 함양

-환경

-지속발전

-어학

-수학여행, 견학

-공공문화시설 이용

-사교육 교재

- 이 중에서 상당 부분은 벨기에 정부의 프랑스어부에서 차린 부스인 만큼, 시민의식 함양이라거나 환경 문제, 지속 발전 등 유럽 연합에서 회원국 전역에 걸쳐 일관되게 추구하는 교육 목표들을 홍보하는 데 커다란 비중을 두고 있었다. 특히 올바른 먹거리, 비만 방지책 등 건전한 식생활을 위한 학교 내외적인 다양한 학습 활동이 소개되어 눈길을 끈다.

· 특성 :

- 참가업체 중심의 부스 운영은 주로 비즈니스 및 홍보에 초점을 맞추고 전문가 초청 강연 등의 부대 행사를 두고 있으며, 일반 관람객 대상이라기 보다는 관련 기업, 관계자 중심으로 운영

- “체험” 학습은 Village라는 이름이 붙은 장소에서 이루어짐. 올해의 경우, 환경을 주제로 학습 활동이 선보임

- 일반관람객 대상으로는 시중보다 저렴한 가격으로 교재나 도서 등의 판매가 동시에 이루어짐. 동시 행사로 교육박람회장과 바로 붙은 장소에서 어린이 도서전이 동시에

열리고 있어서 관람객의 숫자는 많은 편. 특히 1천만을 약간 웃도는 벨기에 전체 인구, 이 중 발로니 지역 전체 인구가 약 3백만, 나뮈르 지역 인구 40만, 나뮈르 도시 자체의 인구는 4만 명에 불과하다는 점을 감안할 때, 박람회장을 가득 채운 관람객수는 지역 행사로서의 교육박람회에 대한 높은 관심을 나타낸다고 할 수 있다.

- 발로니 전체 노동 인구 중 18 퍼센트가 실업자이며, 이 중 25세 이하의 “청년 백수”가 거의 4만 명에 달한다는 사실 또한 보다 나은 미래를 보장해주는 열쇠에 해당하는 교육에 대한 관심을 부추긴다고 볼 수 있다. 예전에 비해서 “사교육” 기관이 점차 늘어나고 있는 점도 이와 무관하지 않을 것 같다.
- 교육박람회가 두 가지 성격을 동시에 지니고 있음을 시사한다. 관련 기업·단체 대상의 비즈니스와 교육 주제·방식 등의 파급·확산 등 마켓 중심적인 성격과 일반 관람객 중심의 대중 행사로서의 성격 양자가 범세계적 관심의 집중 대상임을 알 수 있다.

■ 프랑스의 교육박람회(Salon de l'éducation)

○ 교육과 학습 분야 전 분야를 총망라하는 대규모 연례 행사. 교사연합회가 주최하고 문교부와 고등교육/연구부가 후원하는 연중 행사로 해마다 11월에 개최 (2005. 11. 24-11. 27, Porte de Versailles). 약 21,400평의 전시면적, 2,000개 이상의 전시 부스, 매해 4일간 50만명 이상(1일 평균 10만명)이 방문, 입장료는 일반인의 경우 5유로 (교사, 학생 등의 경우 대부분 무료 입장). 크게 교육박람회라는 커다란 틀 속에서 학교, 문화원, 스포츠센터, 방과 후 활동을 위한 여가센터 등에서 교육프로그램을 시범 운영하고 사례와 경험을 나누며 프로그램이 제공하는 체험 활동을 전개하는 부문과 다양한 소박람회들로 구성되어 있다. 소박람회에서는 1) Educatec 2) Eductice 3) 교육용도서 및 멀티미디어 박람회 4) 교육적 활동 및 여가 활용 박람회 5) 대학홍보관 6) 스포츠 박람회 7) 학생박람회 (진로 결정을 돕기 위한 박람회) 7) 직업박람회 등 다양한 박람회가 펼쳐진다.

- Educatec : 교구 및 기자재, 실험실습 도구, 컴퓨터 장비, 교육기관용 각종 가구 박람회로 일반인 입장은 불가. 전시부스 200 개 정도, 참관객 1만 5천명 정도. 주로 유럽 국가들과 프랑스어권 국가들에서 많이 참가하는 국제 규모 박람회.

- Eductice : 정보 통신, 인터넷 활용 교육 박람회. 일반 입장 불가. 인터넷 활용 시범 수업 등이 예정되어 있음. 최근에 새로 신설.

■ WORLDDIDAC - 스위스 바젤, 중국·방콕·러시아 등지로 확대

○ 국제적인 규모를 갖춘 교육기자재 박람회. 관련 기업, 단체, 기관 등을 회원으로 확보. 약 2,600평 규모의 전시장에서 28개국, 345개 업체가 참여, 30,000여명 참관. 컴퓨터 소프트웨어·e-learning 관련 다양한 상품, 출판·서적물, 교육용 기자재, 문구류, 교육용 가구, 교육 관련 서비스, 교육 관련 솔루션, 교육방법 등 전시, 소개, 계약 상담. 특이한 것은 1984년부터 우수한 교육방법 및 교육기자재에 Worlddidac Award를 부여, 국제적인 프로모션을 위한 공인의 기능까지 하고 있다. 중국의 경우 1999년부터 월드디닥의 타이틀 아래 china worlddidac을 지속적으로 개최하고 있다. 2005년에는 방콕에서 ‘월드디닥 아시아’가 개최된다.

- * 미래 교육에 대한 관심부분은 공공성 있게 다루는 한 편, 마켓은 B2B 중심으로 편성
- * 새로운 교육콘텐츠에 대한 국제적 관심 확인
- * 다양한 국제 마켓의 수요 확인 및 에듀컬처 관점의 재편성 고려 가능

○ 한편, 에듀컬처엑스포의 경우 교육프로그램과 같은 방법론적인 콘텐츠를 넘어서 분야간 융합에 의한 대가(大家)들의 교육용 예술품이 전시되며, ‘감동’을 내재한 전시물들을 통해 보다 대중적이고 광범위한 집객이 예상된다. 아울러, 교육프로그램의 경우에도 개발된 교육용 예술품 및 에듀컬처콘텐츠의 활용을 통한 제시로 보다 집중점이 명확해진다는 점, 아시아 국가들의 높은 교육열 등을 살펴볼 때, 역시 보다 광범위한 집객이 예상되며, 향후 국제적인 네트워크를 통해 보다 다양하고 폭넓은 관심을 유럽 권역과 공유할 수 있을 것으로 예상된다.

○ 일반적인 교육용 기기, 교구교보재로 한정되는 것이 아니라 교육적 환경을 구성하고 있는 모든 상품에까지 교육 관점에서 접근하는 확장된 마켓을 확인할 수 있다. 한편, 일상 생활 환경을 심미적인 교육 환경으로 구성할 수 있는 성격이 깊이 내재된 교육용

예술품 및 교육이 설계된 교육융합형 상품 등의 향후 판로가 될 가능성이 있다. 아울러, 현재 형성된 국제적 마켓을 에듀컬처 관점에서 ‘공모·경쟁부문 도입·상 award’ 등의 도입을 통해 현재 구체적으로 존재하지 않은 영역을 선점하면서, 주도적으로 재편성해 볼 수 있는 가능성이 있다.

■ 이탈리아 지포니 국제어린이영화제 (Giffoni Int'l Film Festival)

○ 이탈리아 지포니에서 열리는 이 영화제는 올해로 35회를 맞이한다. 5개 대륙 25개국, 29개 이태리 도시에서 100여명 이상으로 구성된 심사위원단은 6세에서 19세까지의 어린이와 청소년으로 구성되며, 행사기간 중 공익 캠페인도 함께 진행한다. 1,000여명이 넘는 어린이들이 행사의 직접적인 참여자가 되어, 작은 도시 지포니를 찾는다. 경쟁부문 섹션은 총 4개로 구성되어 있고 Kids 6-9세, First Screens 9-12세, Free to Fly 12-14세, Y Gen 15-19세의 연령별로 구분한다.

○ 부대 행사 등으로 고려해 볼만한 모델로는 이탈리아 지포니에서 열리는 국제어린이영화제와 같이 어린이를 주체적, 주도적으로 참여시키면서 예술과 교육을 가로지르는 축제의 기획이다. 교육 관련 박람회보다는 영화제, 연극제 등 구체적인 장르에서 확인되는 형태이다. 에듀컬처엑스포의 경우 신개념 교육용 예술품, 에듀컬처콘텐츠 및 이를 활용한 다양한 주말학교, 캠프 등이 병행할 수 있는데, 이 지점이 에듀컬처엑스포와 어린이 주체형 학습 축제가 만나 국내외적으로 행사로서의 틈새를 확보하는 지점이 될 수 있으며, 아울러 도시 전체에 창조적 학습의 기운을 불어 넣고 남기는 인력양성형 국제 축제의 모델이 될 수 있다.



5. 구성 전략

■ 기반조성행사·준비행사로서의 구성요소 필요

- 에듀컬처콘텐츠개발원·어린이지식센터의 준비조직모델 적용
- 자체 기획·개발, 기업공모, 해외사례 가공 등 모범적인 콘텐츠사례 제시·축적
- 콘텐츠허브로 작동할 수 있는 국제적 네트워크 구축

■ 산업연관효과를 발휘하는 마켓 형성 필요

- 기존 마켓에서 유통되는 상품들을 에듀컬처 관점에서 재구성·재정의
 - ； 경쟁 부문 설정, Prize 도입 등 관심유도 위한 경쟁요소 도입
 - ； 모델콘텐츠 유치, 개발자·개발기업 초청 등 마켓 성장촉진책 마련
- 기업들의 시범콘텐츠 개발·참여 유도
 - ； 공모, 교육기업과의 공동 개발워크숍 등을 통해 미래형 컨셉제품 개발 유도
 - ； 교육기업의 미래교육기업적 이미지 구축 지원
 - ； ‘초연작품’에 권위를 부여하는 요소 도입
 - ； 교육개념이 반영된 교육융합형 문화상품 등의 개발 유도를 통해 교육기업 이외의

기업과의 관련도를 증진

■ 이를 위해 아시아 문화의 전당이 개관하는 2010년까지는 에듀컬처 관점에 부합하는 선별된 개발자·개발기업만을 엄선해서 수용할 필요

○ 선별된 개발자·개발기업에게는 다양한 사후 혜택을 부여하는 등 마켓의 신뢰도·인지도를 구축

○ 엄선된 제품들의 쇼라는 관점을 견지, 마켓의 확대에 따라 에듀컬처쇼에서 엑스포로 진화해나가는 전략 구사. 즉 행사의 단계별 진화전략 필요

■ 반복방문 및 이를 통한 실질적인 학습심화효과 제공요소 필요

○ 학습심화효과에 대한 엄정한 평가기준 마련

○ 콘텐츠 및 이를 활용한 학습시나리오 제시

○ 교사·학부모 등 에듀컬처네트워크에 제공되는 콘텐츠 매뉴얼을 통해 공교육과의 관련성 공고화

○ 행사참여자로 하여금, 반복방문을 사후 서비스의 증대로 체감시키는 방안 마련
(에듀컬처포털사이트를 통한 사전·사후 정보의 충실한 제공, 사후 지속적인 맞춤형 서비스 제공, 재방문시 단계별 심화프로그램 제공 등)

■ 대중적 행사로서의 성격 중시, 행사컨셉을 유지하는 범위 내에서 다양한 집객행사 유치

○ 에듀컬처 관점의 수업시물레이션을 흥미진진한 쇼로 발전시킨 lecture-drama 등 기

획

○ 에듀컬처 관점에 부합하는 인형극·연극·뮤지컬·과학마술쇼·영화·드라마·애니메이션 등의 콘텐츠 쇼케이스 유치

○ 에듀컬처적인 놀이공간, 캠프공간, 흥미진진한 시나리오로 구성된 직업체험 프로그램, 어린이들이 직접 운영주체가 되는 어린이자치 프로그램, 어린이 관련 교통안전시설, 어린이 취향의 건축물 등을 포괄적으로 수용하는 ‘어린이도시’ 혹은 <Kids Expo> 등 독특한 운영전략의 지속적 구상

■ 비즈니스 모델로서의 엑스포 탐색

○ 엑스포 자체를 비즈니스모델화하는 전문인력 배치, 다양한 수익사업 기획

○ Lecture-Drama 등 엔터테인먼트적 콘텐츠의 순회 공연, 전시콘텐츠 순회전 등 수익사업 개발

○ 에듀컬처네트워크의 영업조직화 가능성 탐색

○ 에듀컬처주말학교 등 주5일제로 증가된 학부모의 교육부담 흡수, 사업화 가능성 탐색

○ 소풍, 수학여행과 연계한 교육관광비즈니스 프로그램 마련

○ <캠프엑스포> 등 여름캠프를 대규모로 집결시키는 방안 모색. 캠프상품의 고도화를 통해 맞춤형·선택형 캠프유형 개발

■ 광주국제비엔날레, 518, 소풍, 수학여행 및 방학 등을 종합적으로 고려하여 시기선

택

■ 사례

○ 에듀컬처콘텐츠의 개발·유치·전시

； 전시콘텐츠, 멀티미디어 콘텐츠, 장르융합형 책, e-learning 프로그램, 에듀컬처 교재교구재 등

○ ‘교육용 예술품’ 개발·전시

； 교육용 공예품, 교육용 과학예술품, 교육용 영상예술품, 교육형 디자인제품, 교육형 공공미술품, 에듀컬처 놀이기구, 에듀컬처놀이터, 교육이 설계된 에듀컬처건축물, 교육이 설계된 에듀컬처상품 등

○ 수업시물레이션쇼

； 에듀컬처 학습체험, 수업시물레이션을 드라마·연극·뮤지컬 등으로 표현한 작품. 영화·만화·일러스트 등 다양한 장르와 결합하여 시물레이션 자체를 작품화. Lecture-Drama 등

○ 에듀컬처 Prize & 공모

； 교과서를 재해석·심화한 에듀컬처콘텐츠, 교육용 예술품 등의 공모. 교육기업의 미래형 컨셉제품, 교육이 설계된 교육융합형 상품 등의 공모. 기존 마켓을 에듀컬처 관점에서 재시각화하여 수상하는 상

○ 에듀컬처 마켓

； 에듀컬처 관점에 부합하는 출판물·교구교자재·Audiovisual Contents 들의 Market, 에듀컬처 관점에 부합하는 센터·학교·교육기관·단체 등의 소개 및 홍보를 위한 Promotion, 에듀컬처적인 연극·드라마·뮤지컬·과학마술쇼 등의 Showcase

○ 학술행사

； 포럼 · 심포지엄 · 워크숍 등의 Network 행사

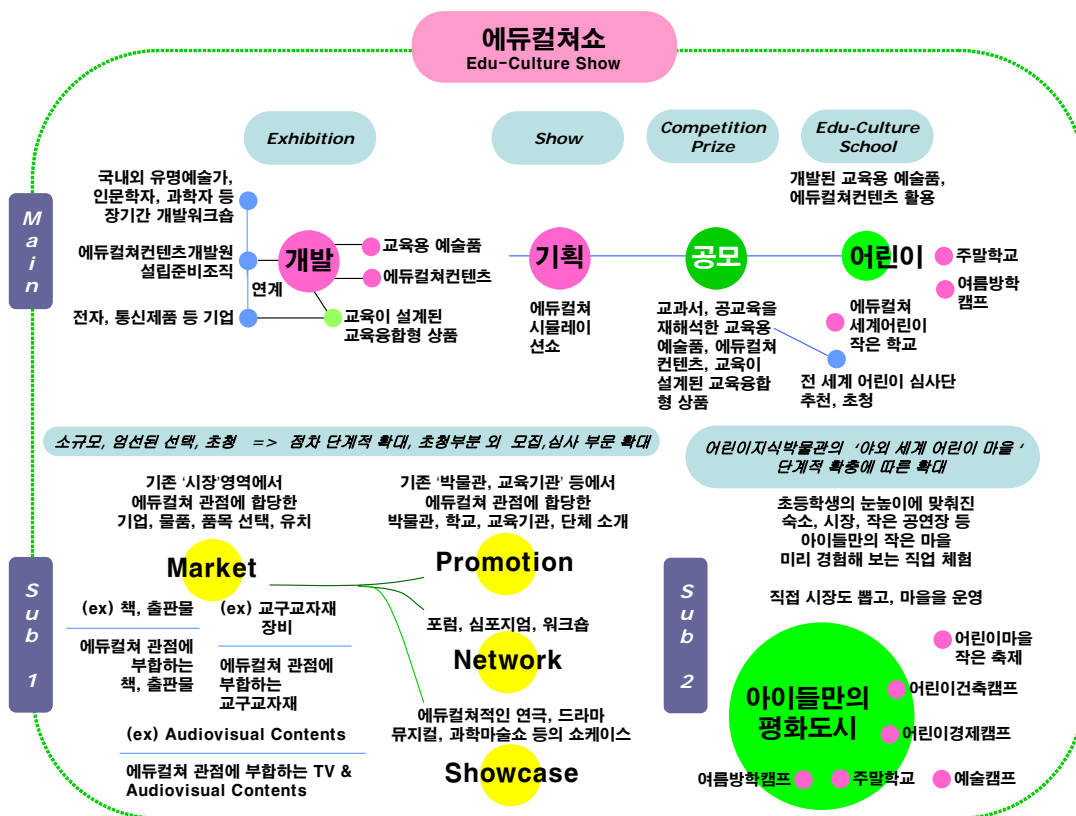
○ 에듀컬처 학교

； 개발된 콘텐츠를 활용한 주말학교, 여름캠프, 국제학교 등

○ 어린이도시

； 건축물 · 시장 · 공연장, 직업체험 · 자치 등 시나리오를 가진 프로그램, 건축 · 경제 · 예술 등 장르별 학교 · 캠프

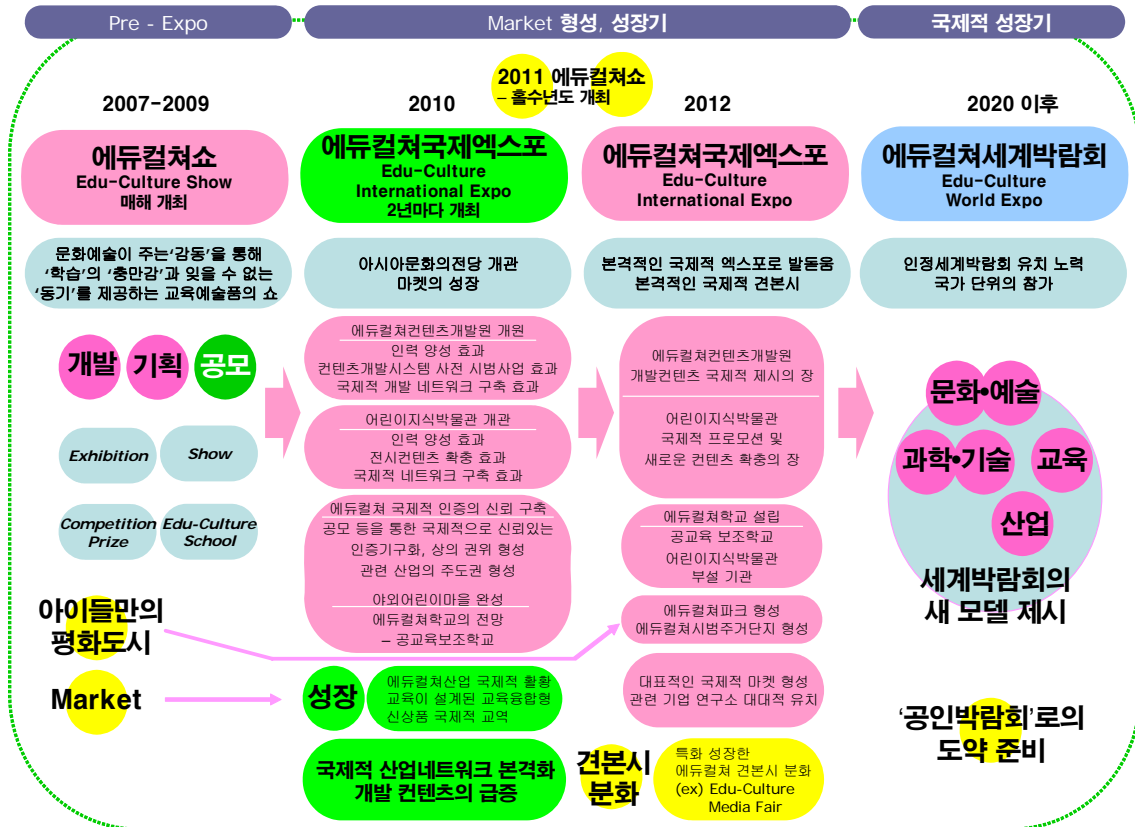
< 그림 7 > 에듀컬처쇼 구성 방안 사례



6. 발전 전망 및 비즈니스 연관

■ 2010년 아시아문화전당의 본격적인 가동 이후 국제적인 엑스포로 발전 전망.

< 그림 8 > 단계별 진화 전망 예시



- 1단계 (전시·쇼 중심. 국내행사)
- 2단계 (시장 도입)
- 3단계 (시장 본격화)
- 4단계 (공인 국제박람회로 발전)

■ 비즈니스 연관 가능성

- 교육문화관광 창출

- 전본시의 분화에 따른 컨벤션 산업 활성화
- 에듀컬처쇼의 순회 (국내 → 아시아 → 세계)
- 새로운 개념의 상품인 교육이 설계된 교육융합형 상품의 촉진
- 공인세계박람회로의 도약을 통한 국가 수준 행사의 일반적인 유발 효과 기대

7. 준비조직의 구성 및 역할

■ 에듀컬처콘텐츠개발원 · 어린이지식센터의 준비인력

- 프로젝트 디자이너, 지식코디네이터 등 기획 · 개발인력
- 문화예술인 · 장인 · 인문학자 등 개발 · 제작인력
- 국내외 학자로 구성된 지식네트워크
- 관련 기업과의 네트워크를 구축하고 사업아이템을 개발하는 사업인력
- 예비 전문가들을 교육시킬 교육(기획)인력
- 교사 · 학부모 · 학습자 등 수요자들의 이해증진 및 사후 서비스를 담당할 교육 및 서비스인력
- 전시전문인력
- 현장연구를 담당할 연구기획관리인력
- 전문 홍보 · 마케팅인력
- 사이트 구축 · 관리인력
- 일반관리 · 운영인력
- 각종 부대행사의 관리인력

■ 다양한 예비 워크숍 시스템의 가동을 통한 교육용 예술품, 에듀컬처콘텐츠 등의 개발 준비

- 실제적인 개발 프로세스에 앞서 국내외 다분야의 개발자·작업자들을 탐색하며, 개

발자·작업자들과의 에듀컬처에 대한 공감대 형성, 준비 워크숍, 합리적이고 효과적이고 창조적인 개발프로세스에 대한 개발자·작업자들간의 세미나 등 다양한 예비 워크숍 시스템의 가동을 통해 개발의 사전 준비 필요.

■ 2006년 초 <어린이 에듀컬처엑스포 조직위원회>(가칭) 구성 착수

■ 2007년 행사를 준비하는 프로그램·콘텐츠 기획개발팀을 2006년 초에 조직화

■ 에듀컬처엑스포의 실행계획 연구 작업 필요

○ 에듀컬처엑스포의 실행계획을 수립하며 이를 위한 최적의 조직 구성 및 창조적인 조직문화 형성 방안을 도출할 수 있는 연구작업 필요.

○ 해외 사례 및 마켓의 현황 탐방을 통해 조사연구하며, 이 과정에서 해외의 사전 네트워크를 구축할 수 있는 연구 기획 필요

○ 목표시장 정의, 에듀컬처사업 전반과 연관되어 추진해야 할 홍보마케팅의 구체적인 안 등 필요

○ 중장기발전방안 연구 필요

VI. 에듀컬처 사업의 발전 전망

1. 교육문화시범단지

1-1. 개념

- 에듀컬처가 일상의 화제가 되고 회합의 주요동기가 되는 교육문화공동체 공간
- 문화자원과 교육자원이 집중적으로 투여되고 실험되는 공간
- 에듀컬처의 생산 및 창조가 활발하게 이루어지고, 새롭고 다양한 교육문화공동체의 생성이 일상화된 공간
- 에듀컬처사업이 일상생활의 변화를 야기시키고 다시 도시의 교육문화환경 전체를 변화시켜나가는 시범공간
- 전당의 어린이지식센터 등과 연계되면서 에듀컬처 활동을 도시 전체로 확산시키고 이를 통해 교육문화환경 전체를 변화시킬 수 있는 공간
- 교육문화견본도시모델로서의 정체성을 확립하는 공간. 모범적인 도시쾌적성 생활공간
- 교육이 설계된 교육융합형 주거시설 브랜드와 관련, 기업 연계 사업모델을 모색하는 공간

1-2. 필요성

- 에듀컬처콘텐츠의 테스트베드의 필요. 이를 통한 검증보완이 필요
- 에듀컬처사업을 통한 뛰어난 교육문화환경 구축의 모범 사례 구축 필요. 이를 통한 파급력 확장 필요
- 에듀컬처사업의 가치사슬체계가 골고루 성장할 수 있는 인프라 필요. 일상 환경과 밀접한 특성을 가지고 있는 에듀컬처사업의 거점 필요
- 에듀컬처교사준전문가가 될 시민·에듀컬처사업의 주역할을 할 광주의 미래세대 등의 인력, 소비시장일상 향유 공간, 에듀컬처사업관련 기업 및 연구소, 시민참여프로세스 등
- 에듀컬처사업의 대규모 플랜트 모델을 개발할 수 있는 모범 플랜트 구축 공간 필요
- 광주가 교육문화시범도시로 발전하기 위해서는 아시아문화의전당과 연계하여 교육문화를 심화할 수 있는 시범적 공간이 필요
- 아시아문화의전당과 연계, 국제적인 에듀컬처 관련 전문 인력 및 고급 인력을 광주에 유입할 수 있는 통로이자 아시아 공통의 교육문제를 해결하는 선도실험공간으로 조성 필요

1-3. 조성 방향 및 공간 구성의 원칙

- 에듀컬처콘텐츠가 일상적으로 향유·소비되고 향유·소비를 통해 콘텐츠가 검증되는 공간으로 조성. 거리, 간판, 골목, 놀이터, 산책로 등 일상적인 요소들을 통해서도 에듀컬처콘텐츠를 만나게 되는 공간

■ 구성요소들의 기능이 유기적으로 연결되어 최대한의 시너지 효과를 줄 수 있는 공간 구성 필요

■ 유아·초등학교에서 고등학교·대학교, 성인교육 등 대상과 참여가 확장되는 공간으로 조성

■ 에듀컬처사업에 대한 높은 이해도를 바탕으로 지역민의 이해와 요구가 반영되어 애정과 참여를 불러 일으키는 공간으로 조성

■ 교육문화 활동에 참여하는 수요자들의 이용 및 생활 편의성을 감안하여 거리, 도로, 교통 등 쾌적성·심미성·학습효과가 보장되는 시범적인 생활 공간으로 조성

■ 에듀컬처사업의 대규모 플랜트 모델 수출의 모범 근거가 되고, 교육이 설계된 교육 융합형 주거시설 브랜드·프랜차이즈 등 기업 연계 사업모델을 모색하는 공간으로 조성

■ 국제적인 에듀컬처 관련 전문 인력 및 고급 인력을 광주에 유입할 수 있는 환경요소가 갖추어진 공간으로 조성

○ 병원, 학교, 지역에서의 원활한 생활을 돕는 생활설계사 등 필요

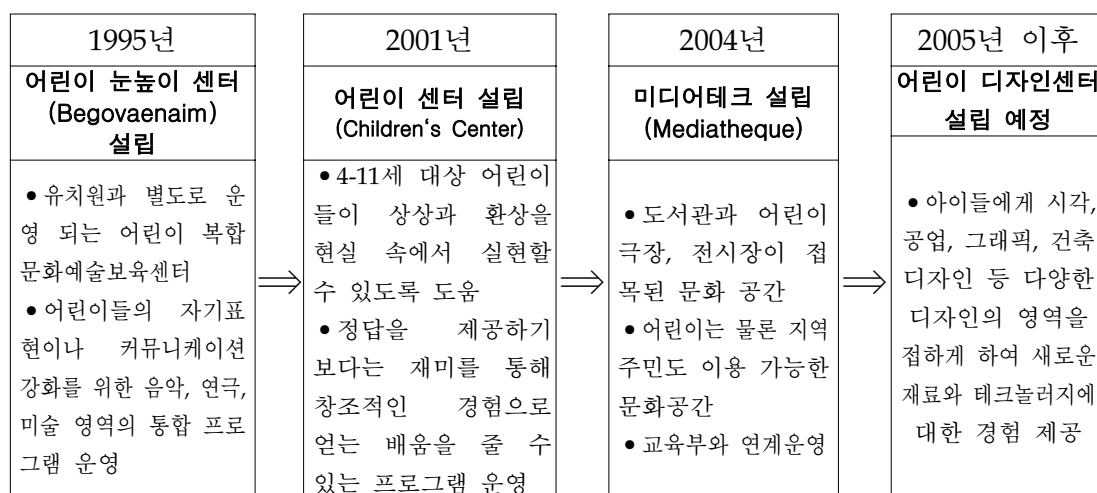
■ 인근 지역 주민 의견 조사, 인력 유입을 위한 필요 요소, 광주 도시 브랜드와의 연계, 교육문화의 사회화 방안 등 별도 연구 필요

■ 사례 : 이스라엘 홀론

- 사막위에 세워진 어린이 문화도시 홀론(Holon), ‘모래땅’, 즉 ‘사막’이라는 뜻
- 텔아비브(Tel-Aviv) 남쪽에 접해있는 교외 주택지로 1933년 형성. 인구 18만명, 34개 초등학교, 27개 중·고등학교
- 사막을 도시화하는 과정에서 ‘아이들의 문화도시’라는 구체적인 정책 설정, 자녀

교육에 고민하는 젊은 부부들이 홀론으로 이주정착함으로써 활력 넘치는 도시 형성

- 새로운 테크놀로지의 등장에 따른 교육문화공간의 단계적 확충
- 미래의 시민들을 위한 소프트웨어에 투자
- 어린이 문화도시 형성과정 : 공원을 중심으로 단계별 어린이 교육문화공간 설립
- 어린이교육문화공간을 통해 도시의 삶과 적극적인 연결을 도모하고 도시 곳곳에 이야기와 테마가 있는 공원을 배치하여 내외부 문화공간이 상호접속하는 문화도시로 조성



■ 가상 예시

- 세상에서 제일 큰 낙서장인 담벼락 낙서장
- 퀴즈놀이하며 걷는 산책길
- 생태환경이 갖추어진 숲속학교
- 실버세대가 미래세대의 보조 지식코디네이터로 활동할 수 있는 지식사랑방
- 어린이들이 직접 경제 생활을 경험해 보는 어린이상점
- 가족이 함께 창작과 놀이를 병행할 수 있는 가족공방
- 골목전시관, 어린이도서관, 어린이미디어사랑방, 기타 스토리 및 시나리오가 있는 각종 체험프로그램 등

1-4. 공간 요소

1) 에듀파크

가. 개념

■ 에듀컬처 개념을 열린 공간으로 확대, 콘텐츠 및 프로그램 확장을 꾀하는 공간

○ 야외로 확장된 어린이지식센터. 어린이지식센터와 공간적으로 소통하면서 실내/실외, 문화/자연과의 경계를 허무는 공간

○ 어린이지식센터의 야외 활동 프로그램, 보다 활동적인 프로그램, 자연과 연관된 프로그램 등을 실행하며 지식센터 내 콘텐츠와 연계

■ 교육문화도시의 정체성을 강화하는 공간

○ 야외로 확장된 교육 공간, 자연 속에서 놀이와 활동을 통해 학습효과를 체득하는 공간

○ 건강-지식-문화를 통합적으로 체험하는 공간

나. 조성 원칙

■ 에듀컬처사업과의 연계 강화. 특히, 어린이지식센터와 유기적 관계 형성

○ 어린이지식센터의 야외 프로그램콘텐츠와 유기적으로 연계할 수 있는 공간으로 조성

○ 탈학교 개념의 에듀컬처콘텐츠가 적용된 공간으로 조성

■ 인근 지역주민과의 적극적 의사소통 중요. 지역주민이 소중하게 여기는 문화자산으로 자리매김 필요

○ 인근 지역 주민의 일상과 역사가 숨쉬고, 이해와 요구가 반영된 공간으로 조성

○ 에듀컬처의 개념이 인근 지역 주민에게 충분히 이해되고 설명됨으로써 공원에 대한 높은 안목과 이해를 바탕으로 주민이 필요로 하는 프로그램, 활동 등을 할 수 있는 시설·공간 등이 반영된 공원으로 조성

■ 인근 지역민 의견 조사, 탈학교 에듀컬처콘텐츠 구상, 광주 도시 브랜드와의 연계 등 별도 연구 필요

다. 사례

모험놀이터

- 대표적인 사례 : 미국 뉴욕시 센트럴 파크
- 가운데 커다란 공간, 주위에 작고 다양하고 서로 관련된 요소들을 배치하는 방식. 이러한 배치는 어린이들이 대집단의 일부임을 느끼면서 여러 활동을 선택할 수 있도록 함. 놀이터를 두 개의 구역으로 구분(각 구역에서 특정 활동이 주로 일어나도록 배려)
- 놀이터의 남반부: 달리기, 뛰기, 기어오르기, 땅굴, 균형잡기 등 신체활동위한 공간
- 놀이터 북반부: 파고, 짓고, 그림 그리기, 물을 가지고 노는 곳
- 시설물: 출입구, 미로, 나무집, 피라미드, 텀벙 폴, 수로, 테이블, 노천극장, 막대 정글, 미끄럼틀, 화산, 땅굴, 분화구, 나무등지, 배 등

교육형 직업체험테마파크 워나두시티 (Wannado City)

- 개요 : 남부 플로리다에 위치한 미국 최초 어린이를 위한 교육형 직업체험테마파크.

실내 Real-play를 기반으로 실제의 삶을 배울 수 있는 이상적인 도시 형태를 구축.

‘어린이들이 원하는 건 무엇이든 될 수 있다’ 라는 슬로건을 바탕으로 부모나 영웅의 전문직업 등 200개 넘는 직종에 종사해 볼 수 있음.

• 운영 : 음식, 가구, 도로 등 모든 것을 친어린이적으로 설계. 어린이가 결정권자이고 어른들은 보조적 기능을 수행. 방송국, 영화스튜디오, 백화점, 도서관, 극장, 피자마켓, 병원 등의 다양한 직업과 관련된 체험시설을 갖추

라. 기타 예시

- 달리고 뛰고 구르는 행위놀이터
- 파고 짓는 건축놀이터
- 음악놀이터 : 재활용으로 만든 리듬악기, 사운드스케이프 등
- 도시생활배움터 : 교통·건강·커뮤니티 체험 학습 공간
- 자연배움터 : 농장체험공간(재배·수확 체험), 자연관찰체험공간, 전문교사 지도 아래 동물을 실제로 만져보고 체험할 수 있는 동물체험공간 등

2) 청소년지식센터

- 에듀컬처 개념의 대상이 청소년으로 확장
- 전당 내 어린이지식센터의 진화·발전된 개념
- 어린이지식센터에서 학습에의 전인적 투자의 경험을 거친 어린이들의 성장과 함께 단계적으로 준비된 공간
- 다수의 청소년 대상 튜터형 교사의 확장·에듀컬처포탈사이트의 평생학습으로의 확장과 유기적으로 연관된 공간

○ 학습동기를 삶의 동기로 전환시키고, 이를 통해 자신의 미래를 향한 자기주도적 설계·자기주도적 학습·창조적 상상의 실현을 지속시키는 공간

○ 누구의 권유나 지도 없이도 청소년들이 자발적·지속적으로 찾는 공간이며, 이를 통해 방문 청소년 개개인이 자기 주도적으로 학습을 설계하고 성취해 나갈 수 있도록 돕는 공간

○ 공교육의 심화 과정이지만, 한편으로는 공교육의 분절적 질문과 답을 구하는 방식이 아니라 청소년들이 튜터형 교사와 함께 자기 스스로 설계한 질문에 대한 답을 진화시키고, 심도깊게 사색하며, 상상할 수 있는 공간

○ 광주를 에듀컬처콘텐츠의 선도적 개발·소비·실험공간·공교육개혁의 진원지로 확고히 자리매김하도록 만드는 인프라로서의 공간

2. 비즈니스모델

■ 좁은 범위에서는 에듀컬처콘텐츠개발원·어린이지식센터·에듀컬처엑스포·에듀컬처포털사이트를 통한 수익 발생이라는 차원이 있다. 콘텐츠 판매, 전시물 관람, 행사 참여, 사이버서비스 소비 등

■ 재원의 조달 방식의 다양화를 통해 자생성·자급율을 높이는 차원이 있다. 국내외 기업과 공동 투자·펀드 조성·기부 및 스폰서십의 확대 등

2-1. 에듀컬처콘텐츠개발원을 기반으로 한 비즈니스 모델

○ 유아교육, 초등교육 등 공교육의 교과서를 심화, 재해석하여 장인 匠人, 대가 大家, 예술가, 전문 스토리텔러, 과학자 등의 다분야간 개발 워크숍을 통해 만들어낸 에듀컬처콘텐츠의 유통·보급·판매. 플랜트의 컨설팅·보급

○ 심미성, 예술성이 뛰어나며, 통감각적인 체험기구, 체험 시설의 플랜트 컨설팅·보급, 교육시나리오 및 스토리텔링 방식에 의해 계획된 공간·시설 등의 플랜트의 컨설팅·보급

○ 교구교구재 생산 및 판매, 교구교자재 생산 기기, 설비, 기술 등의 판매 및 플랜트 컨설팅·보급. 온라인·모바일 관련 교육솔루션 컨설팅·판매

○ 연구소, 콘텐츠개발원의 개발워크숍프로세스 등의 연구개발플랜트 컨설팅·보급

○ 튜터형 교사, 지식코디네이터 등 인력 양성과 관련된 프로그램매뉴얼 등의 콘텐츠, 플랜트 컨설팅·보급

○ 어린이지식센터 및 에듀파크를 기반으로 한 숙박, 레저관광단지의 플랜트 컨설팅, 수출

○ 국내외 기업과의 공동 투자·펀드 조성·스폰서쉽의 확대

○ 에듀컬처콘텐츠 대중화 및 에듀컬처콘텐츠 중 원소스멀티유즈가 가능한 콘텐츠를 중심으로 확장 사업. 저작권을 기반으로 한 비즈니스, 비교육관련기업을 포함한 기업으로부터의 제품 개발 공동 연구 의뢰 등

- <가상예시>

▷ 에듀컬처콘텐츠 중 캐릭터의 특성을 강하게 지니고 있거나 캐릭터로 개발이 가능한 콘텐츠의 경우, 캐릭터비즈니스화

(애니메이션·인형·팬시·생활용품·의류 및 패션·게임 등)

▷ 에듀컬처콘텐츠 중 디자인과 결합, 디자인프로덕트로의 개발이 가능한 경우

(가구·침구·주방용품·사무용품 등 감성상품)

▷ 교육이 설계된 교육융합형 상품의 개발

(TV, 컴퓨터 등 가전제품, 가구·침구·주방용품 등 생활용품, 의류 및 패션상품, 주거브랜드 등)

▶ 교육형 테마파크의 공동개발

○ <가상예시> 에듀컬처프로그램 출판물 Edu-Culture Book

에듀컬처엑스포와 어린이지식센터의 지식코디네이터, 현장연구자를 통해서 에듀컬처콘텐츠, 교육용 예술품 등을 활용하여 진행했던 각종 현장 교육 프로그램, 공교육 현장에 적용해볼만한 교육프로그램매뉴얼 등이 출판물이 될 수 있다. 여기에, 에듀컬처콘텐츠 개발원의 개발워크숍이 더해져 단순 출판물이 아니라, 출판물과 함께 활용 가능한 교육용예술품, ‘장인’ 과 ‘대가’ 와 과학자, 인문학자 등이 함께 워크숍을 통해 개발해 낸 교구교보재 등이 하나의 시리즈를 이루며 완결도와 차별화된 출판상품이 될 수 있다. 한편으로, 출판물 또한 다장르, 다분야간 밀도 높은 워크숍을 통해 탄생하여 장르의 융합을 통한 새로운 제작물의 형태를 띌 수 있다.

2-2. 어린이지식센터를 기반으로 한 비즈니스 모델

○ 교육용 예술품 등의 전시콘텐츠·영상콘텐츠 등의 순회전

○ 에듀컬처시플레이션쇼의 순회공연

○ 교육시나리오 기법을 활용한 맞춤형 스토리텔링 컨설팅

○ 센터 시설·공간계획·운영 등의 플랜트 컨설팅·보급

○ 주말학교, 캠프, 국제적 수학여행 등의 유료 사업 및 교육관광산업 활성화

○ 교육과 놀이가 설계된 고객서비스인 에듀테이너형 고객 서비스 인력 교육 등의 인력 및 플랜트 수출

- 입장수입·어린이지식센터 인근 및 관련휴게편의시설·교육공간 임대사업·기념품 판매·기부 및 스폰서쉽·광고 판매 등

2-3. 에듀컬처엑스포를 기반으로 한 비즈니스 모델

(2010년 전당 건립 이후의 비즈니스 모델 전망)

- 입장수입의 차별화 : 일반관람객, 전문가·관계자 등의 관람객, 비즈니스 티켓, 교육패키지, 사후 양질의 서비스를 지속적으로 제공받는 등의 혜택이 부여된 회원권 등
- 기업의 홍보·상담 등 부스 판매, 국가·단체·기관 등의 홍보 부스 판매, 관련 휴게편의시설의 임대, 광고 판매, 스폰서쉽
- 예비교사 및 전문가를 위한 단기워크숍, 단기교육 등 교육프로그램 운영
- 기념품·교구교자재 등 엑스포 행사장 내 상품의 직접 판매
- 마켓의 활성화를 통한 건본시 분화·특화, 컨벤션 사업 확대
- 엑스포 플랜트 컨설팅, 순회엑스포 개최

2-4. 에듀컬처포탈사이트를 기반으로 한 비즈니스모델

(2010년 전당 건립 이후의 비즈니스 모델)

- 에듀컬처포탈사이트를 통한 온라인 비즈니스 모델 창출
- 교육네트워크를 통한 교육검색 고급서비스
- 에듀컬처콘텐츠의 사후 맞춤형 서비스

○ 커뮤니티를 기반으로 하는 온라인콘텐츠 사업

○ 가상어린이지식센터의 콘텐츠사업, 교과서의 과학실험을 온라인상에서 해 볼 수 있는 가상실험실 등

○ 에듀컬처 관점의 e-learning·u-learning 콘텐츠 사업 및 e-learning 콘텐츠 관련 기업과의 연계

○ 국제적 포털서비스 구축을 통한 파생 효과 복합화. 장기적으로는 평생학습으로의 확대·수익 모델화 및 파생 효과 복합화.

○ 기타 광고 판매, B2C 쇼핑몰·B2C 쇼핑몰 등 관련 기업과의 연계

■ 에듀컬처사업은 관련 비즈니스를 촉발·파생시키는 역할이 대전제로 돼있음. 에듀컬처사업은 독립사업이 아니라 지역적·국가적 과제와 만나는 공공프로젝트이다.

○ 넓은 범위에서는 에듀컬처사업이 촉발시키고 파생시키는 다양한 산업연관효과의 차원이 있다. 에듀컬처사업이 관련 기업의 지역유입을 통한 지역특화산업을 파생시키거나, 컨벤션산업 차원의 집객효과가 간접적인 지역경제 활성화효과로 연관된다.

○ 또 교육문화견본도시로서의 광주브랜드가 인구 일반 및 고급인력 유입을 촉진하는 간접효과도 매우 크다.

○ 구체적인 파생·연관효과 및 비즈니스모델에 관해서는 별도의 심화된 논의가 필요하다.

VII. 에듀컬처사업의 단계별 추진전략

1. 단계별 추진 전략의 기본 원칙

1-1. 추진 일정 설정의 원칙

○ 2010년 개관 이전 어린이지식센터의 콘텐츠를 충분히 개발하고 확보할 수 있는 공간을 최대한 마련하는 것이 필수

- 어린이지식센터의 콘텐츠는 새롭고 독보적인 개념
- 불안과 공포에 대응할 수 있는 교과서의 심화 재해석을 위해서 유아초등학교의 교과 전 과정과 밀접한 관련도를 가져야 함
- 이와 같이 새로움, 독창성, 교과 전 과정과의 밀접한 관련도를 맺기 위해서는 최소 30 sector 이상의 전시콘텐츠 필요.
- 이를 위해서는 사전준비에 최소 1년, 기획·개발에 최소 3년의 단계적 확충 기간이 필요

○ 2010년 개관 이전 확보되는 콘텐츠에 대한 모니터링, 피드백 등을 통한 콘텐츠의 업그레이드. 이를 통해 완결도와 활용도가 높은 에듀컬처콘텐츠를 사전 확보한 후 신 개념을 선보이는 어린이지식센터의 본격적인 출범 가능

- 전국민적 관심사 속에서 모니터링, 피드백 등의 효과를 얻기 위해서는 시간과 공간의 제약 범위를 넘어설 필요
- 지속적이고 쌍방향적인 소통의 체계와 질적 계기성 이벤트를 통해서 전국민적인 공감 속에 진화하며 2010년을 맞이할 필요

○ 에듀컬처콘텐츠의 온라인, 모바일 등 기술적 요소와 결합·검증의 순환 구조를 위해 필요. 이를 통한 온라인 및 유비쿼터스 환경 유형의 에듀컬처콘텐츠 기획·개발 필요

- 어린이지식센터 내 콘텐츠 중 온라인, 유비쿼터스 환경 유형의 콘텐츠 사전 확보 필요.

○ 2010년 전당 건립 이전에 신개념 콘텐츠를 개발할 수 있는 분위기와 인프라, 프로세스의 검증, 보완, 완성이 필요. 기존의 조직 방식, 분위기, 조직 문화, 기획개발 프로세스를 사전에 검증보완완성하고 새로운 고급인력을 창출양성함으로써, 창조적이고 독보적인 에듀컬처콘텐츠개발원의 본격적인 시작 가능

○ 이를 위해서는 최소 4년의 시간과 과정이 필요. 2006년 시작이 필요

○ 이를 위해서는 2006년 1년간의 준비 기간을 거쳐 2007년 에듀컬처엑스포의 개최, 이와 연동된 에듀컬처포탈사이트의 런칭, 콘텐츠 기획·개발팀의 사전 가동이 필요

- 전국민적인 관심과 참여 속에서 치러지는 에듀컬처엑스포를 위해 커뮤니케이션 미디어가 엑스포 개최와 동시에 필요

- 에듀컬처엑스포의 관람객들에 대해서 "A/S"에 비유될 수 있는 지속적인 사후 관리 서비스 제공 필요

- 파급력이 광범위하고 넓으며 수익 모델로의 전환이 빠른 온라인·모바일 사업을 통해 에듀컬처 인구 저변을 확대하고 에듀컬처사업의 일정 재원 확보

- 에듀컬처포탈사이트는 에듀컬처엑스포와 동반 준비되어야 할 필요

1-2. 단계별 추진 조직 변화의 원칙

○ 조직 및 프로세스 구성 방안의 구체적인 선연구와 이를 통한 설계, 프로젝트를 통한 검증이 필요

- 창조적이고 학습조직으로서의 분위기와 에너지가 지속될 수 있는 조직

- 다분야의 지식과 예술창작에 대한 심미안을 가지고 있는 구성원들로 구성된 조직

- 획기적인 결과를 생산하려는 성취동기가 지속적으로 고양되는 조직

- 장기적 전망을 공유하며 이직율이 낮되 도전적인 조직

- 재원 관리 효율성·자생력을 강화할 수 있는 조직

- 각각 프로젝트의 특성과 목적에 맞는 프로젝트팀별 인적 구성 및 프로세스가 설계된 조직

- 구체적인 인적 사항을 탐색하여 세밀한 인적 결합의 시너지가 설계된 조직

○ 2010년까지 적절한 단계적 분화가 이루어지고 유연하게 확대되는 조직 구상 필요

- 통합조직을 통해 시너지를 내고, 에듀컬처사업에 대한 통합적 이해를 공유하며, 성과를 조직 전체에 확산

- 통합조직이되 의사결정과정이 간단하며 각각의 독립성이 보장되는 조직

- 각각의 독립성이 보장되지만, 행사 사전 한시적 집중을 통해 각회 에듀컬처엑스포 행사를 성공시킬 수 있는 유연한 통합조직

- 신개념 콘텐츠의 확보·전국민적 반향을 최우선 목적으로 하는 조직

- 프로젝트를 통해 검증되고 인력의 자연스런 순환이 이루어지되, 참여했던 전체 인력이 에듀컬처사업의 인프라로 남는 조직

- 국제적인 시장 영역의 모색, 국제 네트워크의 강화 등 국제적 접촉을 조직 성원 전체가 해결하되, 전 조직이 네트워크를 공유하는 조직 및 일상적 시스템

<표 2> 2010년까지의 단계별 조직 변화 예시

단계	단계별 조직의 특성	사례
1단계	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 다수의 한시적 외부 프로젝트팀 링크 ▷ 프로젝트의 매니저로 구성된 조직 내부의 독자적인 팀 ▷ 1회 행사의 대대적인 성공을 확보하기 위한 부문별 팀 ▷ 에듀컬처포탈사이트 구축 ▷ 에듀컬처사업의 준비와 기반구축을 위한 세부 계획의 구체적 연구 ▷ 프로젝트 주도형 인력 양성 프로그램 동반 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ (재)어린이에듀컬처엑스포조직위원회 (가칭) ▷ 프로그램·콘텐츠 기획팀 + 프로젝트별 한시적 개발팀 ▷ 에듀컬처포탈사이트 구축팀 ▷ 에듀컬처사업 연구과제별 외부의 전문가 연구팀 ▷ 프로젝트 주도형 인턴십 각 프로젝트에 배치
2단계	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 1회 행사의 성과를 지속확산검증보완하는 별도팀의 강화 ▷ 별도팀이며, 향유자와의 네트워크를 강화하는 향유자 중심 조직 ▷ 신개념 콘텐츠 확보를 위한 팀 강화, 프로젝트팀들의 확대 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 에듀컬처포탈사이트 팀의 강화·향유자와 네트워크 강화 ▷ 콘텐츠 기획·개발팀 인원 증가, 프로젝트팀들 확대 가동 ▷ 에듀컬처포탈사이트 팀 내 주말학교 실행팀 ▷ 어린이지식센터 조직·에듀컬처콘텐츠개발원 조직 분화
3단계	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 부스 판매기업 연계 등의 마켓 영업 및 사업 관련 인력 확대 ▷ 에듀컬처포탈사이트를 위한 독자적 콘텐츠 기획·개발팀 및 다수의 프로젝트팀 가동 ▷ 어린이지식센터 콘텐츠 확보 완료 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 에듀컬처사업의 수익 기반 확대를 위한 팀 강화 ▷ 에듀컬처포탈사이트의 콘텐츠 기획·개발 강화
4단계	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 에듀컬처국제엑스포 준비·성공 ▷ 어린이지식센터·에듀컬처콘텐츠개발원·에듀컬처포탈사이트·에듀컬처국제엑스포의 유기적인 연계를 확보할 수 있는 통합 조직 필요 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 국제컨벤션 특화팀 필요 ▷ 어린이지식센터장·에듀컬처콘텐츠개발원장 겸직 고려 ▷ 에듀컬처포탈사이트·에듀컬처국제엑스포 등의 수익 기반 확대를 위한 팀 강화. 이를 통한 재정자립도의 증대

○ 2010년 이후 어린이지식센터의 콘텐츠를 업그레이드하면서, 동시에 국제적 파급력을 구축할 수 있는 조직 구상 필요

- 2년마다 콘텐츠 업그레이드, 새로운 콘텐츠 발표

▷ 획기적인 새로운 콘텐츠 2년마다 기획·개발·발표

▷ 어린이지식센터 콘텐츠 업그레이드

▷ 지속적인 관심을 불러 일으키는 어린이지식센터

▷ 새로운 콘텐츠 위주 프로모션 필요

- 2년사이 콘텐츠를 활용하는 다양한 프로그램 제시 ⇒ 프로그램·체험 위주 프로모션 필요

▷ 프로그램·체험 위주 프로모션 필요

▷ 콘텐츠 활용 다양한 프로그램·체험 방법 등의 개발·제시 필요

▷ 어린이지식센터 콘텐츠를 활용한 프로그램 관련 에듀컬처포탈사이트 콘텐츠의 업그레이드

▷ 렉처 드라마, 시뮬레이션 쇼 등 엔터테인먼트적인 요소 강화

1-3. 단계별 예산 설정의 원칙

○ 2010년까지는 신개념 콘텐츠 기획·개발·확보에 총력

- 신개념 콘텐츠 확보를 통한 어린이지식센터를 독보적인 시설로서 런칭

- 이를 위해 초기 투자 비용의 집중 필요

○ 2010년 이후 콘텐츠 기획·개발·업그레이드 비용의 자급율 상승

- 초기 투자 비용 집중을 통한 2010년 이후 수익 기반 확보

- 이를 통한 2010년 이후 콘텐츠 기획·개발·업그레이드 비용 자급율 상승

- 건립 전 매해 개최되는 에듀컬처엑스포·에듀컬처포탈사이트·주말학교 등을 통해 건립 후 콘텐츠 기획·개발·업그레이드 비용 확보

1-4. 단계별 목표 집종의 원칙

○ 콘텐츠 기획·개발·확보, 예산자금율 상승, 수익기반 확대 등의 목표는 동일하지만, 기간별 집중점을 달리하여 ‘선택과 집중’에 의한 에듀컬처사업 발전 모색

< 표 3 > 단계별 목표 집종의 예시

2006년 - 2009년	2009년 - 2010년	2010년 - 2014년	2015년 -
▷ 신개념 콘텐츠 기획·개발·확보에 집중 ▷ 어린이지식센터 콘텐츠 확보 완료에 집중 ▷ 에듀컬처사업의 사전 기반 구축에 집중	▷ 어린이지식센터·에듀컬처콘텐츠개발원 설립 및 프로모션에 집중	▷ 에듀파크·에듀컬처주말학교를 중심으로 교육문화시범지구 조성	▷ 플랜트 수출 ▷ 국제적 기업 및 기업 연구소 유치
콘텐츠 확보기	거점 강화기	도시 강화기	산업 도약기

2. 추진 조직체 단계별 구상

○ 통합조직을 통해 유기적 관계를 구성하고, 시너지를 높이되, 적절한 분화를 통해 단계별 목표에 집중할 수 있도록 고려

○ 2015년 이후 별도 조직 설립 필요 발생 가능성이 높음. 이 경우 별도의 특수 재단을 설립하되, 수익을 전당 내 에듀컬처사업 관련 시설기관의 콘텐츠·프로그램 기획·개발·확보로 환원

(예상 사례) 에듀컬처국제엑스포의 부문별 견본시 특화에 따른 에듀컬처국제엑스포 조직위원회(가칭)의 별도 분화 필요 시 별도 분화. 즉, 국제에듀컬처출판박람회, 국제

에듀컬처모바일박람회, 국제에듀컬처게임박람회 등 대규모 견본시의 특화에 따른 대규모 조직 필요. 견본시의 특성상 각각 견본시의 특화에 따른 부스 판매비·입장료·프로그램 체험비·스폰서쉽 등 자체 비용 및 자체 수익 기반 확보에 따른 별도 분화 조직 필요 발생 가능성이 있음)

< 표 4 > 단계별 추진 조직체의 예시

2006년 - 2008년	2008년 - 2010년	2010년 - 2015년	2015년 -
▷ (재)어린이에듀컬처엑스포 조직위원회(가칭)	▷ (재)어린이에듀컬처엑스포 조직위원회(가칭) ▷ 어린이지식센터에듀컬처콘텐츠개발원 준비조직 분화	▷ (재)어린이지식센터(가칭) ▷ 어린이지식센터에듀컬처콘텐츠개발원에듀컬처엑스포조직위원회·에듀컬처포탈사이트 등으로 구성	▷ 수익성이 높고, 독자성이 필요한 조직 발생 시 분화. ▷ 수익의 (재)어린이지식센터(가칭)으로 기부 원칙

3. 건립 전 사업 부문별 일정 계획

3-1. 준비기 일정별 계획 : 2006년

○ 조직 구성

- <어린이에듀컬처엑스포 조직위원회> (가칭) 착수 (2006년초까지 완료)
- 조직위 구성 완료와 별도로 콘텐츠·프로그램 기획·개발·확보를 위한 팀의 사전 준비 (2006년초부터 실제 팀 가동 => 조직위 구성 시 조직위 내부로 편입)
- 조직위 구성 완료와 별도로 에듀컬처포탈사이트 제작·구축·런칭을 위한 사전 연구 필요 (2006년초 전문연구팀 가동)
- 조직위 구성 이후 초기 에듀컬처포탈사이트 구축팀 가동
(초기 에듀컬처포탈사이트는 지식 재해석의 자료축적을 위한 허브사이트로서 기능·웹

진 형식의 콘텐츠 재가공·에듀컬처엑스포 및 에듀컬처 사업의 홍보 기능 등의 역할을 하는 초기적인 형태)

o 콘텐츠·프로그램 기획·개발·확보

- 콘텐츠·프로그램 기획·개발·확보팀 구성

- ▷ 파일럿 성격의 한시적 프로젝트 베이스의 5개팀 구성
- ▷ 각각 프로젝트의 매니저로 구성된 1개팀 구성
- ▷ 프로젝트 매니저로 구성된 1개팀 주도, 5개 파일럿 프로젝트를 통한 콘텐츠 기획·개발·확보

(1) 새로운 콘텐츠의 아이템 구상 연구

: 2006년 1/4분기까지 완료. 연구 결과에 따른 콘텐츠 기획·가공·개발

- ▷ 프로젝트 매니저로 구성된 1개팀 주도, 외부 전문가팀 2개팀 구성
콘텐츠·프로그램의 기획·개발·확보를 위해 필수적인 2개 연구 수행

(1) 단계별 조직 및 기획·개발 프로세스 구성 방안 연구

: 2006년 1/4분기까지 완료

(2) 어린이지식센터 필요 전체 콘텐츠·프로그램 기본 구상 연구

: 2006년 3/4분기까지 완료. 콘텐츠 확보의 정량적 목표 구체화

어린이지식센터의 경우 교육시나리오, 교과 과정 재해석 등의 심도깊은 연구 필요

- ▷ 각각의 프로젝트에 인턴십 적용. 에듀컬처사업에 필요한 장기 인력 양성
- ▷ 파일럿 형태의 프로젝트를 통한 조직 및 프로세스 보완

o 에듀컬처엑스포 행사 준비

- 기본 및 실행 계획 연구 및 수립 (2006년 2/4분기까지 완료)

- ▷ 기존 기본 구상을 바탕으로 기본 및 실행 계획 연구 및 수립
- ▷ 조직위 주도로 외부 전문가팀 구성·연구·수립
- ▷ 기존 콘텐츠의 확보 방안 도출

- 에듀컬처엑스포 준비

o 에듀컬처포탈사이트 제작·구축

- 초기 에듀컬처포탈사이트 제작 및 운영 계획 연구 및 수립 (2006년초 까지 완료)
 - ▷ 2007년 행사까지의 제작 및 운영 계획 연구 및 수립
 - ▷ 외부 전문가팀 구성·연구
 - ▷ 기존 온라인기업과의 협업 방안 모색
- 에듀컬처포탈사이트 제작·1차 런칭
- 에듀컬처포탈사이트의 발전 방향, 발전 방향에 따른 조직 구성, 수익 모델 개발, e-learning, u-learnig 등 에듀컬처콘텐츠 중 온라인·모바일 환경과 연관된 콘텐츠와의 연관관계를 고려한 업그레이드 방향 등 단계별 연구계획 수립

< 표 5 > 준비기 일정 계획 예시 : 2006년

사업	1/4	2/4	3/4	4/4
콘텐츠 기획·개발	▷ 기본 구상	▷ 5개 파일럿 프로젝트를 통한 콘텐츠 기획·개발		
조직 구성 및 인력 양성	▷ (재) 어린이에듀컬처엑스포 조직 위원회 착수(가칭)		▷ 에듀컬처 기반조성사업 진행	
	▷ 5개 파일럿 프로젝트·각각 연구의 인턴쉽 도입 ▷ 교육 워크숍·개발 프로젝트형 워크숍 등 진행 ▷ 에듀컬처사업 준비 인력의 해외 파견·사례 및 현지 조사			
에듀컬처엑스포	▷ 2007년 에듀컬처엑스포 준비			
초기 에듀컬처포탈 사이트	▷ 허브 사이트로서의 기능·웹진 형식의 콘텐츠 재가공·에듀컬처엑스포 및 에듀컬처 사업의 홍보 기능 등의 역할을 하는 초기적인 형태			
기반 조성 연구	▷ 콘텐츠·프로그램의 기획·개발의 조직 및 프로세스 구성 방안 연구 (1/4 분기까지 완료) ▷ 에듀컬처엑스포 기본 및 실행 계획 연구 (2/4 분기까지 완료) ▷ 어린이지식센터 필요 전체 콘텐츠·프로그램 기본 구상 연구 (3/4 분기까지 완료) ▷ 초기 에듀컬처포탈사이트 제작 및 운영 계획 수립 연구 ▷ 기타 에듀컬처사업의 기반조성과정에서 필요한 장단기계획 등 연구 - 비즈니스 모델화 방안 연구 등			

3-2. 실행기 단계별 계획 : 2007년 ~ 2010년

○ 에듀컬처사업의 기반 조성에 집중 2007년~2009년

- 기반 조성에 집중하는 한편, 에듀컬처엑스포·에듀컬처포탈사이트를 통해 발생하는 수익을 기반 조성 사업으로 다시 환원하고, 기 투자를 통해 검증보완된 콘텐츠프로그램·프로세스를 통해 중기적으로는 어린이지식센터·에듀컬처콘텐츠개발원의 초기 투자비용을 대폭 절감하고 해당 콘텐츠·프로그램의 수익으로 초기 투자비용을 상쇄하면서 장기적인 계획을 준비

○ 어린이지식센터·에듀컬처콘텐츠개발원 설립·프로모션 집중 2009년~2010년

- 전당 출범 준비에 집중하는 한편, 국내외의 프로모션 및 커뮤니케이션·캠페인을 강화하여 향유자층의 관심을 집중시키고 장기적인 수익모델의 개발에 집중하며, 전당 내 다른 시설·인력·프로세스와 연계·시너지를 사전 검증

< 표 6 > 실행기 단계별 계획 예시 : 2007년~2010년

주요 내용	2007	2008	2009	2010
▷ 콘텐츠·프로그램의 기획·개발·확보 완료 ▷ 정량적 목표 (센터 전체콘텐츠 대비)	▷ 1/7	▷ 2/7	▷ 3/7	▷ 완료
▷ 에듀컬처콘텐츠사업 기반조성	▷ 인력·프로세스·인프라 등			▷ 전당건립
▷ 에듀컬처엑스포	▷ 전시/쇼 중심 국내 행사			▷ 국제엑스포
▷ 에듀컬처포탈사이트	▷ 1차런칭	▷ 가공자 확대		
▷ 고급지식가공자 확대	▷ 상시화	▷ 상설화		▷ 전당 내
▷ 주말학교 상시화				
▷ 어린이지식센터 및 개발원 준비조직		▷ 착수·가동		

4. 건립 후 추진 계획

○ 콘텐츠프로그램 업그레이드

< 표 7 > 콘텐츠프로그램 업그레이드의 예시

사업 개요	2010	2011	2012	2013	2014	...	
콘텐츠기획·개발	➡			➡		➡	지속적인 선도
에듀컬처국제엑스포	●		●		●	...	마켓 선도
콘텐츠 활용 프로그램	➡		➡		➡	➡	콘텐츠 재해석
체험·프로그램 위주 쇼		■		■		...	체험 확산
에듀컬처포탈사이트	2 차 런 칭		3 차 런 칭		4 차 런 칭	...	강력한 수익모델화
▷ 콘텐츠 업그레이드	○		○		○	...	방대한 콘텐츠 확
▷ 콘텐츠 활용 업그레이드		□		□		...	대 콘텐츠 활용 확대

○ 에듀컬처콘텐츠개발원의 수익 모델 강화

- 기업 연계기업 및 기업 연구소의 유차·펀드의 조성 등 강화
- 지역 관련 기업·지역 대학 등 산학 연계 강화·양성
- 국제 네트워크 강화 및 시장 및 공공 영역 선도

○ 에듀파크·에듀컬처주말학교를 중심으로 교육문화시범지구 조성

- 청소년지식센터·에듀컬처학교·주거단지 등으로 사업 확대
- 지역을 테스트베드로 활용하고, 지역의 고급 교육문화환경을 조성
- 광주를 교육문화의 선도 도시로 자리매김

5. 건립 전 예산 소요 계획

5-1. 준비기 예산 소요 계획

(단위: 백만원)

사업	내용		
콘텐츠 기획·개발	▷ 기본 구상 (실행의 2배수)	1천만원 X 10개팀	900
	▷ 실행 구상 인력 탐색·구성 포함	3천만원 X 5개팀	
	▷ 5개 파일럿 프로젝트 고급 인력·외부 전문가로 구성된 5개팀	1억2천만원 X 5개팀	
조직 구성 및 인력 양성 에듀컬처엑스포 준비	▷ 조직위원회 운영·2007년 에듀컬처엑스포 준비		300
	▷ 5개 파일럿 프로젝트·각각의 연구·조직위원회 등 인턴쉽 도입		
	▷ 교육 워크숍·개발 프로젝트형 워크숍 등 진행		
	▷ 에듀컬처사업준비인력 해외 파견·사례 및 현지 조사		
에듀컬처포탈사이트	▷ 초기에듀컬처포탈사이트 구축		400
기반 조성 연구	▷ 기반 조성 연구		400
합계			2,000

5-2. 실행기 예산 소요 계획

(단위: 백만원)

지출 추정	2007	2008	2009	2010	합계
콘텐츠·프로그램 기획·개발	6,000	8,000	9,000	4,000	27,000
콘텐츠·프로그램 확보	4,000	2,000	1,000	1,000	8,000
에듀컬처엑스포 (90일)	4,000	4,000	4,000	8,000	20,000
에듀컬처포탈사이트	3,000	2,000	1,000	2,000	8,000
콘텐츠 보관·보수·보완	1,000	1,000	1,000	-	3,000
에듀컬처사업·전당 준비	-	1,000	1,000	-	2,000
합계	16,000	17,000	18,000	17,000	68,000
매출 추정	2007	2008	2009	2010	합계
콘텐츠·프로그램 순회	500	1,000	1,000	1,000	3,500
콘텐츠·프로그램 판매	-	500	1,000	1,500	3,000
기업 연계·자금 조성	-	1,000	1,500	3,000	5,500
에듀컬처엑스포 수입	10,000	10,000	11,000	12,000	43,000
주말학교 등 상설활용 매출	500	1,000	1,500	2,000	5,000
에듀컬처포탈사이트 매출	-	500	1,000	3,000	4,500
합계	11,000	14,000	17,000	22,500	64,500

○ 콘텐츠프로그램의 순회 및 판매

- 엑스포 행사 후 각 시도 연계, 전시기업 연계 순회전 예상

- 콘텐츠프로그램의 저작권 등 판매 예상

○ 기업 공동 개발 등 자금의 조성 예상

○ 주말학교 등 콘텐츠프로그램의 상설 활용도 증가에 따른 매출 증가 예상

○ 에듀컬처포탈사이트의 고급 지식 가공자의 확대·공교육 접점 전면 형성에 따른 수익 모델 강화 예상

○ 에듀컬처엑스포의 매출 증가 예상

- 신개념 콘텐츠프로그램을 기획·개발·확보하여 선을 보이는 행사이며, 동시에 어린이 지식센터의 콘텐츠 확보 비용을 활용하여 수익사업을 전개하는 행사의 성격을 지님

- 에듀컬처엑스포의 경우, 마켓의 성장·엑스포의 인지도 상승에 따른 부스 판매스폰서십의 증가 예상. 관람객수의 일시적 하향이 발생할 경우에도 엑스포 자체 수입은 일정 수준을 유지하거나, 상승 예상

6. 건립 후 예산 소요 계획 예상

○ 에듀컬처사업의 수익 모델, 예상 수입·지출 분석, 구체적 전개 계획 수립 후 추정할 필요

○ 어린이지식센터의 콘텐츠 업그레이드 계획과 연계

○ 충분한 콘텐츠 기획·개발·업그레이드 기간을 확보하기 위해 에듀컬처 국제엑스포는 2년 주기로 재편

○ 에듀컬처엑스포의 개최 기간 사이 다양한 어린이지식센터 이벤트 개최, 건본시의 분화 및 특화에 따른 부문별 건본시 개최

< 부록 1 >

에듀컬처 포탈 사이트 구축안

■ 사이트 구축 목적

- 에듀컬처가 교육의 인문화, 문화화, 예술화를 제안하는 새로운 패러다임에 속하는 개념이므로, 기존의 교육 사이트와 성격을 달리하는 새로운 사이트 구축은 필수적이다.
- 에듀컬처콘텐츠개발원과 어린이지식센터가 지닌 철학, 필요성, 방향성 정당화시킴
- 적극적인 홍보역할과 기능
- 에듀컬처 관련 정책과 집행 과정 공개
- 에듀컬처 관련 기관이나 커뮤니티 사이의 적극적 상호작용 및 유기적 연관성을 공고히 하여 시너지 효과 창출
- 에듀컬처에 관한 웹아카이브 구축을 통해 정보공유를 활성화

■ 추진 배경 및 현황

- 교육의 인문화, 문화화, 예술화를 추구하는 에듀컬처의 철학에 따라 만들어지게 될 콘텐츠는 이제까지의 교육 콘텐츠와는 전혀 다른 양상을 보일 것이므로 콘텐츠 제작 과정을 상세하게 기록하고 공개해야 할 필요성이 제기됨.
- 사교육 전문업체들을 중심으로 운영되고 있는 기존 교육 포탈사이트들의 한계성
- 교사를 비롯하여 사회 각 분야에서 행해지고 있는 “에듀컬처적인” 사례들이 제대로 활용되지 못하고 있음
- 데이터베이스화 되지 않아 실효성과 효율성이 떨어짐
- 지역적, 분야별, 콘텐츠 개발자별, 콘텐츠 적용 대상 연령별 등의 기준으로 볼 때 지나치게 산발적이고 제한적이기 때문에, 여러 분야를 통합적으로 볼 수 있는 장이 필요

■ 추진 방향

- 새로 구축될 사이트는 어린이 지식센터, 에듀컬처콘텐츠개발원의 홈페이지 기능
 - 개발자(콘텐츠개발원)-전시자(어린이지식센터)-이용자(교사, 학생, 학부모 등)를 이어주는 네트워크 기능
 - 주로 어린이지식센터 관람에 앞서 교사나 학부모를 위한 지침 내용이나 연수 등을 온라인상에서 실시할 수 있음
 - 지식센터를 이미 관람한 이용자에게 대해서는 "A/S" 에 비유할 수 있는 지속적인 사후 관리 서비스를 제공
 - 지리적으로나 시간적으로 센터(혹은 엑스포) 관람이 불가능한 사람들에게도 일정 수준의 콘텐츠를 제공.
 - 개발자-전시자의 축적된 에듀컬처 콘텐츠 데이터베이스 기능

 - 유료 (또는 무료) 회원제를 도입하여 데이터베이스 열람이 가능하도록 하며, 이 축적된 데이터들은 교수법 혁신을 추구하는 교사들과 콘텐츠개발을 원하는 전문가들에게 실질적인 지원과 도움을 줄 수 있다.
 - 유연하고 다양한 학습활동 제공
 - 자기주도적 학습 능력 및 문제해결력, 창의력 신장
 - 동기유발을 통한 능동적 학습 참여 유도
 - 교육의 장 확대 등

 - 좋은 취지로 출발한 7차 교육 과정이 목적인 성과를 달성하지 못하는 이유 중의 하나로, 훨씬 어려워진 교사들의 역할이 원활하게 이루어질 수 있도록 도와주는 지원이 뒤따르지 못했음을 지적할 수 있다. 교사들 스스로 에듀컬처라는 새로운 교육 철학을 받아들이고 이를 교실 교육 현장에서 적극적으로 활용할 수 있도록 소프트웨어를 제공하는 기능을 에듀컬처사이트 데이터베이스를 통해 기대할 수 있다.
 - 사례: 프랑스 초등학교 과학 교육 혁신 프로그램인 LA MAIN A LAPATE
- 학술원 회원-교수법 전문가-교사들의 네트워크로서, 학술원 회원들이 지닌 고도의 전

문지식이 교수법 전문가들을 거쳐 교재로 개발되고 이것이 사이트를 통해 교사들에게 전달된다. 또한 교사들은 교육 현장에서 이를 활용한 사례, 문제점들을 사이트에 올림으로써 지속적인 피드백이 가능하다.

○ 기존 교육 사이트들은 주로 영리를 목적으로 하는 사교육 전문업체들이 주도해왔다. 하지만 학교 교실 안에서조차 상업적 콘텐츠가 버젓이 사용되는 현실이 바람직하지 못하다는 점은 모두가 인정한다. 더욱이, 사교육이 제시하는 온라인상의 교육이 실상 교육의 겉모양만을 바꾸었을 뿐, 지식을 가지고 있는 공급자가 지식을 가지고 있지 않다고 여겨지는 수요자들에게 쌍방향이라는 외양을 통해 거의 일방적으로 제공하는 것이 현실이다.

○ 문화로서의 교육을 지향하는 에듀컬처 사이트는 공교육에 종사하는 교사들의 효율적인 동반자가 될 것이다.

- 유료 콘텐츠 개발로 수익성 창출(데이터베이스 회원제로 운영, 사이버 실험 등의 e-러닝 모델 개발 등)
- 추후 에듀컬처 거점도시인 광주를 중심으로 에듀컬처를 표방하는 모든 국내 교육문화기관(각종 센터, 미술관, 예술의 전당, 도서관, 전문연구소, 학교 등), 더 나아가서 아시아 지역 교육문화기관들을 네트워크화 할 수 있는 기반이 되어야 한다.

○ 이를 위해서 “에듀컬처 인증”이라는 절차를 구상해 볼 수 있다.

- 미래 사회의 주역인 어린이 교육에서 출발하여, 청소년, 성인들의 평생학습으로 영역을 넓혀 감으로써 풍부한 콘텐츠를 갖추게 되면 에듀컬처포털사이트로서의 기능을 충분히 발휘할 수 있을 것이다.
- 그렇게 되면, 현재 유럽공동체에서 진행 중인 지식도시 네트워크 프로젝트(Newtels : 성인들의 평생학습 증진 프로젝트)에 버금가는 프로젝트를 아시아 지역 도시들을 대상으로 구상해볼 수 있다.
- 사실 이러한 프로젝트는 세계적인 IT 강국으로서 2005년을 “e-러닝원년”으로 선포한 우리나라가 주도하고 선점해야 마땅한 프로젝트일 수밖에 없다.

■ 기대효과

○ 과목별, 주제별, 연령대별 등으로 나뉘어 업데이트 되는 데이터베이스의 활성화를 통해서 교사들의 실질적인 활용도를 높인다.

- 콘텐츠개발원이 개발한 프로그램에 대한 이용자/구매자들의 반응을 수집할 수 있으며, 지속적인 피드백을 통해 수용자의 필요를 감안한 콘텐츠업그레이드가 가능하다.
- 네트워크의 활성화를 통해 국내 (잠재적) 에듀컬처콘텐츠 개발자들을 집결시킬 수 있는 장을 마련하며 인재들의 데이터베이스를 만들 수 있으며, 이들을 보다 전문적이고 체계적으로 양성하여 에듀컬처 인구 저변 확대를 꾀할 수 있다.

■ 에듀컬처 관련 웹사이트 해외 사례

○ 문화예술교육관련사이트 - 프랑스 <http://www.artsculture.education.fr>

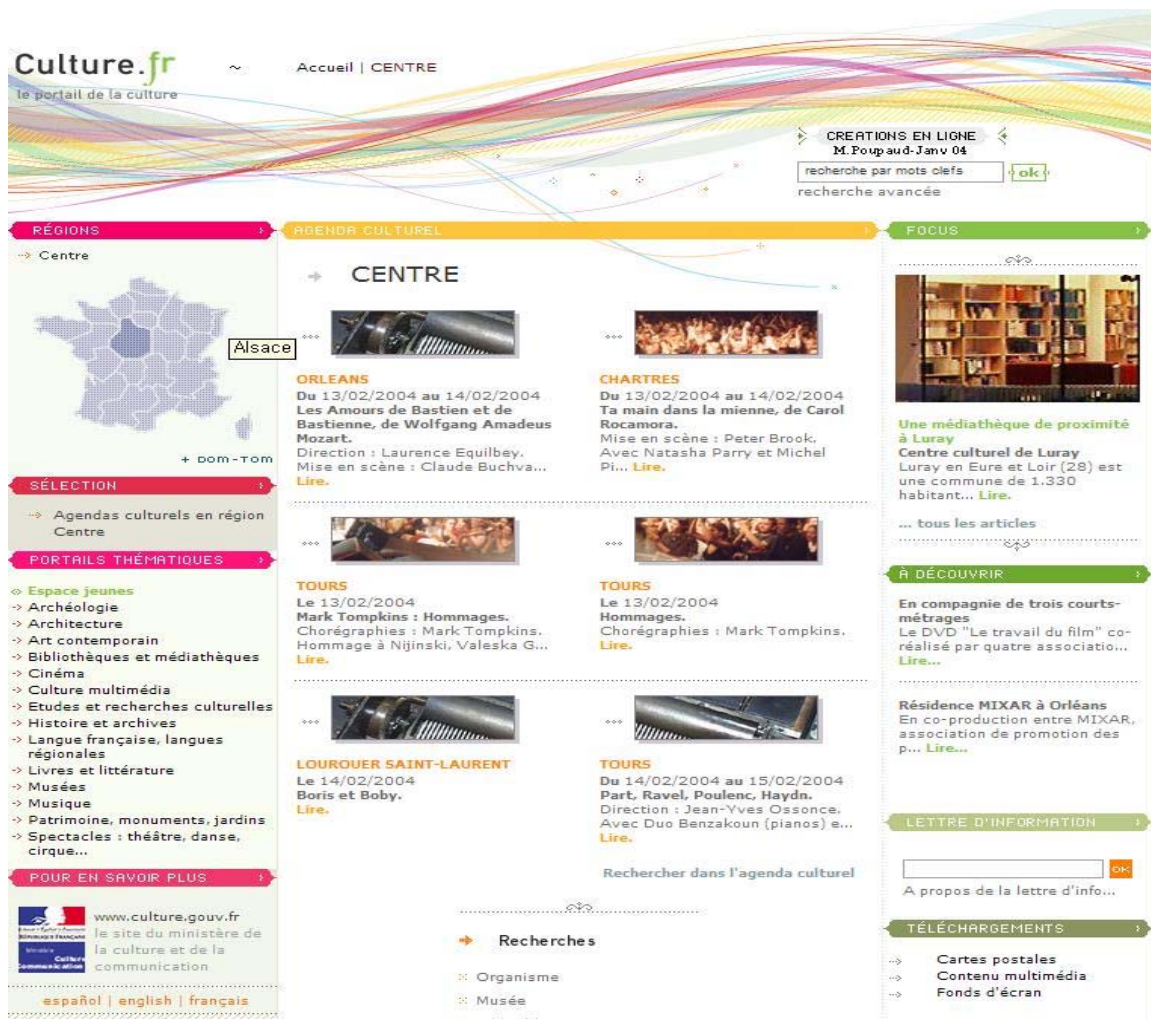
: 프랑스 교육부와 교수법 전문 기관인 SCEREN(Services Culture Editions Ressources pour l'Education Nationale)-CNDP이 공동으로 구축

- 메뉴와 정보로 구성되었으며, 웹진의 기능이 엮임
- 단정하고 명료한 메뉴 구성 방식과 화면 디자인
- 현재 프랑스 문화예술교육 현장에 대한 상세한 자료와 소개
(ex. Carte des ressources culturelles locales 메뉴에서 검색할 수 있음)
- 현재 진행중인 프로젝트 정보 수시로 업데이트(ex. Pôles de ressources 메뉴)
- 문화예술교육에 관한 자료 아카이브 구축, 문화예술을 포함한 교육 패러다임의 점진적 발전과 전환을 위한 자료 축적 (ex. Expériences et témoignages 메뉴)
- 공교육 중심의 문화예술교육 현장 소식(ex. 정기적으로 Lettre d'information 발행)
- 문화예술 교육 현장에 정보와 자료를 제공하며 동시에 현장 경험을 토대로 한 문화예술교육 담론을 형성

< 그림 8 > 프랑스 문화예술교육관련사이트 <http://www.artsculture.education.fr>



- 문화예술 포털 사이트 -프랑스 <http://www.culture.fr>
 - 주제별(고고학, 건축, 현대미술, 도서관, 영화, 멀티미디어, 문화관련 연구, 박물관, 책과 문학, 음악, 문화재, 정원 공연 등), 지방별, 연령대별(ex. 어린이들을 위한 각종 정보를 제공하는 Espace Jeune 메뉴) 등으로 구분하여 최신 문화예술 정보를 실시간에 제공
- 교육방송 사이트 - 프랑스 <http://education.france5.fr>
 - 프랑스 TV 채널 중의 하나인 France 5에서 운영하는 교육방송 사이트
 - 방송국 홈페이지로서, 방송 프로그램 안내가 상당 부분을 차지하고 있으나, 교사용/학생용/학부형용으로 메뉴를 짠 아이디어가 돋보임.
 - 방송 프로그램과 연계된 다른 사이트 소개도 충실하기 때문에, 일개 방송국 홈페이지 지라기에는 내용면에서 굉장히 높은 수준을 자랑한다.



<그림 9> 프랑스 문화예술 포탈 사이트 <http://www.culture.fr>

< 부록 2 >

에듀컬처 용어정리

■ 경영프로듀서

- 에듀컬처 전체 사업 및 에듀컬처콘텐츠개발원에서 진행되는 단위별 프로젝트의 기획, 개발, 적용이 유관 사업이나 기관과 유기적으로 결합할 수 있도록 하는 일을 담당하는 행정 인력

■ 고등학문의 안내자

- 에듀컬처 콘텐츠 제작과정에서 하나의 소재가 존재체험에 이를 수 있도록 하는 각 학문 분야의 최고 경지에 이른 전문가를 지칭하는 은유적 표현
- 지식코디네이터는 이 전문가과의 협업 작업을 통해 에듀컬처 콘텐츠를 가공하거나 제작

■ 교과서 속 박물관

- 어린이지식센터의 핵심 개념
- 학교 내에서 실시되는 교육 내용, 특히 교과의 체험, 실험, 탐구 활동이 가능한 공간을 의미
- 예를 들어 국어, 산수, 자연, 사회, 음악미술체육 교과가 체험물 혹은 전시물로 재현되는 학습 공간이자 교육 활동을 통해 전시물의 언어로 해석되는 공간

■ 교육공학적 컨설팅

- 교육활동에 필요한 모든 인적·물적 요소를 교육목적에 비추어 합리적으로 계획하고 집행하기 위한 조직적 학문인 교육공학에 근거한 컨설팅으로 자의성이나 우연성을 배제하고 인간의 행동에 관한 실증적, 과학적 성과를 최대한 활용하는 것을 지향
- 기계공학적으로 교육의 효율을 높이기 위해 과학기술의 성과를 교육에 이용하고, 행동과학적으로는 효율적인 교육내용이나 교육방법을 개발하며, 인간공학적으로는 유효

한 설비, 시설, 교구, 교재를 개발하여 각종 교육실천이 효율적으로 이루어지도록 하는 방식을 강조

■ 교육문화

- 일반적으로는 교육이 행해지는 제반 관계 및 방식을 의미
- 교육학에서 다루어지는 의미로는 교육환경 등과 거의 유사한 개념으로 사용
- 에듀컬처의 맥락에서는 콘텐츠 혁신을 통해 교육의 심미성과 인문성을 회복한다는 의미로 사용되거나 에듀컬처 콘텐츠가 구성되어 있는 환경을 의미하는 것으로 확장해서 사용

■ 교육문화컨본도시

- 신개념·미래형 교육문화콘텐츠를 일상적으로 접할 수 있는 주거단지
- 국가적 교육문화환경 변화의 핵심진원지이자 국제적 교육문화환경을 제시하는 선도적 도시

■ 에듀컬처 콘텐츠

- 일반적으로는 잘 사용되지 않는 조어이지만, 에듀컬처 맥락에서 에듀컬처 콘텐츠의 번역어로 사용

■ 교육 시나리오

- 학습이 설계되어 있는 시공간을 의미
- 에듀컬처 콘텐츠의 특성은 창작 시나리오와 유사함. 말하자면 학습의 심미성과 인문성이 가능한 시나리오 창작 과정을 거친 결과물

■ 교육 연극

- 교육적 목적을 가지고 학생들에게 적용되는 연극. 또는 연극을 매개로 하는 교육을 지칭
- 교육연극의 기능은 주로 정서 함양, 상상력 발달, 사회 적응, 표현력 확대 등과 관

련됨

- 교육연극은 예술·문화 인프라를 구축하는 매개로 사용되기도 하고, 학교 수업에 활용되어 교과목 교육, 인성 교육, 사회화 교육 등에 활용

■ 교육융합형 문화상품

- 교육이 설계된 교육융합형 문화상품
- 문화산업의 각 영역별 상품이 교육과 융합하거나 부가적으로 교육적 기능을 수행
- 가장 가깝게 에듀테인먼트 상품을 포함하여, 역으로 상품의 본래적 기능외에 부가적으로 교육적 기능까지 수행할 수 있음을 의미
- 캐릭터산업을 예로 들어보면, 캐릭터의 역할모델, PET으로서의 기능이 교육과 융합하여 캐릭터를 활용한 역사교육·인성교육 등이 가능할 수 있으며 이것이 부가적 기능이 아니라 상품 제작 및 기획 단계에서 이미 그 파급효과가 고려되고 설계되어지는 경우를 예상해 볼 수 있음

■ 교육융합형 주거시설

- 교육이 설계된 주거단지 및 시설을 의미
- 단지 학원·아카데미 등 교육기관이 있다는 의미를 뛰어넘어 주거단지 또는 주거시설 자체의 컨셉과 테마가 교육과 학습임을 의미. 한편으로는 ‘사회의 교육화’가 이루어지고 각종 학습 시설이 적절히 배치된 주거단지 및 주거시설을 의미
- 교육이 설계된 교육융합형 주거시설은 장기적으로 브랜드 및 프랜차이즈로서 차기 산업적 전망을 가짐

■ 대안교육

- 한국사회에서 관용적으로 사용되고 있는 용어로 학교 교육을 벗어나 새로운 교육을 실천하는 흐름을 통칭하는 개념. 외국의 경우에서 대안(alternative)라는 말을 직접적으로 사용하는 경우는 많지 않음
- 에듀컬처 콘텐츠는 별도의 교육 실천의 장을 상징하는 대안교육의 일반적 경향과는 달리 공교육의 맥락과 접합되어 있다는 의미에서 사용

■ 문화자본

- 프랑스의 사회학자 부르디외(P. Bourdieu)가 사용한 교육사회학적 개념으로 상징표현이 불평등하게 배분됨으로 해서 사회적 계층화에 영향을 미치는 언어 및 문화적 활용 능력을 의미
- 문화자본은 가정적 환경 및 학교 교육에 의해 구성되어 개인별 재능의 형태로 평가되는데 이 기준 자체는 사회 내에서 지배계급의 기준을 반영하는 교환가치로 작용
- 에듀컬처 맥락에서는 사회학적 분석과는 약간 다르게 사회적 양극화에 대응하여 사회적으로 유의미한 에듀컬처콘텐츠를 공공적으로 축적하려는 기획이라는 맥락에서 사용

■ 문화해득력

- 해득력은 리터러시(literacy)의 번역어로 읽고 쓰는 능력을 의미
- 문화해득력은 문화와 해득력을 결합한 단어로 문화적 산물을 구별하고 선별하며 활용할 수 있는 능력을 의미
- 새로운 교육문화 패러다임을 구축하려는 에듀컬처 사업 전반에서 가장 핵심적으로 고려되는 지향성으로 미학적 감수성과 관계 감수성을 향상시키는 교육문화적 실천과 연계된 개념

■ 사회의 학교화

- 사회 내에 존재하는 자원을 학습자원화하기 위한 전략적 개념
- 사회 자체를 학습자원화함으로써 학교와 학교 밖의 자원(인력, 시설, 프로그램 등)을 학습행위와 연결시키고 포괄시켜 내기 위한 하나의 슬로건 차원에서 사용

■ 사회적 소통비용

- 사회적 의견의 차이로 파생되는 사회적 비용을 지칭하는 개념
- 의견 조율 및 조정 기능이 현저하게 약화된 한국사회의 경우 많은 사안들에서 과도한 사회적 소통비용이 발생한다는 맥락에서 사용된 개념

■ 생산네트워크

- 에듀컬처 콘텐츠 제작을 위한 네트워크
- 구체적으로 콘텐츠 제작을 위한 분야별 전문가, 예술가들 사이의 협업을 도모하는 교류를 통한 연계망의 구축을 의미

■ 스카시 모형

- 사물이나 인물의 외형을 선으로 표현하여 입체적으로 세워 놓은 것을 의미
- 전시실에서 스카치 모형은 여럿을 중첩하거나 입체적 디자인을 적용하여 새로운 공간의 체험을 제공 하는 기법

■ 심미적, 인문적 텍스트

- 에듀컬처 콘텐츠의 특징으로 심미성과 인문성을 강조되어 있는 텍스트를 의미
- 교육의 기능성과 효율성을 강조한 결과 미학적 감수성 및 인문학적 깊이를 가지는 못하는 교육 텍스트가 양산. 에듀컬처 콘텐츠는 미학과 인문학 기초에 기반하여 텍스트를 보완, 발전시키는 지향을 가짐.

■ 에듀아트(상)품

- 단순한 학습교구재나 전시물이 아니라 교육내용이 인문학, 철학, 미학, 과학 등의 학문에 기초한 학습콘텐츠가 구현된 물건 혹은 상품을 의미
- 에듀아트품의 특징은 미술, 음악, 영화 등 다양한 예술적 형식으로 구현된 결과물로 제시되어 각각의 콘텐츠가 하나의 작품으로 실현되는 것을 지향

■ 에듀컬처

- 인문화, 예술화, 문화화된 교육을 지칭. 혹은 ‘교육 속에 깃든 문화’ 를 의미
- ‘놀이를 통한 교육’ 의 의미를 갖는 에듀테인먼트와는 구별되며, 음악, 미술, 공연 등 예능 분야를 교육과 접목시키려는 문화예술교육 정책과도 구별
- 에듀컬처 개념은 콘텐츠의 심미성 강조한다는 점에서 정책적 개념을 넘어서며, 콘텐츠의 사회적, 경제적 효과를 강조한다는 점에서 단순한 교육적 개념과 차별적

■ 에듀컬처사업의 가치사슬

- 광주가 교육문화견본도시로 특화하고 광주의 에듀컬처사업이 특화되면서 부가가치 및 국내외 파급효과와 연관효과가 유발되는 과정
- 이 과정에 직접 또는 간접적으로 관련된 일련의 활동·기능·프로세스·인력·기업·연구소·단체·네트워크 등이 마치 사슬처럼 서로 연계되어 있음을 의미
- 구체적으로 에듀컬처엑스포·에듀컬처콘텐츠개발원·어린이지식박물관·에듀파크·청소년지식박물관·교육문화시범지구 등의 단위적 개념, 에듀컬처콘텐츠개발의 프로세스·관련 인력의 양성 및 유입·창조적 조직문화 생성 및 유지 방안·에듀컬처콘텐츠의 선순환 구조 및 보완·업그레이드 체계 등의 프로세스 관련 개념, 시장 market 과 관련된 개념·기업 및 기업 연구소의 연계·유통·보급·확산의 채널과 같은 활동 개념 등으로 나누어 볼 수 있으며 각각의 가치활동의 요소들은 각각의 단계별로 사슬체계를 이루며 필요요소들을 제기

■ 에듀컬처 인증

- 사회 내의 다양한 콘텐츠 생산 기관들에서 만들어지는 콘텐츠에 대한 일정 기준의 판단을 의미
- 인증은 제도적 인증의 의미라기보다는 일정한 추천 방식이라는 의미에서 사용되고 있음

■ 에듀컬처 콘텐츠

- 인문화, 예술화, 문화화된 교육을 위하여 개발되는 모든 콘텐츠를 의미
- 즉 에듀컬처 지향성을 담고 있는 출판물, 전시물, 영상물 등을 의미하며, 나아가 이러한 콘텐츠를 개발하는 기획력 또는 콘텐츠와 관련되어 있는 언어 및 분위기 등도 포함

■ 에듀컬처콘텐츠의 테스트베드

- 콘텐츠의 특성상 선순환 구조 및 보완·업그레이드 체계 등이 필요하고, 이를 위한 현장의 실험 환경의 역할을 하는 곳을 의미

- 콘텐츠의 일상적인 유통·보급·확산·검증의 환경이 구축된 장소로 콘텐츠의 특성상 광범위한 환경을 구축할 필요성이 있음. 즉 일반적인 상품 및 사업의 테스트베드와 달리 뛰어난 생활환경구축이 필요함. 에듀컬처 콘텐츠가 생활과 다양한 연관을 가지고 생성의 의미를 다하기 위해서는 창조도시와 유사한 환경을 구축할 필요가 있음
- 에듀컬처콘텐츠의 테스트베드는 일차적으로 대개의 산업적 테스트베드와 유사한 역할과 기능을 함과 동시에 일반적인 테스트베드와 달리 교육문화적 혁신의 핵심 지구로서 정책적 기능을 수행하며 이차적으로 도시의 산업적 성장 뿐만 아니라 도시 전체 성장과 관련된 복합적 기능을 수행

■ 에듀컬처콘텐츠 플랜트 수출

- 어린이지식센터, 에듀컬처콘텐츠개발원, 에듀컬처엑스포를 중심으로 관련 사업에서 기획 개발된 일련의 성과물 및 사업 수행을 통해 축적된 노하우, 인력, 시설, 관리기법 등을 통합적으로 해외에 수출하는 것

■ 에듀컬처 학습설계자

- 에듀컬처와 관련되어 학습에 도움을 주는 역할을 수행하는 사람을 지칭. 에듀케이터와 유사한 의미로 학습자의 연령, 관심, 수준 등에 적합한 학습에 도움을 주는 역할을 수행
- 에듀컬처 콘텐츠가 잘 활용되기 위해 어린이지식센터에서 활동하는 인력 및 공공자산화된 콘텐츠를 외부에서 활용하려고 하는 교사 등을 지칭

■ 유통네트워크

- 콘텐츠가 전달되어 사용될 수 있는 유통망을 지칭
- 유통네트워크는 어린이에듀컬처엑스포를 통해 형성되어 추후 어린이지식센터의 핵심적 기반으로 구축. 즉 에듀컬처 콘텐츠가 사용되고 이후 진화될 수 있는 소비자 중심의 네트워크

■ 이용자 네트워크

- 유즈넷이라고도 하며 인터넷 상에서 정보교환과 질의응답이 주로 이루어지는 곳을 의미
- 한 서버에 글을 포스팅하는 게시판(BBS)과 달리 유즈넷은 전 세계의 뉴스 서버에 글을 올리고, 서로 다른 뉴스 서버에서 올려진 글들에 대해 답변을 하는 등 서로 유기적인 관계를 구축하고 있음
- 에듀컬처 모델에서는 어린이지식센터, 에듀컬처콘텐츠개발원, 에듀컬처엑스포 및 교육문화시범단지, 에듀파크, 에듀컬처 포털 사이트 등의 이용자가 개별적, 일회적으로 분산되어 각 콘텐츠나 시설을 소비하는 것이 아니라 종합적, 지속적, 유기적으로 활용할 수 있도록 구축된 시스템 의미

■ 자기주도적 학습

- 교육자와 피교육자가 위계적으로 구분되어 이루어지는 교수학습 모델에 대비되는 개념으로 학습자가 수동성에서 벗어나 능동적으로 개입할 수 있는 학습 모델을 지시
- 에듀컬처 모델에서는 학습동기와 삶의 동기를 연결시키고 에듀컬처콘텐츠를 통해 존재체험에 이르게 하는 방식을 통해 학습의 자기주도성을 확장

■ 전시 언어

- 전시의 철학과 방향이 담겨있는 텍스트적인 차원을 지시. 특히 전시에서는 전시 내용의 선별과 구성의 차원에서 전시의 텍스트성이 구현.
- 각각의 전시물은 학문, 예술, 철학적 지향을 지니고 있으며, 나아가 전체 전시의 구성 자체도 또다른 지향성을 가지고 있음. 전시 언어는 이러한 전시의 지향성을 의미
- 예를 들어 분청사기에는 분청사기의 언어가 있고 무기와 갑옷에도 고유의 언어가 있음. 어린이지식센터의 전시물은 특정한 학습 지향성을 담고 있으며, 전체 전시의 구성 자체도 이러한 소재성을 배열함으로써 특정의 경험과 존재체험을 가능하게 한다는 점에서 고유한 전시 언어를 가지고 있다고 할 수 있음.

■ 전인적 투사

- 몸을 던진다는 의미로 강렬한 원체험을 지칭
- 에듀컬처 콘텐츠는 그 자체가 가진 심미성과 인문성으로 인해 정신 기제 차원을 넘어 존재를 구성하는 감각에 ‘울림’을 주고 궁극적으로는 실존 차원에 작용할 수 있음을 표현하는 수사적 표현

■ 지식코디네이터

- 교육전문가가 아니라 교육 주체가 기획 개발된 에듀컬처 콘텐츠를 최대한 유용하게 활용할 수 있도록 조정하는 컨설턴트 역할을 하는 핵심 인력
- 에듀컬처 사업에서 개발된 콘텐츠를 수용자에 맞게 프로그램화하고, 각 프로그램을 다양한 매체와 환경에 따라 최적화된 시스템으로 활용할 수 있도록 하는 핵심 인력

■ 키오스 시스템

- 키오스크(kiosk)에서 유래된 말로 “전시장 안의 또 다른 전시 공간”을 의미
- 이 시스템은 작은 인원을 위한 교육 활동이나 전시물 중 확대되거나 집중되어야 할 부분을 전시하고 체험하기 위한 또다른 전시 공간을 의미

■ 탈단일중심화

- 하나의 중심에서 벗어나 다양한 실천 중심을 구성한다는 사전적 의미
- 교육이 학교 및 교육전문가의 독점적 영역에서 벗어나 사회적인 차원의 협업을 가능하게 하기 위한 지향을 포함하고 있는 개념. 에듀컬처 콘텐츠의 맥락에서는 지식코디네이터에 의해 다양한 분야에서 활동하고 있는 예술가 및 전문가들을 결합시키는 활동과 연관

■ 탈학교

- 언어적으로는 ‘학교에서 벗어난’ 상태를 지칭
- 탈학교생이나 탈학교운동처럼 학교 교육에 맞지 않는 사람이나 지향성을 의미하기도 함. 또 학교 밖, 학교 공간 밖에서 이루어지는 학습 실천을 의미하기도 함.

- 에듀컬처 내에서 사용되는 맥락은 교육 위기의 징후적 현상으로 탈학교 현상을 의미하는 맥락과 학교 밖 프로그램을 지칭하는 맥락에서 사용

■ 통감각적

- 감각의 여러 요소가 결합되어 있다는 의미
- 하나의 텍스트가 오감 혹은 인지 영역에서 광범위하게 작용하는 경우를 지칭
- 에듀컬처의 맥락에서 인지적 영역을 특화하는 주지적 교육과 반대로 감수성을 활성화하는 다양한 감각들이 결합되어 있는 특징과 관련됨

■ 통감각적 지식습득과정

- 전통적인 학습 과정이 반복과 암기라는 지점에 집중하는데 반해, 에듀컬처 학습은 오감과 인지 영역을 교차시켜 학습자 내부에서 일종의 존재체험을 가능하게 함
- 즉 학습 경험 자체가 단일한 감각을 활용하는 것이 아니라 존재를 구성하는 감각을 총괄용하는 학습 경험으로 구성

■ 통합적 공간 구성

- 전체 전시 공간을 구성하는 원리가 교육과 학습의 지향에 따라 통합적으로 구성되어 있음을 의미
- 좀더 확장하자면 각 공간이 분할되어 고정되어 있는 것이 아니라 학습 설계 목표에 따라 통합적으로 구성하는 것을 지향하는 공간 구성의 전략

■ 튜터형 교사

- 다수의 학생을 대상으로 하는 일방향적 교육 대신 개개인의 특성을 존중하여 학습을 서례해주는 교사를 지칭
- 에듀컬처 콘텐츠는 존재의 다양성에 기반한 다양한 학습시나리오를 구축하여 자신의 특성과 관심에 적합한 콘텐츠를 찾을 수 있는 학습 기회를 제공

■ 프로젝트디자이너

- 에듀컬처콘텐츠 개발에 있어서 각 콘텐츠 개발의 주체가 될 예술가, 전문가 집단의 작업에 결합하는 프로젝트 진행 인력
- 각 프로젝트의 성격에 따라 적합한 인력의 조직 및 관리, 개발 목표 설정 및 일정 계획 수립, 완성된 프로젝트의 실현 및 활용을 담당

■ 프로젝트형 교육

- 교과형 교육, 평가 위주의 교육과 대비되는 개념으로 문제 해결 중심, 생산적 문제 풀이 과정 중심의 교육방식을 의미
- 에듀컬처 콘텐츠는 기본적으로 교과 지식에 기반을 두고 있지만 콘텐츠의 힘에 기반하여 자유로운 지식 습득의 계기와 과정을 중심에 둔 학습 모델을 개발. 이러한 의미에서 에듀컬처 콘텐츠는 프로젝트형 교육을 확장시키는 내재적 계기

■ 학문네트워크

- 전문가 네트워크와 유사한 의미로 사용
- 에듀컬처 콘텐츠 제작 과정에서 각 분야별 최고 수준의 전문가들과의 연계 작업을 위한 네트워크를 의미

■ e-러닝

- 학습내용으로서의 정보를 즉각적으로 가능하게 통신망에 연결하고, 인터넷기술을 사용하여 최종학습자에게 전달하며, 학습내용과 더불어 수행을 향상시키는 도구까지 포함하는 첨단 정보통신 기술에 기반을 둔 온라인 활용 학습 형태를 지칭
- 개인별 맞춤형 교육이 가능하고, 교육 서비스 이용자가 시간과 장소에 관계없이 교육을 받을 수 있으며, 교육비용을 낮추어 교육서비스의 지역간, 계층간 격차를 줄여 교육 수준의 차이로부터 비롯되는 사회적 갈등의 가능성을 줄임과 동시에 수준별, 능력별 교육이 가능하다는 장점을 가짐
- e-러닝은 다양한 유형을 가짐. 첫 번째는 콘텐츠 수요자가 각자 학습용 콘텐츠에 접근해 학습하는 자율학습형. 스스로 이해할 수 있을 때까지 계속적인 반복 학습이 가능

하므로 각각의 내용을 확실히 이해하고 난 다음 그 다음 단계로 나갈 수 있는 형태. 두 번째는 디스커션형으로 시간과 공간의 제약 없이 학습한 내용에 대해 쌍방향적 접근을 통해 지식 교환이 이루어지기 때문에, 단순한 개별 자율학습에서 유발되기 쉬운 학습의욕 저하나 이해가 부족한 부분을 그대로 방치한 채로 넘어가는 일 없이 수요자에 따른 심화학습이 가능한 형태. 세 번째는 리얼타임 세션형으로 네트워크를 통해서 복수의 수강자가 동시에 강의를 받고 학습하는 형태로서 실시간 질문과 보충학습이 가능한 형태

- e-러닝이 성공적으로 이루어지기 위해서는 포털 시스템 구축 및 콘텐츠 개발, 교육 콘텐츠 개발 및 질 관리체제 구축, 지속적인 시스템 업그레이드, 안정적인 e-러닝 환경 정착을 위한 노력이 필요