

예술향유정책 현황 및 개발 방안 연구



문화체육관광부

제 출 문

문화체육관광부 장관 귀하

본 보고서를 『예술향유정책 현황 및 개발방안 연구』
최종보고서로 제출합니다.

2018년 7월

한국문화관광연구원 원장 김 정 만

연구진

책임 연구: 허은영 (한국문화관광연구원 부연구위원)

공동 연구: 서영덕 (추계예술대학교 문화예술경영대학원 교수)

손동기 (한국외국어대 EU연구소 초빙연구원)

송영신 (건국대학교 일반대학원 사회복지학 외래교수)

연구 보조: 양은진 (한국문화관광연구원 위촉연구원)

4. 방방곡곡 문화공감 사업	69
5. 생활문화동호회 활성화 지원	78

제4장 주요국 예술향유정책 83

제1절 영국	85
1. 정책 기초	85
2. 추진체계	87
3. 예산	89
제2절 프랑스	106
1. 정책 철학	106
2. 추진체계	108
3. 예산	112
제3절 독일	118
1. 정책적 이념	118
2. 추진체계	120
3. 예산	124
제4절 소결	132

제5장 예술향유 현황 및 특징 135

제1절 예술향유실태 현황	137
1. 전국문화기반시설총람 통계로 본 예술 향유	137
2. 공연예술실태조사로 본 예술 향유	141
3. 공연예술통합전산망 공연통계로 본 예술 향유	143
4. 인터파크 공연 결산으로 본 예술 향유	147
5. 문화향수실태조사로 본 예술 향유	151
6. ‘문화가 있는 날’ 인지도 조사로 본 예술 향유	155
7. 소결	157
제2절 예술향유실태 특징	160
1. 영화 중심의 문화향유 증가	160

2. 국내 영화 시장 급성장의 반영	160
3. 공연 및 전시 향유 실태	161
4. 수도권 뮤지컬 중심의 유료 공연 시장	162
5. 비수도권·소외계층 중심 향유지원	163
6. 도서 및 영화에 집중되는 지원 효과	164
7. 소결	166

제6장 예술향유지원 관련 전문가 조사 167

제1절 설문조사 개요 169

1. 조사 목적	169
2. 조사 설계	169

제2절 설문조사 결과 171

1. 예술향유지원 정책효과 인식	171
2. 예술향유 지원정책의 수혜대상 범위	175
3. 예술향유 지원정책의 수행방식	177
4. 예술 생태계에 미치는 영향	181

제3절 시사점 185

1. 정책 효과 인식	185
2. 개별 예술단체에 미치는 영향 인식	186
3. 예술향유 지원정책 수행방식에 대한 의견	186
4. 소결	187

제7장 예술향유지원정책 개선 방향 189

제1절 예술향유정책 재정의 필요성 191

1. 향유지원의 급격한 증가 및 효과성	191
2. 예술향유정책 재정의 필요성 및 한계	193

제2절 예술향유정책 개선 방향 194

1. 정책이념: 예술향유 지원 목적 재정립	194
2. 향유지원 목표: 빈도에서 다양성의 균형	196

3. 향유지원 비중: 향유와 창작 지원의 균형	200
4. 향유지원 방식	205
 제8장 결 론	219
 참고 문헌	223
 부 록	229
1. 설문결과 빈도표	233

표 목 차 ●●●

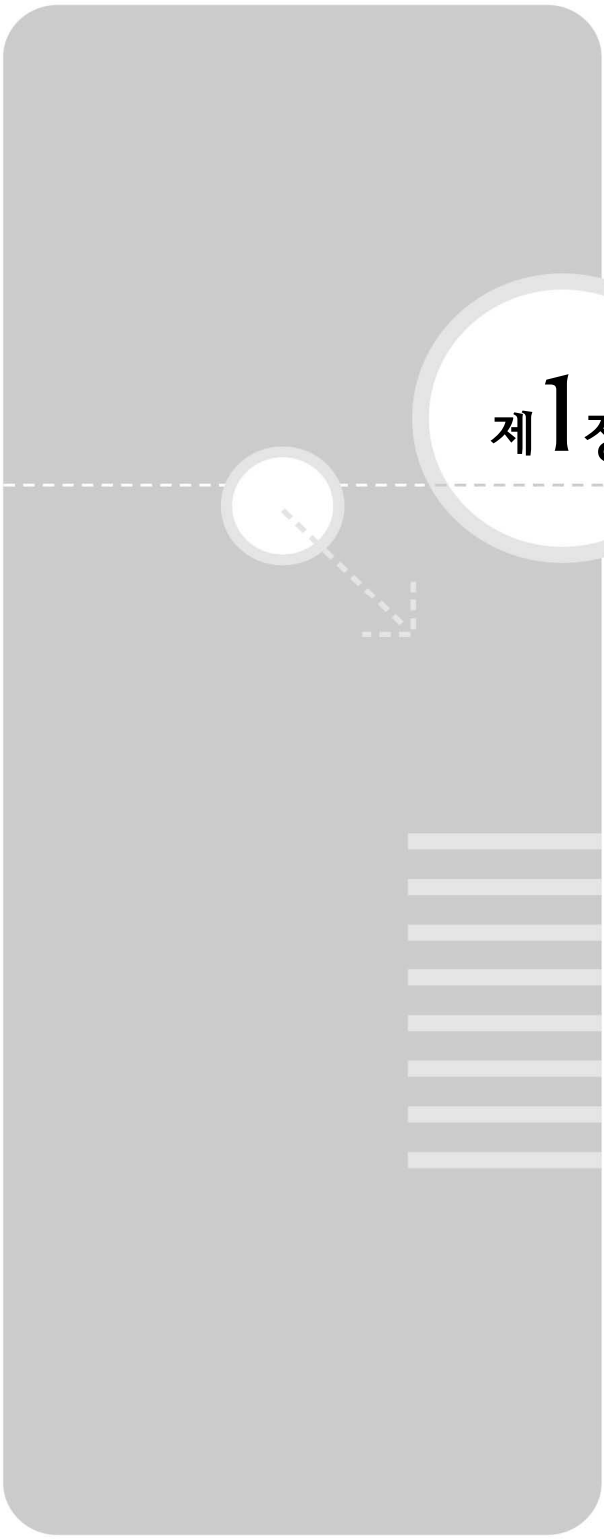
〈표 2-1〉 정부의 대표적 예술향유 지원정책	15
〈표 3-1〉 문체부 예술정책관 일반회계 예산(2018)	30
〈표 3-2〉 문체부 지역문화정책관 일반회계 예산(2018)	32
〈표 3-3〉 문화예술진흥기금 (2018년)	34
〈표 3-4〉 문체부 예술향유 자원예산(2018)	36
〈표 3-5〉 공공 부문 예술지원정책의 세부유형	37
〈표 3-6〉 공공 부문 예술지원 예산 유형(2014)	40
〈표 3-7〉 공공 부문 ‘예술향유’ 지원 사업 예산(2014)	41
〈표 3-8〉 공공 부문 문화예술교육 지원 사업 예산(2014)	41
〈표 3-9〉 문체부/소관기관 ‘교육 및 향유’ 지원예산 사업유형별 출처 및 실행(2014)	43
〈표 3-10〉 문체부/소관기관 ‘교육 및 향유’ 지원예산 기관별 이전 금액(2014)	44
〈표 3-11〉 문화가 있는 날 사업 예산의 변화	49
〈표 3-12〉 문화가 있는 날 참여문화시설	50
〈표 3-13〉 문화가 있는 날 기획사업 내용	50
〈표 3-14〉 문화가 있는 날 지역별 참여 문화시설 현황(2018)	53
〈표 3-15〉 문화누리카드 사용처	57
〈표 3-16〉 연령별 통합문화이용권 발급 현황(2016년)	59
〈표 3-17〉 대상별 통합문화이용권 발급 현황(2016년)	59
〈표 3-18〉 통합문화이용권 이용실적(2017)	60
〈표 3-19〉 소외계층문화순회 사업 대상	63
〈표 3-20〉 소외계층문화순회 사업 예산의 변화	63
〈표 3-21〉 소외계층문화순회 프로그램	65
〈표 3-22〉 소외계층문화순회 프로그램 참여 단체(2017)	66
〈표 3-23〉 방방곡곡 문화공감 사업 예산의 변화	70
〈표 3-24〉 방방곡곡 문화공감 사업 프로그램	72
〈표 3-25〉 방방곡곡 문화공감 사업 지역별 향유인원(2017)	73
〈표 3-26〉 방방곡곡 문화공감 사업 지원 유형별 향유인원(2017)	74

〈표 3-27〉 방방곡곡 문화공감 사업 참여 단체(2017)	75
〈표 3-28〉 방방곡곡 문화공감 사업 지역별 지원 현황(2017)	75
〈표 3-29〉 지역 생활문화동호회 활성화 공모사업 지원규모(2018)	81
〈표 3-30〉 지역 생활문화동호회 활성화 지원	82
〈표 4-1〉 DCMS 산하 기관 국고보조금 비중	90
〈표 4-2〉 DCMS 산하 유관기관 국고지원금 세부내역	90
〈표 4-3〉 ACE 미션 및 목표	92
〈표 4-4〉 ACE 주요 사업(2015-2018 계획)	94
〈표 4-5〉 전략기금(Strategic Funds) 목표 및 세부사업(2015-18)	96
〈표 4-6〉 ACE ‘전략기금’ 사업 중 ‘향유확대’ 사업(2015-18)	97
〈표 4-7〉 ACE ‘전략기금’ 사업 중 ‘차세대참여’ 사업(2015-18)	97
〈표 4-8〉 ACE ‘Development Funds’ 주요 사업(2018-22)	100
〈표 4-9〉 ACE 지원 사업 분류(2015~2022)	103
〈표 4-10〉 프랑스 공연예술·시각예술 지원 구조	110
〈표 4-11〉 프랑스 지방정부 문화관련 지출 규모	112
〈표 4-12〉 문화통신부에 할당되는 각 부처 예산	112
〈표 4-13〉 프랑스 문화통신부의 미션 프로그램 및 예산(2016)	114
〈표 4-14〉 문화통신부 예산 지원 규모(2017)	115
〈표 4-15〉 독일 연방 문화미디어특보(BKM) 구조	122
〈표 4-16〉 독일 연방문화재단 지원사업	123
〈표 4-17〉 독일의 문화재정 지출 (2005~2013)	124
〈표 4-18〉 독일 주(州)정부별 문화재정 지출 (2013)	125
〈표 4-19〉 독일 정부 단위별 문화재정 지출 (2013)	126
〈표 4-20〉 독일 문화재정 장르별 지출규모 (2013)	126
〈표 4-21〉 독일 BKM 예산 (2017)	128
〈표 4-22〉 독일 주정부 예술지원	130
〈표 4-23〉 문체부 예술정책관 일반회계 지원비중(2018)	132
〈표 4-24〉 문예진흥기금 지원비중(2018)	132
〈표 5-1〉 미술관 평균지표 현황	137
〈표 5-2〉 미술관 운영주체	138
〈표 5-3〉 문예회관 운영현황	139

〈표 5-4〉 문예회관 이용자 수 및 유료 관객율	140
〈표 5-5〉 공연시설의 장르별 공연실적(2016년)	142
〈표 5-6〉 공연시설의 지역별 공연실적(2016년)	143
〈표 5-7〉 공연예술전산망(KOPS) 지역별 공연통계(2017년)	145
〈표 5-8〉 공연예술전산망(KOPS) 장르별 공연통계(2017년)	147
〈표 5-9〉 인터파크 판매 공연편수	148
〈표 5-10〉 인터파크 티켓판매 금액	149
〈표 5-11〉 문화예술행사 관람률	153
〈표 5-12〉 ‘문화가 있는 날’ 참여 프로그램(종합순위)	156
〈표 5-13〉 휴일에 참여한 여가활동(복수응답)_상위 10개	161
〈표 5-14〉 통합문화이용권 사용처(2017년)	165
〈표 6-1〉 설문조사 개요	170
〈표 6-2〉 응답자 특성	170
〈표 6-3〉 예술향유정책 효과인식(문화소외계층에 예술향유 기회 제공)	171
〈표 6-4〉 예술향유정책 효과인식(일반 국민 예술향유 기회 제고)	172
〈표 6-5〉 예술향유정책 효과인식(사회적 일자리 사업 역할)	173
〈표 6-6〉 예술향유정책 효과인식(자발적 예술수요 및 시장 발달 기여)	174
〈표 6-7〉 예술향유 지원정책 수혜대상 범위	176
〈표 6-8〉 정책수행 방식(바우처 및 무료·할인공연 제공)에 대한 인식	178
〈표 6-9〉 정책 수행방식(단년도 공모)에 대한 인식	180
〈표 6-10〉 정책수행방식에 대한 인식(중앙정부 중심)	180
〈표 6-11〉 예술 프로그램 기획에 미치는 영향	181
〈표 6-12〉 개별 예술단체의 관객개발에 미치는 영향	182
〈표 6-13〉 예술향유지원 비중의 적절성	183
〈표 7-1〉 문화예술향유 저해요인 및 향유자원사업	206
〈표 7-2〉 비관객 세분화 및 특징	208
〈표 7-3〉 예술향유 제약의 종류와 지원 방향	210
〈표 7-4〉 문화누리카드 및 프랑스, 이탈리아 문화패스 비교	216

그림 목 차 ●●●

〈그림 3-1〉 문체부/소관기관 ‘교육 및 향유’ 지원예산 사업별 이전 흐름도(2014)	45
〈그림 3-2〉 통합문화이용권 사업 추진 체계도	57
〈그림 4-1〉 ACE 조직구성	89
〈그림 4-2〉 프랑스 문화통신부 조직도(2018년 4월 기준)	109
〈그림 6-1〉 소속별 예술향유 지원정책 효과인식(일반국민 예술향유 기회 제고)	173
〈그림 6-2〉 소속별 예술향유정책 효과인식(자발적 예술수요 및 시장 발달 기여)	175
〈그림 6-3〉 예술향유 지원정책 수혜대상 범위(지역별)	176
〈그림 6-4〉 예술향유 지원정책 수혜대상 범위(경력별)	177
〈그림 6-5〉 정책수행 방식(바우처 및 무료·할인공연 제공)에 대한 인식(소속별)	178
〈그림 6-6〉 정책수행 방식(바우처 및 무료·할인공연 제공)에 대한 인식(경력별)	179
〈그림 6-7〉 예술향유 지원정책 비중의 적절성 인식(소속별)	184
〈그림 7-1〉 2016 문화향수실태조사 항목	198
〈그림 7-2〉 2016 국민여가활동조사 항목	199
〈그림 7-3〉 이탈리아 청소년 문화패스 어플리케이션 18app	213
〈그림 7-4〉 프랑스 Le “Pass Culture”	215



제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적
제2절 연구 범위 및 방법

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

가. 예술향유정책의 정의

○ 문화향유 정책 및 예술향유 정책

- 「2016 문화예술정책백서」에 ‘문화향유’는 단어는 62회 등장하나 ‘예술향유’라는 표현은 2차례 등장함. 문화향유를 예술향유와 대조되는 배타적인 의미로 사용하기보다는, 포괄적인 문화예술 향유의 의미로 ‘문화향유’라는 표현을 사용하고 있음.
- 실제로 「2016 문화예술정책백서」(2017a)에서는 ‘국민 문화향유 기회 확대’를 위한 대표적인 사업으로서 문화예술, 문화산업, 관광, 체육 분야가 망라된 ‘문화가 있는 날’과 ‘통합문화이용권(문화누리카드)’을 소개하고 있음.¹⁾
- 또한 예술 분야가 중심이 된 ‘소외계층문화순회’와 ‘방방곡곡 문화공감’ 사업도 「2016 문화예술정책백서」(2017a)에서 ‘문화 향수권 보장’을 위한 사업으로 소개되고 있음.
- 즉, 현재 문화정책 영역에서 문화, 체육, 관광 분야가 모두 포괄되어 있는 향유지원 사업이나 예술 분야가 중심이 된 향유지원 사업 모두 ‘문화향유(향수)’ 기회 확대를 위한 정책으로 표현되고 있음.

○ 본 연구에서 ‘예술향유정책’의 의미

- 이 연구에서 예술향유정책은 ‘소외계층문화순회’, ‘방방곡곡 문화공감’ 사업처럼 예술 분야만 지원하는 사업만이 아니라, ‘문화가 있는 날’, ‘통합문화이용권’ 사업처럼 예술 영역도 포함되는 향유지원 사업까지 아우르는 의미로 정의함.

1) ‘문화가 있는 날’은 매월 마지막 수요일마다 영화관, 미술관, 박물관, 스포츠시설, 문화재 등 전국 주요 문화시설을 할인 또는 무료로 이용할 수 있도록 하는 사업이며, 통합문화이용권은 기초생활수급자 및 차상위계층 대상으로 문화예술 향유, 국내여행, 스포츠 관람이 가능한 바우처를 제공하는 사업임.

- 문화예술교육 지원정책도 예술향유정책이나 별도의 연구들이 진행 중이므로 개별 사업 문제점 및 개선방향 제시는 이 연구에서는 제외

나. 연구 배경

1) 문화예술 향유 지원 강조

- 2000년대부터 문화예술 정책에서 창작(공급) 지원과 대비되는 개념으로서 ‘수요자 중심’ 정책이 강조되기 시작함.
- 특히 2003년 문화예술진흥기금 모금 폐지가 결정되고 2004년부터 복권기금을 활용한 문화복지사업이 시작되면서 다양한 향유 정책이 시작됨.
 - 2004년 ‘소외계층문화순회’ 및 ‘방방곡곡 문화공감’(당시 ‘지방문예회관 특별프로그램 지원’)이 시작되고, 문화바우처 사업은 2005년 시범사업 추진 이후 2006년부터 본격적으로 시작됨.
 - 2000년 국악 강사풀제 시범 도입으로 시작된 ‘문화예술교육 지원’도 2004년부터 본격적으로 추진 시작함.²⁾
- 반면 문예진흥기금 고갈로 예술창작활동 지원은 줄어들면서 상대적으로 향유 지원의 정책적 비중이 더욱 두드러지는 경향을 보임.³⁾

2) 복지적 관점의 향유 지원

- 현행 예술향유정책은 창작-향유-창작으로 이어지는 예술계 생태계 선순환 구조를 조망하면서 설계됐다기보다는, 국민의 문화권 보장 및 향유제고를 우선적인 목표로 하여 추진되었음.
 - ‘문화가 있는 날’은 전 국민을 대상으로 무료 또는 할인된 가격으로 문화예술 서비스를 이용할 수 있도록 하는 사업이며, ‘통합문화체육관광 이용권’은 경제적 취약계층을 대상으로 문화체육관광 서비스 중 이용자 스스로 선택하여 향유할 수 있도록 재정 지원을 하는 방식임.

2) 2008년까지 일부 복권기금을 재원으로 사용하다가 2009년부터 국고로 전환

3) 이웅(2017), “예술 지원? 돈이 없다”...한때 5천억원 문예기금 내년엔 '0원', 연합뉴스 2017년 3월 20일

- ‘소외계층문화순회’ 및 ‘방방곡곡 문화공감’ 사업도 사회적, 지리적 문화소외계층을 대상으로 무료 또는 할인공연을 제공하는 사업임.
- 정책 대상자 및 수행 방식에 차이가 있지만, 현행 향유지원 정책은 문화예술에 대한 접근을 막는 경제적, 사회적, 문화적 걸림돌을 완화하여 최소한의 문화적 향유기회를 보장하는 것을 주요 목표로 하는 정책이라 할 수 있음.

3) 예술향유 지원 효과성에 대한 문제 제기

- 2000년대 이후 문화예술정책의 초점이 수요자로 이동하여 향유 지원사업이 크게 확대되었음에도 불구하고, 자발적인 예술 수요나 시장이 크게 확대되었다는 평가는 듣고 있지 않음.
 - 2000년 이후 공연시장은 꾸준히 성장해왔으나 뮤지컬과 대중음악이 성장을 견인한 것이며, 예술 분야 공연시장은 여전히 그 비중이 작음 (자세한 내용은 제5장 참조).
- 예술정책에서 수요자와 향유를 강조하는 방향으로 십 년 넘게 지속되고 있음에도 불구하고 자발적인 예술 수요 확대로 이어지지 않고 있으므로, 현행 예술향유 지원 방향을 근본에서부터 다시 점검할 필요가 있음.

2. 연구 목적

가. 예술향유 지원정책의 통합적 검토

- 지금까지 개별 예술향유 지원사업의 개선방안에 대한 연구는 있었으나 예술향유정책을 통합적으로 검토한 연구는 없었음.⁴⁾

4) 신원우(2015), 문화이용권 사업의 활성화 방안 연구, 『문화산업연구』 제13권 2호: 29-36

양혜원(2015), 「문화가 있는 날 제도적 개선방안」, 한국문화관광연구원

장혜지, 장혜미, 김재범(2016), 옴니보어 관점에서 본 문화 이용권 사용실태 분석, 『인문사회 21』 제7권 제5호: 943-959

한승준(2017), 「문화가 있는 날」 사업의 문화정책 특성에 관한 연구: 문화의 민주화를 위한 정책인가? 문화민주주의를 위한 정책인가?, 『한국행정학보』 제51권 제1호: 347-367

한국문화예술위원회(2014), 「통합문화이용권 사업 효과성 및 타당성 분석연구」

한국문화예술위원회(2015), 「복권기금 문화나눔사업 수혜대상(문화소외계층) 수요조사 연구」

한국문화예술위원회(2016), 「복권기금 문화나눔사업 성과연구」

한국문화예술위원회(2017), 「대국민 향유증진을 위한 소외계층문화순회사업 개선방안 연구」

- 문화가 있는 날, 방방곡곡 문화공감, 소외계층문화순회 등 개별 향유 지원 사업의 개선방향에 대한 연구는 기존에 있었으나, 현행 예술향유 지원 정책의 방향성을 검토한 연구는 없었음.
- 이 연구에서는 개별 예술향유 지원사업의 개선방안보다는 예술향유 지원 정책 전반의 방향성을 통합적인 관점에서 살펴보고자 함.

나. 현행 예술향유 지원정책의 근본 전제 검토

- 현재 ‘예술향유정책=향유자 무료·할인 예술서비스 제공 또는 바우처 제공 사업’으로 여겨지는 경향이 있음.
 - 심지어 예술향유 지원정책은 예술의 창작·공급 측면과 무관한 독립적인 영역처럼 여겨질 때도 있음.
- 여기에는 향유자 지원을 하면 예술 수요가 자발적으로 창출되리라는 전제가 깔려있다고 해도 과언이 아님.
- 현재 당연히 여겨지는 예술향유 지원정책의 암묵적 전제가 과연 적절한 것인지, 향유자 지원을 하면 자발적 예술향유가 늘어날 것인지, 전체 예술정책에서 향유지원 정책은 어떤 역할을 해야 되는지 등 근본적인 가정을 검토할 필요가 있음.

다. 예술생태계 선순환 관점에서 예술향유 지원정책 방향 모색

- 2000년대 들어 향유지원 정책이 크게 늘어났음에도 불구하고 자발적인 예술향유 수요가 크게 늘어난 것으로 평가되지 않는 상황에서 예술향유 지원정책의 방향을 근본에서부터 다시 재검토할 필요가 있음.
- 특히 이 연구에서는 국민에게 예술향유 기회를 제공하는 것 자체만을 의의로 두는 복지적 관점에서 벗어나, 예술정책 관점에서 예술생태계의 선순환 활성화에 일조하는 향유지원 정책이 무엇인지 살펴보고자 함.

- 다만, 이 연구는 예술향유 지원정책과 예술수요 확대 사이의 상관관계나 인과관계를 통계적으로 검증하는 연구는 아님.
 - 해외 주요국 사례와 비교, 전문가 의견 조사 등을 통해 전체 예술정책 내에서 예술향유 지원이 예술 생태계 활성화에 적절한 역할을 하기 위해서는 어떤 방향으로 나아가야 될지 검토하는 연구라고 할 수 있음.
- 우리나라 예술향유 지원정책 형성에 영향을 준 영국, 프랑스, 독일 등 서구 주요국의 예술정책 담론 및 기조, 정부 예산 등을 살펴보고 이를 비교하면서 국내 예술향유 지원정책이 갖고 있는 기본 전제와 가정 등 그 특징을 검토할 것임. 또한 예술향유 지원사업에 대한 기존 연구들과 전문가 의견 조사 등을 종합하여 예술향유 지원정책의 개선 방향을 제시할 것임.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 장르적 범위

- 본 연구의 장르적 범위는 공연예술 및 시각예술로 한정
 - 공연예술과 달리 시각예술의 향유는 관람·체험 외에 미술품 구매·소유도 일종의 향유라고 볼 수도 있음. 그러나 미술품 구매는 일종의 투자 성격을 갖고 있는 전혀 다른 성격의 향유라고 할 수 있음.
 - 따라서 이 연구에서 시각예술의 향유는 관람·체험 중심의 향유에만 초점을 맞춤.

나. 시간적 범위

- 2000년 이후 예술향유 지원정책 변천
 - 2000년 이후 예술정책에서 예술향유 지원사업이 어떻게 전개됐는지 대략적으로 개관
 - 예술향유 정책이 전체 예술정책 구조 속에서 어떤 비중을 가지는지 알기 위해서는 문체부의 예술 지원 예산을 일별하는 것이 중요한데, 이를 단기간에 파악하는 것은 현행 세출예산계정 하에서는 어려움.
 - 따라서 예술 지원 예산의 기본적인 구조는 「2014 공공·민간 예술지원 실태조사」(문화체육관광부 2016a)를 기초로 파악하고, 2014년 이후 변화된 부분은 추가적으로 파악
 - 이를 바탕으로 전체 예술정책 내에서 예술향유 지원의 비중, 중요성 등 현황을 파악

다. 내용적 범위

- 예술향유정책 담론 및 현행 예술향유 지원사업 분석
 - 예술향유정책 형성의 근간이 된 정책 담론 분석
 - 예술향유 지원사업 현황 및 문제점
- 예술 분야 재정 분석 및 문제점
 - 문화예술 재정 특징 및 예술향유 지원 비중
 - 예산에서 본 예술향유 지원 정책
- 해외 예술향유 지원 정책
 - 영국, 프랑스, 독일의 문화 부처 예산 분석
 - 각국 문화 부처 예산에서 향유지원 비중, 특징 등
- 전문가 의견 조사
 - 현행 향유지원 정책의 문제점 및 개선 방향에 대한 예술 분야 전문가 의견조사
- 예술향유지원 정책방향 제안
 - 예술생태계 선순환구조 활성화를 위한 예술향유지원 정책 방향

2. 연구 방법

가. 연구 주요내용

- 예술향유정책의 이론적 배경을 검토
 - 서구 문화정책 담론 변천과 이를 토대로 국내 예술향유 지원 담론이 어떤 배경에서 발전했는지 파악

- 국내 예술향유정책의 변천 파악
 - 예술향유 정책의 변천을 살펴보기 위해 2000년 이후 예술정책의 흐름 속에서 예술향유정책 변화를 대략적으로 개관
- 예술지원 예산구조 분석을 통해 예술향유정책의 비중, 위치 파악
 - 예술정책에서 예술향유정책이 어떤 위치를 갖고 있는지 알기 위해서는 예술지원 예산 전반을 일별하는 것이 필요
 - 단, 예술 지원 예산을 단기간에 파악하는 것은 현행 세출예산계정 하에서는 불가능
 - 따라서 「2014 공공·민간 예술지원 실태조사」(문화체육관광부 2016)를 참고삼아 예술지원정책의 기본적인 체계를 파악하고, 2014년 이후 변화된 부분은 추가적으로 파악
- 기존 예술향유정책의 현황 및 문제점 파악
 - ‘문화가 있는 날’, ‘통합문화체육관광이용권’, ‘방방곡곡 문화공감’, ‘소외계층문화순회’ 등 대표적인 예술향유 지원 사업 현황 분석
- 예술생태계 선순환 활성화 관점에서 예술향유 지원정책의 방향을 재정의
 - 예술생태계 가치사슬 단계를 창작, 향유 등 본질적으로 인식하지 않고 총체적인 예술정책 관점에서 보았을 때 예술향유 지원정책이 어떠한지 검토
 - 향유기회 제공 자체에 의의를 두는 복지적 관점의 지원논리도 나름의 정책적 의의와 필요성이 있으므로, 복지적 향유지원과 능동적 향유창출 지원이 조화롭게 공존할 수 있는 가능성 모색
- 예술계 창작과 향유 선순환 생태계 조성을 위한 예술향유지원 정책 방향 및 향후 과제 제안

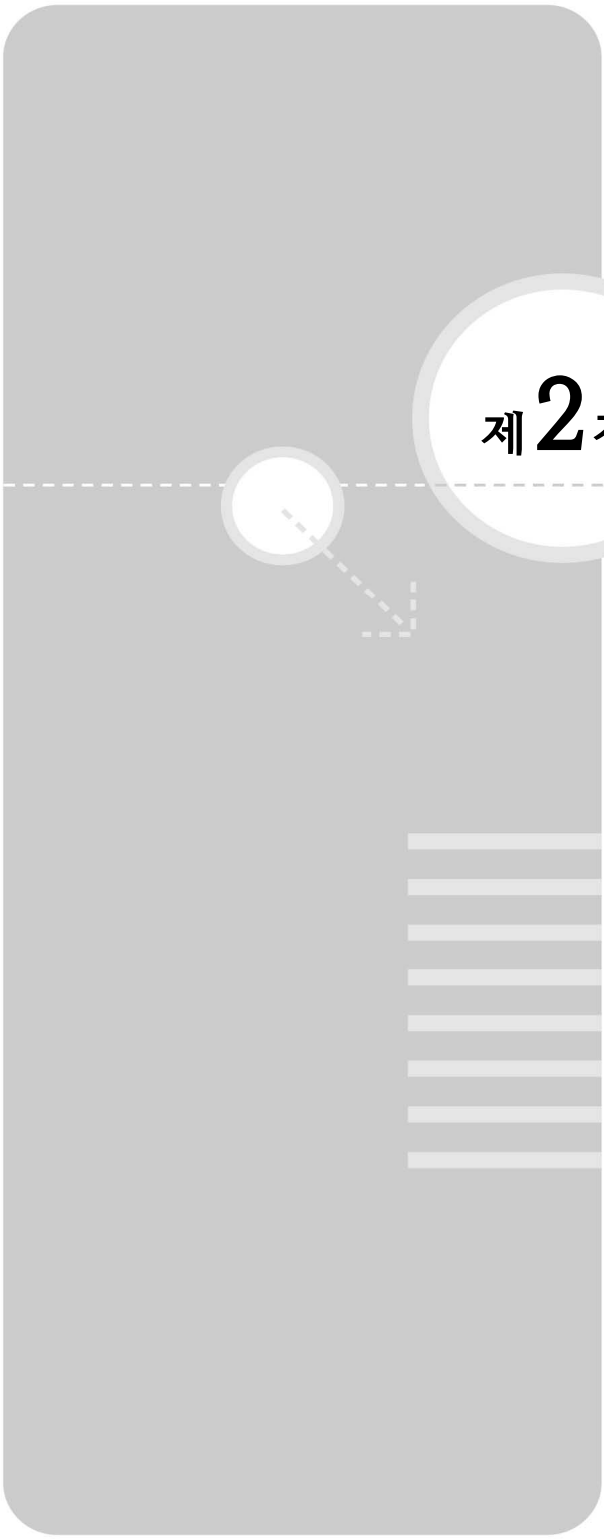
나. 연구 방법

○ 문헌 분석

- 기존 연구 등 문헌분석을 통해 현행 예술향유 지원 정책의 성과, 문제점 및 개선 필요사항에 대한 검토
- 영국, 프랑스, 독일의 문화 부처 예산 및 향유지원 정책 파악

○ 전문가 의견 조사

- 정부 예술향유 지원정책에 대한 이해가 있는 문화예술 활동가 및 문화예술 관련 전문가 의견 조사 및 전문가 자문을 통해 현행 예술향유 지원 사업의 문제점 및 예술향유 지원정책 방향 파악



제2장

예술향유정책의 의미 및 전제

제1절 예술향유정책 의미
제2절 예술향유정책의 전제

제1절 예술향유정책 의미

1. 국내 예술향유정책의 의미

- 우리나라에서 문화예술 ‘향유 정책’은 대체로 전문적인 문화예술 창작진흥 정책과 대비되는 개념으로서 향유자, 소비자를 대상으로 하는 정책으로 이해되고 있음.
- 「2016 문화예술정책백서」에서 문화예술정책의 주요 성과로 ‘국민 문화향유 기회 확대’를 설명할 때 ‘문화가 있는 날’을 대표적으로 꼽고 있으며, 소외계층에게 문화향유 기회를 제공하는 문화복지 사업으로서 복권기금 문화나눔(통합문화이용권, 소외계층문화순회, 방방곡곡 문화공감), 생활문화 지원 등을 소개하고 있음.⁵⁾
- 정책대상이 일반 국민 혹은 소외계층으로 차이가 있지만, 정책의 초점이 문화예술 창작·공급 측면에 있는 것이 아니라 문화예술 향유·소비 측면을 강조하는 정책들임.

〈표 2-1〉 정부의 대표적 예술향유 지원정책

	문화가 있는 날	문화누리카드	소외계층문화순회	방방곡곡 문화공감	생활문화 지원
정책 대상	전 국민	기초생활수급자 차상위계층	문화소외계층	서울 제외 지방	전 국민 문화소외계층
추진 방식	공연·전시 무료·할인관람	바우처 제공 (1인당 7만원)	무료 공연	지방 문예회관 공연 초창기 경비 지원	문화동호회 생활문화공동체 지원 등
향유 내용	영화 스포츠, 공연·전시, 문화재	영화 스포츠, 공연·전시, 관광	공연예술, 시각 예술, 예술일반	공연 전시 (문예회관 기획프로그램)	생활문화

- 향유정책의 주요 정책수단은 바우처 제공 및 가격할인임.
- 예술향유정책에서 큰 비중을 차지하는 문화가 있는 날, 문화누리카드, 소외계층문화순회, 방방곡곡 문화공감 사업의 경우, 바우처 제공 또

5) 문화예술교육도 중요한 향유 정책 중 하나이나 그 중요성과 복잡성으로 인해 별도의 연구가 진행 중이므로 이 연구범위에서는 제외.

는 무료·할인 공연을 제공하는 것이 주요 정책수단임(생활문화 지원을 제외).

- 국내에서 ‘향유 정책’이라는 어휘가 언제부터 문화예술 정책에 사용되기 시작했는지 정확하게 파악하기는 어려움. 다만 ‘문화향수’라는 표현은 이미 1980년대부터 등장함.
 - 1983년 「제5차 경제사회발전 5개년 수정계획」 문화부문 계획이나 1990년 「문화발전 10개년 계획」에도 이미 ‘국민 문화향수 확대’라는 표현이 등장하였음. 실제로 정부의 「문화향수실태조사」는 1988년부터 실시되었음.
 - 1996년에는 당시 국정과제인 ‘국민 삶의 질 세계화’ 일환으로, 한시적이지만 문화복지기획단이 구성되어 ‘문화복지 기본계획’이 수립되는 등 국민 삶의 질 향상을 정책목표로 하는 문화복지가 문화예술 정책의 주요 기조로 천명됨(양건열 2002, 정광렬 2015).
- 그러나 2000년대 이전까지 문화예술 정책 문서에 등장하는 ‘문화향수 확대’, ‘문화복지’는 향유 측면의 지원사업을 의미한다기보다는 문화정책이 지향해야 될 추상적인 지향점으로 인식되었음(용호성 2012).
- 문화예술 창작(공급) 지원과 대비되는 개념으로서 ‘수요자 중심’ 정책이 강조되고 사업화되기 시작한 것은 2000년대 참여정부부터임.
 - 2000년대부터 문화예술 정책은 문화시설 조성 및 전문적인 문화예술 활동 지원 등 기존의 ‘공급자 중심의 문화예술 정책에서 탈피’하여 수요자 중심의 문화예술 정책으로 패러다임이 전환됨(용호성 2012, 정광렬 2015).

2. 국내 예술향유정책 부상의 맥락

가. 문화민주주의 담론

- 우리나라의 문화예술 ‘향유 정책’은 이론적으로는 20세기 후반 서구에서 있었던 대표적인 문화정책 이념 논쟁인 ‘문화의 민주화 vs. 문화민주주의’ 담론에 영향을 받은 것으로 여겨지고 있음.
 - 우리나라의 대표적인 ‘향유 정책’으로 꼽히는 문화예술교육 지원정책은 정책 도입 단계에서 서구 유럽의 문화정책 담론이었던 ‘문화민주주의’에 상당 부분 영향을 받음(최보연 2017).
 - ‘문화의 민주화’는 소수의 전문 예술가가 생산한 우수한 창작물을 일반 국민들이 접근할 수 있도록 지원해야 된다는 문화정책 이념을 의미함.
 - 이에 반해 ‘문화민주주의’는 문화적 생산의 권리가 소수에게 한정된 것이 아닌, 모든 이들이 생산의 주체로서 동등한 권리를 인정받을 필요가 있다는 인식을 강조함.
 - 2000년대 들어 우리 문화예술 정책이 수요자 중심으로 패러다임이 전환될 때, ‘전통적인 예술가(예술생산의 주체) 대 비예술가(예술소비의 주체)’라는 이분법적 예술관을 넘어서서 ‘모든 이들이 예술생산(창작)과 소비(향유)에 대한 권리를 가진다’는 문화민주주의 관점이 크게 영향을 주었으며, 이는 당시 문화정책의 비전을 제시한 「창의한국」에도 드러나 있음(최보연 2017).

“지금까지 문화정책은 중산·서민층 위주로 정책을 펴왔다. 그러나 이러한 정책은 문화가 어느 정도 경제적으로 여유 있는 계층의 전유물이라는 오해를 낳게 하였다. 문화민주주의는 시민사회를 구성하는 다양한 집단들이 자신을 문화적으로 표현할 수 있는 권리를 보장받을 때 실현될 수 있다

- 「창의한국」 p.23”

- 2004년 발표된 「예술의 힘」에서는 ‘향유자 중심의 예술활동 강화’가 첫 번째 기본방향으로 제시됨.

- 역점 추진과제로 ‘예술교육을 통한 문화향유능력 계발’, ‘생활 속의 예술참여 활성화’ 등이 제시된 것에서도 향유자 지원 중심의 예술 정책이 전면에 부각된 것을 알 수 있음.

나. 재원 변화: 복권기금 활용

- 2004년 문화예술진흥기금의 모금 중단으로 복권기금을 대체 재원으로 활용하기 시작한 것도 향유자 중심 정책이 만들어지는데 영향을 미침(정광렬 2015).
 - 복권은 소득이 낮은 서민이 주 구매계층이라는 ‘재원조성의 역진성’으로 인해 법정배분사업 외에는 사회적 소외계층의 복지 증진을 위한 공익사업에 쓰도록 하고 있음. 이러한 복권기금 편성 방향으로 인해 소외계층 대상의 사업이 적극 개발될 수밖에 없었음.
 - 문화예술교육 지원사업의 경우 나중에 정부 일반회계 예산으로 확보되어 추진되었지만, 2006년 법으로 제도화 되어 추진될 때는 복권기금 전입과 연계해 추진되었음.
 - 복권기금을 재원으로 하는 정책개발은 ‘예술향유정책 = 향유자 지원 정책’이라는 인식이 생기는데도 한 몫을 함.
- 2000년대 중반부터 바뀌기 시작한 향유자 중심의 문화정책 논의의 흐름은 ‘문화의 일상화, 일상적 삶 속에서의 예술활동 활성화 등으로 대변되는 문화민주주의’ 이념을 바탕으로 하고 있으며 이런 기조는 현재까지 계속 되고 있음(최보연 2017).

제2절 예술향유정책의 전제

1. 이론적 배경

가. 문화의 민주화 vs. 문화민주주의

- 20세기 후반 유럽의 문화정책의 주요 논쟁점 중 하나인 ‘문화의 민주화 대 문화민주주의’ 논쟁은 우리나라 예술정책의 무게중심이 향유 지원 중심으로 옮겨가는데 중요한 이론적 토대가 됨.
 - 1959년 세계 최초로 문화부를 창설한 프랑스 정부는 앙드레 말로 장관의 비전에 따라 ‘인류의 주요 작품’을 가능한 많은 수의 프랑스인이 경제적, 사회적 불평등 없이 접하고 향유할 수 있도록 접근성 강화에 중점을 둔 ‘문화 민주화’ 정책을 펼침. 즉, 당시 예술의 정수라고 불릴만한 고급예술을 일반 대중들이 즐길 수 있도록 기회를 제공하겠다는 것이었음.
 - 이에 대해 1968년 프랑시스 장송(Francis Jeanson)이 주도한 빌레르반 선언(la Déclaration Vileurbane)에서 아무리 고급예술의 접근성을 높인다고 해도 궁극적인 문화예술 향유 확대가 이뤄지지 않는다는 비판이 제기됨.
 - ‘문화 민주화’ 관점의 문화예술 정책이 비판을 받아 고급예술의 일방적 보급이 아닌 각 개인의 다양한 취향을 인정하고 이에 따른 다양한 문화예술 경험을 할 수 있도록 지원이 이뤄져야 된다는 ‘문화민주주의’ 관점이 등장함(Girard 1972).
 - 1981년 문화부 장관으로 임명된 자크 랑(Jack Lang)은 ‘문화민주주의’ 관점을 수용하여 팝, 재즈, 록, 만화, 요리, 서커스, 거리예술, 의상, 산업디자인뿐만 아니라 아마추어 예술활동, 실험예술 등 예전에는 중요하지 않은 것으로 여겨졌던 문화적 실천 행위를 다양하게 정책 대상으로 포함시켜 그 활동을 지원함(지영호 · 민지은 2015).
 - 1990년대에는 모든 것이 문화라는 문화민주주의 정책으로 문화가 쇠

퇴되었다는 논쟁도 있었으며 지속적으로 변화하는 환경 속에서 다양한 모습으로 변주되었으나, 문화 민주화와 문화민주주의 논쟁 속에서 발전한 정책 기조는 지금도 이어지고 있음(진인혜 2007).

- Langsted(1990)는 문화정책의 두 가지 대조되는 전략으로서 문화의 민주화와 문화민주주의를 다음과 같이 비교함.

문화의 민주화	문화민주주의
단일 문화(mono culture)	문화의 다양성(plurality of cultures)
기관(제도)(institutions)	비공식 그룹(informal group)
기성의 기회(ready made opportunity)	역동성(animation)
틀 만들기 (create framework)	창조적 활동(creative activities)
전문가 중심(professional)	비전문가(amateur) 중심
미학적 질(aesthetic quality)	사회적 형평성(social equality)
보존(preservation)	변화(change)
전통(tradition)	발전 역동성(development, dynamics)
진흥(promotion)	개별 활동(personal activity)
결과물(product)	과정(process)

자료: Langsted(1990: 58)

- Langsted(1990)는 두 종류의 문화정책 전략(문화의 민주화 vs. 문화민주주의)이 현실에서 동시에 사용되어야 하나 우선순위는 문화민주주의에 있다고 주장함.
- Langsted의 위와 같은 문화예술 정책의 관점은 국내외 학자나 문화활동가에게 상당히 중요한 영향을 미침(장세길 2016, 한승준 2017).
- 2000년대 중반 우리나라 문화예술 정책이 공급자 중심에서 향유자 중심으로 그 방향을 전환하게 된 데에는 위와 같은 서구 유럽의 문화정책 이론의 논쟁이 상당한 영향을 미쳤다고 할 수 있음.

나. 문화민주주의 및 문화 자본론

- 위와 같은 ‘문화의 민주화’, ‘문화민주주의’ 담론을 발전시킨 프랑스 문화정책은 프랑스 문화부 설립 초창기부터 피에르 부르디외(Pierre Bourdieu) 등 문화사회학자들과 긴밀한 교류 속에서 형성되고 발전된 것임(최섯별 · 김수정 2018).

- 세계 최초로 독립된 정부부처로 만들어진 프랑스 문화부는 문화정책의 이론적으로 뒷받침을 필요로 했고 이에 따라 초창기부터 부르디외 등 문화사회학자, 문화이론가들과 긴밀한 교류 속에서 정책을 발전시켰음.
- 이런 이유로 1960년대 프랑스 문화사회학과 문화정책은 공통의 역사를 공유하는 것으로 평가받음. 특히 부르디외의 문화자본론은 프랑스 문화정책 발전 과정에서 큰 영향을 미침.(Dubois 2011)⁶⁾
- 부르디외 문화자본론은 고급 예술은 단지 상층계급에 의해 선호되며 그들의 계급적 지위를 드러내는 취향 문화일 뿐이라고 주장하는데, 이는 프랑스 초대 문화장관 앙드레 말로(Andre Malraux)의 정책기조였던 ‘문화 민주화’ 관점, 즉 고급 예술이 갖는 심미적 절대성과 보편성으로 인해 모든 국민에게 보급해야 된다는 믿음을 정면으로 반박하는 것임.
- 즉 부르디외 문화자본론은 문화예술 정책이 상층 계급의 지배구조를 비가시적으로 재생산 하는 고급 예술을 일반 국민에게 보급하려고 하는 것을 지양하고 일반인들이 생산하고 향유하는 모든 종류의 문화를 지원해야 된다는 ‘문화민주주의’ 논리로 나아가는데 큰 영향을 미침.
- 실제로 1980년대 자크 랑 장관은 문화민주주의 관점을 수용하여 기존에는 문화정책 영역이 아닌 것으로 여겨지던 영화, 만화 등의 문화산업, 아마추어 예술(ex: 시민 참여형 축제 Fete de la Musique) 등을 문화정책 영역으로 수용함.⁷⁾

6) 부르디외는 1960년대 파리 시민의 계급과 문화적 취향에 대한 설문조사를 했고 이를 바탕으로 유명한 「구별짓기」(1979)를 발표함

7) 반면 자크 랑 시대에 대규모 문화시설 강화 정책인 ‘그랑 프로젝트’(퐁피두 센터, 바스티유 오페라, 루브르 피라미드 등)도 추진되었음.

2. 이론적 문제 제기

가. 옴니보어 이론 등장

- 1960~70년대 프랑스 사회를 배경으로 발전된 부르디외의 문화자본론은 사회적 배경이 전혀 다른 미국으로 건너가 옴니보어(omnivore) 이론으로 변화, 발전됨(최섯별 2006).
- 고급문화는 상층 계급이 다른 계급과 자신들을 구분 짓는데 상징으로 작용한다는 부르디외의 이론이 미국에서는 잘 적용되지 않는다는 점을 주목한 미국 사회학계에서 1990년대 옴니보어 가설(Peterson & Simkus 1992)을 발전시킨 것임.
- 옴니보어 가설은 상층계급은 고급예술에 대한 배타적인 선호를 가진다는 부르디외의 주장과 달리 미국 엘리트 집단은 고급예술에서부터 대중문화까지 폭넓은 선호를 보인다는 주장임.
- 즉, 미국 엘리트 집단은 부르디외 식의 배타적인 고급예술의 선호를 통해서가 아니라, 문화자원을 상황에 따라 적절하게 사용하는 ‘문화적 다양성’(cultural variety) 또는 ‘문화적 폭넓음’(cultural breadth)을 바탕으로 자신들을 구별짓는다는 의미임(최섯별 2006).

나. 옴니보어 이론 등장 배경

- 옴니보어 이론을 발전시킨 미국 사회학자들은 부르디외가 문화자본론을 발전시켰던 1960~70년대의 프랑스 상황과 옴니보어 이론을 발전시킨 1990년대 이후의 미국 사회의 차이점을 다음과 같이 설명함(최섯별 2006).
- 1960~70년대 프랑스와 1990년 미국 사회구조의 차이
 - 부르디외가 문화자본론을 발전시켰던 1960~70년대 프랑스는 전통적인 계급이 고착화되어 유지되던 사회였던 것과 달리 1990년대 미국 사회는 활발한 사회적 이동성과 전반적으로 향상된 생활수준, 교육

기회 증가와 함께 미디어 발달과 보급으로 보다 많은 사람들이 다양한 문화에 접할 수 있게 됨.

○ 가치의 변화

- 2차 세계대전 이후 미국 사회는 인종, 종교, 민족 등과 관련한 차별적 행위들을 근절해야 될 부정적 관행으로 인식하는 사회적 분위기가 만 들어지면서 문화적 개방성과 포용성을 중요한 가치로 여기게 됨.

○ 세대 정치의 영향

- 젊은 시절 대중문화의 세례를 받고 자란 미국 베이비부머 세대는 나 이가 든 후에도 여전히 대중문화에 대한 선호를 유지함. 미국 엘리트 집단은 이런 문화적 맥락을 보면서 대중문화의 요소들을 자신들의 문화로 포함시키는 전략을 택함(Peterson & Kern 1996; 최셋별 2006 에서 재인용).

○ 21세기 한국 사회는 계급에 따른 문화적 취향의 위계가 분명했던 1960년대 프랑스 사회보다는 1990년대 옴니보어 이론을 발전시켰던 미국 사회와 더 유사하다는 점을 고려할 때, 옴니보어 관점으로 한국 사회의 계층별 문화자본 현황과 예술정책, 특히 예술향유정책의 방향을 검토할 필요가 있음.

- 한국 사회는 ‘전통적인 고급문화의 부재, 높은 평등주의, 사회이동의 개방성에 대한 믿음 등 미국 사회와 유사성을 지니는’ 것으로 보임 (최셋별 2006).
- 옴니보어 관점에 따르면 엘리트 집단의 새로운 구별 짓기 방식은 고급예술에 대한 배타적인 취향이 아닌 “다양성에 대한 과시적 개방 (conspicuous openness to diversity)”으로 대체되는 것인 만큼 이를 고려한 예술향유정책 방향을 고민할 필요가 있음.

3. 시사점

- 우리나라 예술정책은 2000년대 이후 향유를 강조하는 정책으로 중심 이동을 해왔음. 이는 부르디외 문화자본론에 토대를 두고 있는 문화민주주의 관점에 영향을 받은 정책방향이라 할 수 있음.
 - 물론 우리 예술정책이 ‘문화민주주의’ 관점을 제대로 반영하고 있지 못하다는 비판적 시각도 있음.
 - 전문 예술인뿐 아니라 모든 국민이 문화예술 생산과 향유의 주체가 된다는 ‘문화민주주의’에 이론적 토대를 두고 출발한 것으로 알려진 문화예술교육 정책의 경우도, 당초 기대와 다르게 ‘(예술)장르 기반 중심의 기능주의적 관점’을 벗어나지 못하고 있으며 수동적인 “문화 예술의 향유와 감상이라는 좁은 틀”에서 벗어나지 못하다는 주장임(심광현 외 2012: 최보연 2017에서 재인용).
 - 대표적인 예술향유정책인 ‘문화의 날’이나 통합문화이용권, 소외계층 문화순회, 방방곡곡 문화공감의 경우 무료할인 공연 제공과 바우처 제공을 정책수단으로 삼고 있는데, 이런 방식은 ‘공급자, 전문가 중심의 하향적 집행방식’이며 이는 ‘문화민주주의’의 관점을 반영한다기보다는 ‘문화의 민주화’ 특성을 반영한다는 주장임(한승준 2017).
- 프랑스에서 발전된 문화자본론이 미국으로 건너가 옴니보어 이론으로 발달했던 과정을 상기할 때, 문화자본론을 기반으로 한 문화민주주의가 우리 예술정책의 유일한 지향점으로 설정되는 것이 적절한지 검토할 필요는 있음.
 - 옴니보어 이론은 낮은 사회적 이동성과 고착된 위계질서를 가졌던 1960~70년대 프랑스 사회에서 탄생한 문화자본론이 높은 사회적 이동성을 가진 1990년대 미국 사회에 그대로 적용이 잘 되지 않는 점을 연구하는 과정에서 발전하게 된 이론임.
 - 이는 1960~70년대 프랑스 사회에서 발전된 문화자본론에 근거를 둔 문화민주주의 관점을 그대로 수용하는 것이 아니라 21세기 한국 사

회에 현실에 맞게 비판적으로 고찰하고 적용할 필요성이 있다는 점을 상기시킴.

- 문화민주주의 관점에서는 전문가 중심의 고급예술을 누구나 쉽게 볼 수 있도록 장벽을 낮추고 접근성을 제고하는 정책은 ‘지양’해야 될 정책이라 할 수 있음.
 - 왜냐하면 고급예술이라는 것 자체가 해당 사회를 지배하는 계급이 다른 계급과 자신들을 구별 짓는 상징으로 사용되기 때문임.
 - 즉, 고급예술을 보급한다는 것 자체가 현재의 사회구조, 계급을 재생산하는데 일조한다는 것임.
- 그러나 옴니보어 관점에서는 예술을 고급예술/대중예술, 전문가 중심/향유자 중심, 관람 중심/참여 중심 등으로 구분하여 어떤 것은 장려하고 어떤 것은 지원을 지양하는 것이 바람직한 것이 아니라, 다양하고 폭넓은 문화적 경험과 취향을 개발할 수 있도록 지원하는 것이 바람직한 향유지원 정책 방향이 되는 것임.
 - 왜냐하면 옴니보어 이론에 따르면 엘리트 집단은 다른 집단에 비해 선호하는 장르가 더 다양하고 폭넓기 때문에, 문화자본으로 인한 사회적 불평등을 낮추기 위해서는 가능한 다양하고 폭넓은 문화적 경험과 취향을 개발할 수 있도록 지원하는 적절한 향유지원 정책방향이 되는 것임.
 - 실제로 옴니보어 관련 실증연구에서는 문화자본을 측정할 때 예술을 향유하는 빈도, 양뿐만이 아니라 폭(breadth)을 중요한 지표로 봄(Peterson & Simkus 1992). 다양한 문화자원을 상황에 따라 적절하게 사용하는 ‘문화적 다양성’(cultural variety) 또는 ‘문화적 폭넓음’(cultural breadth)을 측정하기 위해서임.
- 실제로 국내 여러 실증연구에서 가능한 다양한 문화 활동을 선호하고 이를 직접 향유하는 것이 오늘날 한국 사회 중상계급을 상징하는 문화자본이라고 주장함(김은미 · 서새롬 2011, 이상수 · 이명진 2014).
 - 더군다나 최근 10여년 간 ICT 인프라의 확산으로 고급문화가 반드시

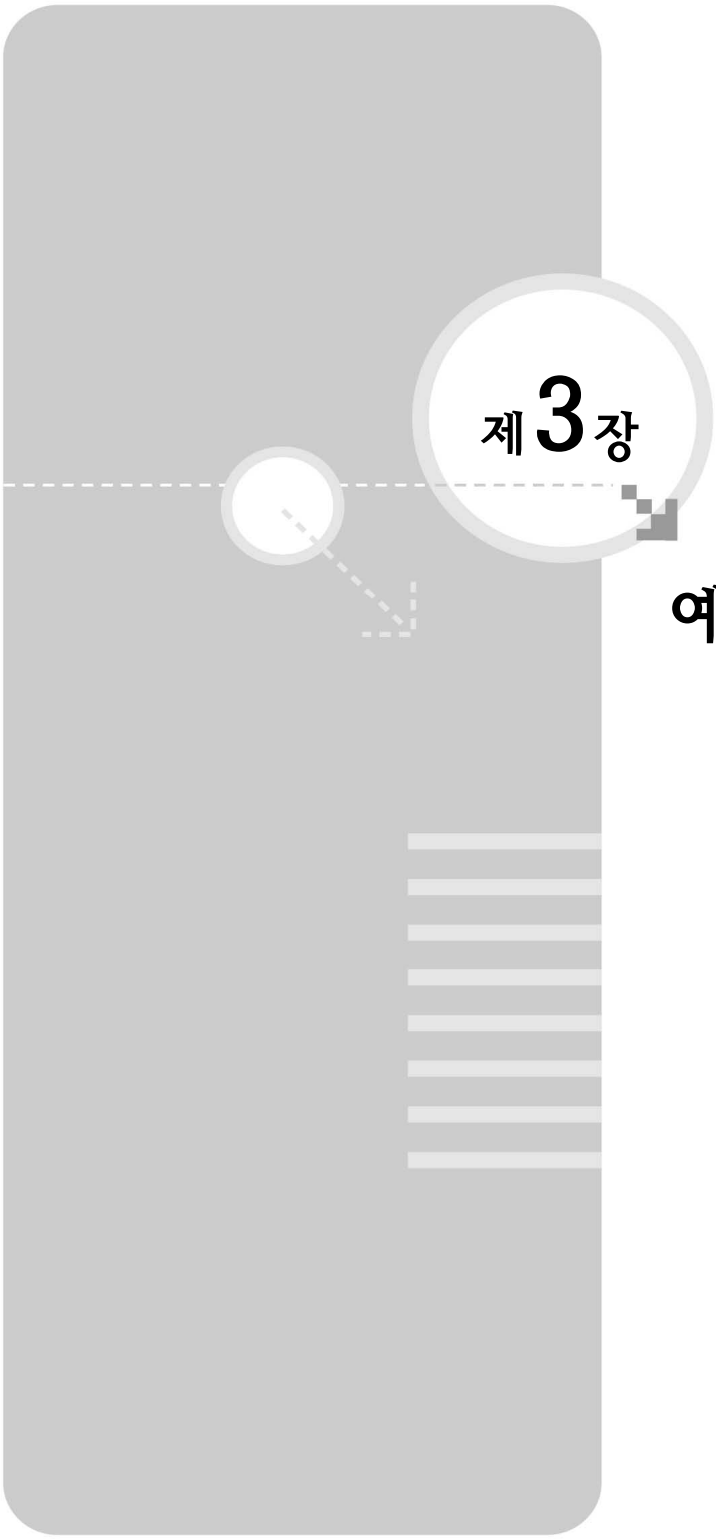
특정 계급에 한정되지 않을 뿐 아니라 문화예술에 대한 대중의 접근성이 높아지고 있음을 감안할 때 유니보어 경향은 앞으로도 심화될 것으로 예상됨.

- 현실과 관계없는 이론적 논쟁이 아니라 예술정책의 방향과 관련된 논의이므로, 문화예술향유의 양뿐만이 아니라 폭을 어떻게 측정할 것인지 등에 대한 심도 깊은 연구가 향후에 필요할 것임.

- 정리하자면 2장에서는 예술향유정책을 이론적인 관점에서 살펴봄. 2000년대 들어 우리나라 예술정책이 공급자 중심에서 탈피하여 수요자 중심 예술정책으로 패러다임이 전환된 것은 문화자본론에 바탕을 둔 문화민주주의의 관점이 큰 영향을 미쳤던 것이 사실임. 그러나 문화사회학 등 최근 연구들의 발전을 감안할 때, ‘문화민주주의 = 향유자 중심 = 참여 중심 = 고급예술 보급 지향’ 등으로 도식화하여 예술정책의 유일한 지향으로 간주하는 것에서 탈피하여, 이 이론이 탄생하게 된 맥락과 근거를 두고 있는 전제를 환기하고 현재 우리나라 상황에 맞게 적용하기 위해서는 무엇이 필요한지 재검토해볼 필요가 있음.

- 특히 2000년대 이후 전체 예술정책에서 향유정책의 비중이 급격히 증가하면서 예술정책의 지향방향에 큰 영향을 미침. 예술향유정책이 과연 무엇을 지향하고 있는 것인지 근본에서부터 검토할 필요가 있음.

- 앞으로 3장 및 4장에서는 우리나라와 해외(프랑스, 영국, 독일)의 문화 관련 부처 예산을 살펴봄으로써 예술정책에서 향유지원의 비중과 추진 방식 등을 비교할 것임. 5장에서는 우리나라 예술향유 실태와 예술향유 정책 현황에 대해 간략하게 살펴보고, 제6장에서는 예술향유 지원사업에 대한 전문가 의견을 살펴보고, 이를 바탕으로 7장에서 예술향유정책 개선 방향에 대해 제안하겠음.



제 3 장

예술향유정책 분석

제1절 예술향유 정책예산
제2절 예술향유 지원사업

제1절 예술향유 정책예산 및 구조

1. 문화체육관광부 예술향유 지원 예산

가. 문화체육관광부 예산 구조

- 중앙정부 재정은 크게 예산과 기금으로 구성되며, 문화체육관광부의 경우 일반회계와 2개의 특별회계, 6개의 기금으로 구성됨.
 - 특별회계: 아시아문화중심도시조성특별회계, 지역발전특별회계
 - 기금: 관광진흥개발기금, 국민체육진흥기금, 문화예술진흥기금, 언론진흥기금, 영화발전기금, 지역신문발전기금
- 2018년 문화체육관광부 편성총액은 5조 2,578억 원(예산 2조 8,693억 원, 기금 2조 3,885억 원) 수준임.⁸⁾
 - 문화예술 부문이 1조 6,387억 원으로 전체 편성총액의 31.2% 수준.
 - 콘텐츠 부문은 7,140억 원으로 편성총액의 13.6% 차지.
 - 관광 부문은 1조 4,021억 원으로 편성총액의 26.7% 수준.
 - 체육 부문은 1조 1,850억 원으로 편성총액의 22.5% 차지.
 - 문화행정 일반 부문은 3,180억 원으로 편성총액의 6.0% 수준.

나. 2018년 예술향유 지원 예산

1) 일반 회계

① 예술정책관

- 문체부 일반회계에서 예술향유 지원예산은 예술정책관 및 지역문화정책관 예산에서 찾아볼 수 있음.

8) 문화체육관광부(2017), 「2018년도 예산기금운용계획 개요」

- 문화체육관광부 일반회계 중 예술정책관 예산(2018년)은 약 2,935억 원이며 다음과 같이 구성됨.
- 문화예술단체 지원: 문체부 산하 15개 단체 및 예술의전당 운영 지원에 약 860억 원(29.3%)
 - 공연 및 전통예술 활성화: 민간 공연단체 연습공간 조성 및 운영 지원 등 약 114억 원(3.9%)
 - 기초예술 역량강화: 국립한국문학관 건립, 문학단체 지원, 예술인복지재단 운영 등 예술인 창작안전망 구축, 장애인예술지원(함께누리지원), 예술경영아카데미 운영 등 예술의 산업기반 조성, 한국문학번역원 지원 등 약 478억 원(16.3%)
 - 시각예술 진흥기반 구축: 공공디자인 진흥, 남한강 예술특구 조성, 미술창작 및 유통 지원, 당인리 문화창작발전소 조성 등 약 157억 원(5.4%)
 - 문화예술공간 조성: 예술의전당 리모델링, 무대공연종합아트센터 건립, 청소년 뮤지컬스쿨 건립, 평화예술의전당 건립 등 약 77억 원(2.7%)
 - 문화예술교육 지원: 학교예술강사 지원사업, 예술꽃 씨앗학교, 유아문화예술교육지원, 사회문화예술교육 활성화, 예술동아리 교육활동지원, 문화예술 치유프로그램 지원, 소외 아동청소년 오케스트라 교육지원, 지역문화예술교육지원센터 운영, 문화예술기관 토요문화학교 운영 등 약 1,246억 원(42.5%)

〈표 3-1〉 문체부 예술정책관 일반회계 예산(2018)

예술의 진흥 및 생활화, 산업화(1600)			(단위:백만원)	
1631	문화예술단체지원		86,028	29.3%
	300	문화예술단체 운영 지원	77,032	
	304	예술의 전당 지원	8,966	
1632	공연 및 전통예술 활성화		11,484	3.9%
	308	공연예술 진흥기반조성	11,484	

	예술의 진흥 및 생활화, 산업화(1600)		(단위:백만원)	
1633	기초예술 역량강화		47,845	16.3%
	300	예술창작활동 지원	4,477	
	302	예술인 창작안전망 구축	27,553	
	304	함께누리 지원	6,580	
	306	예술의 산업화 추진	3,039	
	307	한국문학번역원 지원	6,196	
1635	시각예술 진흥기반 구축		15,782	5.4%
	300	공공디자인 및 공간문화진흥	8,231	
	306	남한강예술특구조성	100	
	311	미술진흥기반 구축	6,571	
	351	당인리 문화창작발전소 조성	880	
1636	문화예술공간 조성		7,789	2.7%
	301	예술의전당 리모델링	2,860	
	303	문화예술 인프라 구축	4,929	
1637	문화예술교육 지원		124,626	42.5%
	302	문화예술교육활성화	124,426	
	304	문화ODA	200	
합계			293,554	100.0%

출처: 문화체육관광부 홈페이지 예산자료, http://www.mcst.go.kr/web/s_data/budget/budgetList.jsp

- 문체부 예술정책관 예산 중 예술향유 지원 일환인 문화예술교육 지원이 약 42%를 차지하고 있음.
 - ‘문화예술교육 지원’ 다음으로는 ‘문화예술단체지원’(문체부 산하 예술기관 운영)에 약 29%가 지출되며, 그 외에 문학 및 공연예술, 시각예술 기반 지원, 장애인예술 지원, 예술인복지 지원, 문화예술 공간조성 지원 등을 지원하고 있음.
 - 예산을 통해 정책의 우선순위를 가늠할 수 있다는 점을 감안할 때 문화예술교육 지원이 예술 정책에서 차지하는 비중이 얼마나 큰지 짐작할 수 있음.

② 지역문화정책관

- 지역문화정책관 예산에도 일부 예술향유 관련 예산이 포함되어 있음.
- 지역문화정책관 2018년도 예산은 약 1,128억 원이며, 이 중에 예술향유 지

원과 관련된 ‘문화가 있는 날’(‘국민문화활동 지원’) 지원이 포함되어 있음.

- 지역문화정책관 일반회계 예산 중 약 15.6%에 해당하는 약 176억원이 ‘문화가 있는 날’ 사업에 투입됨.⁹⁾

〈표 3-2〉 문체부 지역문화정책관 일반회계 예산(2018)

사업명	(단위:백만원)	(%)	비고
지역문화진흥	44,504	39.4%	생활문화활성화 포함 (1,150백만원)
국민문화활동 지원 (‘문화가 있는 날’)	17,622	15.6%	
어르신 문화프로그램 운영	3,788	3.4%	
박물관 진흥지원	7,931	7.0%	
국민문화향유권 확대	31,472	27.9%	
도서관 지원	7,512	6.7%	
합계	112,829	100.0%	

출처: 문화체육관광부 홈페이지 예산자료, http://www.mcst.go.kr/web/s_data/budget/budgetList.jsp

- ‘지역문화진흥’ 예산에 ‘생활문화 활성화’ 명목의 예산이 포함됨.
 - ‘지역문화진흥’ 예산에 ‘생활문화센터 활성화’ 예산 약 11억 5천만 원이 배정됨. 생활문화센터 운영 활성화 프로그램 지원, 생활문화운영자 역량 강화 교육, 문화자원봉사 대표 프로그램 개발 등에 지원되는 예산임.
- ‘어르신 문화프로그램 운영’은 한국문화원연합회 주관 사업으로 고령층 어르신 대상 문화 프로그램임.
 - 어르신 문화예술 활동지원, 어르신 & 청년 협력 프로젝트, 찾아가는 문화로 청춘, 동네방네 문화로 청춘 등
- ‘국민문화향유권 확대’는 국공립 문화시설 야간개장, 주7일제 운영 등 개관시장 연장 관련 예산임.

9) ‘문화가 있는 날’ 지원은 문화가 있는 날과 그 주간에 전국에서 열리는 영화, 공연, 전시, 문화재, 프로스포츠 경기 등을 무료 또는 할인된 가격으로 관람할 수 있도록 제공하며 다양한 맞춤형 기획프로그램 운영 지원

2) 지역발전특별회계

- 2018년 문체부 지역발전특별회계(이하 ‘지특회계’)는 약 7,769억 원이며, 예술향유와 연관 있는 지역문화정책관의 지특회계 예산은 약 1천 9백억 원임.
 - 지역문화정책관 지특회계는 ‘지역특화 문화행사 지원’(46억 2천만 원), ‘문화시설 확충 및 운영’(1,803억 5천9백만원), ‘지역문화 컨설팅 지원’(2억 2천3백만 원), ‘산업단지 폐산업시설 문화재생’(47억 7천만 원)으로 구성됨.
 - 이 중에서 ‘지역특화 문화행사 지원’은 지역축제 지원 사업으로 불꽃 축제, 동물영화제, 군문화축제 등 예술 외의 분야를 주제로 하는 축제에도 지원되고 있음.
- 문체부 지특회계에서 예술 관련 예산은 주로 문예회관 등 시설조성에 집중되어 있으며, 예술향유 지원과 직접 관계가 있는 예산은 많지 않음.

3) 문화예술진흥기금

- 문화예술진흥기금 사업비(기금운영비, 내부거래, 여유자금운용 제외)는 약 2,278억 원(2018년) 수준임(아래 표).
 - 2018년의 문화예술진흥기금 사업비는 예술창작지원에 약 341억 원(15.0%), 예술인력 육성 약 136억 원(6.0%), 지역문화예술 지원 약 71억 원(3.2%), 공연예술 활용 관광자원화 약 247억 원(10.8%), 문화예술 사회적 인식 제고 약 298억 원(13.1%), 소외계층 문화역량 강화 약 1,181억 원(51.8%)이 편성되어 있음.

〈표 3-3〉 문화예술진흥기금 (2018년)

분야	사업	프로그램 명	(단위:백만원)	사업비비중(%)
예술창작 역량강화	예술창작지원	문학창작육성	3,275	15.0%
		시각예술창작육성	2,801	
		공연예술창작육성	22,085	
		기초예술사이버공간개척	270	
		국제예술교류지원	5,760	
	예술인력 육성	차세대예술인력 육성	2,941	6.0%
		현장예술인력 육성	10,700	
지역문화 예술진흥	지역문화예술지원	지역문화예술활동 지원	7,119	14.1%
		지역문화예술지원사업 운영	270	
	공연예술활용관광 자원화	공연예술활용관광 자원화	24,707	
예술 가치의 사회적 확산	문화예술 사회적 인식 제고	예술정책 실행력 제고	1,438	13.1%
		문화예술기부 활성화	23,813	
		예술경영지원센터 지원	4,600	
	소외계층문화역량 강화	통합문화체육관광이용권	82,103	51.8%
		공연나눔	36,016	
기금간 거래		복권기금 반환금	2,500	
기금 운영비		기금운영비	18,266	
여유자금 운용		여유자금 운용	99,403	
합 계			348,067	100.0%

주: 한국문화예술위원회 홈페이지

http://www.arko.or.kr/m1_05/m2_07/m3_02/m4_04/m5_03.do?mode=view&page=&cid=1600126

- 문예진흥기금 사업비에서 ‘소외계층 문화역량 강화’ 사업이 예술향유 지원사업임.
 - ‘통합문화체육관광광이용권’은 문화누리카드 사업을 의미하며, ‘공연나눔’은 소외계층문화순회(210억 1천 6백만 원)과 방방곡곡문화나눔(150억 원)을 의미함.
- 위의 표에서 알 수 있듯이 2018 문예진흥기금 사업비 중 절반이 넘는 약 51.8%가 통합문화이용권(문화누리카드) 및 공연나눔(소외계층문화순회, 방방곡곡문화나눔) 사업에 배정되고 있음.

다. 소결

- 2018년 문체부 예술정책관 일반회계(2,935억 5천4백만 원)에서 약 42.4% (1,244억 2천6백만 원)가 ‘문화예술교육’에 배정됨.
- 2018년 문체부 지역문화정책관 일반회계(1,128억 2천9백만 원)에서 15.6% (176억 2천2백만 원)가 ‘문화가 있는 날’(국민문화활동 지원)에 배정되었으며, 1.0%(11억 5천만 원)가 생활문화 활성화에 배정되었음.
- 2018년 문예진흥기금 사업비(2,278억 9천8백만 원) 중 약 51.8%(1,181억 1천9백만 원)가 통합문화이용권, 소외계층문화순회, 방방곡곡문화나눔 등 예술향유(‘소외계층문화역량 강화’) 지원에 배정되었음.
- 즉, 2018년 문체부 예술정책관 및 지역문화정책관 일반회계와 문예진흥기금 사업비 6,342억 8천1백만 원 중 약 41.2%(2,613억 1천7백만 원)가 예술향유 지원사업(문화예술교육, 통합문화이용권, 소외계층 문화소외, 방방곡곡문화나눔, 생활문화 활성화)에 배정된 것임.
 - 예술정책관 일반회계(2,935억 5천4백만 원)와 문예진흥기금 사업비 2,289억 9천8백만 원을 합한 5,214억 5천2백만 원의 46.5%(2,425억 4천5백만 원)가 향유 지원(문화예술교육, 통합문화이용권, 소외계층 문화순회, 방방곡곡문화나눔)에 사용되고 있음.
- 위와 같은 향유 지원 비중은 해외에서는 찾아보기 어려운 이례적인 비중임. 현재 문체부 예술정책에서 향유 지원이 얼마나 강조되고 있는지 나타내는 숫자라고 할 수 있음.

〈표 3-4〉 문체부 예술향유 지원예산(2018)

(단위: 백만원)

예술자원 예산 구분			예술향유 지원사업(지원액)
일반회계	예술정책관	293,554	문화예술교육 (124,426)
	지역문화정책관	112,829	문화가있는날 (17,622)
			생활문화 활성화 (1,150)
문화예술진흥기금	사업비	227,898	소외계층문화역량강화(118,119)
합계		634,281	261,317

출처: 문화체육관광부 홈페이지 예산자료, http://www.mcst.go.kr/web/s_data/budget/budgetList.jsp 재구성

2. 예술향유 지원 예산구조¹⁰⁾

가. 개요(데이터 출처)

- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』(문화체육관광부 2016)를 바탕으로 예술향유 지원구조를 살펴봄.
 - 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』(문화체육관광부 2016)는 국고와 기금 등 재원이 다양하고 예산이 여러 단계에 걸쳐 이전되어 실행되어 전체 지원체계를 파악하기 까다로운 예술 분야 공공지원의 총규모 및 구조, 흐름을 파악한 거의 유일한 연구임.
 - 여기에서는 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』(문화체육관광부 2016) 보고서를 위해 수집된 데이터를 바탕으로, 문체부 및 소관기관의 예술향유 지원 예산이 어떤 구조로 흘러가고 실행되는지 살펴봄.
- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 ‘예술’은 문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 국악 분야를 의미함.
 - 건축, 박물관, 도서관, 출판, 콘텐츠(영화, 게임 등), 문화재는 제외함
 - 민속놀이, 예절교육, 향토문화 등 예술 장르로 보기 어려운 사업도 제외함.¹¹⁾

10) 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』(문화체육관광부 2016)

11) 단, 하나의 지원사업 내에 예술 장르와 콘텐츠 장르가 함께 혼합된 경우는 분리가 불가능하여 콘텐츠 장르도 일부 포함됨

- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 공공 부문 예술지원 예산은 다음 기관들의 세출예산서를 근거로 분석됨.¹²⁾
 - 이 보고서는 공공 부문 예술지원 예산을 지원사업 전달흐름에 따라 예술지원 ‘예산 기획/편성’, ‘사업 지원/관리’, ‘사업 실행’으로 구분함.
 - 기획/편성(레벨 1): 문화체육관광부, 광역 지자체, 기초 지자체
 - 지원/관리(레벨 2): 문체부 소관 예술지원기관(한국문화예술위원회, 한국문화예술회관연합회, 한국문화예술교육진흥원, 예술경영지원센터, 한국예술인복지재단, 전통공연예술진흥재단, 한국문화원연합회), 광역 문화재단, 기초 지방자치단체
 - 지원받은 예산으로 사업을 실행하는 국공립 문화시설 및 국공립 예술단체(레벨 3)는 예결산을 상위기관에 보고하므로, 중복 집계를 피하기 위해 상위 기관들의 예산서를 통해 지원금 내역 파악
- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 공공 부문의 예술 지원사업은 ‘창작 지원’, ‘유통/매개 지원’, ‘교육/향유 지원’, ‘예술가 복지 지원’, ‘하드웨어 건립’, ‘공공시설/공공단체 운영’, ‘예술형 지역재생’, ‘기타’로 구분함(아래 표).

〈표 3-5〉 공공 부문 예술지원정책의 세부유형

유형	세부유형	정의
창작 지원	작품(프로그램) 지원	프로젝트/프로그램 등을 통한 작품 창작 지원
	예술단체 지원	예술단체 운영 지원
	예술인 지원	예술인 지원(단, 예술인 교육 및 복지 지원은 해당 없음)
	창작공간 지원	예술인에게 창작공간(창작 혹은 생활) 지원
유통/매개 지원	공연장 지원	민간 공연장 지원
	미술관 지원	민간 미술관 지원
	기타예술시설 지원	공연장, 미술관 외 민간 예술시설 지원
	예술행사 지원	민간 예술행사(예술축제 등) 지원 (단, 종교, 관광 등의 축제는 제외)
	국제예술교류 지원	예술활동의 국제교류 지원
	예술정보소통	민간 예술기관(또는 단체)을 위한 컨설팅 지원 일반대중과의 커뮤니케이션 활동 지원

12) 경상운영비는 제외하고 사업비를 조사범위로 한정

유형	세부유형	정의
교육 및 향유 지원	예술향유 지원	예술향유 목적의 사업 예) 찾아가는 문화행사, 문화바우처
	생활예술 지원	일반인의 예술활동 지원이 목적인 경우 예) 예술동아리, 일반인 대상 백일장, 사생대회
	문화예술교육	일반인을 대상으로 하는 예술교육 예) 예술강사지원, 꿈다락토요문화학교
예술가복지 지원	예술인 복지 지원	작품 지원, 전문교육지원 외 예술인에 대한 지원
	예술인력 양성	예술인의 전문교육지원(연수/역량강화)인 경우
하드웨어 건립	공연장 건립	공공 예술시설 건립 또는 시설 보수(리노베이션/리모델링)
	미술관 건립	
	기타예술시설 건립	
	복합시설 건립	
공공시설 및 공공단체 운영	공연장 운영	공공 공연장 운영
	미술관 운영	공공 미술관 운영
	기타예술시설 운영	공연장 미술관 외 공공 예술시설을 운영
	공연단체 운영	공공 공연단체 운영
	예술축제 운영	공공 기관의 축제 직접 운영
	예술교육기관 운영	공공기관의 예술교육기관 운영
	복합시설 운영	예술과 다른 분야(예: 체육시설 등)가 결합된 시설 운영
예술형 지역재생	예술형 지역재생	예술진흥을 목적으로 한 지역재생사업 예) 문화지구, 미술의 거리, 아트빌리지
기타	기타	위 유형에 해당되지 않는 예술지원

출처: 문화체육관광부(2016), 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』

- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 “교육 및 향유 지원” 사업은 다음과 같이 구분함.
 - ‘예술향유 지원’: 예술향유 목적의 사업(ex: 찾아가는 문화행사, 문화바우처). 즉, 관람 중심의 향유 활동
 - ‘생활예술 지원’: 예술 전공자가 아닌 일반인 예술활동 지원이 목적인 사업(ex: 예술동아리, 일반인 대상 백일장, 사생대회)
 - ‘문화예술교육’: 예술전공 지망생이 아닌 사람을 대상으로 하는 예술교육(ex: 예술강사지원, 꿈다락토요문화학교)
- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 “교육 및 향유 지원” 사업에는 현재는 없어진 ‘사랑티켓’ 사업(약 12억 5천1백만 원) 등이 포함되어

있음을 염두에 둘 필요가 있음.

- 또한, 일반인이 아닌 예술인 대상 ‘문화예술인 패스지원’(2억 원)을 ‘예술인 복지’가 아닌 ‘예술향유 지원’ 포함시켰으며, ‘문화예술교육’에는 문화예술 공적개발원조 프로그램 운영 지원 2억 원을 포함시켰음.
- 다만 위의 사업들이 아주 규모가 큰 사업이 아니므로 사업 비중을 살펴보면 큰 영향을 미치지 않을 것으로 보고 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』의 구분 방식과 데이터를 그대로 사용하여 살펴봄.
- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 “교육 및 향유 지원” 사업에는 ‘통합문화이용권’처럼 예술과 문화산업, 체육, 관광 분야 향유지원이 분리되지 않는 사업들이 포함되어 있음을 염두에 둘 필요가 있음.

나. 공공 부문 예술향유 지원 특징

1) 지원 비중

- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 따르면 2014년 공공 부문 예술지원 총예산은 2조 1,384억 원임.
- 이 중에서 ‘공공시설 및 공공단체 운영’ 약 1조 2,118억 원이 약 56.7%로 가장 많은 부분을 차지하였음.
- ‘공공시설 및 공공단체 운영’을 제외하면 ‘교육 및 향유 지원’(3천 99억 원, 14.5%)이 가장 높은 비중을 차지함.
 - 예술향유지원: 약 1,255억 원 (‘교육 및 향유 지원’의 40.5%, 공공 부문 예술지원 총예산의 5.9%)
 - 생활예술지원: 약 412억 원 (‘교육 및 향유 지원’의 13.3%, 공공 부문 예술지원 총예산의 1.9%)
 - 예술교육지원: 약 1,431억 원 (‘교육 및 향유 지원’의 46.2%, 공공 부문 예술지원 총예산의 6.7%)

- 반면 ‘창작 지원’은 공공 부문 예술지원 총예산 중 10.0%로 ‘교육 및 향유 지원’(14.5%)보다 낮게 나타남.
- 즉, 문체부 예산뿐만 아니라 공공 부문 전체의 예술지원 예산에서 ‘교육 및 향유 지원’ 비중이 상당히 높다고 볼 수 있음.
 - 공공 문화시설과 단체 운영에 많은 지원금이 투입되는 것은 해외에서도 흔히 볼 수 있지만, 향유 지원에 지원이 집중되는 것은 상당히 이례적인이라고 할 수 있음.

〈표 3-6〉 공공 부문 예술지원 예산 유형(2014)

(단위: 백만 원, %)

유형	금액	비중
창작 지원	213,710	10.0
유통/매개 지원	58,118	2.7
교육 및 향유 지원	309,952	14.5
예술가복지 지원	31,897	1.5
하드웨어 건립	286,039	13.4
공공시설 및 공공단체 운영	1,211,873	56.7
예술형 지역재생	24,629	1.2
기타	2,137	0.1
합계	2,136,355	100

주: 문화체육관광부(2016), 「2014 공공·민간 예술지원 실태조사」

2) 높은 예산 집중도

- 예술향유
 - 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 ‘예술향유’ 지원으로 구분한 사업은 다음 표와 같음.

〈표 3-7〉 공공 부문 ‘예술향유’ 지원 사업 예산(2014)

실행기관	사업명-소분류	예산 (백만원)	비율	누적	출처
광역시지자체	통합문화이용권(구.문화바우처)	40,866	60.8%	60.8%	예술위
예술위	소외계층문화순회	10,000	14.9%	75.7%	예술위
문예회관연합회	방방곡곡 문화공감	7,983	11.9%	87.5%	예술위
문체부	장애인문화예술 활성화 및 향유지원	5,500	8.2%	95.7%	문체부
광역시지자체	사랑티켓	1,251	1.9%	97.6%	예술위
광역시지자체	지역문화역량 강화	934	1.4%	99.0%	문체부
전통공연예술진흥재단	방방곡곡 문화공감	487	0.7%	99.7%	기타
문체부	문화예술인 패스지원	200	0.3%	100%	문체부
합계		67,221			

- 2014년 기준 공공 부문 ‘예술향유’ 지원 예산에서 ‘통합문화이용권’ 사업이 약 60.8%를 차지하고 있을 정도로 높은 비중을 차지함.
- ‘통합문화이용권’, ‘소외계층문화순회’, ‘방방곡곡 문화공감’ 예산은 전체 ‘예술향유’ 예산의 87.5%를 차지할 정도로 높은 비중을 차지함.¹³⁾

○ 문화예술교육

- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 ‘문화예술교육’ 지원으로 구분한 사업은 아래 표와 같음.

〈표 3-8〉 공공 부문 문화예술교육 지원 사업 예산(2014)

실행기관	사업명-소분류	예산금액 (백만원)	비율	출처
교육진흥원	예술강사지원	38,408	33.5%	문체부
교육진흥원	예술강사지원(지방교육재정)	27,347	23.9%	문체부
교육진흥원	사회문화예술교육 지원	24,861	21.7%	문체부
교육진흥원	꿈다락 토요문화학교 운영	10,687	9.3%	문체부
교육진흥원	소외아동 오케스트라 지원	4,958	4.3%	문체부
문예회관연합회	꿈다락 토요문화학교 교육	3,500	3.1%	문체부
교육진흥원	예술꽃 씨앗학교 지원	3,500	3.1%	문체부
문예회관연합회	문예회관 문화예술교육 프로그램 지원	1,000	0.9%	문체부

13) ‘사랑티켓’은 2018년 현재 시행되지 않고 있으며, ‘문화예술인 패스 지원’은 사실 예술인 복지사업의 성격이 강한 사업임. ‘장애인 문화예술 활성화 및 향유 지원’에는 장애인 예술향유 뿐 아니라 창작 지원 성격도 있으나 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서는 ‘예술향유’ 지원사업으로 구분함.

실행기관	사업명-소분류	예산금액 (백만원)	비율	출처
문체부	이주배경 청소년 문화감수성 증진	200	0.2%	문체부
교육진흥원	문화예술교육 ODA	100	0.1%	문체부
합계		114,561		

- 공공 부문 ‘문화예술교육’ 지원 예산 중 예술강사 지원 사업은 33.5%를 차지하고 있으며, 지방교육재정 매칭예산까지 합하면 57.4%를 차지할 정도로 높은 비중임.

다. 공공 부문 예술향유 예산 구조

1) 예술향유 지원 실행주체

- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』에서 사용한 데이터를 바탕으로 ‘교육 및 향유’ 지원 예산을 실행주체별로 구분해보면 다음과 같음.
 - 문화체육관광부: 130억 원 1천만 원(4.2%)
 - 문체부 소관 예술지원기관: 1,658억 7천6백만 원(53.5%)
 - 광역자치단체: 706억 7천6백만 원(22.8%)
 - 기초자치단체: 541억 2천5백만 원(17.5%)
 - 광역문화재단: 6,265백만 원(2.0%)

2) 예술향유 지원예산 흐름

- 『2014 공공·민간 예술지원 실태조사』 데이터를 바탕으로 공공 부문 예술지원 예산의 흐름을 살펴본 결과, 예산이 타 기관으로 이전되는 경향이 높음
- 문화체육관광부가 타 기관으로 이전한 예술지원 예산 3,836억 4천1백만 원 중 48.1%가 ‘교육 및 향유’ 지원 사업임
 - 예술향유 지원: 15.9% (‘교육 및 향유’ 지원 예산의 33.1%)
 - 생활예술 지원: 6.2% (‘교육 및 향유’ 지원 예산의 12.9%)
 - 예술교육 지원: 26.0% (‘교육 및 향유’ 지원 예산의 54.1%)

- 문체부 소관 예술지원기관이 타 기관으로 이전한 836억 9천4백만 원 중 67.7%가 ‘예술향유 지원’ 사업임
 - 예술향유 지원: 59.9% (‘교육 및 향유’ 지원 예산의 88.5%)
 - 생활예술 지원: 1.4% (‘교육 및 향유’ 지원의 2.1%)
 - 예술교육 지원: 6.4% (‘교육 및 향유’ 지원의 9.5%)
- 광역자치단체가 기초자치단체로 이전한 98,178백만 원 중 29.7%가 (광의의) 예술향유 사업임
 - (협의의) 예술향유지원: 24.2% (‘교육 및 향유’ 지원 예산의 81.8%)
 - 생활예술지원: 0.9% (‘교육 및 향유’ 지원 예산의 3.0%)
 - 예술교육지원: 4.5% (‘교육 및 향유’ 지원 예산의 15.2%)
- 문화체육관광부 및 문체부 소관 지원기관의 예술향유 지원예산 이전 흐름은 아래 표와 같음.

〈표 3-9〉 문체부/소관기관 ‘교육 및 향유’ 지원예산 사업유형별 출처 및 실행(2014)

출처(단위: 백만원)	예술향유	생활예술	예술교육	합계
문화체육관광부	6,634	18,079	114,561	139,274
한국문화예술위원회	60,100	16,628		76,728
체육기금		600		600
기타	487			487
합계	67,221	35,307	114,561	217,089

실행(단위: 백만원)	예술향유	생활예술	예술교육	합계
문화체육관광부	5,700	7,110	200	13,010
한국문화예술위원회	10,000	18,003		28,003
한국문화예술회관연합회	7,983		4,500	12,483
한국문화예술교육진흥원			109,861	109,861
예술경영지원센터		1,600		1,600
전통공연예술진흥재단	487			487
한국문화원연합회		5,649		5,649
광역자치단체	43,051	2,945		45,996
합계	67,221	35,307	114,561	217,089

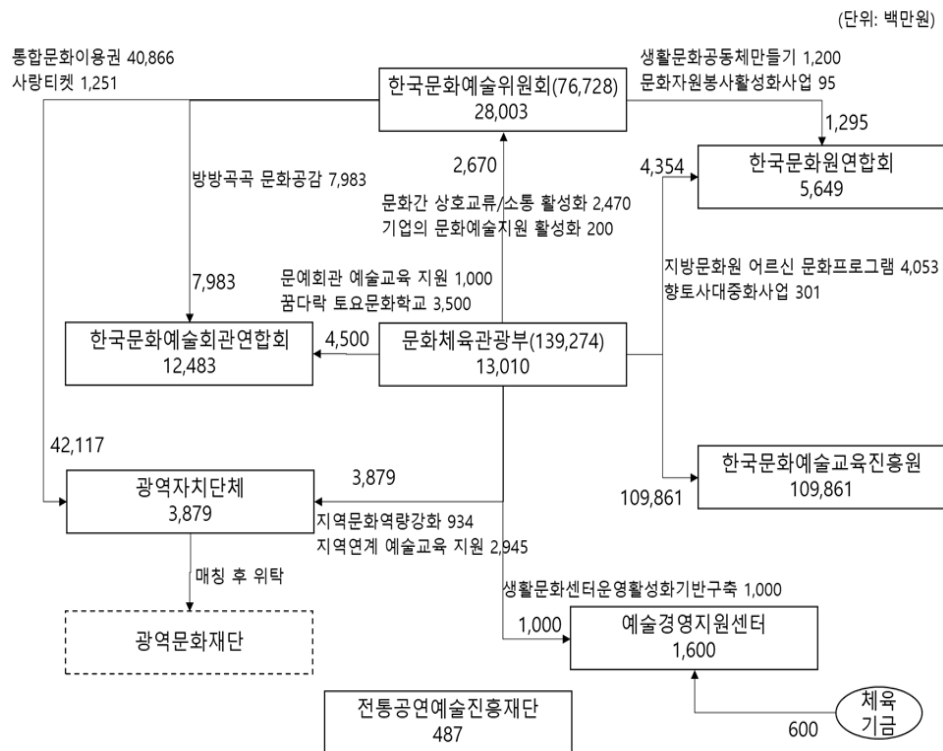
- 예를 들어, 문체부가 재원인 ‘예술향유’ 지원예산 66억 3천4백만 원 중 57억 원은 직접 실행되었고 나머지 9억 3천4백만 원은 타 기관으로 이전되어 실행되었다는 의미임.

〈표 3-10〉 문체부/소관기관 ‘교육 및 향유’ 지원예산 기관별 이전 금액(2014)

(단위: 백만원)

실행 출처	문체부	예술위	문예회관 연합회	교육 진흥원	예술경영 지원센터	전통공연 예술진흥 재단	문화원 연합회	광역시 자치체	합계
문체부	13,010	2,670	4,500	109,861	1,000		4,354	3,879	139,274
예술위		25,333	7,983				1,295	42,117	76,728
체육기금					600				600
기타						487			487
실행합계	13,010	28,003	12,483	109,861	1,600	487	5,649	45,996	217,089

- 위의 표에 따르면, 문화체육관광부가 출처인 ‘교육 및 향유’ 지원 예산은 1,392억 7천4백만 원이고 그 중에서 130억 1천만 원은 직접 실행, 한국문화예술위원회에 26억 7천만 원, 한국문화예술회관연합회에 45억 원, 한국문화예술교육진흥원에 1,098억 6천1백만 원, 예술경영지원센터에 10억 원, 한국문화원연합회에 43억 5천4백만 원, 광역자치단체에 38억 7천9백만 원을 이전하였음.
- 문체부 및 문체부 소관 지원기관의 ‘교육 및 향유’ 지원예산(2014년)이 이전되는 흐름은 다음 그림과 같음.



〈그림 3-1〉 문체부/소관기관 ‘교육 및 향유’ 지원예산 사업별 이전 흐름도(2014)

3) 복잡한 지원체계

- 위의 그림에서 볼 수 있듯이 공공 부문 예술향유 예산 구조는 매우 복잡하게 이루어져 있음
 - 2014년 문체부 및 소관 지원기관의 ‘교육 및 향유 지원’ 예산 2,170억 8천9백만 원 중 1,392억 7천4백만 원(64.2%)은 문체부, 767억 2천8백만 원(35.3%)은 예술위가 재원이지만, 두 기관이 직접 사업을 실행한 금액은 문화체육관광부 130억 1천만 원(예산대비 9.3%)과 한국문화예술위원회 280억 3백만 원(예산대비 36.5%) 정도임.
 - 나머지는 타 기관으로 이전되어 실행됨. 문체부와 예술위로부터 예산을 이전받은 기관은 한국문화예술회관연합회, 한국문화예술교육진흥원, 예술경영지원센터, 전통공연예술진흥재단, 한국문화원연합회, 광역자치단체 등임.

- 일부 사업의 경우에는 타 기관으로 이전한 후 광역자치단체와 매칭을 통해 지역주관처 등으로 재위탁하여 사업이 실행됨.
 - 통합문화이용권 사업의 경우 예술위가 예산을 광역자치단체로 이전하였고 광역자치단체가 예산을 추가로 매칭한 후 지역주관처로 재위탁함.
 - 방방곡곡 문화공감 사업의 경우 예술위가 예산을 한국문화예술회관연합회로 이전한 후 광역문화재단으로 다시 재위탁됨.
- 일부 사업의 경우 실행기관이 변경되기도 함.
 - 생활문화공동체 사업의 경우 2013년에는 예술위에서 한국문화예술교육진흥원으로 이전하였고, 2014년에는 한국문화원연합회로 이전하였으며, 2017년에는 생활문화진흥원(현 지역문화진흥원)으로 이전함.
 - 소외계층문화순회 사업의 경우 2013년에는 한국문화예술회관연합회에 이전하였고, 2014년부터는 한국문화예술위원회가 직접 실행함.
- 복잡한 예산 이전과 사업집행 위탁의 흐름으로 인해 예술향유 지원체계가 복잡한 형태를 유지하고 있음. 복잡한 지원체계는 의사소통 과정이 복잡해짐을 의미함.
- 예술향유 지원사업 예산이 이전되고 실행되는 기관이 자주 변경됨에 따라 사업 집행을 전문성이 축적되지 못했던 점도 있음.

4) 문화복지 관점 향유지원

- 문체부 포함, 전체 공공 부문 예술지원 예산에서 ‘공공시설 및 공공단체 운영’을 제외하면 ‘교육 및 향유 지원’이 가장 높은 비중을 차지함.
 - 특히 ‘예술향유’ 사업의 핵심을 이루는 통합문화이용권은 기초생활수급자, 차상위계층을 수혜대상으로 하고 있으며 소외계층문화순회는 지역적, 사회적 문화소외계층을 수혜대상으로 하고 있음.
 - 방방곡곡 문화공감도 올해부터는 일부 사업에서 서울 지역 문예회관도 참여 가능하게 했지만, 중점 수혜대상은 서울을 제외한 지역의 문

예회관이라는 점에서 문화소외계층을 타겟으로 한다고 볼 수 있음.

- 즉, 현재의 예술향유 지원 사업은 문화소외계층의 접근성 제고에 초점이 맞춰진, 문화복지 측면의 정책이라고 할 수 있음.
- 반면, 현재의 향유지원사업으로는 자발적인 예술수요 확대나 시장확대를 기대하기는 어려움.
 - 현행 향유지원 사업의 수혜대상은 주로 소외계층임. 이에 따라 향유 지원 사업을 통해 예술에 대한 관심이 생긴다 하더라도 이들이 유료 관객으로 전환되기는 어려움.
 - 무엇보다도 통합문화이용권, ‘문화가 있는 날’ 등의 사업은 예술 외에 문화산업, 스포츠, 관광 등 다른 분야까지 포괄하는 향유지원 사업이며 실제로 예술보다 타 분야 관람을 더 많이 하는 실정임(뒷부분에서 살펴보겠음).

제2절 예술향유 지원사업

1. 문화가 있는 날

가. 개요

1) 사업 개념

- ‘문화가 있는 날’은 일상생활 속에서 문화예술을 향유하는 문화를 정착 시키기 위해 매달 마지막 수요일에서 그 주말까지 다양한 문화혜택을 제공하는 사업임.
- ‘문화가 있는 날’은 『문화기본법』 제12조(문화행사)에 근거를 두고 있음.
 - 『문화기본법』 제12조 제2항에서는 “제1항에 따른 행사 외에 국민들이 일상에서 문화를 향유할 수 있도록 문화체육관광부장관은 별도로 문화가 있는 날을 지정·운영할 수 있다”고 규정하고 있음.

2) 사업 전개과정

- ‘문화가 있는 날’은 문화융성위원회와 문화체육관광부에서 2014년 1월부터 시행하였으며, 2015년에는 문화가 있는 날의 확대 실시를 위해서 대표 사업을 육성하였음.
- 2016년에는 문화기본법에 근거를 마련하였으며, 2017년 7월부터는 더 많은 국민이 쉽게 문화를 접할 수 있도록 매달 마지막 수요일에서 주말까지 확대 시행 중임.

3) 사업 목적 및 대상¹⁴⁾

- 사업 목적
 - 온 국민이 일상에서 문화를 쉽게 접할 수 있도록 하는 것을 목표로 함.

14) 문화가 있는 날 홈페이지, <http://www.culture.go.kr/>

- ‘문화가 있는 날’은 문화융성 실현과 국민 개개인의 문화체감을 통해 국민 개인의 행복과 국가 발전의 선순환 체계 형성이 필요하다는 배경에서 시작됨(문화체육관광부 2017a).

○ 사업 대상

- 전 국민 대상

4) 예산

- 문화가 있는 날 사업의 예산은 꾸준히 증가해왔으며 2018년에는 176억 원의 예산이 배정되어 있음.

〈표 3-11〉 문화가 있는 날 사업 예산의 변화

(단위: 백만원)

2014	2015	2016	2017	2018
비예산	13,000	13,000	16,200	17,600

출처 : 문화체육관광부(2015) 「2016년도 예산·기금운용계획」
문화체육관광부(2016b) 「2017년도 예산·기금운용계획」
문화체육관광부(2017b) 「2018년도 예산·기금운용계획」

5) 운영 체계

- 2014년부터 문화융성위원회와 문화체육관광부가 주관하였으나, 현재는 지역문화진흥원(문화가 있는 날 사업추진단)이 주관하고 있음.

6) 주요 혜택

① 할인 또는 무료 입장

- 매달 마지막 수요일 ‘문화가 있는 날’에서 그 주말까지 영화관을 비롯한 공연장, 박물관, 미술관 고궁 등 전국 주요 문화시설의 이용금액을 할인 받거나 무료로 이용할 수 있음.
 - 직장인들이 퇴근 후에 이용할 수 있도록 일부 문화시설은 야간 개방을 하고 있음.

〈표 3-12〉 문화가 있는 날 참여문화시설

구분	내용
영화관	전국 주요 영화관에서 저녁 5~9시에 상영을 시작하는 영화 1회분에 대해 관람료를 9,000원에서 5,000원으로 할인 (카드중복할인 가능, 일부 상영관 제외, 2018년 1월 기준 371개 영화관 참여)
공연장	주요 공연장 공연 할인 및 특별프로그램 운영 (2018년 1월 기준 86개 공연장 참여)
박물관·미술관	박물관·미술관 할인 또는 무료, 연장 개관(2018년 기준 380개 전시 시설 참여)
도서관	도서 대출 권수 확대 및 특별프로그램 운영(2018년 1월 기준 7개 도서관 참여)
문화재	대궁(경복궁, 창덕궁, 창경궁, 덕수궁)과 종묘, 조선왕릉 등 무료개방 (2018년 기준 37개 문화재 참여)
스포츠	프로농구, 프로배구, 프로축구, 프로야구 관람료 50% 할인 및 특별 이벤트 (초등학생 이하 자녀와 부모가 함께 입장하는 경우 동반 부모에 한해, 2018년 1월 기준 98개 스포츠 경기장 참여)
기타	거리공연, 프리마켓, 문화화식, 재능기부, 작은운동회 등 문화프로그램

주: 문화가 있는 날 홈페이지, <http://www.culture.go.kr/>

② 기획사업

- 다양한 문화시설에서 관람료 할인 혜택을 제공하는 것 외에 기획사업을 공모하여 지원하고 있음(아래 표).

〈표 3-13〉 문화가 있는 날 기획사업 내용

구분	내용
문화가 있는 날 지역확산	지역문화 콘텐츠 특성화 사업 -지역 고유의 특성을 활용한 지역 문화가 있는 날 지역 맞춤형 프로그램으로 문화기획자, 문화예술단체 간의 협력을 통해 지역적 파급효과를 줄 수 있는 지역문화 콘텐츠 활성화 프로그램 제공 -사업주관: (재)지역문화진흥원 문화가 있는 날 추진단
	지역 특화프로그램 -지자체와 민간이 협업을 통해 해당 지역의 문화적·지리적 자산을 활용하여 지역민과 관광객 등이 직접 참여하고 즐길 수 있는 지역 특화형 프로그램 제공 -사업주관: 문화체육관광부 지역문화정책과
	청춘마이크 -청년 문화예술가들에게 문화가 있는 날 버스킹 공연기회 부여 및 국민 문화 향유 기회 제공 -사업주관: (재)지역문화진흥원 문화가 있는 날 추진단
	예술 여행 더하기 -상대적으로 관심이 부족한 오페라, 합창, 무용 장르를 기본으로 미디어 아트, 미술, 해설, 인문학, 신기술 등을 가미한 창의적이고 융합적인 중·대규모 공연프로그램을 제공 -전국 8개 대표 문예회관과 14개 협업 문예회관에서 진행 -사업주관: 한국문화예술위원회 예술진흥부

구분		내용
	이야기가 흐르는 예술여행	<ul style="list-style-type: none"> -전통예술에 문학 연기 등 흥미로운 요소를 가미하여 공연 문화의 다양성을 확보하고, 비인기 문화예술 분야의 활성화를 도모하기 위해 전통 음악을 문학과 연극으로 재해석한 음악극 제공 -사업주관: 전통공연예술진흥재단
자발적 문화활동 활성화	생활문화동호회 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> -지역주민과 생활문화동호회가 직접 참여하여 즐길 수 있는 다양한 일상적 문화예술프로그램 및 축제를 지원함으로써 참여자 스스로가 자발적 문화예술 활동을 통해 삶을 풍요롭게 가꾸어 나가는 문화주체로 성장할 수 있도록 지원하는 프로그램 -사업주관: (재)지역문화진흥원 문화가 있는 날 추진단
	직장 문화배달	<ul style="list-style-type: none"> -직장으로 직접 찾아가 직장인 참여·맞춤형 문화예술 프로그램(공연 및 생활 예술 체험) 제공 -사업주관: (재)지역문화진흥원 문화가 있는 날 추진단
	동동동 문화놀이터	<ul style="list-style-type: none"> -유·아동 보육·교육 시설을 대상으로 찾아가는 문화공연 및 예술체험 프로그램 제공 -사업주관: (재)지역문화진흥원 문화가 있는 날 추진단
문화시설 기관 참여기회 확대	작은 음악회	<ul style="list-style-type: none"> -지역 문예회관을 비롯해 지역의 다양한 공간에서 다양한 주제와 테마가 있는 지역 밀착 맞춤형 공연 프로그램을 제공 -전국 48개 문예회관에서 진행 -사업주관: 한국문화예술회관연합회 예술진흥부
	박물관 문화가 있는 날	<ul style="list-style-type: none"> -박물관 전시관람 및 해설 교육체험프로그램, 공연 등 지역 주민들에게 다양한 문화프로그램을 제공하여 문화 향유 기회를 확대하고 문화 격차를 해소하는 프로그램 -전국 44개 사립박물관에서 진행 -사업주관: (사)한국박물관협회
	작은 도서관 문화가 있는 날 / 공공도서관 대출확대 '두배로데이'	<ul style="list-style-type: none"> -전문성을 갖춘 문화예술프로그램 강사 지원을 통해 책과 관련된 강연, 체험, 공연 등 질 높은 독서문화 프로그램을 개발하고 지역민들에게 보급하는 프로그램 -전국 100개의 작은도서관에서 진행 -‘문화가 있는 날’에 전국 약 800여개의 도서관에서 대출 권수를 2배로 확대하는 ‘두배로데이’ 행사 진행 -사업주관: (사)어린이와 작은도서관 협회, 문화체육관광부 도서관정책기획단

주: 문화가 있는 날 홈페이지, <http://www.culture.go.kr>

나. 사업성과

1) 사업 인지도 및 만족도¹⁵⁾

○ ‘문화가 있는 날’ 인지도

- 「문화가 있는 날 인지도 조사」(문화체육관광부 2017)에 의하면 2017년 ‘문화가 있는 날’의 인지도는 60.0%임.
- 이는 2016년 10월 조사 대비 2.2%p 상승한 결과이며, 서울을 제외한 지역에서 증가세를 보였음.

○ ‘문화가 있는 날’ 이용경험

- 「2017 문화가 있는 날 인지도 조사」 대상(N=2,500) 중 문화가 있는 날 참여자 는 869명이었음.
- ‘문화가 있는 날’ 참여자(N=869) 중 58.9%가 가장 많이 참여한 프로그램은 ‘영화관에서 영화관람’이라고 응답함.
- 그 외에 ‘길거리, 공연 등 야외공연’ 12.9%, ‘공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 공연’ 6.6%, ‘프로야구, 축구 등 스포츠 경기’ 5.6%, ‘박물관미술관 등 전시’ 4.5%, ‘도서관 2배 대출’ 4.5% 순으로 나타남.

○ ‘문화가 있는 날’ 만족도

- 문화가 있는 날 참여자(N=869) 중 86.8%(매우 만족 25.0% + 만족 41.7% + 약간 만족 20.1%)가 관람 문화프로그램에 대해 만족하였음.
- 만족도 점수는 7점 만점에 평균 5.75점으로 나타남.

○ ‘문화가 있는 날’ 개선 방안

- 문화가 있는 날에 대해 응답자(N=2,500)의 40.7%가 ‘좋은 제도이지만 다소 개선할 점이 있다’고 평가함.
- 개선할 점이 있다고 응답한 인원(N=1,300)을 대상으로 개선점을 조사한 결과 ‘문화가 있는 날 홍보 강화’가 27.4%로 가장 높게 나타났음.

15) 문화체육관광부(2017c), 「문화가 있는 날 인지도 조사 결과보고서」

- 그 외에 ‘지방에도 혜택을 받을 수 있는 다양한 프로그램 제공’ 19.8%, ‘정시 또는 조기 퇴근할 수 있도록 정부가 제도 마련’ 18.7%, ‘할인 폭을 늘리는 등 더 많은 혜택 제공’이 13.5% 등으로 나타남.

2) 참여시설(2018년)

- 2014년 1월 883개 기관에서 출발하여 2018년 현재 1,498개 기관으로 확대되었음.
- 가장 많은 참여 문화시설이 있는 지역은 서울로 총 353개의 문화시설이 참여하고 있으며, 그 다음이 경기(269개) 지역임.

〈표 3-14〉 문화가 있는 날 지역별 참여 문화시설 현황(2018)

지역	참여 문화시설(개)						
	영화관	공연장	박물관·미술관	도서관	문화재	기타	합계
강원	17	2	25	44	—	15	103
경기	94	14	51	86	12	12	269
경남	28	8	17	45	1	5	104
경북	21	7	22	34	1	14	99
광주	13	5	5	10	—	1	34
대구	19	7	9	9	—	1	45
대전	10	1	4	15	—	—	30
부산	29	12	8	38	—	2	89
서울	74	57	62	139	13	8	353
세종	2	—	—	2	—	—	4
울산	5	2	5	10	—	2	24
인천	25	3	10	50	—	3	91
전남	13	3	18	12	—	12	58
전북	17	2	17	5	2	6	49
제주	5	3	5	—	4	1	18
충남	12	3	16	46	—	7	84
충북	11	2	11	7	—	9	40
전국	—	—	—	—	—	4	4
합계	395	131	285	552	33	102	1,498

문화가 있는 날 홈페이지 <http://www.culture.go.kr>

3) 문제점

- 사업 시행 초기에 지적되었던 여러 문제들을 해결하는 방향으로 추진되어 왔음.
 - ‘문화가 있는 날’이 일률적으로 정해짐에 따라 기관의 특성이나 사정, 지역의 수요에 탄력적으로 대응하는데 어려움이 있다는 지적이 있었음.¹⁶⁾
 - 평일(수요일) 운영에 따라 참여가 어렵다는 문제가 지속적으로 제기되자 현재는 매달 마지막 수요일에서 주말까지 연장되어 실시 중임.
 - 이용 가능한 문화프로그램 부족, 티켓가격 할인 폭 제약 등의 문제를 해결하기 위해 예산을 늘리고 공모 사업을 확대하는 쪽으로 개선해 왔음.
- 그러나 근본적으로는 전 국민을 대상으로 무료 및 할인 문화 프로그램을 지속적으로 제공함에 따라 티켓 가격에 대한 신뢰를 떨어뜨리고, 문화 프로그램은 공짜라는 인식을 갖게 만들 수 있다는 문제점은 여전히 상존하고 있음.

16) 평일(매월 마지막 주 수요일)을 문화가 있는 날로 지정한 것에 대해 상반된 의견이 존재했었는데 이를 수렴하여 현재는 매월 마지막 수요일부터 주말까지 추진 중.

2. 통합문화이용권(문화누리카드)

가. 개요

1) 사업 개념

- 통합문화이용권(문화누리카드)은 경제적인 여건 등으로 인해서 일상생활에서 문화를 누리기 어려운 계층에게 다양한 문화예술 프로그램과 국내 여행 및 체육 활동비용을 지원함으로써 소외계층에게 문화 향유 기회를 제공하는 문화복지 사업임.
- 통합문화이용권은 『문화예술진흥법』 제15조의4(문화이용권의 지급 및 관리)에 근거를 두고 있음.
 - 『문화예술진흥법』 제15조의4 제1항에서 “국가 및 지방자치단체는 「국민기초생활 보장법」에 따른 수급권자, 그 밖에 소득수준이 낮은 저소득층 등 대통령령으로 정하는 문화소외계층에게 문화이용권을 지급할 수 있다”고 규정하고 있음.

2) 사업 전개과정¹⁷⁾

- 2005년 문화부와 예술위에서 문화바우처 시범사업 추진
- 2006년 15개 지역주관처 선정하여 사업 운영
- 2007년 1인당 연간 5천 포인트(연간 5만원 상당) 지원액 상승
- 2011년 전용 카드제 도입 및 기획사업 병행 추진
- 2012년 한국문화예술위원회 문화이용권 사업전담기관 지정
- 2013년 문화, 여행, 스포츠 관람이용권 사업 일원화
- 2014년 통합문화이용권 통합카드 발급

17) 한국문화예술위원회 홈페이지, https://www.arko.or.kr/m1_04/m2_04.do?mode=view&page=&cid=1600111

- 2016년 문화더누리 사업 폐지
 - 2015년 통합문화이용권의 예산은 복권기금, 관광기금, 체육기금으로 구성되었으나, 2016년에는 문예진흥기금으로 추진
- 2017년 개인별 이용액 6만원으로 증액
- 2018년 개인별 이용액 7만원으로 증액
 - 2018년부터는 복권기금으로 사업이 추진됨.

3) 사업 목적 및 대상

- 사업 목적
 - 문화예술 · 여행 · 체육 활동 지원으로 소외계층의 삶의 질 향상과 문화 격차 해소
- 사업 대상
 - 6세 이상의 기초생활수급자 및 차상위계층
 - 2016년부터 청소년 추가발급 연령을 10세~19세에서 6세~19세(학령기 아동 추가)로 확대.¹⁸⁾

4) 예산

- 통합문화이용권 예산 국비와 지방비로 구성되어 있음.
 - 2015년에는 국비 재원이 복권기금, 관광기금, 체육기금이었으나 2016년에는 문화예술진흥기금으로 바뀌었고, 2018년부터는 복권기금으로 바뀜.
 - 통합문화이용권 2015년 예산은 968억 원(국비 680억 원, 지방비 288억 원), 2016년 785억 원(국비 553억 원, 지방비 232억 원), 2017년 992억 원(국비는 699억 원, 지방비 293억 원)이었음.¹⁹⁾
- 2018년 1,167억 원(국비 821억 원, 지방비 346억 원)이 배정됨.²⁰⁾

18) 문화체육관광부(2017a), 「2016년 문화예술정책백서」

19) 문화체육관광부(2017), 상동

20) 문화체육관광부(2018c), 「2018년도 통합문화이용권 사업지침」

5) 운영 체계

- 문화체육관광부와 한국문화예술위원회, 전국 광역·기초 지방자치단체 및 17개 시·도 지역 주관처가 협력하여 진행하는 사업임.



출처: 문화체육관광부(2018c), 「2018년도 통합문화이용권 사업지침」

〈그림 3-2〉 통합문화이용권 사업 추진 체계도

6) 주요 혜택

- 문화예술, 국내 여행, 체육 활동 시 사용할 수 있는 통합문화이용권 발급
 - 1인당 1카드, 연간 7만 원 지원 (동일한 세대 내에서 하나의 카드로 합산 이용 가능)
 - 전국 25,781개 가맹점에서 이용 가능함(2017년 12월 1일 기준).

〈표 3-15〉 문화누리카드 사용처

구분	업종
문화예술	-영화관, 서점, 공연장, 미술관, 전시장, 음반판매점, 사진관
여행	-숙박: 호텔, 콘도, 게스트이, 한옥스테이, 정보화 마을 -운송수단: 철도, 고속버스, 시외버스, 여객선, 렌터카, 항공 -관광여행사, 코레일 관광상품 등 -놀이공원(주요 테마파크, 워터파크 등), 스키장, 수영장 -지역축제 및 관광 명소(휴양림) -온천(온천법 16조에 의거 시장·군수의 허가를 받은 온천에 한함)

구분	업종
체육	-국내 4대 프로스포츠 (축구, 농구, 야구, 배구) 관람권 -국내 4대 프로스포츠 구단 응원용품 (경기장 주변) -수영장, 탁구장, 빙상장, 운동관련 용품(체육사, 체육용품점에 한함)

출처 : 문화누리 홈페이지, <https://www.mnuri.kr/>

○ 나눔티켓

- 통합문화이용권의 부가서비스로 공연이나 전시를 주관하는 문화예술 단체가 기부한 무료 또는 할인 티켓을 이용 가능한 회원에게 제공
- 무료티켓의 경우 월 3회(예매일 기준), 작품당 1인 4매 예매 가능

나. 사업성과

1) 향유 인원

○ 2017년 향유 인원

- 문체부의 「2017년 자체평가 결과보고서」(문화체육관광부 2018a)에 의하면 통합문화이용권은 2017년 1,523,506매 발급되었음.
- 2016년 1,450,801매 카드가 발급된 것과 비교하면 수혜인원 약 7만 명 증가.

○ 향유자 특징

- 「2016년 문화예술백서」에 의하면 2016년 통합문화이용권 총 발급 대상자 1,450,801명 가운데 60대 이상 인구가 415,277명(28.6%)으로 가장 많았으며, 10대 이하 인구가 61,280명(4.2%)로 가장 낮았음
- 또한 2016년 통합문화이용권(문화누리카드) 총 발급 대상자 가운데 기초생활수급자는 총 1,024,574명이었으며, 차상위계층은 426,227명이었음

〈표 3-16〉 연령별 통합문화이용권 발급 현황(2016년)

연령 구분	출생년도	인원(명)	비율(%)
10대 이하	2007~2016	61,280	4.2
10대	1997~2006	325,670	22.5
20대	1987~1996	118,640	8.2
30대	1977~1986	82,510	5.7
40대	1967~1976	231,091	15.9
50대	1957~1966	216,333	14.9
60대 이상	~1956년 이전	415,277	28.6
합계		1,450,801	100.0

출처: 문화체육관광부(2017a), 「2016 문화예술정책백서」

〈표 3-17〉 대상별 통합문화이용권 발급 현황(2016년)

발급대상		발급매수(매)
기초생활 수급자	시설 수급자	49,213
	기초생계급여	746,324
	기초의료급여	113,504
	기초주거급여	16,983
	기초교육급여	98,550
차상위 계층	한부모	158,800
	자활	8,774
	장애수당	49,478
	본인부담 경감대상	139,319
	우선 돌봄	62,531
	장애연금	5,821
	복지시설 거주자	1,504
합 계		1,450,801

출처: 문화체육관광부(2017a), 「2016 문화예술정책백서」

2) 카드 사용건수

○ 2017년 장르별 카드사용 건수

- 2017년도 기준 장르별 카드사용 건수는 도서가 185만 건(37.0%)으로 가장 많았고, 그 다음이 영화 분야가 179만 건(35.9%), 항공/여객 48만 건(9.7%) 순이었음.
- 공연 8만 5천 건(1.7%), 전시 1천여 건(0.02%)으로 낮게 나타남.

〈표 3-18〉 통합문화이용권 이용실적(2017)

장르	승인건수		승인금액	
	(단위: 건)	(%)	(단위: 백만원)	(%)
도서	1,850,273	37.0	40,825	49.2
음반	95,788	1.9	1,769	2.13
영화	1,795,490	35.9	21,523	26.0
공연	85,977	1.7	1,626	2.0
전시	1,065	0.02	18	0.02
문화일반	149,767	3.0	3,6221	4.4
문화체험	35,990	0.7	1,092	1.3
숙박	39,127	0.8	879	1.1
철도	295,694	5.9	3,144	3.8
항공/여객	484,874	9.7	4,538	5.5
여행사	11,287	0.2	607	0.7
관광지	64,074	1.3	898	1.1
테마/레저	66,617	1.3	1,625	2.0
스포츠	29,363	0.6	733	0.9
합계	5,005,386	100.0	82,900	100.0

출처: 한국문화예술위원회 내부자료

3) 문제점

○ 이용자 편의성 제고를 위한 개선 노력

- 통합문화이용권 사업은 이용자의 편의성 제고를 위해 1인당 지원금액(3만원 → 7만원) 증가, 가구당 합산 사용 허용, 전용 카드제 도입, 사용처 확대, 나눔티켓 등 부가서비스 확대 등을 추진해옴.
- 지속적으로 통합문화이용권 가맹점이 확대되어 왔으나 수도권 이외의 지역은 여전히 가맹점이 부족하다는 지적이 있었음. 특히 자발적으로 카드 발급·이용이 어려운 대상자(고령자, 격오지 지역 주민, 장애인 등)들의 편의성 제고를 위한 지역 내 다양한 가맹점 발굴 등 문화누리카드 이용 지원 서비스 확대 필요하다는 지적이 있음(문화체육관광부 2018a).

○ 예술향유 관련 저조한 사용

- ‘문화바우처’ 사업으로 시작된 통합문화이용권 사업은 당초 15개 지역별 주관처에서 선정한 해당 지역 내 문화예술 프로그램을 수혜자들이 바우처 인터넷 홈페이지에서 신청하여 참여하도록 하였음.
- 그러나 2011년 포인트제에서 전용 카드제로 전환되면서 수혜자들의 선택 폭이 크게 넓어졌고, 이에 따라 예술 분야에 사용하는 비중이 큰 폭으로 줄어들음. 전용 카드제 도입 이전에는 사용 건수의 50% 이상이 공연이었으나 카드제 도입 이후 공연은 1%대 수준으로 크게 축소되었음.²¹⁾ ‘수혜자들이 문화예술 향유 역량, 경험이 부족한 상태에서 정보 비용 등의 부담을 고려하여 나타난 결과’로 볼 수 있음(용호성 2011).
- 통합문화이용권이 도서 구매, 영화 관람 등에 집중 사용되는 자세한 이유에 대해서는 본격적인 연구가 필요하겠으나, 어쨌든 현재 통합문화이용권의 사용 실태를 봤을 때 이 사업은 결과적으로 예술 향유 지원과는 크게 관련 없는 사업이라고 할 수 있음.

21) 2011년 10월 말 기준 문화카드 이용 건수가 가장 많은 분야는 도서(44.22%)였고, 그 외에 영화(39.20%), 문화일반(13.30%), 음반(2.65%), 연극(0.37%), 전시(0.12%), 뮤지컬(0.09%), 전통(0.05%) 순이었음.

3. 소외계층문화순회 사업(신나는 예술여행)

가. 개요

1) 사업 개념

- 소외계층문화순회 사업(신나는 예술여행)은 문화소외 지역을 찾아가 다양한 문화예술 향유 및 참여 프로그램을 제공함으로써 문화 소외계층에 대한 문화 향유권 신장 및 문화 양극화 해소에 기여하기 위한 사업임.

2) 사업 전개 과정²²⁾

- 2004년 복권기금 전입 및 소외계층문화순회사업 개시
- 2008년 정부부처 및 유관기관 협력기관 협조체계 도입
- 2011년 수요자 맞춤형 사업으로 개편
- 2013년 국정과제 ‘지역 특성에 맞는 문화도시·문화마을 조성 및 지역 문화격차 해소’로 사업 확대
- 2017년 생애주기별 프로그램 구성으로 수혜자 맞춤형 프로그램 강화, 신규제작공연 지원 및 신규 지원 대상 발굴

3) 사업 목적 및 대상²³⁾

- 2018년 재원이 복권기금에서 문예진흥기금으로 변경되면서 사업목적과 대상에 변화가 생김.
- 사업 목적
 - 문화소외계층 대상 문화예술 향유 및 참여 프로그램 제공을 통해 문화 향유권 신장 및 문화 양극화 해소에 기여

22) 한국문화예술위원회 홈페이지, https://www.arko.or.kr/m1_04/m2_04.do?mode=view&page=&cid=1600112

23) 소외계층문화순회 홈페이지, <http://www.artstour.or.kr/homepage/arko/funny.do>

- 2018년에는 ‘예술단체의 작품 발표 기회 지원 및 역량강화를 위한 창작환경 조성’도 사업목적으로 추가됨.

○ 사업 대상

- 일반국민으로 사업 수혜대상 범위 확대함
- 재원이 복권기금이던 2017년까지는 소외계층을 수혜대상으로 삼았으나 재원이 문예진흥기금으로 바뀐 2018년부터 일반 국민도 수혜대상에 추가시킴.

〈표 3-19〉 소외계층문화순회 사업 대상

구분	대상
경제적 소외계층	기초생활수급자, 차상위계층, 임대주택 거주자
사회적 소외계층	장애인, 노인, 요양원·쉼터, 복지시설이용자, 의료시설 등
지리적 소외계층	읍, 면 동&, 도서(섬), 산간벽지, 산업단지공단 지역민 등
특수 소외계층	교정시설 수용자, 군인, 새터민 등
문화 소외계층 및 일반국민	연간 순수예술 관람경험이 적은 문화 소외계층 및 일반 국민

4) 예산

- 2004년 문예진흥기금 모금 중지 이후 복권기금이 편입되면서 시작된 사업이었으나 2018년부터 문예진흥기금으로 편성됨.
- 2017년 예산은 사업이 시작된 후 꾸준히 증가해왔으며 2018년 예산은 대략 210억 1천 6백만 원임.

〈표 3-20〉 소외계층문화순회 사업 예산의 변화

(단위: 백만원)

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
5,800	8,000	9,300	9,530	10,000	10,000	20,000	21,119	21,016

출처 : 한국문화예술위원회. (2015). 「2015년 복권기금 문화나눔사업 성과 및 타당성 연구」 및 한국문화예술위원회 (2016). 「2016년 복권기금 문화나눔 세부사업계획」, 한국문화예술위원회. (2017). 「2017 소외계층문화순회사업 지원신청 안내」, 한국문화예술위원회. (2017). 「방방곡곡 문화공감 사업결과보고서」, 복권위원회. (2017). 「2017년도 복권 및 복권기금관련 정보공개」 재구성

○ 사업 당 지원규모

- 지원규모는 공연 1회당 500만원 내외로, 최대 700만원내외까지 차등 지급

- 지원 금액은 1회 공연의 출연료, 스태프 사례비, 여비(이동경비, 숙박비), 제반시설임차료(조명, 음향, 무대 등), 홍보물 제작비, 보험료 등을 포함한 총 금액임.

5) 운영 체계

- 2014년부터 한국문화예술회관연합회에서 한국문화예술위원회로 주관 변경
 - 매년 한국문화예술위원회가 소외계층문화순회사업 사업 수혜시설 및 예술단체 공모를 통해 선정한 후 프로그램 매칭을 통해 사업을 추진함.

6) 사업 유형

- 순회처 매칭형 프로그램
 - 수혜대상을 생애주기별(아동기, 청소년기, 성인기, 노년기) 및 특수계층으로 세분화.
 - 선정 예술단체의 특성과 순회처의 선호 프로그램을 상호 검토하고 매칭하여 프로그램을 제공.
- 순회처 발굴형 프로그램
 - 자발적 신청이 불가능한 수혜대상의 특성을 고려한 프로그램을 기획, 구성, 개발하여 순회활동 추진.
 - 지역 내 자생적 문화향유 프로그램을 발굴·확산하여 문화를 통한 지역공동체의 사회적 가치 추구.
- 소규모 순회 프로그램
 - 2018년 재원이 복권기금에서 문예진흥기금으로 바뀌면서 수혜 대상이 소외계층 외에 일반 국민도 추가되었으며, 사업목적에서도 예술향유 증진 뿐 아니라 ‘예술단체의 작품발표기회 지원 및 역량강화를 위한 창작환경 조성’도 추가됨.
 - 이에 따라 지역 기반 소규모 예술단체 및 청년예술가가 해당 지역(소재지 기준) 내 문화소외계층 대상을 직접 발굴하여 지역 특색을 반영한 소통·참여형 문화예술 프로그램 진행하도록 하는 사업유형

인 ‘소규모 순회 프로그램’을 추가함.

- 문화소외계층(복지시설)을 포함하여 일반국민(다중집합시설 등)도 대상으로 할 수 있음.

〈표 3-21〉 소외계층문화순회 프로그램

사업유형		수혜대상
순회처 매칭형	이동시설 순회사업	- 아동복지사업을 하고 있는 사회복지 관련 시설(초등학교, 병원 학교 등)
	청소년시설 순회사업	- 청소년 쉼터 및 청소년 사회복지 관련 시설(중·고등학교 등)
	장애인시설 순회사업	- 장애인복지사업을 하고 있는 사회복지 관련 시설(특수학교 등)
	노인시설 순회사업	- 노인복지사업을 하고 있는 사회복지 관련 시설(노인요양병원 등)
	일반시설 순회사업	- 임대아파트, 산업시설, 다중집합시설 및 교통요지 등
	특수계층시설 순회사업	- 새터민 관련 시설, 교정시설, 군부대, 의료시설 등
	대상자맞춤형 신규프로그램	- 아동, 청소년, 장애인, 노인, 일반, 특수계층 등 대상자에 맞는 신규 프로그램
순회처 발굴형	이웃사촌 순회사업	- 농산어촌을 포함하여, 문화소외지역 주민을 대상으로 하는 공연, 문화 예술 체험, 전시 등 - 찾아가는 서비스와 모셔오는 서비스를 활용한 다양한 주민 참여 유도 프로그램 - 지역문화공간 등을 활용한 공연, 체험, 전시 프로그램 운영
	도서지역 순회사업	- 연륙교로 이어지지 않은 도서지역의 지역민 대상 연계 프로그램
	문화올타리순회	- 사회적기업·사회적협동조합·일반예술단체들이 해당 지역의 지역자원(지역기반 예술가 및 예술단체, 기획자, 향유자 등 네트워크)을 활용하여 문화예술 향유 프로그램 발굴·제작 보급
	문학순회	- 지역 문화공간을 활용하여 문학 소외계층 및 소외지역 대상으로 문학 향유 프로그램 운영
소규모 순회	수도권 강원권 전라권 경상권 충청권 제주권	- 지역기반 예술단체·청년예술가가 해당 지역(소재지) 내 문화소외계층 대상을 직접 발굴하여 지역 특색을 반영한 소통·참여형 문화예술 프로그램 진행 - 문화소외계층(복지시설)을 포함한 일반국민(다중집합시설 등) 대상 가능

주: 소외계층문화순회(신나는 예술여행) 홈페이지, <http://www.artstour.or.kr>

나. 사업 성과

1) 향유 인원

○ 2017년 향유 인원

- 문체부 「2017년 자체평가 결과보고서」(문화체육관광부 2018a)에 의하면 향유인원은 소외계층문화순회의 경우 775,261명으로 집계.

2) 참여 단체

○ 2017년 참여 단체

- 2017년도 소외계층문화순회에 참여한 단체는 총 353개 단체임
- 사업별로는 순회처 매칭형 프로그램에 209개의 단체, 순회처 발굴형 프로그램에 37개의 단체, 소규모 순회 프로그램에 107개의 단체임

〈표 3-22〉 소외계층문화순회 프로그램 참여 단체(2017)

사업유형		참여 단체 수	합계
순회처 매칭형	아동시설 순회사업	47	209
	청소년시설 순회사업	28	
	장애인시설 순회사업	20	
	노인시설 순회사업	39	
	일반시설 순회사업	42	
	특수계층시설 순회사업	27	
	대상자맞춤형 신규프로그램	6	
순회처 발굴형	이웃사촌 순회사업	7	37
	대규모공연 순회사업	2	
	도서지역 순회사업	3	
	문학 순회사업	24	
	성과확산 순회사업	1	
소규모 순회	수도권	32	107
	강원권	10	
	전라권	20	

사업유형		참여 단체 수	합계
	경상권	20	
	충청권	20	
	제주권	5	
합계		353	

출처: 한국문화예술위원회 홈페이지 <http://www.arko.or.kr/>

3) 문제점

○ 사업의 지속적인 변화

- 소외계층문화순회 사업은 수혜자가 문화서비스 프로그램을 선택하는 방식이 아니라 주관 기관에서 수혜처와 예술단체를 매칭하는 형태로 추진되어 왔음. 이 때문에 수혜자의 문화적 취향과 프로그램 선택 권한이 주관 기관에게 위임되어 있다는 근본적인 한계가 있었음.
- 이를 개선하기 위해 ‘순회처 발굴형 프로그램’ 등 현장의 요구와 상황에 부응할 수 있는 새로운 사업 유형이 개발되어 왔음.
- 긍정적인 관점에서는 사업을 꾸준히 보완해왔다고 볼 수 있지만, 부정적인 관점에서는 재원, 운영주체, 사업유형 등이 끊임없이 변하면서 사업이 안정적으로 자리 잡지 못했다고도 볼 수 있음.

○ 2018년 재원이 복권기금에서 문예진흥기금으로 변경됨에 따라 사업 방향성 · 전략 재검토 필요

- 2018년부터 재원이 복권기금에서 문예진흥기금으로 변경됨에 따라 경제적 소외계층 대상의 문화복지 측면만을 강조해야 되는 부담에서 벗어났음.
- 실제로 소외계층문화순회 사업은 사업 대상에 ‘일반 국민’을 추가했으며 사업 목적에도 ‘예술단체의 작품발표기회 지원 및 역량강화를 위한 창작환경 조성’을 추가하는 등, 소외계층 문화향유 지원이라는 이전의 사업 성격에서 상당히 벗어난 목표를 천명하고 있음.
- 지역 기반 소규모 단체 및 예술가들을 지원하는 ‘소규모 순회 프로그램 사업’ 유형이 만들어져 일반 국민도 수혜대상으로 삼는 것도 위와

같은 취지를 반영한 것이라 할 수 있음.

- 그러나 아직까지 전반적인 소외계층문화순회 사업의 방향성과 정체성이 확립되지 못한 상황임(한국문화예술위원회 2017).
- 소외계층문화순회 사업이 보편적 예술향유로 확장해 나갈 것인지, 혹은 예술적 수월성 증진의 목표로 하는 사업이 될 것인지 등 사업의 방향성과 정체성에 대해 재점검해야 되는 시점임.

4. 방방곡곡 문화공감 사업

가. 개요

1) 사업 개념

- 지역 문예회관이 우수한 공연을 유치, 기획, 제작할 수 있도록 지원함으로써 문화소외지역 주민들이 양질의 수준 높은 공연을 관람할 수 있는 기회 제공(한국문화예술위원회 2015)

2) 사업 전개과정²⁴⁾

- 2004년 복권기금 전입으로 사업 개시
 - 문예진흥기금 모금 중단 이후 복권기금을 바탕으로 ‘지방 문예회관 특별프로그램 지원’ 사업이 만들어짐.
- 2014년 사업 통합운영에 따른 사업명 변경
 - 2008년부터 지방 중소도시 주민들의 문화예술 향유권을 증진하고, 국립예술단체와 문예회관의 활성화를 돕기 위해 실시하던 ‘국립예술단체와 함께하는 방방곡곡 문화공감’(국립예술단체 우수공연 지방문예회관 순회지원) 사업과 ‘지방 문예회관 특별 프로그램’(민간예술단체 우수공연 지방문예회관 순회지원) 사업을 통합하여 ‘문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감’ 사업으로 변경.
 - 2017년 지역 문예회관의 특성화, 전문화된 제작 역량 강화를 위한 ‘문예회관 레퍼토리 제작 프로그램’ 신설

3) 사업 목적 및 대상

- 사업 목적²⁵⁾
 - 문화예술의 창의적 기반을 튼튼히 하고 문화예술을 온 국민과 더불어

24) 한국문화예술위원회 홈페이지, https://www.arko.or.kr/m1_04/m2_04.do?mode=view&page=&cid=1600113

25) 한국문화예술위원회(2017b), 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」

어 누리고자 복권기금 재원으로 추진하여 문화예술 발전의 밑거름인 지역 문화예술 성장을 도모하는 프로그램 운영

- 전국 방방곡곡에 수준 높은 문화예술의 나눔을 통해 소외지역 주민들의 삶의 질 향상에 기여하고 국민 개개인의 문화수준을 향상시켜 문화적 격차 해소를 문화복지정책 실현
- 지역 문예회관의 기획 역량 강화로 지역문화예술 수준 제고 및 문예회관 활성화 기여

○ 사업 대상

- 지역 문예회관 대상
- 2017년까지 서울 지역은 지원대상에서 제외되었으나, 2018년부터 ‘문예회관 기획 프로그램 지원’의 경우 서울 지역 문예회관도 지원.
- 결국 1차 수혜자는 문예회관, 2차 수혜자는 공연단체, 3차 수혜자는 지역주민이 되는 방식임(한국문화예술회관연합회 2017).

4) 예산

- 방방곡곡 문화공감 사업의 예산은 꾸준히 증가했으며 현재는 150억 원 수준을 유지하고 있음.

〈표 3-23〉 방방곡곡 문화공감 사업 예산의 변화

(단위: 백만원)

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
2,500	3,375	3,035	2,883	7,983	8,000	15,000	15,000	15,000

주 : 한국문화예술위원회(2015), 「복권기금 문화나눔사업 수혜대상(문화소외계층) 수요조사 연구」

한국문화예술위원회 (2016), 「2016년 복권기금 문화나눔사업 성과연구」

한국문화예술위원회(2017b), 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」

○ 사업 당 지원규모²⁶⁾

- 민간 예술단체 우수공연 프로그램과 국·공립 예술단체 우수공연 프로그램의 사업 당 지원규모는 자치단체의 재정자립도에 따라 차등 지급

26) 한국문화예술위원회(2017b), 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」

- ‘민간우수공연 프로그램 지원’의 경우, 지역 문예회관에서 유치한 우수공연에 대해 초청경비 40%~60%를 문예회관에 차등 지원 사업
- ‘문예회관 기획 프로그램 지원’과 ‘문예회관 레퍼토리 제작개발 프로그램’ 지원은 프로그램 특성에 따라 사업 심사 시 지원액을 결정
- 문예회관 공연 활성화 프로그램은 전액 지원

5) 운영 체계

- 방방곡곡 문화공감 사업은 한국문화예술회관연합회에서 총괄 운영하고 있음
 - 사업 주최: 문화체육관광부, 한국문화예술위원회
 - 사업 주관: 한국문화예술회관연합회

6) 사업 유형

- 민간 예술단체 우수공연 프로그램
 - 민간 예술단체의 예술 활동 기회 제공 및 유통 활성화, 장르 불균형 해소 및 지역민에게 다양한 프로그램 제공 목적
 - 지원 대상을 중·대규모(1천만 원 이상) 프로그램과 소규모(1천만 원 이하) 프로그램으로 세분화
 - 공모를 통해 연중 공연이 가능한 민간예술단체 우수공연 프로그램을 선정하고 해당 작품을 제작·운영하는 민간 예술단체 및 기획사 지원
- 국·공립 예술단체 우수공연 프로그램
 - 국립예술단체 외에 공립예술단체(도·시·군립) 및 문예회관에서 자체 제작하여 레퍼토리화된 공연 프로그램까지 참여를 확대시켜 다양한 프로그램 유통 및 지역민들에게 수준 높은 프로그램 공연 관련 기회 제공이 목적
 - 국내에서 제작되어 상연된 국·공립 예술단체의 우수공연 레퍼토리로 문예회관에서 연중 공연이 가능한 작품을 공모를 통해 선정하고 지원함
- 문예회관 기획 프로그램
 - 지역 문예회관이 기획·창작 역량 강화를 위해 문예회관 공연, 전시 프로그

램의 지원 및 방방곡곡 문화공감 사업의 정책 공감대 확산, 대국민 인지도 강화, 문예회관 시설 등을 활용한 대규모 문화공연 등을 추진하여 문예회관 간 협업을 유도하고 지역 문화 발전에 기여

- 문예회관에서 직접 구성한 공연·전시 기획 프로그램을 공모를 통해 선정하고 지원함

○ 문예회관 레퍼토리 제작개발 프로그램

- 특성화·전문화된 문예회관의 다양하고 수준 높은 레퍼토리를 개발하여 지역 문예회관의 역량 강화를 도모

○ 문예회관 공연 활성화 프로그램

- 재정 기반이 열악한 문예회관을 활성화하고 지역민의 문화향수권을 신장하기 위하여 문예회관의 공연 활성화 프로그램을 운영하고 이르 통해 문화격차 해소

〈표 3-24〉 방방곡곡 문화공감 사업 프로그램

사업유형	주요내용	지원 방식
민간 예술단체 우수공연 프로그램	작품성 및 대중성 등에서 검증된 민간 예술단체의 우수공연 프로그램을 선정하여 지역 문예회관에서 유치한 우수 공연에 대해 초청경비 일부 지원	자치단체의 재정지립도에 따라 차등지원
국·공립 예술단체 우수공연 프로그램	국·공립 예술단체의 전막 공연 등 우수공연 프로그램을 선정하여 지역 문예회관에서 유치한 우수공연에 대해 초청 경비 일부 지원	
문예회관 기획 프로그램	지역 기반 전문 문화예술단체 또는 상주단체를 활용하여 문예회관이 자체적으로 기획·운영하는 기획 프로그램 운영 경비 일부 지원 (서울 지역 문예회관도 포함)	프로그램 특성에 따라 사업 심사 시 지원금액 결정
문예회관 레퍼토리 제작개발 프로그램	문예회관별 순수예술 제작 프로그램 지원 강화에 따라 지역 문화의 특성을 반영한 문예회관의 자체 제작 프로그램을 제작할 수 있도록 운영경비 일부 지원	
문예회관 공연 활성화 프로그램	전국문화기반시설 편람에 등록된 문예회관 중에서 예산부족 등으로 재정이 열악한 비활성화 지역 문예회관을 대상으로 민간 우수공연 프로그램에 선정된 우수공연 유치에 대해 초청경비 전액 지원	초청경비 전액지원

주: 문화체육관광부(2018d), 「2018 방방곡곡 문화공감 사업계획」

나. 사업 성과

1) 향유 인원

○ 2017년 향유 인원

- 「2017년도 문예회관과 함께 하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」(2017)에 의하면 방방곡곡 문화공감 사업의 향유인원은 716,318명으로 집계
- 지역별 전체 향유인원은 161,900명으로 경기도가 가장 많았으며, 그 다음이 전남(79,441명), 경남(61,683명) 순이었음
- 지역별 향유인원 중 소외계층은 총 234,045명이었으며, 경기도가 가장 많은 38,840명, 충남 26,445명, 전남 22,543명 순이었음.
- 지원 유형별 향유인원은 ‘민간 예술단체 우수공연 프로그램’이 356,007명(49.70%)으로 가장 많았으며, ‘문예회관 기획 프로그램’이 283,770명(39.62%)으로 그 다음이었음.

〈표 3-25〉 방방곡곡 문화공감 사업 지역별 향유인원(2017)

(단위: 명, %, 명, %)

지역	수혜현황			
	향유자 수	비율	소외계층	비율
강원	54,671	7.63	20,747	8.86
경기	161,900	22.60	38,840	16.60
경남	61,683	8.61	21,184	9.05
경북	45,437	6.34	19,502	8.33
광주	19,524	2.73	6,442	2.75
대구	54,270	7.58	14,224	6.08
대전	6,597	0.92	1,962	0.84
부산	33,261	4.64	15,961	6.82
세종	249	0.03	78	0.03
울산	14,349	2.00	2,041	0.87
인천	23,446	3.27	8,246	3.52
전남	79,441	11.09	22,543	9.63
전북	50,432	7.04	14,777	6.31

지역	수혜현황			
	향유자 수	비율	소외계층	비율
제주	11,895	1.66	3,317	1.42
충남	55,662	7.77	26,445	11.30
충북	43,481	6.07	17,736	7.58
합계	716,318	100.00	234,045	100.00

주: 한국문화예술위원회(2017b), 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」

〈표 3-26〉 방방곡곡 문화공감 사업 지원 유형별 향유인원(2017)

(단위: 명, %)

사업유형	지원현황	
	수혜 인원	비율
민간 예술단체 우수공연 프로그램 지원	356,007	49.70
국·공립 예술단체 우수공연 프로그램 지원	55,305	7.72
문예회관 기획 프로그램 지원	283,770	39.62
문예회관 레퍼토리 제작개발 프로그램 지원	16,355	2.28
문예회관 공연 활성화 프로그램 지원	4,881	0.68
합계	716,318	100.00

주: 한국문화예술위원회(2017b), 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」

2) 참여 단체

○ 2017년 참여 단체

- 2017년도 방방곡곡 문화공감 사업에 참여한 단체는 총 479개 단체임.
- 사업별로는 ‘민간 예술단체 우수공연 프로그램 지원’ 283개 단체(중·대규모 161개, 소규모 122개), ‘국·공립 예술단체 우수공연 프로그램 지원’ 98개, ‘문예회관 기획 프로그램 지원’ 88개(공연기획 48개, 전시 기획 39개, 특별기획 1개), ‘문예회관 레퍼토리 제작 개발 프로그램 지원’ 4개, ‘문예회관 공연 활성화 프로그램 지원’ 6개 단체임.

〈표 3-27〉 방방곡곡 문화공감 사업 참여 단체(2017)

사업유형		지원현황		
		지원 기관 수	지원 작품 수	지원 건수(횟수)
민간 예술단체 우수공연 프로그램 지원	중·대규모	161개	402건	388건(557회)
	소규모	122개	138건	128건(167회)
국·공립 예술단체 우수공연 프로그램 지원		98개	98건	98건(110회)
문예회관 기획 프로그램 지원	공연기획	48개	48건	48건(307회)
	전시기획	39개	40건	40건(1,131회)
	특별기획	1개	1건	1건(3회)
문예회관 레퍼토리 제작개발 프로그램 지원		4개	4건	4건(36회)
문예회관 공연 활성화 프로그램 지원		6개	24건	24건(25회)
합계		479개	755건	731건(2,336회)

주: 한국문화예술위원회(2017b), 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」

○ 2017년 지역별 지원 현황

- 2017년도 방방곡곡문화공감 사업에서 경기도가 103건(15.3%)으로 가장 많은 지원을 받았으며, 그 다음이 전남으로 90건(12.1%)이었음

〈표 3-28〉 방방곡곡 문화공감 사업 지역별 지원 현황(2017)

(단위: 개, 건, %)

지역	지원현황		
	문예회관 수	지원 건수	지원 비율
강원	14	62	8.5
경기	26	103	15.3
경남	18	74	10.9
경북	19	71	9.6
광주	5	20	2.3
대구	11	35	5.3
대전	4	8	1.1
부산	10	35	3.6
세종	1	1	0.1
울산	4	14	1.4
인천	9	31	3.1
전남	18	90	12.1
전북	12	56	9.0
제주	3	15	2.5
충남	17	75	10.0
충북	11	41	5.1
합계	182	731	100.0

주: 한국문화예술위원회(2017b), 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」

3) 문제점

○ 무료 관람 및 저가 정책

- 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」(2017)에서는 ‘문예회관 유료 공연관람 문화 정착과 지역민의 문화 예술 관람 기회 확대를 위해 무료 관람을 지양하고 저가 입장료 책정을 권장할 필요’가 있다고 지적하고 있음.
- 방방곡곡 문화공감 사업은 복권기금 지원사업으로 진행되면서 소외계층 문화향수권 신장에 초점을 맞추다 보니 무료 관람 비중이 높게 나타나는 경향을 보인 것임. 그러나 문예회관의 활성화와 나아가 예술생태계의 선순환 구조 기반을 마련하기 위해서는 유료 관객의 확보가 필수적인 것이 사실임.
- 이에 따라 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과보고서」에서는 국민 문화 향유기회 확대와 문예회관의 경쟁력 강화라는 두 가지 상반되는 지점을 모두 충족하기 위해 저가 입장료(약 2만원 미만)를 지향할 것은 제안한 것임.

○ 저가 정책과 예술생태계 활성화

- 현재 가격할인 위주의 마케팅으로 인해 티켓가격 신뢰성이 매우 낮은 국내 공연 시장 상황에서, 정책적으로 저가 공연물을 지속적으로 공급하는 것이 예술 생태계의 선순환 구조 마련에 장기적으로 적절한 것인지 검토할 필요가 있음.

○ 향유 지원 vs. 문예회관 활성화

- 근원적으로는 방방곡곡 문화공감 같은 지원사업이 마련될 수밖에 없었던 지역 문예회관 운영의 문제점에 대해 재검토할 필요가 있음.
- 1990년대부터 본격적으로 건립되기 시작한 지역 문예회관은 콘텐츠를 어떻게 채울 것인지 구체적인 계획 없이 지어진 경우가 상당히 많음.
- 그 결과, 2017년 현재 문예회관의 평균 가동률은 48.1%, 공연 프로그램 가동률은 35.6%, 평균 연간 공연일수 51.5일 수준임(한국문예회

관련협회 2017).

- 각 문예회관들이 해당 지역의 문화적 역량과 수요를 잘 반영하여 나름의 독특한 색깔을 지닌 문화기관이 되도록 지원해야 근본적인 운영 활성화를 도모할 수 있음. 즉, 각 문예회관별 운영 역량이 제고되도록 하기 위한 근본적 지원인 전문인력, 사업예산 등이 지원되는 것이 필요함. 그러나 이런 방식이 아니라 중앙에서 콘텐츠를 뿌려주는 방식으로 지원체계가 이뤄져왔음.
- 여기에 예술향유 지원이라는 명목까지 더해진 상황임. 즉, 방방곡곡 문화공감 사업은 문화소외계층을 위한 예술향유 지원 외에 지역 문예회관들의 운영 활성화 지원 성격이 더해진 사업임.²⁷⁾
- 소외계층 예술향유 지원과 공연장 운영 활성화는 사실상 상반된 방향의 목표인 만큼 현재의 방식대로 지원이 지속될 것인지에 대해 근본적으로 검토할 필요가 있음.

27) 한국문화예술위원회 홈페이지, https://www.arko.or.kr/m1_04/m2_04.do?mode=view&page=2&id=362855

5. 생활문화동호회 활성화 지원

가. 개요²⁸⁾

1) 사업 개념

○ 생활문화동호회

- ‘생활문화동호회’는 무용, 음악, 미술, 사진 등 문화예술 활동을 공통의 관심사로 공유한 자발적 모임으로, 생활문화 확산의 핵심이 되는 공동체 단위

○ 생활문화동호회 활성화 지원사업

- 국민의 일상 속 문화 향유 확대를 위해 마련된 ‘문화가 있는 날’ 기획 사업의 일환
- 지역주민과 생활문화동호회가 직접 참여하여 즐길 수 있는 다양한 일상적 문화 프로그램 및 축제를 지원

○ 「지역문화진흥법」 제7조(생활문화 지원) 근거

- 「지역문화진흥법」에서 국민의 생활공간에서의 문화예술 향유활동을 지원하는 법적 근거 마련
- 문화예술 동호회 활동을 위한 공간 제공과 이에 따른 예산 지원 근거

「지역문화진흥법」 제7조(생활문화 지원)

- ① 국가와 지방자치단체는 생활문화를 활성화하기 위하여 주민 문화예술단체 또는 동호회의 활동을 지원할 수 있다.
- ② 국가 또는 지방자치단체가 설치하여 운영하는 문화시설의 운영자는 시설 운영에 지장이 없는 범위에서 주민 문화예술단체 또는 동호회 활동을 위한 공간을 제공할 수 있다.
- ③ 개인·기업 등 민간이 설립한 문화시설의 운영자가 주민 문화예술단체 또는 동호회에게 활동 공간을 제공할 경우 국가와 지방자치단체는 이와 관련한 비용을 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

28) 지역문화진흥원(2018), 「2018 ‘문화가 있는 날’ 생활문화 동호회 활성화 지원사업 공모안내

2) 사업 전개과정

- 2014년 ‘문화가 있는 날’ 사업과 연계하여 생활문화동호회 지원사업 추진
- 2014년 「지역문화진흥법」 제정으로 생활문화 활성화를 위한 문화예술 동호회 지원 가능하게 됨.
 - 생활문화센터 조성 지원사업을 통해 지역 내 동호회 거점 공간 제공
- 2018년부터 이미 형성된 동호회 간의 ‘교류·발표 단계’ 지원 뿐 아니라 동호회 ‘형성 단계’ 및 ‘확장 단계’ 지원을 추가
 - (형성단계) 생활문화 소모임 발굴 및 형성 지원
 - (확장단계) 지역 특화 생활문화동호회 활동 지원

3) 사업 목적 및 대상

- 사업 목적
 - 지역주민과 생활문화동호회가 직접 참여하여 즐길 수 있는 다양한 일상적 문화 프로그램 및 축제를 지원하여 참여자 스스로가 자발적 문화 활동을 통해 삶을 풍요롭게 가꾸어나가는 문화주체로 성장할 수 있도록 지원
- 사업 대상
 - 2017년까지는 주요 생활문화시설 및 단체를 지원대상으로 했으나 2018년부터는 공공 영역 외 민간 영역에서 이루어지는 다양한 생활문화 활동 발굴을 위해 생활문화 사업 운영 역량이 있는 모든 기관 및 단체로 대상 확대

4) 운영 체계

- 2014년 사업의 주관이 한국문화예술교육진흥원에서 한국문화원연합회로 변경
- 2017년부터 생활문화진흥원(현 지역문화진흥원)으로 변경

5) 예산

- 2018년 생활문화동호회 교류 지원 및 신규 동호회·장르 발굴 지원예산 25억 원 수준

6) 사업 유형

① 지역 생활문화동호회 활성화 지원

- (형성단계) 생활문화 소모임 발굴 및 형성 지원
 - 생활문화동호회 활동을 희망하는 개인, 가족, 직장인 등 같은 관심사를 가진 생활문화 주체들 간 교류하고, 커뮤니티 활동을 시작할 수 있도록 모임 형성 과정을 지원
- (발표·교류단계) 우리동네 문화프로그램 지원
 - 생활권(읍면동 단위)에서 생활문화인, 동호회가 주도적으로 참여하여 교류할 수 있는 문화 프로그램 및 축제 지원
- (발표·교류단계) 지역 생활문화동호회 교류 프로젝트 지원
 - 지역권(시군구 단위) 내 생활문화인, 동호회, 생활문화시설, 기관, 단체 간 교류 프로젝트 지원
- (확장단계) 지역 특화 생활문화동호회 활동 지원
 - 지역의 생활문화인, 동호회가 주도적으로 참여하는 문화적 도시재생, 사회 참여, 생활 창작 활동 지원
- (정책연구) 지역 특화 생활문화동호회 활동 지원
 - 생활문화를 주제로 한 지역 문화 활성화 방안 연구 지원

〈표 3-29〉 지역 생활문화동호회 활성화 공모사업 지원규모(2018)

단계	단위사업명	사업내용	지원규모(단체당)
형성	생활문화 소모임 발굴 및 형성 지원	같은 관심사를 가진 생활문화 주체 간 커뮤니티 활동을 시작할 수 있도록 지원	1백만~3백만원
발표 교류	우리동네 생활문화 프로그램 지원	생활권(읍면동) 단위 생활문화인 동호회 교류 및 발표 프로그램 지원	1천만원 내외
	지역 생활문화동호회 교류 프로젝트 지원	지역권(시군구) 내 생활문화인 동호회, 생활문화시설, 기관, 단체 간 교류 프로젝트 지원	2천만~3천만원
확장	지역 특화 생활문화 동호회 활동 지원	지역의 문화적 도시재생 사회 참여, 생활 창작 등 생활문화 확장 활동 지원	1천만~1천5백만원
정책 연구	생활문화 주제 연구 지원	생활문화에 기반한 지역문화 활성화 방안 연구	5백만원 내외

출처: 지역문화진흥원 홈페이지, <http://www.roda.or.kr>

② 전국생활문화축제 개최

- 음악, 무용, 미술, 사진 등 다양한 장르의 지역 대표 동호회가 참여하여 다채로운 공연과 전시, 생활문화 체험 프로그램 등을 펼침.
- 생활문화를 매개로 지역 간 소통하고 교류하는 효과.

나. 사업 성과

- 활동 장르
 - 「2017 문화가 있는 날 생활문화동호회 지원사업 평가연구 보고서」(2017)에 따르면 생활문화동호회 활성화 지원사업에 참여하는 동호회의 45.8%가 음악, 국악 9.4%, 무용 8.5%, 미술 5.7% 등 ‘생활예술’ 분야가 76.7%로 높게 나타남.
 - 생활공예, 캘리그라피, 바리스타, 다도 등 ‘생활기술’ 분야는 19.2%, 역사전통 교육, 문화재 지킴이 등 ‘생활교류’는 2.0%, 기타 2.2%로 나타남.

○ 발표 및 교류 실적(연도별)

- 2014년 시작된 생활권·권역별 생활문화동호회 교류 및 발표 지원으로 지금까지 163개 지원단체가 459회 동호회 발표회, 공연, 전시, 생활문화체험 개최
- 누적 참여동호회 5,063팀, 관람객 665,819명

〈표 3-30〉 지역 생활문화동호회 활성화 지원

연도	지원단체수(개)	지원규모(천원)	운영횟수(회)	동호회참가(팀)	참가규모(팀)
2017	56	728,106	163	1,450	1,450
2016	55	678,170	157	1,364	1,364
2015	47	868,940	117	1,586	1,586
2014	7	260,000	23	663	663
누적	163	2,535,126	459	5,063	5,063

출처: 지역문화진흥원 홈페이지, <http://www.rcda.or.kr>

○ 전국생활문화축제 누적 참가 수

- 2014년부터 시작된 전국생활문화축제의 누적 참가 동호회수는 417팀, 4,257명임

3) 문제점

○ 지원 타당성 논쟁

- 「지역문화진흥법」에 근거하여 동호회 활동을 지원하게 되었으나 개인의 취미활동을 왜 정책으로 지원해야 되느냐는 타당성 논쟁은 계속 되고 있음(생활문화진흥원 2017).

○ ‘생활문화’와 전문예술 간 선순환 구조 구축 미흡

- 국민들이 생활 속에서 예술을 직접 체험하는 것이 늘어나면 직업 예술가들에 의한 전문예술을 향유하는 것이 늘어날 것으로 예상했지만 아직까지는 큰 영향을 끼치지 않는 것으로 보임.
- 기존 연구에서도 생활문화와 전문예술 간 선순환을 통해 예술 생태계를 활성화시키도록 하는 지원이 미흡하다고 지적함(생활문화진흥원 2017).



제 4 장

주요국 예술향유정책

제1절 영 국
제2절 프랑스
제3절 독 일

제1절 영국

1. 정책 기조²⁹⁾

가. 팔길이 원칙

- 영국의 예술지원은 ‘정부가 지원하되 간섭하지는 않는다’는 팔길이 원칙(Arm’s Length Principle)에 기초함.
 - 팔길이 원칙은 정치, 예술계 등 특정한 이해관계들의 간섭이나 영향을 받지 않으면서 지속적으로 정부의 지속적 지원을 받는 것으로 영국 예술의 자율성과 독립성을 보장하는 원칙이 되어 왔음(류정아, 2015).
 - 팔길이 원칙은 단순한 예술 지원 원칙이 아니라 영국의 전통적인 사회운영방식인 자유방임주의(Laissez-faire) 정신을 반영한 것임.
 - 팔길이 원칙은 1945년 전후로 문화예술 공적 지원기구들의 설립될 당시부터 예술 분야를 정치 역학 및 관료사회의 영향력으로부터 보호하기 위해 근본이념으로 채택되었음.
 - 1970년대 래드클리프-모드 경(Load Redcliffe-Maud)의 보고서를 통해서 ‘팔길이 원칙’이라는 용어가 성문화되기 시작하였음.
- 정부 부처인 디지털문화미디어스포츠부(Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS)가 비정부공공기관(Non-Departmental Public Bodies)인 예술위원회를 통해 예술 지원을 하되, 집행에 관한 업무를 예술 분야 전문가로 구성된 예술위원회에 위임함으로써 지원하되 간섭하지 않는 팔길이 원칙을 지켜나가고 있음.
 - 영국(The United Kingdom, UK) 전체의 통신·미디어 정책과 잉글랜드의 문화예술, 스포츠 정책을 담당하는 디지털문화미디어스포츠부(Department for Digital, Culture, Media & Sport)는 잉글랜드 문화예술 정책의 거시적인 방향성을 제시하나, 구체적인 잉글랜드 내

29) 최보연(2016), 「주요국 문화예술정책 최근 동향과 행정체계 분석연구」, 한국문화관광연구원 재구성

예술 지원은 잉글랜드예술위원회(Arts Council England)가 담당함.

- 잉글랜드, 웨일즈, 스코틀랜드, 북아일랜드라는 4개의 지역 국가(nation)로 이뤄진 영국(The United Kingdom, UK)은 각각 잉글랜드예술위원회(Arts Council England), Arts Council of Wales, Creative Scotland, Arts Council of Northern Ireland를 두어 분권화된 예술 정책을 펼치고 있음.³⁰⁾

나. 시대 변천

○ 예술지원 정책 기조는 시대별로 다른 방향성을 보여줬음.

- 제2차 세계대전 전후로 복지국가적 관점에서 예술지원이 시작된 영국의 예술정책은 다른 서구의 국가들과 마찬가지로, 1960년대 후반부터 1970년대에 이르기까지 ‘문화의 민주화(democratization of culture)’와 ‘문화민주주의(cultural democracy)’라는 상반된 관점 사이에서 치열한 논쟁이 벌어졌음.
- 1979년 보수당이 집권 후에는 복지 영역 전반에 대한 공적 지원이 줄어들면서 예술 지원 축소로 이어짐. 또한 예술에 대한 경제적 효과와 경제적 자립이 강조되는 경향을 보임.
- 1997년 신노동당 집권 후에는 개인이 가진 창의성(creativity)을 강조하고 ‘창조산업’으로 국가발전을 견인할 것을 천명하면서 예술의 경제적, 사회적 효과가 강조되었음. 이로 인해 문화 부문에 대한 정부 지원이 급격하게 확대되었으나, 문화예술을 도구화시키며 문화예술의 본질적 가치(intrinsic value)를 간과한다는 비난을 받음.
- 2008년 세계 금융위기 이후 2010년 보수당·자유민주당 연합정부가 집권하고 공공 부문 재정감축이 이어짐. 예술지원도 역시 크게 감축됐는데, 부족한 재정 상황 속에서 예술정책 방향을 예술의 본질적 가치와 수월성(excellence)을 핵심 키워드로 삼음. 이는 예술의 사회적 가치와 국민의 접근성 증진을 강조했던 신노동당의 정책 방향과는

30) Department for Digital, Culture, Media & Sport(2018), Culture is Digital

반대 방향이라고 할 수 있음. 한편 ‘창조산업을 통한 경제적 효과 증대’는 지속적으로 강조되었음.

- 2017년 영국 문화미디어스포츠부(DCMS)는 부처 명칭에 ‘Digital’ 추가하여 디지털문화미디어스포츠부(Department for Digital, Culture, Media & Sport, 이하 ‘DCMS’)로 변경됨.

2. 추진체계³¹⁾

가. 디지털문화미디어스포츠부(DCMS)

- 영국(The United Kingdom, UK)은 잉글랜드, 웨일즈, 스코틀랜드, 북아일랜드 등 4개의 지역 국가(nation)로 구성되어 있는데, 이 중에서 가장 많은 인구가 분포하며 잉글랜드는 정치, 경제, 문화를 주도하는 지역이라 해도 과언이 아님. 여기에서는 잉글랜드를 중심으로 예술 추진체계를 살펴봄.
- 잉글랜드의 문화예술 정책은 DCMS와 DCMS 산하 비정부공공기관(NDPBs)인 잉글랜드예술위원회(Arts Council England, 이하 ‘ACE’)가 담당하는 이원적인 행정 시스템으로 되어 있음(최보연 2016).
 - 거시적인 문화예술 정책 방향은 중앙정부인 DCMS가 담당하나, 잉글랜드 지역의 예술, 미술관·박물관, 도서관 지원에 대한 업무는 ACE를 중심으로 이루어지고 있음.
 - DCMS와 ACE는 재정지원 협약서(Management Agreement)을 작성하여 해당 기간 동안 정책우선 순위와 성과관리를 명문화하는 동시에 예술지원 운용에서의 자율성을 보장함.
- 약 650명의 직원이 있는 DCMS의 주요 업무는 43개의 산하 기관을 관할하는 것임(최보연 2016).
 - 43개 산하 기관에는 ACE와 영국복권기금(Big Lottery Fund)을 비롯해, 대영박물관(British Museum), 내셔널 갤러리(National Gallery),

31) 최보연(2016), 「주요국 문화예술정책 최근 동향과 행정체계 분석연구」, 한국문화관광연구원

테이트(Tate) 등의 박물관 및 미술관, BBC 및 Channel4 등의 방송사, 방송·통신 및 관련 산업을 규제하는 Ofcom 등이 소속되어 있음.

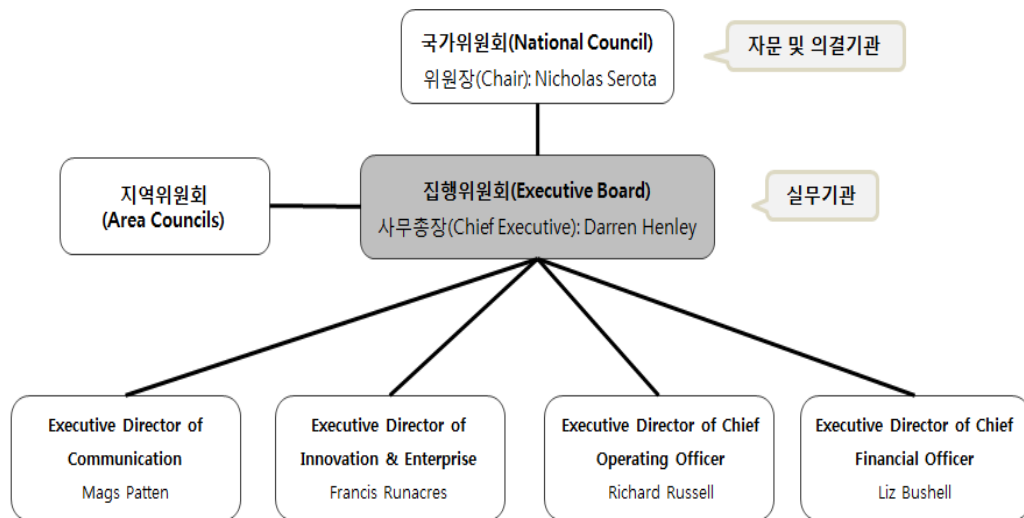
- DCMS의 예산 대부분은 산하 기관을 통해 집행됨.³²⁾

나. 잉글랜드예술위원회(ACE)

- “Great art and culture for everyone”를 표방하는 ACE는 잉글랜드 지역의 예술지원 집행을 담당하는 기관임.³³⁾
 - ACE의 미션인 “Great art and culture for everyone”가 우리나라 예술정책에서처럼 향유자 지원을 의미하는 것은 아니라는 점을 염두에 둘 필요가 있음.
- ACE는 국가위원회(National Council), 집행위원회(Executive Board), 지역위원회(Area Council)로 구성되어 있으며 ACE의 위원장(chair)은 3개 조직의 전체를 대표함.
 - 국가위원회는 예술가, 예술행정가, 예술 분야 학자, 공공 및 민간 조직의 대표 등 총 14명의 위원으로 구성되어 있으며, ACE의 우선 사업 및 정책 결정.
 - 집행위원회는 ACE의 실무를 담당.
 - 지역위원회는 2013년 이후 런던, 남동부, 남서부, 중부(Midlands), 북부의 5개 지역위원회로 개편함. ACE의 전략을 토대로 지원금이 적절하게 사용될 수 있도록 돕고, 각 지역에서 ACE의 목표와 전략을 예술가 및 예술기관, 투자자들에게 이해시킬 수 있는 공개토론회 개최 및 조언·대변기관의 역할을 담당.
 - 지역위원회의 경우 주로 런던지역에 편중되는 현상을 보이며, 문화예술 기반여건에 따라 예산 및 창작활동 규모, 향유자 수에 있어 지역적 격차가 큰 편임.

32) DCMS 홈페이지, <https://www.gov.uk/government/organisations#department-for-culture-media-sport>

33) ACE 홈페이지, <https://www.artscouncil.org.uk/about-us/our-mission-and-strategy-0>



〈그림 4-1〉 ACE 조직구성

출처: ACE 홈페이지, <https://www.artscouncil.org.uk/about-us/our-organisation-0> 재구성 (최종접근 2018. 4. 26.)
최보연(2016), 「주요국 문화예술정책 최근 동향과 행정체계 분석연구」, 한국문화관광연구원

3. 예산

가. 디지털문화미디어스포츠포츠부(DCMS) 예산

- DCMS 총예산 중 90% 이상은 비정부 공공기관(NDPBs)을 포함한 산하 기관에 할당됨(DCMS 2017).
 - DCMS와 NDPBs는 3년간의 ‘Management Agreements’(MAs)를 체결하며 이는 정기적으로 재검토됨.
- DCMS가 산하 기관에 준 국고보조금(Grant-in-aid)을 영역별로 살펴보면, BBC를 포함한 미디어 부문이 약 72%로 가장 많은 부분을 차지하며, 그 다음으로 많은 분야가 문화예술(약 23%)이었음(2016~17년 기준).
 - DCMS가 산하 기관에 지원한 국고지원금(Grant-in-aid)의 세부내역을 보면, BBC(약 70%)를 제외하고 가장 많은 예산이 할당되는 산하 기관은 ACE임(약 10%).

〈표 4-1〉 DCMS 산하 기관 국고보조금 비중

(단위: 천 파운드)

자원 영역	2016/17		2015/16	
	금액	비율(%)	금액	비율(%)
문화예술	1,023,739	22.7	977,299	22.2
미디어(방송)	3,263,512	72.3	3,208,596	73.0
스포츠	165,281	3.7	137,986	3.1
기타(게임, 관광 등)	59,511	1.3	69,626	1.6
합계	4,512,043	100.00	4,393,507	100.00

출처: DCMS(2017), *Annual Report and Accounts 2016-17*, p.167-168를 토대로 재구성

〈표 4-2〉 DCMS 산하 유관기관 국고지원금 세부내역

(단위: 천 파운드)

DCMS 산하 기관	2016/17		2015/16	
	금액	비율(%)	금액	비율(%)
Arts Council England	460,526	10.21	468,991	10.67
BBC PSB Group	3,156,700	69.96	3,115,800	70.92
British Film Institute	23,965	0.53	22,225	0.51
British Library(Includes Public Lending Right)	93,911	2.08	93,043	2.12
British Museum	53,569	1.19	41,768	0.95
Churches Conservation Trust	2,749	0.06	3,208	0.07
Historic England	87,806	1.95	90,191	2.05
Gambling Commission (for regulation of the National Lottery)	2,539	0.06	2,858	0.07
Geffrye Museum Trust Limited	1,696	0.04	1,523	0.03
Hamman Public Museum and Public Part Trust	4,549	0.10	3,881	0.09
Imperial War Museum	32,136	0.71	23,870	0.54
Information Commissioner's Office	3,790	0.08	3,731	0.08
National Gallery	24,092	0.53	24,092	0.55
National Heritage Memorial Fund	35,250	0.78	21,541	0.49
National Maritime Museum	16,020	0.36	15,520	0.35
National Museums Liverpool	20,050	0.44	19,761	0.45
National Portrait Gallery	6,637	0.15	6,634	0.15
National History Museum	49,115	1.09	42,065	0.96
Office of Communications (Ofcom)	72,295	1.60	60,078	1.37
Royal Armouries Museum	7,088	0.16	7,103	0.16
S4C	6,762	0.15	6,762	0.15
Science Museum Group	43,343	0.96	40,378	0.92
Sir John Soane's Museum	1,983	0.04	1,072	0.02

DCMS 산하 기관	2016/17		2015/16	
	금액	비율(%)	금액	비율(%)
Sport England	105,649	2.34	93,885	2.14
Tate Gallery	40,251	0.89	32,691	0.74
UK Anti-Doping	6,096	0.14	5,518	0.13
UK Sport	53,536	1.19	35,583	0.88
Victoria and Albert Museum	40,257	0.89	37,176	0.85
British Tourist Authority (Visit Britain)	56,972	1.26	66,768	1.52
Wallace Collection	2,711	0.06	2,791	0.06
Not allocated at the time of the Estimate	—	—	—	—
Sub-total Grant in Aid	4,512,043	100.00	4,393,507	100.00

출처: DCMS(2017), *Annual Report and Accounts 2016-17*, p.167-168

나. 잉글랜드예술위원회(ACE) 예산

1) 개요

- ACE는 잉글랜드 문화예술 지원의 대표기구로서 예술(문학, 미술, 음악, 연극, 무용, 통합예술), 미술관·박물관, 도서관(예술활동 관련)에 대한 지원을 담당하는 비정부공공기관(Non-departmental Public Body, NDPB)임.
- ACE 미션은 ‘모두를 위한 문화·예술(Great art and culture for everyone)’임.³⁴⁾
 - ACE의 5개 목표는 ‘예술적 수월성(Excellence)’, ‘모두를 위한 예술(For everyone)’, ‘변화대응성 및 지속가능성(Resilience and Sustainability)’, ‘Diversity and Skills(다양성과 기술)’, ‘Children and Young People(차세대 교육)’임.³⁵⁾

34) ACE 홈페이지, <https://www.artscouncil.org.uk/about-us/our-mission-and-strategy-0>

35) ‘Excellence’는 탁월한 예술창작에 대한 자원강화를 의미하며, ‘For everyone’은 예술에 대한 전 국민의 향유기회의 증진을 의미한다. 또한 ‘Resilience and sustainability’는 예술생태계 보존과 진흥을 위한 자원, Diversity and Skills은 다양성과 전문성을 갖춘 예술계 리더와 전문인력 양성, Children and Young People은 어린이와 청소년을 대상으로 문화예술 향유기회를 확대하는 것을 의미한다(최보연, 2016)

〈표 4-3〉 ACE 미션 및 목표

미션	목표
모두를 위한 문화예술 (Great art and culture for everyone)	예술적 수월성(Excellence)
	모두를 위한 예술(For everyone)
	변화대응성 및 지속가능성(Resilience and Sustainability)
	다양성과 기술(Diversity and Skills)
	차세대 교육(Children and Young People)

출처: ACE 홈페이지, <https://www.artscouncil.org.uk/about-us/our-mission-and-strategy-0>

- ACE는 ‘10개년 전략 프레임워크(10-Year Strategic Framework)’를 제시하고 이를 바탕으로 예산배분 및 주요사업 설정을 함.
 - ‘2010-2020년 전략 프레임워크’에서 지원의 첫 번째 우선순위는 수월성(Excellence)로 집약되고 있음.
 - 두 번째 전략인 ‘for everyone’은 접근성(access)을 의미하는데, 특히 이미 탁월하다고 인정을 받은 예술에 대한 접근성을 의미함. 즉 ‘문화의 민주화’ 방향의 지원이 강조되고 있다고 볼 수 있음(최보연 2016).
- ACE의 예산은 DCMS으로부터 받는 국고보조금(Grant-in-Aid)과 복권기금(National Lottery)로 구성됨.
 - 2016~17년도 ACE 연간 예산은 약 7억 2,422만 파운드(약 1조 624억 원) 수준이며, DCMS의 국고보조금(Grant-in-Aid) 약 68%(4억 9천4백만 파운드), 복권기금 약 31%(2억 2천8백만 파운드), 기타 약 1% 순임(DCMS 2017).

[참고] 영국의 복권기금(The National Lottery)

- 영국의 복권기금은 총 수익의 약 95%를 복권 당첨금과 복권기금 배분 사업으로 운용하고 있음.
 - 2017년 3월 기준으로 한 해 복권 판매금액은 약 69억 5천5백만 파운드이며, 이 중 39억 2천8만 파운드가 복권 당첨금으로 사용되고 복권기금 배분 사업(National Lottery projects)에는 약 16억 5천5백만 파운드가 사용됨

- 복권기금 사용처(Lottery distributors)
 - 잉글랜드예술위원회(Arts Council England), 북아일랜드예술위원회(Arts Council of Northern Ireland), 웨일즈예술위원회(Arts Council of Wales), BF(British Film Institute), 스코틀랜드 문화청(Creative Scotland)
 - Spirit of 2012, Sport England, Sport Northern Ireland, Sport Wales, SportsScotland, UK Sport
 - Big Lottery Fund, Heritage Lottery Fund, National Lottery Awards for All Scotland 등
- 복권기금 배분사업의 분야별 지원 비중은 ‘건강, 교육, 환경 및 자선’에 약 40%, ‘스포츠’ 약 20%, ‘예술’ 약 20%, ‘문화유산’ 약 20% 수준임

출처: 영국 복권기금 홈페이지

<https://www.national-lottery.co.uk/life-changing/where-the-money-goes>

- 교육부(Department of Education, DfE)에서 교부된 한시적 예산으로 예술교육 지원
 - 교육부로부터 받는 예산은 디지털문화미디어스포츠부에서 받는 국고 보조금(Grant-in-Aid)이나 복권기금(Lottery Fund)의 지원금과는 별도임.
 - 2016~17년도에는 교육부로부터 약 7,880만 파운드(약 1,157억 원)를 교부받아 ‘Music Education Hub’, ‘In Harmony’ 등의 예술교육 사업을 추진.

2) 지원 내역(2015~2018년)(연수현 2015)

- 지원 규모
 - 2015~2018년에는 약 15억 7천만 파운드를 지원.
 - 지원사업은 크게 내셔널포트폴리오(NPOs), 박물관·미술관(MPMs), 전략기금(Strategic Funds), 예술보조금(Grant for the arts)으로 구분함.
 - NPOs 지원이 약 62%로 가장 많이 차지하며, 전략기금 약 20%, 예술보조금 지원 약 14%, 박물관·미술관 지원 약 4% 순임.

〈표 4-4〉 ACE 주요 사업(2015-2018 계획)

구 분	금액(천파운드)	비율
내셔널포트폴리오(National Portfolio Organizations) 지원	978,300	62%
박물관·미술관 지원 (Major partner Museums)	67,800	4%
전략기금(Strategic Funds)	312,000	20%
예술보조금 지원 (Grant for the Arts)	210,000	14%
총 지출규모 ³⁶⁾	1,568,100	100.00

출처: 연수현(2015), 영국 잉글랜드예술위원회 2015-18 지원 계획, 「문화돌보기」 제8호, 문화예술지식정보시스템

(1) 내셔널포트폴리오(National portfolio organizations, NPOs) 지원³⁷⁾

○ 예술단체 운영비 지원사업

- NPOs 지원은 ACE 전체 지원 예산에서 가장 큰 비중을 차지하는 핵심 사업으로, 잉글랜드의 대표적인 예술단체를 지원하는 사업임.
- 예) Royal Opera House, London Symphony Orchestra, Southbank Centre 등.

○ 지원 규모

- NPOs 지원 사업은 2015~18년 3년 동안 663개 예술단체를 대상으로 약 9억 7,832만 파운드의 금액을 지원.
- 2012~15년 703개 예술단체를 대상으로 10억 2,094만 파운드를 지원했던 것에 비하면 지원 규모나 대상 숫자가 줄어든 것임.

○ 지원단체 특징

- 663개 예술단체 중 런던 내 예술단체는 45%(243개), 런던 외에 소재한 예술단체는 55%(420개)임.
- 지원받은 예술단체를 장르별로 살펴보면, 통합예술(combined arts) 26.1%, 연극(theatre) 25.3%, 시각예술 18.2%, 음악 14.0% 순임.
- 여기에서 '통합예술(combined arts)'은 아트센터나 기획공연을 하는 공연장 등을 의미함.

36) 여기서의 총 지출규모는 2013/14년 기준 ACE의 총 재원규모(£694,622million, 한화 약 1조 1887억 원)에서 사업비의 합계 (£671million, 한화 약 1조 1,482억 원)를 의미함.

37) ACE 홈페이지, https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/Investment_15_18_factsheet.pdf

(2) 박물관·미술관 지원(Major Partner Museums, MPMs)³⁸⁾

- 박물관·미술관 재정 지원 사업
- 지원 대상
 - 잉글랜드 소재 21개 박물관·미술관.
 - 방문자수 연간 15만 명 이상인 박물관·미술관으로 지원 금액이 기관 전체 예산의 30%가 넘지 않아야 함.
 - DCMS에서 직접 지원을 받는 NDPBs인 국립 박물관·미술관은 지원 제외(예: British Museum, National Gallery, Tate Modern 등)
- 지원 규모
 - 2015~18년에 약 6,786만 파운드를 지원.

(3) 전략기금(Strategic Funds)³⁹⁾

- 제시된 5개의 목표를 성취하기 위한 사업비 지원 사업.
 - 도전성 및 수월성 개발: 런던 외 지역 예술인, 기존의 창작방식에서 벗어난 도전적인 프로젝트, 야외 예술, NPOs를 제외한 다양한 예술 단체, 장애인, 인종 다양성 등 다양한 주체들에 의해 다양하게 실험 될 수 있도록 지원
 - 향유 확대: 투어 지원, 문화소외 지역 집중 지원, 관객개발 지원 등
 - 변화대응성 개발: 창작활동 지속을 위한 인프라, 자원개발, 역량개발 등 지원
 - 차세대 참여 지원: 어린이 및 청년 예술교육 지원
 - 박물관·미술관 전략적 지원: 박물관·미술관 사업 지원

38) 잉글랜드예술위원회 홈페이지. <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20160204135115/http://www.artscouncil.org.uk/funding/our-investment-2015-18/major-partner-museums-15-18/>

39) 잉글랜드예술위원회 홈페이지. <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20160204151039/http://www.artscouncil.org.uk/funding/our-investment-2015-18/strategic-funds/>

〈표 4-5〉 전략기금(Strategic Funds) 목표 및 세부사업(2015-18)

목표	내용		예산비중
도전성 및 수월성 개발(Building ambition and excellence)	Developing ambition and talent outside of London		17%
	Ambition for Excellence		
	Creative Case for Diversity		
	The Arts Council Collection		
	Creative media: The Space		
	City of Culture: 2017		
	International: cultural export and change		
향유 확대 (Developing reach)	Strategic touring		15%
	Cross-border touring		
	Creative people and places		
	Creative media: production, distribution and skills		
	Audience focus		
변화대응성 개발 (Building Resilience)	Capital – large scale		44%
	Capital – small scale		
	Catalyst and fundraising		
	Access to finance		
	Resilience and leadership		
	Workforce development		
차세대 참여(Engaging children and young people)	In Harmony		11%
	Youth Music		
	Artsmark and Arts Award		
	Cultural Education	Summer Arts Colleges	
		National Art & Design Saturday Club	
		National Youth Dance Company	
박물관 · 미술관 전략적 지원 (Museum strategic funding)	Museums open fund		13%
	A national Museums development network		
	National projects and programmes		

출처: ACE 홈페이지 <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20160204151039/><http://www.artscouncil.org.uk/funding/our-investment-2015-18/strategic-funds/> 재구성

○ 지원 규모

- 2015년~18년 동안 매년 1억 400만 파운드씩 3년간 지원.

○ ‘향유 확대(Developing reach)’ 사업

- ‘전략기금’ 사업 중 ‘향유 확대(Developing reach)’ 사업은 투어 지원, 예술 참여도가 낮은 문화소외지역 지원, 관객개발 등을 그 내용으로 하고 있음.
- 우리나라의 ‘소외계층문화순회’와 ‘방방곡곡 문화공감’ 등의 예술향유 지원정책과 비슷한 취지의 사업들임.

- 세부 사업내역은 아래 표와 같음.

〈표 4-6〉 ACE ‘전략기금’ 사업 중 ‘향유확대’ 사업(2015-18)

세부 사업	내용
Strategic touring	잉글랜드 투어 지원
Cross-border touring	잉글랜드 이외의 지역 투어 지원 (ACE, 크리에이티브 스코틀랜드, 웨일즈 예술위원회, 북아일랜드 예술위원회 공동주관)
Creative People & Places	예술 참여도가 전국 평균보다 낮은 런던 이외 지역 집중 지원 ⁴⁰⁾
Creative media (production, distribution and skills)	문화예술 디지털 문화콘텐츠 개발 및 관객 참여도 향상을 위한 지원 (Channel 4, the British Film Institute, BBC, Google 등 참여)
Audience focus	관객연구, 관객개발 등의 활동 지원

주: 연수현(2015), 영국 잉글랜드예술위원회 2015-18 지원 계획, 「문화돌보기」 제8호, 문화예술지식정보시스템 재구성

○ ‘차세대 참여(Engaging children and young people)’ 사업은 어린이, 청소년, 청년 대상 예술교육 프로그램임.

〈표 4-7〉 ACE ‘전략기금’ 사업 중 ‘차세대참여’ 사업(2015-18)

세부 사업	내용	
In Harmony	소외지역 어린이 오케스트라 지원 교육부(Department for Education)와 ACE 공동 지원 사업	
Youth Music	특히 5세 이하 유아, 장애인, NEET(Not in education, employment or training)족, 비행청소년, 경제적 소외계층 청소년을 집중 지원하는 음악교육 프로그램	
Artsmark and Arts Award	Artsmark	예술 프로그램을 도입한 초중등학교에 대한 ACE 인증 프로그램 (2년)
	Arts Award	5~25세 대상으로 문화예술의 다양한 스킬을 배울 기회 제공(Trinity College London 주관)
Cultural education	Summer Arts Colleges	집중보호관찰(SS) 및 구금-훈련 명령(DTOs)를 받은 청소년 대상 여름 집중 예술체험 프로그램
	National Art and Design Saturday Club	13~16세 대상 시각예술 교육 (미술관 방문, 마스터클래스, 전시 기회 제공 등). 교육부 예산이며 전국 50여 곳의 대학에서 진행
	National Youth Dance Company	전국 16~19세 댄스 영재 30명에게 세계 수준의 안무가로부터 4주간 교육받는 기회 제공. Sadler's Wells 주관, 교육부 공동사업

Artsmark 홈페이지, <http://www.artsmark.org.uk/about-artsmark>

Arts Award 홈페이지, <http://www.artsaward.org.uk>

National Youth Dance Company 홈페이지, <http://nydc.org.uk/>

ACE 홈페이지, <https://www.artscouncil.org.uk/children-and-young-people/arts-and-cultural-education#section-2>

40) Creative People & Places 지원선정사업 사례는 2018-2022년 지원계획 참조(p.100)

(4) 예술보조금(Grant for the Arts)⁴¹⁾

- 예술 분야의 새로운 예술과 인재를 발굴하기 위한 개방형 지원 사업임.
- 지원 대상
 - 지원 대상은 EU에 기반을 둔 개인(예술가, 공연기획자, 큐레이터 등) 및 단체(예술단체, 도서관, 지역기관 등).
 - 단, NPOs는 지원대상에서 제외.
 - 무용, 시각예술, 문학, 연극, 음악, 통합예술 등 다양한 예술활동을 지원하며 정해진 주제는 없음.
 - 연중 어느 때든 지원 가능.
- 지원 규모
 - 2015~2018년에는 연간 7천만 파운드, 3년간 총 2억 1,00만 파운드 지원.
 - 사업별 지원 규모는 1) 1,000~1,500 파운드 및 2) 1,500파운드~10만 파운드 두 가지 종류로 나뉨.

ACE 및 교육부 협력 예술교육 사업

- Music Education Hub(최보연 2016).
 - 2010년 보수·자민당 연합정부 집권 후 교과과정에서 예술이 선택교과로 전환된 후 문화예술 향유 격차가 나타나고 있음
 - 이에 2012년 교육부(Department for Education)와 ACE의 협력사업으로서 학교 안팎의 음악교육 프로그램 마련
 - 2018~2020년 2년 동안 예산은 연간 7천5백만 파운드(약 1,104억 원) 수준임.
 - 지방정부, 학교, 예술단체, 지역사회, 자선단체 등이 협력해서 만드는 음악 프로그램으로서 5세~18세의 어린이, 청소년이 악기를 혼자 또는 그룹으로 연주할 수 있는 기회를 제공하는 프로그램임.
 - DCMS 국고보조금이나 복권기금이 아닌 교육부 예산으로 실행됨

출처: ACE 홈페이지, <http://www.artscouncil.org.uk/music-education/music-education-hubs>

41) ACE 홈페이지, <http://web.archive.nationalarchives.gov.uk/20160204151039/http://www.artscouncil.org.uk/funding/our-investment-2015-18/strategic-funds/>

3) 지원 계획(2018-2022년)⁴²⁾

(1) 내셔널포트폴리오(NPOs) 지원

○ 지원 대상

- 예술단체 외에 박물관·미술관, 도서관도 지원 가능하도록 변경
- 단, 도서관의 경우 예술 및 박물관·미술관 활동과 관련된 경우에만 지원 가능
- 3년이 아닌 4년간 지원을 받음.

○ 지원 규모

- 2018-2022년 동안 829개 예술단체에 매년 4억 8백만 파운드(약 6,002억 원) 지원
- 4년 동안 총 16억 4천만 파운드(약 2조 4,129억 원) 지원 예정.
- 연간 4억 8백만 파운드씩 지원되는 금액 중 3억 4천만 파운드는 국고보조금(Grant-in Aid), 6천8백만 파운드는 복권기금 지원금임.

○ 지원단체 특징

- 829개 예술단체는 중 60.3%은 런던 내 예술단체, 39.7%는 런던 밖에 소재한 단체.

(2) 개발기금(Development Funds)

○ 명칭 변경

- 기존의 '전략기금(Strategic Funds)'을 '개발기금'(Arts Council Development Funds)으로 명칭 변경.

○ 지원 규모

- 2018~22년 4년간 매년 7,220만 파운드씩 지원

42) ACE 홈페이지, <https://www.artscouncil.org.uk/about-us/how-and-where-we-invest-public-money>

○ 세부사업

- 다양성(diversity), 변화대응성(resilience), 사업모델에서의 혁신성(innovation in business model), 리더십 개발(leadership development) 등 제시되는 사업목표에 부합하는 사업을 지원함.

〈표 4-8〉 ACE ‘Development Funds’ 주요 사업(2018-22)

세부 사업	내용
Creative People & Places	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 문화소외 지역 주민들이 자발적으로 선택, 참여하는 지역예술사업. ◦ 최대 3년간 50만 파운드까지 지원 가능
Capital funding	<ul style="list-style-type: none"> ◦ NPOs(도서관 제외)의 시설 보수, 증축을 위한 자본금 지원 ◦ (소규모)매년 1천백만 파운드, (대규모) 4년간 3천만 파운드 지원
Developing Your Creative Practice	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 만18세 이상 잉글랜드 거주 예술 분야 전문가 (단체는 지원 대상 아님) ◦ 최대 1만 파운드 지원하는 사업 ◦ 음악인, 배우, 연출자, 디자이너, 미술인, 출판인, 편집자, 제작자, 무용인, 작가 등의 신작 개발 준비, 새로운 네트워크 개척, 해외 탐방 등 지원

출처: ACE 홈페이지

<https://www.artscouncil.org.uk/how-we-invest-public-money/arts-council-development-funds>○ Creative People & Places 지원선정사업 예⁴³⁾

- 대체로 지역의 문화예술 기관 등이 연합해 지역 주민 대상 야외공연 등을 공동기획 하거나, 예술인들이 지역의 일상 공간에 들어가 예술 활동을 펼치는 사업 등이 많음.
- ‘Appetite’: New Vic Theatre의 주도로 North Staffordshire 지역에서 추진되는 6년짜리 사업으로 50여개의 문화예술 단체와 함께 국내와 해외의 공연, 전시, 거리예술 등을 지역 주민에게 선보임.
- ‘East Durham Creates’: East Durham의 여러 문화예술 기관이 연합하여 6명의 국제적인 예술인에게 작품을 위촉해 East Durham의 환경과 주민들에게 영감을 받은 작품을 만들게 하고 지역 주민이 그 공연을 체험하는 사업.
- ‘The Cultural Spring’: Sunderland와 South Tyneside 주민들이 지역, 국내, 해외의 다양한 예술을 체험하도록 기획하는 사업으로서 Summer

43) 잉글랜드 예술위원회 홈페이지, <http://www.creativepeopleplaces.org.uk/map>

Street festival, 야외 댄스 이벤트 등이 열림.

- ‘Super Slow Way’: 예술인들이 Leeds and Liverpool Canal 인근 지역의 제분소, 부두, 도서관, 교회, 펍(pub) 등 일상 공간에서 예술활동을 함으로써 지역 주민에게 예술 향유 기회 제공.

(3) 프로젝트 지원금(Project Grants)⁴⁴⁾

○ 명칭 변경

- 기존의 ‘예술보조금(Grants for the Arts)’ 사업을 ‘프로젝트 지원금(Arts Council National Lottery Project Grants)’으로 명칭 변경⁴⁵⁾

○ 대상

- 개인 예술인(만 18세 이상), 예술단체, 박물관·미술관, 도서관(예술활동 관련) 지원 신청 가능
- 음악, 연극, 무용, 시각예술, 문학, 통합예술(ex: 아트센터, 페스티벌 등), 박물관미술관, 도서관(예술 관련 사업)
- EU 내에 거주하거나 사무실이 있어야 됨.

○ 지원 내용

- 개방형(open-access) 공모 방식의 비영리 예술활동 사업비 지원(복권기금)

○ 지원 규모

- 2018~2022년 동안 매년 약 9,730만 파운드(약 1,431억 원) 지원.
- 수혜자 당 약 1천 파운드~10만 파운드 수준의 사업비를 지원.
- 프로젝트 총 비용의 약 90% 수준까지 지원 가능함.

○ 심사 기준

- Project Grants는 새로운 아이디어를 얻고자 하는 개방형 공모 사업이

44) 잉글랜드 예술위원회 홈페이지, https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/How_to_apply_guidance_under15k_Project_Grants_24052018_0.pdf

45) 2015~18년에 ‘Strategic Funds’ 세부사업으로 이뤄지던 ‘Strategic Touring’과 ‘Ambition for Excellence’을 ‘Project Grants’ 사업으로 편입시킴

기 때문에 지원신청 가능한 사업 유형을 미리 규정하지 않음.

- 대신 심사기준으로서 Quality(사업목적 등), Public engagement(타겟 관객의 예술적 경험), Finance(예산), Management(실행가능성, 추진 계획 등)를 제시함.
- 여기서 ‘Public engagement’는 반드시 향유자의 직접 참여프로그램이 있어야 된다는 의미가 아니라, 해당 사업을 통해 타겟 관객이 예술적 체험을 하도록 돕는지 여부를 묻는 것임.

○ 사업유형 예시⁴⁶⁾

- 투어: 공연·전시 등 국내 및 국제 투어
- 국제교류: 투어가 아닌 국제교류 사업
- 예술교육: 유치원, 초중고교, 대학, 유스 클럽(youth club), 커뮤니티 센터, 공연장, 박물관·미술관, 도서관, 오픈 스페이스에서 이뤄지는 예술교육 사업 지원. 단, 유치원, 초중고교의 정규수업(national curriculum) 활동 지원은 하지 않음. 또한 교육부-ACE 협력사업인 ‘Music Education Hubs’ 관련 사업은 지원 제외.
- 캐피털 프로젝트(capital project): 기존 시설 개보수, 악기나 차량 구매, 시설 개보수로 예술활동 중단 시 발생하는 잠정적 비용, 시설개보수 시 활용하는 예술가 위촉 비용, 시설개보수 등으로 인해 추가되는 인력 비용 등 지원.
- 미디어(creative media): 예술활동 디지털 콘텐츠화와 유통, 영화, 드라마 제작은 제외.
- 전국적인 영향력이 있는 사업(National Activities): 잉글랜드 전역에 영향을 미치거나 국가적 중요성이 있는 사업. 이 경우 10만 파운드 이상도 지원.

46) 잉글랜드 예술위원회 홈페이지, <https://www.artscouncil.org.uk/arts-council-national-lottery-project-grants/all-information-sheets#content>

라. 시사점

- 영국 예술정책은 정부 부처(DCMS)와 예술위원회(ACE)의 이중적 행정 구조로 추진체계가 마련되어 있으며, 국고보조금(Grant in Aid) 외에 복권기금을 사용한다는 면에서 우리나라 예술정책 체계와 유사한 면이 있다는 점에서 눈여겨 볼만한 사례임.
 - 단, DCMS가 산하 비정부공공기관(NDPBs)인 ACE와 재정지원 협약(Management Agreement)을 맺고 정책우선 순위에 따라 ACE가 자율적으로 예술지원을 추진하도록 하도록 하며, DCMS는 직접 예술지원사업을 추진하지 않음.
 - DCMS의 산하 기관 중 ACE는 공영방송인 BBC PSB Group을 제외하고 가장 많은 예산 지원을 받는 기관임(약 10%).
- ACE의 예술지원 사업은 단순하고 명료하게 구성되어 있음.
 - 예술단체의 운영비를 지원하는 NPOs, 제시되는 정책목표에 부합하는 프로젝트의 사업비를 지원하는 Development Funds(2015-18년에는 Strategic Funds), 개인 예술가 및 예술단체의 다양한 활동을 지원하기 위해 개방형(open-access) 공모 방식으로 예술활동 사업비 지원을 추진하는 Project Grants(2015-18년 Grant for the Arts)로 구분됨.
 - ACE의 예술지원 사업에서 가장 큰 비중을 차지하는 사업은 예술단체 운영비 지원인 NPOs이며 ACE 지원금의 약 60~70%를 차지함.

〈표 4-9〉 ACE 지원 사업 분류(2015~2022)

2015~18년			2018~22년		
사업명	(천 파운드)	비율(%)	사업명	(천 파운드)	비율(%)
NPOs	326,100	62.4%	NPOs	408,000	70.6%
MPMs	22,600	4.3%			
Strategic Funds	104,000	19.9%	Development Funds	72,200	12.5%
Grant for the Arts	70,000	13.4%	Project Grants	97,300	16.8%
합계	522,700	100.0%	합계	577,500	100.0%

- 예술향유 지원사업의 경우 제시된 사업목표에 부합하는 프로젝트를 지원하는 Development Funds(2015-18년에는 Strategic Funds)에서 찾아볼 수 있음.
 - 2015~18년의 경우 ‘Strategic Funds’ 중 ‘향유 확대(Developing reach)’와 ‘차세대 참여(Engaging children and young people)’가 우리나라 관점에서의 예술향유 지원정책에 해당된다고 할 수 있음.
 - ‘향유 확대(Developing reach)’와 ‘차세대 참여(Engaging children and young people)’는 ‘Strategic Funds’ 예산의 약 15%와 11%를 차지함.
 - ‘Strategic Funds’ 예산이 총 ACE 지원예산의 약 20% 정도였던 것을 감안하면, 예술향유 예산은 어림잡아 ACE 전체 지원 예산의 약 5% 수준으로 볼 수 있음.⁴⁷⁾
 - 2018~22년의 경우 제시된 사업목표에 부합하는 프로젝트를 지원하는 Development Funds에서 문화소외 지역 주민들의 예술 참여를 유도하는 사업인 ‘Creative People & Places’가 예술향유 지원정책에 해당한다고 할 수 있음.
 - ‘Development Funds’가 총 ACE 지원 예산의 약 12% 수준이고 ‘Creative People & Places’ 연간 예산 3천7백만 파운드가 ‘Development Funds’ 연간 예산 7천2백2만 파운드의 약 51% 수준인 점을 감안하면, ‘Creative People & Places’는 전체 ACE 지원예산의 약 6% 수준으로 짐작됨.
 - 영국에서도 이미 1960년대 후반부터 ‘문화의 민주화’와 ‘문화 민주주의’ 논쟁이 있었고 ACE 미션이 ‘모두를 위한 문화예술’(Great art and culture for everyone)로 설정되어 있기 때문에, ACE 예산이 예술향유로 쏠려있을 것 같지만 실제로는 그렇게 편성되지 않았다는 것을 짐작할 수 있음.

47) 물론 Project Grants(2015-18년 Arts for Grants)에서도 예술향유 사업에 대한 지원신청을 할 수 있지만 기본적으로 Project Grants는 지원사업 아이템에 제한을 두지 않은 개방형 공모사업임.

- 각 나라 문화 전담 부처들이 공식적으로 내놓은 정책기조, 지원계획은 각 정권에서 강조하는 정책을 중심으로 기술되기 때문에 실제 예산 구조와는 다르게 나타날 수 있다는 점을 항상 염두에 두어야 함.
- ACE 지원사업이 예술단체를 지원하는 NPOs 외에, 제시된 목표에 부합하는 프로젝트의 사업비를 지원하는 Development Funds(Strategic Funds)와 지원신청 가능한 사업유형을 미리 규정하지 않고 개인 예술인이나 단체가 어느 때든 지원신청을 할 수 있는 Project Grants(Arts for Grants)로 구분하여 운영한다는 점도 눈여겨 볼만함.

제2절 프랑스

1. 정책 철학

- 프랑스의 문화정책은 군주제(monarchie)시절부터 내려오는 오랜 전통을 갖고 있음
 - 문화정책은 왕의 메세나의 수단으로 위신을 확인 하거나, 왕국을 통일 하는데 목적이 있었으며, 왕은 예술과 문학을 수호하는 수호자의 역할을 함
 - 프랑스 대혁명 이후 문화나 교육에 대한 모든 시민들의 접근에 관한 사회적 인식이 강화되었고, 그 책임의 주제로 국가가 명시되기 시작 하였음⁴⁸⁾
- 프랑스는 1959년 세계 최초로 중앙정부에 문화부를 창설함
 - 프랑스는 전통적으로 중앙집권적인 국가로서 문화예술지원에 있어서도 국가의 역할이 매우 크고 중요한 나라임
 - 중앙부처인 문화부를 창설함으로써 예술정책과 문화보급에 관한 정책을 시행해 옴
 - 이는 프랑스 중앙정부가 문화예술의 지원자이기도 하고 통제자이기도 한 모습을 보여줌
- 프랑스의 문화정책은 중앙과 지역의 문화격차 해소를 위한 문화민주화(Démocratisation de la Culture)에 중점을 두는 것으로 시작함
 - 프랑스 5공화국 초기부터 1980년까지 프랑스 정부는 시민들의 ‘문화 · 예술 향유’⁴⁹⁾의 기회 확대와 다양화를 통해서 접근성의 확대를 꾀함

48) Ministère de la culture et de la communication, “Patrimoine”, La Documentation française, coll. État et culture, 1992, p. 13.

49) 문화향유와 예술향유를 구분하기는 매우 어렵다. 본 글에서도 문화향유와 예술향유의 구분이 모호한 경우에는 문화 · 예술 향유로 표기를 했다. 물론 프랑스 문화통신부에서는 ‘문화향유(les pratiques culturelles)’과 ‘예술향유(les pratiques artistiques)’를 구분하고 있기는 하다. 문화향유는 일반적으로 지적인이며 예술적인 활동과 관련된 참여 혹은 소비를 모두 일컫는 말로 쓰이고 있다. 독서, 문화시설 방문, 오디오 · 비디오와 같은 미디어 활용, 여가활동 등등 매우 광범위하다. 한편 예술활동은 예술과 관련된 참여의 형태를 일컫는 때 쓴다. 즉 무용, 연극, 미술, 글쓰기 등과 같은 개인 혹은 집단의

- 프랑스는 전통적으로 파리를 중심으로 문화예술이 축적되어 온 나라로 1959년 문화부가 처음 창설된 이후 약 20년 동안 문화·예술시설 확대와 무료관람 등 엘리트 예술에 대한 국민의 접근성 확대가 강조되었음⁵⁰⁾
- ‘문화민주주의(La démocratie culturelle)’ 등장으로 문화의 범위가 확대되었음
 - 1970년대 68혁명 이후 엘리트 중심의 고급문화를 공급하는 ‘문화 민주화’ 관점에 대한 반발로 개인의 문화적 취향(Le goût culturel)이, 욕구의 다양성과 차이를 존중하고 이를 지원하는게 중요하다는 문화민주주의 관점으로 전환됨
 - 실제로 문화를 이해하고 향유하는 개인 간의 차이가 존재했기 때문에 프랑스 문화부 창설 후 문화시설 확대와 무료화에도 불구하고 시민들의 참여는 크게 확대되지 못했음
 - 1980년 Olivier Donnat 등은 문화 민주화 관점의 일방적인 문화 공급에 대해 문제를 지적했고, 이에 따라 미테랑 정부의 Jack Lang 문화부 장관은 ‘문화민주화’와 ‘문화민주주의’를 병행하는 정책을 펼침
 - 기존 문화예술 정책에서 다루지 않았던 록음악, 만화 등을 문화정책 범위로 포함시키고자 하였으며(최보연 2016 재인용), 개인의 문화적 취향에 따라 문화활동을 실천하고자 할 때 제약요인이 있다면 이를 줄여주는 정책을 시행하였음
- 1980년 지방분권화 이후 문화예술정책 분야에서 지방정부 역할이 증대되었음

창작성이 요하는 활동을 말한다. 이처럼 조금 미묘한 차이가 있다. 예술활동은 큰 범주에서 문화활동 안에 들어가기도 한다. 때문에 엄격하게 문화향유와 예술향유를 엄격하게 구분하기는 어렵다.

50) 이러한 프랑스 정부의 문화민주화를 위한 문화시설의 확대와 무료화에도 불구하고 시민들의 참여는 크게 확대되지 못했다. 왜냐하면 문화를 이해하고 향유하는 개인 간의 차이가 존재했기 때문에 문화시설을 찾는 것에서 차이가 많이 발생했다. 이에 대해서 1980년에 들어서 Olivier Donnat를 비롯한 많은 사회학자들이 문화민주화에 대한 정부의 일방적인 문화향유에 대한 공급방식에 문제를 지적했다. 이를 계기로 1980년대 미테랑 정부에서 Jack Lang 문화부 장관은 ‘문화민주화’와 ‘문화민주주의’를 병행하는 정책을 펼쳤다. 이와 함께 문화통신부는 지방정부와 다른 행정부와의 정책 협력을 통해서 시민들의 실질적인 문화향유를 돕는 정책을 펼쳤다.

- 1980년 지방분권화(Décentralisation) 이후 문화·예술 향유와 관련한 정책에서 지방정부의 역할이 중요해지기 시작했음
- 프랑스의 중앙정부와 지방정부는 각각의 역할을 수행할 뿐 아니라 협력을 하며 시민들의 문화·예술 향유의 증진에 힘쓰고 있음
- 현재 프랑스 공연예술의 약 75%가 지방정부의 재정적인 도움으로 운영이 되고 있음

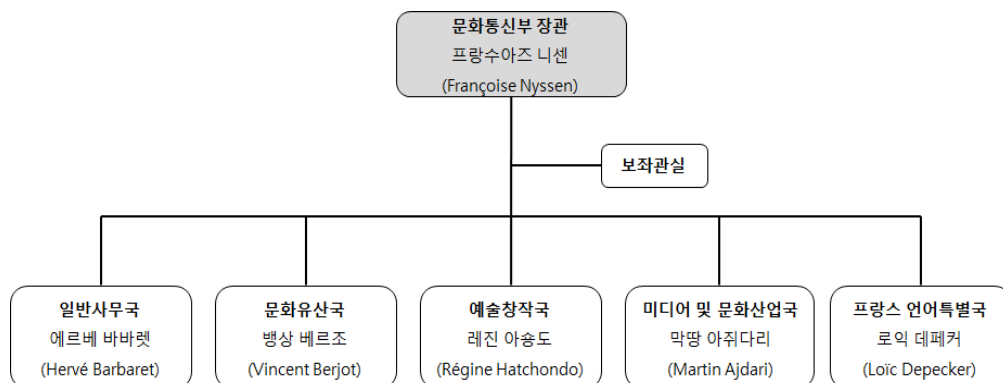
2. 추진체계

- 프랑스의 문화통신부(Ministère de la Culture et de la Communication)는 2010년 조직개편을 통하여 문화통신부 장관 산하 1개의 사무총국 3개의 소속국, 1개의 특별국으로 구성되어 있음(최보연, 2016)
 - 프랑스 정부의 문화예술 정책은 주로 문화통신부를 중심으로 이뤄지고 있으며, 국가 단위의 공공서비스 제공 단체와 문화부 산하 공공예술기관들이 분야별 문화예술 행정, 지원, 예산관리를 담당하고 있음
 - 예술지원업무는 예술창작국(direction générale des médias et des industries culturelles)이 조형예술과 공연예술 분야의 정부정책을 정의·조직·평가하고 예술 창작지원, 예술 전문인양성 보조, 예술 수집품 수 증가, 대중의 접근성 증대와 유통 활성화에 관한 업무를 담당하고 있음⁵¹⁾
 - 예술창작국은 조형 예술 서비스(Service des arts plastiques), 사진심의회(Délégation à la photographie), 극장심의회(Délégation au théâtre), 음악심의회(Délégation à la musique), 무용심의회(Délégation à la danse), 고용·고등 교육 및 연구(Sous-direction de l'emploi, de l'enseignement supérieur et de la recherche), 대중의 예술과 공공부문의 조화(Sous-direction de la diffusion artistique et des publics), 재정과 본질적인 문제들(Sous-direction des affaires financières et générales), 예술창작물 검사(Inspection de la création artistique), 커뮤니케이션 담

51) 문화통신부 홈페이지, <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Nous-connaître/Organisation/Directions-d-administration-centrale>

당(Mission de la communication)으로 구성되어 있음⁵²⁾

- 국가 단위의 공공서비스 제공 단체는 문화부의 예산으로만 운영되며, 문화부 산하 공공기관들은 책임운영기관으로 중앙정부와는 별개로 운영되고 있음
- 2016년 2월 기준으로 중앙부처 6,721명, 산하기관 23,404명을 포함한 29,675명의 직원이 소속되어 있음



〈그림 4-2〉 프랑스 문화통신부 조직도(2018년 4월 기준)

자료: 프랑스 문화통신부 홈페이지(2018).

<http://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Organisation/Directions-d-administration-centrale>

- 프랑스의 문화예술 정책은 문화통신부(Ministère de la Culture et de la Communication) 외에 문화 공공기관과 지방정부, 지방정부와 중앙정부의 지원을 받는 Labels 및 réseaux 등의 협력으로 추진되고 있음(허은영 2016).
 - 문화통신부 내 예술창작국(direction générale des médias et des industries culturelles: DGCA)은 예술 분야의 정책 기획과 지방정부와의 협력을 위한 지원 등을 담당함.
 - 또한 중앙의 문화예술 정책은 각 지역의 특징을 반영한 독창적인 문화가 발전될 수 있도록 지역문화사업국(Direction Régionale des Affaires Culturelles, 이하 DRAC)을 통해 지역 문화의 창달을 도모하고 있음.

52) 문화통신부 홈페이지(2018). <http://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Organisation/Directions-d-administration-centrale/La-direction-generale-de-la-creation-artistique>

- 예술분야 공공시설(Etablissements publics)은 산업적이고 상업성이 있는 공공기관으로서 중앙 행정부에 비해 행정 및 재정적 자율을 누림.⁵³⁾
- 일부 정책은 중앙의 지역문화사업국(DRAC) 중심으로 추진되지 않고 지방정부와 중앙정부의 별도 계약을 통해서 시행되며, 장르별 센터인 labels(인증기관)이나 réseaux(네트워크)를 통해 지원되기도 함.

〈표 4-10〉 프랑스 공연예술·시각예술 지원 구조

조직 구분	비고	
문화통신부 내 예술창작국	예술 분야 정책 기획, 지방정부와 협력을 위한 지원 등	
지역문화사업국 (DRAC)	중앙정부의 지역 단위 정책을 추진	
예술분야 공공시설 (Etablissements publics)	공연예술	파리국립오페라, 오페라 코미크, 5개 국립극장, Cité de la Musique, 국립무용센터(Centre national de la Danse) 등
	시각예술	국립조형예술센터(Centre national des Arts plastiques), 국립영상센터(Centre national du cinema et de l'image animée) 등
창조 및 보급 네트워크	공연예술	지역별 국립무대(scènes nationales), 국립드라마 센터(centres dramatiques nationaux), 국립안무센터(centres chorégraphiques nationaux), 국립안무 개발센터(Centres de développement chorégraphique nationaux), 국립서커스 센터(Pôles nationaux cirques), 오케스트라, 오페라하우스 및 각 장르 협회들
	시각예술	23개 FRAC(Fonds régionaux d'art contemporain)

자료: 허은영(2016), 클래식 지원정책 방향 연구, 한국문화관광연구원

○ 공연예술 협력 추진체계는 다음과 같음.

- 문화통신부 창작예술국(DGCA) - 공공사업자(opérateurs de l'Etat) - DRAC - labels(인증기관) 및 réseaux(네트워크) 체계로 추진됨.
- 공연예술 공공사업자는 파리국립오페라, 오페라 코미크, 5개 국립극장 (Comédie-Francaise, Théâtre National de Chaillot, Théâtre National de la Colline, Théâtre National de l'Odéon, Théâtre National de Strasbourg), 파리 오케스트라(Orchestre de Paris), Centre National

53) 문화통신부 홈페이지(2018). <http://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Organisation/Etablissements-et-services-deconcentrés/Etablissements-publics>

de la Danse, 시테 드라 뮈지크(Cité de la Musique), 현대음악 연주단체 Ensemble InterContemporain 등임.

- 공연예술 labels은 74개 국립무대(Scènes Nationales), 38개 국립드라마센터(Centres Dramatiques Nationaux, CDN), 19개 국립안무센터(Centres Choregraphiques Nationaux, CCN), 12개 안무개발센터(Centres de Developpement Choregraphique Nationaux, CDCN), 14개 국립서커스센터(Pôles Nationaux Cirque, PNC), 오케스트라, 오페라하우스 등임.
- 장르별 reseaux는 Association des Scènes Nationales(다장르), Association Des Centres Dramatiques Nationaux(연극), Association francaise des Orchestres(AFO, 오케스트라), Association des Centres Chorégraphiques Nationaux(무용), Association des Centres de Developpement Choregraphique Nationaux(A-CDC, 무용) 같은 장르별 협회나 Reseau National de la Creation Musicale(음악) 같은 네트워크를 의미함.

○ 조형예술 협력 추진체계는 다음과 같음.

- 문화통신부 내 DGCA - 공공사업자(opérateurs de l'Etat: centres National des Arts Plastiques) - DRAC - 23개 FRAC(Fonds regionaux d'art contemporain, FNAC)의 체계로 추진됨.

○ 프랑스의 문화·예술향유에 대한 정책 비중은 중앙정부에서 지방정부⁵⁴⁾로 점차 이전되고 있음

- 작은 행정단위의 정부가 점점 더 비중 있는 역할을 수행하고 있으며, 지방정부들 중 가장 작은 행정단위인 코뮌(Communes)이 책임지고 있는 문화지출이 가장 큼

54) 프랑스에서는 1982년 3월 2일에 제정된 지방분권법인 “코뮌(Communes), 데파르트망(Départements), 레지옹(Régions)의 자유에 관한 법”에 의거해서 주민의 직접 선거로 지방의회가 구성·운영되는 지방자치제를 시행하고 있다 (<https://www.legifrance.gouv.fr>, 2018년 3월 15일 검색).

〈표 4-11〉 프랑스 지방정부 문화관련 지출 규모

(단위: 백만 유로, %)

구분	문화 관련 지출 총액	지방정부 문화지출 비율
광역시(Régions)	691.2	9.0
도(Départements)	1,413.3	18.5
코뮌(Communes) (**)	4,550.9	59.5
코뮌그룹(Intercommunalités) (***)	988.6	12.9
합계	7,644.0	100.0

3. 예산

가. 개요

- 프랑스의 문화·예술정책 시행은 문화통신부(Ministère de la Culture et de la Communication)의 노력과 재정으로 한정된 것이 아니라 각 미션(missions)을 수행하는데 있어서 타 부처들의 재정적 전이가 이루어짐
 - 프랑스에서 문화예술은 문화통신부 예산뿐만 아니라 타 부처 예산 및 다양한 기금(Fonds)에 의해 지원됨(표 4-12).

〈표 4-12〉 문화통신부에 할당되는 각 부처 예산

(단위: 백만 유로)

구분	2015(본예산 기준, LFI)	2016(예산안 기준, PLF)
교육부	2,772.4	2,775.0
외교부, 국제개발	783.5	751.0
국방부	77.1	79.7
스포츠, 청소년, 협회활동	68.1	102.5
재정, 공공계정, 경제, 산업, 디지털	12.0	12.1
내무부	3.7	4.1
환경, 에너지, 지속가능개발	7.5	8.0
법무부	3.9	4.3
해외 프랑스령 국가	2.6	1.4
총리실	3.6	5.0
여성인권	0.1	nc
합계	3734.6	3743.0

자료: Ministère des Finances et des Comptes Publics, 2016, Crédits du budget général et budgets annexes des autres ministères affectés à la Culture et à la Communication, 2015-2016

- 그러나 프랑스의 문화예술 관련 기금(Fonds)은 정부 예산 외에도 EU, 민간 등 다양한 재원으로 구성되어 그 성격이 다양하므로 일괄적으로 정리된 자료는 현재 존재하지 않음. 따라서 이 연구에서는 문화통신부 예산을 중심으로 살펴보겠음.

나. 문화통신부 예산

- 프랑스 문화통신부(Ministère de la Culture et de la Communication)는 프랑스 정부의 문화재정의 약 74%(2016년 기준)를 집행함(정보람, 2016)
 - 2016년 예산(La loi de Finances Initiale, LFI)를 기준으로 했을 때 문화 재정(일반회계, 추가예산, 특별배속예산, 재정적 원조예산 포함) 98억 6천1백만 유로 중 문화통신부 예산은 약 73억 1백만 유로로 전체 문화재정 중 약 74%를 차지함(정보람, 2016)⁵⁵⁾
- 프랑스 문화통신부 예산은 크게 세 가지 미션(missions)과 각 미션에 따른 7개 프로그램(programme)으로 구성됨
 - 프랑스 정부재정은 과도한 공공지출로 인한 재정적자 문제를 해결하기 위해 성과주의 중심의 재정체계 재정기본법(LOLF, Loi Organique relative aux Lois de Finances)을 근간으로 예산 체계가 마련되어 있음(정보람 2016)⁵⁶⁾
 - 프랑스 정부 예산은 일반예산(Budget général), 부속예산(Budget Annexes), 특별배속예산(Comptes d'Affectation spéciale), 재정적 원조 예산(Comptes de concours financiers)으로 구분되며, 일반예산의 경우 미션 단위로 구분하여 편성함.

55) PLF은 3년치 정부예산안이며, LFI은 조정된 예산안임

56) 정부 회계구조는 일반예산, 부속예산, 특별배속예산, 재정적 원조 예산으로 구성됨(정보람 2016, p.78)

〈표 4-13〉 프랑스 문화통신부의 미션, 프로그램 및 예산(2016)

(단위:백만 유로)

미션(Missions)	프로그램(Programme)	16년예산(PLF)
미션 문화 (Mission culture)	Programme 175 (문화유산)	8,712
	Programme 131 (창작)	747
	Programme 224 (지식전파와 문화민주주의)	4,647
미션 연구 및 고등교육 (Mission recherche et enseignement supérieur)	Programme 186 (문화(과학)연구)	1,231
미션 미디어, 도서, 문화산업 (Mission médias, livres et industries culturelles)	Programme 180 (언론)	44,026
	Programme 334 (도서, 문화산업)	
	Programme 313 (시청각)	

출처: 경제재정부(Ministère de l'économie, MEF)(2016), projet de loi de Finances(PLF) 바탕으로 작성

- 문화통신부 예산 프로그램 중 ‘지식전파와 문화민주화’, ‘문화(과학)연구’는 프로그램 명칭으로는 우리나라의 문화향유 정책과 비슷한 것 같지만 내용이 다름. 프랑스라는 국가의 정체성을 보존, 발전시켜 사회적 연대를 강화하기 위한 목적의 예산임.
- 프랑스의 문화통신부(Ministère de la Culture et de la Communication) 예산 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 ‘공공 시청각’(57.93%)으로 방송 관련 예산임.
- 프랑스의 문화통신부 예산 중 예술향유지원과 관련 있는 것은 ‘지식계승 및 문화민주화’와 ‘창조’라고 볼 수 있음.
 - ‘지식계승 및 문화민주화’에는 전문 예술인을 양성하는 고등교육기관(ex: 파리음악원 등) 지원 및 청소년 등을 대상으로 하는 문화예술교육 예산, 문화다양성 등 국제교류를 위한 예산이 포괄되어 있음.
 - ‘창조’에는 공연예술 지원과 시각예술 지원을 위한 예산이 포괄되어 있음.
- 2018년 9월에는 일부 지역 만18세 청소년에게 스마트폰을 통해 일종의 바우처를 지급하는 ‘le Pass Culture’ 시범사업이 시행될 예정인데 5백만 유로의 예산은 ‘지식계승 및 문화민주화’ 항목에 해당됨.

〈표 4-14〉 문화통신부 예산 지원 규모(2017)

(단위: €)

자원 영역		2016년		2017년	
		금액	비율(%)	금액	비율(%)
문화 및 문화 연구	지식계승 및 문화 민주화 (Transmission des savoirs et démocratisation de la culture)	456,280,000	6.97	551,240,000	8.29
	고등교육	262,760,000	4.02	277,350,000	4.17
	문화예술교육 및 문화로 접근	98,080,000	1.50	116,430,000	1.75
	국제적 문화 활동	5,930,000	0.09	7,640,000	0.11
	업무지원	89,510,000	1.36	94,820,000	1.43
	임금총액	—	—	55,000,000	0.83
	창작(Création)	745,810,000	11.40	777,160,000	11.68
	공연예술	674,970,000	10.32	700,190,000	10.52
	시각예술	70,840,000	1.08	76,970,000	1.16
	문화유산(Patrimoine)	868,640,000	13.27	898,270,000	13.51
	사적(史蹟)	323,350,000	4.94	335,600,000	5.05
	건축물	28,890,000	0.44	31,610,000	0.48
	박물관	338,390,000	5.17	354,810,000	5.33
	기록보관소 및 국가 행사	28,370,000	0.43	29,170,000	0.44
	언어 유산	2,910,000	0.04	3,190,000	0.05
	관련 공공기관	8,850,000	0.14	9,940,000	0.15
	고고학	137,880,000	2.11	133,950,000	2.01
	문화연구 및 과학문화 (Recherche culturelle et culture scientifique)	122,150,000	1.87	119,650,000	1.80
	문화연구	8,790,000	0.13	9,960,000	0.15
	과학적·기술적 문화	113,360,000	1.74	109,690,000	1.65
	소계	2,192,870,000	33.51	2,226,670,000	33.48
미디어, 도서 및 문화 산업	도서 및 문화산업 (Livre et Industrie culturelle)	272,890,000	4.17	276,930,000	4.16
	도서	256,980,000	3.93	260,010,000	3.91
	문화산업	15,910,000	0.24	16,920,000	0.25
	언론(Presse)	287,380,000	4.39	294,320,000	4.43
	프랑스 통신사(AFP)	127,480,000	1.95	132,480,000	1.99
	보도 보조금	127,750,000	1.95	127,840,000	1.93
	언론 지원금	1,500,000	0.02	1,580,000	0.02
	라디오 지원	29,000,000	0.44	30,750,000	0.46
	국제적 라디오와 TV	1,650,000	0.03	1,670,000	0.03
	공공 시청각(Audiovisuel public)	3,790,770,000	57.93	3,853,100,000	57.93
	프랑스 TV	2,509,830,000	38.35	2,547,700,000	38.30
	아르테 프랑스	264,250,000	4.04	274,250,000	4.12
	라디오 프랑스	606,760,000	9.27	612,260,000	9.21
	프랑스 세계 미디어	244,000,000	3.73	251,530,000	3.78
	TV5 월드	76,930,000	1.18	78,360,000	1.18
	국립 시청각 연구소	89,000,000	1.36	89,000,000	1.34
소계		4,351,040,000	66.49	4,424,350,000	66.52
총액		6,543,910,000	100.00	6,651,020,000	100.00

출처: Ministère de la Culture et de la Communication(2016), "le Projet de loi finance 2017"

주: 예산은 승인예산(OP)를 바탕으로 재구성함

다. 시사점

- 프랑스 문화통신부 예산의 60% 이상이 공영 통신사와 방송사에 대한 지원금이 차지함.
 - 다만, 프랑스의 경우 우리나라나 잉글랜드 예술위원회(ACE)와 다르게 주요 예술기관(파리 오페라, 코미디 프랑세즈 등)의 예산이 문화통신부 예산으로 잡히지 않는다는 점을 염두에 둘 필요가 있음. 예를 들어 우리나라의 경우 예술의전당 운영 지원 예산이 문체부 일반회계에 포함되어 있고, 영국의 코벤트가든 로열오페라하우스의 운영지원 예산이 ACE의 NPOs 지원예산에 포함되어 있으나 프랑스는 그렇지 않음.
 - 따라서 나라별 문화 관련 부처 예산을 볼 때 그 차이를 염두에 둘 필요가 있음.
- 프랑스 문화통신부 예산에서는 우리나라의 경우처럼 예술향유를 위한 대규모 사업 예산이 잡혀 있지는 않음.
 - 문화통신부 예산 중 ‘지식계승 및 문화 민주화(Transmission des savoirs et démocratisation de la culture)’ 예산의 일부가 문화예술 교육, ‘문화패스’ 등 우리나라 관점에서의 예술향유 지원과 관련됨.
 - 그러나 ‘지식계승 및 문화 민주화’ 항목 자체가 문화통신부 예산 중 10% 이하이기 때문에 예술향유 지원은 매우 작은 비중을 차지함.
- 우리나라 향유지원 사업과 비슷한 ‘집 가까이 있는 문화(Culture pres de chez vous)’ 및 ‘문화패스(le Pass Culture)’는 최근 발표된 시범사업임.
 - 프랑스 문화통신부가 2018년 3월 발표한 시범사업인 ‘집 가까이 있는 문화’는 지역 간 문화격차 해소를 위한 사업임. 인구 10,000명의 생활권(bassin de vie) 당 문화시설이 1개 미만인 곳 86곳에 대해서 예술가와 예술품이 순회할 수 있도록 지원하는 정책임. 지역분권 추가재정(credits deconcentrés supplémentaires)으로 650만 유로를 책정했고, 2022년까지 1천만 유로로 확대할 예정.

- 2018년 9월부터는 시범사업으로 ‘문화패스’를 시행할 예정임. 프랑스 마크롱 대통령 공약으로서 4개 지역에서 만 18세 청소년들이 스마트폰 어플리케이션으로 500유로 상당의 포인트를 문화향유에 쓸 수 있도록 지원하는 시범사업임.
- 그러나 이런 예술향유 지원 정책은 최근 제안된 시범사업으로 지속성 여부는 지켜봐야 됨.

제3절 독일

1. 정책적 이념

가. 지역분권

- 독일의 문화예술 정책은 문화의 다양성을 지향하는 지역분권의 이념을 토대로 16개 주(州)정부가 주(州)헌법에 따라 운용하고 있음(최보연 2016).
 - 독일의 기본법 제5조(자유로운 의사표현의 권리) 제3항에 ‘예술과 학문, 연구와 교육은 자유이다’고 명시되어 있으며, 기본법 제30조(지방의 기능)에서는 ‘국가권한의 행사 및 국가과제의 수행은 이 기본법에서 아무런 다른 규정도 두거나 허용하지 않는 한 지방의 관장 사항이다’고 명시하고 있음.⁵⁷⁾
- 이를 고려했을 때 독일의 문화예술정책은 기본적으로 주(州)정부의 소관사항이며, 각 주(州)별로 상황과 특성에 맞는 독자적인 문화예술정책이 추진되고 있음.
 - 독일의 문화예술정책은 주정부가 우선적인 결정권을 갖고 있으며, 지역적인 차원을 넘어서는 과제거나 주정부의 능력을 넘어서는 과제일 경우 연방정부가 개입함(김화임 2016).
 - 주(州)정부는 독립적으로 지역의 문화시설들을 운영하며 직·간접적으로 시민들의 문화 활동 진흥을 위한 역할을 맡는 반면, 연방정부는 대외 문화정책 및 문화와 관련한 입법업무를 관장하고 보충성의 원칙에 입각하여 역할을 담당함(최보연 2016).

57) 독일연방공화국 기본법 공식홈페이지, <http://www.gesetze-im-internet.de/gg/index.html>

나. 연방정부 역할

- 독일은 정치적으로 제3제국 시대와 동독 시절을 제외하고는 중앙집권제를 취한 적이 없는 나라이며, 예술 지원에서도 지역 고유의 특징과 자율성을 강조하는 분권적 형태를 유지해왔음(허은영 2016). 그러나 최근 들어 국가경쟁력 제고 차원에서 연방정부의 역할이 증대되고 있음.
 - 독일의 문화예술정책은 주(州)정부를 중심으로 지역별 문화주권의 권리를 법적으로 명시하였으며, 이를 바탕으로 주(州)정부의 문화주권 및 다양성을 존중한다는 장점을 지님.
 - 최근에 와서는 산업·경제적인 관점에서 독일의 문화예술 정책에서의 연방정부의 역할과 책임이 점차적으로 강조되고 있음(최보연 2016).
- 이러한 흐름은 독일의 문화예술 정책에서 지방분권화의 원칙이 약화된 것이라기보다는 중앙과 지역이 담당하는 각자의 역할에서 대외관계의 효율성이 보다 추가된 방향으로 정책을 추진하고 있다고 볼 수 있음.

다. 문화민주주의

- 문화 참여 전통
 - 예술을 통해 지배 권력으로부터 시민의 자율성을 주장하는 문화적 전통이 독일에 깊이 뿌리내려 있음(곽정연 2016).
- 68운동 이후 문화민주주의 확산(곽정연 2016)
 - 서유럽에서는 68운동 이후 70년대에 문화정책 논의의 중심이 되었던 문화민주주의는 독일에서도 영향을 줌.
 - Hermann Glaser의 「심미적인 것의 탈환. 새로운 사회문화의 전망과 모델」(Die Wiedergewinnung des Asthetischen. Perspektiven und Modelle einerneuen Soziokultur)(1974)과 Hilmar Hoffmann의 「모두를 위한 문화」(Kultur für alle)(1979)는 문화민주주의에 대한 이론적 토대를 마련한 저서로 알려짐.

- 모든 사람이 자신이 향유할 문화를 스스로 결정할 수 있도록 문화교육을 강조하며 창의성과 문화적 능력을 키워 시민 스스로 예술활동에 참여하는 기회를 주는 것을 중요시.
- 문화민주주의의 부상으로 시민들이 운영하는 지방자치단체 사회문화센터에 다양한 예술 프로그램이 생기고, 극장 소속 공연단체가 아닌, 공연자들의 자율적 조직인 자유공연팀(Freie Theater)들이 형성되는 등 변화 발생.

2. 추진체계

가. 보완성의 원칙

- 독일의 문화예술지원 정책은 크게 분권화, 보완성, 다양성의 기본원칙의 틀 안에서 이루어지고 있음(류정아 2015).
 - 특히, 문화예술 영역에서 국가적인 차원의 지원은 문화예술 정책의 범위나 성격이 지역사회 수준을 뛰어넘는 경우에만 추진되는 보완성(subsidiarity)의 원칙에 입각하여 이뤄지고 있음.
 - 지방자치단체(Gemeinde)는 문화예술 정책 활동과 기관 지원에 관한 내용을 담당하며, 주(州)정부의 보조를 받음.
 - 이에 문화예술 정책 분야에서 연방정부가 미치는 영향은 프랑스 등 다른 유럽 국가와 비교했을 때 상대적으로 작으며, 전체 문화예술 분야 지원액에서도 연방정부가 차지하는 비중이 크지 않음.

나. 주 문화부장관 상설회의

- 독일의 문화예술정책과 관련해서 문화 연방주의(Kulturföderalismus)와 지방정부의 관계를 파악하기 위해서는 주(州)문화부장관상설회의(Die Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland) 역할과 기능을 살펴볼 필요가 있음.
 - 주(州)문화부장관상설회의(Die Ständige Konferenz der Kultusminister

der Länder in der Bundesrepublik Deutschland)는 독일 연방 소속 주(州)들이 연방정부 차원의 공통된 문화예술정책에 관한 내용을 다루기 위해 개최함.

- 주(州)문화부장관상설회의는 법적 구속력과 행정권한이 없지만, 지역의 범주를 넘는 교육이나 학문, 문화영역의 통일성에 관한 내용의 비교 심의를 통해 문화예술정책의 큰 방향성을 논의함(최보연 2016).

다. 연방 문화미디어특보(BKM)

- 1998년 총리실 부속기구로 연방 문화미디어특보(BKM) 설립
 - 통일이후 독일은 연방 차원의 적극적인 정책이 필요해짐에 따라 1998년 총리실 부속기구로 독일의 연방 문화미디어특보(Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, 일명 ‘BKM’)를 신설함.
- 연방 문화미디어특보(BKM)는 연방 내각이 아니라 총리실 소속 장관급 부서로, 예산도 연방 총리실 예산 내에 책정됨.
 - 연방 차원의 문화부 장관 역할을 실질적으로 수행함으로써 독일의 문화예술 정책을 총괄하고 있음(최보연 2016).
 - 연방 문화미디어특보(BKM)은 문화 및 미디어의 연방 차원 입법, 국가적 중요성을 지닌 예술기관 및 사업에 대한 홍보, 연방 수도인 베를린의 문화 지원, 국제 문화교류, 나치 희생자 추모사업 등의 업무를 담당함.
- 연방 문화미디어특보(BKM) 구조
 - 베를린과 본에 약 290여 명의 직원 근무.
 - 조직은 문화·법무지원국, 예술·문화지원국, 국제미디어/영화지원국, 역사·기념사업국, 문화정책·기념물·문화재보호국으로 구성되어 있음(표 4-15).

〈표 4-15〉 독일 연방 문화미디어특보(BKM) 구조

K1:문화 · 법무지원국
K2:예술 · 문화지원국
K21:문학 · 독일어
K22:음악 · 공연예술
K23: 훔볼트포럼, 프로이센 문화유산, 수도문화진흥기금(Hauptstadtkulturfonds) 업무
K24:현대미술(박물관, 전시, 예술가지원)
K25:동부독일문화기관, 소수민족문화지원
K3:국제미디어/영화지원국
K4:역사 · 기념사업국
K5:문화정책 · 기념물 · 문화재보호국
K51:문화정책, 종교단체, 문화단체 상호교류
K52:문화교육 및 통합
K53:문화재보호 및 세계문화유산
K54:건축, 건축문화

BKM 홈페이지, https://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterKulturundMedien/staatsministerAmt/organisation/_node.html

- 업무 영역은 문화예술, 미디어 및 영화, 베를린 및 본 지역의 문화 지원, 문화재 · 문화유산, 건축, 나치 · 동독 등 역사 관련 기념사업 등임.
- 지방의 독자적인 문화정책 전통으로 인해 연방정부에서는 국가적 차원에서 중요한 예술기관 및 프로젝트에 한정하여 지원

라. 연방문화재단(Kulturstiftung des Bunde)⁵⁸⁾

○ 설립 목적

- 연방문화재단(Kulturstiftung des Bunde)은 연방 관할 범위 내에서 문화예술을 지원하는 기관으로서 국제적 차원의 혁신적 프로젝트를 지원하는 것이 목적임.
- BKM으로부터 연간 약 3,500만 유로(약 454억 원) 예산을 받음.
- 비상업적 문화예술(시각예술, 공연예술, 문학, 음악, 영화, 사진, 건축, 전시, 뉴미디어, 융합 분야 등) 지원.

58) 연방문화재단(Kulturstiftung des Bunde) 홈페이지, <https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/>

○ 설립 당시 주정부와 갈등

- 2002년 설립 당시 주정부와 연방정부 사이에서 문화주권을 놓고 갈등을 빚었으며 대립이 종결된 것은 아님.

○ 일반 지원(Allgemeine Projektförderung)

- 연간 2번 공모
- 장르 및 주제 불문, 외국 예술인·단체와 협력 사업이며 혁신적인 사업에 지원.
- 최소 사업비가 20%가 현금으로 확보된 사업. 최소 5만 ~ 25만 유로 지원.

○ 특별 지원(Programmförderung)

- 특별 주제, 장르에 초점을 맞춘 한시적 공모 사업
- 현재 다음과 같은 특별지원 사업 진행 중

〈표 4-16〉 독일 연방문화재단 지원사업

구분	내용
이미지/공간	국제박물관미술관 펠로우십, 훔볼트 랩(비아시아 예술 전시기획), 글로벌 박물관미술관(국제 근대미술 전시), City Companions(관람객 참여 등)
극장/움직임	무용유산기금(20세기 레퍼토리 발굴), Doppelpass Fund(독립 예술단체가 기존(공공)극장 소속 무용단, 극단과 협업을 통해 최소 1개 이상의 새로운 프로덕션 개발하는 2년짜리 레지던시 지원), Theatertreffen(독일어권 연극 축제)
영화/뉴미디어	World Cinema Fund(연방문화재단과 베를린국제영화제(Berlinale) 공동 사업으로 과거 영화 복원 등)
음악/사운드	현대음악단체 Ensemble Modern, 현대음악제 Donaueschingen Festival 지원
언어/지식	도서관 컨퍼런스, Theodor Fontane 탄생 200주년 사업 등
유산/교육	lab.Bode(박물관미술관 관람객 개발), Kulturagenten für kreative Schulen(학교-문화기관 문화교육 지원, 지역 민간재단과 공동 지원) 등
지속가능성/미래	

출처: 연방문화재단 홈페이지.

<https://www.kulturstiftung-des-bundes.de/cms/en/foerderung/programm/index.html>

3. 예산

가. 독일의 문화재정

- 연방통계청 및 주정부 「문화재정 보고서」(Kulturfinanzbericht) 작성
 - 2014년부터 연방통계청(Statistisches Bundesamt)과 주정부(Ländern)는 연방정부와 주정부, 지방자치단체(Gemeinde)가 산발적으로 보유하고 있는 문화 데이터를 유용하게 사용함께 문화 통계 집대성 프로젝트를 진행하고 있음(이유진 2017).⁵⁹⁾⁶⁰⁾
 - 연방정부(Bund), 주정부(Ländern), 기초자치단체(Gemeinde)의 문화 관련 통계 자료를 종합하여 재배열, 분석을 함.
 - 이를 바탕으로 「문화재정 보고서」(Kulturfinanzbericht)를 2년마다 발간하고 있으며 특정 분야를 선정해 세부 보고서도 펴내고 있음.
 - 다음은 가장 최근 자료인 「2016 문화재정 보고서」에 나타난 수치임.⁶¹⁾
- 문화재정 규모
 - 가장 최근 자료인 「2016 문화재정 보고서」에 따르면 2013년 독일의 문화재정 규모는 약 99억 유로(한화 약 13조원) 수준이었음(아래 표).

〈표 4-17〉 독일의 문화재정 지출 (2005~2013)

(단위: 백만 유로)

년도	문화 (Kultur)	문화근접분야 (Kulturnahe Bereiche)	합계
2005	8,037,0	1,996,8	10,033,8
2006	8,148,6	2,028,7	10,177,3
2007	8,460,3	1,997,6	10,457,9

59) 문화통계 집대성 프로젝트는 2014년부터 2022년까지 계획된 8년간의 장기 프로젝트로서 독일 문화재정 및 관련 데이터를 구축하는 것을 목표로 함(이유진 2017).

60) 연방통계청 홈페이지, <https://www.destatis.de>

61) 「2016 문화재정 보고서」가 작성된 2016년 12월 당시에 2014년과 2015년 일부 데이터는 최종 결산이 나지 않은 임시 데이터의 상태였으며 2015년 나머지와 2016년 데이터는 예산안만을 있는 상태였기 때문에, 「2016 문화재정 보고서」는 2013년의 데이터를 중심으로 분석되어 있음(이유진 2017).

년도	문화 (Kultur)	문화근접분야 (Kulturnahe Bereiche)	합계
2008	8,805,9	2,020,3	10,826,2
2009	9,138,8	2,063,7	11,202,5
2010	9,379,7	2,154,9	11,534,6
2011	9,403,4	2,229,9	11,633,3
2012	9,493,0	2,327,9	11,820,9
2013	9,892,0	1,910,1	11,802,1

출처: Statistischen Ämter(2016), Kulturfinanzbericht 2016, p.29.

주: 문화 근접분야 지출에는 독일의 공영방송, 방송 통신, 교회, 시민대학 등 평생교육 지출이 포함

○ 주(州)별 문화재정 규모

- 주(州)별로 문화재정 규모를 보면 2013년도 기준 문화재정 지출이 가장 많았던 주(州)는 노르트라인 베스트팔렌, 바이에른, 바덴-뷔템베르크 순이었음.

〈표 4-18〉 독일 주(州)정부별 문화재정 지출 (2013)

(단위: 백만 유로)

구분	문화 (Kultur)	문화근접분야 (Kulturnahe Bereiche)	합계
바덴-뷔템베르크(Baden-Württemberg)	1,138,5	200,2	1,338,6
바이에른(Bayern)	1,319,9	232,7	1,552,5
베를린(Berlin)	599,0	38,1	637,2
브란덴부르크(Brandenburg)	243,2	31,1	274,3
브레멘(Bremen)	105,6	24,2	129,8
함부르크(Hamburg)	338,6	12,6	351,2
헤센(Hessen)	644,4	114,4	758,9
메클렌부르크 포르포메른(Mecklenburg-Vorpommern)	155,4	32,5	187,8
니더작센(Niedersachsen)	556,6	179,3	735,9
노르트라인 베스트팔렌(Nordrhein-Westfalen)	1,560,9	254,7	1,815,6
라인란트 팔츠(Rheinland-Pfalz)	259,1	82,9	342,1
잘란트(Saarland)	77,1	10,7	87,9
작센(Sachsen)	775,8	39,5	815,3
작센 안할트(Sachsen-Anhalt)	276,7	49,6	326,2
슐라이스비히 홀슈타인(Schleswig-Holstein)	193,5	19,1	212,6
튀링겐(Thüringen)	303,3	43,9	347,2
합계	8,547,6	1,365,4	9,913,0

출처: Statistischen Ämter(2016), Kulturfinanzbericht 2016, p.29.

주: 문화 근접분야 지출에는 독일의 공영방송, 방송 통신, 교회, 시민대학 등 평생교육 지출이 포함

○ 문화재정에서 연방정부 지출 비중

- 독일의 경우 기본법에 반하거나 다른 규제와 충돌하지 않는 한, 문화 예술정책 추진의 주체를 주(州)정부로 규정하고 있음.
- 2013년을 기준으로 독일 정부의 전체 재정지출에서 문화 분야는 1.68%의 비중을 차지하고 있음(이유진 2017).
- 2013년 문화 관련 공공지출의 비율은 지방자치단체(45.4%), 주정부(41.0%), 연방정부(13.6%)였음(Statistischen Ämter, 2016).

〈표 4-19〉 독일 정부 단위별 문화재정 지출 (2013)

(단위: 백만 유로)

구분	문화 (Kultur)	문화근접분야 (Kulturnahe Bereiche)	합계
연방정부(Bund)	1,344,4	544,7	1,889,1
주정부(Ländern)	4,051,7	979,9	5,031,6
지방자치단체(Gemeinde)	4,495,9	385,5	4,881,4
합계	9,892,0	1,910,1	11,802,1

출처: Statistischen Ämter(2016), Kulturfinanzbericht 2016, p.29 재구성

주: 문화 근접분야 지출에는 독일의 공영방송, 방송 통신, 교회, 시민대학 등 평생교육 지출이 포함

○ 문화재정에서 장르별 지출 비중

- 2013년 기준 독일 문화재정에서 가장 많은 지출이 이뤄지는 분야는 ‘연극 및 음악’(35.0%), 박물관미술관(19.4%), 예술대학(5.6%), 문화재(5.0%), 해외교류(4.0%) 순임.

〈표 4-20〉 독일 문화재정 장르별 지출규모 (2013)

구분		합계	분야							
			연극 및 음악	도서관	박물관, 미술관 및 전시	문화재 보호 및 관리	해외 교류	예술 대학	기타	문화 행정
(백만 유로)	연방	1,344,4	27,3	303,2	306,5	84,9	397,1	—	225,5	—
	주	4,051,7	1,572,1	417,5	572,9	237,0	2,6	556,1	518,8	174,6
	지자체	4,495,9	1,862,6	704,0	1,037,9	172,2	—	—	649,7	69,6
합계		9,892,0	3,462,0	1424,7	1,917,2	494,1	399,7	556,1	1,394,0	244,2

구분		합계	분야							
			연극 및 음악	도서관	박물관, 미술관 및 전시	문화재 보호 및 관리	해외 교류	예술 대학	기타	문화 행정
(%)	연방	100.0	2.0	22.6	22.8	6.3	29.5	—	16.8	—
	주	100.0	38.8	10.3	14.1	5.8	0.1	13.7	12.8	4.3
	지자체	100.0	41.4	15.7	23.1	3.8	—	—	14.5	1.5
합계		100.0	35.0	14.4	19.4	5.0	4.0	5.6	14.1	2.5

출처: Die Statistischen Ämter(2016), Kulturfinanzbericht 2016, p.47.

○ 연방정부 문화재정에서 장르별 비중

- 2013년 기준, 독일 연방정부의 문화 지출 중 가장 큰 비중은 ‘해외 교류’(29.5%)가 가장 큰 재정지출 규모를 차지하고 있으며 그 다음이 ‘박물관, 미술관 및 전시’(약 22%)과 도서관(약 22%)이었음.
- 연방정부가 가장 많은 문화 지출을 하는 ‘해외 교류’는 괴테 인스티튜트(Goethe Institut)와 도이체벨레(Deutsche Welle) 지원을 중심으로 하는 사업들임(이유진 2017).

○ 주정부 및 지방자치단체 문화재정에서 장르별 비중

- 2013년 기준, 주(州)정부와 지방자치단체 문화 지출에서 가장 많은 비중을 차지하는 장르는 ‘연극 및 음악’ 분야이며, 그 다음이 ‘박물관, 미술관 및 전시’와 ‘도서관’임.

○ 문화재정에서 연방정부와 주정부, 지방자치단체의 역할 차이

- 연방정부는 독일문화 홍보, 국제교류, 규모가 큰 문화 인프라(박물관·미술관, 도서관 등) 지원에 많은 지출을 하고 있으며, 독일 문화 재정에서 가장 많은 지출을 하고 있는 ‘연극 및 음악’은 주정부와 지방자치단체를 중심으로 이뤄지고 있음.

나. 문화미디어특보(BKM) 예산

○ BKM 2018년 예산

- 2018년 BKM 예산은 약 17억 8천만 유로(약 2조 3천억 원) 수준임.⁶²⁾
- 2013년 예산과 비교해 약 4억 7천6백만 유로가 증가함.

○ BKM 2017년 예산

- 2017년 BKM 예산은 약 16억 1천만 유로(약 2조 960억 원) 수준이었음.
- 세부내역은 다음과 같음.

〈표 4-21〉 독일 BKM 예산 (2017)

구분	주요 내용	(천 유로)	(%)
문화재단	베를린 프로이센문화유산재단, 연방문화재단, 포츠담 프로이센궁궐 재단, 바이마르 고전재단 등	359,232	22.3%
박물관	베를린 독일역사박물관, 본 연방예술 전시홀, 본 역사의 집 재단	129,967	8.1%
도서관	국립도서관(프랑크푸르트)	51,209	3.2%
아카이브	코블렌츠 아카이브, 라이프치히 바흐아카이브, 독일디지털박물관 등	100,316	6.2%
축제지원	루르 축제, Bad Hersfeld 축제, 헨델 축제	987	0.1%
문화유산 보존		83,612	5.2%
기타 문화지원		18,961	1.2%
독일 내 국제 문화업무		3,602	0.2%
예술가 지원	국외 레지던스(로마 빌라 마시모, 베네치아 연구센터, 플로렌스 빌라 로마니)	9,224	0.6%
음악	바이로이트 페스티벌, 베를린방송교향악단 및 합창단, 대중음악지원(Initiative Musik), 베토벤 탄생 25주년 기념사업(Beethovenjubiläum 2020),	60,023	3.7%
영화	영화지원, 독일영화재단, 독일영화기금	97,845	6.1%
언어/문학	독일실려협회, 망명작가지원(Writers-in-Exile), 괴테하우스관리(Freie Deutsche Hochstift)	10,337	0.6%
조형예술		510	0.03%
베를린 예술진흥	수도진흥기금(Hauptstadtkulturfonds), 베를린 연방문화행사 회사(Kulturveranstaltungen des Bundes in Berlin GmbH), 유타인박물관, 훔볼트포럼	104,517	6.5%
역사의식 분야	바이에른 추모지, 희생유대인 추모재단, 동독 SED불법 처리재단, 베를린장벽 기념소 등	70,556	4.4%
미디어	도이체벨레(공영 국제방송), 어린이 미디어 보호	333,567	20.7%
기타문화진흥		61,799	3.8%

62) BKM 홈페이지, https://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/BKM/2017/2017-04-20-kulturausgaben-2017.html?nn=402706

구분	주요 내용	(천 유로)	(%)
동독청산(BStU)	구동독 비밀경찰 슈타지 비밀문서 진상조사	106,106	6.6%
문화교류		2,920	0.2%
문화재복구		6,582	0.4%
합계		1,611,872	100%

출처 BKM 홈페이지, https://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/BKM/2017/2017-04-20-kulturausgaben2017.html?nn=402706

- BKM이 직접 수행하는 사업비보다 대부분 문화기관이나 협회 등으로 지원됨을 알 수 있음.
- 2017년 BKM 예산에서 가장 높은 비중을 차지하는 분야는 문화재단(22.3%)과 미디어(20.7%) 지원이며, 그 외에 박물관(8.1%), 동독청산(6.6%), 수도 베를린 예술진흥(6.5%), 아카이브(6.2%), 영화(6.1%) 순임.
- 예술 지원에서 BKM의 역할은 세계문화유산 보존, 공영 국제방송(Deutsche Welle) 지원, 수도 베를린의 예술 지원, 국제적인 명성의 예술단체 및 축제 지원, 역사 청산 사업 지원 등 주로 국가적 차원에서 중요성이 있다고 판단되는 기관과 사업을 지원하는 것임.
 - BKM이 지원하는 ‘문화재단’인 ‘베를린 프로이센 문화유산재단(Stiftung Preu ßischer Kulturbesitz, Berlin)’, ‘포츠담 프로이센 궁전 및 정원 재단(Stiftung Preu ßische Schloesser und Garten Berlin-Brandenburg, Potsdam)’, ‘바이마르 고전재단’(Klassik Stiftung Weimar)은 UNESCO 세계문화유산으로 지정된 문화유산을 관리하는 재단들임.
 - 연방문화재단(Kulturstiftung des Bundes)은 국제교류와 관련된 사업을 지원하는 재단임.
 - 축제와 음악 분야에서 지원하는 ‘바이로이트 페스티벌’과 ‘베를린 방송 교향악단’과 ‘베를린 방송 합창단’ 등도 국제적인 명성을 가진 축제와 예술단체임.
 - 즉, 연방 차원의 업무는 주정부 및 지방자치단체의 업무 범위를 넘는, 국가적 차원의 중요성을 지닌 기관 및 사업 지원에 한정되는 경향을 보임.
- BKM 예산에서는 예술향유 명목의 지원사업은 보이지 않음.

〈표 4-22〉 독일 주정부 예술지원

- 수도인 베를린주와 문화적으로 오랜 전통을 갖고 있는 문화와 경제 중심지인 바이에른 주의 예술지원 예산은 다음과 같음.

- 베를린주 문화예술지원 예산

항목	내용	2015년 (천 유로)	(%)	2016년 (천 유로)	(%)
극장	공연장(연극, 오페라)	311,485	43.9%	323,906	42.9%
음악	오케스트라, 합창단	42,141	5.9%	46,020	6.1%
박물관/전시	박물관 미술관	82,434	11.6%	84,291	11.2%
동/식물원	동물원 식물원	6,220	0.9%	8,601	1.1%
음악학교	국공립 음악학교	37,422	5.3%	39,073	5.2%
도서관	시민도서관, 공공도서관	64,721	9.1%	67,050	8.9%
기타 문화사업	예술가, 예술단체, 축제	38,858	5.5%	51,122	6.8%
문화행정	문화기관, 행정인력	19,150	2.7%	20,970	2.8%
문화재	문화재보호, 관리	33,930	4.8%	30,706	4.1%
종교시설	종교시설 보호, 관리	73,129	10.3%	83,413	11.0%
계		709,489	100.0%	755,153	100.0%

출처: 해외문화홍보원 홈페이지, “독일 문화행정 조직 및 정책 현황 조사”

http://www.kocis.go.kr/kocc/view.do?seq=7759&langCode=lang001&menucode=menu0150&menuType=Kocis_Board_Ovr_Ctr&dcrcode=&searchType=menu0150&searchText=

- 베를린의 경우 동서독 통일 이후 오페라하우스가 3개(Staatsoper Unter den Linden, Deutsche Oper Berlin, Komische Oper Berlin)가 유지되고 있기 때문에 극장 지원 비중이 클 수밖에 없음(문화체육 관광부 2011).

- 바이에른주 문화예술지원 예산

항목	내용	2015년 (천 유로)	(%)	2016년 (천 유로)	(%)
극장	공연장(연극, 오페라)	256,200	33.3%	256,600	31.9%
음악	오케스트라, 합창단	36,200	4.7%	38,300	4.8%
박물관/전시	박물관 미술관	114,000	14.8%	120,000	14.9%
음악학교	국공립 음악학교	17,700	2.3%	17,700	2.2%
도서관	시민도서관, 공공도서관	6,200	0.8%	6,900	0.9%
기타 문화사업	예술가, 예술단체, 축제	58,500	7.6%	66,900	8.3%
문화행정	문화기관, 행정인력	113,600	14.8%	115,000	14.3%
문화재	문화재보호, 관리	34,500	4.5%	38,100	4.7%
종교시설	종교시설 보호, 관리	132,900	17.3%	145,000	18.0%
계		769,800	100.0%	804,500	100.0%

출처: 해외문화홍보원 홈페이지, “독일 문화행정 조직 및 정책 현황 조사”

http://www.kocis.go.kr/kocc/view.do?seq=7759&langCode=lang001&menucode=menu0150&menuType=Kocis_Board_Ovr_Ctr&dcrcode=&searchType=menu0150&searchText=

- 바이에른주 뮌헨에 있는 대표적 극장인 Bayerische Staatsoper(바이에른 슈타츠오페)는 그 역사가 17세기까지 거슬러 올라가는 기관으로, 독일을 대표하는 오페라하우스 중 하나임 또한, 레퍼토리 시스템으로 운영되는 독일어권 오페라하우스들의 연간 공연이 대체로 연간 100여 회에서 200회가 넘는 경우도 많다는 점을 감안하면, 주립극장인 오페라하우스에 투여되는 예산비중이 큰 점을 이해할 수 있음.

- 독일에는 약 140여개의 공공극장, 220여개의 민간극장, 130여개 직업 오케스트라(일부 방송사 소속), 70여개 페스티벌, 양상불 없는 150여개 극장, 극장이 없는 100여개의 극단, 그 외 수 많은 아마추어 극단이 있는 것으로 알려짐(곽정연 2016). 이런 점을 감안할 때 독일 주정부 문화예술 예산에서 공연예술이 차지하는 비중이 큰 이유를 짐작할 수 있음.

다. 시사점

- 독일은 정치적으로 제3제국 시대와 동독 시절을 제외하고는 중앙집권제를 취한 적이 없는 나라이며, 예술 지원에서도 지역 고유의 특징과 자율성을 강조하는 분권적 형태를 유지해왔음.
- 최근 예술 정책에서 연방정부의 역할이 증대되어 왔으나, 독일 전체 문화재정에서 연방정부 지원이 차지하는 비중은 약 13.6%(2013년 기준)로 여전히 낮은 수준임.
- 예술 지원에서 연방정부의 역할은 독일 내 세계문화유산 보존, 공영 국제방송(Deutsche Welle) 지원, 수도 베를린의 예술 지원, 국제적인 명성의 예술단체 및 축제 지원, 역사 청산 사업 지원 등 주로 국가적 차원에서 중요성이 있다고 판단되는 분야를 지원함.
 - 연방정부가 지원하는 문화재단의 사업도 독일 내 세계문화유산 보존(베를린 프로이센문화유산재단, 포츠담 프로이센 궁궐재단, 바이마르 고전재단), 국제교류(연방문화재단) 등임.
 - 지원 방식도 BKM의 직접적인 사업 추진보다는 기관, 조직 등을 지원하는 방식으로 추진됨.
- BKM 예산에서는 우리나라의 형태와 같은 탑다운 방식의 예술향유 지원 사업은 찾아보기 힘들.
 - 주정부 예산에서도 가장 큰 비중을 차지하는 것은 극장 지원임. 이는 독일 통일 이전 시절 각 공국들이 경쟁적으로 극장을 지었던 역사와 독일의 음악 전통, 관극 문화 등과 관계가 있음.

제4절 소결

○ 향유자 지원에 초점을 둔 문체부 예산

- 제3장에서 살펴봤듯이, 우리나라 문체부의 2018년 일반회계 예술정책관 예산 2,935억 원 중 42.5%가 ‘문화예술교육 지원’에 배정되며, 문예진흥기금 사업비 2,278억 원 중 51.8%가 ‘소외계층 문화역량 강화’ (통합문화이용권, 소외계층문화순회, 방방곡곡문화나눔)에 사용됨.

〈표 4-23〉 문체부 예술정책관 일반회계 지원비중(2018)

구분	(백만원)	(%)
(문체부 산하)문화예술단체 지원	86,028	29.30%
공연 및 전통예술 활성화	11,484	3.90%
기초예술 역량강화	47,845	16.30%
시각예술 진흥기반 구축	15,782	5.40%
문화예술공간 조성	7,789	2.70%
문화예술교육 지원	124,626	42.50%
합계	293,554	100.00%

〈표 4-24〉 문예진흥기금 지원비중(2018)

분야	사업	(백만원)	(%)
예술창작 역량강화	예술창작지원	34,191	15.0%
	예술인력 육성	13,641	6.0%
지역문화예술진흥	지역문화예술지원	7,389	3.2%
	공연예술활용관광 자원화	24,707	10.8%
예술가치의 사회적 확산	문화예술 사회적 인식 제고	29,851	13.1%
	소외계층문화역량 강화	118,119	51.8%
합 계		227,898	100.0%

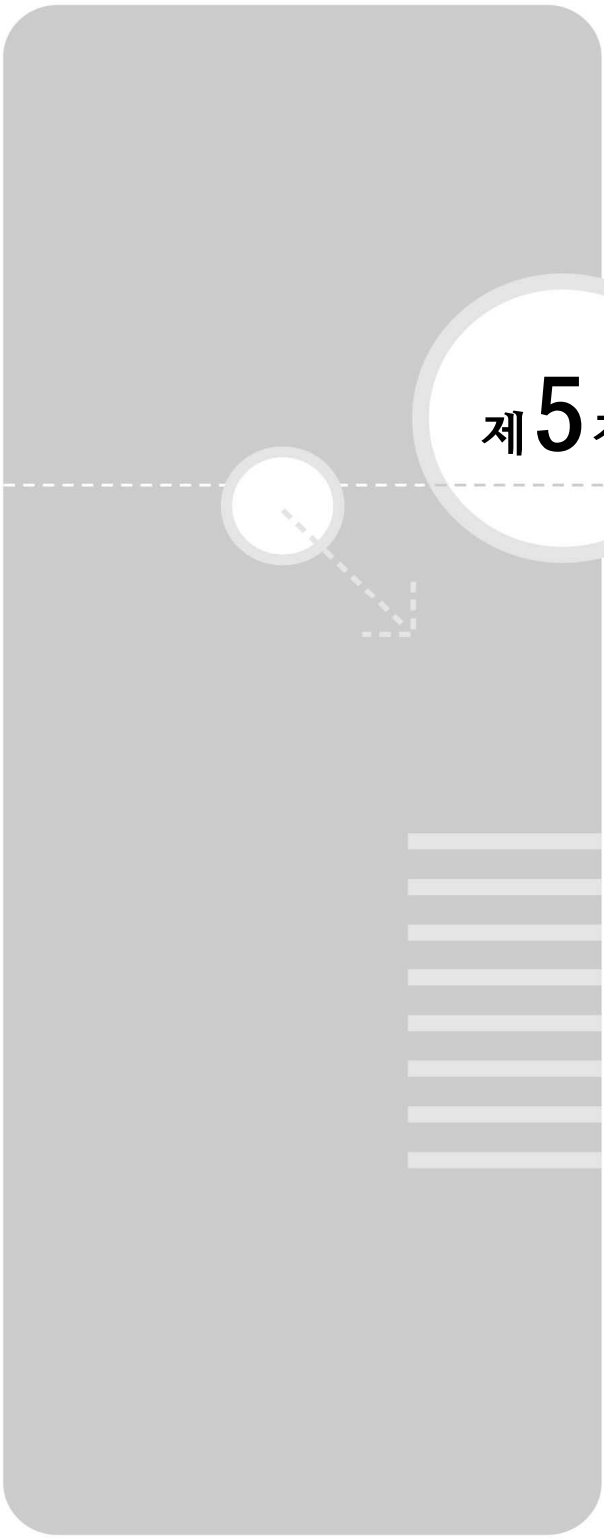
- 지역문화정책관 예산 1,128억 원 중 15.6%가 ‘문화가 있는 날’에 사용되고 있음을 감안한다면, 문체부 예산에서 예술향유 지원이 상당히 큰 비중을 차지하고 있음을 알 수 있음.

○ 영국, 프랑스, 독일의 문화 관련 부처 예산

- 정부 부처(DCMS)와 예술위원회(ACE)의 이중적 행정구조로 추진체계가 마련되어 있으며 복권기금(National Lottery)을 예술지원의 주요 재원으로 사용한다는 면에서 비슷한 공통점을 갖고 있는 잉글랜드의 경우, 예술 지원을 담당하는 잉글랜드예술위원회(ACE) 예산 중 가장 큰 비중을 차지하는 사업은 잉글랜드의 대표적인 예술단체들의 운영비를 지원하는 ‘내셔널포트폴리오(NPOs)’ 임.
- 예술향유 지원사업의 경우 Development Funds(2015~18년에는 ‘Strategic Funds’) 중 일부 사업이 우리나라 관점에서의 예술향유 지원 사업에 해당된다고 할 수 있음. 그러나 ‘Strategic Funds’ 예산이 전체 ACE 예산 중 약 20% 정도였으며, ‘Strategic Funds’ 예산에서도 향유지원은 일부였던 점을 감안하면, ACE 예산 중 예술향유 지원이 큰 비중을 차지하지 않는다는 점을 알 수 있음.
- 프랑스 문화통신부 연간 예산 중 가장 많은 예산이 쓰이는 곳은 공영방송사와 통신사에 대한 지원임(약 60%). 단, 파리오페라, 코미디 프랑세즈 등의 주요 예술기관 예산은 문화통신부 예산에 포함되지 않는 점을 염두에 둘 필요가 있음.
- 프랑스 문화통신부도 잉글랜드와 마찬가지로 중앙 부처가 예술향유를 위한 대규모 지원사업을 마련하지 않고 있었으나, 2018년에 ‘집 가까이 있는 문화’ 및 청소년을 위한 ‘문화패스’ 시범사업을 발표하였으며 향후 확대를 예고하고 있음. 다만, 이 시범사업들에 대한 문화계의 비판적 시각이 나타나고 있기 때문에 이런 사업들이 장기적으로 정착될지는 지켜볼 필요가 있음.
- 제3제국 시대와 동독 시절을 제외하고는 중앙집권제를 취한 적이 없는 독일의 경우 연방총리실 산하에 설립된 연방 문화미디어특보(BKM)가 문화부의 역할을 하고 있으나, 매우 제한적인 영역에서 지원을 수행하고 있음. 즉, 독일 내 세계문화유산 보존, 공영 국제방송 지원, 수도 베를린의 예술 지원, 국제적인 명성을 갖고 있는 예술단체 및 축제 지원, 역사 청산사업 지원 등 연방 차원에서 중요성이 있다

고 판단되는 분야를 선별적으로 지원함.

- 20세기 후반 문화정책의 주요 담론인 ‘문화민주주의’가 유럽들에서 발생하고 많은 국가들이 채택한 것으로 알려져 있음. 그러나 실제로 문화 관련 부처의 예산을 살펴봤을 때 우리나라의 경우처럼 향유지원에 예산이 대규모로 집중 편성되어 있지 않았음.
 - 문화 부처의 역할과 지자체와의 역할분담이 해당 나라들의 분권화 정도, 문화정책 역사 등은 나라별로 다르지만, 대규모 예술향유 지원 사업이 중앙정부에 의해 추진되지 않고 있다는 점은 공통적으로 나타났다.
 - 오히려 예술 공급 측면에 있는 예술기관에 대한 지원은 그 역할을 중앙(연방)정부에서 맡든 혹은 지자체에서 맡든 간에 예술정책에서 중요한 비중을 차지하고 있음.
- 서구 문화정책 담론이나 각국의 문화정책 기조를 액면 그대로 받아들이기보다는 각국의 문화정책의 흐름과 전통을 감안하고 총체적인 관점에서 그 맥락을 읽고 이해할 필요가 있음.



제 5 장

예술향유 현황 및 특징

제1절 예술향유실태 현황
제2절 예술향유실태 특징

제1절 예술향유실태 현황

1. 전국문화기반시설총람 통계로 본 예술 향유

가. 전국문화기반시설총람 분석 개요

- 「전국문화기반시설총람」은 ‘문화기반시설’인 「도서관법」상 도서관, 「박물관 및 미술관 진흥법」상 박물관·미술관, 문예회관 및 「지방문화원진흥법」상 지방문화원, 문화의 집에 대한 기초 정보를 제공하는 자료임.
 - 「전국문화기반시설총람」은 문화기반시설을 직접 운영하고 있는 지방자치단체, 법인, 개인 등으로부터 제출받은 자료를 기초로 작성됨.
 - 「2017년 전국문화기반시설총람」에 수록된 통계의 기준시점은 2017년 1월 1일임.
- 문화기반시설 중 시각예술 및 공연예술 시설인 미술관과 문예회관의 관람 인원을 통해 본 예술향유 실태는 다음과 같음.

나. 미술관 관람

- 미술관 개수
 - 「2017 전국문화기반시설총람」에 따르면 전국의 「박물관 및 미술관 진흥법」상 미술관은 총 229개임. 경기 52개, 서울 39개, 전남 27개, 제주 20개, 전북 15개, 경북 11개, 광주 및 경남 각 9개 순으로 나뉨(표 5-1).

〈표 5-1〉 미술관 평균지표 현황

(단위: 개, 명)

구분	지역	미술관 수	1개관 당 평균 연 관람인원
지역	서울	39	156,883
	부산	6	99,843
	대구	4	171,652

구분	지역	미술관 수	1개관 당 평균 연 관람인원
	인천	4	23,751
	광주	9	24,424
	대전	5	34,843
	울산	—	—
	세종	—	—
	경기	52	66,935
	강원	11	37,348
	충북	8	70,005
	충남	9	75,790
	전북	15	21,728
	전남	27	17,118
	경북	11	38,681
	경남	9	48,860
	제주	20	137,085
	총 계	229	76,078
지역2	수도권	95	102,043
	지방	134	57,669
	총계	229	76,078

출처: 문화체육관광부(2017), 「2017 전국문화기반시설총람」

- 총 229개 미술관의 운영주체는 사립미술관 157개(68.6%), 공립미술관이 56개(24.5%), 대학미술관이 15개(6.6%), 국립미술관이 1개(0.4%)였음 (표 5-2).

〈표 5-2〉 미술관 운영주체

운영주체	국립미술관	공립미술관	사립미술관	대학미술관	합계
미술관수	1	56	157	15	229

○ 관람 인원

- 「전국문화기반시설총람」에 따르면 2017년도 기준 전국 229개 미술관의 연 관람인원은 약 1,742만 명 수준이었음.
- 2017년 미술관 1개관 당 평균 연 관람인원은 76,072명이었음.
- 수도권 미술관의 1개관 당 연 관람인원은 102,043명이었고, 지방 미술관의 1개관 당 연 관람인원은 57,669명이었음.

다. 문예회관 관람

○ 문예회관 개수

- 「2017 전국문화기반시설총람」에 따르면 전국의 문예회관은 총 236개로, 경기 35개, 경북 25개, 경남 21개, 서울 및 강원 각 20개, 전남 19개, 충남 18개 순이었음(표 5-3).

〈표 5-3〉 문예회관 운영현황

(단위: 개, 일, 일)

구분	지역	문예회관 수	공연일 수	전시일 수
지역1	서울	20	5,197	2,790
	부산	11	3,869	2,070
	대구	11	1,982	2,961
	인천	9	1,237	1,582
	광주	7	1,116	504
	대전	4	801	79
	울산	5	731	1,996
	세종	1	149	71
	경기	35	5,975	5,221
	강원	20	1,468	1,991
	충북	12	1,199	403
	충남	18	1,856	1,510
	전북	15	2,094	2,700
	전남	19	1,822	1,680
	경북	25	2,775	3,093
	경남	21	2,419	3,108
	제주	3	461	538
	총 계	236	35,151	32,297
지역2	수도권	64	12,409	9,593
	지방	172	22,742	22,704
	총계	236	35,151	32,297

주: 모든 문예회관에 전시공간이 있는 것은 아님.

출처: 문화체육관광부(2017), 「2017 전국문화기반시설총람」

○ 이용자 수 및 유료관객 비율

- 「2017 전국문화기반시설총람」에 따르면 전국 236개 문예회관의 이용자 수는 수도권 약 981만 명, 지방은 약 1,464만 명, 총 2,445만 명 수준이었음.
- 이 중에서 유료 관객 수는 수도권 약 319만 명, 지방은 약 359만 명, 총 678만 명 수준이었음(표 5-4). 즉, 문예회관 1개관 당 유료관객 수는 수도권은 49,852명, 지방은 20,905명 수준이었음(표 5-4).
- 총 이용자 수는 지방 문예회관이 더 많지만 유료관객 비율은 수도권 문예회관이 32.52%로 24.5%로 나타난 지방 문예회관보다 높게 나타남.

〈표 5-4〉 문예회관 이용자 수 및 유료 관객율

(단위: 개, 명, %)

구분	지역	문예회관 수	유료관객 수	총 이용자 수	유료 관객율
지역1	서울	20	1,920,183	4,674,572	41.08
	부산	11	594,443	2,132,600	27.87
	대구	11	364,737	2,026,325	18.00
	인천	9	240,928	907,188	26.56
	광주	7	179,320	1,092,214	16.42
	대전	4	193,756	344,714	56.21
	울산	5	144,301	691,423	20.87
	세종	1	7,956	70,344	11.31
	경기	35	1,029,393	4,228,240	24.35
	강원	20	58,119	935,700	6.21
	충북	12	339,279	818,193	41.47
	충남	18	230,831	1,139,517	20.26
	전북	15	339,530	1,114,218	30.47
	전남	19	221,334	940,640	23.53
	경북	25	436,211	1,487,701	29.32
	경남	21	427,761	1,671,130	25.60
	제주	3	58,115	178,563	32.55
	총 계	236	6,786,197	24,453,282	27.75
지역2	수도권	64	3,190,504	9,810,000	32.52
	지방	172	3,595,693	14,643,282	24.56
	총계	236	6,786,197	24,453,282	27.75

출처: 문화체육관광부(2017), 「2017 전국문화기반시설총람」

- 2017년 미술관 관람인원은 약 1742만 명, 문예회관 이용자 수는 2,445만 명 수준이었음.
- 위의 수치는 적지 않은 수치이지만, 한국 영화시장에서 1천만 명의 관객이 든 영화가 종종 등장하는 점을 감안한다면 상대적인 시장 규모를 가늠해볼 수 있음.

2. 공연예술실태조사로 본 예술 향유

가. 공연예술실태조사 개요

- 「공연예술실태조사」는 객관적이고 신뢰할 수 있는 공연예술분야의 현황 파악을 토대로 공연예술 활성화를 위한 자료를 제공하는 것을 목적으로 하는 통계청 승인통계임(승인번호 제11315호).
- 공연예술의 시장구조는 일반적으로 “창작(제작)-유통(매개)-소비(향유)” 주체와 공연예술 지원주체가 상호 연계되는 구조를 형성하고 있는데, 이러한 시장구조 특성의 주요 영역을 조사 대상으로 설정.
- 「2017 공연예술실태조사」에서는 공연예술 유통(매개) 부문인 공연시설(공연장), 창작(제작) 부문인 공연단체, 공공지원을 담당하는 행정기관(정부 및 지방자치단체)을 대상으로 조사.

나. 공연 관람 인원

- 공연시설 관람 인원
- 「2017 공연예술실태조사」에 응답한 공연시설은 992개로 1,268개 공연장을 보유하고 있음. 이 중 국공립 공연시설은 472개(47.6%), 민간 공연시설은 520개(52.4%)임.
- 「2017 공연예술실태조사」에 응답한 공연시설은 992개 중 서울의 공연시설은 202개(30.4%), 경기 84개(12.6%)로 전체 공연시설의 43%를 차지함.

- 「2017 공연예술실태조사」에 응답한 공연시설 992개의 2016년 공연 건수는 총 34,051건이며, 총 관객 수는 약 3,063만 명으로 추정됨. 전체 관람 인원 중 유료 관객 비중은 45.1%(약 1,381만 명)정도임(표 5-5).
- 장르별로는 뮤지컬 관람객 1,247만 명, 연극 683만 명, 양악 494만 명, 복합장르 344만 명 순이었음.

〈표 5-5〉 공연시설의 장르별 공연실적(2016년)

	공연건수(건)		공연일수(일)		공연횟수(회)		관객 수(명)		유료관객 비중(%)
	합계	평균	합계	평균	합계	평균	합계	평균	
전체	34,051	26.9	118,397	93.4	174,191	137.4	30,637,448	24,162.0	45.1
연극	6,359	5.0	55,310	43.6	84,970	67.0	6,838,119	5,392.8	52.9
뮤지컬	5,205	4.1	30,152	23.8	47,074	37.1	12,472,150	9,836.1	56.9
무용	2,037	1.6	3,401	2.7	4,009	3.2	1,108,973	874.6	19.0
발레	410	0.3	615	0.5	661	0.5	358,447	282.7	44.0
양악	12,237	9.7	13,111	10.3	13,853	10.9	4,944,540	3,899.5	24.4
오페라	637	0.5	942	0.7	1,095	0.9	419,664	331.0	43.1
국악	3,239	2.6	3,990	3.1	4,169	3.3	1,050,661	828.6	25.8
복합	3,927	3.1	10,876	8.6	18,360	14.5	3,444,894	2,716.8	31.4

출처: 문화체육관광부 · 예술경영지원센터(2017), 「2017 공연예술실태조사」

○ 공연시설 지역별 관람 인원

- 「2017 공연예술실태조사」에 응답한 공연시설 992개의 2016년 관람인원 약 3,063만 명 중 서울 관람객은 1,596만 명(52.1%), 경상권 495만 명(16.2%), 경기·인천 414만 명(13.5%), 충청 205만 명(6.7%), 전라 168만 명(5.5%), 제주 137만 명(4.5%), 강원 45만 명(1.5%) 순이었음.
- 서울과 경기·인천 관람객 수는 2,010만 명으로 전체 공연시설 관람객 중 65.6%를 차지함.

〈표 5-6〉 공연시설의 지역별 공연실적(2016년)

	연극	뮤지컬	무용	발레	양악	오페라	국악	복합
서울	4,421,220	7,770,605	289,158	200,500	1,547,871	185,283	359,703	1,190,246
경기 인천	359,608	2,014,487	492,082	60,660	734,209	58,863	147,799	276,154
강원	114,819	125,382	9,193	2,389	111,669	5,413	25,714	57,317
충청	526,937	625,463	64,195	34,610	441,950	43,255	123,109	199,007
전라	308,243	438,410	82,769	22,790	351,985	22,288	156,246	299,957
경상	1,077,692	1,133,103	163,587	35,204	1,687,270	96,491	228,622	534,399
제주	29,598	364,701	7,987	2,294	69,586	8,071	9,468	887,814

출처: 문화체육관광부·예술경영지원센터(2017), 「2017 공연예술실태조사」

3. 공연예술통합전산망 공연통계로 본 예술 향유⁶³⁾

가. 공연예술통합전산망 공연통계 개요

- 공연예술통합전산망(Korea Performing Arts Box Office Information System, 약칭 KOPIS)는 정확하고 신뢰성 있는 공연통계정보 생산을 위해 구축된 공연예술 정보 통합관리시스템임.
 - 공연예술통합전산망(KOPIS)은 공연 기획제작사의 예매정보 제공 및 활용 동의를 얻은 후 예매처를 통해 온라인 예매 및 현장 발권 관련 정보를 수집하여 공연정보 및 통계를 제공함.
 - 2014년 7월부터 시범운영이 시작되었으며 2017년 1월부터 주요 예매사이트 6개를 연계하여 정보를 제공 중임.
- 현재 공연예술통합전산망(KOPIS)에 박스오피스 정보를 제공하는 기관은 총 31개 기관임.
 - 인터넷 예매사이트인 NHN티켓링크, 예스24, 옥션, (주)인터파크, 클럽서비스주식회사, 플레이티켓, (주)하나투어, 문화누리 나눔티켓 (8)
 - 공공 공연장인 예술의전당, 국립극장, 국립국악원, 국립극단, 한국문

63) 공연예술통합전산망(KOPIS) 홈페이지.

http://www.kopis.or.kr/por/cs/kopis/info/csInfo.do?menuId=MNU_000105&searchType=total(최종접근 2018.03.02.)

화예술위원회 공연예술센터, 정동극장, 극장용, 세종문화회관, 남산예술센터, 강동아트센터, 마포아트센터, 구로문화재단, 경기도문화의전당, 국립아시아문화전당, 대구오페라하우스, 대구문화예술회관, 대전예술의전당, 창원문화재단, 김해문화재단 (19)⁶⁴⁾

- 민간 공연장인 LG아트센터, 두산아트센터, 유니버설문화재단 (3)
- 공연티켓 통합마케팅시스템인 대학로닷컴 (1)

- 단, 공연을 주관하는 기획제작사가 예매정보 제공을 동의한 경우에만 통계가 집계되기 때문에 포괄적인 공연 통계로 간주할 수 없다는 점을 염두에 두어야 함.

나. 공연예술통합전산망(KOPIS) 내용

1) 지역별 통계

○ 개막편수

- 공연예술통합전산망(KOPIS)를 통해 2017년 개막된 공연 편수는 5,293편, 상연횟수는 총 52,171회였음.
- 지역별로 살펴보면, 지역은 서울로 3,094편(58.48%), 경기 534편(10.09%), 대구 325편(6.41%) 순이었음.

○ 상연 횟수

- 공연예술통합전산망(KOPIS)를 통해 2017년 개막된 공연의 상연횟수는 총 52,171회였음.
- 지역별로 살펴보면, 서울 40,770회(78.1%), 부산 2,695회(5.2%), 대구 2,274(4.4%), 경기 2,182(4.2%) 순이었음.

○ 관객 수

- 공연예술통합전산망(KOPIS)를 통해 집계된 2017년 총 관객 수는 4,104,439명이었음.

64) 정보를 제공하는 공공 공연장은 서울 12개, 경기 1개, 광주 1개, 대구 2개, 대전 1개, 창원 1개, 김해 1개임. 다만 복수의 홀을 갖고 있는 경우도 많으며 공연장별 총 좌석수가 크게 차이 나는 점을 감안할 필요가 있음.

- 지역별로 살펴보면 서울은 3,295,764명(80.3%), 경기 244,321명(6.0%), 대구 177,915명(4.3%) 순으로 나타남.

○ 매출액

- 공연예술통합전산망(KOPIS)를 통해 집계된 2017년 공연 매출액은 총 871억 4,628만원이었음.
- 지역별로 살펴보면, 서울로 713억 8,832만 원(81.9%), 경기 32억 9,652만원(3.8%), 대구 26억 7,123만원(3.1%) 순이었음.

○ 공연예술통합전산망으로 통계가 잡히는 공연장의 숫자가 지역별로 차이가 있다는 점을 감안해야 하나, 어쨌든 서울 지역에 유료 관람층이 집중되는 것으로 나타남.

- 서울의 개막편수 점유율은 58.5%이지만, 상연횟수 점유율은 78.1%, 관객점유율은 80.3%로 개막편수 점유율보다 더 높게 나타남.⁶⁵⁾ 서울의 경우 공연 편당 상연 횟수가 많은 것으로 짐작됨.

1

〈표 5-7〉 공연예술전산망(KOPIS) 지역별 공연통계(2017년)

지역	개막편수	개막편수 점유율	상연횟수	상연횟수 비율	관객수 (천명)	관객 비율	매출액 (백만원)	매출액 점유율
서울	3,095	58.5%	40,770	78.1%	3,296	80.3%	71,388	81.9%
부산	283	5.3%	2,695	5.2%	91	2.2%	2,080	2.4%
대구	325	6.1%	2,274	4.4%	178	4.3%	2,671	3.1%
인천	143	2.7%	488	0.9%	21	0.5%	700	0.8%
광주	147	2.8%	804	1.5%	37	0.9%	1,182	1.4%
대전	184	3.5%	679	1.3%	41	1.0%	1,890	2.2%
울산	36	0.7%	164	0.3%	11	0.3%	311	0.4%
세종	12	0.2%	15	0.0%	4	0.1%	13	0.0%
경기	534	10.1%	2,182	4.2%	244	6.0%	3,297	3.8%
강원	52	1.0%	161	0.3%	16	0.4%	282	0.3%
충북	35	0.7%	200	0.4%	7	0.2%	263	0.3%
충남	62	1.2%	168	0.3%	12	0.3%	402	0.5%
전북	67	1.3%	394	0.8%	20	0.5%	422	0.5%
전남	60	1.1%	118	0.2%	21	0.5%	162	0.2%
경북	124	2.3%	515	1.0%	62	1.5%	960	1.1%

65) 20107년 서울 인구는 국내 총인구의 19.0%(985만 명) 수준임(출처 통계청).

지역	개막편수	개막편수 점유율	상연횟수	상연횟수 비율	관객수 (천명)	관객 비율	매출액 (백만원)	매출액 점유율
경남	99	1.9%	382	0.7%	34	0.8%	853	1.0%
제주	34	0.6%	164	0.3%	10	0.2%	271	0.3%
합계	5,292	100.0%	52,173	100.0%	4,104	100.0%	87,146	100.0%

출처: 공연예술통합전산망

2) 장르별 통계

○ 개막편수와 상연횟수

- 공연예술통합전산망(KOPIS)를 통해 집계된 2017년 공연을 장르별로 살펴보면, 클래식 2,149편(40.6%), 연극 1,156편(21.9%), 뮤지컬 1,131편(21.4%), 국악 344편(6.5%), 무용 205편(3.9%), 발레 90편(1.7%), 복합 79편(1.5%) 순이었음.
- 장르별 상연 횟수는 연극 27,592회(52.9%), 뮤지컬 19,661회(37.7%), 클래식 2,369회(4.5%), 국악 928회(1.8%), 무용 833회(1.6%), 발레 253회(0.5%) 순이었음.

○ 관객 수

- 공연예술통합전산망(KOPIS)를 통해 집계된 2017년 공연 관객 수를 장르별로 살펴보면, 뮤지컬 1,752,851명(42.7%), 연극 910,767명(22.2%), 클래식 834,530명(20.3%), 오페라 155,919명(3.8%), 국악 145,244명(3.5%), 발레 138,784명(3.4%), 무용 120,232명(2.9%), 복합 46,112명(1.1%) 순이었음.
- 오페라도 클래식의 한 분야라는 점을 감안한다면 클래식 및 오페라 관객 점유율은 24.1%로 뮤지컬에 이어 두 번째로 유료 관객이 많은 장르임.

○ 공연티켓 판매금액

- 공연예술통합전산망(KOPIS)를 통해 집계된 2017년 공연 매출액은 총 871억 4,632만원 수준이었음.
- 장르별로 살펴보면, 뮤지컬 559억 8,934만원(64.2%), 연극 104억 5,641만원, 클래식 97억 2,203만 원(11.2%), 발레 39억 5,026만 원

(4.5%), 오페라 38억 5,752만 원(4.4%), 무용 15억 6,324만 원(1.8%), 국악 11억 6,032만 원(1.3%) 순이었음.

〈표 5-8〉 공연예술전산망(KOPIS) 장르별 공연통계(2017년)

장르	개막편수	개막편수 점유율	상연횟수	상연횟수 비율	매출액 (백만원)	매출액 비율	관객수	관객 비율
연극	1,157	21.9%	27,594	52.9%	10,456	12.0%	910,771	22.2%
뮤지컬	1,131	21.4%	19,661	37.7%	55,989	64.2%	1,752,851	42.7%
클래식	2,149	40.6%	2,369	4.5%	9,722	11.2%	834,530	20.3%
오페라	139	2.6%	328	0.6%	3,858	4.4%	155,919	3.8%
무용	205	3.9%	833	1.6%	1,563	1.8%	120,232	2.9%
발레	90	1.7%	253	0.5%	3,950	4.5%	138,784	3.4%
국악	344	6.5%	928	1.8%	1,160	1.3%	145,244	3.5%
복합	79	1.5%	207	0.4%	447	0.5%	46,112	1.1%
합계	5,294	100.0%	52,173	100.0%	87,146	100.0%	4,104,443	100.0%

- 연극의 경우 상연횟수 비율은 52.9%로 높지만 관객수나 매출액에서 낮은 것은 소극장에서 상연되는 작품이 많으며 티켓 단가가 낮기 때문인 것으로 추정할 수 있음. 반면, 상연횟수 비율은 4.5%이지만 관객수나 매출액이 상대적으로 작지 않은 것은 상연되는 공연장의 평균적인 규모나 티켓 단가가 상대적으로 높기 때문으로 추정할 수 있음.

1

4. 인터파크 공연 결산으로 본 예술 향유

가. 인터파크 공연결산 개요

- 국내 티켓 예매 사이트인 인터파크는 매년 한 해 동안 인터파크를 통해 판매된 공연티켓 판매분을 근거로 공연시장을 결산함.
 - 인터파크 공연결산은 각 연도 1월 1일부터 12월 31일까지를 집계기간으로 하여 인터파크 판매 공연을 집계함.
 - 인터파크 판매 공연은 인터파크 웹사이트, 전화, 모바일, 현장, 제휴처 등을 통해 구매된 티켓 판매금액과 판매매수를 집계함. 공연이 상

연된 지역이나 공연장이 달라지면 별도의 공연으로 계산함.

나. 인터파크 공연결산 및 유료 공연시장 추정⁶⁶⁾

1) 장르별 공연 편수 및 공연티켓 판매금액

- 국내 공연티켓 유통시장의 약 70%를 차지하고 있는 것으로 알려진 인터파크 공연결산을 통해 국내 유료 공연시장 규모를 가늠하고 이 중에서 공연예술 부문의 유료시장 규모를 가늠해볼 수 있음.
 - 인터파크는 뮤지컬, 연극, 클래식·오페라, 무용·전통예술, (대중음악) 콘서트로 구분하여 티켓 판매 통계를 생산함.
- 2017년 인터파크에서 판매된 전체 공연편수 11,867편 중 대중음악 콘서트 2,528편을 제외한 공연예술 편수는 9,339편으로 전체 공연 편수의 약 78.7% 수준임.
 - 특히, 뮤지컬 2,538편을 제외한 연극(1,978편), 클래식·오페라(3,969편), 무용·전통예술(854편)의 2017년 공연 편수는 6,801편으로 2017년 전체 공연편수의 57.3% 수준임.

〈표 5-9〉 인터파크 판매 공연편수

	2013	2014	2015	2016	2017
뮤지컬	2,495	2,556	2,330	2,406	2,538
연극	1,560	1,620	1,815	2,000	1,978
클래식·오페라	3,052	3,242	3,487	3,727	3,969
무용·전통예술	540	582	674	694	854
소계	7,647	8,000	8,306	8,827	9,339
콘서트	2,117	2,366	2,726	2,928	2,528
총계	9,764	10,366	11,032	11,755	11,867

주: '뮤지컬'에 아동·가족극, 난버널 포함 '연극'에 아동·가족극, 약극, 마임 포함

- 서울 및 경기에서 상연된 공연이 2017년 전체 공연편수의 66%였음.
 - 2017년 인터파크 티켓판매 공연을 지역별로 살펴보면, 서울 6,246편(53%), 경기 1,595편(13%), 부산 700편(5.9%), 대전 560편(4.7%), 대

66) 허중학(2018.01.22), [공연] 2017년 인터파크 공연 결산 공연티켓 판매분을 집계
<http://www.sculturein.com/news/4288>(최종접근 2018.03.05.)

구 449편(3.8%) 순이었음.

- 2017년 인터파크에서 판매된 전체 공연티켓 판매금액 4,411억 원 중 대중음악 콘서트를 제외한 공연예술 분야 티켓 판매금액은 약 58.6%인 2,585억 원 수준이었음.

〈표 5-10〉 인터파크 티켓판매 금액

(단위: 백만원)

	2013	2014	2015	2016	2017
뮤지컬	181,100	196,000	191,500	199,300	198,900
연극	21,700	24,300	25,300	26,200	27,200
클래식·오페라	16,800	15,160	16,200	14,600	23,900
무용·전통예술	5,600	6,001	6,500	6,100	8,500
소계	225,200	241,461	239,500	246,200	258,500
콘서트	171,700	164,300	179,300	180,900	182,600
총계	396,900	405,761	418,800	427,100	441,100

주: '뮤지컬'에 아동·가족극, 난버벌 포함. '연극'에 아동·가족극, 약극, 마임 포함

- 특히, 뮤지컬을 제외하고 연극(272억 원), 클래식·오페라(239억 원), 무용·전통예술(85억 원)의 2017년 티켓 판매금액을 합치면 약 596억 원 수준으로 2017년 전체 티켓 판매금액 4,411억 원의 약 13.5% 수준임.
 - 2017년 클래식·오페라 및 무용·전통예술의 티켓 판매금액은 2016년과 비교했을 때 각각 67.9%, 39.3% 증가하였음. 이에 대해 인터파크측은 예술의전당과 인터파크의 티켓판매 시스템 통합의 여파라고 추측하고 있음.⁶⁷⁾
 - 인터파크 공연티켓 판매금액 기준으로 공연시장 규모를 가늠하는 것의 한계를 보여주는 예인만큼, 이 데이터의 한계를 염두에 두고 해석할 필요가 있음.
 - 그럼에도 불구하고 전체 공연시장에서 대중음악 콘서트와 뮤지컬을 제외한 나머지 순수 예술 분야 시장 비중은 상당히 제한적임을 알 수 있음.
 - 더군다나 2017년 인터파크에서 판매한 연극 중 상업적 성격이 강한 스테디셀러 공연이 22%(440편), 가족·아동극이 17%를 차지했고 본

67) 서울문화N, 공연] 2017년 인터파크 공연 결산_공연티켓 판매분을 집계, 2018년 1월 22일자

격적인 연극 작품인 리미티드런 공연이 58%(1,143편) 정도였다는 점을 감안하면, 예술적 수월성을 추구하는 본격적인 연극공연의 유료시장 규모는 약 272억 원보다 더 작을 것으로 짐작됨.

- 종합하자면, 인터파크에서 판매된 연극, 클래식·오페라, 무용·전통예술 공연은 전체 공연편수 중 57.3%(6,801편), 전체 공연티켓 판매금액 중 13.5%(596억 원) 수준임.
 - 공연예술통합전산망(KOPIS) 2017년 통계에서는 뮤지컬을 제외한 연극, 클래식오페라, 무용발레, 국악, 복합 공연편수가 4,163편, 티켓 판매금액은 약 311억 원 수준이었음. 공연예술통합전산망(KOPIS) 통계에는 기획제작사에서 정보제공을 동의한 공연들의 정보들만 집계된다는 점을 감안할 필요가 있음.⁶⁸⁾

2) 인터파크 공연 예매자 분석

- 공연티켓 구매자 성별 및 연령대
 - 2017년 인터파크 공연티켓 구매자 164만 822명(멤버코드 기준, 중복 제외) 중 71%가 여성이었음.
 - 공연티켓 구매 여성들의 연령대는 10대 10.6%, 20대 33.7%, 30대 34.3%, 40대 16.3%, 50대 4.3%, 60대 이상 0.7% 순이었음.
 - 남녀를 합친 관객 연령대는 10대 8.9%, 20대 32.1%, 30대 35.7%, 40대 17.3%, 50대가 5%, 60대 이상 1% 순이었음.
- 장르별 관객 연령대
 - 인터파크 웹 예매자 360만 8천 명 분석 결과, 대중음악 콘서트는 20대(40%), 뮤지컬은 30대(48%) 비중이 매우 높은 것으로 나타남. 연극도 20대(44%) 비중이 큰 것으로 나타났으며 클래식·오페라의 경우 30대 비중이 상대적으로 가장 높게 나타남.
- 인터파크 자료에 따르면 유료 공연시장 관객은 20~30대 여성이 주요 고객인 시장으로 볼 수 있음.

68) 공연예술통합전산망(KOPIS) 정보와 비교했을 때

- 티켓 구매자들이 동행인 티켓까지 구입한다는 점을 고려했을 때 티켓 구매자와 관객이 동일하다고는 할 수 없으나, 티켓 구매자가 공연 관람에 적극적인 부류일 것을 감안한다면 우리나라 유료 시장의 주요 관객이 20~30대 여성임을 부인할 수는 없을 것임.

5. 문화향수실태조사로 본 예술 향유

가. 문화향수실태조사 개요

- 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의한 국가승인 지정통계인 「문화향수실태조사」는 15세 이상 국민의 문화예술 관람 및 교육활동 등 우리나라 국민들의 문화예술 향유 실태를 파악할 수 있는 내용으로 구성되어 있음.
- 가장 최근 조사인 ‘2016년 문화향수실태조사’는 2016년 9월부터 11월까지 실시된 조사결과를 집계·분석한 결과로서 만 15세 이상 10,716명을 대상으로 조사를 수행하였음(문화체육관광부, 2016b)
 - 조사지역은 제주도 및 세종시를 포함한 전국 17개 시·도이며, 조사원에 의한 1:1 가구방문 면접조사로 진행되었음
- ‘2016년 문화향수실태조사’에서 ‘문화예술활동’의 정의
 - 문학행사(시화전, 도서전시회, 작가와의 대화)
 - 역사, 철학 관련 강의 및 역사탐방
 - 미술(사진·서예·건축·디자인 포함) 전시회, 서양음악(클래식, 서양악기 관련), 전통예술(국악, 풍물, 민속극),
 - 연극, 뮤지컬, 무용(서양무용, 한국무용, 현대무용)
 - 영화, 대중음악(가요콘서트), 연예(방송 프로그램 등)

나. 문화향수실태조사 내용

1) 문화예술행사 관람 및 참여 실태

- 「문화향수실태조사」에 따르면 문화예술행사 관람률은 지속적으로 상승함.
 - 해당 연도의 문화예술행사 직접 관람률(역사, 철학 강의 및 역사탐방 제외)은 2003년 62.4%, 2006년 65.8%, 2008년 67.3%, 2010년 67.2%, 2012년 69.6%, 2014년 71.3%, 2016년 78.3%로 등 2003년 이후 지속적으로 상승하였음.
 - 2003년 62.4% 대비 15.9%p 증가한 것임.
- 관람률이 가장 높은 장르는 영화임.
 - 2016년 문화예술행사 관람률은 영화가 73.3%로 가장 높았으며, 대중음악/연예(14.6%), 연극(13.0%), 미술전시회(12.8%), 뮤지컬(10.2%), 전통예술(7.6%), 문학행사(5.8%), 서양음악(4.5%), 무용(1.3%) 순임.
- 관람률 상승폭이 가장 높은 장르는 영화임.
 - 2003년 관람률과 비교했을 때 영화의 관람률 상승폭은 다른 분야에 비해 매우 큼. 영화의 경우 2003년 53.3%, 2006년 58.9%, 2008년 61.5%, 2010년 60.3%, 2012년 64.4%, 2014년 65.8%, 2016년 73.3%로, 2003년과 2016년을 비교했을 때 영화 관람률은 약 20% 정도 증가함.

〈표 5-11〉 문화예술행사 관람률

	2003년	2006년	2008년	2010년	2012년	2014년	2016년
전체	62.4	65.8	67.3	67.2	69.6	71.3	78.3 ⁶⁹⁾ 79.3 ⁷⁰⁾
문학행사	4	4.4	4	3.8	6.1	6.2	5.8
역사·철학강의 / 역사탐방							11.4
미술전시회	10.4	6.8	8.4	9.5	10.2	10.6	12.8
서양음악	6.3	3.6	4.9	4.8	4.8	4.9	4.5
전통예술	5.2	4.4	4.4	5.7	6.5	5.7	7.6
연극	11.1	8.1	11	11.2	11.8	12.6	13
뮤지컬					11.5	11.5	10.2
무용	1.1	0.7	0.9	1.4	2	2.4	1.3
영화	53.3	58.9	61.5	60.3	64.4	65.8	73.3
대중음악/연예	10.3	10	8.2	7.6	13.5	14.4	14.6

주: 문화체육관광부(2016), 문화향수실태조사

- 영화 외 분야의 경우 2003년부터 2016년 사이 관람률 증가 정도는 영화만큼 크지는 않음.
- 연평균 관람횟수가 가장 많은 장르도 영화임.
 - 2016년 문화예술행사(역사, 철학 강의 및 역사탐방 제외)의 연평균 관람횟수는 5.3회인데, 이 중에서 영화는 3.7회로 가장 높게 나타남.
 - 이 외에 대중음악/연예의 연평균 관람횟수는 0.5회, 미술전시회 0.3회, 연극 및 뮤지컬 각각 0.2회, 서양음악 및 전통예술 각 0.1회, 무용 0.04회 순이었음.
- 관람 의향률이 가장 높은 장르도 영화임.
 - 향후 1년 이내에 문화예술행사(역사, 철학 강의 및 역사탐방 제외)관람 의향률은 83.8%이며, 이 중에서 ‘영화’ 관람 의향률이 78.5%로 가장 높게 나타남.
 - 그 외에 대중음악 23.5%, 연극 20.1%, 뮤지컬 19.7%, 미술전시회

69) 역사, 철학 강의 및 역사탐방 제외

70) 역사, 철학 강의 및 역사탐방 포함

16.1%, 전통예술 10.8%, 문학행사 6.9%, 무용 3.2% 순이었으며, 의향 없음도 16.2%에 달함.

○ 문화예술행사 참여 경험은 낮지만 증가 추세.⁷¹⁾

- 문화예술행사에 직접 참여 경험은 2010년 2.2% 이후 2012년 3.7%, 2014년 4.7%, 2016년 7.6%로 지속적으로 증가함.

2) 문화예술 관련 지출

○ 문화예술 지출 중 영화 관람에 가장 많은 비용을 지출 중.

- 2016년 문화예술 지출 중 가장 많이 지출하는 분야(복수 응답)는 ‘영화 관람’으로 66.3%로 나타남. 그 외에 ‘연극(뮤지컬) 관람’ 14.5%, ‘영화 구입 및 대여’ 11.8%, ‘각종 전시회 관람’ 10.6%, ‘연예·콘서트 관람’ 9.9%, ‘문학 구입 및 대여’ 8.5%, ‘전통예술 관람’ 4.9%, ‘클래식 음악회 관람’ 2.9%, ‘무용 관람’ 0.7% 등이었음.
- 향후 지출을 늘리고 싶은 분야도 ‘영화 관람’ 66.5%로 가장 높게 나타남. 그 외에 ‘연극(뮤지컬) 관람’ 38.4%, ‘연예·콘서트 관람’ 29.8%, ‘각종 전시회 관람’ 26.6% 순이었음.

3) 문화예술교육 경험 및 의향

○ 문화예술교육 경험 여부

- 학교교육 외의 문화예술 교육 경험률은 2010년 9.2%, 2012년 8.7%, 2014년 6.9%, 2016년 10.6%으로 나타남.

○ 학교 교육 외 문화예술교육은 주로 ‘공공기관 부설기관’을 통해 경험

- 학교교육 외 문화예술교육은 주로 ‘공공기관 부설기관(37.8%)’에서 받은 것으로 나타남. 그 외에는 ‘사설학원 강습소(11.6%)’, ‘동호인 모임(9.5%)’, ‘사설단체 부설 문화센터(9.2%)’, ‘대학교 부설 사회문화 교실(8.6%)’ 등에서 교육을 받은 것으로 나타남

71) ‘문화행사참여’는 문학행사 개최 및 창작활동, 미술전시회 및 창작활동, 서양음악 발표회 및 창작활동, 전통예술 발표회 및 창작활동, 연극 발표회 및 창작활동, 무용 발표회 및 창작활동, 영화 제작 및 발표회, 대중음악·연예비보잉·밴드활동 참여 등

- 학교 교육 외 문화예술교육에서 보완되어야 할 점은 ‘내용이 알차져야 한다’ 28.2%, ‘수강비용이 저렴해져야 한다’ 20.9%, ‘강사들의 전문성을 높여야 한다’ 18.5% 순으로 나타남.

6. ‘문화가 있는 날’ 인지도 조사로 본 예술 향유⁷²⁾

가. ‘문화가 있는 날’ 인지도 조사 개요

- ‘문화가 있는 날’
 - 2014년부터 시행된 ‘문화가 있는 날’은 매월 마지막 수요일에 영화·공연·전시·문화재·스포츠 경기·강연의 관람 등을 무료 또는 할인된 가격으로 문화예술을 향유할 수 있도록 하는 사업임.
- 2017년도에 시행된 ‘문화가 있는 날’인지도 조사는 2017년 10월 26일부터 10월 31일까지 만 15세 이상 2,500명을 대상으로 실시된 조사결과임.

나. ‘문화가 있는 날’ 인지도 조사 내용

1) ‘문화가 있는 날’ 이용 경험 및 만족도

- 설문 응답자의 절반 정도는 ‘문화가 있는 날’ 이용 경험자
 - ‘문화가 있는 날’을 인지하고 있는 응답자(1,499명)의 50.7%가 ‘문화가 있는 날’을 이용한 경험이 있는 것으로 나타남.
- ‘문화가 있는 날’을 통해 영화 관람을 한 경우가 가장 높게 나타남
 - ‘문화가 있는 날’ 참여자들이(869명) 가장 많이 참여한 프로그램은 ‘영화 관람’으로 총 응답자의 58.9%를 차지함. 그 다음이 ‘길거리, 공원 등 야외 공연’ 12.9%, ‘공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 공연’ 6.6%, 스포츠 경기 5.6%, ‘박물관·미술관 등 전시’ 4.5%, ‘도서관 2배 대출’ 4.5%, ‘지역재단 및 지역 내 예술단체 관련 프로그램 참여’

72) 월드리서치(2017). 「‘문화가 있는 날’ 인지도 조사 결과보고서」

4.0%, ‘고궁 등 문화재’ 2.9% 순이었음.

- ‘문화가 있는 날’을 통해 가장 많이 참여한 분야와 두 번째로 많이 참여한 분야를 합쳐도 여전히 ‘영화 관람’이 70.1%로 가장 높게 나타났음. 그 외에 ‘길거리, 공원 등 야외 공연’ 23.2%, ‘공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 공연’ 17.0%, 스포츠 경기 11.3%, ‘박물관·미술관 등 전시’ 10.4%, ‘도서관 2배 대출’ 10.0% ‘고궁 등 문화재’ 8.1%, ‘지역 재단 및 지역 내 예술단체 관련 프로그램 참여’ 7.8% 순이었음.

○ ‘문화가 있는 날’을 통해 영화 관람을 했다는 응답은 지역별로 큰 차이가 없이 비슷하게 나타났음.

- 지역별로 약간의 차이는 있으나 대체로 응답자의 약 70%가 ‘문화가 있는 날’을 통해 영화 관람을 했다고 응답함.

〈표 5-12〉 ‘문화가 있는 날’ 참여 프로그램(종합순위)

(단위: 명, %)

		사례수	영화관에서 영화 관람	길거리, 공원 등 야외 공연	공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 공연	프로야구, 축구 등 스포츠 경기	박물관, 미술관 등 전시	도서관 2배 대출	고궁 등 문화재	지역재단 및 지역 내 예술단체 관련 프로그램 참여	기타
전체		(869)	70.1	23.2	17.0	11.3	10.4	10.0	8.1	7.8	0.5
인 지 도	인지	(760)	74.9	20.1	16.6	10.3	10.4	10.1	8.3	8.2	0.5
	비인지	(109)	36.7	45.0	20.2	18.3	10.1	9.2	6.4	5.5	0.0
현 거 주 지 역	서울	(179)	68.7	18.4	22.3	7.3	12.8	6.7	14.0	5.6	0.6
	인천/경기	(236)	70.3	22.9	18.2	10.2	13.1	13.6	8.9	5.9	0.4
	대전/충청 /세종	(100)	70.0	24.0	13.0	13.0	9.0	10.0	8.0	12.0	1.0
	광주/전라	(106)	71.7	26.4	11.3	17.9	4.7	9.4	1.9	6.6	0.0
	부산/울산 /경남	(128)	75.0	21.1	12.5	16.4	10.9	9.4	5.5	9.4	0.8
	대구/경북	(84)	69.0	25.0	22.6	8.3	6.0	9.5	7.1	6.0	0.0
	강원/제주	(36)	55.6	41.7	13.9	2.8	8.3	8.3	2.8	22.2	0.0

2) ‘문화가 있는 날’ 참여 의향

○ ‘문화가 있는 날’ 불참 이유

- ‘문화가 있는 날’에 참여하지 않는 응답자(1,631명)를 대상으로 불참 이유를 조사한 결과, ‘평일에 시간을 내기가 어려워서’라는 이유가 37.7%로 가장 높게 나타남.

○ ‘문화가 있는 날’ 참여 의향 분야

- ‘문화가 있는 날’ 미참여자(1,631명)를 대상으로 향후에 ‘문화가 있는 날’로 이용해보고 싶은 프로그램을 조사한 결과 ‘영화관에서 영화 관람(38.6%)’이 가장 높게 나타남. 그 외에 ‘공연장에서 뮤지컬, 연극, 음악 등 공연 관람’ 21.6%, ‘프로야구, 축구 등 경기장에서 스포츠 경기 관람’ 11.3%, ‘길거리, 공원 등 야외 공연 관람’ 7.8%, ‘박물관·미술관 등 전시’ 6.7% 순으로 나타남.

7. 소결

○ 전국문화기반시설총람

- 전국문화기반시설총람에 따르면 2017년도 기준 미술관은 총 229개이며, 연 관람인원은 약 1,742만 명임
- 또한 2017년도 기준 문예회관은 총 236개, 연 이용자 수는 약 2,445만 명임
- 문예회관 이용자 수는 수도권 약 981만 명, 지방 약 1,464만 명으로 지방이 수도권보다 많았으나, 문예회관 1개 당 유료 관객 수는 수도권 49,852명, 지방은 20,905명이었음

○ 공연예술실태조사

- 공연예술실태조사에 따르면 2016년도 기준 국공립과 민간을 모두 포함한 공연시설은 992개이며, 공연장은 1,268개였음

- 992개의 공연시설의 총 관객 수는 약 3,063만 명으로 추정되었으며, 이 중 유료 관객의 비중은 약 1,381만 명 정도로 전체의 45.1%였음
- 992개의 공연시설 중 서울과 경기의 공연 시설이 전체의 43%를 차지했으며, 관람객 수도 약 2,010만 명으로 전체 관람객의 65.6%를 차지했음

○ 공연예술통합전산망

- 공연예술통합전산망에 박스오피스 정보를 제공하는 기관은 공공 공연장과 민간 공연장을 포함하여 총 31개 기관임
- 공연예술통합전산망에 따르면 2017년도 기준 총 관객 수는 4,104,439명이었으며, 이중 서울과 경기의 관객 수가 각각 3,295,764명, 244,321명으로 전체의 86.3%를 차지함
- 공연예술통합전산망을 통해 집계된 2017년 공연 매출액은 총 871억 4,632만원 수준이었으나 이 중 뮤지컬의 매출액인 559억 8,934만원을 제외하면, 나머지 공연 장르의 매출액은 약 311억 5,700만원에 불과함

○ 인터파크 공연 결산

- 2017년 인터파크에서 판매된 전체 공연편수 11,867편 중 뮤지컬과 콘서트를 제외한 공연예술 편수는 6,801편임
- 전체 공연편수 중 서울 및 경기 지역에서 상연된 공연은 7,841편으로 전체의 66%였음

○ 문화향수실태조사

- 2016년 문화향수실태조사에 따르면 문화예술행사 직접 관람률은 지속적으로 상승하였음
- 이 중 관람률이 가장 높은 장르, 관람률 상승폭이 가장 높은 장르, 관람 의향률이 가장 높은 장르 모두 영화가 차지하였음
- 또한 문화예술 지출 중 가장 많이 지출하는 분야 또한 영화 관람이 차지하였음

○ ‘문화가 있는 날’인지도 조사

- 2017년 ‘문화가 있는 날’인지도 조사에 따르면 ‘문화가 있는 날’을 인지하고 있는 응답자 1,499명 중 50.7%가 ‘문화가 있는 날’을 이용한 경험이 있는 것으로 나타남
- ‘문화가 있는 날’ 참여자들이 가장 많이 참여한 프로그램은 영화 관람이었으며, ‘문화가 있는 날’ 미참여자들이 향후 이용하고 싶은 프로그램도 영화 관람이었음

○ 소결

- 각각의 통계에 잡히는 예술기관이나 공연장의 숫자가 지역별로 차이가 있다는 점을 감안해야 하나, 어쨌든 서울·경기 지역에 예술기관이나 공연시설이 집중되어 있으며, 유료 관람층 또한 집중되어 있음
- 각각의 조사 결과를 분석해보면 전체 공연시장에서 대중음악 콘서트와 뮤지컬을 제외한 나머지 순수 예술 시장의 비중은 상당히 제한적임을 알 수 있음
- 문화향수실태조사와 ‘문화가 있는 날’인지도 조사의 결과를 살펴보면, 예술향유 현황에 관한 수치들의 증가가 순수 예술 분야보다는 영화 장르에 기인한 것으로 보임
- 실제 영화통합전산망에 의하면 2018년 현재 기준 영화 상영관의 수는 499개, 스크린 수는 2,890개이며, 2017년 한 해 총 영화 관람객 수는 219,873,184명으로 나타났고, 2018년 기준 작은영화관⁷³⁾은 총 27개가 운영 중이었음

73) 문화체육관광부는 2013년 극장이 없는 109개 기초지자체를 대상으로 작은영화관 사업을 시작하였고, 작은영화관 건립 후 지역민들의 영화관람 횟수가 꾸준히 증가하는 것으로 나타나 작은영화관이 지역민들의 영상문화 향유 증진에 기여하고 있는 것으로 평가됨

제2절 예술향유실태 특징

1. 영화 중심의 문화향유 증가

- 「2016년 문화향수실태조사」에 따르면 2000년대 초반과 비교했을 때 문화예술행사 직접 관람률은 지속적으로 상승하였음
 - 문화예술행사 관람률이 2003년 62.4%에서 2016년 78.3%로 증가함.
- 문화예술행사 관람률의 증가는 영화 관람률이 견인한 것으로 보임.
 - 영화 관람률은 2003년 53.3%에서 73.3%로 약 20% 정도 증가함.
 - 미술(2.4%), 전통예술(2.4%), 연극(1.95%), 문학행사(1.8%), 무용(0.2%) 등도 관람률이 다소 증가한 것으로 나타나나 영화만큼의 증가율을 나타내지는 않음.⁷⁴⁾
 - 향후 1년 내 관람할 의향이 가장 높은 장르도 영화(78.5%)였음.

2. 국내 영화 시장 급성장의 반영

- 「문화향수실태조사」에서 나타난 영화 관람의 증가는 같은 기간 내 한국 영화시장의 급격한 성장과 연관될 것으로 추측할 수 있음.
 - 2004년 한국 영화시장 관객은 6,925만 명에서 2016년 2억1,702만 명으로 3배 이상 늘어남.⁷⁵⁾
 - 상연편수(300편→2,599편)와 영화관 상영 매출액(440,7억 원→1조, 7431억 원) 면에서도 크게 증가함.⁷⁶⁾
- 실제로 「2016 국민여가활동조사」에서도 영화 관람은 휴일 여가활동 중 가장 많이 하는 활동으로 조사됨(표 5-13).

74) 대중음악/연예는 4.3% 증가한 것으로 나타남. 대중음악 콘서트 시장 규모가 같은 기간에 크게 증가한 것을 감안할 때 다소 차이가 나는 결과이나, 그만큼 유료 공연시장 성장이 전국적인 현상이 아니라는 것을 반증하는 것이라고도 볼 수 있음. 실제로 인터파크에서도 공연시장은 수도권의 젊은 여성 관객 중심으로 증가해왔다고 보고 있음.

75) 출처: 영화진흥위원회, 영화관입장권 통합전산망 홈페이지, <http://www.kobis.or.kr/kobis/business/main/main.do>

76) 출처: 영화진흥위원회, 영화관입장권 통합전산망 홈페이지, <http://www.kobis.or.kr/kobis/business/main/main.do>

〈표 5-13〉 휴일에 참여한 여가활동(복수응답)_상위 10개

	영화관 람	TV시청	친구만남/ 동호회 모임	스포츠경 기간접 관람	쇼핑/ 외식	가족친지 방문	목욕/ 사무나/ 찜질방	산책 걷기	종교 활동	등산
(%)	47.6	43.1	34.1	33.8	30.0	17.6	16.7	15.9	14.9	13.8

출처: 문화체육관광부(2016d), 「2016 국민여가활동조사」

3. 공연 및 전시 향유 실태

- 자료마다 조사대상이 다르므로 숫자가 각각 다르게 나타나나, 대체로 공연 및 미술관 전시 관람 인원은 영화 관람 인원보다는 적게 나타남(무료 관객 포함).
 - 236개 문예회관 연 이용자 수 약 2,445만 명(전국문화기반시설총람, 2017)⁷⁷⁾
 - 992개 국공립 및 민간 공연시설(공연장 1,268개) 총 관객 수는 약 3,063만 명 (공연예술실태조사, 2017)
 - 미술관 229개, 연 관람인원 1,742만 명(전국문화기반시설총람, 2017)
- 공연시설이 아닌 각종 복지시설, 특수계층시설이나 농산어촌에서 무료 공연을 하는 ‘소외계층문화순회’ 향유 인원(775,261명, 2017년 자체평가 결과보고서)은 「전국문화기반시설총람」이나 「공연예술실태조사」에 집계되지 않는다는 점을 감안하면, 예술 향유인원 숫자는 위의 통계 수치보다 다소 많을 가능성은 있음.
 - 반면, 문예회관 지원사업인 ‘방방곡곡 문화공감’ 관람 인원(716,318명, 2017년 자체평가 결과보고서)은 「전국문화기반시설총람」이나 「공연예술실태조사」에 집계되었을 것으로 추측됨.

77) 전시관람 인원 일부 포함

4. 수도권, 뮤지컬 중심의 유료 공연 시장

- 영화 시장만큼은 아니지만 공연 시장도 2000년대 들어 급격히 성장했음.
 - 2001년 무렵 100억 원 정도로 추산됐던 유료 공연시장⁷⁸⁾도 2010년 티켓판매 금액 2천억 원을 돌파(공연 7,261편, 2,155억 원)한 후 2017년 4,411억 원(11,867편)이 될 정도로 크게 증가하였음(인터파크 공연결산 기준).
- 다만 급성장한 (유료) 공연시장에서 뮤지컬이 차지하는 비중이 큼.⁷⁹⁾
 - 공연예술통합전산망(KOPIS)을 통해 집계된 2017년 공연 5,294편 (52,173회 상연)의 총 (유료) 관객 410만 명 중 42.7%(175만 명)가 뮤지컬 관객임.⁸⁰⁾
 - 「2017 공연예술실태조사」에서 조사한 국공립 및 민간 공연시설의 유료 관객 약 1,380만 명 중에서는 뮤지컬 관객이 약 51.4%(709만 명)임.⁸¹⁾
- 티켓 매출 면에서 뮤지컬이 차지하는 비중은 더욱 큼.
 - 공연예술통합전산망(KOPIS)을 통해 집계된 2017년 공연의 경우, 뮤지컬 매출이 64.2%(559억 원)를 차지함. 나머지 공연예술 장르(연극, 클래식 오페라, 발레 및 무용, 국악, 복합) 매출액은 전체 유료시장 매출액(871억 원)의 35.8%(311억 원) 정도임.
 - 인터파크 공연결산 자료에서도 대중음악 콘서트를 제외한 공연(9,339편) 2,585억 원 매출 중 뮤지컬 매출은 76.9%(1,989억 원)를 차지함. 그 외에 연극, 클래식 오페라, 발레 및 무용, 국악, 복합 장르의 매출액은 23.1%(596억 원) 수준임.

78) 박주연 기자, [문화계 결산]말레니엄 이후 10년 (2) 뮤지컬, 경향신문 2010년 12월 22일자

http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201012222050585&code=900313#csidxb4654b82030ebc4b55884b7526fe8d1

79) 「전국문화기반시설총람」과 「공연예술실태조사」에서도 유료관객 수가 제시되고 있으나, 여기서는 인터넷 티켓판매 대행사를 통해 집계된 자료인 인터파크와 KOPIS의 자료를 참고하겠음.

80) 그 외에 클래식 및 오페라 24.1%(99만 명), 연극 22.2%(91만 명), 발레 및 무용 6.3%(25만 명), 국악 3.5%(14만 명), 복합 1.1%(4만6천명) 등임.

81) 그 외에 연극 26.2%(361만 명), 클래식 및 오페라 10.0%(137만 명), 복합 7.8%(108만 명), 무용 및 발레 2.7%(36만 명), 국악 2.0%(27만 명) 순임.

- 인터파크 공연결산 자료에서 대중음악 콘서트까지 포함한 전체 공연 시장(4,411억 원)에서 순수예술이라 할 수 있는 연극, 클래식 오페라, 발레 및 무용, 국악, 복합장르의 매출액이 차지하는 비중은 13.5%임.
- 단, 2017년 인터파크 결산에 따르면 뮤지컬 공연의 73%는 아동·가족극임.⁸²⁾
- 뮤지컬을 제외한 순수 공연예술(연극, 클래식·오페라, 무용·발레, 전통예술, 복합)의 티켓 매출은 통계에 따라 311억 원(KOPIS) 또는 596억 원(인터파크 결산자료) 등으로 다르게 나타나지만, 어쨌든 이런 수치는 대중음악 콘서트를 포함한 전체 공연시장(4,411억 원)이나 영화시장(1조 7,431억 원) 규모와 비교했을 때 상대적으로 작은 규모라는 점은 분명함.
- 수도권에 유료관객 집중
 - 「2017 공연예술실태조사」에서 공연시설 유료 관객 1,382만 명 중 서울 관객 889만 명, 경기·인천 118만 명으로 수도권 비중은 72.9%(1,007만 명)임.
 - 공연예술통합전산망(KOPIS)이 집계한 2017년 공연 5,293편(52,171회 상연)의 총 (유료) 관객 수 410만 명 중에서 서울 329만 명, 인천 2만1천명, 경기 24만 명으로 전체 유료 관객 410만 명 중 86.8%(356만 명)가 수도권 관객임.

5. 비수도권·소외계층 중심 향유지원

- 유료 공연시장은 수도권, 뮤지컬 중심으로 성장해온 반면 정부의 문화예술향유 지원사업은 비수도권, 문화소외계층에 집중되어 있음(문화가 있는 날 제외).
- 현재 대표적인 문화예술 향유지원 사업은 ‘문화가 있는 날’, ‘소외계층문화순회’, ‘방방곡곡 문화공감’, ‘통합문화이용권’ 사업 등임.

82) 그 외 창작 16%, 라이선스 4.5%, 연비별 3.3%, 오리지널내한 2.8%, 기타 0.2% 순임.

- ‘문화가 있는 날’을 제외하고 ‘소외계층문화순회’, ‘방방곡곡 문화공감’, ‘통합문화이용권’ 사업은 주로 경제적, 사회적, 지역적 문화소외계층 대상으로 한 사업임.
 - 통합문화이용권: 경제적 여건 등으로 인해 문화를 누리기 어려운 계층에게 문화, 여행, 체육 활동비용 지원하는 문화복지 사업
 - 소외계층문화순회: 복지시설, 특수계층시설, 농산어촌 등에 문화예술 향유 프로그램을 제공하는 사업
 - 문예회관과 함께 하는 방방곡곡 문화공감: 서울 지역 외의 문예회관을 대상으로 우수 프로그램 초청 또는 기획을 할 수 있도록 지원하는 사업
 - 문화가 있는 날: 국민이 일상에서 문화를 쉽게 접할 수 있도록 매달 마지막 수요일에 전국의 주요 문화시설을 할인 또는 무료로 즐길 수 다양한 문화혜택을 제공하는 사업

6. 도서 및 영화에 집중되는 지원 효과

- ‘문화가 있는 날’과 ‘통합문화이용권’ 사업은 향유자에게 선택권을 주는 사업임.
 - ‘소외계층문화순회’나 ‘방방곡곡 문화공감’은 경제적, 사회적, 지역적 원인으로 예술향유에 제약이 있는 지역에 공연을 공급하는 사업인 반면, ‘문화가 있는 날’과 ‘통합문화이용권’ 사업은 향유자에게 영화, 도서, 공연전시, 관광, 스포츠 등 여러 여가활동 중에서 선택할 수 있는 권한을 준 사업임.
- 향유자에게 선택권을 주는 ‘문화가 있는 날’을 통해 가장 많이 관람한 장르는 영화임.
 - 2017년 ‘문화가 있는 날’ 인지도 조사에 따르면, ‘문화가 있는 날’을 통해 가장 많이 관람한 장르는 영화(58.8%)였음.⁸³⁾

- 향후 ‘문화가 있는 날’을 통해 참여하고 싶은 장르도 ‘영화관에서 영화 관람’이 38.6%로 가장 높게 나타남.⁸⁴⁾
- 통합문화이용권을 통해 가장 많이 사용한 분야(2017년)는 도서(49.25%), 영화 (25.96%)였음.

〈표 5-14〉 통합문화이용권 사용처(2017년)

장르	승인건수(건)	승인금액(원)	비율(%)
도서	1,850,273	40,825,286,862	49.25
음반	95,788	1,768,846,235	2.13
영화	1,795,490	21,522,597,456	25.96
공연	85,977	1,626,411,098	1.96
전시	1,065	17,684,830	0.02
문화일반	149,767	3,622,398,591	4.37
문화체험	35,990	1,092,422,880	1.32
숙박	39,127	879,413,221	1.06
철도	295,694	3,143,681,310	3.79
항공/여객	484,874	4,537,845,877	5.47
여행사	11,287	606,990,990	0.73
관광지	64,074	897,708,668	1.08
테마/레저	66,617	1,625,088,168	1.96
스포츠	29,363	733,248,828	0.88
합계	5,005,386	82,899,625,014	99.98

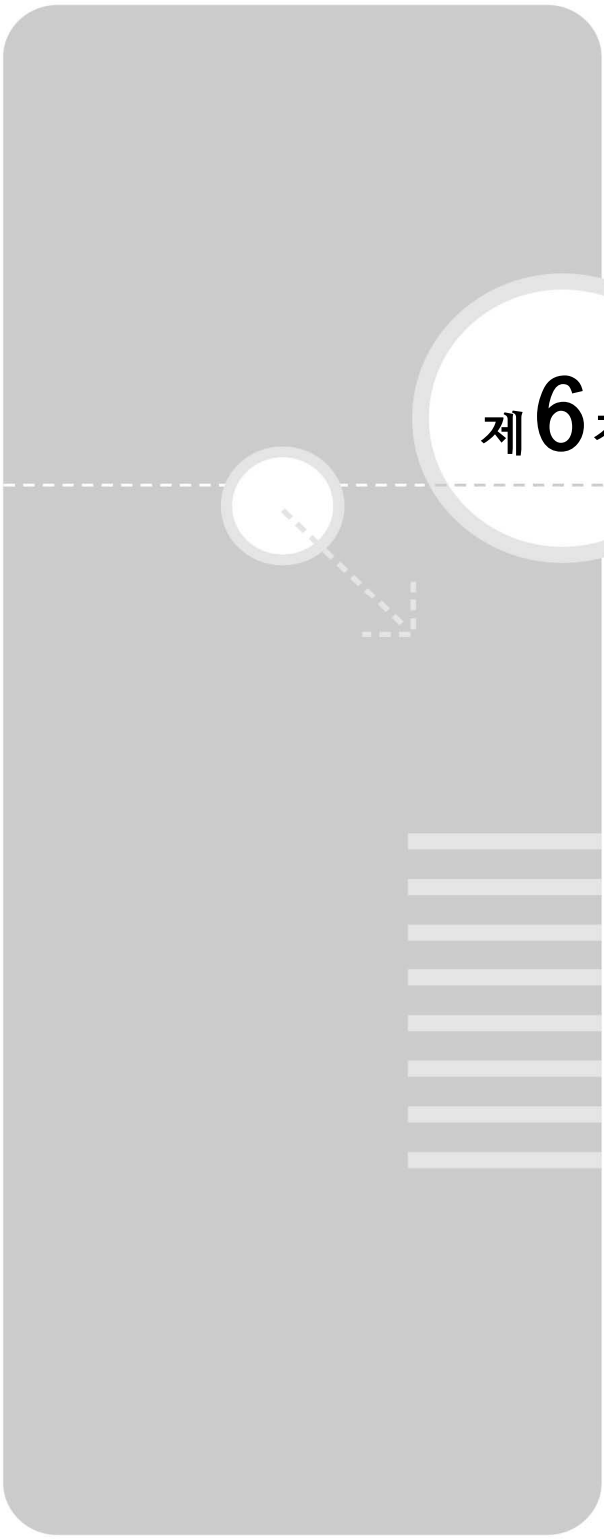
- 2015년에는 통합문화이용권으로 가장 많이 사용한 분야는 영화 (41.02%), 도서음반 156만 건 (40.47%)였음.
- 통합문화이용권이 개인당 5만원(2015년)~7만원(2018년) 수준이기 때문에 티켓 가격이 1만원 안팎인 영화 관람이나 도서 구입으로 물리는 것으로 추정할 수 있음.
- 즉, 향유자에게 선택권이 주어지는 ‘통합문화이용권’과 ‘문화가 있는 날’ 사업의 경우, 사실상 예술향유 지원 효과는 적다고 할 수 있음.

83) 그 외에 야외공연 12.9%, 공연장에서 공연관람 6.6%, 스포츠 관람 5.6%, 전시 관람 4.5%, 도서관 2배 대출 4.5%, 예술단체 프로그램 참여 4.0%, 문화재 관람 2.9% 순이었음.

84) 그 다음 순위로 ‘공연장에서 공연 관람’이 21.6%, ‘경기장에서 스포츠 관람’ 11.3%, ‘야외 공연 관람 7.8%’ 순으로 나타남.

7. 소결

- 문화예술 행사 관람률은 2000년대 이후 지속적으로 증가했으나 대체로 영화 관람률이 관람률 증가를 견인한 것으로 보임.
- 영화 시장만큼은 아니지만 유료 공연 시장도 2000년대 들어 급격히 성장함. 다만 대중음악 콘서트나 뮤지컬(가족·아동극 포함)을 제외한 순수 공연예술(연극, 클래식·오페라, 무용·발레, 전통예술, 복합)이 유료 공연시장에서 차지하는 비중은 상대적으로 아직까지도 작음.
- 공연 및 전시 관람인원은 조사통계마다 그 숫자가 다르지만 연간 영화 관람인원(약 2억 명 이상)보다 적은 것은 확실함.
- 현재 문화예술 향유지원 사업은 대체로 비수도권, 문화소외계층 중심의 지원이며(‘문화가 있는 날’ 제외), 향유자에게 선택권이 주어지는 일부 사업의 경우 예술향유 지원에 미치는 효과가 상당히 적은 것으로 보임.
 - 문화적 접근성이 떨어지는 경제적, 사회적, 지역적 문화소외계층을 우선적으로 지원하는 것은 공공재원의 한계를 감안할 때 적절한 방향이라고 할 수 있음.
 - 그러나 가처분 소득이 높지 않은 소외계층 현재의 방식으로 예술향유 지원을 하면서 공연시장 확대를 기대하는 것은 논리적으로 맞지 않음.
 - 현행 문화예술향유 지원 사업들은 문화적 소외계층의 문화접근성을 제고하는 문화복지 차원의 정책으로서 그 정책효과를 명료하게 규정하는 것이 필요할 것으로 보임.



제 6 장

예술향유지원 관련 전문가 조사

제1절 설문조사 개요
제2절 설문조사 결과
제3절 시사점

제1절 설문조사 개요

1. 조사 목적

- “문화가 있는 날”, “문화누리카드(통합문화이용권)”, “소외계층문화순회”, “문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감”, “생활문화지원” 등 정부의 대표적인 예술향유 지원정책에 대한 전문가 대상 인식조사
- 정부의 예술향유지원 정책에 대한 의견 및 방향성에 대해 전문가 의견 수렴
 - 현행 예술향유 지원정책의 성과 및 문제점을 파악하고, 예술향유정책의 개선 방안에 대한 전문가의 의견을 수렴함으로써 예술향유정책의 정책방향 제안

2. 조사 설계

- 조사 대상 : 정부의 예술향유 지원정책에 대한 이해가 있는 문화예술 분야 활동가 및 문화예술 관련 전문가 70명 내외
 - 민간 예술단체 소속 전문가(기획·제작, 실연 등)
 - 공공 예술기관(ex: 지방문화재단, 문화원 등) 소속
 - 문화예술 정책 연구자 (문화활동가, 대학교수 등)
- 조사기간 및 자료수집
 - 2015년 5월 15일부터 5월 29일까지 15일 간 인터넷 설문조사 시스템을 통한 설문응답방식을 사용하여 자료를 수집함
- 표본추출
 - 정부 예술향유 지원정책에 대해 알고 있고 참여한 경험이 있는 민간 예술단체 소속 전문가 임의추출

- 공공 예술기관 소속 전문가 또는 문화예술 정책 연구자 임의추출

〈표 6-1〉 설문조사 개요

구 분	내 용	
조사대상	민간 예술단체 소속 전문가	
	공공문화기관·정책 전문가	
조사방법	구조화된 설문지를 통한 이메일 및 온라인 설문조사	
표본추출	문화계 및 문예향유사업 전문가 임의추출	
유효표본	민간 예술단체 소속 전문가 : 35명	총 : 75명
	공공문화기관·정책 전문가 : 40명	
조사기간	2018. 5. 15 ~ 2018. 5. 29	

○ 응답자 특성

- 민간 예술단체 소속 전문가 35명, 공공 예술기관 소속 전문가 또는 문화예술 정책 연구자 40명으로 구성

〈표 6-2〉 응답자 특성

구 분		응답자		전 체
		민간 예술단체 소속 전문가	공공문화기관 · 정책 전문가	
지역	수도권	26(74.3%)	34(85.0%)	60(80.0%)
	비수도권	9(25.7%)	6(15.0%)	15(20.0%)
종사 기간	10년 이하	11(31.4%)	7(17.5%)	18(24.0%)
	10-20년 이하	17(48.6%)	19(47.5%)	36(48.0%)
	20년 초과	7(20.0%)	14(35.0%)	21(28.0%)
합 계		35(100.0%)	40(100.0%)	75(100.0%)

제2절 설문조사 결과

1. 예술향유지원 정책효과 인식

1) 문화소외계층 예술향유에 미치는 영향

- “문화가 있는 날”, “문화누리카드(통합문화이용권)”, “소외계층문화순회”, “문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감”, “생활문화지원” 등 정부의 대표적인 예술향유 지원정책이 문화소외계층 예술향유에 어떤 영향을 미친다고 생각하는지 전문가들에게 물었음.
- 예술향유 지원정책이 경제적, 사회적, 지역적 문화소외계층에게 예술향유 기회제공에 기여하는지 여부에 ‘그렇다’고 응답한 비율이 57.3%로 가장 높았으며, ‘보통’이 23.0%, ‘아니다’가 14.7%로 나타남.
 - 문화소외계층에 대한 예술향유 기회제공의 효과는 대체로 긍정적으로 인식하는 것으로 판단됨.

〈표 6-3〉 예술향유정책 효과인식(문화소외계층에 예술향유 기회 제공)

구 분		정책효과 ¹			χ^2
		아니다	보통	그렇다	
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	3(8.6%)	9(25.7%)	23(65.7%)	2,589
	공공문화기관·정책 전문가	8(20.0%)	12(30.0%)	20(50.0%)	
지역	수도권	11(18.3%)	18(30.0%)	31(51.7%)	4,859
	비수도권	0(0.0%)	3(20.0%)	12(80.0%)	
경력	10년 이하	1(5.6%)	6(33.3%)	11(61.1%)	1,834
	10-20년 이하	6(16.7%)	9(25.0%)	21(58.3%)	
	20년 초과	4(19.0%)	6(28.6%)	11(52.4%)	
합 계		11(14.7%)	21(28.0%)	43(57.3%)	

- 응답자의 소속, 지역, 경력에 따른 응답 차이가 나타나지 않음.
 - 응답자 소속별 차이를 보면, 민간 예술단체 소속 전문가가 공공문화기관·정책 전문가보다 ‘그렇다’라고 답한 비율이 더 높게 나타났으나, 통계적으로 유의한 차이는 발견되지 않음.

- 지역별로 응답자 차이를 살펴보면, 비수도권 응답자의 80%가 ‘그렇다’라고 응답하여 수도권 응답자보다 상대적으로 높게 나타났으나 통계적으로 유의한 결과는 나타나지 않음.
- 응답자의 경력에 따른 응답 차이를 살펴보면 통계적으로 유의한 차이는 발견되지 않음.

2) 일반국민의 예술향유에 미치는 영향

- 정부의 예술향유 지원정책이 일반 국민의 예술향유 기회제고에 기여하고 있는지 묻은 것에 대해 ‘보통’이라는 응답이 45.3%로 가장 높았으며, ‘그렇다’ 33.3%, ‘아니다’ 21.3%로 조사됨.

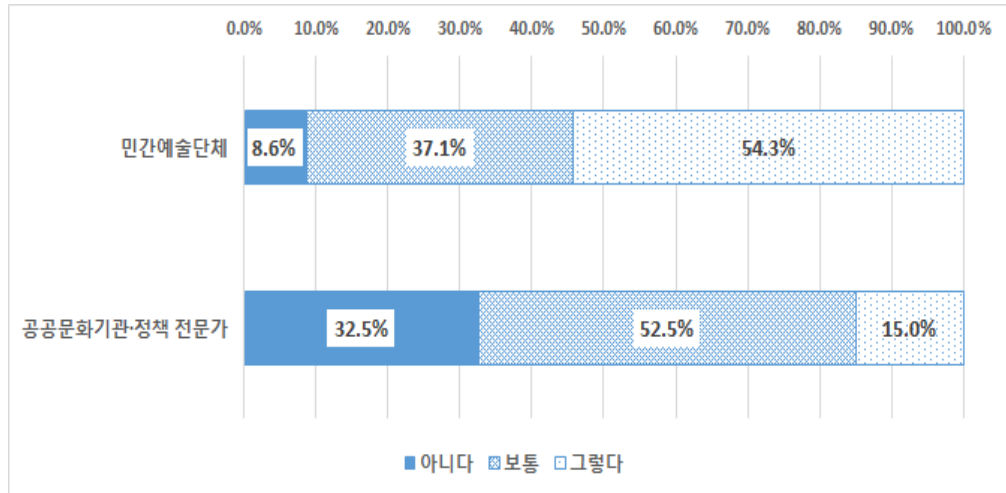
〈표 6-4〉 예술향유정책 효과인식(일반 국민 예술향유 기회 제고)

구 분		정책효과 ₂			χ^2
		아니다	보통	그렇다	
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	3(8.6%)	13(37.1%)	19(54.3%)	14.624***
	공공문화기관·정책 전문가	13(32.5%)	21(52.5%)	6(15.0%)	
지역	수도권	14(23.3%)	29(48.3%)	17(28.3%)	3.408
	비수도권	2(13.3%)	5(33.3%)	8(53.3%)	
경력	10년 이하	3(16.7%)	7(38.9%)	8(44.4%)	1.368
	10-20년 이하	8(22.2%)	17(47.2%)	11(30.6%)	
	20년 초과	5(23.8%)	10(47.6%)	6(28.6%)	
합 계		16(21.3%)	34(45.3%)	25(33.3%)	

 $p < .001$

- 응답자의 소속별로 살펴본 결과, 민간 예술단체 소속 전문가의 54.3%가 ‘그렇다’, ‘보통’ 37.1%, ‘아니다’ 8.6%라고 응답하였으며, 공공문화기관·정책 전문가의 경우 52.5%가 ‘보통’, 32.5%가 ‘아니다’라고 응답함.
 - 공공문화기관·정책 전문가들이 민간 예술단체 소속 전문가에 비해 상대적으로 일반 국민 대상 정책효과에 대해 긍정적으로 인식하는 비율이 낮게 나타남.
 - 지역별 응답자 차이를 살펴봤을 때, 비수도권에서 상대적으로 일반 국민 대상 정책 효과에 대한 긍정적 인식이 높은 것으로 나타났으나 통계적 유의성은 발견되지 않았음.

- 응답자 경력별에 따른 정책효과 인식 차이는 통계적으로 유의하게 나타나지 않음.



〈그림 6-1〉 소속별 예술향유 지원정책 효과인식(일반국민 예술향유 기회 제고)

3) 사회적 일자리 사업 역할

- 정부의 예술향유 지원정책이 예술인·단체에 예술활동 기회를 제공하는 사회적 일자리사업 역할을 하고 있는지 물었을 때 응답자의 36.0%가 ‘그렇다’, 33.3%가 ‘보통’, 30.7%가 ‘아니다’로 응답함.
- 예술향유 지원정책이 사회적 일자리 사업이 아니라고 생각하는 비율이 상대적으로 가장 낮게 나왔음.

〈표 6-5〉 예술향유정책 효과인식(사회적 일자리 사업 역할)

구 분		정책효과_3			χ^2
		아니다	보통	그렇다	
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	9(25.7%)	11(31.4%)	15(42.9%)	1,453
	공공문화기관·정책 전문가	14(35.0%)	14(35.0%)	12(30.0%)	
지역	수도권	21(35.0%)	19(31.7%)	20(33.3%)	2,680
	비수도권	2(13.3%)	6(40.0%)	7(46.7%)	
경력	10년 이하	3(16.7%)	9(50.0%)	6(33.3%)	4,540
	10-20년 이하	12(33.3%)	9(25.0%)	15(41.7%)	
	20년 초과	8(38.1%)	7(33.3%)	6(28.6%)	
합 계		23(30.7%)	25(33.3%)	27(36.0%)	

- 응답자의 소속, 지역, 경력에 따른 응답 차이가 나타나지 않음.
 - 응답자 소속별 차이를 보면, 민간 예술단체 소속 전문가 중 ‘그렇다’로 응답한 비율은 42.9%로 공공문화기관·정책 전문가에 비해 상대적으로 ‘그렇다’고 응답한 비율이 높게 나타났으나 통계적으로 유의한 차이는 아님.
 - 지역별로 응답자 차이를 살펴보면, 비수도권 응답자들이 ‘그렇다’라고 응답한 비율이 상대적으로 높았으나 통계적으로 유의한 결과는 아님.
 - 응답자의 경력에 따른 응답 차이를 살펴보면 통계적으로 유의한 차이는 발견되지 않음.

4) 예술 수요 및 시장 발달 기여

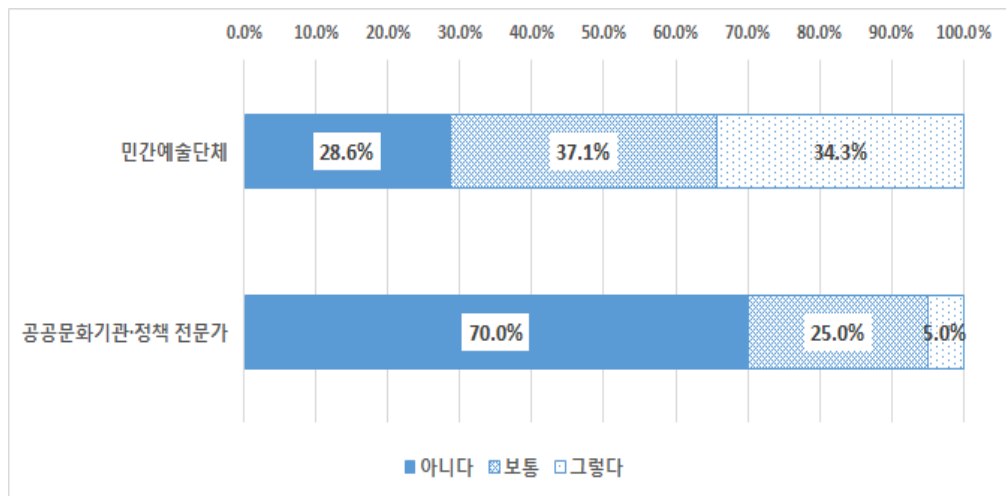
- 정부의 예술향유 지원정책이 ‘예술 향유 기회제공을 통해 개인별 예술적 취향이 개발되도록 하여 궁극적으로 자발적 예술수요 및 시장 발달이 이뤄지도록 기여하는지’ 물었음.
- 이에 대해 응답자의 50.7%가 ‘아니다’라고 응답하여 정부의 예술향유 지원정책은 자발적 예술수요 및 시장 발달에 기여하지 못하고 있다고 인식하는 것으로 나타남.

〈표 6-6〉 예술향유정책 효과인식(자발적 예술수요 및 시장 발달 기여)

구 분		정책효과 4			χ^2
		아니다	보통	그렇다	
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	10(28.6%)	13(37.1%)	12(34.3%)	15.797***
	공공문화기관·정책 전문가	28(70.0%)	10(25.0%)	2(5.0%)	
지역	수도권	34(56.7%)	17(28.3%)	9(15.0%)	4.825
	비수도권	4(26.7%)	6(40.0%)	5(33.3%)	
경력	10년 이하	6(33.3%)	10(55.6%)	2(11.1%)	7.002
	10-20년 이하	20(55.6%)	8(22.2%)	8(22.2%)	
	20년 초과	12(57.1%)	5(23.8%)	4(19.0%)	
합 계		38(50.7%)	23(30.7%)	14(18.7%)	

*** $p < .001$

- 응답자 소속별 차이를 보면, 공공문화기관·정책 전문가의 70.0%가 예술향유 지원정책의 자발적 예술수요 및 시장 발달 기여에 부정적 인식을 보임.
 - 반면 민간 예술단체 소속 전문가의 경우 28.6%가 예술향유 지원정책의 자발적 예술수요 및 시장 발달 기여에 부정적 인식을 보여 전문가 집단별 인식의 차이를 보였음.
 - 지역별로 응답자 차이를 살펴보면, 수도권 응답자들이 예술향유 지원정책의 예술시장 발달 기여 여부에 부정적 인식이 상대적으로 더 높은 것으로 나타났으나 통계적 유의성은 확보되지 못하였음.
 - 응답자의 경력에 따른 응답 차이를 살펴보면 통계적으로 유의한 차이는 발견되지 않음.



〈그림 6-2〉 소속별 예술향유정책 효과인식(자발적 예술수요 및 시장 발달 기여)

2. 예술향유 지원정책의 수혜대상 범위

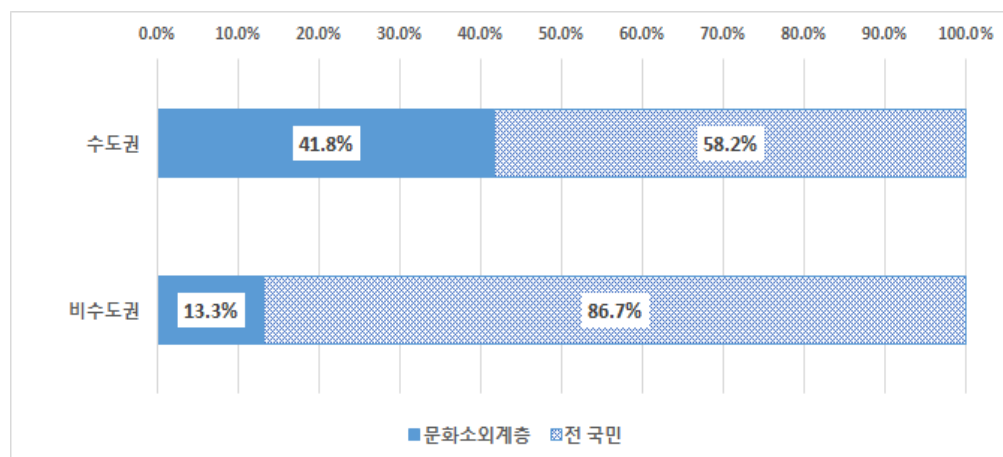
- 정부의 예술향유 지원정책의 우선 수혜대상 범위는 어떠해야 하는지 물었을 때, 응답자의 64.3%가 수혜대상이 전 국민으로 확장해야 된다고 답함. 반면, 35.7%만이 문화소외계층을 우선순위로 하여 사업이 진행되어야 한다고 응답함.

〈표 6-7〉 예술향유 지원정책 수혜대상 범위

구 분		수혜대상범위		전체	χ^2
		문화소외계층	전 국민		
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	10(30.3%)	23(69.7%)	33(100.0%)	.796
	공공문화기관 · 정책 전문가	15(40.5%)	22(59.5%)	37(100.0%)	
지역	수도권	23(41.8%)	32(58.2%)	55(100.0%)	4.165*
	비수도권	2(13.3%)	13(86.7%)	15(100.0%)	
경력	10년 이하	6(33.3%)	12(66.7%)	18(100.0%)	9.300**
	10-20년 이하	7(21.2%)	26(78.8%)	33(100.0%)	
	20년 초과	12(63.2%)	7(36.8%)	19(100.0%)	
합 계		25(35.7%)	45(64.3%)	70(100.0%)	

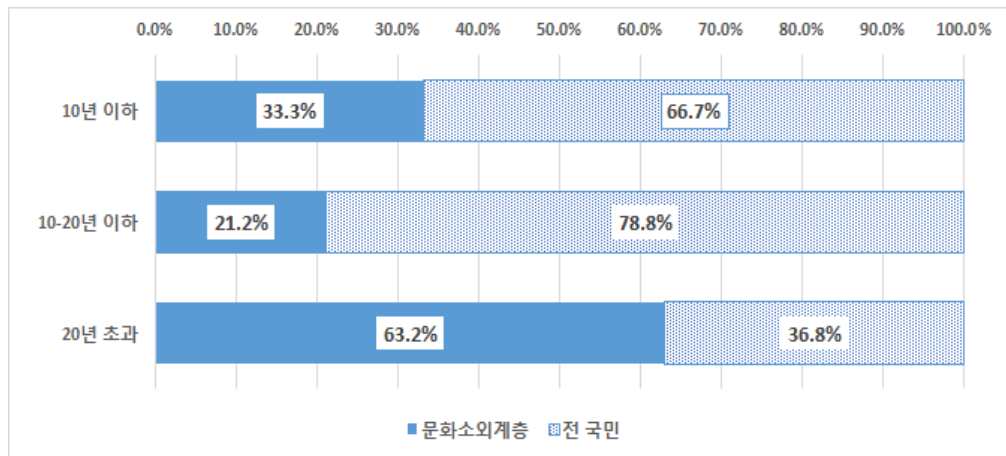
* $p < .05$ ** $p < .01$

- 응답자 소속별로 봤을 때, 민간 예술단체 소속 전문가의 경우 ‘전 국민으로 확대’해야 된다는 응답이 공공문화기관 · 정책 전문가보다 높게 나타났다으나 통계적으로 유의하지 않았음.
- 지역별로 살펴보면 전 국민으로 확대해야 한다는 응답이 수도권(58.2%)보다 비수도권(86.7%)에서 높게 나타남.



〈그림 6-3〉 예술향유 지원정책 수혜대상 범위(지역별)

- 응답자 경력별로 살펴보면, 20년 이하의 경력을 가진 전문가들은 상대적으로 수혜대상을 ‘전 국민으로 확대’해야 한다고 응답하였으나, 경력 ‘20년 초과 전문가’들은 ‘문화소외계층을 우선순위’로 하여야 한다고 응답하여 경력별로 응답에 차이가 있었음.



〈그림 6-4〉 예술향유 지원정책 수혜대상 범위(경력별)

- 기타 의견으로는 ‘문화예술 향유를 희망하는 이들을 대상’으로 진행해야 한다는 의견과 ‘지불여력이 있는 계층을 대상’으로 해야 한다는 의견, ‘다양하고 다층적 검토를 통해 이분법적 정책에서 탈피해야 한다는 의견’이 존재하였음.

3. 예술향유 지원정책의 수행방식

1) 바우처 및 무료·할인공연 제공

- 바우처 또는 무료·할인공연 제공으로 이뤄지고 있는 현행 예술향유 지원정책이 ‘자발적인 예술 수요 및 예술시장 활성화’에 어떤 영향을 미치는지 물었음.
 - 현행 바우처 또는 무료·할인공연 제공 방식이 예술시장 활성화에 ‘도움이 된다’는 응답이 32.9%, ‘영향이 없다’는 응답이 44.3%, ‘저해가 된다’는 응답이 22.9%로 나타남. 즉, 바우처 또는 무료·할인공연 제공 방식은 예술시장 활성화에 도움이 안 되거나 저해된다는 의견이 높게 나타난 것임.
 - 앞에서 ‘자발적 예술수요 및 예술시장 활성화’ 관점에서 정책효과를 높게 평가하지 않았던 응답과 연결되는 내용임. 즉, 바우처 또는 무료·할인공연을 제공하는 방식으로는 예술시장 활성화에 도움이 안 되거나 저해한다는 인식이 높은 것을 알 수 있음.

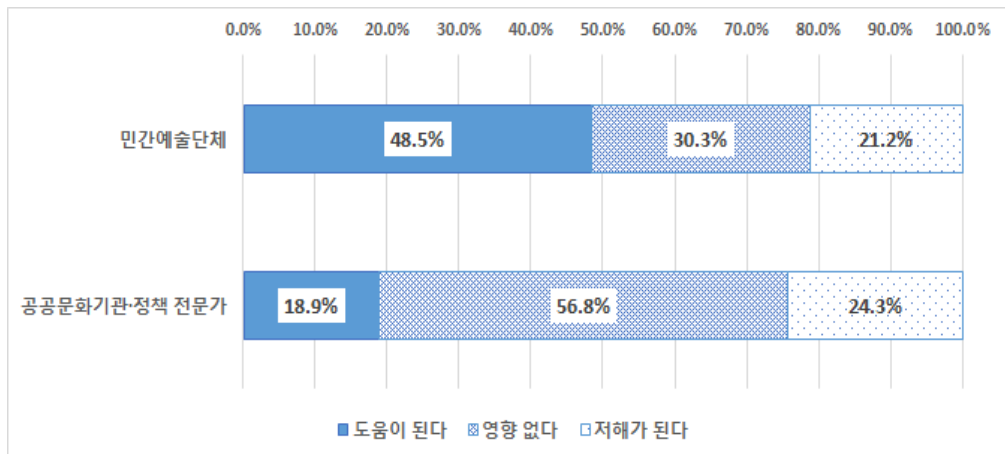
〈표 6-8〉 정책수행 방식(바우처 및 무료·할인공연 제공)에 대한 인식

구 분		자발적인 예술 수요 및 예술시장 활성화			χ^2
		도움이 된다	영향 없다	저해가 된다	
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	16(48.5%)	10(30.3%)	7(21.2%)	7.471*
	공공문화기관·정책 전문가	7(18.9%)	21(56.8%)	9(24.3%)	
지역	수도권	18(32.7%)	24(43.6%)	13(23.6%)	.094
	비수도권	5(33.3%)	7(46.7%)	3(20.0%)	
경력	10년 이하	10(58.8%)	6(35.3%)	1(5.9%)	8.380
	10-20년 이하	9(28.1%)	14(43.8%)	9(28.1%)	
	20년 초과	4(19.0%)	11(52.4%)	6(28.6%)	
합 계		23(32.9%)	31(44.3%)	16(22.9%)	

* $p < .05 (N=70)$

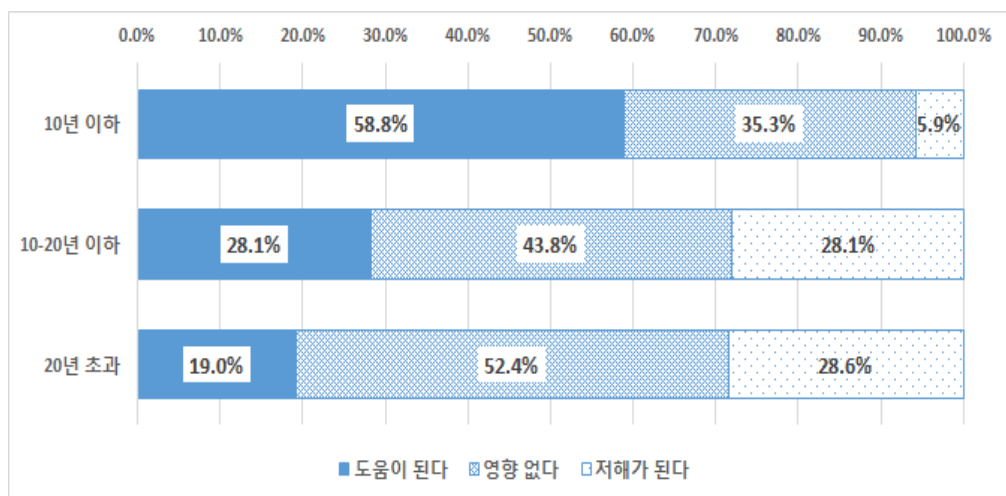
○ 응답자 소속에 따라 바우처 또는 무료·할인공연 제공 방식이 예술시장 활성화에 미치는 영향을 다르게 인식함.

- 민간 예술단체 소속 전문가의 경우 예술시장 활성화에 도움이 된다는 응답이 48.5%였으나, 공공문화기관 소속이나 문화정책 연주자의 경우 예술시장 활성화에 도움이 된다는 응답이 18.9%에 불과하여 두 집단 간 인식 차이를 보임.
- 공공문화기관·정책 전문가의 경우 바우처 또는 무료·할인공연 제공 방식이 예술시장 활성화에 ‘영향이 없다’고 응답한 비율은 56.8%, ‘저해가 된다’고 응답한 경우가 24.3%였음. 즉, 영향이 없거나 저해가 된다고 응답한 비율이 80.1%였음.



〈그림 6-5〉 정책수행 방식(바우처 및 무료·할인공연 제공)에 대한 인식(소속별)

- 응답자의 지역별 차이는 통계적으로 유의미하게 나타나지 않음.
- 응답자의 경력별 차이를 살펴보면, ‘10년 이하’의 경력 전문가들에서 현행 바우처 및 무료할인 공연 제공방식이 예술시장 활성화에 도움이 된다는 인식이 58.8%로 높게 나타난 반면, 10-20년 이하, 20년 초과 경력 전문가들에서는 각각 28.1%, 19.0%만이 예술시장 활성화에 도움이 된다고 응답함. 그러나 통계적 유의성은 확보되지 못함.



〈그림 6-6〉 정책수행 방식(바우처 및 무료·할인공연 제공)에 대한 인식(경력별)

2) 예술향유 지원정책 추진체계 개선 필요성

- 예술향유 지원정책이 단년도 단위 공모로 추진되는 것에 대한 개선 필요성 여부를 물음. 전체 응답자의 92.0%가 개선이 필요하다고 응답하여 다수의 전문가가 개선 필요성에 공감하고 있는 것으로 나타남.
 - 응답자 소속, 지역, 경력별 응답 차이는 발견되지 않음.

〈표 6-9〉 정책 수행방식(단년도 공모)에 대한 인식

구 분		추진체계(단년도 공모 사업)		전체	χ^2
		개선 필요	현행 유지		
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	30(85.7%)	5(14.3%)	35(100.0%)	3.523
	공공문화기관·정책 전문가	39(97.5%)	1(2.5%)	40(100.0%)	
지역	수도권	55(91.7%)	5(8.3%)	60(100.0%)	.045
	비수도권	14(93.3%)	1(6.7%)	15(100.0%)	
경력	10년 이하	16(88.9%)	2(11.1%)	18(100.0%)	.595
	10-20년 이하	34(94.4%)	2(5.6%)	36(100.0%)	
	20년 초과	19(90.5%)	2(9.5%)	21(100.0%)	
합 계		69(92.0%)	6(8.0%)	75(100.0%)	

- 예술향유 지원정책이 중앙정부 중심의 추진 체계로 진행되는 것에 대한 의견을 물었음. 전체 응답자의 88.0%가 개선이 필요하다고 응답하여 다수의 전문가가 개선 필요성에 공감하고 있는 것으로 나타남.

- 전문가 소속, 지역, 경력별 응답의 차이는 나타나지 않음.

〈표 6-10〉 정책수행방식에 대한 인식(중앙정부 중심)

구 분		추진체계(중앙정부 중심)		전체	χ^2
		개선 필요	현행 유지		
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	29(82.9%)	6(17.1%)	35(100.0%)	1.644
	공공문화기관·정책 전문가	37(92.5%)	3(7.5%)	40(100.0%)	
지역	수도권	52(86.7%)	8(13.3%)	60(100.0%)	.505
	비수도권	14(93.3%)	1(6.7%)	15(100.0%)	
경력	10년 이하	16(88.9%)	2(11.1%)	18(100.0%)	1.460
	10-20년 이하	33(91.7%)	3(8.3%)	36(100.0%)	
	20년 초과	17(81.0%)	4(19.0%)	21(100.0%)	
합 계		66(88.0%)	9(12.0%)	75(100.0%)	

- 기타의견으로 다년 사업으로 개선이 필요하다는 의견과 예술관련 공공기관의 직원들이 예술에 대한 폭 넓은 이해가 필요하다는 의견, 지역 중심의 실행체계로 개편, 선별에 있어 공정한 평가제도의 도입, 공모사업에 대해 다양하고 폭넓은 기회제공 등의 의견이 많았으며, 특히 지역화에 대한 의견이 많았음.

4. 예술 생태계에 미치는 영향

1) 프로그램 기획에 미치는 영향

- 다음은 예술향유 지원정책이 예술 생태계에 간접적으로 미치는 영향을 묻는 질문임. 그 중 예술 프로그램 기획에 미치는 영향에 대해 물음.
- 응답자의 70.4%가 ‘예술향유 지원사업 향유자들은 대체로 예술에 익숙하지 않은 경우가 많아서 프로그램 기획 시 대중성을 더 고려하게 된다’고 응답하였으며, ‘영향이 없다’는 응답이 12.7%, ‘예술에 익숙하지 않은 관객을 의식하기 때문에 더 다양하고 혁신적인 프로그램을 기획하게 된다’는 응답이 16.9%로 조사됨.
 - 기타의견으로 ‘무책임한 대중·상업성 확대’와 ‘심사에 맞는 논리 개발’, ‘예술가에 대한 회의를 줄 가능성도 있다’는 의견이 있었음.
 - 응답자의 소속, 지역, 경력별 인식 차이는 없는 것으로 나타남.

〈표 6-11〉 예술 프로그램 기획에 미치는 영향

구 분		예술 프로그램 기획에 미치는 영향			χ^2
		대중성 더 고려	영향 없음	다양하고 혁신적 기획	
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	22(64.7%)	4(11.8%)	8(23.5%)	2.041
	공공문화기관·정책 전문가	28(75.7%)	5(13.5%)	4(10.8%)	
지역	수도권	42(73.7%)	7(12.3%)	8(14.0%)	1.878
	비수도권	8(57.1%)	2(14.3%)	4(28.6%)	
경력	10년 이하	15(83.3%)	1(5.6%)	2(11.1%)	2.215
	10-20년 이하	22(64.7%)	5(14.7%)	7(20.6%)	
	20년 초과	13(68.4%)	3(15.8%)	3(15.8%)	
합 계		50(70.4%)	9(12.7%)	12(16.9%)	

(N=71)

2) 개별 예술단체의 관객개발에 미치는 영향

- 예술향유 지원사업이 개별 예술단체들의 관객개발에 미치는 영향에 대해 질문함.

- 현재 정부의 예술향유 지원정책은 바우처 제공 또는 무료·할인 공연을 제공하는 방식으로 이뤄지고 있음. 예술향유에 있어서 경제적 장벽을 낮춰주는 방식인데 이런 지원방식이 개별 예술단체들이 관객 개발을 하는데 긍정적인 영향을 미치는지 의견을 물어봄.
- 예술향유 지원사업이 개별 예술단체의 관객 개발에 제약이 된다는 응답 52.2%, 관객개발에 도움이 된다는 응답이 47.7%로 나타남.
 - 민간 예술단체 소속 전문가의 경우 도움이 된다는 의견이 더 많았고, 공공문화기관·정책 전문가의 경우 관객개발에 제약이 있다는 응답이 더 높게 나타났으나 통계적으로 유의하지는 않았음.
 - 응답자의 지역, 경력에 따라 통계적으로 유의한 응답 차이는 없었음.

〈표 6-12〉 개별 예술단체의 관객개발에 미치는 영향

구 분		관객개발 영향		전체	χ^2
		관객개발 제약	관객개발 도움		
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	13(43.3%)	17(56.7%)	30(100.0%)	1.727
	공공문화기관·정책 전문가	22(59.5%)	15(40.5%)	37(100.0%)	
지역	수도권	28(51.9%)	26(48.1%)	54(100.0%)	.017
	비수도권	7(53.8%)	6(46.2%)	13(100.0%)	
경력	10년 이하	11(64.7%)	6(35.3%)	17(100.0%)	5.347
	10-20년 이하	12(37.5%)	20(62.5%)	32(100.0%)	
	20년 초과	12(66.7%)	6(33.3%)	18(100.0%)	
합 계		35(52.2%)	32(47.8%)	67(100.0%)	

- 기타 의견으로 순회처(군대 등)에 따라 관객 개발에 도움이 되기도 한다는 의견이 있었던 반면, 관객 개발까지 염두에 둘 상황이 아니라는 의견도 있었음. 콘텐츠 평가나 검증이 제대로 이루어지지 않는 문제점에 대한 지적, 충성스런 관객 개발에는 제약이 있지만 광범위한 개념의 관객 개발에는 도움이 될 수도 있다는 의견도 있었음.

5. 예술지원에서 예술향유 지원의 비중

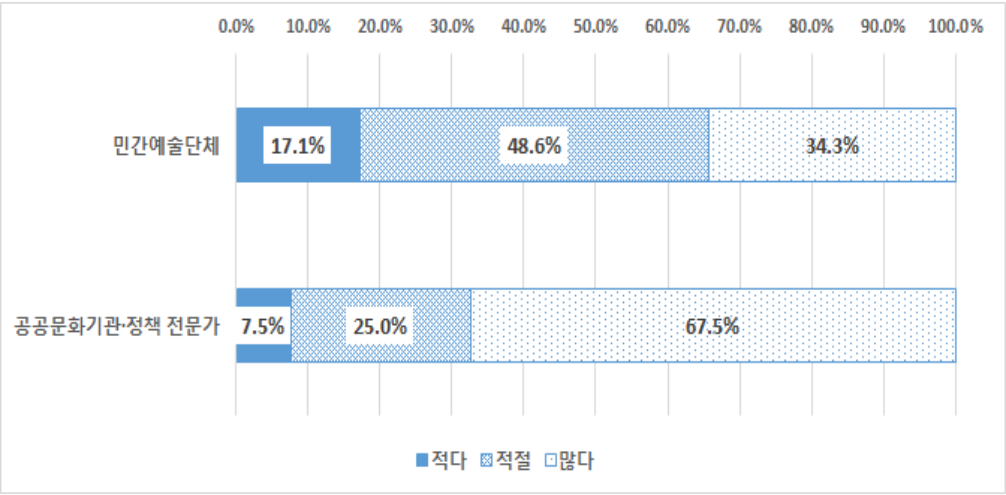
- 정부의 예술지원정책에서 예술향유지원이 차지하는 비중이 예술창작 지원 등과 비교했을 때 상대적으로 어떻다고 생각하는지 묻음.
- 응답자의 52.0%가 예술향유지원의 비중이 ‘많다’고 응답하였으며, 36.0%는 ‘적절하다’, 12.0%는 ‘적다’고 응답하여 전체적으로 예술향유지원의 비중이 많다고 인식하는 것으로 나타남.

〈표 6-13〉 예술향유지원 비중의 적절성

구 분		예술향유 지원정책 비중 적절성			χ^2
		적다	적절	많다	
전문가	민간 예술단체 소속 전문가	6(17.1%)	17(48.6%)	12(34.3%)	8.288*
	공공문화기관 · 정책 전문가	3(7.5%)	10(25.0%)	27(67.5%)	
지역	수도권	8(13.3%)	19(31.7%)	33(55.0%)	2.528
	비수도권	1(6.7%)	8(53.3%)	6(40.0%)	
경력	10년 이하	2(11.1%)	9(50.0%)	7(38.9%)	3.895
	10-20년 이하	6(16.7%)	11(30.6%)	19(52.8%)	
	20년 초과	1(4.8%)	7(33.3%)	13(61.9%)	
합 계		9(12.0%)	27(36.0%)	39(52.0%)	

* $p < .05$

- 응답자 소속별로 응답을 살펴본 결과, 공공문화기관 · 정책 전문가의 경우 67.5%가 예술향유 지원정책의 비중이 많다고 인식하고 있었으나 민간 예술단체 소속 전문가는 34.3%만이 향유지원 비중이 많다고 응답하여 두 그룹간의 인식 차이가 발견되었음($p < .05$).
 - 응답자의 경력이 많을수록 예술향유 지원 비중이 높다고 인식하는 경향이 보였으나 통계적으로 유의성은 나타나지 않았음.
 - 응답자의 지역별 인식 차이는 없는 것으로 나타남.



〈그림 6-7〉 예술향유 지원정책 비중의 적절성 인식(소속별)

제3절 시사점

1. 정책 효과 인식

가. 예술향유 기회 제공 효과

- “문화가 있는 날”, “문화누리카드(통합문화이용권)”, “소외계층문화순회”, “문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감”, “생활문화지원” 등 정부의 대표적인 예술향유 지원에 대한 전문가 대상 인식조사를 했을 때, 문화소외계층에 대한 예술향유 기회제공의 효과는 긍정적으로 인식하는 것으로 나타났음.
- 반면 정부의 예술향유 지원정책이 일반 국민의 예술향유 기회제고에 기여하는지 여부에 대해서는 전문가들의 의견이 갈렸음.
 - 민간 예술단체 소속 전문가들의 경우 예술향유 지원정책이 일반 국민의 예술향유 기회제고에 기여하고 있다고 응답한 비율이 높았던 반면, 공공문화기관 및 예술정책 전문가의 경우 긍정적으로 인식하는 비중이 상당히 낮게 나타남.

나. 자발적 예술수요 및 예술시장 활성화 기여 여부

- 정부의 예술향유 지원정책이 예술인·단체를 위한 사회적 일자리 사업으로서 역할을 하고 있는지 물었을 때 ‘그렇다’, ‘보통’, ‘아니다’ 응답이 비슷하게 나타났음.
 - 즉, 예술향유 지원사업을 예술 분야 일자리 사업 관점에서 인식하는 시각과 그렇지 않은 시각이 전문가들 사이에 혼재함을 알 수 있음.
- 반면, 현행 정부의 예술향유 지원정책이 자발적 예술수요 및 예술시장 발달에 기여하는지에 대해 물었을 때는 단연 시장발달에 도움이 되지 않는다는 응답이 가장 높게 나타남.

- 예술향유 지원정책을 펼치면 국민들이 예술을 향유할 기회가 많아지고 이에 따라 예술수요와 시장이 증대하리라고 기대하는 경우가 많음. 그러나 현재 예술향유 지원사업이 주로 경제적, 지리적, 사회적으로 예술향유에 어려움을 가진 문화소외계층을 대상으로 한다는 점에서, 예술향유 지원사업 추진이 즉각적인 예술수요 증대로 이어지기에는 사실상 어려움. 전문가들도 이와 같이 현실적인 제약을 인식했을 가능성이 있음.

2. 개별 예술단체에 미치는 영향 인식

- 예술향유 지원정책이 예술단체의 프로그램 기획에 어떤 영향을 미치는지 물었음. 예술향유 지원사업 향유자들이 대체로 예술에 익숙하지 않은 관객들이 많아서 대중성을 지향하게 된다는 응답이 많았음.
 - 예술향유 지원사업에 참여하여 활동을 하는 것과 예술창작 지원사업에 선정되어 활동하는 것은 예술활동의 방향성, 지향점에서 근본적인 차이가 있을 수 있다는 점을 짐작할 수 있음. 혁신적이고 새로운 예술적 아이디어를 구현하는 것 자체에 중점을 두는 예술 활동과 예술에 익숙하지 않는 관객들이 관심을 갖도록 하는 프로그램 기획은 상당히 다른 종류의 예술활동일 수 있음.
- 예술향유 지원정책에 참여할 경우 개별 예술단체들의 관객개발에 도움이 되는지 물었음.
 - 개별 예술단체들의 관객개발에 도움이 된다는 의견과 도움이 되지 않는다는 의견이 비슷하게 나타남.

3. 예술향유 지원정책 수행방식에 대한 의견

- 예술향유 지원사업이 단년도 공모, 중앙정부 중심 추진체제로 진행되는 것에 대해 개선될 필요가 있다는 의견이 많았음.

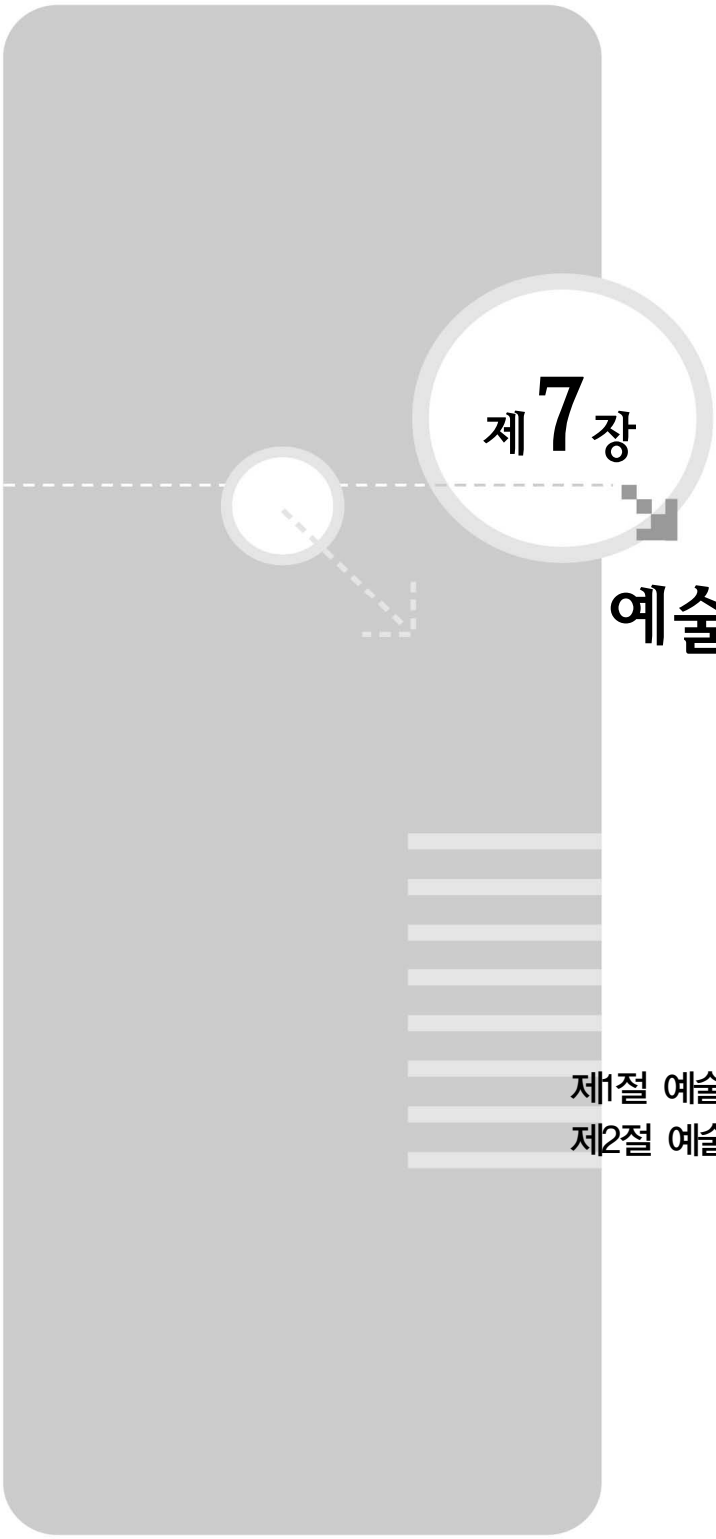
- 현행 바우처 및 무료·할인 공연 제공 방식에 대해서는 의견은 엇갈림.
 - 바우처 및 무료·할인 공연 제공 방식이 자발적 예술수요 창출 및 예술시장 활성화에 어떤 영향을 주는지에 대해 전문가들의 의견이 엇갈림.
 - 다만 공공 기관 소속 전문가 및 문화예술 정책 연구자의 경우 바우처 및 무료·할인 공연 제공이 예술시장 활성화에 긍정적인 영향을 미친다고 판단하는 비중이 매우 적었음.
- 예술향유 지원정책의 수혜대상을 문화소외계층에서 전 국민으로 확장해야 되는지 여부를 물었을 때 전체적으로는 전 국민으로 확장해야 된다는 응답이 가장 많이 나타남.
- 다만, 전문가의 경력에 따라 뚜렷하게 다른 의견을 보임.
 - 경력 20년 이하 전문가의 경우 예술향유 지원정책의 수혜범위를 전 국민으로 확대해야 한다는 의견이 많았던 반면, 경력 20년이 넘는 전문가들은 예술향유 지원정책의 수혜 범위를 문화소외계층에 집중해야 된다는 응답 비중이 상당히 높게 나타남.
- 예술향유 지원 비중은 대체적으로 많다는 의견이 많았으며, 특히 공공문화기관 소속 전문가 및 예술정책 전문가의 경우 상대적으로 현재 향유 지원의 비중이 높다는 인식을 가진 경우가 많았음.

4. 소결

- 종합하자면 예술 분야 전문가들은 현행 예술향유 지원 방식이 문화소외 계층에 대한 예술향유 기회 제공에는 기여하나 자발적인 예술수요 확대에는 기여하지 않는 것으로 여기는 것으로 보임.
 - 현행 예술향유 지원 사업이 참여 예술단체로 하여금 대중성을 지향하는 프로그램을 기획하게 만든다고 생각하지만, 이것이 각 예술단체 관객개발에 도움이 되는지에 대해서는 의견이 엇갈림.
 - ‘문화가 있는 날’을 제외한 예술향유 지원 사업이 대체로 경제적, 사

회적, 지리적 문화소외계층을 타겟으로 하고 있고, 이들이 예술을 체험한 즉시 자발적인 예술수요 계층으로 변하리라고 기대하기 어렵다는 점을 감안한다면 위와 같은 응답을 이해할 수 있음.

- 다만, 이런 이유로 하여 예술향유 지원사업 대상을 전 국민으로 확대해야 된다고 결론내리기는 어려움.
 - 예술향유 지원 대상을 소외계층에서 전 국민으로 확대하자는 의견이 전반적으로는 높게 나타났지만, 응답자의 경력에 따라 의견이 엇갈림. 20년 이상 경력이 오래된 전문가들은 오히려 수혜 계층을 소외계층으로 한정해야 된다고 응답함.
 - 경력이 오래된 전문가일수록 비관객의 이질성(문화체육관광부 2016c)에 대한 이해와 경험이 많기 때문일 것으로 추측됨.
- 현재 단년도 공모, 중앙정부 중심으로 추진되는 수행방식은 개선될 필요가 있다는 의견이 높게 나타남.
 - 중앙에서 포맷을 만들어 공모하고 매칭하여 지역에 뿌리는 탑다운 추진 방식으로는 예술을 평소 향유하지 않는 비관객의 이질성 문제를 고려하기 쉽지 않기 때문일 것임(한국문화예술위원회 2018).
- 결국 전문가들은 현행 예술향유 지원사업이 소외계층에게는 향유기회를 제공하며 참여하는 예술인·단체들에게는 대중성을 고려한 프로그램을 기획하도록 영향을 미치나, 이를 통해 자발적인 예술 수요와 예술시장 확대로 이어질 것으로 생각하지는 않는 것으로 보임.



제 7 장

예술향유지원정책 개선 방향

제1절 예술향유정책 재정의 필요성

제2절 예술향유정책 개선 방향

제1절 예술향유정책 재정의 필요성

1. 향유지원의 급격한 증가 및 효과성

- 2000년대 이후 국내 예술정책은 급격하게 수요자(향유자) 중심의 정책으로 전환되었음(제2장).
 - 수요자 중심 정책으로 급격하게 전환된 데에는 2004년 문예진흥기금 모금 중단으로 복권기금을 활용하게 된 현실적인 요인도 있었지만, 부르디외 문화자본론에 토대를 두고 있는 ‘문화민주주의’ 관점이 당시 문화정책 담론에서 큰 영향을 미쳤던 점도 간과할 수 없음.
 - 물론 ‘문화가 있는 날’, 통합문화이용권, 소외계층문화순회, 방방곡곡 문화공감 등의 예술향유 정책이 ‘문화민주주의’보다는 ‘문화의 민주화’에 해당되는 사업들이라는 주장도 있음(한승준 2017, 한국문화예술위원회 2017).
 - 그러나 ‘문화가 있는 날’, 통합문화이용권 사업의 경우 고급예술 외에 대중문화와 스포츠 관람, 관광 등을 선택할 수 있다는 점, 소외계층문화순회, 방방곡곡 문화공감의 경우에도 대중성을 제고하기 위해 참여 프로그램을 추가하는 경우도 많다는 점, 무엇보다도 고급예술의 창작·생산을 위한 정책적 지원이 서구 유럽만큼 본격적으로 이뤄진 적이 없다는 점을 감안한다면, 현행 예술향유 정책을 문화의 민주화 차원의 정책이라고 볼 수 있는지도 의문임.
- 수요자(향유자) 중심이라는 방향은 단순히 정책적 수사가 아니라 문화예술 재정에 그대로 반영되어 있음(제3장).
 - 예산은 ‘그 자체가 정책문서인 동시에 정책 우선순위에 대한 정부 선언의 가장 객관적 발현 양식’임(김희석 2016, 윤성식 2003).⁸⁵⁾
 - 2018년 문체부 예술정책관 일반회계(약 2,935억 원) 중 약 42.4%가 문화예술교육에 배정됨.

85) 윤성식(2003), 「예산론」, 나남출판

- 2018년 문예진흥기금 사업비(약 2,278억 원) 중 약 51.8%가 ‘생활 속 예술 활성화’(통합문화이용권, 소외계층문화순회, 방방곡곡문화나눔)에 배정됨.
 - 예술정책관 일반회계와 문예진흥기금 사업비 외에 지역문화정책관의 ‘문화가 있는 날’ 예산과 생활문화 활성화 예산을 합치면, 예술정책관과 지역문화정책관 일반회계와 문예진흥기금 사업비(총 6,342억 원)의 약 41.2%가 향유 지원 명목에 배정된 것임.
- 위와 같은 향유 중심의 예술정책 예산은 문화민주주의 담론을 발전시킨 서구 유럽의 문화 부처에서도 찾아보기 힘들(제4장).
- 주요국 문화 부처 예산을 살펴보면, 우리나라 문체부 일반회계 및 문예진흥기금 사업비처럼 향유 지원 명목이 큰 비중으로 배정되어 있는 것을 찾아보기 어려움.⁸⁶⁾
 - 물론 국민의 예술에 대한 접근성을 높이고 각 사람들의 주체적인 문화 참여를 지원하기 위한 다양한 가격할인 정책(ex: 프랑스의 공연 티켓 학생 할인)이나 아마추어 예술인 축제(ex: 페테 드 라 뮈지크) 등은 여러 나라에서 발견됨. 그러나 우리의 경우처럼 중앙에서 기획되어 일률적으로 뿌려지는 사업 형태라기보다는 각 지방 혹은 단체 별로 추진하는 사업들인 경우가 많음.⁸⁷⁾
- 각종 실태조사 결과나 전문가 조사에 따르면, 문화소외계층에게 바우처나 무료·할인 관람기회를 제공하는 현행 향유정책은 소외계층의 예술향유 기회 확대에는 도움이 되지만 자발적인 예술수요와 시장 발달에는 큰 기여를 하지는 못하는 것으로 인식되고 있음(제5장 및 6장).
- 「문화향수실태조사」에 따르면 연평균 관람횟수뿐 아니라 관람 의향률에서도 영화(78.5%), 대중음악 등에 비해 예술 관람 의향률은 상대적으로 낮게 나옴.

86) 물론 프랑스 마크롱 대통령의 공약사항으로 주요 공공기관의 공연 및 전시물을 문화적으로 소외된 지역에 보내겠다는 “집 가까이 있는 문화”(Culture pres de chez vous) 계획이 2018년 3월 발표되기는 했지만 프랑스에서 예외적인 정책 사업임.

87) 2018년 3월 발표된 프랑스의 “집 가까이 있는 문화”도 프랑스 예술계에서 이례적인 사업임.

2. 예술향유정책 재정의(再定義) 필요성 및 한계

- 종합하자면, 현재 예술향유 정책은 예술정책 담론이 발달한 서구 유럽에서도 쉽게 찾아보기 어려울 정도로 집중지원 되고 있음.
- 그러나 예술향유에 대한 집중적인 지원이 자발적인 예술향유 수요로 이어지고 있는지는 뚜렷하게 드러나지 않고 있음. 이는 수요자(향유자) 중심 예술정책 관점에서 볼 때 상당히 우려스러운 현상인데, 왜냐하면 향유자가 원하지 않는 것을 왜 굳이 계속 공급하느냐는 지적에 직면할 수 있기 때문임. 또한 향유자가 원하지 않는 것을 공급하는 수요자 중심 예술지원은 공공정책으로서 예술정책의 정당성에 대한 문제제기를 받을 수 있는 사항임.
- 따라서 현재 예술향유 정책은 단순히 개별사업의 효과성, 효율성 제고를 위한 개선 정도를 고민할 것이 아니라, 현재 예술향유 정책이 근거로 삼고 있는 전제부터 다시 검토할 필요가 있음.
- 문제는 예술향유정책 문제가 단순히 예술향유사업만 바뀌서 해결될 문제가 아니며, 예술향유정책의 개선을 위해서는 문화예술 지원정책 방향과 추진체계 전체를 바꾸어야 되는 문제라는 점임.
 - 2017년 새 정부 출범 후 예상되었던 문화예술 지원체계의 변화, 지방분권 등의 방향성이 아직 잘 드러나지는 않은 상황임.
- 이런 현실적 조건을 고려하여 구체적인 개선안을 제안하기보다는, 여기에서는 예술향유 지원정책의 총체적인 개선 방향에 대해 논의를 하겠음.

제2절 예술향유정책 개선 방향

1 정책이념: 예술향유 지원 목적 재정립

- 향유지원의 근거가 된 해외 정책이론의 맥락 점검
- 현재 우리 예술정책에서 향유정책의 근거로 제시되는 것은 「문화기본법」에서 규정한 문화권임(2016 문화예술정책백서).
 - 문화기본법 제14조는 “모든 국민은 성별, 종교, 인종, 세대, 지역, 정치적 견해, 사회적 신분, 경제적 지위나 신체적 조건 등에 관계없이 문화 표현과 활동에서 차별을 받지 아니하고 자유롭게 문화를 창조하고 문화 활동에 참여하며 문화를 향유할 권리(문화권)를 가진다”고 규정하고 있음.
- 위와 같은 국민의 문화 향유 권리를 지원하기 위한 정부의 정책적 개입 방향은 문화정책사에서 크게 두 가지로 전개되었음. 하나는 고급 예술에 대한 접근성 확보인 ‘문화의 민주화’이고 또 하나는 개인의 문화적 취향, 욕구에 따른 주체적 참여를 주장하는 ‘문화민주주의’임.
- 문화의 민주화로부터 문화민주주의로의 정책담론 변화는 문화자본으로 설명되는 문화적 불평등이 계층간 위계를 재생산한다는 부르디외(1979) 등의 이론을 배경으로 함.
- 이 때 중요한 점은 문화민주주의가 문화의 민주화보다 나중에 등장했으니 더 진화된 정책방향이라던가 혹은 둘 중의 어느 방향을 선택해야 되느냐의 문제가 아님.
 - 실제로 대부분의 나라들은 문화의 민주화나 문화민주주의 전략을 문화정책의 목표로 동시에 추구하고 있음(한승준 2017).
- 예술향유정책은 지위경쟁 도구, 차별화 기제로서 예술이 활용되는 것을 억제하는 역할
- 문화의 민주화와 문화민주주의 논쟁의 핵심은 문화적 불평등이 사회적

위계의 재생산으로 이어지는지 여부와, 만일 그렇다면 이를 방지하기 위해 문화예술정책은 어떤 방향을 취해야 하는가 여부임.

- 프랑스 엘리트 계층이 선호하는 고급예술을 보편적이고 절대적인 미적 가치가 있는 것으로 간주하여 전 국민에게 보급하는 정책(문화의 민주화)은 엘리트 계층의 문화적 취향을 정당화하여 사회적 위계를 유지시키는데 일조한다고 주장하는 것이 문화자본론을 기초로 한 문화민주주의 관점임.
- 반면 문화민주주의의 근간이 되는 문화자본론이 1990년대 미국으로 건너가 나타난 옴니보어 이론은 사회적 지위가 높을수록 다양한 문화를 즐기는 개방성이 높아진다고 보았음. 즉, 미국 엘리트 계층은 부르디외 식의 배타적 속물성이 아닌 ‘관용’과 문화적 다양성(cultural variety), 문화적 폭넓음(cultural breadth)으로 사회적 위계를 재생산한다는 것임(최셋별 2006).
- 즉, 문화의 민주화와 문화민주주의 논쟁의 핵심은 문화예술 향유를 통해 사회적 위계와 불평등이 유지되고 공고화되지 않도록 위해서는 정책이 무엇을 해야 되는가와 관련된 내용이었다는 점을 기억해야 됨.
 - 해외에서 수입된 문화예술 정책 담론인 문화의 민주화, 문화민주주의 자체를 도그마처럼 여기는 것이 아니라, 이런 정책담론이 어떤 문제의식을 전제로 발전된 것인지 이해하고 이를 우리 사회의 맥락에 맞게 재정립, 적용할 필요가 있음.

■ 예술향유 정책이념 등에 대한 학술적 연구 지원

- 물론 국가가 국민의 예술향유를 무한대로 책임져야 된다는 관점에서 본다면 위와 같은 고민은 필요 없음. 그러나 예산 등 정책수단이 무한하지 않다는 점을 감안한다면, 정부가 국민의 예술향유를 지원하는 목적이 무엇인지 정치하게 확인할 필요가 있음.
 - 1959년 세계 최초로 설립된 프랑스 문화부는 부르디외 등 당대 문화사회학자, 문화이론가 등의 자문을 통해 공공정책으로서의 문화정책의 논리를 발전시켜 나갔음. 물론 부르디외 시각은 초대 문화부 장관인

앙드레 말로(Andre Malraux)의 관점과 상충되어 말로 장관 당대에는 큰 영향을 미치지지는 못했으나 그의 문화자본론은 훗날 문화민주주의 논쟁이 등장하는데 중요한 영감을 줌(홍기원 2009, Dubois 2011).

- 한국사회에서 예술향유와 사회적 위계가 어떤 연관이 있는지, 예술향유가 사회적 불평등, 계층이동성 등에 미치는 영향이 무엇인지 등에 대해 사회학, 행정학, 정책학, 경제·경영학, 문화연구 등 다양한 학문 영역에서 이와 관련된 연구가 이뤄질 수 있도록 지원하는 것을 고려해볼만 함.
- 양적 성과주의를 바탕으로 예술향유 지원이 급격하게 확장될 수 있었던 것도 어찌 보면 향유지원 근거의 빈약함 때문이었을 수도 있음.
 - 사적인 활동인 국민의 예술향유에 정부가 정책적으로 개입하는 근거가 무엇인지, 예술향유 지원은 단순히 많을수록 좋은 것인지, 예술향유 지원을 통해 정책이 목표로 하는 바가 무엇인지 깊이 있는 성찰이 필요함.
 - 예술향유 지원사업의 연한이 늘어날수록 개별 사업의 효과성, 효율성 제고에만 초점이 맞춰지고, 예술향유정책의 근본적인 전제를 의문시하는 논의는 잘 이뤄지지 않고 있음. 예술향유정책이 향유 영역에만 국한된 문제가 아니라 예술정책의 총체적인 방향성과 얽혀진 복잡한 문제이기 때문에, 예술향유 정책의 방향을 바꾸기 위해서는 총체적인 예술정책 방향을 재검토해야 되기 때문일 것임.
 - 위와 같은 근본적인 전제를 재검토하기 위해서는 예술정책의 궁극적 방향과 이에 대한 근거를 탐색하는 연구가 다양한 학문분과에서 이뤄지고 축적될 수 있도록 지원하는 것을 고려해볼만함.

2. 향유지원 목표: 빈도에서 다양성의 균형

■ 문화자본과 옴니보어

- 향유지원에 예산이 집중될 수 있었던 이론적 근거는 부르디외 문화자본론에 토대를 두고 있는 ‘문화민주주의’ 관점임.

- 물론 실제로 정책이 추진되는 현장을 보면 문화민주주의 이념을 제대로 반영한다기보다는 ‘문화의 민주화’ 수준에 머무르고 있다는 비판이 있는 것도 사실임. 그러나 문화민주주의 담론이 향유자 중심 예술정책이 천명되도록 영향을 미친 것은 분명함.
- 문제는 문화민주주의 관점이 1960년대 프랑스 사회를 바탕으로 발달한 이론이라는 점임.
 - 문화민주주의의 토대가 된 부르디외의 문화자본론은 계급별로 향유하는 문화가 극명하게 달랐던 1960년대 프랑스 사회를 배경으로 탄생한 이론임.
- 반면, 상층계급이 배타적으로 선호하는 고급문화의 부재, 높은 평등주의, 사회이동의 개방성에 대한 믿음 등 한국 사회는 문화자본론이 나오게 된 배경이었던 1960년대 프랑스 사회보다는 옴니보어(omnivore) 이론의 배경이 된 1990년대 미국 사회와 더 유사성이 있다고 볼 수 있음(최섯별 2006).
 - 옴니보어 이론은 엘리트 집단의 경우 고급예술, 대중문화 가리지 않는 문화적 잡식성 취향으로 자신들의 문화자본을 삼는다는 주장으로, 1990년대 미국 사회를 배경으로 등장하였음.
 - 즉, 고급예술을 해독할 수 있는 능력이 문화자본이 아니라 고급예술이든 대중예술이든 상황에 따라 다양한 문화적 취향을 활용할 수 있는 ‘문화적 다양성’, 또는 ‘문화적 폭넓음’이 문화자본이라는 의미임.
 - 특히 글로벌화 된 현대 사회에서 다양한 문화적 취향이 가져올 수 있는 효용성을 고려할 때, 옴니보어 취향이 사회적차, 위계적 재생산과 연결될 가능성은 높음(서우석 & 양효석 2013).
- 문화적 다양성 및 문화적 폭넓음을 측정하는 지표 개발
- 위와 같은 관점에 동의한다면, 예술향유 정책 지향은 단순히 예술 향유의 양(volume)을 늘리는 것이 중요한 것이 아니라, 개인의 예술향유 다양성(variety)과 폭(breadth)을 늘리는 것을 목표로 할 필요가 있음.

○ 예술향유의 다양성과 폭을 확장하는 것을 예술향유 정책의 목표로 삼는다면, 국민의 예술향유 다양성과 폭을 가늠할 수 있는 지표가 필요.

- 현재 문화예술 향유 및 여가활동 현황을 알 수 있는 조사는 「문화향수실태조사」 및 「국민여가활동 실태조사」임.

문화예술관람 및 참여	예술행사 관람 실태	- 직접 관람 횟수 - 직접 관람 만족도 - 향후 1년 이내 직접 관람 의향
	복합문화예술 관람실태	- 복합문화예술행사 참여 경험
	직접관람 실태	- 관람 지역 - 관람 방법 - 관람시 동행인 - 예술행사 참여 시간대 - 예술행사에 대한 정보 습득 경로 - 예술행사에서 보완해야 할 부분 - 관람할 예술행사 선정 시 중요한 기준 - 예술행사 관람 시 어려움
	매체이용 (예술행사 관람 실태)	- 매체를 통한 이용 경험 - 이용 매체 및 주 이용 매체 - 매체 이용에 대한 만족도
	예술행사 참여실태	- 참여 경험 - 참여 활동에 대한 만족도 - 향후 1년 이내 참여 활동 의향
	문화예술 관련 지출	- 항목별 가장 지출을 많이 하는 항목 - 향후 지출을 늘리고 싶은 항목
문화예술교육	문화예술교육 경험	- 유아기 및 청소년기에 문화예술교육 경험 - 1년 이내 학교교육 외에 강좌나 강습 경험 - 1년 이내 경험한 강좌나 강습에 대한 만족도 - 향후 1년 이내 예술 교육 의향
	문화예술교육 실태	- 교육 시설 - 문화예술 교육 시 보완되어야 할 부분 - 선호하는 교육 방법 - 학교 교육 외 문화예술 교육 시 어려운 점
문화예술활동 공간이용 실태	문화예술활동 공간이용	- 1년 이내 이용 횟수 - 이용 공간 위치 및 만족도 - 문화행사 참석 횟수 및 만족도
	문화예술활동 공간방문 의향	- 문화행사 참여 시 어려운 점 - 향후 1년 이내 문화행사에 참여할 의향 및 선호 프로그램 - 참여할 문화예술행사 선정 시 중요한 기준
문화관련활동	문화자원봉사 활동	- 자원봉사 활동 경험 및 참여 횟수 - 금전기부 경험 여부
	문화관련 동호회 참여	- 참여 경험 - 참여한 동호회 성격 및 활동 공간, 참여 빈도
역사문화 유적지 및 축제	역사문화유적지 방문실태	- 최근 1년 이내 역사문화유적지 방문 경험 및 만족도 - 향후 방문 의향
	축제 관람 실태	- 최근 1년 이내 축제 경험 및 만족도 - 향후 참여 의향

〈그림 7-1〉 2016 문화향수실태조사 항목

- 「문화향수실태조사」는 예술행사 관람 횟수와 참여 경험, 문화예술교육 경험, 문화예술활동 공간이용 횟수, 문화자원봉사 참여 횟수 등을 조사함.
- 「국민여가활동조사」에서는 문화예술 관람 및 참여활동 외에 스포츠 관람 및 참여, 관광, 동호회, 스마트기기 이용, 자원봉사 등 다양한

여가활동의 빈도를 조사함.

- 즉, 문화향수실태조사와 국민여가활동조사에서는 예술 장르별, 여가 활동 유형별 향유 빈도가 조사되고 있음.

여가활동 참여 실태	- 한번이상 참여한 여가활동	- 여가활동 유형
	- 가장 많이 참여한 여가활동	- 여가활동 유형 - 여가활동 동반자 - 여가활동 빈도 - 여가활동 소요 시간 - 여가활동 비용 - 여가활동 만족도
	- 여가활동 목적	- 여가 활동의 주된 목적
	- 여가활동 만족도	- 가장 만족스러운 여가활동
	- 여가경력	- 지속적 여가활동 유무 - 지속적 여가활동 분야 - 여가활동 지속기간 - 여가정보 습득 여부
	- 여가비용	- 월평균 여가활동 비용 및 만족도 - 희망하는 월평균 여가활동 비용
평일 및 휴일 (휴가, 연휴) 여가 활동	- 평일 여가 활동	- 평일에 참여한 여가활동 - 평일에 참여한 여가활동 만족도 - 평일에 희망하는 여가활동
	- 휴일 여가 활동	- 휴일에 참여한 여가활동 - 휴일에 참여한 여가활동 만족도 - 휴일에 희망하는 여가활동
	- 여가시간	- 평일 및 휴일의 하루평균 여가시간 - 평일 및 휴일의 여가시간 충분정도 - 평일 및 휴일의 여가시간 활용정도 - 평일 및 휴일의 하루평균 희망 여가시간
	- 휴가 활용	- 휴가 유무 - 휴가 기간 및 휴가 일수 - 휴가 기간 동안의 여가 활동
	- 연휴 활용	- 연휴 기간 동안의 여가 활동
여가공간	- 여가공간	- 가장 많이 이용한 여가공간 - 향후 이용하고 싶은 여가공간 - 공공문화여가시설에 대한 만족도 - 여가산업에 대한 평가 및 만족도
다양한 여가활동	- 동호회 활동	- 동호회 활동 여부 - 동호회 활동 유형
	- 사회성 여가활동	- 자원봉사 활동 경험 - 자원봉사 시간 및 활동 분야
	- 스마트기기를 활용한 여가활동	- 스마트 기기 활용시간 - 스마트 기기를 이용한 여가활동
여가인식 및 만족도	- 여가인식	- 정책 중요도 및 만족도 평가 - 일(학업)과 여가의 균형 - 향후 여가 시간 활용 - 여가생활 만족도 및 불만족 이유 - 여가에 대한 인식
	- 행복수준	- 현재 행복 수준

〈그림 7-2〉 2016 국민여가활동조사 항목

- 예술향유의 다양성과 폭이 예술향유 정책의 기준이 되려면 개인별 예술향유의 다양성과 폭을 가늠할 수 있는 지표 개발 필요.

- 국내연구 중에는 개인별 단순관람하거나 참여하는 예술 및 대중문화 장르의 개수를 ‘문화적 폭넓음’으로 정의하여 실증연구를 한 사례가 있으나 특정 지역을 대상으로 제한적으로 수행된 연구임(장세길 2016).

- 우리 사회에서 국민의 예술향유의 다양성과 폭넓음을 잘 확인할 수 있는 지표를 개발하기 위한 연구가 필요할 것으로 보임.

3. 향유지원 비중: 향유와 창작 지원의 균형

■ 예술생태계의 창작과 향유 선순환 구조

- ‘예술향유 지원’은 향유 vs. 창작이라는 이분법을 전제로 하는 개념임.
 - 여기서 ‘창작’은 일반 국민이 누리는 ‘향유’와 대조되는 개념으로서, 직업 예술인·예술단체에 의한 예술활동을 의미함.
- 향유 지원 vs. 창작 지원으로 나누는 이분법에는 향유 지원을 하면 향유가 늘어날 것이라는 전제가 깔려 있음. 그러나 예술향유 지원을 집중 늘린다고 예술향유가 늘어나는 것이 아님. 예술이 창작되고 향유되는 예술생태계의 선순환 구조를 고려해야 됨.
- 문제는 창작과 향유의 선순환 구조가 중요하게 고려되지 않는 상황에서 예술정책이 추진된다는 점임.
 - 문체부의 예술향유 지원이 늘어나고 다른 부처에서도 유사사업이 동시에 실시되면서 예술향유 사업의 수는 많아졌지만 정작 현장에서 이를 기획하고 운영해야 되는 예술인·단체의 기반은 매우 취약한 상황임.
 - “꿈의 오케스트라 사업이 다른 부처에도 동시에 실시하고 여러 지역단위로 확산되면서 지역마다 취약계층 대상 아동을 찾아야 하는 해프닝이 벌어진 바 있고.....지역문화를 기획하고 운영하기 위한 문화기획자가 충분히 형성되지 않은 상태에서 사업이 방대한 규모로 진행되면서 문제가 발생.....각 지역별로 문화예술교육사업 등이 확산되고는 있지만 정작 지역에서는 예술가 숫자가 작고 활동도 미비하며 심지어 예술강사 섭외도 어려움을 겪는 상황이다. 지역문화진흥을 위한 예술창작 주체가 비어있는 상황에서.....사업 실행 주체보다 사업이 더 많은 불균형의 현실이라는 점을 상기해야 할 것...”(박신의 2016).

- 예술생태계 구조의 전체적인 상황과 필요, 역량에 대한 고려 하에서 예술향유 정책이 추진될 필요가 있으며, 특히 향유 지원과 창작 지원의 균형에 대해 점검해야 될 필요성이 있음.

■ 문화민주주의와 직업예술인의 창작활동

- 향유지원 정책을 추동한 담론인 ‘문화민주주의’는 특히 직업 예술인이 아닌 일반 국민이 적극적 문화생산의 주체로 참여하는 것을 강조함.
 - 이런 관점을 가장 직접적으로 반영하는 지원사업이 ‘생활문화’임.
- 반면 문화민주주의는 직업예술인이 생산하는 고급예술을 배격함. 상층 계급이 선호하는 고급예술은 사회적 계층구조가 유지되고 공고화 되는데 은밀하게 일조한다고 보기 때문임.
 - 앞서 언급했듯이, 상층 계급은 고급예술을 선호하고 나머지 계급은 대중문화를 선호한다는 이분법적 접근이 21세기 한국사회에 과연 현실적인 관점인지 검토가 필요함.

■ 향유 활성화를 위한 창작·공급 활성화의 중요성

- 위와 같이 예술향유 지원이 강조되는 예술정책 흐름 속에서 지난 몇 년 동안 창작·공급 측면의 지원 비중이 위축되는 경향이 있었음(김희석 2016).
 - 예술향유 정책은 관람인원 수 등 사업성과 계량화가 용이하기 때문에 창작지원에 비해 정부예산의 편성 및 성과평가에 적합한 측면이 있음(장혜운 2017).
 - 특히 예술향유 지원사업은 국민 생활에 밀접한 연관이 있으며 일종의 복지정책으로서 소득재분배 효과와 연관되기 때문에 재정지출의 정당성을 주장하는데 용이함(이토오 야스오 2002).
 - 이런 이유로 인해 문화민주주의 담론을 발전시킨 서구에서도 유례가 없을 정도로 중앙정부 예술지원 예산에서 향유 지원비중이 높게 나타나게 됨.

- 21세기 현재 우리나라에서 이해하는 예술은 근대화 시기에 서구에서 유입된 개념이며, 예술 창작지원 구조도 아직 충분하게 확립되지 않은 상황임. 이 가운데 예술정책의 기초가 향유지원을 강조하게 되면서 향유지원 예산 비중이 급격하게 늘어났다고 해도 과언이 아님.
- 문제는 예술향유에 대한 집중 지원이 예술생태계에 대한 총체적인 시각 하에서 이뤄지지 않고 창작과 분리된 독자적 영역처럼 다뤄지고 있다는 점임.
 - 예술향유 정책에도 향유자 외에 창작·공급자인 예술인·단체도 포함. 향유자와 공급자가 함께 예술생태계를 이루며 이들은 서로 영향을 주고 받음.
 - 앞의 전문가 조사에서도 언급됐듯이 예술향유 지원사업에 참여하는 공연단체들은 프로그램 기획 시 대중성을 더 고려하게 된다고 응답하였음. 즉, 예술향유 정책은 사업에 참여하는 예술인·예술단체의 창작 결과물, 예술인의 커리어와 예술단체 브랜드, 관객개발 등 여러 면에서 직업 예술인·단체의 존립에 영향을 미침.
- 예술향유 정책이 향유자뿐 아니라 사업에 참여하는 예술인·단체에게 어떤 영향을 미치는지, 관객 개발에 어떤 영향을 미치는지, 나아가 전반적인 예술생태계에 어떤 영향을 미치는지 총체적인 시각을 유지하며 추진될 필요가 있음.

■ 예술생태계 파악을 위한 장르별 실태 조사

- 예술생태계의 정확한 파악을 위한 장르별 실태조사 필요
 - 현 예술정책은 각 장르의 예술생태계가 구체적으로 어떻게 구성되어 있는지 정확히 파악된 상태에서 추진되고 있다고 보기 어려움. 2000년대 들어 장르별 정책을 지양하는 경향이 있었기 때문임.
 - 납득할만한 측면도 있지만 이런 방향은 굳이 세부 예술장르별 실태 파악을 추진할 이유가 없도록 만드는 결과를 낳음.
 - 실제로, 정부예산이 투입되지 않는 나머지 영역은 정책적으로 관심을

받지 못하는 영역이 되는 경향이 있는데, 대표적인 사례가 지자체 예술단체 현황임. 지자체에서 투입하는 예산 규모나 예술계에서 차지하는 위상 등을 고려할 때 공공 예술단체는 간과해서는 안 될 중요한 조직들임. 그러나 지자체 소관이라는 이유로 중앙의 정책에서는 무관심의 영역에 두고 있다고 해도 과언이 아님.

- 현재 조사되고 있는 <공연예술실태조사>는 공연시설, 공연단체 운영 등의 항목으로 조사되고 있으나 여러 장르의 단체가 함께 조사되어 발표되어 있어서 이 조사로 세부장르별 예술생태계 모습을 파악하기는 어려움.
- 외국의 경우 League of American Orchestras, Association of British Orchestras, Association Francaise des Orchestres, Deutsche Orchestervereinigung, 일본오케스트라연맹(日本オーケストラ連盟), Opera America, Chorus America 등 해당 분야를 대표하는 협회들이 회원 단체들의 데이터로 통계를 생산해내고 있음.
- 국내에는 장르별, 연주단체별 협회가 없는 경우도 많고 있더라도 대표성 있고 신뢰할만한 통계를 정기적으로 생산해서 공개하는 경우도 드물.
- 예술생태계 실태를 정확하게 파악하기 위해 각 세부장르별 통계 생산이 이뤄질 수 있도록 장려하거나 지원하는 것이 필요함.

■ 예술단체의 안정적 창작활동 구조 마련

- 예술향유 활성화를 위해 가장 시급하게 개선되어야 할 점은 창작지원 안정화일 것임. 향유 활성화를 위해 창작 지원을 개선해야 한다는 주장이 이상하게 들릴 수 있지만, 가장 근본적인 개선방향이라 할 수 있음.
- 현재 예술 창작·공급 측면의 지원은 사업비 중심으로 이뤄지고 있음.
 - 2000년대 들어 작품제작 및 행사의 일회적 지원이 주가 되던 기존 창작지원 방식을 다변화하여 연습공간 제공, 국제무대 진출 지원, 예술단체 경영컨설팅 지원, 예술 분야 기획·경영 전문인력 양성 등 다양한 명목의 사업들이 개발되었음.

- 그러나 예술단체 운영에 대한 지원은 국공립 단체를 제외하고는 많지 않음.
- 예외적인 예술단체 운영 지원사업이 ‘공연예술단체 집중육성사업’이라는 이름으로 시작된 ‘공연장상주단체 육성지원 사업’임.
 - 공연장상주단체 육성지원 사업은 제작기능이 없는 국내 공연장에 민간 예술단체를 상주단체로 활동하도록 하여, 공연장은 가동률 제고와 우수 레퍼토리 확보 효과를 얻으며, 예술단체는 안정적인 예술활동 근거지 확보를 통해 작품창작에 매진할 수 있도록 하여 우수 레퍼토리를 만들어내고 이를 통해 안정적 예술단체 운영의 기반을 만드는 것을 목적으로 하는 사업임.
- 그러나 현실적으로 ‘공연예술단체 집중육성사업’도 단기적 성과에 치중하여 민간 예술단체의 질적 향상과 안정적인 운영기반 마련 등 근본적인 변화를 만들어내지는 못하고 있다는 의견임(문화체육관광부 2015c, 이은마·정영기 2018).
- 이런 환경 속에서 2000년대 들어 대규모로 추진된 예술향유정책은 단순히 향유자 지원사업일 뿐만 아니라 예술인·단체에게는 일종의 사회적 일자리 사업과 같은 역할을 하고 있는 것도 사실임.
 - 전문가 설문조사에서 예술향유 지원정책이 사회적 일자리사업 역할을 하고 있는지 물었을 때 응답이 엇갈리기는 했으나 ‘아니다’라는 응답이 가장 낮게 나옴. 예술향유 지원정책이 예술생태계에서 단순히 향유지원 정책으로만 인식되는 것은 아니라는 것을 알 수 있음.
- 향유 지원사업 참여를 목적으로 하는 예술활동과 예술인·단체가 추구하는 예술적 비전에 따른 본격적인 예술활동은 다를 수밖에 없음. 창작지원과 향유지원은 그 목적이 다를 뿐 아니라 이를 통해 만들어지는 결과가 전혀 다른 만큼, 혁신적이고 창의적인 예술활동이 이뤄질 수 있는 창작지원 구조가 만들어질 수 있도록 지원할 방안이 무엇인지 검토가 필요함. 또한 장기적으로는 이런 노력이 예술향유가 활성화되는데 기여할 것임.

4. 향유지원 방식

가. 직접지원과 간접지원의 균형

■ 문화향유 저해 요인

- 일반적으로 문화사회학 등에서 개인이 문화생활을 누리려는 욕구가 있어도 이를 실현시키지 못하게 하는 객관적 요인을 경제적 요인, 지리적 요인, 물리적 요인, 사회적 요인 등으로 구분함(이호영 & 서우석 2009).
 - 경제적 요인은 빈곤으로 인한 예산 제약과 절대적 노동시간이 길어서 시간이 부족한 경우임.
 - 지리적 요인은 문화행사 등 향유할 수 있는 장소까지의 물리적 거리가 멀어 접근성이 떨어지거나 낮은 인구밀도로 적절한 관객 규모가 확보되지 않아 시장이 아예 형성하지 않은 경우임.
 - 물리적 요인은 신체적 장애 등으로 시설이나 콘텐츠에 접근이 되지 않는 경우임.
 - 사회적 요인은 사회문화적 소수자, 이민자 등이 자신들의 고유한 문화적 정체성을 간직할 기회를 갖지 못하는 경우임(서우석 & 양효석 2012).
- 문화예술 향유를 가로막는 객관적 요인뿐 아니라 주관적인 요인도 있음(이호영 & 서우석 2010). 문화자본론, 옴니보어 관점이 이와 관련된 이론들임.
 - 문화적 요인은 과거의 문화체험 부족, 문화해득력 부족, 관심 부족 등임.
 - 심리적 요인은 심리적 부담, 소외감, 문화 소비에 대한 거부감 등임.

■ 현행 향유지원 사업 및 향유저해요인

- 현재 문화예술향유를 저해하는 객관적, 심리적 요인을 제거하기 위한 다

양한 지원사업이 이뤄지고 있음.

- 통합문화이용권, 문화가 있는 날, 방방곡곡 문화공감, 소외계층문화순회 등의 사업은 바우처 제공 또는 무료할인 관람 제공 등을 통해 예술향유를 가로막는 경제적 요인을 제거하여 예술향유를 돕는 사업임.
- 교정시설, 군부대, 사회복지시설 등을 찾아가는 소외계층문화순회 사업은 예술향유를 가로막는 사회적, 물리적 요인을 제거하여 예술향유를 돕는 사업임.
- 비수도권 문예회관 중심의 지원사업인 방방곡곡 문화공감의 경우 지리적 요인을 제거하여 예술향유를 돕는 사업임.

〈표 7-1〉 문화예술향유 저해요인 및 향유지원사업

문화예술향유 저해 요인		발생 원인	향유지원사업
객관적 요인	경제적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 빈곤으로 인한 문화비 지출여유 없음 • 생업으로 인한 여가시간 부족 	통합문화이용권 문화가 있는 날 방방곡곡 문화공감 소외계층문화순회
	지리적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 물리적 거리 • 낮은 인구밀도로 인한 예술시장 부재 	방방곡곡 문화공감
	물리적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 신체적 장애 	소외계층문화순회
	사회적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적 소수자 • 적절한 예술콘텐츠 부재 	소외계층문화순회
주관적 요인	문화적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 과거의 예술체험 부족 • 예술 해득력(literacy) 부족 • 관심 부족 	문화예술교육 통합문화이용권/문화가 있는 날 (예술 외에 문화산업, 스포츠, 관광 포괄) 생활문화 활성화
	심리적 요인	<ul style="list-style-type: none"> • 심리적 부담 • 소외감 • 예술 소비에 대한 거부감 	

출처: 이호영 & 서우석(2009), 디지털시대의 문화자본과 불평등, 『문화정책논총』 제23집 재구조화

■ 객관적 저해 요인 중심의 향유지원사업

- 예술향유를 저해하는 각종 제약을 완화하기 위한 예술향유 지원사업이 추진되고 있으나 자발적인 예술향유 증대로 이어지 못하고 있음. 여기에 대해서는 보다 자세한 연구가 이뤄질 필요가 있지만, 단편적으로 봤을 때 현행 지원사업은 주로 객관적 저해 요인을 중심으로 사업이 추진되는 것으로 보임.

- 통합문화이용권, 소외계층문화순회, 방방곡곡 문화공감 모두 경제적, 지리적, 사회적 소외계층 대상 향유지원사업임.
- 물론 주관적 저해요인을 고려한 예술향유지원도 추진 중임. 문화예술교육을 통해 과거의 예술체험 부족과 예술 해득력 부족이라는 문화적 저해 요인을 완화하는 정책을 펼치고 있음.
- 그러나 예술 향유에 대한 심리적 부담, 거부감 등 심리적 저해 요인과 관련해서는 예술이 아닌 다른 분야를 향유하도록 사업을 추진 중임.
 - 예술 외에 문화산업, 스포츠, 관광 등 다른 분야를 향유할 수 있는 기회를 제공하는 방식으로 사업을 추진 중임(통합문화이용권, 문화가 있는 날, 생활문화 활성화).

■ 주관적 요인에 따른 비관객 세분화와 관객개발

- 예술 비관객은 심리적 요인에 따라 세분화될 수 있으며 이에 따라 관객개발 전략이 달라짐.
 - 조앤 웨프 번스타인(2007)은 경제적 제약요인과 관계없이 관람의향이 없는 사람(non-intenders)과 관람의향은 있지만 가격 때문에 관람을 꺼리는 의향거부자(intender-rejectors)는 분명히 구분해야 된다고 주장함.
 - 「예술관객 확대를 위한 비관객 세분화전략」(문화체육관광부, 2016)에서는 국내 공연예술 비관객을 공연예술에 대한 태도와 수용저항을 기준으로 하여 1) '호의집단', 2) '장벽집단', 3) '무관심 집단', 4) '회의집단'으로 세분화함. 이 네 비관객층은 공연예술에 대해 각기 다른 심리적 특징을 보이기 때문에 이들을 대상으로 관객개발을 하기 위해서는 각기 다른 접근이 필요하다고 보았음.

〈표 7-2〉 비관객 세분화 및 특징

비관객	특징
호의집단	공연예술에 대한 태도가 긍정적이고 수용저항이 낮음 (전반적으로 호의적인 태도를 보이는 집단)
장벽집단	태도는 긍정적인 편이나 수용저항이 다소 높음 (물리적, 심리적 장벽으로 비관객에 머물러 있는 집단)
무관심 집단	태도는 부정적이나 수용저항은 낮음 (관심이 적을 뿐 뚜렷한 반감은 갖고 있지 않은 집단)
회의 집단	태도가 부정적이고 수용저항도 매우 높음 (공연예술에 대한 강한 회의를 갖고 있는 집단)

주: 문화체육관광부(2016), 「예술관객 확대를 위한 비관객 세분화전략」 내용 재구성

- 즉, 예술향유를 하지 않는 원인은 단순히 가격 같은 경제적 제약요인 때문만은 아님. 의사결정에 영향을 주는 요인이 상당히 복잡하기 때문에 단순히 바우처 제공, 무료·할인 제공 등 경제적 요인 완화로만 예술향유를 높일 수 있는 것이 아님.

■ 관객 세분화에 따른 관객개발은 정책이 아닌 예술현장의 역할

- 한편, 예술향유의 복잡하고 다양한 동기를 모두 반영하여 정책화할 수 있는 것은 아님. ‘예술’이라는 추상적 개념으로는 관객 세분화에 따른 관객개발을 수행할 수 없기 때문임.
- 향유자들의 다양한 예술향유 동기에 따라 자발적 소비로 이어지도록 만드는 역할은 예술단체 등 현장의 역할임.
 - 영국의 국립극단(National Theatre)은 2003년부터 Travelex 기업의 후원을 받아 한 시즌 당 4개 공연에 한정하여 객석 수의 최대 66%를 15파운드(2003년 당시는 10파운드)에 판매하였고 이를 통해 신규 관객 유입에 성공함.
 - 이 때 중요한 점은 이런 가격전략에 “15파운드 시즌” 혹은 “Travelex 후원 국립극단 15파운드 시즌”이 아닌, “Travelex 15파운드 시즌”으로 명명했다는 점임. 할인정책에 기업 이름을 붙임으로써 정상가격을 유지하는 국립극단의 다른 공연들의 이미지가 타격을 안 받도록 한 것임.⁸⁸⁾

- 즉, 15파운드 가격으로 국립극단의 연극을 본 관객이 흥미를 느껴 다음에는 정상가격을 지불하고 관람하는 고정관객이 되도록 만들기 위해, ‘Travelex 15파운드 시리즈’는 Travelex의 후원을 받아 예외적으로 저가에 제공되는 공연이라는 메시지를 관객들에게 정확하게 주었다는 의미임(강일중 2008).
- 한편, 낮은 가격이 낮은 품질을 의미하는 것으로 여겨지기 때문에 모객(募客)을 위해 가격을 올려야 되는 경우도 있음. 한 발 더 나아가 최상의 경험을 원하는 사람들을 대상으로 고가 전략을 구사하는 프리미엄티켓 전략도 있음(조앤 셰프 번스타인 2007).
- 이처럼 개인의 예술 향유/비향유 원인은 다양한 변수에 영향을 받으며, 예술단체는 이런 다양한 변수들을 고려하여 해당 단체와 작품에 맞는 관객개발 전략을 섬세하게 구사해야 됨. 일률적인 바우처 제공, 무료·할인 관람 제공으로는 개별 예술단체와 프로그램 특성에 따른 세밀한 관객개발은 불가능함.
 - 현재 ‘문화가 있는 날’, ‘소외지역 문화순회’, ‘방방곡곡 문화공감’ 등 예술향유 지원사업에 참여하는 예술단체와 작품은 매년 바뀌지만 예술향유 지원사업 자체는 계속 유지됨. 이런 구조에서 시간이 흐를수록 사람들 기억에 남고 브랜드가 강화되는 것은 예술인·단체, 작품이 아니라 예술향유 지원사업이 됨.
- 관객세분화에 따른 관객개발을 할 수 있도록 지원
 - 자발적인 예술 수요가 늘어나도록 하기 위해서는 근본적으로 예술인·단체들이 정규 예술활동 속에서 지속적인 관객개발 활동을 할 수 있도록 하는 것이 필요함.
 - 공연예술통합전산망(KOPIS) 등을 통한 공연시장 통계 생성, 예술경영 인력 훈련을 위한 예술경영아카데미 운영(예술경영지원센터) 등 관객개발에 필요한 각종 기반 지원사업이 추진 중임.

- 그러나 근본적으로 가장 필요한 것은 영국 국립극단 사례에서 알 수 있듯이 개별 예술단체들이 해당 예술단체의 브랜드와 프로그램 특징, 타겟 관객에 맞는 관객개발 활동을 펼칠 수 있는 환경을 마련하는 것임.
- 예술인, 예술단체들이 자신들의 정규 예술활동을 통해 충성스러운 관객, 후원자를 축적할 수 있는 환경이 되도록 지원하는 것이 무엇보다 필요할 것임.

나. 모바일 네이티브 세대(Z세대) 예술향유 개발

■ 향유자별 예술 지원 방식 차별화

- 예술향유의 객관적 제약과 주관적 제약의 정도에 따라 향유자를 구분하고, 예술향유지원 접근을 달리 할 필요가 있음.
 - 예술향유에 대한 객관적 제약이 많은 층, 즉 경제적, 지리적, 사회적 소외계층에게 예술향유지원이 집중할 필요가 있음. 특히 경제적 제약이 많은 반면 주관적 제약이 적은 경우, 즉 돈과 시간이 없지만 관람 의향이 높은 층에게는 가격 보조 등 예술향유지원이 집중될 필요가 있음.
 - 반면 예술향유에 대한 객관적 제약이 적은 경우는 정책으로 무차별적으로 무료·할인 관람 혜택을 제공하는 것보다는, 개별 예술단체들이 정규 예술활동 가운데 관객개발을 적극 추진할 수 있는 환경을 마련하는 간접 지원이 적절해 보임.

〈표 7-3〉 예술향유 제약의 종류와 지원 방향

주관적 \ 객관적	적음	많음
적음	예술계 관객개발 지원 등 간접지원 (집중 관객개발)	가격보조 등 직접지원 (소외계층 예술향유 집중)
많음	예술계 관객개발 지원 등 간접지원 (관객개발 시도)	가격보조 등 직접지원 (예술향유 기회 제공)

- 제6장 전문가 조사에서 예술향유 지원을 현재처럼 소외계층에게 한정할지 혹은 전 국민으로 확대할지에 대해 의견이 엇갈렸는데, 경력 20년차 이상 전문가들이 소외계층을 우선순위로 하여 예술향유지원을 해야 된다는 의견을 보였던 것도 이처럼 향유자의 여건 차이에 따라 향유지원 방식이 달라져야 된다는 것을 염두에 둔 의견일 수 있음.

■ 청년 예술향유 집중 지원

- 문화예술 취향이 확고하게 정해지기 전인 청소년과 청년 시기에 다양한 ‘미적 체험’을 할 수 있도록 기회를 제공하는 것은 예술교육 차원에서 매우 중요함.
 - 현재 예술강사 지원사업, 예술꽃 씨앗학교 지원사업⁸⁹⁾ 중심으로 학교문화예술교육 지원이 이뤄지고 있는데, 청소년들이 학습과 참여로 예술을 경험할 기회는 상대적으로 많지만 전문 예술인들에 의해 펼쳐지는 본격적인 예술을 공연장, 박물관·미술관에서 관람하는 기회는 많지 않음.
 - 물론 ‘꿈다락 토요문화학교’ 등 문화예술교육 기관 및 단체에 의해 진행되는 문화예술교육 지원도 있지만, 개별 청소년들의 가정 여건 등에 따라 향유 기회가 달라질 것으로 예상됨.
 - 문화의 일상화, 일상적 삶 속에서의 예술활동 활성화(ex.생활예술) 등으로 대변되는 ‘문화민주주의’ 기조가 강조되면서 오히려 전문 문화 공간에서 전문가들이 만들어내는 예술을 향유하고 체험하는 기회에 대해서는 오히려 간과된 측면도 있음. 이를 보완.

■ 이탈리아 문화패스 사례

- 만 18세 청소년에게 연간 500유로 문화패스를 지급한 이탈리아 사례를 참고해볼 수 있음.
 - 이탈리아 거주 만 18세 EU 국적 청소년들이 9월부터 온라인으로 등

89) 전교생 400명 이하 농산어촌 등 문화취약지역 소재 소규모 학교 대상으로 공연예술, 음악예술, 시각예술, 통합예술 등 4개 영역에서 장기적이고 체계적인 문화예술 활동이 이뤄지도록 지원하는 사업임.

록을 하면 컴퓨터나 스마트폰으로 “18app.it”이라는 어플리케이션을 다운받아 다음 해 연말까지 1년 동안 공연장, 박물관, 유적지 방문 및 도서구매에 약 500유로 포인트를 사용할 수 있도록 함.

- 당시 이 지원사업은 2015년 11월 13일 파리 테러 직후에 발표되었는데, 빈발하는 테러리즘에 대응하는 방법으로서 유럽의 문화적 가치를 고취한다는 정치적 성격의 목적도 있었음.⁹⁰⁾

- 그러나 기본적으로 이 사업이 가지는 청소년 문화향유 지원 성격을 배제할 수는 없으며, 높은 청년 실업률로 몸살을 앓는 이탈리아에서 학교 졸업한 후 사회에 안정적으로 안착하는데 어려움을 겪는 청소년들에 대한 지원으로 인식되었음.
- 2016년 당시 수혜 대상자는 약 57만 5천여 명으로, 2억 9천만 유로의 예산이 소요될 것으로 추정하였음(Nick Squires 2016).
- 2016년 당시 만 18세 청소년의 2/3 정도가 이 제도를 사용하였으며 78%는 도서 구입, 12% 콘서트, 9% 영화관, 1%는 연극 또는 무용 관람에 사용한 것으로 나타남.⁹¹⁾
- 문화패스로 구매한 상품이나 티켓 등을 암시장에 곧장 판매하는 문제도 나타났으며, 순수예술보다 영화 관람과 도서구매 등이 더 높게 나타나 정책 의도와 다른 결과가 나타났다는 지적도 있었음.⁹²⁾

90) 이 사업을 담당한 유럽 문화부 차관 Tommaso Nannicini은 이 사업의 취지에 대해 “It sends a clear message - a welcome for those who reach the age of 18 and a reminder of how crucial culture is, both for personal enrichment and for strengthening the social fabric of the country”라고 말함. (Nick Squires, “Italian teenagers to receive €500 'cultural bonus' from government”, *The Guardian*, August 23, 2016)

91) Baptiste Savignac, “Jack Lang sceptique sur le Pass culture”, *Le Figaro*, July 3, 2018

92) Christine Siméone, “Le ‘Pass Culture’, un (gros) ticket pour reconcilier les jeunes avec l’art”, *France Inter*, March 7, 2018



〈그림 7-3〉 이탈리아 청소년 문화패스 어플리케이션 18app

■ 프랑스 문화패스 사례

- 이탈리아에 이어 프랑스에서도 “Le Pass Culture”를 2018년 9월부터 4개 지역에서 시범사업 예정.⁹³⁾
 - 프랑스 에마누엘 마크롱 대통령의 공약으로서, 현재는 2018년 9월 일부 지역(Bas-Rhin, Hérault, Seine- Saint- Denis, Guyane)에서 시범사업 추진 예정.
 - 만 18세 청소년들이 스마트폰 어플리케이션을 통해 500유로 상당의 포인트를 문화 향유에 쓸 수 있도록 지원함.
 - 프랑스 문화통신부는 최초의 문화 소셜네트워크이며 사용자 인근의 문화기관의 정보를 제공하는 위치기반 서비스임을 강조하고 있음.⁹⁴⁾

93) Christine Siméone(2018), 상동

94) Sandrine Blanchard, “Passe culture: 500 euros pour favoriser l'accès des jeunes à la culture”, *Le Monde*, March 6, 2018

- 이 서비스를 통해 문화에 대한 접근을 제약하는 경제적, 사회적 장벽을 완화할 것으로 기대.
 - 다양한 문화예술계 대표와 상원위원 등으로 구성된 40명의 자문위원회에서 문화 패스를 어디에서 사용할 수 있게 할 것인지를 중점 토론했음. 즉, 청소년들의 자발적 선택을 우선으로 놓을 것인지, 혹은 청소년들이 잘 접하지 않는 문화에 접근하도록 장려할 것인지가 논쟁사항이었음. 현재 서적 구매, 공연장과 박물관, 축구경기, BMX 참여, 영화관 등 다양하게 사용할 수 있도록 하였음.
 - 수혜 대상자는 약 80만 명이며 매년 약 4억 유로의 예산이 필요할 것으로 추정되고 있는데 어디서 예산을 충당할 것인지, 이탈리아에서처럼 암시장에서의 거래에 대해 법률적으로 어떻게 대처할 것인지 등이 이 사업의 관건임.
- 전 문화부 장관인 자크 랑(Jack Lang)은 2018년 7월 언론 인터뷰에서 마크롱 정부의 대표적 문화정책인 문화패스에 대해 회의적인 반응을 나타내기도 했음.⁹⁵⁾
- 자크 랑은 마크롱 정부의 문화패스가 소비지상주의를 조장하는 정책이라고 비판함. 즉, 문화패스 사업으로 엔터테인먼트 관련 소비는 늘었지만 공연장, 박물관·미술관, 유적지 관람이 늘어난 것은 아니라고 지적.

95) Baptiste Savignac, "Jack Lang sceptique sur le Pass culture", *Le Figaro*, July 3, 2018



〈그림 7-4〉 프랑스 Le “Pass Culture”

출처: 프랑스 문화통신부 홈페이지

<http://www.culture.gouv.fr/Actualites/Le-Pass-Culture-une-innovation-dans-tous-univers-de-l-offre-culturelle>

- 예술향유 지원을 위한 위치기반서비스(location based service: LBS) 이용 청년 문화패스(안)
- 이탈리아와 프랑스의 문화패스는 현행 통합문화이용권(문화누리카드)과 유사.
 - 문화 부문에서 사용할 수 있는 바우처 제공이라는 점에서 유사
 - 단, 수혜 대상자 면에서 문화누리카드는 기초생활수급자·차상위 계층인 반면, 이탈리아와 프랑스 문화카드는 만18세 청소년 대상이라는 차이가 있음.

- 사용방식, 형태에서도 문화누리카드는 포인트가 적립된 카드 모양인 반면, 프랑스와 이탈리아 문화패스는 스마트폰 어플리케이션을 통해 사용된다는 점에서 차이가 있음.
- 프랑스 문화패스는 위치기반 서비스를 통해 사용자 인근의 문화정보 서비스도 제공.

〈표 7-4〉 문화누리카드 및 프랑스, 이탈리아 문화패스 비교

	통합문화이용권 (문화누리카드)	프랑스 문화패스	이탈리아 문화패스
수혜대상	기초생활수급자 차상위계층	18세 청소년	18세 청소년
포인트 금액	1인 7만원	500유로	500유로
지급방식	카드	스마트폰 어플	스마트폰 어플
시작연도	2005년	2018년 시범사업	2016년
사용처	문화, 체육, 관광	도서, 공연·전시, 영화, 비디오게임, BMX, 축구, 요리강습, 온라인 스트리밍 서비스 등	영화, 음악, 콘서트, 문화행사, 서적, 전시, 유적지·공원, 연극, 무용, 외국어학습 등
특징		LBS 기반 인근 문화시설 정보 제공	

○ 청년 예술패스(안)

- Z세대(1990년대 후반 이후 출생자)는 디지털 원주민(digital natives)으로서 하루일과 중 상당한 시간을 스마트폰과 함께 생활함. 미래 세대의 생활패턴을 고려하여 예술향유를 유도하는 지원 시도.
- 위치기반 서비스(LBS)를 이용한 예술패스로서 인근 예술기관의 공연, 전시 정보 등 다양한 정보를 제공하며 일정 한도 내에서 포인트로 관람티켓 구입할 수 있도록 제공
- 참여 예술기관은 위치기반 서비스를 통해 마케팅 플랫폼 활용
- 예술은 단순히 콘텐츠를 관람하는 것 자체가 전부가 아니라 예술 감상하기까지 모든 과정과 관람환경 자체도 체험일 수 있음.⁹⁶⁾

96) 유주현(2018), “모차르트의 ‘아이러니’, 할리우드 스타일로 풀었죠, 중앙선데이 2018년 8월 15일자

- 옴니보어 관점의 문화적 다양성, 문화적 폭넓음을 추구하는 예술향유 지원정책 방안으로서 평소 자주 관람하는 영화관 등은 제외하고 관람기회가 적은 공연장, 박물관, 미술관 등 예술기관 관람 지원
- 예술패스를 통해 청소년용 저렴한 티켓을 제공하는 기관, 단체에 할인 금액만큼 보조
- 약 60만 명이 넘는 만19세 청소년 전체에게 예술패스를 지급하는 것은 많은 예산이 소요되므로 실현가능성을 자세히 검토할 필요는 있음.

다. 예술향유 지원 체계 분권화

- 장기적으로 봤을 때 탑다운으로 진행되는 현행 예술향유 지원 추진체계를 변화할 필요 있음.
 - 예술향유를 하지 않는 이유는 다양하며, 이런 비관객의 이질성에 대처하기 위해서는 탑다운 방식의 일률적 추진으로는 어려움.
 - 다만 ‘방방곡곡 문화공감’이나 ‘소외계층문화순회’ 등의 예술향유 지원사업은 단순히 향유 지원정책일 뿐 아니라 일종의 예술인 일자리 사업 혹은 예술단체의 예술활동 지원 사업의 성격이 어느 정도 있는 것도 사실임. 따라서 급작스럽게 지원 체계를 바꾸고 축소하는 것이 예술생태계에 혼란을 줄 가능성도 있음.
 - 그러나 장기적으로 봤을 때 각 지역과 현장, 향유지원 대상의 상황이 나 니즈에 맞는 예술향유 지원이 이뤄지기 위해서는 탑다운 방식을 벗어나는 것이 필요할 것으로 보임.
- 콘소시엄 방식의 지원 검토
 - 잉글랜드 예술위원회(ACE)의 ‘개발기금’(Development Funds)(구 ‘Strategic Funds’) 사업 중 향유확대 사업인 ‘Creative People & Places’는 해당 지역 커뮤니티 그룹, 예술단체, 박물관·미술관, 도서관, 지역 정부, 민간 부문 기업 등이 참여하는 콘소시엄이 사업을 추진하도록 함.⁹⁷⁾ 지원신청은 주관단체(lead organization)가 담당.

97) 잉글랜드 예술위원회(ACE), Creative People and Places fund

- 예술향유가 전국보다 낮은 지역의 향유확대를 위한 사업인 만큼 해당 지역 정부, 대학, 예술단체 등 여러 조직들이 함께 향유지원 사업을 추진.
- 콘소시엄 형태로 다년간 예술향유 사업을 자율적으로 기획하도록 하여 해당 지역의 다양한 예술단체, 예술교육기관, 문화기관, 지자체 사이의 네트워킹과 협력의 기반이 다져지도록 하며 해당 지역 예술향유 제고를 위한 중장기적인 노력을 해당 지역 문화예술인·기관들이 공동으로 추진하도록 함.
- 지원신청을 할 수 있는 사업유형을 타이트하게 한정하기보다는 해당 지역의 문화예술인·기관 콘소시엄이 자율적으로 기획하여 신청하도록 하여 탑다운 방식을 탈피하고, 이를 통해 지역별 향유의 니즈와 여건 차이, 비관객의 이질성을 고려한 예술향유 사업이 추진될 수 있는 여건 마련.



제 8 장

결 론

부 록

- 2000년대 이후 예술정책은 수요자(향유자) 중심 정책으로 급격하게 전환되었는데, 이는 2004년 문화예술진흥기금 모금 중단으로 복권기금을 활용하게 된 현실적인 요인도 있었지만, 2000년대 들어 ‘문화민주주의’ 관점이 문화정책 담론에 큰 영향을 미쳤던 점도 간과할 수 없음.
- 향유자 중심이라는 방향은 단순히 수사로만이 아니라 문화예술 재정에 반영되어 있음. 그러나 문화민주주의 담론이 발달한 유럽 주요국의 문화부처 예산을 살펴보면, 향유지원 예산이 우리의 경우처럼 큰 비중으로 배정돼 있는 사례를 찾기 어려움.⁹⁸⁾
- 문제는 현재와 같은 방식으로 공급되는 예술향유지원이 소외계층의 문화향유 기회 확대에는 도움이 되겠지만, 자발적인 예술 수요와 시장 발달에는 큰 기여를 하지 못하는 것으로 인식되고 있음.
- 각종 실태조사 결과나 전문가 조사에 따르면 문화 소외계층을 중심으로 바우처나 무료할인 관람 기회를 제공하는 현행 예술향유 정책은 소외계층의 문화향유 기회 확대에는 도움이 되지만 자발적인 예술 수요와 시장 발달에는 큰 기여를 하지 못하는 것으로 인식되고 있음.
 - 「문화향유실태조사」에 따르면 연평균 관람횟수뿐 아니라 관람 의향에서도 영화, 대중음악 등에 비해 예술 관람 의향률이 상대적으로 낮게 나타나고 있음.
- 향유자 중심으로 예술정책을 전환하게 했던 이론적 근거인 문화민주주의의 관점에서 봤을 때, 향유할 의향이 없는데 왜 계속 공공 서비스로 제공하느냐는 지적이 있을 수 있다는 점에서 현행 예술향유 지원정책의 딜레마가 있음.
 - 바우처 및 무료·할인 관람 제공이 중심축을 이루는 현행 향유지원사업은 사실상 문화민주주의 관점의 사업이 아니고 ‘문화의 민주화’ 차원의 사업이라는 지적이 있었던 것도 사실임.
 - 한편으로는 예술 창작지원이 취약하고 예술시장 발달이 미약한 상태에서 향유 지원 사업이 급격하게 커지자 향유지원 사업이 일정 정도

98) 이탈리아의 18세 청소년 대상 ‘문화패스’ 사업을 벤치마킹하여 프랑스에서도 2018년에 18세 청소년 ‘문화패스’ 시범사업을 4개 지역에 한정하여 추진 중인 스마트폰 위치기반 서비스를 통해 사용한다는 점은 다르지만 우리나라 통합문화이용권 사업과 같은 바우처 사업인데, 프랑스 예술정책에서 예외적인 정책임.

예술인 일자리 사업처럼 여겨진 부분도 있음.

- 결국 정책의 논리적인 정합성이나 효과성 등의 면에서 예술향유 지원정책은 기초에서부터 다시 검토를 할 필요가 있을 것으로 보임.
 - 현행 구조를 그대로 가져가면서 단순히 수혜 대상층만 확장하는 방식으로는 예술향유 지원정책이 현재 안고 있는 딜레마를 해결할 수 없을 것으로 보임.
- 이 연구에서는 총체적인 예술생태계의 조망하는 가운데 예술향유 정책이념과 지원목표를 재정립하고, 향유정책의 비중과 지원방식을 재검토할 것을 제안하였음.
 - 즉, 문화민주주의를 발전시킨 서구사회의 맥락을 고려하지 않고 무조건 해외 정책담론을 적용하기보다는, 문화적 불평등이 사회적 위계의 재생산으로 이어지는 것을 방지하기 위한 문화예술정책은 어떠한지 되는지에 대한 꾸준한 학술적 연구가 필요.
 - 옴니보어 이론 관점에서 향유지원 목표를 단순한 향유 빈도를 높이는 것만 집중할 것이 아니라 문화적 다양성과 폭을 확장하는 것에도 정책적 관심을 갖는 것을 제안.
 - 예술향유 활성화를 위해서 예술향유 지원만 있어서는 안 되며, 안정적인 예술활동이 이뤄질 수 있도록 창작·공급 측면의 지원 균형이 필요함을 강조함. 또한 이런 기반이 있어야 각 예술단체들이 세분화된 관객에 맞게 관객개발을 할 수 있으며 이를 통해 자발적 예술수요와 시장이 확대될 수 있음을 강조.
- 다만, 새 정부 출범 이후 예상되었던 문화예술 지원체계의 변화가 아직 방향성이 드러나지 않은 상황이며 분권화 논의도 이어지고 있음. 이런 현실적인 조건 속에서 구체적인 예술향유 지원정책 개선안을 제안하는 것은 한계가 있으므로 대략적인 방향성만 제안을 하였음. 예술지원체계의 개선 방향이 윤곽이 잡힌 후 예술향유 지원사업별 개선방안에 대한 후속연구가 이뤄질 필요가 있음.

참고 문헌

- 곽정연(2016), 독일 문화정책과 예술경영의 현황, 「독일어문학」 72
- 김은미·서새롬, 한국인의 문화 소비의 양과 폭, 「한국언론학보」 55(5): 205-233
- 김화임(2016), 「독일의 문화정책과 문화경영」, 성균관대학교 출판부
- 김희석(2016), 박근혜 정부의 순수예술분야 지원정책: 문화융성의 예산반영도 고찰, 「문화예술경영학연구」 제9권1호, 통권 16호
- 류정아(2015), 「문화예술 지원정책의 진단과 방향 정립: 팔길이 원칙의 개념을 중심으로」, 한국문화관광연구원
- 문화관광부(2004), 「창의한국」
- 문화체육관광부(2011), 「국립예술단체의 효율적 통합 운영방안 마련 연구」
- 문화체육관광부(2015), 「2016년도 예산기금운용계획 개요」
- 문화체육관광부(2015b), 「2014 문화예술정책백서」
- 문화체육관광부(2015c), 「공연장 상주단체 육성지원사업 효과성 분석과 개선방안 연구」
- 문화체육관광부(2016a), 「2014 공공·민간 예술지원 실태조사」
- 문화체육관광부(2016b), 「2017년도 예산기금운용계획 개요」
- 문화체육관광부(2016c), 「예술관객 확대를 위한 비관객 세분화 전략」
- 문화체육관광부(2016d), 「2016 국민여가활동조사」
- 문화체육관광부(2017a), 「2016 문화예술정책백서」
- 문화체육관광부(2017b), 「2018년도 예산기금운용계획 개요」
- 문화체육관광부(2017c), 「‘문화가 있는 날’ 인지도 조사 결과보고서」
- 문화체육관광부(2018a), 「2017년 자체평가 결과보고서」
- 문화체육관광부(2018b), 「2018년도 예산(일반회계) 집행계획」
- 문화체육관광부(2018c), 「2018년도 통합문화이용권 사업지침」

- 문화체육관광부(2018d), 「2018 방방곡곡 문화공감 사업계획」
- 생활문화진흥원(2017), 「2017 ‘문화가 있는 날’ 생활문화동호회 지원사업 평가연구 보고서」
- 서우석·양효석(2013), 문화적 박탈감을 통해 살펴본 문화복지 대상 범위 연구, 「문화정책논총」 27(1): 164-197
- 신원우(2015), 문화이용권 사업의 활성화 방안 연구, 「문화산업연구」 13(2): 29-36
- 양건열(2002), 「문화 정체성(正體性) 확립을 위한 정책방안 연구」, 한국문화정책개발원
- 양혜원(2015), 「문화가 있는 날 제도적 개선방안」, 한국문화관광연구원
- 연수현(2015), 영국 잉글랜드예술위원회 2015-18 지원 계획, 「문화돋보기」 제8호, 문화예술지식정보시스템
- 연수현(2015), 영국 잉글랜드예술위원회 2015-18 지원 계획, 「문화돋보기」(8), 한국문화관광연구원
- 용호성(2012), 문화 바우처 정책의 쟁점과 방향, 「문화정책논총」 26(1)
- 윤성식(2003), 「예산론」, 나남출판
- 이상수·이명진(2014), 문화 선호와 참여의 다양성에 관한 연구 : 사회경제적 지위와 사회 연결망의 영향을 중심으로, 「한국사회학」 48(5): 25-57
- 이유진(2017), [통계자료] 독일의 문화 통계 집대성 프로젝트, 한국국제문화교육진흥원 홈페이지, 2017년 9월 30일
- 이은미·정영기(2018), 문화예술기관의 평가시스템 도입과 실행: 정부지원기관을 중심으로, 「정부회계연구」 4(2)
- 이토오 야스오, 이흥재 역(2002), 「예술경영과 문화정책」, 역사넷
- 이호영·서우석(2010), 디지털 시대의 문화자본과 불평등, 「문화정책논총」 23: 69-95
- 장세길(2015), 문화민주주의를 넘어: 전라북도 사례로 살펴본 새로운 문화전략 모색, 「지역사회연구」 23(2): 45-63
- 장세길(2016), 옴니보어 문화향유의 특성과 영향요인, 「한국자치행정학보」 30(4)
- 장혜운(2017), 정책특성이 성과주의 예산제도에 미치는 영향: 문화예술정책을 중심으로,

- 「정부학연구」 23(3): 65-92
- 장혜지 · 장혜미 · 김재범(2016), 옴니보어 관점에서 본 문화 이용권 사용실태 분석, 「인문사회 21」 7(5): 943-959
- 정광렬(2015), 「맞춤형 문화복지 정책 및 서비스 전달체계 구축방안 연구」, 한국문화관광연구원
- 조앤 웨프 번스타인, 임연철 등 역(2006), 「문화예술 마케팅」, 커뮤니케이션북스
- 지역문화진흥원 · 문화가 있는 날 사업추진단(2018), 「2018 ‘문화가 있는 날’ 공모사업 설명회 자료집」
- 지역문화진흥원(2018), 「2018 ‘문화가 있는 날’ 생활문화 동호회 활성화 지원사업 공모안내」
- 지영호 · 민지은(2015), 문화예술 향유권 확대를 위한 ‘문화매개’ 및 ‘문화매개자’에 관한 연구: 프랑스 문화정책을 중심으로, 「문화정책논총」 29(1): 28-49
- 진은혜(2007), 프랑스 문화정책 역사, 「한국 프랑스학 논집」 59: 303-324
- 최보연(2016), 「주요국 문화예술정책 최근 동향과 행정체계 분석연구」, 한국문화관광연구원
- 최보연(2017), 「문화예술교육 지원정책 분석 및 개선방향」, 한국문화관광연구원
- 최섯별(2006), 한국 사회에 문화 자본은 존재하는가?, 「문화와 사회」 1: 123-158
- 최섯별 · 김수정(2018), 부르디외의 지적 전통이 한국 문화정책에 갖는 함의 : 문화자본론과 옴니보어 논의를 중심으로, 「문화정책논총 30주년 기념 세미나 자료집」
- 한국문화예술위원회(2014), 「통합문화이용권 사업 효과성 및 타당성 분석연구」
- 한국문화예술위원회(2015), 「복권기금 문화나눔사업 수혜대상(문화소외계층) 수요조사 연구」
- 한국문화예술위원회(2016), 「복권기금 문화나눔사업 성과연구」
- 한국문화예술위원회(2017), 「대국민 향유증진을 위한 소외계층문화순회사업 개선방안 연구」
- 한국문화예술위원회(2017b), 「2017 문예회관과 함께하는 방방곡곡 문화공감 사업 결과 보고서」

한승준(2017), ‘문화가 있는 날’ 사업의 문화정책 특성에 관한 연구: 문화의 민주화를 위한 정책인가? 문화민주주의를 위한 정책인가?, 『한국행정학회보』 51(1): 347-367

한승준 외(2017), 「문화예술정책 현황진단 연구」, 한국문화예술위원회

허은영(2016), 「클래식 지원정책 방향 연구」, 한국문화관광연구원

홍기원(2009), 문화정책 연구에 대한 학문 분야로서의 정체성 탐구, 『문화정책논총』 21: 89-104

Arts Council England(2007), *Call It A Tenner* (Editor: Richard Ings)

DCMS(2016), *National Lottery Distribution Fund Account 2015-16*

DCMS(2017), *National Lottery Distribution Fund Account 2016-17*

Die Statistischen Amter(2016), *Kulturfinanzbericht 2016*

Dubois, V.(2011), “Cultural Capital Theory vs. Cultural Policy Beliefs: How Pierre Bourdieu Could Have Become a Cultural Policy Advisor and Why He Did not.” *Poetics* 39: 491-506.

Girard, A.(1972), *Developpement culturel: Experiences et politiaues*, 이환 · 홍재성 역(1974), 「문화발전: 경험과 정책」, 유네스코 한국위원회

Langsted, J.(1990), *Strategies: Studies in Modern Cultural Policy*, Aarhus, Denmark : Aarhus University Press

Peterson, R. & R. M. Kern(1996), “Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore”, *American Sociological Review* 61: 900~907.

학위논문

강일중(2008), 공연예술단체의 가격전략에 관한 사례 연구: 영국 · 미국을 중심으로, 중앙대학교 예술대학원 예술경영학과 예술경영전공 석사학위논문

신문 기사

Baptiste Savignac, “Jack Lang sceptique sur le Pass culture”, *Le Figaro*, July 3, 2018

Christine Siméone, “Le ‘Pass Culture’, un (gros) ticket pour reconcilier les jeunes avec l'art”, *France Inter*, March 7, 2018

Nick Squires, “Italian teenagers to receive 1500 ‘cultural bonus’ from government”, *The Guardian*, August 23, 2016

Sandrine Blanchard, “Passe culture: 500 euros pour favoriser l'accès des jeunes à la culture”, *Le Monde*, March 6, 2018

박주연 기자(2010), “[문화계 결산] 밀레니엄 이후 10년(2) 뮤지컬”, 경향신문 2010년 12월 22일자

유주현(2018), “모차르트의 ‘아이러니’, 할리우드 스타일로 풀었죠”, 중앙선데이 2018년 8월 15일자

이웅(2017), “예술 지원? 돈이 없다…한때 5천억원 문예기금 내년엔 0원”, 연합뉴스 2017년 3월 20일

인터넷 홈페이지

독일 연방공화국 기본법 공식홈페이지, <http://www.gesetze-im-internet.de/gg/index.html>

독일 연방문화재단 홈페이지, <https://www.kulturstiftung-des-bundes.de>

독일 연방통계청 홈페이지, <https://www.destatis.de>

문화체육관광부 홈페이지, <http://www.mcst.go.kr>

문화가 있는 날 홈페이지, <http://www.culture.go.kr>

문화누리 홈페이지, <https://www.mnuri.kr>

소외계층문화순회(신나는 예술여행) 홈페이지, <http://www.artstour.or.kr>

영국 디지털문화미디어스포츠부(DCMS) 홈페이지,
<https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport>

지역문화진흥원 홈페이지, <http://www.rcda.or.kr>

한국국제문화교육진흥원 홈페이지, <http://kofice.or.kr>

한국문화예술위원회 홈페이지, <http://www.arko.or.kr>

출처: 영화진흥위원회 영화관입장권 통합전산망 홈페이지,
<http://www.kobis.or.kr/kobis/business/main/main.do>

Artsmark 홈페이지, <http://www.artsmark.org.uk/about-artsmark>

Arts Award 홈페이지, <http://www.artsaward.org.uk>

National Youth Dance Company 홈페이지, <http://nydc.org.uk/>

부 록

※ 다음의 내용을 자세히 읽고 응답해주시시오.

◆ 정부의 예술 향유지원정책 개요

이 설문에서 ‘정부의 예술향유 지원사업’은 “문화가 있는 날”, “문화누리카드(통합문화이용권)”, “신나는 예술여행(소외계층문화순회)”, “방방곡곡 문화공감” 및 생활문화 활성화 지원을 의미합니다(주: 문화예술교육 지원은 제외).

〈표 1〉 정부의 대표적 예술향유 지원정책

	문화가 있는 날	문화누리카드	신나는 예술여행	방방곡곡 문화공감	생활문화 지원
정책대상	전 국민	기초생활수급자 차상위계층	문화소외계층	서울 제외 지방	전 국민 문화소외계층
추진방식	공연전시 무료·할인관람	바우처 제공 (1인당 7만원)	무료 공연	지방 문예회관 공연 초청기획 경비 지원	문화동호회, 생활문 화공동체 지원 등
향유내용	영화, 스포츠, 공연·전시 문화재	영화, 스포츠, 공연·전시, 관광	공연예술, 시각 예술, 예술일반	공연, 전시(문예회관 기획프로그램)	생활문화
비고 ('18년)		약 821억 원	약 210억 원	약 150억 원	약 140억 원
문예진흥기금 연간 사업비의 약 50%					

1. 아래 내용은 정부의 예술향유 지원정책을 통해 일반적으로 기대되는 다양한 직·간접적 효과입니다.
현행 예술향유 지원정책의 효과는 어떻다고 생각하십니까?

문 항	매우 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
1-1. 경제적, 사회적, 지역적 문화소외계층에게 예술향유 기회를 제공하는데 기여하고 있다.	①	②	③	④	⑤
1-2. 일반 국민의 예술향유 기회 제고에 기여하고 있다.	①	②	③	④	⑤
1-3. 예술인/예술단체에 예술활동 기회를 제공하는, 사회적 일자리사업 역할을 하고 있다.	①	②	③	④	⑤
1-4. 예술향유 기회제공을 통해 개인별 예술적 취향이 개발되도록 하여, 궁극적으로 자발적이고 적극적인 예술수요 및 시장이 발달되도록 기여하고 있다.	①	②	③	④	⑤

2. 예술향유 지원정책의 수혜대상 범위에 대한 다양한 의견이 존재하고 있습니다. 예술향유 지원정책의 수혜대상 범위는 어떠해야 된다고 생각하십니까? ()

4. 다음은 예술향유 지원사업이 예술 생태계에 간접적으로 미치는 영향을 묻는 질문입니다.

4-1. 다음은 예술향유 지원사업이 예술 프로그램 기획에 미치는 영향입니다. 가장 맞다고 생각되는 답 하나만 골라주세요 ()

- ① 예술향유 지원사업에 관·참·여하는 향유자들은 예술에 익숙하지 않은 경우가 많아서 프로그램 기획 시 대중성을 더 고려하게 된다
- ② 예술향유 지원사업에 지원해도 프로그램 기획에 영향을 미치지 않는다.
- ③ 예술향유 지원사업에 지원하면 예술에 익숙하지 않은 관객을 의식하기 때문에 더 다양하고 혁신적인 프로그램을 기획하게 된다.

④ 기타

4-2. 다음은 순회공연 형식의 예술향유 지원사업이 개별 예술단체의 관객개발에 미치는 영향입니다. 가장 맞다고 생각되는 답 하나만 골라주세요 ()

- ① 순회공연 형식의 예술향유 지원사업을 통해 각 예술단체들은 매번 다른 관객을 만나기 때문에, 관객과 지속적인 관계를 이어나가기 어려우며 이에 따라 충성스러운 관객을 개발하는데 제약이 있다.
- ② 순회공연 형식의 예술향유 지원사업을 통해 각 예술단체들은 매번 다른 관객을 만나기 때문에, 오히려 다양한 관객을 개발하는데 도움이 된다.

③ 기타

5. 정부의 대표적인 예술향유 지원정책인 ‘문화누리카드(통합문화이용권)’, ‘신나는 예술여행(소외계층문화순회)’, ‘문예회관과 함께 하는 방방곡곡 문화공감’에 문예진흥기금 연간 사업비의 약 50%가 투입되고 있습니다(각주 참조).⁹⁹⁾ 예술지원정책에서 예술향유 지원이 차지하는 비중이 예술창작 지원 등 다른 항목과 비교했을 때 상대적으로 어떻다고 생각하십니까?

매우 적다	적다	적절	많다	매우 많다
①	②	③	④	⑤

99) 문예진흥기금 연간 사업비(2018년)에서 예술창작 지원은 21.0%, 지역문화예술 지원 14.1%, 예술의 사회적 인식제고(예술기부 활성화, 예술경영지원센터 지원 등) 13.1% 순임.

6. 예술향유 지원정책이 어떤 방향으로 개선해야 될지 자유롭게 기술해 주십시오.

응답자 특성

A. 거주하시는 지역이 어디십니까? ()

① 수도권

② 비수도권

B. 문화예술 분야에 종사하신지 얼마나 오래 되셨습니까? ()

① 10년 이하

② 10년 초과 ~ 20년 이하

③ 20년 초과 ~

C. 어떤 분야에 종사하십니까? ()

① 프리랜서 예술인 또는 민간 예술단체 소속 전문가 (기획·제작, 실연 등)

② 공공 예술기관 소속 (ex: 지방문화재단, 문화원 등)

③ 문화예술 정책 연구 (문화활동가, 대학교수 등)

④ 기타 ()

▣ 끝까지 응답해주셔서 감사합니다. ▣

1. 설문결과 빈도표

가. 전문가별 설문결과 빈도표

〈표 1〉 전문가별 설문결과 빈도표(1)

N(%)

구 분		전 문 가		전 체
		민간문화 전문가	공공문화/ 정책 전문가	
정책효과_1	매우 아니다	1(2.9%)	1(2.5%)	2(2.7%)
(문화소외계층에게 예술향유 기회를	아니다	2(5.7%)	7(17.5%)	9(12.0%)
제공하는데 기여하고 있다.)	보통	9(25.7%)	12(30.0%)	21(28.0%)
	그렇다	15(42.9%)	20(50.0%)	35(46.7%)
	매우 그렇다	8(22.9%)	0(0.0%)	8(10.7%)
정책효과_2	매우 아니다	2(5.7%)	1(2.5%)	3(4.0%)
(일반 국민의 예술향유 기회	아니다	1(2.9%)	12(30.0%)	13(17.3%)
제고에 기여하고 있다.)	보통	13(37.1%)	21(52.5%)	34(45.3%)
	그렇다	13(37.1%)	6(15.0%)	19(25.3%)
	매우 그렇다	6(17.1%)	0(0.0%)	6(8.0%)
정책효과_3	매우 아니다	1(2.9%)	1(2.5%)	2(2.7%)
(예술인/예술단체에 예술활동	아니다	8(22.9%)	13(32.5%)	21(28.0%)
기회를 제공하는 사회적 일자리	보통	11(31.4%)	14(35.0%)	25(33.3%)
사업 역할을 하고 있다.)	그렇다	10(28.6%)	11(27.5%)	21(28.0%)
	매우 그렇다	5(14.3%)	1(2.5%)	6(8.0%)
정책효과_4	매우 아니다	4(11.4%)	9(22.5%)	13(17.3%)
(자발적이고 적극적인 예술수요	아니다	6(17.1%)	19(47.5%)	25(33.3%)
및 시장이 발달되도록 기여하고	보통	13(37.1%)	10(25.0%)	23(30.7%)
있다.)	그렇다	9(25.7%)	2(5.0%)	11(14.7%)
	매우 그렇다	3(8.6%)	0(0.0%)	3(4.0%)
예술향유 지원정책의 우선	문화소외계층	10(28.6%)	15(37.5%)	25(33.3%)
수혜대상범위	전 국민	23(65.7%)	22(55.0%)	45(60.0%)
	기타	2(5.7%)	3(7.5%)	5(6.7%)
합 계		35(100.0%)	40(100.0%)	75(100.0%)

〈표 2〉 전문가별 설문결과 빈도표(2)

N(%)

구 분		전 문 가		전 체
		민간문화 전문가	공공문화/ 정책 전문가	
현행 지원정책이 자발적인	도움이 된다	16(45.7%)	7(17.5%)	23(30.7%)
예술 수요 및 예술시장 활성화에	영향 없다	10(28.6%)	21(52.5%)	31(41.3%)
미치는 영향	저해가 된다	7(20.0%)	9(22.5%)	16(21.3%)
	기타	2(5.7%)	3(7.5%)	5(6.7%)
추진체계(단년도 공모 사업)	개선 필요	30(85.7%)	39(97.5%)	69(92.0%)
	현행 유지	5(14.3%)	1(2.5%)	6(8.0%)
추진체계(정부중심사업)	개선 필요	29(82.9%)	37(92.5%)	66(88.0%)
	현행 유지	6(17.1%)	3(7.5%)	9(12.0%)
정책이 예술생태계에 미치는 영향	대중성 고려	22(62.9%)	28(70.0%)	50(66.7%)
(예술 프로그램 기획)	영향 없음	4(11.4%)	5(12.5%)	9(12.0%)
	다양하고 혁신적 기획	8(22.9%)	4(10.0%)	12(16.0%)
	기타	1(2.9%)	3(7.5%)	4(5.3%)
정책이 예술생태계에 미치는 영향	관객 개발 제약	13(37.1%)	22(55.0%)	35(46.7%)
(예술단체의 관객개발)	관객 개발 도움	17(48.6%)	15(37.5%)	32(42.7%)
	기타	5(14.3%)	3(7.5%)	8(10.7%)
예술지원정책 중	적다	6(17.1%)	3(7.5%)	9(12.0%)
예술향유 지원정책 비중	적절	17(48.6%)	10(25.0%)	27(36.0%)
	많다	8(22.9%)	18(45.0%)	26(34.7%)
	매우 많다	4(11.4%)	9(22.5%)	13(17.3%)
합 계		35(100.0%)	40(100.0%)	75(100.0%)

나. 지역별 설문결과 빈도표

〈표 3〉 지역별 설문결과 빈도표(1)

N(%)

구 분		지 역		전 체
		수도권	비수도권	
정책효과_1	매우 아니다	2(3.3%)	0(0.0%)	2(2.7%)
(문화소외계층에게 예술향유 기회를	아니다	9(15.0%)	0(0.0%)	9(12.0%)
제공하는데 기여하고 있다.)	보통	18(30.0%)	3(20.0%)	21(28.0%)
	그렇다	25(41.7%)	10(66.7%)	35(46.7%)
	매우 그렇다	6(10.0%)	2(13.3%)	8(10.7%)
정책효과_2	매우 아니다	3(5.0%)	0(0.0%)	3(4.0%)
(일반 국민의 예술향유 기회	아니다	11(18.3%)	2(13.3%)	13(17.3%)
제고에 기여하고 있다.)	보통	29(48.3%)	5(33.3%)	34(45.3%)
	그렇다	13(21.7%)	6(40.0%)	19(25.3%)
	매우 그렇다	4(6.7%)	2(13.3%)	6(8.0%)
정책효과_3	매우 아니다	2(3.3%)	0(0.0%)	2(2.7%)
(예술인/예술단체에 예술활동	아니다	19(31.7%)	2(13.3%)	21(28.0%)
기회를 제공하는, 사회적 일자리	보통	19(31.7%)	6(40.0%)	25(33.3%)
사업 역할을 하고 있다.)	그렇다	16(26.7%)	5(33.3%)	21(28.0%)
	매우 그렇다	4(6.7%)	2(13.3%)	6(8.0%)
정책효과_4	매우 아니다	12(20.0%)	1(6.7%)	13(17.3%)
(자발적이고 적극적인 예술수요	아니다	22(36.7%)	3(20.0%)	25(33.3%)
및 시장이 발달되도록 기여하고	보통	17(28.3%)	6(40.0%)	23(30.7%)
있다.)	그렇다	7(11.7%)	4(26.7%)	11(14.7%)
	매우 그렇다	2(3.3%)	1(6.7%)	3(4.0%)
예술향유 지원정책의 우선	문화소외계층	23(38.3%)	2(13.3%)	25(33.3%)
수혜대상범위	전 국민	32(53.3%)	13(86.7%)	45(60.0%)
	기타	5(8.3%)	0(0.0%)	5(6.7%)
합 계		60(100.0%)	15(100.0%)	75(100.0%)

〈표 4〉 지역별 설문결과 빈도표(2)

N(%)

구 분		지 역		전 체
		수도권	비수도권	
현행 지원정책이 자발적인	도움이 된다	18(30.0%)	5(33.3%)	23(30.7%)
예술 수요 및 예술시장 활성화에	영향 없다	24(40.0%)	7(46.7%)	31(41.3%)
미치는 영향	저해가 된다	13(21.7%)	3(20.0%)	16(21.3%)
	기타	5(8.3%)	0(0.0%)	5(6.7%)
추진체계(단년도 공모 사업)	개선 필요	55(91.7%)	14(93.3%)	69(92.0%)
	현행 유지	5(8.3%)	1(6.7%)	6(8.0%)
추진체계(정부중심사업)	개선 필요	52(86.7%)	14(93.3%)	66(88.0%)
	현행 유지	8(13.3%)	1(6.7%)	9(12.0%)
정책이 예술생태계에 미치는 영향	대중성 고려	42(70.0%)	8(53.3%)	50(66.7%)
(예술 프로그램 기획)	영향 없음	7(11.7%)	2(13.3%)	9(12.0%)
	다양하고 혁신적 기획	8(13.3%)	4(26.7%)	12(16.0%)
	기타	3(5.0%)	1(6.7%)	4(5.3%)
정책이 예술생태계에 미치는 영향	관객 개발 제약	28(46.7%)	7(46.7%)	35(46.7%)
(예술단체의 관객개발)	관객 개발 도움	26(43.3%)	6(40.0%)	32(42.7%)
	기타	6(10.0%)	2(13.3%)	8(10.7%)
예술지원정책 중	적다	8(13.3%)	1(6.7%)	9(12.0%)
예술향유 지원정책 비중	적절	19(31.7%)	8(53.3%)	27(36.0%)
	많다	22(36.7%)	4(26.7%)	26(34.7%)
	매우 많다	11(18.3%)	2(13.3%)	13(17.3%)
합 계		60(100.0%)	15(100.0%)	75(100.0%)

다. 경력별 설문결과 빈도표

〈표 5〉 경력별 설문결과 빈도표(1)

N(%)

구 분		경 력			전 체
		10년 이하	10-20년 이하	20년 초과	
정책효과_1	매우 아니다	0(0.0%)	1(2.8%)	1(4.8%)	2(2.7%)
(문화소외계층에게 예술향유	아니다	1(5.6%)	5(13.9%)	3(14.3%)	9(12.0%)
기회를 제공하는데 기여하고 있다.)	보통	6(33.3%)	9(25.0%)	6(28.6%)	21(28.0%)
	그렇다	10(55.6%)	15(41.7%)	10(47.6%)	35(46.7%)
	매우 그렇다	1(5.6%)	6(16.7%)	1(4.8%)	8(10.7%)
정책효과_2	매우 아니다	1(5.6%)	2(5.6%)	0(0.0%)	3(4.0%)
(일반 국민의 예술향유 기회	아니다	2(11.1%)	6(16.7%)	5(23.8%)	13(17.3%)
제고에 기여하고 있다.)	보통	7(38.9%)	17(47.2%)	10(47.6%)	34(45.3%)
	그렇다	6(33.3%)	8(22.2%)	5(23.8%)	19(25.3%)
	매우 그렇다	2(11.1%)	3(8.3%)	1(4.8%)	6(8.0%)
정책효과_3	매우 아니다	1(5.6%)	0(0.0%)	1(4.8%)	2(2.7%)
(예술인/예술단체에 예술활동	아니다	2(11.1%)	12(33.3%)	7(33.3%)	21(28.0%)
기회를 제공하는, 사회적 일자리	보통	9(50.0%)	9(25.0%)	7(33.3%)	25(33.3%)
사업 역할을 하고 있다.)	그렇다	3(16.7%)	12(33.3%)	6(28.6%)	21(28.0%)
	매우 그렇다	3(16.7%)	3(8.3%)	0(0.0%)	6(8.0%)
정책효과_4	매우 아니다	1(5.6%)	7(19.4%)	5(23.8%)	13(17.3%)
(자발적이고 적극적인 예술수요	아니다	5(27.8%)	13(36.1%)	7(33.3%)	25(33.3%)
및 시장이 발달되도록 기여하고	보통	10(55.6%)	8(22.2%)	5(23.8%)	23(30.7%)
있다.)	그렇다	1(5.6%)	7(19.4%)	3(14.3%)	11(14.7%)
	매우 그렇다	1(5.6%)	1(2.8%)	1(4.8%)	3(4.0%)
예술향유 지원정책의 우선	문화소외계층	6(33.3%)	7(19.4%)	12(57.1%)	25(33.3%)
수혜대상범위	전 국민	12(66.7%)	26(72.2%)	7(33.3%)	45(60.0%)
	기타	0(0.0%)	3(8.3%)	2(9.5%)	5(6.7%)
합 계		18(100.0%)	36(100.0%)	21(100.0%)	75(100.0%)

〈표 6〉 경력별 설문결과 빈도표(2)

N(%)

구 분		경 력			전 체
		10년 이하	10-20년 이하	20년 초과	
현행 지원정책이 자발적인	도움이 된다	10(55.6%)	9(25.0%)	4(19.0%)	23(30.7%)
예술 수요 및 예술시장 활성화에	영향 없다	6(33.3%)	14(38.9%)	11(52.4%)	31(41.3%)
미치는 영향	저해가 된다	1(5.6%)	9(25.0%)	6(28.6%)	16(21.3%)
	기타	1(5.6%)	4(11.1%)	0(0.0%)	5(6.7%)
추진체계(단년도 공모 사업)	개선 필요	16(88.9%)	34(94.4%)	19(90.5%)	69(92.0%)
	현행 유지	2(11.1%)	2(5.6%)	2(9.5%)	6(8.0%)
추진체계(정부중심사업)	개선 필요	16(88.9%)	33(91.7%)	17(81.0%)	66(88.0%)
	현행 유지	2(11.1%)	3(8.3%)	4(19.0%)	9(12.0%)
정책이 예술생태계에 미치는 영향	대중성 고려	15(83.3%)	22(61.1%)	13(61.9%)	50(66.7%)
(예술 프로그램 기획)	영향 없음	1(5.6%)	5(13.9%)	3(14.3%)	9(12.0%)
	혁신적 기획	2(11.1%)	7(19.4%)	3(14.3%)	12(16.0%)
	기타	0(0.0%)	2(5.6%)	2(9.5%)	4(5.3%)
정책이 예술생태계에 미치는 영향	관객 개발 제약	11(61.1%)	12(33.3%)	12(57.1%)	35(46.7%)
(예술단체의 관객개발)	관객 개발 도움	6(33.3%)	20(55.6%)	6(28.6%)	32(42.7%)
	기타	1(5.6%)	4(11.1%)	3(14.3%)	8(10.7%)
예술지원정책 중	적다	2(11.1%)	6(16.7%)	1(4.8%)	9(12.0%)
예술향유 지원정책 비중	적절	9(50.0%)	11(30.6%)	7(33.3%)	27(36.0%)
	많다	7(38.9%)	10(27.8%)	9(42.9%)	26(34.7%)
	매우 많다	0(0.0%)	9(25.0%)	4(19.0%)	13(17.3%)
합 계		18(100.0%)	36(100.0%)	21(100.0%)	75(100.0%)

라. 분야별 설문결과 빈도표

〈표 7〉 분야별 설문결과 빈도표(1)

N(%)

구 분		분 야			전 체
		민간예술	공공예술	정책연구	
정책효과_1	매우 아니다	1(2.9%)	0(0.0%)	1(3.3%)	2(2.7%)
(문화소외계층에게 예술향유	아니다	2(5.7%)	2(20.0%)	5(16.7%)	9(12.0%)
기회를 제공하는데 기여하고 있다.)	보통	9(25.7%)	4(40.0%)	8(26.7%)	21(28.0%)
	그렇다	15(42.9%)	4(40.0%)	16(53.3%)	35(46.7%)
	매우 그렇다	8(22.9%)	0(0.0%)	0(0.0%)	8(10.7%)
정책효과_2	매우 아니다	2(5.7%)	1(10.0%)	0(0.0%)	3(4.0%)
(일반 국민의 예술향유 기회	아니다	1(2.9%)	3(30.0%)	9(30.0%)	13(17.3%)
제고에 기여하고 있다.)	보통	13(37.1%)	4(40.0%)	17(56.7%)	34(45.3%)
	그렇다	13(37.1%)	2(20.0%)	4(13.3%)	19(25.3%)
	매우 그렇다	6(17.1%)	0(0.0%)	0(0.0%)	6(8.0%)
정책효과_3	매우 아니다	1(2.9%)	0(0.0%)	1(3.3%)	2(2.7%)
(예술인/예술단체에 예술활동	아니다	8(22.9%)	3(30.0%)	10(33.3%)	21(28.0%)
기회를 제공하는, 사회적 일자리	보통	11(31.4%)	4(40.0%)	10(33.3%)	25(33.3%)
사업 역할을 하고 있다.)	그렇다	10(28.6%)	3(30.0%)	8(26.7%)	21(28.0%)
	매우 그렇다	5(14.3%)	0(0.0%)	1(3.3%)	6(8.0%)
정책효과_4	매우 아니다	4(11.4%)	3(30.0%)	6(20.0%)	13(17.3%)
(자발적이고 적극적인 예술수요	아니다	6(17.1%)	4(40.0%)	15(50.0%)	25(33.3%)
및 시장이 발달되도록 기여하고	보통	13(37.1%)	2(20.0%)	8(26.7%)	23(30.7%)
있다.)	그렇다	9(25.7%)	1(10.0%)	1(3.3%)	11(14.7%)
	매우 그렇다	3(8.6%)	0(0.0%)	0(0.0%)	3(4.0%)
예술향유 지원정책의 우선	문화소외계층	10(28.6%)	3(30.0%)	12(40.0%)	25(33.3%)
수혜대상범위	전 국민	23(65.7%)	6(60.0%)	16(53.3%)	45(60.0%)
	기타	2(5.7%)	1(10.0%)	2(6.7%)	5(6.7%)
합 계		35(100.0%)	10(100.0%)	30(100.0%)	75(100.0%)

〈표 8〉 분야별 설문결과 빈도표(2)

N(%)

구 분		분 야			전 체
		민간예술	공공예술	정책연구	
현행 지원정책이 자발적인	도움이 된다	16(45.7%)	2(20.0%)	5(16.7%)	23(30.7%)
예술 수요 및 예술시장 활성화에	영향 없다	10(28.6%)	5(50.0%)	16(53.3%)	31(41.3%)
미치는 영향	저해가 된다	7(20.0%)	3(30.0%)	6(20.0%)	16(21.3%)
	기타	2(5.7%)	0(0.0%)	3(10.0%)	5(6.7%)
추진체계(단년도 공모 사업)	개선 필요	30(85.7%)	10(100.0%)	29(96.7%)	69(92.0%)
	현행 유지	5(14.3%)	0(0.0%)	1(3.3%)	6(8.0%)
추진체계(정부중심사업)	개선 필요	29(82.9%)	9(90.0%)	28(93.3%)	66(88.0%)
	현행 유지	6(17.1%)	1(10.0%)	2(6.7%)	9(12.0%)
정책이 예술생태계에 미치는 영향	대중성 고려	22(62.9%)	9(90.0%)	19(63.3%)	50(66.7%)
(예술 프로그램 기획)	영향 없음	4(11.4%)	1(10.0%)	4(13.3%)	9(12.0%)
	혁신적 기획	8(22.9%)	0(0.0%)	4(13.3%)	12(16.0%)
	기타	1(2.9%)	0(0.0%)	3(10.0%)	4(5.3%)
정책이 예술생태계에 미치는 영향	관객 개발 제약	13(37.1%)	7(70.0%)	15(50.0%)	35(46.7%)
(예술단체의 관객개발)	관객 개발 도움	17(48.6%)	3(30.0%)	12(40.0%)	32(42.7%)
	기타	5(14.3%)	0(0.0%)	3(10.0%)	8(10.7%)
예술지원정책 중	적다	6(17.1%)	0(0.0%)	3(10.0%)	9(12.0%)
예술향유 지원정책 비중	적절	17(48.6%)	4(40.0%)	6(20.0%)	27(36.0%)
	많다	8(22.9%)	2(20.0%)	16(53.3%)	26(34.7%)
	매우 많다	4(11.4%)	4(40.0%)	5(16.7%)	13(17.3%)
합 계		35(100.0%)	10(100.0%)	30(100.0%)	75(100.0%)

예술향유정책 현황 및 개발 방안 연구

발 행 일 2018년 7월

발 행 처 한국문화체육관광부
세종특별자치시 남면 갈매로 388
www.arko.or.kr

연구 기관 한국문화관광연구원

인 쇄 인 크리홍보주식회사