변화 비책

변화를 감지하고 이끌어내는 여러 가지 방법

변화 비책

변화를 감지하고 이끌어내는 여러 가지 방법

NPO

차례

문을 열며 5

PART 1 변화는 어디서 오는가

1. 변화의 계보

빅 브라더 죽이기: 인터넷 시대의 민주주의 11

변화를 만드는 길 위에서 14

2. 변화의 조짐

개인의 의식으로부터 시작되는 작은 변화가 세상을 바꾼다 19

연대를 통한 임팩트 만들기 24

N잡, 개인의 작은 실험에서 찾아볼 수 있는 변화의 조짐 26

작은 원이 번져나가며 변화가 온다 28

지루한 일상이 만들어내는 변화 30

3. 변화의 호응

발코니에 올라 변화 속의 나와 조직을 조망하기 33

새로운 활동을 가능하게 하는 조직 만들기 35

비영리 조직의 진화 37

정보기술혁명의 시대에 비영리가 지켜야 할 소통의 절대법칙 39

4. 변화의 흐름

변화, 불안과 불만 사이에서 42

변화, 기술의 위협이라는 겨울 앞에 던져진 고민 43

변화, 느슨히 연결된 다양한 주체가 함께 만드는 것 45

PART 2 변화는 어떻게 만드는가

1. 변화의 시작

변화하기 위해서 변하지 말아야 할 가치들 53

20년을 내다본 협업의 기술 56

2. 변화를 반올림하는 감각들

다시 가는 할머니학교 63

양동이를 비우는 일에 대한 가치 66

사이드프로젝트가 만드는 변화 69

판타지 촌라이프 팜프라 71

권력의 분산, 강해진 힘 74

3. 변화의 연금술
커머닝으로 새로운 자치: 자율공간 만들기 77
블록체인으로 NPO 공익활동 만들기 82
기술과 디자인으로 활동의 깊이를 만들다 86
돈에 대한 감각의 차이로 공동체를 만들다 94

PART 3 변화는 어떻게 알 수 있는가

1. 변화의 인식
살을 빼고 싶다면 체중을 재자 103
변화에도 스토리가 있다 108
2. 변화의 확인
측정으로 보는 서울의 변화 113
플라스틱 프리, 개인적 실천과 사회적 변화 사이의 변증법 116
호혜의 지역사회, 정서와 관계의 측정 120
인권기록은 사회를 어떻게 변화시켰는가: 사회적 참사 기록을 중심으로 123
3. 변화의 조건
변신을 위한 질문, 젠더감수성: 나와 조직이 선 자리 가늠하기 127
참여, 촉발, 변화 "스토리캔버스" 130
다양한 데이터를 한눈에 보기 쉽게 시각화하는 방법, 인포그래픽 134
우리를 성장시키는 지표 만들기: 스스로 만들어보는 우리 조직 평가 지표와 회고 137
사회적 가치 측정·평가: 조직이 만들어낸 변화는 어떻게 측정할 수 있는가? 140
데이터 스토리텔러 되기 144

PART 4 함께 변화의 책을 만들다

1. 변화의 키워드 152
2. 변화의 이음
N잡 실험 이후의 변화 158
고객의 니즈를 기민하게 받아들이는 센스, NPO에서 배웠다 162
세대가 만나 소통하는 사회적 거실이 필요하다 165
시간으로 연결되는 관계의 변화를 실험하다 169
변화에 대한 너그러운 태도와 마음 172
반걸음 앞서서 고민하는 운동 175
누군가의 성실하고 수고스러운 기록이 다음 스텝의 토대가 될 거예요 178

마치며 182
부록: NPO 사전 184

일러두기

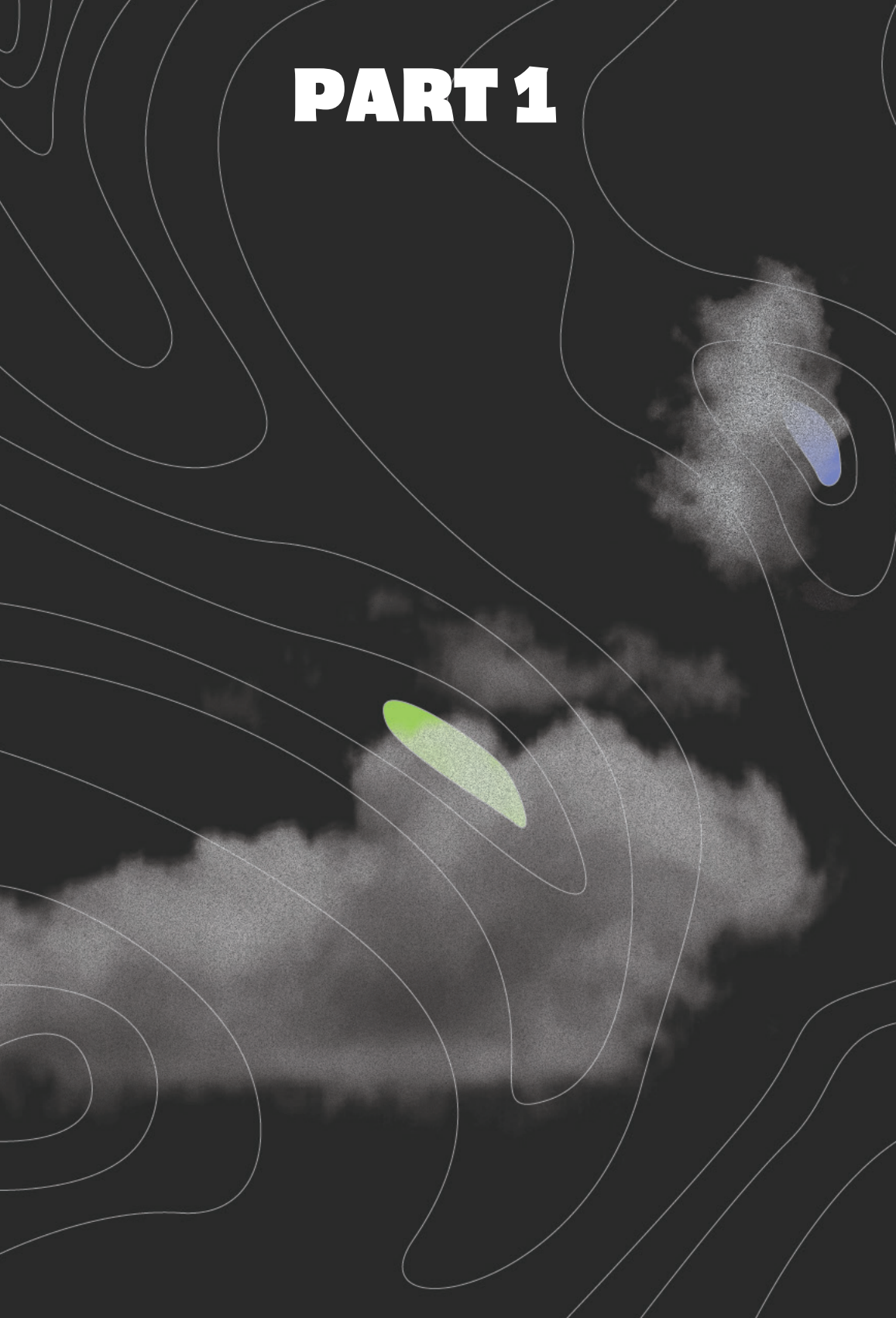
1. 이 책의 내용은 서울시NPO지원센터에서 진행한 2017년, 2018년, 2019년 NPO 국제 컨퍼런스의 발표자료와 발표녹취를 기초로 하여 작성되었습니다.
2. 발표자의 직위나 소속은 발표 당시를 기준으로 하였으며, 현재 일부 변동되었을 수 있습니다.

어떤 문제를 잘 해결하기 위해서는 답을 알려주는 것이 아니라 문제가 무엇인지 깨닫도록 그 맥락을 짚어주는 것이 필요합니다. NPO와 변화가 그렇습니다. NPO와 변화에 대해 타자의 정의가 아닌 NPO가 만든, 혹은 NPO를 둘러싼 변화의 흐름을 주체적으로 함께 경험하는 것이 중요했습니다.

2017년부터 3년 동안 NPO와 변화를 주제로 한 공론의 장에서 활동가들의 경험과 생각은 통찰의 메시지가 되고, 축적된 현장성은 또 다른 현장의 실행력이 되었습니다. 변화의 방향, 방식, 측정에 대해 NPO가 나눈 3년의 이야기를 기록하는 과정에서 우리 모두가 경험한 변화를 한눈에 볼 수 있었습니다.

변화는 이미 완성된 것이 아니라 여전히 함께 만들어가는 것이라고 하지요. 이 책 <변화 비책>에는 NPO가 만들어 온 변화의 징후를 구별하고, 현상을 넘어 변화가 가진 다층적인 메시지를 담았습니다. NPO의 현장에서 그리고 NPO를 넘어 변화를 꿈꾸는 모든 분들에게 널리 읽히기를 기대합니다.

PART 1



변화는 어디서 오는가

정치, 경제, 환경 등 분야를 막론하고 우리 사회의 변화는 갈수록 예측이 어려워지고 있습니다. 더욱 복잡해지는 사회 문제 속에서 영역과 섹터의 경계는 갈수록 모호해지고 있으며, 기존의 사회문제 해결방식은 더 이상 작동하지 않는 듯 보입니다.

한국 사회에서 시민사회는 민주주의가 정립되는 데 크게 기여해 왔으며, 정부와 기업이 해결하지 못했던 일들을 다양한 애드보커시 방법으로 해결해 왔습니다. 현재 당연하게 받아들여지고 있는 우리 사회의 많은 사회복지 제도와 인권보호 실천은 이러한 시민사회단체의 힘겨운 활동과 노력의 축적으로 달성된 것입니다.

그러나 그동안의 성취에도 불구하고, 최근 우리 사회의 변화는 기존의 운동과 활동 방식으로는 더 이상 NPO의 공익활동이 확산되기 어렵다고 이야기합니다. 기존의 애드보커시 운동에서 보다 사회문제를 적극적으로 해결하는 주체로서의 역할에 대한 논의가 있으며, 새로운 기술혁명을 통해 완전히 다르게 진화한 시민들의 소통방식을 중심으로 이를 적극적으로 활용하여 새로운 공익 활동을 영위하는 새로운 주체들이 나타나고 있습니다. 이와 함께 조직문화, 세대 갈등 등 여러가지 어려움이 NPO 내부에서도 발생하면서 NPO 영역 내 변화의 필요도 커지고 있습니다.

이런 변화 앞에서 NPO의 정체성을 정립하는 과정 가운데 우리가 직면한 변화의 징후들을 조금 더 명징하게 확인해 보고, 치열하게 질문하고 답을 구하고 싶었습니다. 정부와 기업, 시민사회의 교집합 크기만큼 사회 문제를 진단하고 해결하는 관점은 다양하게 존재하지만, 1부에서 먼저 그동안의 시민사회가 만들어낸 '사회변화의 뿌리와 흔적들'을 살펴 보면서 앞으로의 토대로 삼으려 합니다. 그 흔적 위에 새롭게 만들어지고 있는 '변화가 그리는 무늬'들을 관찰하면서 비영리와 영리의 경계에서 활보하고 있는 '공익적 상상력의 향연'을 함께 누려 보시기 바랍니다.

1 변화의 계보

미국의 디지털 거버넌스와 민주주의 운동,
한국 여성운동의 현장에서 정책 형성까지
폭넓게 활약했던 두 분의 삶과 활동을
조망하여 각자가 지금 마주한 변화에 대해
어떻게 해석하고, 구현하고 있는지
알아봅니다.

1

빅 브라더 죽이기: 인터넷 시대의 민주주의

인터넷 시대, 우리의 민주주의는 과연 안전하게 돌아가고 있을까요? 저는 기존의 정부/기업의 권력 독점과 검열로 민주주의가 무너지고 있는 현실에 대해 문제의식을 느끼고 있습니다. 그래서 커뮤니티, 기업, 도시, 국가를 위해 부패하지 않는 디지털 거버넌스를 제공하는 단체인 데모크라시 어스(Democracy Earth)를 설립하고 가장 큰 규모의 오픈소스 온라인 투표 솔루션을 구축하기 위해 노력을 기울이고 있습니다.

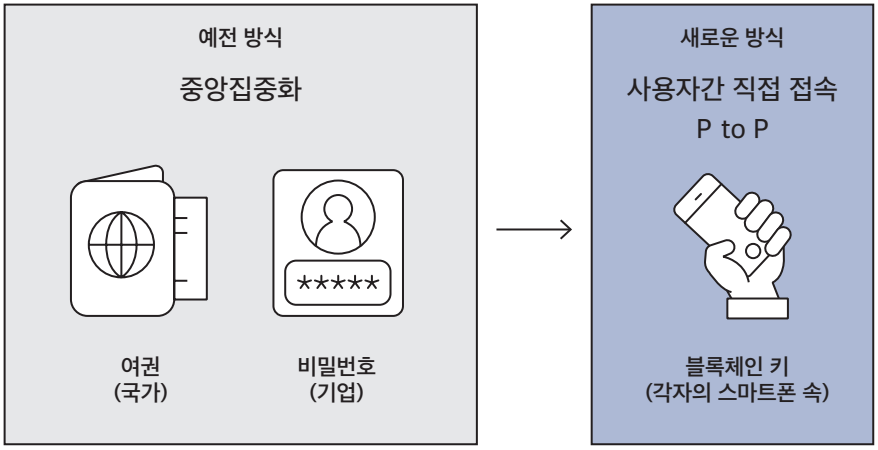
산티아고 시리 Santiago Siri
데모크라시 어스 설립자, 미국

민주주의, 디지털 분야에서 광범위한 공익 활동을 하며 다양한 기관을 설립 및 지원하고 있다. 시민들이 온라인으로 안건을 제안하면 이 제안에 헌신적으로 대응하고자 하는 정치 후보자들과 올라온 제안을 함께 검토함으로써 시민들의 정치적 대의성을 개선하는 데 기여하는 아르헨티나의 정치 정당 'Partido de La Red(The Net Party, 더 넷 파티)'에 창당 멤버로 함께했다. 이 밖에도 디지털의 변화에 주목하여 다양한 활동을 진행하고 있다.

비트코인의 열렬한 지지자로서 남미에서 가장 큰 비트코인 거래소인 '비텍스.라(Bitex.la)'의 파트너이기도 하며, 2011년부터 스타트업, 전자상거래 사이트, 비영리단체들이 비트코인을 도입할 수 있도록 돕고 있다. 또한 2007년에는 '포페고(Popego)'라는 빅 데이터 연구소를 시작했다.

고장난 민주주의

투표에는 어떤 종류가 있을까요? 국회의원 선거처럼 정부가 개표를 진행하는 오프라인 방식 투표 외에도, 온라인에서 투표는 일상적으로 이루어지고 있습니다. 페이스북의 '좋아요', 트위터의 '리트윗'처럼 말이죠. 하지만 이들은 서버를 가지고 있는 기업(중앙기관)이 데이터를 악용하거나 혹은 해킹 등 공격당할 위험성 같은 한계가 뚜렷합니다. 현재의 투표 시스템은 투명성이 보장되지 않아 시스템에 대한 불신은 점점 높아지고 있으며, 전 세계적으로 투표율은 점차 낮아지는 추세입니다. 낮은 투표 참여율 역시 모두가 공감하는 문제입니다.

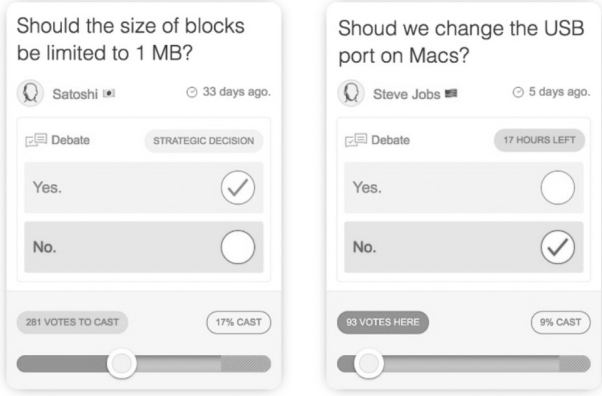


자주적인 아이덴티티 (Self sovereign)

우리 손 안의 권력

그러다 보니 중앙기관에 의한 한계를 없애기 위해(Killing Big Brother) 사용자 간 직접 접속(P2P) 방식으로 운영되고 있는 비트코인과 블록체인에 주목하게 되었습니다. 투표함을 국가가 직접 관리하거나 대기업의 서버가 관리하는 방식에서 벗어나 블록체인을 통해 모두가 투표의 투명성을 보장받고, 모두가 투표 결과를 집계할 수 있으며, 모두가 감시자가 될 수 있는 컨셉의 온라인 투표는 민주주의를 우리 손에 되찾을 해결책이 될 수 있다고 생각합니다.

블록체인은 사용자의 사생활과 데이터에 어떠한 위험도 초래하지 않고 신원, 투표, 대표성의 신뢰를 보장합니다. 앞으로 모바일 기기를 보유하는 인구는 2020년 기준 70%를 초과할 것으로 예상되는데, 이를 통해 사람들은 국경없는 파이낸스와 거버넌스에 대한 권한을 갖게 될 것입니다. 신분 증명 또한 이전의 중앙집중화 방식이



데모크라시 어스 모바일 인터페이스

아닌 새로운 방식인 P2P를 통해 자주적으로 이루어질 수 있습니다. 중앙정부가 나의 존재를 증명해주는 것이 아니라, 시민간의 협약을 통해 모든 사람이 스스로의 존재를 증명하는 방식입니다.

그동안 한국의 민주주의가 국가를 변화시키고 시민을 참여시키는 방식으로 발전해 왔다면 인터넷 시대의 민주주의는 '참여에서 '통치'로, 원하는 것을 직접 얻어낼 수 있는 새로운 접근방식으로 변화하고 있다고 생각합니다. 아직은 상상하기 어려울 수 있겠지만 스스로 통치할 수 있는 미래 사회는 오고 있습니다.

#디지털거버넌스 #블록체인을통한민주주의 #주권회복

2 변화를 만드는 길 위에서

민주주의를 향한 오랜 움직임

1987년 6월 민주화항쟁이 일어난 지 30여 년이 지났습니다. 당시 민주화를 이뤄낸 한 세대가 지나고 시민들은 '촛불혁명'을 통해 평화롭고 합법적으로 정권을 바꾸었습니다. 민주주의는 '국민이 주인의 자리로 귀환하는 것'임을 증명한 것입니다. 시민사회는 그 '주인의 자리'를 찾기 위해 변화를 만들고, 또한 변화를 만드는 방법을 바꾸어 왔습니다.

저도 1987년도부터 NPO 활동을 시작했습니다. 30여 년 동안 여성운동과 나눔운동, 그리고 환경운동가로 활동하면서 성취의 기쁨과 한계를, 희망과 좌절을 모두 느꼈습니다. 좌충우돌하며 이것저것을 시도해 보았는데, 그중에는 법을 만들거나 바꾼 큰 활동도 있었고, 한 번으로 끝난 엉뚱한 활동도 있었습니다. 활동가로서의 제 삶은 한마디로 변화의 삶이고, 질문하는 삶이었습니다.

지난 시간을 돌아봤을 때, 시민운동을 제 삶의 길로 선택할 수 있었던 이유는 변화를 만드는 상상력과 창의적인 실험이 가능했기 때문입니다. 좋은 삶이 무엇인지, 누구나 스스로 자기 삶을 선택할 수 있는 좋은 사회란 무엇인가 질문할 수 있기 때문이었습니다.

윤정숙
녹색연합, 더 이음 공동대표, 대한민국

1987년 한국여성민우회 창립멤버로 여성운동을 시작해 2002년부터 3년간 공동대표로 활동했으며, 당시 주요 활동분야는 성평등과 인권이었다. 2006년부터 2012년 초까지 6년간 시민공익 재단인 '아름다운재단' 상임이사로 일하며, 시민운동과 풀뿌리 운동을 지원했다. 한국 인권재단 이사로 활동했고, 녹색전환연구소, 여성환경연대 등의 이사로 활동 중이다. 후쿠시마 원전 사고를 계기로 에코 페미니즘, 녹색 패러다임 사회, 풀뿌리 민주주의에 관심 갖고 활동하고 있다. 또한 다양성과 창의적 변화를 통한 시민운동의 전환적 활동에 주목하고 있으며, 현재는 '녹색연합'의 공동 대표와 풀뿌리 플랫폼 조직인 '더 이음' 공동 대표로 활동하고 있다.

공동 저서로 『여성·평화·생명』(1993), 『시민사회와 시민운동』(2002), 『Gender Budget More Cents』(2002), 『여성운동 새로쓰기』(2008), 『세상을 바꾸는 시간 15분』(2012)이 있다.

우리 시민사회는 어느 나라, 어느 시기보다 역동적 과정을 경험했습니다. 이러한 역동적인 변화 속의 제 경험은 개인적이면서 동시에 함께 변화를 만들어 온 동료들과 공유해 온 공통의 자산이기도 합니다.

역동적 변화 속 빛나는 성취들

저는 1970년대 말 유신독재정권시절 대학을 다니며 대학 1학년 때 야학봉사를 했습니다. 밤늦게 졸면서 저의 수학 수업을 듣던 동갑내기 봉제공장 여성 노동자를 만난 일은 제가 NPO 활동가가 되어야겠다고 결심하게 만든 주요한 순간 중 하나입니다. 국가권력이 공포와 두려움의 존재였던 어둡고 차가운 시대에, 자유롭게 읽고 말하며 불의에 대들 권리를 찾으려는 다른 목소리는 불온하다 낙인찍혔습니다. 최루탄, 강제징집과 퇴학, 고문과 투옥은 변화를 꿈꾸는 사람들이 기꺼이 감수했던 혹독한 대가였습니다. 컴퓨터나 스마트폰이 없던 시절, 집 유선전화와 편지로 연락하며 저와 친구들은 국가폭력과 독재정권에 저항하며 '길 위의 민주화운동'의 시대를 살았습니다. 1987년 민주화운동 직전까지 그러했습니다.

1990년대와 2000년 초반까지는 민주주의의 제도화 과정 속에 사회운동과 여성운동이 봄비 내리고 새싹이 돋듯 쑥쑥 커가는 때였습니다. 시민사회 안에서 NPO의 성취와 사회적 영향력은 꽃을 피웠습니다. 1990년대 중반 이후는 작은 토론회나 거리 캠페인도 언론에 보도되고, 주요 신문에는 NPO 활동을 전하는 특별 지면도 있었습니다. 한편으로는 권력감시와 경제정의, 행정 투명성등 법제도를 통해 '민주주의 제도화'를, 다른 한편으로는 인권, 자치와 성평등등 '일상의 민주주의'라는 양 날개로 활동을 했습니다. 활동가들이 정치와 행정 분야 등 제도 안으로 들어가 주요 역할을 맡기 시작했습니다. 급성장하는 IT 기술로 NPO는 물론 모든 분야에서 변화가 촉진되었습니다.

2010년대 이후 스마트폰과 SNS가 일상으로 들어오면서 소통 방식은 혁명적으로 변화했고, 기존의 단체나 조직을 통하지 않고 스스로 조직하고 목소리를 내는 개인과 공동체가 늘어가면서 시민운동과 NPO에는 '전환'이 필요했습니다. 생각도 방식도 활동가도 달라져야 한다는 안팎의 요청이 적지 않았습니다. 원고지 세대, 키보드 세대, 그리고 디지털 네이티브 세대로 이어지며 또한 공존하며 NPO 영역의 영토는 넓어졌습니다. 생활정치, 마을과 온오프라인 공동체는 개인 간 네트워크로 더욱 다양해지고 개인과 조직, 영리와

비영리, 지역과 중앙, 제도 안과 밖의 경계가 유연해지기 시작했습니다.

끊임없이 실험되는 민주주의

국가, 기업과 정부의 투명성 등 공적 민주주의와 인권과 성평등 등 일상의 민주주의는 사회변화를 위한 담론이자 전략이었습니다. 국가, 국민주권, 대의민주주의에 대한 근원적 질문을 던져야 하는 시기도 있었습니다. 주인의 자리와 시민 참여 공간이 줄어들고 '다른 목소리'가 외면되는 시간 속에서도 시민들은 민주주의의 새 길을 찾는 다양한 움직임을 멈추지 않았습니다.

30여년 전 직접선거를 통해 대의민주주의를 세웠으나, 지금 우리는 대의민주주의의 한계를 넘어 '우리가 주인이다', '우리는 연결될수록 강하다'는 민주주의의 황금률을 다시 돌아봅니다. 수많은 NPO들, 마을과 지역에서 사람들은 스스로를 대표하며 자신들의 삶을 결정해가는 새로운 가치와 방법들을 실험하고 있습니다. 이러한 실천을 통해 변화는 관성을 깨고 다른 목소리와 움직임을 만들어내는 것이며, 창의적인 실험들이 쌓여가는 길 위에서 만나는 것임을 알았습니다. 우리가 경험했듯 변화와 혁신은 특정 시대, 특정 세대, 혹은 특정 집단의 몫이 아닙니다. 그것은 서로 다른 것에서 지혜를 발견해내면서 확장됩니다. 지나간 것과 새로운 것, 가치와 방법론, 운동과 제도 사이를 유연하게 오갈 때 다가옵니다.

사람으로부터 시작되는 변화

우리는 새로운 것, 젊은 것, 그 자체가 변화이고 혁신이라 생각합니다. 그러나 과거의 경험과 성과를 알아가고, 이전의 것들을 재해석하며 우리 안의 '오래된 지혜'와 만나는 것이 필요합니다. 오래된 것과 새로운 것, 지나간 것과 다가올 것, 가치와 방법론 등 서로에게서 지혜를 발견하며 공존하는 과정에서 변화의 싹을 만날 것입니다. 생태계의 가장 큰 특징은 '다양성'입니다. 다양성은 건강함 지속가능함 그리고 풍요로움의 조건이기 때문입니다.

또한 변화와 혁신은 이런 사람들에 의해 시작되었습니다. 다른 것과 만나고 토론하는 것을 두려워하지 않는 사람들, 사회적 냉기와 차별에 침묵하지 않은 사람들, 마음이 부서지고 비통한 사람들에 대한 연민과 연대감을 지닌 사람들, 생명 있는 것들을 귀하게 여기는 사람들, 자신의 경험과 성취로 빛나던 시절을 상대화하는 용기를 가진 사람들, 서성이면서도 질문을 멈추지 않고 답을 구하는 데 치열한 사람들, 그리고 자기의 신념과 가치에 대한 자신의 언어가 분명한 사람들 말입니다.

변화는 앞으로 나아가기 위한 것입니다. 여러 갈래 길로 나가며 서로 만나면서, 곡선과 직선을 만들어 가는 일입니다. 변화를 상상하고, 만들어내지 못하면 NPO는 그저 비영리란 이름표를 단 하나의 조직에 불과할 것입니다. NPO는 더 '좋은 삶과 좋은 사회가 무엇인지' 질문하며 실천하는 역동체입니다. 그 변화는 기술과 방법론에 머물지 않습니다. 시대에 따라 변화의 방법은 달라지지만, 변화의 목표는 같기 때문입니다.

저는 모든 변화가 사람으로부터 시작한다고 믿습니다. 그리고 사람이 어떤 경우에도 이윤과 권력에 시달릴 수 없다는 신념이 공유되는 사회를 꿈꿉니다. 자신이 이웃과 공동체에 돌봄과 존중을 받는 존재라는 것을 신뢰할 수 있는 사회, 다른 목소리와 다른 삶의 방식이 경청되는 사회. 이런 사회를 꿈꾸고 만들어 가는 것, 그것이 바로 변화를 꿈꾸는 우리 삶의 이유가 아닐까요?

#민주주의로가는길 #새로운가치와방법 #변화는사람에서시작된다

2 변화의 조짐 : 새로운 활동과 주체의 등장

공익의 관점에서 새로운 이슈를 가지고 새로운 방식으로 활동을 전개하고 있는 사람들이 있습니다. 기존 공익활동의 범주를 확장하고 다양한 변화를 꾀하고 있는 분들을 통해 새로운 주체들은 어떻게 변화를 만들고 있는지 살펴볼 수 있을 것입니다.

1

개인의 의식으로부터 시작되는 작은 변화가 세상을 바꾼다

만들지 않는 마을 만들기

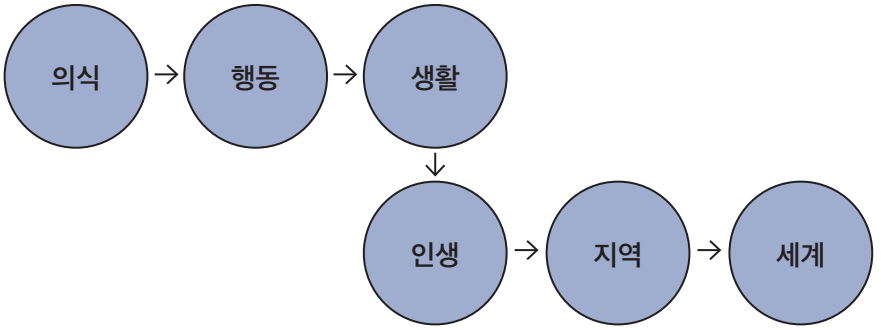
도시 계획과 건축을 연구하던 저는 1995년 고베 대지진을 계기로 건축 디자인과 조경 디자인에서 커뮤니티 디자인으로 커리어를 전환했습니다. 지진 당시 서로 도울 때 거대한 재앙을 이겨내는 힘이 생긴다는 것을 깨닫고, 20여 년간 줄곧 커뮤니티 디자인의 가능성에 대해 모색하며 사람과 사람 사이의 연대감이 있는 도시를 디자인하기로 계획을 세웠습니다. 지금은 지역과 사람을 위한 커뮤니티 디자인을 선도해 온 커뮤니티 디자이너이자, 스튜디오-엘의 대표를 맡고 있고, 도호쿠 예술공과대학에서 커뮤니티 디자인을 가르치고 있습니다.

스튜디오-엘의 마을 만들기의 핵심은 '만들지 않는 것'으로, 거액을 쏟아 새로운 것을 만드는 디자인이 아니라 마을 커뮤니티를 통해 해법을 모색하는 '살리는 디자인'을 추구합니다. 궁극적으로 주민들이 자발적으로 움직일 수 있도록 돕는 역할을 하며, 그들의 삶 속으로 들어가 지역의 문제가 무엇인지 파악하고, 주민들이 직접 해법을 선택할 수 있게 합니다. 마을 만들기의 목적은 현지 주민들의 이야기를 먼저 듣고 그들의 제안을 공공사업과 접목함으로써 주민들이 커뮤니티의 공익 목적을 위한 장을 만드는 것입니다. 이러한 과정을 통해 마을 만들기 워크숍, 주민 참여형 종합 계획 수립, 건축이나 경관 디자인 등 많은 프로젝트를 진행해 왔습니다.

야마자키 료 山崎亮
스튜디오-엘 대표, 커뮤니티 디자이너, 도호쿠 예술공과대학 커뮤니티 디자인 과정 교수, 일본

지역과 사람을 위한 커뮤니티 디자인을 선도해 온 커뮤니티 디자이너. 『커뮤니티 디자인』, 『작은마을 디자인하기』, 『소셜 디자인 아틀라스』, 『텍스트 랜드스케이프 디자인의 역사』 등을 공저했으며, 국내에서는 직접 민주주의와 일상의 민주주의를 고민하고 관련 활동을 하는 이들에게 널리 회자되고 있다.

의식의 변화가 세계로 확장되는 과정



나로부터 시작되는 즐거움, 지역과 세상으로

제가 커뮤니티 디자인을 하면서 주목한 것은 마을 커뮤니티에 참여한 주민들의 95% 정도가 스스로의 인생을 즐기는 법을 배우게 된 의식의 변화가 일어났다는 점입니다. 이른바 '즐거움 자급력'이라는 것이 생겨났다고 할 수 있는데, 이런 '주민 개개인의 즐거움 자급력'이 모여서 '지역의 즐거움 자급력'이 되고, 나아가서는 '세계의 즐거움 자급력'이 될 것입니다.

그렇다면 나머지 5%의 주민들은 어떻게 되었을까요? 그들은 직업을 바꾸었습니다. 평범한 회사원이 시의회 의원, 정치가, 공간대여업 등 지역 커뮤니티를 위해 헌신하는 일에 풍덩 뛰어든 것입니다.

'변화의 조짐'이라는 주제에 맞춰 제가 말씀드리고 싶은 것은 한 가지입니다. 먼저 의식이 바뀌면 행동이 바뀌고, 행동이 바뀌면 우리의 인생이 바뀝니다. 그렇게 되면 우리 지역도 바뀌게 됩니다. 이게 바로 우리 변화의 조짐이 아닐까요?

주민 간의 의견 충돌을 해결하는 방법

갈등은 무언가를 '빨리' 결정하려 할 때 일어나는 현상입니다. 100년 후를 의논한다면 충돌이 일어나지 않았을 것입니다. 커뮤니티 디자인 사업은 물적 자본, 인적 자본 외에 시간 자본도 중요합니다. 일본에서는 주민 간 의견 조율에 실패 사례가 없다고 생각합니다. 과정에서는 모두 실패가 있었지만, 실패하더라도 계속 회복하는 과정을 겪으며 결과적으로는 모두 성공했다고 생각합니다.

2007년~2009년 오사카 북부 마을에 국토부에서 추진하는 댐 건설이 90% 가량 완공된 시점에서, 지식인들과 학자들로 구성된 위원회가 댐의 필요성에 대해 문제를 제기하며 건설 중단 위기에 놓였습니다. 하지만 마을 주민들은 댐 건설에 대해 25가지를 요구했고 이 중 12개는 이미 이뤄진 상태였습니다. 댐 건설을 반대하는 단체, 공사 중지로 손해를 보는 지역 건설업자, 마을 주민 간에 갈등이 있었지만, 갈등과 문제 자체에만 집중하는 게 아니라 사람과의 관계 맺기를 통해 갈등을 풀어나가는 방식을 통해 그 지역의 아름다움을 공유하는 워크숍을 열어 주민과의 갈등을 해결하기 시작했습니다. 지자체(오사카 부)에서도 주민의 미래를 함께 설계하겠다고 참여하여 NPO 법인을 설립하고, 댐 부지는 레크레이션 룸, 밭, 시민농원 등으로 활용하게 되었습니다.

빠른 속도보다는 공공성

저는 기업에서 빠른 속도를 요구할 경우 "속도가 정말로 중요한가요?"하고 재차 묻고 시작합니다. 일본의 킨테츠 백화점은 일본에서 가장 높은 건물에 입점해 있는 면적이 가장 큰 백화점인데 온라인 쇼핑 활성화로 매출저하를 겪고 있었습니다. 킨테츠 백화점에 '점포 수를 줄이고 쇼핑 이외의 다른 콘텐츠로 고객을 유도하라'고 제안하였습니다. 시민활동가에게 활용할 수 있는 공간을 제공하면 여러 이벤트를 진행해서 고객 유입을 유도하고, 또 그들의 활동과 매장을 연계하는 식입니다. 컬러리스트 활동가가 고객의 피부톤을 알려주면 의류매장에서는 그에 맞는 옷을 추천해 준다거나, 요리 수업 때는 백화점 식품매장을 이용해 신선한 식료품을 고르는 요령을 알려주죠.

실제 매출이 엄청나게 증가하지는 않았지만 지역 주민들이 킨테츠 백화점을 '도심부에 위치한 장을 볼 수 있는 주민센터'로 인식하게 되었다는 점이 중요합니다. 일반적으로 기업이 이익만을 추구하면 주민들에게는 백화점이 없어져도 그만입니다. 하지만 공공성을 가지면 엄청난 팬이 생깁니다. 킨테츠 백화점이 문을 닫게 되는 상황이 오면 지역 주민 모두 반대하겠죠. 그래서 커뮤니티를 생각해야 합니다. 지역과 느긋하게 상생해야 합니다.

주민 모임을 지속하는 방법

주민활동은 곧 성인들의 동호회 활동(방과후 활동)과 같습니다. 동호회 활동이 지속되는 이유에 주목해 보고 그 요인을 7가지로 추렸습니다. 저희는 커뮤니티 디자인을 할 때 지역 주민들에게 3년 안에 다음의 7가지 요인을 스스로 할 수 있게 되어야 한다고 얘기합니다.

<동호회 활동을 지속시키는 7가지 요인>

1. 연습 : 출범 당시 여러 사례 벤치마킹을 하고 있는지,
   벤치마킹 사례가 적합한지, 정례회의가 이루어지고 있는지
2. 시합 : 회의만 하는 게 아니라 활동이나 이벤트를 하는지
3. 대회 : 1년에 한번쯤 전국 대회에 출전하고 있는지,
   예를 들어 굿디자인상, 지역만들기대상 같은 것들에
   도전해서 전국적으로 시선을 키우는지
4. 주장 : 주장(주민대표)을 그들 손으로 뽑았는지
5. 권유 : 신입부원 모집을 꾸준히 하는지
6. 졸업 : 오래된 멤버들이 실세가 아니라 일선에서 물러나
   어드바이저로 활동하는지
7. 회비 : 회비나 운영자금을 모으는지

젠트리피케이션

서울 문래동에도 젠트리피케이션 문제가 일어나고 있다고 들었습니다. 문래동의 경우에는, 처음에 예술가들이 문래동에 들어가 커뮤니티 디자인을 할때, 지역 주민들(공장측)과 협의가 잘 이루어지지 않은 것이 아닌가 싶습니다. 초기부터 미래 계획을 그리지 않았던 것 같습니다.

오사카 키타카가야 크리에이티브 빌리지도 문래동과 마찬가지로 중소기업 공장들이 몰려 있는 동네였는데, 어느 날부터 아티스트들이 모이기 시작했습니다. 그런데 문래동과 달랐던 점은, 그 지역의 부동산 사장이 아티스트들이 모여든 초기부터, 지역주민과의 갈등을 염려하여 커뮤니티 디자인을 의뢰했다는 것입니다.

저는 지역 유지들과 인터뷰를 진행했고, 그들은 “아티스트라고는 하는데 뭘 하는지 모르겠다”는 일관적인 반응을 보였습니다. 그래서 실제 폐공장이 어떻게 변할 수 있는지 보여주기 위해 아티스트들과 주민들을 모아 함께 폐공장 부지에 주민농원을 만들었습니다. 이러한 시도로 만들어진 주민농원이 활성화되어 재배한 작물로 케이터링도 진행했으며, 부동산 업자가 더 넓은 부지를 제공하게 됐죠. 이렇게 되는데 3년이 걸렸습니다.

젠트리피케이션의 문제를 야기하는, 영리 기업들은 돈이 되는 냄새를 빨리 맡습니다. 그러니까 우리는 아주 천천히 접근하는 것이 핵심입니다. 지역주민, 부동산, 예술가가 합의를 하고 미래상을 공유하고 천천히 나아가야 합니다.

지자체에 시민들의 목소리를 잘 전하는 방법

저는 자치단체에서 커뮤니티 디자인 요청이 오면, 그 동네에서 잘 알려진 재미있는 사람 10명을 소개해 달라고 요청합니다. 그렇게 첫 10명을 소개 받아 인터뷰를 시작하는데, 인터뷰를 통해 그 지역의 매력을 찾아서 그걸 카드로 정리해서 워크숍에 가져갑니다. 그리고 그들에게 다시 ‘이 지역에서 만나봐야 할 재미있는 사람 3명을 얘기해 달라’고 요청하죠. 그렇게 10명이 30명으로, 30명이 90명으로 늘어나서 100여 명의 지역 친구를 만드는 것이 인터뷰의 가장 핵심적인 목적입니다.

첫 만남에는 ‘무슨 얘기 하나 보자’는 식의 의구심 섞인 눈초리 때문에 베테랑인 저도 긴장하게 됩니다. 이때 미리 알아두었던 지역 내 사람을 아는 척, 친한 척을 하면 쉽게 나머지 사람과의 관계도 이끌어 나갈 수 있습니다. 다시 한 번 강조하지만 인터뷰의 목적은 ‘관계 맺기’입니다.

#마을만들기 #마을커뮤니티의힘 #즐거움자급력

2 연대를 통한 임팩트 만들기

나를 지지해주는 사람들과의 만남

저는 엔스파이럴에 합류하기 전 약 25년 동안 글로벌 기업의 임원으로 일했습니다. 조직에서 일하면서 수평적이지 못한 관계들에 회의를 느끼고 있었는데요. 쳇바퀴 굴러가듯 목적 없는 업무의 연속은 제 영혼을 피폐하게 만들었고, 잠시 여행을 떠났습니다. 대자연 앞에 초라한 자신을 발견하고 "나는 무엇을 위해 살고 있는가? 나는 무엇을 해야 하는가?" 여러 가지 고민에 잠겼습니다. 그러다가 변화를 만드는 기업가들이 모인 엔스파이럴을 만났고, 국경을 초월한 연대를 통해 임팩트를 만들어낼 수 있었습니다. 혼자서는 이루지 못했을 일들을, 저를 지지해 주는 사람들을 만나 이뤄낼 수 있었습니다.

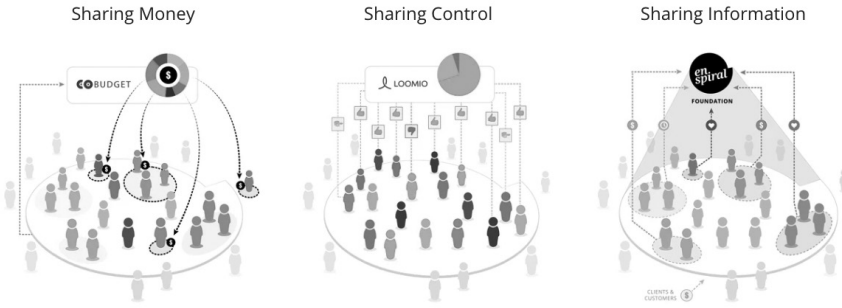
촉진자의 역할

앞서 언급한 기업에서의 경험 덕분에 저는 함께 일하는 관계 속에서 사람들이 평등해지고 이런 환경을 조성하는 데 기여하려는 큰 열망을 가지게 되었으며, 지금은 이를 현실화하기 위해 노력하고 있습니다.

그래서 저의 시선은 조직을 향합니다. 조직에서 일어나는 고통과 어려움들을 해소하는 것에 초점을 맞추고 있습니다. 엔스파이럴 내에서도 '촉진자'로서 내부 구성원들의 생각과 의견을 파악하고, 이를 조율함으로써 조직의 소통과 건강성을 유지하는 역할을 하고 있습니다. 자기 조직화 원칙과 이를 개발하고자 하는 계획을 실천한다면 인간적인 일터와 조직을 만들 수 있다고 믿습니다.

수잔 바스터필드 Susan Basterfield
엔스파이럴 멤버/촉진자, 뉴질랜드

사회적 임팩트를 창출하기 위한 스타트업과 프리랜서 전문가 네트워크인 엔스파이럴(Enspiral)의 구성원이자 촉진자. 엔스파이럴에서는 서로 다른 멤버들이 같은 공간을 공유하고, 서로 협력하며, 가치를 공유하는 문화를 가지고 있다. 저서로는 『스타트업 재조명하기(Reinventing Startups)』가 있으며, 실천적인 자기 관리 심화 프로그램을 진행하고 있다.



엔스파이럴의 네트워크 구조

새로운 조직 만들기

그래서 저는 엔스파이럴의 네트워크를 통해 설립된 스타트업 '골든 팬다스'의 공동 설립자로 활동하며 대안적인 조직구조와 생계에 대한 실험을 진행하고 있으며, 그간 살아있는 경험을 바탕으로 조직의 미래를 실제화하기 위한 다양한 조직들과 함께 국제적으로 협력하고 있습니다.

새로운 조직이 왜 필요할까요? 기존 방식과는 다른 새로운 공익활동과 주체들이 등장하고 있기 때문입니다. 이 새로운 활동을 하는 주체들은 일하는 방식, 조직 내 문화, 조직 내 시스템과 관련하여 기존의 조직 논리를 따르기 보다는, 보다 민주적이고 효율적이며 수평적인 방향성을 추가하는 경향이 강합니다. 새로운 소통방식과 조직구조를 구현하기 위한 일의 도구를 사용하는 데도 적극적입니다. 새로운 활동을 하는 사람들이 모여 있는 조직의 구조와 시스템의 변화를 동반해야 하는 시점입니다.

우리가 서로 연결되고, 서로의 눈을 맞추고, 어깨에 손을 얹어줄 수 있다면 많은 문제를 해결할 수 있을 것입니다. 우리 모두는 이를 위해 이 자리에 함께 모여 있습니다.

#느슨한연결 #연결을통해만드는임팩트 #대안적조직구조실험

3

N잡, 개인의 작은 실험에서 찾아볼 수 있는 변화의 조짐

N잡*러란 무엇일까요? 하나의 소속이나 직업으로 설명할 수 없는 사람, 시간에 대한 주도권을 가지고 일하는 사람, 조직과 함께 일하고 조직의 성장을 함께 확인하면서 일하는 사람입니다. 저의 N잡 실험은 "하고 싶은 것이 이렇게 많은데 왜 하나의 직장에서만 일해야 하는 것일까?" "하나의 직업으로만 나를 설명할 수 있을까?"라는 질문에서 시작되었습니다. 저의 개인적인 실험이 변화의 조짐이 될 수 있을 것인가에 대한 질문을 던지려 합니다.

6개의 소속, 6개의 정체성

저는 현재 2개의 낮일(직장)과 4개의 밤일(프로젝트)을 하고 있습니다. 낮에는 민주주의 활동가 그룹 '빠띠'에서 캠페이너, '진저티프로젝트'에서 미디어 커뮤니케이션 담당자로 일하고, 밤에는 '와일드 블랭크 프로젝트', '한밤의 책모임', '연희동 나쁜 페미니스트' 등의 프로젝트를 진행하며, 소셜투자 계모임 '디모스'에서도 활동하고 있습니다. '디모스'를 잠깐 소개하면, 보이지 않는 곳에서 세상을 조금 더 좋은 곳으로 만드는 프로젝트를 발굴해 후원하는 일을 하는 모임인데요. 그 과정에서 민주적인 소통과 의사결정이 어떤 형태로 가능한지에 관심을 갖고 실험하고 있습니다.

N잡러로 사는 데에는 고충이 많습니다. 대단히 많은 에너지가 들고, 걱정도 많이 받고, 스스로를 증명해 내야 한다는 압박감이 있습니다. 하지만 시간에 대한 나의 주도권이 생긴다는 점, 성장할 수 있는 가능성이 N배가 되는 점, 일과 삶에 대해 더 깊이 생각해 볼 수 있다는 장점이 있습니다.

홍진아
N잡러, 대한민국

'재밌는 건 다 하는 삶'을 살고 있는 프로N잡러. 특정 조직이 개인을 대변하는 시대는 지났다고 생각을 하고 있으며, 새로운 시대의 일 형태에 관심이 많다. 이와 함께 우리 세대의 노동, 페미니즘, 국가 폭력이 야기하는 사회문제에 마음과 생각을 쓰고 있다.

N잡을 하면서 몇 가지 질문이 생겼습니다. 연차를 쓸 수 있는지, 복지는 받을 수 있는지, 리더가 될 수 있는지 말이죠. 저뿐만 아니라 N잡을 하려는 사람들은 점점 늘고 있는 추세입니다. 모두가 N잡러가 될 수는 없지만 앞으로 많은 사람들이 N잡러와 일하게 되는 때가 오지 않을까 생각합니다. 함께 일할 준비가 되어 있으신가요?

#N잡 #N개의정체성 #자기증명에대한압박 #주도권과가능성

* N잡 : 여러 수를 뜻하는 'N'과 직업을 뜻하는 영어 '잡'의 합성어

4

작은 원이 번져나가며 변화가 온다

2015년, “월세로 등골 빠지는 빈곤청년”이라는 뉴스 기사를 읽었습니다. 기사에 등장한 인물은 제 지인의 친구였는데, 현실보다 과도하게 ‘불쌍하고 무기력한 모습으로’ 그려졌습니다. 그때 ‘나의 문제를, 내가 마주하고, 목소리를 내며 함께 해결하는 일의 중요성’을 느꼈습니다. 그래서 청년 주거운동 프로젝트 ‘청년, 난민되다’, 국정교과서 반대서명 프로젝트, 촛불집회 때 시간/공간별로 상황 사진을 맵핑한 ‘VVITNESS 프로젝트’ 등을 진행하였습니다. 그리고 비상식에 대한 분노와 세상에 대한 애정을 가지고 밀레니얼 시대의 미디어 콘텐츠를 생산하는 ‘닷페이스’를 설립했습니다.

닷페이스(.face)는 변화의 지점을 뜻하는 닷(dot)과 새로운 기준이 될 사람/얼굴, 직면하다라는 뜻의 페이스(face)의 의미를 담았습니다. 정치사회(Justice), 도시생태(Urban earth), 세상을 바꾸는 기술(Real future), 다양한 정체성(LGBT), 페미니즘(Feminism) 이렇게 다섯가지의 카테고리 아래 ‘10년 후 새로운 사회 변화를 이야기하는’ 콘텐츠를 발행합니다. 우리는 스스로의 정체성을 뉴스를 만드는 사람이 아닌 ‘꼭 마주해야 할 장면, 사람의 이야기를 들려주는 스토리텔러’라고 정의합니다. 닷페이스 콘텐츠의 주요 유통 경로는 유튜브 채널로, 구독자가 약 20만 명 정도에 이르며 차별성 있는 콘텐츠 생산자로서 2030 세대를 중심으로 하는 독자들의 지지를 받고 있습니다.

조소담
닷페이스 대표, 대한민국

2014년에 20대들이 만든 미디어 스타트업 ‘미스핏츠’ 창립 멤버로 일하며 한국·일본·대만·홍콩에 사는 젊은이들의 주거생활을 취재한 ‘청춘의 집’ 프로젝트를 주도했다. 2016년에는 크라우드소싱 저널리즘 플랫폼 ‘비트니스’ 아이디어로 SBS와 경기도, 사단법인 앱센터가 주최한 ‘SDF 넥스트 미디어 챌린지’에서 대상을 수상했다. 2017년에는 포브스가 선정한 30세 이하 영향력 있는 아시아 여성 개척자 부문, 미디어 광고 부문 30인에 이름을 올렸다.

닷페이스가 제작한 영상들(유튜브 채널 메인 화면)

우리가 만나는 다양한 얼굴들, 그리고 변화

우리는 촛불집회 때 고래를 메고 등장한 남성, 퀴어문화축제 때 프리허그를 진행한 어느 어머니 등 다양한 얼굴과 마주해 왔습니다. 가장 개인적으로, 가장 가까이에서 가장 멀리 있는 이야기를 마주할 수 있는 시대에 커뮤니티를 만드는 수단으로 콘텐츠를 활용하며 그들의 방식으로 이야기를 나누고 상식을 만들었습니다. 그리고 변화는 작은 원(점)들이 번져나가며 만들 수 있습니다.

각자의 자리에서 작은 원을 그리고, 그 이야기를 바깥으로 꺼내서 연결이 되고, 그 이야기들이 여러 지점에서 일어나면 그게 새로운 상식이 됩니다. 그렇게 상식을 이야기했으면 좋겠습니다. 하나의 원이 엄청 커져서 세상을 뒤덮는것이 아니라, 이런 식으로 번져나가고 전염되듯이 변화가 일어나는 게 아닐까 생각합니다.

#변화의지점 #뉴미디어콘텐츠 #퍼져가는변화와이야기

5 지루한 일상이 만들어내는 변화

녹색연합은 1991년 환경문제의 대안을 연구하던 '배달환경 연구소'와 생활인들을 주축으로 하는 '푸른 한반도 되찾기 시민의 모임', 그리고 대안정치를 꿈꾸던 '녹색당 창당 준비위원회'가 모여 만들어졌습니다. 1994년 4월 통합하여 '배달녹색연합'으로 재창립되었고, 1996년 4월에 현재의 녹색연합이라는 이름을 갖게 되었습니다.

녹색연합은 물리적 공간을 보존하는 일을 하고 있습니다. 주요 활동으로는 한반도의 생태축인 백두대간, 연안 해양, DMZ를 무분별한 개발로부터 지키고 그곳에 깃들어 사는 야생 동식물을 보호합니다. 지구적 위기인 기후변화를 막고 탈핵세상을 앞당기기 위해 탈핵운동, 에너지 전환, 에너지 자립운동을 전개하고 있으며, 군사활동으로 발생하는 환경오염을 막기 위해 군 기지 환경 감시 활동을 합니다. 또한 자연과 더불어 사는 삶을 살고자 하는 시민들과 함께 삶과 삶터를 녹색으로 가꾸는 생활문화 운동을 진행하고 있습니다.

농사짓듯 꾸준히

외부에서 볼 때 녹색연합은 발빠른 '변화'와는 거리가 먼 방식으로 활동을 하고 있다고 생각하실 수도 있습니다. 녹색연합은 아직도 '현장 조사를 나가고, 공문을 보내고, 성명서를 내는' 그런 옛날 방식의 활동으로 여전히 일하고 있기 때문입니다. 육상 생태계를 보호하기 위해 700km 넘는 길을 걸으면서 조사하고, 생태관광의 모델을 만들고자 금강소나무숲길에 예약탐방제를

배제선
녹색연합 팀장, 대한민국

2003년부터 녹색연합에서 활동을 시작하여, 2010년 경북 울진군 금강 소나무 숲길 개통을 위해 지역으로 파견된 이후 자연생태 영역으로 옮겨 현재까지 그 활동을 지속하고 있다. 녹색연합에는 현재 4인의 공동대표와, 30명의 본부 녹색연합 활동가, 28명의 지역 녹색연합 활동가, 14명의 전문기구 활동가가 근무하고 있으며, 전국적으로 15,000여 명의 회원이 함께하고 있다.

녹색연합 활동 사진 (금강소나무숲길)

실시하기 위해 3년간 활동가를 지역에 파견하기도 했습니다. 법의 사각지대에 있는 울진군의 산양 서식지 보호를 위해 15년 째 현장에서 산양의 똥을 찾아 헤매고 무인카메라를 모니터링하며, 이렇게 아날로그적인 일을 꾸준히 해나가고 있습니다. 백두대간 보전법 제정, 야생동물을 위한 구조치료센터 건립 등 이 모든 일들이 20년이라는 긴 시간을 변함없이 꾸준히 일해왔기에 만들 수 있었던 변화라고 생각합니다.

육체적으로 힘들기도 한 일이라 조사가 끝나고 숙소에서 잠이 들 때면 그만하고 싶다는 생각을 합니다. 그때마다 저보다 더 오래 활동하신 선배가 하신 "운동은 농사처럼 하는 거다. 비가 오나 눈이 오나, 잘될 때도 있고, 안될 때도 있지만 그냥 하는 거다"라는 말씀을 기억하며 매일매일 꾸준히 일하고 있습니다. 차곡차곡 쌓이는 똑같은 일상이 없는 한, 변화는 결코 오지 않습니다.

#발로뛰는운동 #꾸준함이만드는변화 #차곡차곡만드는변화

3 변화의 호응

변화에 발맞추어 가려면 어떤 것이
필요할까요? 새로운 공익활동의 등장과
조직, 리더십, 비영리 스타트업, 기술 등을
키워드로 시대가 맞이한 도전에 맞서
변화를 만드는 시도를 한 사람들의 목소리를
들어봅니다.

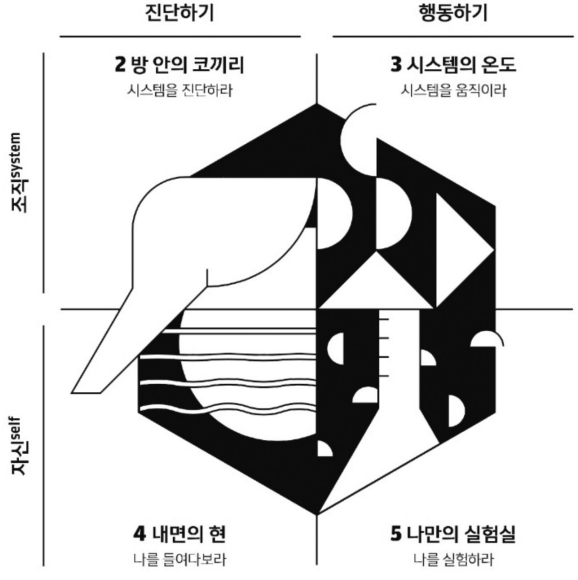
1

발코니에 올라 변화 속의 나와 조직을 조망하기

진저티프로젝트

다양한 사회 현상과 변화의 흐름을 읽고, 이 변화 속에서 사람과 조직이 건강하게 성장하도록 함께 고민하고 돕는 소셜 무브먼트 큐레이터(Social Movement Curators) 그룹. 사람과 조직이 건강하게 성장하도록 돕기 위해 다양하고 새로운 방식의 교육, 연구, 출판, 자문 사업을 진행한다.

여러분은 변화에 어떻게 대처하고 있습니까? 과거의 방식으로 해결할 수 없는 새로운 성질의 문제 즉, 변화 적응적 도전을 맞이하는 시대에 우리는 어떻게 변화를 맞이하고 어떤 리더십을 발휘해야 할까요? 조직과 시대가 맞이한 도전에 맞서 변화를 만들어내려고 고군분투하는 사람들이 함께 모여 도전을 진단하고 그에 따른 행동의 방향을 설정하는 통합적인 관점을 연습해 보세요.

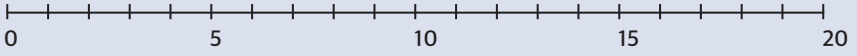


1) 변화적응역량 진단을 위한 5가지 질문

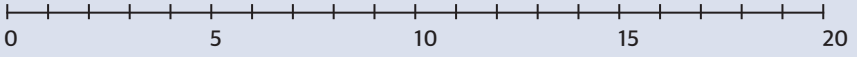
우리 조직이 변화에 적응하는 역량을 가진 조직인지 자료를 활용하여 진단하고 소그룹으로 대화를 진행합니다.

변화적응역량 진단을 위해 아래 다섯 가지 질문에 점수를 매겨보세요.

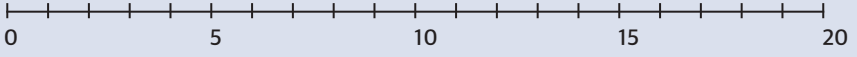
1) 방 안의 코끼리*를 이야기한다



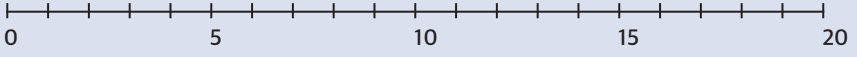
2) 조직의 미래에 대한 책임을 공유한다



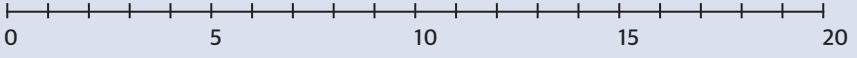
3) 모두의 독립적 판단을 가치있게 여긴다



4) 리더십 역량을 개발한다



5) 성찰과 지속적 학습이 구조화되어 있다



2) 다양한 협력 네트워크 만들어 보기

현재 자신이 직면한 도전 과제에 따라 새로운 해결책을 함께 시도할 수 있는 사람들을 찾아보는 활동을 진행합니다.

#새로운조직문화 #리더십 #안전한실험실

---

* 방 안의 코끼리 : 모두가 잘못됐다는 것을 알면서도 먼저 그 말을 꺼낼 경우 초래될 위험이 두려워, 그 누구도 먼저 말하지 않는 커다란 문제를 가리킨다. <시사상식사전>, 박문각, 2018.

2

새로운 활동을 가능하게 하는 조직 만들기

왜 새로운 조직이 필요하며 어떻게 만들 수 있을까요?

기존과는 다른 방식의 새로운 공익활동과 주체들이 등장하고 있습니다. 새로운 활동을 하는 주체들은 일하는 방식, 조직 내 문화, 조직 내 시스템과 관련하여 기존의 조직 논리를 따르기 보다는, 보다 민주적이고 효율적이며 수평적인 방향성을 추구하는 경향이 강합니다. 새로운 소통방식과 조직구조를 구현하기 위한 일의 도구를 사용하는 데도 적극적입니다.

이러한 주체의 등장으로 점화된 변화가 감지되는 시점에서, 이런 변화를 만들어내는 기본 단위인 조직에 집중해야 합니다. 새로운 활동을 하고자 한다면 그런 활동을 하는 사람들이 모여 있는 조직의 구조와 시스템의 변화를 동반해야 하기 때문입니다.

씨닷

국경을 넘어 사람과 사람을 연결하고 연결을 통해 사회혁신의 발전과 확산을 촉진하는 기관. 국제컨퍼런스와 세미나 기획, 진행뿐만 아니라 국제 네트워크 구축을 위한 컨설팅과 코디네이팅을 진행하며 활동가들과 청년을 위한 교육도 하고 있다. 또한 아시아 내 소셜비즈니스의 교류와 확산을 위해 사회적 기업가와 이를 돕는 재단과 투자자, 중간지원조직들이 연결될 수 있는 기회를 창출하고 향후 이러한 기회를 가능하게 하는 플랫폼을 구축할 예정이다.

엔스파이럴

위계없는 조직 실험 및 새로운 활동을 실험하고 실천하는 단체. 뉴질랜드 웰링턴의 프리랜서와 활동가들에 의해 시작된 이 조직은 함께 일하며 의미 있는 사회적 영향력을 만들어내자는 비전 아래 다양한 직종에서 자원과 일자리를 공유하며 함께 일하는 새로운 관계망을 구축하며 혁신적인 참여 도구와 프로세스를 만들어내고 공유하고 있다.

논의해 볼 질문*

1) 새로운 조직을 스스로 시작하고 싶습니까?
2) 조직 내 급여 및 보상 정책을 결정하는 데 구성원으로서 참여해본 적이 있습니까?
3) 속한 조직 내에서 권한이 효과적으로 분산되어 있다고 생각합니까?
4) 속한 조직의 투명성 수준에 만족합니까?
5) 속한 조직 내에서 실패 가능성이 있는 새로운 아이디어를 시도해보는 것이 안전하다고 느낍니까?
6) 당신이 일하고 싶은 사람을 직접 선택해본 적이 있습니까?
7) 속한 조직 내에서 당신의 인격 전체를 드러내도 환영받을 것이라 느낍니까?

#새로운소통방식 #새로운공익활동주체 #수평적방향성

* 이 질문은 엔스파이럴과 씨닷, 빠띠(권오현), 옐로우독(제현주)이 함께 논의하며 만들었다.

3 비영리 조직의 진화

우리나라의 비영리단체를 둘러싼 내외부 환경이 복합적으로 변화하고 있습니다. 단체가 본래의 미션과 가치를 잃지 않으면서도 이러한 커다란 변화에 적응하고 진화하기 위한 방법은 무엇이고, 이러한 진화에 있어 중요한 요소들은 어떤 것들이 있을까요? NPO 스타트업 개념을 중심으로 이야기를 나누고 기존 조직 내부에서 변화를 만들어내고자 하는 새로운 시도를 살펴 보겠습니다.

조직 외부에서 오는 변화의 필요

생태계 빌더(Ecosystem Builder)의 관점에서 NPO를 지원하고 있는 조직들은 어떤 방향으로 변화를 추구하고 있을까요? 최근에 '비영리 스타트업'이라는 개념이 통용되고 있다는 사실을 주목해 보셨으면 좋겠습니다. 비영리 스타트업 생태계가 자생적으로 생겨나고 있고, 영리와 비영리의 경계가 사라지고 있습니다. 핵심은 문제 해결력과 임팩트입니다. 비영리 조직이 문제 해결력과 임팩트를 갖추려면 비즈니스 모델과 기술 그리고 사회적 임팩트가 필요합니다.

성공적인 진화에는 세 가지 특징이 있습니다. 첫째, 진화란 종의 지속적인 생존을 위해 핵심 유전자를 보존하는 것입니다. 둘째, 진화는 더 이상 필요하지 않은 유전자를 버리거나 조정하고 재배열하는 것입니다. 셋째, 진화는 유전자를 새롭게 배열하여 위기의 상황 속에서도 새로운 방식으로 성장하고 번성하는 능력을 만들어내는 것입니다.

알트랩

CSR, 지속가능성, 사회혁신, 사회적기업 영역의 전문가들이 모여 2015년 설립한 조직 지속가능성 분야의 비영리스타트업. 비영리조직이 명확한 미션과 가치 위에서 건강하고 효과적인 조직 운영을 통해 더 큰 사회적 임팩트를 만들어내도록 돕는다. 이를 위해 비영리조직의 지속가능성에 관한 원칙과 가이드라인을 개발하고, 참여 기반 자문(Advisory Engagement)과 관련 교육을 통해 비영리조직을 돕고 있다.

조직 내부에서 생겨나는 변화의 필요

자체적 필요에 의해 스스로 진화해 나가고 있는 사례도 있습니다. 아동·청소년 음악교육 단체인 올키즈스트라에는 세 가지 목표가 있었습니다. 첫째, 아동·청소년의 건강한 성장, 둘째, 아동·청소년이 건강하게 성장할 수 있는 지역사회 여건 조성, 셋째, 아동·청소년이 공평하게 누릴 수 있는 문화예술 환경 조성입니다. 지역사회가 운영주체가 되어 100% 지원금으로 운영되던 컨소시엄 형태의 프로그램은 성과 평가를 통해 효과를 입증하여 실질적인 자립을 이루고 별도의 스타트업을 설립하는 데 이르렀습니다.

#비영리스타트업 #진화 #새로운생태계

4

정보기술혁명의 시대에 비영리가 지켜야 할 소통의 절대법칙

소셜미디어, 빅데이터, 클라우드, 사물인터넷 등 새로운 기술이 발전할수록 비영리단체 활동가들은 기술을 이해하고 익혀야 하는 동시에 필요에 따라 단체 활동에 적용도 해야 합니다. 인공지능 시대, 4차 산업혁명의 시대 같은 어려운 기술은 무엇부터 시작해야 할지 막막하게 느껴지기도 합니다.

이러한 조급함을 잠시 내려놓고, 정보기술 혁명의 시대에도 변하지 않는 비영리 소통의 절대 법칙들에 대해 알아보겠습니다. 비영리가 정보 기술을 통해 소통하기 전에 알아야 하는 감성과 관계, 경험, 태도 등을 소규모 워크숍을 통하여 되새겨 보는 시간을 갖고자 합니다.

첫 번째 : 드로잉 워크숍

1) 내가 만약 슈퍼 히어로가 된다면?

평소 영화 속에서 보아 왔던 아이언맨이나 원더우먼 등 슈퍼 히어로가 된 나의 모습은 어떨까요? 상상만 했던 그 모습을 직접 그림으로 그려보고, 함께 참여한 다른 참가자들에게 설명하는 시간입니다.

우리가 평소 느껴 왔던 고민과 어려움 등을 '콤플렉스'로 표현하고, 이를 이겨낼 수 있는 나만의 '필살기' 를 표현하면서 누구를 적으로 생각하고 본인이 고수하고자 하는 것은 무엇인지를 알 수 있습니다.

2) 관계도 그리기

참가자들이 그린 슈퍼 히어로 간의 관계를 그려보는 시간입니다. 자신의 히어로가 다른 히어로와 어떤 관계일지 상상하면서 이야기를 만들어 보고, 관계를 통해 우리가 어떤 힘을

다음세대재단

'미디어, 커뮤니케이션의 현명한 사용을 통해 가치 있는 개인들이 창의적이고 다양한 모습으로 함께 살아갈 다음세대 창조'란 사명을 가지고 역동적으로 변화하는 미디어 환경 속에서 일상 속에 존재하는 다양한 미디어에 대한 이해와 창조적 활용능력이 21세기 다음세대가 지녀야 할 중요한 라이프스킬이라고 생각하며 다양한 활동을 하고 있다.

...

만들 수 있을지, 어떤 히어로와는 적 관계가 되는지 알아봅니다.

비영리 영역에서 활동을 하면서 혹은 조직에서 업무를 하면서 어려웠거나 힘들었던 이야기를 자유롭게 나눕니다.

두 번째 : 글쓰기 워크숍

데이비드 하워드와 로버트 맥키의 스토리 창작론, 애덤 그랜트와 빅토리아 D. 알렉산더의 행동 유형 등을 통해 자신의 삶을 관찰하는 글쓰기와 의사 표현을 하는 워크숍입니다. 참가자들은 글을 쓰기 위해 필요한 원칙과 기본적인 규칙에 대해서 강의를 듣고, 특별한 주제에 대해 글을 쓰고자 할 때 참고할 수 있는 다양한 기술을 알 수 있습니다.

#비영리와미디어 #커뮤니케이션 #소통 #본질

4 변화의 흐름: 나로부터 시작하는 변화, 변화의 흐름과 만나다

우리는 변화를 무엇이라 생각할까요? 느림, 꾸준함, 손 안의 민주주의, 연결과 연대, 경계 넘기, 상상력과 열정 등 아마 수많은 키워드가 떠오를 것입니다. 이 장에서는 앞서 살펴보았던 변화의 계보를 고려하여 이러한 변화의 흐름을 어떻게 나의 변화로 반응하고 시작할 수 있을지 살펴봅니다. 공익 목적을 향한 우리 각자가 만들 수 있는 변화의 시작은 어디서부터 출발하며, 앞으로의 변화와 어떻게 연결되어 있는지 논의해 봅니다.

1 변화, 불안과 불만 사이에서

어느날 활동을 열심히 하고 있는 선배가 “우리 참 열심히 살았는데 세상이 좋아지고 있는 것 같지 않다. 변화하는 조짐만 보이는 것 같다”고 말했습니다. 저는 “조짐이나마 남아 있는 게 어디냐”고 이야기했지만 변화의 확신이 무너지고 있다는 생각이 들었습니다. 사무실에서 저의 위치를 생각하며 나는 어디에 있는가 고민하게 되었습니다.

변화는 어디에서 올까요? 변화는 불만족에서 온다고 생각합니다. 만족한다면 변화는 오지 않겠죠. 변화를 시행하려면 나의 부족함, 부족함을 받아들일 수 있는 여유 공간이 필요하다고 생각합니다. 『미움 받을 용기』에 이런 이야기가 나옵니다. “변함으로써 생기는 ‘불안’을 선택할 것이냐, 변하지 않아서 따르는 ‘불만’을 선택할 것이냐”의 문제가 있는데 저는 과감하게, 변함으로써 생기는 불안을 선택할 것입니다.

다음세대재단이 만든 체인지온 (ChangeON)은 비영리단체가 새로운 기술과 변화를 보다 쉽고 깊게 만나게 함으로써 사회변화를 만들어 가고자 하는 데서 시작되었습니다. 온(ON)이란 단어에는 네 가지 의미가 있는데, 첫째 ‘온라인’으로 대표되는 기술의 ‘온’입니다. 기술이 가져오는 변화가 있을 것이라는 것을 분명히 믿고 있으며 기술에 대해 과대평가도, 과소평가도 하지 않고 객관화해서 바라보아야 할 것입니다. 두 번째는 ‘켜다’라는 뜻으로 늘 감각을 켜놓는 것이 변화가 오는 것임을 잊지 않기 위해서입니다. 세 번째는 ‘서다’라는 뜻으로 변화 앞에서 심지, 철학의 중심을 잘 잡고 서기 위해서입니다. 마지막은 ‘따뜻하다’는 뜻으로 서로 따뜻한 세상을 위해 하는 일이란 의미입니다.

방대욱
다음세대재단 대표이사, ChangeON
대한민국

같은 것이 반복되는 지루한 상황과 일을 무척 싫어하며, 변화하지 않아 생기는 불만보다는 변화해서 생기는 불안을 선택하길 좋아하는 사회복지사다. ‘세상은 스스로 좋아지지 않는다’는 역사학자 에릭 홉스봄의 말을 참 좋아하며, 그래서 무엇인가 계속 해 보고자 한다. 영리와 비영리, 사람과 기술, 헌신과 이기심 등의 경계에 서 있길 좋아하며, 서로 다른 무엇인가를 연결해 보려고 한다. 청소년들의 삶의 문제, 문화 다양성 문제, 기술을 통한 세상 변화에 관심을 가지고 현재 다음세대재단 대표로서 활동 중이며, 새로운 비영리 생태계 조성을 하고 싶어 요즘은 비영리 스타트업 사업을 고민하고 있다.

2

변화, 기술의 위협이라는 겨울 앞에 던져진 고민

몇 년 전 빠띠를 시작하기 전에 만난 분 중에 한 분이 “온라인에서 뭔가 만들면 사람들이 모여서 힘을 내서 할 줄 알았는데 요즘에 생각보다 잘 안 모이더라”고 말씀하셨습니다. 그런데 그 질문에 이렇게 답했습니다. “변화가 꼭 그렇게 한 군데로 모여야 하나요? 그것보다는 조금씩 잊지 않고 하고 있다는 게 오히려 변화했다는 증거 아닐까요?”라고 답했습니다. 누군가가 아니라 우리 모두가 조금씩 해 나가는 게 변화라고 생각하고, 아주 전통적인 조직에서 완전히 새로운 조직이 다양한 변화가 같이 움직이고 있고 그 마음이 다 비슷하다고 생각했습니다.

첫 번째로는 이처럼 다양한 배경과 관심사를 둔 사람들을 한 팀으로 생각할 수 있을까를 같이 고민해 봤으면 했습니다. 오랫동안 전통적인 조직에 계셨던 분들이 소셜벤처 등의 다양한 시도를 하는 사람들을 운동하는 사람으로 받아들일 수 있을 것인지 같이 생각해 보셨으면 좋겠습니다. 저는 개발자의 위치에서 활동가로서 인정받기까지 시간이 오래 걸렸습니다. 그래서 시민사회 섹터와 연결되어 있는 이러한 다양성을 ‘한 팀’으로 볼 수 있을 것인가에 대해 질문을 던지고 싶습니다. 인기 미드인 <왕좌의 게임>의 명대사 “Winter is coming”을 알고 계십니까? 겨울이 오고 있습니다. 우리가 한 팀이 되어서 큰 도전들을 맞아야 한다고 생각합니다.

권오현
빠띠 대표, 대한민국

인터넷을 통해 즐겁고 평화로운 세상을 만드는 데 기여하는 것을 목표로 하는 프로그램 개발자. 2006년 다음에 입사해 개발자와 기획자로 일하면서 토론방 ‘아고라’와 블로거들의 콘텐츠 유통 채널인 ‘블로거 뉴스’를 만들었다. 퇴사 이후 IT 솔루션 기업인 ‘유에프오팩토리’를 창업하고 2017년 슬로워크와 합병하였다. 현재 기획자, 개발자, 디자이너 등 6명으로 이뤄진 협동조합 형태의 소셜벤처인 빠띠는 온라인에서 시민들이 주체가 되어 의견을 모으고 행동하는 ‘직접 민주주의 플랫폼’을 구현하고 있는데, 인터넷 기술을 활용하여 시민들이 자기 목소리를 내고 이에 공감하는 사람들을 만나 이런 커뮤니티들이 서로 느슨하게 연대할 수 있도록 촉진하는 일을 하고 있다.

두 번째 고민, 기술의 위협입니다. NPO라는 단어가 가진 힘이 너무 강한 것 같습니다. 세상에 공짜가 어딨냐는 말을 합니다. 그런데 저는 세상에 공짜가 왜 없냐고 되묻고 싶습니다. 농담 같지만 우리가 공짜를 만들고 있잖아요. 세상의 모든 사람 누구나 접근할 수 있고 활용할 수 있는 새로운 것을 만들어내는 힘이 자본주의에서 정말 중요한 질문이라고 생각합니다. 수익추구의 문제를 떠나 기술이 가지고 있는 힘들을 우리의 것으로 만드는 일을 해야 한다고 생각합니다. 여기에서 NPO가 무척 중요한 역할을 맡고 있다고 생각합니다.

기술은 점점 고도화되고 있습니다. 기술조차도 힘을 가진 소수가 독점하려 하는 미래의 세상을 상상했을 때, 오픈소스로 온라인 투표 플랫폼을 개발하고 있는 산티아고 시리나, 직접민주주의 플랫폼을 오픈소스로 제공하는 빠띠처럼 기술을 공유하고 기술을 우리 모두의 힘으로 만들려는 노력은 앞으로 점점 중요해질 것입니다.

마지막으로 제가 가지고 있는 고민은, 변화를 언제, 왜 원하는지에 대한 것인데요. 어떤 욕구나 욕망이 있을 때 변화를 갈망하기도 하지만 '고통 받고 있을 때' 변화를 원하게 되는 것 같습니다. 고통 받는 사람들에게 어떻게 공감할 수 있을까, 기술을 통해 어떻게 같이 동참할 수 있을까 좀 더 고민하고 함께 변화를 만들어가면 좋겠습니다.

3

변화, 느슨히 연결된 다양한 주체가 함께 만드는 것

저는 제 자신이 사회 변화 혹은 사회적 어젠다를 갖고 있는 사람이라는 사실을 스스로 받아들이기까지 오랜 시간이 걸렸습니다. 일반적인 직장에서 오랫동안 일해 왔기 때문에 NPO와는 가장 먼 지점에 있는 사람이라는 생각을 했고, 협동조합을 거쳐 지금 임팩트 투자를 하고 있는데, 커리어와 일하는 방식이 계속 이동해 오는 과정에서 자연스럽게 사회변화를 꿈꾸거나 새로운 활동들을 만들어가고 계신 분들과 만나고 그분들의 호출을 받으면서 나를 왜 부르실까 궁금했습니다.

하지만 2주 전 쯤 제가 존경하는 분이 저에게 "사회를 바꾸고 싶어하잖아요?" 라고 하신 질문에 "그건 그런데요."라고 자연스럽게 대답하는 저를 발견하면서 혼란스러워지기도 했습니다.

비영리의 어젠다에 공감하니까 후원자가 될 수는 있지만, 비(非)영리가 영리의 반대말로 자리하다 보니 영리적인 측면을 중요하게 생각하는 사람은 그 주체가 될 수 없는 것 같다고 추측해 왔던 것 같습니다. 따라서 저는 스스로를 외부자로 정체화하고 있었던 것이죠. 그런데 저의 반응하는 방식이 후원에서 작은 프로젝트로 변하게 되고, 조금씩 저의 비즈니스 조직에서도 사회적인 어젠다를 발신하게 되었습니다. 그런 식으로 자연스럽게 활동의 주체가 되었습니다. 다양한, 각자가 꿈꾸는 사회를 그려나가고

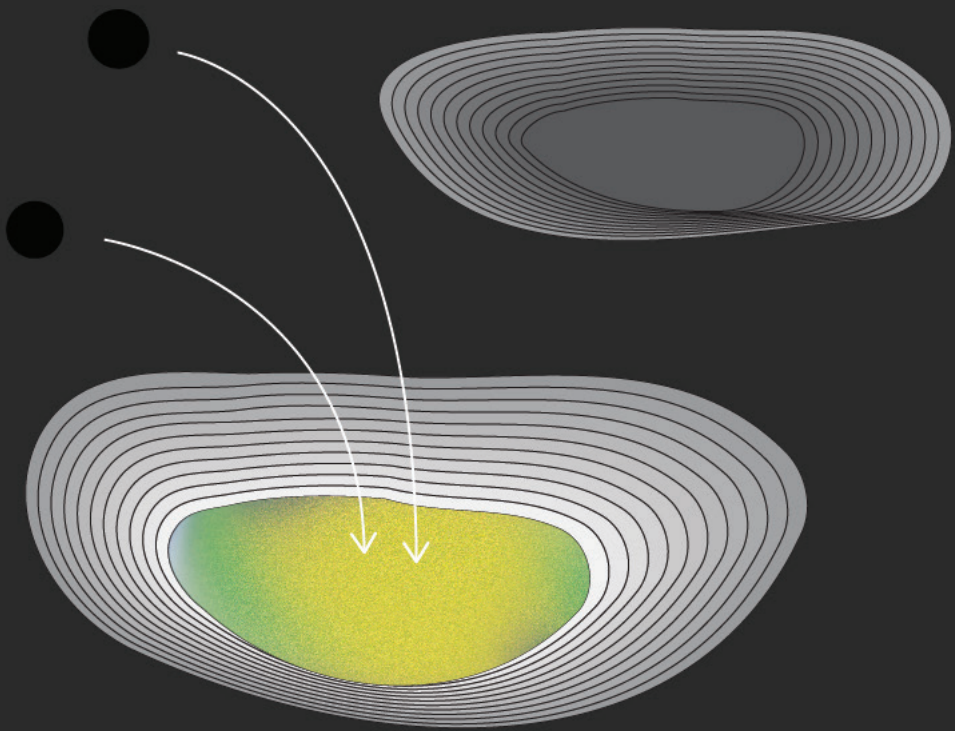
제현주
옐로우독 대표, 대한민국

임팩트 투자를 철학으로 하는 YellowDog에서 사회적 문제를 해결하는 스타트업에 투자하고 있다. 글을 쓰는 작가이자 번역가이다. 『내리막 세상에서 일하는 노마드를 위한 안내서』와 『일상기술연구소(공저)』를 썼고 『우리는 왜 이렇게 오래, 열심히 일하는가』를 포함해 10권의 책을 옮겼다. 자본과 사람과 글의 좋은 영향력을 세상으로 흘려보내는 일을 한다. McKinsey에서 전략 컨설턴트로 일하며 외환위기 및 신용위기의 여파를 뚫고 나오려는 기업들의 여러 구조조정 프로젝트를 경험했고, Carlyle의 Asia Buyout 팀에서 일하면서 2008년 전후로 자본 시장의 깊고 빠른 변화를 목격했다. 그후, 일하는 모든 사람이 주인이기도 한 협동조합 RollingDice의 창립멤버로 새로운 소유구조와 일의 방식을 경험했으며, 지금은 임팩트 투자라는 또 다른 투자의 지평에서 공부하며 일하고 있다.

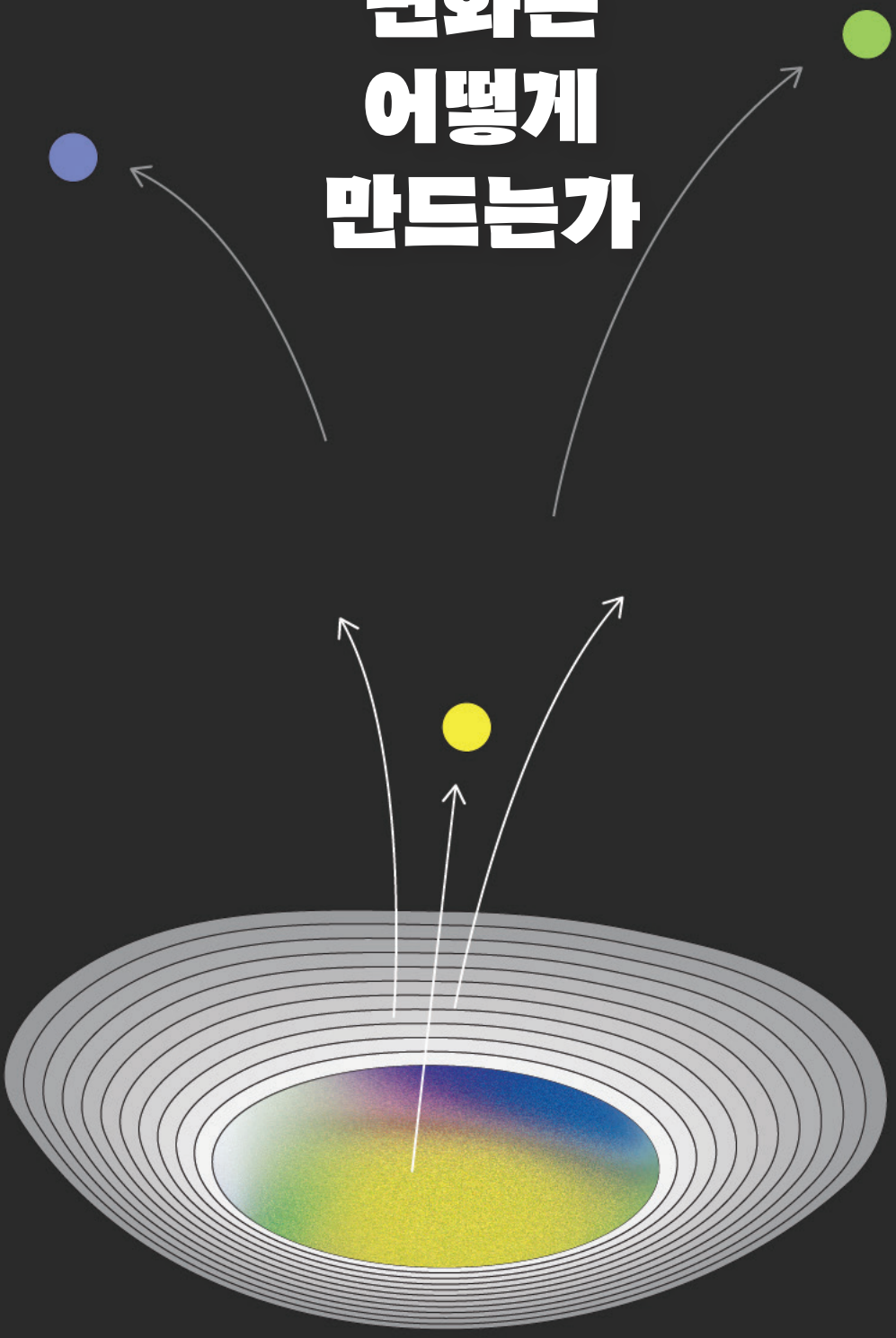
계시는 분들을 만나면서 나도 공익활동을 하는 사람 중 하나이구나 하는 사실을 편안하게 느끼게 되었습니다.

우리 모두의 주변에는 느슨하게 연결된 동료들이 무척 많이 있다고 생각합니다. 각자 가지고 있는 어젠다가 있고, 내 삶에서 3%의 방식이든, 50%의 방식이든, 그것을 해 보겠다고 하는 모든 개인을 우리가 느슨하게 연결된 섹터 안의 주체들이라고 받아들일 수 있게 된다면 엄청나게 세력을 확장할 수 있지 않을까요? 그러면 우리가 더 단단하게 싸워나갈 힘이 되지 않을까 생각합니다.

PART 2



변화는 어떻게 만드는가



그동안 대한민국에는 다양한 사회운동을 통해 세상을 변화시키려는 시도가 있었습니다. 그 근원적 힘, 변화를 이끌어낸 숨은 힘은 지금 우리 일상에 어떻게 녹아들고 어떠한 방식으로 작동되고 있을까요? 변화를 만드는 방법의 핵심 요소가 무엇인지, 어떠한 실험과 도전이 어떤 질서를 만들어내고 있는지 분석해 보았습니다.

크게 4가지 변화의 키워드를 발견할 수 있었습니다. 분산(과 집중), 관여(와 참여), 공유(와 소유), 커머닝(과 사유)이 바로 그것입니다. 그리고 어떤 키워드를 들춰 보아도 변화의 키워드와 연결되지 않은 것이 없었습니다.

2부에서는 "NPO가 어떻게 변화를 만드는가"에 중심을 두고, 어떠한 변화의 원칙이 사회적 가치를 증진시키고 사회를 더 발전시켜 나가는지 논의해 보려 합니다. 앞서 언급한 네 가지 키워드가 최근 우리 역사에서 변화의 변곡점마다 어떤 비율로 혼합되면서 힘을 발휘하고 있는지 통찰해 보려 합니다. 또한 변화의 새로운 주체들뿐 아니라 변화의 조력자들이 만들어가는 변화의 방법은 어떠한 특징이 있는지 공유하고, 생태계를 바꿔가는 변화의 힘이 어떻게 형성되고 있는지도 살펴보고자 합니다.

권력이 지역으로 분산되는 것, 참여를 넘어서 우리가 관여하는 운동들, 생태계의 발전을 위해 나의 것을 기꺼이 내어주는 공유, 우리의 삶을 함께 엮어가는 커머닝, 그리고 블록체인 등의 기술이 어떻게 사회변화의 촉매제가 되었고, 어떤 함수관계를 통해 변화를 빚어 왔는지 이야기 나누어 봅시다.

1 변화의 시작

변화를 보다 적극적으로 말하기에 앞서
변화를 위해 변하지 말아야 할 것은 없는지
고찰해 보고 앞으로의 변화를 만드는 방식은
어떠해야 하는지 돌아봅니다. 두 분의 이야기를
통해 과거와 현재 그리고 미래의 변화를
이어나가 봅시다.

1

변화하기 위해서 변하지 말아야 할 가치들

가장 인상 깊은 싸움: 변화를 위한 길

어느 날 다산인권센터로 강원도에 계신 택시기사 황상기라는 분에게 전화가 걸려왔습니다. 본인의 딸이 삼성전자에서 근무하다 죽었는데 "이곳은 삼성과 끝까지 싸울 수 있는 곳이냐"고 묻더군요.

황상기 씨의 딸은 고등학교를 졸업하고 삼성전자 기흥공장에 입사해서 1년 8개월가량 반도체 세정 작업을 했는데, 스무 살이던 2005년 6월 갑자기 급성골수성백혈병 진단을 받았습니다. 회사에서는 직원들이 모았다며 500만원을 건네면서 사표를 강요했습니다. 골수 이식을 받았지만 결국 치료를 마치고 돌아오는 길에 아버지의 택시 안에서 죽음을 맞았습니다. 그의 나이 스물 두 살이었습니다. 황상기 씨는 딸을 위해 사람들을 찾아다니기 시작하다가 저희를 만나게 되었습니다. 딸과 함께 일하던 사람 중에도 같은 병으로 투병 중이거나 이미 목숨을 잃은 사례가 있음을 알게 됐습니다. 전문가들은 백혈병이 산재로 인정된 사례가 없다며 힘든 싸움이 될 것이라 말했습니다. 그래서 제보 전화를 열어 다른 유가족을 찾았고, 수십 통의 관련 전화를 받게 되었습니다. 백혈병에 걸린 사람이 300여 명이고 이로 인해 사망한 경우가 80여 명이 된다는 사실이 제보를 통해 밝혀졌습니다. 그렇게 황상기 씨와 다른 희생자의 가족들, 그리고 동료들과 함께 반올림이라는 단체를 만들었고 계속해서 싸우고 있습니다. 이 싸움은 아마 제 인생 가운데 가장 인상 깊은 싸움이 되지 않을까 싶네요.

박진
다산인권센터 상임활동가, 대한민국

'박근혜정권 퇴진 비상국민행동' 공동상황실장으로 일하며 정권교체에 함께 했다. 인권의 확장을 위해 끝없이 꿈꾸고 싸우며, 벼랑 끝의 사람을 단 한 명이라도 구할 수 있다면 최선의 삶을 사는 거라고 믿고 인권운동가의 삶을 살아가는 중이다.

세상을 변화시키기 위한 우리의 변화들

변화는 무엇일까요? 사회를 좀 더 나은 방향으로 만들어 가던 분들은 모두 이런 생각을 하지 않았을까 싶습니다. 저도 이 질문을 끊임없이 던지며 고민했는데, 저의 움직임 역시 변화를 추구하는 길이었음을 알게 됐습니다. 인권활동가로 일하고 있는 저는, 지난 정부 시절에 전문 시위꾼이라고 불렸고 정부가 관리하는 블랙리스트였겠지요. 하지만 끊임없이 움직이며 목소리를 냈습니다.

1987년 6월 민주항쟁 당시에는 저도 어렸기 때문에 집회 현장은 어렴풋하게만 기억이 납니다. 항쟁이 정권 교체로 이어지지 못했다며 낙담하기도 하였습니다. 2017년 촛불집회는 더 기억에 많이 남습니다. 집회 동안 사회를 맡기도 하며 좀 더 적극적으로 참여했거든요. 촛불집회 당시 광장의 작은 목소리들이 묻히는 것이 아니라 함께 동료시민으로서 혐오발언을 금지하며 다양한 형태로 목소리를 내었습니다. 연대감과 유머를 느낄 수 있는 재미있는 깃발이나 안내문을 만들기도 하였습니다. 변화하기 위해 변하지 말아야 할 가치들 그리고 그 가치들을 지키기 위한 노력이기도 하였습니다.

저는 2017년이 1987년과 '변화'라는 키워드를 매개로 연결되어 있다고 생각합니다. 끊임없이 살아 움직이면 세상이 바뀔 수 있음을 깨닫게 되었습니다. 이런 우리 모두의 움직임이 향후 30년 동안 또 어떤 변화를 만들어갈지 기대됩니다.

단정짓지 않는 것, 들으려 하는 것, 변하지 않는 것은 없다는 것

변화는 단정짓지 않는 것이라고 생각합니다.

일본에서 공동체 생활을 하는 한 마을의 사례를 보면 그들은 무엇을 단정짓기 보다 끊임없이 질문하며 살아가고 있었습니다. 이 모습을 보며, '절대 변하지 않는 것은 없다고 생각하며 살자', '들으려 하지 않는 태도를 버리자'고 생각했습니다.

네팔에서 온 찬드라는 식당에서 밥을 먹다 지갑을 두고 온 걸 알고 설명했지만, 그의 말을 알아듣지 못한 식당 주인, 경찰, 정신병원 근무자들로 인해, 정신병원에 끌려가 6년 동안 갇혀 있었습니다. 아무도 그의 말이 네팔어라는 생각을 하지 않았기 때문이죠. 들으려 하지 않는 태도가 낳은 야만적인 사례입니다.

다산인권센터의 캐치프레이즈는 '인권에는 양보가 없다'입니다. 법률구조에서부터 인권교육까지 작고 큰, 일상적이며 일상적이지 않은 인권문제들을 하나하나 해결해 왔고, 20년 동안 끊임없이 조금 또는 크게 많은 변화를 만들어 왔습니다. 한 방울 한 방울이 모여 변화를 만듭니다. 머물지 않고 끊임없이 변화해 가야 합니다.

#끊임없이살아움직이기 #가치를지키며만드는변화 #단정짓지않는것

2

20년을 내다본 협업의 기술

실패의 경험을 통한 교훈

지난 6개월 동안 무엇을 바꾼 경험이 있으신가요? 작은 변화여도 좋습니다. 스스로 바꾼 습관 등을 생각해 보시기 바랍니다. 그렇다면 그 변화를 쉽게 만들어 냈다고 생각하시나요?

저는 지난 16년간 사회적인 협업을 통해 변화를 만드는 일을 해 왔습니다. 여러 시민단체와 함께 전체적인 사회변화가 중요하다는 데 동의했고 그래서 많은 큰 프로젝트에 참여해 왔습니다. 진보적인 활동가들과 더불어 여러 목표를 두고 여러 문제를 다루었습니다. 하지만 성공하지 못했습니다. 저희의 행동이 자랑스럽지만 지속가능성 등 여러 요인에서 보면 실패했다고 생각합니다. 이 경험에서 얻은 교훈을 나누고자 합니다.

함께 해결한다면 문제해결 속도는 빨라질 것이다

컴퓨터 마우스와 하이퍼텍스트를 개발한 것으로 유명한 더그 엥겔바트(Doug Engelbart)는 기술 전문가로 알려져 있지만 그가 왜 발명을 했는지 아는 사람은 많지 않습니다. 그는 세계의 산적한 문제를 인지했고, 인간의 문제 해결 능력보다 문제 발생 속도가 더 빠르기 때문에 이를 해결하기 위해서는 집단적으로 움직여야 한다는 믿음으로 기술을 만들게 되었다고 합니다. 전쟁, 기후변화, 불평등 등 세계의 문제는 점점 복잡해지고 있고, 해결하기 더 어려워지고 있습니다. 그러나 우리가 함께한다면 해결의 가능성은 커집니다.

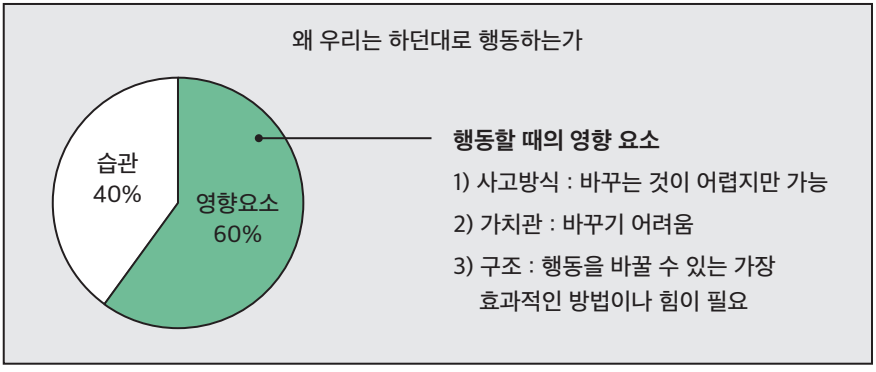
유진 김 Eugene Kim
Faster Than 20 대표, 미국

Blue Oxen Association과 Groupaya 공동설립자. 소셜미션을 가진 체인지메이커들을 위한 협업 전문가. LA에서 태어나 성장하였으며 하버드 졸업 후 샌프란시스코로 이주, 더그 엥겔바트에게 영향을 받아 2002년부터 개인이나 조직의 사회혁신 및 협업 활동 컨설턴트로 활동 중이다.

왜 우리는 늘 하던대로 행동하는가?

자전거를 숙달되게 타는 사람에게 기존 방식 대신 새로운 방법으로 자전거를 타라고 추천해 봅시다. 얼핏 쉬울 것 같지만 막상 해 보면 쉽지 않은 이유는 바로 습관 때문입니다. 바꾸려고 해도 고정된 사고방식에 의해 실패합니다. 저도 이런 경험이 있었는데요. 수없이 실패하고 재도전하기를 반복한 후에야 교차방식으로도 자전거를 잘 탈 수 있게 됐습니다.

이러한 교훈을 지난 6년 동안 제 일에 적용해 보았습니다. 지나간 많은 실패들은 연습 부족 때문임을 깨닫게 됐고, 협업 관련 프로젝트를 만들었습니다. 이처럼 우리의 사고방식과 가치는 우리의 집단 행동에 영향을 줍니다.



경청, 협업의 중요 기술

경청은 굉장히 중요한 협업입니다. 가족이나 친구 등 가까운 사이에서도 경청 문제가 일어나곤 합니다. 이 문제를 해결하고자 저는 서로 집중하여 듣는 교육 프로그램을 만들어 16주 동안 2인 1조로 진행하면서 협업 근육을 키울 수 있게 하였습니다. 그 결과는 매우 놀라웠습니다. 미 서부에서 기후 활동가들 사이에 협업이 잘 이루어지지 않자 저희 워크숍에 참여하였는데 3개월의 반복 연습을 통해 서로 경청하는 훈련이 성공하게 되었습니다.

하지만 이런 훈련이 모든 사람을 바꾸지는 못했습니다. 수백, 수천 명이 참여했지만 충분히 집중적으로 참여하지 못한 사람이 많았습니다. 3년이 지나고 장기적으로는 '실패'라는 결론을 내렸고, 이로 인해 저는 풀이 죽었던 것 같습니다.

사회의 큰 문제들은 너무 복잡해서 혼자 해결하기 힘들고, 따라서 뭉쳐야 한다고 말씀드렸습니다. 개미를 예로 들자면, 개미는 인간에 비해 지능이 떨어지지만 집단지능이 발달하여 협업으로 개미굴을 만드는 등 많은 일들을 성공적으로 해냅니다.

그래서 우리는 실패해야 합니다. 우리는 모두 반복적으로 넘어지고 실패하지만 다시 일어나 다시 해내야 합니다. 또한 겸손해야 합니다. 우리는 세계를 살리고 싶어하기에 함께하는 것이 중요합니다. 마지막으로, 시스템을 잘 활용해야 합니다. 간혹 체제에 순응하는 것도 필요합니다. 이를 이용해 변화를 이끌어내도록 노력해야 합니다.

협업의 근육을 키우는 기술

협업 기르기 훈련은 크게 3개의 훈련으로 구성되어 있습니다. 첫째, 경청하기입니다. 훈련을 통해 집중하며 상대방의 이야기를 듣고, 상대방이 이해할 수 있는 언어로 이야기를 해야 서로 소통이 잘 이루어진다는 것을 깨닫게 됩니다. 둘째, 도움 요청하기입니다. 훈련을 통해 서로 도움을 요청하고, 거절하는 어려운 일을 경험해 봅니다. 셋째, 댄스&발코니 훈련입니다. 타인을 움직이게 하기 위해서는 전체를 조망하여 움직이면 공동의 목적으로 다가가기 쉽다는 것을 알게 합니다.

1) 첫 번째 훈련: 경청하기

듣고 말하는 것은 서로 연관되어 있습니다. 편안한 상태와 마음가짐에서는 잘 들을 수 있죠. 그러나 실생활에서는 우리가 그러한 상태에 놓여 있기가 쉽지 않습니다. 경청이 어렵기는 하지만 또 불가능한 것은 아닙니다. 아래 훈련을 일상에서 매일매일 친구와 동료, 가족과 연습해 보세요. 훨씬 더 부드럽게 상호작용할 수 있게 될 것입니다.

① 2인 1조로 짝을 이룬다.
② 한 명이 1분 동안 이야기를 하면, 상대방은 어떤 질문도 하지 않고 듣는다.
③ 이야기를 들은 사람이 들은 이야기를 말한다.
④ 말한 사람이 얼마나 잘 듣고 이야기 했는지 상대방에게 1~5점의 점수를 준다.
⑤ 점수를 확인하고, 놓친 부분을 다시 듣고 말하기에 재도전한다.
⑥ 5점을 받을 때까지 여러 번 반복한다.
⑦ 말하는 사람을 바꾸어서 위의 과정을 진행한다.

2) 두 번째 훈련: 도움 요청하기

도움을 요청하는 일, 혹은 거절하는 일은 특히 세대가 섞여 있다면 훨씬 더 쉽지 않습니다. 그것이 쉬워지는 유일한 방법은 역시 여러 번 해 보는 수밖에 없습니다. 요청과 수락, 거절이라는 프로세스에는 감정이 수반되다 보니 앞의 훈련에 비해 에너지가 많이 듭니다.

① 3인 1조로 짝을 이룬다.
② 옆에 있는 사람에게 도움을 요청하면, 상대방은 무조건 긍정의 대답을 해야 한다(3회).
③ 옆에 있는 사람에게 도움을 요청하면, 상대방은 무조건 거절의 이유를 들어 거절해야 한다(3회).
④ 마지막으로 들어줄 수 있는 실질적인 부탁을 해 본다.

3) 세 번째 훈련: 댄스플로어&발코니

사람에게는 타인을 컨트롤하고 싶은 본능이 있다고 합니다. 살다보면 그런 마음이 들 때가 종종 있지요. 그러나 타인을 컨트롤하기란 역시 쉽지 않은 일입니다. 하지만 무리와 함께 공동의 목적을 가지고 앞으로 나아가면 성취할 수 있습니다.

'댄스플로어&발코니'는 리더십과 라인의 은유인데요, 보통 무도회장(댄스플로어)에서 사람들은 파트너에만 집중해 춤을 추지만 발코니에서 조망해 보면, 전체의 그림을 볼 수 있다는 뜻을 내포하고 있습니다.

① 12명이 나와 자유롭게 중앙에 선다.
② 서로 말을 하지 않은 채 상상의 선을 만들고, 12명 중 한 명이 선을 넘게 한다.
③ 실패할 경우, 소통을 통해 전략을 이야기해 본다.
④ 다시 시도해 본다.

#함께해결하는기술 #잘듣고잘전달하기 #도움을요청하기 #전체를조망하기

참여자 후기

"[민주적 대화 훈련]이라는 주제로 비슷한 것을 해 본 적이 있어요. 퍼실리테이션 훈련을 하며 배웠는데, 다 통한다는 생각을 했어요. 영어로 들으니 더 신선하기도 했고요"

"사실 올 때는 목적이 없었는데, 와서 듣다 보니, 변화를 위해 남이 변화할 게 아니라 내가 바뀌어야 함을 느꼈어요. 편안한 분위기에서 진행해서 좋았고 새로운 사람과 협력할 자신감이 생겼습니다."

"사회복지사를 꿈꾸는 대학생입니다. 사람이 많이 다르고, 협업하기 어려웠어요. 그래도 극복하기 위해서는 회피할 것이 아니라 오늘 배운 거절하는 것, 도움 요청하는 것을 연습해야 할 것 같아요!"

댄스플로어&발코니 훈련 중인 참여자들

2 변화를 반올림하는 감각들

변화는 어떻게 만들 수 있을까요?
변화를 반올림하는 다양한 조직 혁신 사례들은
우리가 관점을 바꾸면 할 수 있는 일들이
얼마나 무궁무진한지 깨닫게 해 줄 것입니다.
구체적이고 실질적인 사례를 통해 변화의
성과와 고민에 관한 생각을 공유해 봅시다.

1 다시 가는 할머니학교

저는 조금 낯선 우주에 와 있습니다. 대한민국에 하나밖에 없는 유일한 시공간입니다. 서울 금천구에 있는데, 흥미로운 이야기가 매일매일 흘러 넘쳐서 혼자 듣고 보기 아깝기 때문에 주변에 자꾸 전하게 되는 할머니학교입니다. 독산동, 시흥동, 가산동에 살고 있는 65~75세의 할머니 스무 명이 빚어 내는 이상한 힘에 끌려 자꾸만 다시 가는 할머니학교입니다.

입학식을 준비하면서 몇 개의 질문을 가지고 사전 워크숍을 진행했습니다. "처음 학교를 간 연도는?", "마지막으로 학교를 마친 연도는?" 마지막 학교는 평균 1960년대였습니다. 가족 공동체 내에서 남자 형제의 진학의 중요성을 귀에 딱지가 앉을 정도로 듣고 자란 세대입니다. 여러가지 연유로 50년만에 '다시 가는 할머니학교'입니다.

할머니학교는 2017년 늦은 봄, 금천구청 지역혁신과 사업으로 추진된 문화운동입니다. 구청 산하 사업이기는 하지만 복지 개념보다는 교육에 방점을 두어 운영되고 있습니다. 할머니학교를 초기에 구상할 때는 마을대학이나 커뮤니티 컬리지에 가까웠습니다. 지역 예산을 지역 주민에게 교육의 기회로 환원하는 프로그램이라는 공공성 때문입니다. 그러나 독립적인 작은 학교 하나를 온전히 꾸려내려면 많은 지혜가 필요합니다. 할머니학교가 세상에 없던 문 하나를 연 것은 분명합니다.

최소연
할머니학교 교장, 대한민국

큐레이터, 예술감독, 예술학교 교장. 예술과 사회의 접점 속에서 인류를 보다 흥미로운 방향으로 진화시키는 데 관심이 많다. 비전 디렉터(Director of vision)로서 환경과 사람들 내부에서 잠재된 비전을 찾는 작업을 좋아하며, '여성, 예술, 교육, 고령화'를 키워드로 문화기획 강의를 하고 있다.

문으로 들어오는 할머니들

없었던 문을 만들고 그 문 앞에 서면 어떤 존재들이 옵니다. 모자를 쓰고 가방을 메고 노트를 들고 옵니다. 할머니학교는 세상에 존재하지 않았던 문이기 때문에 드나드는 사람들에 따라 지형이 형성될 것이라 믿어봅니다.

노트를 칠판 삼던 할머니들은

이제 짬을 내어 학교에 등교하기 시작했습니다. 할머니들은 자신의 삶을 이야기하는 책을 내기도 했고, 가족에 대한 이야기, 손주에 대한 이야기, 작은 밭을 일구어 농작물을 이용해 반찬을 만드는 등 소소한 삶의 이야기, 손주들의 이성문제 등에 대한 고민 등 많은 이야기를 담은 동화책을 만들기도 하였습니다. 학교에서 교우들과 여러 고민을 의논하며 조언을 얻기도 합니다. 이러한 이야기들은 동화책 시리즈로 계속 만들어지고 있습니다.

할머니가 그린 본인 이야기 동화책

할머니의, 할머니에 의한, 할머니를 위한

국제연합의 기준에 따르면 65세 이상 노인 인구 비율이 전체 인구의 7% 이상 차지하는 사회를 고령화사회라고 합니다. 14% 이상이면 고령사회, 20% 이상이면 초고령사회로 구분하고 있는데, 대한민국은 2025년 초고령사회에 접어들 것으로 예상하고 있습니다.

할머니학교는 이런 고령화사회에서 살아남을 장을 만들어야 한다고 생각합니다. 디지털 시대에서 할머니들은 뒤처질지 모르지만, 이곳 할머니 학교에서는 할머니 세대에 맞는 대면하는 삶을 통해 자아를 찾고 자존감을 회복하는 수업을 진행합니다. 고령화사회에서 주체적인 삶을 살 수 있도록 자발적으로 함께 발전해나가는 학교를 건립해 나가고 싶습니다.

할머니라는 도서관

할머니가 도서관이라면 저는 우연히 여러 개의 도서관에 들어가는 문을 알게 된 매우 운 좋은 시민일지 모른다는 생각을 합니다. 우리가 '할머니'라고 부르는 여성 노인 스무 명과 매주 수업을 하고 있으니까요. 이 도서관들은 참으로 묘한 세계입니다. 할머니가 하나의 도서관이라면, 저는 할머니 스스로 개관-오픈하기 시작한 어떤 부분을 성실히 읽어나갈 뿐입니다. 이 오래된 도서관의 성실한 사서로서 제가 읽은 인상적인 장면의 일부를 세상에 전해 보려고 합니다. 그것이 할머니학교가 갖는 공공성의 영역이고 전해야 할 메시지입니다.

도시의 유산으로서의 할머니학교

할머니학교는 교육의 시공간이자 동시에 이 도시의 '공유 공간'이 되어야 합니다. 다시 가는 학교가 생겼다는 건 하나의 신호탄입니다. 상대적으로 교육 수혜 대상이 아니었던 노인 세대가 아주 적은 비율로 배움을 다시 시작합니다. 열린공간에서 진행되는 수업 내용이 세대를 아우르는 주제가 되어 마을에 퍼져나갈 방법을 고민합니다. 예술이 할머니들의 펜이 되고 무기가 되어 고령화사회를 살게 되는 자신의 삶을 설계하게 된다면, 그 유산을 이 도시가 고스란히 받을 수 있으리라 생각합니다.

#자발적배움 #주체적인삶 #고령화사회 #도시의유산

2 양동이를 비우는 일에 대한 가치

세계 각국의 조직과 개인의 금융거래, 탈세 등과 연관이 있는 파나마의 로펌 '모세크 앤 폰세카 컴퍼니(Mossack Fonseca & Co.)'라는 회사는 2016년 4월 약 1100만 건의 내부서류가 공개되면서 국제적으로 화제가 되었습니다. 이는 국제탐사보도언론인협회가 수집한 2.6테라바이트의 정보를 토대로 20만 개의 기업, 400명의 기자들, 100개의 언론기관들, 80여 개국이 협업을 통해 밝혀낸 것입니다. 트럼프 미국 대통령은 파리기후변화협정을 공식적으로 탈퇴하겠다고 선언했습니다. 그러나 미국인들은 대통령의 말과 상관없이 도시기후리더십그룹을 통해 서로 간의 협업을 이어나갈 것을 표명하였습니다. 이런 도시의 신생 권력과 정부의 역할을 이야기합니다. 위키피디아, 미투 운동, TEDx 등 기존 방식에서 벗어난 새로운 플랫폼에서 다양한 사람들이 협업할 수 있는 장이 마련되고 있죠. 또한 Airbnb CEO 브라이언 체스키는 트위터를 통해 "메리어트 호텔이 한 해 동안 3만 여 개의 방을 늘린다고 하는데, 에어비앤비는 이를 2주 안에 해 낼 것"이라고 말했습니다. 이 사례들의 공통점은 무엇일까요?

변화하는 패러다임

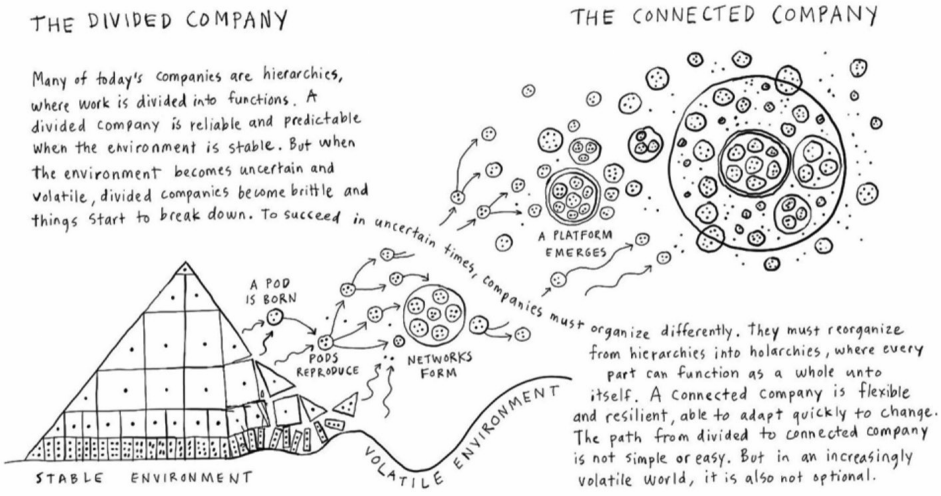
이 조직들은 '네트워크 다이내믹'을 자신의 모델에 포함하고 있습니다. 탈중앙화 등 미래가 무엇을 향하고 있는지를 보여줍니다. 또한 목적 중심적입니다. 구성이나 위계 조직의 기능이 아닌 공통된 목표에 의해 사람이 모이고 움직입니다. 사회적 임팩트를 발생시키는 데 목표와 가치가 사람들을 움직이는 근본 원리가 된다는 것이죠.

이런 지난 세기의 산업 패러다임은 통제와 감시, 위계, 과정과 효율성을 따랐지만, 이제 조직들은 과거와 달리 자율성과 지지가 필요한

마넬 헤레데로 Manel Heredero
Ouishare 코넥터, 스페인

조직의 혁신 전략을 수립하는 조직 혁신의 촉진자이자 협력자. 그는 혁신적인 조직의 힘을 믿으며 조직네트워크, 분산된 권력과 혁신적인 거버넌스 모델에 매력을 느낀다. 또한 Fitbit, Airbus, Greenpeace와 같은 단체를 위해 혁신 프로그램과 워크숍을 개발하고 제공하였다.

연결, 생태계적인 패러다임을 구축하고 목적을 나누고 협업하고, 지시가 아닌 제안/공유/실천을 함께 합니다. 여기서는 실험하는 문화를 배울 수 있습니다. 실패의 두려움이 덜하죠. 실패를 통해 교훈을 얻고 그것을 나눕니다. 혁신을 통해서도 새로운 해법을 만들어갑니다. 변화는 곧 운동입니다.



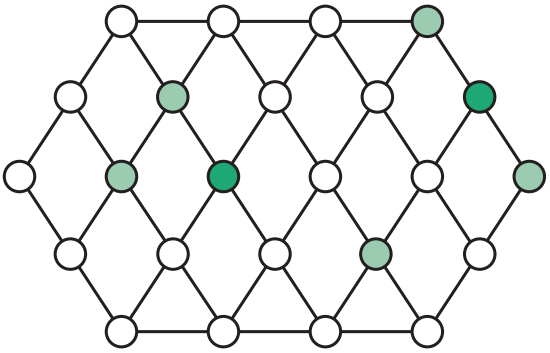
분산되는 조직, 연결되는 협업

최근 제약업계에도 새로운 패러다임이 일어나고 있습니다. 한 제약회사에서 개발 부서를 매각하고 약값을 올리자, 이 움직임에 거부해 미국에서는 주요 병원에서 제약산업을 함께 하며 협업을 통해 약값 폭등을 거부하고 있습니다.

중국에는 사회신용제도가 있습니다. 이 제도는 새 패러다임, 새 권력 가치, 탈중앙화된 페널티를 사용한다는 점이 흥미롭습니다. 사회신용등급의 높고 낮음에 따라 할 수 있는 행동이 제한된다는 뜻인데요. 등급에 따라 사회활동에 제약을 받기 때문에 특별히 감옥도 필요 없고, 법원도 탈중앙화됩니다. 새로운 패러다임 모델이 기존의 권력 가치를 추구하는 데 사용되기도 한다는 뜻입니다. 해결되어야 할 문제입니다.

연결과 협업

Ouishare는 행동하는 사람들이 모인 커뮤니티로, 협력과 투명성을 모델로 하는 사회를 꿈꾸고 있습니다. 기업이나 단체가 새로운 패러다임에 기반해 서로 연결되고 변화를 이루는 것을 돕고 있습니다. Ouishare 활동은 조직과 활동가를 연결하여 협업할 수 있도록 합니다. 협업은 훈련을 통해 계속할 수 있습니다. 개방된 조직이기 때문에 참여에 제한이 없으며, 원하는 누구나 가입할 수 있습니다.



탈중앙화된 의사결정

Ouishare는 네트워크이며 전통적인 조직 방식과 다르게 움직입니다. 지시자가 없으며 의논과 협업을 통해 지식을 공유하고 의사결정을 해 나가고 분산된 방향으로 조직을 움직입니다. 그래서 이 네트워크를 관리하기 위해 다양한 CoBudget이라는 도구를 사용합니다. 완전히 탈중앙화된 방식으로 결정하고, 자금을 할당하고, 정보를 공유하는 것이죠.

일반적으로 회사에서는 예산의 사용 방향을 결정하는 조직이 있고 나머지는 이를 따르는 방식이지만 Ouishare의 방식은 '합의'입니다. 동의에 의해 프로젝트에 자금을 배분합니다. 자신이 진행하고 싶은 프로젝트를 플랫폼에 제안하면 이를 보고 각자 동의하는 사람 혹은 조직에서 투자하고 함께하고 연결하는 시스템으로 우리의 일은 이루어지고 있습니다.

#분산과연결 #협업 #연결형패러다임 #분산네트워크

3 사이드프로젝트가 만드는 변화

만들다 (모임을/ 방식을/ 경험을)

디모스는 시민, 평민, 민중이라는 뜻의 고대 그리스어에 뿌리를 둔 단어입니다. 2016년 11월 국정농단 때 일상적이고 민주적인 집회에 관해 의논하는 청년들의 프로젝트 모임이 있었습니다. 모임이 끝난 후 한 멤버가 작은 프로젝트를 제안했고, 멤버들이 흥미를 느껴 소셜투자 계모임을 시작하게 되었습니다. 계모임처럼 각자의 일이 있는 열두 명의 멤버가 한 달에 한 번 만나 근황을 나누고, 소셜투자 계모임을 진행합니다.

저희는 투자처를 정하는 다섯 가지 기준을 만들었습니다. '소수성 고려, 새로운 시도, 성평등, 가치관과 지향점, 일상의 시도'입니다. 멤버들은 각자 투자하고 싶은 프로젝트를 피칭하고 다섯 가지 투자 기준을 바탕으로 평가합니다. 또한 일곱 가지 질문을 통해 프로젝트 담당자에 대해 알아가고 향후 만장일치 과정을 통해 최종 투자처를 선정합니다.

투자처가 선정되면 멤버들이 매달 모은 투자금 외 섀도우 투자자도 모집합니다. 섀도우 투자자는 사회적 가치를 만들어 가는 과정에 집중하는 개인 혹은 단체를 좀 더 가까이서 응원하거나 연대하고 싶은 분입니다. 돈을 기부하는 행위에서 그치지 않고, 참여를 이끌고 투자 이후 지속적인 활동과 사회적 가치 수익으로 이어가게 합니다. 좀 더 가시적이고 직접적인 사회적 임팩트를 이끌어내고자 했기 때문입니다. 또한 투자자와 피투자자가 만날 수 있는 디모스 토마토 파티를 열어 프로젝트 담당자와 투자자가 공동의 경험에서 나오는 힘으로 '연결을 넘어 연대할 수 있도록' 서로 자세한 사항을 소통하는 시간을 가질 수 있게 하였습니다.

장해희
디모스 계원, 대한민국

일상을 바꾸는 작지만 위대한 프로젝트에 투자하는 소셜투자 계모임 디모스의 멤버이자, 정해진 답이 없는 질문을 건네고 표현하는 예술듀오 과즙기 멤버로 활동하고 있다. 사회혁신을 촉진하는 스타트업에서 프로젝트 매니저로 일했으며, 현재는 자기표현과 공존이라는 개인 어젠다에 집중하여 사람들을 만나며 일을 만들고 있다.

순환과 변화의 흐름

저희는 이렇게 만나서 서로의 존재를 발견하고 확인하고, 디모스만의 시스템과 디테일, 취향과 가치를 공유하고, 우리의 시선으로 살펴보고, 믿음과 확신으로 시도하고 개인이 확장되는 경험을 통해 순환과 변화의 흐름을 가지고 있습니다. 개인적으로는 프로젝트를 넘어 작은 사회를 느꼈습니다. 지속적인 자기효능감을 느낄 수 있었습니다. 돈을 사용하는 새로운 방식을 찾으며 새로운 언어와 이해를 통해 센터와 사이드의 역학관계와 역할을 느꼈습니다. 일상의 민주주의를 느끼고 구성하고 실현해볼 수 있었습니다.

사이드 프로젝트를 하고 있을 때 언제 밖으로 표현해 내시나요? 저는 더 쉽고 편하게 “내가 무언가를 하고 있다”고 표현했으면 좋겠습니다.

#소셜투자계모임 #확장 #사이드프로젝트

4 판타지 촌라이프 팜프라

8년 전 저는 이집트로 여행을 갔다가 현지 시장에서 우연히 차 밑에서 잠을 자는 아이들을 만났습니다. “왜 이 아이들은 이런 삶을 살아야 할까?” 이 의문을 시작으로 타인의 삶에 깊이 관심을 가지게 되었습니다. 이후 동남아 등지를 방문해 불평등으로 인해 일어난 문제와 이 문제를 초래하는 원인에 대해 공부하기 시작했습니다. 그리고 10~20년 후에 좀 더 이런 문제들을 현지에서 조금씩 변화시켜 가자는 생각으로 저의 가치 기준이 되는 세 가지 키워드를 생각했습니다. 스스로 먹을 것을 길러낼 수 있는 힘(식), 보조받을 수 있는 공간(주), 자신의 삶을 선택할 수 있는 교육(학)입니다.

우선 식을 해결할 수 있는 농사 기술을 익히기 위해 농사를 시작했습니다. 농사를 처음 지어 보니 땅에서 생명을 느낄 수 있었고 흙을 사랑하게 되었습니다. 그렇게 1년을 농사짓고 농사짓던 곳에서 나가게 됐습니다. 농사지을 기반을 어떻게 마련할 수 있을까? 의문이 들어 저처럼 기반 없이 농사를 짓고자 하는 청년들을 찾아다녀 보았습니다. 그러나 실질적인 만남으로 이어지지는 못했습니다.

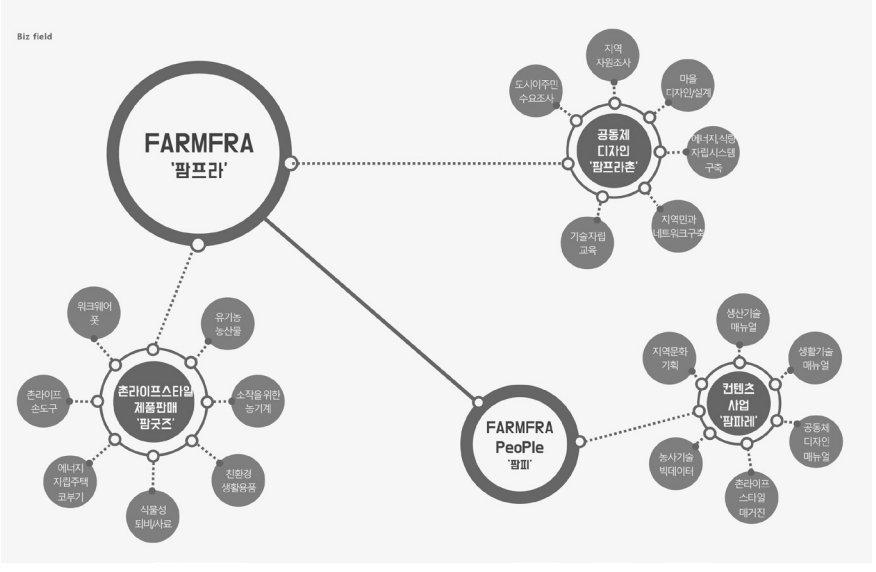
유지황
팜프라 대표, 대한민국

통영 미륵도에서 태어나 누구도 굶지 않고, 따뜻한 곳에서 잘 수 있는 세상을 꿈꾸는 공학도로 성장했다. 이집트 배낭여행 때 차 밑에서 자는 아이들을 보면서 기아 문제, 식량 문제에 관심을 갖기 시작하였다. 기반이 없는 청년을 위한 농업 인프라를 만들어주는 팜프라를 창업했으며 건강한 생산과 소비가 가능한 세상을 기대하면서 오늘도 농업을 고민하고 집을 짓고 있다.

세계의 농부를 찾아서

세계 농부들은 어떻게 농사를 짓고 있을까 궁금하여 그 흔적을 따라 다녀 보았습니다. 일본 야마나시현의 NPO인 에가오 츠나케테를 통해 일본의 농업 인프라는 확실히 다름을 느꼈습니다. 한국과 일본에 전해 내려오는 농기구의 수에 큰 차이가 있는 것을 보며, 농업에 대한 일본의 고민과 관심을 알게 됐습니다. 또한 일본에서는 농사를 지으려는 청년에게 관련

기관에서 판매자, 농사터, 기술 등의 인프라를 제공해 주었습니다. 벨기에에서는 청년에게 1년 동안 농사에 필요한 것들을 제공했습니다. 소비자 풀을 구축해 수확은 소비자가 직접 하는 시스템으로 진행되었고, 남은 농작물은 가판대 등을 통해 판매했습니다. 자신의 농작물을 마켓에서 구매할 수 있도록 운영한 친구도 있었는데, 이를 통해 아이가 농작물에 대해 제대로 알게 될 뿐 아니라 구매 행위 역시 배울 수 있었습니다.



촌에서 찾는 나의 삶

2년 동안 배우고 돌아온 뒤 한국에서 농사 지을 준비를 하다가 자취방 보증금을 이용해 프로젝트를 론칭했습니다. '코부기'라고 이름 지은 이 프로젝트는 농사를 짓다 쫓겨나도 주거지를 보존할 수 있는 6평짜리 이동식 목조주택으로 설계되었습니다. 시작은 둘이서 했지만 40명이 넘는 친구들의 도움을 통해 완성하였습니다. 배경지식도 없이 4명의 친구를 모아 집을 짓기도 했습니다. 전문가도 없이 매뉴얼에 의존해 22일 걸려 집 한 채를 짓기도 했습니다. 많은 돈을 벌지 않아도 촌에서 자신의 삶을 찾고 싶어 하는 청년들이 꽤 있다는 것을 알게 됐고 이러한 인프라를 위해 회사를 만들고 온/오프라인 플랫폼을 구축해서 농사를 짓는 데 도움이 되고자 하고 있습니다. 또 다른 큰

프로젝트로 팜프라촌이라는 청년농사촌을 만들고 있습니다.

저의 활동은 사적 영역에서 시작했지만 공적인 영역으로 바뀌어가고 있습니다. 팜프라를 통해 청년 농부는 판타지 촌라이프를 현실화시킬 수 있는 기회가 주어지며, 소비자는 안전한 먹거리와 자연 공간을 제공받습니다. 또한 농업이 가지고 있는 전반적인 문제의 대안 모델로 작용하며 다양한 계층 모두에게 영향을 미치고 있습니다.

#농업인프라 #지속가능한촌라이프 #청년농사촌

5 권력의 분산, 강해진 힘

민주주의의 프로토타입

대만은 1987년 계엄령이 해제되면서 지난 30년 동안 민주주의라는 개념이 프로토타입(시제품)처럼 시도되며 대중과 민중이 참여하는 여러 가지 형태로 참여가 이루어지고 있습니다. 해커톤을 통해 참가자들이 아이디어를 모아 민주주의 실현방법에 대해 의논하고 방향 제시 등 활동에 대해 논의합니다. 아이디어를 모아 민주주의 시제품을 만든다고 생각하시면 됩니다. 왜 아무도 특정 사안에 대해 논의하지 않느냐는 생각부터 시작합니다. 정부가 추진하고 운영하는 웹사이트와 대비되는 사이트를 개설해 시민들의 입장에서 의견을 제시하도록 합니다. 공공기관 사이트에서는 일부 제한적인 활동이 있는 반면 이 사이트를 통해 좀 더 자유롭게 움직일 수 있기 위함입니다.

정부를 압박하라

2014년에는 대만의 대학생과 사회운동세력이 국회를 점령했던 해바라기 운동이 일어났습니다. 사회가 바람직한 방향으로 나아갈 수 있도록 이 운동을 실시간으로 중계하기도 했습니다.

정부의 움직임을 떠나 논의의 장은 마련되어야 한다고 한 활동가가 제안하였습니다. 정부관계자와 해커톤 등의 사람들이 모여 이에 대해 논의하였습니다.

V타이완은 웹사이트 형태로, 공개된 형식으로 논의할 수 있는 실험적 장입니다. 대중의 의견을 취합하고 정책위원들에게 제안하는 것입니다. 이 프로세스는 유기적으로 연결되어 각각 문제에 대해 다른 형태를 띄므로 모두에게 적용 가능합니다. 모든 사람이 사용할 수 있는 디지털 도구를 통해 더 쉽게 접근하고 논의할 수 있는 장을

슈양 린 Shu Yang Lin
PDIS 공동설립자, 대만

대만의 디지털 장관 오드리 탕과 PDIS를 설립하였다. PDIS 설립 전에는 국제 팀에서 인터랙션 디자이너와 크리에이티브 기술자로 활동하였다.

권력의 분산 (정부와 시민 해커)

만드는 것입니다. 시제품화해 보고자 우버 규제에 대해 논의해 보았습니다. 어떤 도구를 사용할까 생각하다가 폴리스라는 인공지능 도구를 사용했고 대중들이 합의에까지 이를 수 있었습니다.

음식과 대화가 있으면 사람들은 매주 모일 수도 있습니다. 해커톤은 시간이 되면 누구든 참여하여 자유롭게 의논하는 장입니다. 어떤 논의에 대해 유저들이 동의/비동의를 클릭하여 의견을 표명하고 각각의 의견을 가시화될 수 있도록 하여 쉽게 확인할 수 있도록 합니다. 모집 시간이 길어지면 대중의 의견의 방향을 복합적이면서 좀 더 쉽게 알 수 있고, 그에 대한 감정과 디테일한 의견들을 알 수 있습니다.

다수의 합의점을 시발점으로 집단적인 의견성을 알아내고 온/오프라인을 통해 논의에 참여할 수 있게 합니다. 오프라인에 배치하고 이를 온라인으로 공개하여 함께 의견을 게재하게 할 수 있도록 합니다. VR 기술을 통해 회의장도 둘러 볼 수 있습니다. 2018년 9월 기준으로 28가지 논의가 있었으며, 이를 통해 5가지 법 개정을 이루었습니다. 어떤 계층, 역할이 되었든 규제 개혁 변화 또는 개정법에 대해 의논하여 반복적인 담론의 장을 통해 논의와 합의를 이끌어 내고자 합니다.

대만은 정부가 국민과 함께 합의를 도출하고 개정할 수 있도록 노력하고 있습니다. 변화를 도모하기 위해서 이와 같은 협업은 무척 중요합니다.

#정책해커톤 #V타이완 #온오프라인담론 #민주주의실험

3 변화의 연금술

이 장에서는 자치와 자율공간 만들기, 블록체인으로 공익활동 만들기, 기술과 디자인으로 활동에 깊이 만들기, 돈에 대한 감각 차이로 공동체 만들기 등 변화를 실질적으로 만들어 보고 있는 사례를 살펴봅니다. 이러한 변화의 요소들이 어떻게 사회변화의 촉매제가 되었고 또 어떤 함수관계를 통해 변화를 빚어왔는지 그 속 이야기를 나누어 봅니다.

1

커머닝으로 새로운 자치: 자율공간 만들기

커먼즈와 존엄성

'커먼즈(Commons)'를 이해하기 위해서는 영국에서 일어난 인클로저 운동을 먼저 이해해야 합니다. 영국의 양모산업이 발달함에 따라 지주들이 양을 키우기 위한 목장을 만들기 위해, 기존의 토지에서 농사를 짓고 있던 소작농민들을 내쫓아 울타리를 치는 운동으로 힘 있는 자가 공유지에 울타리를 치고 자신의 배타적 소유권을 주장하고, 힘없는 자는 삶의 터전에서 내몰리게 됩니다. 이때 '인클로저가 발생하기 이전의 땅'이 바로 '커먼즈'라고 할 수 있습니다.

커먼즈는 제주공동목장과 같은 공유지, 마을의 우물, 메콩강과 같은 공동수로, 갯벌 같은 땅부터 공공도서관, 골목, 놀이터, 마당, 정자, 재래시장, 리눅스, 공공교육, 이웃, 민주주의, 국회, 정치 등 많은 것을 포함합니다. 모두 특정한 사람이 소유해서는 안 되는, 독점적인 소유권을 주장할 수 없다는 성격을 띠고 있습니다. 다수 사람들이 공유하는 일종의 공간, 자원, 시설, 나아가 자연 그리고 무형의 공공성을 띠(어야만 하)는 행위들까지 포함합니다.

커먼즈는 우리가 가지고 있는 최후의 보루, '존엄성'의 터전입니다. 존엄성의 터전인 모든 것을 우리는 커먼즈라고 부를 수 있습니다. 과연 오늘날 우리가 갖고 있는 커먼즈는 무엇일까요? 교육, 이동권, 기본소득, 시민참여와 시민노동이 커먼즈라면? 우리의 존엄성을 계속해서 지킬 수 있는 커먼즈는 무엇이고, 어떻게 만들어야 할까요? 만약 커먼즈가 기본적인 권리로써 행사될 수 있었다면 과연 어떨까요? (이승원)

경의선공유지시민행동X26번째자치구운동

공덕역 인근에 있는 철도부지를 기업이 아닌 시민들이 자유롭게 이용하고 활용할 수 있도록 대안계획을 수립하고 활동하는 단체입니다. 우리는 이 공간이 기존의 25개의 행정구역에서 쫓겨난 사람들의 새로운 자치공간이 되길 바라며 이들이 사회적으로 고립되지 않고 공동의 문제해결을 위해 연대하고 함께 모색하는 방법을 고민하고 있습니다.

경의선 공유지

'경의선 공유지'는 경의선이 다니던 마포구의 철도부지에 있습니다. 2000년대 초반 이 철로가 지하화되고, 상부 부지를 어떻게 활용할 것인가라는 문제가 생겨났습니다. 2013년부터 2015년까지 경의선공유지는 '늘장'이라는 시민시장을 통해 시민들과 공유되었던 도심 공간이었습니다. 그러나 마포구와 철도시설공단이 맺은 협약이 종료되자, 국유지이자 공공 목적의 부지인 이곳 철도부지를 기업에게 매각하면서 경의선공유지의 사람들은 '퇴거'해야 하는 상황에 처했습니다.

결국 2016년 2월 15일, 경의선공유지의 사람들은 26번째 자치구를 선언하는 데 이르렀습니다. 정부나 기업주도의 개발주의 방식을 거부하고 시민의 자산인 공유지를 주체적인 민간 주도의 상향식 방식으로 도시재생 및 공유지 활용 모델을 구축하고자 하는 <경의선공유지 대안계획>을 세우고 활동하고 있습니다.

경의선 공유지의 사례는 공공의 공간에 대해 어째서 시민들의 제안이 불가능한 것인지 반문하게 합니다. 비합리적 구조 속에서 도심 속 공유지, 시민들의 자유로운 공간에 대한 이상을 갖고 시작된 경의선공유지시민행동은 현재 거대한 사회의 행정시스템으로부터 비롯된 부조리를 극복하고 공유지의 대안적 가치를 만들기 위해 하루하루 부단히 노력하고 있습니다. 도시공간은 누군가 장기적으로 점유하기에는 비좁은 공간이기에 필요한 사람들이 공간을 일시적으로라도 점유하고 사용할 수 있기를 바랍니다.

경의선공유지시민행동이 인근 주민들과 갈등을 빚었던 일화는 저희에게 커먼즈란 개념을 어렴풋하게나마 느끼게 합니다. '인근에 사는 특정인들이 당연히 인근의 국유지, 공유지에 대해 이해우선권을 가진다'는 주장을 펼치며, 공유지의 공공을 소비하지만 관리의 책임도 공공으로 돌리는 사람들이 한편에 있고요. 그리고 그 공간을 유지하고 가꾸기 위해서 시간과 자원, 노력을 들이는 사람들이 다른 한편에 있습니다. 과연 진정한 공유지의 이해당사자, 소유자는 누구일까요? (김상철)

경의선 공유지

인천 배다리 마을

인천의 원도심인 동구에 있는 배다리 마을은 1980~1990년대 인천 도시개발이 급속도로 이루어졌음에도 다른 곳에 비해 상대적으로 인천의 옛 모습을 많이 갖추어 역사적, 유산적 가치를 지닌 곳입니다. 이 일대에는 최초의 서구식 초등교육기관인 영화초등학교, 최초의 공립학교인 인천공립보통학교, 한국 최초의 철도 노선인 경인선의 기공식을 한 도원역 부지, 헌책방거리, 가장 오래된 양조장 건물 등 다양한 인천시 문화재가 있습니다.

배다리마을의 갈등은 마을 한 가운데를 가로지르는 산업도로를 만들고자 한 시당국에 의해 불거졌습니다. 청라경제자유구역과 송도경제자유구역을 남과 북으로 잇는 폭 50미터짜리 산업도로에 대한 개발계획 때문이었습니다. 2006년 공사가 시작되어 붉은 황토흙이 드러나기 전까지 이를 까맣게 모르고 있었던 주민들은 단순히 지정학적 논리와 자본주의적 편리성에 기반한 폭력적인 도로건설계획에 대하여 반대운동을 시작하게 되었습니다.

2006년 겨울부터 이어진 배다리관통도로반대운동은 '배다리를 지키는 인천시민모임'에서 '배다리를 가꾸는 인천시민모임'으로, 또 배다리역사문화마을을 조성하기 위한 '배다리역사문화마을 위원회'로 이어지며 계속되어 왔습니다. 주민들은 이곳에 텃밭과 아이들의 놀이터를 만들고, 다양한 공연을 열면서 해당 도로부지를 공공의 시민, 주민들과 인천시민의 자산으로 만들기 위해 지난하고 필사적인 운동을 펼쳐 오고 있습니다. 현재 배다리 마을은 인천의 새로운 시당국과 갈등조정관제도, 나아가 민관협의체 구성을 논의하고 있는 상태입니다. (이희환)

공유성북원탁회의

2014년부터 활동해 온 '공탁(공유성북원탁회의의 줄임말)'은 성북지역의 문화예술에 관련된 주민, 예술가, 기획자, 중간지원조직, 행정 관계자들이 모인 네트워크 모임입니다. 지속가능한 문화생태계 구축을 목표로 민관 협치 거버넌스 방식으로 다양한 가능성을 시도 중입니다.

공탁은 크게 마을협치, 축제협치, 공간협치의 워킹그룹으로 구성되어 있으며, 이들 워킹그룹이 공탁의 활동을 기획하고 실행하는 실행 단위가 됩니다. 공탁은 예술마을만들기 활동을 하거나, 장터 미아리고개장을 열고, 지역 축제를 열어 다양한 협력네트워크와 협동조합을 만들기도 합니다. 쓰레기집하장에서 재탄생한 '비합법 복합문화공간'인 미인도나, 미아리고개예술극장, 천장산우화극장 등 다양한 공간의 공동운영도 모색하고 있습니다.

하지만 공탁 역시 앞에 소개된 단체들과 마찬가지로 행정적인 문제, 또는 관과의 문제를 겪지 않을 수 없습니다. 지역을 중심으로 활동하는 문화예술인들의 어려움을 주민으로서의 의식을 갖는 것과 외국어를 번역하는 것처럼 섬세한 소통을 위한 노력을 기울임으로써 극복하고자 합니다. 이상을 현실화하기 위한 노력으로써 현장에서의 활동 이외에도 공탁의 협치를 위한 후속조치적 활동, 그야말로 활동을 위한 활동을 위해 더 힘써야할 때도 있습니다.

공탁은 지역의 예술가, 주민, 대학생들이 모여 만든 모임들이 주축이 되어 있습니다. 큰 단위를 위한 작은 단위들이 오밀조밀한 이 모습이 바로 우리가 커먼즈를 어떻게 많은 사람들과 나눌 수 있는지 보여주는 한 가지 방안을 보여주는 것 같습니다.

미인도(미아리고개 하부공간)

어떻게 보면 굉장히 개인주의적인 것 같지만 '내 것'이라는 생각에서부터 시작하다 보니 계속 관심이 생기고, 시간과 노력을 쏟는 것이 아깝지 않다고 느끼게 되는 것 같습니다. 결과적으로는 그것이 우리가 공유하고 있는 여러 가지를 풍성하게 하는 시발점이 되지 않을까 싶습니다. (김진아)

2

블록체인으로 NPO 공익활동 만들기

블록체인이란 무엇인가?

블록체인 기술은 비트코인 열풍을 타고 미디어를 통해 사람들에게 암호화폐의 형태로 크게 알려졌습니다. 주요 일간지와 미디어, 온오프라인을 막론하고 암호화폐에 대한 열띤 토론과 규제에 관련된 화제들이 오르내리기도 하며, 알파고를 통해 대중들에게 각인된 인공지능과 함께 4차 산업혁명의 아이콘으로 떠올랐습니다. 이 기술에 큰 관심을 가지지 않았던 대중에게는 '블록체인하면 비트코인'이라고 인식되는 경우도 많습니다. 그러나 블록체인은 난민 문제, 해외송금, 부동산, 빅데이터 등과 연계되어 매우 많은 분야에서 이미 사용되고 있고 많은 잠재력을 가진 기술이기도 합니다.

블록체인 기술은 "내가 상대방을 신뢰할 수 있는가?"라는 명제에 대한 의문으로부터 시작됐습니다. 거래의 당사자가 누구이며 얼마의 금액을 발송했는지, 그리고 나아가서는 제삼자의 개입 없이 어떻게 개인 간 거래를 할 수 있을지에 대한 의문도 따라왔습니다.

그래서 세 가지 목표를 내세웠습니다. 익명성, 양도성, 그리고 중복 사용 방지입니다. 은행을 매개체로 하는 전자화폐는 이미 1994년에 개발되었는데 이는 은행이 믿음직한 기관이라는 인식이 있어서 가능했습니다. 그러나 2008년 미국발 경제위기 이후엔, 당시 일어난 모든 사태가 은행의 탐욕으로 인한 것이라는 사실이 알려지며 은행에 대한 불신이 사회 전반에 퍼지게 되었습니다. 그래서 탈중앙화의 방향으로 기술이 개발되기 시작하였습니다.

블록체인 기술은 데이터를 중앙화된 서버에 저장하는 것이

Blockchain for Good Society

블록체인을 통해 사회의 문제를 해결하는 경쟁력 있는 솔루션들과 사례들을 발굴하고 지원하는 커뮤니티. 2017년 여름 처음으로 한국에 Blockchain & Social Impact라는 주제를 가지고 와서 새로운 트렌드를 정착시켰다.

B4GS는 국내외에 있는 여러 사회지향적 블록체인 프로젝트를 소개하는 것뿐만 아니라 크고 작은 미니 프로젝트들을 인큐베이팅하고 MVP 개발에 힘쓰고 있다.

아니라, 구성원 모두에게 나누어 분산-저장한다는 특징을 가집니다. 데이터의 진위 여부를 판단할 중앙 기관 없이, 구성원의 합의를 통해 기록되는 데이터베이스라는 특징도 있습니다. 블록체인에서는 구성원에게 데이터를 분산하고, 새로 생겨나는 데이터를 지속적으로 저장하는데, 그 데이터를 블록이라고 부릅니다. 블록은 발견된 날짜와 이전 블록에 대한 연결고리를 가지고 있으며 이러한 블록들의 집합을 블록체인이라고 부릅니다. 데이터가 한 곳에 모여 있는 것이 아니라 구성원 모두에게 나뉘어 저장되기 때문에 위변조가 극히 어렵고, 구성원 누구나 모든 블록에 접근할 수 있는 특징이 있습니다.

암호화폐로 흔히 알려진 비트코인은 데이터베이스 업데이트에 참여하는 사람들에게 인센티브를 제공하기 위한 화폐로 디자인되었습니다. 그러나 기술이 발전함에 따라 사람들은 블록체인의 활용 가능성을 더욱 많은 곳으로 늘리고자 했고, 위변조가 불가능한 계약서를 만들어 내는 블록체인을 개발하기에 이릅니다. 그것이 바로 이더리움인데요, 이는 특정 조건이 달성되면 계약을 강제하는 코드(자동화) 기반의 스마트 계약을 체결할 수 있는 플랫폼입니다. 중개인이 필요 없고 계약의 내용이 안전하게 보존된다는 특징을 가지기 때문에 부동산 계약에 사용되기도 합니다.

베네핏 툴킷으로 사회문제해결을 위한 아이디어를 토론

개발도상국의 신분증명 프로세스 구축

중앙화된 데이터의 여러 사례 중 대표적인 것은 신분증명입니다. 정부는 어떤 사람의 출생정보를 기반으로 데이터를 생산하고 사망할 때까지 유지합니다. 하지만, 내전, 전쟁, 해킹 혹은 행정력의 부족 등으로 인해 이 프로세스가 제대로 작동하지 않는 경우도 있습니다. 대표적으로 난민이나 개발도상국 국민들이 이에 해당하는데요, 전 세계 인구의 약 14%, 그러니까 10억 명에 달하는 사람들은 신분증명 없이 살아가고 있다고 합니다. 21세기 문명화된 인간으로서의 생활을 영위하기 위해 가장 기본적인 조건조차 여러 가지 이유로 누리지 못하고 있는 것이죠. 이들은 사실상 존재하지 않는 사람들이기 때문에 은행 계좌를 만들지 못함은 물론, 교육을 받거나, 납세자가 누리는 혜택도 누릴 수 없습니다.

그래서 등장한 것이 ID2020 Alliance인데요, 홍채, 지문 등의 생체정보를 블록체인에 인덱스 형태로 업로드해서 탈중앙화된 신분증명 프로세스를 구축하는 것이 이들의 목표입니다. 다만, 중앙화된 구조에서나 블록체인 기반에서나 데이터를 등록하는 과정이 필요하다는 것에는 변함이 없는데요, 이 어려워 보이는 문제에도 간단한 해결책이 있었습니다. 바로 첫 백신을 맞는 아동의 비율이 95%를 넘는다는 점을 활용하는 것입니다. 백신 접종을 하는 진료소에 인원을 파견해서 데이터를 수집하고 그 데이터를 통해 블록체인을 유지하는 것으로 이들의 신분증명에 대한 기본 권리를 보장합니다. 또한 인터넷은 국경의 제한을 받지 않기 때문에, 이들이 난민이 되거나 다른 나라로 이주했을 때에도 데이터가 말소되지 않는다는 장점도 있습니다.

이와 비슷한 프로젝트 중 UN에서 주관한 것이 있는데요, 바로 UN Building Blocks Project입니다. 이는 요르단 소재 시리아 난민에게 은행 등의 중간기관 없이 후원금이나 거래대금을 보낼 수 있게 만드는 프로젝트로, ID2020과 같이 생체정보를 활용합니다. 현재까지 160만 명에게 돈이 송금되었습니다.

삶의 질을 향상시키는 블록체인

블록체인은 최근 대두되고 있는 신기술 중 하나인 빅데이터와도 연계되어 시너지를 내고 있습니다. 이 중 인도네시아 농업지역의 데이터를 빅데이터화해서 집단지성을 통한 생산량 증대 및 농촌 생활 수준 향상을

목표로 하고 있는 HARA TOKEN은 이름과 같이 정보 제공에 대한 인센티브를 토큰으로 전달받고 이 토큰을 사용할 수 있는 마을별 슈퍼마켓을 설치하는 프로젝트입니다. 제공된 데이터의 진실성을 평가하기 위해서 Data Validator을 파견하는데, 이들 역시 데이터의 진위 여부를 확인하는 대가로 토큰을 지급 받습니다. 인도네시아는 농업이 주 산업인 나라로 13,000개에 달하는 섬으로 이루어진 나라이니만큼 상대적으로 개발 속도가 느리고 정보의 불균형이 매우 큽니다. 그러다 보니 효율적인 농업을 위한 기술이 매우 중요한데, 최첨단 데이터 처리 기술을 활용한 솔루션으로 이들의 삶의 질을 높이는 데 일조하고 있습니다.

이외에도 스웨덴과 덴마크의 정당은 블록체인을 활용한 선거 시스템으로 원내경선을 치르기도 했습니다. 국내 기업인 코오롱이 주도하는 카본블록이라는 프로젝트는 환경보호에 대한 행동을 토큰으로 보상하는 시스템입니다. 이 토큰에 대한 프로젝트는 국회의사당에서 발제되었을 만큼 재계와 정계 모두에서 큰 기대를 모으고 있기도 합니다. 또한 블록체인 기술은 태양광발전 등 개별적으로 생산되는 에너지로 에너지 그리드를 만드는 것에도 사용될 수 있는데요, 이는 에너지가 많이 생산된 지역과 그렇지 않은 지역의 데이터를 실시간으로 모니터 할 수 있고, 잉여 에너지를 에너지가 부족한 지역으로 전송하는 등 중앙화된 에너지 공급 시스템에 큰 변혁을 일으킬 수 있는 시스템입니다. 탈중앙화의 움직임은 의료계에도 나타나고 있습니다. 특정 환자에 대한 정보가 서로 다른 병원 사이에서 공유되지 않는 점에서 오는 비효율을 개선하고, 환자의 정보를 병원이 독점하는 시스템에서 탈피하기 위해, 의료정보를 블록체인으로 활용해서 의료정보의 주체를 개인에게 일임하는 방식도 고려되고 있습니다.

3

기술과 디자인으로 활동의 깊이를 만들다

NPO에 필요한 것들이 분명 많이 있지만, 자원이 부족한 상태에서 기술적인 면에 인력을 배치하기란 쉬운 일이 아닐 것입니다. 그럼에도 우리의 정신에 기술과 디자인을 더한다면 운동이 한층 역동성을 띠게 될 텐데요. 여기서 슬로워크와 빠띠가 전수하는 다섯 가지 노하우인 브랜딩, 캠페인, 뉴스레터, 환경 구축, 디지털 도구를 눈여겨 보시면 도움이 될 것입니다.

스타트업을 위한 브랜딩 스프린트

스프린트(Sprint)는 순발력이 좋고 출발 속도가 빠른 것을 의미합니다. 경제학적으로는 어려운 프로젝트를 빠른 시간 내에 효율적으로 해결하기 위해 만들어진 팀에 구체적인 방법을 제시하는 5일짜리 프로그램을 일컫는 말이기도 합니다. 일반적으로 스타트업은 주어진 시간과 예산이 적고 한정된 예산 안에서 브랜딩 과정을 진행하기 어렵기 때문에, 짧은 시간 내에 스스로 브랜딩할 수 있는 방법을 고민해 보았습니다.

slowalk x 빠띠

슬로워크는 조직과 사회의 변화에 기여하는 크리에이티브 솔루션을 제공하는 회사로 2005년에 설립된 슬로워크와 2013년에 설립된 UFOfactory가 사회혁신 영역의 개발자와 디자이너에게 더욱 안정적이고 나은 일자리를 제공하겠다는 의지로 2017년에 하나가 되었다. 국내 인지도 상위 10개 비영리단체 중 90%, 그리고 300곳 이상의 사회혁신 조직이 모두 슬로워크의 고객이다. 그간 쌓아 온 디자인과 엔지니어링 역량을 바탕으로 스티비와 빠띠 등 조직과 사회의 변화에 기여할 수 있는 제품을 개발하는 일에도 힘쓰고 있다.

What, How, Why를 작성하고 있는 참가자

1) What, How, Why
- 스케치북에 무엇을(What), 어떤 방식으로(How), 왜 하는지 (Why) 작성하기

2) Who are around me
- 이해관계자 맵핑&주요 이해관계자 키워드
- 포스트잇에 나를 둘러싼 이해관계자를 적어보기
- 가장 중요한 이해관계자 3명을 선정 후 이해관계자에 대한 키워드 작성하기

3) 브랜드 밸런스 매트릭스
- 기준 2가지를 통해 나의 브랜드가 어떤 가치를 편향적으로 가지고 있는지 알아볼 수 있는 틀
- 일반적으로 가치중심과 제품·시장중심으로 기준 설정
- 기준에 따라 나의 브랜드가 가지고 있는 키워드 작성
- 이미 추구하고 있는 키워드와 해결 과제로 제시된 키워드로 다시 분류하기

4) 브랜드 로드맵&브랜드 프로미스
- 각자의 브랜드에 맞게 6개월, 1년, 3년, 5년 주기로 브랜드 로드맵 작성

5) 브랜드 콘셉트&브랜드 과제
- 나의 브랜드를 설명해주는 키워드 적기(방향성 확인)
- 워크숍 과정을 통해 살펴봤던 문제점 해결을 위한 과제 적기

고객에게 더 깊이 관여하는 브랜드 아이덴티티 상상하기

브랜드가 만날 페르소나(고객이미지)를 그려보고 브랜드가 어떤 문화 전략으로 고객과 만날 수 있을지 상상하는 과정을 소개합니다. 페르소나 만드는 방법을 알고 싶다거나 고객에게 다가가는 방법을 고민하는 단체를 위한 워크숍입니다.

① 페르소나 깊이 있게 상상하기: 나쁜 예시) 뻔한 패턴, 뻔한 페르소나, 나홀로 페르소나, 행동패턴이 아닌 단순한 직업에 따른 페르소나, 좋은 예시) 중대한 특징을 가짐, 페르소나간 행동 패턴의 차이가 분명함, 전형적인 것이 아니라 원형적임, 실제 사람처럼 생생함

<table>
<tr><td rowspan="4"> </td><td>이름</td><td>황미영</td><td>Time & Place</td></tr>
<tr><td>성별</td><td>여</td><td rowspan="3">한가한 주말 오후에 가장 좋아하는 카페에 와서 최근 트랜드의 코딩을 공부 중이다. 공부한 내용을 블로그와 깃헙에 공유한다.</td></tr>
<tr><td>연령</td><td>27</td></tr>
<tr><td>직업</td><td>개발자</td><td>Occasion</td></tr>
<tr><td>가치관, 사회적 배경, 성격</td><td colspan="2">나는 우주의 먼지
누가 뭐라하든 상관없어</td><td>지금 있는 회사에 만족하지 못해 이직을 준비하고 있다. 남들보다 늦게 개발자에 입문했기 때문에 나의 이력이 보다 잘 드러날 수 있게 하는 플랫폼을 찾고 있다.</td></tr>
<tr><td>활동, 하는 일, 능력</td><td colspan="2">장고걸스, 해외 개발자 컨퍼런스,
강남의 개발 회사 재직 중</td><td>Unmet Needs</td></tr>
<tr><td>보고 살아가는 것,
주위를 둘러싼 것</td><td colspan="2">디제잉하는 독일인 개발자 남자친구,
음악, 춤, 이태원, 연희동</td><td rowspan="2">내가 학습한 것, 내가 이뤄낸 것들을 모두 한 곳에 모아 놓고 볼 수는 없을까? 플랫폼이 다 각자 성격이 달라서 내 정보를 제대로 보여줄 수 없는 것 같아 아쉽다. 내 학력, 이력 말고 깊이있게 내가 프로젝트를 수행했던 경험을 사람들에게 알리고 싶다.</td></tr>
<tr><td>생각, 사고, 관심사</td><td colspan="2">개발 능력치 키우기, 혼자 예쁜 카페 가서 코딩하기
고양이, 피자</td></tr>
</table>

② 브랜드와 고객과의 관계 키워드 이미지 매핑

<table>
<tr><th>고객 이미지</th><th>더 깊이 관여하기 위한 라이프 스타일</th><th>브랜드의 의미</th></tr>
<tr>
<td>독립적인
얽매이지 않는
이성적
혁신적인
까다로운
자주적인
DIY
대담한
전문적인
 </td>
<td>덕후
괴짜(Geek)
너드
도시
별난
진취적
변화무쌍
갈망하는
흥미로운
유연한
도전적인
오픈마인드
버닝
 </td>
<td>효율적인
네트워크
신뢰
뻔하지 않은
노동 아닌 놀이
공존
서로 영향을 미치는
가능성 있는
사교적인
가치있는
광활한
 </td>
</tr>
</table>

빠띠와 함께하는 캠페이너 인생게임

시뮬레이션 게임처럼 참가자가 직접 캠페이너가 되어, 하나의 캠페인을 만들고 변화를 만들어내는 과정을 짧지만 즐겁게 만들어보는 워크숍입니다. 캠페인 퀘스트를 클리어할 때마다 참여자 수가 올라가고, 캠페인 참여자를 최대한 많이 모아 1,000명에 도달하면 게임이 성공적으로 종료됩니다.

① 여러 명을 모아 팀 구성하기
② 첫 번째 퀘스트: 캠페인 기획(전략)하기
- 가상의 단체를 만든다
- 단체이름과 캠페인 이름, 비전(최종적인 결과), 문제(주제), 목표(구체적으로 이루려는 변화), 캠페인 참여자(시민, 당사자), 연대할 사람이나 단체(단체나 개인, 언론사, 국회/정부, 기업), 촉구 대상(변화를 만들 힘이 있는 사람, 결정권자)을 설정한다

③ 두 번째 퀘스트: 네트워크 모으기
- 팀별로 기획한 캠페인을 한 차례씩 발표한다
- 토의를 거쳐 어떤 팀을 지지할지 의사를 밝힌다

④ 세 번째 퀘스트: 캠페인 스토리텔링
- SNS에 업로드할 해시태그가 포함된 제목 혹은 슬로건 작성
- 카드뉴스 혹은 영상 스토리보드를 기획
- 참가자들에게 좋아요를 얻는다(포스트잇으로 대체)

⑤ 마지막 퀘스트: 답변 받아내기
- 첫번째 퀘스트에서 설정한 촉구대상으로부터 좋아요/싫어요/무응답 받아내기

소셜섹터의 활발한 연결을 돕는 오렌지레터 제작 A to Z

오렌지레터는 한 주간의 소셜 섹터 이슈나 다양한 소식들을 모아서 발송하는 주간 뉴스레터입니다. 소셜 섹터 내의 커뮤니티나 네트워크를 확대하기 위해 만들게 되었습니다. 이 섹션에서는 오렌지레터를 준비하는 과정에서 진행했던 온라인 홍보와 오프라인 홍보에 대해 소개할 텐데요. 새로운 뉴스레터를 준비하고 있는 분, 조직의 정체성을 잘 드러내는 뉴스레터를 만들고 싶은 분, 혹은 오렌지레터의 탄생기가 궁금하셨던 분들에게 도움이 될 것입니다.

오렌지레터를 만들 때 고려했던 것

- 타겟과 목적: 최대한 분명하고 심플하게
- 형식과 내용: 우리 조직이 가장 잘할 수 있는 것은?
- 발송 주기와 시간: 예상 독자의 행동을 고려
- 네이밍: 입에 달라 붙기 좋게
- 구체적인 콘텐츠와 디자인: 내가 독자라면?
- 톤 앤 매너: 브랜드와 일관되게
- 제목, 미리보기 텍스트, 푸터 등: 디테일이 중요하다
- 구독신청, 웰컴레터, 제보하기 페이지: 접근하기 쉽게

나의 오렌지레터 만들기 실습

① 어떤 소식을 넣을 것인지 정하기
② 적절한 카테고리에 넣기
③ 링크 제목 정하기
④ 카테고리 이름 바꾸기
⑤ 사진, CTA(Call to Action)버튼, 요약글 넣기 등 자유롭게 구성 바꾸기

2019년을 위한 디지털 환경 갖추기

온라인 디지털 환경을 구축하려면, 즉 기관이나 조직의 웹 사이트를 만든다고 생각하면 막연히 머리가 아프기 마련입니다. 이 섹션에서는 '무엇을 해야 할지' 고민하는 시간을 단축시킬 수 있는 TODO를 만들어 보는 방법을 알려드립니다. 또한 인터뷰 게임을 통해 우리 웹 사이트에 필요한 것이 무엇일지 구체화할 수 있습니다. 웹사이트 제작(리뉴얼) 관련 기본적인 요소인 도메인 호스팅부터 검색 최적화까지 전반적인 것을 경험해 보실 수 있습니다.

웹 사이트 제작 순서

① 도메인 및 호스팅
- 도메인에는 키워드가 포함, 짧고 외우기 쉽게, 숫자나 하이픈(-)은 넣지 않는 것이 좋다
- 호스팅은 트래픽 및 저장공간, 개발언어, 추가연결 및 서브 도메인 활용유무를 확인한다
- 도메인 업체와 호스팅 업체 선정

② 보안(ssl+개인정보 암호화)
- 이메일만을 수집하더라도 ssl 적용이 필수
- 구글 검색 최적화를 위해 개인정보를 수집하지 않더라도 ssl 설치를 권장

③ 기업 메일 만들기
- Google G suite(유료), Naver LINE WORKS(유료), Daum Smartwork(무료)

④ 사이트 제작 준비
- 사이트 제작 배경과 목적, 주요 방문자 및 주요 기능, 컨셉을 미리 확인

⑤ 검색 최적화
- title과 description 태그: 검색엔진 최적화에 가장 중요
- keywords 태그: 키워드 검색에 비중을 차지하는 태그, 검색엔진에는 표시되지 않는다

- og 태그 : open graph약자, sns로 공유될 때 우선적으로 사용되는 태그

⑥ 검색등록

- Naver 웹마스터도구 이용, Daum 검색등록, Google 단순 URL 등록 / 구글 웹마스터 도구

⑦ GA연결: 구글 애널리틱스 가입

⑧ 제작 후 점검사항

- 오픈 전 링크 및 기능 오류, 맞춤법 등 확인

더 똑똑하게 관여하는 팀을 위한 디지털 업무 도구

보다 효율적으로 일하기 위해 활용할 수 있는 온라인 업무 도구와 우리 조직에 알맞은 디지털 업무 환경을 갖추는 방법을 소개합니다.

조직과 디지털 업무환경 생각하기

- 조직/팀의 규모는 어떻습니까?
- 하나의 업무를 누구와 함께 합니까?
- 그 일의 프로세스는 어떻습니까?
- 결과물을 누구와 공유합니까?

디지털 업무 도구

- 문서를 작성하고 파일을 공유할 때: Google, G Suite, MS Office, Naver office, LINE WORKS, Dropbox
- 업무를 나누고 할 일을 관리할 때: Wunderlist, Todoist, Trello
- 이 모든 업무를 동료와 이야기할 때: Slack, JANDI

인터뷰 게임

- 어떤 일을 하시나요?
- 회사의 미션이나 비전은 무엇인가요?
- 사이트 제작 배경은 무엇인가요?
- 사이트를 통해 무엇을 제공할 예정인가요?
- 사이트 제작을 통해 얻고자 하는 목적은 무엇인가요?
  (단기, 장기로 나눠서 이야기해도 좋음)
- 경쟁사이트나 참고할 만한 사이트가 있나요?
- 사이트의 컨셉은 어떻게 되나요?(콘텐츠 or 컬러 컨셉)
- 누가 사이트에 방문하게 될까요?(자세히 기술)
- 방문자는 온오프라인에서 어떤 활동을 하게 될까요?
- 방문자가 사이트를 통해 어떤 정보를 얻고 싶을까요?
- 방문자는 사이트에서 어떤 활동을 하고 싶을까요?
- 방문자가 사이트를 어떻게 기억하기를 원하시나요?
- 사이트 제작의 성공 여부를 판단하는 기준이 있나요?
- 사이트 제작에 참여할 사내 의사결정 구조는 어떻게 되나요?
- 사내에 사이트 운영 담당자가 있나요?
- 사이트 로고가 있나요?
- 콘텐츠 운영 계획은 어떻게 되나요?
- 기존 사이트가 있나요? 있다면 쌓여있는 데이터 이전 계획은 어떻게 되나요?
- 자주 바뀌는 페이지는 어디 인가요?
- 사이트 내에서의 마케팅외 별도의 마케팅을 하고 있나요?
  (SNS or 이메일 마케팅)

* 워크숍 자료 다운로드: https://snpo2013.blog.me/221365753768에서 링크 참조

4

돈에 대한 감각의 차이로 공동체를 만들다

공동체은행 빈고는 금융자본의 착취 구조 속에서 발생되는 빈곤의 악순환에 대한 문제의식, 이에 대한 구체적인 실천을 위해 시작된 공동체입니다. '우리가 개인의 자본 수익을 거부하고, 공동 자산으로 전환하여 공유한다면 이 돈을 잘 활용할 수 있지 않을까?'라는 문제의식에서 출발해 '돈이 돈을 벌고, 돈이 사람을 지배하는 질서를 반대'하고 '자본을 위한 저축을 거부'하며 출자자, 이용자, 운영자, 연대자의 구조를 상상해 냈고, 실천했습니다.

'출자자'는 출자라는 능동적 활동을 통해 빈고에 투자하며, 자본 수익으로서의 이자를 포기합니다. 이자수익은 다시 공동 자산으로 귀속되며, '이용자'는 공동자산을 잘 활용할 방법을 고민합니다. 이용의 결과로 발생하는 수익은 빈고 안에서 공유되며 운영 자금으로 사용됩니다. '운영자'는 새로운 상상력과 구체적인 실천을 바탕으로 공동체의 은행을 운영합니다. 그 과정에서 기존 은행 금융자본질서에서 수익을 받을 수 없는 '연대자'라는 새로운 주체가 발생합니다.

공동체은행 빈고

공동체은행 빈고는 꼬뮨뱅크를 지향하는 금융공동체입니다. 우리는 동일함에 기반한 공동체(共同體)가 아니라 함께 움직이는 공동체(共動體), 꼬뮨(commune)입니다. 우리는 은행(銀行)에 반대하는 은행(恩行)입니다. 우리는 화폐[金]를 축적하는 금고(金庫)가 아니라 우리의 화폐 빈(BIN, 貧)이 움직이는 빈고(貧庫)입니다. 우리는 자치/공유/환대하는 공동체들의 재정과 금융 문제를 함께 해결하는 다른 질서를 만들어가고자 합니다.

<꼬뮨뱅크 체험>

직접 가상의 마을을 꼬뮨뱅크로 운영해봅니다.

① 투자하고 싶은 영역에 스티커 붙이기

(예: 공유주거, 코하우징, 쉐어하우스, 공유사무실, 공동까페/식당, 학습공간, 공동돌봄공간시설)

② 각자 체험해 보고 싶은 위원회에 찾아가 참여하기

- 이용위원회: 공동자본을 어디에 이용할지 결정
- 출자위원회: 공동체원에게 들어가는 돈을 어떻게 사용할지 결정
- 운영위원회: 공동체은행 빈고의 운영을 담당
- 연대위원회: 자산운영 후 남는 수익으로 어떤 활동을 연대할지 결정

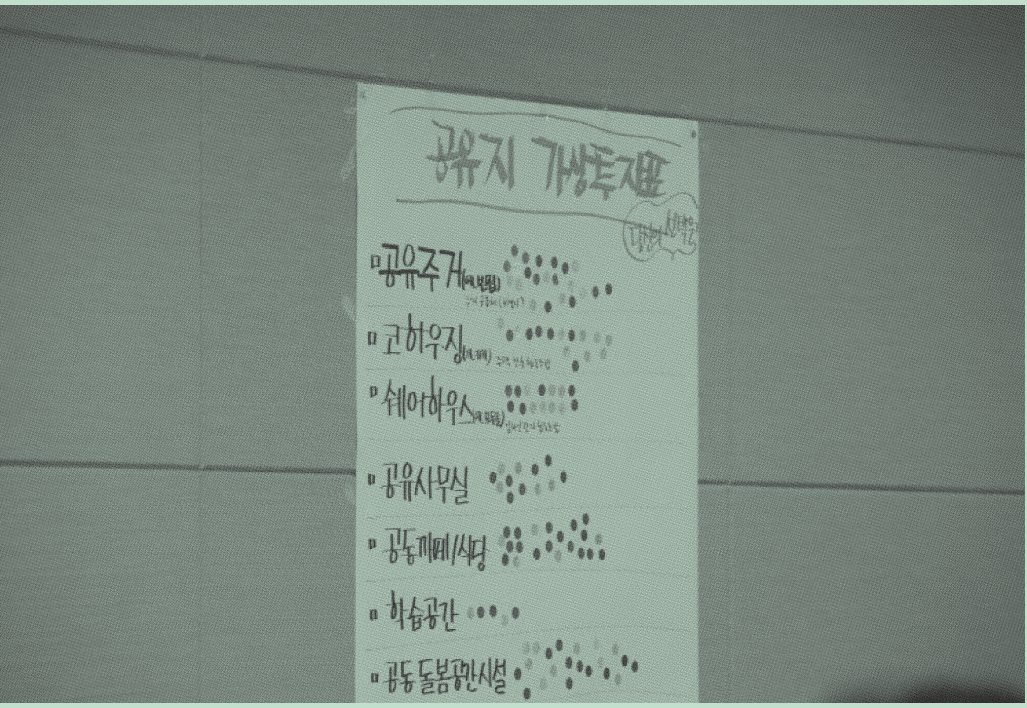
③ 조합원이 되어 각 위원회의 안건을 논의하기

- 시뮬레이션 체험을 통해 궁금했던 질문을 물어보거나, 실제로 문제를 어떻게 해결했는지 듣기

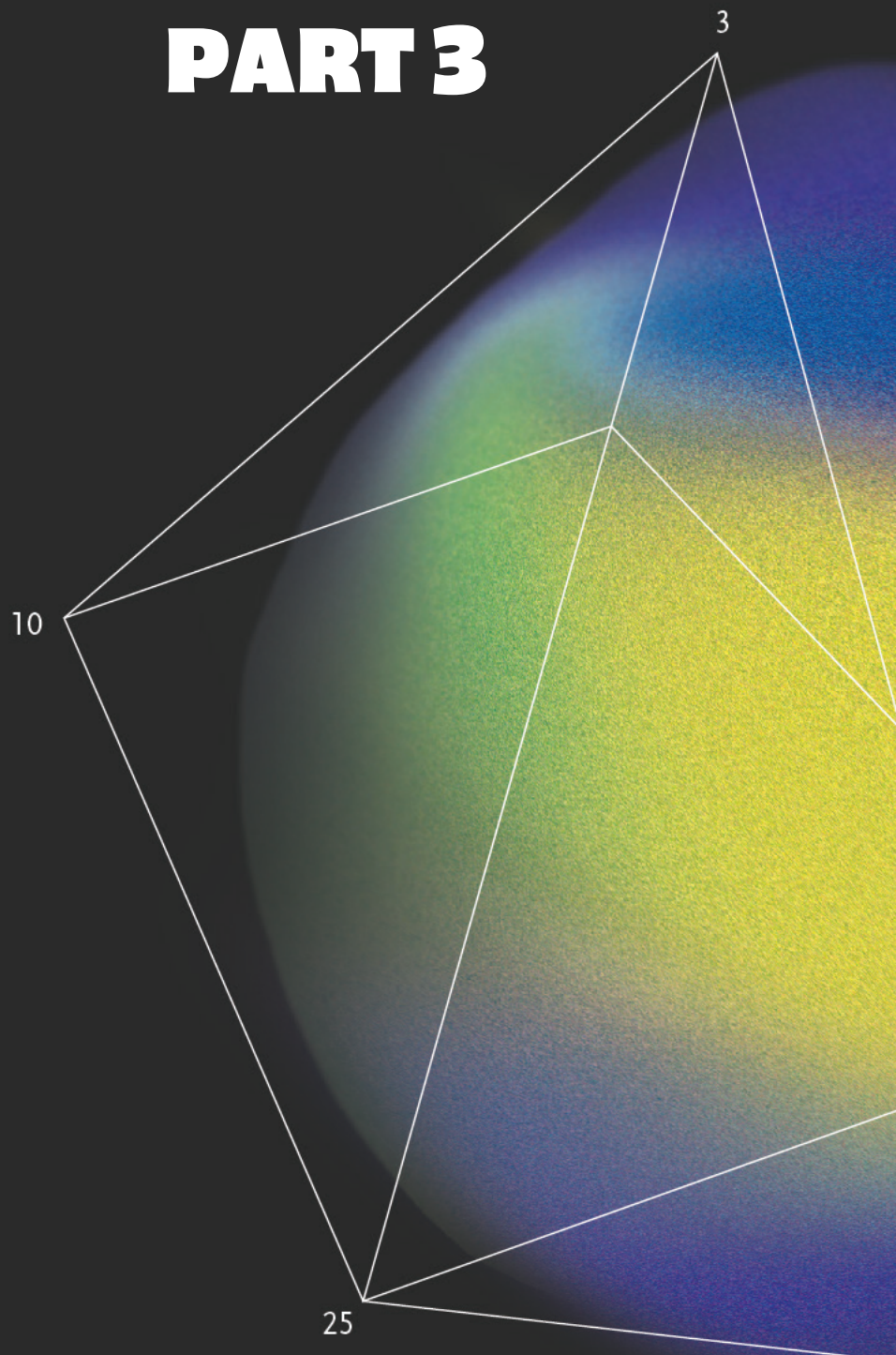
참여자 후기

"그동안 소비를 할 때, 윤리적 소비나 내가 지불했던 비용이 어디에 쓰이는지 미처 생각하지 않았던 것 같아요. 이번 워크숍으로 어느 방향으로 돈을 써야 하는지 고민하게 되어 좋았습니다."

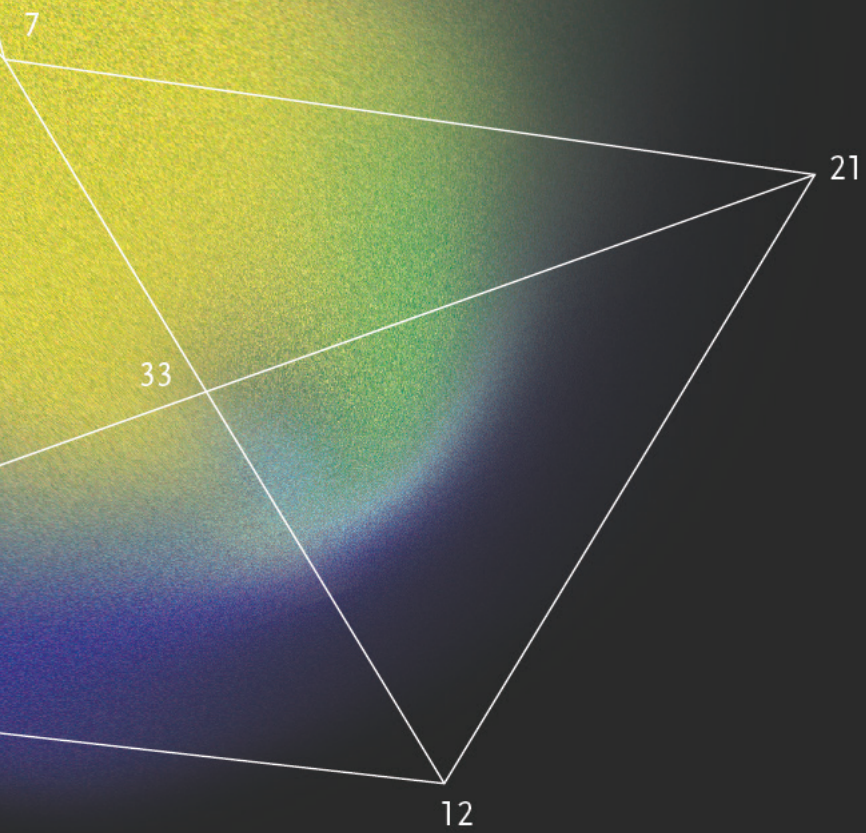
"공동의 이익을 위한 활동을 이해한 것만으로도 뜻깊고 좋았습니다."



PART 3



변화는 어떻게 알 수 있는가



예측 불가능한 사회와 더 복잡해지는 사회 문제 사이에서 변화의 방향과 방식, 그리고 측정에 관해 보다 깊은 통찰이 요구되고 있습니다. 증거 기반, 데이터 중심으로 변화되어 가는 시대 흐름 속에서 활동도 변화와 성과를 인지할 수 있는 방법으로의 요구가 증대되고 있습니다.

NPO에게도 실제적 효과 여부가 반영된 변화의 측정 요구가 증가하고 있으며, 성과 관리 향상을 위한 신뢰성 있는 성과 지표 및 방법의 개발이 중요한 사안이 되고 있습니다. 또한 실제로 변화의 성과를 어떠한 방법으로 측정하는지에 따라 측정치로 표현된 성과의 성패가 좌우되고 있어 변화를 알 수 있는 효과적이고 합리적인 성과 측정에 따른 논의가 필요한 시점입니다.

그동안 비영리 영역에서는 변화를 측정한다는 것에 거부감이 있었지만 이제는 변화의 방향을 설정하고 자발적으로 측정 지표를 만들어 변화에 공감해야 합니다. 3부에서는 변화를 측정하는 세 가지 요소인 방향, 주도성, 공감에 주목해 봅니다. NPO에게 변화 성과 측정이 왜 필요한지 확인하고, 변화의 방향은 어디를 향해 있는지, 구체적으로 어떻게 변화를 알 수 있는지에 관한 시민활동과 변화 성과 측정 사례를 확인하고 현장에서 구체적으로 적용할 수 있는 방법을 살펴 보겠습니다.

1 변화의 인식

어떻게 얼마나 변화하고 있는지 왜 알아야 할까요? 사회적 가치 창출을 위해 노력하는 다양한 활동들이 스스로 만들어낸 사회변화를 정확하게 알아내고, 개선하기 위한 방법이자 도구로서의 사회적 측정·평가에 대한 논의가 이루어질 필요성이 제기되었기 때문입니다.
그렇다면 변화를 어떻게 측정할 수 있을까요? 데이터베이스를 토대로 지표와 도구를 통해 하는 '측정'은 변화를 확인하는 좋은 도구입니다.
이 장에서는 변화의 방향을 알려주고 행동의 또다른 시작점이 될 측정에 대해 이야기하고, 변화를 인식하게 하는 '스토리'에 힘을 실어 넣는 방법을 나누려고 합니다.

1 살을 빼고 싶다면 체중을 재자

미국의 듀크 대학교와 미네소타 대학교 연구진은 매일 몸무게를 재는 사람들과 일주일에 2~3번 재는 사람들, 체중을 재지 않는 사람들로 그룹을 분류하여 각자 식이요법과 운동을 병행하며 체중변화를 관찰하는 실험을 진행했습니다. 놀랍게도 개인의 노력과 상관없이 매일 체중을 잰 사람이 일주일에 한 번 체중을 잰 사람보다 거의 두 배 이상의 성과를 냈다고 합니다. 우리가 어디까지 와 있는지, 내가 오늘 했던 식이요법이 맞는지 안 맞는지, 오늘 했던 운동이 다이어트에 도움이 됐는지 안 됐는지 이해하면서 시작했기 때문입니다.

사회적 가치 측정의 시작

'측정'이란 무엇일까요? 측정과 평가는 어떻게 다를까요? 어떤 사람의 몸무게가 75kg라는 것은 측정이지만, 그 분을 '무겁다' '가볍다' '좀 빼야겠다'고 하는 것은 평가입니다. 사회적 가치 측정에 대해서는 여러 가지 해석이 있겠지만, 여기서는 '사회문제가 해결된 크기'로 정의하겠습니다.

도현명
임팩트스퀘어 대표, 대한민국

서울대학교에서 경영학 학사와 석사학위를 받았다. 네이버 게임 부문에서 경험을 쌓은 뒤 2010년 국내 최초로 임팩트 비즈니스 전문 컨설팅을 제안하며 임팩트스퀘어를 창업했다. 이후 다수의 대기업, 공기업, 소셜벤처, 스타트업 등에 CSV 전략을 개발하고 실행을 도왔고 FSG, SVT Group, SVI, Uncharted 등 글로벌의 전문조직들과 협업하여 국내 논의를 이끌어가고 있다. 특히 국내에서 가장 먼저 사회적 가치 측정 서비스를 제공하며 정부와 기업 및 투자자에게 큰 영향을 끼쳤다.

한국에서 사회적 가치 측정, 사회적 가치 평가, 소셜밸류 등의 이야기는 최근 2~3년 전부터 네이버 등 검색 플랫폼에 등장하기 시작했습니다. 검색어 지표 그래프를 찾아 보면 '사회적 가치', '사회적 가치 측정' 같은 단어가 폭발적으로 증가하고 있음을 알 수 있습니다.

임팩트 금융, 임팩트 투자 등의 논의가 활성화되면서 사회적 가치 측정에 관한 이야기도 서서히

증가했습니다. 2017년 10월, 성수동 소셜벤처 클러스터 내에 일종의 플래그십 같은 건물인 헤이그라운드에 문재인 대통령이 방문하여 사회적경제 활성화 방안을 발표하였었습니다. 이 정책에 따라서, 정부 지원에 힘입어 약 2천억 원에 가까운 돈이 임팩트 금융으로 유입되었습니다. 이러한 임팩트 투자의 확대는 자연히 투자 대상을 검증하고, 성과를 확인하고자 하는 욕구의 증대로 이어졌습니다.

사회적 가치 측정은 왜 하는가?

세상을 바꾸고 싶다면, 얼마나 바뀌었는지를 알아야 내 행동을 수정할 수 있습니다. 인풋과 액션만으로도 만족스러울 순 있겠지만, 실제 만들어낸 변화를 알기 위해서 측정은 꼭 필요합니다. 방사선이 위험하다고 해서 엑스레이를 안 찍지는 않듯, 상태를 진단하고 어디에 이슈가 있는지를 확인해야 합니다. 그 과정은 방사선에 노출되는 것과 마찬가지입니다. 위험하지만 해야 하는 일인 거죠.

사회적 가치를 측정하는 것에는 세 가지 이유가 있습니다. 첫째, 정부 지원 대상의 여부를 구분하기 위해서입니다. 특히 우리나라의 경우 사회적 사업이 정부 주도로 이루어지고 있기 때문에 지원 대상인지 아닌지 구별하기 위해 성과를 확인하는 경우가 많습니다. 둘째, 다양한 이해관계자와 소통하기 위해서입니다. 기업은 회계라는 언어를 통해 소통하고, 의사결정을 위한 정보를 생성합니다. 사회적 가치 역시 마찬가지입니다. 조직 외부와 내부의 다양한 이해관계자들에게 우리가 실제로 얼마만큼의 사회적 가치를 창출하고 있는지를 소통하기 위해 측정이 필요합니다. 셋째, 우리의 일을 더 잘하기 위해서입니다. 우리가 더 잘하려면 지금 어디에 와 있는지 알아야 합니다. 도대체 어디에서 우리의 잘함이 만들어지고 있는지 이해해야만 더 잘할 수 있는 방법을 구체적으로 정리할 수 있습니다. 노력에는 한계가 있습니다. 좀 더 전략적으로 우리의 자원을 잘 배분해가면서 더 나은 일을 하기 위해 우리는 정보를 획득해야 합니다.

UN에서 채택된 지속가능개발목표

사회적 가치 측정 지표

글로벌에서 사회적 가치 측정은 지속적으로 발전하고 있습니다. 여러 가지 목적과 방향이 있겠지만 다자 간 협의와 합의를 기초로 하여 실용성 중심의 사회적 가치 측정 지표 표준화가 시작되고 있습니다.

임팩트 매니지먼트 프로젝트(IMP, Impact Management Project)는 사회적 가치를 측정, 보고하는 프레임워크를 제시하고 있습니다. 글로벌에서는 이 프레임워크에 기반해서 사회적 가치를 보고하는 것으로 합의가 이루어지고 있습니다. 어떤 지표로 사회적 가치를 측정할지에 대해서는 글로벌 임팩트 투자 네트워크(GIIN, Global Impact Investing Network)가 제공하는 IRIS+ 라는 지표 라이브러리를 활용하는 것으로 합의가 이루어지고 있습니다. 그리고 이 사회적 가치를 UN에서 채택된 지속가능개발목표(SDGs, Sustainable Development Goals)에 얼라인하여 제시하는 것까지가, 최근 글로벌 사회적 가치 측정에서 일종의 표준으로 제시되고 있습니다.

몸무게를 재듯 사회적 가치를 측정하자

사회적 가치 측정은 외부의 요구에 의해 억지로 수행해야 하는 어렵고 귀찮은 작업이 아니라, 우리의 목적을 위해 정보를 만드는 일입니다. 측정은 도구일 뿐 목표가 아닙니다. 우리가 원하는 변화를 이루기 위한 정보를 만드는 유용한 도구로서 이해될 때, 사회적 가치 측정은 보다 능동적으로 이루어질 수 있습니다. 또한 사회적 가치를 측정하면 그 자체로 끝이 나는 것이 아니라, 거기서부터 시작하는 것입니다. 사회적 가치 측정을 통해 우리 조직을 어떻게 바꾸어야 할지, 어떻게 미션을 정비하고 사업을 개선해서 더 나은 미래를 만들기 위해 노력할 수 있을지에 대해 알게 되는 것입니다. 이러한 측면에서, 사회적 가치 측정은 변화를 위한 노력의 시작점이 될 수 있습니다.

마지막으로 측정 작업이나 측정 결과 자체에 매몰될 필요가 없습니다. 숫자 몇 개에 일희일비하지 않기를 바랍니다. 때때로 목욕탕에 가서 체중을 잴 때 1~2kg 정도는 차이가 나도 거기에 스트레스 받지 않습니다. 하지만 사회적 가치 측정에 대해서는 유독 숫자 하나하나에 괴로워하고, 그렇기 때문에 필요 이상으로 지나치게 엄밀함을 기하게 되는 경우가 많습니다. 방향성이

확실하다면 있는 그대로 받아들이고, 개선해나가면 됩니다. 측정을 엄밀하게 하기 위해 너무 많은 노력을 들여야해서 그것이 오히려 악영향을 끼치게 된다면, 그것은 바람직하지 않습니다.

우리가 체중계에 오르는 이유는 우리가 스스로 더 건강한 삶을 살기 위해서 하는 능동적 행동이어야 합니다. 거기에 방향을 두고 변화가 어떻게 일어나야 하는지 잘 이해하기를 바랍니다.

#사회적가치측정 #측정의이유 #측정의방향 #측정의주도성

2

변화에도 스토리가 있다

'스토리텔링'은 왜 중요할까요? 바로 행동으로 옮기게 하는 힘이 있기 때문입니다. 저는 현재 스토리텔러이자 영화감독, 뮤직 스토리텔러로 활동하고 있습니다. 원래 인쇄 매체 쪽에서 일하려고 하다가 방향을 전환해 비영리를 위한 크라우드 펀딩 플랫폼에서 영상 제작자로 일을 시작했습니다. 그러나 좋은 뜻에서 크라우드 펀딩을 시작하고 새로운 영향력으로 이어지기를 바라지만, 사실상 제대로 전달이 되지 않는다는 것을 비영리 조직에서 일하기 시작하면서 알았습니다.

저는 영상 작업물이 변화를 위한 메시지를 던지는 데 힘이 있다고 믿습니다. 그래서 영향력 있는 변화의 움직임을 영상물로 제작하고 실제로 현업에서 활동하고 있는 실무자들을 모았습니다. 점차 고객사가 모였고 사회적 기업이 된 지 이제 6년차에 이르렀습니다. 현재 9명의 정규직 직원이 있으며 여러 나라에서 활동하고 있습니다.

변화를 측정한다는 것과 스토리텔링이 어떤 연관이 있을까요?

앞의 이야기를 예로 들어서, 체중을 3kg 감량했을 때 어떤 기분이 드는지, 감량한 후 느낌 등의 이야기는 데이터로는 처리되지 않습니다. 하지만 이야기를 통해서는 전달될 수 있습니다.

두뇌신경학적으로 사람의 뇌에는 단순한 정보를 받아들일 때 활성화되는 부분이 있는데, 정보와 함께 감각 요소를 더하면 더 많은 부분이 활성화되는 것으로 나타난다는 연구 결과가 있습니다. 예를 들어 노숙자에 대한 이야기를 할 때, '비중이 몇 퍼센트 감소했는가' 하는 정보만 제공하는 것보다는 '집을 찾았을 때 사람들이

나타샤 아킵 Natasha Akib
디지털 스토리텔러스 대표, 오스트레일리아

스토리텔링이 세상을 변화시킨다고 믿는 스토리텔러이자 영상제작자. 지난 5년간 디지털 스토리텔러스에서 'Stories for Impact' 및 역량 구축 워크숍을 개발하고 주도해 왔다. Stories for Impact를 이끌며 모금, 후원, 공동체 참여 등을 위해 전 세계 수천 명의 스토리텔러들을 지원했다.

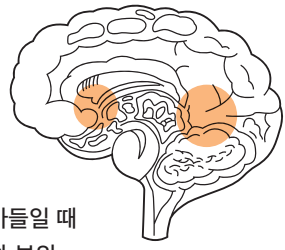


그림 1-1

정보를 받아들일 때
뇌의 활성화 부위

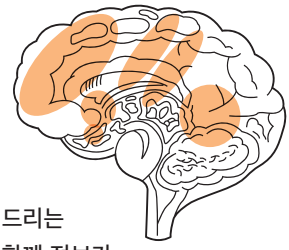


그림 1-2

감성을 건드리는
이야기와 함께 정보가
전달될 때 뇌의 활성화
부위

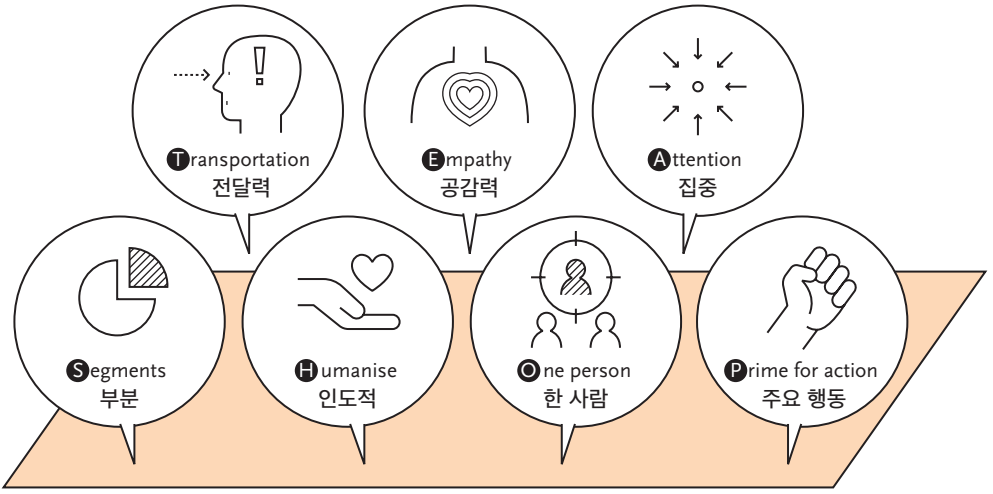
어떤 느낌을 갖는가' 등 감성을 건드릴 수 있는 이야기를 함께 전하면 뇌의 더 많은 부분이 활성화됩니다. 비영리단체에게 중요한 신뢰를 확보하기 위해서 스토리텔링은 효과적인 도구가 됩니다. 단순히 사실만 제시하는 것이 아닌 이야기를 더해 전달할 때 설득력이 있는 것이지요.

그렇다면 왜 스토리텔링을 하는 걸까요?

이야기를 통해서 사람들에게 깊은 의미를 전하고 단순히 정보를 전달하는 것이 아닌 변화를 이끌어내기 위해서입니다. 가슴에 와 닿는 이야기는 마음을 변화시키고 행동과 변화를 만들어 냅니다. 스토리텔링으로 전달하는 이야기는 사람들 간의 대화 주제가 되기도 하고, 인식을 변화시키기도 합니다. 또한 기금을 모으거나 지지를 얻을 수도 있습니다.

캐나다 출신 저널리스트이자 진보운동가 나오미 클레인(Naomi Klein)은 말했습니다. "더 나은 미래를 보여주는 방법으로 스토리텔링이 가장 효과적이다. 스토리텔링은 점차 도전적인 변화를 통해 더 효과적으로 전달할 수 있다"고 말입니다.

훌륭한 스토리텔링에는 일곱 가지 요소 "TEASHOP"이 필요합니다. 바로 전달력(Transportation), 공감력(Empathy), 집중(Attention), 부분(Segments) 인도적(Humanise), 한 사람(One person), 주요 행동(Prime for Action)의 앞글자를 딴 것인데요. 한 사람에게 초점을 두고 어떤 행동을 위해 어떻게 준비할 수 있는지 스토리에 담는 과정이 스토리텔러로서의 계획 중에 가장 중요한 단계라 할 수 있습니다.



훌륭한 스토리텔링을 만들기 위해 충족해야 하는 요소 **TEASHOP**
한 사람에게 초점을 두고 어떤 행동을 위해 준비를 어떻게 할 수 있을지를 스토리에 담는다

변화를 위한 영상 기획과 사전단계

영상을 제작하기 위해서는 촬영부터 시작하는 것이 아니라 어떤 이야기를 전달하려고 기획하는 사전 단계가 중요합니다. 저희는 "스토리텔러 캔버스"라는 도구를 활용합니다. 비즈니스 캔버스와 동일한 컨버스로 우리의 스토리텔링을 왜 공유해야 하는지, 누구와 공유하고 싶은지, 공감할 수 있는 지역과 사람들은 누군지, 그리고 어떤 메시지를 전달하고자 하는지, 또 전달을 통해 어떠한 변화를 희망하는지 적어보는 것입니다.

전략적으로 영향력을 발휘할 수 있는 스토리를 만들기 위해 영감을 불러일으키고 용기를 북돋우는 이야기도 중요하지만 더 중요한 것은 변화입니다. 개인보다는 단체를 이용하는 것이 중요합니다. 조직에서 CEO와 마케팅 담당자, 실무자의 생각이 각자 다르기 때문에, 동일한 메시지라도 사람에 따라 다르게 전달해야 합니다. 따라서 스토리 캔버스를 통해 동일선상에서 작업할 수 있도록 정리하면 효과적입니다.

TED 토크의 65%는 사람들의 심금을 울리는 이야기에 집중합니다. 20%가 이성적인 데이터에 관한 내용이고, 나머지는 말하는 사람의 신뢰성을 강조하는 내용을 담고 있습니다. 강력한 스토리텔링을 만들기 위해서는 정서적 공감, 데이터, 신뢰성을 균형 있게 담아냄으로써 행동을 이끌어야 합니다.

예를 들어 심장질환을 앓고 있는 소년 모하메드가 장기기증을 받은 이후의 삶을 다룬 영상이 있습니다. 여기에는 장기기증과 관련된 데이터가 많이 나오지만 이러한 사실만 나열한다면 잘 전달되지 않았을 것입니다. 대신 어린 모하메드, 축구, 소년의 삶의 변화를 담아냄으로써 사람들의 기억 속에 좀 더 오래 남아 있을 것입니다. 여러분의 훌륭한 활동 역시 데이터와 정보뿐 아니라 스토리를 통해 전달하면 다른 결과가 나올 수 있습니다.

영상을 통해 이야기를 전하려면 예산이 많이 들기 때문에 이전에는 대부분 대기업이나 공기업들이 영상을 이용했습니다. 하지만 지금은 스마트폰 등 여러 가지 수단을 통해 좀 더 쉽게 스토리텔링을 전달할 수 있는 환경이 잘 구성되어 있습니다. 기술적인 장점을 최대한 활용하고, 주변에 있는 훌륭한 스토리를 사람들의 기억에 남도록 잘 전할 수 있길 바랍니다.

#스토리텔링 #TEASHOP #정서적공감 #데이터 #신뢰

2 변화의 확인

이 장에서는 다양한 방법으로 변화를 측정한 사례를 살펴 봅니다. 서울의 포용성을 연구하는 과정에서 측정을 통해 드러난 서울의 변화와 동네 시장에서 진행한 플라스틱 제로 운동 과정에서 측정의 주도성이 드러난 사례, 커뮤니티 케어를 통해 변화된 지역사회의 모습, 그리고 우리나라의 재난 기록 활동을 통해 변화를 촉구하는 기록 활동이 어떻게 사회를 변화시켰는지 알아봅니다.

1 측정으로 보는 서울의 변화

서울연구원은 '서울이라는 도시의 포용성'에 대해 연구를 시작하며 포용성이라는 불특정한 개념을 어떻게 측정할 것인가에 대한 많은 고민을 가지고 '서울형 포용도시 지표체계'를 만들었습니다. 서울의 포용성이라는 가치 측정을 연구하며 저희는 네 가지 단계를 거쳤습니다. 첫째로, 측정을 어떻게 시작할지에 관한 방법론, 둘째, 측정의 기준이 되는 지표가 어떤 방식으로 구축되었는지 살펴보는 단계, 셋째, 그 지표를 어떤 방식으로 해석할 것인가, 마지막으로 이러한 측정 과정을 통해 우리가 얘기하고자 하는 것은 무엇인가를 분석하는 과정을 거쳤습니다.

변화의 진단, 측정의 의미

무엇을 어떻게 측정하는가? 우리가 측정하고자 하는 대상인 사회적 가치는 이전에는 중요하게 다루지 않았지만 새롭게 나타난 것이므로 개념을 명확하게 해야 하며, 기준이라고 하는 지표를 만드는 데 있어 목적지향성을 분명히 하는 것이 중요합니다. 지표는 측정의 기준으로서 어떤 목적으로 만드는지에 따라 크게 달라지기 때문입니다. 예를 들어 우리가 청년 세대의 가치 변화를 측정한다거나 서울 시민의 삶의 질을 측정한다고 했을 때, 그 이면에 있는 의미는 지금 현재 우리 사회가 그 가치 변화나 삶의 질을 주목하고 있다는 가치 지향을 포함하고 있음을 뜻합니다.

측정의 생산 주체도 굉장히 중요합니다. 여러분들이 사회적 가치평가에 관한 다양한 지표를 해석할 때 어떤 목적으로 어떤 기관에서 측정된

변미리
서울연구원 미래연구센터장, 대한민국

현재 서울연구원 미래연구센터장으로 일하며, 한국사회학회, 미래학회 이사로 활동 중이다. 서울대에서 학사, 석·박사학위를 받고, 메사추세츠대 앰허스트에서 초빙교수를 지냈다. 주 관심영역은 도시의 사회문화와 도시구조의 변화를 둘러싼 원인과 결과를 측정해 실증적으로 분석하는 일로, 미래사회 발전전략, 서울시와 세계도시의 삶의 질 비교연구와 서울시민 행복연구, 세대 비교분석, 1인가구 등에 관해 연구하고 있다.

측정의 기준을 생각하는 순서

것인지도 인지하고 해석하는 부분들이 필요하다고 생각합니다. 사회적 가치 측정은 여러 가지 가치지향성과 목적지향성을 갖고 있음에도 불구하고, 하나의 지표는 측정하는 대상에 의존하지 않고 독립적이어야 하며, 신뢰성 있는 데이터를 가지고 있어야 합니다.

서울연구원이 처음에 포용도시로서 서울의 포용성을 진단하기 위한 기준 지표를 만드는 과제를 부여받은 후, 무엇에서부터 출발해야 할지에 관한 고민이 있었습니다. 지역에 따라 특정적인 측정이 있겠지만, 전 세계 도시의 삶이라는 것은 보편적인 가치를 관통하는 부분이 있다고 생각되어 세계 국제기관에서 논의되고 있는 포용도시의 개념을 조사하고 연구하는 것으로 시작했습니다.

세계은행(World Bank)에서의 포용도시는 소득분배 논의에서 출발해 사회적 포용이라는 개념으로 확장하는 것을 발견할 수 있었으며, UN Habitat 3차 회의의 포용도시는 도시에 대한 권리차원에서 논의되었습니다. 유럽연합(EU)에서는 빈곤의 측정방법을 구체화하고, 사회적으로 배제되는 취약집단을 밝혀 이를 완화하기 위한 정책을 제시하기도 했습니다. 특히 서울이라는 도시 규모를 감안할 때 외국의

비슷한 규모의 대도시들에서 하고 있는 일을 확인해 보는 것 역시 굉장히 중요한 이슈였기 때문에 2015년 뉴욕 도시계획에서의 포용도시론 도출 과정을 주목해 보았습니다.

저희가 지표를 만들 때 취했던 방법론은 위에 열거한 조사연구에 기반한 탑다운 방식으로, 전문가 영역에서 '사람, 공간, 거버넌스'라는 포용도시에 대한 정의와 방향성을 만들어내고 세부영역에서 지표 체계를 만들었습니다. 이후 전문가와 시민을 대상으로 가치의 중요도를 평가하는 작업이 있었습니다.

지표의 분석

서울의 포용성 지표를 비교하기 위해 OECD 국가의 지표를 함께 분석했습니다. 사실 지표를 만드는 데 있어 모든 지표의 데이터가 있는 것은 아닙니다. 구별해야 될 것은, OECD와 비교해서 평균 이상인 부분과 이하인 부분을 확인하는 등의 횡단적 분석 비교를 하고, 각 지표별 종단적인 요소를 분석하는 것입니다. 실제로 이런 작업들은 지표를 구축하는 것만큼이나 중요합니다. 앞에서 기준으로 삼았던 사람·공간·거버넌스라고 하는 것이 어떤 방식으로 변화하고 있는지, 시민들이 느끼는 서울의 포용성 체감도가 어느 정도인지를 검토합니다.

지표 체계 측정의 기준으로 지표를 만들고 데이터를 백업해서 분석하는 과정을 통해 우리가 앞으로 어떻게 나가야 하는지, 서울의 발전 이면에 드러난 불평등이라는 갈등을 어떻게 인지하고 어떻게 대응하고 있는지 알 수 있습니다.

서울 포용성 측정의 정책적 함의

제가 앞서 말씀드린 '지표'는 여러 작업을 통해 정책에 반영할 수 있었습니다. 앞으로도 서울시는 사람·공간·거버넌스라는 지표를 기준으로 도시 정책을 재구성하고, 지속적으로 도시의 포용성을 고려해야 하겠습니다.

#거대도시서울의포용성 #지표구축방법 #지표분석

2

플라스틱 프리, 개인적 실천과 사회적 변화 사이의 변증법

저는 망원시장에서 1년을 보내면서 시민들과 함께 활동을 만든 경험을 이야기하고자 합니다. 개인적 실천과 사회적 변화 사이의 변증법이라는 거창한 제목을 붙였지만 변화에 대한 개인의 주도성에 관한 이야기입니다.

플라스틱 어택: 변화와 한계

저는 2018년 7월 1일 상암동 홈플러스에서 플라스틱 어택을 진행했습니다. 모르는 사람 40명이 대형마트에 가서 쇼핑을 하고 비닐포장된 제품의 비닐을 벗기는 일이었습니다. 소비자에게만 분리수거를 강요할 것이 아니라 이제 개인의 선택을 넘어서 제조업과 유통업, 생산 단계에서부터 플라스틱을 줄이라고 요청했습니다. 그때 진행했던 플라스틱 어택이 이뤄낸 작은 성과로는 대형마트에서 우유팩 포장을 커다란 비닐에서 최소한의 테이프로 대체한 것과 당시 스타벅스에서 개별 비닐에 넣어 팔던 바나나 포장을 없앤 것입니다.

"와, 이런 게 플라스틱 어택의 효과구나! 사회가 이렇게 변하는구나!" 라고 생각했지만 변화는 한 달이 채 지나지 않아 원 상태로 돌아갔습니다. 소비자들이 이런 방식에 불만을 제기했기 때문이라고 합니다. 절망감이 들었습니다. '플라스틱 어택을 해서 바뀐 것은 뭐지?' '동네 시장에도 플라스틱 비닐을 많이 쓰는데 이걸 어떻게 바꿀 수 있지?' 이런 고민에서 망원시장 활동은 시작되었습니다.

고금숙
알맹@망원시장 활동가, 대한민국

망원동을 어슬렁거리며 쓰레기를 덕질하는 '호모 쓰레기쿠스'. 대학에서 여성주의 교지를 만들며 에코페미니즘을 접하고 일상을 '다르게 살기 위해' 환경단체에서 일을 시작했다. 10년 동안 여성환경연대에서 유해물질과 건강을 다루며 대형마트 영업시간 제한, 생리대 유해물질 이슈화, 화장품 미세플라스틱 사용금지 등을 이뤘다. 지금은 조직과 개인 사이, 활동가와 덕후 사이, 임금과 무임금 노동 사이에서 절반은 '발암물질없는사회만들기국민행동'에서 일하고 나머지 절반은 그저 좋아서 '알맹@망원시장'과 온라인커뮤니티 '쓰레기덕질' 활동을 한다. 개인들이 느슨한 연결망으로 이어져 세상을 휘청이게 하는 활동이 좋다. 『망원동 에코 하우스』 및 『우린 일회용이 아니니까』를 썼다.

껍데기는 가라! 알맹이만 사고 싶다

20만 명이 사는 독일 프라이부르크에서는 하루에 약 350명가량이 제로 웨이스트샵을 이용한다고 합니다. 하지만 한국의 제로 웨이스트샵은 투자를 받지 않고 시민의 힘만으로는 아직 자립이 어렵습니다. 제가 생각한 한국의 제로 웨이스트샵은 전통시장 모델이었습니다. 전통시장에서는 즉석식품을 자기 용기에 살 수 있으니 김을 사거나 두부를 사는 등의 작은 것에서부터 플라스틱 프리가 가능하다고 생각했습니다.

우리 동네부터 바꿔야겠다는 것이 목적이었기 때문에 망원시장 상인회에 가서 매대 교환이나 고객 유치 홍보, 지역화폐 같이 저의 거창한 계획을 말씀드렸습니다. 전통시장에 가면 대부분 검정 비닐봉지에 구매한 상품을 담아주기 때문에 상인들에게 이 비닐봉지를 줄이는 노력이라도 해 보자고 제안했지만, 현실은 고객들이 검정 비닐봉지를 요구하기 때문에 쓰고 있는 것이었습니다. 시장 상인과 소비자 모두 변화가 필요하죠.

더불어 새벽 배송을 혁신이라고 생각하는 한국사회의 너무나 빠른 속도 때문에, 제품의 무게를 달고, 손님과의 대화가 있는 플라스틱 프리 시장은 그저 비효율적이라 여겨지기 마련입니다.

비닐봉지 대신 대여용 에코백을 비치해 놓은 망원시장 내 점포

개인적 실천의 한계

망원시장에서 장바구니를 대여했지만 여전히 편하고 무료라는 이유로 비닐봉지가 너무 많이 사용되었습니다. 망원시장 활동에 한계를 느낀 저는 인도와 케냐로 떠났습니다. 우리가 흔히 아는 덴마크나 노르웨이처럼 환경 의식이 높고 법 규제가 확실한 북유럽이 아닌 케나와 인도의 플라스틱 프리에 대해 이야기하는 것이 좀 더 우리나라 현실에 맞을 것 같다는 생각에서였습니다. 이때의 경험으로 "쓰레기덕후 소셜클럽"이라는 다큐멘터리가 만들어지기도 했습니다.

저는 환경운동이 개인적 실천을 강조하는 방향으로 가고 있다는 데 문제가 있다고 생각합니다. 그래서 인도와 케냐의 제도적인 면을 살펴 보았습니다. 인도의 실리콘밸리 벵갈루루에서는 2010년부터 플라스틱을 금지하고 있으며 케냐에서는 2017년부터 비닐을 제조/수입하고 판매하는 사람에게 한화로 약 4천만 원의 벌금이 부과될 뿐 아니라, 사용자 역시 처벌 받습니다.

작은 모임에서의 성과 측정

우리의 운동은 생각보다 멋지지는 않았습니다. 측정의 중요성을 인지하고는 있지만 저희는 NGO도 아닌 7명의 동네주민 모임일 뿐이었습니다. 실제 망원시장 비닐봉지 사용량을 생각해보면 수치상의 효과는 미미할 뿐이었습니다. 망원시장 전체에서 0.1퍼센트도 못 줄인 것 같습니다.

그래서 저희는 투입을 줄이기로 했습니다. 사무실과 상임활동가가 필요한 조직 대신 주민들이 스스로 할 수 있을 만큼 정해서 자원활동으로 대체하고, 마포구 지역화폐 같은 사회적 자원을 활용하여 플라스틱을 쓰지 않을 경우 공동체 네트워크 화폐로 보상했습니다. 인풋을 줄였기 때문에 비용도 적게 들고 시민 주도적으로 활동하는 구조가 만들어졌습니다. 그래서 저는 이런 작은 모임이 1년 이상 지속가능하게 된 것 자체가 성과이고 산출이라고 생각합니다. 가장 중요한 것은 상인과 소비자의 마음과 관계를 바꾸는 것, 시장의 속도를 느리게 하는 것, 다른 방식의 거래를 가능하게 하는 것이라고 생각합니다.

망원시장에서는 전국에서 쓰지 않는 장바구니를 모으고 장을 보러 온 사람에게 빌려줍니다. 전국 최초로 개인이 자신의 용기를 가져와 세제를 무게로 측정해서 사갈 수 있는 무인 세제 리필샵을 운영 중입니다. 소독한 유리병을

반찬가게에서 재사용하기도 하고, 시장 내 까페에 빨대 없애기 등의 활동도 하고 있습니다. 이런 사례 때문에 전국의 많은 활동가들이 망원시장을 견학하게 하는 계기가 되어서, 매뉴얼을 제작하기도 하였습니다. 전국의 작은 동네 곳곳에 퍼져가고 있다는 것을 저는 사회적 성과이고 측정이라고 봅니다.

사회적 실천의 방향

저는 개인에게 사회적 실천을 강조하려면 사회가 조직적으로 환경을 조성한 뒤, 개인이 선택 가능하게끔 바뀌어야 한다고 생각합니다. 그 의견을 모을 수 있는 집단적인 힘은 동네라는 단위에서 시작할 수 있습니다. 그 작은 승리 자체가 지속가능성을 담보합니다.

스웨덴의 10대 환경운동가 그레타 툰베리가 이렇게 말했습니다. “우리가 행동할 때 희망은 모든 곳에 있다.” 저희 같은 활동의 측정은 참여자 각자 피부에 와 닿는 작은 승리를 만들어가는 작은 활동을 스스로 설명할 수 있을 때 가능합니다. 목표를 벼리고 스토리텔링을 하고 기록하는 것, 이런 활동의 중요성을 깨닫고 각자의 현장에서 조금이라도 작은 변화를 이룰 수 있기를 바랍니다.

#활동과변화사이 #활동의사회적효과측정 #변화의확산 #제도와사회적실천

3

호혜의 지역사회, 정서와 관계의 측정

타임뱅킹은 돈이 아닌 시간이 화폐가 되는 개념으로 돈처럼 시간을 적립하여 사용할 수 있습니다. 지역사회에서 모든 개인이 지닌 가치가 있다고 해서 시작된 타임뱅킹은 서로가 도움을 주는 호의적 커뮤니티입니다. 예를 들어 독거노인 집에 두 시간 동안 방문해 차를 마시며 얘기를 나누면 두 시간을 적립하게 됩니다. 이렇게 적립한 두 시간을 여러분이 필요할 때 사용하여 다른 사람으로부터 도움을 받을 수 있습니다. 이처럼 상호 도움을 주는 것이 타임뱅킹의 핵심입니다.

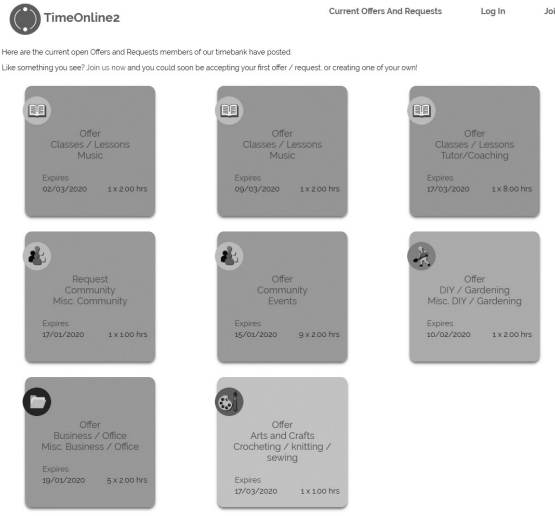
타임뱅킹: 시간의 교환

여기서 중요한 것은 타임뱅킹은 전문가들이 제공하는 전문 서비스가 아니라 시민이 다른 시민을 최선을 다해 돕는 것입니다. 타인을 도운 것으로 시간을 적립하고, 적립한 시간으로 타인으로부터 도움을 받는 것이죠. 예를 들어 대신 쇼핑해 주기, 말벗 되어 주기, 타인의 반려동물 돌봐주기 등의 도움을 주면서 시간 화폐를 적립합니다. 혹시 다른 언어를 쓸 수 있는 사람은 통번역을 할 수도 있고 시간 단위로 도움을 줌으로써 시간을 적립합니다. 시간을 소유하는 것으로 여러가지 일을 할 수 있습니다.

영국 전역에서 활동하는 자선단체는 모든 자원을 동원해 운영할 수 있도록 노력합니다. 영국에서는 이 서비스에 많은 사회복지 예산을 지출하고 있으며, 많은 정부 조직에서 타임뱅킹과 협업하고 있습니다.

사라 버드 Sarah Bird
타임뱅킹 UK CEO, 영국

타임뱅크 분야에서 12년 이상의 경력을 가지고 있으며, 타임뱅킹을 설립한 CEO, 컨설턴트, 프로젝트 매니저가 되었다. 전국의 모든 크고 작은 도시들에 존재하는 복합적인 타임뱅킹의 비전을 가지고 지속적으로 파트너십과 네트워크를 발전시키고 있다. 사람들이 가지고 있는 자산에 초점을 맞추고 이를 공유하고 활용할 방법을 제공하는 것이 개인과 이웃에게 많은 혜택을 가져다준다고 믿는다.



현재 매칭 가능한 프로그램을 찾을 수 있는 온라인 타임뱅킹 소프트웨어

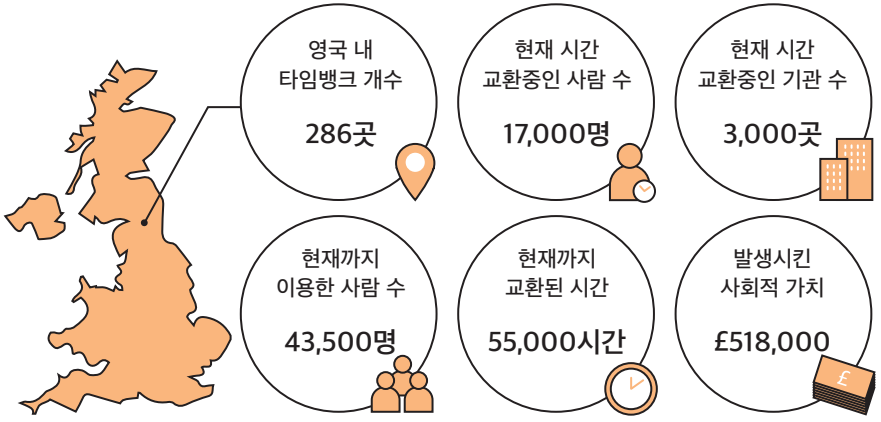
시간을 나누는 행복감

한 조직이 갖고 있는 회의실을 무료로 제공하거나 학교에서 스쿨버스를 사용하지 않는 시간에 타인이 사용할 수 있도록 하는 등 다양한 종류의 교환은 매년 시간으로 교환되고 있으며 해마다 늘어나고 있습니다. 2018년에는 30만 시간이 교환되었습니다. 영국 정부에서도 교환되는 시간이 지닌 경제적 가치를 살펴보았는데 대단히 큰 금액임을 확인할 수 있었습니다.

사람들에게 실질적으로 어떤 영향을 미쳤는지도 중요한 부분입니다. 런던 바넷의 타임뱅크에서 6개월 동안 시간을 교환한 참여자와 시간을 공유받는 사람을 대상으로 한 설문조사에서 85퍼센트가 타임뱅크를 통해 조금 더 사회의 일원으로서 존중받는 것 같다고 응답했습니다. 또한 타인으로부터 무엇인가를 받는 것도 중요하지만 '행복감'이라는 성과가 더해졌습니다. 같은 조사에서 77퍼센트의 사람들이 '나는 더 행복하다'고 응답했으며, 혼자 지내는 사람들의 행복감이 높아졌습니다. 69퍼센트의 노인 환자들이 예전만큼 의사 선생님을 만나지 않게 되었습니다. 이처럼 의료서비스에도 긍정적인 영향이 있었습니다.

타임뱅킹의 사회적 수치

지역사회 활동, 예술과 공예 등 여러 가지 활동을 시간으로 측정하고



핵트(HACT social value calculator)라는 도구를 사용해 사회적 가치를 측정했더니 약 51만8000파운드였으며 사회적 투자대비 수익은 약 53,000파운드가 됩니다.

영국의 노년층 120만 명은 만성적으로 외로움을 느끼고 있다고 합니다. 2039년까지 독거 인구가 1070만 명에 달할 것으로 예상됩니다. 만성적 외로움을 느끼는 사람들이 의사를 자주 찾아간다는 사실은 의사들 사이에서 널리 알려져 있는데요. 실제로 환자를 접하고 있는 의사들은 본인의 담당 환자 가운데 절반은 약이 아닌 '사람'이 필요하다고 주장합니다.

11년간 타임뱅킹을 운영 중인 런던 팍스톤 그린 헬스케어 센터에는 신체적으로는 별다른 증상이 없지만, 마음이 답답하다는 특정 치료제가 없는 증상을 호소하는 많은 사람들이 찾아옵니다. 타임뱅킹을 시작한 이후 환자의 삶이 어떻게 바뀌는지 살펴봤더니 우울 증상이 호전되는 것을 확인할 수 있었습니다. 이처럼 타임뱅킹이야말로 시민들의 좋은 삶을 위해 활용 가능한 아주 좋은 도구가 아닐까요?

마지막으로 타임뱅킹은 단순히 참여자 개인뿐 아니라 가족, 지인, 속해 있는 사회의 모두에게 영향을 미칩니다. 국가적인 협력 차원에서도 타임뱅킹을 후원하고 지원하면 장점이 있다고 말씀드리고 싶습니다.

#시간공유 #서비스가아닌상호도움 #행복감 #좋은삶을위한도구

4

인권기록은 사회를 어떻게 변화시켰는가: 사회적 참사 기록을 중심으로

세월호 참사 작가기록단과 인권 기록 활동

세월호 참사 작가기록단은 세월호 참사가 발생한 2014년 6월부터 인권활동가, 르포작가 등의 다양한 이력을 가진 시민들이 자발적으로 모여서 지금까지 활동을 해오고 있습니다. 이전에는 참사가 일어나면 사상자의 숫자나 참사의 규모를 이야기했다면, 세월호 참사 이후에 우리 사회의 가장 큰 변화는 참사에 대한 인식, 피해를 보는 인식의 전환이라고 생각합니다. 2015년 1주기에는 『금요일엔 돌아오렴』이란 책을 통해 단원고 학생 희생자 13명의 이야기를 담았습니다. 세월호 참사 당일, 그리고 그날 이후 벌어진 일들에 집중했던 것이 아니라 한 사람의 생애 이야기를 통해 세월호 참사가 가지는 의미와 이야기에 주목했습니다. 2주기에는 세월호 생존 학생들과 희생 학생 형제자매들의 이야기를 다룬 책 『다시 봄이 올 거예요』를, 3주기에는 우리나라에 있었던 7가지 참사를 기록한 『재난을 묻다』, 2019년 올해에는 투쟁하고 있는 세월호 유가족들의 목소리, 그리고 그들이 지난 5년을 어떻게 보내왔는가에 집중해서 이야기한 『그날이 우리의 창을 두드렸다』를 펴냈습니다.

세월호 참사 이후 우리 사회에서 특징적으로 나타난 변화는 시민들이 굉장히 다양한 기록 활동을 펼치고 있다는 점입니다. 사건의 실체가 충실히 기록되어야만 이를 토대로 유사한 사건의 재발을 방지할 수 있다는 인식이 공유되었기 때문입니다. 세월호 참사에서 이뤄진 기록은 단순히 사실을 정리해 두는 것을 넘어선 활동이었습니다. 이 당시 이뤄진 기록 활동은 첫째로 참사의 증거를 수집하고 기록해 두는 것에 의미가 있습니다. 둘째로 우리 사회가 이 참사를 어떻게 기억할지, 참사의 사회적 기억을 만드는

박희정
4.16 세월호 참사 작가기록단, 대한민국

인권기록활동가. 세월호 참사 피해자들의 육성기록집 『금요일엔 돌아오렴』, 『그날이 우리의 창을 두드렸다』 및 국가폭력의 피해자들을 기록한 『밀양을 살다』, 『숫자가 된 사람들』등을 썼다.

것이며, 셋째, 그러한 과정을 통해서 사회적인 애도를 수행하는 것입니다.

사회적 기억에 관한 연구를 처음 제기한 모리스 알박스는 "기억을 하는 것은 사건을 재구성하는 행위"라고 말했습니다. 과거의 사건에 대한 사회적 기억의 형성은 현재의 정치적 요구와 권력 관계 속에서 해석과 선택을 거치면서 이루어집니다. 작가 기록단이 '기록활동'이라는 말로 강조하고자 하는 것은 바로 무엇이 사회의 지배적 기억이 될 것인가를 둘러싼 이 투쟁에서 우리가 어떤 역동을 이루어낼 것인가와 관련됩니다.

재난기록에서 일어난 변화들

1999년 씨랜드 청소년수련원 화재 참사는 국내에서 최초로 피해자들이 직접 기록에 나선 사건입니다. 국가의 과학수사 결과가 납득할 수 없는 이유로 결론이 나자 유가족들은 계속 백서를 내고 또 한국어린이안전재단을 설립하면서 어린이 안전에 대한 다양한 문제를 지속적으로 제기하고 바꾸는 활동을 해 오고 있습니다.

2003년에 있었던 대구 지하철 화재 참사에서는 중요한 변화들이 일어납니다. 2003년 이전에 대구에서는 지하철과 관련된 큰 사고가 여러 건 있었습니다. 이와 관련하여 시민사회단체와 기관의 수가 눈에 띄게 늘어나고 시민활동이 이루어지면서 사고원인을 규명하게 되었습니다. 이러한 경험의 누적으로 2003년 대구 지하철 참사에서는 진상 규명을 위한 유가족들의 조직적인 활동이 이루어집니다. 또한 대구 지역의 다양한 시민사회단체에서 신속히 대책위원회를 함께 꾸리고 조직적 투쟁을 펼쳐나갔습니다. 대구지하철 노동조합에서는 파업투쟁을 하며 지하철의 안전 문제를 제기하고 2005년 전동차의 내장재를 불연재로 교체하게 되었습니다. 우리가 현재 알고 있는 지하철 안전에 관한 조항들은 이때 이후로 전국적으로 변화하기 시작하였습니다. 사고 원인을 성급하게 밝히고 보상만 완료되면 사건을 종료하는 기존 관행에 뚜렷한 제동을 걸고, 추모비뿐 아니라 재발 방지 교육을 위한 추모공원 설립을 요구하기도 했습니다.

세월호 참사 이후 가장 큰 변화 중 하나는 참사를 인권의 언어로 이야기했다는 점입니다. 세월호 참사에 대한 관심이 다양한 시민들과 사회단체를 아우르는 국민대책회의를 구성했으며, 국민대책회의 '존엄과 안전위원회'는 2015년 피해자 인권실태조사를 수행해서 세월호 참사를

인권침해 사건으로 결론을 내립니다. 2016년에는 존엄과 안전에 관한 4.16 인권선언이 발표됩니다. “인간의 존엄은 타인과의 관계 속에서 협력하며 살아갈 때 지켜질 수 있다”는 이 선언은 안전이라는 것이 보호와 통제가 아니라 자유, 평등, 연대 속에서 구현되는 인간의 존엄성에 기초해야 한다는 것을 우리 사회에 인식시켰습니다.

“변화를 어떻게 측정할 것인가”에 대한 대답을 하기 위해서는 먼저 “무엇을 변화라 말할 것이냐”의 문제를 풀어야만 합니다. 표면적으로 드러난 데이터를 해석하고, 양적인 변화뿐 아니라 질적 측면도 제대로 평가하려면 변화를 측정할 질문을 세심하게 설계할 수 있어야 합니다. 참사의 원인을 어떻게 규명할 것인가, 사회적 재난에 있어서 ‘피해’와 ‘회복’이란 무엇인가, 사회적 애도와 사회적 기억은 어떻게 만들어가야 하는가, 그 과정에서 피해자의 권리는 어떻게 보장되고 있으며, 어떠한 권리를 놓치고 있는가? 배제되고 있는 목소리는 없는가? 재난에 관한 인식의 지평을 확장하는 질문을 찾아나가는 것은, 변화의 결과로 가능한 것이면서, 동시에 그 변화의 가치를 판별할 새로운 인식의 틀을 얻게 되는 것이라 할 수 있을 것입니다.

#재난기록 #기록활동 #인식의변화 #변화측정을위한세심한질문

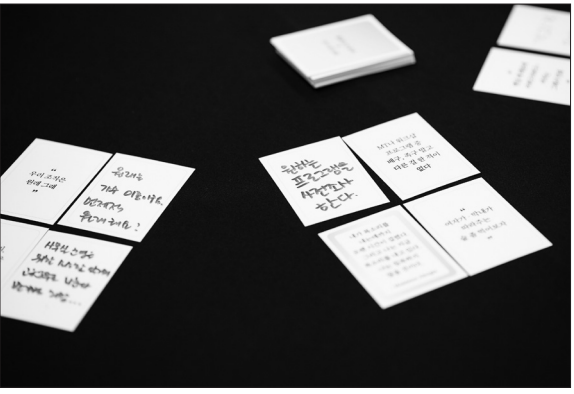
3 변화의 조건

이 장에서는 변화를 실질적으로 이끌어낼, 우리가 갖춰야 할 조건들에 대해 살펴봅니다. 우리 조직의 젠더감수성은 어디에 와 있는지 살펴 보고, 참여와 변화를 이끌어내는 스토리텔링을 만들어 볼 것입니다. 주어진 데이터를 인포그래픽으로 시각화하고 데이터를 분석해 스토리로 구성해 봅니다. 또한 조직의 성장에 필요한 지표를 스스로 만들고, 조직이 이뤄낸 사회적 가치를 측정하는 임팩트 리포트를 작성하는 방법에 대해 안내합니다.

1

변신을 위한 질문, 젠더감수성: 나와 조직이 선 자리 가늠하기

변화를 만드는 데는 다양한 요건이 있지만 저는 '방향'에 대한 이야기를 나누려고 합니다. "삶은 속도가 아니라 방향"이라는 말을 많이 하고 서로 평가하고 평가받는 사회인데, 그 방향이 5도만 달라져도 내가 생각한 곳과 전혀 다른 곳에 가 있는 것을 경험하실 것입니다. 그 방향을 알려면 지금 내가 서 있는 곳이 어디인지, 가려는 곳(방향과 비전)이 어디인지 명확히 해야 합니다.



카드놀이 워크숍

조직의 비전에 젠더감수성이 포함되어 있는가 아닌가를 이야기하고 싶습니다. 비전이라는 것은 미래인데, 여기에 젠더감수성에 대한 고민이 포함되어 있는지 여부는 무척 중요합니다. 여성주의만으로 좋은 세상이 가능하지는 않지만 여성주의 없이 좋은 세상은 불가능합니다. 여성주의는 약자에 대한 시선, 지금 우리가 발 딛고 있는 현실을 어떻게 바꿔갈까에 대한 이야기이기 때문입니다. 따라서 여성주의 없이는 변화가 가능하지 않다고 생각합니다.

나와 내가 속한 조직의 젠더감수성은 지금 어디에 위치해 있는지 알아보는 카드놀이 진행 방법은 다음과 같습니다.

풀뿌리여성네트워크 바람

자기 삶과 사회의 주인으로 살아가려는 여성들의 바람과 풀뿌리 여성운동의 바람을 일으키고 키워나가기 위해 2011년에 창립된 비영리민간단체. 풀뿌리여성주의 컨설팅, 각종 교육 및 정기포럼, 활동가대회, 사례기행 및 연구, 활동가 네트워크 등 일상에서부터 크고 작은 변화를 만들어내기 위한 여성활동가의 움직임을 지원한다. 2016년부터 서울시 젠더거버넌스사업을 운영하며 활동가 교육 및 풀뿌리여성조직 네트워크를 바탕으로 서울시와 자치구에 성인지정책 제안활동을 통해 성평등한 서울을 만들어가는 데 힘쓰고 있다.

1) 게임을 진행하기 전 약속 정하기

- 나의 경험과 발언만큼 다른 이의 경험과 발언도 중요하다
- 발언 시간을 독점하지 않는다
- 비난하지 않는다: 남이나 나에 대해 비난하거나 질책하거나 자책하지 않는다
- 이 공간에서 나눈 이야기는 이 공간에 남겨두고 떠난다 OOO단체는 이랬다더라~ 류의 대화 금지

2) 카드 설명

- 현실카드: 젠더 감수성이 부족한 말과 행동
- 변신카드: 비어 있는 카드 - 현실에 대응하거나, 좋은 해결의 경험, 대응하는 말/행동에 대한 아이디어, 이런 문제를 예방하기 위해 하고 있는 노력, 이런 문제를 바꾸기 위해 해 볼 만한 대안 적기
- 무지개카드: 팍팍한 현실을 변화시킬 동력을 얻도록 도와줌

3) 놀이 방법

- 참여자에게 현실카드 6장, 변신카드 6장을 각각 제공한다
- 모둠별 젠더 감수성에 대한 주제가 돌아가며 한 명씩 차례가 오면 가진 카드를 내면서 서로의 경험과 아이디어를 이야기한다
- 현실카드를 모두 내려놓으면 이긴다: 현실카드는 변신카드나 무지개카드와 짝을 이룰 때 내려놓을 수 있다
- 카드를 내려놓을 때 직접 읽으면서 서로 경험과 아이디어를 얘기하고 나눈다
- 카드는 대화를 위한 출입구임을 잊지 않는다

참여자 후기

“‘웃자고 이야기에 죽자고 덤비네, 무슨 말을 못하겠어’를 주제로 이야기 나눴습니다. 이 이야기를 듣는 사람은 사회적 약자가 대부분입니다. 그 이야기 웃기지 않다고, 당신 의식이 바뀌어야 한다는 이야기를 공적으로 말해야 한다고 생각합니다.”

“펼쳐진 이야기들을 보면 조직 안에서 이런 게 별로 없겠지 싶은 것들이 알게 모르게 있더라구요. 변화를 위해서 어떻게 할 수 있는지 생각해볼 수 있어 유익했습니다. 최근에 저희 단체에서 반폭력 매뉴얼을 만들고 있는데 그 매뉴얼을 잘 만드는 데 도움이 되는 자리였습니다. 매뉴얼을 만들고 끝나는 것이 아니라 과정에 더 많은 이야기를 지혜롭게 나눠야겠다고 생각합니다.”

“남성이 잘 하고, 여성이 잘 하는 것 말고 우리가 잘 할 수 있는 것을 같이 고민해 보고 싶어요. 작지만 쉽고 재미있게 공감할 수 있는 활동이요.”

젠더감수성 × 바른 조직생활 1.0 카드놀이를 하고 있는 참여자들

2

참여, 촉발, 변화 “스토리캔버스”

우리는 스토리텔링의 한 수단으로 동영상을 사용합니다. 그런데 동영상을 만들기 전에 먼저 스토리를 잡아야 합니다. 종이에 써 보는 것이 중요하고, 단계별로 빠진 것은 없는지, 청중에게 스토리가 적용될 수 있는지, 내가 하는 액션이 원하는 임팩트로 이어질 수 있는지 생각해 보아야 합니다. 그래야 자원을 효율적으로 사용할 수 있습니다. 자료를 많이 준비하더라도 맵을 만들고 생각하는 과정이 앞서지 않으면 많은 자료를 배열하고 다시 배열하는 일이 발생하는데 이를 방지하는 것이 바로 스토리캔버스입니다.

각자의 캠페인과 스토리로 스토리캔버스를 채울 때 순서나 규칙은 없습니다. 어떤 박스에서 시작해도 상관없고, 막히면 다음 박스로 넘어가도 됩니다. 편하게 생각하고 채워 나가세요.

디지털 스토리텔러스

디지털 스토리텔러스는 오스트레일리아의 영상제작사로, 변화를 위한 스토리텔링을 만드는 <스토리캔버스 툴>을 개발했으며, <스토리캔버스 툴>은 스토리 브레인스토밍 프로세스를 이해하기 쉽게 설명하고, 스토리의 목적, 청중, 핵심 메시지, 스타일과 어조, 캠페인 및 영향력 등 스토리 아이디어를 개발하고 반복적으로 사용하기 쉽도록 설계된 도구다.

STORIES for IMPACT "THE STORY CANVAS" STORY NAME: Digital Storytellers

Purpose: *Why are you telling this story? What is the issue, how are things now, and what change do you want to make?*

목적

Audience:
Who do you want to reach? Give each segment a name, profile & some tweets.

대상자

Key Messages:
What 3 things do you want your audience to remember?

핵심메세지

Call To Action:
What steps do you want them to take?

행동유도

Story:
How does it start (hook), how does it end (jab), and what memorable moments happen in between (plot)?

스토리

People & Places:
Who will feature in our story and what locations will be used?

사람+장소

Style & Tone:
What does our story look and feel like? List some key imagery and reference samples. What is the musical vibe?

스타일+톤

Campaign:
How will you get your story out there? Map the key touchpoints on a timeline.

캠페인

Outcomes:
What are some of the high level outcomes you want to achieve?

결과

Indicators:
How will we measure success with some specific metrics?

지표: 효과측정

Acknowledgement: The Story Canvas (TSC) is based on the popular Business Model Canvas (BMC), developed by Alex Osterwalder. The BMC is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. TSC is subsequently licensed under the same CC Attribution: http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/.

www.digitalstorytellers.com.au/storycanvas

1. 목적

- 왜 하는지를 먼저 생각하면 나머지가 명확해진다
- 내가 일하는 조직에게 이 일을 왜 하는지 알려주는 WHY도 있지만 대상에게 어떤 것이 중요한지 생각하게 하는 WHY도 중요
- 목적이란 것은 내가 이야기하려는 스토리의 가치에 관한 것

2. 대상자

- 구체적인 대상 선정 (스토리를 만들기 쉽고 대상이 되는 집단에 영향을 주기 쉬움)
- 1차 : 반드시 전달되어야 하는 대상
- 2차 : 같이 참여하면 좋은 집단
- 대상자의 초점 (모르는 사람/알고 있는 사람)

-페르소나 방식 사용도 적절함

3. 핵심 메시지

- 주요 메시지 3가지를 정하기

4. 사람+장소

- 유니크하고 눈에 띄는 사람이 주인공이면 스토리가 파워풀해진다
- 복잡한 캐릭터를 가진 사람 선정
- 스토리에 맞는 장소와 배경 선정하기

5. 스타일+톤

- 대상에 맞는 배경음악, 시간대, 자막 폰트의 스타일과 톤 정하기
- 외부 자료를 참고하여 좋은 점과 나쁜 점을 찾아서 정리해 보기

6. 캠페인

- 스토리를 어떻게 사용할지 생각해 보는 단계 (행사용인지 SNS 홍보용인지)

7. 효과 측정

- 메시지가 얼마나 효과 있었는지 가늠하는 단계

tip 스토리를 만들기 위한 간단한 구조

1) 사람들의 주위를 이끄는 방법을 사용할 것
2) 제목으로 핵심 메시지를 전달할 것
3) 누구에 대한 이야기인지 간파할 수 있게 할 것
4) 주인공이 어떠한 문제를 겪고 있는지 알려줄 것
5) 솔루션을 제시하고 어떤 영향과 파급력이 생겨나는지 알려줄 것
6) 미래에 대한 비전 제시

참여자 후기

“청소년들과 어르신들의 이야기를 담은 책을 만들고 있는데, 아이들에게 책을 만드는 방식을 설명하기 보다는 이 스토리보드를 같이 만들어 보면 좋겠다는 아이디어를 얻었습니다. 감사합니다.”

“스토리캔버스 작업이 흥미로웠습니다. 단계별로 연결하는 것이 아주 중요한 것 같은데, 단계별로 연결할 때 지나치면 안 되는 것은 무엇이 있을지 궁금하네요.”

“발화자 중심이 아닌 듣는 사람 중심으로 스토리를 구성해야 하고, 대상이 누구인지 구체적으로 생각해 봐야 한다는 말이 무척 와 닿고 도움이 되었습니다.”

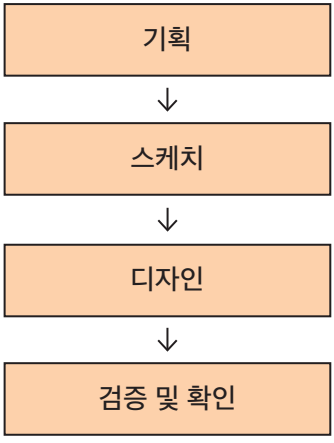
스토리캔버스를 작성하고 있는 참여자

3

다양한 데이터를 한눈에 보기 쉽게 시각화하는 방법, 인포그래픽

인포그래픽은 글과 숫자로 구성된 정보를 그래픽화하여 정보를 한눈에 파악할 수 있도록 하는 디자인입니다. 인포그래픽은 보는 사람들로 하여금 흥미를 유발하고 정보 습득 시간을 절감할 수 있습니다. 미국 스탠퍼드 대학의 로버트 혼 교수에 의하면 정보에 이미지가 결합되면 쉽고 빠르고 강렬하게 인식함으로써 89% 정도를 기억할 수 있게 된다고 합니다. 언어는 뇌에서 순차적으로 처리되지만 이미지는 동시에 처리되므로 기억을 지속할 수 있는 시간을 연장하기 때문이지요. 따라서 인포그래픽은 뉴스, 제품 매뉴얼, 패키지, 이력서, 프레젠테이션, 보고서, 회사 소개, 홍보자료 등 다양한 분야에서 활용할 수 있습니다.

요즘에는 쉽게 접할 수 있는 프로그램과 무료 아이콘이 많이 나와 있습니다. 이를 활용하면 좀 더 편하게 만들 수 있습니다.



인포그래픽 제작 과정

바이스 버사 디자인 스튜디오

2010년에 창업한 국내 최초 인포그래픽 전문 디자인 스튜디오. 복잡한 데이터를 보다 쉽고 빠르게 이해할 수 있는 다양한 시각화 방법론을 기반으로 문제점 분석 및 솔루션을 제공하고 있으며 영상, 인터랙티브, 인쇄물 등 다양한 매체를 통해 세상과 소통하고 있다. 인포그래픽 워크숍을 통해 디자인 비전공자도 정보를 손쉽게 시각화하는 방법을 전파하는 데도 힘쓰고 있다.

인포그래픽 제작 단계별 팁

1) 기획

- 타겟은 최대한 좁게 설정
- 목적 (홍보용/참여용)
- 매력적인 타이틀은 SNS 같은 매체에서 선호

2) 스케치

- 파이낸셜 타임즈의 비주얼 단어장(ft.com/vocabulary) 추천
- 여러 사이트를 참조하여 자기만의 툴킷을 가지자
- 뉴스를 보고 하루에 한 컷씩 그리는 연습을 하자
- 데이터를 읽고 어떻게 시각화하는지 기획, 고민하는 것이 중요하다

3) 디자인

- 폰트와 컬러 선정
- 연상되는 색상이 없을 시 구글 이미지 검색
- 일반적으로 많은 사람들이 생각하는 색상 사용
- 톤앤매너를 리서치하여 컬러 선정
- 이미지에는 최대 5개 정도 색상을 사용: 색상 수가 적으면 집중도가 높고 전달력이 좋다
- 영상엔 다양한 컬러를 사용: 색상이 다채로워야 지루하지 않다
- 그래플릿, 망고보드, 캔바 등 프로그램 사용
- 시각적으로 명료한 것이 좋다

4) 검증 및 확인

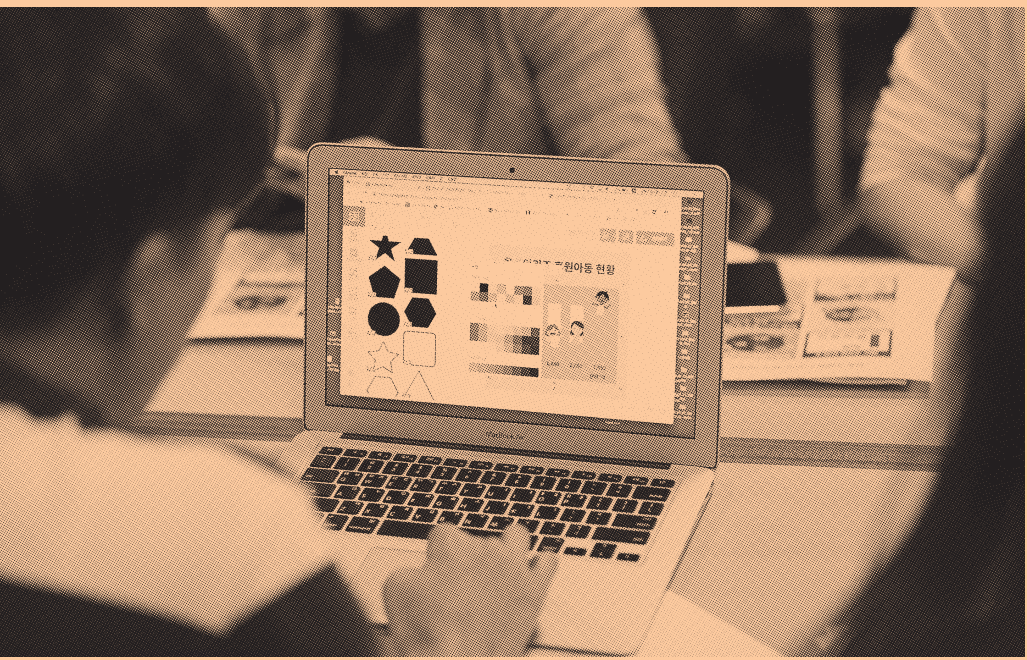
- 모바일과의 연동을 꼭 테스트할 것

참여자 후기

“주어진 데이터를 시각화하는 데만 급급했는데, 기획 없이 좋은 인포그래픽이 나오지 않는다는 말씀에 제 자신을 돌아보게 되었습니다.”

“데이터를 읽는 것이 곧 작업자의 시각이기도 하니, 저에게 주어지는 수많은 데이터들을 잘 해석해서 사람들에게 뜻하는 바를 잘 전달하는 능력을 키워 보겠습니다.”

“디자인 감각도 없고 프로그램도 비영리에서 사용하기에는 부담스럽고 해서 이런 영역은 저의 일이 아니라 생각했는데 무척 유용한 팁과 툴을 많이 알려주셔서 도전해 볼 수 있게 된 것 같습니다.”



인포그래픽 툴을 살피고 있는 참여자

4

우리를 성장시키는 지표 만들기: 스스로 만들어 보는 우리 조직 평가 지표와 회고

조직을 평가하는 지표를 조직원 스스로 만들어야 하는 이유는 무엇일까요? 그리고 이를 위해 어떤 준비가 필요할까요?

진저티프로젝트가 스스로 만들어 온 평가 지표와 회고 양식을 참고하여 자신의 단체를 진단하는 적절한 지표를 만들어 보고자 합니다. 또한 워크숍에서 구조화한 지표를 가지고 함께 대화할 수 있는 내부 워크숍을 디자인해 봅니다.

0. 인사하기

진저티프로젝트는 조직원들이 흩어져 일을 하지만, 많은 정보를 온/오프라인에서 나누고 있고, 꼭 업무 이야기가 아니더라도 각자의 상태를 충분히 나누는 것도 매우 중요한 조직 문화의 하나로 인식하고 있습니다. 서로 인사하고, 안부를 묻는 것이 중요한 과정 중 하나입니다. 모둠별로 자신의 몸과 마음의 상태, 일에 대한 것 등을 나누는 시간을 가집니다.

1. [Why] 조직에 왜 지표가 필요한가?

'지표'라는 말이 접근하기 어려운 단어로 생각되지만 말을 바꾸어 "요즘 무엇을 가지고 질문하고 계세요?"라고 하면 조금 더 쉽게 접근할 수 있을 듯합니다. '평가'라고 하면 솔직하게 답하기 어려운데, 스스로 진단한다고 생각하면 훨씬 답하기 편할 것 같습니다. 또한 개선한다기보다는 성장에 중점을 둔다고 생각하는 것이 중요합니다.

남이 만든 질문에 답하는 것이 아니라 조직원들이 함께 만든 질문에 답하는 것은 매우 다르고, 큰 차이를 만듭니다. 진저티프로젝트도 다양한 질문을 던지고, 이야기하고, 서로

진저티프로젝트

사회의 변화를 읽고 새로운 조직문화를 실험하고 확산하는 연구조직. 2014년 설립된 진저티프로젝트는 사회의 변화와 흐름을 읽는 연구와 실험을 기획하고, 조직과 개인의 건강한 변화를 돕는 지식을 만들며, 변화를 만들어가는 이들을 연결하는 네트워크를 디자인하는 일을 해 나가고 있다.

맞춰가면서 내부의 역량이 키워지는 경험을 가지게 되었습니다.

2. [What] 어떤 지표를 만들었을까: 나와 조직을 돌아보는 질문하기

지표를 만들게 된 것은 입사 4개월 차 되었을 때 주주총회 자료를 만들다가 '진저티가 사업을 선택하게 되는 기준은 무엇일까?'라는 질문에서 시작되었습니다. 4개월 신입 직원에게 그런 큰 역할을 주는 것이 이례적인 듯하지만, 그런 기회를 통해 새로운 관점의 질문이 생겨날 수 있는 것 같습니다. 그 상황에서 나를 돌아보는 질문에 답해 보면 좋겠다는 생각으로 지표들을 만들게 되었습니다. 2018년 진저티프로젝트는 내부적으로 많은 변화를 겪으면서 진저티 문화를 알리는 작업에 대해 고민하게 됐고, 신입 직원들이 주도해 질문을 던지고 스스로 찾은 답을 기반으로 회사소개서를 제작하는 데 이르렀습니다.

3. [How] 평가 기준 만들기

진저티프로젝트에서는 2015년 시작으로 지속적으로 질문을 만들고 보완해 오고 있습니다. 긴 시간이 필요했던 첫 해와는 다르게 점점 질문을 구성하는 시간이 줄어들었습니다.

스스로의 질문으로 조직과 사업을 평가한다는 것 그리고 남에게 우리의 평가 질문을 던져 본다는 것은 사실 많은 시간과 작업을 요하는데, 구성원들과 깊이 있게 논의하고, 공유하는 과정으로부터 서로의 일을 깊이 이해하고, 배울 수 있는 시간이기도 합니다. 이런 결과물은 진저티프로젝트가 스마트(똑똑)하기 때문에 만들어진 것이 아니라 많은 시간과 노동을 소요하는 일을 두려워하지 않는 것에서 시작되었다고 생각합니다.

4. [When] 핵심적인 순간을 만드는 질문

사람이 오기도 하고, 사람을 평가하기도 하고, 개인적 회고를 하는 순간도 있지만, 함께하는 사람이 떠나갈 때 '어떤 대화를 나누어야 더 좋을까?'라는 고민으로 퇴사자 인터뷰를 위한 질문지를 만듭니다.

참여자 후기

"자꾸 질문을 던지라고 하니까 새롭고 재미있기도 한데 고민도 정말 많이 되더라고요. '우리는 두 명이 일하고 있는데 조직이라고 할 수 있을까? 조직을 구성하는 요건은 무엇일까?' 이런 작은 고민부터 '조직의 미션과 개인의 미션을 어떻게 일치시킬 수 있을까?' 같은 질문까지도 생각하게 되었습니다."

"좋은 질문을 찾기 위해 많은 학습이 필요하고, 노력을 하는 게 얼마나 중요한지 생각해 보는 계기가 되었습니다."

"정부 조직과의 협업에 있어 정량적인 평가는 어떻게 진행하고 계신지 궁금했는데, 진저티만의 질문과 기준을 아직 준비하고 계신다고 솔직하게 답변해 주셔서 마음이 편했습니다. 좋은 질문을 찾아나가는 데 큰 도움이 되었습니다."

"구성원에 대한 조직의 철학에 개인의 가치를 가두는 게 아니라 우리가 소중히 여기는 가치들을 지표로 표현하고, 그 과정에 집중해야 하는 것이 공동체가 추구해야 하는 방향이라고 느꼈어요. 구성원이 서로 질문을 던지고 답해 나가는 과정을 통해서 서로 교류해야 할 가치와 감정은 무엇인지, 질문에 답변하는 과정을 통해 변화를 만들 수 있지 않을까 하는 생각이 듭니다."

5

사회적 가치 측정·평가: 조직이 만들어낸 변화는 어떻게 측정할 수 있는가?

임팩트 리포트 작성 실습하기

사회적 가치 측정은 조직 단위가 아니라 특정 프로젝트 단위별로 이루어져야 합니다. 수치에 집착하기보다는 질적 서술과 제언을 핵심 요소로 다뤄야 하는데, 모든 것을 수치로 설명할 수 없기 때문입니다. 측정은 끝이 아니라 변화가 시작되는 기반임을 명심해야 합니다.

임팩트스퀘어

비즈니스가 어떻게 사회혁신을 촉발하고 또 사회적 가치가 어떻게 비즈니스 경쟁력을 창출하는지에 대해 과학적으로 연구하고 그에 최적화된 창의적인 솔루션을 개발하는 회사. 2010년 설립된 임팩트스퀘어는 그동안 쌓아온 다양한 연구 및 컨설팅 경험과 100건 이상의 사회적 가치 측정 및 평가수행 경험을 토대로 소셜벤처, 임팩트투자, 사회가치평가, 전략적 사회공헌, 공유가치창출전략(CSV), 코즈마케팅, 비영리 스타트업, 사회혁신채권(SIB) 등의 영역에서 다양한 파트너들과 협업하고 있다. 2016년부터는 소셜벤처 인큐베이션, 엑셀러레이션 영역으로 본격 확장하여, 약 20여 개의 소셜벤처를 직접 투자/육성하고 90여 개의 소셜벤처를 위탁 지원하고 있다.

사회적 가치 측정·평가 워크숍 - Impact Report 템플릿

Impact Report : _____사업 또는 프로젝트명 작성_____

1. 사업 개요

본 사업은 _____사업에서 수행하는 활동을 중심으로 사업 내용을 2-3줄로 요약해 제시_____

2. 본 사업이 창출하고자 하는 핵심 사회적 가치의 정의 및 지표

- 본 사업이 창출하고자 하는 사회적 가치는 _____지표명을 서술_____ 이다.
- 이는 _____지표의 구체적인 조작적 정의를 서술 효과_____ 이다.
- 이는 _____지표의 측정값을 산출하는 방식에 대하여 서술_____ 을(를) 통해 산출할 수 있다.

3. 본 사업이 창출하는 사회적 가치가 기여하는 지속가능개발목표(SDGs)

- 본 사업이 창출하는 사회적 가치는 지속가능개발목표(SDGs, Sustainable Development Goals)의 _____해당하는 Goal 번호와 Goal 내용을 서술_____ 의 달성에 기여하고 있다.
- 구체적으로는 해당 Goal의 세부 타겟 _____해당하는 세부 타겟 번호와 세부 타겟의 내용을 서술_____ 의 달성에 대하여 기여한다.

4. 현재 본 사업이 창출하는 사회적 가치 측정 결과

- 본 사업이 창출하고자 하는 사회적 가치의 측정값은 _____지표에 data를 적용하여 측정한 결과값에 대하여 서술_____ (으)로 나타났다.

5. 본 사업의 사회적 가치 창출에 대한 분석

- 본 사업이 해결하고자 하는 사회문제인 _____해결하고자 하는 사회문제_____ (은)는, 규모적인 측면에서 _____해당 사회문제의 규모가 유의미한 수준인지, 또한 향후 사회적 가치 창출의 규모를 확장하기 위해서는 해결하고자 하는 사회문제의 범주와 규모를 어떻게 확장해 나가야 하는지의 관점에서 서술_____ 문제이다.

- 해당 사회문제에 대한 본 사업의 솔루션은 (아래 3가지 중 해당하는 모델명을 작성) 이다.

(1) 사회문제의 근본적 원인을 지속적으로 해결하는데 기여하고 있는 “문제 해결 모델”

(2) 사회문제의 근본적 원인을 일시적으로 해소시켜주는 “문제 해소 모델”

(3) 사회문제의 근본적 원인을 해결하지는 못하지만 결과적 상태를 경감시켜주는 “문제 완화 모델”

따라서 지속적인 사회적 가치 창출을 위해서는, 해당하는 모델이 무엇인지를 바탕으로, 향후 사회문제 해결 수준·심도를 높이기 위해 어떤 추가적 노력이 이루어져야 할지에 대하여 서술 할 필요가 있다.

본 사업의 솔루션은 기존의 기존의 유사 솔루션을 서술 에 비해서, 사회적 가치 창출 측면에서의 차별화, 경쟁력 포인트를 서술 의 측면에서 경쟁력을 가지고 있다.

한편, 본 사업을 창출하는 사회적 가치 중 정량적 산출에 반영되지는 않았지만, 앞서 반영되지 않은 질적 사회적 가치에 대하여 서술 변화의 창출에도 긍정적으로 기여하고 있다.

6. 향후 사업 방향성에 대한 의견 및 제안

본 사업이 사업의 사회적 가치 창출 제고 및 목적 달성을 위한 향후 사업 방향 의견 및 제안을 서술 한다면, 보다 나은 사회적 가치 창출이 가능할 것이다.

(C) 2019 IMPACT SQUARE. All rights reserved.
본 사회적 가치 측정·평가 워크샵 가이드는 (주)임팩트스퀘어에 의해 개발되었습니다.
본 가이드 및 워크샵에 사용되는 구체적 방법론은 (주)임팩트스퀘어 고유의 자산으로서, 사전에 당사와 협의된 방법과 목적 외에 제3자에게 본 가이드가 공개 및 공유, 활용되는 것을 금합니다.

참여자 후기

“사회적 가치를 정의하는 부분이 어려웠어요. 재화적인 가치로 표현하기 어려운 사업들이 있잖아요. 제가 계획 중인 사업 중 하나가 청소년들의 행복감이 낮다는 전제에서 출발해 이 문제를 해결하는 것인데, 측정할 수 있는 가치라면 행복지수라든가 우울감이 해소되었다는 것을 산출해 낼 수 있을 것 같아요. 그런데 이것을 사회적 지표로 나타낼 때 화폐적인 가치로 표현해야 하는 건지, 만약 자체 지표를 제시한다면 기존의 사업 조사하는 것과 어떤 차별점이 있는 것인지 구분하기가 좀 어려웠습니다.”

“사회문제를 정의하고 최소단위로 구체화한다는 것에 도움을 받았습니다. 지금 사업 계획을 살펴보니 우리 목표가 너무 넓은 범위를 감당하려고 하는 면이 있더라고요. 이것을 해낼 수 있는 부분으로 구체화시키는 데 많은 도움이 되었어요.”

“사업에 대한 평가, 사회적 가치 기반에 대한 성과가 고민되는 시점이었어요. 그런데 이걸 통틀어서 평가해 내기에는 정해진 지표가 없고, 행정적 평가는 대부분 정량적인 면이 강하다 보니 방향이 맞지 않았어요. 이런 것들을 고민하던 차에 이 워크숍이 도움이 되지 않을까 해서 왔어요. 사업 전반에 대한 평가가 아니라 먼저 공동체 사업 안에 있는 개별 사업을 평가하고, 이를 전체적으로 아우르는 재평가가 있어야 한다는 걸 알게 되어서 많은 도움이 되었습니다. 개별 사업에 대한 지표를 직원들과 함께 만들어 볼 계획입니다. 이런 경험이 계속 현장에서 축적되어야만 평가받기 위해서가 아니라 우리가 더 잘하고 변화를 모색할 수 있다는 생각이 들었어요.”

6 데이터 스토리텔러 되기

데이터 스토리텔러 되기

4차 산업혁명 시대에 '데이터'의 중요성은 익히 들어 알고 있지만 비영리 부문에서 데이터 활용은 남의 이야기인 것처럼 느껴집니다. 해외에서는 비영리 부문을 중심으로 변화의 기술로 데이터를 활용하는 사례가 점차 늘어나고 있습니다. 여기에서는 데이터의 기본 개념을 이해하고, 비영리부문에서 활용할 수 있는 데이터의 종류를 알아보고 데이터로 이야기를 엮는 데이터 스토리텔링 방법을 함께 살펴보겠습니다.

데이터에서 인사이트를 이끌어낼 때는 거창한 데이터과학 지식보다 각자 활동해 온 분야의 지식 즉, 도메인 지식(domain knowledge)이 훨씬 더 큰 역할을 합니다. 또한 잘못되고 왜곡된 데이터 분석이나 데이터 시각화 사례를 통해 데이터 활용에 대한 비판적인 시각도 필요하다는 점을 함께 느껴봅시다.

빅데이터-스몰데이터 모둠

파이썬(Python)과 스프레드시트를 이용하여 (빅)데이터 분석의 가능성을 체험해 보고, 해당 데이터에 각자 경험한(도메인) 지식을 더해 설득력 있는 데이터 스토리(가설-검증)를 만들어 봅시다. 이번 워크숍에서는 국회 고위공직자와 국회의원의 재산을 데이터로 정제하여 이를 바탕으로 각자 활동하고 있는 도메인 지식을 이용하여 이야기를 만들어 봅니다.

아주 엄밀한 형태의 분석은 아니지만 예컨대 본인이 활동하고 있는 도메인 분야가 농업이라고 한다면 다음과 같은 간단한 데이터 스토리를 만들 수 있습니다 (정확한 분석은 아니니 참고만 해 주세요). 각자 활동하고 있는 분야의 전문성을 발휘하여 재미있는 데이터 스토리를 만들어 주시면 좋겠습니다.

데이터 액티비즘 스쿨 by 오픈데이터랩

시민사회 단체가 가진 사회적으로 의미 있는 데이터의 효과적 전달과 활용에 관심이 많은 데이터 저널리스트와 시민들의 데이터 활용 능력을 강화해 데이터 리터러시(데이터 해독)를 키우는 다양한 프로그램을 만드는 한 명, 정보공개청구를 매개로 알 권리 운동을 하는 한 명, 이렇게 세 사람으로 구성되어 있다.

예시 활용 자료: 국회의원 재산데이터

데이터 스토리:

1) 과수원을 많이 가진 의원은 농업 정책에 관심이 많을 것이다
2) 비싼 과수원을 가진 의원이 더 관심이 많을 것이다
3) 과수원 수와 재산 가액에 따라 농업 정책에 관심 많은 의원 순위를 매겨본다
4) 실제로 과수원을 많이 가진 ○○○ 의원은 농업 분야 5대 공약을 내세웠다

데이터 분석을 위해 엑셀이나 구글 스프레드시트의 기본 기능인 필터링/정렬 기능으로 내림차순 또는 오름차순의 순위를 매겨볼 수 있습니다. 그리고 스프레드시트의 강력한 기능인 피벗 테이블 기능을 활용하면 국회의원 재산 데이터 분석 결과를 정리된 표 형태로 도출해 볼 수 있습니다. 정리된 표를 차트 형태로 시각화하면 훨씬 전달력이 높아집니다.

데이터 불편러 모둠

언론 보도 등에서 데이터를 잘못 인용하거나 시각화 오류 사례를 찾아내고, 데이터 분석에 필요한 비판적 시각을 모색해 보면 좋습니다. 페이스북 그룹에 통계 불편러라는 곳이 있는데 의미 있는 시각화 오류 사례가 많습니다. 참고해 보세요.

추천할 만한 무료 툴

sli.do	서로의 질문이나 의견을 실시간으로 공유할 수 있는 온라인 툴. 모둠별 워크숍 등을 진행하고 발표할 때, 활용하기 편합니다. 특히 별도의 회원가입 없이 익명으로 질문이나 의견을 받아야 할 때 유용하게 사용됩니다.
townhall.kr	sli.do와 유사한 서비스를 제공하는 사이트이며 사회적협동조합 빠띠에서 운영하고 있습니다.
github.com	코드나 오픈 소스들을 공유하는 웹사이트. 개발자들이 오픈 소스 프로젝트 공유용으로 활용하고 있으며 오픈데이터를 활용한 여러 가지 프로젝트들도 공유되고 있습니다.
hitmap	색상으로 표현할 수 있는 다양한 정보를 일정한 이미지 위에 열 분포 형태의 비주얼한 그래픽으로 출력하는 것으로, 한 눈에 데이터의 분포를 볼 수 있습니다.
공직자캐슬	중앙일보 데이터저널리즘 팀에서 운영하는 고위공직자 재산정보사이트 (https://news.joins.com/DigitalSpecial/349)
고위공직자 재산정보공개	뉴스타파 데이터저널리즘 팀에서 운영하는 고위공직자 재산정보사이트 https://jaesan.newstapa.org/
구글 스프레드시트	엑셀 사용자라면 쉽게 사용할 수 있는 무료 온라인 스프레드시트 툴

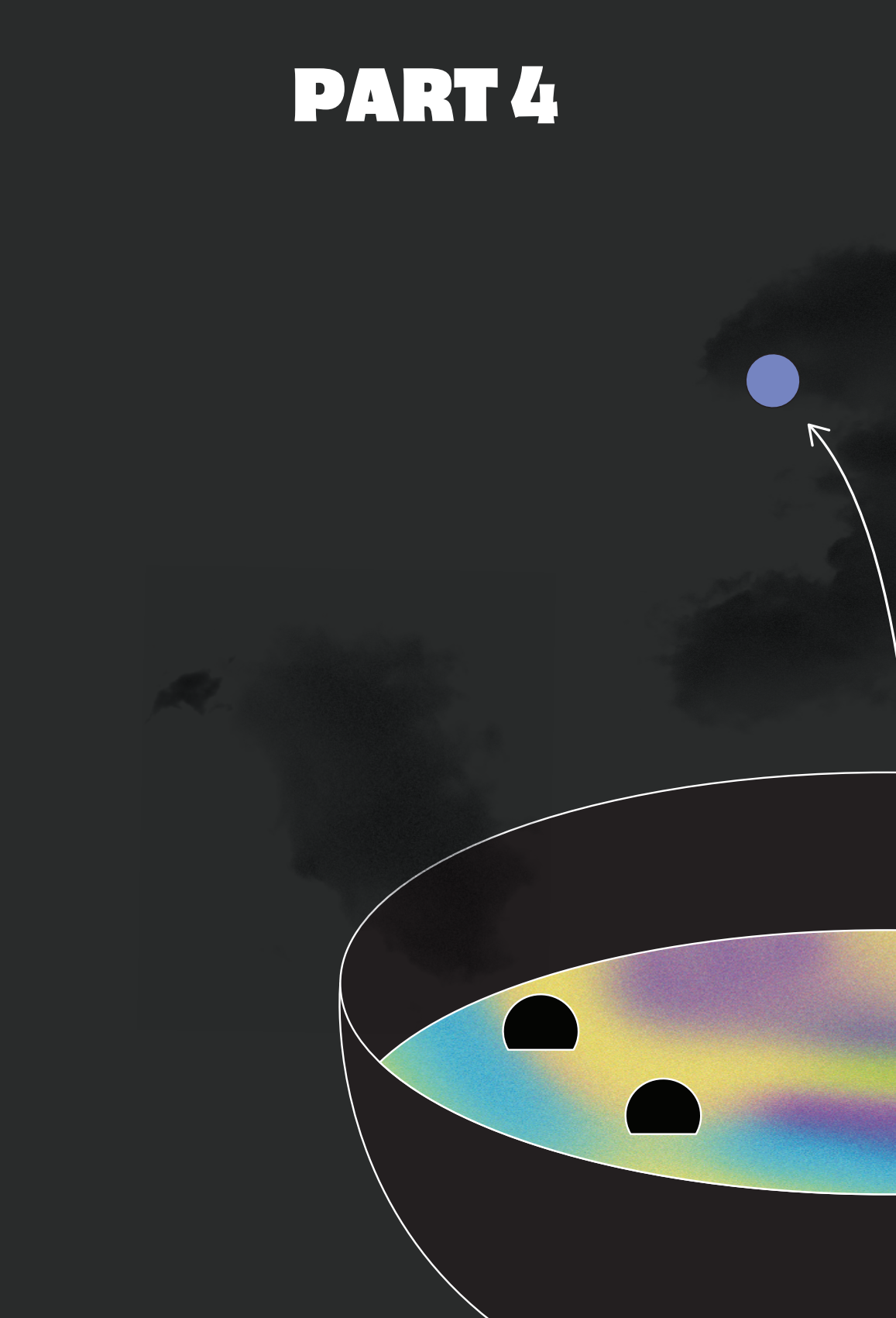
참여자 후기

“비영리법인에 관심이 있는 국회의원이 많은지 궁금해서 검색을 해봤는데 9명이 나왔고, 어떤 재단에 투자를 했을까 확인해 봤어요.”

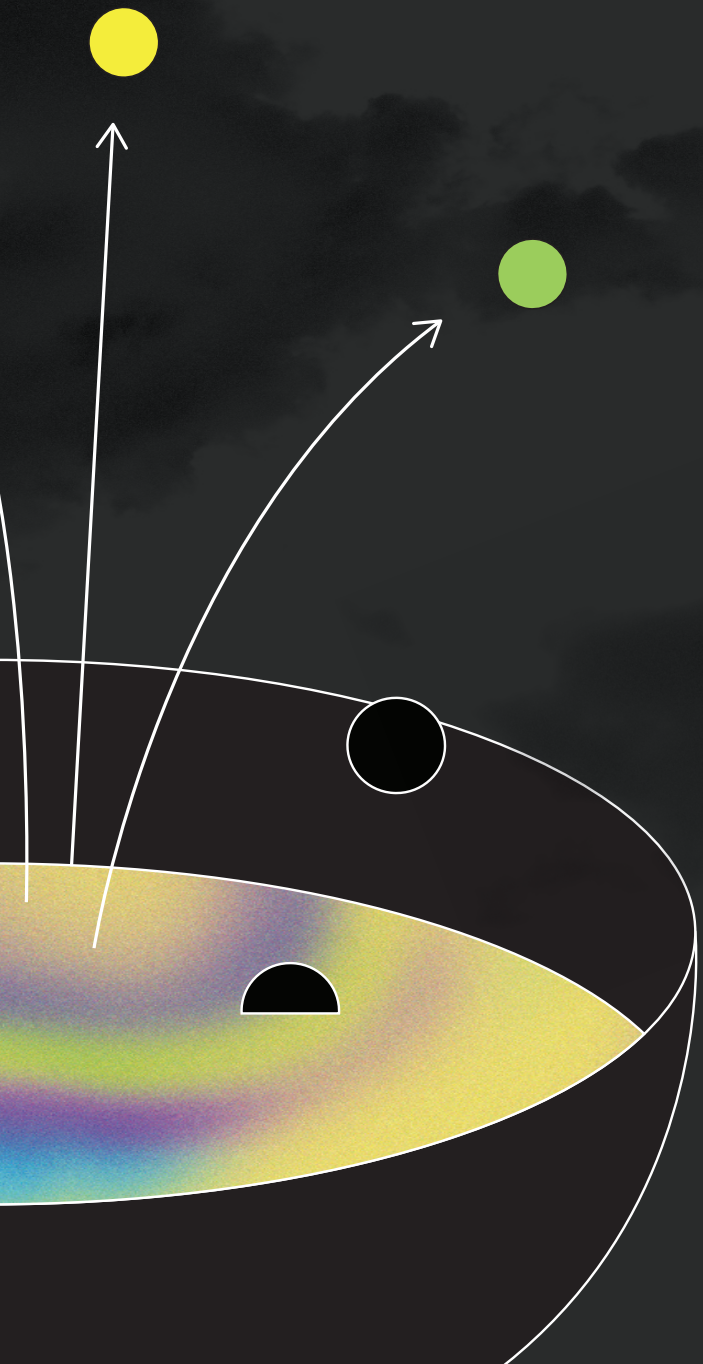
“비싼 회원권을 갖고 있는 상위 10위의 국회의원들이 어떤 위원회에 소속되어 있을지 궁금했습니다. 본인 소유의 경우 골프와 헬스였고, 배우자의 경우 골프였는데, 남자 의원들의 배우자들은 모두 서울시 중구에 소재한 호텔의 회원권을 많이 갖고 있었습니다.”

“탄소배출 관련 활동을 하고 있는 단체에서 활동하고 있습니다. ‘전기자동차’를 보유하고 있는 국회의원이 있는지 확인해 봤어요. 좀 더 나아가면, 국회의원들이 보유하고 있는 차량의 배기량 등을 확인해서 탄소배출량 순위를 매겨봐도 재미있을 것 같습니다.”

PART 4



함께 변화의 책을 만들다



지금까지 살펴 본 변화의 요소들에 무엇이 있었는지 기억하십니까? 한국사회에서 변화의 계보들, 민주주의를 위한 개인과 기술적 노력들, 변화 속에서 지켜내야 할 가치, 새로운 감각으로 변화를 추구하는 사람들, 측정을 통해 변화의 행동을 이끌어내는 기술까지, 변화에는 무척 다양한 스펙트럼이 있습니다. 이처럼 쉽게 정의내릴 수 없지만 우리 옆에 있는 변화. 이제 우리가 함께 변화의 책을 만들어 가야 하겠습니다. 4부에서는 변화의 키워드를 살펴보고, 시간을 건너 현재로 또 미래로 이어지는 변화의 사례들을 점검합니다.

1 변화의 키워드

변화의 키워드에는 어떤 것들이 있을까요?
변화의 징후를 느끼게 해 주는 주제들,
세대의 변화에 따라 함께 변하는 조직,
스스로 만드는 변화 등 서울시NPO지원센터와
진저티프로젝트가 함께 조사한 내용을
읽어 봅니다.

변화의 징후

변화의 징후를 느끼게 해 주는 사회 곳곳의 현상들이 결국 어디까지 영향을 미치게 될지 우리는 아직 알 수 없습니다. 하지만 이러한 균열들은 '나와 조직, 사회운동이 왜 변화하고 있는지, 어떻게 변화하게 될지, 무엇이 상호 작용하고 있는지' 이해하고 해석할 수 있는 단서가 됩니다.

#밀레니얼

일과 조직에 대한 개념을 재정의하는 세대

#기술

IT 기술의 발달로 개인의 의견을 취합하기 쉬워짐

#기후변화

미세먼지, 폭염, 폭우, 한파 등 직접적으로 느껴지는 기후변화의 두려움

#페미니즘

점점 바뀌어가는 세상과 나

#개인미디어

일방적 전달이 아닌 소통하는 이야기 채널

변화 속의 우리

조직화하는 대신 느슨하게 연결된 우리의 재탄생

과거에는 사회를 변화시키는 활동의 중심에 조직이 있었습니다. 조직은 곧 '우리'의 정체성을 구성하는 기반이었고, 같은 정체성을 공유하는 이들끼리의 연대감과 소속감은 활동을 지속하게 하는 힘이기도 했습니다.

오늘날, 확장된 '우리'의 등장을 마주합니다. 코드가 맞는 이들끼리의 느슨한 네트워크, 같은 문제의식을 공유하는 이들의 게릴라성 모임 등 조직을 넘어서, 기존의 조직과는 다른 밀도와 결을 지닌 '우리'가 등장했습니다.
IT 기술의 발달로 다양한 온라인 플랫폼이 등장함에 따라 각자의 정체성을 드러내고, 취향에 맞는 사람들과 연결될 수 있습니다.

조직의 재창조

조직은 곧 '공동의 목표'를 위해 사람들이 모여 함께 일하는 '집합체'입니다. 그동안 사람들이 이뤄냈던 커다란 성취는 개인보다는 '조직적인 협력'을 통해 가능했습니다. 이윤을 추구하는 기업이 아닌 가치를 추구하는 것이 우선인 NPO 내에서도 '세대 간 갈등, 조직문화, 리더십, 조직 내 민주주의' 같은 것들이 갈등 요소가 되었습니다.

조직이 개인의 자유로움을 얽매지 않으면서도 함께 조직이라는 기반 위에서 협력하고 공동의 성과를 나누기 위해 원격근무, 유연근무 같은 새로운 업무 방식을 도입하기도 하고 새로운 방식의 조직을 시도하는 실험들이 꾸준히 이어지고 있습니다.

신념의 언어 대신 감각으로 운동하는 세대

거대한 명분으로 조직화되어 활동하던 운동은 이제 각자 자신이 서 있는 곳에서 할 수 있는 것을 하고 목소리를 내는 운동으로 바뀌고 있습니다. 익명 게시판에서 개인의 SNS로 미디어 환경이 옮겨가면서, 이제는 각자의 정체성을 정의하고 드러낼 수단이 훨씬 많아졌습니다.

개인이 생각하고 있는 문제의식을 감각적으로 풀어낸 굿즈와 스티커를 사고, 온라인 플랫폼을 통해 공론장을 만듭니다. 다양한 채널을 통해 '나'를 드러냄으로써 나의 이야기에 공명하는 '너'로, '우리'로 나아갑니다. 거대한 깃발 아래 모여 구호를 외치던 '광장의 공간'은 온라인 커뮤니티와 결이 맞는 이들을 중심으로 한 온/오프라인 공간으로 분산됐습니다.

더 나은 사회를 실험하는 돈

사회문제를 해결하고 지속 가능성을 만들어내는 곳에 투자하는 임팩트 투자는 전 세계적으로 빠르게 성장했습니다. 소셜 벤처, 사회적 기업 등의 방식으로, 비즈니스를 통해 사회 문제를 해결하겠다는 청년들이 늘면서 새로운 시도가 이루어지고 있습니다.

NPO뿐 아니라 다양한 방식으로 변화를 지향하는 개인은 늘어가는데, 이를 후원하거나 투자하는 돈의 지원방식이나 행정은 변화하지 않는 경우도 많습니다. 이를 극복하기 위해 크라우드 펀딩이나 소셜투자 등 새로운 방식으로 NPO의 투자와 실험을 지원하는 시도가 시작되고 있습니다.

나로부터의 변화

변화는 매 순간 일어나는 것이지만, 한편으로 변화는 쉽게 오지 않습니다. 우리는 끊임없이 변화하는 시대를 살고 있지만, 우리가 원하는 변화를 위해서는 오래 기다려야 할 수도 있습니다. 내가 꿈꾸는 변화를 향해 살아가는 일은 고된 수고와 불안한 시간을 견디는 인내를 필요로 합니다. '세상의 변화를 올바르게 인지하고 그 흐름을 느끼는 감각을 키우는 일'은 '내가 원하는 변화를 상상하고 이를 위해 오늘을 살아내는 근육을 키우는 일'이 필요합니다.

변화의 본질을 조망하기

세상의 풍경과 사람들의 일상은 빠르게 변화하지만 빠른 변화 속도에 적응하기는 쉽지 않습니다. 각 개인이나 조직이 느끼는 변화의 속도나 깊이에 차이가 있습니다.

더 빨리 문제를 분석하고, 더 빨리 해결책을 내고 싶은 조급함을 내려두고 지금 내가 마주하고 있는 현실을 한 발 떨어져 보는 것이 필요합니다. 달려갈 때는 보이지 않았던 다양한 요소들을 관찰하고 균열과 갈등 속에서 무너져 내린 부분을 직시하는 것으로부터 시작해야 합니다.

변화의 흐름을 느끼기

변화를 이해한다는 것은 변화의 원인을 인지하고 이해하는 차원을 넘어서 변화를 통해 새로운 방식과 자극을 경험하고 느끼는 것일 것입니다. 변화의 속도가 빨라질수록 낯설고 익숙하지 않은 기술이나 도구, 관계가 늘어나지만 다양한 변화 속에서도 그 흐름을 느끼고 꾸준히 함께 활동을 지속해야 합니다.

원하는 변화를 구체적으로 상상하기

'우리가 원하는 미래'를 상상하고 대화함으로써 그 미래가 현실이 되기 위해서 오늘의 나는 무엇을 해야 할지 발견하고, 그 미래를 함께 만들고 싶은 사람들과 연결되고, 그들과 함께 새로운 실험을 설계해 보아야 합니다. 미래를 찾아가는 길은 수많은 시행착오와 예측치 못한 변수들을 만나는 과정일 것입니다. 그렇기에 우리는 더욱 미래에 대한 갈망을 키우고 나누며 이를 푯대 삼아 오늘을 설계하는 일을 시작해야 합니다.

단단한 일상 만들기

불안함과 막막함이 압도하지 않도록 건강하고 단단한 일상을 만들어 나가야 합니다. 그 일상을 만드는 일은 '변화를 만들어가는 가장 중요한 주체는 바로 나'라는 것을 기억하는 행동이기도 합니다. 나로부터 시작하는 변화의 가능성을 믿으며, 나를 건강하게 지키고 단련시키는 것이 진정한 변화를 지속적으로 만드는 일임을 인정하는 것입니다.

2 변화의 이음

이 장에서는 NPO 국제 컨퍼런스에
다양한 모양으로 참여했던 사람들의 변화에
대한 이야기를 담았습니다. 그때와 지금
나는 어떻게 변화했는지, 내가 생각하는 변화의
주제들은 무엇이 있는지 함께 만나 봅니다.

1

N잡 실험 이후의 변화

홍진아, 2017년 세션1 발표, (구)N잡러

'N잡' 실험은 계속되고 있나요?
지금은 어떻게 지내시는지 궁금합니다.

당시 저에게 N잡 실험은 두 개의 직장에 소속을 두고 일하는 것이었는데, 1년 1개월 정도 진행하고 2018년 3월에 종료했습니다. 지금은 일하는 밀레니얼 여성을 위한 서비스 '빌라 선샤인'을 창업해서 꾸리고 있습니다.

실험 결과는 어땠나요? 성공적이었나요?

저의 실험 주제는 '대한민국에서 N잡이 가능할까?'였는데, '가능하다'는 결론을 내리고 이젠 다음 단계로 넘어가고 싶다는 생각에 이르게 됐고, 그렇게 실험을 마칠 수 있었기 때문에 성공했다고 생각합니다.

하지만 '정말 가능한가?'라는 의문도 함께 가지고 끝났죠. 왜냐면 N잡을 갖고 싶어 하는 밀레니얼은 늘어나고 있는데 N잡러와 일할 준비가 되어 있는 기업은 없는 상황이거든요. 어떤 시장이 생기고 가능해지려면 수요와 공급의 균형이 맞아야 하는데 지금은 "나 N잡 하고 싶어" 같은 공급은 있지만 이를 받을 수요는 없어요.

또 하나는 N잡이 가능하냐 그렇지 않냐는 이야기를 하기 전에, 우리가 제대로 일을 하고 있는지, 일의 변화에 개개인이 적응해가면서 제대로 일하고 있는지를 인식하고, 우리 조직에 N잡이 필요한지, 그리고 N잡러와 같이 일하기 위해서 어떤 조직 문화와 환경이 만들어져야 하는지에 관한 이야기를 먼저 해야 한다고 생각합니다.

홍진아
빌라선샤인 대표

글로벌 비영리조직, 공공기관, 스타트업 등에서 기획/홍보, 미디어커뮤니케이션을 담당했다. 2017년 3월부터 1년 1개월 동안 스스로에게 'N잡러'라는 이름을 붙이고 두 개의 조직에서 일하는 N잡 실험을 진행하였다. 일의 미래에 관심이 많고, 내가 원하는 모습으로 원하는 만큼 일하고 싶다고 생각한다. 2019년부터 일하는 밀레니얼 여성들을 위한 커뮤니티 서비스 빌라선샤인을 시작했다.

N잡이 쉽지 않은 영역에서 일의 변화는 어떻게 이끌어낼 수 있을까요?

모든 사람이 N잡을 할 수 있다고 생각하지는 않습니다. N잡이 가능한 상황이나 직무는 따로 있는 것 같아요.

저는 N잡 실험을 모두가 다양한 직업을 가져야 한다는 생각에서 시작한 것이 아니라 '자신의 일을 스스로 디자인할 수 있어야 한다'고 생각했기 때문에 시도해 본 것입니다. 저는 혼자 일하는 것보다는 조직과 함께 성장하는 것을 좋아하는 사람인 걸 알기 때문에 프리랜서 형태가 아닌 N잡을 받아줄 수 있는 조직을 찾은 것이죠. 주도적으로 자신의 특성이나 상황, 잘 할 수 있는 것들을 모아서 자신만의 일을 디자인하고 일의 이름을 붙이면서 일을 만들 여지는 점점 늘어나는 시대라고 생각해요.

N잡 실험을 조직 안에서 하겠다고 했을 때, 그 조직을 설득하는 과정이 힘들지는 않았나요?

제가 실험하던 당시 일했던 조직(빠띠, 진저티프로젝트)이 새로운 일 환경 변화에 대해 관심이 많고 여러 가지 상황이 맞물렸기 때문에 가능했던 것 같아요. 사실 그 과정이 쉽지만은 않았습니다. 직무 환경이 수평적인 조직이라 해도 고용 계약이 있기 때문에 결국 수평적이라고 생각하지 않거든요. 고용되는 입장에서 제가 원하는 것을 말하고 회사와 조율해나가는 과정이 필요했던거죠. 직무부터 휴가까지 근무 형태와 내용을 조정하는 메일을 수십통 교환하고 조정해나가면서, 그전에는 한 번도 이런 경험이 없었다는 것을 깨달았어요. 계약서를 스스로 고칠 수 있다는 것도 몰랐는데 이 과정에서 좀 더 주체적으로 계약을 들여다보고 요구하고 맞추는 것이 가능함을 알게 되었어요. 이런 문화가 확산되었으면 좋겠어요.

발표 당시 N잡러로 사는 것이 본인을 바꾸고 조직을 바꾸는 변화의 조짐이라고 말씀하셨는데, 진아 님으로 인해 자신과 주변 조직은 어떻게 바뀌었나요?

빠띠와 진저티는 원래도 유연한 조직이었는데 진저티의 경우에는 서로 업무 공유하는 프로세스가 좀 더 생겼달까요? 제가 이틀만 출근했는데도 헤매지 않고, 지난 일의 맥락을 빠르게 적응하고 따라갈 수 있도록 시스템을 만들었어요. 빠띠에서는 얼굴을 보지 않고 일하는 상황에서 서로의 감정이나

업무 환경을 돌아보면서 일하는 방법을 많이 배웠습니다. 매일 느낀 점을 기록하는 '항해일지' 같은 제도도 있었고, 혼자 일하면 너무 외로우니까 2~3시에 컨퍼런스콜을 켜 놓고 각자 일하다가 하고 싶은 얘기를 하기도 하고요. 서울에서 팀원들과 디지털 노마드의 일하는 방식을 배운 것 같아요.

N잡러를 받아들일 수 있으려면 조직이 어떻게 변해야 된다고 생각하시나요?

비영리나 스타트업은 월급이 대기업 수준만큼은 아니지만 적당한 월급을 주면서도 행복하게, 불행하지 않게 일할 수 있는 방법을 제시를 해야 좋은 인재들이 들어올 수 있을 거예요. 그럴 수 있는 가장 유리하면서도 간편한 방법은 조직문화를 새롭게 바꾸는 것이라고 생각해요. 1천 명 내지 1만 명 단위의 회사들이 N잡을 받아들이는 데에는 시간과 비용이 많이 들지만, 10명 혹은 15명 정도의 작은 규모를 가진 조직은 유연하게 일할 수 있는 전문가들과 함께 할 수 있는 구조를 만들기 쉽다고 생각해요.

밀레니얼 세대(1980~2000년대 초반생)의 요구는 '기본'을 지켜달라는 것입니다. 이 세대는 고급 교육을 받으면서 자랐잖아요. 그런데 업무에 있어서는 두 세대 혹은 한 세대 앞선 사람들이 일하던 환경 그대로를 받아야 하니까 여기서 오는 괴리가 너무 큰 것 같아요. 어느 정도 먹고 살 수 있을 만큼의 연봉을 받으면서 내 가치를 실현하는 일을 할 수 있는 환경을 마련해 달라는 거죠. 거창하지 않습니다. "내가 하는 업무와 능력에 따른 급여를 산정해 달라, 급여를 원하는 만큼 줄 수 없다면 노동 시간을 조정해 달라, 야근 수당을 줄 수 없다면 대체휴가를 달라", 그런 거요. 열심히 한 만큼 보상하는 구조는 함께 논의하다 보면 얼마든지 조성 가능하다고 봅니다.

그리고 조직 안에서 나이와 직급에 맞는 역할과 책임감을 갖는 것도 무척 중요한 것 같습니다. 저희 같은 경우는 어른들이 실무자들을 믿어줬으면, 그리고 어떤 문제가 발생했을 때 책임져 주었으면 좋겠다고 생각해요.

세대갈등은 서로가 굉장히 다르기 때문에 오는 것이 아니라 서로 중요하게 생각하는 것이 다른 데서 오는 것 같아요. 그런데 우리 세대가 중요하다고 생각하는 것은 사실상 회사 안에서 고려 대상 자체가 아닌 경우가 많아요. 앞으로 5~10년 후에 판을 이끌어갈 세대는 우리인데 그 기본 환경을 조성하지 않으면서 이탈하는 현상만을 보고 "요즘 애들은 끈기가 없어" 같은

탓을 한다면 어디에도 변화가 오기 힘들다고 생각합니다.

빌라선샤인은 어떤 곳인가요?

빌라선샤인은 사회 문제를 해결하는 소셜 벤처예요. 이 사업을 통해 해결하고 싶은 문제는 밀레니얼 여성들의 일의 지속가능성입니다. 밀레니얼들은 저성장시대에 아무도 살아보지 않은 새로운 생애 주기를 살아가야 하는 세대인데요, 그래서 일이 더 중요해져요. 이에 따라 풀어야 할 숙제가 많죠. 그런데 여성들은 남성중심적 시스템이라는 허들을 하나 더 넘어야 해요. 일의 지속가능성이 중요해지는 시대에 혼자 허들을 넘을 수 없는 여성들을 네트워크 안에 묶고, 함께 해결책을 모색하는 커뮤니티를 만들어 가고 있어요. 어느 정도의 임팩트를 갖추려면 더 많은 여성들이 네트워크 안에 들어와야 한다고 생각해요.

그런데 조직에서 일하는 사람들이 조직 바깥과의 연결을 원하나요?

빌라선샤인의 멤버는 프리랜서나 1인 기업이나 자영업하시는 분들이 30% 정도이고 크고 작은 회사나 조직에서 일하시는 분들이 70% 정도예요.

2017년 통계청 자료에 따르면 우리나라 30인 미만 사업체의 여성 종사율은 60.5%라고 해요. 여성들의 반 이상이 트레이닝을 충분히 받으면서 일하는 사람으로 준비할 시간도 부족하고, 회사 내에서 다양한 동료들을 통해 정보를 얻거나 네트워크를 형성하기 어려운 환경에서 일하고 있다고 할 수 있죠. 빌라선샤인 안에서는 여성들이 서로 연결되어서 서로의 사수이자 동료가 되어줘요. 바로 내 일에 적용할 수 있는 정보를 주고 받기도 하고, 포기하지 않을 수 있는 이유가 되어주기도 하고요. 현재는 따로 공간을 운영하지 않고, 유휴 공간을 거점공간 삼아서 운영하고 있어요. 저희 멤버가 많아지면 언젠가는 전용 공간을 헤드쿼터로 두고, 더 많은 거점 공간과 연결되는 것이 계획입니다.

2

고객의 니즈를 기민하게 받아들이는 센스, NPO에서 배웠다

조성도, 2018년 슬로워크×빠띠 워크숍 기획

슬로워크의 슬로건은 “We are creators for change”인데 지금까지 어떤 종류의 변화를 만들어 오셨나요?

처음에 슬로워크는 디자인 분야로 시작했습니다. 초창기에 했던 것 중에 하나가 세이브더칠드런의 신생아 살리기 모자 뜨기 캠페인이었어요. 브랜드 관점에서 디자인을 접목시켜서 캠페인의 엠블럼을 만들고, 키트를 만들어서 후원자들이 사용하기 쉽게 설명하고 보여주는 작업을 했어요. 슬로워크에는 사회적 가치를 지닌 고객사들이 많은데요, 본인들의 사회적 가치를 높이고 확산시키는 데 저희가 기술과 디자인으로 도와드리는 역할을 한다고 생각하고 있어요. 사회 변화를 추구하는 단체와 함께 기술과 디자인으로 기여하는 것이 저희가 생각하는 변화입니다.

2018년 워크숍 진행 이후 슬로워크의 조직에 찾아온 변화는 어떤 것이 있었는지? 혹은 시도하고 싶은 변화가 있으신가요?

저희가 2018년 워크숍 때 여러 가지 시도한 것은 소셜 섹터에서 스스로 변화를 만들 수 있게 하기 위해서였습니다. 회사가 성장하고 프로젝트 규모가 커지면서, 예전부터 거래하던 고객사들의 비교적 단순한 업무까지 처리하기가 어려워졌습니다. 그 작업만으로는 회사를 유지하기 못하거든요. 그래서 작은 규모의 일, 예산이 적은 단체들의 니즈를 어떻게 맞출 수 있을지 고민하다가 ‘스티비’라는 이메일 마케팅 툴을 만들게 되었습니다. 기존에는 사람이 직접 하던 일을 솔루션으로 만들면 쉽고 저렴하게 할 수 있을 테니까요.

조성도
슬로워크 CPO

IT스타트업, 시민운동, 비영리단체, 크리에이티브 솔루션 기업 등에서 다양한 경력을 쌓았다. 일하는 방식의 변화에 관심이 많으며, 슬로워크에서 디자인과 IT를 바탕으로 사회적 가치를 강화하고 확산하는 솔루션을 개발하고 있다.

워크숍에서는 기존에 내부에서 하던 프로그램을 소셜 섹터에서 수요가 있던 것 위주로 구성해 실험해 보았습니다. 홈페이지를 처음 만들 때 어떻게 하는지, 캠페인 기획은 어떻게 하는지, 브랜드를 처음 시작하는 조직들은 어떻게 정리해 보면 좋은지 등을 함께 해 봤습니다. 자체적으로 실시한 조사에서 만족도가 높았던 프로그램이 몇 개 있었고, 교육 프로그램이나 서비스로 사업화해도 되겠다고 검증한 것이나 마찬가지였죠. 그 후에 신입직원을 위한 내부 교육 프로그램을 만들고 실험하고 다듬어서 외부에 공개하는 시도를 하고 있습니다. 이런 것을 사업기회로 만들어서 성장할 수 있는 모델을 갖게 되었어요.

워크숍에서 디지털 업무 도구로 소개해 주셨던 것들 중에 추천할 만한 것이 있다면 소개 부탁드려요.

워크숍때는 최대한 무료로 쓸 수 있으면서 개발자가 아니어도 쓸 수 있는 일반적인 툴 위주로 소개를 드렸어요. 스티비는 비영리단체들이 뉴스레터를 쉽게 만드는 것을 목표로 만든 서비스입니다. 소셜섹터에서 발행하는 뉴스레터의 대다수가 스티비로 만든다고 알고 있어요. 비영리에서 쓰기 편한 디자인 툴로는 '망고보드'나 '타일'을 추천드려요. '빠띠그룹스'는 조직에서 민주적인 의사결정을 하는 데 도움을 주는 도구예요. 조직의 히스토리가 온라인에 아카이브되기도 하고, 의사결정을 할 때 투표옵션이 세부화되어 있어서 다양하게 활용할 수 있습니다. '빠띠타운홀'은 오프라인 행사를 할 때 실시간으로 질문을 하고 투표를 받는 툴이에요. 어느 정도 규모가 있는 행사를 할 때 의견을 파악하기 편리합니다.

단체에서 업무효율을 높이기 위해서 디지털 업무 도구를 어떻게 사용하면 좋을지에 관한 컨설팅을 의뢰하는 경우도 있는데요. 그럴 때 가장 처음 드리는 말이 지메일이나 네이버메일 같은 개인 이메일 주소가 아닌 회사 도메인으로 만든 이메일을 쓸 것, 카톡보다는 잔디나 슬랙 같은 업무용 메신저를 따로 이용하는 것이 사생활 보호 측면에서도, 기록을 남기는 측면에서도 도움이 된다고 제안드리는 편입니다.

좋은 디자인은 어떻게 해야 할까요?

국립현대미술관 서울관에서 '관람 예절에 관한 캠페인'을 의뢰하신

적이 있어요. 10계명 같은 것을 들고 오셨더라고요. 그런데 딱딱하고 교훈적인 접근보다는 좀 부드럽게 메시지를 전하기 위해서 동물 캐릭터를 쓰자고 역으로 제안을 드렸어요. 살금살금 걷는 고양이가 미술관과 어울리겠다 싶어서 에티'캣(cat)'이라고 이름을 짓고 고양이가 편안하게 메시지를 전달하는 방식의 뮤지엄 매너 캠페인을 제안했습니다.

이처럼 고객사의 요구 사항을 재정의해야 한다고 생각합니다. 예를 들어 "무인계산대를 만들어 달라"는 요구사항을 단순히 이해한다면 그냥 무인계산대를 만들면 됩니다. 하지만 깊은 곳에 있는 고객의 니즈를 이해한다면 이를 다른 방식으로 구현할 수 있을 것입니다. 갖고 있는 자원에 맞는 새로운 해결책을 제시하는 것이 우리의 역할이라 생각합니다.

이렇게 해석을 잘하는 센스는 어디에서 얻으셨어요?

비영리 고객들과 일하면서 많이 얻었습니다! (웃음) 인클루시브 디자인(inclusive design)이란 개념이 있잖아요. 장애인에게 편하면 누구에게나 편하다고요. 비영리 단체들은 예산과 인력이 부족해 규모가 작고 업무 강도도 센 편인데, 대중을 상대하는 경우는 많아요. 비영리 콘텐츠들이 보통 불편한 것을 바꾸자는 메시지를 던지다 보니 부드럽게 제안할 수 있는 법을 많이 연습하게 되었습니다.

『일잘러를 위한 이메일 가이드』를 어떻게 쓰게 됐나요?

비영리에서 대기업, 공공기관, 스타트업까지 무척 다양한 업종의 고객사를 상대하고 있는데 그러다 보니 이메일 쓸 일이 무척 많아졌습니다. 그런데 이런 다양한 조직 형태만큼 이메일을 사용하는 패턴이 다르더라고요. 그러다 보니 수신자의 언어에 맞춰 이메일을 쓰면 소통 비용이 줄고 효율이 좋아질 뿐 아니라 고객 평가도 좋아지는 것을 경험했습니다. 그래서 이메일에 대한 내부 교육을 진행하고 블로그에 올리기도 하고 그러다가 책까지 연결되게 됐죠. 슬로워크는 이렇게 소통의 중요성을 인식하고 개발자의 언어를 이해하고 소통하는 테크니컬 라이터와 마케팅 라이터 등 사업적 필요를 콘텐츠화하는 글쓰는 직종을 따로 두고 있습니다.

3

세대가 만나 소통하는 사회적 거실이 필요하다

최소연, 2018년 세션1 발표, 할머니학교 교장

2018년 컨퍼런스에서 발표할 당시 할머니학교가 세팅되고 한 해 운영해 온 이야기를 나눠 주셨는데, 어떤 마음으로 나오시게 되었나요?

2018년 NPO 국제컨퍼런스에서 발표를 한 것은 '할머니학교'라는 실험을 알리기 위해서였습니다. 할머니학교의 시작은 금천구 사회혁신 사업의 일환이었는데, 할머니학교 같은 형태의 교육은 앞으로도 어떤 지역에서든 지속되어야 하고 모두가 함께 풀어 나가야 하는 사회적 숙제라고 생각하거든요.

제가 그 답을 갖고 있는 사람은 아니라고 생각해요. 저는 예술가로서 사회적 발의에 의해 이 프로젝트에 참여하게 되었고, 왜 65세 이상의 (남성이 아닌) '여성'이 교육의 주체가 되어야 하는지 우리 사회가 망각하고 있는 지점을 환기시키는 역할을 하는 거죠. 뒷방에 계신 할머니가 조금 더 햇빛 드는 앞쪽 거실에, 책상 있는 곳에 앉으셨으면 좋겠다는 게 저의 바람이에요.

할머니들은 본인이 살아온 삶의 역사와 지금의 교차점에 계시기 때문에 한 여성의 몸으로 시대 변화를 다시 사유하고 고령화 사회의 주체로서 본인의 문제를 스스로 풀 수 있지 않을까 생각해요. 우리 장년 세대가 할머니 세대의 문제를 단순히 복지만으로 해결할 순 없잖아요. 당사자들이 문제를 풀어나가는 주체가 되는 해법이라면 좋지 않을까 생각했어요.

수업을 시작하며 최종적으로 학교를 다닌 연도와 다시 학교를 다니게 된 시점을 기록하고 교육에서 멀어져 있던 기간을 인식하게 했어요. 그 시간 속 자신의 삶을 돌아보고 통찰하게 만들었습니다. 40~50년의 갭이 있다는

최소연
큐레이터, 예술감독, 예술학교 교장

예술과 사회의 접점 속에서 인류를 보다 흥미로운 방향으로 진화시키는 데 관심이 많다. 비전 디렉터(Director of vision)로서 환경과 사람들 내부에서 잠재된 비전을 찾는 작업을 좋아하며, '여성, 예술, 교육, 고령화'를 키워드로 문화기획 강의를 하고 있다.
그동안의 경험과 연구를 바탕으로 김기돈 선생님과 함께 쓴 할머니학교에 관한 책을 발간할 예정이다.

것을 인식하고, 그 사이에 있던 경험과 지식을 발굴해서 출판이나 전시, 포럼 등의 방식으로 보여 줌으로써 사회에 환원할 수 있는 출구도 만들어 볼 수 있었습니다.

할머니들의 반응은 어떤가요?

할머니들이 그동안 축적한 삶의 이야기나 지식은 생각하지 못했던 방법으로 다양하게 펼쳐졌습니다. 놀랍고 재미있었고, 생각지 못한 아픈 부분도 있었죠. 미투(Me too)에 관한 수업을 진행했을 때에는 왜 여성이 여성을 불편해하는지, 왜 여성이 여성을 억압할 수 밖에 없는지 토론했어요. 어르신들이 젊은 여성에 대해 불편하게 여기는 부분들이 있는데, 사실 우리가 그 경험의 맥락을 충분히 들어본 적이 없어요. 그래서 충분히 들어드리고 나서, 차분하게 "시대가 이러저러해서 변했다"고 말씀드리니 이해하고 공감하시더라고요. 대상으로 보기보다는 나와 교감하는 젊은 친구로 볼 수 있는 시각을 열어 드리려고 해요.

할머니들은 새로운 것을 배우기를 귀찮아 하거나 별로 알고 싶어 하지 않는다고 생각하는 편견이 있지만, 수업에서 새로운 화법이나 신조어를 알려드리면 다음주에 분명하게 기억하실 정도로 열심히 배우신답니다. 이런 모습을 보면서 세대 간의 대화가 더욱 더 필요하다고 생각해요. 지레짐작하지 말고 이야기를 좀 더 많이 나눌 필요가 있어요.

할머니 주변에서도 변화가 있을 것 같아요.

제가 할머니들과 함께 수업을 하면서 놀랐던 것 중 하나가 다들 손자, 손녀를 돌봄양육하셨다는 점이에요. 그래서 아이들이나 청소년들의 언어를 너무 잘 알고 계셨어요. 손주들의 모습, 동작, 대화 등 엉뚱한 요소들을 "생기에너지"를 주제로 담아 동화책으로 만드는 작업을 했는데, 가족들이 그 책을 보고 나의 시어머니, 외할머니 같은 존재로만 인식하다가 그림을 그리고 동화책을 내는 기록할 수 있는 존재, 연구자, 작가로 할머니를 인식하게 되었습니다.

할머니의 환경도 달라졌습니다. 수강생 중 한 명인 동백 할머니는 시간이 가는 줄 모르고 그림 작업을 하다 보면 새벽 2~3시가 넘을 때가 많다고 하는데요. 남편이 "안 자고 뭐하냐"고 소리 지르거나 불을 끌 줄 알았는데,

방해하지 않으려고 화장실을 살금살금 가신대요. 처음에는 성경보던 책상에서 몰래 그리고 숙제했는데, 이제는 당당하게 펴 놓고 한다고 하시더라구요.

할머니들이 경험적으로 쌓은 생각들이 견고해서 변화하는 게 쉬울 것 같지는 않은데…

저는 할머니들이 여성이어서 좀 더 변화를 거부감 없이 빠르게 수용하셨다고 생각해요. 문화적 감수성이 농축되어 있는 장이 할머니예요. 저는 시각예술을 하는 사람이니 시각 언어로 알려 드리는거죠. 그림을 따로 배운 적이 거의 없으니 원시적이기도 하지만, 엄청나게 아름다운 작품들이 나와요. 랩하는 방법을 알려드려도 뚝딱 만들어 내실 수 있을 거예요. 하지만 우리 사회는 그런 시도를 해 본 적이 없죠.

저는 문화기획 수업을 하고 있어요. 주로 포럼 연구 형태의 수업을 진행합니다. 문화적이고 일상적인 배경을 제공하면 본인 삶에 있었던 다양한 색채의 이야기들이 쏟아져 나옵니다. 처음에는 생소한 주제에 대해 반발이 무척 심했어요. 그런데 꾸준히 문화적인 수업을 지속하다보면 할머니학교라는 교육공동체 내에서 반발이나 편견이 깨어지는 순간이 옵니다. 그리고 이런 순간들은 상호 영향을 주면서 다른 할머니들에게 전해지기도 하죠.

올해는 '괴물'에 대해서 다룬 수업을 진행하고 있어요. 할머니들이 내면의 괴물에 대해 스스로 이야기하기는 결코 쉽지 않아요. 저는 같은 여성으로서 한 번은 정확하게 꺼낼 필요가 있다고 생각했어요. 하루에 한 마리씩 꺼내 놓으면 괴롭기도 하지만 밤에 발 뻗고 잘 수 있잖아요. 또 동료들의 괴물 이야기를 들으면서 함께 동시대의 괴물을 목격하고 기록할 수 있어요. 이렇게 괴물을 들여다보는 작업은 과거사부터 현대사를 넘어서 우리의 미래를 아우르는 삶에 관한 통찰이 있다고 생각해요.

할머니학교가 일으키는 궁극적인 변화는 어떤 것이라고 생각하나요?

중고등학교, 대학교를 나오지 않았다고 해서 할머니들의 지식이나 경험의 수준이 중졸이나 초졸에 멈춰 있지는 않아요. 논문을 쓰지 않았을 뿐이지 축적된 무언가가 있다고 생각해요. 할머니들은 그걸 언어화하는 방법을 공유해 본 적이 없을 뿐이에요. 최근에는 할머니들이 시를 쓰거나 수필집을 내는 문화적 운동이 조금씩 생기고 있는데, 제가 주목한 것은 시각 언어입니다. 나의

생각이나 사회 현상을 그림이라는 시각 언어로 표현할 때 시민사회와 교차점이 있다고 생각했죠. 그 지점이 바로 함께 살아가는 사회적 거실, 그야말로 리빙랩이 아닌가 싶었어요. 할머니들도 드나들면서 사회적 거실의 주체가 되는거죠.

사회혁신공간에 가면 코워킹 스페이스가 많잖아요. 대체로 구조나 시설이 비슷하죠. 그런데 그 공간이 사실 65세 이상 어르신 세대의 몸에는 썩 맞지 않는 것 같아요. 그런 협업 공간이나 리빙랩들도 어르신들과 함께 구성을 해 보면 좀 더 깊이 있고 풍부해질 것 같아요. 이렇게 사회라는 넓은 거실에 어르신들과 함께하는 시간들을 좀더 늘려간다면, 할머니들의 문화 유산을 받아 긴 호흡으로 후대에 전달할 수 있지 않을까 생각합니다.

4

시간으로 연결되는 관계의 변화를 실험하다

김윤정, 2019년 세션1 적용 사례, 춘천 타임뱅크

춘천 타임뱅크는 어떻게 시작되었나요?

개인적으로 발달장애인들의 자립활동을 고민하면서 타임뱅크 사례를 여기에 적용하면 좋겠다고 생각하다가 타임뱅크 코리아의 손서락 대표님과 페이스북으로 소식을 주고받게 됐습니다. 또 마침 춘천에 타임뱅크에 관심 있는 분들이 있어서 모임을 갖고 지역에서 타임뱅크를 만들면 좋겠다고 생각하던 중에 춘천사회혁신센터에서 공모한 소셜리빙랩 프로젝트에 선정됐습니다. 그렇게 (주)나비소셜컴퍼니, 대한성공회 나눔의집, 춘천마을교육공동체 세 기관이 함께 타임뱅크 프로젝트를 진행 중이고, 9월부터 프로젝트가 시작되어 10월 말까지 기초교육 3회와 코디네이터 양성교육 5회기를 진행했고 기관별로 적용가능한 타임뱅크 실행을 기획/시도하고 있습니다.

타임뱅크를 시작한 이유는 저희가 주목한 발달장애인, 또 다른 기관들이 주목한 느린 학습자(경계선 지능), 다문화가정이 공통적으로 누구보다 사회관계망의 중심에 있어야 하면서도 소외되어 있는 대상이다보니 이들을 사회관계망으로 연결시키고자 하는 뜻이 주목적이었습니다. 하지만 진행하면서 뜻과 맘을 앞세우기보다 우리 스스로가 자신을 잘 들여다보고 또 옆 사람들에게 관심을 가지고 서로 살피는 것이 중요해졌습니다. 특히 아이들과도 동등하게 시간으로 필요를 교환하는 것이 서로 공정해지는 느낌이었어요. 춘천 타임뱅크의 시간화폐인 '봄'은 봄내(춘천의 옛말)의 '봄'이기도 하구요, 서로 본다는 뜻의 '봄'이기도 해요. 타임뱅크를 통해 만들고 싶은 것이 조금 더 따뜻한 사회관계망이기 때문이에요.

김윤정
(주)나비소셜컴퍼니 CSV 디자인연구소장

2014년부터 사회적경제 분야에서 연구, 컨설팅, 강의 등을 진행하고 있다. 사회적협동조합 교육과나눔, 춘천두레생협 이사로 협동조합 활동을 병행하며, 춘천시민연대, 춘천사회혁신센터, 한국사회혁신가네트워크 운영위원과 춘천시민주권위원회와 공론화분과위원장으로 활동하면서 지역활동과 민관협력, 사회적경제, 사회혁신 등의 키워드를 연결하는 역할을 하고 있다.

지역에서의 반응은 어떤가요?

타임뱅크에 관심을 가지시는 분들은 생각보다 많았습니다. 하지만 초기이다보니 교환할 수 있는 자원들을 모으는 작업이 생각보다 오래 걸렸습니다. 어떤 필요를 서로 연결할 수 있을지 충분히 정리되지 않아 쉽게 시동이 걸리지 않는다는 어려움이 있어요. 그래서 커뮤니티 행사로 기획을 해서 '타임뱅크 데이'라는 이벤트로 LETS(Local Energy Trading System) 방식을 적용해 진행해 봤어요. 타임뱅크에 관심을 갖고 모인 사람들이 즉석에서 자신이 나눌 수 있는 것과 필요로 하는 것을 꺼내놓고 서로 확인해서 필요한 수업들을 만들어 배움과 활동을 나누어보았지요.

사람들이 부담없이 만나 타임뱅크에 대해 이야기를 알아가고, 자기 스스로 나눌거리나 잘하는 것을 발견하는 것으로 자신을 새롭게 보는 것에 의미를 부여할 수 있었습니다. 지금까지 흔히 해 온 가정에서의 아이 돌봄, 식사, 청소, 학습지도 등의 비경제적인 활동들이나 봉사 등은 실제로 우리 사회에서 가장 필요하지만 구조적으로 적절한 보상이 이루어지지 않아 가치가 평가절하된 것들이죠. 꼭 전문적이지 않아도 가장 가까운 범위에서 필요한 순간에 서로 나눌 수 있는 것은 정말 중요하더라고요.

진행하면서 어려운 점은 무엇이 있나요?

요즘 사람들이 너무 바쁘게 산다는 것이죠. 사람들이 만나려면 시간을 내야 하고, 참여를 하려면 서로 소통하는 자리가 필요하고 한데, 뭔가를 할 때 사람들을 참여시키기가 너무 어려워요. 그래서 본래는 타임뱅크 코디네이터를 양성해서 이 분들이 연결과 지원을 할 수 있게 하는 게 목표인데, 개별적 연결을 하기 위해선 서로에 대한 신뢰와 필요성이 확인되어야 한다는 전제가 있어야 하죠.

타임뱅크 회원가입서에 '내가 잘 하는 것' 세 가지를 쓰는 칸이 있는데, 이 칸을 채우는 것을 많이 어려워하세요. 평소에 자신의 장점을 발견하는 데 익숙하지 않았구나 하는 생각도 들고요, 필요한 것을 돈을 벌어 해결하는 방법도 있지만 잘 되지 않는 경우가 더 많죠. 이런 부분들을 서로 공감하는 것이 의미 있는 작업이 되는 것 같아요.

지금은 어떻게 진행하고 계시나요? 과정 중에서 일어난 변화가 있다면?

타임뱅크는 현재 국내에서도 여러 지역에서 다양한 사례로 시도되고 있어요. 대표적으로 구미의 사랑고리가 있구요. 지역 안에서 돌봄이 필요한 단위에서 적용하는 작은 활동들이 꽤 있습니다.

아직 변화가 일어났다고 하기에는 좀 이르고요. 막연하게 타임뱅크에 대해 가치중심적으로 접근했던 생각들을 현실가능한 방향으로 구체화하고 있어요. 지금은 타임뱅크 실행에 필요한 회원 안내서, 통장, 화폐, 홍보 브로셔, 회원 가입서 등의 제작물 준비를 마치고, 회원 가입을 진행하고 있어요.
예를 들면, 나비소셜컴퍼니에서는 발달장애인의 사회참여를 위해 타임뱅크 주대상자로 생각하고 있었는데요, 단순한 활동 참여보다는 자기발견과 상호작용에 대한 준비가 사전에 필요하고, 잘 되면 자립활동에 아주 도움이 되겠다는 것을 알게 되었지요.

지금은 서로 질문하면서 부족하거나 궁금한 부분을 풀어 나가고 있어요. 서비스를 서로 주고받는 관계가 활성화되고, 낯선 관계에서도 신뢰가 쌓이려면 갈등이나 불만족을 해결하기 위한 더 세세한 준비가 필요한 것 같아요. 그래서 같은 서비스라도 예를 들면 악기 연주라 할 때, 같이 연주를 하는 것이 필요한지, 배우는 과정에 대한 정보와 연결이 필요한지, 직접 레슨이 가능한지 등 필요를 세분화하고 역량을 난이도별로 구분해서 연결할 수 있는 방법을 의논하고 있습니다. 타임뱅크를 도입하고 진행해 나가면서 살아가는 길이 한 가지가 아니라는 생각들을 같이 할 수 있게 되었습니다.

5

변화에 대한 너그러운 태도와 마음

유소연, 2017~2019 국제 컨퍼런스 연속 참가

NPO 국제 컨퍼런스에 어떻게 3년 내내 참가하셨나요?

'변화'라는 키워드에 매력을 느꼈어요. 누구나 도전하기 쉽지 않지만 항상 도전해야 한다는 외부적인 요인도 있는 것 같고, 변화라는 단어 속에 느껴지는 역동이 있는 것 같아요.

2017년 NPO 국제 컨퍼런스에 처음 참여했을 시점에는 어린이재단 콘텐츠 업무를 담당하고 있었는데, 국제 사업에서 나온 여러 이야기를 어떻게 정리할지, 어떻게 이 변화를 사람들에게 전달할 수 있을지 관심을 가지고 있었어요. 다른 사람들은 어떻게 변화를 느끼고, 받아들이고, 전달하는지 궁금해서 참여하게 됐죠. 컨퍼런스에서 다양한 NPO가 사회의 무거운 이슈들을 다양한 형태로, 역동적으로, 그들만의 방식으로 재미있게 풀어나가는 모습이 신선하게 다가왔어요. 우리와 같은 주제를 놓고도 저렇게 새로운 방법을 시도해 볼 수 있구나 싶었고, 그래서 다음 해에도, 그 다음 해에도 꼭 와야겠다, 이런 기대가 계속 있었던 컨퍼런스였습니다.

컨퍼런스가 어떤 도움이 되었나요?

현업에 있다 보면 너무 바쁘다 보니까 컨퍼런스도 겨우 짬을 내야 참석할 수 있는데, 막상 가면 내 자리에서 현장의 모습을 객관적으로 보게 돼요. 우리 단체가 어디까지 왔는지, 이런 이슈에 얼마나 민감한지 보기도 하고, 다른 사람의 변화를 통해 내가 미처 알아채지 못한 변화가 무엇이었는지 다시 한 번 생각하는 계기가 되었어요. 현재 NPO 섹터의

유소연
초록우산 어린이재단 과장

초록우산어린이재단 복지사업본부에서 '초록우산 아이리더'라는 인재양성 사업을 진행하고 있다. 경제적 어려움 속에서도 재능을 키우고 있는 아이들, 교육 기회의 차별이 우려되는 아이들에게 교육의 기회를 주고 성장해 나갈 수 있도록 지원하는 사업에 참여 중이다.

이슈도 파악할 수 있었고요. 컨퍼런스를 통해 다양한 NPO와 알게 되면서, 이후에 어린이재단 지역 본부와 연결해 교육과 강의도 진행되는 등 협업도 일어났어요.

내용뿐 아니라 이런 큰 규모의 컨퍼런스를 진행하는 방법도 굉장히 도움이 됐어요. 관심 주제만 보고 들어온 서로 모르는 사람들을 참여시키는 방식을 보는 것도 도움이 됐어요. 개인 업무로 연결하면 지금 아이들에게 관심을 갖고 있는 사람, 관심이 없는 사람들에게 어떻게 변화를 공감시키고 우리의 이야기를 전달할 수 있을까 계속 고민했던 것 같아요.

컨퍼런스를 통해 어떤 변화가 있었나요?

전보다는 이렇게 고민하는 사람들이 많고 다양한 방법으로 해결할 수 있다는 것을 인지하게 되니까 함께하기가 좀 더 수월해지는 것 같아요. 표준을 벗어난 방향성이 인정되는 것이 큰 울림이고 변화인 것 같아요.

요새는 즉각적인 변화를 원하는 사회잖아요. 하지만 우리 인생에 어떻게 기적 같은 변화만 항상 일어나겠어요? 변화는 기적처럼 일어날 수 없고 실패 속에서 일어나는 거잖아요. 실패도 그 과정 속에 하나라고 생각해 주는 인식이 중요한 것 같아요. "변화라고 했는데 뭐 별 거 아니네" 같은 말처럼 너무 단시간에 실패라고 단정짓거나 평가절하하는 것이 아니라 변화라는 것에 대해 친절하게 보는 시각이 중요하다고 생각해요. 그래야 계속 도전과 시도가 쌓이고 그게 변화가 되겠구나, 나도 우리 조직도 좀 더 너그러워져야겠다는 생각이 들었어요. 모두가 좀 더 너그러운 태도와 마음을 가졌으면 좋겠어요.

변화에 대해 어떻게 생각하시나요?
개인적인 에피소드가 있다면?

저는 작년에 처음으로 다이어트라는 것을 해봤는데요, 사실 의도를 가지고 뭔가 해 본 적이 없었다가, 막상 하고 나니까 그 변화가 다른 변화를 파생시켰어요. 삶의 변화와 태도가 이전과는 달라졌고, 다른 시도도 할 수 있는 힘이 나로부터 시작된다는 걸 알고 스스로에게 기대감이 생겼습니다. '1'이라는 숫자가 굉장히 작아 보여도 엄청 강력한 힘을 가진 숫자구나, 내가 먼저 변하는 것이 굉장히 중요하다는 태도를 갖게 되었어요.

사실 살을 빼야겠다는 생각은 딱히 없었는데 건강검진 결과 때문이기도

했어요. 아주 나쁘지도 않았지만 좋지도 않았거든요. 관리하지 않으면 내 모습이 영영 이렇게 고착화될까 봐 40이라는 숫자를 기점으로 변화하고 싶었어요.

변화하겠다고 마음을 먹은 뒤 저희 식구들과 동네 사람들까지 같이 운동을 했어요. 작은 마을에 살다 보니 이웃들이 서로 친한 편이라 주말이면 다같이 모여서 밥 먹고 노는 일상을 보냈는데, 다이어트를 같이 결심한 후 다같이 건강한 음식을 먹고 함께 운동하니까 다같이 8kg씩 빠진 것 같아요. 다이어트는 전후를 측정 가능할 수 있는 종목이니까요!

그래서 측정이 중요한가 봐요. 너무 개인적인 예라 들고 싶지 않지만(웃음), 전후의 맥락이 명확하게 보이는 것이어서 저 자신도 변화라고 인지하게 된 것 같아요. 나한테 오는 변화가 제일 어렵다고 느낄 때도 있지만 한편으로는 늘 변화를 시도하고 노력했다고 여겨질 때도 있어요. 내게 집중하지 않으니 잘 모르는 거예요. 측정을 계기로 더 명확하게 인지하게 된 것 같습니다.

측정의 기준은 무엇일까요?

너무 다양하고 임팩트한 변화만 기대하곤 하는데, 변화는 지금 있는 자리에서 내 기준으로 보는 것이 중요한 것 같아요. 좀 더 넓은 시각으로 사람들의 변화를 이해하는 태도 역시 필요하겠고요.

재능 있는 아이들을 선발해서 지원하는 일을 맡고 있는데, 자꾸 아이들에게 변화를 요구하는 것 같아서 안타까울 때가 있어요. 그 변화가 꼭 성과는 아닌데 사회가 변화를 성과 위주로 판단하니까, 이런 가치들과 의미를 바꿔야겠다고 생각해요. 아이들을 후원하는 후원자들에게 가시적인 성과만을 보지 않도록, 못하는 것도 하나의 성장이라고 설득해 나가야겠죠. 어른들이 아이들의 변화를 더 너그럽게 봐줄 수 있어야 아이들이 변할 수 있어요. 자신도 경험해보지 못한 변화를 가지고 아이들에게 계속 강요하는 것이 아니라 그 아이 기준으로 그만큼의 변화가 아주 소중하고 의미 있다는 것을 계속 이야기할 책임이 있다고 생각해요.

앞으로 NPO 컨퍼런스에서 다루어줬으면 하는 내용이 있으신가요?

NPO가 어떻게 하면 지속적으로 일할 수 있는가에 대한 고민들을 다루면 좋겠습니다. 연대할 수 있는 장을 만들어 주세요!

6

반걸음 앞서서 고민하는 운동

유일영, 2019 NPO 국제 컨퍼런스 담당

활동가로 오래 있다가 중간지원조직으로 오게 되었는데 두 조직에는 어떤 차이가 있나요?

10년 넘게 여성연합에서 일하면서 매우 강한 투쟁적 성향의 운동을 경험했기 때문에 센터에 와서 초반에는 "무브먼트를 '지원'하는 일은 '무브먼트'인가 '서비스'인가"를 가지고 한동안 고민했어요. 어떤 이슈가 생겼을 때 혹은 어젠다를 먼저 설정해서 함께 할 사람들을 조직하고 뜻을 모아 입장문을 내며 기자회견과 시위현장에 바로 달려가지 않는 제 모습이 약간 낯설었다고 할까요?

지금은 지원을 '방식이 다른 운동'이라고 생각하고 있어요. 제가 운동조직에 상근활동가로 있을 때는 중간지원조직이 크게 활성화되지 않아서 그 경험을 많이 하지 못했는데 지원 조직에 와 보니 어떻게 하면 우리의 활동이 현장에 실질적인 지원이 될까 고민이 깊어지더라고요. 현장과 지원이 잘 융화되어 의미 있고 힘 있는 사회변화를 더 잘 만들어가면 좋겠어요.

유일영
서울시NPO지원센터 선임매니저

2007년부터 한국여성단체연합과 민주시민교육프로젝트곁에서 활동하다가 2019년 5월 말부터 서울시NPO지원센터에서 NPO 국제 컨퍼런스와 NPO 상담소를 담당하고 있다. 여성해방과 인간존중을 의미하는 여성운동의 상징색인 보라색, 인생의 필수품 맥주, 비슷한 성향을 지닌 존재이자 인생의 가장 큰 위로인 고양이를 좋아한다.

급작스럽게 세 번째 컨퍼런스를 기획하게 되었는데 준비 과정은 어땠나요?

지난 컨퍼런스 담당자와도 이야기했지만, 국외 연사를 섭외하는 과정이 생각보다 쉽지 않더라고요. 국외 연사는 서울시NPO지원센터와 컨퍼런스 기획위원들이 주제에 관한 기획회의를 여러 차례 거치면서 자료조사를 한 뒤 연사를 섭외해요. 생각보다 주제에 맞는 연사를 찾는 첫 단계부터 어려움이 많았고,

그 연사들이 NPO 국제 컨퍼런스와 주제에 관심이 있어도 방문 일정이 맞지 않는 경우도 많았어요. 비용을 말씀 드리고 난 뒤 더 이상 답이 없는 경우도 종종 있었고요. 올해 참여하신 두 분의 국외 연사 나타샤 아킵 님과 사라 버드 님은 한국 방문도 처음이고 많이 알려진 분들은 아니었지만 올해 주제에 맞는 사례를 통해 정말 열정적으로 컨퍼런스를 준비해 주셔서 다시 한번 감사 인사 드리고 싶어요.

담당자로서 준비하는 기간이 짧아서 '기획의 주도성'을 가지지 못한 게 아쉬웠는데, 그래도 국내 연사와 협력단체 워크숍 쪽에서 기획에 욕심을 좀 낼 수 있었던 것 같아요. 특히 '변화'를 주제로 여는 컨퍼런스에서 '젠더감수성'이라는 주제를 놓치고 싶지 않아서 풀뿌리여성네트워크 바람의 워크숍을 무조건 섭외했습니다.

기획을 잘 읽어가며 그 안에서 주도적으로 관련 주제들을 엮어 갈 수 있어서 좋았습니다. 함께 사는 세상 속 의미 있는 변화를 만들어가는 사람들과 연결되어, 서로에게 힘을 주고 받으며, 메시지를 만들고 확산하는 과정은 컨퍼런스 담당자가 받는 큰 복인 것 같아요.

국제 컨퍼런스를 준비하면서 얻게 된 노하우가 있으신가요?

컨퍼런스의 역할이 여럿 있겠지만 그중에서 가장 큰 역할은 '인사이트'를 주는 것이라고 생각해요. 함께 컨퍼런스를 기획하는 기획위원/협력단체들과의 협업이 무척 중요하죠. 올해 컨퍼런스 준비과정에서 제가 중심을 못 잡고 있을 때 "현장 활동은 시민과 발 맞추어 함께 가고 그 과정에 의미가 있지만, 중간지원조직은 활동의 인사이트를 주기 위해 반 걸음 앞서서 고민하고 제안해야 한다"라는 조언을 들었어요. 인사이트를 얻는 데는 각자의 방법이 다르겠지만 역시 많이 만나고 많이 읽고 생각을 게을리하지 않아야 한다고 생각합니다.

3년간의 컨퍼런스를 통해서 서울시NPO지원센터에서 바라는 변화의 물결이 만들어진 것 같은가요?

변화는 끊임없이 만들어가는 거니까 지금 어떤 모양으로 변화의 물결이 완성되었다고 단언하기는 어렵겠지만, 컨퍼런스 당일 참가자 설문 응답이나 컨퍼런스 이후 그때 컨퍼런스에서 나눈 이야기나 참여했던 워크숍의 어떤

부분을 현장에 이렇게 적용했다는 피드백을 종종 받을 때 변화의 일렁임을 확인하게 됩니다. NPO 국제 컨퍼런스의 메시지들은 현장성을 바탕으로 하는 실천적 제안들이기 때문에 인사이트 이후 어떻게 현장에 적용할 것인가 하는 숙제가 컨퍼런스가 주는 또 하나의 의미인 것 같아요.

내년에는 어떤 주제로 어떤 컨퍼런스를 만들어가면 좋을지 지금 한창 사람들을 만나고 찾아다니며 공부하고 있습니다. 요즘은 워낙 비슷비슷한 느낌의 행사가 많은데, NPO만의 컨퍼런스는 어떤 모습이어야 할지 고민하고 있어요. 함께 생각을 나눠주시길 부탁드립니다.

7

누군가의 성실하고 수고스러운 기록이 다음 스텝의 토대가 될 거예요

서현선, 2017, 2019 기획위원/협력세션 진행,
2018 톺아보기 발표

3년동안 컨퍼런스에 다양한 모양으로 참여하셨는데, 어떻게 기획에 참여하시게 되었나요?

2017년 센터에서 컨퍼런스를 기획할 당시 비영리의 흐름을 읽을 수 있는 사람들을 모으면서, 진저티나 씨닷이나 알트랩 등 활동가와 함께 일하기는 하지만 전체적으로 흐름도 넓게 짚을 수 있는 사람들을 모은 것 같아요. 기획회의 때는 회의라기보다는 평소에 하던 생각을 다 쏟아내면서 의견을 조율해 나갔던 것 같아요. "최근에 여러 변화가 일어나고 있는데, 막상 활동가나 조직들은 그 변화가 뭔지 이해를 못하고 있는 것 같다, 그들이 변화라는 것을 인지하고, 이해하는 것을 컨퍼런스라는 것을 통해 해결했으면 좋겠다"는 요구가 있었어요.

3년 동안 컨퍼런스의 주제는 열린 토론으로 기획하고 진행된 것이 많았어요. '이렇게까지 열린 토론을 해도 되는 것인가?' 하는 의문에 이를 때까지 토론을 했는데 그렇게 충분히 대화했을 때 생기는 힘이 컸어요. 1회에는 변화를 다루면서 체계적으로 이해하긴 어렵지 않을까? 그렇다면 적어도 변화하고 있다는 사실을 인지하고 경험할 수 있는 컨퍼런스를 기획하는 게 목표였어요. 2회 때는 기획위원 스펙트럼이 넓어지면서 생각의 결이 나뉘기도 했어요. 해외 성공 사례나 구체적인 방법론을 이야기하자는 의견이 나오면

서현선
진저티프로젝트

개인과 조직의 건강한 변화를 위한 실험실인 진저티프로젝트의 대표를 맡아 건강한 조직을 만들기 위한 다양한 시도와 실험을 해 왔으며, 사회 변화를 적극적으로 관찰하고 그 안에 속한 개인과 조직의 이야기를 듣고 있다. 또한 변화의 맥락을 연구하고 그에 대한 출판물을 만들기도 하며 변화를 원하는 조직들을 연결해서 문제해결을 위한 네트워크를 디자인하고 있다.

“변화는 답이 없고, 변화의 주체가 다양한 쪽으로 가고 있는데 오히려 우리의 컨퍼런스에는 설명할 수 있는 것을 굳이 다룰 필요가 없지 않을까?”하는 의견이 나왔죠. 기획위원 안에서도 많은 생각이 교차하는 과정을 통해서 컨퍼런스를 준비했죠.

서로 컨퍼런스 주제에 대한 생각이 조금씩 차이가 있었다고 들었어요.

그게 3년 내내 기조였던 것 같아요. 어떤 답을 하나로 수렴할 수 있다면 올드한 거죠(웃음).

1회차에 배제선 선생님, 2회차에 박진 선생님이 발제하신 내용이 ‘NPO다움’을 잡아 주는 주제였다고 생각하는데, “변화는 무조건 좋아”가 아니라 “무엇을 위해 변해야 하고, 변하지 말아야 하는 것은 무엇인가”하는 내용이 공감이 되었어요. 그분의 활동을 이야기했을 뿐인데 감동이 있고 생각하게 되는 이야기였어요. 3회차에 박희정 선생님이 발제하신 참사 기록을 통한 변화의 경우도 다른 컨퍼런스라면 이런 결로 전달되지 않았을 것 같아요.

기획위원들 사이에서도 기획하고 토론할 때 그런 것들을 중요하게 생각했던 것 같아요. “우리가 전달해야 할 것은 무엇인가? 최근에 주목받는 주제를 다룰 것인가?” 그런데 오히려 여기서밖에 다룰 수 없는 주제를 이야기하는 것이 중요하다고 생각했어요.

사람마다 다르겠지만 저는 좋은 배움의 시간이었다고 생각해요. 특히 2018년 트렌드 리포트 작업을 했는데, NPO에서 트렌드를 뽑는 작업이 쉽진 않더라구요. 뭘 어디서 어떻게 해야 할지 몰라서 사람들이 어떤 말을 했는지부터 찾아갔어요. 실제 현장에 있는 사람들의 목소리를 주의깊게 듣는 기회가 됐어요. 어떤 부분들이 변하고 있는지, 어떤 부분들이 갈등이 있는지, 낯선 변화가 당연한 것이 되어가는 과정도 보았고요.

2019년에는 어떤 이야기를 나누셨나요?

3년간 여러 형태의 워크숍을 진행하면서 특히 3년차에는 저희 조직 이야기를 했어요. 참여자들과 몰입도가 높아서 내가 컨퍼런스를 하러 왔다는 느낌도 잊고 원하는 주제에 들어가 깊이 이야기하는 시간을 즐겼던 것 같아요. 하루 동안 진행되는 컨퍼런스가 듣기만 하면 지루할 수도 있는데 직접 참여할 수 있는 워크숍 프로그램이 만족도가 높았던 것 같습니다. 그게

워크숍(협력세션)의 힘인 것 같아요. 컨퍼런스에서 좋은 자극을 받다가 내 이야기를 할 수 있는 기회도 오니까요. 협력세션을 기획할 때에는 모든 연령층이 다 오겠지만, 변화를 시도해 보고 싶은 활동가가 많이 올 것이라고 상정하고, 실무적이고 실질적인 욕구와 연결하고자 노력했어요. 너무 추상적인 이야기가 아니라 컨퍼런스에 참여한 뒤 바로 업무에 적용할 수 있는 것을 배울 수 있는 것이 중요하니까요.

2019년 워크숍에서는 퇴사자 인터뷰 질문지, 질문지를 만드는 과정, 외부 인터뷰 구성하는 법 같은 툴킷을 많이 준비하고 무척 실질적인 것을 진행하고 질문을 많이 던지는 시간을 가졌어요. 질문을 한다는 것은 내가 어떤 대화를 하고 싶은지, 나에 대해서 많이 생각해야 질문이 나올 수 있기 때문에 꽤 힘든 작업이죠. 저희는 질문에 대해 많은 시간에 걸쳐 공부를 했고 조직 안에서 질문하고 대화하는 시간 자체가 많아요. 그만 하자 싶을 때까지 질문을 하는데(웃음) 그런 질문과 대화를 통해 좋은 답이 나온다는 확신이 있어야 질문을 계속 할 수 있는것 같아요.

질문을 많이 할 수 있는 조직문화를 만들려면 '질문을 해도 되는 안전한 시스템'이 있어야 해요. 질문하기가 부담스러우면 답이 정해진 질문만 한다든지, 적극적으로 나서지 않게 되죠. "남들은 다 이해하는데 나만 못 알아듣고 질문하는건가?" 같이 질문 자체로 인해 내 수준을 평가받을까 봐 꺼리는 면이 있어요. 특히 위계가 있는 조직에서 질문은 쉽지 않은 상황이죠.

진저티프로젝트가 던지는 질문이 앞서간다는 생각이 들어요.

진저티프로젝트의 핵심 역량은 '잘 듣고 잘 읽기'라고 생각해요. 많은 이야기를 잘 들으면 흐름이 느껴져요. 그 느낌을 말로 잘 표현할 수 있는 방법을 익혀야 하고요. 트렌드 리포트가 겉보기에는 굉장히 추상적인 작업처럼 보이지만, 실제로는 참여한 사람들의 '말'이 기록되어 있어요. 변화를 너무 구체적으로 표현하려다 보면, 전체 흐름이 조망되지 않거나, 지엽적인 변화의 양상들만을 다루게 되기 쉬워요. 사람들이 생각하는 변화의 방식이나 일하는 방식에는 흐름이 있는데, 그 흐름을 찾기 위해 많은 사람과 대화를 한 거죠. 말하고 듣고 기록하면서 대화 속에서 어떤 비슷한 말들이 있는지 찾고, 새로운 말인지 비슷한 말인지 혹은 아는 말인지 계속 읽어 내는 작업을 했어요. 그러다 보니 전에 보지 못했던 것들이 보이기 시작한 거죠.

저희가 앞서간다거나 없던 것을 만들어 낸다고는 생각하지 않아요. 사람들이 실제로 많이 말을 하고, 움직이고 있지만 자신의 말과 생각이 어떻게 바뀌는지 알아채기 힘들 때가 있잖아요? 그것을 알아채게 하는 것이 저희 역할인 것 같아요. 그것을 알아채게 표현해 주면 새롭다고 느끼게 되듯이요.

비영리 활동가들이 눈에 보이는 성과가 없고 후퇴하는 것 같을 때 지치게 되는 경우가 많은 것 같습니다. 변화와 측정이라는 키워드에 주목하는 이유가 여기 있는 것 같아요.

영리 영역의 변화는 이해관계가 이끌어내지만, 비영리 영역의 변화는 본인이 생각한 변화가 일어날 때까지 끝까지 추구하는 사람들이 모인 집단이기 때문에 생기는 것 같아요. 내가 하는 일과 삶이 괴리되지 않았으면 좋겠다는 마음을 가진 사람들이 변화를 만들어가요. 예를 들어 박진 선생님은 트렌디하다고 보긴 힘들지만, 자신이 하고자 했고 늘 해왔던 일을 끈질기게 했더니 새로운 운동을 여는 장본인이 되셨고, 박희정 선생님도 사건을 단순히 참사로만 이해하지 않은 덕분에 우리가 재난을 더 깊이 보게 되었죠. 시키지도 않았는데 기록을 계속 했던, 책임을 다한 사람들의 노력이 측정의 토대가 되었다고 생각해요. 영리에 얽매이지 않을 수 있는 사람들이 가장 큰 변화의 힘이 될 수 있다는 생각을 3년에 걸쳐 한 것 같아요.

올해 제일 많이 생각한 것이 '농부의 성실'이에요. 기록이든 활동이든 잘하려면 우리가 하는 것들을 소중히 여기고, 그것에 대해 대화해 보고 기록하는 과정을 끈질기게 해야 해요. 아무리 빅데이터 시대라지만 나온 말들을 기록하기는 쉽지 않아요. 누군가는 수고스러운 작업을 하죠. 그러지 않으면 또 같은 말을 반복해야 하고요. 누구나 비슷한 시행착오를 해도 그것을 기록하거나 회고하거나 학습한 사람만이 다음 단계로 갈 수 있다는 생각이 들어요.

마치며

2017년부터 2019년까지 서울시NPO지원센터에서는 변화에 대한 세 가지 주제, “변화는 어디서 오는가” “변화는 어떻게 만드는가”, “변화는 어떻게 알 수 있는가”를 질문하며 변화의 방향을 인식하고, 변화를 만드는 방법을 알고, 변화를 측정하는 시선을 조명하였습니다.

그동안 우리 안에는 이 시대를 변화시킨 어떤 힘이 있는데, 막연하게 느낌으로는 알고 있지만 구체화하지 못하는 답답함과 환경의 변화에 기민하게 반응하지 못하는 운동 방식에 대한 자조 섞인 반성이 있었습니다. 또한 그 힘의 불씨가 꺼지지 않게 하는 지속 가능한 방법에 대한 고민에서 함께 출발했습니다. 변화에 대해 조망하고 질문함으로써 시민사회 영역이 얼마나 정부, 기업의 문화와 정책들을 많이 바꿔왔는지를 증명하고 이야기하고 싶었습니다.

3년 동안 이 질문에 대해 해답을 제시하려고 노력했습니다. 변화에도 계보가 있는 것 같더라, 함께 일하는 방식이 변화되어야 한다, 지루한 일상을 반복하고 버티며 만들어지는 변화도 있다, 밀레니얼 세대가 또 하나의 변화들을 만들고 있다, 분산, 관여, 공유와 하모니를 통해 변화를 만들 수 있다, 공감, 주도성, 방향을 통해 변화를 측정하면 그 이후에 또 다른 변화를 이끌 행동을 할 수 있는 것 같다 등 변화에 관한 수많은 논의가 오고 갔습니다. 좋은 시민 한 명이 어떤 방법으로 만들어지고 있고 그들이 어떤 방향으로 어떻게 성숙해 나가고 우리 곁에 늘어나고 있는지를 알 수 있었습니다.

변화는 혼자 만들 수 없음을 깨닫습니다. 그래서 더욱 함께 머리를 맞대길 바랐습니다. NPO뿐 아니라 개인도, 또한 비영리의 옷을 입고 있든 그렇지 않듯 다양한 방식으로 새 운동을 개척하고 있는 공익 활동가들이 있음을 발견했고, 넓은 네트워크 안에서 함께해야 한다는 마음을 전달하고 싶습니다. 부디 이 책을 읽는 분들이 지난 30년 민주화의 물결을 이어 향후 30년의 열망으로 이어갈 수 있기를 기대해 봅니다. 여러분이 진짜 만들고 싶은 변화는 무엇인지 어떤 열망이 있는지 되새겨보고 돌아볼 수 있었으면 좋겠습니다. 그 변화를 위해 이 책이 사용되길 기원해 봅니다.

부록: NPO 사전

매몰되다

[동사] 보이지 아니하게 파묻힘

한 가지 문제에 너무 집중하다 보니 주변 상황에 신경을 쓰지 않게 되는 상황을 말한다.

예) "이 이슈에만 매몰되어서는 안 돼요."

변화

[명사] 사물의 성질, 모양, 상태 따위가 바뀌어 달라짐

우리 조직이 늘 꿈꾸지만 눈에 잘 보이지 않고 손닿을 수 없는 저 멀리 아득히 있는 무언가.

예) 변화의 반올림

비전 (vision)

[명사] 내다보이는 장래의 상황

연초, 혹은 프로젝트가 시작될 때마다 언급되는 때론 공허한 말

예) "그러나 우리는 이 비전을 현실로 만들어 보려고 합니다. 꿈은 이루어진다!"

선생님, ○○샘, ○○님 혹은 별칭

[명사] (학생을 가르치는 사람, 혹은 성이나 직함 따위에 붙여) 남을 높여 이르는 말, 나이가 어지간히 든 사람을 대접하여 이르는 말

이름이나 호칭 뒤에 주로 붙인다.

비공식적인 경우 샘/쌤이라고 하기도 한다(성을 제외하고 부르는 경우도 많다).

선생님 대신 '님'을 활용하기도 하며 두어 글자 정도의 닉네임으로 서로를 부르기도 한다. 단체마다 조금씩 다르긴 하지만 직위 없이 '활동가/매니저(님)'로 일괄적으로 호칭을 정리하는 곳도 있다.

예) "○○샘이 말씀해 주신 이야기 잘 들었습니다."

섹터 (sector)

[명사] (특히 국가 경제 활동) 부문[분야]

비영리단체나 사회적경제, 소셜 벤처 등이 자신의 단체 분야를 지칭할 때 주로 사용하며, 경제용어인 1섹터(공공), 2섹터(민간), 3섹터(공공과 민간 혼합)에서 유래한 것으로 보인다.

예) "이번에 저희 비영리 섹터와 소셜 섹터가 손을 맞잡았습니다."

유의어) 업계, 영역, 바닥, 생태계

아이스 브레이킹 (ice breaking)

[명사] 새로운 사람을 만났을 때 어색하고 서먹서먹한 분위기를 깨뜨리는 일

일반적으로 워크숍에서 가장 먼저 진행하는 프로그램. 서로 어색하고 민망한 상황을 모면하고 자연스럽게 본 활동으로 들어가기 전에 10여 분간 진행되는 활동을 말한다. 다양한 방식으로 자기소개를 하거나 간단한 게임을 한다.

예) "자, 우리 옆 사람과 짝지어서 질문 하나씩 던져보는 걸로 오늘의 워크숍 아이스 브레이킹 시작하겠습니다."

유의미하다

[형용사] 의미가 있다

눈에 보이는 뭔가가 없는 것 같지만 그래도 괜찮다, 정도의 뉘앙스를 풍긴다.

예) "변화에 대한 NPO 국제 컨퍼런스가 여러분에게 유의미한 시도였기를, 의미 있는 결과를 가져오길 바랍니다."

이슈 (issue)

[명사] (논의와 논쟁의 중요한) 주제, 안건, 쟁점, 사안

'~와 같은 이슈가 있다'는 말은 곧 '~에 문제가 있다'는 뜻이다. 사회적 이슈, 최근 이슈 등으로 활용해서 쓰인다.

예) "지금 이 PPT에 어떤 이슈가 있는지 모르겠어요?"

임팩트 (impact)

[명사/동사] (강력한) 영향, 충돌, 충격(을 주다)

눈에 보이는 수치적 성과보다 사회적 가치 확산에 중점을 두는 NPO에서는 단체의 활동으로 인한 사회 영향력을 강조할 때 사용한다. 또한 수익 추구뿐 아니라 사회나 환경에 긍정적인 영향을 미치는 사업이나 기업/단체에 돈을 투자하는 사회적 금융 투자를 '임팩트 투자'라고 하며, 조직이 사회적 가치를 추구하는 활동을 통해 사회에 긍정적인 영향을 끼친다는 뜻에서 사용하는 '소셜 임팩트'라는 단어의 사용도 점점 늘어나고 있다. 임팩트 ○○○, △△ 임팩트 등 단체명에도 많이 쓰이고 있다.

예) "저희 ××임팩트는 지금 가난과 질병, 장애인 고립 등 사회적 문제를 기술 기반으로 해결하는 스타트업입니다. 따라서 뜻있는 분들로부터의 소셜 임팩트 투자가 절실히 필요한 상황입니다."

자원

[명사] 인간 생활 및 경제 생산에 이용되는 원료로서의 광물, 산림, 수산물 따위를 통틀어 이르는 말, 노동력이나 기술 따위를 통틀어 이르기도 함

NPO에서 자원이란 여러 의미가 있다. 지역자원을 이야기할 때는 지역이 가진 역사, 관광, 문화시설, 내부의 공동체 등 무형적 자원을, 인적자원을 이야기할 때는 단체의 활동을 더 잘 할 수 있도록 활용할 만한 각자 구성원들의 장점(기획력, 피칭력, 영업력, 정리력, 인맥력 등)을 뜻한다.

예) "지역이 가진 자원을 조사하고 스토리를 발굴하자!"

좋은 일

[명사]

자세히는 모르겠지만 칭찬을 해야 하는 상황에서 쓰는 말. 단체의 일을 소개했는데 듣는 사람이 잘 모르겠다는 듯 어정쩡한 표정을 짓는 상황에서 자주 듣게 되는 경우가 많다. NPO 분야에서 일하는 사람들이 가장 많이 듣는 말 Top 3 중 하나.

예) "좋은 일 하시네요!"

지속가능성

1992년 브라질 리우에서 개최된 유엔환경개발회의에서 이야기된 지속가능성의 개념은 NPO에서도 여전히 활발하게 쓰이는 단어다. 특히 NPO의 경우 사회적 가치를 추구하는 일과 단체의 성장이 균형을 이루는 것이 쉽지 않기 때문에 지속가능성이 중요한 과제 중 하나다.
예) "지속가능한 NPO 생태계를 만들기 위해서는…"

지점

[명사] 땅 위의 일정한 지점
장소보다는 측면, 양상을 뜻할 때 쓴다.
예) "여기에 바로 우리가 서로 고민하고 협력해야 할 지점이 있다는 것입니다."

크라우드 펀딩 (crowd funding)

[명사] 소셜 네트워크 서비스나 인터넷을 활용하여 일반 개인들로부터 투자 자금 따위를 모으는 방식
와디즈, 텀블벅, 오마이컴퍼니 등의 온라인 플랫폼을 통해 제품을 생산할 수 있는 금액을 연결되지 않은 개인으로부터 투자 혹은 후원을 받고, 리워드로 제품 또는 서비스를 제공하는 새로운 형태의 후원 채널. 확장하기 어려운 기존의 면대면 방식 후원에서 벗어나 온라인으로 단체의 활동 방식을 알리고 후원을 받을 수 있는 구조가 형성되고 있다. 소셜 섹터에서는 네이버 공감펀딩이 강세를 보이고 있다.
예) "우리도 크라우드 펀딩 해 볼까?"
주의) 군중이라는 뜻의 크라우드와 인터넷상에 마련한 서버에 문서, 사진, 음악 따위의 파일 및 정보를 저장하는 시스템인 클라우드(cloud)를 헷갈려서는 안 된다.

퍼실 (facilitator)

[명사] (지시하는 사람이 아닌) 조력[협력]자
퍼실리레이터의 줄임말. 아이스 브레이킹이나 워크숍에서 구성원들에게 질문을 던지고 각자 생각을 말할 수 있도록 모임을 이끄는 사람. 모 기업에서 나온 세탁 세제 이름이기도 하다.

포스트잇 (Post-it Note/ sticky note)

[명사] 3M사에서 발명한 점착식 메모지
쉽게 붙였다가 떼어 낼 수 있으며, 색깔이나 모양 등이 다양하다.
머릿속에 생각나는 아이디어를 포스트잇에 쓴 뒤 분류하고 발전시켜 나가던 아이디어 회의방식에서 유래한 포스트잇 워크숍은 다수의 의견을 취합하기도 편리해서 NPO 워크숍에서도 활발하게 쓰인다. 워크숍 때 쓰고 남은 것을 챙겨서 사무용으로 사용한다.
유의어) 브레인스토밍, 의견 모으기

---

* 사전적 의미는 국립국어원 표준국어대사전에서 참고하였다.

변화 비책 변화를 감지하고 이끌어내는 여러 가지 방법

2017~2019 NPO 국제 컨퍼런스 '변화 3부작' 아카이브 북

발행일 2019년 11월 30일 (SNPO 2019-B-012)
발행처 서울시NPO지원센터
주소 서울시 중구 남대문로9길 39 부림빌딩 1,2층
전화 02-734-1109
팩스 02-734-1118
대표메일 contact@snpo.kr
홈페이지 www.snpo.kr

만든 사람들 디자인스튜디오 이김 김미선, 김정란, 박내현(기록 정리)
스투키 스튜디오(디자인)

이 보고서는 용역수행기관의 결과물로서 서울시NPO지원센터의 입장과는 다를 수도 있습니다.
이 보고서에 수록된 연구결과물을 인용할 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

서울시NPO지원센터는 서울시와 (사)시민이 협력하여 운영합니다.

서울시 NPO 지원센터