
**2020 문화가 있는 날 기획사업
분석 및 발전방안 연구**

지역문화진흥원

제 출 문

지역문화진흥원 원장 귀하

본 보고서를 「2020 문화가 있는 날 기획사업 분석 및
발전방안 연구」 최종보고서로 제출합니다.

2020년 12월

(주)이안전략컨설팅 대표 김 준 호

목 차

I. 연구개요	1
1. 연구의 배경 및 목적	3
1) 연구의 배경	3
2) 연구의 목적	5
2. 연구의 범위 및 내용	6
1) 시간적 범위	6
2) 공간적 범위	6
3) 내용적 범위	6
4) 대상적 범위	6
3. 연구의 체계 및 방법	7
1) 연구의 체계	7
2) 연구의 방법	8
II. 사업 수행환경 분석	11
1. 문화예술의 개념 및 가치 변화	13
2. 문화예술 분야 정책환경 변화	15
1) 정부 정책 기조 변화	15
2) 지역문화 정책의 흐름	17
3) 법·제도 및 계획 여건	19
3. 코로나19 발생에 따른 사회문화 환경 변화	27
1) 코로나19 확산 현황	27
2) 라이프 스타일 변화	31
3) 문화예술 분야 변화	35
4) 문화예술 분야 대응 현황	42
4. 종합 분석	71
III. 기획사업 현황진단	77
1. 사업 추진개요	79
1) 배경 및 근거	79
2) 추진체계	88
3) 운영현황 및 구조	96

4) 추진성과	101
2. 2020년 기획사업 추진 결과	106
1) 기획사업 추진 결과	106
2) 세부 사업별 추진 결과	109
3. 2020년 기획사업 추진성과 및 효과	121
1) 조사분석 개요	121
2) 세부 사업별 성과 및 효과	124
4. 2020년 기획사업 코로나19 대응성과	137
1) 기획사업 대응 개요	137
2) 세부 사업별 대응 전략 및 성과	138
5. 종합 분석	162

IV. 기획사업 발전방안 163

1. 사업 기본구상	165
1) 기본 방향	165
2) 비전 및 성격	166
2. 세부 사업별 발전방안	167
1) 청춘마이크	167
2) 지역문화우리	175
3) 지역문화 콘텐츠 특성화	182
4) 동동동 문화놀이터	192
5) 직장 문화배달	199
6) 동네책방 문화사랑방	205
3. 사업 활성화 전략	210
1) 비대면 운영 활성화 계획	210
2) 추진체계 변경계획(안)	211
4. 단계별 로드맵	212

■ 참고문헌 213

■ 부록 219

표 목차

〈표 1-1〉 문화가 있는 날 선행 성과평가연구 진행 현황 (2015년~2019년)	4
〈표 1-2〉 연구 방법별 대상 및 규모	6
〈표 1-3〉 연구내용별 조사 방법	8
〈표 1-4〉 설문조사 및 면담조사 대상	8
〈표 1-5〉 온택트 좌담회 세부 내용	8
〈표 2-1〉 문화권 및 ‘문화를 통한 삶의 질 개선’ 관련 주요 상위계획	14
〈표 2-2〉 문화비전 2030 체계 (문화체육관광부, 2018)	14
〈표 2-3〉 역대 정부별 문화예술 분야 정책 기조 변화	16
〈표 2-4〉 문재인 정부 지역문화 분야 국정과제 주요 내용	17
〈표 2-5〉 지역문화정책 관련 문화체육관광부 소관 법령 비교	19
〈표 2-6〉 문화예술 및 지역문화 진흥 관련 지방자치단체 조례제정 현황 (2019.10월 기준)	20
〈표 2-7〉 생활문화지원 및 문화도시 조성 관련 조례제정 현황	21
〈표 2-8〉 문화체육관광부 소관 법정·비법정계획 내 지역문화정책 관련 내용	22
〈표 2-9〉 코로나19 발생 개요 및 경과	29
〈표 2-10〉 코로나19 이후 혐오 발언 언급량	32
〈표 2-11〉 Mechanisms of Arts Impact	37
〈표 2-12〉 코로나19 이후 문화예술 생태계 주요 변화	39
〈표 2-13〉 코로나19 대응 기금운용계획 편성 내역	43
〈표 2-14〉 코로나19 진행 경과에 따른 문화예술 분야 정책지원 추진 경과	43
〈표 2-15〉 문화 소비할인권 주요내용	46
〈표 2-16〉 한국판 뉴딜 중점추진 분야 및 그 세부과제	49
〈표 2-17〉 중앙정부 코로나19 대응 사례	51
〈표 2-18〉 문화예술기관 코로나19 대응 사례	52
〈표 2-19〉 지역 문화예술기관 코로나19 대응 현황	55
〈표 2-20〉 유럽연합의 코로나19 관련 지식공유 플랫폼 창의연합(Creatives Unite) 구성	61
〈표 2-21〉 독일 ‘문화, 새로운 시작(Neustart Kultur)’ 패키지 주요 골자	64
〈표 2-22〉 싱가포르 예술위원회 예술 및 문화 회복력 패키지 (ACRP)	69
〈표 2-23〉 코로나19 발생에 따른 거시적 환경변화와 문화예술 분야 영향	72
〈표 3-1〉 2019 여가 활용 현황 및 향후 희망 여가(복수 응답, 단위 : %)	79
〈표 3-2〉 ‘문화의 날’과 ‘문화가 있는 날’ 비교	80
〈표 3-3〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 연혁	81
〈표 3-4〉 문체부 예술향유 지원예산 구조	82
〈표 3-5〉 지역문화정책관 일반회계 예산(2020)	82
〈표 3-6〉 「문화기본법」 주요 관련 조항	83
〈표 3-7〉 「지역문화진흥법」 주요 관련 조항	84
〈표 3-8〉 「문화예술진흥법」 주요 관련 조항	86
〈표 3-9〉 「국민여가활성화기본법」 주요 관련 조항	86

〈표 3-10〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 수행기관 및 추진내용	88
〈표 3-11〉 해외 문화가 있는 날 유사사례	90
〈표 3-12〉 지역문화진흥원 기관 비전 및 목표	94
〈표 3-13〉 지역문화진흥원 조직 및 업무현황	94
〈표 3-14〉 기획사업별 세부 운영성과 추이	97
〈표 3-15〉 기획사업별 목적 및 방향성	98
〈표 3-16〉 2015~2020 문화가 있는 날 기획사업 추진경과	101
〈표 3-17〉 2016~2020 문화가 있는 날 기획사업 참여단체 수 추이	102
〈표 3-18〉 2016~2020 문화가 있는 날 기획사업 행사 횟수	102
〈표 3-19〉 2016~2020 문화가 있는 날 기획사업 추산 수혜자 수 추이	102
〈표 3-20〉 2020 문화가 있는 날 기획사업_종합 현황	106
〈표 3-21〉 2020 문화가 있는 날 기획사업_세부 운영현황	107
〈표 3-22〉 2018-2020년 문화가 있는 날 기획사업_세부 운영결과 비교	108
〈표 3-23〉 2020 청춘마이크 운영결과	109
〈표 3-24〉 2020 청춘마이크 권역별 주관단체	110
〈표 3-25〉 2020 지역문화우리 운영결과	111
〈표 3-26〉 2020 지역문화 콘텐츠 특성화 운영결과	113
〈표 3-27〉 2020 동동동 문화놀이터 운영결과	115
〈표 3-28〉 2020 직장문화배달 운영결과	117
〈표 3-29〉 2020 동네책방 문화사랑방 운영결과	119
〈표 3-30〉 참여자·이용자 조사내용 (사업별 종합)	122
〈표 3-31〉 확보 표본 수 : 청춘마이크	124
〈표 3-32〉 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 청춘마이크	124
〈표 3-33〉 확보 표본 수 : 지역문화우리	127
〈표 3-34〉 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 지역문화우리	127
〈표 3-35〉 확보 표본 수 : 지역문화 콘텐츠 특성화	129
〈표 3-36〉 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 지역문화 콘텐츠 특성화	129
〈표 3-37〉 확보 표본 수 : 동동동 문화놀이터	131
〈표 3-38〉 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 동동동 문화놀이터	131
〈표 3-39〉 확보 표본 수 : 직장문화배달	133
〈표 3-40〉 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 직장문화배달	133
〈표 3-41〉 확보 표본 수 : 동네책방 문화사랑방	135
〈표 3-42〉 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 동네책방 문화사랑방	135
〈표 3-43〉 2020 문화가 있는 날 기획사업 프로그램의 코로나19 대응 유형	137
〈표 3-44〉 2020년 문화가 있는 날 기획사업의 비대면 전환 현황	138
〈표 3-45〉 코로나19 대응현황 : 청춘마이크	138
〈표 3-46〉 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 청춘마이크	139
〈표 3-47〉 코로나19 대응 주요사례 : 청춘마이크	139
〈표 3-48〉 코로나19 대응현황 : 지역문화우리	143
〈표 3-49〉 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 지역문화우리	143
〈표 3-50〉 코로나19 대응 주요사례 : 지역문화우리	143

〈표 3-51〉 코로나19 대응현황 : 지역문화 콘텐츠 특성화	147
〈표 3-52〉 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 지역문화 콘텐츠 특성화	147
〈표 3-53〉 코로나19 대응 주요사례 : 지역문화 콘텐츠 특성화	148
〈표 3-54〉 코로나19 대응현황 : 동동동 문화놀이터	151
〈표 3-55〉 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 동동동 문화놀이터	151
〈표 3-56〉 코로나19 대응 주요사례 : 동동동 문화놀이터	151
〈표 3-57〉 코로나19 대응현황 : 직장문화배달	155
〈표 3-58〉 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 직장문화배달	155
〈표 3-59〉 코로나19 대응 주요사례 : 직장문화배달	155
〈표 3-60〉 코로나19 대응현황 : 동네책방 문화사랑방	158
〈표 3-61〉 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 동네책방 문화사랑방	159
〈표 3-62〉 코로나19 대응 주요사례 : 동네책방 문화사랑방	159
〈표 4-1〉 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 발전 방향 (관점변화)	165
〈표 4-2〉 발전전략 : 청춘마이크	168
〈표 4-3〉 청춘마이크 사업유형별 주요 내용	171
〈표 4-4〉 시기별 청춘마이크 발전구상	174
〈표 4-5〉 발전전략 : 지역문화우리	175
〈표 4-6〉 지역문화우리 심의 평가지표 예시	179
〈표 4-7〉 시기별 지역문화우리 발전구상	181
〈표 4-8〉 발전전략 : 지역문화 콘텐츠 특성화	183
〈표 4-9〉 지역문화 콘텐츠 특성화 심의 평가지표 예시	187
〈표 4-10〉 행정안전부 마을기업 육성 사업 특화형 마을기업 지원 개요	190
〈표 4-11〉 시기별 지역문화 콘텐츠 특성화 발전구상	191
〈표 4-12〉 발전전략 : 동동동 문화놀이터	192
〈표 4-13〉 동동동 문화놀이터 심의 평가지표 예시	196
〈표 4-14〉 동동동 문화놀이터 참여기관 심의기준(기존동일)	197
〈표 4-15〉 시기별 동동동 문화놀이터 발전구상	198
〈표 4-16〉 발전전략 : 직장문화배달	199
〈표 4-17〉 직장문화배달 심의 평가지표 예시	202
〈표 4-18〉 직장문화배달 참여기관 심의기준	203
〈표 4-19〉 시기별 직장문화배달 발전구상	204
〈표 4-20〉 발전전략 : 동네책방 문화사랑방	205
〈표 4-21〉 직장문화배달 심의 평가지표 예시	207
〈표 4-22〉 시기별 동네책방 문화사랑방 발전구상	209

그림 목차

[그림 1-1] 연구수행체계	7
[그림 2-1] 문화다양성 협약 및 문화기본법 내 문화권 보장내용	13
[그림 2-2] 문화예술에 대한 관점 변화	13
[그림 2-3] 제1차 지역문화진흥 기본계획 및 제2차 지역문화진흥 기본계획 비교검토	26
[그림 2-4] 국가 위기 경보 수준(감염병)	27
[그림 2-5] 코로나19 유행 이후 사회문화 환경변화	31
[그림 2-6] 언택트-온택트-딥택트로의 사회변화 가속화	32
[그림 2-7] OTT 이용 관람 경험(좌) 및 넷플릭스 매출액 추이(우)	34
[그림 2-8] 코로나19 유행 이후 문화예술 분야 환경변화	35
[그림 2-9] 문화 활동이 코로나19로 인한 불안이나 우울 증가와 같은 정신적 피해 해소 도움 여부	36
[그림 2-10] 코로나19 발생으로 주목받는 주요 키워드(좌) 및 가치(우)	37
[그림 2-11] 2020년 9월 공연예술분야 현황	40
[그림 2-12] 거시환경 변화의 핵심 키워드	41
[그림 2-13] 지자체 코로나19 대응양상 사례	54
[그림 2-14] 민간 비대면 콘텐츠 활용한 공연 사례	56
[그림 2-15] 지역 문화예술기관의 코로나19 대응양상 사례	57
[그림 2-16] 코로나 이슈 대응을 위한 기획사업 발전 방향	74
[그림 3-1] 문화가 있는 날 수행기관	88
[그림 3-2] 지역문화진흥원 조직구성 및 주요 연혁(2020년 기준)	93
[그림 3-3] '문화가 있는 날 기획사업' 수행환경 변화에 따른 운영현황 추이	96
[그림 3-4] '문화가 있는 날 기획사업' 기본 추진구조	99
[그림 3-5] 권역별 주관단체가 있는 추진구조 (청춘마이크)	100
[그림 3-6] 수혜처 매칭형 문화배달사업 추진구조 (동동동 문화놀이터, 직장문화배달)	100
[그림 3-7] 2016~2020 문화가 있는 날 기획사업 사업규모 추이	103
[그림 3-8] '문화가 있는 날' 정책인지도 및 참여율 변화추이	103
[그림 3-9] '문화가 있는 날' 정책만족도 및 정책인식	104
[그림 3-10] 청춘마이크 참여자 만족도 및 참여효과 (주관단체)	124
[그림 3-11] 청춘마이크 참여자 만족도 및 참여효과 (예술단체)	125
[그림 3-12] 청춘마이크 이용자 만족도 및 참여효과	126
[그림 3-13] 지역문화우리 참여자 만족도 및 참여효과	127
[그림 3-14] 지역문화우리 이용자 만족도 및 참여효과	128
[그림 3-15] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 만족도 및 참여효과	129
[그림 3-16] 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 만족도 및 참여효과	130
[그림 3-17] 동동동 문화놀이터 참여자 만족도 및 참여효과	131
[그림 3-18] 동동동 문화놀이터 이용자 만족도 및 참여효과	132
[그림 3-19] 직장문화배달 참여자 만족도 및 참여효과	133

[그림 3-20] 직장문화배달 이용자 만족도 및 참여효과	134
[그림 3-21] 동네책방 문화사랑방 참여자 만족도 및 참여효과	135
[그림 3-22] 동네책방 문화사랑방 이용자 만족도 및 참여효과	136
[그림 3-23] 청춘마이크 참여자_비대면 운영평가 (주관단체 및 예술단체)	140
[그림 3-24] 청춘마이크 참여자_비대면 전략 및 성과(예술단체)	140
[그림 3-25] 청춘마이크 참여자_ 비대면 애로사항 (주관단체 및 예술단체)	140
[그림 3-26] 청춘마이크 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태 및 개선사항 (주관단체 및 예술단체)	141
[그림 3-27] 지역문화우리 참여자_비대면 운영전략 및 성과	144
[그림 3-28] 지역문화우리 참여자_ 비대면 운영 애로사항	145
[그림 3-29] 지역문화우리 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태 및 개선사항	145
[그림 3-30] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_비대면 운영 평가	149
[그림 3-31] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_비대면 운영전략 및 성과, 애로사항	149
[그림 3-32] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태	150
[그림 3-33] 동동동 문화놀이터 참여자_비대면 운영 평가	152
[그림 3-34] 동동동 문화놀이터 참여자_비대면 운영전략 및 성과, 애로사항	152
[그림 3-35] 동동동 문화놀이터 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태	153
[그림 3-36] 직장문화배달 참여자_비대면 운영 평가	156
[그림 3-37] 직장문화배달 참여자_비대면 운영전략 및 성과, 애로사항	156
[그림 3-38] 직장문화배달 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태	157
[그림 3-39] 동네책방 문화사랑방 참여자_비대면 운영 평가	160
[그림 3-40] 동네책방 문화사랑방 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태 및 개선사항	161
[그림 4-1] ‘문화가 있는 날 기획사업’ 발전방안 비전체계	166
[그림 4-2] ‘문화가 있는 날 기획사업’ 사업 관계도	167
[그림 4-3] 사업별 발전방향 : 청춘마이크	167
[그림 4-4] 청춘마이크 참여자_사업 차별성 및 강점 (주관단체 및 예술단체)	169
[그림 4-5] 청춘마이크 참여자_사업 차별성 및 가치 (주관단체 및 예술단체)	169
[그림 4-6] 청춘마이크 참여자_ 애로사항 (주관단체 및 예술단체)	170
[그림 4-7] 사업별 발전방향 : 지역문화우리	175
[그림 4-8] 지역문화우리 참여자_사업 차별성 및 가치	176
[그림 4-9] 지역문화우리 이용자가 생각하는 사업 가치와 의미	177
[그림 4-10] 지역문화우리 참여자_ 애로사항	177
[그림 4-11] 지역문화우리 참여자_ 사업 참여 후 향후 계획	178
[그림 4-12] 사업별 발전방향 : 지역문화 콘텐츠 특성화	182
[그림 4-13] 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 성장 프로세스	182
[그림 4-14] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_사업 차별성 및 가치	183
[그림 4-15] 지역문화우리 참여자_ 애로사항	184
[그림 4-16] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_ 5년 연속 지원구조에 대한 의견	185
[그림 4-17] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_ 자부담 매칭구조에 대한 의견	185
[그림 4-18] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_ 연속지원 단체 선정에 대한 의견	186
[그림 4-19] 사업별 세부 발전방안 : 동동동 문화놀이터	192
[그림 4-20] 동동동 문화놀이터 참여자_사업 차별성 및 가치	193

[그림 4-21] 동동동 문화놀이터 참여자_ 애로사항 및 개선사항	194
[그림 4-22] 동동동 문화놀이터 이용자 세부질문	194
[그림 4-23] 사업별 세부 발전방안 : 직장문화배달	199
[그림 4-24] 직장문화배달 참여자_사업 차별성 및 가치	200
[그림 4-25] 직장문화배달 참여자_애로사항 및 개선사항	201
[그림 4-26] 사업별 세부 발전방안 : 동네책방 문화사랑방	205
[그림 4-27] 동네책방 문화사랑방 참여자_사업 차별성 및 가치	206
[그림 4-28] 동네책방 문화사랑방 참여자_ 애로사항	206
[그림 4-29] 비대면 운영 활성화 계획	210
[그림 4-30] 문화가 있는 날 기획사업 추진체계 재편(안)	211

1. 연구개요

1. 연구의 배경 및 목적
2. 연구의 범위 및 내용
3. 연구의 체계 및 방법

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경

① 문화가 있는 날 사업의 양적·질적 성장 지속

□ ‘일상 속 국민의 문화적 삶 실현’을 목표로 지난 2014년부터 ‘문화가 있는 날’ 시행

- 「문화기본법」 12조 2항에 따라 2014년 처음 시행된 ‘문화가 있는 날’은 국민이 일상에서 문화를 쉽게 접할 수 있도록 매달 마지막 수요일과 해당 주간에 다양한 문화 혜택을 제공하는 정책임
 - 문화기본법 : 문화를 통한 삶의 질 향상, 국가사회 발전을 목적으로 제정되었으며, 문화, 문화권의 정의와 ‘문화가 있는 날’ 지정에 대한 내용이 포함됨. 기존 문화예술 관련 법률이 창작자와 공급자 중심이라면, 문화기본법은 수요자 중심 문화정책의 근거라 할 수 있음
 - 문화가 있는 날 : 모든 국민의 자유로운 문화 창조와 참여, 문화 향유 권리를 보장하기 위해 추진된 사업으로, ‘온 국민이 한 달에 한 번만이라도 문화를 통해 행복한 삶을 누릴 수 있도록 한다’는 취지 아래 도입됨 (문화민주주의적 관점)
- 문화가 있는 날에는 영화관, 공연장, 박물관, 미술관, 도서관 등 전국의 2천여 개 문화시설을 할인 또는 무료로 즐길 수 있으며, 직장인도 퇴근 후 이용 가능하도록 일부 문화시설의 경우 야간개방을 실시함

□ 꾸준한 성장을 거듭해 현재 ‘국민 문화향유 증진’ 부문 대표 정책(사업)으로 발돋움

- 문화가 있는 날 첫 시행 이후 7년 동안 참여시설 수 증가는 물론 시설의 유형(범위) 또한 지속적으로 확대되고 있으며, 이처럼 사업의 규모가 커지면서 국민 인지도 역시 꾸준히 상승해 2019년에는 전 국민의 약 74%가 본 정책을 알고 있는 것으로 나타남¹⁾
 - `14 국민 인지도 35.4% → `19 국민 인지도 73.9% / `14 국민 만족도 72.0% → `19 국민 만족도 89.5%
- 현재 문화가 있는 날 정책(사업)은 국민 누구나 문화예술을 부담 없이 관람할 수 있게 함은 물론 문화예술시장을 활성화시키는 핵심 계기로 기능하고 있는, 국내 대표 문화사업으로 자리매김함

② 문화가 있는 날 기획사업의 가치 및 차별성 확보 요구 확대

□ 문화가 있는 날의 기획형 버전인 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 별도 추진

- 문화가 있는 날 사업에 대한 인지도 제고와 더불어 특정 지역, 대상, 주제를 집중적으로 다루는 ‘문화가 있는 날 기획사업’이 2015년부터 추진되고 있으며, 다양한 민간단체와의 협력을 통해 국민 문화권 확대를 위해 노력하고 있음
- 2018년에는 문화가 있는 날 사업이 지역문화진흥원(지역문화진흥법에 의거해 2016년 설립)으로 이관되었으며, 현재 지역문화진흥원은 문화가 있는 날 기획사업의 주요 수행기관으로서 국민의 문화적 삶 실현과 지역의 문화적 발전을 선도 중임

1) 2020년의 경우 코로나19 발생으로 인해 사업추진 여건이 크게 바뀌었고, 이에 해당년도의 인지도 조사 결과는 추이 분석에서 제외하였음

□ 기획사업의 추진 타당성 및 타 사업과의 차별성 확보를 위한 사업 종합 진단 필요

- 문화가 있는 날 기획사업은 지역의 고유성과 주체의 자발성에 기초한 문화향유 확대를 궁극적 목표로 하고, 특정 대상·지역의 특수성을 반영하기 위한 맞춤형 문화서비스를 추진하고 있음
- 최근 문화의 사회적 역할과 가치에 대한 요구가 대두되면서 문화를 통한 사회문제 해결, 문화 소외대상의 적극적 향유, 문화를 통한 관계망 형성 등을 궁극적 방향으로 설정하고 있음
- 그러나 기획사업과 유사한 유형의 사업들이 늘어나고 있고, 특히 지역 중심의 문화사업 추진이 확대되면서 기획사업의 정체성, 그리고 기획사업만의 차별성에 대한 재정립이 강하게 요구되고 있음

③ 코로나19 등 사회문화적 환경변화에 대한 전략적 대응 필요

□ 감염병으로 인해 문화예술에 요구되는 역할 및 향유에 패러다임 변화, 점검과 대응책 마련 필요

- 문화예술의 역할 및 문화 향유방식의 변화에 대한 새로운 요구들이 증가하고 있는 가운데, 코로나19의 장기적 유행은 문화예술 생태계의 창작·향유 패러다임을 바꾸는 데 결정적 역할을 함
- 이에 기획사업의 사회적 역할과 기능을 재설계하고 이에 적합한 사업모델을 개발함으로써 포스트 코로나 혹은 위드코로나 시대를 대비해야 한다는 목소리가 커지고 있음

□ 대면 방식 사업이 축소·변경되면서 기존 성과평가 체계의 실효성 또한 함께 저하

- 2019년까지 수행하였던 문화가 있는 날 사업관련 선행연구는 성과평가 연구로 진행되었고, 매해 해당연도의 사업성과를 갈무리하고 발전적인 방안을 도출하기 위한 평가 실시
- 평가를 통해 도출된 결과가 7년차에 접어든 사업의 효과성이나 발전방안에 효과가 있는가에 대한 전면검토 필요했으며, 2020년과 같이 행사 연기 및 비대면 진행으로의 전환 상황에서는 그 실효성이 부족해 성과평가 연구 또한 방향 재설정 필요성이 제기됨

<표 1-1> 문화가 있는 날 선행 성과평가연구 진행 현황 (2015년~2019년)

연도	연구명	주요 내용	특기사항
2015	문화가 있는 날 제도적 개선방안 연구 (한국문화관광연구원)	·문화가 있는 날의 의의, 필요성 성과, 한계 파악 ·제도 개선을 위한 대안 모색	·국내·외 유사사례 검토결과 ·정책 시사점 및 방향 설정 ·제도적 개선방안 제안
2016	2016년 문화가 있는 날 사업평가 및 발전방안 연구 (숙명여자대학교)	·2016년 기획사업 운영 실태 분석 ·성과 및 개선방향 도출	·사업평가지표 개발 ·사업평가과정 설계
2017	2017년 문화가 있는 날 사업평가 및 발전방안 연구 (숙명여자대학교)	·2017년 기획사업을 사업운영과 성과 차원에서 평가하고 개선방안 모색	·사업평가 결과 및 분석 ·사업인지도조사
2018	2018 문화가 있는 날 사업 성과평가 및 통합 홍보마케팅 실행 연구 (한국문화관광연구원)	·2016~2018년 기획사업 성과 시계열 분석 ·홍보마케팅 발전방안 도출	·행사전후 파급효과 실시 ·경험평가에 설문+FGI 반영 ·공통지표와 사업특성화 지표 배치
2019	2019 문화가 있는 날 성과평가 및 이용자 분석 연구 (이안전략컨설팅)	·2019년 기획사업 성과 및 효과, 이용자분석 ·사회적 가치 측정지표 개발 ·기획사업의 역할 재정립	·사업의 목적성 및 가치에 집중 ·성과평가와 효과측정 구분 실시 ·사업 내 사회적 가치의 방향성 및 반영방안 제시 ·사회적 가치 반영한 효과분석 실시

자료: 지역문화진흥원(2019), 2019 문화가 있는 날 성과평가 및 이용자 분석 연구' p.4 참고 재작성

2) 연구의 목적

□ 문화가 있는 날 기획사업의 현주소 점검을 통한 가치 및 방향성 재정립

- 문화가 있는 날 기획사업의 방향성과 현주소 점검을 위해 문화가 있는 날 및 기획사업 대내외적 진단을 통한 시사점 도출
- 코로나19 발생에 따른 사업 참여 상의 주요 변화지점 분석, 대응양상, 생산·향유현황을 진단하고 포스트 코로나 시대에 대비한 기획사업 추진방향 및 세부 발전방안을 도출하는 데 있어서 사회 및 현장의 유의한 동향을 반영함

□ 참여자 및 이용자의 의견을 수렴하고 주요 활동주체로서의 관점을 반영

- 본 과업 내에서 수행하게 되는 조사는 기존 진행해왔던 ‘사업 성과분석’ 보다 사회변화에 대응하는 ‘발전모델’을 도출할 수 있는 데이터로서 확보하는 데에 집중하고, 이해관계자이자 주요 활동주체로서의 의견으로서 인지, 이에 대응하는 대안 모색
- 주관기관인 지역문화진흥원과 문화가 있는 날, 문화가 있는 날 기획사업이 지향하는 본질적 속성인 향유자(수요자) 관점에서의 대응방안을 도출하고, 이에 대한 매개자이자 지역성을 반영하는 활동주체로서의 참여자 관점을 반영

□ 포스트 코로나 시대의 기획사업 추진 방향 및 세부 발전방안 도출

- 환경변화 및 현황진단을 통한 방향성을 재도출하고, 향후 사업의 구체적 발전방안 마련
- 문화가 있는 날 정체성에 입각한 발전방안 제시를 위해 문화가 있는 날 기획사업의 취지와 목적, 사회적 가치를 토대로 사회변화에 따른 문화계 대응동향을 포괄적으로 반영할 수 있는 신규모델 개발에 집중
- 포스트 코로나 상황에 대비하는 국내외 사례, 전문가 및 이해관계자 의견 수렴 등의 다양한 연구방법론을 활용하여 대안을 모색함

2. 연구의 범위 및 내용

1) 시간적 범위

- 사업진단 : 2015년~2020년
- 발전계획 : 2021년 이후

2) 공간적 범위

- 전국 17개 시·도 문화가 있는 날 기획사업 수행 대상지역

3) 내용적 범위

- [환경분석] 문화예술 정책환경 및 코로나19 발생 이후 사회문화 환경 변화 분석
- [사업진단] 사업의 추진현황, 추진 결과, 추진성과 및 효과, 코로나19 대응성과 분석
- [사례분석] 문화예술 향유 정책(사업) 및 국내외 코로나19 대응 정책(사업) 검토
- [전략수립] 기획사업의 기본 방향, 비전, 성격 및 세부 사업별 발전방안 도출

4) 대상적 범위

- 의견수렴(설문조사) 대상
 - 2020 사업 참여자 582팀(청마 422팀, 지우 14팀, 지콘 44팀, 동동동 30팀, 직배 30팀, 책방 42팀)
 - 2020 사업 이용자 307명(청마 10명, 지우 7명, 지콘 10명, 동동동 150명, 직배 120명, 책방 10명)
- 의견수렴(면담조사) 대상
 - 2020 사업 참여자 53팀(청마 20팀, 지우 7팀, 지콘 11팀, 동동동 5팀, 직배 5팀, 책방 5팀)
 - 2020 사업 이용자 21명(청마 5명, 지우 5명, 지콘 5명, 동동동 2명, 직배 2명, 책방 2명)
- 자문의견수렴 대상
 - 분야별 전문가 16명 (자문회의 5회 및 온택트 좌담회 1회 개최)

<표 1-2> 연구 방법별 대상 및 규모

연구 방법		대상 및 규모
설문조사	참여자	전수 (582팀)
	이용자	307명 (청마10, 지우7, 지콘10, 동동동150, 직배120, 책방10)
면담조사	참여자	53팀 (청마20, 지우7, 지콘11, 동동동5, 직배5, 책방5)
	이용자	21명 (청마5, 지우5, 지콘5, 동동동2, 직배2, 책방2)
	사업담당자	전체 (6명)
전문가 자문회의		전문가 5명 내외 * 총 5회 진행 (서면 자문 2회 포함)
온택트 좌담회		전문가 8명 (1부 4명, 2부 4명)

3. 연구의 체계 및 방법

1) 연구의 체계



[그림 1-1] 연구수행체계

2) 연구의 방법

<표 1-3> 연구내용별 조사 방법

내용	방법	문헌 연구	설문조사		면담조사			자문 회의	온택트 좌담회
			참여자	이용자	참여자	이용자	사업 담당자		
환경 분석	문화예술 가치 변화	○							○
	문화예술 정책환경 변화	○							○
	코로나19 환경변화	○						○	○
사업 진단	기본개요	○					○	○	○
	2020 추진 결과	○	○	○			○		
	2020 추진 성과	○	○	○	○	○			
	2020 추진 효과	○	○	○	○	○			
	2020 코로나19 대응성과	○	○	○	○	○	○		
전략 수립	기본구상		○	○	○	○	○	○	○
	사업별 발전방안		△	△	○	○	○	○	

<표 1-4> 설문조사 및 면담조사 대상

사업	참여단체 수	설문조사		면담조사	
		참여자	이용자	참여자	이용자
청춘마이크	주관단체 10팀	10	121	4	4
	예술단체 412팀	346		7	
지역문화우리	14팀	14	11	5	4
지역문화 콘텐츠 특성화	44팀	44	44	8	3
동동동 문화놀이터	예술단체 30팀 참여기관 148곳	30	82	3	2
직장문화배달	예술단체 30팀 참여기관 106곳	30	46	3	2
동네책방 문화사랑방	42팀	42	21	3	2
계	841팀	516	325	33	17

<표 1-5> 온택트 좌담회 세부 내용

구분	내용
주제	'문화가 있는 날 기획사업', 어디로, 어떻게 가야 하는가?
일시	2020년 12월 15일(화), 13시~17시 30분
장소	공간성수 (서울시 성동구 성수이로 96 포코호텔 2층)

구분	내용			
방법	현장 토론회 운영 및 유튜브 생중계			
주최	문화체육관광부, 지역문화진흥원			
주관	이안전략컨설팅			
내용	2020 문화가 있는 날 기획사업 분석 및 발전방안 연구		김준호 이안전략컨설팅 대표	
	[1부] "기획사업의 가치와 역할"	기조 발제	기조발제 "포스트 코로나시대 문화정책 대응방향과 과제"	김면 한국문화관광연구원 문화기반연구실장
		주제 발표	주제발표 1. "포스트코로나 시대 지역문화 패러다임 변화와 지역문화진흥정책"	박은실 추계예술대학교 문화예술경영대학원 교수
			주제발표 2. "포스트 코로나 시대의 문화권"	최영화 인천연구원 도시경영연구실 연구위원
			주제발표 3. "포스트코로나 시대의 지역+콘텐츠+'문날'기획사업"	정종은 상지대학교 문화콘텐츠학과 교수
	종합 토론	주제발표 내용에 대한 자유토론	전원 참여 (온라인 방청객 포함)	
	[2부] "기획사업 통합운영 방안"	기조 발제	기조발제 "문화가 있는 날 기획사업의 통합운영의 필요성과 과제"	장세길 전북연구원 사회문화부 연구위원
		주제 발표	주제발표 1. "문화가 일상이 되는 날을 위한 지역생태계 연계전략"	신동호 커뮤니티스 소장
			주제발표 2. "지역진단에 기초한 통합기획 전략"	관순석 문화컨설팅 바라 대표
			주제발표 3. "통합운영 사업을 어떻게 평가할 것인가?"	윤소영 한국문화관광연구원 문화정책연구실 연구위원
종합 토론	주제발표 내용에 대한 자유토론	전원 참여 (온라인 방청객 포함)		

II. 사업 수행환경 분석

1. 문화예술의 개념 및 가치 변화
2. 문화예술 분야 정책환경 변화
3. 코로나19 발생에 따른 사회문화 환경 변화
4. 종합 분석

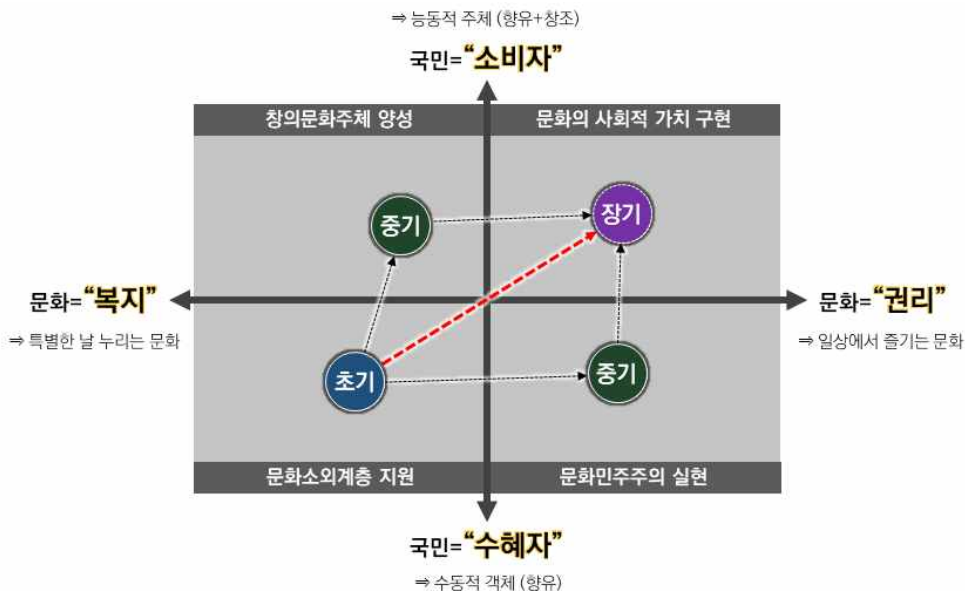
1. 문화예술의 개념 및 가치 변화

□ 지역 내 문화권 신장 및 지역 고유의 문화생태계 마련을 위한 자생성 강조

- 문화권의 강조와 지역 문화분권의 이행이 본격화되면서 문화사업은 단순히 관 주도의 행정이 아닌, 지역민이 일상 속에서 주도적으로 참여하는 사업으로서 생태계가 조성될 수 있도록 하는 자생성이 강조되고 있음
- 문화가 사회의제의 갈등해결책으로서 역할하거나 지역성장 정체현상의 돌파구로서 방법적으로 해결을 줄 수 있을 뿐만 아니라, 문화예술의 향유 경험을 통한 창의성 증진, 소통 및 공감능력 신장에 근본적인 역할을 할 수 있도록 지역 내부에서 제도적 기반을 마련하고 문화적 토양을 다지고자 하는 공공·민간차원 노력들이 필요함

유네스코 문화다양성 협약 (2005)	문화기본법 (2013)
<ul style="list-style-type: none"> ● “문화”를 ‘한 사회와 집단의 성격을 나타내는 정신적, 물질적, 지적, 감성적 특성의 총체, 예술이나 문자의 형식뿐 아니라 함께 사는 방법으로서의 생활양식, 인간의 기본권, 가치, 전통과 신앙 등의 포괄적 개념’으로 정의 ● 첫째, 정체성, 다양성 그리고 다원주의 문화는 인류의 공동유산이며 발전을 위한 근간을 이룬다. ● 둘째, 문화다양성과 인권 문화권은 문화다양성을 가능하는 기반이며, 모든 문화에 표현과 보급에 수단에 대한 접근을 보장한다. ● 셋째, 문화다양성과 창의성 문화상품과 서비스가 단순한 상품이나 소비재로 다루어지지 않아야 하며, 이를 보장하기 위한 적절한 문화정책이 마련되어야 한다. ● 넷째, 문화다양성과 국제연대 문화다양성의 증진을 위한 관련된 공공 및 민간기관과 시민사회간 협력 및 이에 따른 유네스코의 역할 <p><small>문화적 표현의 다양성 보호와 증진에 관한 협약(제33차 유네스코 정기총회 채택)</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 목적(1조) 국민의 권리와 국가 및 책임을 규정, 문화가 삶의 질을 향상시키고 국가사회 발전에 중요한 역할을 할 수 있도록 함 ● 문화의 정의(3조) 문화예술, 생활양식, 공동체적 삶의 방식, 가치체계, 전통 및 신념 등을 포함하는 사회나 사회 구성원의 고유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체 ● 국민의 권리(4조) 모든 국민은 성별, 종교, 인종, 세대, 지역, 정치적 견해, 사회적 신분, 경제적 지위나 조건에 관계없이 문화 표현과 활동에서 차별을 받지 아니하고 자유롭게 문화를 창조하고 문화 활동에 참여하며 문화를 향유할 권리(이하 “문화권”이라 한다)를 가진다 ● 문화행사(12조 2항) 국민들이 일상에서 문화를 향유할 수 있도록 문화체육관광부장관은 별도로 문화가 있는 날을 지정·운영할 수 있다 (2016.5월 신설)

문화를 ‘공동체적 삶의 방식 및 가치체계 모든 것의 총체’로 확장
 모든 사람이 차별없이 자유롭게 문화를 창조하고 참여하며 향유함은 곧 발전의 원천
 [그림 2-1] 문화다양성 협약 및 문화기본법 내 문화권 보장내용



[그림 2-2] 문화예술에 대한 관점 변화

□ 일상에서의 문화향유 및 문화예술의 사회적 가치발현이 문화정책의 궁극적 목적으로 대두

- 문화를 인간의 존엄성과 직결되는 기본권으로서 규정한 「문화기본법」(2013.12.30.)과 지역 간 문화격차 해소와 고유문화의 발전을 기본원칙으로 하는 「지역문화진흥법」(2014.1.28.)의 제정으로, 국민 개개인의 삶의 질 향상 및 차별 없는 문화활동은 권리로써 법률의 보호를 받게 됨
- 차별받지 않는 문화활동을 위한 제도적 기반이 후속적으로 마련되고 있는 가운데 2018년 5월 문화체육관광부는 「문화비전 2030」을 선포하며 문화가 가진 자율성, 다양성, 창의성의 가치를 조화롭게 실현하기 위한 9개 의제, 47개 대표과제, 186개 추진과제를 채택하였으며, 1대 의제로서 ‘개인의 문화권리 확대’를 제시하였음
- 문화권에 대한 기조는 비단 문화 분야뿐만 아니라 사회 전반에서 영향력을 미치고 있으며, 국가균형발전 및 국정운영 5개년 계획 등 주요 상위계획에서도 지역과 일상에서 문화와 여가를 누리는 문화권리, 문화를 통한 사회적 통합과 창의성 고양 등에 대한 담론들이 형성되고 있음

<표 2-1> 문화권 및 '문화를 통한 삶의 질 개선' 관련 주요 상위계획

상위계획	주무부처	주요 내용
국정운영 5개년 계획 (100대 국정과제)	대통령직속 정책기획위원회	67. 지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화 시대 (문체부) 71. 휴식이 있는 삶을 위한 일생활의 균형 실현 (고용부) 78. 전 지역이 고르게 잘사는 국가균형발전 (산업부·국토부·행안부) 79. 도시경쟁력 강화 및 삶의 질 개선을 위한 도시재생뉴딜 추진 (국토부)
문화비전 2030	문화체육관광부	개인의 자율성, 공동체의 다양성, 사회의 창의성의 주요 문화기조 제공 개인에서 생태계, 사회로 확산되는 문화자치를 위한 기반 조성 지역문화 고유성 유지·발전으로 지역문화분권 실현 강조
제2차 문화진흥 기본계획 (2020~2024)	문화체육관광부	「문화기본법」 기반, 국민의 삶의 질 향상과 문화적 권리를 실현시키고자 하는 제도적 장치 마련(문화비전과 연결)
제2차 지역문화진흥기본계획 (2020~2024)	문화체육관광부	지역문화 역량강화와 격차 해소를 위한 균형발전 노력 지역문화 협치구조 및 자율성 확보 지역문화고유성 회복 및 일상속 문화참여 강조
새예술 정책 (2018~2022)	문화체육관광부	「문화예술진흥법」 기반, 공정하고 자유로운 예술활동의 환경에서 열린 예술 참여환경 및 창의적 실험과 연구개발 지원
문화예술교육 5개년 종합계획 (2018~2022)	문화체육관광부 교육부	지역 및 일상 속 개개인의 생애주기별 수요에 맞춘 문화예술교육 향유여건 강화 문화예술교육 질적 내실화 및 다양성 확보, 자원·협력망·제도적 기반의 고도화
인문정신문화 진흥 기본계획 (2017~2021)	문화체육관광부	「인문학 및 인문정신문화 진흥에 관한 법률」 기반, 주체적 인문소비 강화, 시설·공간의 인문친화적 환경 조성, 사회상에 대응한 장기적 사회경제발전 기여
국민여가활성화기본계획	문화체육관광부	보다 나은 삶을 위한 일과 여가의 혁신적 균형 여가권 확산 및 여가참여율의 확대, 여가접근성 개선, 여가서비스 생태계 구축

<표 2-2> 문화비전 2030 체계 (문화체육관광부, 2018)

가치	3대 방향	9대 의제
자율성	개인의 자율성 보장	① 개인의 문화권리 확대
		② 문화예술인·종사자의 지위와 권리 보장
		③ 성평등 문화 실현
다양성	공동체의 다양성 실현	④ 문화다양성 보호와 확산
		⑤ 공정하고 다양한 문화생태계 조성
		⑥ 지역 문화분권 실현
창의성	사회의 창의성 확산	⑦ 문화자원의 융합역량 강화
		⑧ 미래와 평화를 위한 문화협력 확대
		⑨ 문화를 통한 창의적 사회혁신

2. 문화예술 분야 정책환경 변화

1) 정부 정책 기조 변화

□ [2000년대 이전] 경제성장 위주 발전전략에서 복지 중심으로의 인식 변화

- 제5,6공화국 시기의 대한민국은 경제적으로 고도 성장기를 거치며 지역 간 격차 및 수도권 집중현상 등의 병폐가 나타났고 이에 따라 지역균형 발전에 대한 자각과 함께 물질적 성장을 지나 복지와 내적성장에 대한 필요성이 대두되었음
- 문민정부, 국민의 정부를 거치며 지역문화를 통한 문화적 정체성 확립 등을 목표로 점차 지역문화정책을 인식하였고, 국가 사업간 연계, 문화의 경제적 가치에 중요도를 두기 시작함
- 이에 따라 문화시설을 확충하고 문화복지를 위한 국가적 차원의 비전과 전략을 수립하는 등 문화정책이 과제화되었음

□ [2000년대] 문화정책을 통한 지역균형 발전 시도

- 참여정부 시기에는 행정수도 이전, 혁신도시 등 강력한 기능분산 정책을 추진함과 동시에 균형발전 특별회계를 통한 지방으로의 재원이양 등 분배적 차원에서의 지역정책이 실시되었고, 문화 영역에도 지역혁신체제, 산업클러스터, 장소마케팅(브랜딩), 도시재생, 스마트시티 등과 같은 지역발전에 관한 새로운 개념과 이론들이 도입되게 되었음
- 문화관광부 내 지역문화과가 신설되었고 문화향유에 있어서도 지역별로 균형있는 환경을 조성하기 위한 시설, 조직, 사업 등 지역문화의 기반구축 중심의 정책이 추진되면서, 지방문화원과 재단의 설립과 거점화, 지역 문화산업 및 축제육성 등이 본격화되었음

□ [2010년대~현재] 주체적 지역 문화생태계 구축 및 강화

- 능동적 문화복지로서 취약계층의 문화향유권을 확대하는 문화배달사업 및 바우처 사업이 시행되었으며, 점차 일상적 문화향유 및 생활권 내 문화확산에 대한 적극적인 조치로서의 지역특성화 사업, 전문인력 양성사업, 유희공간 재생 및 생활SOC 확충사업 등이 시행됨
- 특히 「문화기본법」(2013.12월) 및 「지역문화진흥법」(2014.1월)이 제정되면서 동등하고 자유로운 문화향유권이 법제로서 보장되고 가치를 확산할 수 있는 정책사업들이 실시되었고, ‘문화가 있는 날’이 「문화기본법」에 근간을 두고 2014년 처음 시행됨
- 국민의 문화향유에 대한 확장뿐만 아니라 생애주기 예술 활동, 문화다양성 등의 가치적 깊이를 더해가는 방식으로 발전하고 있으며, 거버넌스 협력체계 등의 주체성이 강조됨
- 동네 단위의 생활문화 환경 조성과 교육/창작 활동, 문화도시 및 문화마을 확대 등 지역과 일상에서 문화를 창조하고 향유하는 시대적 방향으로 진행되고 있음

<표 2-3> 역대 정부별 문화예술 분야 정책 기조 변화

구분	주요 방향	주요 변화 / 도입 정책
1960~1980년대	<ul style="list-style-type: none"> 경제성장 위주에서 복지로의 인식 변화, 문화격차 해소 문화시설 확충 문화복지의 개념 등장 	<ul style="list-style-type: none"> (1983) 제5차 경제사회발전 5개년 수정계획 (1984) 지방문화진흥 5개년 계획 (1989) 문화발전 10개년 계획
문민정부 (1993~1998)	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화정책의 인식 및 연계 필요성 대두 문화의 경제적 가치창출 추구 문화시설 확충 문화복지 기본구상 수립 	<ul style="list-style-type: none"> (1996) 문화체육부 내 문화복지기획단 설치
국민의 정부 (1998~2003)	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화 자치화 및 지역문화진흥 공론화 지역문화기반으로서 문화시설 확충, 유휴공간 활용 지역문화재원 확충 문화복지 과제화 	<ul style="list-style-type: none"> (1998) 새 문화관광정책 (2001) 지역문화의 해 지정(백가쟁명 토론회)
참여정부 (2003~2008)	<ul style="list-style-type: none"> 문예진흥기금 지방이양 문화복지, 문화예술교육 마을만들기 사업 분배적 문화복지 문화정책을 통한 지역균형발전 (행정수도 이전) 	<ul style="list-style-type: none"> (2003) 문화환경 가꾸기, 마을만들기 사업 추진 (2003) 문화비전 중장기계획 발표 (2004) 국가균형발전특별법 제정 및 균형발전 특별회계 설치
이명박 정부 (2008~2013)	<ul style="list-style-type: none"> 능동적 문화복지로서 취약계층의 문화향유권 확대 지역문화재단 설립 활발 산업공간 재생, 장기기반형 문화정책 생산적복지, 맞춤형복지 취약계층 문화향유 	<ul style="list-style-type: none"> (2008) 광역/지역발전 특별회계
박근혜 정부 (2013~2017)	<ul style="list-style-type: none"> 문화융성위 설치, 문화기본법 및 지역문화진흥법 제정 문화특화지역 사업 실시 지역문화전문인력 생활권 복합문화시설, 생활SOC 확충 등 생활문화진흥 국민 문화향유권 보장(문화가 있는 날) 	<ul style="list-style-type: none"> (2013) 문화융성위 설치, 문화기본법 제정 (2014) 지역문화진흥법 제정
문재인 정부 (2017~)	<ul style="list-style-type: none"> 중장기 문화비전, 문화와 여가 통한 국가균형발전 국민문화향유권 보장 확장, 통합문화이용권 실시 법정 문화도시 지정 본격 시행 생활권 내 문화확산, 생활SOC 확충 생활문화 및 지역문화 진흥 위한 거버넌스 협력체계 	<ul style="list-style-type: none"> (2018) 문화비전2030 (2019) 국가균형발전5개년계획 (2019) 법정 문화도시 지정 (2019) 도서관발전종합계획 (2019) 박물관·미술관 진흥 중장기 계획 (2020) 제2차 지역문화진흥기본계획

자료 : 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가연구」, p.45 참고 재작성

2) 지역문화 정책의 흐름2)

- 국민의 정부 이후 지역문화에 대한 관심 고조되었으며 참여정부 시절 지역문화 기반 구축 정책 추진
 - (문민정부 이전) 문민정부(김영삼 정부) 이전 문화정책은 6공화국 시절 문화복지의 개념이 처음 등장하기는 했지만 주로 공보행정(국민홍보용 문화사업), 전통문화·문화유산 보전을 통한 문화적 주체성 강조가 핵심이었음
 - (국민의 정부) '문화입국(文化立國)'을 국정목표로 설정하고 핵심 사업으로 '2001년 지역문화의 해 사업'을 추진함
 - 각계 전문가로 구성된 '지역문화의 해 추진위원회' 발족, 지역문화컨설팅, 지역특화형 문화프로그램 등 '지역문화의 해 10대 사업' 선정·추진 (특히 이른바 '백가쟁명(百家爭鳴)' 대토론회를 개최하여 숙의민주주의 실험)
 - (참여정부) '자율, 참여, 분권'에 입각한 '국가균형발전'을 국정목표로 제시하고, 지역문화의 기반구축 중심의 정책 추진함
 - '지역문화진흥법' 제정 처음 제기(통과는 무산), 문화관광부 내 지역문화과 신설, 광주아시아문화중심도시 본격 추진, 지방문화원의 거점화, 지역 문화산업 및 축제 육성 등
 - 2014년 '지역문화진흥법' 제정과 함께 관련 사업인 '문화도시 조성', '생활문화진흥', '지역문화전문인력 양성' 등 지역문화정책 본격 추진
 - 2015년 제1차 지역문화진흥기본계획이 수립되어 지역문화 정책을 계획에 입각하여 체계적으로 추진하였으며, 2017년 문체부 내 국장급 독립부서(지역문화정책관실)를 신설하여 사업 영역을 확장하고 전문성을 강화함
- 문재인 정부는 '지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화시대'를 핵심 기치로 설정
 - 문재인 정부의 문화정책 핵심 기조는 '지역' 과 '국민의 일상' 에서 문화를 창조하고 향유하는 “지역과 일상에서 문화를 누리는 생활문화시대” 임.
 - 문화분야의 국정목표는 크게 ① 관련 법률 개정을 통해 생활문화 정책 추진을 위한 법·제도 기반 구축 ② 문화유산의 보존 및 활용 강화 ③ 문화 분야에 대한 자원 확대 및 매개인력 확충 추진임.
 - 문화 분야 국정과제 중 지역문화 관련 세부 과제는 총 6대 분야에 걸쳐 제시
 - ① 국민의 기초 문화생활 보장, ② 동네 생활문화 환경 조성 및 동아리 활성화, ③ 국민의 문화 예술 역량 강화, ④ 지역 간 문화균형발전 및 문화다양성 확보, ⑤ 문화유산 보존·활용 강화, ⑥ 문화 분야에 대한 자원 확대 및 매개인력 확충

<표 2-4> 문재인 정부 지역문화 분야 국정과제 주요 내용

분야	주요 내용
① 국민의 기초 문화생활 보장	<ul style="list-style-type: none"> • 2021년부터 6세 이상 저소득층(기초생활수급자 및 차상위계층, 약 180만 명)에게 연간 10만원 통합문화이용권 지급(연차별 확대) • 중앙부처·지자체 정책 및 계획을 대상으로 문화영향평가 확대 실시, 이의 실효성 제고를 위한 문화기본법 개정 추진
② 동네 생활문화 환경 조성 및 동아리 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • △ 문화기반시설* 건립 지원(생활문화센터, 공공도서관 등) △ 작은영화관, 실버극장 확충 및 지역 영상미디어센터를 활용 어르신 영상교육 프로그램 확대 △ 콘텐츠 누림터 신설 △ 스토리 아타이브 구축 및 좋은 이야기 기반 콘텐츠·관광상품 개발 지원 추진

2) 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가 연구」 내용에 기초하여 작성

분야	주요 내용
	<ul style="list-style-type: none"> * 박물관, 미술관 등 여타 문화기반시설 포괄(포용국가 추진계획과 연계) • 생활문화 동호회 발표 및 교류, 창작 프로젝트 운영 지원 - 예술동아리에 예술 강사 및 마스터클래스, 발표회 등 지원) • 콘텐츠 특화 공공도서관 육성 및 국립세종도서관을 인문.문화예술허브로 특화, 지역별 장서구입 확대 • 콘텐츠 장르별 동네생활밀착 프로그램 운영 - 인력양성을 위한 '웹툰 캠퍼스' 구축, 음악 창작소 내 체험.진로탐색 공간 제공, 게임콘텐츠 리더리시 프로그램 강화
<p>③ 국민의 문화예술 역량 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 생애주기별 문화예술교육의 확대 - (유아) 유아(어린이집 및 유치원) 대상 창의놀이교육확대 - (아동·청소년) 유희공간을 활용한 문화예술교육센터 조성 (18년 시범추진) - (학교) 학교 예술강사 처우개선 및 역량강화, 장르 다양화 및 지역문화자원 연계 교육 강화 등 사업 다각화, 광역 문화예술교육지원센터 역할 및 자율성 강화 • 국민 생활 속 인문가치 확산 - '길 위의 인문학', '이야기할머니', '인생나눔교실' 및 도서관.박물관 문화프로그램 확대, 전통 인문자산의 수집.연구 및 창의적 활용 지원 • 지역의 유희시설을 실용공예 중심의 '공예메이커 스페이스(지역공예클러스터)'로 개발 • 공공도서관 및 문화시설에 메이커스페이스, 디지털 미디어랩 조성 • 독서문화 진흥 및 출판문화 활성화 • 영상.미디어 교육프로그램 활성화 - 지역영상미디어센터 지속 확충 및 대상별 교육프로그램 지원
<p>④ 지역 간 문화균형 발전 및 문화다양성 확보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화지수를 문화균형지수로 개선하고, 문화소외계층을 대상으로 찾아가는 문화예술 향유 및 참여프로그램 제공 • 지역문화 전문인력 양성기관을 지정·운영하고 생활문화센터, 문화재단 등에 배치 • 문화재단의 독립성, 자율성 제고 및 역량강화 - 지역문화재단 실태조사 및 운영활성화 계획 수립.시행 • 문화재생 사업 지원 대상 사업 확대 (산업단지, 폐산업시설 → 원도심 노후 시설 등 추가) 및 당인리발전소를 '문화창작발전소'로 조성 • 국립아시아문화전당 운영 활성화 • 지역문화진흥법에 따른 분야별 문화 도시 지정 확대, 문화마을(읍면동 단위) 신규 조성 추진 • 세종시에 추진 중인 국립박물관 단지를 '국가 상징 문화 공간'으로 조성 • 다양한 인디문화콘텐츠 지원 및 전통문화 진흥 지원, 교육 및 캠페인, 문화 간 소통.상호교류를 위한 사업(무지개다리 사업 등)을 통해 문화다양성 가치 확산 및 인식 제고 • 광화문 광장 재구조화 프로젝트 관련, 국토부·행안부·경찰청·서울시 등 관계기관과 협의하여 기본계획 수립 및 시행 추진
<p>⑤ 문화유산 보존.활용 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 매장문화재 지표조사 및 발굴조사 지원, 장기적으로 매장문화재 조사의 공영제 도입·운영 • 문화재 지진대책 추진 및 재난안전 기반 강화, 문화재 일상관리 강화를 위한 문화재 돌봄사업 확대 • 시도 등록문화재 제도 도입, 근.현대 문화유산 활용 지역역사문화재생사업 지원 및 3.1운동 100주년 계기 독립유산 등록문화재 등록 • 문화유산 교육 종합계획 수립.시행 • 무형문화재 종목 지정 및 보유자 인정확대, 종목 지원방식 개편, 전수교육 권한을 명예보유자, 전수교육조교, 활동우수 이수자 등으로 확대 추진 검토 • 영산재 등 등재 '유네스코 인류 무형유산'에 대한 지원 확대 • 무형문화재 진흥 복합단지 조성 및 활동 지원 강화 • 가야문화권 조사.연구 및 정비, 가야유적 정비.복원, 세계유산 등재 및 고도 지정 추진, '가야유적 복원·정비추진단' 구성·운영 • 광화문 월대 복원 및 해태상 이전, 서십자각 복원 및 동.서십자각 궁장 복원 • 전통문화의 원형보전 강화 및 국민적 향유 확대
<p>⑥ 문화 분야에 대한 자원 확대 및 매개인력 확충</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문화재정 지속 확충 - 문화복지 사각지대 해소, 예술인의 창작권 보장, 생활문화 시대의 정착, 전통 무형문화 진흥 등을 위해 문화 분야 투자재원 대폭 확충 • 양질의 문화매개인력 확충 - 문화예술·인문교육, 문화프로그램 기획, 생활문화 동호회 촉진을 통한 일상 문화활동 전문 인력 확충

출처: 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가 연구」, p.46-47

3) 법·제도 및 계획 여건3)

□ 문화기본법과 지역문화진흥법을 비롯해 지역문화 정책과 관련된 대표 법령 시행 중

- 지역문화 정책과 관련된 문화체육관광부 소관 대표 법령은 「문화기본법」, 「문화예술진흥법」, 「문화예술교육지원법」, 「지역문화진흥법」이 있음.
- 이외 국민여가활성화기본법, 박물관 및 미술관진흥법, 도서관법이나 콘텐츠산업 진흥 관련 법령 또한 지역에 직간접적인 영향을 미침

<표 2-5> 지역문화정책 관련 문화체육관광부 소관 법령 비교

구분	문화기본법	지역문화진흥법	문화예술진흥법	문화예술교육지원법
제정연도	• 2013.12.30.	• 2014.1.28.	• 1972.8.14.	• 2005.12.29.
제정목적	<ul style="list-style-type: none"> • 문화에 관한 국민의 권리와 지자체의 책임, 문화정책의 방향을 규정 • 문화의 가치와 위상제고를 통해 삶의 질 향상과 국가발전 도모 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화진흥사항 규정 • 지역 간 문화격차 해소 • 고유문화 발전 • 주민의 삶의 질 향상 및 문화국가 실현 도모 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술 진흥을 위한 사업과 활동을 지원 • 전통문화예술 계승 및 민족문화 창달 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술교육의 지원사항 규정
용어정의	<ul style="list-style-type: none"> • 문화 • 문화권 • 국가와 지자체 책무 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화, 생활문화 • 생활문화시설 • 문화도시, 문화지구 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술, 문화산업, 문화시설 • 문화이용권 • 문화시설의 종류 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술교육 • 문화예술 교육시설 • 문화예술 교육단체 및 교육사
기본개념	<ul style="list-style-type: none"> • 문화의 다양성·자율성·창조성 • 문화의 가치 확산 • 문화표현 및 활동의 차별 금지 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 간 문화격차 해소 • 삶의 질 추구 • 고유문화 보전, 생활문화 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술진흥 시책 강구 • 문화예술활동 권장, 보호, 육성 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술 향유와 창조력 함양 • 문화예술의 학습교육권 차별금지 및 보장
포괄분야	<ul style="list-style-type: none"> • 문화유산·전통문화 • 문화예술, 문화산업, 문화자원, 문화복지, 여가문화, 문화경관, 지역문화활성화 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역의 생활문화 진흥 • 문화도시·문화지구 지정지원 • 지역문화진흥기금 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술공간 설치 • 문화예술복지 증진 • 문화예술위원회 등 • 문화예술진흥기금 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술교육진흥원 • 지역문화예술교육 지원협의회
주요계획 및 규정	<ul style="list-style-type: none"> • 문화진흥기본계획 수립 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화진흥 기본계획 수립 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화강좌 설치기관 • 학교 등의 문화예술 진흥 	<ul style="list-style-type: none"> • 학교문화예술교육의 지원 • 학교문화예술 활동 및 행사지원 • 문화예술교육에 관한 종합계획
인력양성	<ul style="list-style-type: none"> • 문화인력의 양성기반 조성 • 문화가치 확산과 진흥교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화 전문인력 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화시설의 전문운영인력 양성 • 전문 예술법인 단체 지원 및 육성 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술교육사

자료: 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가 연구」, p.48

3) 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가 연구」 내용에 기초하여 작성

□ 관련법에 의거해 각 지자체는 지역의 문화예술 진흥 관련 조례 제정 및 시행

- 지역의 문화·예술 진흥과 관련된 조례(포괄적 지원 근거) 제정 현황을 보면, 17개 특별·광역시자치단체 전체와 전국 226개 기초자치단체 중 139개에서 관련 조례를 제정한 것으로 확인됨.
 - 문화예술진흥조례를 개정하여 「지역문화진흥법」 관련 사항을 반영한 지자체는 기초 45개임.
- 문화예술진흥과는 별도로 「지역문화진흥법」 관련 조례를 별도 제정한 지자체는 부산광역시, 강원도, 전라북도, 경상북도, 경상남도 등 5개 광역자치단체와 22개 기초자치단체인 것으로 나타남

<표 2-6> 문화예술 및 지역문화 진흥 관련 지방자치단체 조례제정 현황 (2019.10월 기준)

시도명	조례유무	문화예술진흥 관련 조례제정 현황 (진한 글씨 의 지자체는 문화예술진흥 관련 조례 개정을 통해 「지역문화진흥법」내용 반영)	지역문화진흥법 관련 조례 별도 제정 현황
서울특별시	○	(총 25개 중 13개) 강동구, 관악구, 광진구 , 금천구, 동작구, 송파구, 양천구*, 영등포구, 은평구, 중랑구, 종로구(전통문화예술), 마포구 , 서대문구, 서초구	
부산광역시	●	(총 16개 중 8개) 기장군 , 동래구, 북구, 사상구, 수영구, 영도구, 중구, 해운대구	북구, 사상구, 영도구, 중구, 해운대구
대구광역시	○	(총 8개 중 8개) 중구, 동구, 서구, 남구, 북구, 수성구, 달서구, 달성군	-
인천광역시	○	(총 10개 중 7개) 동구, 미추홀구 , 연수구, 남동구, 계양구, 서구, 강화군	동구, 부평구, 연수구
광주광역시	○	(총 5개 중 5개) 북구, 동구, 서구, 남구, 광산군	
대전광역시	○	(총 5개 중 2개) 유성구, 대덕군	
울산광역시	○	(총 5개 중 3개) 중구, 남구 , 북구	
세종특별자치시	○	(기초자치단체 없음)	
경기도	○	(총 31개 중 21개) 가평군, 고양시 , 광명시, 광주시, 구리시, 군포시, 김포시 , 부천시, 성남시, 시흥시, 안산시 , 안성시, 안양시, 양평군, 여주시, 의정부시, 파주시, 평택시, 하남시, 화성시, 여주군	광명시, 오산시
강원도	●	(총 18개 중 9개) 강릉시, 동해시, 양구군, 양양군**, 철원군, 춘천시 , 태백시, 화천군, 횡성군	동해시(지역문화진흥기금)
충청북도	○	(총 11개 중 4개) 보은군 , 제천시, 증평군, 충주시	충주시
충청남도	○	(총 15개 중 6개) 금산군 , 논산시 , 보령시, 천안시, 태안군, 당진시	
전라북도	●	(총 14개 중 8개) 군산시, 김제시 , 부안군, 익산시 , 임실군 , 장수군 , 전주시 , 진안군	남원시, 부안군(지역문화진흥기금), 순창군, 완주군
전라남도	○	(총 22개 중 18개) 강진군, 고흥군 , 곡성군 , 광양시, 나주시, 목포시, 무안군, 보성군 , 순천시 , 신안군 , 여수시, 영광군, 영암군 , 장성군 , 장흥군 , 진도군 , 합평군 , 해남군*	화순군
경상북도	●	(총 23개 중 15개) 경산시 , 경주시 , 고령군 , 구미시 , 군위군, 김천시 , 문경시 , 상주시 , 성주군, 영주시 , 영천시 , 울진군 , 청도군 , 칠곡군 , 포항시	영덕군
경상남도	●	(총 18개 중 12개) 거제시 , 남해군, 산청군, 양산시, 의령군 , 진주시, 창녕군 , 창원시 , 하동군 , 함안군, 함양군, 합천군	거창군, 사천시, 양산시(지역문화진흥기금), 함안군
제주특별자치도	○	(제주시, 서귀포시는 행정시임)	

* 자료 : 자치법규정보시스템(www.elis.go.kr), 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가 연구」

** ● : 문화예술진흥조례 외 별도의 지역문화진흥조례를 제정한 광역자치단체

○ 생활문화지원(혹은 센터 설치)과 관련된 지자체 조례 제정 현황을 보면, 전국 226개 기초자치단체 중 20개 자치단체에서 관련 조례를 제정한 것으로 확인.

- 문화도시조성 관련 조례 제정 지자체는 226개 기초자치단체 중 21개

<표 2-7> 생활문화지원 및 문화도시 조성 관련 조례제정 현황

시도명	생활문화지원 관련 별도 조례제정 현황	문화도시조성 관련 별도 조례제정현황
서울특별시	강동구, 관악구, 노원구	양천구, 영등포구
부산광역시	-	영도구
대구광역시	-	-
인천광역시	-	-
광주광역시	북구	-
대전광역시	-	-
울산광역시	중구	-
세종특별자치시	(기초자치단체 없음)	
경기도	군포시, 부천시, 수원시, 화성시	광명시, 남양주시, 부천시, 성남시, 시흥시, 오산시
강원도	영월군	강릉시
충청북도	괴산군	청주시
충청남도	-	공주시, 보령시, 부여군, 천안시, 홍성군
전라북도	고창군, 부안군, 정읍시	-
전라남도	광양시, 화순군	나주시
경상북도	군위군, 성주군, 포항시	포항시
경상남도	남해군	김해시, 진주시, 통영시
제주특별자치도	(제주시, 서귀포시는 행정시임)	

* 자료 : 자치법규정보시스템(www.elis.go.kr), 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가 연구」

□ 중앙정부는 지역문화 진흥을 위한 부문별 정책계획 수립 및 추진 중

- 2018년 5월 발표된 중장기 문화계획 「문화비전 2030-사람이 있는 문화」는 비록 비법정 계획이긴 하나, 향후 20년간 대한민국 문화정책의 방향과 과제를 제시했다는 점에서 제2차 지역문화진흥기본계획의 토대가 되는 계획임
- 문화체육관광부는 소관 법률에 근거하여 법정 중장기계획을 수립하고 있으며, 이들 계획에서 제시된 정책과제 중 상당수가 지역문화정책과 연계되어 있음
 - 새예술정책 (2018-2022) (근거 : 「문화예술진흥법」 제3조)⁴⁾
 - 제1차 국민여가활성화기본계획 (근거 : 「국민여가활성화기본법」 제7조)
 - 문화예술교육종합계획(2018-2022) (근거 : 「문화예술교육지원법」 제6조 제1항)
 - 제3차 도서관발전종합계획(2019-2023) (근거 : 「도서관법」 제14조)
 - 박물관·미술관 진흥 중장기계획(2019-2023) (근거 : 「박물관 및 미술관진흥법」 제19조)

4) 법률에 정기적 계획수립은 명시되어 있지 않으나, 문화예술 진흥 관련 시책 강구 조항이 있음(「문화예술진흥법」 제3조(시책과 권장) ①).

<표 2-8> 문화체육관광부 소관 법정·비법정계획 내 지역문화정책 관련 내용

계획명	법적 근거	지역문화정책 관련 내용			
문화비전 2030-사람이 있는 문화 (2018~2030)	비법정계획	지역 문화자치를 위한 기반조성	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화진흥 재원의 지속적 확충 • 포괄적 보조사업 확대 • 지역 주민 참여문화 예산제도 지원 • 지역문화 정책기반으로서 문화정책 전담기관과 문화정보화 전담기관 지정 활성화 • 지역문화자치를 위한 새로운 지수 개발 • 생활문화를 일상 속에서 누리는 여가가 있는 삶의 방향 정립·지원 다각화 • 누구나, 어디서나 문화적 삶이 가능한 지역 만들기 • 지역의 문화인력 양성과 활동 지원 • 읍면동에 청년 중심의 '문화일꾼' 배치 추진 • 지역문화기관/기구, 시설/공간, 문화현장의 네트워크 구축 • 지역문화정보 플랫폼 구축 		
		지역문화의 고유성 유지·발전	<ul style="list-style-type: none"> • 문화를 통한 지속가능한 지역발전 지원 : 「지역문화진흥법」에 따른 문화도시조성사업 본격 추진 • 지역의 고유한 문화자원을 활용한 재생사업 확산 • 지속가능한 성장을 위한 지역특화 콘텐츠 육성 • 콘텐츠산업에서 협치에 필요한 중앙과 지역, 지역 간, 지역 내 협력 체계 구축 • 지역축제 지원체계 개선 • 지역 전통문화 연구와 활용 활성화 • 역사문화자원을 발굴하기 위한 지역학 육성 • 책으로 소통하는 생활(마을)공동체 구현 		
		지역문화 거점기관 운영 혁신 및 지원체계 마련	<ul style="list-style-type: none"> • 생활권에 기반한 커뮤니티형 문화공간 확대 • 문화기반시설 운영 혁신 • 지역문화재단 운영의 투명성·전문성·독립성·자율성 강화 • 지역문화재단 총액예산지원 제도화 추진 • 문화기관의 특성을 인정하는 출자·출연기관 운영 개선 		
		문화협치를 위한 협력체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 중앙, 광역, 기초 지역문화협력위원회 설치 • 지역문화, 예술분야 협력체계 구축 		
		새예술정책 (2018-2022)	「문화예술진흥법」 제3조	지역예술지원기관 확대 네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 예술위 중심 예술지원 관계기관간 협의체 구성 • 예술위 소위원회 지역분과 및 예술위-지역문화재단 운영을 통한 협력사업 발굴

계획명	법적 근거	지역문화정책 관련 내용	
		지역 중심의 문화예술교육 추진 체계화	<ul style="list-style-type: none"> • 자율적 협업 관점에서 지역 중심 추진체계 개편 • 광역센터 역할 강화 및 기초단위 추진체계 구축
		예술인 복지정책 지역 협력체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> • (가칭) 예술인복지 지역협력위 구성 • 지역문화재단 내 예술인복지 전담인력 배치
		지역 문화예술공간의 다각화	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 문예회관 공간 다양화(다양한 범주의 공간 개념 도입, 리모델링 지원 등) • 전통예술창작 거점 공간 조성 • 문학집필공간 운영 • 도시재생 지역에 메이커스페이스 조성
		지역의 문화예술 향유 기회 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 전통예술 창작 거점 공간 조성
제1차 국민여가활성화 기본계획	「국민여가활성화기본법」 제7조	일상의 여가공간 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 생활밀착형 지역 여가공간 확대 • 국·공유지를 활용한 여가접근성 확대 • 한국형 살기 좋은 도시로서 '여가친화도시' 구축 지원 • 여가공간 관리체계 구축(최소기준 설정, 통합 DB 구축)
문화예술교육 종합계획 (2018-2022)	「문화예술교육지원법」 제6조 제1항	지역 중심 추진체계 개편	<ul style="list-style-type: none"> • 광역센터의 지역문화예술교육 거점기관으로 역할 강화 • 문화예술교육 관련 예산 통합지원 및 성과관리 체계 구축(광역센터 자율성 강화) • 지자체 대상 문화예술교육사업의 통합 개편 • 사회 문화예술교육 사업의 단계적 지역이관
		생활권 중심의 기초지자체 단위 추진 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 생활권 중심의 기초 단위 지역문화예술교육지원센터 지정
		지역문화예술교육공간 및 자원과의 연계 강화	<ul style="list-style-type: none"> • (꿈꾸는 예술터) 유휴공간 활용 학교 밖 문화예술교육 공간 조성 및 창의적 문화예술교육 운영 • 파출소 유휴공간의 문화예술교육공간화(문화파출소) • 문화예술교육 공유공간 개발
		중앙과 지역간 협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • (부처-광역) 중앙부처와 지자체(광역센터) 간 정례회의 신설 • (중앙 전담기관-광역센터) 한국문화예술교육진흥원과 광역센터간 협력 강화
		문화정책 내 연계 협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 문화정책-지역문화-문화예술교육 정책 및 관련 부서 간 협력 강화 • 지역문화진흥원, 한국문화원연합회, 한국문예회관연합회, 한국문화의 집 연합회, 박물관 및 미술관 협회 등 유관기관과 협력체계 구축
제3차 도서관발전종합 계획(2019-2023)	「도서관법」 제14조	지역대표도서관의 역할 재정립	<ul style="list-style-type: none"> • 지역대표도서관 역할 정립

계획명	법적 근거	지역문화정책 관련 내용	
			<ul style="list-style-type: none"> 지역도서관 통합관리체계 구축 도서관 운영 및 서비스에 대한 지식공유체계 구축
		지역 자료의 납본·보존 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> 국립중앙도서관과 지역대표도서관의 협력을 통한 지역자료 납본 수집력 강화 장서 보존 기능의 효율적 개선
		공동체 자료의 아카이빙 및 활용 강화	<ul style="list-style-type: none"> 공동체의 삶의 기억 수집·보존·관리 체계 구축 지원 지역 향토자료를 보관하는 기관(사람)과 협력 및 기능적 지원 강화
		공공도서관 지역공동체에서의 역할 강화	<ul style="list-style-type: none"> 지역주민 네트워크 활성화(마을 소모임 활동 및 마을상담, 컨설팅 지원 등) 지역 생활문화모임 활성화 (공동체 활동공간 확대)
		도서관 아웃리치의 지속적 확대	<ul style="list-style-type: none"> 찾아가는 도서관 서비스 강화 농산어촌 공공시설을 활용한 도서관 서비스 확대 우편배달 서비스 확대
		도서관계 대내외 협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> 국립중앙도서관과 지역대표도서관을 연결하는 국가적 협력체계 구축 지역대표도서관 중심 지역 내 도서관 협력체계 구축
		도서관 시설·장서 지속적 확충 및 리모델링 확대	<ul style="list-style-type: none"> 공공도서관 지속 확대(공공도서관 수 '17년 1,042개관 → '23년 1,468개관) 도서관 장서 확충(국민 1인당 장서 수, '17년 2.03권 → '23년 2.5권)
박물관·미술관 진흥 중장기 계획 (2019-2023)	「박물관 및 미술관진흥 법」 제9조	'지역문화거점'으로서 의 박물관·미술관을 위한 지자체 역할 강화	<ul style="list-style-type: none"> 지자체의 박물관·미술관 정책기능 강화(진흥계획수립·조례 정비, 사전평가 및 평가인증 인센티브 부여, 전문관장 채용권고 등 전문성 향상 등) 지역고유의 문화를 기반으로 하는 '지역특화 박물관·미술관' 조성 지원
		지역격차 해소를 위한 박물관·미술관 확충계획 수립	<ul style="list-style-type: none"> 1개관 당 인구수 4.5만명('19년)→3.9만명('23년) 목표로 박물관·미술관 확충을 통한 국민 문화향유 기반 확대 박물관·미술관 지역별 현황, 지역사회의 문화적 특성 분석을 통해 국·공립 박물관과 미술관 지역별 배치기준 마련
		문화향유 소외 지역의 박물관·미술관 접근성 강화	<ul style="list-style-type: none"> 문화소외지역 대상 '찾아가는 박물관', '작은 미술관 조성지원' 사업 지속
		박물관·미술관 지역사회 네트워크 강화	<ul style="list-style-type: none"> 세계 박물관의 날(5.18.) 계기 '박물관·미술관 주간'(5월중) 전국 확대 추진 지역 축제, 지역문화시설, 학교, 문화관광 기구·단체 등과의 협력으로 지역문화향유 및 관광의 구심점 역할 수행

자료: 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가 연구」, p.51~54

❖ 제2차 지역문화진흥 기본계획 (2020)5)

□ 지역문화 진흥의 방향성과 주요 부문을 규정하기 위한 기본계획

- 「지역문화진흥법」은 지역문화진흥에 필요한 사항을 정하고 지역 간의 문화격차를 해소하며, 지역별로 특색 있는 고유의 문화를 발전시켜 지역 주민의 삶의 질을 향상하고 나아가 문화국가 실현을 목적으로 2014년 1월 28일 제정되었음.
- 이 법률에 의거, 5년 단위로 지역문화진흥기본계획의 수립·시행·평가가 의무화되어 있으며, 제1차 문화진흥기본계획(2015~2019)이 2019년 만료됨에 따라 정부(문화체육관광부) 차원에서 2차 지역문화진흥계획을 수립함

[참고] 지역문화진흥 기본계획의 법적 근거

제6조 (지역문화진흥기본계획의 수립 등) ① 문화체육관광부장관은 지역문화의 진흥을 위하여 다음 각 호의 사항이 포함된 지역문화진흥기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 5년마다 수립·시행·평가하여야 한다.

1. 지역문화진흥정책의 기본방향에 관한 사항
2. 지역문화의 균형발전 및 특성화에 관한 사항
3. 생활문화 활성화에 관한 사항
4. 지역문화전문인력의 양성에 관한 사항
5. 문화도시 육성에 관한 사항
6. 생활문화시설의 설치 및 운영 활성화에 관한 사항
7. 기본계획 시행에 필요한 예산 및 재원에 관한 사항
8. 그 밖에 지역문화의 진흥을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

- 제2차 지역문화진흥기본계획은 향후 5년간 지역문화정책의 비전을 제시하고, 중앙정부와 지자체가 공동으로 추진해야 할 지역문화진흥 정책의 방향제시자로서 역할 수행
- 본 계획의 성격은 지역문화 진흥을 위한 ‘전략·정책계획’, 현 시기 거시환경 및 지역문화 정책 여건을 반영한 ‘실증 기반 계획’, 정부-지자체, 공공-민간이 참여하는 ‘소통·협력계획’의 성격을 가짐.
- 국정비전인 「혁신적 포용국가」, 2018년 발표된 「문화비전 2030」의 비전과 주요 정책 방향을 적극적으로 견지하고, 이미 수립되었거나 수립될 예정인 문화·예술분야의 중장기 계획(법정/비법정)을 수용하여 국가정책의 일관성과 통일성을 확보함.

□ 기본계획의 핵심 방향은 문화자치 및 문화분권 실현, 문화적 균형발전 추구

- 민주주의의 성숙과 맞물려, 지역과 주민이 중심이 되는 지역분권·자치에 대한 요구와 기대가 증가되고 있음. ‘자치’와 ‘분권’의 시대적 가치와 요구에 문화와 예술 또한 예외는 아니며, 그 무엇보다 강조*되어야 함.

* 정치이념, 관료적 규격, 위계성에 ‘문화’를 가두어 두면 ‘문화’는 생명력을 잃거나 도구적 수단으로 전락

- 하지만 자치와 분권은 역설적으로 지역 간 경쟁 유발, 지역 간 불균형을 확대시킬 가능성을 내재하고 있음. 따라서 상대적으로 낙후되고 급속히 쇠퇴하는 지역의 경우 직접적·적극적 지원을 통해 자치 역량을 강화할 필요가 있음.

□ 앞서 발표된 ‘문화비전 2030’의 기초를 따라 지역문화 근간을 ‘사람이 있는 문화’로 규정

- ’18년 발표된 「문화비전 2030 - 사람이 있는 문화」에서는 ‘문화’가 사람의 존재 이유를 묻고 답하는 가장 중요한 원리이며, ‘사람의 생명과 안전 중시’, ‘삶의 자유와

5) 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가 연구」 내용에 기초하여 작성함

행복 추구’, ‘다양한 감성과 가치 존중’, ‘내재적 힘과 역량 강화’의 원천임을 천명하고 있음.

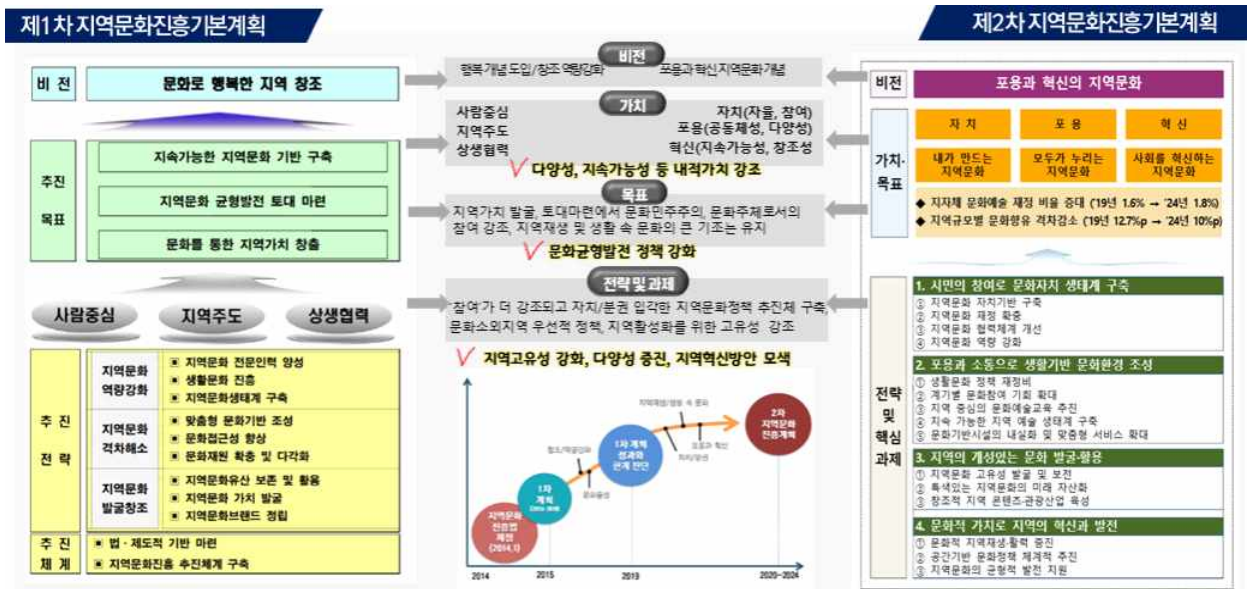
- 제2차 지역문화진흥기본계획은 ‘문화비전’의 가치인 ‘사람이 있는 문화’를 계승하고, 지위·지역 등에 상관없이 누구나 일상생활 속에서 자율적으로 문화활동을 경험하는 한편, 정책 결정 및 추진에 참여하는 ‘포용적 지역문화정책’을 지향함

□ 다양한 지역 문제와 갈등을 ‘문화적 접근’으로 해결하려는 혁신적 지역발전 추구

- 저출산·고령화 등 국가 및 지역의 인구사회학적 변화, 도시환경의 노후화와 쇠퇴, 경제·산업 기능유출과 일자리 감소 등으로 인해 지역은 사회·공간적 위기에 직면해 있음. 당면 위기를 극복하고 지역사회 혁신과 가치실현을 위해서는 독창적이고 경쟁력 있는 지역문화자산과 혁신의 결합이 필수적이며, 이들은 모두 지역의 ‘문화’역량에서 비롯된다 할 수 있음.
- 제2차 지역문화진흥기본계획은 지역의 고유한 문화자산을 발굴·보존·활용하고, 창의적·혁신적 환경조성 및 인력양성에 계획의 주안점을 두므로써, 문화를 통한 지속가능한 지역발전을 이루는데 기여 하도록 함

[참고] 제1차 및 제2차 지역문화진흥 기본계획 비교

- 추진경과: 지역문화진흥법(2014) 제정 → 제1차 지역문화진흥 기본계획(2015~2019) 수립 → 성과와 한계 진단(2019) → 제2차 지역문화진흥계획 수립(2020~2024)
- 지역문화 형성의 구체적 방향 및 전략의 지점을 제시하고 있으며, 주체성·다양성·지속가능성 등 내적가치 확보, 지역고유성 강화에 집중하고 있음



[그림 2-3] 제1차 지역문화진흥 기본계획 및 제2차 지역문화진흥 기본계획 비교검토

3. 코로나19 발생에 따른 사회문화 환경 변화

1) 코로나19 확산 현황

- 기존 호흡기 감염증에 비해 강한 전파력을 지닌 코로나19 바이러스의 전 세계적 장기유행 지속
- 2020년 1월 중국 우한시에서 신종 코로나바이러스 감염증 환자가 폭증하면서, 1월 20일 해외유입을 통해 전파된 것으로 추정되는 국내 첫 확진자가 발생함에 따라 감염병 위기 경보 수준이 ‘주의’ 단계로 상향됨
- 이후 한달이 지난 2월에 최고 수준인 ‘심각’ 단계까지 격상되었고 2020년 전반에 걸쳐 이러한 위기 수준이 유지되고 있음

<p>○ 관심(Blue)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 위기유형 <ul style="list-style-type: none"> - 해외에서의 신종감염병의 발생 및 유행 - 국내 원인불명· 재출현 감염병의 발생 · 주요 대응 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 감염병별 대책반 운영(일본) - 위기징후 모니터링 및 감시 대응 역량 정비 - 필요 시 현장 방역 조치 및 방역 인프라 가동 	<p>○ 주의(Yellow)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 위기유형 <ul style="list-style-type: none"> - 해외에서의 신종감염병의 국내 유입 - 국내 원인불명· 재출현 감염병의 제한적 전파 · 주요 대응 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 중앙방역대책본부(일본) 설치· 운영 - 유관기관 협조체계 가동 - 현장 방역 조치 및 방역 인프라 가동 - 모니터링 및 감시 강화
<p>○ 경계(Orange)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 위기유형 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 유입된 해외 신종감염병의 제한적 전파 - 국내 원인불명· 재출현 감염병의 지역사회 전파 · 주요 대응 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 중앙방역대책본부(일본) 운영 지속 - 중앙사고수습본부(복지부) 설치· 운영 - 필요 시 총리주재 범정부 회의 개최 - (행안부) 범정부 지원본부 운영 검토 - 유관기관 협조체계 강화 - 방역 및 감시 강화 등 	<p>○ 심각(Red)</p> <ul style="list-style-type: none"> · 위기유형 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 유입된 해외 신종감염병의 지역사회 전파 또는 전국적 확산 - 국내 원인불명· 재출현 감염병의 전국적 확산 · 주요 대응 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 범정부적 총력 대응 - 필요시 중앙재난안전대책본부 운영

자료: 질병관리청 홈페이지, 정책정보 ‘감염병위기대응’ (<http://www.cdc.go.kr>)

[그림 2-4] 국가 위기 경보 수준(감염병)

- 3월 세계보건기구(WTHO)는 팬데믹을 선언하고, 국내에서도 확진자가 누적 8천명을 돌파하는 등 기하급수적으로 늘어감에 따라 정부는 ‘사회적 거리두기’를 실시하고, 국민 행동 지침 및 방역수칙을 발표와 함께 고위험 시설에 대한 집중 관리를 하고 있음
- 현재까지 국내에서 유행한 호흡기 감염증인 신종인플루엔자(2009), 중동호흡기증후군(MERS)(2014)에 비해 전염성이나 치명률이 강하고, 장기 지속됨에 따라 단순한 감염병의 유행을 넘어 전 세계인의 일상을 크게 뒤바꾸고 있음

□ 감염병 공포의 확산은 실물경제를 지탱하는 주력사업의 붕괴와 온라인매체 수요 증폭 결과 초래

- 코로나19의 장기화로 한국의 실물경제를 지탱하는 금융, 자동차, 휴대전화, 항공, 해운, 호텔, 패션 등 주력 산업들에서 심각한 공급·수요감소 및 손실이 포착되고 있어 경제위기에 대한 불안감이 높아지고 있는 반면, 외출 및 외부활동이 불가능해짐에 따라 게임산업이나 온라인 동영상서비스 산업은 오히려 수혜가 예측되는 분야로 예측되고 있음⁶⁾
- 문화예술계 또한 이러한 영향을 피할 수 없으며, 바이러스 공포와 고강도의 사회적 거리두기의 과정에서 전국 영화관·공연장 및 박물관·미술관·도서관 시설이 휴관함에 따라 공연 및 전시가 축소되거나 중단되면서, 결국 예술가(단체), 매개인력과 같은 창작자들의 생계, 문화예술단체 및 소규모 업체의 존립, 향유자의 문화예술적 갈증 등의 문제가 고조되고 있음
- 코로나가 장기화됨에 따라 포스트코로나에 대한 대비와 새로운 모델 발굴에 대한 논의들이 제기되고 있으며, 비대면 상황에서의 활동성을 확보할 수 있는 방안들을 경험하거나, 더 나은 대안을 찾기 위한 실험들이 공공·민간 단위에서 본격적으로 시도되고 있음

[참고] 2020년 문화체육관광 서비스업 생산지수(2020.9월 기준)⁷⁾

- 문화체육관광 경제지표 월간동향 자료에 따르면, 전년동월대비 20년 문화체육관광 서비스업 생산지수는 전년동월대비 32.5% 하락한 71.8을 기록하였음
- 전년동월대비 가장 많이 증가한 분야는 *문화서비스(0.6%) *포털 및 인터넷 정보매개서비스업
- 전년동월대비 가장 많이 감소한 분야는 관광/여행(-67.9%)
- 세부 분야별로 레저/오락(-49.0%), 관광/여행(-67.9%)
창작 및 예술 관련 서비스업(-18.6%), 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업(-9.5%)
- 20년 문화예술관광 관련 서비스업의 기본적인 하락폭 매우 큼



6) 삼성KPMG 경제연구원(2020.5.), 「COVID-19 Business Report:코로나19에 따른 산업별 영향 분석」

7) 한국문화관광연구원, 「2020 월간 문화체육관광경제지표-11월호」, '20.12월 발간, pp.12-13.

□ ‘사회적 거리두기’의 등장, 접촉 또는 대면 기반의 활동은 연기·취소·잠정 불가의 지속

- ‘사회적 거리두기’는 완화와 강화 단계로 조정하면서 지속 유지되고 있는데 기본적인 원칙은 비대면 및 비접촉, 모임 및 행사 자제, 개인방역 및 위생수칙 준수를 전제로 하기 때문에 공공·민간을 막론한 공공시설은 운영이 중단되고 있으며, 도서관·박물관·미술관·공연장의 휴관, 보육시설 휴업 및 휴교가 장기화되고 있음
- 지역 사회 내 전파가 높아지고 확진자가 증가하면서 코로나19의 확산을 막고자 하는 중앙정부 및 지자체의 엄격한 규제, 이에 더한 국민들의 불안심리로 인해 집합행사는 실질적으로 실행이 어려워졌으며, 대면형 활동도 중단되고 있는 실정임

<표 2-9> 코로나19 발생 개요 및 경과

일자	주요 코로나 이슈	세부 내용
'20.1.20.	국내 첫 확진자 발생 감염병 위기경보 '주의'상향	<ul style="list-style-type: none"> • 검역 단계에서 해외유입 신종코로나바이러스 확진환자 1명 확인
'20.1.27.	감염병 위기경보 '경계'격상	<ul style="list-style-type: none"> • 감염에 취약한 어린이집·학교 휴업 및 개학연기 • 확진환자 누계 4명(1.29. 9시 기준)
'20.2.23.	감염병 위기경보 '심각'격상 중앙재난안전대책본부 설치	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 유입된 해외 신종감염병의 지역사회 전파 또는 전국적 확산 • 확진환자 누계 556명
1차 대유행		
'20.3.11.	WHO 팬데믹 선언	<ul style="list-style-type: none"> • 고위험 사업장 집단감염 방지 집중관리 <ul style="list-style-type: none"> - 재택근무, 유연근무, 온라인 활용 근무방안, 출퇴근 시간 및 점심시간 조정, 사무실 좌석 간격 조정 - 사업장 위생 및 환경관리 방안 권고 • 확진환자 누계 7,755명
'20.3.22.	사회적 거리두기 실시	<ul style="list-style-type: none"> • 15일간(3.22.~4.5.) 강력한 사회적 거리두기 실시 • 국민 행동 지침 발표(외출·모임·접촉 자제, 개인위생수칙 준수) • 확진환자 8,961명
'20.4.20.	완화된 사회적 거리두기 지속	<ul style="list-style-type: none"> • 16일간(4.20.~5.5.) 다소 완화된 형태로 사회적 거리두기 계속 추진 • 확진환자 누계 10,683명
'20.5.6.	생활 속 거리두기 전환	<ul style="list-style-type: none"> • 생활방역체계, 생활 속 거리두기로 전환, 집단방역 기본수칙 발표 • 일상생활 속 감염예방활동의 장기적, 지속적 방역체계 유지 • 5개 국립공연기관 기획공연 추진 및 7개 국립예술단체 활동재개
'20.5.29.	수도권 지역 공공시설 운영 중단	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 재확산 방지를 위한 16일간(5.29.~6.14.) 수도권 지역 강화된 방역조치로 공공시설 운영 중단, 고위험 시설 점검 및 집중관리 • 수도권 공공시설 운영 중단은 7.19.까지 연장 • 확진환자 누계 11,441명
'20.6.29.	단계적 거리두기 구분 시행	<ul style="list-style-type: none"> • 확산방지를 위한 생활 속 거리두기, 정부 및 지자체 방역관리 강화, 고위험 시설 집중관리 및 외출/모임 자제 • 확진환자 누계 12,800명
'20.7.1.~ '20.8.15	지역사회별 거리두기 1~2단계 조정	<ul style="list-style-type: none"> • 부처별 합동 대응 및 각 지방자치단체의 사회적 거리두기 단계조정 및 방역관리 기준 마련 (대전·충청, 대구·경북, 광주·전남 등으로 집단 감염 확산) • 경로가 명확하지 않은 감염, 무증상 감염 대비 개인의 생활방역 및 거리두기 • 포스트코로나 시대 또는 생활방역이 시행되는 새로운 일상에 대한 담론 등장
'20.7.20.	수도권 지역 공공시설 운영 재개	<ul style="list-style-type: none"> • 당초 5.29.~6.14.로 계획된 수도권 지역 공공시설 운영중단이 지속되어, 7.20.부로 방역수칙을 준수하며 운영 재개 조치
'20.8.16	수도권 사회적 거리두기 2단계 격상	<ul style="list-style-type: none"> • 2주간 집합·모임행사 자제(실내 50인, 실외 100인 이상), 위험도가 높은 다중이용시설 핵심 방역수칙 준수, 스포츠 행사 무관중 경기 전환

'20.8.23	전국 사회적 거리두기 2단계 격상	<ul style="list-style-type: none"> • 전국 사회적 거리두기로 집합·모임행사 자제(~9.20) • 실내 50인, 실외 100인 이상 집합 금지 • 확진환자 누계 14,931명
2차 대유행		
'20.8.30.	수도권 강화된 거리두기 2.5단계 조치	<ul style="list-style-type: none"> • 방역강화조치로서 시설별 이용제한 또는 집합금지 및 벌금 부과, 비대면 전환(8.29.~9.13.) • 확진환자 누계 2만명 돌파(9/1)
'20.9.13.	수도권 사회적 거리두기 2단계 유지	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 사회적 거리두기 (9.13.~9.27.) • 확진환자 20,832명 (9.24), 누적 사망자 400명 돌파(9.27)
'20.9.18~ '20.11.17.	지역별 1~1.5단계 조정(수도권)	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 거리두기 1.5로 격상 재개 • 지자체별 거리두기 단계 조정 가이드라인 마련(수도권 충청권 호남권 경북권 경남권 강원 제주)
'20.11.24.	수도권 거리두기 2단계 재개	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 및 호남권 거리두기 2단계 격상 • 일 600명대, 확진환자 누계 3만명 돌파(11/21)
'20.12.01	비수도권 1.5단계	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 2+a 단계로 강화 조치
'20.12.07	전국 거리두기 강화조치	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 2.5단계 재개, 비수도권 2단계
'20.12.08	해외 백신 확보계획 발표	<ul style="list-style-type: none"> • 추가 코로나19 백신 계약 체결, 8,600만회분 확보(정부부처 합동) • 21.1분기부터 단계적 도입 및 접종 추진
3차 대유행		
'20.12.21	수도권 2.5단계, 비수도권 2단계 유지	<ul style="list-style-type: none"> • 확진환자 누계 5만명 돌파
'20.12.23		<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 5인 이상 사적모임 금지(12/23~1/3) • 겨울철 스포츠 시설 전면 중단(12/24~) • 3차 대유행 이후 연일 천명 이상 확진
2020년 총 확진자 73,518명, 사망 1,300명		
'21.1.2	수도권 2.5단계, 비수도권 2단계 유지	<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 2.5단계, 비수도권 2단계 유지, 5인 이상 모임 금지 전국 확대
'21.1.18		<ul style="list-style-type: none"> • 수도권 2.5단계, 비수도권 2단계 유지, 5인 이상 모임 금지 1월까지 연장
'21.2.1		<ul style="list-style-type: none"> • 설 연휴 특별방역대책 추진 계획

자료 : 질병관리청 코로나바이러스감염증-19(COVID-19) 누리집,(<http://ncov.mohw.go.kr/>)

□ 포스트 코로나, 뉴노멀 등 생활과 방역이 조화되는 새로운 일상에 대한 담론 등장

- 코로나19의 장기유행에 대비하여 국민의 일상과 경제활동을 보장하면서 코로나19 유행 차단을 위한 감염 예방 및 차단 활동이 함께 조화되도록 생활습관과 사회구조를 개선하고, 확산 시 고강도 사회적 거리 두기로 전환하는 유연한 대응을 전개하고 있음
- 개인방역과 집단방역 영역에서 개인 또는 공동체가 지켜야 할 5가지 핵심수칙을 규정하고 이를 참고하여 상황과 여건에 맞는 지침을 일상에서 실천하도록 하는 등 생활과 방역이 조화되는 새로운 일상이 재편되고 있음
- 핵심수칙은 다른 사람과의 접촉을 줄이고 공간을 확보하는 것, 불필요한 외출 및 행사를 자제하는 것, 오염원 제거 및 주기적 환기·소독, 그리고 심리적 방역 등으로 정리됨
- 이러한 양상의 전개에 따라 일상의 패러다임 전환에 대한 담론들이 등장하고 있으며, 개인의 일상생활과 사회에 포스트 코로나, 뉴노멀 등 새로운 질서에 대한 논의가 사회 전반, 그리고 문화예술 영역에서도 진행되고 있음

2) 라이프 스타일 변화

① 일상생활 변화

□ 코로나19의 발생과 장기적 유행은 교류·관계 형성 방식 및 삶의 양식 변화 야기

- 2020년 코로나19의 발생과 장기 유행은 사회문화 전반의 영향을 미치며 삶의 방식을 변화시키고 있으며, 전염병에 대한 심리적인 영향에서 야기되는 부분은 물론 사회적 거리두기 등의 정책적 영향, 코로나19에 대응한 경제·산업적 영향 등이 사회 전반에서 나타나고 있음



[그림 2-5] 코로나19 유행 이후 사회문화 환경변화

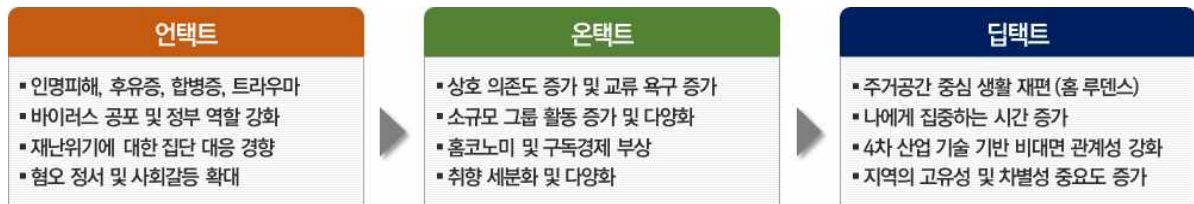
- 거시적으로 코로나19 확산이 해외 유입을 통해 가속화되면서 국경폐쇄나 자국민 수송 등의 보호조치, 긴급재난지원금 지급 등과 같이 국가중심 체제로의 전환을 가져 왔음
- 거리두기 수칙 이행 등 국민의 상호간 공동체 의식이 그 어느 때보다 강조되는 동시에 바이러스 공포로 인한 특정인종, 특정종교, 특정연령, 개인 성적취향에 대한 혐오정서와 사회갈등, 심리적 문제들이 나타나고 있음⁸⁾

<표 2-10> 코로나19 이후 혐오 발언 언급량

유형	언급량(건)	비중 (%)
장애인 혐오(애자 등)	594만 4004	69
인종차별(우한 폐렴 등)	186만 6249	21
성소수자 혐오(XX층 등)	43만 1437	5
여성혐오(기모찌 등)	24만 4968	3
신천지 혐오(사이비 등)	8만 6451	1
지역 혐오(대구 폐렴 등)	5만 9108	1

자료: 서울신문(2020.6.23.), '약자에게 떠넘기는 코로나 시대의 혐오' (양혜원 외(2020)에서 재인용)
 ※ 올해 1~5월, 온라인 커뮤니티, 블로그 및 SNS 글 분석

□ 언택트에서 온택트로, 그리고 다시 딥택트로 이어지는 사회변화 가속화



[그림 2-6] 언택트-온택트-딥택트로의 사회변화 가속화

- 반면 사회적 거리두기로 인해 개인화된 일상생활과 관계의 단절은 오히려 교류에 대한 욕구 증대와 방식의 다양화 양상을 보이는 요인이 되었으며 이에 따라 코로나19시대 비대면 접촉에서의 주요 키워드는, 단절을 뜻하는 ‘언택트(Untact)’에서 온라인을 통한 교류 ‘온택트(ontact)’, 좁지만 깊은 관계성을 뜻하는 ‘딥택트’ 등으로 나타났음
- 관계에 있어서의 폐쇄성은 개인화 경향을 증가시키고 ‘나’ 또는 내가 속한 집단으로의 집중을 야기했는데, 이러한 삶의 양식 변화에 발맞추어 화상채팅, 구독경제, 온라인 서비스 플랫폼, 취향산업 등의 새로운 사업 분야가 본격적으로 주목받고 있음
- 이러한 비대면 산업의 확산은 디지털 경제와 결합하여 진행되면서 기존부터 기술 단위로 인식되던 4차 산업혁명이 일상에서 활용되는 계기가 되었고, 이 과정에서 디지털 격차 등의 담론들도 형성되고 있음

8) 서울신문(2020.9.23), '약자에게 떠넘기는 코로나 시대의 혐오'.

② 새로운 사회 정서 형성

- 바이러스 공포와 거리두기, 외부활동 제약은 우울증, 무기력증 등 새로운 측면의 사회 정서 형성
 - 코로나19는 인명피해 외에도 완치 후 심각한 후유증이 보고되고 있는데 폐섬유화, 미각·후각 상실, 만성피로, 피부변색, 기억력 저하 및 외상후 스트레스 장애(PTSD) 증상과 함께 우울증세를 보이고 있음⁹⁾
 - 이러한 병리적인 현상뿐만 아니라 코로나19를 경험하지 않은 전 사회 구성원의 정서적 부분에 매우 큰 영향을 미치며 소위 ‘코로나 블루’ 라는 신조어가 형성함
 - 건강보험심사평가원이 올해 4월 의원급의 과목별 진료비를 산출한 결과 다른 과목 진료비는 감소한 것과 대조적으로 정신건강의학과 진료비는 544억 원으로 전년 동기 482억 원에 비해 12.9% 늘었음¹⁰⁾
 - 경기연구원이 전국 15세 이상 국민 1,500명을 대상으로 한 조사결과에 따르면 응답자의 48%가 코로나19로 인한 불안/우울감을 경험하고 20%는 수면장애 경험하였으며 49.6%는 심리적 고통을 완화하기 위한 심리정신지원 서비스 제공이 필요하다고 응답함¹¹⁾
- 바이러스 공포는 확진자 또는 해당 집단에 대한 기피현상을 일으키며 사회적 분열로 이어짐
 - 20년 2월 대구 신천지교회 집단 감염, 5월 서울 이태원클럽, 쿠팡 물류센터, 8월 서울 사랑제일교회 등의 대량감염 사태는 해당 집단에 대한 공포 및 기피현상을 불러온 바 있음
 - 코로나19에 확진된 뒤 직장이나 학교 등 사회로부터 잠시 격리돼 치료를 받은 뒤 일상으로 복귀했을 때 일종의 낙인이 찍히거나 인사상의 불이익들이 보고되고 있으며, 실제로 코로나19 확진자들은 사회적 비난의 두려움을 크게 느끼고 있음¹²⁾
 - 경기도 공공보건의료지원단·서울대 보건대학교 유명순(2020), ‘경기도 내 코로나19 확진자와 접촉자 인식조사’ 결과 ‘주변에서 받을 비난과 피해에 대한 두려움’(3.87점), 접촉자들도 감염 확신이 될 것에 대한 두려움(3.77점), 접촉자란 이유로 주변으로부터 비난과 피해를 받을 것에 대한 두려움(3.53점)이, ‘완치되지 못할 수 있다는 두려움’(2.75점/5점 만점)이나 ‘완치 후 다시 감염될 수 있다는 두려움’(3.46점)보다 더 컸음

③ 새로운 패러다임의 여가 패턴

- 코로나19 상황과 4차 산업혁명 시대가 조우한 결과 새로운 패러다임의 여가 패턴 급증
 - 20년 전반적인 관광활동은 매우 감소했으나¹³⁾, 안전환경을 추구하는 경향으로 인해 호캉스(호텔+바캉스)나 야외에서의 체험형 레저가 증가했으며 ‘혼행(혼자하는 여행)’이나 가족단위 일상 여행이 증가함
 - ‘홈루텐스’, ‘집콕족’ 을 겨냥한 취미키트의 각광, 소규모 그룹활동 등 개인화된 여가를 선호하고 있으나 이러한 여가의 제약은 여행 및 관광활동에 대한 수요를 응축시킴
 - 무엇보다 매체를 통한 활동이 매우 증가하여, 성별 및 연령에 관계없이 온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 관람 경험이 전년 대비 매우 큰 폭으로 상승함

9) 조선비즈(2020.8.20.), ‘극심한 피로감에 망상증도... "끝날때까지 끝난 게 아닌 코로나19 후유증”

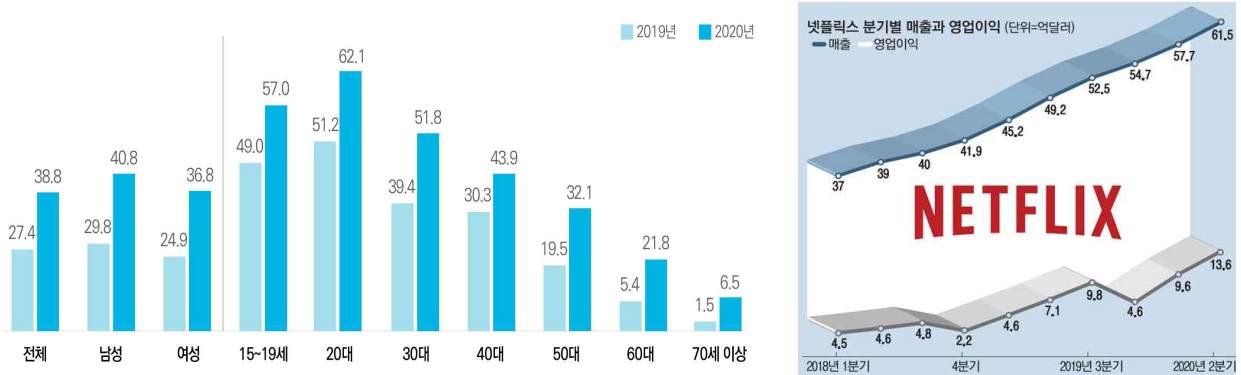
10) 동아일보(2020.7.9.), ‘코로나만큼 무서운 ‘코로나 블루’

11) 이은환(2020), 「코로나19세대, 정신건강 안녕한가!», 경기연구원 이슈&진단 제414호(양혜원, 김면, 차민경 외(2020), 「코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안」에서 재인용)

12) KBS 뉴스(2020.11.30.), “‘코로나19 확진됐다고 퇴사 종용’...치료 후에도 차별과의 싸움”

13) 2020년 9월 문화체육관광 서비스업 생산지수 중 ‘관광/여행’ 산업 전년동월 대비 -67.9%, 한국문화관광연구원

[그림 2-7] OTT 이용 관람 경험(좌) 및 넷플릭스 매출액 추이(우)



자료 : 문화체육관광부(2020.12.9. 보도자료), '생활권 내 여가생활과 비대면 문화 활동 증가'(2020년 국민문화예술활동조사 결과)

④ 지역성의 소멸 및 강화

□ 지역과 로컬이 가진 '공간성'에 대한 확장적 해석 추세

- '로컬리티'란 지역과 그곳을 삶터로 살고 있는 사람들이 만들어가는 경험과 관계성의 총체이며 코로나19 이후 이러한 로컬리티에 대한 관심이 고조되는 가운데, 행정적 지역에 대한 경계는 흐릿해지고 이웃과 관계를 맺고 살아가는 삶의 양식에 대한 중요성이 커지고 있음
- 지역 간 이동이 제한되고 언택트 기술이 기존 기술을 대체하면서 온라인과 원격기술을 통해 집과 동네에 머무른 상태로 문화 및 소비패턴이 변화하였고, 방역이나 긴급재난지원금, 지역화폐도 지역 내에서 사용하고 있는 것처럼 우리 삶에서 지역 공동체가 중요하다는 인식이 높아지고 있음

□ 코로나19 이후 지역 내에서의 생활이 중요해짐에 따라 로컬리티에 대한 관심 급증

- 중소기업벤처부는 코로나19로 인한 비대면 트렌드에 맞춰 지역 관광 콘텐츠를 기획하고 제작할 수 있는 전문 인력의 필요성에 주목해 본격적으로 로컬 크리에이터 육성에 나섰다 20년 제1기 로컬 크리에이터 140개 팀을 뽑았음
- 중기부와 함께 각 지역별 창조경제혁신센터의 발굴, 대기업의 콘텐츠 판로확대 지원 협업을 통해 각 지역이 가진 특색을 공유하고 서로 연결되는 것을 문화로 만들어 나가고 있으며, 로컬은 주체적이고 특색있는 콘텐츠 기반이자 문화트렌드의 중심이 됨
- 기존의 지역 비즈니스가 지역을 기반으로 한 상업에 머물렀다면(○로수길, ○리단길 사례), 로컬크리에이터 사업은 지역의 특수성과 문화자산을 통한 로컬을 지향하며, 예술인, 스타트업, 소상공인 세 요소를 통한 도시 문화 창출과 '문화를 갖춘 살고 싶은 동네'를 만들자는 방향으로 발전하고 있음¹⁴⁾

14) 기초과학연구원-대덕넷 공동주최 특별강연(2020.06.30.), '포스트 코로나, 로컬에서 미래 그린다'(연사: 모종린 연세대 교수)

3) 문화예술 분야 변화

① 문화예술의 가치 변화

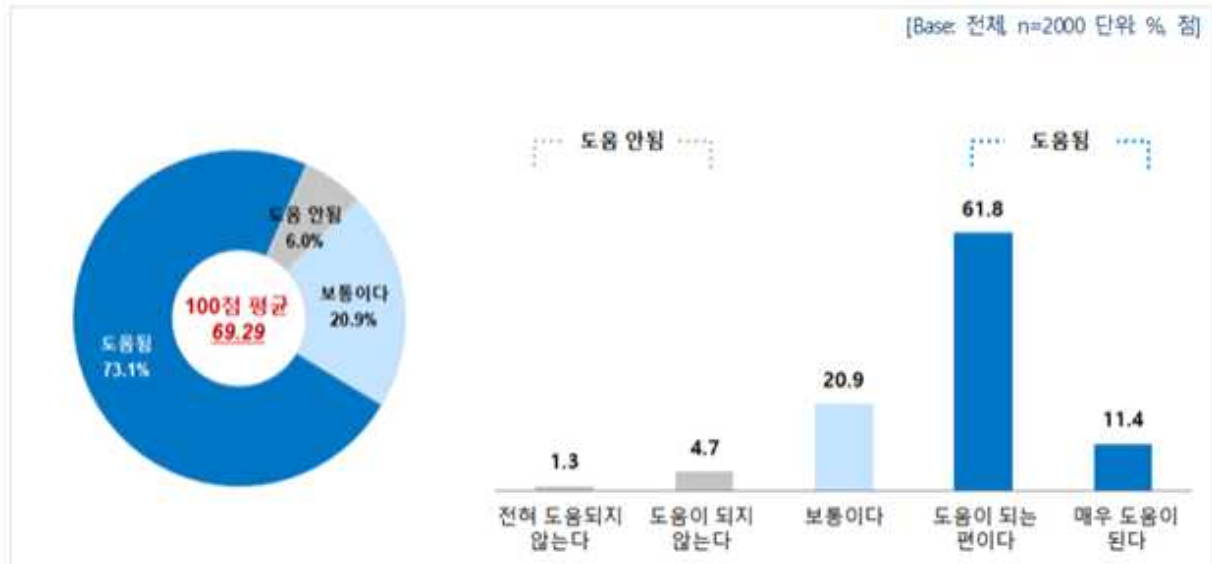
□ 문화예술의 사회적 역할 강화 및 확대, 예술의 회복탄력성에 대한 본격적 논의 시작

- 코로나19의 유행은 이전부터 지속되어왔던 문화예술의 효과와 사회적 가치에 대한 논의를 고조시키는 계기가 되었으며, 특히 국제적 차원에서 예술을 통한 회복탄력성 운동 ‘리질리아트’ (ResiliArt Debate, 20.4.15.)를 제창한 이후 주요 화두로 떠올랐음
- 문화예술이 개인의 심리적 회복탄력성, 공동체 회복탄력성을 형성하고 구축한다는 점은 문화예술의 본질로서 널리 동의되고 있는 개념이며, 지역사회에서 자신들의 역할을 이해하고 장소성을 형성하고 있는 문화예술단체들은 모든 영역의 회복탄력성을 위한 핵심임¹⁵⁾



[그림 2-8] 코로나19 유행 이후 문화예술 분야 환경변화

15) 양혜원, 김면, 차민경 외(2020), 「코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안」, p.55.



자료 : 한국문화관광연구원(2020), 「포스트 코로나 시대 문화예술관광콘텐츠 분야 정책성과와 전망에 관한 설문조사」

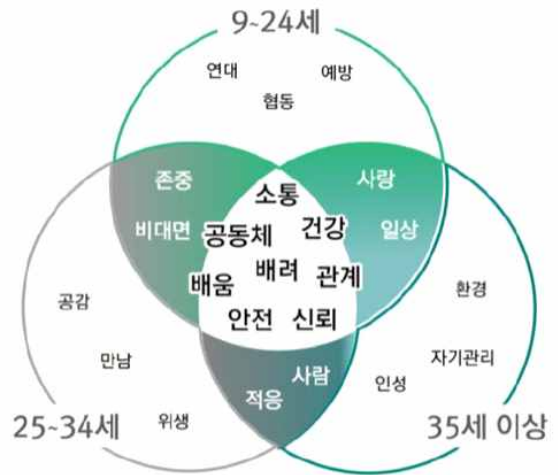
[그림 2-9] 문화 활동이 코로나19로 인한 불안이나 우울 증가와 같은 정신적 피해 해소 도움 여부

□ 문화예술이 가진 ‘사회의 회복탄력성’이 어느 때보다 요구되는 실정

- 비대면(언택트)의 지속은 그 어느 때보다 연결에 대한 욕구를 축적시켰고 이것이 ‘나’와 ‘나의 공동체’와의 온택트 또는 딥택트의 형태로 발현되며 연결의 중요성이 강조되고 있음
- 글로벌 마케팅사인 이노션 월드와이드는 내부 빅데이터 분석 전담조직을 통해 ‘바이러스 트렌드’ 빅데이터 분석 보고서를 발표하였고, 거리두기를 통해 사람 간 물리적 거리는 유지하되 개인 일상의 삶을 영위하고 사회가 정상적으로 운영되기 위해 서로 연결할 수 있는 연결의 필요성이 대두되는 ‘뉴노멀시대’에 접어들었다고 발표함
- 한국청소년활동진흥원은 전 국민 811명(청소년 340, 성인 471명)을 대상으로 ‘포스트 코로나 시대, 가장 소중한 가치는?’이라는 질문에 주관식 응답을 하도록 하고 응답결과에서 단어를 추출하여 빈출을 분석하였음, 그 결과 공동체, 소통, 배려, 신뢰, 관계, 존중 등의 관계를 기반으로 한 단어들이 추출되었음
- 바이러스에 대한 공포, 소통단절과 불확실성 등으로 인한 우울감과 무기력증은 심리적 방역의 필요성을 야기하는 가운데 치유와 힐링의 매개가 그 어느 때보다 필요함

□ 문화예술에 더 깊고 적극적으로 참여할수록 질적인 가치가 상승하는 효과 지남

- Joshua Guetzkow(2002)의 모델은 문화예술의 효과(Impact)에 대해 탐구하는 다수의 연구에서 인용하고 있는데, 문화예술로 촉발되는 다양한 사회적 가치를 연구하기 위해 기존의 실증적 연구를 종합적으로 분석하여 개인과 사회에 대한 예술의 가치에 대한 매트릭스로 표현함
- 문화예술에 더 깊고 적극적으로 참여할수록 질적인 가치가 상승한다고 보았으며, 단순히 감흥이 아닌 개인적 정서와 행동양식에 대한 영향, 인지 및 소통능력, 그것들이 축적되어 이루는 사회적 자본의 형성까지 영향을 미친다고 판단하였음



출처: 한국청소년활동진흥원(2020), 「포스트 코로나 시대, 가장 소중한 가치」

자료: 이노션 월드와이드(2020), '이노션 트렌드 리포트', 한국청소년활동진흥원(2020), '포스트 코로나 가장 소중한 가치'

[그림 2-10] 코로나19 발생으로 주목받는 주요 키워드(좌) 및 가치(우)

<표 2-11> Mechanisms of Arts Impact

가치	구분	직접참여	관객참여	예술가, 예술단체 및 기관의 존재
개인 가치	신체적 건강가치	-건강을 증진시키는 대인관계 구축 및 자원봉사 촉진 -자기 표현과 향유기회 증가 -청소년 범죄 감소	- 향유기회 증가 - 스트레스 감소	예술에 참여할 수 있는 개인의 기회 및 성향 증가
	인지적 심리적 가치	-개인의 효능감과 자아존중감 증가 -지역사회에 대한 개인의 소속감 증가 -인적자본_기술과 창조력 향상	- 문화자본 증가 - 시공간 추리력 향상(모차르트 가치) - 학업성적 향상	
	대인관계 가치	-개인의 사회적 네트워크 형성 -타인과 소통능력 향상	-타인에 대한 포용력 증가	
사회 가치	경제적 가치	-종업원을 참여시키는 임금	-관광객, 방문객 예술 관람과 지역기업에 비용지출 -예술시설이나 기업이 지역에 지출함으로 배가가치를 냄	-지역구성원의 예술참여 성향 증가 -관광객 기업, 사람들(특히 고속권 노동자)과 투자자 지역 매력도 증가 -창조산업의 경제적 성장을 촉진하는 창조적 환경 조성 -경제 부흥의 가능성 높아짐
	문화적 가치	-집단적 정체성과 효능감 증가	-지역사회의 정체성과 자부심 형성 -다양성, 관용, 자유로운 표현과 같은 긍정적인 공동체 규범 확산	-지역사회의 이미지와 위상 제고
	사회적 가치	-사람들을 참여시키거나, 단체들을 서로 연계시키거나, 참여자들에게 지역정부 및 비영리 기관을 조직하거나 협력하는 경험을 제공함으로써 사회적 자본 형성	-이 기회가 아니면 몰랐을 사람들이 서로 어울릴 수 있게 됨	-이웃의 문화적 다양성 제고 -이웃의 범죄 및 비행 감소

자료: Joshua Guetzkow(2002), 「How the arts impact communities」, Centre for Arts and Cultural Policy Studies.(한국문화예술교육진흥원(2014),p.57 및 한국문화관광연구원(2012) 재인용 및 재작성)

□ 예술은 개인의 삶의 질에 영향을 미치며, 사회에는 창조적 원동력과 집단정서 정화 효과 제공

- 2018년 미국 예술시민단체인 American for the Art(AFRA)는 「예술을 지원해야 하는 10가지 이유」라는 제목의 보고서를 통해 예술이 사회와 개인에 어떤 역할을 하는지 설명함¹⁶⁾
- 이 역시 개인의 정서적 치료와 인지능력, 생활여건 개선, 지역사회 및 산업에 예술이 효과가 있음을 밝힌 바 있음

□ 비대면 향유 및 교감 방법에 대한 고민할 때이며, 지역 및 자치 측면의 접근 필요

- 팬데믹 시대에 개인과 사회를 치유하는 역할로서 문화예술에 대한 사회적 기대 증가하였고 비대면 상황에서도 예술을 향유하고 이웃과 교감할 방법에 대한 고민이 필요해짐
- 코로나19 장기화에 따라 ‘사회적 거리두기’ 실천기간이 늘어나면서 시민들이 문화생활을 접하는 방식도 달라지고 있으며, 이에 지역예술단체 및 재단 등 매개기관에서도 온라인행사나 자동차극장, 베란다 음악회 등을 실시해 큰 호응을 얻고 있음

[사례] 이탈리아 베란다 음악회

- 로마의 한 악단은 페이스북을 통해 플래시몹을 예고하며, ‘악보를 볼 줄 아는지, 악기를 연주할 수 있거나 가지고 있는지는 중요하지 않습니다.’라는 글과 함께 시민들에게 창문을 열어 무엇으로든 ‘소리를 내달라’고 요청함
- 전 세계에서 손꼽힐 정도로 극심한 코로나19 피해를 겪으며 전국에 이동금지령이 내려진 이탈리아에서 주민들이 창밖에 나와 노래를 부르고, 악기를 연주하고, 때로는 아름다운 화음으로 함께 합창을 하는 모습은, 코로나 시대 전 세계인에게 희망의 메시지를 전하는 미담 사례로 회자되었음
- 국내에서도 주민의 마음방역과 힐링을 위해 이를 벤치마킹한 기획을 실시하기도 하였음



16) 최미애(2019), 「문화관광 활성화를 위한 지역문화예술자원 활용방안 연구」, p.50. 재인용(국외훈련보고서)

② 문화예술 시장의 위축

<표 2-12> 코로나19 이후 문화예술 생태계 주요 변화

창작	<ul style="list-style-type: none"> 문화예술 축제, 전시회, 박람회 등 이벤트 중단 예술인+단체의 생존 위기, 창작·발표 등 예술활동 위축 심각
향유	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 소비 중단, 온라인 플랫폼 활용 스트리밍 증가 온라인 소비 시의 사각지대(접근/생산 취약계층, 브랜드 예술에 편중된 소비, 진정성과 아우라)
매개	<ul style="list-style-type: none"> 문화활동가, 기획자 활동 기회 차단, 예술강사 활동 위축 심각 문화공간/연습공간/실연무대의 재정위기와 폐관
시장	<ul style="list-style-type: none"> 시장의 위축과 경기의 침체 온택트 시장이 확대되었으나, 예술 수익은 제로 문화소비 심리는 위축되었으나, 수요와 욕망은 오프라인 문화비로 연계됨

자료 : 임학순(2020), 「포스트코로나 시대의 문화뉴딜 정책토론회」(2020.06.29.) 발제문 참고 재작성

□ 코로나19의 장기적 대유행으로 문화예술생태계 위기 지속

- 2020년 1월 코로나바이러스감염증-19의 유행 이후, 일상의 모든 방식과 형태에 영향을 미치고 있으며, 특히 직접적 대면을 주요한 특징으로 하는 문화예술의 창작, 제작, 유통, 소비, 향유 등 가치사슬 전반에 큰 영향을 줌
- 전국 광역·지역 107개 문화재단을 대상으로 한 조사에서 코로나19로 인해 가장 많은 변화를 겪은 분야로 ‘행사·축제 등 문화사업(95.6%)’, ‘문화예술시설운영(68.9%)’ 이 집계¹⁷⁾

□ 국·공립 및 민간 예술시설의 운영일수 및 방문객/참여자 수치 감소

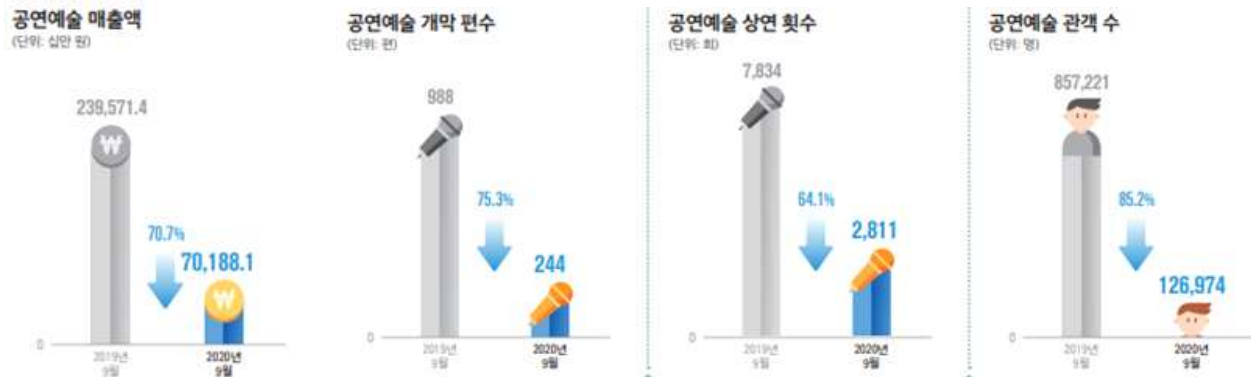
- 2020년 2월 25일 전염병 위기경보의 ‘심각’ 단계 격상 이래, 문체부 소속 국립문화예술시설 및 국립공연기관, 궁궐·왕릉 등 문화재청 산하 사적(史蹟)은 코로나19의 전개 국면에 따라 휴관 및 재개관을 반복하였으며, 각 지자체의 요청 또는 자체적 결정에 따라 공공문화시설의 휴관 상태가 지속되고 있음¹⁸⁾
- 이에 따라 민간 체육시설, 공연장, 미술관, 박물관, 도서관, 문화보급시설의 혼란과 함께 수익성 보장이 어려워지면서 매출액 및 고용 피해, 휴·폐업에 이르며, 2020년 절대적인 운영일수 및 방문객 수치 감소가 예견되었음
- 코로나19 관련 문화예술분야 피해추정 자료에 따르면 20년 1월부터 8월까지 공연예술

17) 한국문화관광연구원 내부자료, 「코로나19가 문화예술분야에 가져온 영향 및 정책대응방안에 대한 문화재단 설문조사」, 유효표본: 45개, 기간: '20.9~10.

18) 2020년 2/25~3/22, (심각 격상) 1~2차 휴관 5개 국립공연기관과 문체부 소속 24개 박물관·미술관·도서관의 휴관
 2020년 5/6 국립공연기관 및 박물관·미술관·도서관의 재개관
 2020년 5/30~, 수도권 국립박물관, 국립미술관, 궁궐, 왕릉 등 문체부·문화재청 산하 20여개 기관·사적 휴관
 2020년 6/12~기한 두지 않고 계속 휴관 결정(수도권 박물관·미술관·도서관 10곳, 공연장 4곳 휴관, 7개 국립예술단체 공연 중단)
 2020년 8/23~, (전국 사회두기 2단계) 수도권 이어 지방소재 국립문화예술 시설 모두 휴관 (지자체 요청으로 이미 휴관한 기관도 있음)
 2020년 9/28~ 국립문화예술시설 34개 재개관 (거리두기 수칙 적용, 수용가능인원의 최대 30%로 제한(전시시설), 관객 최대 50%(공연시설))
 2020년 12/8~ 서울 소재 박물관과 미술관, 도서관 등 9곳과 공연장 8곳 등 국립문화예술시설 휴관, 7개 국립예술단체의 서울 공연을 중단

계 1967억 원, 시각예술분야 678억 원의 매출액 피해가 발생했다고 추정하였고, 취소된 공연은 9683건, 전시는 1553건으로 집계됨. 같은 기간 고용감소로 747억 원어치의 일자리가 축소되었고, 예술인실태조사 모집단을 기준으로 할 경우 프리랜서 예술인 고용피해는 1260억 원으로 추정됨¹⁹⁾

- 20년 5월 예술경영지원센터를 통해 실시한 '공연예술분야 피해현황 조사보고서(공연예술실태조사 모집단 5333개)' 결과에 따르면, 코로나19로 운영상 피해를 입은 경험이 있는 기관이 82.4%, 상반기에 준비된 공연 2만5167개 중 '잠정 취소' (1만3458개, 53.5%), '일정 연기' (8,500개, 33.8%), '상연 중단' (6,640개, 25.7%)로 집계됨²⁰⁾
- 특히 대면을 전제로 하는 공연예술 분야는 하반기에도 상황이 나아지지 않았는데, 코로나로 인해 취소되거나 연기된 공연행사는 2020년 9월 기준 전년동월 대비 공연예술매출액 70.7% 감소, 개막편수 75.3% 감소, 상연횟수 64.1% 감소, 관객 수 85.2% 감소 등 매우 큰 피해가 추정됨²¹⁾



자료 : 관광지식정보시스템, 공연예술통합전산망(문공연, 2020 월간 문화체육관광 경제지표-11월호에서 재인용)

[그림 2-11] 2020년 9월 공연예술분야 현황

- 지난 2월 심각단계 격상으로 문체부 소속 문화예술기관이 1차로 휴관한 후, 한국박물관 협회가 사립박물관 및 미술관의 2월 한 달간의 피해 현황을 조사한 결과, 122개 전시시설 중 30% 이상이 2월에 문을 열었음에도 예상 소득 손실은 13.9억 이상으로 추정되었고 소규모 사립시설의 경우 시설과 인력을 유지하기 어려워 재택근무, 월급삭감 및 무급휴가로 전환되어 국공립 기관에 비해 취약한 구조 보임

19) 뉴데일리(2020.10.07.), '코로나 폭탄'에 매출 급감· 공연·미술계 2646억 피해'

20) 예술경영지원센터(2020.5.), 「코로나19에 의한 공연예술분야 피해현황 조사 보고서」

21) 한국문화관광연구원, 「2020 월간 문화체육관광경제지표-11월호」, '20.12월 발간.

③ 문화예술 향유·소비 구조 및 방식변화

□ 새로운 장르로서 온라인·비대면 콘텐츠 인식, 시공간 제약이 해제되는 다양한 경험 축적

- 코로나19 예방을 위한 ‘사회적 거리두기’와 삶의 질을 중요시하는 사회 분위기가 맞물리면서 공연과 콘서트, 프로스포츠 경기 등이 무관중 온라인 중계로 이루어지고, 나만의 안전한 공간에서 영화감상, 공연 관람, 운동, 요리 등 취미를 즐기는 이들이 증가하고 있음
- 온라인 교육의 확대로 현재 예술대학의 커리큘럼이나 도제식 교육을 주요한 특징으로 하는 기존의 예술대학 교수-학생 간의 관계에도 변화가 나타날 것으로 예측
- 2016년에 영국 예술위원회는 ‘공연 디지털 콘텐츠 개발이 관객과 제작, 유통에 미치는 영향’을 전국적으로 조사했는데, 온라인 공연 관객들은 실제 공연장을 찾는 관객들과 다르게 공연 영상이 라이브 공연을 ‘대체’한다고 생각하지 않고, 오히려 별개의 ‘장르’로 인식을 하고 있음이 밝혀짐
- 작품성을 담보한 우수한 공연무대를 개인화하거나, 단체관람을 가능하게 하는 시간과 공간의 제약이 해제되는 경험들을 축적해왔고, 최근 이것이 온라인 동영상 플랫폼과 만나 창작자와 소비자를 더 즉각적이고 가깝게 만들고 있음

□ 전통적 개념의 향유자-창조자 경계 재편, 문화예술과 첨단기술과의 결합이 코로나19를 계기로 더욱 가속화되고 앞당겨질 것으로 예상

- 비대면 중심의 제작과 향유방식이 떠오르면서 전통적 개념의 향유자 및 창조자 그룹의 엄밀한 경계보다, 창작과 공급, 향유, 재창조 프로세스가 다변화되고 있고 경계 또한 유연해지고 있음
- 전 세계적으로 집에 있는 시간이 많아지면서 넷플릭스, 유튜브 등 온라인동영상서비스(OTT) 사용량이 늘어나고 있고, 비대면 콘텐츠가 크게 인기를 얻으면서 VR(Virtual Reality), AR(Augmented Reality), MR(Mixed Reality)와 같은 실감·체감 기술에 대한 수요 또한 더욱 커질 것으로 예측됨
- 문화예술에 요구되는 사회적 역할을 수행하는 방식들도 다변화될 것으로 예측되고 있음

[문화(예술)에 대한 인식 및 관점 변화] 문화기본법, 문화영향평가, 문화다양성, 문화비전2030 등

[코로나19 발생에 따른 사회문화 변화] 라이프 스타일, 언택트와 온택트, 사회적 관계·경계 재편 등



[그림 2-12] 거시환경 변화의 핵심 키워드

4) 문화예술 분야 대응 현황

가. 정책적 대응 양상

① 코로나19 경과에 따른 문화예술 분야 정책지원

□ '20년 역대 최대 규모의 추경예산 편성, 민생안정 및 피해보전 차원에서 문화예술계 투입

- 2020년 코로나19에 대응하여 32조 규모의 민생금융안정패키지를 내놓은 것을 시작으로 금융안정 패키지(135조원), 기간산업 안정기금(40조원), 긴급재난지원금 및 고용안정패키지 등(41조) 등 정부는 5월까지 총 250조원을 투입하였음
- 이 과정에서 4차에 걸친 추가경정예산으로 67조에 이르는 역대 최대 규모의 추경 예산이 코로나19 극복을 위해 편성되었으며(1차 11.7조원, 2차 12.2조원, 3차 35.1조원, 4차 7.8조원), 이 속에 반영된 5조원 규모의 하반기 한국판 뉴딜 사업안이 마련됨²²⁾
- 문화예술분야는 그 생태계와 향유방식의 특성상, 대면 기반의 다중이용시설의 사용이 제한되는 코로나19 상황에서 취약성을 보임이 인정되어, 긴급복지지원금 및 특별고용지원 업종으로서 고용안정지원금이 유입됨
- 특히 코로나19로 피해가 심각한 공연예술계 구성원의 민생안정과 피해를 보전하기 위해 상반기 긴급지원(2/20, 3/18) 및 3차 추경 등 2,500억 원 규모를 지원했고, 프리랜서 예술인과 공연업계에 자금 및 일자리를 지원함

[참고] 2020년 코로나19로 인한 예술계 피해보전을 위한 지원

- 문체부는 긴급지원(2/20, 3/18) 및 3차 추경을 통해 코로나19로 큰 타격을 입은 프리랜서 예술인과 공연업계에 자금 및 일자리를 지원
- 예술인 생계 및 일자리 지원, 소비촉진 등 하반기 3차 추경에만 1,569억원 투입으로, 문체부 3차 추경 예산의 45%에 해당하는 규모를 투입
 - 상반기 : 창작준비금 266억원, 7,535명 / 예술인 특별용자 71억원 1,090명 / 예술강사 강사비 선지급 41억원 3,260건 등 예술인 생계안정과 예술활동을 위한 창작자금 지원
 - 하반기 : 창작준비금 232억원, 7,725명 / 공연예술인력지원 319억원 3,500명 채용 / 공공미술 프로젝트 : 전국 228개 지자체에서 예술인 8,500명 참여 759억원 등

□ 코로나19에 대응한 문예진흥기금 351억 원 추가 편성 등 예술창작지원 및 소비촉진을 위해 증액

- 기존 기금을 통해서 진행하던 예술창작지원사업 및 문화예술향유지원사업에서도 예술계 피해를 회복하고 공연시장을 활성화하기 위해, 총 351.5억 원의 증액으로 문예진흥기금을 추가 편성함
- 예술창작지원사업 158.5억 원 증액, 문화예술향유지원 193억 원 증액 등 총 351.5억 원 증액

22) 대한민국정책브리핑, '코로나19 경제대책'(최종 수정일 : 2021.01.06.)

<표 2-13> 코로나19 대응 기금운용계획 편성 내역

사업명	구분	지원금액	지원내용
시각예술 창작산실 (증액)	예술창작지원	900	전시공간 대상으로 전시 기획, 준비, 운영비용 등을 지원 / 300만원, 283건 내외
공연장 대관료 지원 (증액)	예술창작지원	4,000	등록공연장에서 종연된 공연에 대해 대관료 연간 3천만원까지 지원(전년대비 2배 상향) / 약400건 긴급지원을 위한 1-2차 공모는 적격성 심사방식으로 전환
공연예술 창작산실 (증액)	예술창작지원	5,600	초연·재공연 제작발표, 교육·연구 등 역량 강화, 아이디어 기획·사전제작 등 포괄적 창작활동 지원 한국광역문화재단 연합회 협력 통한 17개 광역시도 문화재단 차등지원 및 재단별 주관공모 공연단체 지원
공연예술 온라인 확산 지원 (증액)	예술창작지원	300	공연관람객 급감으로 피해를 입은 공연예술 단체 대상으로 공연 생중계 및 아카이빙 영상제작 등을 통해 공연 홍보 및 관객 수요 확대 당초 6건 → 24건(18건 추가 지원)
공연예술 특성화 극장 운영 (증액)	예술창작지원	4,050	장르별 기획공연 제작비 및 운영경비(최대50%선)
아르코 청년예술가 지원 (증액)	예술창작지원	1,000	만39세 이하 청년예술가 대상 (문학, 시각, 공연)창작활동 경비 지원
통합문화체육관광이용권 (증액)	문화향유지원	6,300	문화체육관광분야 소비 활성화를 위해 문화누리카드 실수요를 반영한 10만명분 추가 지원 당초 161만명 → 171만명(10만명 추가지원)
공연예술 관람료 지원(신규)	문화향유지원	13,000	침체된 공연시장 활성화를 위해 공연관람 티켓 구매 시 140만명 대상 정액 할인권(8천원~1만원)을 지급 (예경)

자료 : 한국문화예술위원회 보도자료(2020.05.08.), 코로나 충격, 문화예술인 긴급지원 스타트.

<표 2-14> 코로나19 진행 경과에 따른 문화예술 분야 정책지원 추진 경과

일시	내용	주요 이슈
2/7	문화예술분야 공공기관 협의체 회의(문체부, 한국문화예술위원회, 예술의 전당 등) 개최 전국 민간 소규모 공연장(300석 미만) 420여개소에 방역용품 지원	감염병 위기경보 경계 격상(1/27)
2/20	공연업계 긴급 지원방안 발표 - 긴급생활자금 용자 (총30억) - 민간 소규모 공연장 430개소에 방역용품, 열화상 카메라 지원(2.2억) - 예술경영지원센터에 '코로나19 전담창구' 운영 - 공연단체 피해보전 지원(21억원) - 창작준비금지원사업에 코로나19 피해예술인을 위한 가점(2점) 신설 운영(6천명,300만원) 등	
2/24	5개 국립공연기관, 7개 국립예술단체 문체부 소속 24개 박물관·미술관·도서관의 휴관(2/25~3/22)	'심각' 격상 (2/23)
2/26	영화관 영화발전기금 부과금 체납 가산금 면제, 피해 영화관 전문방역비용 지원, 감염 예방용품 지원 확대	
3/10	고용노동부 제1차 고용정책심의회 '코로나19 대응 고용안정 대책' 관련 '공연업' 특별고용지원 업종 지정(6개월간)으로 고용유지지원금 및 고용·산재보험료 납부 유예 등	WHO 팬데믹 선언(3/11)
3/17	코로나19 대응 추가경정예산 국회 통과(11조 7천억 원) : 통합문화이용권 추가 공급(161→171만명, 63억 원)	
3/18	코로나19 관련 업종·분야별 긴급지원방안 II 발표 한국문화예술위원회 공연예술분야 지원사업 운영대책 발표(공연취소 등 피해 최소화 방안) - 소극장 공연기획·제작 등 지원(200개소당 최대 6천만원) - 예술인 및 단체 공연제작비 지원(160개 단체, 2천만원~2억원 차등지원)	

	- 공연관람객 대상 관람료 지원(1인당 8천원, 300만명)	
3/26	한국문화예술교육진흥원 '코로나19 극복, 어디서든 문화예술교육사업' 추진 발표	사회적 거리두기 실시 (3/22)
3/30	제3차 비상경제회의와 시각지대 취약계층 생계지원 추가대책 마련 검토	
3/31	문화포털에 온라인 공연·전시 통합 안내 페이지 개설(집콕 문화생활 www.culture.go.kr/home)	
4/1	제3차 위기관리대책회의, '책과 함께 슬기로운 거리두기' 캠페인: 전자책과 오디오북 1인당 2권(80만권), 종이책 무료제공(500명, 총 5,000권)	
4/2	국무조정실 '청년의 삶 개선방안'에 따라 '문화가 있는 날 기획사업인 청춘미이크(410명, 67억)'와 '예술인 창작준비금' 사업 확대(12,000명, 362억원)	
4/6	「긴급복지지원법」 상 '위기상황으로 인정하는 사유' 고시안 개정 통해 프리랜서 등도 코로나19로 소득이 급격히 감소한 경우 위기상황으로 인정해 긴급복지지원 인정 (평균 월 65만원)	
4/9	예술위, 텀블벅, 카카오키친 - 코로나19 긴급 모금 프로젝트 지원 발표(최대 500만원)	
4/13	(온라인수업 지원) 저작권 교육용 동영상 콘텐츠 무료 배포	
4/14	(온라인수업 지원) 국립 박물관·미술관 전시교육 영상 콘텐츠 제공	
4/20	(온라인수업 지원) 문화예술교육 전문 콘텐츠 제공(234건)	
4/21	영화산업 피해 긴급지원대책 발표 (170억 원 투입), 영화발전기금 부과금 90% 한시 감면, 영화제 작·개봉 지원(42억 원), 직업훈련지원(8억 원, 700여 명), 영화관 특별전 개최(30억), 영화관람할인권 지원(6,000원, 130만 장, 90억 원)	
4/22	제1회 유네스코 문화장관 화상회의	
4/29	공연장대관료 지원사업 시행 (예술위) : 40억원 (400여건, 최대 3천만원까지 지원, 적격성 심사방식으로 전환)	
5/6	국립박물관, 미술관, 도서관 서비스 부분 정상화, 국립공연시설 재개관, 국립예술단체 공연 재개	생활방역체계 전환(5/6)
5/8	예술위, '공연실황 생중계 지원사업' (12편)	
5/11	국가 긴급재난지원금 신청 시작 : 1인가구 40만원, 2인가구 60만원, 3인가구 80만원, 4인가구 100만원	
5/12	시각예술창작산실 전시공간 긴급지원 사업 시행 (9억원) : 300만원씩 280여 공간 지원 (지원범위 확대, 서류 간소화, 자체부담금 면제 등), 예술인복지재단 '창작준비금지원사업' 상반기 7,538명 지원(226억 원) 발표	
5/16	온라인 케이팝 공연 '랜선음악여행 - 트립 투 케이팝(TRIP TO K-POP)' (5.19~5.21)-한국콘텐츠진흥원	
5/14	(고용노동부장관 주재) 고용안전망 확대를 위한 예술인 간담회 개최 : 긴급고용안정지원금(월 50만 원, 3개월, 6.1~), 예술인고용보험제도 도입 관련	
5/15	문화예술 코로나19 지원 온라인 통합 플랫폼 (artnuri.or.kr 또는 아트누리.kr) 개설	
5/20	고용보험법 국회 통과 : 예술인고용보험제도 도입	
5/26	예술인복지재단 '예술인 파견지원사업-예술로' 참여예술인 709명에게 활동비 선지급 결정(8억 7천만 원)	
5/29	국립공연기관(4개) 휴관, 국립예술단체 공연 중단(7개, ~6/14)	쿠팡 사태로 수도권 공공시설운영 중단(5/29)
5/30	수도권 국립박물관, 국립미술관, 궁궐, 왕릉 등 문체부·문화재청 산하 20여개 기관·사적 휴관	
6/1	코로나19로 소득이 감소한 프리랜서, 특고종사자, 영세자영업자, 무급휴직자를 위한 긴급 고용안정지원금 신청 시작, 한국문화 홍보 MCN 구축(코리아넷 유튜브 채널)	
6/3	문체부 3차 추경(안) 3,399억원 편성 발표	
6/12	수도권 박물관·미술관·도서관 10곳, 공연장 4곳 휴관, 7개 국립예술단체 공연 중단 당초 계획보다 연장하여 기한 두지 않고 계속 휴관 결정	단계적 거리두기 구분 시행(6/29)
7/3	문체부 3차 추경 확정 3,469억원	지역별 거리두기 1~2단계 조정
7/8	문체부 3차 추경 예산 중 1,569억원 예술분야에 지원 발표 : 문화예술·관광·미디어·콘텐츠 특화 청년 디지털	

	일자리 3,700명 지원, 미술·공연작품 디지털화(1,250명)	
8/12	문화소비할인권 6종 지원사업 추진, 공연 180만 명(144억원), 전시 350만 명(90억원) 규모	
8/15	코로나19 재확산으로 문화소비할인권 일정 연기 및 중단	2주간 집합 금지(8/16)
8/18	수도권 국립문화예술기관 휴관 조치(박물관·미술관·도서관 7곳, 공연기관 4곳 휴관)	
8/23	지방소재 국립문화예술시설 휴관 조치(박물관·미술관·도서관 14곳, 공연기관 2곳 추가 휴관, ~9/20)	전국 거리두기 2단계 (8/23)
8/30	방역강화조치로 시설별 이용제한 또는 집합금지, 비대면 운영 전환(~9/13)	수도권 거리두기 2.5단계 조치
9/9	코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안 발표	수도권 거리두기 2단계 유지(9/13)
9/10	4차 추경예산 편성 발표(7조 8천억 원 규모)	
9/11	「예술인 권리보장법」에 대한 예술현장 의견수렴을 위한 온라인 공청회 개최	
9/25	철저한 방역 속에 국립문화예술시설 운영 재개 결정	
9/28	국립문화예술시설 34개 재개관 (거리두기 수칙 적용, 수용가능인원의 최대 30%로 제한(전시시설), 관객 최대 50%(공연시설))	거리두기 1단계 (9/28) 조정 지역별 1.5단계 조정
12/8	서울 소재 박물관과 미술관, 도서관 등 9곳과 공연장 8곳 등 국립문화예술시설 휴관, 7개 국립예술단체의 서울 공연을 중단	수도권 거리두기 2.5단계 재개 비수도권 2단계
12/30	공공도서관 비대면 도서대출서비스 지원 확대	5인이상 집합금지
1/19	서울시 소재 국립문화예술시설 운영 재개	
1/22	2021년 1-2월 예술인 생활안정자금대출 모집 신청	

자료 : 한국문화예술위원회, 아트누리(<https://artnuri.or.kr/>), 양혜원(2020), 코로나19가 예술 분야에 미친 영향과 전망, 2025서울예술인플랜수립 1차토론회 자료집(2020.06.12.) 참고 재작성

□ 예술가를 대상으로 재정·작품활동 기회·고용보험 등을 지원하고, 이에 대한 정보플랫폼 구축하는 방향으로 대응

- 2020년 1월 20일 국내 첫 확진자 발생 이후 한달만에 감염병 위기경보가 최고단계인 ‘심각’ 까지 격상되면서 문화예술계에서도 긴급 지원대책을 강구하였음
- 우선적인 대응으로는 문화체육관광부 소속 공공시설의 휴관과 국립공연기관 및 국립예술단체의 공연중단을 실시하였으며, 지원책으로서 예술가 및 예술단체 생계안정과 창작자금 지원의 형태로 예산을 운용함
- 전국 민간 소규모 공연장에 대한 방역용품 지원과 함께, 공연 취소 및 휴관으로 인해 생계활동이 어려워진 예술가 대상의 긴급생활자금 등의 재정적 지원 및 피해액 보전을 실시하였으며, 작품 활동을 지속할 수 있는 제작지원 또는 시설지원의 방향으로 확장함
 - 대관료, 공연 제작비, 특성화 극장 운영 지원 등
- 고용유지지원금, 예술인고용보험제도 도입과 같은 사회보장제도의 사각지대를 해소할 수 있는 제도적 대응을 해움과 함께 이러한 지원 정보들을 획득할 수 있는 정보플랫폼으로서 ‘문화예술 코로나19 지원 누리집 <아트누리>’ (한국문화예술위원회)를 통해 체계적인 지원정보를 얻을 수 있도록 함²³⁾

23) '20년 2월 20일부터 예술경영지원센터 내에 설치되어 운영되던 '코로나 19 전담 상담창구' 전화와 온라인으로

□ 위기의 일상화 속에서 문화예술을 지속하도록 하는 문화예술향유 지원정책은 상대적으로 미진

- 코로나19로 인한 방역이 일상화되는 과정에서 창작자를 위한 복지적 관점에서의 대응이 아닌 국민의 문화향유적 관점에서의 정책적 대응은 상대적으로 미진하였음
- 주요한 문화예술향유 지원정책은 ‘통합문화체육관광이용권’ (문화소외계층 수급 177만 명, 1,533억 원, 10만원) 및 ‘공연예술관람료 지원’ (3/18, 공연 159억 원, 180만장, 8천원 / 전시 52억 원, 160만장, 3천원)이나, 국민들이 일상적으로 이용할 수 있는 문화거점시설 및 프로그램과의 단절은 이를 심화시킴
- 특히 3차 추가경정예산을 통해 8월에 시행한 ‘문화소비할인권 6종 지원사업’ (8/12, 공연 180만 명, 144억 원 / 전시 350만 명, 90억 원)은 방역강화조치로 3일만에 일정조정 및 연기 또는 중단되었음
 - 공연예술 관람료를 월 최대 3만2천원에서 할인해주는 ‘소소티켓’사업을 10월과 11월에 시행

<표 2-15> 문화 소비할인권 주요내용

분야	주요내용	혜택인원	예산	주관기관
숙박	온라인 예약 시 3~4만 원 할인	100만 명	280억 원	한국관광공사 (운영: 인터파크)
여행	공모에 선정된 국내여행 조기예약 선결제시 30% 할인	15만 명	90억 원	한국여행업협회 (운영: 투어비스)
공연	온라인 예약 시 1인당 8천 원 할인	180만 명	144억 원	예술경영지원센터
영화	온라인(현장) 예약 시 1인당 6천 원 할인	176만 명	178억 원	영화진흥위원회
전시	온라인 예약 시 박물관 40% 할인(최대3천원)	190만 명	90억 원	한국박물관협회 (운영: 문화티켓)
	온라인 예약 시 미술관 1~3천 원 할인	160만 명		예술경영지원센터
체육	실내체육시설 월 누적이용 8만 원 이상 시 3만 원 환급	40만 명	122억 원	국민체육진흥공단
합계		861만 명	904억원	-

□ 코로나19 상황에서 예술창작 및 문화향유 지원의 접점으로 ‘온라인·비대면’ 대응이 부상

- 국민들이 향유할 수 있는 새로운 채널의 발굴 및 제공으로의 지원이 시급한 실정에서 온라인 영상콘텐츠 제공 등 비대면 전환을 통한 새로운 가능성들을 모색하고, 이 과정에서 온라인 문화예술 콘텐츠의 생산을 진작시킬 수 있는 사업들을 진행함으로써 예술가 또는 콘텐츠 관련 프리랜서 종사자들에게 활동 기회를 제공하는 뉴딜사업을 본격적으로 추진함
- 예술인을 대상으로 한 ‘일자리 지원’ 사업 차원에서도 현장인력과 온라인·비대면 환경 대응 인력을 함께 지원해 안정적인 창작활동 기반을 마련하고 새로운 예술 활동 기회를 제공하는 등의 접점을 마련하고 있음

예술 분야의 상담을 통해 정부 지원 대책을 안내하였으나, 정부와 지자체 등에서 수시로 발표하는 지원제도 정보를 효율적으로 제공할 수 있는 온라인 플랫폼의 필요성이 제기 되어 누리집을 개설, 운영하게 됨
 문체부를 비롯한 타 부처 및 지자체가 예술인·예술단체·공연장 등 대상별로 지원하고 있는 제도를 정리하여 제공하고 있음

(자료: 문화체육관광부 보도자료(20.05.15.), ‘문화예술 코로나19 지원’ 누리집에서 맞춤형 지원 대책찾으세요)

- 양질의 온라인 문화예술교육 콘텐츠 제작지원 등 보다 직접적이고 체감하는 대응, 접근성 좋은 플랫폼의 정비와 이에 대한 적극적인 홍보의 필요성은 코로나 이전부터 제기되었지만, 코로나로 인한, 코로나 이후의 비대면 시대를 맞이하게 되면서 정책적으로 본격적인 추진체계 및 실행방안을 시험적으로 내놓고 있으며 더욱 정교화될 것으로 예상됨

한국콘텐츠진흥원 '일자리 연계형 온라인·뉴미디어 영상콘텐츠 공모사업' (20.9월)

- 코로나19로 고용위기에 놓인 방송영상산업 프리랜서를 지원하기 위해 '일자리 연계형 온라인·뉴미디어 영상콘텐츠 공모사업'을 실시, 뉴미디어 분야 우수 스포츠 콘텐츠 발굴
 - 지원규모: 우수 온라인·뉴미디어 영상콘텐츠를 제작하고자 하는 프리랜서 창작자 및 5인 이내 300개 팀(900명 규모)을 선발, 창작자 개인별 330만원의 지원금 지급
 - 콘텐츠 제작분야 : 드라마, 예능, 교양·다큐 3개 부문
 - 지원내용: 선정된 기획안을 통해 제작한 완성작 평가를 통해 330만원에서 최대 1650만원까지 지원금, 제작 역량 강화를 위해 OTT, 뉴미디어 콘텐츠 전문가의 멘토링 지원²⁴⁾

문화체육관광부 '국립 박물관 미술관 콘텐츠 무상지원'(20.4월)

- 일선 학교에서 관련 정보를 쉽게 찾아볼 수 있도록 소속 박물관과 미술관 영상 콘텐츠를 온라인 학습통합지원사이트 '학교온(On)'과 학교별 원격교육 대표교원들이 참여하는 '1만 커뮤니티' 등을 통해서 제공²⁵⁾
 - [국립현대미술관 사례] 유튜브, 어플리케이션 등을 통해 제공하던 콘텐츠를 항목별로 볼 수 있는 '온라인 미술관' 메뉴 신설하여 작가 인터뷰, 전시관람, 미술강좌, 오디오가이드, 어린이용 교육자료 제공

② 비대면·온라인 환경 대응 역량 강화

□ 예술인 86.3% 관람객 57.3%, 온라인 문화예술활동에 긍정적 의사

- 문체부와 한국문화예술위원회가 개최한 '제5회 코로나19 예술포럼' ('20.10.28)에서 발표한 '코로나19가 문화예술계에 미친 영향-온라인 기반 예술활동 인식 및 대응' 조사에 따르면 예술인 중 86.3%가 향후 온라인 문화예술활동을 할 의향이 있고 응답
- 온라인 예술활동을 향유할 의향이 있냐는 질문에는 관람객의 57.3%가 '그렇다' 라고 답하여 온라인 기반 예술활동에 대한 변화된 인식을 엿볼 수 있었음

□ 변화하는 비대면·온라인 환경 대응, 소비 촉진 통한 생태계 정상화로의 방향성 수립

- 코로나19 상황에서의 문화예술 생태계에서 '비대면' 및 '온라인' 키워드는 매우 중요하게 부상하였으며, '코로나 일상 속 비대면 예술 지원 방안' (9.9)을 발표, 이에 따라 변화된 환경에 대한 문화예술 전문인력들의 대응역량을 높이기 위한 기회를 제공함
- 또한 음악 원천자료, 공연 및 미술 도록, 공연 대본자료, 사진자료 등 가치있는 실물예술자료를 디지털화해 창작 원천 접근성을 높일 수 있는 기반부터 마련하려는 시도
 - 예술인의 온라인·미디어 진입을 돕기 위한 예술활동 지원(149억원, 2,720명)
 - 공연대본·미술도록 등 예술자료 수집 및 디지털화(33억원, 310명)
 - 지역문화관 88개관 소장유물 10만여 점 디지털화(14억원, 90명)
 - 온라인 문화예술교육 확장에 대비하는 '문화예술교육 자원조사'(115억원, 2,000명)

24) 한국콘텐츠진흥원(20.09.11, 보도자료), '콘진원, 코로나19로 취약해진 방송영상산업 프리랜서 긴급지원'

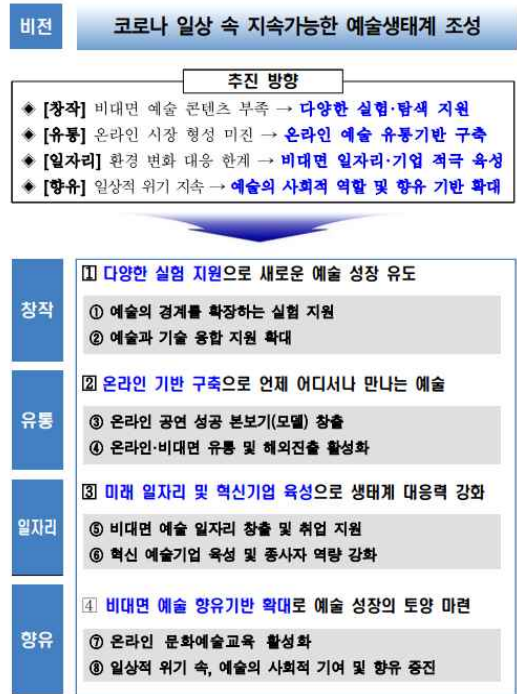
25) 문화체육관광부(20.4.14 보도자료), "'원격수업에서 활용하세요'...국립 박물관·미술관 콘텐츠 무상 지원'

□ 관계부처는 코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안에 관한 계획을 발표26)

- 문화부뿐만 아니라 고용부, 교육부, 외교부 등 관계부처 합동으로 발표한 ‘비대면 예술 지원방안’에 따르면, 열악한 예술활동 여건 속 예술인 생계지원 중점으로 추진해왔으나, 지속되는 코로나 일상화로 정상적 운영이 어려운 상황에서 비대면 예술 등 새로운 방식에 대한 실험과 탐색 지원을 확대하여 생태계 지속방안 마련할 필요를 지적함
- 새로운 온라인 모델을 시도하여 신시장을 개척하고 있는 세계 예술계를 참고하여 기초 예술분야 온라인 확장에 선제적으로 대응하고자 하며, 이를 위해 경쟁력있는 콘텐츠를 제작하고 유통시장을 형성, 기술역량 강화 및 예술의 효과발현 방향으로 추진하고자 함

관계부처 합동 ‘코로나 일상 속 비대면 예술 지원 방안’(20.9월)

- 문화체육관광부, 고용노동부, 교육부, 외교부는 관계부처 합동으로 ‘창작’, ‘유통’, ‘일자리’, ‘향유’ 부분에서 지속가능한 예술생태계 조성을 위한 지원방안을 발표함
- 중점 추진과제
 1. 다양한 실험 지원으로 새로운 예술 성장 유도
 2. 온라인 기반 구축으로 언제 어디서나 만나는 예술
 3. 미래 일자리 및 혁신기업 육성으로 생태계 대응력 강화
 4. 비대면 예술 향유기반 확대로 예술 성장의 토양 마련



□ 코로나19 이후 선도 전략인 ‘한국판 뉴딜’의 5조 1천억 투입, 문체부 소관예산은 51개 세부과제 총 2,967억 원으로 확정

- 코로나19 이후 선도전략으로서 ‘한국판 뉴딜’ 추진계획을 수립함에 따라 문화체육관광부는 급변하는 코로나19 상황에서 모든 국민이 문화와 행복을 누리고, 미래 먹거리로써 문화콘텐츠·관광·스포츠 산업의 경쟁력을 높일 수 있는 기회를 위해 한국판 뉴딜 사업안을 마련함
- 한국판 뉴딜의 중점추진 분야 및 그 세부과제는 6개 분야 총 51개 과제로 구성되어 있는데, 이 중 46개 과제가 디지털 및 융합콘텐츠 영역으로 분류됨
 - 인공지능(AI)·5세대 이동통신(5G) 등 첨단 실감·융복합 콘텐츠를 육성하는 디지털 뉴딜 2,536억 원, 국민체육센터 등 문화기반시설의 친환경 재구조화를 위한 그린뉴딜 356억 원, 장애인 도서 대체자료 제작 등 안전망 강화 75억 원 배정 등으로, 디지털 뉴딜분야가 85%정도의 규모를 차지

26) 관계부처 합동(2020.9.9.), ‘코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안’

‘한국판 뉴딜’ 중점추진 분야²⁷⁾ (20.12월 기준)

- 한국판 뉴딜의 중점추진 분야 및 그 세부과제는 6개 분야 총 51개 과제로 구성되어 있으며, 이 중 46개 과제가 디지털 및 융합콘텐츠 영역으로 분류됨

<표 2-16> 한국판 뉴딜 중점추진 분야 및 그 세부과제

연번	세부사업	내역사업	예산 (억원)		
			'20년 본예산	'20년 추경	'21년 예산
총계			1,599	629	2,967
디지털 뉴딜			1,559	223	2,536
1	한국어 진흥기반 조성 및 확산	언어 맞춤형 빅데이터 구축	-	-	50
2	스마트관광 활성화	관광 빅데이터 구축	50.4	-	102.3
3	인문정신문화 사회적 확산 지원	디지털 인문 뉴딜	-	-	7.4
4	예술의전당 지원	실감형 공연전시 콘텐츠 제작	2.3	-	25.3
5	국립극장 운영	'가장 가까운 국립극장' (우수공연 온라인 확산)	-	-	10
6	예술창작지원	예술과기술융합지원	20	-	47.5
7	온라인 미디어 예술활동 지원	온라인 미디어 예술활동 지원	-	148.9	49.3
8	박물관·미술관 진흥지원	사립박물관 온라인콘텐츠 제작 지원	-	-	10
9		스마트 박물관·미술관 구축 지원	-	-	67
10		해외박물관 실감콘텐츠 제작 체험관 조성	-	-	10
11		공립박물관 실감콘텐츠 제작 및 체험존 조성 지원	100	-	100
12	국립중앙박물관 운영	디지털 원격교육 콘텐츠 개발운영	13	-	13
13		다양한 국내외 전시(온라인 전시 및 해설)	-	19	30
14	저작권 문화기반 조성	열린 저작권 디지털 교육 체계 구축	-	-	(22년~)
15	저작권 유통 지원 및 이용활성화	저작권 이용정보 수집체계 구축	11.3	-	30.3
16	방송영상콘텐츠 제작지원	온라인 동영상 플랫폼 특화 콘텐츠 제작지원	-	-	15
17		5G 기반 실감형 방송영상콘텐츠 제작 지원	24	-	46
18	음악산업 및 대중문화산업 육성	온라인실감형 K-pop 공연 지원	-	-	265
19		ICT-음악 콘텐츠 지원	14	-	42
20	게임산업육성	교육용 게임콘텐츠 개발	-	-	60
21		게임제작 지원	127	-	242.5
22	실감형 콘텐츠산업 육성	인공지능 연계 콘텐츠 확산기반 조성	-	-	43
23		5G 위치기반 실감서비스 개발지원	-	-	36
24		실감형 콘텐츠 제작 지원	253	-	177.6
25		실감형 콘텐츠 향유 인프라 조성	160	-	84
26		5G 실감형 광화문 프로젝트	400	-	140
27		실감형 콘텐츠 기업지원 인프라 운영	15	-	44.7
28		실감형 콘텐츠 사업화 및 수출 지원	21.6	-	30.5
29		실감형 콘텐츠 창작자 양성	20	-	70
30	영상콘텐츠산업 육성	애니메이션 아카이빙 구축	-	-	12
31		영상콘텐츠 소스데이터 공유기반 구축	-	-	6.5
32	문화기술 연구개발(R&D)	문화예술 실감서비스 기술 개발(R&D)	-	-	52.5
33	저작권 보호 및 이용활성화 기술개발(R&D)		83.9	-	105.8
34	스포츠산업 혁신기반 조성(R&D)		-	-	77.3
35	융복합 관광서비스 사업화 지원(R&D)		15.2	-	29

36	국내관광 역량 강화	관광한국 실감형콘텐츠 제작	-	-	12
37	스포츠산업활성화지원	가상현실 스포츠실 보급	71	-	50
38		비대면스포츠코칭시장육성	-	55	39
39		실감형 스포테인먼트 콘텐츠 개발	-	-	100
40	도서관 정책개발 및 서비스환경개선	협업소통중심의 플랫폼 구축	-	-	7
41		스마트 기반 K-도서관 구현(창작공간 조성)	-	-	22.5
42	도서관정보서비스 구축 운영(정보화)	국가문헌의 보존 및 지식정보자원 공유기반 구축	150	-	150
43		차세대 통합자료관리시스템 구축	-	-	(22년~)
44		전자책 납본확대 및 서비스 플랫폼 구축 (전자책등도서자료납본보상금)	7.5	-	13.7
45	게임물관리위원회 지원	온라인 게임교육체계 구축	-	-	10
46	수업목적 저작물 이용 가이드라인 개정		-	-	제도
그린뉴딜			-	393	356
47	공공문화시설 에너지 저감화	에너지저감형 문화시설 개선지원	-	-	(22년~)
48	국민체육센터 건립지원	일반형 국민체육센터(친환경재구조화)	-	393	356
안전망 강화			40	13	75
49	예술인 고용보험 도입		-	-	제도
50	만화산업 육성	청년장애인 온라인 웹툰 교육지원	4	-	1.3
51	국립장애인도서관 운영	대체자료 위탁제작	36	13	74

나. 정부 및 관련 기관의 대응

- 대국민 민생안정책 또는 특정취약산업의 피해 대응형태로 조치하고 있으며, 관광업·공연업은 특히 피해가 큰 업종으로 지정·관리
 - 코로나19로 인한 피해가 큰 여행업, 관광숙박업, 관광운송업, 공연업을 특별고용지원업종으로 지정해 특별지원하고, 이들에 긴급경영안정자금 및 생활자금 융자 등 금융지원을 실시함
 - 특히 어려움을 겪고 있는 관광업체를 지원하기 위해 관광벤처사업공모전을 실시하고 120개 선발 기업에 사업화 자금 지급시점을 당기고, 여행업계 위기 극복방안'을 발표(7.29)하며 전국 여행업체 실태 점검, 국내여행 조기예약 할인상품 지원, 여행업 종사자 직무역량 강화 교육 등 기획 사업을 추진
 - 관광, 통신·방송, 영화 업종별 지원 방안(4.1)을 통해 소상공인 임대료를 50% 인하하며, 영화산업 170억 추가 지원, 영화기금 부과금도 90% 감면 등 긴급구호 차원에서의 지원을 진행함
- 코로나19로 인한 예술시장 성장 정체 및 열악한 예술 활동 여건 악화로 특별지원 제도 시행
 - 긴급생활자금 융자 신설 및 창작준비금 지원 등 예술인 생계 안정 부분에 중점을 두었으며, 공연 제작비 지원, 대관료 지원 등을 통해 예술 생태계 정상화를 추진하고 있음
 - 예술 활동 지속을 위한 지원방안으로 공연업 특별고용지원업종 지정을 통해 고용유지 지원금 지급, 공공미술 프로젝트 진행, 공연장 방역, 일자리 지원 등에 추경이 편성됨

27) 문화체육관광부(20.12.2 보도자료), '2021년도 문체부 예산 6조 8,637억 원으로 확정'.

<표 2-17> 중앙정부 코로나19 대응 사례

구분	사례	대상
행정·복지 (관계부처)	긴급재난지원금 도입 방안	일반인(대국민)
	사회보험료 전기요금 부담완화 방안	
	특정기간 현금·체크·신용카드 사용액 소득공제율 2배 확대	
	코로나19 피해 취약계층 생계지원 추가대책 -재난지원금 / 특별돌봄쿠폰 / 저소득층 소비쿠폰 / 지역사회상품권 발행확대	취약계층
	[보건복지부] 코로나19 심리상담	확진자 및 가족
	[문체부] 미술품 대여·전시 지원 코로나19 특별공모	의료진 및 대국민
경제·산업	[기재부] 코로나19 관련 금융시장 안정화 방안	일반인(대국민)
	[금융위원회] 코로나19 관련 금융부문 지원 방안	
	[국세청] 코로나19 피해 납세자 세정지원	
	[중소벤처기업진흥공단] 코로나19 피해 중소기업 대상 정책자금 융자	사업장(중소기업 및 소상공인)
	[신용보증재단] 코로나19 피해 소상공인 특례보증 시행	
	[기술보증재단] 코로나19 피해 소상공인 특례보증 시행	
	[중기부] 신종 코로나바이러스(CV) 관련 소상공인 지원 종합안내	대국민
[소비자원] 코로나19 소비자상담(계약해지 및 위약금 관련 정보)		
고용·노동	[국민연금] 코로나19 입원·격리자 유급휴가비용 지원	근로자에게 유급휴가/근로시간 단축 제공 한 사업장
	[고용노동부] 코로나19 가족돌봄휴가 긴급 지원제도	
	[고용노동부] 근로자 생활안정자금 융자제도	근로자
	[고용노동부] 재직자 유지 -특별고용지원업종 지정 확대 -무급휴직 신속지원 프로그램 -고용유지자금 융자사업 신설 -고용유지협약 사업장 인건비 지원	사업장
	[고용노동부] 코로나 긴급고용안정 지원금 (특수고용직·무급휴직근로자)	사업장 및 근로자
	[고용노동부] 공공 및 청년 일자리 창출 -비대면·디지털 정부일자리 창출, 취약계층 공공일자리, 청년 디지털 일자리, 청년 일경험 지원	근로자
	[고용노동부] 실업자 등 생계 및 재취업 지원 -구직급여 규모확대, 청년구직활동지원금 확대, 취업성공패키지 확대, 직업훈련 생계비 대부	근로자

자료 : 대한민국정책브리핑 (<https://www.korea.kr/>)

□ 자금·프로그램·제도·인프라 지원의 방법을 통한 직접적이고 세부적인 공공지원의 매개 역할

- 주요 문화예술기관은 중앙의 정책방향성에 따라 정책고객에 대한 보다 직접적이고 세부적인 공공지원이 가능하도록 하는 매개이자 수행주체로, 기존 기관의 특성과 추진해 오는 업무에 따라 시기적·방법적 특수성·대상적 특수성을 고려하여 대응해왔음
- 앞서 중앙차원에서 문화예술인을 위한 특별 융자 및 자금지원사업, 예술인 고용보험 등 보장제도의 정비(예술인복지재단 등), 공연장·전시장 시설운영비 지원 또는 창작 활동 기회 및 활동비 제공(예술인복지재단, 한국문화예술위원회 등), 인프라 지원 및 연구역량강화, 공모를 통한 지원(예술경영지원센터, 한국문화예술교육진흥원, 한국콘텐츠진흥원, 지역문화진흥원 등) 상담지원(예술인복지재단, 예술경영지원센터)정도로 대분됨

<표 2-18> 문화예술기관 코로나19 대응 사례

주관처	사업명	대상	내용
한국예술인 복지재단	창작준비금-창작디딤돌	예술인	창작준비금 선정 시, 코로나 19 피해 가점 부여(2점)
	코로나19 특별용자 생활안정자금대출	예술인	코로나19의 영향으로 예술활동에 피해 입은 예술인을 위한 특별 용자
	예술인 심리상담	예술인	예술인들의 스트레스와 정신적 고통 해소를 위해 개인 심리상담 (최대 12회 한도) 및 심리검사 비용 전액 지원
	예술인 의료비 지원사업	예술인	예술인 복지법상 예술활동증명을 완료한 예술인을 대상으로 하며 중증질환 예술인 우선 입원 및 수술, 검사비를 비롯해 약제비, 간병비, 보장구구입비, 재활치료비 등의 실질적인 본인 부담 의료비를 1인 최대 500만원 지원
예술경영 지원센터	미술품 대여·전시 지원 - 코로나19 특별공모	시각예술인	코로나19 관련 의료시설에서 개최되는 미술품 대여·전시의 경비 일부 지원 (사업 당 400~500만원 지원)
	코로나19 관련 예술 분야 상담창구	예술인	법률, 노무, 예술기업·단체 운영 등 예술 분야 피해사례에 대한 상담 운영 및 온라인 컨설팅 지원
한국문화예술 위원회	코로나19 긴급 모금 프로젝트 지원	예술인, 예술공간, 예술단체 등	코로나 피해 사실이 증명된 예술 프로젝트에 모금액의 50% 지원 (최대 500만원)
	공연장 대관료 지원	공연예술단체	코로나로 인한 미 환불 대관료와 총 대관료의 90% (단체 당 최대 3천만 원)
	코로나19 피해 민간소극장 긴급지원	공연예술단체, 개인	민간 소극장을 운영하는 예술단체 및 개인에게 소극장 당 천만 원 지원
	공연실태 생중계	공연예술단체	네이버 플랫폼, 유튜브, 페이스북을 통해 공연실태 생중계 지원 (공연장 객석 수에 따라 5백~1,500만원 지급)
	시각예술창작산실 전시 공간 긴급지원	공간운영 예술단체	코로나19 피해 경감을 위해 전시 공간 당 최대 3백만 원, 최대 280여개 지원
	연택트 시대의 예술과 기술 연구자 모집	개인 또는 단체	모든 분야와 일반인도 지원 가능한 연구자 모임 당 연구사례비 3백만 원 지급
	코로나19 극복을 위한 공연예술창작활성화 사업	공연예술단체	공연예술분야 창작활동 지원 17개 광역시·도 문화재단이 지역별로 사업 주관
	코로나19 극복을 위한 공연예술분야 인력지원 사업	공연예술단체, 개인	공연예술 현장에 필요한 전문 예술인력, 인건비 1인 기준, 월 180만원 5개월 지원 (총 3천 명 선정)
	아트체인사업 온라인예술활동 지원	예술인	문체부, 문예위, 광역문화재단 추진 온라인미디어 예술활동 지원사업 온라인 미디어 예술활동 지원, 저작권 법률자문 및 교육
한국문화예술 교육진흥원	코로나19 대응 긴급지원사업 어디서든 문화예술교육	예술가, 예술강사, 기획자, 활동가	온라인으로 활용 가능한 창의적인 문화예술교육 내용 및 방식에 대한 아이디어 제안 (총 200건 선정, 1건 당 100만원 지원)
	문화예술교육 지원조사 참여자 모집	전국문화예술 교육인력	문화예술교육 인력이 각 지역 내 유·무형 문화예술자원을 조사하여 결과물을 제출, 비대면 채택근무로 주 20시간 근무, 월 약 68만 원 지급, 전국 2천명 규모 선발
한국공예디자인 문화진흥원	코로나19피해 공예지원 지원	공예종사자	공예품 포장으로 활용할 수 있는 공예박스 패키지 지원
해외문화홍보원	온라인 한국문화 콘텐츠 공모	문화예술 종사자	코로나19 시대에 온라인 문화콘텐츠로 한국을 알리기 위해 작품을 선정 콘텐츠 당 최대 8천만 원 내외, 30개 단체 지원
한국장애인 문화예술원	코로나19 긴급 대응 비대면 장애인 예술 활동 지원사업	장애인 예술가, 예술단체	장애인 예술가 및 예술단체의 비대면 콘텐츠 제작과 비대면 예술창작 활동을 개인 최대 8백만 원, 단체 최대 2천만 원 지원(총 4억 원 규모)
한국콘텐츠 진흥원	일자리 연계형 온라인·뉴미디어 영상콘텐츠 공모사업	방송영상산업 프리랜서	공모사업을 통해 뉴미디어 분야 우수 스포츠 콘텐츠 발굴, 프리랜서 창작자 300개 팀(900명 규모)을 선발, 330만원에서 최대 1650만원까지 지원금 ²⁸⁾
지역문화진흥원	지역문화 활동가 지원	지역문화 활동단체	30개 단체를 선정하고, 코로나19 등 지역문화 이슈에 대한 문화예술 프로그램에 5백만 원~2천만 원 지원 집콕 비대면 프로그램 및 문화 치유프로그램 등 추진

28) 한국콘텐츠진흥원(20.09.11, 보도자료), ‘콘진원, 코로나19로 취약해진 방송영상산업 프리랜서 긴급지원’

□ 예술가 피해보전을 위한 재정지원 형태로 진행되는 현황에서 내용·방법을 다각화할 필요 있음

- 긴급한 피해보전 차원의 재정지원이 주류를 이루고 있는 것으로 분석되어, 예술인의 예술적 성장주기나 창작활동에 대한 예술가 지원의 취지가 부족하고, 임시방편의 자금 의존도가 높아질 우려가 있음
- 방대한 지원 건수에 비해 소규모 지원으로 경쟁이 심화되고, 불명확한 심의 평가기준에 대한 잡음이 발생하는 사례가 보고됨
 - '창작준비금' 사업의 경우 전년도 4,970명 신청 대비, 20년 1만 4,803명 신청(6천명 지원)
 - 서울시 '예술창작지원사업' 경쟁률 평균 6.6:1(3,936건 중 600건 선정), '온라인미디어 예술활동 지원사업' 경쟁률 평균 4.2대1(4,827건 중 1140팀 선정)
 - '우리동네 미술 공모사업'(948억 원, 전국 228개 지자체) 심사공정성, 표절시비 발생²⁹⁾
- 여러 기관의 공모사업이 일시에 시작되고 마감되기 때문에 예술의 창의성을 지원한다는 예술지원이 일률적인 주기와 지루한 형식 보편성을 만들고 있는 것은 아닐까 하는 내부의 우려 의견도 개진되고 있음³⁰⁾

□ 코로나19에 대응한 문화예술로의 적극적 대응 사례들은 온라인 비대면을 활용하여 시행됨

- 창작층과 소비층이 만족할 수 있는 문화예술로의 코로나19의 적극적인 극복에 대한 프로그램은 여전히 미비하다는 자성적 목소리에도, 코로나19에 대응하여 위로와 응원을 전하는 프로그램 사례들이 눈길을 끌고 있음
- 일레로 지역문화진흥원의 2020 문화가 있는 날 문화처방위크 <청춘백신 온라인콘서트>는 청춘마이크 412팀의 예술가 중 우수활동 100팀을 선정해 청마플러스 온라인 라이브를 실시함
- 한국콘텐츠 진흥원은 전 세계를 대상으로 '온(溫):한류 축제 개최' 하여 기술 접목의 K팝 공연을 통해 위로와 응원을 전달하고자 하였고, 한류 아티스트와 콘텐츠를 활용한 'COVID-19 K.O. 챌린지' 등을 실시함
- 한국문화예술교육진흥원은 온라인 문화예술교육에 대한 창의적인 생각을 발굴하고, 우수 온라인 콘텐츠를 제작해 국민들이 언제, 어디서든 문화예술교육을 경험하도록 하는 취지로서 온라인 교육 콘텐츠에 총 200건 선정, 상금 각 100만원 지급하는 '어디서든 문화예술교육' 사업을 시행함

다. 지역 및 민간영역 대응

□ 예술인 생계 지원, 예술인 창작활동 지원, 비대면 프로그램 지원 형태의 대응 양상을 보임

- 주로 예술인 생계지원, 창작 활동지원, 비대면 프로그램 지원을 통한 시민 문화예술 향유의 대체수단을 마련 등으로 분류되어, 중앙차원과 유사한 대응 양상을 보임
- 예술인 생계지원 부분에서는 긴급생계비 및 금융(융자 및 이자지원) 분야이며, 창작 활동지원은 창작자금 및 작품구입과 같은 직접지원, 임대료/대관료 지원, 비대면 콘텐츠 제

29) 경상일보(2020.10.05.), "우리동네 공공미술 프로젝트 공모사업' 선정팀 공개 후 거센 후폭풍'
울산매일(2020.10.12.), '공공미술은 누구를 위한 것이며 누구에 의해 진행돼야 하나'
중부일보(2020.10.28.) '부천시 공공미술 공모전 전반적 부실...피해자가 더 있다'
동아일보(2021.01.20.), '홍천 '공공미술 프로젝트' 둘러싸고 참여 작가 갈등'

30) 오정은(2020), '[판데믹과 문화정책]영역과 절차의 한계, 지역 편차의 아쉬움에도 불구하고' 칼럼 참고

작 지원 확대, 아이디어 공모전 등을 시행함

- 비대면 프로그램 지원은 박물관 및 미술관 도슨트 생중계, 공연, 예술교육 등 다양한 스트리밍 콘텐츠 제공과 같은 온라인 비대면 기반 또는 영상, 융합 콘텐츠 발굴에 초점을 맞추고 있음

□ 지자체는 민생안정 차원에서 접근, 지역문화재단이 있는 경우 재단이 매개이자 수행주체 최전선

- 예술지원정책의 전달체계에서 볼 때 지자체 및 지역재단은 국가정책의 실행기관이자, 지원금 수혜기준과 범위를 설정하는 기관이며, 예술인과 대면하고 소통하는 최일선 기관임에 따라 지역에서의 대응책은 매우 중요한 기준점
- 지역의 주요 산업군이자 먹거리인 문화예술·관광 분야에 대한 코로나19 파급영향 최소화 및 조기 극복을 위한 민생·종합대책으로서 예산을 편성하고, 예술인 및 예술단체의 피해회복 방안 마련과 내수 회복을 위한 목표로 대책을 마련함



[8차 대책 지원규모 : 총 1,510개소 20억 8천 원 지원]

- ✓ 여행업체 홍보·마케팅비 지원 (9.4억 원 / 500여개 업체 / 업체당 200만 원)
- ✓ 전문문화예술단체 지원 (3억 원 / 300개 단체 / 단체당 100만 원)
- ✓ 마을버스 운행 재개 지원 (0.8억 원 / 5개 업체 11개 노선 64대)
- ✓ 실내 집단운동 체육시설 운영지원 (0.6억 원 / 83개 시설 / 시설당 70만 원)
- ✓ 유흥업소 휴업지원 (4억 원 / 527개소 / 업소당 70만 원)
- ✓ 확진자 방문 재개장 지원 (3억 원 / 95개소 / 업소당 300만 원 한도)

전문 문화예술단체 지원

항목	내용
지원대상	음악·무용·연극·전시 등 장르 불문 전문 문화예술단체 300개
지원내용	단체 활성화 지원금 단체당 100만 원 지원
지원자격	고유번호증(또는 사업자등록증) 소재지 광주 등록
지원요건	최근 2년간(2018~2019년) 매년 1건 이상 광주에서 공연활동 사실 입증가능한 문화예술단체
지원제외	법정운영비보조단체 및 개인사업자, 동호회, 코로나19 피해 소상공인 지원 사업 수혜자 및 생활문화예술단체
사업기간	2020년 8월 ~ 9월
사업비	3억 원
수행기관	광주문화재단
지원절차	신청서 접수 ▶ 자격확인 심사 ▶ 지원금 지급

광주광역시 page 3

(왼쪽: 경기도 '문화예술관광분야 103억 긴급투입', 오른쪽: 광주광역시 '문화예술관광 등 6개 분야 지원 제8차 민생안정대책 발표')

[그림 2-13] 지자체 코로나19 대응양상 사례

- 지역문화재단 수행사업은 코로나상담창구, 예술교육강사비 선지급, 창작활동 준비금, 긴급생계지원 및 작품구입, 창작공간 지원, 콘텐츠 제작 및 아이디어 공모 등 중앙부처 및 기관의 협력적 위치의 지방수행주체로서 수행하는 경우가 많았음
- 피해현황조사, 의견공론화사업을 수행하고 별도예산을 편성하지 못한 경우 사업 완화지침 발표하거나, 대관료 인하, 지역공연단체 공연쿼터를 보장하는 등의 소극적 조치를 수행
- 그 외 코로나19 극복을 주제로 공공예술 프로젝트를 추진하거나, 기업과의 매칭을 통한 창작활동 지원, 자부담 사업의 경우 자부담액 면제, 기획비 보상제도 및 사업비 조기집행 등의 현장밀착형 지원형태를 채택함
- 지원규모는 소액다건 형태³¹⁾로 수혜자의 폭을 넓히는 형태를 취하고 있으며 소액 지원

의 정산처리를 생략하는 행정편의를 제공함

- 지역 차원에서 영상 및 비대면 콘텐츠제작 지원 사업을 적극적으로 도입하고 있음
 - 예술놀이 온라인콘텐츠 제작 긴급지원 <#모두의 예술놀이>(서울), 예술인 영상콘텐츠 제작지원 '예술가 감자C'(강원), 문화예술 온라인예술극장(광주), 문화예술 영상콘텐츠 제작 지원(코로나19 예술백신 프로젝트)(경기), 2020년 청년문화육성지원 '방구석 프로젝트', 비대면 창작활동(울산), 온라인 문화예술활동 지원(인천), 코로나19 온라인공연 제작 지원사업(충북) 등

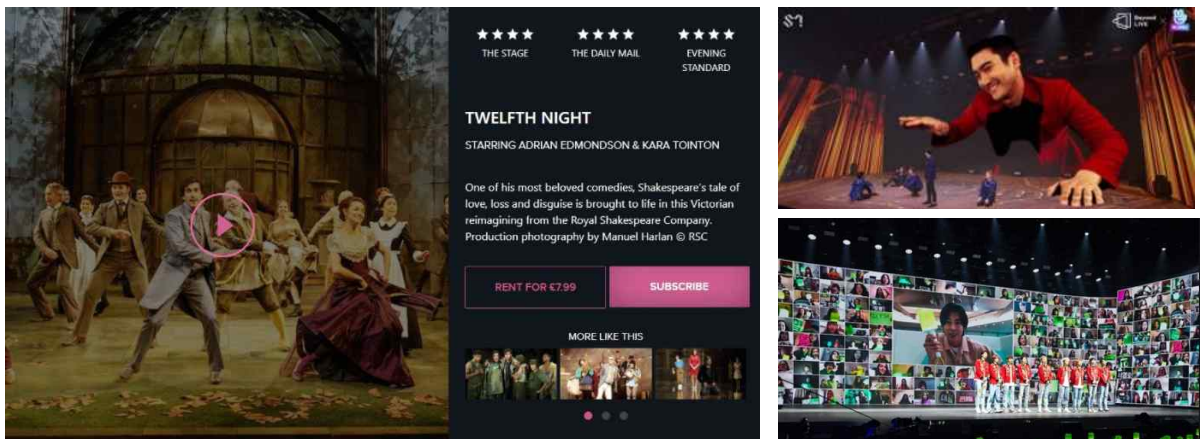
<표 2-19> 지역 문화예술기관 코로나19 대응 현황

구분	주요 내용
서울문화재단	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술계 긴급지원 위한 45억원 규모 추가경정예산 투입(500여건) <ul style="list-style-type: none"> - 코로나19 피해 긴급 예술지원 공모: 30억원 - 예술교육 연구활동 및 온라인콘텐츠 제작 긴급지원 - 예술인 문화기획활동 긴급지원 190시간 공모 - 예술인이 재난을 대하는 가지가지 비법 - 배리어프리 공연 영상 제작 및 배포 - <2020 예술창작활동지원사업> 선정 예술인(단체)의 피해를 최소화 및 안정적인 예술창작활동이 지속되도록 550여 단체에 300만 원의 활동비를 우선 지급
경기문화재단	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 극복을 위한 '경기도형 문화뉴딜 프로젝트' 에 103억원 투입(103억원, 2413명, 1732개 단체 지원) <ul style="list-style-type: none"> - 공공예술프로젝트 '백만원의 기적' : 도민의 코로나19 극복 내용으로 기획실행하는 모든 공공예술 프로젝트 지원 - 공연예술프로젝트 '드라이빙 씨어터' : 코로나19로 인해 계획이 취소 및 연기된 공연 혹은 코로나19 극복을 이야기하는 신규 기획 공연 40개팀 작품 지원 / 판로가 막힌 독립영화 작품 50편의 상영권 구매, 경기도내 자동차 극장에서 총 4회의 공연행사 추진 - 경기도 전업 예술인을 위한 '긴급 작품구입 및 활용' - 코로나19 극복을 위한 '예술인 및 예술단체 참여형 영상콘텐츠 제작' - 지속가능한 예술생태계 활성화를 위한 '예술인조합 공공예술 지원'
경기콘텐츠진흥원	<ul style="list-style-type: none"> • '경기도형 문화뉴딜 프로젝트' 일환으로 8.2억원 콘텐츠 분야 지원사업 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 영화, 음악, 출판, 1인 크리에이터 등 직접적 피해 종사자의 긴급지원 대책으로 프리랜서 창작자와 영세한 콘텐츠 스타트업 대상 - 경기문화창조허브 압대로·사용료 감면(1.7억 원), 취약근로자 보호 및 프로젝트 기회 제공(4.9억 원), 콘텐츠 제작 자금지원(1.6억 원) - 경기도 인증 지역서점 300개소 택배 배송비를 지원하며, 인디뮤지션 200팀 온라인 공연 지원 - 도내 미디어센터 소속 활동 강사 70명에게는 온라인 교육 강의 콘텐츠제작 지원 - 진흥원 제작/자금지원 참가 64개 기업을 대상으로 자부담액 면제
인천문화재단	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19피해지원IT팀 신설 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인문화예술활동지원: 코로나19 확산으로 인해 문화예술활동 기반을 잃고 있는 인천 문화예술인들이 온라인 플랫폼을 통해 시민들에게 문화예술활동을 선보일 수 있도록 지원
강원문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 예술인 영상콘텐츠 제작지원 '예술가 감자C' : 공연 및 행사 등의 연기, 최소로 어려움을 겪는 예술인 지원하기 위한 사업 - 강원로케이션 DB구축 '강원을 찾아라' : 코로나19로 피해를 입은 도내 영화초년생 및 영상활동가를 대상으로 도내 촬영 유치를 위한 영상 제작을 지원함 - 창작공간 임차료 지원사업 '꿈-드림' : 창작 공간에 대한 임차료 및 코로나19 확산에 따른 공연 취소로 대관료를 환불 받지 못한 예술단체(인)에 대한 대관료 지원 - 보조금 운영지침 완화, 출연료 시례 선지급, 사업계획 변경규정 완화
대전문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 지역예술인 기초 창작 활동비 지원: 코로나19 여파로 침체된 지역예술가들의 다양한 예술 활동비 지원으로 지역문화예술

31) 지역별 상이하나, 예술인 긴급재단지원금 약 30~50만원, 창작지원 온라인 문화예술활동 건당 500만원 범위 내, 추정 창작지원금 200-300만원 수준으로 추정.

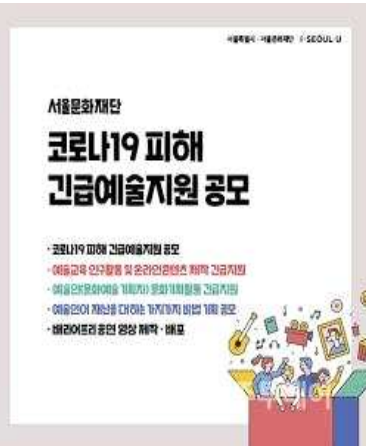
	<p>활성화 도모 및 지역문화생태계 조성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2020 문화예술활동 공간 지원: 코로나19로 인해 피해를 입은 지역 문화예술전용공간에 임대료 지원으로 운영난 해소 및 지역 문화예술 창작환경 조성 / 문화예술전용공간 임대료 지원(운영비 제외 순 임대료)
경북문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 창작활동비 지원 : 코로나 극복 지역문화예술 창작활동비 지원 200~1000만원 내외
경남문화예술진흥원	<ul style="list-style-type: none"> - 경남예술인 창작활동 준비금 지원: 경제적인 이유로 예술활동 중단을 예방하기 위한 창작활동 자금 지원 - 코로나19 피해 예술단체 손실 보상금 지원: 코로나19로 인해 직접적 손실이 발생한 비영리 예술 단체에 손실 보상금, 임대료 지원
울산문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 비대면 예술창작활동 지원: 비대면으로 관람할 수 있는 온라인 전시 및 공연, 책 발간 등의 활동을 개인 최대 500만원, 단체는 1천만원 - 문화예술교육 아이디어: 울산문화예술교육계획실행, 교육생 및 콘텐츠 발굴 등 아이디어 40건 선정 - 예술을 품은 라디오: 외출이 어려운 시민들에게 지역 라이브 방송을 통해 공연프로그램을 소개하는 사업 - 청년 아카이빙 프로젝트: 코로나19로 변화된 지역의 역사와 회복되는 모습을 청년들의 시각으로 기록하는 사업
부산문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - <방구석>프로젝트: 코로나19로 인해 휴교 및 휴원된 어린이를 대상으로 부산 청년들이 실내에서 학습할 수 있는 문화예술 영상콘텐츠 제작을 위해 60~100만원을 지원함 - 코로나19 극복 관련 소규모 예술공간 방역지원: 소규모 공연 전시장 소독 대행 사업 - 코로나19 부산예술인 긴급생계지원: 지역 예술인에게 50만원 상당의 지원화폐를 지급하는 사업
대구문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 공연업 · 전문예술단체 분야 특별지원사업으로 피해예술단체에게 생존자금 100만원 지원
전북문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 문화예술지원사업 6억원 추경 확보, 종합대책 마련 중
전남문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 코로나 상담창구 운영, 피해사례 접수 및 상담진행, 예술교육강사비 선 지급
광주문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 코로나 극복 예술매너 달기 : 300명 예술인이 참여한 공공예술 프로젝트 - 아트트레일러 이동식 공연 : 무관객 공연 및 야외 비대면 공연 활성화 - 온라인예술극장 운영 : 코로나 피해 공연 및 전시 예술인 온라인 콘텐츠 제작 지원 - 현장중심 행정지원 : 사업비 조기 집행, 지역공연단체 비율 확대, 지침 완화
세종문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 긴급생계비 지원(50만원), 피해현황조사
제주문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 힘내라 단골집 프로젝트 : 문화예술창작유자 상환 유예, 제주문화예술지원사업 기획비 보상
충북문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 창작활동준비금 특별지원, 온라인 공연작품제작 37건
충남문화재단	<ul style="list-style-type: none"> - 예술인 피해 설문조사 및 대응방안 마련

자료: 박경동(202.05.25), '[호외: 판데믹과 문화정책] 코로나19 대응 문화정책에 대한 비판적 검토', 문화정책리뷰참고 재작성



(왼쪽 : 영국 'Digital theatre' 화면, 오른쪽 : SM 엔터테인먼트 언택트 콘서트 '비온드라이브')

[그림 2-14] 민간 비대면 콘텐츠 활용한 공연 사례

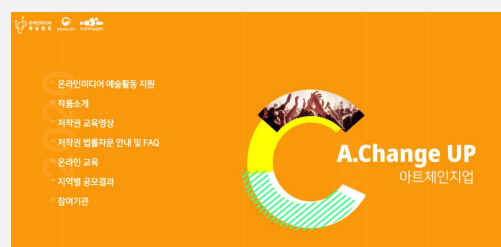


(위 : 예술인 긴급지원(왼쪽부터 인천시,서울시,서울시 강북구, 아래 : 인프라 지원(왼쪽부터 전북도, 서울시재단연합, 제천시)
 [그림 2-15] 지역 문화예술기관의 코로나19 대응양상 사례

[사례] 지역 맞춤형 온라인미디어 예술활동 지원사업 '아트 체인지업(Art Change Up)'
 (문체부-문예위-17개 시도 광역문화재단 협력)

- 기존 비대면 환경이 공연 위주에서 진행되었던 것에서 나아가 전국 곳곳 다양한 여건에서 활동하는 다양한 장르의 예술가 지원을 목표로 하며, 온라인 상에서의 예술적 연결과 융합에 대해 실험적으로 시도함으로써 새로운 예술생태계를 만들고자 함 (한국판 뉴딜-'디지털 뉴딜' 일환)
- 17개 시도 광역문화재단은 지역별 공모를 진행하되, 각자 지역에서 온라인 미디어를 활용한 예술 활동 지원유형 및 사업모델을 세부적으로 고안하여 추진하는 '지역 자율기획형 사업'

- 사업기간 : 2020.9~12(4개월)
- 지원대상 : 온라인미디어 창작·향유 활동에 관심있는 예술가, 스타트업, 사회적기업, 소셜벤처, 중소기업, 협동조합 등
- 사업내용 : 온라인 미디어를 활용한 예술활동으로 동일 콘텐츠의 멀티미디어화, 트랜스미디어 스토리텔링 등의 예술활동(창작 활동뿐만 아니라, 준비 및 과정 공유, 방식의 실험. 관객개발, 비평연구, 아카이빙 포괄) 지원
- 의무사항 : 온라인 예술 콘텐츠 제작 / 본인 신규 구축 혹은 보유 온라인 채널에 제작 온라인 예술 콘텐츠 업로드 후, 통합 온라인 플랫폼 내 공유



자료 : 아트체인지업 누리집 <https://artson.arko.or.kr/>

[사례] 2020년 춘천마임축제 '춘천마임백신크; 100Scene Project'

- 20년 7~10월, 32회를 맞이한 춘천마임축제는 코로나로 인해 기존축제가 잠정 취소된 이후, 일상에서의 새로운 축제를 시도했고, 춘천 내 100개의 일상공간을 무대로 축제를 진행
- 4개월(백일)에 걸친 '전환적 일상축제'로, '시민들의 마음방역 백신, 백 개의 공간에서 백 개의 양상으로 나타나는 백신크'의 컨셉
- '워킹쓰루,걷다보는 마임', 집콕공연 등 344회의 공연, 전시, 체험, 워크숍 진행(코로나 격상으로 개별 프로젝트 일부는 비대면 등으로 변환하여 운영)



자료 : 더페스티벌(<https://www.thefestival.co.kr>)

[사례] 비대면 시대 문화예술 콘텐츠 인프라 '경기문화재단 'GGCF 온에어(ON AIR)''

- 실시간 온라인 문화예술 스트리밍 콘텐츠 채널 <GGCF 온에어(ON AIR)> 서비스 개시
- 도민들이 더욱 편리하게 문화예술을 접할 수 있도록 제작, 실시간 송출되는 콘텐츠 영상들을 하나의 채널로 모아서 제공
 - 온라인 스트리밍과 다시보기 기능을 제공
 - 경기문화재단과 소속 기관의 다양한 온라인 콘텐츠 스트리밍 일정을 월별 편성표로 제공하고 실시간으로 교육, 포럼 등의 사업에 실시간으로 참여



자료 : 경기문화재단 홈페이지 (<https://www.ggcf.kr/archives/126374>)

□ 문화예술 분야에서의 온라인 및 비대면 콘텐츠 시도의 해

- 기존부터 비대면 시장이 비교적 활성화된 드라마 및 영화 등 영상에서의 온라인 활용 부상과는 별개로, 대면을 기반으로 하는 타 문화예술 장르에서도 비대면 콘텐츠 전환으로의 시도가 눈에 띄며 특히 대중음악에서 콘텐츠 유료화 등의 가능성을 확인함
- 해외에서는 2000년대부터 공연 스트리밍 및 실황의 디지털 콘텐츠 제작 및 향유산업이 활발하였던 반면³²⁾, 국내에서 기존 네이버TV 등으로 진행된 대중음악 콘서트 중계는 시도에 비해 포털 사이트에서 운영하는 하나의 콘텐츠 개념으로 운영되어 왔으며, 공연으로서 영상사업은 간헐적으로만 이루어져왔음(연극 <혜경궁 홍씨> 뮤지컬 <팬래터> 전막 실황중계, 2016)
- 그러나 올해는 '방구석 1열'이라는 신조어가 유행할 정도로 그 어느 때보다 비대면 형태로 관객과 만나는 공연이 활발했고 국립극장 및 국립예술단체에서의 시도도 이어짐
 - 예술의 전당 Sac on Screen(뮤지컬'웃는 남자'상영), 국립중앙극장(심청가 등), 국립극단(페스트 등), 국립오페라단(오페라첼린지, 오페라 갈라), 국립현대무용단, 서울예술단(안방1열에서 만나는

32) 베를린 필하모닉 디지털 콘서트홀(2008), 영국 국립극장 공연실황 생중계 'NT live'(2009) 뉴욕 메트로폴리탄 오페라 라이브 공연시리즈 'Live in HD(2006) 브로드웨이 뮤지컬의 유료 스트리밍 사이트 'Broadway HD' 회원제 온라인 공연구독 플랫폼 영국 Digital Theatre(2009)

창작가무극) 등 국립극장 및 예술단체에서의 온라인 상영

- 민간의 플랫폼(네이버TV, V라이브, 극장 상영관)을 활용하여 공연예술창작산실 공연실황 생중계, 초연작품 ARKO-CGV 영상사업 등을 추진하는 등이 적극적으로 추진된 한해였음

□ 대중성을 기반한 온라인 및 비대면 콘텐츠 부상, 콘텐츠 유료화 가능성 쟁점

- 20년 4월 방탄소년단의 ‘방방콘(방에서 즐기는 방탄소년단 콘서트)’가 선두주자로서 시작되었는데 5천만이 조회하였으며, 이어 런던콘서트 생중계는 티켓가격 3만3천원, 14만 명 관람, 45억 원의 수입을 창출함
- 같은 해 4월부터 SM 소속 가수들이 릴레이로 이어가는 신개념 비대면 콘서트 ‘비온드 라이브’에서 세계 최초 온라인 전용 유료 콘서트를 도입하였고 AR, VR 활용한 증강 현실, 팬들과의 인터랙티브 소통 등 새로운 공연패러다임을 제공, 특히 슈퍼엠 콘서트는 109개국 75,000명이 관람하였고 3만3천원의 티켓으로 25억원의 매출을 기록함
- 대중음악 외 공연단체에서는 라이브 플랫폼을 활용해 온라인 유료 스트리밍 관람권 판매를 통한 시도도 이어졌으며 대표적으로는 CJ ENM의 뮤지컬 ‘베르테르’ 20주년 공연 실황(티켓 2만5천원~3만8천원), EMK 뮤지컬 ‘웃는남자’ (1만5천원) 등을 들 수 있음
- 클래식 장르에서도 20년 3월 조성진과 마티아스 괴르네의 유료 공연(티켓 7.90유로)에 900여 명 관람 하였음(4월 3일간 무료 공개한 리사이틀에는 30만 명 관람)
- 다만 위의 유료사례들은 예술가의 유명세와 팬덤 또는 뮤지컬 분야 국한 등 대중성에 입각한 사례로서 자본력과 민간인프라가 결합되었다는 부분을 유념해야 하며, 문화예술 인프라 및 정보통신 역량을 확보하고 문화예술에 대한 구매력을 증가시킬 수 있는 방안에 대한 고민 필요함

라. 국제기구 대응 현황

① 경제협력개발기구(OECD) 및 국제노동기구(ILO)

□ 국제사회의 주요 정책적 대응의 가이드라인, 문화예술인을 취약산업 종사자로 분류하고 정책대상화

- OECD는 ‘20년 3월 정책 권고안을 발표하여 회원국의 경제 및 산업정책에서의 코로나19 대응에 대한 지침을 전달하였으며, 이를 기준으로 회원국들은 거시 대응책을 마련하게 됨
- 정책수요 집단은 경제주체(노동자, 자영업자, 사업자)로 분류되어 주로 건강과 가족돌봄, 소득지원, 고용유지 방안 등으로 제시되고, 정부가 사용자에게 재정을 지원하여 노동자의 고용 유지, 사용자에 대출지원(한시적 금융융자), 세제지원(세금 및 사회보장세 납부 유예) 등을 제시하고 있음
- 국제노동기구는 조직 특성 상 노동자의 건강과 고용보장, 경제 활성화 및 수요 진작, 기업소득 지원차원에서 세부 정책을 제시하며 저임금 노동자 생활보호 및 실업·휴업시 임금보장 등 사회보장적 차원에서 OECD와 유사한 맥락의 대응안을 권고하고 있음
 - 고용 및 소득지원, 휴무 및 기타 보조금 등 고용유지, 취약산업 중소기업과 소상공인 대상 재정 및 세제 지원³³⁾
- 경제관련 국제기구에서는 문화예술관련 사용자 및 노동자는 경제적 관점에서 관광산업과 더불어 코로나19로 수요 감소가 야기되는 취약한 산업으로 분류하여 지원의 대상으

33) ILO(2020), 「ILO Standards and COVID-19(coronavirus)」.

로 포괄시킴. 이러한 지원정책은 앞서 살펴본 국내 중앙정부의 주요 대응양상과 동일함을 확인할 수 있음

□ CODIV-19에 대응하는 국제조사 및 모니터링 보고서 발표를 통한 국가 간 지식 공유 34)

- 2020년 3월부터 7월까지 5개월간 총 5회 차의 코로나19 모니터링 보고서 ‘COVID-19와 일의 세계(COVID-19 and world of work: Impacts and responses)’ 발표하고, 코로나19로 인한 일의 세계에 영향과 국가들의 대응, 변화된 노동 시간, 시장, 분야, 기업, 경제 등을 연구하여 현황과 심각성을 공유함
- 또한 8월 11일에는 청년에 대한 취업, 교육, 정신건강, 권리 등 4개 분야의 주요 내용을 갖는 국제조사 결과를 바탕으로 ‘청년과 COVID-19’ 보고서를 공개
 - 청년 6명중 1명(17.4%) 취업 중단되었으며, 교육과 취업의 문제는 정신건강에도 악영향을 미쳐, 16.7%가 불안과 우울을 경험한 것으로 나타난 것으로 보고됨³⁵⁾

② 유네스코(UNESCO)

□ 문화예술의 회복탄력성(ResiliArt) 제창 및 공론화, 문화유산 및 교육 웹플랫폼을 통한 기록과 공유

- 국제연합(UN)은 2016년부터 2030년까지의 지속가능 개발목표(UN SDGs)를 설정하고 유엔과 국제사회의 최대 공통목표를 설정한 바 있으며, 유네스코 또한 이 아젠다에 따라 다양성, 불평등 감소, 창의성 증진을 위해 힘써오고 있음
- 코로나19 상황에서 유네스코는 예술인 및 창작자를 지원하기 위해 예술을 통한 회복탄력 운동 ‘리질리아트’ (ResiliArt Debate, ’ 20.4.15.)을 제창하여, 단순한 지원에서 나아가 코로나19를 타파할 문화예술의 가치와 회복력을 논하고 있음
 - 우리나라도 <코로나19 예술포럼>(문화체육관광부와 7개 문화예술기관, 20.7월~12월)을 통해 리질리아트에 활발하게 참여
- 한편 20년 6월에는 유네스코 국가위원회 온라인 회의를 개최하여 교육·과학·문화·정보커뮤니케이션 분야에서 각 정부 및 국가위원회 차원의 조치와 활동 사례를 공유하였는데 특히 ICT 기술을 활용한 원격교육과 같은 비대면 활동 사례가 이슈였음
- 문화예술, 문화유산 보유자와 연행자, 교육 분야 종사자들의 타격을 파악하고 온라인 이니셔티브와 플랫폼을 오픈하여, 코로나19 팬데믹에서 창의적인 문화유산의 등장에 대한 각국의 스토리를 아카이빙하거나 코로나 시대의 교육현황 공유와 캠페인 진행(온라인 플랫폼 ‘세계교육연합(Global Education Coalition)’)³⁶⁾

③ 유럽연합(European Union)

□ 범유럽 문화·미디어 지원 및 국가적 정책협력 ‘창의유럽 프로그램(CreativeEurope Programme)’

- 협의회는 유럽이사회 교육예술위원회(Education, Audiovisual and Culture Executive

34) 주 제네바 대한민국 대표부 홈페이지(<http://overseas.mofa.go.kr/ch-geneva-ko/index.do>)

35) ILO(2020), 「YOUTH & COVID-19: IMPACTS ON JOBS, EDUCATION, RIGHTS AND MENTAL WELL-BEING」, p.13, 29

36) 유네스코 아태무형유산센터(icpcap)(2020.06.04.), ‘유네스코, 무형유산과 코로나19 관련 플랫폼 오픈’ Arte 365(2020.11.09.), ‘지속가능한 시대를 위한 교육-새로운 교육 패러다임을 구축하는 유네스코’

Agency)에 ‘창의유럽 프로그램(CreativeEurope Programme)’을 제안하여 전 유럽의 시청각, 문화 부분의 예술인을 지원하는 프로그램을 수행하고 있음

- 문화와 미디어 두 개의 하위 프로그램을 두어 기초예술과 콘텐츠를 다루고 있으며, 유럽 뮤지엄 네트워크의 이름으로 문화유산, 유적, 공연예술을 포괄한 네트워크 내 다양한 의제를 다루고 유럽투자기금 관리, 초국가적 정책협력, 연구 프로젝트 등을 수행함

□ **코로나19 관련 지식 공유 플랫폼 ‘창의연합(Creatives Unite)’ 개설³⁷⁾**

- 4월에 열린 EU 문화 및 미디어부 장관 회의에서 EU 집행위원회 위원인 마리아 가브리엘(Mariya Gabriel)이 제안한 이후 5월 5일에 출범하여 창의 연합을 통해 자료 게시
- 회의 이후 최초로 만들어진 플랫폼은 4월 24일에 EU 국가들을 대상으로 출범하였으나, 이후 5월 5일에 출범한 플랫폼은 전 세계의 문화 및 창의 영역을 대상으로 하고 있음

□ **7가지 분야 (이야기/우수사례, 연구/조사, 행사, 옹호 전략, 도구 및 자료, 기금 지원, 유럽 연합의 대응)으로 나누어 자료 게시**

- 문화 및 창의 분야는 코로나 바이러스의 여파 속에서도 많은 창의적인 시도를 보여주고 있지만, 잘못된 정보의 전파 때문에 완성도 있고 연합적인 행동이 어려운 상황임
- 창의 연합 플랫폼은 문화 및 창의 분야의 정보 격차를 줄이기 위해 전 세계의 창의 영역 관련 기회에 대한 정보를 게시하고, 공동 창작 및 해결책을 도출할 기회를 게시함

<표 2-20> 유럽연합의 코로나19 관련 지식공유 플랫폼 창의연합(Creatives Unite) 구성

카테고리	카테고리 내용 예시
우수사례 Stories/Good Practices	<ul style="list-style-type: none"> • 비엔나를 위한 200 가지 아이디어 (코로나19 이후 비엔나의 회복과 새로운 미래를 위한 아이디어 공모전) • #예술을 잡아라(코로나 19 사태 동안 아일랜드의 창의영역 내 연대를 위한 예술 참여 캠페인) 등
연구 조사 Research/Survey	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19 가 포르투갈의 문화 영역에 미치는 영향 • 예술, 문화, 문화유산, 창의 영역의 코로나19 관련 응급 대응 등
행사 Events	<ul style="list-style-type: none"> • 예술의 면역력(문화계의 대대적인 디지털 전환에 대한 웹 토론회) • 예술을 위한 새로운 경제(코로나 19 사태를 예술을 위한 새로운 경제 기회로 모색하기 위한 웨비나) 등
성명 및 제도 Advocacy Initiatives	<ul style="list-style-type: none"> • 예술 종사자 지원 : 그리스의 예술 종사자 지원을 위한 청원 • 코로나 19 이후 유럽 문화와 창의 영역의 미래 성명서 등
자료실 Tools&Resources	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나 19 세계 음악 산업 대응 지도 • 코로나 19 이후 시청각영역 실태조사 등
기금 지원 Funding	<ul style="list-style-type: none"> • 예술가 및 공연가들을 위한 아일랜드의 긴급 기금 프로그램 • 우크라이나의 디지털 협력을 위한 장학금 등
유럽연합 대응 EU Response	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나 바이러스가 유럽 내 창의 프로그램에 미치는 영향 모음 • 코로나바이러스에 대응한 EU의 문화 및 창의영역 지원 현황 모음 등

37) 유럽 연합 ‘창의 연합(Creatives Unite) 홈페이지: <https://creativesunite.eu/>
OECD ICOM Webinar(2020.04.10.), ‘코로나 19와 뮤지엄: 영향과 혁신, 그리고 위기 이후의 계획’

④ 유럽예술행정네트워크(ENCATC)

□ 문화 기관, 대학, 훈련 및 연구 센터와 연대하여 사회 구축 지원

- 유럽과 그 밖의 지역에서 문화관리 및 문화정책교육의 발전 촉진하고, 모임을 위한 장소를 제공하기 위한 문화 기관, 대학, 훈련 및 연구 센터와 연대하여 국제네트워크 구축³⁸⁾
- 유럽을 중심으로 활동하는 문화예술 전문가, 연구자, 현장인력의 정보와 지식을 수집하여 코로나19에 대한 이해와 파급력, 위기 상황에 대한 정보와 지식을 축적 및 공유, 싱크탱크(think tank) 기능을 수행함³⁹⁾

□ 문화, 라이브 공연 및 예술가를 비상 기금에 포함하도록 하는 공개서한 공동 서명 실행⁴⁰⁾

- 38개의 유럽 네트워크와 함께 유럽 연합 및 모든 유럽 국가의 대표자들과 문화, 라이브 공연 및 예술가를 비상 기금에 포함하도록 하는 공개서한에 공동 서명을 실행함
- 유럽연합과 유럽연합을 구성하는 모든 국가가 긴급성을 인식하고 코로나바이러스 대응 투자 이니셔티브의 상당 부분을 문화 부문, 특히 라이브 공연 부문에 투자하도록 촉구함

⑤ 국제박물관협의회(ICOM)⁴¹⁾

□ 전 세계 박물관 정책 의사결정자들에 박물관 지원 지침 및 모니터링/데이터 제공

- 코로나19의 유행이 시작된 이후 국내에서 박물관·전시관이 공중집합시설 중 하나로서 가장 먼저 휴관조치에 들어간 것과 같이, 전 세계적으로도 공공·민간 박물관과 전시관은 휴관 또는 폐관을 하였음
- 또한 유네스코 ‘ResiliArt’ 운동의 가장 첫 번째 주자가 뮤지엄 분야였을 정도로 팬데믹으로 인한 타격이 가장 큰 분야 중 하나임
 - 국제박물관협의회는 COVID-19가 단·장기적으로 문화 부문에 미치는 영향을 파악하기 위해 2020년 4월 7일에서 5월 7일에 걸쳐 5개 대륙 107개국의 박물관 및 박물관 근무자를 대상으로 설문조사를 실시한 결과 1,600여 개의 응답자 중 94.7%의 박물관들이 문을 닫았고, 응답자의 81.5%는 전체 직원의 25% 미만만이 뮤지엄에서 근무하고 있다고 응답함
- 국제박물관협의회는 전 세계의 뮤지엄과 전문직을 지원하기 위해, 뮤지엄 분야 모니터링, 전문직 지원, 온라인 활동·보존 등 공동체 복원에 세 가지 방향으로 노력하고 있음
- 정책 의사 결정자들이 뮤지엄의 지속가능성을 보장하기 위해 구호 기금을 신속하게 할당할 것을 촉구하는 성명을 발표하고, 박물관과 각 국가위원회를 옹호하는 지침을 만들어 지역 경제와 지속 가능한 개발뿐만 아니라 지역 사회의 복지와 회복에도 뮤지엄이 중요한 역할을 한다는 것을 강조하고 있음
- 국제박물관협의회는 위기 이후 이전과는 달라진 관람객들의 박물관 향유방식을 주시하여, 디지털 플랫폼 위에 아카이브를 확장하고 있고 온라인 투어나 디지털 컬렉션을 통해 고객을 늘릴 수 있는 기회로 삼고자 하고 있음

38) ENCATC(2020.03.12.), “ENCATC Solidarity Statement on COVID-19”

39) 신혜선(2020) ‘포스트코로나 시대: 해외 문화예술 지원조직의 대응 사례’ 발제문 참고 작성

40) ENCATC(2020.04.28.), “Now Europe needs culture and culture needs Europe”

41) ICOM(2020), 「Report_Museums and COVID-19」 국문번역 p.1~6.

OECD ICOM Webinar(2020.04.10.), ‘코로나 19와 뮤지엄: 영향과 혁신, 그리고 위기 이후의 계획’

⑥ 국제예술위원회 및 문화기구 연합체(IFACCA)

- 호주에 소재한 국제예술위원회 및 문화기구 연합체(IFACCA, International Federation of Arts Councils and Culture Agencies)는 국제적으로 문화예술을 지원하는 각국 정부기관 및 예술위원회의 문화예술 행정 및 지원방식 모델 연구를 지속하는 기관으로, 지속적으로 각국 문화예술 지원기관들의 변화를 모니터링하며 주요 결과를 모아 보고서를 발간해오고 있음
- 코로나19의 세계적 대유행 이후 조직은 ‘디지털 시대의 문화예술 지원’에 주목하고 각국의 문화예술지원기관에서 활용 가능한 정책적 기반과 의제를 제시하는 데 주력하고 있음
 - 새로운 기술은 문화예술분야에 미칠 영향 예측
 - 디지털 기술 및 활용이 공공기관에 가져올 기회와 도전 예측
 - 최선의 활용 방안과 사례 발굴
 - 지역별, 국가별 디지털 활용 추세와 전 세계적 트렌드 이해
 - 향후 문화분야의 디지털화 정책 전략과 관련하여 공공기관에서 활용 가능한 프레임워크 제시

마. 주요 국가별 대응 현황

① [미국] 코로나19 대응 경기부양책 법안 정비

□ 긴급구호 및 경제적 안정 지원법안 ‘CARES Act’ 내 비영리 문화예술계 지원 포함

- 미 연방정부는 코로나19에 대한 긴급구호법이자 2조 1,083억 달러 규모의 경기부양책인 일명 ‘CARES Act’ (Coronavirus Aid, Relief, and Economic Security Act)를 최종 승인시키면서 미국 내 코로나바이러스로 인한 피해를 복구하기 위한 재정적 지원 계획안을 법문화함⁴²⁾
- 약 3억 달러(약 3,490억 원) 규모의 비영리 문화예술계 지원을 포함시켰으며, 주요 지원 사항은 1) 해당 기관의 예술적 미션 수행에 핵심적인 일자리 유지를 위한 임금 보전, 2) 예술가 보수, 용역 사례, 3) 임대료, 전기료와 같은 시설비용 등으로 사용 한정
- 국가예술기금(NEA) 통해 9개 지역예술기관에 25만 달러, 846개 단체(LAAs, SAAs 등)에 5만 달러와 855개 비영리예술단체에 44.5백만 달러 지급 분배하도록 함⁴³⁾

□ ‘Save Our Stages Act’ 발의 통해 대면 기반의 예술진흥을 위한 지원책 마련⁴⁴⁾

- 공화당 상원의원(John Cornyn, R-TX)과 민주당 상원의원(Amy Klobuchar, D-MN)의 초당적 발의로 100억 달러(한화 약 11조 9,040억 원)의 보조금을 조성
- 중소기업청을 통해 COVID-19의 영향을 받는 독립 라이브 음악 공연장 및 기획·제작자, 홍보 인력을 포함한 라이브 예술·엔터테인먼트 사업 대상으로 지원

□ ‘Mixed Earner Pandemic Unemployment Assistance Act’ 노동취약계층 보호 차원에서 발의⁴⁵⁾

- 민주당 하원의원(Adam Schiff)에 의해 발의되었으며 예술가, 계약직/임시직 근로자를 포

42) 대한무역투자진흥공사 경제·무역 뉴스(2020.05.07.), “美 정부 코로나19 지원책 ‘CARES Act’”

43) 문화체육관광부 해외문화홍보원 해외정책동향(2020.07.13.), ‘[미국] (워싱턴) 7월 주재국 문화예술 등 동향 보고’

44) The Rebel Lounge(2020.07.22.), “SAVE OUR STAGES ACT INTRODUCED IN SENATE BY CORNYN AND KLOBUCHAR”

45) Adam Schiff(미 하원의원 의정보고), ‘Mixed Earner Pandemic Unemployment Assistance Act’

함한 비정규 인력과 실직자 대상으로 실업 보험 혜택과 주당 600달러 지급 및 행정 절차 간소화 등 지원하는 법안임

- 이 법은 실업보험 시스템에서 보완·확장된 것으로 주정부와 노동부의 합의를 통해 시행

② [독일] 연방정부의 정책기조 및 재원마련과 주정비의 긴급 직접지원

□ 10억 유로 문화지원정책 패키지 ‘문화, 새로운 시작(Neustart Kultur)’

- 연방제인 독일의 문화예술 정책은 문화의 다양성을 지향하는 지역분권 이념을 토대로 16개 주(州)정부가 주 헌법에 따라 운용하고 있으며, 독립적으로 지역의 문화시설을 운영하여 직·간접적으로 시민들의 문화활동을 진흥하고, 연방정부는 대외 문화정책 및 문화관련 입법업무를 관장함⁴⁶⁾
- 연방정부는 1인 자영업자 및 프리랜서, 소규모 사업자를 위한 즉시지원금(직원 5명 이하 기준 3개월간 최대 1,200만 원 가량의 9천유로 지원), 공공지원 프로젝트 지원금 반환 요구 포기, 예술가보험 납부금조정 등을 시행하도록 하고, 직접적인 지원정책은 주정부 진행⁴⁷⁾
 - 기금 프로그램 중 적극적 조치로서의 ‘여성예술가 프로그램’과 ‘공동 자금 조달 프로그램’등이 대표적인데, 특히 ‘공동 자금 조달 프로그램’은 베를린에 기반을 둔 독립 예술가들과 단체들이 공동 자금 조달을 해야 하는 경우 외부 자금 기구에 신청서를 제출할 수 있어 수요자가 적극적으로 재원을 마련할 수 있는 방법
- 20년 7월 3일 총 10억 유로(한화 약 1조 3,992억 원)에 달하는 대규모 문화 지원정책 패키지가 연방의회에서 통과되었고, 문화부에서 산발적으로 발표되던 지원정책을 통합하고 4가지 부문으로 나눠서 2021년 말까지 진행 예정임
- 다만 이 지원정책은 코로나 봉쇄령 해제 이후 재개관 시, 즉 포스트 코로나 시기의 문화시설 및 프로젝트, 문화인을 지원하는 대비책에 초점이 맞춰져 있음

<표 2-21> 독일 ‘문화, 새로운 시작(Neustart Kultur)’ 패키지 주요 골자

부문	지원 내용
1. 중소 문화기관과 프로젝트 긴급지원	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업의 시설 문화시설 및 프로젝트 지원금, 프리랜서 예술인 등과의 새로운 업무 계약 지원 • 4억 8천만 유로 (약 6,717억 1,680만원)
2. 문화 시설 재개관 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 공공재정의 지원을 받지 않는 민영 시설 문화기관을 대상으로 방역 설비 및 환기시설 구축, 방문자 동선 최적화 등을 위한 시설 리모델링 • 프로그램의 디지털화 지원 프랑크푸르트 국제도서전 지원 • 2억 5천만 유로 (약 3,498억 5,250만원)
3. 대안 및 디지털 문화 서비스 분야 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 뮤지엄 4.0 콘셉트에 맞는 새로운 프로젝트, 디지털화 등 새로운 포맷으로 문화를 중개하고 연결하며, 이해하는 프로젝트 지원 • 1억 5천만 유로 (약 2,099억 1,150만원)
4. 코로나로 인한 감소 수익 보장	<ul style="list-style-type: none"> • 당초 연방정부의 지원을 받고 있던 문화기관 및 문화 프로젝트 대상 • 코로나로 취소 및 축소되어 감소된 예술가 및 기관의 수익 보장 • 1억 유로 (약 1,339 억 5,300만원)
5. 소규모 지역 방송국 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나로 인한 광고 수익 감소로 어려움을 겪고 있는 소규모 로컬 방송국, 라디오방송국 대상 • 2 천만 유로 (279 억 9,060 만원)
6. 예술가 직접지원	<ul style="list-style-type: none"> • 5천만 유로를 별도 책정하여 예술가 개인에게 직접지원 • 연방문화펀드를 통해서 작가, 번역가, 배우, 음악가 등 각 예술 직종 협회 집행

자료: 한국국제문화교류진흥원.(2020.7.24.), 문화소식 ‘독일 연방정부 총 10억 유로 문화 지원정책 패키지 발표’

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

47) 한국국제문화교류진흥원(2020.3.23.), ‘문화소식-코로나19 위기 속 독일 문화예술계 지원정책’.

[사례] 예술작품의 비대면 디지털 감상과 기부가 가능한 '베를린 플랫폼 (a)live'

- 대중과 문화가 만나는 다양한 플랫폼, 라이브 스트리밍을 활용, 예술작품의 비대면 디지털 감상과 자발적 기부를 장려함을 통해 예술가와 프로젝트를 구체적으로 지원할 수 있는 기회를 제공
- 상원 문화유럽 위원회와 베를린 3pc에이전시의 공동 프로젝트이며, 토론·연극·오페라·콘서트 및 방송과 같은 모든 베를린 라이브 제공의 중심접점으로, 모든 플랫폼의 라이브 스트리밍이 자유롭게 통합 연결됨



자료 : 서울문화투데이(2020.11.19.), '특별기획연재5-코로나시대 해외 문화예술 현장 상황과 정책 방향'
Berlin (a)live (<https://www.berlinalive.de/>)

③ [프랑스] 예술인 권익보장에 대한 국가적 관심 지대, 비대면 콘텐츠의 혁신적 실험

□ 예술인의 생계지원 및 고용에 대한 견고한 제도적 기반에 더하여 일시적 긴급지원책 투입

- 국내에서는 2020년 12월에 예술인보험제도가 통과되었는데, 프랑스는 1936년부터 이미 예술인고용보험 제도 ‘앵페르미땅(Intermittent du Spectacle)’ 를 도입하여 연 30만 명이상이 혜택을 받고 있을 정도로 코로나19 이전부터 예술인들은 최소한의 생계에 대한 제도적 지원을 받고 있었음
- 그러나 코로나19와 이에 따른 봉쇄령, 휴관으로 인해 12개월간 507시간의 유급계약을 갖춰야 하는 앵페르미땅의 실업보상금 조건의 충족이 어려워진 상황에서, 프랑스 정부는 코로나19로 어려움을 겪는 문화예술계 지원을 위해 20억 유로(약 2조8천억원) 투입을 결정하였는데 이는 경기회복을 위한 투입예산 1천억 유로(약140조원)의 2%에 해당하는 금액이며, 생계를 위협받는 배우, 무용수, 무대 디자이너 등 문화예술 종사자들에게 21년 8월까지 1년이 넘는 기간 동안 보조금을 지원하기로 함
 - 참고로 국내에서는 예술인들을 특수고용직으로 분류하여 3개월간 매달 50만원 지원
- 이외에도 문화예술 분야 사업체 및 임금 노동자를 대상으로 일시적 실업수당을 급여의 84%선에서 지급하고 있으며, 조세납부 유예, 임대료 지원, 융자, 대기업 재정투입 등의 방안을 마련하고 있음

□ 공연뿐만 아니라 미술·건축·문화유적·영화·사진·공예 등 다양한 장르에서의 비대면화 시도 돋보임

- 프랑스도 공연계 온라인화에 힘쓰고 있어 20년 3~5월 봉쇄령 기간에는 모든 공연이 취소되었으나 같은 해 10월 봉쇄령에는 일부 무관중 공연 실황 및 녹화재방을 진행함
- 파리필하모닉오케스트라 지난 5월 말부터 총 35편의 영상 소개하며 유수의 공연을 소개하고 있고, 국립극장인 <파리오페라>사이트와 <France.tv> 사이트는 공동으로 ‘라트

라비아타’, ‘바디 앤 소울’, ‘지젤’ 등을 진행하고 있음

- 유수의 공연기관들이 상반기에는 행사를 취소하고 무관중 녹화공연 등 단독프로그램을 선보였다면 하반기에는 현대무용극, 청소년프로그램 등을 아티스트의 인터뷰와 함께 선보여 프로그램 채널이 다양해졌고, 프랑스 내 20개 도시에 위치한 학교, 병원 등에서 라이브로 상영계획을 가지고 있음⁴⁸⁾
- 프랑스의 풍부한 문화자원을 활용하여 전역은 물론 전 세계에서든 명망 있는 프랑스 예술기관의 콘텐츠를 감상할 수 있는 기회가 되고 있으며, 예술기관에서도 새로운 시도들을 실험할 수 있는 계기가 되고 있음

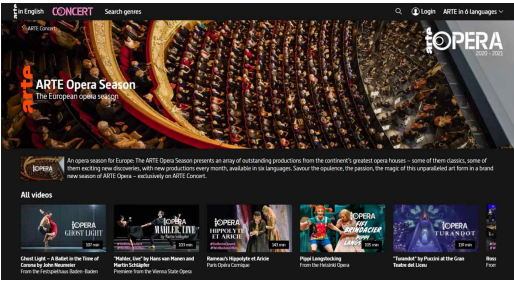
[사례] 프랑스 한국문화원 <프랑스축제, 한국축제, 프랑스 파리 한국문화원> 온라인 공연축제 개최

- 코로나19로 인해서 20년 12월로 계획된 프랑스의 무용축제 ‘Mouvement Sur La Ville’ 축제가 취소됨에 따라, 협력기관인 프랑스 파리 한국문화원이 온라인 공연축제를 12월 3일부터 30일까지 개최
- 프랑스 안무자 2명과 한국인 안무자 3명이 교류하며 작품을 창작하고, 온라인 공연 플랫폼을 통해 국제무대에 작품을 선보임


[사례] 랜선으로 감상하는 프랑스 전시회, 공연, 팟캐스트

- 프랑스 전역의 문화예술공연이 제공하는 전시회, 공연영상, 팟캐스트를 통해 온라인으로 프랑스의 문화예술 유산투어를 가능하도록 하고 있으며, 구글 아트 앤 컬처 등과의 협력을 시도하고 있음
- 프랑스 관광청에서는 20년 초부터 베르사유궁전, 라스코 동굴탐험과 같은 프랑스의 문화유적, 오르세, 지베르니, 퐁피두센터 등 박물관에서 시행하는 온라인 전시를 적극적으로 홍보
- 로댕미술관 정원에서의 전시투어, 루브르 박물관 보이소버 전시 등 시청각을 만족시키는 콘텐츠들도 적극적으로 제공하고 있음

- 문화예술전문채널 아르테(ARTE)



- 퐁피두센터 VR전시



[사례] 온라인 문화예술공연 및 전시에서의 새로운 시도들

- 프랑스국립오케스트라 랜선 합주



봉쇄령으로 인해 자가격리 중인 국립프랑스오케스트라 단원들이 각자의 공간에서 랜선합주라는 새로운 방식의 오케스트라 공연을 선보임

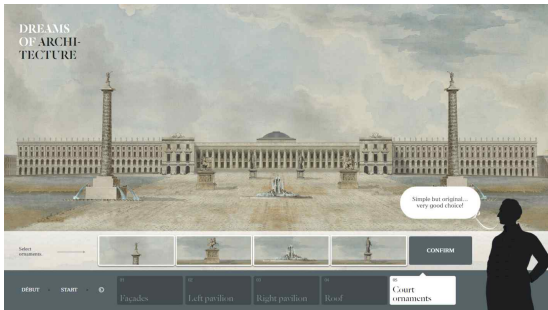
- '보르도미술관 범죄사건' 게임



건축물, 미술관, 전시 등을 추리나 미션달성 게임과 접목하여 관객이 재미있게 현대예술을 이해

48) 서울문화투데이(2020.11.19.), ‘특별기획연재5-코로나시대 해외 문화예술 현장 상황과 정책 방향’

-베르사유궁전 온라인 전시 '꿈에 그리던 건축물 Architectures Rêvées'



베르사유궁전을 짓는 건축가가 되어 궁전을 만들면서, 베르사유의 건축양식들을 접하는 게임

-여러 문화예술기관이 제공하는 온라인 클래스

Live online conversations

By registration only

Share [Email] [Facebook] [LinkedIn] [Twitter]



Gold, from the Atom to the Workshop
February 17th and 18th

the color, the radiance, and especially the com-
avorite metal of Humans to create jewels, ador-
; gold can take different shapes, from the most
rystalline shapes. In jewelry, to create volume

They are approaching gold in particularity

- 그랑팔레, 레 파리 드 라르(Les Paris de l'Art), 파리 시립 미술관(Musées de la ville de Paris) 미술사강의
- 반 클리프 앤 아펠 보석 가공학교 온라인 클래스
- 오르샹(Horschamp), 루이 뤼미에르 영화학교(Institut Louis Lumière) 영화마스터 클래스
- 아티스트 아카데미(The Artist Academy) 및 스튜디오 아르쿠르(Studio Harcourt) 협업의 사진 클래스

자료: 프랑스 관광청(<https://kr.france.fr/ko/news/list/culture-a-la-maison>)

④ [영국] 예술 디지털화 및 융합작품에 대한 꾸준한 투자와 시도

□ 문화예술단체의 고용 및 재정 지원과 함께 새로운 방식의 작업을 강화하도록 지원

- 경제적 차원에서 예술산업이 차지하는 지대한 영국은 극장 및 예술단체에 고용 및 재정지원에 힘쓰고 있으며, 새로운 방식으로 작업을 강화할 수 있도록 돕고 있음
- 영국예술위원회(ACE)는 예술지원 집행을 담당하는 기관으로 1억 6천만 파운드(약 2,366억 원) 규모의 긴급지원(emergency response package) 편성하여 NPOs(National portfolio organizations)지원사업을 통해 바비칸센터, 로열오페라, 런던심포니 등 잉글랜드 대표 문화예술 기관 중심으로 지원(약 56.3%)하고 개인예술인은 예술보조금을 통해 예산의 12.5%(약 2천만 파운드)를 투입하여, 1인 최대 2,500파운드를 지원함
- 또한 영국예술위원회는 문화회복기금으로서 ‘캐피탈 키스타트 펀드’를 통해 코로나 19로 인한 자금부족을 증명할 수 있는 기존 보조금 보유자를 대상으로 5,500만 파운드 지원, BBC와 협력해 ‘격리기간 중 문화기금’을 신설해 크리에이티브 미디어를 활용해 새로운 작품을 제작하는 예술가에게 최대 8천 파운드 지원
- 예술가뿐만 아니라 기술자, 생산자 등 그 분야 프리랜서 노동자를 지원하는 기금에도 추가로 투자하고 있음

□ 비대면 공연영상에 대한 지속적인 투자와 시도로 혁신적 사례를 생산49)

- 영국은 이미 2000년대 초부터 온라인 공연, 영상과 기술이 접목된 다양한 하이브리드 작품을 내놓았고, 꾸준히 새로운 시도가 이어짐
- 영국 정부는 공연예술의 영상화와 디지털화에서 최우선으로 해결해야 할 문제가 자금과 인력 부족이라고 판단하고, 2012년에 BBC와 영국 예술위원회 공동으로 더 스페이스(The Space)재단을 설립하여 영국 예술 디지털화에 핵심 역할을 하도록 함
- 더 스페이스는 영국 예술 디지털화에 핵심 역할을 하고 있는 재단으로 1년에 800여개 단체에 지원 활동, 창작과 아카이빙 지원 뿐 아니라, 마케팅이나 유통 방면의 다양한

49) 예술경영지원센터(202011.01), ‘더아프로 포커스-공연예술 영상의 진화: 영국을 중심으로’

교육 프로그램도 제공함

- 예 : 경험과 지식이 없는 예술가들에게 실제로 적용할 수 있는 디지털 전략 교육, 온라인 공연의 관객을 파악하고 개발하는 데 도움이 되는 '툴킷(toolkit)'을 만들어 보급

[사례] 온라인 공연 플랫폼 'Digital Theatre(구독형)' 및 'NT live'(상영형)

- 'Digital Theatre'는 2009년에 세계 최초로 출시된 온라인 공연 구독 플랫폼으로, 바비칸센터, 로열 오페라하우스 등 50여개 기관 가입, 아카이빙 플랫폼, 회원제 운영
- '즐겁고 도전적이고 영감을 줄 수 있는 높은 수준의 작품을 만들어서 가능한 한 많은 관객들에게 보여주는 것'이라는 기관 미션에 맞게, 2009년에는 영국 국립극장의 NT 라이브도 시작되어 10년간 80여 작품이 21개 무대에서 3,500개 상영관으로 중계되어 900만 명에 달하는 관객을 축적하였고, 2019년에는 1년 동안 영국 국내 700개 상영관에서 1만 1천회 이상, 해외에서는 2천 5백회 이상 상영, 안정적 수입원으로 자리잡음(2017-18 디지털수입은 640만 파운드(약93억원)로 국립극장 전체 수입의 6% 차지)

[사례] 세계 최초의 VR 시어터 플랫폼 'LVR'

- 2019년 영국에서 만들어진 세계 최초의 VR 시어터 플랫폼으로 주로 소극장 연극, 에든버러 프린지 공연들, 스탠드업 코미디 등을 VR로 서비스
- 한화 8천원 정도 회비를 내고 가입을 하면 IVR 모바일 앱을 설치하고, 무료로 보내주는 VR 헤드셋을 머리에 착용하면 보이는 빨간색 포인트를 원하는 아이콘에 올려놓으면 자동으로 플레이되고 극장에서 가장 좋은 좌석에서 360도 촬영한 콘텐츠를 즐길 수 있음



자료 : 예술경영지원센터(202011.01), '더아프로 포커스-공연예술 영상의 진화; 영국을 중심으로'
서울문화투데이(2020.11.19.), '특별기획연재5-코로나시대 해외 문화예술 현장 상황과 정책 방향'

⑤ [싱가포르] 코로나19에 지속가능한 예술을 위한 패키지 지원

□ 싱가포르 예술위원회 '예술 및 문화회복력 패키지(ACRP)'

- 타 국가와 마찬가지로 싱가포르에서도 기금(Central Provident Fund) 통한 재정지원을 하고 있는데, 이와 함께 문화예술단체 근로지원 강화 및 문화부 소유 부동산 임대료 면제 등 '재정' 과 '교육' , '디지털화' 를 패키지로 지원함
- 코로나로 인해 활동이 중단되는 시간을 활용해 예술 자영업자 및 예술단체 직원 역량 강화 기회를 제공하고(CDSA(Capability Development Scheme for the Arts), 이 밖에도 온라인 과정 교육 및 위탁교육 패키지인 ETSP(Enhanced Training Support Package)를 출시하여 지원함

□ 예술 문화 단체 일자리 지원 제도 강화 및 싱가포르 문화공동체청소년부(MCCY50) 소유 부동산의 세입자에 대한 임대 면제

- 정부는 Central Provident Fund(CPF)에 있는 각 현지 직원의 월 총 임금 중 처음 4,600 달러에 대해 25%를 공동 자금으로 지원함
- 싱가포르 문화공동체청소년부 소유 부동산에 등록된 예술단체를 포함한 적격 세입자는

50) 대한민국의 문화체육관광부에 대응되는 싱가포르 정부 중앙부처(Ministry of Culture, Community and Youth)

최대 4개월의 임대료 면제를 지원함

□ CDSA(Capability Development Scheme for the Arts) 교육 프로그램 제공

- COVID-19 상황으로 인한 중단 시간 동안 예술 자영업자(SEP)와 예술단체의 직원이 싱가포르에서 열리는 교육 프로그램을 통해 능력을 향상시키고 성장시킬 수 있도록 지원
- NAC 위탁 교육 프로그램, 다양한 온라인 과정 교육 프로그램, 예술 기업을 위한 강화된 교육 지원 패키지인 ETSP(Enhanced Training Support Package)를 출시하여 지원

<표 2-22> 싱가포르 예술위원회 예술 및 문화 회복력 패키지 (ACRP)

구분	지원 항목	예술 및 문화회복력 패키지 내용
단체 지원	급여 지원	임금의 25%까지 지원
	연수 지원	수업료의 90%까지 지원 부재자 급여 (absentee payroll) 시간 당 S\$10(한화 약 8,670 원)까지 지원 역량개발지원사업 (CDSA)
	디지털화 기금	디지털예술기획지원금 (DPG): 프로젝트 별 SGD20,000(한화 약 1,730 만원)까지 지원
	임대료 면제	최장 4 개월까지 지원 (문화부 소유 공간에 제한)
	소득세 지불 연기	법인소득세 : 3 개월 자동 연장 (2020년 4월 -6월) 개인소득세 : 3 개월 자동 연장 (2020년 5월 -7월)
개인 지원	급여 지원	프리랜서소득구제 (S\$9,000), 인력특별지원 (S\$3,000), 단기구제기금 (S\$500) NTUC 케어기금 (S\$300)
	연수 지원	NTUC 연수기금 (시간 당 S\$10, 수업료의 90%까지 지원) 연수비용 시간 당 S\$10 까지 지원, 역량개발지원사업 (CDSA)
	디지털화 기금	디지털예술기획지원금 (DPG): 프로젝트별 SGD20,000(한화 약 1,730 만원)까지
	소득세 지불 연기	3 개월 자동 연장 (2020년 5월 -7월)

The screenshot shows the National Arts Council Singapore website. At the top, there is a navigation menu with links for 'About Us', 'What We Do', 'Singapore Arts Scene', 'Events', 'Media Centre', 'E-Services', and a search bar. Below the navigation, there is a breadcrumb trail: 'What We Do > Supporting The Industry > Sustaining the Arts during COVID-19 > Arts and Culture Resilience Package (ACRP)'. The main heading is 'SUSTAINING THE ARTS DURING COVID-19'. Underneath, there are 'Latest Updates' for 'Arts and Culture Resilience Package (ACRP)' and 'Arts and Culture Sector Advisories'. A red notice states: 'Applications for the Digital Presentation Grant (DPG) and the Capability Development Scheme for the Arts (CDSA) have closed as of 14 September 2020, 5pm. For details on NAC Grants, please visit: https://www.nac.gov.sg/whatwedo/support/funding.html'. Below this, there is a list of support schemes with right-pointing arrows: 'ARTS AND CULTURE RESILIENCE PACKAGE (ACRP) OPERATING GRANT', '[ENHANCED] JOBS SUPPORT SCHEME FOR ARTS AND CULTURE ORGANISATIONS', '[ENHANCED] RENTAL WAIVERS FOR TENANTS ON MCCY-OWNED PROPERTIES', 'VENUE HIRE SUBSIDY FOR PERFORMANCES, EXHIBITIONS, REHEARSALS AND WORKSHOPS', 'CAPABILITY DEVELOPMENT SCHEME FOR THE ARTS (CDSA)', and 'DIGITALISATION FUND (DF)'.

자료: 임학순(2020), 「포스트코로나 시대의 문화뉴딜 정책토론회」(2020.06.29.) 발제문, 싱가포르예술위원회(<https://www.nac.gov.sg/whatwedo/support/sustaining-the-arts-during-covid-19/acrp.html>)

⑥ [대만] 문화소비 진흥 바우처 발행⁵¹⁾

□ 대만 ‘예술 FUN 쿠폰’을 전체 인구의 10%에 배포하여 문화예술 시장 소비 진작

- 코로나19는 세계 경제와 문화예술 시장의 침체와 타격을 가져왔으며, 7월에는 1인당 600대만달러(한화 약 2만4천원)에 해당하는 문화상품권인 ‘예술 FUN 쿠폰’을 발급했는데, 60만 명분의 제한된 쿠폰을 신청하기 위해 대만 인구의 절반인 300만 명이 몰렸으며 무작위 추첨제를 실시함
- 총 3억 2천억 대만달러(약 129억 원)의 가치를 창출했으며, 높은 호응에 힘입어 이후에 ‘예술 FUN 쿠폰 2.0’을 재실시하되, 청소년 및 아동, 고령자, 심신 장애인 등 문화소외계층을 위주로 배부하였음
- 이 쿠폰은 사용범위가 넓은데 지역 농산물 판매 장소에서의 특산품을 살 수도 있어, 앞서 살펴본 지난 8월에 배포한 우리나라의 문화소비할인권이나 온누리 상품권, 통합문화이용권과 같은 복합적인 기능을 하고 있는 것으로 보이는데, 대만 시민들은 주로 출판, 극장, 예술 공연 등에 이 쿠폰을 사용한 것으로 집계되었음

51) 한국국제문화교류진흥원(2020.8.31.), ‘문화소식-코로나19에 따른 대만의 문화 활성화 정책’.

4. 종합 분석

□ 사회문화적 환경변화로 인한 ‘문화예술의 사회적 가치 증대’

- 문화예술 분야가 4차 산업 혁명 등 사회 혁신의 핵심영역으로 그 가능성이 점차 커지는 가운데, 미래 기술과의 융합과 활용에 있어 문화예술의 사회적 효용 및 가치 제고 움직임이 더욱 활발해질 전망
- 개인의 삶의 질 향상에 있어 문화예술의 중요성이 점점 중요해짐에 따라 국가정책에 개인의 문화적 권리가 중요한 화두로 등장하고 있으며, 사회 복리 측면에서의 문화적 영향력 확대
- 2010년대 이후 지역에서 문화분권을 준비하기 위한 기반을 마련하는 계기가 생겨나면서, 지역문화분권 실현을 위한 대표과제로 지역문화의 고유성 유지·발전, 지역 내 문화자치 역량을 위한 기반조성, 지역주민 참여 활성화를 위한 체계마련 등을 통하여 문화예술이 가진 사회적 역량이 지역을 중심으로 확산될 수 있었음

□ 문화 향유와 소비 간의 경계가 모호해지는 문화예술 분야의 다중 정체성 강화

- 언제 어디서든 연결되는 보편적 네트워크를 가진 스마트미디어로 인해 일상생활에서의 문화 소비와 참여가 확산되고 있음
- 디지털 컨버전스로 인한 콘텐츠의 확장으로 콘텐츠 소비 방식이 단순 소비에서 진화, 사용자의 직간접적 명령이나 요구에 적응적으로 반응하는 체감형 또는 상호작용형 참여와 경험 공유로 변화
- 지역에서의 문화적 환경은 단순히 공간 및 환경 정비사업이 아닌 커뮤니티 및 공동체성의 회복 과정으로써 구성원의 삶의 기억, 역사문화유산, 역사문화경관, 지역공동체 등 유무형 자산 발현에 이르는 경계가 모호한 다중 정체성으로 확산됨

□ 새로운 플랫폼의 등장과 문화 소비방식 변화에 따른 비대면/온라인 문화 활동 증가 예상

- 언택트는 부정 접두사인 un과 접촉을 뜻하는 콘택트(contact)의 합성어로 비대면·비접촉 방식을 가리키는 신조어로, 사람들간의 물리적 접촉을 최소화하는 사회적 거리두기가 강조됨에 따라 원격교육, 원격진료, 원격금융 등 비대면 서비스가 폭발적으로 성장
- 비대면 콘텐츠의 급격한 부상과 홈 루텐스 문화의 확산은 기존 문화예술의 창작과 제작 - 유통 - 소비와 향유, 교육 등과 같은 문화예술분야 가치사슬 전반에 큰 영향
- 과거 4차 산업혁명의 도래와 관련하여 제시되었던 문화예술과 첨단기술과의 결합이 코로나19를 계기로 더욱 가속화되고 앞당겨질 것으로 예상
- 비대면 콘텐츠가 크게 인기를 얻으면서 VR(Virtual Reality), AR(Augmented Reality), MR(Mixed Reality)와 같은 실감·체감 기술에 대한 수요 또한 더욱 커질 것으로 예측됨

□ 문화 경험에 대한 일반적 인식 범위 확대 및 온라인 활동에 대한 적극적인 지원 필요

- 창의성이 중요한 삶의 경쟁력으로 작동되는 창조경제의 시대에는 문화예술교육이야말로 21세기형 ‘문화시민’ 육성의 필수요건 이 되고 있음
- 수동적 의미의 향유 혹은 활동의 범위에 머무르지 않고, 지역의 공동체성을 회복하고, 사회적 문제를 해결할 수 있는 주요한 요소로서 ‘생활 속의 문화’ 활동 전개
- 불확실성의 시대를 타개할 수 있는 다양한 공동체 활동 등의 적극적 사회 활동으로서

문화 활동의 범위 확대

□ 오프라인에서의 온라인으로의 단순 전환이 아닌 문화예술의 ‘디지털 소통’의 방식 모색 필요

- 디지털과 문화예술, 새로운 세계의 패러다임을 구성하는 주요한 핵심 요소로서 소비문화와 체험문화라는 새로운 공간을 창출하고 하고 있으며, 예술가와 감상자의 경계를 해체시키고 경계 간의 소통을 촉진 시키는 멀티미디어가 발전됨
- 이와 같은 멀티미디어의 발전은 단순한 오프라인 활동의 대체제로서 온라인 소통이 아닌 ‘온라인 디지털 소통’에서 필요한 새로운 언어와 방식을 필요로 함
- 문화예술이 가진 다양성과 OSMU 특징을 적극적으로 활용하고, 이를 확산 시킬 수 있는 방법론에 대한 고민 필요

□ 단순 예술 유통이 아닌 예술을 매개로 이뤄지는 지역공동체의 ‘관계성’에 집중한 전략 마련

- 지역의 문화역사자원은 지역주민의 고유한 삶과 밀접한 관계를 맺게 되므로 자원의 보전과 활용에는 지역주민의 동의와 참여가 필요
- 주민들이 주체적으로 참여하는 문화, 협력네트워크를 통해 다양한 관계망을 열어나가는 복지적 의미의 문화활동, 이를 통해 지역사회와 개개인들의 긍정적 순환구조를 만들 수 있는 계기 마련

<표 2-23> 코로나19 발생에 따른 거시적 환경변화와 문화예술 분야 영향

거시적 환경변화		문화예술분야 영향	
정치/국제 관계	<ul style="list-style-type: none"> • 각국 정부의 위기대응능력 실험대 • 글로벌 리더십 실종, 선진국 신화 붕괴, 국제기구의 실패 • 새로운 통제사회, 스마트 국가(빅브라더)의 출현 • 공공의료체계, 질병관리(위기대응)시스템의 중요성 • 대규모 긴급지원패키지 정책, 기본소득 논의 점화 	→	<ul style="list-style-type: none"> • 중앙집중식 통제에 따른 방역조치로 문화시설 휴관 및 사회적 거리두기 실시 • 공연, 전시, 축제 등 중단·취소·연기로 문화예술활동 위축 • 코로나 대응 문화예술분야 지원정책 추진 • 기본소득제도 도입 논의
경제	<ul style="list-style-type: none"> • 세계적 경제위기(불황) • 리쇼어링(Reshoring)/공급망의 재편 • 노동시장 충격(일자리 대체와 Gig노동 증가), 불평등의 심화 • 온라인/비대면 경제(untact economy)의 부상 	→	<ul style="list-style-type: none"> • 예술인·단체 소득 감소, 고용불안정 심화, 이탈 증가 • 예술시장 매출 감소, 영세한 예술단체·사업체 도산 • 비대면콘텐츠 관련 직업 출현 및 확대 • 글로벌 공급망의 의존도를 줄이는 방향으로 예술생태계 가치사슬체계 재편
사회	<ul style="list-style-type: none"> • 상시적 위기(재난)사회 도래, 사회적 거리두기의 일상화 • 재택근무(스마트오피스), 온라인 교육 • 홈 루덴스(Home Ludens) 문화 확산 • 안전에 대한 심리적 과잉, 코로나블루, 고립, 혐오와 갈등, 디지털 격차 	→	<ul style="list-style-type: none"> • 예술분야 스마트오피스 확대 • 온라인·비대면 제작, 유통, 향유, 교육 증가 • 예술대학교육 변화 • 코로나블루, 소외와 고립, 혐오와 갈등에 대한 문화예술 수요 증가
기술	<ul style="list-style-type: none"> • 5G 네트워크 기반 4차 산업혁명 가속화 • VR, AR 등 체감기술 강조 	→	<ul style="list-style-type: none"> • OTT 사용량 증가 • VR/AR, AI, 블록체인 등 기술과 예술의 결합 가속화, 디지털 전환 가속화
생태	<ul style="list-style-type: none"> • 지구의 인간에 대한 경고 • 지구의 재발견: 일시멈춤으로 되살아난 환경생태계 	→	<ul style="list-style-type: none"> • 기후변화, 환경이슈에 대한 문화예술적 접근방식 확대

자료 : 양혜원 외(2021), 「코로나 19가 문화예술부문에 미친 영향 및 정책대응 방안 연구」, 한국문화관광연구원, p.9~34

□ **코로나19 발생으로 인해 급변하는 문화예술계에 대한 제도적 대응**

- 국내의 대응양상은 국제적인 양상과 유사한 방향으로 나타나고 있으며, 주로 융자 및 세제지원 등의 재정지원, 창작활동 지원, 비대면 지원 등의 형태로 대응하고 있으며, 따라서 국내 문화예술분야에서도 국제적 기준을 준용하면서도 뒤처지지 않는 선제적 대응을 하고 있다고 평가함
 - 국내에서도 예술인고용보험제도의 우선시행('20.12월), 통합지원플랫폼 '아트누리'구축, 각 문화예술기관 및 지역 차원의 연구조사 등
- 특히 우리나라에서는 20년부터 한국형뉴딜 사업을 시행하면서 특히 디지털산업에의 집중 투자하고 있는데 단순한 문화예술분야 경기부양 및 일자리 지원책이 아닌 비대면 시대의 새로운 문화예술 향유플랫폼과 향유콘텐츠를 준비하는 선제적 대비로 보임

□ **중앙과 광역의 역할 측면에서, 중앙 중심의 위기관리 체제와 지역 주체성 발현에 주목**

- 지역 차원에서는 지자체 또는 지역문화재단이 중앙의 정책을 실제로 수행하는 주체가 되면서 실질적으로 문화예술에 대한 지원책을 조달하고 있으며, 긴급구호 또는 적극적인 창작 지원의 유형 등 지원방식과 내용, 요건 등이 여러 양상으로 나타나고 있음
- 또한 현장에서의 자생적 노력과 시도들을 뒷받침할 수 있는 보조적 역할로서의 정책에서 나아가, 사업 진화 방향성 및 지역문화진흥원 새로운 역할에 대한 모색이 필요해짐

□ **해외에서는 코로나 이전부터 지속되어온 비대면 콘텐츠의 활성화 및 다각화가 빠르게 진행 중**

- 국제기구 또는 서구권의 경우에는 코로나19 이전부터 프랑스 '앵떼르미땅' 과 같이 이미 비정규직을 포함한 예술인의 기본 생계와 고용보장을 위한 제도 및 조직(민간단체와 협회)가 발달해왔으며, 코로나19의 확산은 이에 대응한 제도적 보완과 지침을 구체화하는 계기가 됨
- 영국의 사례에서 볼 수 있듯 코로나19 이전부터 공연예술의 대중화 차원에서 영상화 작업을 시도해오며, 영화관에서 공연을 상영하거나 실시간 상영을 시행하였고 다수의 관객층과 수입원을 유지하며 흥미있는 비즈니스 영역이 됨
- 일시적 지원과 구호가 아닌, 기존에도 논의되어 왔던 '예술가가 자립할 수 있는 수입 기반' 과 '창작과 향유가 만날 수 있는 접점' 에 대한 고민이 코로나 시대에 맞춰 재정비되어 하며, 이를 제도, 재정지원, 교육, 플랫폼 지원 등 어떤 형태를 취해야 적합한지에 대한 고민, 다양한 인센티브 고안, 세계적 네트워크 활용을 고려해볼 수 있음

□ **투입에 따른 산출이 명확한 1차 지원에 집중하여, 향유와 참여 관점에서의 지원 필요**

- 예술인 생계안정을 위한 집중 지원 형태로 이루어지고 있는 현재의 대응은 명확한 대상, 시급성에서 가장 큰 효과를 고려한 대응이라고 할 수 있음
- 예술가 또는 창작자 대상의 지원에 치중하는 만큼 상대적으로 향유 부분에는 미진하며, 그마저도 '향유' 를 문화의 소비개념에서 우선적으로 투입되고 있는 바, 문화 활동이나 참여 측면에서 대응하는 방안으로의 보완이 필요
- 향유자의 문화경험 확대는 궁극적으로 수요와 이에 대응한 생산을 만들고 순환적인 생태계가 유지될 것이며 이러한 문화경험은 정신적인 일상회복에 긍정적 영향을 줄 수 있는 사회적 가치로서 작용할 것임
- 향유자의 참여를 확장시키는 차원에서 문화가 있는 날 사업의 가치와 역할이 기대되며 코로나19로 인해 응축되고 제한된 문화예술참여욕구를 발현시킬 수 있는 채널이 될 것임

코로나 관련 주요 이슈	① 문화예술의 가치 및 역할 변화	② 향유자 관점 위기상황에 대응	③ 비대면 환경 조성
	정서·감성 치유: 문화예술을 통한 힐링 공동체성 회복: 문화관계망 구축 지역성 회복: 문화정체성 확립 (고유성, 차별성) 사회적 갈등 해결: 문화적 접근 필요	문화 개념·범위 전환: 사회환경 변화 반영 문화권 제고: 문화안전망 구축 (향유자) 문화관계망 구축: 관계기반 가치사슬 형성 문화다양성 증진: 문화예술 다양성 제고	비대면 향유를 위한 온라인 플랫폼 운영 ICT 기술과 문화예술의 융복합화 추구 대면프로그램과 비대면 프로그램 유기적 연계 운영 (프로그램 성격 및 상황 고려해 방식 채택)
↓	↓	↓	↓
기획 사업 적용 결과	'문화의 사회적 가치'에 대한 인식 확산 및 직접 체험기회 제공	기존 문화향유 패턴의 양적·질적 변화 도모 (경계, 범위, 관점, 방식 등 변화)	온라인·디지털화 추세에 적합한 사업 환경 조성 및 문화예술의 가치 유지하는 선에서 유연성 강조
	↓	↓	↓
	[Key-Word] 문화의 사회적 가치(역할) + 관계 및 과정 중심 + 지속가능성과 일상성 확보 + 다각화 및 유연화 추구 + 플랫폼 기반 사업 + 사업 간 유기적 연계성		
	↓	↓	↓
	구분	현재	변경(안)
목표	문화의 일상화 (일상 속 문화예술 향유·소비 기회제공)	문화의 가치화 (문화 가치 체험 및 인식 전환 계기 제공하는 마중물 사업)	
효과	사업 시행 기간 내 효과 집중 (문화향유 경험 ⇒ 문화가 있는 삶)	사업 시행 전후 효과 집중 (문화향유 경험 ⇒ 문화가 있는 삶): 단계별 지원	
대상	수동적 문화향유자(객체) 전제	적극적·자발적 문화소비자(주체) 전제	
구조	과정 중심형 사업 구조 미흡 (제한적 도입)	과정 중심형 사업 구조 구축	
	개인(그룹) 변화를 통한 지역(공동체) 효과 도모	관계망·가치사슬 구축을 사업의 본질적 목표로 설정	
방식	사업별 특화 지원 명확 및 개별 추진	사업 간 통합·연계 추진 가능성 확보 (사업 간 관계 규정)	
	지문원 내 기획사업 전용 비대면 플랫폼 미보유	비대면 활동 및 홍보 강화를 위한 온라인 플랫폼 구축	
	정형화된(제한적인) 가이드라인 설정 및 권장	사업의 유연한 운영 및 추진방식 다각화 (단체 선정 기준 및 지원/평가체계 반영)	
	규정과 절차의 복잡함으로 인해 새로운 유형 시도 어려움	참여단체와 향유자가 제안하는 신모델 추진 가능성 확보 (Bottom-Up)	

[그림 2-16] 코로나 이슈 대응을 위한 기획사업 발전 방향

□ 문화예술을 소비하는 새로운 축으로서 비대면 콘텐츠의 등장과 그 향유 및 창작 방식의 발전

- 예술, 특히 공연예술은 현장성, 폐쇄성, 단일성, 관객과 예술인과의 상호작용에 기반해 향유되는 특성을 가지고 있는데, 코로나19 이전부터 무대·음향·촬영기법 등의 기술의 발전과 그 활용양상이 변모하고 있었으며, 영상을 통한 감상, 문화기술을 활용한 참여형 관람 등 관객의 소비 방식 변화가 있었음
- 코로나19로 주거지 밖 활동이나 군중과의 사회적 거리두기가 일상화되면서 시간적·공간적 한계를 극복할 수 있는 이러한 매체를 통한 관람이 폭증하였고 쌍방향 소통 가능, 무대와 관객석의 거리 압축 등의 순기능으로 인해 더욱 각광받게 됨
- 그러나 예술이 가진 일회성, 일시성, 희소성은 퇴색되었고 공연장에서의 상호작용은 현실적으로 단절될 수밖에 없게 되면서, 비대면 형태의 향유 방식과 대면/비대면 공연의 선택 및 적절한 균형에 대한 고민들이 여전히 산재해있음
- 일찍이 비대면 콘텐츠가 대면 콘텐츠의 대안이 아니라, 별도의 콘텐츠 축으로 자리잡은

영국 등지에서는 대면과 비대면에 대한 예술의 정체성 논란에 대해서는 이미 논의의 문제로 치부하며 온라인은 공간 제한을 넘는 새로운 기회로써 받아들여지고 있음⁵²⁾

□ **기획사업이 본연의 역할을 고려, 새로운 공간과 방식에 따른 새로운 향유방식 고민 필요**

- 포스트 코로나가 아닌 위드코로나를 논해야 하는 시기에 문화의 가치를 고민하고 여기서 문화가 있는 날 사업이 맡아야 할 역할에 대해 고민하고, 현장성 기반 예술을 어떻게 지속해야 할지 의견을 모아야 함
- 코로나19의 유행으로 인한 문화향유 패턴의 양적·질적 변화와 관계없이 문화의 일상적 권리를 보장하고, 요구되고 있는 사회적 가치에 대응하는 방안들을 고안하고자 함
- 사업수행 장소에 대한 개념을 가상의 공간까지 확장하고 공간 제한을 넘는 새로운 기회로서 활용할 수 있는 방안과 보조장치들을 마련해야 함

52) 김준영(2018.12.) '영국의 '디지털 시어터(Digital Theatre)'와 창작진들의 고민', ILOVESTAGE, 뉴스와 이벤트.

Ⅲ. 기획사업 현황진단

1. 사업 추진개요
2. 2020년 기획사업 추진 결과
3. 2020년 기획사업 추진성과 및 효과
4. 2020년 기획사업 코로나19 대응성과
5. 종합 분석

1. 사업 추진개요

1) 배경 및 근거

① 도입 배경

□ 개인의 문화적 권리 중시 및 삶의 질 제고 방안에 대한 사회적 관심 증가

- 2004년 7월 이후 ‘주5일 근무제’ 실시 및 2018년 ‘주52시간 근로시간 단축제도’ 부분 실시로 개인의 여가 확대에 대한 사회적 관심이 증가함
- 또한 2017년, 고용노동부 ‘일·가정 양립과 업무 생산성 향상을 위한 근무혁신 10대 제안’ 발표 등 워라벨 가치의 사회적 확산으로 삶의 질 제고 방안과 문화의 역할에 대한 관심 증가
 - 근로시간 단축에 따른 생활변화에 대한 조사 결과, ‘휴식을 통한 정서적·신체적 안정’(45%), ‘가족과 함께하는 시간 증대’(42.4%), ‘여가활동을 통한 개인적 즐거움 및 자기만족 증대’(40.1%) 순으로 응답⁵³⁾

□ 국민의 전반적 문화향유 욕구 및 여가활동 수요 증가추세 지속

- 국민들의 문화예술행사 관람률은 ‘14년 71.3%에서 ‘19년 81.8%로 꾸준히 증가했고 관람 횟수 또한 ‘14년 평균 5.0회에서 ‘19년 평균 6.3회로 증가하는 등 국민들의 문화향유에 대한 수요는 증가추세였음⁵⁴⁾
- 한편 동일조사를 2020년에 시행한 결과에 따르면, 문화예술행사 관람률은 19년 대비 21.3%p 하락(81.8%→ 60.5%), 연 관람횟수 19년 대비 3.2회 하락(6.3%→3.1%)하여 지속적으로 증가하던 문화향유활동 수요에 제동을 가져옴⁵⁵⁾
- 여가 활용 시의 문화예술활동에 대한 수요도 증가하고 있어, 2019년 통계청 사회조사 결과 현재(주중·주말) 대비 향후 문화예술 관람 및 참여를 희망하는 비율이 다른 여가 활동 사이에서 상위로 집계됨

<표 3-1> 2019 여가 활용 현황 및 향후 희망 여가(복수 응답, 단위 : %)

구분	TV시청	휴식 활동	컴퓨터게임 인터넷 검색 등	취미, 자기개발 활동	스포츠 활동	문화예술 관람	사회 및 기타 활동	스포츠 관람	관광 활동	문화예술 참여	기타
주중	79.2	69.0	39.5	23.6	13.6	11.0	9.5	4.5	3.7	2.9	0.2
주말	69.7	68.9	31.3	18.6	13.9	19.5	15.3	4.9	16.7	2.4	0.2
향후	17.9	27.5	9.7	46.7	24.4	38.9	18.5	10.8	70.0	10.7	0.2

자료 : 통계청(2019), 「2019 사회조사 결과」

□ 매달 마지막 주 수요일, 국민 문화향유기회 확대를 위해 2014년부터 시행

- 「문화기본법」 12조 2항에서는 ‘국민이 일상에서 문화를 향유할 수 있도록 문화체육관광부장관은 별도로 문화가 있는 날을 지정·운영’ 하도록 명시하고 있으며, 이에 근거를 두어 매달 마지막 주 수요일에 영화관, 공연장, 박물관, 미술관, 도서관, 문화재, 스포츠시설 등 2,000여 개 이상의 문화시설 할인 또는 무료 관람, 야간개방 등을 진행하게 됨
- 또한 2015년부터는 기획사업을 실시하여 시설, 지역, 계층별 맞춤형의 다양한 기획사업을 대폭 확대하여 운영하게 되었으며 프로그램 수, 참여 문화거점 및 운영시설 수, 참여 문화예술

53) 지역문화진흥원(2018), 「근로시간 단축에 따른 문화생활 변화 실태조사」.

54) 문화체육관광부(2020), 「국민문화예술활동조사」.

55) 문화체육관광부(2020.12.9. 보도자료), ‘생활권 내 여가생활과 비대면 문화 활동 증가’

단체 수, 수혜자 수에서의 지속적 성장을 이룸

- 2017년에는 기존 매월 마지막 주 수요일에만 진행하는 것을 ‘문화가 있는 날 및 그 주간’으로 확대운영을 시작했고 휴가철 등의 계기별 운영을 시행하여 현재 2천여 개 문화시설을 할인 또는 무료로 즐길 수 있음
- 점차 개인의 문화향유 ‘기회’ 제공에서, 수요 기반의 ‘경험’을 할 수 있는 계기를 제공하는 방향으로 확장해나가고 있으며, 다양한 기획사업을 통해 민간단체와 협력하고 지역 내에서 주도하는 지역 문화생태계 구축의 방향으로 발전해가고 있음

문화가 있는 날 주요 혜택 및 참여 문화시설 유형

- ① 국·공립 박물관, 미술관 무료관람 또는 할인, 연장개관 및 특별프로그램 운영
- ② 4대 고궁, 종묘, 조선왕릉 등 문화재 무료 개방
- ③ 국립공연시설 자체 기획공연 할인
- ④ 도서관 문화프로그램 확대 운영 및 도서관 대출 두 배로 데이
- ⑤ 주요 극장, 경기장, 민간 문화특강, 전국 주요 영화관 할인
- ⑥ 국립 문화시설 무료관람 또는 할인, 연장개관 및 특별프로그램 운영
- ⑦ 축제, 거리 공연 및 전시 등 야외 행사
- ⑧ 지역재단 및 지역 내 예술단체 관련 프로그램(공연 및 체험 등) 참여

[참고] 기존 ‘문화의 날’ 및 ‘문화가 있는 날’ 비교

<표 3-2> ‘문화의 날’과 ‘문화가 있는 날’ 비교

	문화의 날	문화가 있는 날
일시	10월 20일 → 10월 셋째 토요일(2006)	매달 마지막 주 수요일 → 매달 마지막 주간(2017)
근거법	「문화예술진흥법」 9조 1항(1972, 95년 전부 개정 시 삭제) 현재 「문화기본법」 12조 1항	「문화기본법」 12조 2항
목적	국민의 문화예술에 대한 이해의 깊이 확장 및 문화예술에 적극적 참여하도록 하기 위함	문화의 날 외, 국민의 일상 속 문화향유 기회 확대 위함
분야	문화예술 외 방송, 영화, 잡지 등 대중예술 포함	문화예술 중심
내용	기념식 시행 및 문화발전 기여자 시상 기념공연, 강연, 대회(대한민국미술대전 등) 개최	문화시설 이용 할인 및 무료관람 각종 기획프로그램 시행
첫 시행	1972년 시행	2014년 시행

<제2차 지역문화진흥 기본계획(2020~2024)> 내 ‘문화가 있는 날’ 관련

(전략) 2. 포용과 소통으로 생활기반 문화환경 조성 (핵심과제) 2.2 계기별 문화참여 기회 확대

- 지역 특화·대상 맞춤형 「문화가 있는 날」 활성화
 - (지역특화·자율) 지역의 고유 문화콘텐츠를 활용한 지역특화 프로그램 및 민간단체 자율 기획 프로그램의 기획·운영 지원
 - (대상 맞춤형) 유아동(보육시설)·직장인(사무실 등)·마을주민(동네 책방) 등 대상별 현장으로 찾아가는 맞춤형 프로그램 지원
 - (청년·일자리) 열정·재능 있는 청년예술인(만 34세 이하)의 공연활동 지원을 통한 청년 일자리 창출 및 일상 속 문화 향유 환경 조성
 - (포괄지원) 지역·민간의 자율성·창의성 확대를 위해 문화가 있는 날 개별사업을 통합, 지역자율형 포괄지원방식 전환 검토
- 「박물관·미술관 주간」 확대 추진
 - (주간행사 개최) 세계 박물관의 날(5.18.) 계기, 「다양성과 포용성을 위한 박물관·미술관」을 주제로 전국적인 박물관·미술관 주간 행사 개최

자료 : 제2차 지역문화진흥 기본계획(2020~2024)

□ ‘문화가 있는 날’ 보완 및 지역문화자치(생태계 강화)를 목적으로 기획사업 도입

- 시간적·경제적 이유로 인한 문화예술 향유에 애로사항을 겪는 그룹이 여전히 존재하기에 이들의 문화권 확보를 위해 2015년 기획사업을 도입함 → ‘돌봄(眷)’을 통해 ‘문화적 권리(勸)’를 ‘지역(圈)’ 내에서 실현한다는 ‘3권 관점의 문화권’ 구현
- 이후 문화 소외지역의 향유기회 확대, 문화의 사회적 가치 실현 및 지역문화생태계 강화 필요성에 대한 요구 대두되면서, 문화가 있는 날 기획사업은 특정 대상·지역의 특수성을 반영하는 방향으로 확대됨
- 2018년 지역문화진흥원으로 사업이 이관된 이후 양적 증가는 물론, 세부 사업별 차이는 있으나 지역의 고유성과 주체의 자발성에 기초한 문화향유 기회의 확대를 목적으로 체계화된 사업 구조를 형성하고 있음

<표 3-3> ‘문화가 있는 날 기획사업’ 연혁

연도	사업 연혁	내용
2014	문화가 있는 날 시행	-문화시설 할인 중심
2015	문화가 있는 날 기획사업 시작	-매달 1,770여개 지역 문화 거점에서 총 2만1,245여 개의 문화가 있는 날 프로그램 운영 -다양한 기획프로그램 대폭 확대 운영 -수요자 맞춤형 프로그램 운영 · 생활 속 문화 접점 확대 : 달마다 기획 문화 프로그램 진행 · 가치역, 지역 문예회관, 미술관과 작은도서관, 거리와 광장 등에서 특별공연 진행 · 지역의 대표 문화거리에서 서점·공연장 등 다양한 문화시설과 연계해 공연과 할인행사 진행 · 직장 내의 문화예술을 활성화, 영유아 보육시설로 찾아가는 문화 프로그램 운영 · 자유학제 운영학교와 지역 내 문화시설을 연계해 지역예술가가 참여하는 문화예술 체험 프로그램 운영
2016	문화가 있는 날 사업추진단 구성	- 농·산·어촌에서 군부대까지 국민 누구나 누릴 수 있는 문화 프로그램 제공을 위해 기획사업 전면 개편 · 영화관, 공연장, 박물관, 도서관 등 매달 2,100여개 지역문화 거점에서 총 2만5,902여 개 프로그램 운영 · 지역거점 특화프로그램 사업 운영을 통해 지역 고유의 문화 프로그램 개발과 주민 문화향유 제고(24단체 선정, 160회 운영, 23만4,262명 참여) · 청년 예술가들의 문화가 있는 날 공연을 지원하는 청춘마이크 사업 운영(235단체 선정, 454개소, 995회) · 정부 부처 협력사업, 참여활성화 간접지원 사업 등을 통해 농산어촌 등 문화시설 부족 지역주민을 위한 행사 진행 · 직장배달 콘서트, 군부대 문화가 있는 날 등 찾아가는 공연 프로그램 운영 · 집들이 콘서트, 소셜다이닝 등 일상 속 공간을 활용한 문화 프로그램 운영
2017	문화가 있는 날 주중확대 운영 시작	- 문화가 있는 날을 ‘매달 마지막 주간’으로 확대 · 영화관, 공연장, 박물관, 도서관 등 매달 2,400여개 지역문화거점에서 총 2만8,974여 개의 프로그램 운영 · 문화공연 등도 문화가 있는 날에 집중하기보다 휴가철 등 다양한 일시에 진행 · 지역 특화프로그램 사업은 장소 중심형과 콘텐츠 중심형으로 나눠 장소와 콘텐츠에 특화된 프로그램 운영 (54단체 선정, 306회 운영, 30만5,225명 참여) · 청춘마이크 사업은 전국 6개 권역별 5개 주관처를 선정해 운영 (152단체 선정, 294개소, 880회 공연) · 직장인 참여활성화 사업은 더 많은 직장인에게 문화혜택이 돌아갈 수 있도록 직장인 밀집지역에서도 공연 운영(27단체 선정, 52개소 운영, 1만6,050명 참여)
2018	사업추진단 지역문화진흥원 이관	- ‘문화가 있는 날 사업 추진단’ 해체하고 비영리 민간재단법인인 ‘지역문화진흥원’으로 사업 이관 · 영화관, 공연장, 박물관, 도서관 등 매달 2,300여개 지역문화거점에서 총 2만8,564여 개의 프로그램 운영 · 지역 특화프로그램 사업은 지역문화 콘텐츠 특성화 사업으로 재편(27단체 선정, 152회 운영, 12만7,971명 참여) · 청춘마이크 사업은 전국 10개 권역별 9개 주관처를 선정해 운영 (194단체 선정, 370개소, 1,195회 공연) · 2017년 운영하지 않던 ‘동동동 문화놀이터’ 사업은 유아동 보육시설의 지속적인 요청으로 다시 운영(37단체

		선정, 185개소 운영, 2만 3,599명 관람) · 직장인 참여활성화 사업은 직장 문화배달 사업으로 재편(41단체 선정, 95개소 운영, 1만5,291명 참여)
2019	6개 기획사업 주관(신규 2개 포함)	지역과 현장 맞춤형 프로그램 확대 시행
2020	6개 기획사업 주관 및 코로나로 인한 새로운 시도	- 17개 시도 모두 지역 자율 프로그램 참여(2019년 14개 시도 참여) - 코로나로 인한 비대면 방식, 프로그램 변화 등 사업 수행에서의 새로운 방식 수용 및 시도 (전체 사업의 평균 54%가 비대면 방식으로 전환) - '2020 문화가 있는 날' 사업에서의 비대면으로 전환하여 추진한 사례 · 집콕 : 음악·강연 콘서트의 온라인 생중계 · 청춘마이크 : 유튜브 계정을 통한 청년예술인의 랜선 버스킹, 지역방송국 출연 · 지역문화 콘텐츠 특성화, 직장문화배달 : 라이브 스트리밍, 영상촬영 송출 · 동네책방 문화사랑방, 동등동 문화놀이터 : 체험키트 배포 후 온라인 소통, 라이브 스트리밍

자료 : 대한민국 정책브리핑 정책위키, '문화가 있는 날' 참고 재작성

□ 지역문화정책관 예산의 약 11%가 '문화가 있는 날'에 배정

- 일반회계에서 일반적으로 예술향유 관련 예산은 예술정책관 소속이나, 지역문화정책관 예산에도 일부 예술향유 관련 예산이 포함되어 있는데, 그것이 바로 '문화가 있는 날 (국민문화활동 지원)' 사업임
- 지역문화정책관 2018년도 예산은 일반회계 기준 약 1,851억 원이며, 이 중에 '문화가 있는 날' 사업은 198.5억 원, 전체 예산의 약 10.8%를 차지하고 있음
- 현재 문체부 내 문화예술정책에서 타 국가와 비교했을 때 이례적으로 향유 지원이 강조되고 있으며, 그 지원사업의 주안점은 '문화소외계층의 접근성 제고'에 초점이 맞춰진 문화복지 측면 정책이라고 평가되고 있어 이러한 연유로 현재의 향유지원사업으로는 자발적인 문화예술수요 확대나 시장 확대를 기대하기 어려움
- 따라서 현재의 문화향유 예산구조에서 '문화가 있는 날' 등의 사업은 예술 외 문화산업, 스포츠, 관광 등 다른 분야까지 포괄하는 향유지원 사업이라는 점에서 보다 적극적인 문화주체로서 활동이 가능하다는 점에서 그 의의가 작지 않음

<표 3-4> 문체부 예술향유 지원예산 구조

예술지원 예산구분		예술향유지원사업
일반회계	예술정책관	문화예술교육
	지역문화 정책관	문화가 있는 날
		생활문화 활성화
문화예술진흥기금	사업비	소외계층문화역량강화 (통합문화이용권, 방방곡곡 등)

<표 3-5> 지역문화정책관 일반회계 예산(2020)

사업명	금액 (백만원)	비중 (%)	비고
도서관 지원	12,157	6.6	
박물관 미술관 진흥지원	21,976	11.9	
국민문화향유권 확대	38,858	21.0	박물관 개관연장
지역문화진흥	11,657	6.3	문화의 달, 생활문화센터
어르신 문화프로그램 운영	2,773	1.5	
국민문화활동 지원	19,949	10.8	문화가 있는 날 포함
지역문화기반시설 구축	77,596	41.9	유휴공간재생사업
지역문화통합정보 구축	-	-	
경비	134	100	

자료 : 문화체육관광부(2018), 「예술향유정책 현황 및 개발 방안 연구」, pp. 29-47 (연구책임: 한국문화관광연구원 허은영) 참고 재작성

② 추진 근거

□ 「문화기본법」은 국민 문화권의 보장과 ‘문화가 있는 날’의 직접적인 법적 근거가 됨

- 「문화기본법」(2013.12.30.제정, 2019.11.26.일부 개정)은 문화권, 문화민주주의, 문화다양성 담론을 기반으로 하여 이에 대한 국가와 지자체의 책무 등을 다루고 있어, 차별 없는 문화권을 천명하고 문화의 가치 제고 및 삶의 질 향상을 위한 문화정책의 방향을 규정함
- 소극적인 의미에서 문화표현 및 활동에서의 차별을 금지하고 적극적으로 문화의 자율성과 창조성을 강조하고 있으며 문화예술뿐만 아니라 문화유산, 문화산업, 문화자원, 문화복지, 여가문화, 문화경관, 지역문화 활성화 등 문화 전반을 다루며 그 범위를 포괄적으로 설정하고 있음
- 5년마다 수립하는 문화진흥기본계획의 근거이자, 제12조 ‘문화행사’에서 국민 문화향유를 위한 ‘문화가 있는 날’ 사업의 지정·운영을 법으로 명기하고 있음

<표 3-6> 「문화기본법」 주요 관련 조항

제1조	목적	이 법은 문화에 관한 국민의 권리와 국가 및 지방자치단체의 책임을 정하고 문화정책의 방향과 그 추진에 필요한 기본적인 사항을 규정함으로써 문화의 가치와 위상을 높여 문화가 삶의 질을 향상시키고 국가사회의 발전에 중요한 역할을 할 수 있도록 하는 것을 목적으로 한다.
제2조	기본이념	이 법은 문화가 민주국가의 발전과 국민 개개인의 삶의 질 향상을 위하여 가장 중요한 영역 중의 하나임을 인식하고, 문화의 가치가 교육, 환경, 인권, 복지, 정치, 경제, 여가 등 우리 사회 영역 전반에 확산될 수 있도록 국가와 지방자치단체가 그 역할을 다하며, 개인이 문화 표현과 활동에서 차별받지 아니하도록 하고, 문화의 다양성, 자율성과 창조성의 원리가 조화롭게 실현되도록 하는 것을 기본이념으로 한다.
제4조	국민의 권리 (2017.11.28. 개정)	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(이하 "문화권"이라 한다)을 가진다.
제7조	문화정책 수립 시행상의 기본 원칙	1. 문화의 다양성과 자율성이 존중되고 문화의 창조성이 확산되도록 할 것 2. 국민과 국가의 문화 역량을 높이기 위한 지원을 하고 여건을 조성할 것 3. 문화 활동 참여와 문화 교육의 기회가 확대되고, 문화 창조의 자유가 보장되도록 할 것 4. 차별 없는 문화복지가 증진되도록 할 것 5. 문화의 가치를 존중하고 문화의 역동성을 높일 수 있을 것 6. 문화의 국제 교류·협력을 증진할 것
제8조	문화진흥 기본계획 수립	① 국가는 문화 진흥을 위하여 5년마다 문화진흥 기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 수립하여야 한다. ② 기본계획은 대통령령으로 정하는 바에 따라 문화체육관광부장관이 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여 수립한다. ③ 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다. 1. 국가 문화 발전의 목표와 방향 2. 문화진흥을 위한 문화정책의 기본 방향 3. 문화진흥을 위한 법령·제도의 마련 등 기반 조성에 관한 사항 4. 제9조 각 호의 사항과 관련한 문화정책 5. 국민의 문화적 삶의 질 향상을 위한 시책에 관한 사항 6. 문화권의 신장에 관한 사항 7. 문화·여가 시설 등의 조성과 활용에 관한 사항 8. 문화 인력의 양성과 문화교육의 활성화에 관한 사항 9. 문화정책 관련 조사·연구와 개발에 관한 사항 10. 문화 진흥을 위한 자원 조달과 그 운용에 관한 사항 11. 그 밖에 문화 진흥을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

제9조	문화 진흥을 위한 분야별 문화정책의 추진	1. 문화유산·전통문화의 보존과 활용 3. 문화예술의 진흥 5. 문화자원의 개발과 활용 6. 문화복지의 증진 7. 여가문화의 활성화 10. 지역문화의 활성화
제10조	문화 인력의 양성 등	① 국가와 지방자치단체는 문화 인력의 양성을 위한 기반을 조성하고, 필요한 시책을 추진하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 문화의 가치를 확산하고 문화를 진흥시키기 위한 교육을 실시하여야 한다.
제12조	문화행사	① 국민의 문화 의식과 이해를 높이고 문화 활동에의 적극적인 참여를 유도하기 위하여 매년 10월을 문화의 달로 하고, 매년 10월 셋째 주 토요일을 문화의 날로 한다. ② 제1항에 따른 행사 외에 국민들이 일상에서 문화를 향유할 수 있도록 문화체육관광부장관은 별도로 문화가 있는 날을 지정·운영할 수 있다. (2016.5월 신설) ③ 문화의 달 및 문화의 날 행사와 문화가 있는 날의 지정·운영에 관한 사항은 대통령령으로 정한다. (2016.5월 신설)

자료: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>) *관련 부분만 발췌

□ 「지역문화진흥법」: 지역문화자생력 강조, 지역문화진흥원 설립 및 기능·역할의 근간 제공

- 「지역문화진흥법」(2014.1.28.제정)은 지역문화의 활성화를 기본으로 하며 소극적 의미에서 지역 간 문화격차 해소, 적극적 의미에서 지역의 고유문화를 발견하고 주민의 삶의 질 향상 및 문화국가 실현을 도모하고 있음
- 지역문화진흥의 주요 주체로서 지역문화정책 및 프로그램을 수행해 낼 공공기관의 기능과 역할에 대해 규정하고 있으며, 지역문화진흥원은 제2장 ‘지역의 생활문화진흥’에 근거하여 2016년 5월 문화체육관광부 재단법인 생활문화진흥원으로 설립되었다가 2017년 지역문화진흥원으로 개편됨
- 지역문화진흥의 일환으로 지역특화, 생활문화, 문화도시 등을 이 「지역문화진흥법」 안에서 다루고 있어, 생활문화예술의 활성화를 통한 주체적 주민 양성, 지역문화공동체·문화마을·문화도시 조성의 조건 등의 법적 근간이 됨

<표 3-7> 「지역문화진흥법」 주요 관련 조항

제1장 총칙	제1조	목적	이 법은 지역문화진흥에 필요한 사항을 정하여 지역 간의 문화격차를 해소하고 지역별로 특색 있는 고유의 문화를 발전시킴으로써 지역주민의 삶의 질을 향상시키고 문화국가를 실현하는 것을 목적으로 한다. 국가와 지방자치단체는 다음 각 호의 기본원칙에 따라 지역문화진흥 정책을 추진하여야 한다.
	제3조	지역문화진흥의 기본원칙	1. 지역 간의 문화격차 해소와 지역문화 다양성의 균형 있는 조화 2. 지역주민의 삶의 질 향상 추구 3. 생활문화가 활성화될 수 있는 여건 조성 4. 지역문화의 고유한 원형의 우선적 보존
	제6조	지역문화진흥 기본계획의 수립 등	① 문화체육관광부장관은 지역문화의 진흥을 위하여 다음 각 호의 사항이 포함된 지역문화진흥기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 5년마다 수립·시행·평가하여야 한다. 1. 지역문화진흥정책의 기본방향에 관한 사항 2. 지역문화의 균형발전 및 특성화에 관한 사항 3. 생활문화 활성화에 관한 사항 4. 지역문화전문인력의 양성에 관한 사항 5. 문화도시 육성에 관한 사항

			<p>6. 생활문화시설의 설치 및 운영 활성화에 관한 사항</p> <p>7. 기본계획 시행에 필요한 예산 및 재원에 관한 사항</p> <p>8. 그 밖에 지역문화의 진흥을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항</p>
제2장 지역의 생활문화진흥	제7조	생활문화자원	<p>① 국가와 지방자치단체는 생활문화를 활성화하기 위하여 주민 문화예술단체 또는 동호회의 활동을 지원할 수 있다.</p> <p>② 국가 또는 지방자치단체가 설치하여 운영하는 문화시설의 운영자는 시설 운영에 지장이 없는 범위에서 주민 문화예술단체 또는 동호회 활동을 위한 공간을 제공할 수 있다.</p> <p>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.</p>
	제8조	생활문화시설의 확충 및 지원	<p>① 국가와 지방자치단체는 생활문화시설의 확충에 필요한 지원과 시책을 강구하여야 한다.</p> <p>② 국가와 지방자치단체는 생활문화시설의 건립·운영 및 사업수행에 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원할 수 있다.</p> <p>③ 지방자치단체의 장은 해당 지방자치단체가 소유하는 유휴 공간을 「공유재산 및 물품 관리법」에서 정하는 바에 따라 생활문화시설로 용도 변경하여 활용할 수 있다.</p> <p>④ 지방자치단체의 장은 생활문화시설을 설립·운영하려는 자가 제3항에 따른 유휴 공간을 사용할 것을 신청하면 무상으로 사용하게 할 수 있다.</p> <p>⑤ 지방자치단체는 생활문화시설의 확충 및 지원을 위하여 필요한 사항을 조례로 정하여 시행할 수 있다.</p>
	제9조	문화환경 취약지역 우선 지원 등	<p>① 국가와 지방자치단체는 지역 간 문화격차 해소와 지역문화의 균형발전을 위하여 농산어촌 등 문화환경이 취약한 지역에 필요한 지원과 시책을 강구하여야 한다.</p> <p>② 국가와 지방자치단체는 문화환경이 취약한 지역에 대하여 주민의 문화예술 향유 기회를 보장하기 위한 사업을 우선적으로 시행할 수 있다.</p> <p>③ 문화환경 취약지역에 대한 선정 및 지원에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다</p>
제3장 지역의 문화진흥 기반 구축	제10조	지역문화전문인력의 양성	<p>① 국가와 지방자치단체는 지역문화전문인력의 양성과 자질 향상을 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다.</p> <p>② 문화체육관광부장관은 제1항에 따른 지역문화전문인력을 양성하기 위하여 「고등교육법」 제2조에 따른 대학, 문화진흥 관련 연구 등을 목적으로 설립된 기관 또는 단체를 지역문화전문인력 양성기관으로 지정할 수 있다.</p> <p>③ 문화체육관광부장관은 제2항에 따라 지정된 지역문화전문인력 양성기관에 대하여 예산의 범위에서 필요한 비용의 일부를 지원할 수 있다.</p> <p>④ 제2항에 따른 지역문화전문인력 양성기관의 지정 등에 관한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>
	제13조의3	전담기관 지정 등	<p>① 문화체육관광부장관은 지역문화진흥에 필요한 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 전담기관을 지정할 수 있다.</p> <p>② 전담기관은 다음 각 호의 업무를 수행할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 제7조에 따른 생활문화 활성화의 지원 2. 제8조에 따른 생활문화시설의 확충 지원 3. 제10조에 따른 지역문화전문인력의 양성 지원 4. 제11조제1항에 따른 지역문화실태조사 지원 5. 제11조의2에 따른 지역문화 고유원형 보존 지원 6. 제12조에 따른 협력활동 지원 7. 제13조의2제1항에 따른 지역문화정보시스템 구축·운영 지원 8. 제17조에 따른 문화도시에 대한 지원 9. 지역문화 균형발전을 위한 지원사업 10. 그 밖에 전담기관의 지정 목적을 달성하는 데 필요한 업무로서 대통령령으로 정하는 업무 <p>③ 문화체육관광부장관은 전담기관이 업무를 수행하는 데 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원할 수 있다.</p> <p>④ 그 밖에 전담기관의 지정요건 및 운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>

자료: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>) *관련 부분만 발췌

□ 「문화예술진흥법」 : 문화예술 사업 및 활동의 지원과 문화소외계층의 문화예술복지 명시

- 「문화예술진흥법」(1972.8.14. 제정, 2020.12.22. 일부개정)은 문화예술진흥을 위한 사업과 활동을 지원하기 위한 법으로 70년대 전통문화예술 계승 및 민족문화 창달을 통한 문화창조를 목적으로 제정됨
- 문화예술부터 문화산업, 문화시설을 포괄하며 특히 문화복지로서의 문화이용권, 문화예술진흥기금 조성 및 문화예술위원회 설립을 다루고 있음
- 문화예술진반을 포괄하며 전문인력 및 전문예술법인·단체 육성, 문화기반시설 설치 및 이용, 문화예술공간 설치 및 관리, 문화소외계층의 문화예술향유 등에 대한 국가 및 지자체의 책무와 가능한 역할 범위를 규정함
- 문화체육관광부 문화정책과, 예술정책과, 시각예술디자인과, 문화기반과, 문화예술위원회의 정책 수행업무의 법적 근거임

<표 3-8> 「문화예술진흥법」 주요 관련 조항

제1장 총칙	제1조	목적	이 법은 문화예술의 진흥을 위한 사업과 활동을 지원함으로써 전통문화예술을 계승하고 새로운 문화를 창조하여 민족문화 창달에 이바지함을 목적으로 한다.
제3장 문화예술 복지의 증진	제 15조 3	문화소외계층의 문화예술복지 증진 시책 강구	국가 및 지방자치단체는 경제적·사회적·지리적 제약 등으로 문화예술을 향유하지 못하고 있는 문화소외계층의 문화예술 향유기회를 확대하고 문화예술 활동을 장려하기 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다. (신설 2012. 2. 17. 신설)

자료: 국가법령정보센터(law.go.kr) *관련 부분만 발췌

□ 「국민여가활성화기본법」 : 일과 삶의 균형, 여가확대 및 향유 활동의 인프라 조성 명문화

- 「국민여가활성화기본법」(2015.5.18. 제정, 2016.12.20. 일부개정)은 여가 활성화 정책의 수립 및 시행 등에 관한 기본적인 사항을 규정하여 자유로운 여가활동 기반을 조성하고 국민들이 다양한 여가활동을 통하여 삶의 질을 향상시키는 것을 목적으로 함
- 여가활성화법에서 포괄하는 여가란 문화예술, 콘텐츠, 관광, 체육을 포괄한 활동을 폭넓게 규정하며, 국민의 여가수요에 부응하는 국가와 지자체의 여가프로그램 및 그 정보의 제공 책무를 규정하고 이에 수반되는 인력, 시설, 교육, 재원의 인프라를 구축하도록 함
- 또한 사회적 약자 여가활동 지원에 대한 적극적인 정책대응, 우수사례 발굴·시상(여가친화기업 선정지원⁵⁶⁾)등 국민 여가 활성화 및 우수사례 확산을 위해 지원 및 육성을 법률로서 명기함

<표 3-9> 「국민여가활성화기본법」 주요 관련 조항

제1조	목적	이 법은 여가 활성화에 관한 정책의 수립 및 시행 등에 관한 기본적인 사항을 규정함으로써 자유로운 여가활동 기반을 조성하고 국민들이 다양한 여가활동을 통하여 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 하는 것을 목적으로 한다.
제2조	기본이념	이 법은 여가의 중요성에 대한 인식을 고취시켜 일과 여가의 조화를 추구함으로써 국민들이 인간다운 생활을 보장받는 것을 기본이념으로 한다.
제3조	정의	이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 1. "여가"란 자유 시간 동안 행하는 강제되지 아니한 활동을 말하며 다음 각 호의 활동을 포함한다. 가. 「문화예술진흥법」 제2조제1항제1호에 따른 문화예술

56) 2012년부터 시작된 여가친화기업 인증 사업의 주관처가 한국문화예술위원회에서 2019년 지역문화진흥원으로 이관

		<p>나. 「문화산업진흥 기본법」 제2조에 따른 콘텐츠, 문화콘텐츠, 디지털콘텐츠, 디지털문화콘텐츠, 멀티미디어콘텐츠, 공공문화콘텐츠, 에듀테인먼트</p> <p>다. 「관광기본법」 제13조에 따른 국민관광</p> <p>라. 「국민체육진흥법」 제2조제1호 및 제3호에 따른 체육, 생활체육</p> <p>2. "여가시설"이란 실내와 야외 그리고 사이버공간 등에서 문화예술, 관광, 체육, 자기개발, 사교, 놀이, 휴양, 오락 등을 목적으로 국민들이 여가활동을 할 때 지속적으로 사용하는 시설과 공간을 말한다.</p> <p>3. "여가교육"이란 여가활동, 여가시설 운용 및 관리, 여가프로그램 개발 및 보급, 여가사업 경영, 여가치유 등을 가능하게 하는 모든 형태의 교육을 말한다.</p> <p>4. "여가산업"이란 여가활동 상품 및 서비스의 개발, 제작, 전시, 제공 및 판매 등을 업으로 영위하는 것을 말한다.</p> <p>5. "여가전문인력"이란 여가교육, 여가 조사 및 연구, 여가시설 운용 및 관리, 여가프로그램 개발 및 보급, 여가산업 등에 종사하는 사람을 말한다.</p>
제5조	일과 여가의 조화	<p>① 국민은 일과 여가의 조화를 이룰 수 있도록 적절한 수준의 여가를 보장받아야 한다. (개정 2016. 12. 20.)</p> <p>② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 여가 보장을 위하여 직장에서 휴가 사용이 촉진될 수 있도록 필요한 대책을 수립·시행하여야 한다. (신설 2016. 12. 20.)</p>
제9조	여가프로그램의 개발 및 보급	국가와 지방자치단체는 국민들의 여가수요를 고려한 다양한 여가프로그램을 지속적으로 개발·보급하여야 한다.
제10조	여가정보의 수집 및 제공	국가와 지방자치단체는 여가활동, 여가시설, 여가교육 및 여가프로그램 등 각종 여가정보를 수집·제공함으로써 국민들이 여가활동에 적극적으로 참여할 수 있도록 하여야 한다.
제11조	여가교육의 실시	<p>① 국가와 지방자치단체는 여가 활성화를 위하여 여가교육을 학교 및 관련 시설 등에서 실시하거나 지원하여야 한다.</p> <p>② 제1항에 따른 여가교육의 내용 및 방법, 관련 시설 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p>
제13조	여가전문인력의 양성	국가와 지방자치단체는 여가 활성화를 위하여 여가전문인력 양성 및 활용 등에 필요한 시책을 강구하여야 한다.
제14조	사회적 약자의 여가활동 지원	국가와 지방자치단체는 여가정책을 수립·시행함에 있어 장애인, 노인, 저소득층 및 다문화가정 등 사회적 약자의 여가활동을 증진하기 위하여 필요한 시책을 강구하여야 한다.
제15조	민간단체 등의 지원	<p>① 국가와 지방자치단체는 국민들의 여가 활성화를 위하여 노력하는 단체 또는 개인에 대하여 경비지원 등 필요한 지원을 할 수 있다.</p> <p>② 제1항에 따른 지원의 내용 및 방법 등에 필요한 사항은 문화체육관광부령으로 정한다.</p>
제16조	우수사례 발굴 및 시상	<p>① 국가와 지방자치단체는 국민 여가 활성화를 위하여 모범적으로 운영하고 있는 기업이나 공공기관에 대하여 우수사례로 발굴하거나 시상할 수 있다.</p> <p>② 제1항에 따른 시상 내용 및 방법 등에 필요한 사항은 문화체육관광부령으로 정한다.</p>
제17조	여가산업의 육성	국가와 지방자치단체는 여가상품과 서비스를 포함한 여가산업을 육성하기 위한 기반을 조성하여야 한다.

자료: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>) *관련 부분만 발췌

2) 추진체계

① 운영주체



[그림 3-1] 문화가 있는 날 수행기관

□ 주요 수행 주체는 문화 혜택 서비스 참여 시설과 기획사업 주관기관·조직으로 구성

- ‘문화가 있는 날’은 문화체육관광부(지역문화정책관)에서 주최하고, ‘문화가 있는 날’ 사업의 주요 수행주체는 문화혜택서비스를 담당하는 문화시설, 기획사업을 담당하는 기관 및 조직으로 크게 분류됨
- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 주요 수행기관은 지역문화진흥원을 비롯하여 출판문화산업진흥원, 한국문화예술회관연합회, 한국문화원연합회, 한국도서관문화진흥원 등의 문화예술기관과 한국박물관협회, 어린이와 작은도서관협회, 한국사립미술관협회 등의 법인조직이 주관하고 있으며, 참여기관 공모부터 사업지원 및 관리 역할을 담당하고 있음
- 지역문화진흥원은 그 중 문화가 있는 날 기획사업의 주요 주관처로서 주관하고 있는 기획사업의 개수나 그 사업규모(예산, 운영단체, 운영횟수 등) 측면에서 절대적인 비중을 차지하고 있고, 예산 상 70% 이상을 차지함(문화가 있는 날 기획프로그램 지원 예산액 전체 190억 중 지역문화진흥원이 130억 규모 운영)

<표 3-10> ‘문화가 있는 날 기획사업’ 수행기관 및 추진내용

구분	사업명	내용	수행기관	규모 ('20기준)
지역 협력	지역문화 콘텐츠 특성화	지역 고유의 특성을 활용한 문화프로그램 발굴 및 주체간 협력을 통한 지역맞춤형 문화가 있는 날 프로그램 운영	지역문화진흥원	30억
	청춘마이크	학력, 경력, 수상 이력 관계없이 청년예술인에게 공연기회		63억

		및 경비, 운영시스템을 지원하고, 전국 10개 권역별 다양한 장소에서 시민들에게 수준 높은 버스킹 공연 선사		
	동네책방 문화사랑방	동네책방이 지역 문화거점이 되어, 주민 문화활동 및 관계형성을 도모하는 주민참여형 프로그램		4억
	지역문화우리	청년 문화예술기획자들의 지역 맞춤형 문화가 있는 날 프로그램 기획 및 개발 과정상 멘토링, 워크숍, 지역 연구를 지원하고, 청년들의 주체적인 주민과의 관계 기반 문화활동 도모		4억
자발적 문화 활동	직장문화배달	직장인의 근무지로 직접 찾아가 문화예술체험 기회를 제공하는 맞춤형 프로그램으로 근로자 문화가 있는 날 실현		6억
	동동동 문화놀이터	전국 유아동 시설을 대상으로 찾아가는 문화가 있는 날 문화예술 및 예술체험 지원사업		7억
	생활문화 동호회 활성화	국민이 문화예술 직접 주체자로서 참여하는 모든 일상적 생활문화활동 및 축제·프로그램 지원		8.6억
	집콘	가까운 일상에서 문화를 즐기자는 취지로 시작된 음악/강연 콘서트로, 다양한 일상의 공간에서의 국민들과의 문화적 소통 및 온라인 생중계 채널을 통한 접근성 제고		
	도깨비책방	문화예술 소비 영수증을 책으로 교환하는 사업으로, 독서문화조성, 지역서점 이용 확대, 문화예술 소비 활성화를 목표로 함	출판문화산업진흥원 (사)한국서점조합연합회	4.5억
문화시설 참여확대	공연산책	지역문화예술회관에서 지역밀착 맞춤형 공연프로그램 개최하여 문화체험 기회 확대, 콘텐츠 개발, 예술단체 참여 기회 확대	한국문화예술회관연합회	2억
	공공도서관 문화가 있는 날	지역 주민 누구나 쉽게 이용할 수 있는 공간을 활용한 지역 문화예술 접근성 향상과 도서관 이용 활성화	한국도서관문화진흥원	2억
	작은도서관 문화가 있는 날	전국 6천여개 작은도서관에 맞는 문화프로그램을 발굴하여 활동, 독서문화 맞춤형 및 찾아가는 공연/전시 수행	어린이와 작은도서관협회	2억
	박물관 문화가 있는 날	박물관 고유 콘텐츠와 연계된 교육·문화 및 공연 프로그램 제공	한국박물관협회	2.5억
	미술관 문화가 있는 날	문화소외계층 및 성인층을 위주로 미술관이 속한 지역 특성에 맞는 고유의 콘텐츠와 아티스트, 전시, 소장작품과 연계한 대상 특화 예술프로그램 제공	(사)한국사립미술관협회	1.6억
	지방문화원 문화가 있는 날	지역의 특색있는 문화자원을 소재로 문화원 소속의 소모임이 주축이 되어 다양한 주민주도형 문화예술체험 프로그램 개발 및 운영	한국문화원연합회	1.9억

자료 : 문화가 있는 날 누리집 (<https://www.culture.go.kr/wday/>), 국고보조금통합관리시스템 e나라도움 (최종검색 : 2021.1.18.)

[해외 유사사업 사례]

□ 국가별 형태와 방법은 다르지만 삶에서 예술과 문화의 새로운 측면을 경험하고 참여하는 일상이 되도록 직접 또는 간접 장려

- 해외에서는 약 1980~90년대부터 국민들의 문화향유지원 및 접점확대를 위해 정부 차원에서 적극적 지원과 초기 모델에서의 다양한 인센티브 제공 등이 있었으며, 성공적인 수행에 기여함

- 민간기관 및 예술협회, 비영리단체 주도와 자발적 참여들이 있었고, 기업의 기부 및 후원 유치를 통해 할인의 폭과 범위를 다양히 하고 있으며, 이때 정부는 스폰서 연결, 공공장소 대관 및 기자재 제공, 홍보자료 등의 방식으로 지원함
 - 해외 사례의 경우 대부분 시설 무료입장이나 티켓할인으로 최소한의 경험 기회 제공에 초점을 맞추고, 시기적·대상적·장르적으로 특수성을 두고 운영하는 경향이 큼
 - 우리나라의 '문화가 있는 날'의 경우에도 초기에는 문화시설을 기반한 혜택서비스로서 시작했으나 기획사업 실시, 문화가 있는 날 주간 확대 등을 시행하면서 보다 일상적으로 문화를 접하고 문화를 폭 넓게 해석하는 방향으로 가고 있음
- 대중의 관심을 유도하기 위해 대규모 이벤트 활용, 특별프로그램 기획 등 참여방안 마련에 힘씀
- 대중의 관심을 위해 '유럽 문화유산의 날'과 같은 경우 특별 프로그램을 마련하고 음악축제, 영화 축제 등에서도 다양한 이벤트를 실시하거나 우리의 생활문화축제처럼 전문예술인과 아마추어의 동시참여하는 식의 이벤트를 운영하고 있음
 - 유럽의 경우 국가적 네트워크를 활용하여 여러 국가에서 동참하여 시행하고 있음
 - 프랑스 음악축제에 2014년 120개국 동참, 프랑스 박물관의 밤은 2005년부터 전유럽에서 시행되며 유럽 박물관의 밤으로 확대
 - 대중의 문화예술 참여와 체험을 증진을 목적으로 하는 캐나다 모델과 같은 경우 우리의 '문화가 있는 날 기획사업'과 그 목적과 향유방식에서 유사점이 많음

<표 3-11> 해외 문화가 있는 날 유사사례

구분	시행연도	내용	문화가 있는 날 대응	
영국	오픈 하우스 런던 페스티벌(Open House London)	1992~	<ul style="list-style-type: none"> • 건축물 및 디자인 분야시설 무료 입장 • 비영리단체(오픈시티)의 주도로 지방정부와 협력체계 구축 • 민간기관 및 기업의 기부·후원 유치를 위한 다양한 방식활용 • 대규모 자원봉사자제도 운영 및 혜택 제공 • 세계 29개 도시의 참여를 통한 네트워크(오픈하우스 월드와이드) 	시설 무료입장
	웨스트 엔드의 키즈 위크(Kids Week)	1998~	<ul style="list-style-type: none"> • 16세 이하 동반 청소년에 대한 공연 무료입장 및 다양한 이벤트 개최 • 2014년 40개 공연, 18만장의 티켓판매, 400만 파운드 매출액 • 런던극장협회의 주도로 관객개발을 위한 투자의 일환으로 추진 • 공연 비수기인 8월 한달동안 진행 	시설 무료입장 이벤트 개최
	특별한 밤(A Night Less Ordinary)	2009.2~ 2011.3	<ul style="list-style-type: none"> • 26세 이하 청소년에 대한 공연 무료입장 지원 • 정부기관인 문화미디어스포츠부(DCMS)와 예술위원회(ACE)의 주도로 진행(약 240만 파운드 지원) • 200개 극장, 40만회 공연, 약 8만명이 관람 	시설 무료입장
	국립박물관·미술관의 무료입장 정책	2014~	<ul style="list-style-type: none"> • 2001년부터 중앙정부 재정지원 받는 국립박물관·미술관의 상설전시 무료 관람 정책 시행 • 지방정부 재정지원을 받는 박물관·미술관 또한 시행 	시설 무료입장
	박물관·미술관을 위한 부가세 환급제(VAT refundscheme for museumsand galleries)	2001~	<ul style="list-style-type: none"> • 박물관·미술관 무료입장을 장려하기 위해 제한된 범위 내에서 부가세(매입세) 환급 • 2014년 120여개 박물관·미술관이 혜택 	참여기관 인센티브 (시설 무료입장)
	로열 오페라 하우스(Royal Opera House)의 공연티켓할인		<ul style="list-style-type: none"> • 신규관객 개발을 위해 저렴한 가격대의 티켓 판매 • 기업의 후원을 통한 다양한 할인혜택 부여 	티켓할인

구분	시행연도	내용	문화가 있는 날 대응
프랑스	음악축제(Fête de la Musique)	1982~ <ul style="list-style-type: none"> • 1982년 문화부장관 자크 랑의 주도로 시행 • 대중의 관심 확보하기 위한 다양한 이벤트 • 전문음악인과 아마추어 음악인의 동시 참여(공식사이트 참가자 등록) • 무료입장의 원칙 • 6월 21일(매년 하지) • 2014년 120개국이 동참 • 중앙정부(문화커뮤니케이션부), 지방정부의 협력(실무는ADC, EP 담당), 민간 음악 관련 협회와의 파트너십 구축 (작사가·작곡가·음반회사 단체, 영화음악작곡가연합 등) • 정부는 스폰서 요청 양식 제공 	축제 및 이벤트 개최
	유럽 박물관의 밤(Nuit des musées)	2005~ <ul style="list-style-type: none"> • 프랑스의 제안으로 2005년부터 전 유럽에서 시행(42개국) • 국제 박물관의 날(5.18)에 가장 가까운 토요일 일몰부터 새벽 1시까지 전국 박물관·미술관 무료 개방 및 다양한문화행사 • 2014년 프랑스 1300여개 박물관 등이 참여, 200만명참여 • 문화커뮤니케이션부가 총괄하고 지역문화사무국(DRAC)이 행사 주관, 교육부와 협력(교실, 작품, 프로그램) • 국제기구(EU, UNESCO, 국제박물관협회), 프랑스 박물관협회, 파리교통공사, 국영TV 및 라디오의 후원 • 재정지원, 물품후원 및 안내책자 제작 지원, 후원기업 등에 대해 홍보 지원 인센티브 제공 • 공식홈페이지 통한 홍보 및 포스터, 브로셔 제작 	시설 무료입장 이벤트 개최
	유럽 문화유산의 날(Journées du Patrimoine)	1992~ <ul style="list-style-type: none"> • 1984년 문화부 장관 자크 랑이 제창, 1991년 유럽 문화유산의 날 공식화 • 유럽 50개국 참여 • 9월 셋째 토요일~일요일(이틀) 프랑스 전역의 문화유산을 일반에게 무료로 공개 (개인 소유주의 경우 유료 가능) • 문화커뮤니케이션부가 총괄, 지역문화사무국(DRAC)이 주관 : 공공/민간소유자에 개방요청, 행사 기획·지원, 후원자에 대한 정보 수집, 매스컴 등에 홍보 • 희소성의 원칙이 성공의 배경 : 평소에 개방되지 않는 권력기관과 개인공간 등의 개방 • 매년 새로운 주제를 선정하여 특별 프로그램 마련 및 관심 유도 • 공식 홈페이지 통한 정보 제공 및 편리한 검색기능 제공 	시설 무료입장 시설개방 이벤트 개최
	영화축제(Fête du Cinéma)	1984~ <ul style="list-style-type: none"> • 1984년 프랑스 영화산업 활성화를 위해 문화부 주도로서작 • 날짜가 지속적으로 변동되었으나 2012년 이후 6월 마지막주 일요일~수요일(4일간)에 시행 (청소년을 주요 타겟으로 하여 여름방학 시작 시기로 정함) • 2010년 이래 연평균 300만 이상이 참여 • 프랑스 영화관연맹이 주관, 매스컴 등이 공식 파트너 • 3.5유로에 축제기간 동안 모든 영화를 관람할 수 있는 영화 예매권 (영화축제카드) 발급 • 후원사의 로고 광고 게재 및 공식브로셔에 홍보 	영화할인 (패스)
	청소년을 위한 4유로영화티켓	2014~ <ul style="list-style-type: none"> • 2014년부터 14세 미만 아동 및 청소년에 대해 영화관람료를 4유로로 책정(성인 요금의 약 50%) • 프랑스 영화관협회에서 자율적으로 시행 	영화할인 (패스)

구분		시행연도	내용	문화가 있는 날 대응
			<ul style="list-style-type: none"> • 2014년 약 1,100만명의 청소년이 이용했으며, 6세~10세 관객이 31% 증가한 것으로 집계 • 어른 동반관객도 함께 증가하여 전년 대비 영화관람객이 약 5배 증가 	
미국	예술과 인문학의 달(National Arts & Humanities Month)	1985~	<ul style="list-style-type: none"> • 1985년 예술주간을 1993년부터 확대 발전 • 매년 10월 개최 • NEA와 AFTA가 주관 • 삶에서 예술과 인문학의 새로운 측면을 참고하고 예술과 인문학에 참여하는 평생습관을 장려하는 연례 행사 • 미국예술대상 수여 	축제 및 시상식 문화의 달
	뉴욕 현대미술관 무료할인 및 관람	-	<ul style="list-style-type: none"> • 매주 금요일 오후 4시 이후 8시까지 무료개방 • 유니클로 등과 같은 기업후원으로 진행 : 유니클로의밤(free Friday Nights) 	시설 무료입장 시설개방
이탈리아	문화주간(Settimana della Cultura)	1999~2014	<ul style="list-style-type: none"> • 1999년부터 매년 4월 중 일주일동안 국영 박물관, 미술관, 기념물, 유적지 등에 대한 무료입장 • 이탈리아 경제위기 여파로 2014년부터 폐지 	시설 무료입장
	박물관의 일요일(Domenica al museo)	2014~	<ul style="list-style-type: none"> • 매월 첫째주 일요일, 국영 박물관, 미술관, 문화유산 등 무료관람 	시설 무료입장
	매주 금요일 연장개방	2014~	<ul style="list-style-type: none"> • 매주 금요일, 주요 유적지와 박물관, 미술관을 • 10시까지개방(2시간 연장개방) 	시설개방
일본	문화의 날(文化の日)	1946~	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 11월 3일은 일본에서 '문화의 날'로 국경일로 지정되어 있음. 11월 첫째주를 교육문화주간으로 지정하고 다양한 관련행사가 진행 • 2차세계대전 이후 국격과 역사를 기념하는 행사로 시작되어 평소 어려운 전통문화를 접할 수 있도록 장려하는 데 집중. 국내 문화가 있는 날보다 문화의 범위를 소극적으로 해석하는 경향이 있음 • 문화청(ACA)국립예술제가 개최되며, 각 현마다 지역축제를 개최, 전국 박물관미술관 무료입장, 문화유공자 시상 	시설 무료입장 시설개방 지역별 축제
캐나다	퀘벡주 · 영어권 문화가 있는 날(Culture day)	1997~	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 9월 마지막 주 주말을 낀 나흘만 개최(문화의 달 유사) • 퀘벡에서부터 시작되어 영어권도 2010년 참여, 민간기구가 1996년 퀘벡 주 정부에 프로젝트로 제안하면서 시행 • 매년 주제를 가지고 기획되며 다양한 장르와 형태로 300여개의 프로그램 준비(대중이 자신의 창의성 발견하거나 시설 접근성을 높이기 위한 전략적 프로그램 채택) • 다양한 행사가 다양한 현장, 대상, 지역에서 진행되도록 함, 모두를 위한 문화의 잔치 • 관용, 연대, 협업 강화, 도시와 농촌 공동체 문화적 삶 가치있게 함 	기획사업 유사

자료 : 양혜원(2015), 「문화가 있는 날 제도적 개선방안 연구」, 한국문화관광연구원, pp.69-104 참고 재작성
일본, 캐나다 사례 등 추가작성

② 지역문화진흥원의 역할

□ 「지역문화진흥법」에 근거하여 2016년 재단법인 생활문화진흥원으로 설립

- 2014년 「지역문화진흥법」이 제정되고 이 법에 근거하여 2016년 문화체육관광부 산하 재단법인으로서 생활문화진흥원이 설립되었음
- 2017년 12월, 지역문화진흥원으로 명칭이 개편되면서 ‘국민의 생활 속 문화 확산’을 위한 다양한 사업추진을 통해 지역민의 자발적 문화 참여를 유도하고, 지역의 문화적 역량 증진 및 지역 간 문화격차 해소하는 등 종합적인 지역문화진흥 포괄을 염두에 두는 기관의 목표를 천명함⁵⁷⁾

□ 국민 문화향유권 확산과 지역기반 문화역량 증진을 위한 지원의 방향으로 확장

- 생활문화 활성화 지원기관으로서 생활문화센터 등 지역별 공간조성, 생활문화동호회 활성화 지원사업, 생활문화공동체 만들기 사업, 지역문화전문인력 배치 및 활용사업, 문화이모작 사업 등 지역과 밀착하여 진행되는 생활문화사업을 지속적으로 수행
- 지역문화재단, 지방문화원, 문화의 집, 지역기반 문화예술단체 등 지역문화를 구성하는 다양한 주체들과 지역의 기본역량과 특화역량을 발전시키는 역할을 수행하고 있음
- 2018년 ‘문화가 있는 날’ 사업추진단이 한국문화예술위원회에서 이관된 이후에는 문화가 있는 날 사업을 총괄하는 기관으로서 국민의 문화향유권 확산과 지역 기반 문화역량 증진을 위한 사업방향으로 확장해나가고 있음



[그림 3-2] 지역문화진흥원 조직구성 및 주요 연혁(2020년 기준)

□ 문화복지적 관정보다 문화권리적 관점에 집중하되, 지역 내 관계·과정 중심의 문화경험 확대

- 지역문화진흥원은 ‘함께하는 문화, 더해지는 행복’을 슬로건으로 하여 공동체 중심 지역중심·관계중심·과정중심의 기조로서, 지역의 문화역량 강화와 다양한 문화가치 창출을 목표로 삼고 있음
- 여타 문화예술 관련 사업들이 문화소외계층, 문화예술단체, 특정국민(학교, 아동청소년 등), 일반국민 대상의 프로그램으로 분류된다고 할 때, 지역문화진흥원은 문화복지적 관정보다는 문화권리적 관점에 집중하여 일반국민의 문화향유권 신장 및 적극적 활동을 유도함

57) 손경년(2018.2), 「[기획연재4] 다시 지역문화진흥을 위하여」, 지역문화진흥원 홈페이지 기고글에서 재인용

<표 3-12> 지역문화진흥원 기관 비전 및 목표

비전 및 목표		추진 방향성
“함께하는 문화, 더해지는 행복” 삶의 터전인 지역에서 주민들의 문화 역량을 향상하고 다양한 문화 가치를 창출하여 모두가 함께 할 수 있는 균등하고 지속 가능한 삶 위한 문화 활동 지원		지역의 고유한 문화가치 창출을 통한 지역문화 진흥 도모 지역의 문화역량 증진을 통한 문화자생력 제고 생활문화 여건조성을 통한 생활 속 문화참여 확산 지역문화활동과 국민문화향유 기회 증대로 문화도시 구현
주요 주체	세부 목표	
창작자	<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 예술가/기획자의 참여 역할 확대 지역 다양한 주체들과의 관계망 형성 예술가/기획자 역량 강화 	
향유자	<ul style="list-style-type: none"> 일상 속 향유기회 확대 및 문화 소외 완화 통한 삶의 질 향상 생활문화 활성화로 인한 주도적 역할 변화(향유→창작) 	
지역	<ul style="list-style-type: none"> 지역 고유의 문화 가치 창출을 통한 지역문화진흥 도모 문화 역량 강화를 통한 지역 문화자생력 증진 지역 문제 해결을 위한 대안으로서 문화적 경험 확대 지역 내 문화적 가치 확산 추구 문화를 매개로 한 주민 기반의 공동체 강화 인력, 콘텐츠, 인프라 등 지역 문화예술자산(환경) 확대 문화적 지역재생 및 지역 활력 증진 	

□ 추진사업은 ‘문화가 있는 날’ 사업과 ‘생활문화·지역문화 활성화’ 사업으로 대분

- 문화향유권 확산과 지역기반 문화역량 증진 지원을 위한 기관 운영방향에 맞춰, 2020년
 의 사업수행 조직을 기준으로 총 2개 부서, 5개 팀으로 구성되어, 17개 사업을 운영하고 있음

<표 3-13> 지역문화진흥원 조직 및 업무현황

분류	사업명	주관부서	특징
문화가 있는 날 (6)	청춘마이크	문날기획팀	지역 내 권역 단체 및 청년예술가들의 역량 강화, 관계망 형성
	지역문화우리	문날기획팀	지역 내 청년문화 활동 활성화 계기를 마련 청년 주도 지역 고유의 문화 가치 창출, 발전하는 과정에 기여
	지역문화콘텐츠특성화	교류협력팀	지역 다양한 주체 협력, 지역 고유 콘텐츠 개발 주민 모두 참여 가능한 지역 맞춤형 프로그램 지원
	동동동 문화놀이터	교류협력팀	유아동 문화예술체험 확대, 문화 접근성 향상
	직장문화배달	교류협력팀	근로자의 문화적 삶의 질 향상
	동네책방 문화사랑방	교류협력팀	소규모 책방 중심의 지역 특색 반영 문화 활동 지원 주민 활동 공간 지원 및 문화공동체 활성화 기여
생활/지역 문화 활성화 (9)	생활문화센터 활성화 지원사업	생활문화팀	지역주민의 생활문화 창작 향유 거점 공간 조성 및 활성화 지원
	생활문화동호회 활성화 지원사업	생활문화팀	지역주민 생활문화동호회 주도의 생활문화 활동 지원 및 축제 개최 참여자가 자발적 문화예술 활동을 통해 삶을 풍요롭게 하는 문화 주체 성장하도록 지원
	생활문화공동체 만들기	생활문화팀	주민 주도 생활 속 문화예술 활동 통해 공동체 강화 및 가치 회복 추구 생활과 일상 속 문화적 요소 발굴, 지역 고유의 삶의 문화 형성 생활문화공동체 형성 지원, 역량 강화 및 관계망 형성 지원 등
	유희공간 문화재생 활성화 사업	생활문화팀	유희공간의 문화적 재생을 통한 지역의 상징적 공간 활용 추구 사업대상지 발굴 및 연구지원, 전문가 자문 및 모니터링 추진

분류	사업명	주관부서	특징
	지역문화인력지원사업	전략기획팀	지역 내 지역 문화인력 양성 지원(인건비, 프로젝트, 역량 강화 등 지원)
	지역문화전문인력양성기관 지정 및 지원 사업	전략기획팀	지역별 양성기관 지정 및 교육과정 운영비 지원 양성과정 장관상 수상자에게 프로젝트 실습비(사업비) 지원
	지역문화 활동가 지원사업	전략기획팀	지역 한한 및 문제를 문화적 가치로 해결하고자 하는 문화 활동가 활동 지원(지역 문화활동가 프로그램 기획·운영 지원) 전국 각 지역 문화교류체계 구축(역량강화 및 협업, 교류 지원)
	문화이모작	전략기획팀	지역주민 중심, 문화 매개 인력 발굴 이장, 부녀·청년회장, 귀농그룹 등 사업대상(농산어촌 도농지역 문화리더) 지역 내 문화사업 발굴과 주민커뮤니티 활성화를 통한 자생적 주민공동체 및 문화커뮤니티 구축 목적
	지역 문화생태계 구축 통합운영	전략기획팀	시설-프로그램-주민공동체 연결된 문화인전망 구축 목적 지역민 삶의 행복 증진, 공동체 강화, 지역소멸·격차 해소 등 문화의 사회적 역할 확대 6개 대표적 문화사업 통합(파키지) 지원 및 지역문화 생태계 형성 ①인생-농교실 ②무지개다리 ③ 문화이모작 ④ 지역문화 콘텐츠 특성화 ⑤ 지역문화인력 배치 지원 ⑥ 신중년 문화예술교육 지원
기타 사업 (2)	문화도시 지정 및 평가관리 지원 사업	전략기획팀	지역 문화자원 활용, 고유 도시문화 생성 및 확산 활동 지원 지정 평가 및 컨설팅, 워크숍 등 지원
	여가친화기업 선정 및 지원	교류협력팀	근로자의 여가생활을 보장하는 모범 기업 인증 및 지원(국민여가활성화기본법 제 16조)

자료 : 지역문화진흥원 누리집 > 조직 및 업무(최종검색 : 2021.1.18.)

[참고] 지역문화진흥원이 주관하는 '문화가 있는 날 기획사업'의 의의

- '문화가 있는 날 기획사업'의 본질적 속성 유지에 기여
⇒ 기획사업의 기본 속성은 '사람, 지역, 관계, 그리고 과정 중심의 사업'으로, 지역문화진흥원의 핵심 가치와 궤를 같이함. 즉, 지역문화진흥원만의 비전과 방향성이 큰 강점이자 경쟁력으로 작동될 수 있는 사업 중 하나라고 할 수 있음
- '문화가 있는 날 기획사업'의 구체적 효과 확인 및 로드맵 계획
⇒ '문화가 있는 날 기획사업'은 '문화가 있는 날' 보다 더욱더 구체적이고 전략적 목적을 지님. 즉, '돌봄(養)'을 통해 '문화적 권리(勸)'를 '지역(圈)' 내에서 실현한다는 '3권 관점의 문화권 구현'이 기획사업의 핵심 목적인데, 지역문화진흥원은 이러한 관점에서 기획사업의 세부 추진 효과를 확인 및 공론화함은 물론, 이를 바탕으로 '문화가 있는 날' 로드맵을 그리는 역할을 수행하는데 최적의 기관이라 할 수 있음
- '문화가 있는 날 기획사업'의 사회적 가치 극대화
⇒ '문화가 있는 날 기획사업'은 단순히 지역민의 '문화권 증진'에 그치는 것이 아니라, 이들의 문화적 경험(활동)이 공동체 차원, 혹은 지역적 차원의 가치로 이어지는 선순환 프로세스를 지향하기에, 지역문화진흥원 운영체계가 가장 적합한 것으로 판단됨. (예컨대 지방 소도시에서 문화가 있는 날 기획사업을 통해 다양한 문화활동 기회를 마련함으로써, 주민들은 지역에 대한 애착감과 정주의식을 키울 수 있으며, 이러한 흐름이 결국 지역 인구소멸 문제의 해결로 이어질 수 있음)

3) 운영현황 및 구조

① 운영현황

- 사업 규모확장과 동시에, 지역고유성·자립성 및 향유자의 주체성을 강조하는 방향으로 질적 확장
 - 「문화기본법」(2013), 「지역문화진흥법」(2014)에 근간하여 ‘문화가 있는 날’ (2014) 및 ‘문화가 있는 날 기획사업’ (2015)이 시작된 이후 기획사업은 그 수행환경에 변화에 따라 사업의 양적 규모확장과 동시에 질적 확장을 시도해옴
 - 법령에서 명시하는 문화권 보장, 문화향유 접근성에 기반하여 초기에는 직장문화배달 및 동등동 문화놀이터 등 문화예술공연 배달사업이 운영되었으며, 사업추진단의 구성과 함께 지역의 주체성을 담보한 특화사업, 청년예술인에 기회를 제공하는 버스킹 사업이 시행됨
 - 지역문화진흥원이 문화가 있는 날 주요 주관처로 역할하게 된 이후에는 문화정책 내에 지역 자치와 혁신, 삶의 질, 사회적 안전망, 고유성 및 다양성, 국토균형 등이 주요 키워드로 등장하면서, 보다 지역민 참여와 지역성 강조의 방향으로 구조화되는 양상을 보임

사업연혁	핵심 키워드	정책 법	문화가 있는 날 기획사업						
2013		문화기본법	기획사업 규모확대 및 범위확장						
2014 문화가 있는 날 시작	문화권 일상 문화기반	지역문화진흥법	✓ [목표] 일상속 문화접근성 ▶ 지역고유성 발굴, 지역관계망, 지역기반 ✓ [유형] 찾아가는 문화서비스 ▶ 향유자의 주체성 강화 ✓ [규모] 양적 확대 ▶ 균형적 확대, 자립성 및 예산대비 효율성 강조 ✓ [효과] 수혜자수, 참여단체수 양적 효과 ▶ 사업의 양적/질적 효과						
2015 문화가 있는 날 기획사업 시작	문화접근성 생활문화	제1차 지역문화진흥기본계획 (2015-2019)	직배 (8억, 40팀 55회)	동등동 (19억, 96팀 509회)					
2016 문화가 있는 날 사업추진단 구성			직배 (4억, 16팀 37회)	동등동 (13.7억, 58팀 411회)	지특 (31.3억, 24팀 160회)	청마 (33.5억, 235팀 995회)			
2017 문화가 있는 날 주말 확대 운영 시작		국정운영5개년계획	직배 (4억, 27팀 52회)			지특 (53억, 54팀 306회)	청마 (28억, 152팀 887회)		
2018 사업추진단 지역문화진흥원 이관	자치 포용	문화비전 2030 (자율성, 다양성, 창의성) 새예술정책(2018-2022)	직배 (6억, 41팀 107회)	동등동 (8억, 37팀 185회)	지특 (20억, 26팀 130회)	지곤 (20억, 27팀 152회)	청마 (36.5억, 194팀 1195회)		
2019 사업추진단 6개 기획사업 주관 (신규사업2개)	혁신 안전망 삶의 질 행복감		직배 (7억, 43팀 130회)	동등동 (8억, 40팀 200회)	지곤 (22억, 33팀 208회)	청마 (42.3억, 276팀 1,545회)	청우 (4.7억, 7팀 81회)	척방 (4억, 40곳 223회)	
2020		제2차 지역문화진흥기본계획 (2020-2024)	직배 (6억, 30팀 106회)	동등동 (7억, 30팀 148회)	지곤 (30억, 49팀 479회)	청마 (63억, 412팀 2,284회)	지우 (4억, 14팀 278회)	척방 (4억, 42곳 197회)	

[그림 3-3] ‘문화가 있는 날 기획사업’ 수행환경 변화에 따른 운영현황 추이

<표 3-14> 기획사업별 세부 운영성과 추이

구분	연도	예산(억원)	선정단체 수	운영횟수	참여인원(명)
청춘마이크	2020	63	(주관)10/(단체)412	2,284	643,164
	2019	42.3	(주관)6/(단체)276	1,545	176,384
	2018	36.5	(주관)9/(단체)194	1,195	133,586
	2017	28	(주관)5/(단체)152	887	126,900
	2016	33.5	(주관)-/(단체)235	995	157,608
	계	203.3	30 / 1,269	6,906	1,237,642
지역문화 우리	2020	4	14	278	6,521
	2019	4.7	7	81	4,082
	계	8.7	21	359	10,603
지역문화 콘텐츠 특성화	2020	30	49*	479	178,026
	2019	22	33	208	156,408
	2018	20	27	152	127,971
	2017	53	54	306	305,222
	2016	31.3	24	160	234,262
	계	156.3	187	1,305	1,001,889
동동동 문화놀이터	2020	7	30	148	19,510
	2019	8	40	200	27,143
	2018	8	37	180	24,449
	2017	13.7	58	411	56,677
	2016	19	96	509	63,350
	계	55.7	261	1,448	191,129
직장문화 배달	2020	6	30	106	6,185
	2019	7	43	130	18,236
	2018	6	41	107	15,297
	2017	4	(일반)22/(특화)5	52	16,050
	2016	4	(일반)15/(한식콘텐츠)1	37	4,350
	계	27	157	432	60,118
동네책방 문화사랑방	2020	4	42	197	3,555
	2019	4	40	223	6,338
	계	8	82	420	9,893

* 지역문화 생태계 구축 통합운영 지원단체 5개 포함

□ 문화가 있는 날 보완·심화 및 지역문화 자치 생태계 강화를 목적으로 운영 중

- ‘문화가 있는 날’ 사업이 문화시설을 매개로 무료 및 할인 등의 혜택서비스를 제공하여 국민의 문화참여 기회를 확산시켰다면, 문화단체들과의 협업을 통해 지역과 계층별로 대상특화형·지역특화형 프로그램을 개발하여 적극적으로 문화향유를 제고하도록 함
- 지역문화진흥원에서 주관하는 6개의 문화가 있는 날 기획사업은 문화가 있는 날이 추구하는 방향성 및 기관의 비전 및 목표 하에서, 다양한 문화경험 계기를 제공하고 문화주체 양성 및 지역문화 생태계를 구축하고자 하고 있음
- 각 기획사업은 각 사업별 추진배경에 따라 그 세부목적 및 운영구조 등 사업별 특징에 차이가 있어, 아래와 같이 기획사업이 가진 목적 및 방향성을 검토함

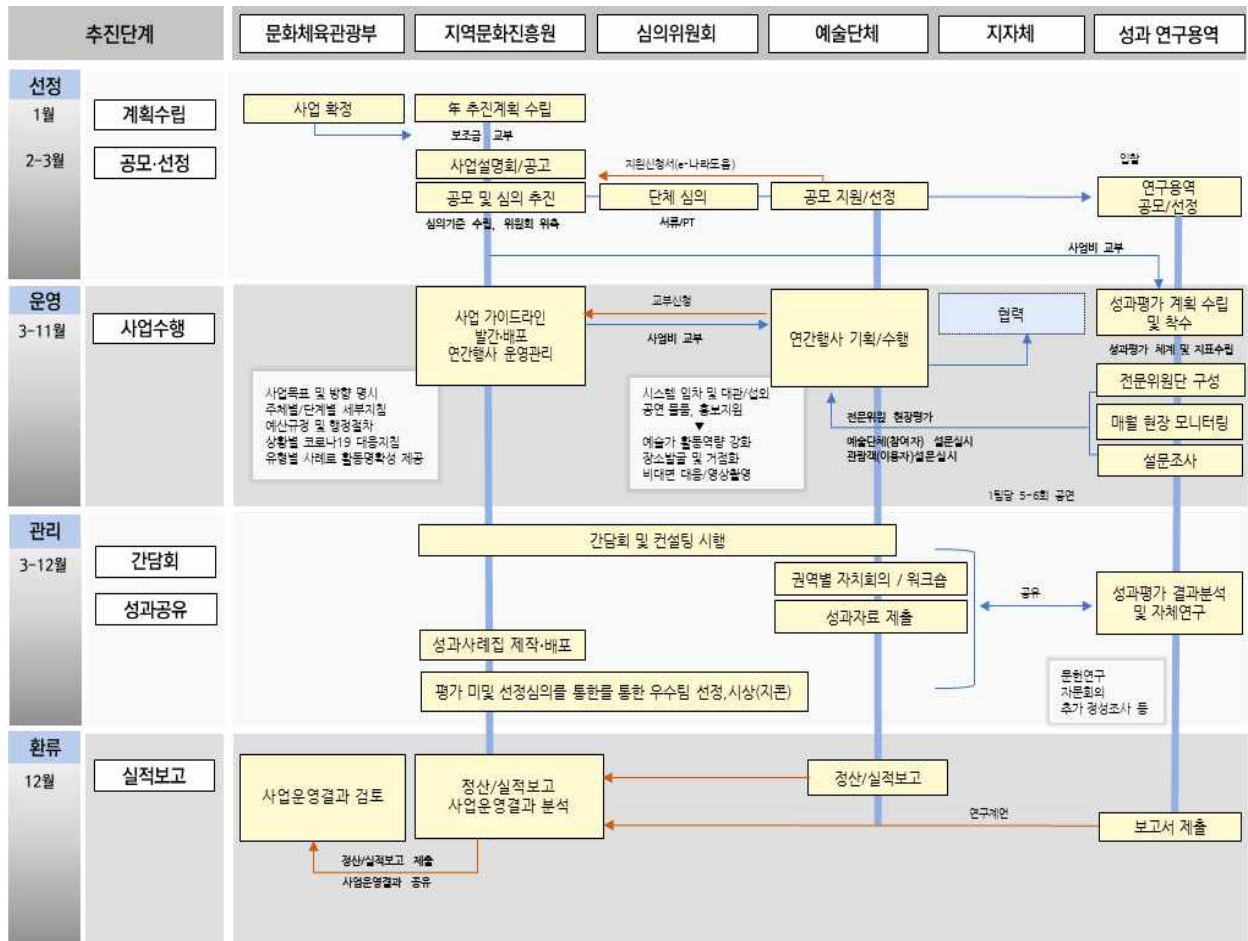
<표 3-15> 기획사업별 목적 및 방향성

	목표	추진방향
청춘마이크	<ul style="list-style-type: none"> • 청년 예술가 지원 • 국민들의 문화예술공연 향유기회 확대 • 문화를 통한 관계망 형성 	<ul style="list-style-type: none"> • 공간 발굴을 통한 문화향유기반 확대 및 활성화 • 주관단체의 지역 내 문화플랫폼 역할 강화 • 청년문화예술인 활동기반 제공 및 역량강화 • 참여자 간 관계망 형성 및 가치확산
	▶ 재능과 열정을 갖춘 청년문화예술인들에게 공연기회와 재정 지원	
지역문화 우리	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 청년문화 활성화 계기 마련 • 지역문화가치 창출 발전 기여 • 문화를 통한 사회문제 해결 • 문화를 통한 관계망 형성 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 자원 연계 문화가 있는 날 프로그램 개발 (→지역 특화 문화예술프로그램 향유기회 확대) • 지역 현안 기반 청년문화예술 기획 활동 지원 • 지역 청년문화기획자 주도의 청년문화 활성화 • 지역 문화생태계 활성화 및 역량 강화(관계망 확대)
	▶ 지역청년문화 활성화 계기 마련 및 지역문화가치 창출·발전 과정 기여	
지역문화 콘텐츠 특성화	<ul style="list-style-type: none"> • 지역문화 생태계 강화 • 지역 고유성 및 자발성에 기초한 문화향유 확대 • 문화를 통한 관계망 형성 	<ul style="list-style-type: none"> • 주민 참여 가능한 지역 맞춤형 문날 프로그램 운영 (문화 향유기회 확대) • 지역 고유 콘텐츠 발굴 및 지역경제 활성화 • 지역 다양한 주체 간 협력, 관계망 형성 • 5년 연속지원체계 / 3~5년차 자부담 매칭
	▶ 지역의 문화주체 간 협업을 통한 고유 콘텐츠 발굴 및 지역경제 활성화	
동동동 문화놀이터	<ul style="list-style-type: none"> • 유아동 문화향유 및 접근성 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화 소외지역, 인구 소멸지역 문화 향유기회 확대 • 문화배달사업을 통한 문화 접근성 및 다양한 장르 체험 기회 확대 • 문화예술 체험을 통한 정서발달 도움 • 유아기 사회적 인식확장 기여 및 복합문화예술체험기회 확대
	▶ 영·유아 대상 맞춤형 문화예술프로그램 배달을 통한 접근성 강화	
직장 문화배달	<ul style="list-style-type: none"> • 직장인 문화향유 및 접근성 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 찾아가는 문화예술프로그램으로 평일 문화생활 어려운 근로자의 문화적 삶의 질 향상 • 직장인 맞춤형 프로그램을 통한 참여만족도와 사업효과성 극대화 • 근로 복지 사각지대, 특수직군 대상, 문화 소외 완화
	▶ 근로자 대상 맞춤형 문화예술프로그램 배달을 통한 접근성 강화	
동네책방 문화사랑방	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 고유성 및 자발성에 기초한 문화향유 확대 • 문화를 통한 관계망 형성 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 문화 주체로의 주민 활동 공간 지원 • 지역 문화공동체 형성 및 활성화 기여 • 지역 특색 반영한 문화 활동 기획 지원 • 연속성 있는 활동을 통한 책방과 지역 주체들 간 관계망 형성 • 지역 문화공간 수요자 지속적 증가
	▶ 동네책방 거점의 주민 중심 문화활동 지원, 지역문화공동체 활성화 기여	

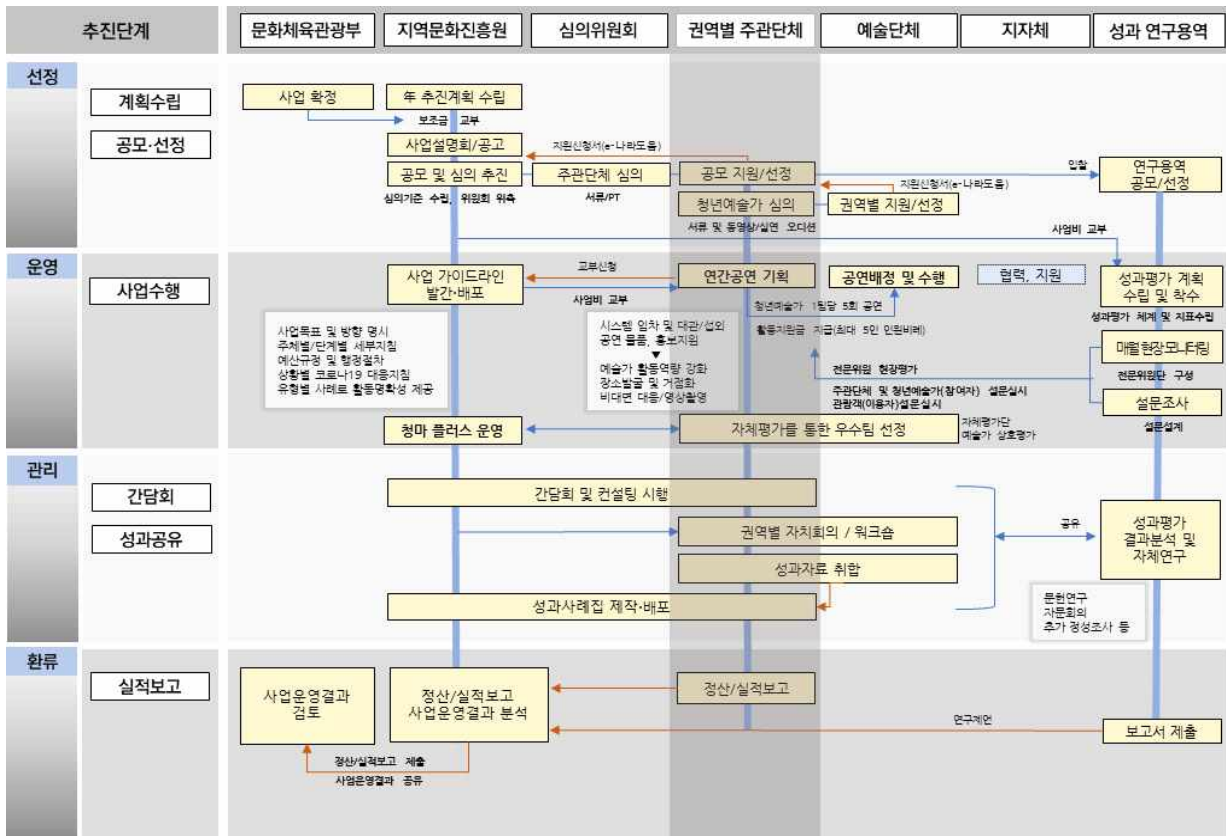
② 운영구조

- 현재 6개의 기획사업은 단년도 지원체제로 매년 공모·심의를 통해 선정된 전국의 참여단체 또는 수혜처가 3~12월의 기간에 프로그램을 운영하며, 지역문화 콘텐츠 성화 사업에 한하여 5년 연속지원이 가능한 구조임
- 각 기획사업의 운영구조에 따라 상세대상 및 지원조건, 수행체계에 다소 차이가 존재하나 지역문화진흥원은 연간 사업기획·운영 및 관리총괄, 예산교부 및 정산, 단체 선정의 업무를 담당하고, 수행단체는 프로그램의 기획·수행과 이에 수반되는 정산·실적보고를 수행함

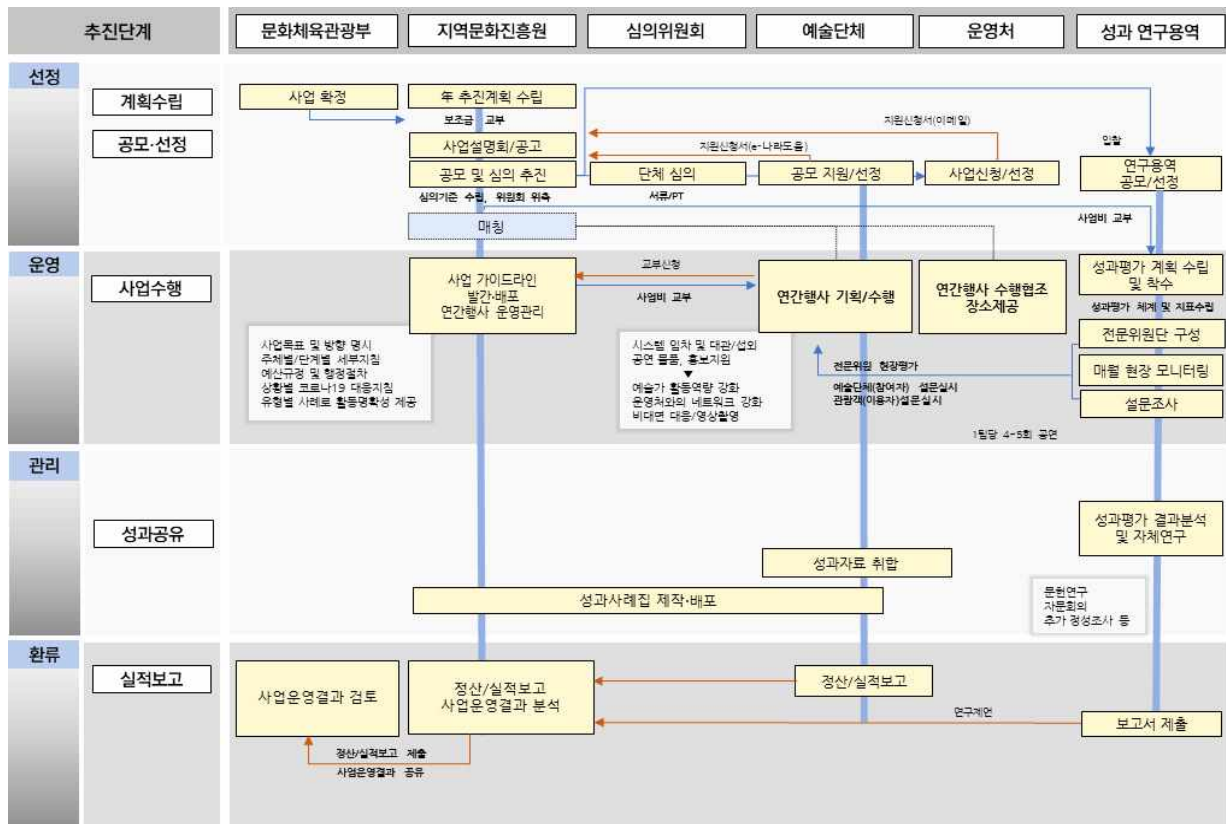
지역문화진흥원	참여예술인/기획자/단체	참여시설
연간 사업기획·운영·관리 총괄 예산 교부 및 정산 수행/주관단체 공모·선정	공연/프로그램 기획 및 수행	참여 유아시설 및 참여 직장 협력/전문가 컨설팅/멘토단, 심위위원, 평가위원



[그림 3-4] '문화가 있는 날 기획사업' 기본 추진구조



[그림 3-5] 권역별 주관단체가 있는 추진구조 (청춘마이크)



[그림 3-6] 수혜처 매칭형 문화배달사업 추진구조 (동동동 문화놀이터, 직장문화배달)

4) 추진성과

□ 규모 및 범위 확장을 통한 문화예술 향유 증진에 기여, 현재 지역문화 생태계 강화를 위한 사업 형태로 진화

- 2015년 처음 기획사업을 시행한 이후 2020년 현재까지 프로그램 규모 확대 및 범위가 점진적으로 확대되어 왔고, 초기 2개 사업, 136개 팀 지원(예산규모 27억)에서 현재는 6개 기획사업, 572개 팀 지원(예산규모 114억)으로, 6년간 지원대상과 재정에서 4.2배의 규모 확장을 보임
- 2018년 지역문화진흥원으로 사업 이관 후 지역문화예술 자생력 강화로 사업 방향성 확장되어, 문화시설 할인 혜택 제공에서 점차 수요자·지역·문화시설별 맞춤형 기획프로그램으로 확대됨
- 문화예술분야 유사사업이 특정 생애주기 대상이나 시설을 수혜층으로 하거나, 주관 기관 특성에 따라 프로그램 콘텐츠가 좌우되는 것 대비 진흥원 기획사업은 일상 속 문화저변 확대를 궁극적 취지로 하여 기획되었다는 점에서 차별화하고 있음
 - 2015년, 직장문화배달, 동동동 문화놀이터와 같은 문화예술공연 배달사업으로 처음 시작
 - 2016년, 사업추진단 구성 이후 예술가·기획자·지역민 등 다양한 주체가 참여하여 지역문화의 자생력을 강화하는 방향의 기획사업들이 진행
 - 2020년 현재 총 6개의 기획사업 지역문화진흥원에서 시행 중

<표 3-16> 2015~2020 문화가 있는 날 기획사업 추진경과

2015	2016	2017	2018	2019	2020
직장으로 찾아가는 공연 [8억,40팀,55회]	직장배달콘서트 [4억,16팀,37회]	직장배달콘서트 [4억,27팀,52회]	직장문화배달 [6억,41팀,107회]	직장문화배달 [7억,43팀,130회]	직장문화배달 [6억,30팀,106회]
동동동 문화놀이터 (한국문예회관연합회) [19억,96팀,509회]	동동동 문화놀이터 (한국문예회관연합회) [13.7억,58팀,411회]	-	동동동 문화놀이터 [8억,37팀,180회]	동동동 문화놀이터 [8억,40팀,200회]	동동동 문화놀이터 [7억,30팀,148회]
-	지역거점 특화프로그램 [31.3억,24팀,160회]	지역특화프로그램 [53억,54팀,306회]	지역특화프로그램 [20억,26팀,130회] 지역문화 콘텐츠특성화 [20억,27팀,152회]	지역문화 콘텐츠특성화 [22억,33팀,208회]	지역문화 콘텐츠특성화 [30억,49팀,479회]
-	청춘마이크 [33.5억,235팀,995회]	청춘마이크 [28억,152팀,887회]	청춘마이크 [36.5억,194팀,740회]	청춘마이크 [42.3억,276팀,1,545회]	청춘마이크 [63억,412팀,2,284회]
-	-	-	-	청년문화우리 [4.7억,7팀,81회]	지역문화우리 [4억,14팀,278회]
-	-	-	-	동네책방 문화사랑방 [4억,40곳,223회]	동네책방 문화사랑방 [4억,42곳,197회]

■ 신규 시행 기획사업

□ 2020년 기준 누적 참여자 1,977개 팀, 참여횟수 10,865회, 관람객 약 250만 명 수준

- 본 과업의 대상이 되는 6개 기획사업은 현재까지 1,977개 단체, 10,870회 행사, 수혜자 추산 250만 명에 달하는 성과를 축적하였음
- 참여단체 수 2016년 371개 팀에서 2020년 577개 팀으로 155%의 사업규모가 확장하였고, 총 누적 1,977개 팀이 배출되었으며, 초기 대비 5.3배 증가하였음

<표 3-17> 2016~2020 문화가 있는 날 기획사업 참여단체 수 추이

	2016	2017	2018	2019	2020	계
청춘마이크	235	152	194	276	412	1,269
지역(청년)문화우리	-	-	-	7	14	21
지역문화콘텐츠특성화	24	54	27	33	49	187
동동동문화놀이터	96	58	37	40	30	261
직장문화배달	16	27	41	43	30	157
동네책방문화사랑방	-	-	-	40	42	82
계	371	291	299	439	577	1,977

- 행사횟수 2016년 1,701회에서 2020년 3,492회로 단년도 사업 행사횟수가 205% 확대되었고, 현재까지 누적 총 10,870회로 1만회 달성, 2016년 대비 6.4배의 행사 수가 축적되었음

<표 3-18> 2016~2020 문화가 있는 날 기획사업 행사 횟수

	2016	2017	2018	2019	2020	계
청춘마이크	995	887	1,195	1,545	2,284	6,906
지역(청년)문화우리	-	-	-	81	278	359
지역문화콘텐츠특성화	160	306	152	208	479	1,305
동동동문화놀이터	509	411	180	200	148	1,448
직장문화배달	37	52	107	130	106	432
동네책방문화사랑방	-	-	-	223	197	420
계	1,701	1,656	1,634	2,387	3,492	10,870

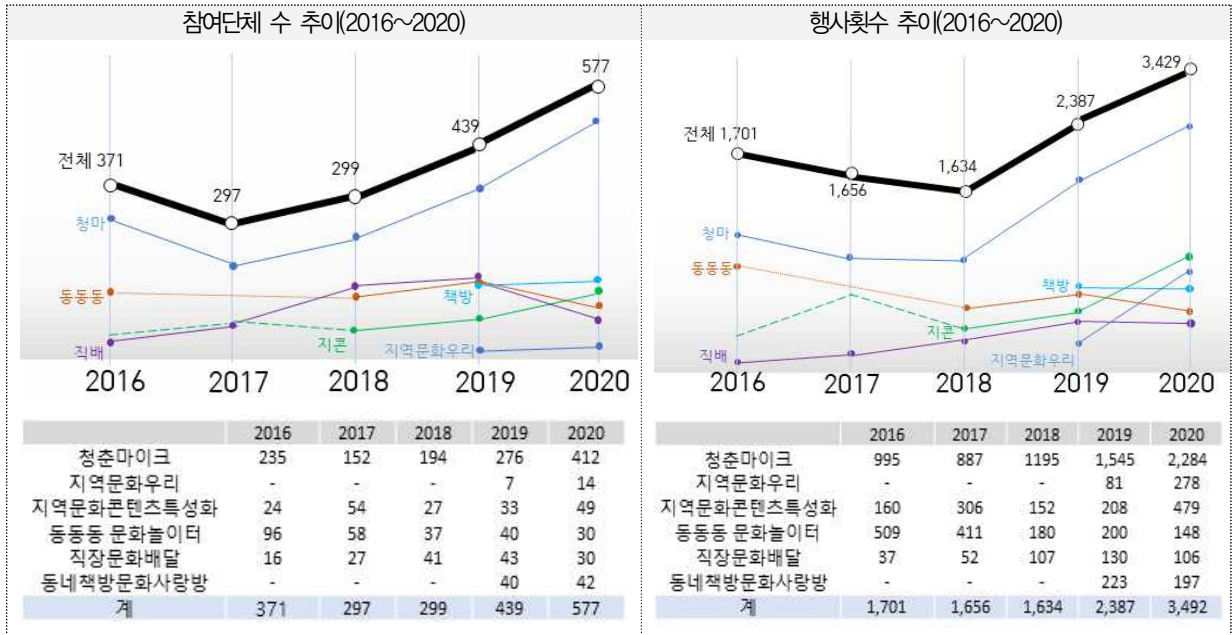
* '지역문화우리' 의 경우 월별활동 집계기준

- 수혜자 수는 2016년 459,570명에서 2020년 856,961명으로 단년도 사업기준으로 156% 더 많은 국민이 수혜(참여·관람)하고 있으며, 현재까지의 누적 기준으로는 2,511,274명으로 5.5배의 수혜자 수가 축적되었음

<표 3-19> 2016~2020 문화가 있는 날 기획사업 추산 수혜자 수 추이

	2016	2017	2018	2019	2020	계
청춘마이크	157,608	126,900	133,586	176,384	643,164	1,237,642
지역(청년)문화우리	-	-	-	4,082	6,521	10,603
지역문화콘텐츠특성화	234,262	305,222	127,971	156,408	178,026	1,001,889
동동동문화놀이터	63,350	56,677	24,449	27,143	19,510	191,129
직장문화배달	4,350	16,050	15,297	18,236	6,185	60,118
동네책방문화사랑방	-	-	-	6,338	3,555	9,893
계	459,570	504,849	301,303	388,591	856,961	2,511,274

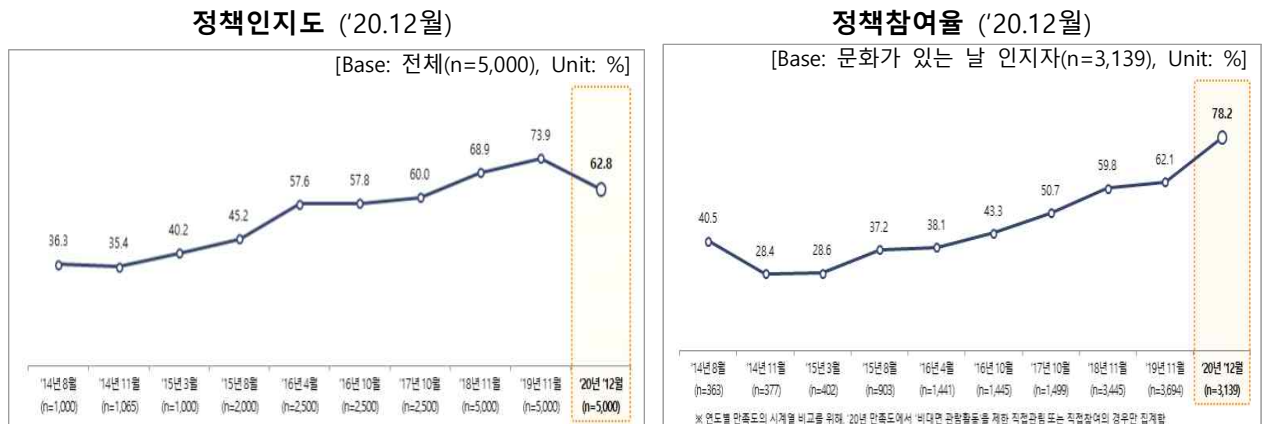
- 예년보다 불확실성이 크고 사업수행에 제약이 많았으나 참여단체수의 증가뿐 아니라, 프로그램 소규모·다양화를 통해 프로그램 운영횟수 및 수혜자 수에 유의한 성과를 거둠



[그림 3-7] 2016~2020 문화가 있는 날 기획사업 사업규모 추이

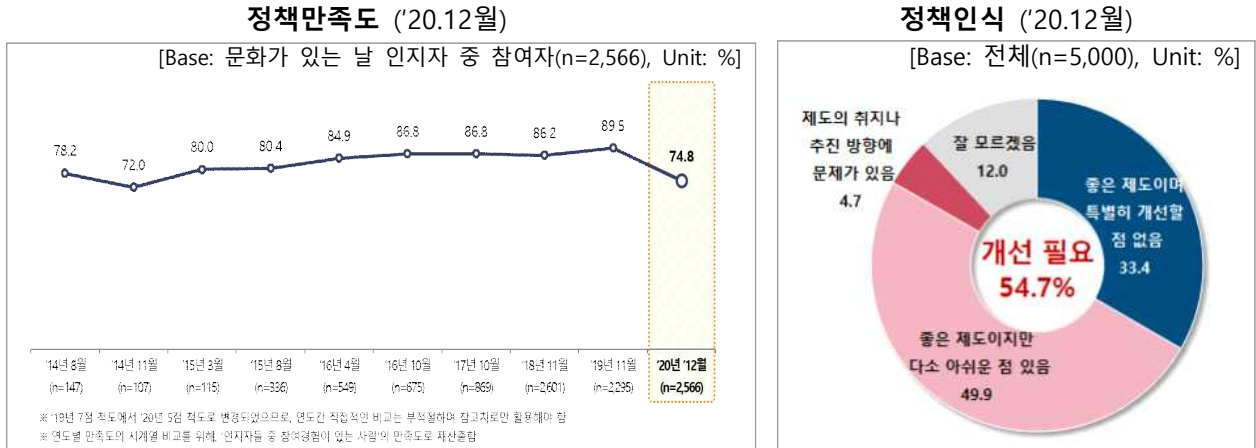
- ‘문화가 있는 날’ 사업의 발자취는 개개인의 문화향유 증진을 위한 목표에 맞추어 인지도와 참여에서 성과를 보여 왔으며, 코로나19로 예측 불가한 향유환경에서 더욱 의미 있는 사업임을 방증

- ‘문화가 있는 날’ 인지도는 사업이 출범한 2014년 36.3%에서 매년 증가세를 보였으며 2019년에는 73.9%로 출범 이래 가장 높은 수치를 보였으나, 2020년에는 62.8%(↓11.1%p)로 감소함. 코로나19로 인한 불확실성이 여전히 남아있는 가운데, 문화예술생태계 위축과 정보접근성·인지기회 축소의 지속 환경에서 경험기회를 높일 수 있는 홍보 전략 마련 필요
- 참여율은 2014년 40.3%에서 28.4%까지 떨어진 뒤 꾸준히 상승하여 2019년 62.1%, 2020년 78.2%(↑16.1%p)로 상승하였고, ‘비대면 프로그램’ 등 매체를 이용한 문화가 있는 날 참여경험을 포함하면 81.7%로 집계되었음. 일상적이고 물리적·경제적 부담없이 즐기는 문화활동을 보장하므로 현 시국에 더욱 가치가 있는 사업임을 방증



[그림 3-8] ‘문화가 있는 날’ 정책인지도 및 참여율 변화추이

- ‘문화가 있는 날’ 정책만족도는 2015년 이후 연간 80%대를 유지하다가 2020년 74.8% 까지 감소하였는데 방역수칙 준수 관련 향유환경 변화로 만족도가 감소한 것으로 풀이됨
- 한편 ‘문화가 있는 날’ 정책공감도는 긍정응답⁵⁸⁾이 83.3%로 나타남



[그림 3-9] ‘문화가 있는 날’ 정책만족도 및 정책인식

□ 향유자에 ‘문화활동 선택권’을 부여하는 주체적 향유자 지원사업으로서의 가치

- 현재 문화예술향유를 확산시키고자 추진하는 사업 중 ‘문화가 있는 날’ 과 ‘통합문화이용권’ 정도가 향유자에게 직접적으로 문화활동에 대한 선택권을 주는 사업이며, 그마저도 ‘문화가 있는 날’ 사업을 제외하고 대체로 문화소외계층을 대상이 대부분임(‘소외계층 문화순회’ , ‘방방곡곡 문화공감’ , ‘통합문화이용권’ 등)
- 이러한 이유로 자발적인 문화예술수요 확대나 시장확대는 기대가 어려운 상황에서 ‘문화가 있는 날’ 사업은 다양한 분야를 포괄하고 주체적 향유자를 지원하는 대표적 사업임
- 단순히 수동적으로, 사업시행 기간에만 문화를 경험하는 사업이 아닌, 계기의 제공을 통한 확장적 활동확대를 목표로 하는 문화확산형 사업임을 의미한다는 점에서 중요한 가치를 가짐

□ 기획사업의 경우, 삶의 양식으로서의 문화에 집중하고 다양한 활동 보장하는 관계기반 사업 가치

- 한편 시설 입장료 할인 등에 치중하고 있는 기존 ‘문화가 있는 날’ 사업의 맹점을 보완하고 적극적인 기회확대를 위해 기획사업이 도입되었으며, 문화예술단체와의 협업, 지역 문화 특수성 반영과 생태계 강화를 기반으로 6년차를 맞이함
- 지역 내에서 공유하고 있는 유·무형의 문화자원, 삶의 양식과 사회적 자본들을 활용하여 지역 맞춤형 프로그램을 운영해 온 자립사례 축적
 - 5년 연속지원 가능한 지역문화콘텐츠 특성화의 경우 2개의 단체(종로문화재단, 쥬스컴퍼니)가 올해로 5년차가 완료되었으며, 향후 자립 단체로서 지역에서 해당사업을 지속 운영할 예정임

□ 2020년 어려운 사업수행 환경에서도 단체의 자율성 보장은 긍정적인 활동확장이 가능하게 하였음

- 지난 20년 8월, 전국적 거리두기 격상으로 인해 대면활동이 거의 불가능해짐에 따라 지역문화진흥원은 기획사업 수행단체들 단체들의 프로그램의 내용적 레퍼토리뿐만 아니라 수행방식, 수행규모, 수행장소, 수행대상 전반에서 최선의 대응을 할 수 있도록 자율성을 부여하고 이를 지원함에 따라 앞서 살펴본 바와 같이 정량 수치적 성과를 이루었음

58) ‘특별히 개선할 점이 없음’ + ‘좋은 제도이지만 다소 아쉬운 점이 있음’, 동일응답에 대한 2019년 88.0% 대비 4.7%p 감소

- 단순히 프로그램의 영상화가 아니라 다양한 방식의 수행(연구활동, 인터뷰 아카이빙, 키트 제작, 책자발간, 플랫폼 개발)을 통해 결과물이 축적될 수 있는 계기 마련
- 이용자 참여효과 중 ‘쾌락감(즐거움) 증가’ 가 높은 수치로 집계, 문화가 있는 날 사업이 행복과 삶의 질, 생활여건 변화에 긍정적 영향을 주고 있음
 - 청춘마이크 4.58점, 지역문화우리 4.96점, 직장문화배달 4.80점 : ‘쾌락감 증가’ 1위
 - 지역문화 콘텐츠 특성화 4.75 : ‘유사한 유형의 문화예술 관심 증가’ 1위
 - 동동동 문화가 있는 날 4.76점, 4.74점 : ‘문화가 있는 날 관심증가’ 와 ‘참여욕구 증가 1,2위
 - 동네책방 4.95점 : ‘시간투자 의지’와 ‘책방관심’ 1,2위

- ‘문화가 있는 날’의 가치와 미래방향 ⇒ 더 많은 사람들의 주체적 향유 확산
- ‘문화가 있는 날 기획사업’의 가치와 미래방향 ⇒ 지역과 지역 구성원, 지역의 삶들로 집중, 관계의 형성, 차별적이고 다양한 활동 보장

2. 2020년 기획사업 추진 결과

1) 기획사업 추진 결과

① 2020년 추진 결과

⇒ 2020년 3월부터 12월까지 전국 각지의 587개 팀이 총 3,487회 프로그램 수행

- 문화가 있는 날 6개의 기획사업은 1월부터 12월까지 운영되었으며, 주로 1~5월 공모, 6월~11월 활동, 12월 성과공유 및 결과보고의 연간 일정으로 진행됨
 - 코로나19로 인해, 3월에 활동이 시작되던 예년에 비해 활동시기가 연기됨
- 총 587팀 또는 책방이 참여하였고(청춘마이크 주관단체 10팀 포함), 동동동 문화놀이터 및 직장 문화배달의 참여기관을 포함하면 총 841개의 문화예술단체, 책방, 기관·사업체가 2020년 '문화가 있는 날' 기획사업 '에 참여한 것으로 집계됨
- 전국 17개 광역시도 및 총 3,487회 프로그램이 개최되었고 이들은 단체당 4~5회의 프로그램을 수행하게 됨
- 6개 기획사업의 전체 사업예산은 114억이며, 이 중 단체에 지원하는 보조금 규모는 88억 8,500만원임(전체 예산의 77.9%)

<표 3-20> 2020 문화가 있는 날 기획사업_종합 현황

구분		내용
사업범위	사업기간	2020년 3월~12월
	지역	전국 17개 광역시도 (사업별 권역 구분방식 상이)
사업규모	참여단체 수	587개 (수혜처 합산 841팀)
	총 운영회차	3,487회
	참여인원 수	약 856,961명
	예산규모	전체 사업 예산 : 114억
공모 및 선정	지원방법	- e-나라도움 시스템을 통한 서류 접수
	선정방법	- 지원신청서, 기타 증빙자료 제출 - 서류심의 및 인터뷰 심의 - 사업에 따라 동영상 오디션, 심의위원 대면 컨설팅, 인터뷰 등 병행
	지원대상	- 문화예술 프로그램 기획 및 운영 역량을 가진 기관/단체/기획자 및 서점 - 일부 사업의 경우 사업취지 및 해당 대상군을 고려한 프로그램 지원
	수혜대상	- 일반 방문객/관람객 및 목적형 방문객 - 대상형 관람객(유아동, 직장인 등)
지원	- 공연 또는 프로그램 수행을 위한 인건비, 제작비, 여비, 기자재 및 임차료, 홍보비, 기자재, 사업추진비, 그 외 프로그램에 필요한 필수 경비 - 기획·개발비, 재료비, 결과물 제작비 지원 - 워크숍, 멘토링, 컨설팅 등 프로그램 지원, 홍보 지원	
운영형태	- 매월 마지막 수요일 및 그 주간 프로그램 수행 - 지역 문화가치 연구조사, 지역 내 공유 네트워킹 등(사업별 상이)	
사업평가	- 현장모니터링 및 평가	
사업관리	- 사업 가이드라인, 연중피드백, 자체평가회 및 활동공유회, 성과사례집	

<표 3-21> 2020 문화가 있는 날 기획사업_세부 운영현황

평가대상	사업예산 억	지원 내용					참여 관람인원 명
		참여 단체수 팀/곳/개소	참여 예술인 명	운영회차 (전체) 회	필수 운영회차 (단체당) 회	지원금 (단체당) 백만원	
청춘 마이크	63억	422 (주관단체 10 + 예술단체 412)	1,440	2,284	5	주관 255~695 예술 3.5~10.5	643,164
지역문화우리	4억	14 (활성5/진입9)	-	278	3	5~30	6,521
지역문화 콘텐츠 특성화	30억	49*	-	479	6	30~150	178,026
동동동 문화놀이터	7억	단체 30 수혜처 148개	-	148	5	15~25	19,510
직장 문화배달	6억	단체 30 수혜처 106개	-	106	4	15~20	6,185
동네책방 문화사랑방	4억	42	-	197	4	5~15	3,555
총계	114억	587팀 (841팀) ⁵⁹⁾	-	3,492	평균 4.7	-	856,961

* 지역문화 생태계 구축 통합운영 지원단체 5개 포함

② 2019년-2020년 결과 비교

⇒ 코로나19 발생으로 각종 제약이 많았던 한 해였음에도 참여자 수와 운영횟수에 양적 증가세 유지

- 동일한 대상사업으로 운영된 19년과 20년의 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 추이를 상호 비교할 때, 20년 참여자 587팀은 19년 445팀 대비 142팀, 31.9%가 증가하였고, 운영횟수 3,492회는 19년 2,387회 대비 1,105회, 46.3%가 증가함
- 114억 원의 예산규모 역시, 19년 88억 원 대비 26억 원, 29.5%가 증가하였음
- 다만 동동동 문화놀이터와 직장문화배달 등 두 문화배달사업의 수혜처는 19년 331개소에서 20년 270개소로 감소하였는데, 해당 사업에 참여하는 단체의 수를 줄이는 대신 팀당지원금을 증가시키거나 필수 활동횟수를 증가시킨 것이 원인임
 - 동동동 문화놀이터 40팀 → 30팀, 직장문화배달 43팀 → 30팀
 - 코로나19 상황에서 수혜처 차원의 행사취소가 있었기에 계획회차를 채우지 못한 채 사업 종료
- 그럼에도 불구하고 운영횟수가 46% 가량 상승할 수 있었던 이유는 코로나19로 인해 비대면 프로그램으로 전환하거나, 수행가능한 콘텐츠와 프로그램의 범위를 확장하면서 오히려 활동의 다양성과 양적증가를 가져옴
- 그 결과, 보다 적극적으로 활동의 방식을 확장한 ‘지역문화 콘텐츠 특성화’ 사업의 경우 필수 운영회차를 훌쩍 넘어서는 수행횟수를 축적하게 되었고, ‘지역문화우리’는 월별활동까지 포함하면 단체 당 약 20회에 달하는 활동횟수가 축적됨

59) 수혜처 및 참여단체 포함

<표 3-22> 2018-2020년 문화가 있는 날 기획사업_세부 운영결과 비교

평가대상	2018				2019				2020			
	참여 단체수	평균 지원액	운영회차	평균횟수 (단체당)	참여 단체수	평균 지원액	운영회차	평균횟수 (단체당)	참여 단체수	평균 지원액	운영회차	평균횟수 (단체당)
청춘 마이크	194팀	예산: 36.5억 지원: 21.9억 팀당 615만원	1,195회	4.9회	282팀 (주관사 6+ 예술단체 276)	예산: 42.3억 지원: 24.3억 팀당 773만원	1,545회	5.5회	422팀 (주관사 10+ 예술단체 412)	예산 : 63 억 지원 : 48.6 억 (주관)2.55~6.95 억 (예술)350~1,050 만원	2,284회	5.5회
지역 문화우리					7팀	예산: 4.7억 지원: 2.1억 팀당 3천만원	29회 (월별활동 81회)	4.1회 (월별활동 11.6)	14팀	예산 : 4 억 지원 : 2 억 팀당 500~3,000 만원	82회 (월별활동 278회)	5.9회 (월별활동 19.8회)
지역문화 콘텐츠 특성화	27팀	예산: 20억 지원: 16.5억 팀당 6,111만원	152회	5.6회	33팀	예산: 22억 지원: 18억 팀당 5,455만원	208회	6.3회 (평균)	49팀	예산 : 30 억 지원 : 25.4 억 팀당 3,000 만 ~1.5 억 (평균 5,500 만원)	479회	9.8회
동동동 문화놀이터	37팀	예산: 8억 지원: 5.7억 팀당 1,519만원	185회	5회	40팀	예산: 8억 지원: 6.06억 팀당 1,516만원	201회	5회	30팀	예산 : 7 억 지원 : 5.4 억 팀당 1,500~2,500 만원	148회	4.9회
직장 문화배달	41팀	예산: 6억 지원: 4.7억 팀당 1,134만원	107회	2.6회	43팀	예산: 7억 지원: 5.4억 팀당 1,263만원	130회	3회	30팀	예산 : 6 억 지원 : 4.6 억 팀당 1,000~2,000 만원	106회	3.5회
동네책방 문화사랑방					40개	예산: 4억 지원: 2.7억 팀당 675만원	223회	5.6회	42개	예산 : 4 억 지원 : 2.85 억 팀당 500~1,500 만원	197회	4.6회
계	299팀	예산 70.5억	1,639회	-	445팀	예산 88억	2,336회	-	587팀	114억	3,492	-

2) 세부 사업별 추진 결과

① 청춘마이크

□ 작년 대비 예산이 크게 증가한 만큼, 지원단체 수·운영회차·관람인원에서 큰 양적 증가

- 2020년 청춘마이크 사업은 전체 사업규모가 크게 확대되었음. 본래 6개의 기획사업 중 예산 및 참여팀에서 상당수 규모를 차지하였기 때문에 청춘마이크의 규모 확장은 전체 기획사업의 양적 증가에 큰 영향을 미침
- 참여자 422팀(19년 282팀 대비 140팀, 49.6% 증가), 운영횟수 2,284회(19년 1,545회, 47.8%), 특히 참여·관람인원에서 643,164명으로 작년보다 264.6%가 증가한 수치가 집계되었는데 이는 지역별 상황에 따라 비대면 공연의 혼합추진을 하게 되면서 관람할 수 있는 인원이 3.6배나 상승

<표 3-23> 2020 청춘마이크 운영결과

구분		2019	2020	증감	
사업기간	개월	2019년 4월~12월	2020년 6월~12월	-	
사업예산	백만원	4,230	6,300	2,070 ↑ (48.9%)	
지원규모	백만원	2,134	4,860	2,726 ↑ (127%)	
지원 내용	단체수	팀	282	422	146 ↑ (52.9%)
	운영회차(전체)	회	1,545	2,284	739 ↑ (47.8%)
	운영회차(단체당)	회	5.5	5.5	-
	예산(회당)	백만원	1.38	2.13	0.74 ↑ (53.2%)
참여·관람인원	명	176,384	643,164	466,780 ↑ (264.6%)	
비고		주관단체 6개 (재단4, 민간2)	주관단체 10개 (재단5, 민간5) 비대면 포함		

□ 10개 권역의 주관단체를 선정하고, 권역별로 청년예술인 공모사업을 실시하는 구조

- 사업예산: (20년) 6,300백만 원 (육십삼억 원)
- 사업기간: 2020년 1월 ~ 12월 문화가 있는 날(매달 마지막 수요일 및 주간)
- 사업대상: 만 19세~만 34세 청년문화예술인 및 권역별 주관단체
 - 청년문화예술가 412팀 / 권역별 주관단체 10팀
- 공연 횟수 : (20년) 전국 총 2,284회
- 사업 장소 : 지역 내 대표성이 있는 주요 장소
 - 거리, 광장, 랜드마크 등 야외 다중 밀집 지역
 - 교통요지(기차역, 버스터미널, 공항 등), 건물 로비 등 실내 다중 밀집 지역
 - 지역 내 문화기반시설, 랜드마크 등 명소

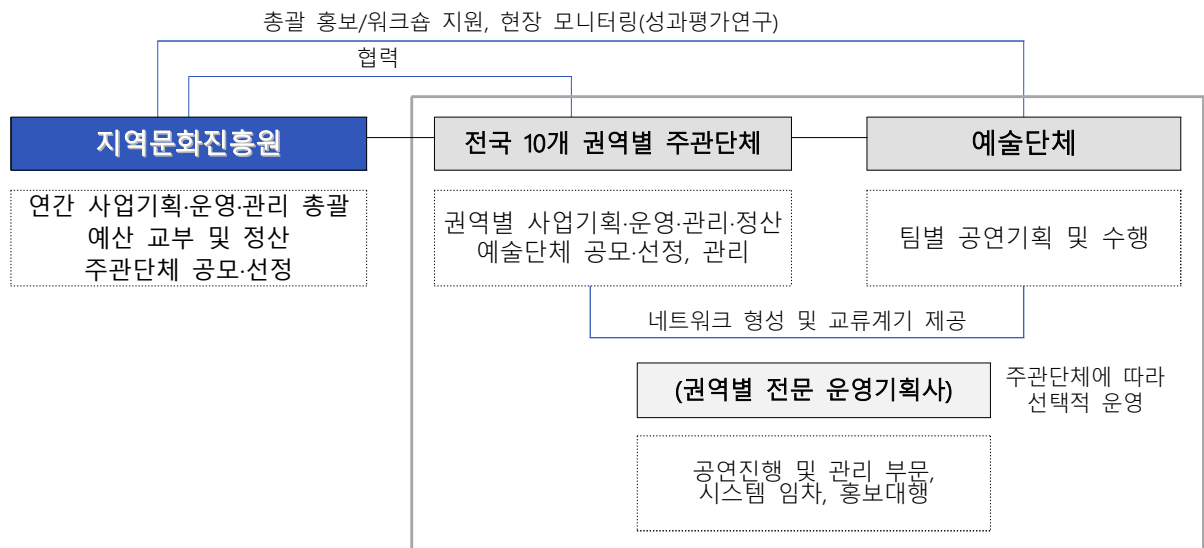
- 선정방법: 전국 10개 권역별 공모 및 오디션을 통한 선정
 - (1차) 서류·동영상 심의 → (2차) 실연심의(비대면 오디션)
- 주관단체 선정: 권역별 10개 문화예술단체 공모 선정

<표 3-24> 2020 청춘마이크 권역별 주관단체

서울	인천·경기	세종·충북	대전·충남	전북
(주)디에스지 엔터프라이즈	(주)원더러스트 에이앤씨	(재)충북문화재단	(재)대전문화재단	(재)전라북도 문화관광재단
광주·전남	대구·경북	부산·울산·경남	강원	제주
(재)전라남도 문화재단	(사)인디053	한국문화예술협동조합	강릉문화원	(주)사람과문화

- 사업수행: 6~11월 문날, 지역 내 대표성 있는 장소 및 전문공연시설
- 공연형태: 지역상황에 따라 대면 또는 비대면 공연형태로 운영
 - 대중음악, 양악, 국악, 무용, 비보이 댄스, 마술, 마임, 퍼포먼스 등 모든 장르
- 추진일정: 권역별 주관단체 공모·선정 10팀(1~2월), 권역별 청년예술가 공모·선정(4~5월), 권역별 청년예술가 발대식(6월), 문화가 있는 날 공연(6월~11월), 특별공연(10월~12월)

*** 사업 수행구조**



※ 권역별 주관단체에 의한 전국구 청년예술가 공모·선정 및 운영(지역 인구수 대비 선발 수)

② 지역문화우리

- 실질적 예산은 줄었으나, 운영 상 유의한 양적 증가세 보임, 특히 월별활동 매우 큰 폭으로 증가
 - 2020년 지역문화우리 사업은 작년 대비 단체 수는 2배로 늘었으나, 지원규모는 동일하여 실질적으로 단체에서 운용하는 예산은 절반 수준으로 감소함
 - 참여자 14팀(19년 7팀 대비 100% 증가), 운영횟수 82회(19년 29회 대비 182.8% 증가), 참여인원 6,521명(19년 4,082명 대비 29.8% 증가)의 결과치로 집계되었으며, 지역문화우리 역시 사업규모가 작은 것 비해 양적 증가세 보임
 - 한편 지역문화우리 사업은 월별활동에서 매우 큰 수치를 보였는데, 14개 팀이 6개월 간 총 278회의 월별활동을 한 것으로 나타나, 팀당 월별로 3.3회, 사업수행기간 동안 20회에 달하는 활동경험을 축적함

<표 3-25> 2020 지역문화우리 운영결과

구분		2019	2020	증감
사업기간	개월	2019년 6월~11월	2020년 6월~11월	-
사업예산	백만원	470	400	70 ↓ (14.9%)
지원규모	백만원	210	200	10 ↓ (4.8)
지원 내용	단체수	팀	7	14 7 ↑ (100%)
	운영회차(전체)	회	29	82 53 ↑ (182.8%)
	운영회차(단체당)	회	4.1	5.9 1.8 ↑
	예산(단체당)	백만원	30	14.3 15.7 ↓ (52.3%)
	예산(회당)	백만원	7.2	2.4 4.8 ↓ (66.7%)
참여·관람인원	명	4,082	6,521	2,439 ↑ (59.8%)
비고	*예산(단체당/회당)은 트랙에 따라 팀당 자원액이 다르고 경비 등이 포함되어 있으나, 19년과의 증감 비교를 위해 (지원규모*단체수) 또는 (지원규모*회차수)의 산술평균을 구함			

□ 단년도 지원체계, 진입형 및 활성화형으로 분리하여 운영 중

- 사업예산: (20년) 400백만원(국고보조금)
- 사업기간: 2020년 1월 ~ 12월 문화가 있는 날(매달 마지막 수요일 및 주간)
- 사업대상: 만 19세 이상 만 39세 이하의 3인 이상으로 구성된 청년 문화예술기획자, 단체
 - 활성화형 5팀 / 진입형 9팀의 투 트랙 운영
- 프로그램 횟수: (20년) 전국 총 82회 (월별활동 278회)
- 선정방법 : 1차 서류(공통)-2차 전문가협력심의(활성화형) *(20년) 화상심의
- 운영형태 : 문화가 있는 날 주간 선정 단체 활동 지역에서 청년들의 주민참여형 문화 프로그램 개발 및 운영(청춘마이크 플러스 연계)

- 추진일정 : 공모(1~3월), 네트워킹 워크숍(4월), (총42회)멘토링(6월~11월), (총11회)중간워크숍(9월), (총5회)활성화형 지역 연구모임(12월), (총1회)최종 활동 공유회(12월)

★ 사업 수행구조



③ 지역문화 콘텐츠 특성화

□ 작년 대비 예산 증가와 함께 지원단체수·운영회차·관람인원에서 큰 양적 증가

- 2020년 지역문화 콘텐츠 특성화 사업은 작년 33팀에서 올해 49팀을 운영하였으며 공모를 통한 44개 단체(최초 공모 41개 및 추가공모 5개 팀, 사업포기 2개 팀)와 지역문화 생태계 구축 통합운영 사업연계 5개 지역을 포함한 수치임
- 작년에 비해 예산(약 41%) 및 단체(약 48%)가 증가한 영향도 있으나 행사횟수가 크게 늘어나 19년 단체 당 평균 6.3회 수행에서 20년에는 단체 당 평균 9.8회로 증가하였음. 코로나19에 대응 영향이었으나 다양한 소규모 프로그램으로의 전환 및 프로그램 다거점화한 결과임
- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업은 팀별 사업진행 연차에 따라 지원액이 다름을 감안할 때, 예산 부문에서 단체 당 예산은 줄어들었으나 두 팀의 5년차 프로그램(종로문화재단, 유스컴퍼니)를 비롯해, 사업실적이 축적되면서 자부담 매칭을 통해 재원을 마련하는 3년차 이후 단체들이 포함되어 있음
 - 의무 자부담률 : (3년차) 30% 이상, (4~5년차) 50% 이상

<표 3-26> 2020 지역문화 콘텐츠 특성화 운영결과

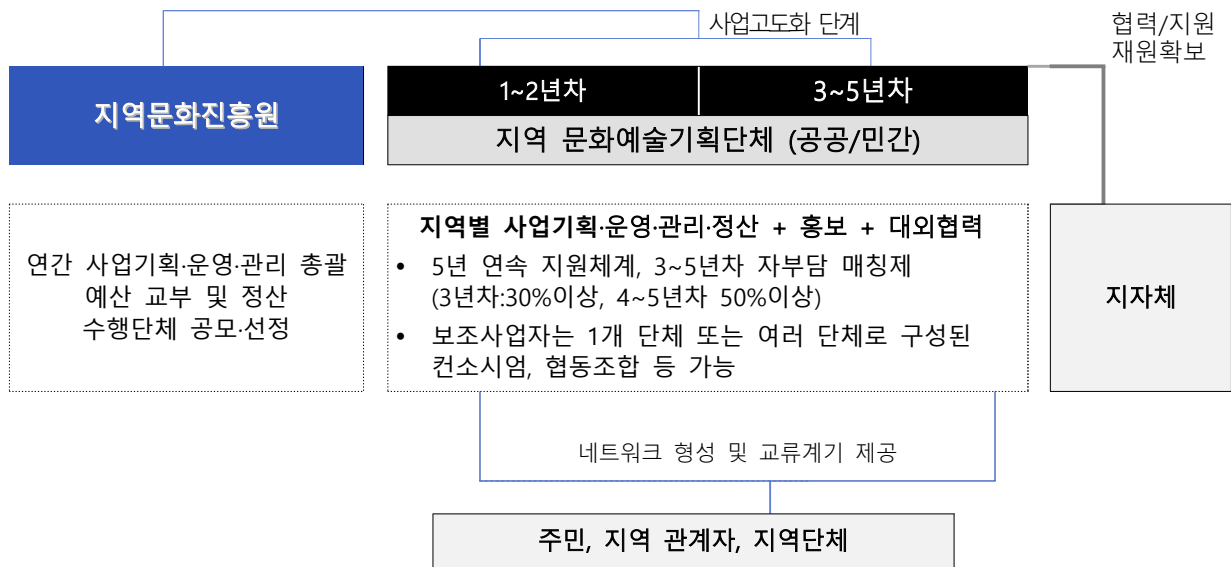
구분		2019	2020	증감	
사업기간	개월	2019년 4월~11월	2020년 6월~11월	-	
사업예산	백만원	2,200	3,000	800 ↑ (36.4%)	
지원규모	백만원	1,800	2,540	740 ↑ (41.1%)	
지원 내용	단체수	팀	33	49	16 ↑ (48.5%)
	운영회차(전체)	회	208	479	271 ↑ (130.2%)
	운영회차(단체당)	회	6.3	9.8	3.5 ↑ (48.4%)
	예산(단체당)	백만원	54.5	51.8	2.7 ↓ (5.0%)
	예산(회당)	백만원	8.6	5.3	3.3 ↓ (38.4%)
참여·관람인원	명	156,408	178,026	21,618 ↑ (13.8%)	
비고	*예산(단체당/회당)은 팀별 연차에 따라 지원액이 다르고 경비 등이 포함되어 있으나, 19년과의 증감 비교를 위해 (지원규모*단체수) 또는 (지원규모*회차수)의 산술평균을 구함				

□ 5년 연속 지원체계에서 사업 성장 및 고도화 단계에 따른 자생적 단계 확장 유도

- 사업예산: (20년) 3,000백만원 (단체 평균 49백만원 추산)
- 사업기간: 2020년 1월 ~ 12월 문화가 있는 날(매달 마지막 수요일 및 주간)
- 사업대상: (20년) 민간문화예술단체 및 기관 49개
 - 지역문화재단, 전문운영기획사, 문화예술관련

- 선정방법: 1차 서류 - 2차 심의위원 컨설팅(비대면) - 3차 인터뷰 심의(비대면)
* (5년차) 심의위원 컨설팅 및 적격여부 심의
- 추진일정 : 공모(1~2월), 코로나 대응지침 안내(3~4월) 네트워킹 워크숍(4월), 추가공모(8월), 권역별 자치회의(7월, 11월), 우수사례심의(12월)
- 컨설팅 및 모니터링 : 현장모니터링(7~8월, 10~11월), 현장 컨설팅(9월)

*** 사업 수행구조**



④ 동동동 문화놀이터

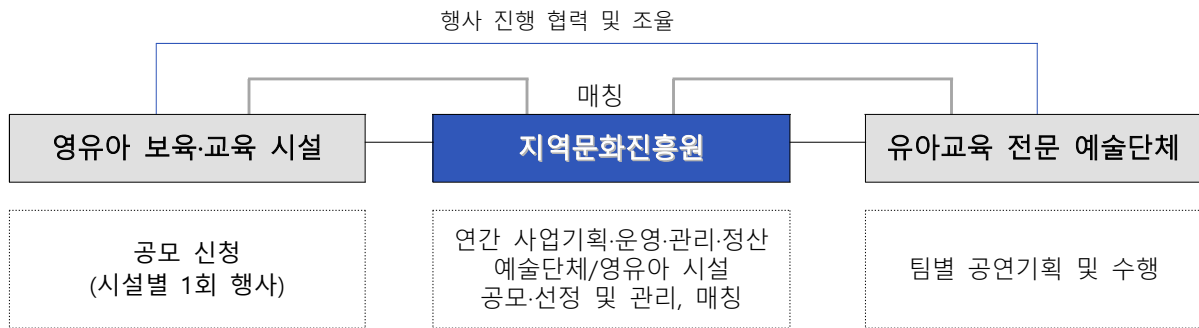
- 작년 대비 수혜처 수 줄며 회차 자체가 줄었고, 코로나로 인한 참여 및 관람인원의 제한·축소 야기
 - 동동동 문화놀이터 사업은 19년 40팀에서 20년 30팀으로 수행단체 수가 25% 줄었고 이에 따라 단체당 5회씩 수행하는 참여기관(수혜처) 및 운영회차도 약 25%씩 비례하여 감소함
 - 코로나19로 비대면으로 전환되거나 행사자체가 축소 또는 취소되면서 제한된 참여·관람인원만이 접근할 수 있게 됨에 따라 전년대비 28%나 되는 관람객 감소를 불러옴

<표 3-27> 2020 동동동 문화놀이터 운영결과

구분		2019	2020	증감
사업기간	개월	2019년 4월~12월	2020년 6월~11월	-
사업예산	백만원	800	700	100 ↓ (12.5%)
지원규모	백만원	606	540	66 ↓ (10.9%)
지원 내용	단체수	팀	40	30 10 ↓ (25.0%)
	참여기관 수	개소	200	150 50 ↓ (25.0%)
	운영회차(전체)	회	200	148 52 ↓ (26.0%)
	운영회차(단체당)	회	5	4.9 0.1 ↓ (2.0%)
	예산(단체당)	백만원	15.2	18 2.8 ↑ (18.4%)
	예산(회당)	백만원	3.0	3.6 0.6 ↑ (20.0%)
참여·관람인원	명	27,143	19,510	7,633 ↓ (28.1%)
비고	*예산(단체당/회당)은 팀별 지원액이 다르고 경비 등이 포함되어 있으나, 19년과의 증감 비교를 위해 (지원규모*단체수) 또는 (지원규모*회차수)의 산술평균을 구함			

- 참여기관 선정 시 지역균형에 입각한 우선선정 기준 정립, 참여기관 수요 기반 매칭에 차별점 보류
 - 사업예산: (20년) 700백만원
 - 사업기간: 2020년 1월 ~ 12월 문화가 있는 날(매달 마지막 수요일 및 주간)
 - 사업대상: - 유아교육 전문 민간문화예술단체 및 문화예술 전문기획사
- 전국 참여 유아보육·교육시설
 - 프로그램 횟수: (20년) 전국 148회 수행
 - 선정 및 매칭: 예술단체·참여기관(수혜처) 서류심의/선정- 수혜처 수요조사(1~5순위)-매칭
- 참여기관 선정기준 ① (지역안배) 문화기반시설 및 어린이집 비율로 17개 시도 개소 수 안배
② (우선선정) 인구소멸(위험)지역 수혜처 신청 우선 선정
③ (심의선정) 잔여 개소 심의 (추진의지, 운영여건, 기대효과, 문화가 있는 날 인지도 기여)

* 사업 수행구조



⑤ 직장문화배달

□ 동동동 사업과 마찬가지로 관람인원에서 큰 폭으로 감소, 코로나 시국은 배달사업의 운영 안정성에 유독 더 큰 영향 미침

- 직장문화배달 사업은 19년 43팀에서 20년 30팀으로 수행단체 수가 30%가량 줄어들음에 따라 참여기관 수 및 운영회차도 줄었으나, 기존 단체당 3회 운영에서 올해는 4회 운영으로 필수 운영회차가 증가했기 때문에 그 감소는 약 17~18% 수준으로 나타남
- 동동동 문화놀이터와 마찬가지로 문화배달사업으로 운영되면서 코로나19로 인한 관람객 감소를 불러왔는데, 직장문화배달 사업의 경우 상대적으로 더 빈번한 취소와 참여기관 조건에 적합한 재매칭에 대한 어려움으로 작년 대비 무려 66%에 달하는 관람인원의 격차를 야기함
- 직장문화배달의 경우 120개 참여기관 중 14개가 최종 사업포기를 했으며 이는 같은 배달사업인 동동동(2개 포기)과 비교해도 높은 비율임

<표 3-28> 2020 직장문화배달 운영결과

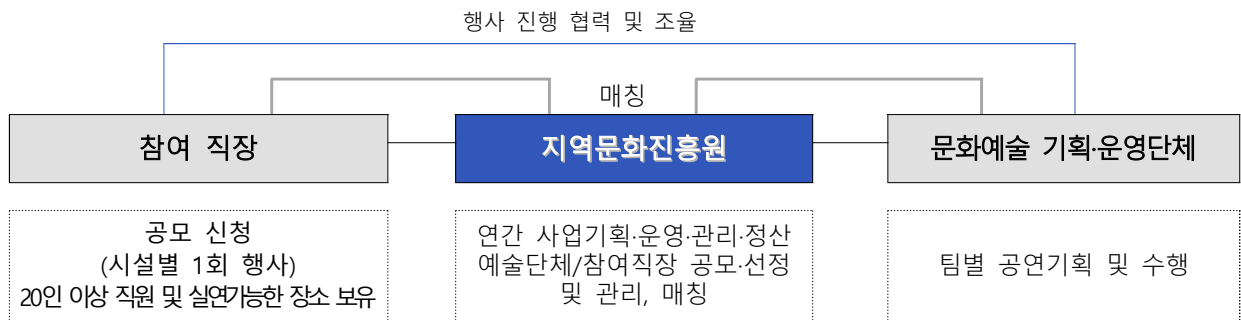
구분		2019	2020	증감	
사업기간	개월	2019년 3월~11월	2020년 6월~11월	-	
사업예산	백만원	700	600	100 ↓ (14.3%)	
지원규모	백만원	543	460	83 ↓ (15.3%)	
지원 내용	단체수	팀	43	30	13 ↓ (30.2%)
	참여기관 수	개소	129	120	9 ↓ (7.0%)
	운영회차(전체)	회	130	106	24 ↓ (18.5%)
	운영회차(단체당)	회	3	3.5	0.5 ↑ (16.7%)
	예산(단체당)	백만원	12.6	15.3	2.7 ↑ (21.4%)
	예산(회당)	백만원	4.2	3.8	0.4 ↓ (9.5%)
참여 · 관람인원	명	18,236	6,185	12,051 ↓ (66.1%)	
비고		*예산(단체당/회당)은 팀별 지원액이 다르고 경비 등이 포함되어 있으나, 19년과의 증감 비교를 위해 (지원규모*단체수) 또는 (지원규모*회차수)의 산술평균을 구함			

□ 신청서 제출에 대한 1회 심의 진행, 참여기관의 수요 및 실연환경을 고려한 매칭

- 사업예산: (20년) 600백만원 (단체 평균 8백만원 추산)
- 사업기간: 2020년 1월 ~ 12월 문화가 있는 날(매달 마지막 수요일 및 주간)
- 사업대상: 전국전문예술단체 및 근로자

- (단체) 사업공모를 통해 30개 단체 선정(2월, 1개 단체 사업포기)
- (참여기관) 인원 20인 이상 직원 및 실연 가능한 장소 보유 직장 120개소(14개 수혜처 최종 사업포기)
- 프로그램 횟수: (20년) 전국 106회 수행
- 선정 및 매칭 : 신청서 제출에 대한 전문가 서류심의/선정-매칭
- 추진일정 : 문화예술단체 · 수혜처 공모(1~2월), 전문가 서류 심의(2~3월), 공연(6~11월)

*** 사업 수행구조**



⑥ 동네책방 문화사랑방

□ 운영회차가 작년에 비해 약 14% 감소하였고, 비대면 운영으로 인해 참여·관람 인원에서는 약 44% 감소를 보임

- 2020년 동네책방 문화사랑방 사업은 작년과 유사한 사업규모를 유지하였으며 전체 운영횟수는 작년 대비 13.9% 가량 감소했으나 책방마다 4~5회 사업운영은 유지함
 - 문화가 있는 날 최소 운영횟수 : 3회
- 코로나19의 확산으로 인해 42곳의 책방은 대면 방식을 비대면 방식으로 전환하고 규모를 조정하며 운영을 이어나가는 성과가 있었음
- 참여·관람인원은 작년 6,338명 대비 43.9% 감소한 3,555명으로 집계되었으며 이 역시 비대면 행사운영으로 인한 제한된 접근성의 영향임. 책방은 기획 및 홍보 부문 등에 대해 숙련이 되지 않아 추가적인 역량강화 지원이 필요해보임

<표 3-29> 2020 동네책방 문화사랑방 운영결과

구분		2019	2020	증감	
사업기간	개월	2019년 5월~11월	2020년 6월~11월	-	
사업예산	백만원	400	400	-	
지원규모	백만원	270	285	15 ↑ (5.6%)	
지원 내용	책방수	곳	40	42	2 ↑ (5.0%)
	운영회차(전체)	회	223	197	26 ↓ (11.7%)
	운영회차(책방당)	회	5.6	4.6	1 ↓ (17.9%)
	예산(책방당)	백만원	6.8	6.8	-
	예산(회당)	백만원	1.2	1.5	0.3 ↑ (25.0%)
참여·관람인원	명	6,338	3,555	2,783 ↓ (43.9%)	
비고	*예산(단체당/회당)은 서점 규모에 따라 지원액이 다르고 경비 등이 포함되어 있으나, 19년과의 증감 비교를 위해 (지원규모*단체수) 또는 (지원규모*회차수)의 산술평균을 구함				

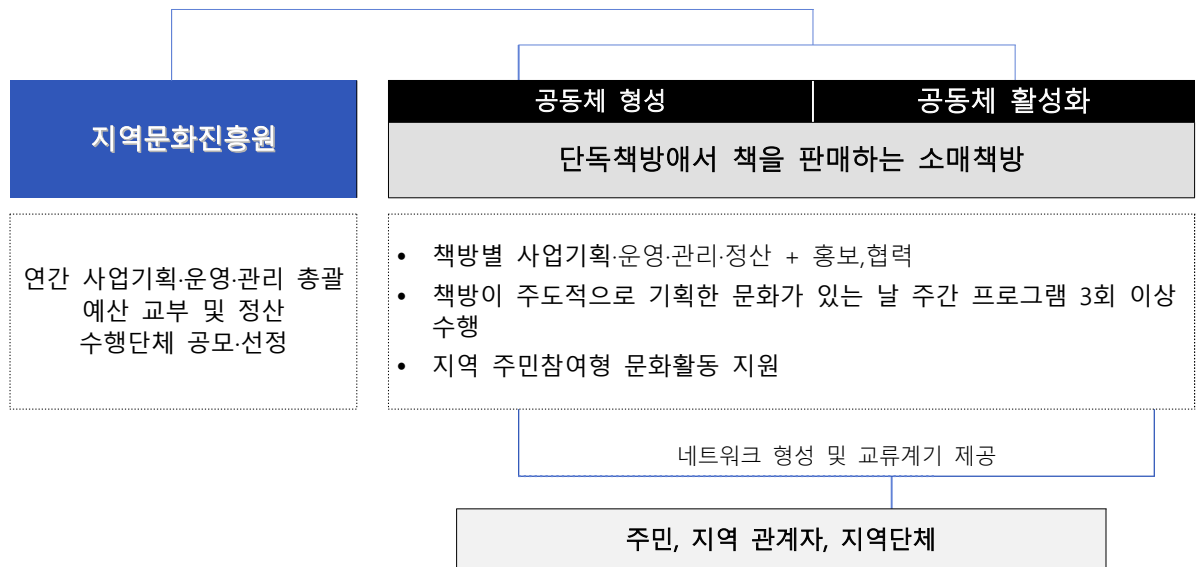
□ 공동체 형성 및 공동체 활성화 분할모집, 근린시설인 책방을 무대로 지역주민 참여형 문화활동 유도에 차별점 보유

- 사업예산: (20년) 금 400백만원 (책방 평균 6.785백만원 추산)
- 사업기간: 2020년 1월 ~ 12월 문화가 있는 날(매달 마지막 수요일 및 주간)
- 사업대상: 단독 매장에서 현재 책을 판매하고 있는 동네책방(소매점) 42곳
 - 공동체 형성(~500만원), 공동체 활성화(500~1,500만원) 분할모집 → 공동체 형성 22곳/ 공동체

활성화 20곳

- 4곳 사업포기 및 추가 공모선정
- 프로그램 횟수 : (20년) 전국 총 192회
 - 회차별 연속성 있는 기획 권장(문화가 있는 날 3회 이상)
- 지원 내용 : 동네책방이 지역의 특색을 반영하여 기획한 주민참여형 문화활동 지원
 - 소재지역의 지역성 및 책방의 특화 주제 반영 가능
- 선정방법 : 1차 서류 심의-2차 인터뷰 심의
- 추진일정 : 공모(1월), 서류 및 인터뷰 심의(2월~3월), 운영 안내(5월), 문화가 있는 날 운영(6월~11월), 정산 및 결과 보고(12월)

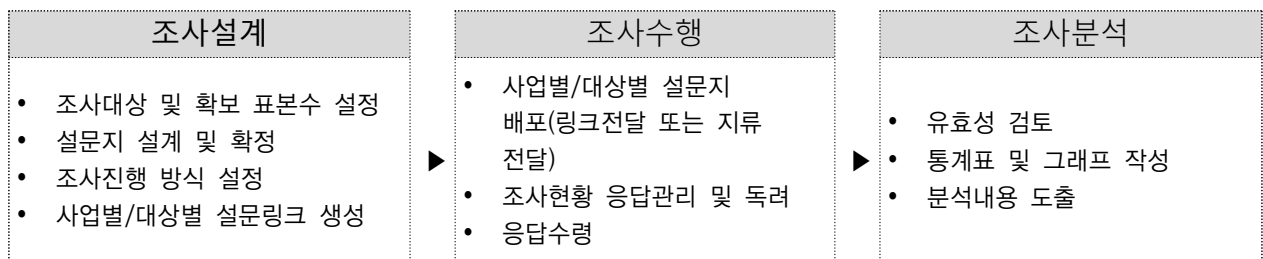
* 사업 수행구조



3. 2020년 기획사업 추진성과 및 효과

1) 조사분석 개요

- 기획사업의 현재까지 축적해온 사회적 가치와 효과를 보여주고 상호 비교할 수 있는 데이터 생산
 - 금번 조사는 기존에 매년 진행해왔던 ‘사업 성과분석’에 활용되었던 데이터들과의 비교가능성을 유지하면서, 보다 사회변화에 대응하는 ‘발전모델’을 도출할 수 있는 데이터로 확보하는 데에 집중하고, 이해관계자이자 주요 활동주체로서의 역할에서 제기 되는 의견에 대응하는 대안을 모색함
 - 설문조사는 참여자와 이용자로 나누어 진행하며, 각각 문화가 있는 날 기획사업 참여경험에 따른 성과를 나타내는 객관적 데이터의 생산을 통해 사업 발전방안 모델에 타당한 근거로서의 현장 목소리 반영
 - 그 어느 시기보다 급변하는 생활양식 재편이라는 거대한 사회문화적 담론 속에서, 각 주체들이 올해 사업을 운영 또는 참여하면서 체감하고 대응한 양상과 의견들은 조사 결과로 도출이 되고, 결과적으로 2021년도 및 이후의 사업체계와 운영에 반영됨
- 각 사업별 참여자·이용자를 대상으로 온라인 설문조사를 수행, 최종적으로 참여자 516팀 및 이용자 325명의 응답을 확보
 - 각 사업별 참여자와 이용자에 대해 시행하는 본 조사는 참여자 전체(582팀)와 대면행사에 참여한 이용자를 대상으로 별도의 설문지를 설계하였음
 - 설문은 온라인 조사로 진행되었으며, 설계한 설문지를 웹조사 형태로 제작하여 사업 수행단체의 협조 하에 각 사업별/대상별로 링크를 배포함
 - 금년의 경우 대면행사가 다수 취소됨에 따라, 이용자 표본은 목표했던 것과 달리 대면으로 진행한 일부 팀이 현장 관람객을 대상으로 설문에 참여하도록 하거나, 배달사업(동동동 문화놀이터, 직장문화배달)의 참여기관 담당자를 대상으로 설문에 참여하도록 하는 방식으로 확보함



연구용어 정의

- 참여자 : 문화가 있는 날 기획사업의 공모·선정되어 개별 프로그램을 수행(기획·운영)하는 기관 및 단체를 지칭함
- 이용자 : 기획사업의 개별 프로그램을 관람·참여한 관람객, 방문객 또는 지역민을 지칭하며, 사업 대상에 따라 직장인, 유·아동, 교사 등이 관람객에 포함됨, 타 연구에서 정책사업의 대상자로서 ‘수혜자’라는 표현을 사용하나 본 보고서 논지에 따라 사용하지 않음

□ 참여경험에 대한 ‘공통질문’과 ‘사업별 개별문항’으로 구성

- 설문조사의 문항 구조는 비교가능성을 염두에 둔 ‘공통질문’ 문항에 ‘사업별 추가문항’으로 구성되어 있으며, ‘공통질문’ 내에서도 사업별 목표 및 운영 구조적 특성에 따라 보기 문항이 다르게 구성됨
- 특히 ‘공통질문’ 중 ‘사업참여 만족도’와 ‘참여효과 문항’은 상호 비교를 위해 동일한 지표의 문항으로 구조화되어 구성되었고, 5점 척도로 환산하여 평균분석, 사업간·지표간·항목간 비교분석이 가능하도록 설계함. 이외 참여경험에 관련된 문항들도 모두 5점을 기준으로 도출되어 통합적인 비교가 가능함.
- ‘사업별 추가문항’은 사업이 가지고 있는 이슈와 실질적인 의견도출의 필요성에 의해 설계되었으며, 주어진 보기에 대한 응답의 순위 형태로 도출되는 구조임

<표 3-30> 참여자·이용자 조사내용 (사업별 종합)

구분		내용
1. 참여자 조사		
공통	기본정보	단체명, 응답자, 사업수행 지역, 단체 구성원, 단체 활동경력, 단체 주요 활동지역, 단체 연평균 수입
	지원사업 참여경험	6개 사업별 2020년 이전 참여경험여부, 횟수, 참여년도
	사업참여형태	참여목적, 정보채널
	사업참여 만족도	문날 취지 부합성 / 티 사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업홍보 / 재참여 의사
	사업참여 결과	애로사항 (사업별 목표 및 운영구조적 특성에 따른 개별 문항)
	참여효과	사업비전 및 역할 인지 / 자신감 증진 / 사업추진 역량강화 / 결속력 / 인지도 확보 / 활동지속성 / 네트워크
	코로나19 대응	2020년 비대면 운영에 대한 운영방식 변경 대응에 대한 평가 및 그 사유 주요 비대면 운영전략, 주요 비대면 운영 성과, 비대면 운영시 애로사항
	사업가치	사회적 역할 (사업별 목표 및 운영구조적 특성에 따른 개별 문항) 차별성 및 강점 (사업별 목표 및 운영구조적 특성에 따른 개별 문항)
포스트 코로나	바람직한 추진양식, 대면운영 및 비대면 병행 시 시급하게 개선되어야 할 사항 포스트 코로나 시대 사업추진 방향 및 해결과제	
사업별 추가 문항	청춘 마이크	주관 : 주관단체 선정하여 운영하는 방식의 적절성 및 보완/개선사항 예술 : 올해 사업 공연횟수 (총 운영횟수 / 대면 운영횟수 / 비대면 운영횟수)
	지역문화우리	코로나19에 대응하여 진행한 소규모 운영의 전략 사업참여 이후 활동계획, 향후 희망 활동영역 및 계획 향후 활동계획에 20년 사업참여 경험이 미친 영향
	지역문화 콘텐츠 특성화	지역 안착을 위한 5년 연속 지원구조의 적합성 및 그 사유, 보완/개선 사항 자부담 매칭구조에 대한 적합성 및 보완/개선 사항

	지역안착을 위한 추가 지원 필요 사항 연속 지원단체의 선정방식에 대한 적절성 및 전년도 평가 반영비중에 대한 적절성, 우선고려 기준
동동동 문화놀이터	본 사업의 효과적 운영을 위한 개선 사항 (사업목적의 명확한 제시 / 사업예산 및 지원횟수 확대 / 공연 규모별 예산 차등지급 / 소통체계 / 참여기관 매칭방식 / 홍보강화 / 네트워크 및 역량강화 기회 / 지역단체 가점부여)
직장문화배달	본 사업의 효과적 운영을 위한 개선 사항 (사업목적의 명확한 제시 / 사업예산 및 지원횟수 확대 / 공연 규모별 예산 차등지급 / 소통체계 / 참여기관 매칭방식 / 홍보강화 / 네트워크 및 역량강화 기회 / 지역단체 가점부여)
동네책방 문화사랑방	본 사업의 효과적 운영을 위한 개선 사항 (사업목적의 명확한 제시 / 사업예산 및 지원횟수 확대 / 전담인력 확보 / 소통체계 / 네트워크 및 역량강화 기회 / 홍보강화 / 가산점 통한 연속활동 우대)

2. 이용자 조사

공통	기본정보	성별, 연령, 거주지, 직업, 혼인여부, 가구원 수, 자녀 수, 월평균 가구소득, 이전 참여경험(문날 혜택, 타 문날 프로그램, 동일프로그램(동일 기획사업), 참여단체의 다른 행사)
	프로그램 참여형태	방문 유형, 행사 인지 경로, 참여시간, 동행자 유형
	프로그램 참여 만족도	전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력 / 프로그램 흥미와 몰입 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 및 추천의사
	프로그램 참여효과	감정 (즐거움 및 여흥 / 심신 및 정신 힐링), 관심 (단체에 대한 관심 / 문날 및 사업취지에 대한 관심 / 프로그램 유형 및 장르에 대한 관심), 의지 (참여욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감 (타 관람객 / 운영주체)
	자유의견	서술형 기술
사업별 추가	지역문화우리	참여하면서 경험한 지역문화우리의 가치와 의미
	동동동 문화놀이터	참여하면서 경험한 동동동 문화놀이터의 효과 향후 효과적인 운영을 위해 필요한 부분 향후 사업지원 외에 자체적으로 문화예술 단체를 초청할 의향
	직장문화배달	참여하면서 경험한 직장문화배달의 효과 향후 효과적인 운영을 위해 필요한 부분 향후 사업지원 외에 자체적으로 문화예술 단체를 초청할 의향

2) 세부 사업별 성과 및 효과

① 청춘마이크

<표 3-31> 확보 표본 수 : 청춘마이크

사업	참여단체 수	확보 표본 수	
		참여자	이용자
청춘마이크	주관단체 10팀	10	121
	예술단체 412팀	346	

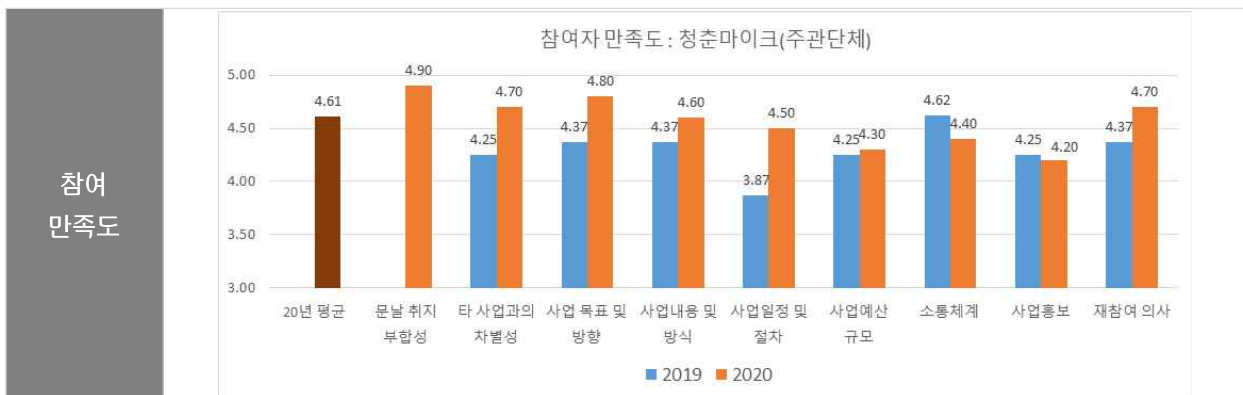
*이용자 표본은 대면행사 관람객 및 참여기관 담당자 중심으로 확보

<표 3-32> 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 청춘마이크

구분	내용
1. 참여자 조사	
사업참여 만족도	문날 취지 부합성 / 타 사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업홍보 / 재참여 의사
참여효과	사업비전 및 역할 인지 / 자신감 증진 / 사업추진 역량강화 / 결속력 / 인지도 확보 / 활동지속성 / 네트워크
2. 이용자 조사	
프로그램 참여 만족도	전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력 / 프로그램 흥미와 몰입 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 및 추천의사
프로그램 참여효과	감정(즐거움 및 여흥 / 심심 및 정신 힐링), 관심(단체에 대한 관심 / 문날 및 사업취지에 대한 관심 / 프로그램 유형 및 장르에 대한 관심), 의지(참여욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감(타 관람객 / 운영주체)

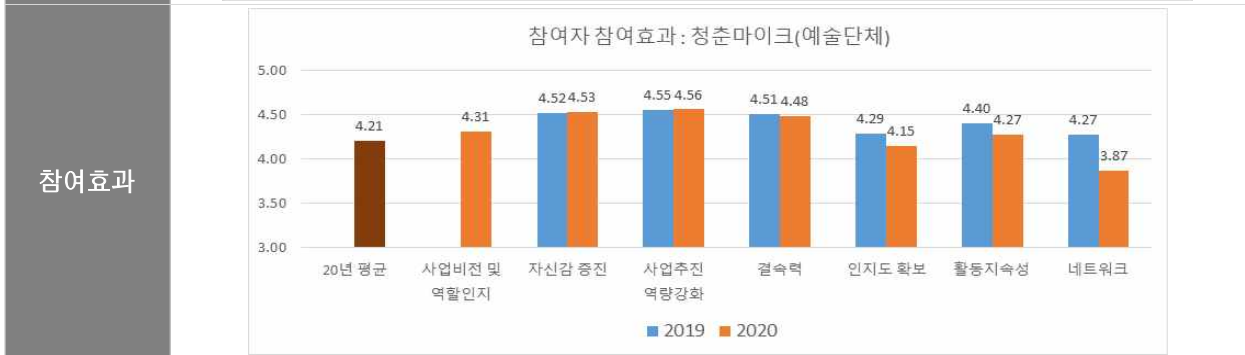
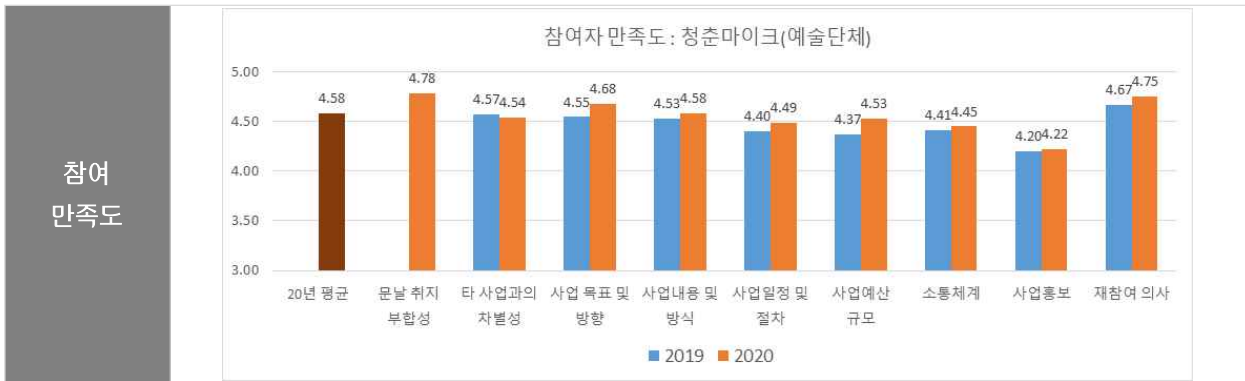
□ [참여성과 및 효과] 참여 만족도는 전년 대비 높게 나타났으나, 참여효과에서는 예술단체의 네트워크 구축 및 인지도 확보 부문 하락

- 청춘마이크의 주관단체와 예술단체의 참여만족도가 전년 대비 높게 나타난 점에서 다른 사업과의 차이를 보임
- 청춘마이크는 공연형 사업으로서 20년 상반기부터 타 기획사업 대비 선제적으로 비대면 전환에 유연하게 대처하였고 이것이 만족도 자체가 높아지는 것에 기여했다고 분석됨
- 효과 부분에서는 19년도에도 ‘네트워크’ 부문이 가장 낮았으나 20년에 비대면으로 전환되면서 ‘네트워크 확장’ 과 ‘인지도 확보’ 부문에 아쉬움을 여전히 토로하고 있음





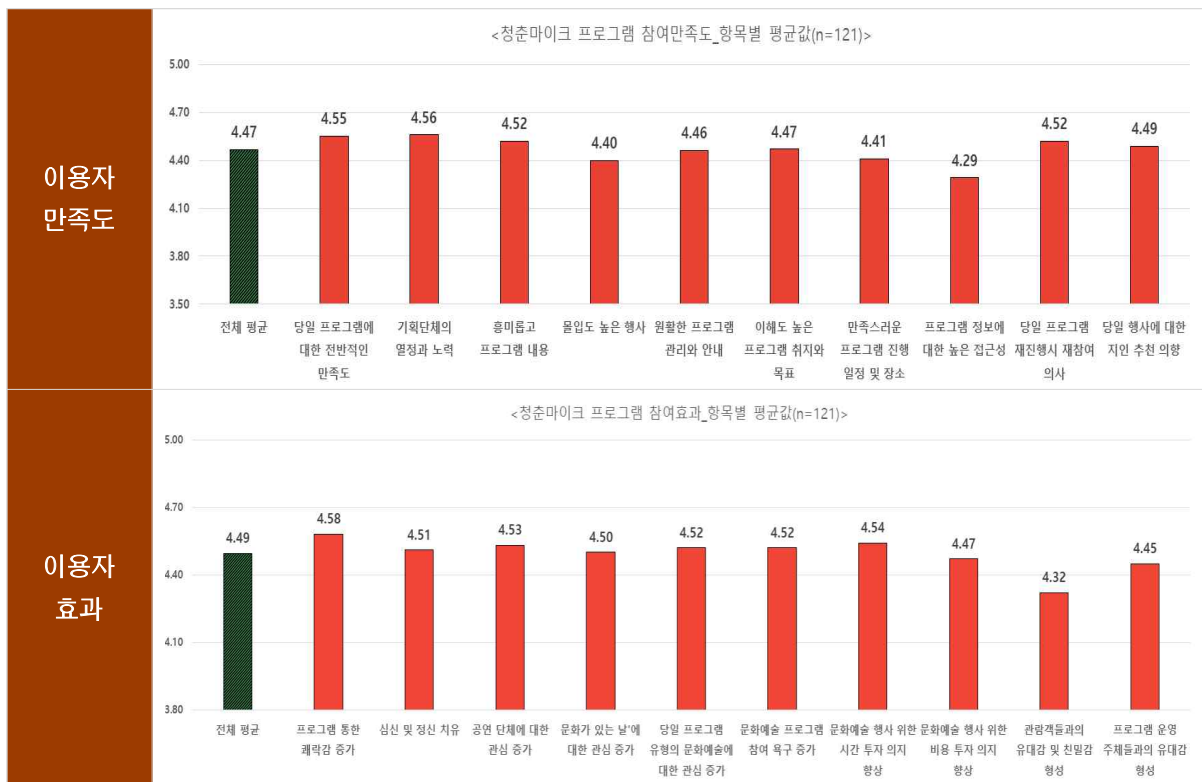
[그림 3-10] 청춘마이크 참여자 만족도 및 참여효과 (주관단체)



[그림 3-11] 청춘마이크 참여자 만족도 및 참여효과 (예술단체)

□ [이용자 만족도 및 효과] 관람객들은 기획단체의 열정과 프로그램 구성에 전반적으로 만족하고 있으며, 참여를 통한 정서적 즐거움을 가장 큰 효과로 꼽음

- 청춘마이크의 이용자(관람객)들의 참여만족도는 기획단체의 ‘열정과 노력’ (4.56), ‘당일 프로그램 전반적 만족도’ (4.55)에 높은 점수로 집계된 반면, ‘프로그램에 대한 높은 접근성’ (4.29)와 ‘몰입도 높은 행사’ (4.40)가 가장 낮게 나타나 비대면의 적극적인 활용 이면에 남는 아쉬움으로 분석됨
- ‘프로그램을 통한 쾌락감 증가’ (4.58)이 참여효과 1순위로 나타나 청춘마이크 사업을 통해 정서적인 즐거움을 가장 큰 효과로 꼽고 있음



[그림 3-12] 청춘마이크 이용자 만족도 및 참여효과

② 지역문화우리

<표 3-33> 확보 표본 수 : 지역문화우리

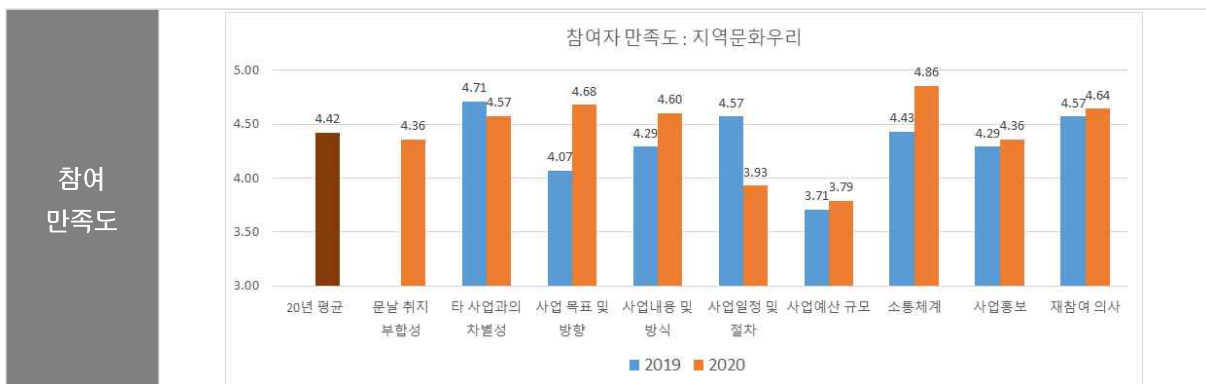
사업	참여단체 수	확보 표본 수	
		참여자	이용자
지역문화우리	14팀	14	11

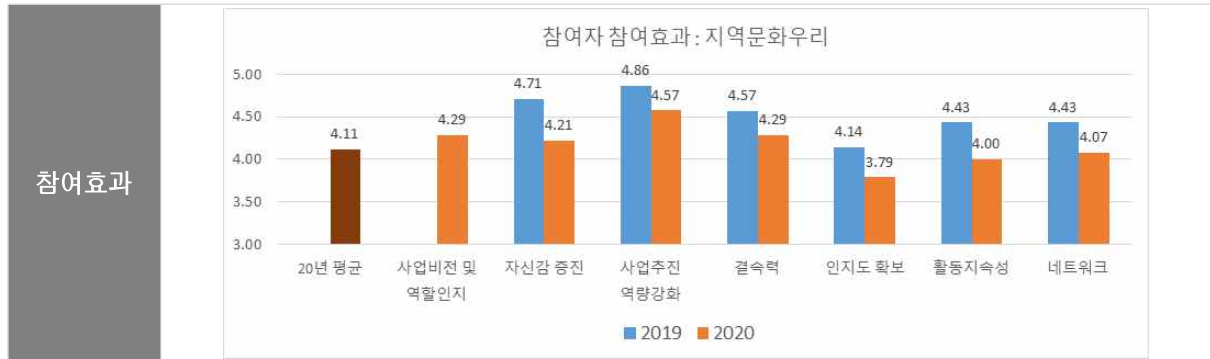
<표 3-34> 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 지역문화우리

구분	내용
1. 참여자 조사	
사업참여 만족도	문날 취지 부합성 / 타 사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업홍보 / 재참여 의사
참여효과	사업비전 및 역할 인지 / 자신감 증진 / 사업추진 역량강화 / 결속력 / 인지도 확보 / 활동지속성 / 네트워크
활동계획	사업참여 이후 활동계획 / 향후 희망 활동영역 및 계획 / 향후 활동계획에 20년 사업참여 경험이 미친 영향
2. 이용자 조사	
프로그램 참여 만족도	전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력 / 프로그램 흥미와 몰입 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 및 추천의사
프로그램 참여효과	감정(즐거움 및 여흥 / 심신 및 정신 힐링), 관심(단체에 대한 관심 / 문날 및 사업취지에 대한 관심 / 프로그램 유형 및 장르에 대한 관심), 의지(참여욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감(타 관람객 / 운영주체)

□ [참여성과 및 효과] 사업방향성에 대한 공감도 큰 반면, 비대면 운영 하에서 참여효과 전반적 하락

- 지역문화우리 참여자들의 참여만족도는 작년 대비 ‘사업일정 및 절차’가 가장 큰 폭으로 하락했고 ‘타사업과의 차별성’ 부문도 약해졌다고 보고 있는 반면 ‘사업목표’, ‘사업내용 및 방식’, ‘소통체계’ 부분은 크게 상승하여 사업방향성에 대한 공감과 만족이 큰 것으로 나타남
- 참여자들은 비대면 전환이 사업의 차별성을 약화시켰다고 판단하고 있으며 참여효과도 전반적으로 하락함

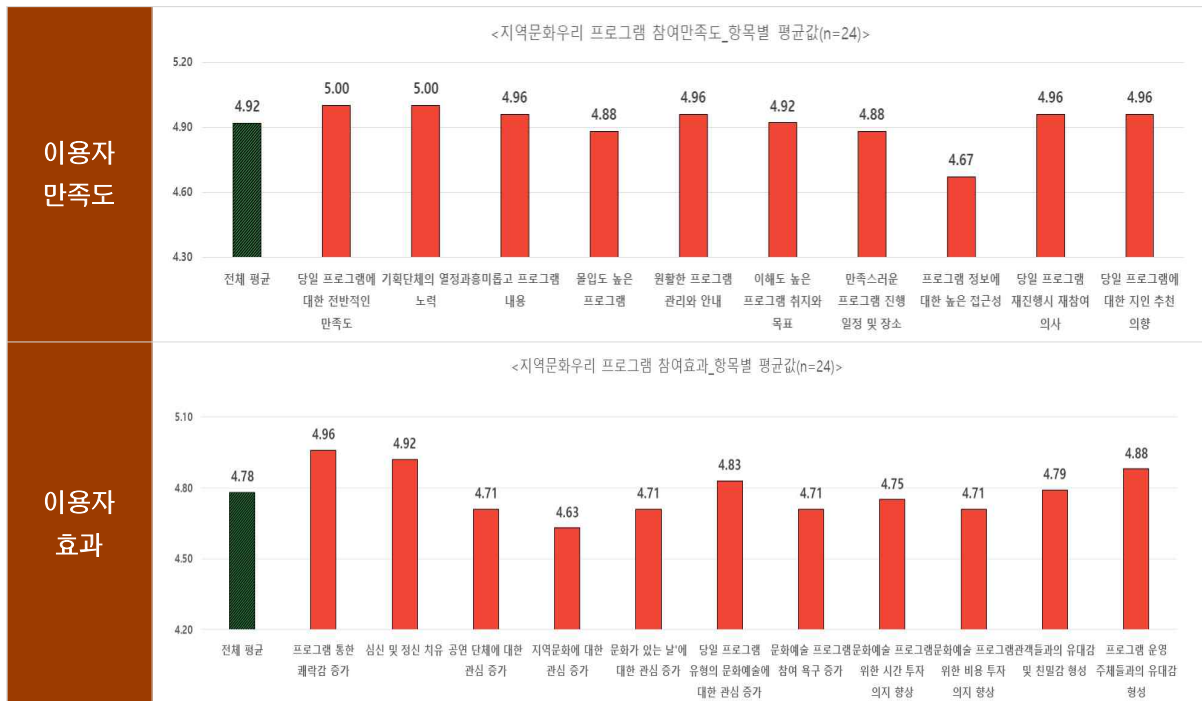




[그림 3-13] 지역문화우리 참여자 만족도 및 참여효과

□ [이용자 만족도 및 효과] 관람객들은 기획단체의 열정과 프로그램 구성에 전반적으로 만족하고 있으며, 참여를 통한 정서적 즐거움을 가장 큰 효과로 꼽음

- 지역문화우리의 이용자들의 참여만족도는 전반적으로 만점인 5.0에 가까운 매우 높은 점수로 집계되었고 그 중에서도 ‘당일 프로그램 전반적 만족도’와 ‘열정과 노력’이 5.0만점으로 나타났음
- ‘프로그램에 대한 높은 접근성’ (4.67)은 가장 낮아 특히 비대면 운영 시의 홍보방안에 대한 적극적 대응이 사업계획단계에서부터 필요할 것임
- 이용자 참여효과로는 ‘프로그램을 통한 쾌락감 증가’ (4.96)이 높은 값으로 참여효과 1순위로 나타났고 ‘심신 및 정신 치유’ (4.92) 또한 그 뒤를 이음



[그림 3-14] 지역문화우리 이용자 만족도 및 참여효과

③ 지역문화 콘텐츠 특성화

<표 3-35> 확보 표본 수 : 지역문화 콘텐츠 특성화

사업	참여단체 수	확보 표본 수	
		참여자	이용자
지역문화 콘텐츠 특성화	49팀*	44	44

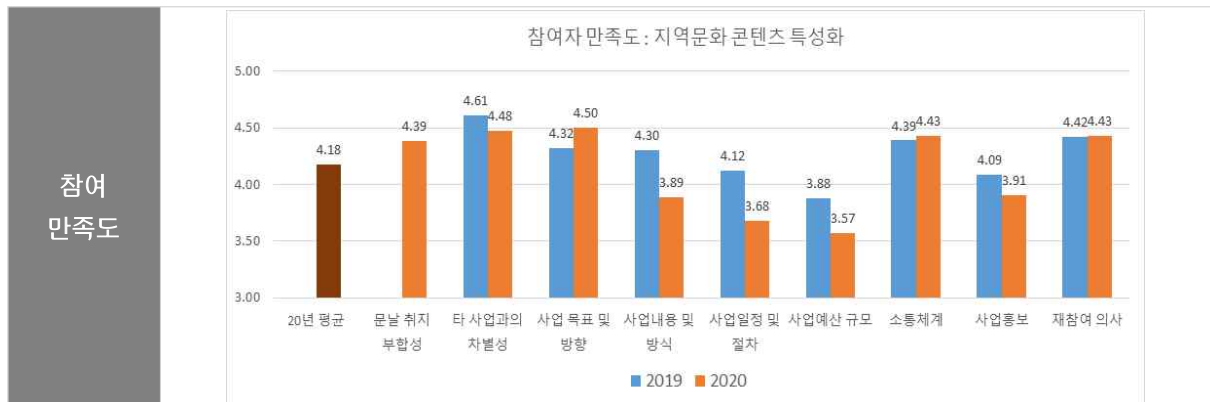
*지역문화 콘텐츠 특성화 사업 49개 단체 중 생활문화 생태계 구축 통합운영 연계지원 5개 단체는 통합전략을 기반으로 별도의 성과분석연구를 진행하여 본 조사대상에서 제외함.

<표 3-36> 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 지역문화 콘텐츠 특성화

구분	내용
1. 참여자 조사	
사업참여 만족도	문날 취지 부합성 / 타 사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업홍보 / 재참여 의사
참여효과	사업비전 및 역할 인지 / 자신감 증진 / 사업추진 역량강화 / 결속력 / 인지도 확보 / 활동지속성 / 네트워크
2. 이용자 조사	
프로그램 참여 만족도	전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력 / 프로그램 흥미와 몰입 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 및 추천의사
프로그램 참여효과	감정(즐거움 및 여흥 / 심신 및 정신 힐링), 관심(단체에 대한 관심 / 문날 및 사업취지에 대한 관심 / 프로그램 유형 및 장르에 대한 관심), 의지(참여욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감(타 관람객 / 운영주체)

□ [참여성과 및 효과] 만족도와 효과가 작년 대비 전반적으로 하락한 가운데 ‘사업목표 및 방향’과 ‘소통체계’에 만족도 상승

- 참여자들의 만족도는 작년 대비 전반적으로 감소 경향을 보이며 특히 ‘사업내용 및 방식’, ‘사업일정 및 절차’에서 큰 폭의 하락을 보이는데 대면을 기반으로 한 특성을 가진 본 사업의 정상적 수행이 불가능했던 금년의 상황이 반영된 것으로 분석됨
- 다만 제약된 상황에서 사업의 목표를 실현하기 위한 다양한 노력이 시도되었고 이 과정에서 주관처와의 소통·컨설팅 과정은 ‘사업의 목표 및 방향’ 부문에서의 상승을 가져옴
- 지역기반 사업으로서 지역문화우리와 유사한 양상이 나타나 참여자들은 비대면 전환이 사업의 차별성을 약화시켰다고 응답했으며, 전반적 참여효과 하락세 가운데 특히 ‘활동지속성’ 부문에서 작년대비 가장 큰 격차를 보이는데 코로나로 인한 대면 운영 제약이 이어질 것으로 점쳐지는 것에서 오는 반응으로 풀이됨

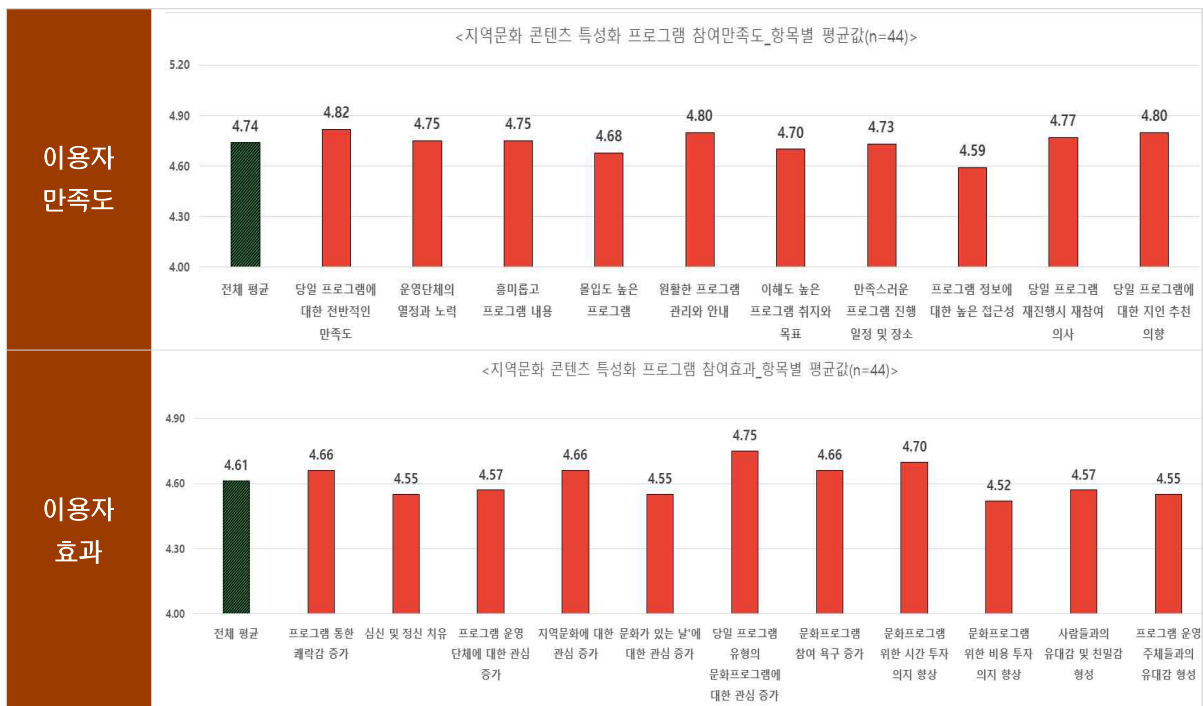




[그림 3-15] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자 만족도 및 참여효과

□ [이용자 만족도 및 효과] 전반적인 만족도가 긍정적으로 나타났고, 프로그램 유형에 대한 관심과 참여의 지가 증가했다는 의견이 높게 집계됨

- 지역문화 콘텐츠 특성화의 이용자들의 참여만족도는 전체가 4점대 후반의 점수로 집계되었고 ‘당일 프로그램 전반적 만족도’ (4.82)가 가장 높았고 ‘원활한 프로그램 관리와 안내’ (4.80), ‘당일 프로그램에 대한 지인 추천 의향’ (4.80)이 높게 나타났음
- 이용자 참여효과로는 ‘당일 프로그램 유형에 대한 관심증가’ (4.75) 및 ‘문화프로그램 위한 시간투자 의지 향상’ (4.70)이 높은 점수로 집계됨
- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업이 정형화된 문화행사가 아닌, 지역만의 문화자원을 다양한 각도로 다양한 주체와 함께 해석하는 과정이라는 점에 초점을 맞춰볼 때 ‘프로그램 유형에 대한 관심증가’ 항목이 1순위로 나온 것은 상당히 의의가 있다고 볼 수 있음



[그림 3-16] 지역문화 콘텐츠 특성화 이용자 만족도 및 참여효과

④ 동동동 문화놀이터

<표 3-37> 확보 표본 수 : 동동동 문화놀이터

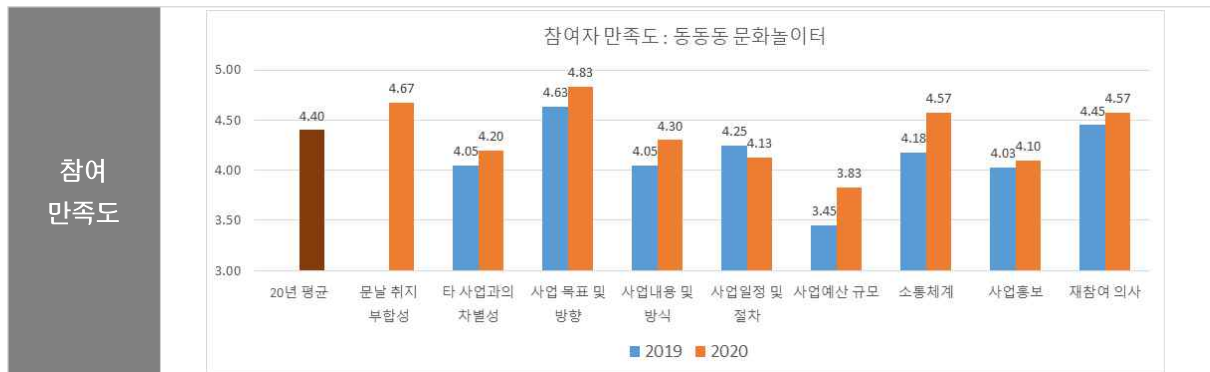
사업	참여단체 수	확보 표본 수	
		참여자	이용자
동동동 문화놀이터	예술단체 30팀, 참여기관 148곳	30	82

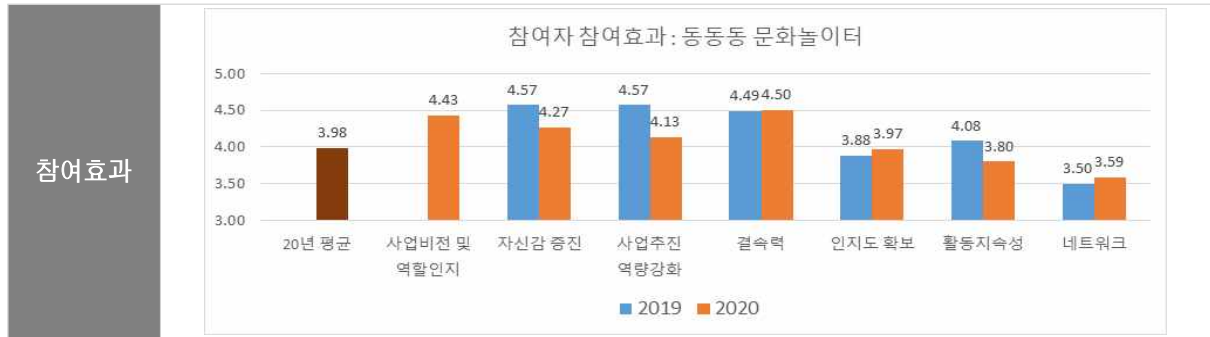
<표 3-38> 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 동동동 문화놀이터

구분	내용
1. 참여자 조사	
사업참여 만족도	문날 취지 부합성 / 타 사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업홍보 / 재참여 의사
참여효과	사업비전 및 역할 인지 / 자신감 증진 / 사업추진 역량강화 / 결속력 / 인지도 확보 / 활동지속성 / 네트워크
2. 이용자 조사	
프로그램 참여 만족도	전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력 / 프로그램 흥미와 몰입 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 및 추천의사
프로그램 참여효과	감정(즐거움 및 여흥 / 심신 및 정신 힐링), 관심(단체에 대한 관심 / 문날 및 사업취지에 대한 관심 / 프로그램 유형 및 장르에 대한 관심), 의지(참여욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감(타 관람객 / 운영주체)
세부효과	참여하면서 경험한 동동동 문화놀이터의 효과

□ [참여성과 및 효과] 사업 방향성에 대한 만족도는 작년 대비 높았으나, 비대면 전환 환경에서의 자신감·역량·활동지속성 부문의 효과 하락

- 동동동 문화놀이터 참여자들의 만족도는 ‘사업일정 및 절차’ 항목을 제외하고 전반적으로 상승하였고 특히 ‘사업목표 및 방향’이 가장 높게 나타났고 ‘문화가 있는 날 취지’ 등 사업의 방향에 만족도가 높은 것을 알 수 있음
- 참여효과의 경우 ‘인지도확보’와 ‘네트워크’를 제외하고 소폭 하락하였는데 코로나 상황으로 현장 대면활동에 제약이 뒤따름에 따라 ‘자신감’이나 ‘사업추진 역량’, ‘활동지속성’ 등에 작년 대비 낮은 효과를 얻었다고 응답함





[그림 3-17] 동동동 문화놀이터 참여자 만족도 및 참여효과

□ [이용자 만족도 및 효과] 당일 재참여 의사 및 사업관심은 증가했으나, 몰입도 부문에 아쉬움 토로

- ‘당일 프로그램 재참여 의사’ (4.71)과 ‘당일 행사에 대한 지인 추천 의향’ (4.71)이 1순위로 집계되었고 ‘몰입도 높은 행사’가 4.40으로 가장 낮게 나타나 비대면 전환으로 인한 한계점이 나타남
- 이용자 효과로는 ‘문화가 있는 날에 대한 관심증가’ (4.76) 및 ‘문화예술 프로그램 참여욕구 증가’ (4.74)순으로 높게 나타남
- 동동동 문화놀이터가 가진 효과에 대해 더욱 세부적으로 물은 결과, ‘아이들의 예술적 표현력 확장’이 31.1%로 가장 높게 나타나 사업이 추구하고자 하는 방향에 대해 효과를 느끼고 있음



[그림 3-18] 동동동 문화놀이터 이용자 만족도 및 참여효과

⑤ 직장문화배달

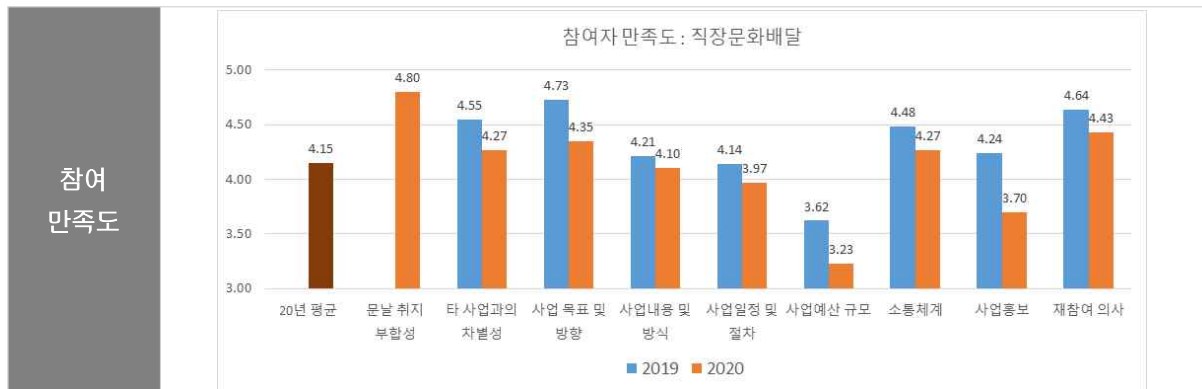
<표 3-39> 확보 표본 수 : 직장문화배달

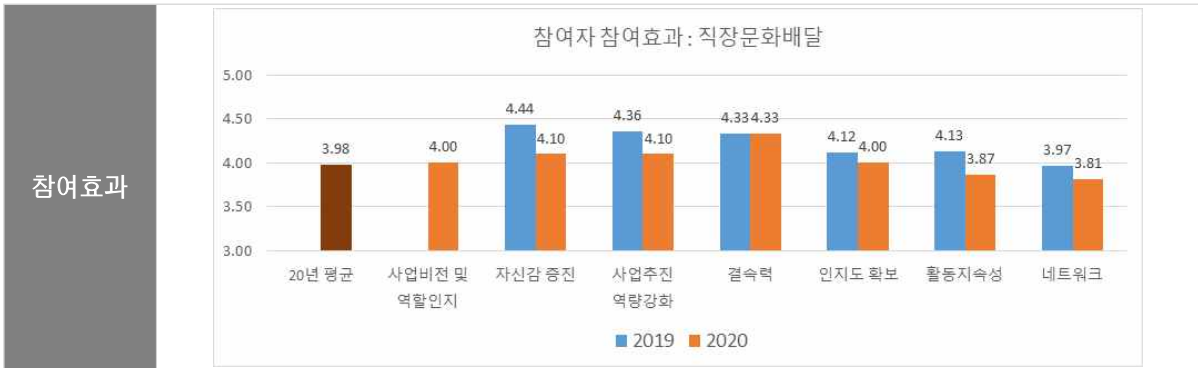
사업	참여단체 수	확보 표본 수	
		참여자	이용자
직장문화배달	예술단체 30팀, 참여기관 106곳	30	46

<표 3-40> 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 직장문화배달

구분	내용
1. 참여자 조사	
사업참여 만족도	문날 취지 부합성 / 타 사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업홍보 / 재참여 의사
참여효과	사업비전 및 역할 인지 / 자신감 증진 / 사업추진 역량강화 / 결속력 / 인지도 확보 / 활동지속성 / 네트워크
2. 이용자 조사	
프로그램 참여 만족도	전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력 / 프로그램 흥미와 몰입 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 및 추천의사
프로그램 참여효과	감정(즐거움 및 여흥 / 심신 및 정신 힐링), 관심(단체에 대한 관심 / 문날 및 사업취지에 대한 관심 / 프로그램 유형 및 장르에 대한 관심), 의지(참여욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감(타 관람객 / 운영주체)
세부효과	참여하면서 경험한 직장문화배달의 효과

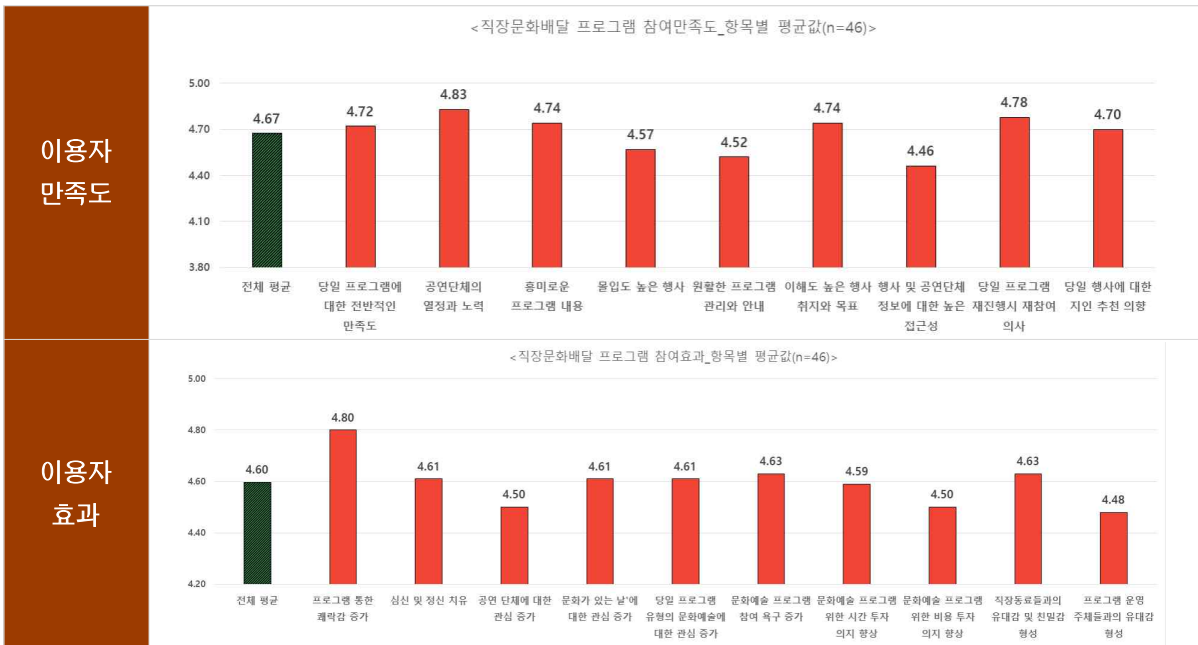
- [참여성과 및 효과] 전년 대비 만족도 및 효과의 전반적 하락, 행사 취소 등에 대한 피로도 누적
 - 직장문화배달 참여자들의 만족도는 전년 대비 전반적으로 하락하였는데 모든 항목이 낮아진 유일한 그룹이며, 같은 배달사업인 동동동 문화놀이터의 만족도가 상승한 것과 대조적임
 - 참여효과 또한 전반적으로 낮아졌으며 특히 감소폭이 큰 것은 ‘자신감’ 부문이었음
 - 직장문화배달의 경우 행사 취소가 가장 빈번했고 재매칭에도 어려움을 겪어 피로도가 누적된 연유로 이러한 결과가 도출된 것으로 분석됨





[그림 3-19] 직장문화배달 참여자 만족도 및 참여효과

- [이용자 만족도 및 효과] 단체의 열정과 노력에 가장 만족, 참여를 통한 정서적 즐거움이 가장 큰 효과
 - 직장문화배달 이용자들은 ‘공연단체의 열정과 노력’ (4.83)에 가장 큰 만족을 느끼고 있으며 이어 ‘당일 프로그램 재참여 의사’ (4.78)가 뒤를 이었음
 - 이용자 참여효과로는 ‘프로그램을 통한 쾌락감 증가’ (4.80)이 다른 효과대비 높은 값으로 참여효과 1순위로 나타남



[그림 3-20] 직장문화배달 이용자 만족도 및 참여효과

⑥ 동네책방 문화사랑방

<표 3-41> 확보 표본 수 : 동네책방 문화사랑방

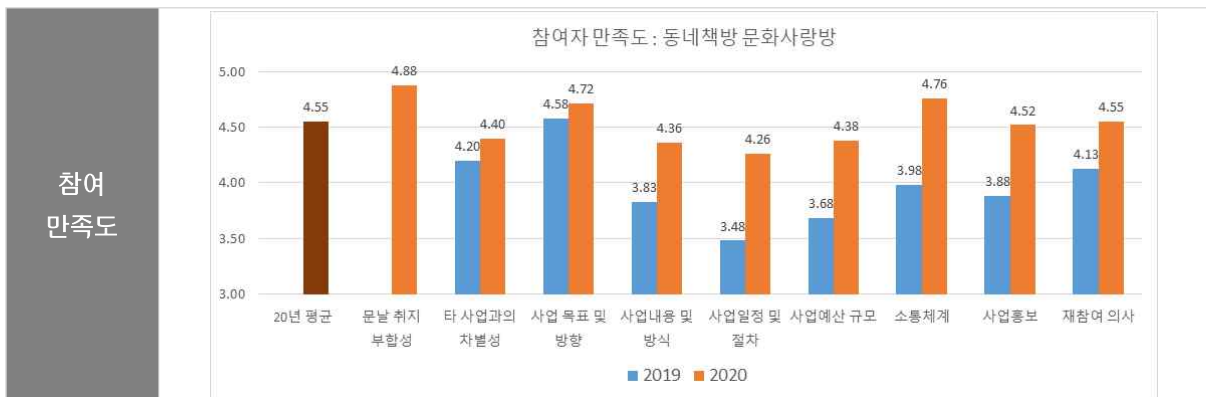
사업	참여단체 수	확보 표본 수	
		참여자	이용자
동네책방 문화사랑방	42팀	42	21

<표 3-42> 2020 기획사업 추진성과 및 효과 : 동네책방 문화사랑방

구분	내용
1. 참여자 조사	
사업참여 만족도	문날 취지 부합성 / 타 사업과의 차별성 / 사업 목표 및 방향 / 사업내용 및 방식 / 사업일정 및 절차 / 사업예산 규모 / 소통체계 / 사업홍보 / 재참여 의사
참여효과	사업비전 및 역할 인지 / 자신감 증진 / 사업추진 역량강화 / 결속력 / 인지도 확보 / 활동지속성 / 네트워크
2. 이용자 조사	
프로그램 참여 만족도	전반적 만족도 / 단체의 열정과 노력 / 프로그램 흥미와 몰입 / 행사관리 및 안내 / 행사 취지 및 목표공감 / 행사일정 및 장소 / 사업홍보 / 재참여 및 추천의사
프로그램 참여효과	감정 (즐거움 및 여흥 / 심신 및 정신 힐링), 관심 (단체에 대한 관심 / 문날 및 사업취지에 대한 관심 / 프로그램 유형 및 장르에 대한 관심), 의지 (참여욕구, 시간 및 비용 투입), 유대감 (타 관람객 / 운영주체)

□ [참여성과 및 효과] 비대면 프로그램 등 지원 가능한 문화활동 범위가 확대됨에 따라 전반적 사업 만족도가 크게 높아짐

- 올해 2년차를 맞이한 동네책방 문화사랑방 참여책방들의 만족도는 작년에 비해 크게 높아진 것을 확인할 수 있으며, 비대면 프로그램 등 지원 가능한 문화활동 범위가 확대됨에 따른 것으로 추측됨
- 특히 접근과 사용이 편리한 메신저 애플리케이션(카카오톡 오픈채팅)을 통한 사업담당자 및 책방 간 웹채팅의 활용이 ‘소통체계’ 부분에서 높은 참여만족도 점수로 귀결되었음
- 참여효과는 전반적으로 작년대비 소폭씩 상승했지만 ‘결속력’ 부분에서 큰 하락폭을 보이며 코로나19 상황으로 인한 결집과 유기적인 모임의 한계로 인한 결과로 풀이됨





[그림 3-21] 동네책방 문화사랑방 참여자 만족도 및 참여효과

□ [이용자 만족도 및 효과] 책방 및 유사 프로그램에 대한 지인 추천 및 재참여 의지가 높게 집계

- 동네책방 문화사랑방 이용자들의 참여만족도는 전반적으로 4점 후반대의 높은 값으로 4항목에서 4.9점 이상으로 집계됨. 효과는 ‘프로그램에 시간투자의지’ (4.95)가 가장 높았음



[그림 3-22] 동네책방 문화사랑방 이용자 만족도 및 참여효과

4. 2020년 기획사업 코로나19 대응성과

1) 기획사업 대응 개요

□ 코로나19로 인해 대면운영에 어려움이 발생함에 따라 기존 사업계획을 단계별 변경하여 수행

- 전국적 거리두기 격상으로 인해 대면활동이 거의 불가능해지거나 수행가능성이 불확실해짐에 따라, 지역문화진흥원은 기획사업 수행단체들이 기존 사업계획을 변경 가능하도록 하여 적절한 대응을 할 수 있도록 하였고, 그 범위는 단체들의 프로그램의 규모, 프로그램 내용변경뿐만 아니라 프로그램의 형태 자체에 변화를 가져옴
- 프로그램의 비대면 전환으로 발생하는 경비 및 시스템 비용에 대한 예산변경, 프로그램의 전환으로 인해 발생하는 인건비 집행 등을 가능하게 함

<표 3-43> 2020 문화가 있는 날 기획사업 프로그램의 코로나19 대응 유형

대응 유형		사업수행	예시
기존	대면 실연/모임	① 사전방역 및 인원파악이 가능한 장소에서 상호 물리적 거리가 확보된 상태에서 대면공연/행사 진행 ② 관람객 정원제한(사전예약제, 선착순 입장)으로 상호 물리적 거리가 확보된 상태에서 대면공연/행사 진행	-기존수행 방식 유지 -(주민 간) 주기적 모임 및 공동체 형성
1단계	비대면 전환	지역 내 감염 확산 등으로 실연이 어려울 경우 또는 단체의 희망에 따라, ① 무관객 실시간 송출을 통한 온라인 비대면 공연 진행 ② 사전 영상화 작업을 통한 온라인 비대면 공연 진행	-수혜처 방문 후 무관중 송출(동동동, 직배) -영상기획 제작 후 송출(청마, 동동동, 직배 + 타 사업에서도 일부 수행)
2단계	프로그램 전환 (대면비대면)	온라인 통한 소규모 모임 온라인 캠페인 및 홍보물 제작 지역주민 제작 결과물 제작 활동가 양성	-실연이 가능한 생활밀접 공간 및 (지역)명소에서의 영상화(청마) -지역연구 활동 강화(지우) -체험키트 배부 및 온라인 소통(동동동, 책방, 지우) -활동과 관련한 서적 및 인쇄물 발행(책방)
3단계	수행모델 변화 (대면비대면)	연구 및 아카이빙 활동 지역의 삶의 양식 기록 및 주민 인터뷰 영상 제작 지역문화자원 발굴	- 콘텐츠 연구개발활동으로 전환하여 지역자원 기록 및 연구활동 전환(지곤) - 민간공연 연계-방송출연 등 단체 홍보(청마)

□ 전체 6개 사업의 비대면 전환율 76.0%, 청춘마이크가 가장 많고(86.6%) 직장문화배달이 가장 적었음(31.1%)

- 비대면 전환율은 전체 평균 76.0%로 그 중 청춘마이크의 경우 86.6%가 비대면으로 전환되어 6개 사업 중에서 비대면으로 가장 많은 비중으로 시행되었음
- 한편 동동동 문화사랑방이나 직장문화배달이 비대면으로 전환한 경우는 각각 43.9%(동동동), 31.1%(직장문화배달)로 타 사업에 비해 상대적으로 적었음

<표 3-44> 2020년 문화가 있는 날 기획사업의 비대면 전환 현황

구분	청춘마이크	지역문화 우리	지역문화 콘텐츠 특성화	동동동 문화사랑방	직장 문화배달	동내책방 문화사랑방	합계
기존(대면)	306	64	159	83	73	121	806
변경(비대면 등)	1,977	82	320	65	33	70	2,547
전체 계	2,283	146	479	148	106	191	3,353
비대면 비율	86.6%	56.2%	66.8%	43.9%	31.1%	36.6%	76.0%

* 대면 비대면 동시진행 시 중복계수

** 2020년 지역문화 생태계 구축 통합운영 성과 포함

2) 세부 사업별 대응 전략 및 성과

가. 청춘마이크

① 대응현황 및 사례

□ 타 사업대비 영상화 작업이 활발했고, 버스킹 사업과 지역성을 연계하려는 노력 진행

- 청춘마이크는 공연형 버스킹 사업으로서 영상제작 후 송출 또는 영상 스트리밍 등 영상화를 통한 수행이 타 사업대비 수월했다는 점에서 비대면 수행이 많았음
- 특히 지역 문화공간이나 지역명소와의 연계기획 등 버스킹 사업에서의 지역성을 연계하기 위한 노력이 돋보였음
- 청춘마이크 플러스의 경우 단순한 공연에서 나아가 지역 내 청년기획자와 연계한 기획형 프로그램으로 꾸리거나 예술가의 스토리가 담긴 레퍼토리를 제작하는 시도를 보임

<표 3-45> 코로나19 대응현황 : 청춘마이크

사업	변경 내용		사례
청마	대면		현장에서 관람 인원 제한 및 거리두기 공연 사전접수를 통한 관람 인원 제한(헤드폰 버스킹)
	비대면	영상제작 후 송출	지역 문화공간(미술관, 박물관 등) 연계 영상제작 지역 명소 연계 기획 영상제작 예술단체 셀프영상 촬영 후 송출(주제 및 미션부여)
		라이브 스트리밍	지역방송국 연계 공연영상 송출(보이는 라디오 등) 지역 내 문화공간과 연계하여 라이브 스트리밍
	대면/비대면 동시진행		지역 휴양림 연계 투어 컨셉영상 제작 지역 대표공간(호수공원 등)에서 관람 인원 제한 및 거리두기 공연 진행 및 온라인 라이브 송출
청마 플러스	대면		동일지역 청년문화기획자와 연계 공연(지역문화우리 연계)
	비대면	영상제작 후 송출	예술가의 이야기를 담은 공연 영상제작 예술단체 셀프영상 촬영 후 송출(주제 및 미션부여)
		라이브 스트리밍	프로 아티스트(MC)와 함께하는 온라인 생중계 공연(주제부여)

- 지역별로는, 사회적 거리두기가 타 지역 대비 높은 단계로 유지된 수도권에서의 비대면 진행건수가 많았고 서울, 세종충북의 경우 전면 비대면 공연으로 수행하였음

<표 3-46> 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 청춘마이크

권역	방식	월							합계
		6	7	8	9	10	11	12	
서울	기존(대면)	-	-	-	-	-	-	-	0
	변경비대면 등)	-	60	60	60	60	60	-	300
인천경기	기존(대면)	-	-	-	32	28	-	-	60
	변경비대면 등)	60	60	-	60	-	60	-	240
대전충남	기존(대면)	-	-	-	-	-	25	-	25
	변경비대면 등)	-	70	-	34	34	9	-	147
세종충북	기존(대면)	-	-	-	-	-	-	-	0
	변경비대면 등)	-	36	41	36	70	-	-	183
전북	기존(대면)	-	-	-	-	33	-	-	33
	변경비대면 등)	35	35	-	34	-	32	-	136
광주전남	기존(대면)	-	-	-	-	9	-	-	9
	변경비대면 등)	35	32	-	35	26	40	-	168
대구경북	기존(대면)	-	-	-	11	26	4	-	41
	변경비대면 등)	4	86	38	31	17	9	-	185
부울경	기존(대면)	-	-	-	-	20	56	-	76
	변경비대면 등)	64	52	3	59	60	-	5	243
강원	기존(대면)	-	-	-	-	-	20	-	20
	변경비대면 등)	-	25	25	20	30	4	-	104
제주	기존(대면)	-	-	-	-	20	19	-	39
	변경비대면 등)	20	20	-	20	-	-	-	60
플러스	기존(대면)	-	-	-	-	2	2	-	4
	변경비대면 등)	-	-	-	-	14	103	95	212

- 제한된 대면 및 비대면 공연 하에서 ‘지역, 청년, 예술가’ 를 주제로 다양하고 새로운 시도를 통해 청춘마이크 사업이 가진 목표와 가치를 달성하고자 하였음

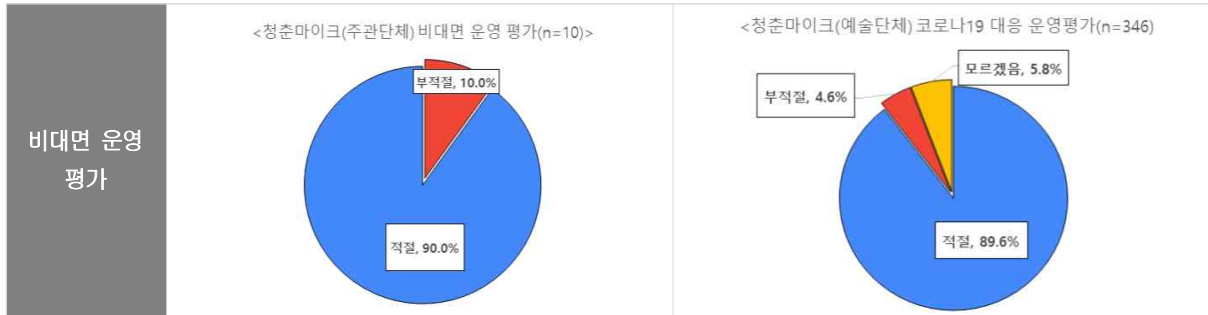
<표 3-47> 코로나19 대응 주요사례 : 청춘마이크

주요사례	효과	해당 프로그램 운영 주관단체
블루투스 헤드폰을 이용한 버스킹 운영사례	• 야외 공간을 활용하되 현장에서 사전접수 인원 외 다수인원 집합을 방지하여 안전한 대면 공연 진행	전북권
주제 및 미션부여 셀프 영상촬영	• 코로나로 자칫미움 위로, 청춘, 페이스 톡, 보이는 라디오 등 다양한 컨셉으로 주제와 미션을 전함	서울권/인천경기권/세종충북권/ 전북권/부산울산경남권/ 강원권/제주권
지역 휴양림 투어 컨셉	• 프로그램을 통한 지역적 차별성 부여 • 및 지역공간 인지도 제고	대구경북권
지역문화시설 연계 비대면 공연	• 지역문화시설(박물관 미술관 등)과 연계 된 영상제작 및 라이브 공연을 진행하여 입장이 제한된 문화시설과 함께하는 향유기회 제공	서울권/ 부산울산경남권
지역방송국 연계 공연영상송출	• 공연 송출채널 다양화 및 다양한 연령층에게 단체 및 프로그램의 인지도 제고	대전충남권/ 부산울산경남권/ 강원권
예술가의 이야기를 담은 공연 영상제작	• 예술가가 직접 영상제작 내용을 구성에 참여하게 하여 • 예술가 기량 향상 및 예술가 만족도 제고	플러스
프로 아티스트(MC)와 함께하는 온라인 생중계 공연(주제부여)	• 프로 아티스트를 진행자로 섭외하여 • 온라인 향유 시 예술가 홍보효과 증대	플러스

② 비대면 운영평가(참여자)

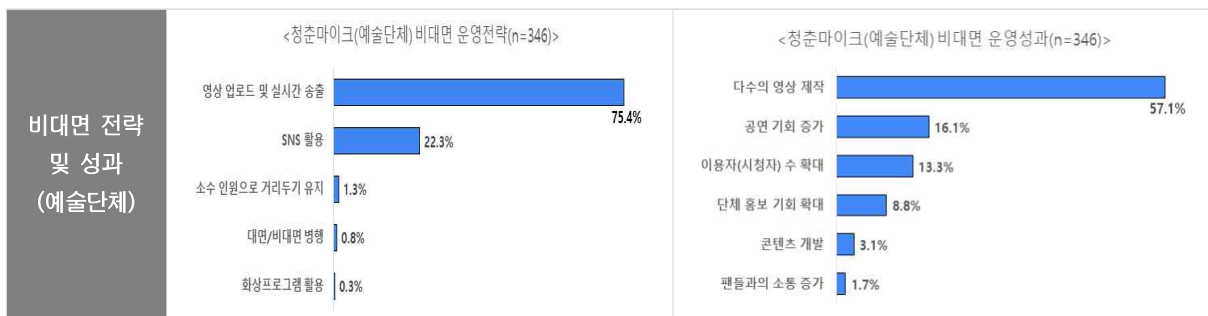
□ [비대면] 참여자의 약 90%가량이 비대면 운영에 긍정적인 평가를 보였음

- 한계와 아쉬움(영상의 질, 공연의 현장성을 살릴 수 없는 점 등)은 여전히 남아있으나 전반적으로 코로나19 시국에서 할 수 있는 긍정적 케이스로 인지

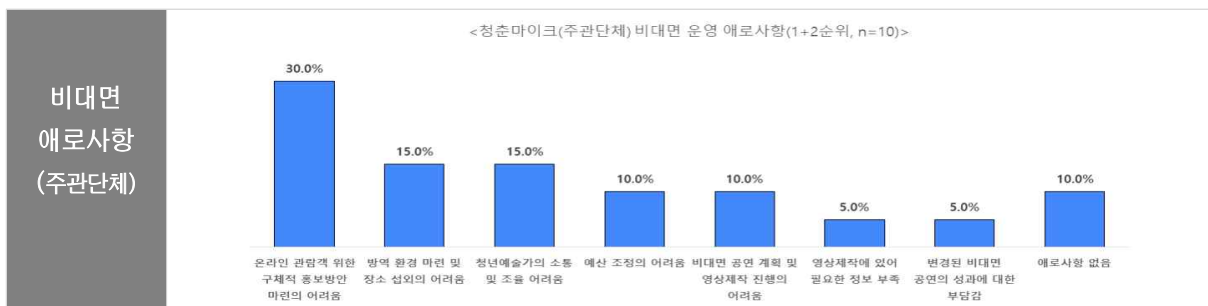


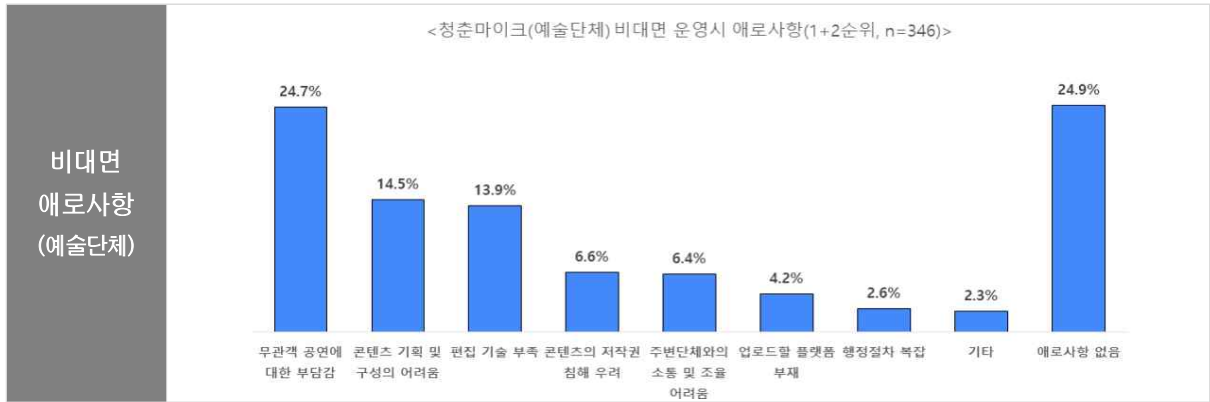
[그림 3-23] 청춘마이크 참여자_비대면 운영평가 (주관단체 및 예술단체)

- 주요 비대면 운영전략은 ‘영상 업로드 및 실시간 송출’이었으며 이를 통해 단체 공연에 대한 ‘다수의 영상 제작’이라는 성과가 있었음. 이는 공연 레퍼토리 기록의 축적 및 아카이빙이라는 긍정적 효과도 있지만 이 영상을 외부 홍보용 등으로 쓸 수 없다는 규정이나, 저작권 문제 등이 미비한 상태임에 따라 이에 대한 대책 강구가 필요
- 비대면에 대한 애로사항은 비대면 성과에서 제일 낮았던 ‘팬들과의 소통’과 관련되는 부분인데 공연의 현장성은 관객과의 소통과 연관된 부분이기도 하고, 비대면 상황에서는 충분한 홍보와 인터넷 접속환경 등 접근성 확보가 되지 않으면 공연을 볼 수 있는 관객이 지극히 제한되어 있어 이 부분이 아쉬움으로 집계되고 있으며, 예술단체의 경우 비전문분야로서의 새로운 공연향유 방식에 대한 기술력(콘텐츠 기획, 영상편집) 부족을 애로사항으로 꼽고 있음



[그림 3-24] 청춘마이크 참여자_비대면 전략 및 성과(예술단체)

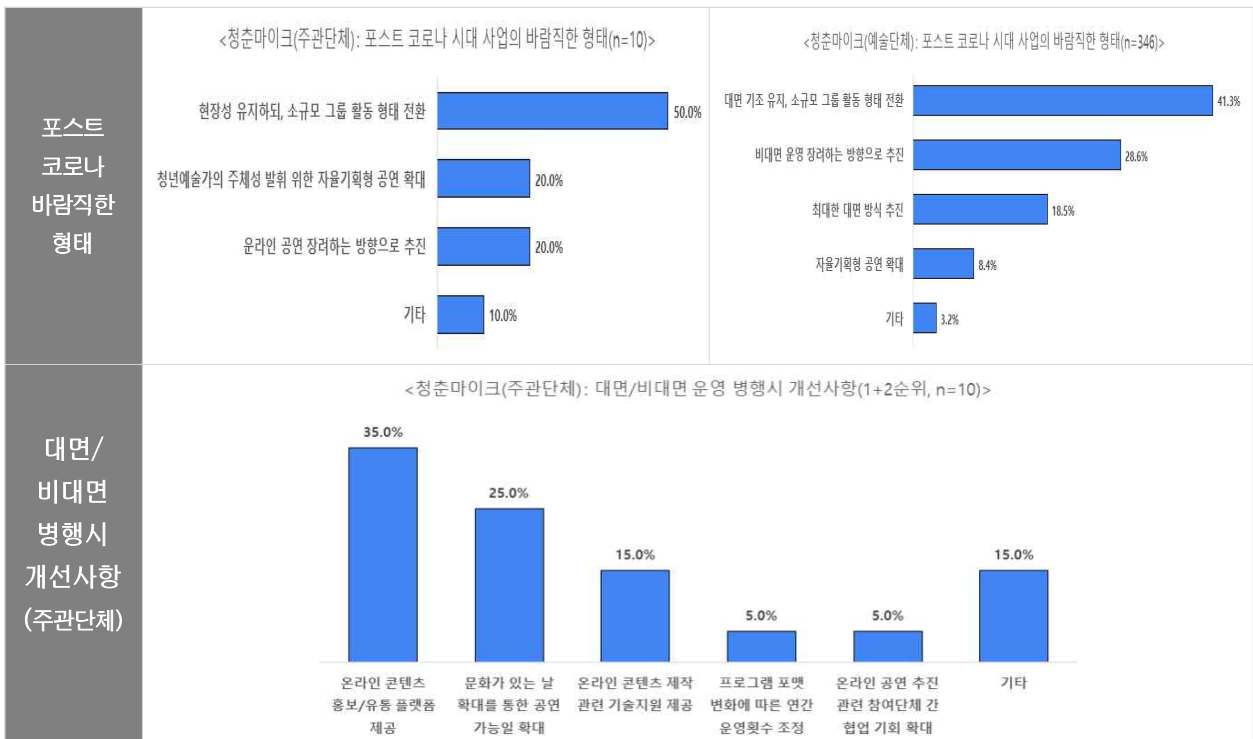


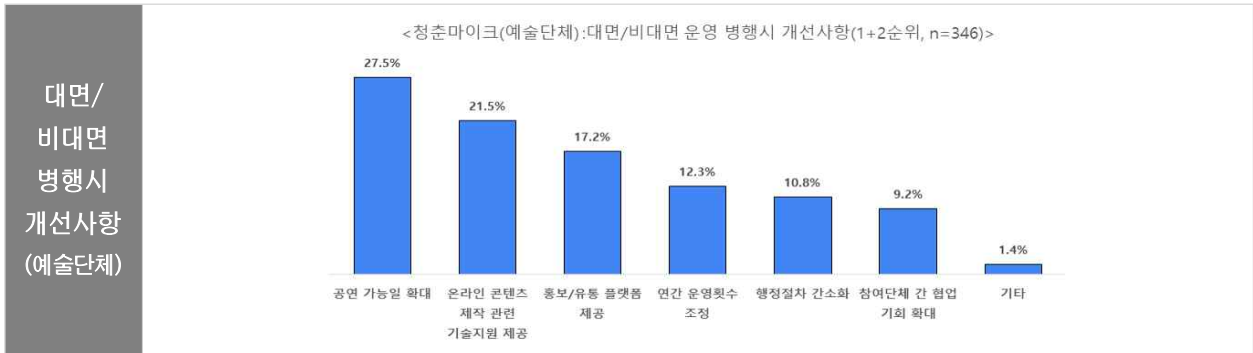


[그림 3-25] 청춘마이크 참여자_ 비대면 애로사항 (주관단체 및 예술단체)

□ [포스트 코로나] 소규모 대면행사 진행이 가장 적절한 형태로 꼽혔고, 비대면 운영 시 관객과의 접점을 확보하는 부분이 가장 시급하게 요구됨

- 포스트 코로나 시대에 바람직한 사업운영 형태에 대해 주관단체와 예술단체 모두 소규모로 진행을 하더라도 현장성을 유지한 대면형태로 진행하는 것이 1순위로 집계되었고, 일부 예술단체의 경우 온라인으로 운영하는 방향에 대해 추진해보는 부분에 대해서도 긍정적 응답을 보이며 2순위로 집계되었음
- 주관단체의 경우 ‘온라인 콘텐츠를 홍보 유통 플랫폼’을 시급하게 판단했고 ‘공연가능일’ 확대를 통해 접점을 늘려야 한다고 판단하고 있으며, 예술단체 또한 이 부분에 동의함과 동시에 ‘콘텐츠 제작관련 기술지원’이 필요하다고 응답하였음





[그림 3-26] 청춘마이크 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태 및 개선사항 (주관단체 및 예술단체)

③ 비대면 전환의 효과 (참여자, 이용자)

□ 활동지속의 일자리효과, 지역민 예술 경험기회 획득과 삶의 질 향상 등 생활여건 변화 발견

- 조사에 응한 참여단체들의 약 88%가 올해 청춘마이크 활동에 효과가 있었다고 답했는데, 팀 활동을 기록할 수 있는 양질의 콘텐츠가 형성된 점(67%)과 활동연계(10%)를 답함
- 참여한 관람객들은 공연을 접하고 전보다 예술에 대한 견해를 갖게 되고 행복감을 더 느끼므로써 시민의 문화예술향유 기회 및 저변확대, 지역민 삶의 질 제고에 대한 효과가 발견됨

※ [참여자] 설문결과, 346개 단체 중 305개 단체가 비대면 운영을 통해 성과를 얻음 (중복응답)

- ✓ 총 233개 단체가 좋은 품질의 공연 영상이 남아 아카이빙이 가능해졌다고 답했음
- ✓ 33개 팀이 유튜브 구독자 증가와 인지도 상승, 57개 단체가 다른 지역에서의 공연문의 또는 섭외가 있었음
- ✓ 6개 팀이 자심감과 카메라 앞에서의 경험, 실력향상, 개선사항 확인 등 질적인 부분에 발전이 있었다고 대답
- ✓ 10개의 팀이 공연이 어려운 상황에서 팬과의 만남, 소통이 이루어졌음
- ✓ 4개 팀이 청춘마이크 경험을 통해, 사업참여 외에 자체적 콘텐츠를 만들었고, 자신들의 장르에서 언택트 공연을 확장할 가능성을 확인했음

※ [이용자] 설문 및 면담조사 결과 중

- ✓ 코로나에도 여기를 즐기는 새로운 경험을 하게 됨
- ✓ 다양한 예술 장르와 세계가 있다는 것을 알게 되었고 문화예술에 대한 견해가 확장됨
- ✓ 공연을 본 후에 후에 공연팀, 청마 인스타도 찾아보고 함
- ✓ 소규모임에도 최선을 다하는 모습의 진정성이 좋았고, 순수하게 노래소리가 좋아서 인근 어르신들까지 와서 듣는 모습을 보았고, 그게 좋은 의미로 다가왔음
- ✓ 유명하지 않은 사람, 인디임에도 실력이 굉장히 뛰어나 좋았고, 사회, 무대구성 모든 것에 퀄리티가 기존 보던 것과 달랐음. 많은 사람이 모이지 않아도 최선을 다하고 행사를 성황리에 해야 한다는 것보다는 순수하게 즐기는 모습이 좋게 다가옴
- ✓ 시민도(관람객) 같이 참여 할 수 있는 다양한 프로그램이 구성되었으면 함
- ✓ 공연이 문화예술인에게도 기회를 주고, 시민들에게는 위안과 용기를 주는 긍정적 효과가 있다고 생각함
- ✓ 공연을 본 후에 공연에 대한 목마름이 있었다는 것을 인지하고 느끼게 되었음
- ✓ 장르나 곡에서는 특별한 감흥이나 프로그램 효과를 느끼기 보다, 생각지도 못한 장소에서 게릴라처럼 만나서 그 '의외성' 과 리프레쉬되는 기분 좋았음
- ✓ 오랜만에 자유로운 느낌을 받았다
- ✓ 우연히 건다가 보게 된 공연인데 점심시간 힐링했음

나. 지역문화우리

① 대응현황 및 사례

□ 지역 청년의 삶의 집중된 콘텐츠 및 프로그램 발굴을 위한 시험적 계기

- 청년이 지역문화 확산을 위해 활동할 수 있는 소규모 또는 비대면 모임을 지속적으로 진행하면서 코로나 시대 지역 내 소통방식에 대한 새로운 시도가 보였고, 지역의 유무형 자료를 기록화하고 축적하는 계기로 활용함
- 사업의 방향성이자 목적인 청년간의 교류, 지역 현안에 대한 공유, 그것을 풀어내는 다양한 방식 등에 주력하고 있음

<표 3-48> 코로나19 대응현황 : 지역문화우리

사업	구분	사례	해당 단체 수	프로그램 횟수
지역 문화 우리	대면	청년 참여형 강의 후 참여형 전시 개발 및 추진	1	5
		지역을 기반으로 한 웹 매거진 제작 및 소규모 창작 모임 운영	1	11
		지역 청년 예술가 및 공간 운영자들과의 주민 인터뷰 후 소규모 협업 프로젝트 추진	2	6
		지역 데이터를 활용하여 청년 예술가들과의 시각 전시 추진	1	3
		청년 자취생들의 자취 노하우 공유 소모임 운영	1	3
	소계		6	28
	비대면	청년주민공동체 형성 후 재능 키트 제작 후 후기 화상 공유	2	9
		지역 인터뷰 자료 취합 후 개별적 아카이빙 및 온라인 전시	1	10
		지역 인터뷰 자료 취합 후 웹 매거진 제작 및 화상 북토크 추진	3	11
		지역의 청년 예술가들과 예술키트 배포 및 비대면 강의 추진	1	7
지역 자원 기록 팟캐스트 운영		1	17	
소계		8	54	
계			14	82

<표 3-49> 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 지역문화우리

사업	방식	월						합계
		6	7	8	9	10	11	
지역 문화 우리	기존(대면)	10	11	7	14	11	11	64
	변경(비대면 등)	10	9	11	24	14	14	82

<표 3-50> 코로나19 대응 주요사례 : 지역문화우리

주요사례	효과	해당 프로그램 운영 주관단체
지역의 소규모 문화 모임 추진	<ul style="list-style-type: none"> • 비대면 모임, 소규모 비대면 강의 후 온라인 플랫폼을 활용한 적극적인 피드백으로 물리적 제약이 없는 지속가능한 문화 활동 추진 	변방의 북소리, 청년희망백토리 등
지역 자원 기록화 작업	<ul style="list-style-type: none"> • 개별적으로 청년들에게 의미 있었던 지역 자원을 모아 온라인 전시 혹은 책 제작 후 주민들과 공유함 • 청년의 시선으로 보는 지역의 이해 확장 	무엇이든, 라온문화예술교육원 등
문화예술키트 공유회 추진	<ul style="list-style-type: none"> • 청년들이 각자의 재능으로 지역 에세이, 사진, 공방재료 등을 담은 키트를 제작하여 지역 어르신들에게 배포 • 코로나19로 문화 활동의 소외될 수 있는 지역 주민들과 지속 가능한 지역의 프로그램 추진 	초록놀이터, 청춘연구소 컬처플러스 등

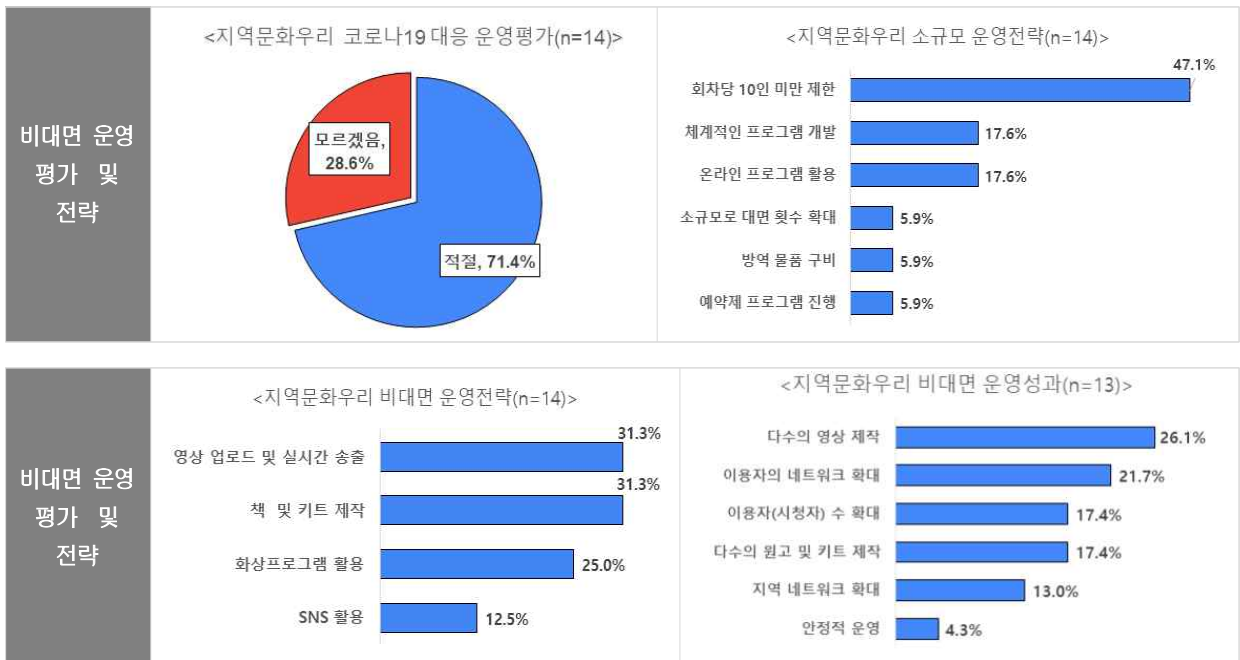
※ [참여자 면담조사] 비대면 전환이 긍정적 영향을 미쳤던 사례

- 지역문화우리 사업을 토대로 타 사업에서 '기부'관련 콘텐츠를 제작했는데, 생각보다 사람들이 지역을 위해 기부하는것을 기꺼이 도와줌. 소규모 대면으로 전환하며 기획하게 된 것들이며, 매우 직접적인 영향을 미쳤음
- 비대면 활동 방안을 고민하다 원래 사업 내용에 없었던 컬러링북 제작을 진행했는데, 기대하지 않았던 주변의 호평과 내부구성원들의 협동심이 강화되었음.
- 사업기간 동안 코로나19로 인해 사업 추진에 어려움을 겪었으나, 이번 사업으로 오히려 비대면 프로그램의 필요성을 느껴 향후 다양한 콘텐츠를 개발하는데 도움이 될 것 같음.

② 비대면 운영평가(참여자)

□ [비대면] 참여자의 약 70%가 긍정적 평가, 비대면 운영양상이 타 사업 대비 다양

- 지역문화우리 참여자의 71.4%가 코로나19에 대응한 운영에 긍정적 평가를 하고 있고, 비대면 운영전략에서는 타 사업이 주로 '영상 업로드 및 실시간 송출'에 의존도가 큰 것과 달리 '책 및 키트 제작', '화상프로그램 활용' 등 다양한 대응양상으로 나타남
- 또한 코로나19에 따른 신규 프로그램을 시도하는 것보다 주로 회차 당 인원을 제한하는 형태로 소규모 대면 모임을 수행해왔음
- 지역문화우리 사업이 시도하는 행사 프로그램을 비대면으로 시행할 시에 '플랫폼 접근의 다양성이 제약'되고 '비대면 운영 관련 기술역량이 부족'하다는 의견이 있어 사용 플랫폼에 대한 홍보는 물론, 해당 프로그램을 가장 잘 구현할 수 있는 플랫폼은 무엇인가에 대해 대비가 필요함



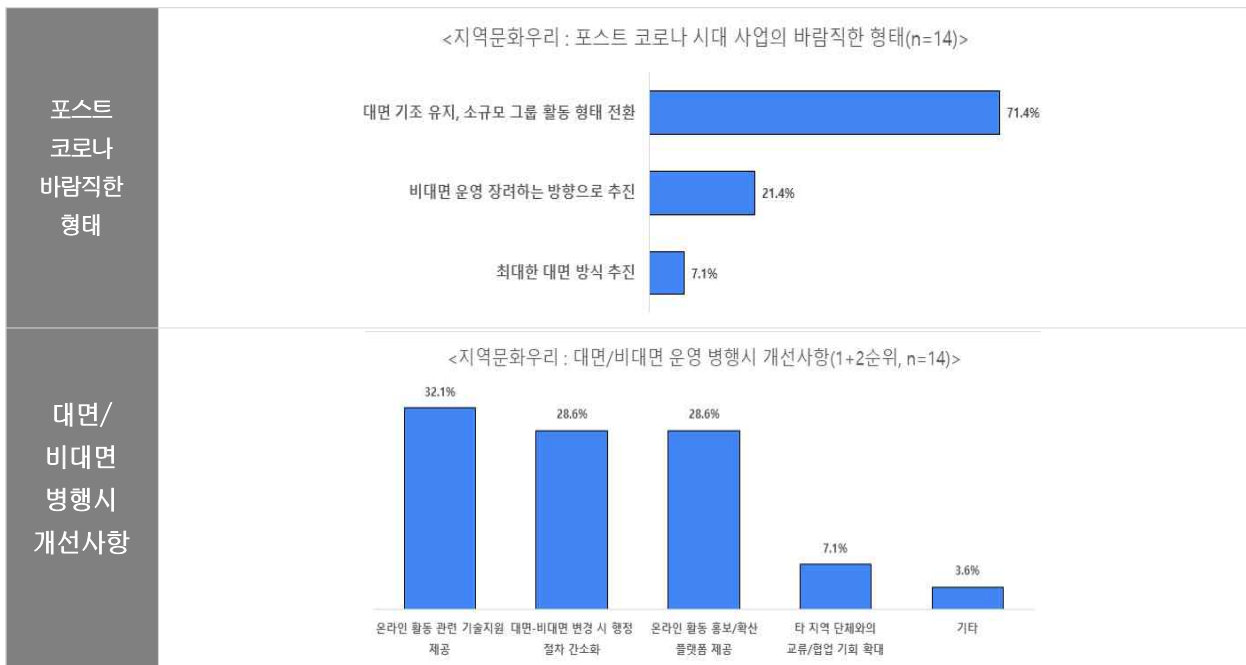
[그림 3-27] 지역문화우리 참여자_비대면 운영전략 및 성과



[그림 3-28] 지역문화우리 참여자_ 비대면 운영 애로사항

□ [포스트 코로나] 소규모 대면활동을 가장 선호하고, 비대면 병행 시 기술지원의 선결 필요

- 코로나 상황이 지속될 때에도 10명 중 7명 이상이 ‘소규모 대면활동’을 가장 선호하고 있으며 이와 관련해 ‘온라인 활동 관련한 기술지원’과 ‘대면/비대면 변경 시 행정절차 간소화’가 선결되어야 한다고 응답함



[그림 3-29] 지역문화우리 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태 및 개선사항

③ 비대면 전환의 효과 (참여자, 이용자)

□ 지속적 결합 및 파생활동, 기획자 및 지역 내 문화매개인력 신규 발굴

- 참여자들은 지역문화우리 사업을 지역현안에 대한 탐색, 주체들의 확보, 콘텐츠의 가능성 검증, 향후 장기적 플랜을 위한 실험적 시도, 자신감과 결속력 강화 등에서 지역문화우리의 효과를 찾았음
- 이용자들은 콘텐츠를 매개로 하여 지역에 대해 더 이해하고 지역의 여러 주체들과 공동의 소통거리가 생겼다는 점에 긍정적으로 평가, 지역 내에서 점차 프로그램이 양질로 발전하는 점을 체감하고 있음

- ✓ 사업 초창기에는 방향성은 있었지만 구체적인 전략이나 실행방식이 많이 부족하였음. 사업에서 복합적인 문제들을 해결해나기며 지역 내 청년들의 역할과 사회적 참여 활동 등에 대한 부분을 충분히 탐색해볼 기회가 생겼고, 그 지점을 잇는 데 지역문화우리 사업이 많은 도움이 되었음
- ✓ 지역에서 활동을 해나갈 주체들을 확인하고, 협업해보고, 그들이 활동할 수 있는 경제적, 물리적 자원들이 동반되지 않았다면 지속에 어려움을 느꼈을 것임
- ✓ 진입형 사업으로 쌓인 약간의 노하우와 함께 지역문화활성화 프로젝트를 연계진행하려 함
- ✓ 틀에 갇힌 기획이 아닌 조금 더 발전 된 기획을 할 수 있을 것 같음, 문화자원을 벗어나 우리가 살고 있는 지역에 대해 새로운 시각을 제공해주는 지역문화를 개발하고 싶은 의지 생성
- ✓ 많은 청년 활동가들의 니즈를 파악할 수 있었고, 그 청년들이 직접 지역 자원을 조사해보는 계기, 프로그램을 진행하며 얻어낸 데이터를 기반으로 향후 계획을 세부적으로 다듬을 것
- ✓ 힘든 시기 속에 즐겁게 한 걸음 한 걸음 나아가면서 팀원들 각자의 역량과 강점을 많이 발견하고, 결속력을 강화한 계기, 그래서 다같이 더 재미난 것을 해볼 수 있겠다는 기대 생성
- ✓ 미디어중심의 창작그룹으로서의 정체성 발굴, 내년에 첫 시도 예정
- ✓ 지역 내의 문제를 지역 안에서 해결하기 위해 한계가 있고 인적 교류가 필수적이라는 것을 느끼는 계기
- ✓ 지역에서 문화기획자로 살아가기 위해서 지역탐구 및 지역 문화적 특성들을 탐구할 수 있는 좋은 계기

※ [이용자] 설문 및 면담조사 결과 중

- ✓ 전시장에서 받는, 소소하지만 친근한 그런 느낌이 좋았고 지역 주민이 지역에 대해 알 수 있는 계기가 됨, 지역 내 경쟁력이 있음
- ✓ 20-30대는 잘 모르는 지역의 이야기에 대해 공감대가 형성된 것 같음
- ✓ 공간이 굉장히 협소했는데 물리적 한계를 극복했고, 전시를 많이 다녀봤지만 호기심을 유발하고 이를 참신하게 풀어냈다고 생각함
- ✓ 한 시간 정도 체류했는데 규모가 1시간 볼 규모가 아님에도 그만큼 지루하지 않고 시간이 갔다는 점
- ✓ 작년에는 단순 행사라는 느낌이 있었는데 올해는 음악회도 열고 그 규모도 커지는 게 체감되었음, 지역에서 꾸준히 진행되면서 규모와 참여자, 참여역할도 변화하는 것을 느꼈음
- ✓ 젊은이들이 아닌 농촌지역 특성 상 연배있는 주변 사람들이라도 체험행사에 참여하려는 의지가 많고 실제 좋아하는 것으로 보임
- ✓ 지역에서 이것저것 문화행사가 증가하고 있는데 대부분 아마추어적인 분위기였던 것 같음. 이번 참여한 행사는 보다 전문적이고 심도있는 지역의 문화프로그램에 참여한 것 같아 좋았음

다. 지역문화 콘텐츠 특성화

① 대응현황 및 사례

□ 9~11월 프로그램 80% 이상 비대면 방식으로 전환하여, 지역문화 콘텐츠 연구 개발 활동 등으로 추진

- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업은 기존 대면 중심의 축제, 전시, 공연 등으로 구성되었는데 당초 6~7월을 사전준비기간으로 삼고 8월부터 수행을 목표로 삼았으나, 8월 전국적인 2.5 단계 격상으로 사업 전면 취소 또는 일부 비대면으로 사업이 전환됨
- 불확실성을 줄이기 위해 9월 이후에는 프로그램의 80% 이상을 비대면 방식으로 전환하는 방침을 세웠고 이를 위해 사업변경계획 제출, 이에 대한 전문가 1:1 컨설팅을 수행하였으며 행사성 사업 외에 콘텐츠 개발 및 연구 사업 허용하고 문화가 있는 날 최소운영회차(6회)와 무관하게 추진이 가능하도록 했음
- 영상화 작업 등 비대면 수행에 대한 지침을 배포하고, 내용 및 제작방법, 활용 계획 등을 사전에 작성 제출하도록 하였고 이에 수반되는 예산변경 등 가능하도록 함

<표 3-51> 코로나19 대응현황 : 지역문화 콘텐츠 특성화

구분	구분	사례	해당 단체 수	프로그램 회수
대면	소규모 대면 프로그램	• 관람인원 제한하여 공연 및 행사 진행	12	29
		• 소규모 모임 및 워크숍 진행	26	122
		• 소규모 마켓 운영	3	4
		• 참여주민 대상 영상 상영회 개최	4	4
비대면	온라인 콘텐츠 제작 중심	• 주민들의 삶의 이야기를 담은 인터뷰 영상 제작	16	44
		• 공연 등 프로그램 영상촬영 후 편집하여 온라인 송출	29	114
		• 팟캐스트, 라디오 등 오디오 콘텐츠 제작	2	10
		• 온라인 전시 콘텐츠 제작	2	2
		• 주민참여 온라인 영상 콘텐츠 제작	9	31
	온라인 실시간 소통중심	• 라이브 스트리밍으로 공연 및 행사 송출	6	23
		• 온라인 워크숍 운영	3	5
		• 지역문화 담론형성을 위한 포럼 개최	2	4
	오프라인 거점공간 활용	• 전시 프로그램 기획 및 운영	11	21
		• 장소 특전형 투어 프로그램 개발	7	8
		• 상설 프로그램 체형 거점공간 조성	4	13
	오프라인 콘텐츠 제작 중심	• 지역의 이야기를 담은 매거진 등 책자 제작	10	17
		• 체험키트 제작 및 배부	10	17
기타	• 주민참여 공모전 진행	3	3	
	• 지역문화 콘텐츠 확산을 위한 온라인 플랫폼 개발	5	6	
	• 온라인 마켓 운영	2	2	
소계			166	479

※ 2020 지역문화 생태계 구축 통합운영 성과 포함

<표 3-52> 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 지역문화 콘텐츠 특성화

사업	방식	월						합계
		6	7	8	9	10	11	
지론	대면	4	7	30	26	48	44	159
	비대면 등	1	0	15	38	119	147	320
합계		5	7	29	63	158	173	479

- 지역문화를 적극적으로 해석하여 지역민의 삶의 양식과 이야기를 원천으로 한 문화콘텐츠를 발굴하고 이를 개발하기 위한 기록 및 연구활동으로 사업내용을 전환함

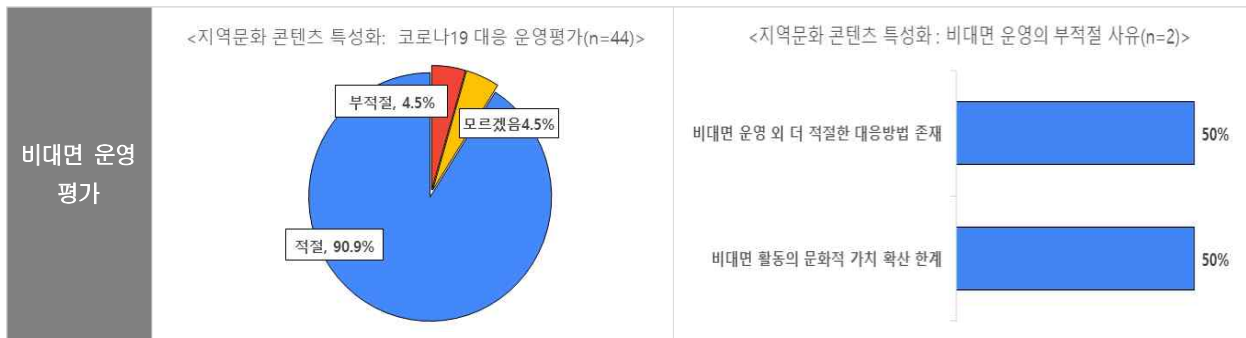
<표 3-53> 코로나19 대응 주요사례 : 지역문화 콘텐츠 특성화

주요사례	효과	해당 프로그램 운영 단체
체험키트 내 코로나 이후 만남을 기약하는 요소 포함 체험키트와 함께 배송되는 '기다리는 화분'을 키워서 21년 '마켓포레스트'에 가지고 오면 화분들을 모아 '기억하는 정원을 조성하고 무제한 맥주를 마실 수 있는 텀블러 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 개인의 체험에서 그치지 않고 내년을 함께 기다리고 기대할 수 있는 요소를 추가하여 공동체성 강화 	문화예술 사회적협동조합 컬처75
'양림골목 비엔날레' 운영 지역 내 카페, 식당 등 상가와 예술가를 1:1 매칭하고 각 상가에 2~3점의 시각예술작품 전시	<ul style="list-style-type: none"> • '마을이 무대다' 라는 '1930 양림쌀롱' 슬로건을 실현하면서 프로그램 공간을 다거점화 하여 한 공간 내 밀집 인원 최소화 • 지역 상가와 지역 예술가 간의 관계 형성 계기 마련 	쥬스컴퍼니
체험키트 수령을 위한 드라이브 드루 운영 춘천인형극장 내 체험키트 수령을 위한 드라이브 드루 장소 마련	<ul style="list-style-type: none"> • 체험키트를 안전한 방법으로 전달하되, 춘천인형극장 방문 계기 마련 	춘천인형극제
지역예술가 공연 영상을 촬영하여 지역 내 카페 등 지역상점에서 상영	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 플랫폼 접근이 어려운 고연령층 및 상인들을 위한 송출채널 확대 	남현동예술인마을관 광사업추진단
랜선 노래자랑 주민들이 각자의 자택, 가게 등 각자 생활장소에서 노래 영상을 촬영하고 이를 극단에 전달하면 주관단체에서 영상을 편집하여 '랜선노래자랑' 프로그램을 제작하여 송출	<ul style="list-style-type: none"> • 비대면 상황에서도 주민들의 주체적인 참여계기 마련 	극단아띠
움직임 청음회 대면으로 주민참여 오케스트라를 운영하고자 했던 계획을 포기하지 않고 각자 연주하는 영상을 촬영한 뒤 하나의 합주 영상으로 재편집하여 송출		문화예술공동체 더뮤엘
심포지움 개최 '지역문화 콘텐츠와 지역문화 단체의 역할'을 주제로 심포지움 개최	<ul style="list-style-type: none"> • 장소적으로 고립된 '삼탄아트마인'의 특성상 그간 지역과의 연결고리를 만들기 어려웠음 • 심포지움을 통해 지역 내 삼탄아트마인의 역할을 주민들과 함께 논의하는 장을 마련하여 소통하고자 함 	삼탄아트마인
이웃 안부 프로젝트 추진 주민들이 각자 영화에 대해 가진 생각과 추억을 인터뷰하는 영상을 촬영함과 동시에 인터뷰이가 다음 인터뷰이를 위한 작은 선물을 직접 준비하도록 함	<ul style="list-style-type: none"> • 비대면 상황에서도 이웃 간 응원의 마음을 전달할 수 있도록 함 	모퉁이극장

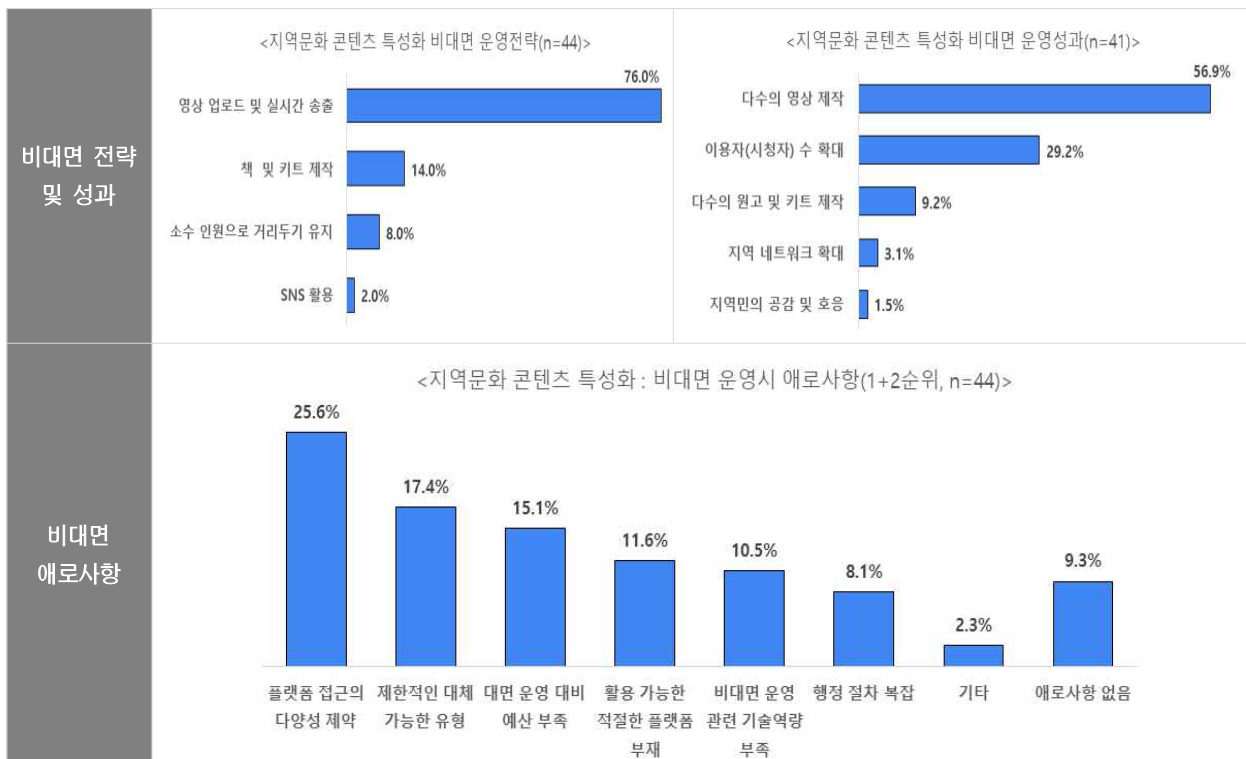
② 비대면 운영평가(참여자)

□ [비대면] 90% 이상이 코로나19 대응 운영평가에 긍정적, 영상물의 적극적 활용양상 보임

- 참여자의 약 91%가 코로나19에 대응한 운영평가에 긍정적 응답을 보였는데 20년에는 대면기반의 기존 계획 수행이 어려운 상황에서 콘텐츠 개발 및 비대면을 활용한 다양한 시도로의 전환, 이에 대한 전문가 컨설팅 시행에 대한 평가로 해석됨
- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업의 비대면 운영은 주로 ‘영상제작 및 송출’의 형태로 이루어졌으며, 프로그램 수행을 위해서도 영상 매체를 활용하였지만 콘텐츠 개발 및 연구활동 과정에서 영상물을 통한 다양한 기록이 이루어진 것으로 보고됨

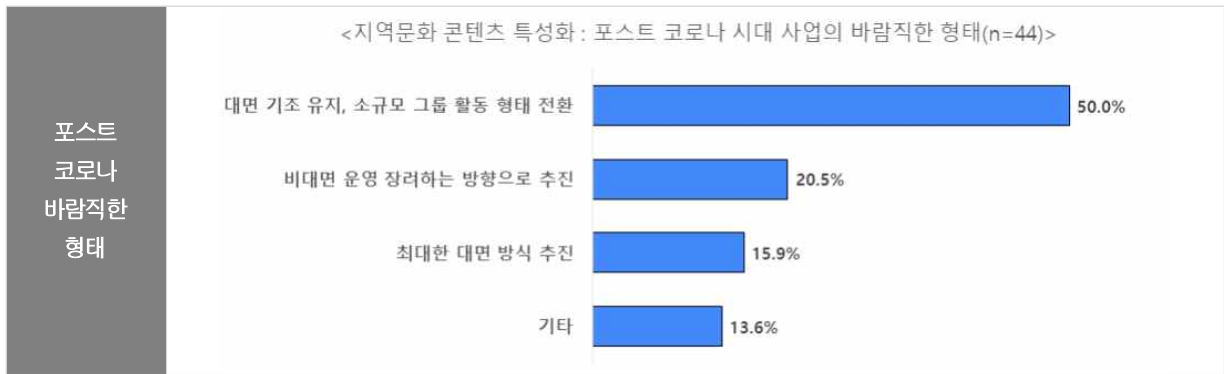


[그림 3-30] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_비대면 운영 평가



[그림 3-31] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_비대면 운영전략 및 성과, 애로사항

- 비대면 프로그램 운영 시의 애로사항은 ‘플랫폼 접근의 다양성 제약’ 등 접근성 확보 문제였고, 지역문화 콘텐츠 사업이 포괄하는 프로그램과 활동 장르의 다양성 대비 ‘대체 가능한 유형이 제한적’ 이었던 점을 꼽고 있음
- [포스트 코로나] 소규모 대면활동이 선호되고, 비대면 병행을 위한 홍보 및 활동 플랫폼 확보 필요
 - 코로나 상황이 지속될 시에도 절반의 참여자는 ‘소규모 형태라도 대면 기조를 유지해야 한다’ 고 답했고, ‘비대면 운영을 장려한다’ 는 의견과 ‘최대한 대면 방식 추진’ 이라는 상반된 의견이 고루 나타남
 - 사업 유형별 특성이 비대면 운영의 어려움에 반영되고 있으며, 각 수행단체가 진행하는 세부 프로그램의 장르, 타겟, 경험, 방식에 따라 어떠한 방식이 최적인가에 대한 고민 또한 기획력의 일환으로 풀어가야 할 숙제임



[그림 3-32] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태

③ 비대면 전환의 효과 (참여자, 이용자)

□ 활동에 대한 결과물이 산출된 의외의 긍정적 효과, 재참여 의사와 로컬 자원의 힘 발견

- 코로나19 이전에는 시도하지 않았던 콘텐츠 연구나 아카이빙 등이 가능해짐에 따라 결과물이 산출되었다는 참여자 의견이 많았고, 결과적으로 시·공간의 제약 해소로 우려와 다르게 참여인원의 확대를 가져옴

※ [참여자] 설문결과, 44개 단체(통합운영 제외) 중 44개 단체가 비대면 운영을 통해 성과를 얻었음 (중복응답)
 ✓ 총 36개 단체가 활동에 대한 다수의 영상을 확보(1팀에 최대 35건)하여 아카이빙이 가능해졌다고 답했고, 영상송출을 통한 조화수, 참여자 수의 급증이 6팀이었으며 이중 대부분은 약 1,000명 이상의 시청자 수라고 답함
 ✓ 도록, 매거진, 연구보고서, 키트 등 제작물 15팀
 ✓ 비대면 운영 경험 및 비대면에 대한 지역민의 반응에 의미를 팀이 느낀 효과로 인지하는 팀도 3팀이 있었음

※ [이용자] 설문 및 면담조사 결과 중
 ✓ 전체 44명의 설문 응답 중 25명이 자유의견을 남겼는데, 12명이 재참여 의사를 밝혔고, 5명이 지역에 대한 관심과 지역특색을 갖는 행사에 대해 구체적으로 긍정적 의견을 남김
 ✓ 해당 지역 콘텐츠에 대해 원래 관심이 없었고 잘 몰랐는데, 이런 행사가 한다면 집 근처라 한번 가봤고, 기대보다 좋아서 축제 기간에 여러 번 방문했음. 갈 때마다 다양한 체험과 프로그램의 콘텐츠가 있어서 여러 가지로 체험을 해보았음
 ✓ 축제 프로그램 내 ‘문화광산’ 이라는 콘텐츠가 있었는데, 말 그대로 지역문화 콘텐츠를 발굴하지는 의미였으며 평소에는 알지 못했던 내용들을 많이 알게 됨
 ✓ 잊지 못할 황홀한 시간이었음
 ✓ 코로나 시대에 개별전막으로 문화체험을 할 수 있어 좋았음
 ✓ 우리 지역에 있는 영화 촬영지에서 그 영화를 보면서 그 장소 안에 있는 순간이 영화처럼 느껴졌음

라. 동동동 문화놀이터

① 대응현황 및 사례

□ 비대면 전환 시 아동이 창작자로 참여할 수 있도록 체험키트 기획 및 가정연계 등의 적극적 도입

- 동동동 문화놀이터 사업은 전체 148건 중 83건(56.1%)은 기존 계획대로 대면으로 진행하고 65건(43.9%)은 비대면으로 진행하였음
 - 앞서 살펴보았듯 수혜처와 매칭되는 문화배달형 사업의 경우 비대면 전환율이 낮은 편인데 수혜처 입장에서는 대체할 수 있는 비대면 콘텐츠가 많기 때문임
- 비대면으로 전환되는 경우 사업수행단체들에 러닝타임 및 프로그램 구성, 화면 구성, 활용방안 및 보고에 대한 가이드를 배포하고 영상제작 계획을 제출하도록 하였고, 문화가 있는 날 주간 외 참여기관에서 희망일자 및 시간에 자유롭게 시청하도록 하였음

<표 3-54> 코로나19 대응현황 : 동동동 문화놀이터

사업	유형	사업수행		해당 수혜처 수 (프로그램 수)
		방문형	기존 방식대로 진행	
동동동	대면 실연	방문형	기존 방식대로 진행	83
	비대면 실황		수혜처(공연장) 방문 후 무관객 실시간 송출	4
	온라인 방송	비방문형	프로그램 기획하여 실시간 방송 송출	61

<표 3-55> 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 동동동 문화놀이터

사업	방식	월							합계
		6	7	8	9	10	11	12	
동동동	기존(대면)	5	7	0	9	31	31	0	83
	변경(비대면 등)	0	0	0	1	23	36	5	65
	합계	5	7	전면취소	10	54	67	5	148

- 비대면 프로그램에서 아동이 단순한 관람자가 아닌 적극적 창작활동을 할 수 있도록, 또한 가정에서의 연계체험 등이 가능하도록 체험키트 추가 활용 및 전시를 추진

<표 3-56> 코로나19 대응 주요사례 : 동동동 문화놀이터

주요사례	효과	수행 단체명 (수혜처)
육아종합지원센터 연계 수혜처 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 수혜(관람)인원의 극대화 - 비대면 전환으로 전체 연계 어린이집 관람 인원 흡수 - 센터 온라인 가입 회원 전체 관람 가능(문자발송) ※ 대면 1회 현장 공연(공연장 규모에 따라 관람 인원 제한적)의 경우 관람자 및 연계 어린이집(접수·선발) 개소 수가 한정적 	육아종합지원센터
대규모 어린이집의 관람 시간 자율화	<ul style="list-style-type: none"> • 규모와 시간 선택의 자율화 - 대규모 어린이집의 경우에도 거리두기 공간을 포함한 넉넉한 공연실연 장소가 부족했으나, 비대면 추진으로 각반별 관람이 가능 → 대규모 공간 대여 불필요 - 연령별(4~7세) 교과 일정 조율 필요 없이, 각반 별로 자유 시간대에 관람 가능 / 통합관람 → 반별관람 	대규모 어린이집
가정 연계 및 후속 프로그램 키트 적극 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 파생장식(문화예술 창작 및 전시공간)로의 활용 및 수혜대상에 대한 관심 변화 - 비대면 전환 시 단순 영상관람 지양, 교육 및 체험 키트 추가를 필수로 기획 	극단 21, 더베프, 행복자, 무릎베개,

주요사례	효과	수행 단체명 (수혜처)
	- 영상을 시청하며 제작된 예술작품을 수혜처 공간에 전시 유아동이 단순 관람자에서 창작자로도 도약할 수 있다는 본 사업의 새로운 지원형태의 가능성 도출	마루한 등
진흥원의 행정 협력 및 소통 화차 대폭 확대를 통한 차년도 운영 아이디어 도출	<ul style="list-style-type: none"> • 1:1 매칭(1회차 제한) → N : N 추진 가능성 발견 - 연 1회 수혜에 대한 아쉬움이 매년 발생(사업 취지 및 목적 효과측정도 미비) - 대면 60분 1회 공연 → 비대면 30분 2회 영상으로 대체하여 2회 이상 수혜 제공 형태로의 발전 가능 • 예술단체의 비대면 활용 프로그램 개발에 대한 긍정적 선례 - 현실을 직시하는 기회가 되었고, 현장의 감동을 유지하고 이어갈 만한 또 다른 콘텐츠 시대의 대안 연구를 위한 경험이 되었다는 피드백 다수 	

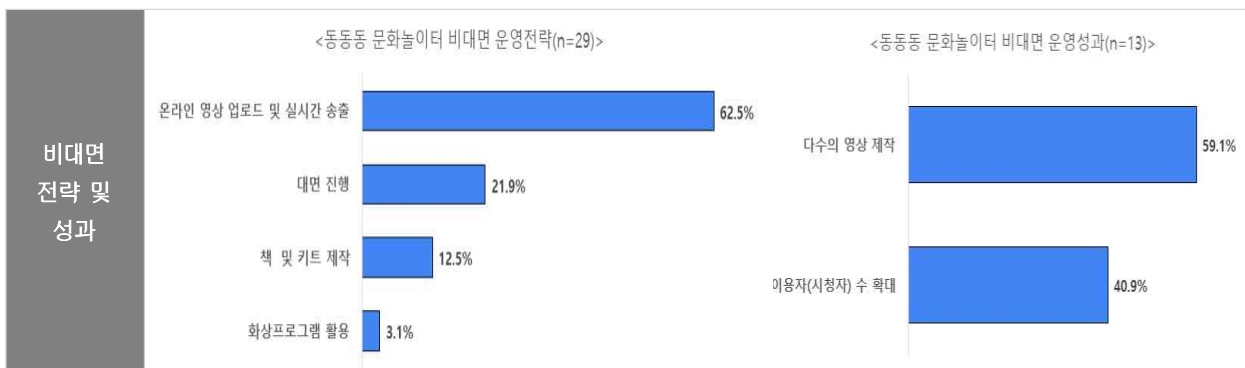
② 비대면 운영평가(참여자)

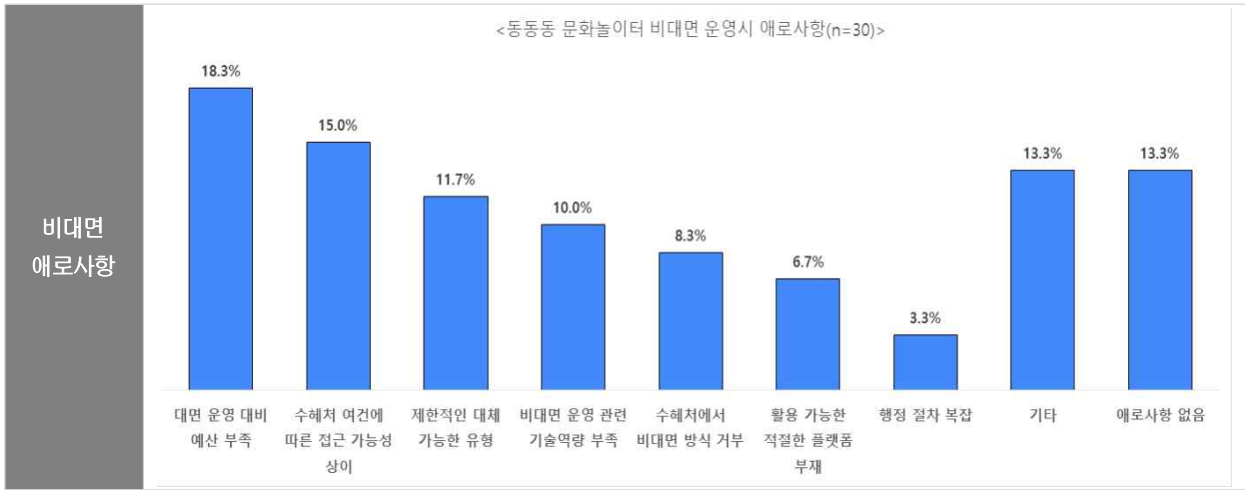
□ [비대면] 코로나19 대응에는 상당수가 적절했다고 평가했으나 비대면 공연의 맹점, 비용 증가 등이 애로사항으로 나타남

- 비대면 프로그램 등 코로나19 대응에 대해 76.7%의 참여자가 적절했다고 평가했으며, 부적절하다고 응답한 소수의 의견은 비대면 공연의 전달성이 가진 한계와 다소 낮은 대응방침을 언급하였음
- 동동동 문화놀이터의 비대면 운영은 주로 온라인 영상 업로드 및 실시간 송출을 통해 이루어졌고 이를 통해 단체의 공연에 대한 기록물이 축적될 수 있는 계기를 제공함
- 사업개선 부분에서 예산부족 언급의 연장선상으로 비대면 운영 시 증가한 비용에 대해 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났고, 수혜처의 비대면 환경에 따른 공연진행에 영향을 애로사항으로 꼽았음



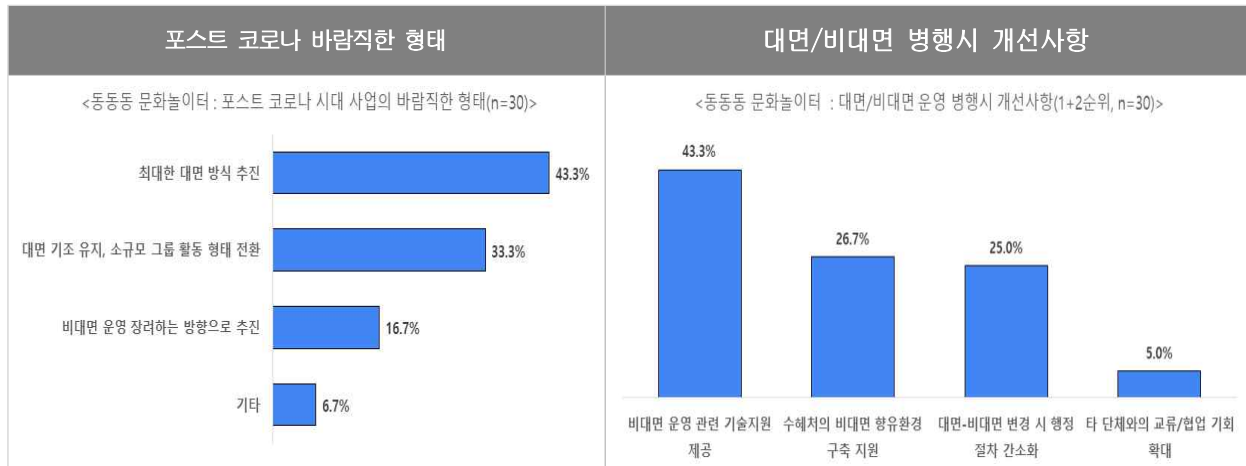
[그림 3-33] 동동동 문화놀이터 참여자_비대면 운영 평가





[그림 3-34] 동동동 문화놀이터 참여자_비대면 운영전략 및 성과, 애로사항

- [포스트 코로나] 최대한 대면 방식 선호, 비대면 창작환경 및 향유환경 구축이 시급하다고 응답
 - 코로나19의 장기화가 점쳐지는 가운데 소규모 대면운영을 선호하는 타 사업과 다르게 ‘최대한 대면 방식으로 추진’ 이 1순위로 집계되고 있으며, 동동동 문화놀이터는 기본적으로 공연의 형태로 진행되고 직접 찾아가는 배달사업이기 때문에 일정의 공연 관람인원을 설정하여 기획됨
 - 타 사업과 마찬가지로 ‘비대면 운영 관련 기술지원 제공’ 에 대한 필요성과 함께 수혜처의 비대면 환경구축이 먼저 구축되어야 한다고 응답함



[그림 3-35] 동동동 문화놀이터 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태

③ 비대면 전환의 효과 (참여자, 이용자)

- 영유아 예술체험에서 예술경험으로 연계성 확보
 - 비대면 상황을 경험함에 따라 활동에 대한 기록물과 참여자의 비대면 운영경험이 축적
 - 유아의 다각적 문화예술 체험을 통한 정서발달과, 코로나로 제한된 상황에서 프로그램을 계기로 시설·가정에서의 놀이문화로 확산되었다는 응답이 보고됨

※ [참여자] 설문결과, 30개 단체 중 28개 단체가 비대면 운영을 통해 성과를 얻었다고 응답했는데, 성과가 없었다고 응답한 11개는 모두 전면대면공연을 실시한 단체였음

- ✓ 총 15개 단체가 무관중 실시간 송출, 22개 단체가 활동에 대한 영상을 확보함
- ✓ 5개 단체에서 키트(사전사후) 및 가정연계 자료를 제작하여 제공한 경험을 쌓게 되었음
- ✓ 도록, 매거진, 연구보고서, 키트 등 제작물 15팀
- ✓ 비대면 운영 경험 및 비대면에 대한 지역민의 반응에 의미를 팀이 느낀 효과로 인지하는 팀도 3팀이 있었음

※ [이용자] 설문 및 면담조사 결과 중

- ✓ 좋은 점은 공모가 되고 난 후, 1,2순위의 장르를 선택할 수 있었던 점이며, 그 과정을 통해 잘 몰랐던 장르와 내용이 있다는 것을 센터에서도 알게되어 식견이 넓어짐, 자체적으로 기획할 때 참고가 될 것 같음
- ✓ 높은 퀄리티와 오히려 같은 지역이 아니라 수도권에서 온 단체라 다양한 레퍼토리를 접할 수 있어 좋음
- ✓ 공연을 본 이후에 아이들이 공연에서 본 이야기를 반복적으로 하고 친구들과의 대화 주제가 되기도 함. 메시지가 있고 장르 다양성을 추구하는 것이 차별성이라고 생각함

마. 직장문화배달

① 대응현황 및 사례

□ 약 31%만이 비대면으로 진행, 참여기관의 적극적 참여유도를 위한 고민 필요

- 직장문화배달은 전체 106건 중 33건(31.1%)이 비대면으로 진행되었고, 대면으로 진행한 나머지 53건 중 20건은 단체 자체 매칭 방법을 통해 진행됨
- 직장문화배달의 경우 참여기관의 적극적 참여도에 따라 상호만족도와 자체평가가 긍정적으로 나타나 단체와 참여기관 간 긴밀한 사전소통 필요성이 확인됨

<표 3-57> 코로나19 대응현황 : 직장문화배달

사업	유형	사업수행		해당 수혜처 수 (프로그램 수)
		방문형	기존 방식대로 진행	
직장 문화배달	대면 실연	방문형	기존 방식대로 진행	53
	비대면 실황		수혜처(공연장) 방문 후 무관객 실시간 송출	10
	온라인 방송	비방문형	프로그램 기획하여 실시간 방송 송출	23
	단체 제시	단체 자체매칭 추진		20

<표 3-58> 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 직장문화배달

사업	방식	월						합계
		6	7	8	9	10	11	
직장 문화배달	기존(대면)	-	4	전면취소	5	30	34	73
	변경(비대면 등)	-	-		4	4	25	33

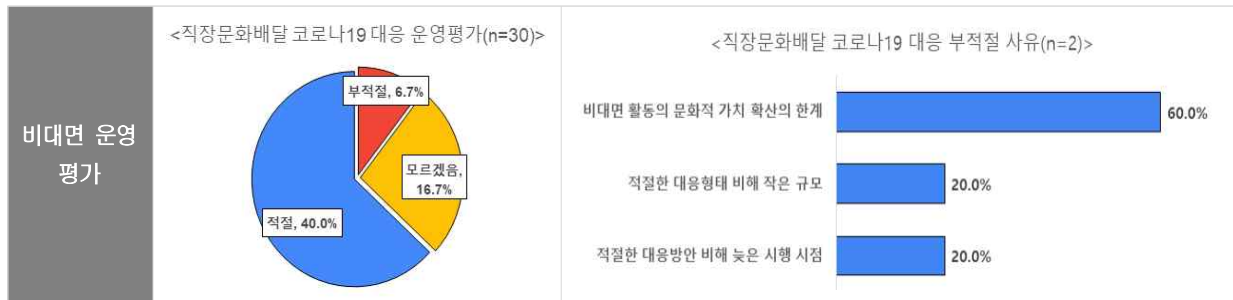
<표 3-59> 코로나19 대응 주요사례 : 직장문화배달

주요사례	효과	수행 단체명 (수혜처)
기업 내 채팅방 적극 활용하여 비대면 실황 연주 진행	<ul style="list-style-type: none"> • SAP Korea 비대면 공연 채팅 수 1,053건 • 비대면 공연에서 카메라 4대 운영하여 친숙하고 다양한 영상 송출 	로든 (SAP Korea)
자체 제작 웹페이지를 활용하여 개인별로 시청하도록 링크 전달	<ul style="list-style-type: none"> • 거리두기를 시행하며 수혜처 측에서 원하는 시간에 자유롭게 직장문화배달 영상 시청 • https://contact81218.wixsite.com/website-2 	고래야 (옵토닉스 외 3개사)
수혜처 특성에 맞는 제지 및 조명, 포그를 활용해 수혜처에서 무대 공간을 직접 설치하고 예술단체와 협업	<ul style="list-style-type: none"> • 예술단체와 수혜처의 협업이 이뤄지며 만족도 증가 • 직장 문화배달 사업 목적에 부합한 문화배달 추진 	아트브릿지 (대왕제지 외 1개사)
수혜처 대왕제지 측에서 직장 문화배달에 대한 감사 의미로 수혜처 상품을 예술단체 쪽으로 배송	<ul style="list-style-type: none"> • 예술단체와 수혜처 지속적인 관계 가능성 형성 • 지역과 연계될 수 있는 문화배달 역할 확장 	아트브릿지 (대왕제지)

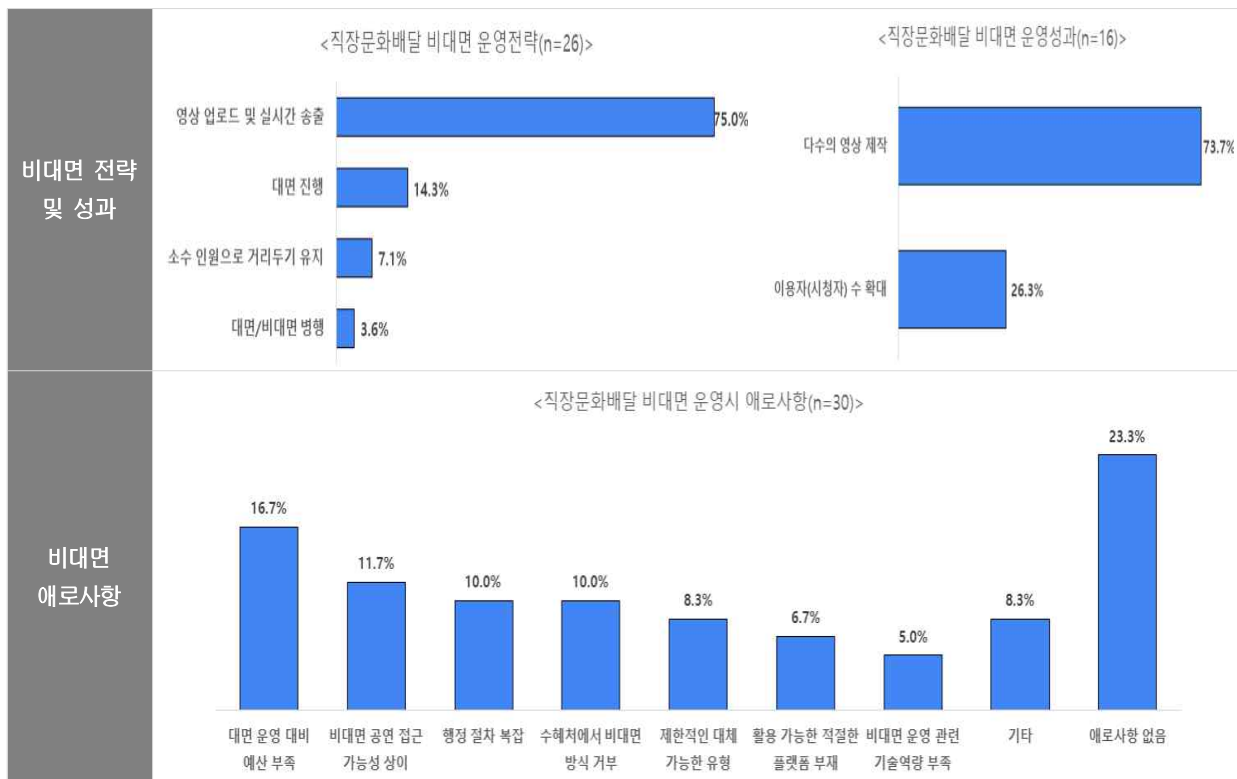
② 비대면 운영평가(참여자)

□ [비대면] 10팀 중 4팀만이 코로나19 대응에 적절하다고 평가했고 비대면 공연의 맹점, 비용 증가를 애로사항으로 꼽음

- 참여단체들 중 40.0%가 직장문화배달 사업의 코로나19 대응에 대해 적절하다고 평가하였는데 이는 타 사업 대비 낮은 수치이며, ‘모르겠음’ 이라고 판단을 유보한 경우가 16.7%로 비교적 높은 수치
- 소수의 의견이긴 하나, 부적절하다고 응답한 사유로 비대면 활동의 한계를 지적함
- 직장문화배달의 비대면 운영 또한 주로 온라인 영상 업로드 및 실시간 송출을 통해 이루어졌고 단체의 활동에 대한 자산이 생성됨
- 직장문화배달 참여자들 역시 대면 운영과 대비하여 비용이 증가하는 부분과 수혜처의 공연접근환경상의 격차를 애로사항으로 들고 있음



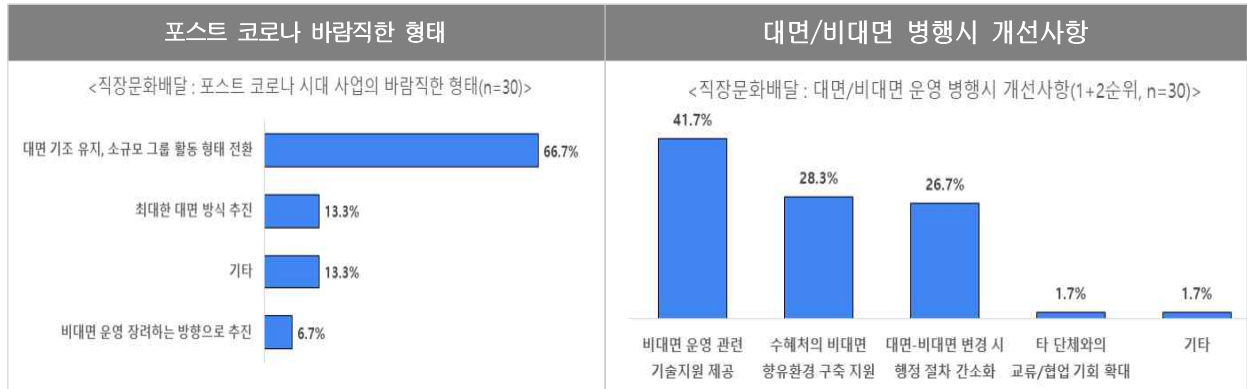
[그림 3-36] 직장문화배달 참여자_비대면 운영 평가



[그림 3-37] 직장문화배달 참여자_비대면 운영전략 및 성과, 애로사항

□ [포스트 코로나] 소규모 대면운영 선호, 비대면 창작환경 및 향유환경 구축 필요

- 포스트 코로나 상황에서 소규모 대면운영을 선호하고 있으며, 타 사업과 마찬가지로 ‘비대면 운영 관련 기술지원 제공’ 및 ‘수혜처의 비대면 환경구축’ 이 필요하다고 응답함



[그림 3-38] 직장문화배달 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태

③ 비대면 전환의 효과 (참여자, 이용자)

□ 일상의 휴식, 문화활동에 대한 동기부여, 관계망 확보 등에 효과 발견

- 직장문화배달의 경우 참여기관 요청으로 대면 공연으로 진행한 경우가 많았음
- 다만 비대면 시에도 기업 내에서 여러 번 나누어서 여러 명이 원하는 시간에 시청할 수 있는 장점이 발견되었고 관객들로부터 새로운 방식의 참여가 일어난다는 점에서 긍정적으로 평가받는 경우도 있었음
- 참여자 입장에서는 영상 제작을 통해 새로운 형태의 작품이 생성되었고 비대면 운영경험을 통해 노하우를 축적한 것을 사업 후 효과로 꼽았음

※ [참여자] 설문결과, 30개 단체 중 15개 단체가 비대면 운영을 통해 성과를 얻었다고 응답함

- ✓ 총 13개 단체가 영상제작, 5개 단체가 실시간 송출을 경험하며 건당 약 100명~560명의 시청자수를 기록
- ✓ 새로운 버전의 작품을 구축하고, 비대면 운영에 대한 시행착오를 경험하며 여러 방법을 고민할 수 있는 시간
- ✓ 전국적으로 활동할 수 있는 기회가 생김
- ✓ 올해 공연기회 자체가 제약된 상황에서 공연기회를 얻을 수 있었음
- ✓ 근로복지공단에서 공연 시 반응이 매우 좋았으며 향후 함께 공연하고자하는 의사가 있었음

※ [이용자] 설문 및 면담조사 결과 중

- ✓ 수혜처가 수동적 입장이 아니라, 같이 주도적으로 프로그램을 짜고, 두 장소의 소통을 전제로 행사를 기획함으로써 그 또한 하나의 콘텐츠로서 만들어냈다는 자체적인 평가와 자부심이 생김
- ✓ 당사의 지사 개념으로 소규모팀의 오지근무가 있는데, 실제 금번 행사 이후 다른 팀에서 궁금해하며 물어보는 경우가 있었음
- ✓ 시설 특성상 직원들 문화향유 기회는 거의 없음(인터넷 강의, 본부 대외협력부의 교육 정도) 그래서 이런 기회자체가 매우 소중함

바. 동네책방 문화사랑방

① 대응현황 및 사례

□ 지역, 책과 책방, 문화, 주민, 공동체 등을 키워드로 한 다양한 활동의 갈래를 보이고 있음

- 동네책방 사업은 지역공동체의 범위를 지역에 국한하지 않고 생활권 및 인적 교류로 확대하여 주민들이 문화적 주체로서 활동하는 목적에 준한 모든 활동을 수용함. 비대면 활동 또한 일괄적으로 적용하지 않고 지역 특성을 반영하여 시기와 방법을 조정하도록 함
- 그 결과 정형화되지 않은 다양한 형태의 결과물 및 경험들이 대응결과로서 형성됨
- 유대감 형성 및 운영 역량 성장을 위한 전략을 수립하여 안내서 등으로 배포하였고, 특히 대면 간담회를 대체한 실시간 온라인 소통방 개설에 대한 참여책방들의 호응이 매우 긍정적이었음

<표 3-60> 코로나19 대응현황 : 동네책방 문화사랑방

방식		사례	책방 수
대면	시간대별 운영(방식)	• 제한 인원내 맞춰 시간대별 운영 (동네 가게 사장님의 추천 영화를 소개하는 1인 극장 등)	2
	공동체 형성 및 활성화	• 지역 주민 간 생활예술, 생활기술 교류를 통한 공동체 활성화 (예술 동아리가 작품을 전시하고 이웃들과 솜씨를 나누는 체험 등)	2
		• 취향을 매개로 꾸준한 모임을 가지며 공동체 형성 (1인 가구의 생활과 놀이 문화 등)	8
		• 다문화, 생태 등 사회적 의식을 깨우고 작게 실천하는 공동체 형성 (채식 만들기를 통한 생태 의식 시작하기 등)	4
		• 책을 통해 자신을 표현하고 서로 공감하는 공동체 형성 (육아·경력 단절을 겪는 여성들이 그림책을 매개로 철학적 자기 이해 등)	2
		• 지역을 주제로 꾸준한 모임을 열어 일상의 타전을 이해 (제주 식재료로 전통 차롱 만들기, 제주어 알기 등)	2
지역 이해	• 생활권 장소의 의미를 발견하고 자기만의 시각으로 표현 (산책길을 걷고 다양한 매체로 소리를 시각적으로 표현하기 등)	1	
	• 사라져가는 지역 역사를 기록하는 일상 활동가 양성 (살고 있는 동네 풍경을 사진으로 촬영하고 토박이의 이야기를 수집하기 등)	1	
캠페인 구상	• 민원이 발생하지만 관련 정책이 없는 지역에서 주민들이 주도적으로 해결 캠페인을 구상 (길고양이 보호 등)	1	
비대면	창작물 발간	• 지역 주민이 꾸준히 모여 지역 자원을 발굴한 책 발간('해화' 를 주제로 한 동네 잡지 발간과 '젠트리피케이션' 강연 참여 등)	8
		• 지역화(지역 공간 이용·지역 산물 구매·지역 환경 보호)를 주제로 한 캠페인 및 홍보물 발간 (바이로컬 캠페인 등)	1
		• 온라인으로 지역 주민을 모집하여 창작 (동네 이웃들의 추천 영화와 이야기를 모아 전자 잡지 발행, 작품 전시 등)	1
	온라인 소통	• 체험 재료를 발송하여 지역 창작자와 실시간 온라인 소통(작은도서관 사서와 함께 책을 고르고 동네 공방과 함께 책꽂이를 만들어 나만의 북 큐레이션 등)	5
		• 지역 인디 창작자의 공연 영상 송출, 지역 주민과 실시간 온라인 소통	1
		• 지역 주민이 일상 속의 명소를 소개하고 공유하는 영상 제작 및 송출	1
• 지역에서의 지속가능한 삶을 주제로 한 사례 공유 영상 송출, 실시간 온라인 소통을 통한 담론 형성 (로컬 크리에이터 등)		1	
	• 지역 창작자의 활동 기회와 지역 주민과의 교류 확보를 위해 창작물 판매 장터를 솜씨를 나누는 체험형 장터로 변경 운영	1	
소계			42

<표 3-61> 코로나19 대응 비대면 전환현황 : 동네책방 문화사랑방

사업	방식	월						합계
		6	7	8	9	10	11	
동네 책방	기존(대면)	0	4	전면	27	44	46	121
	변경(비대면)	3	5	연기·취소	20	16	26	70

<표 3-62> 코로나19 대응 주요사례 : 동네책방 문화사랑방

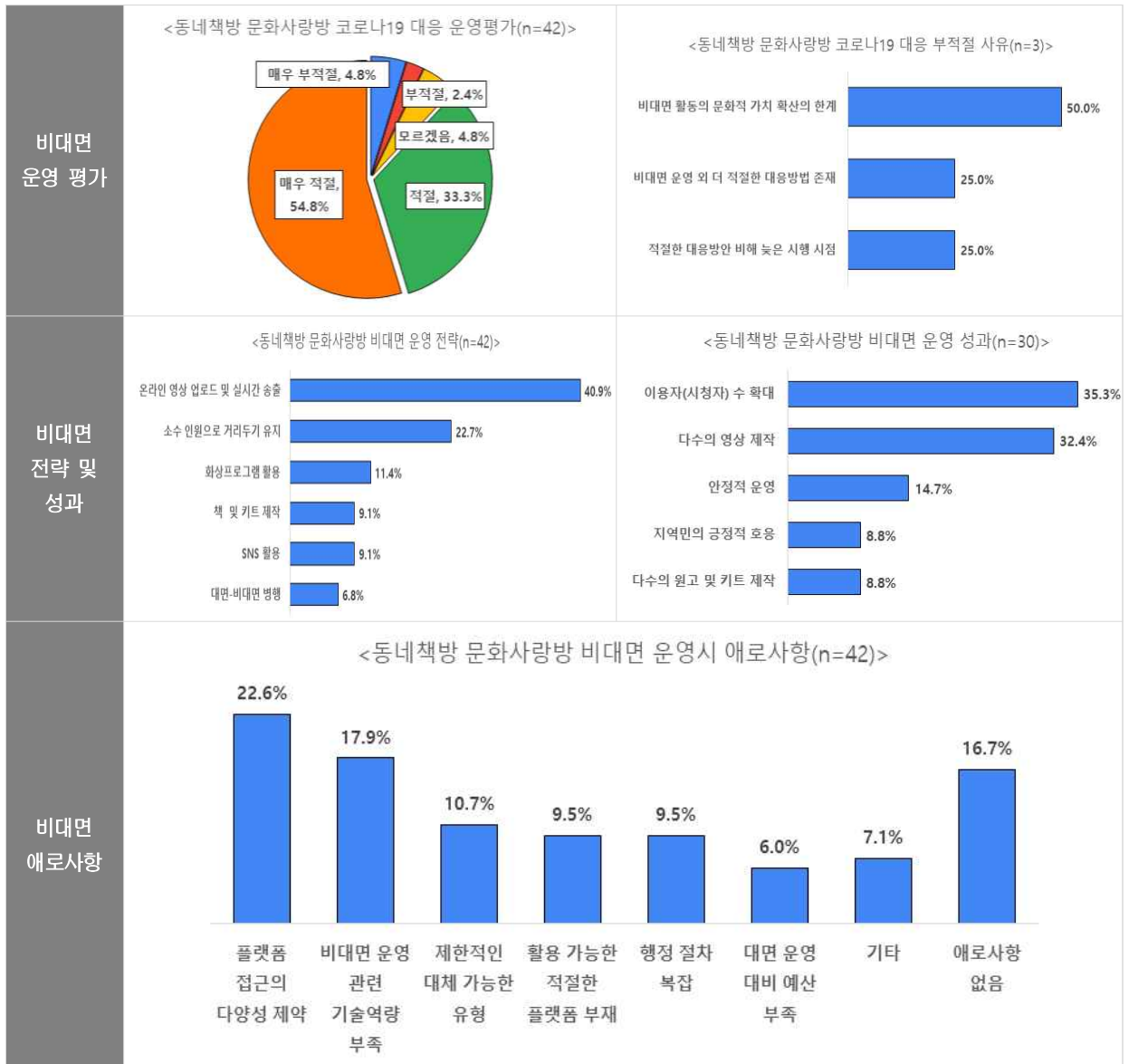
주요 사례	효과	책방명
<p>망미골목 책방영화제 -골목 이웃과 함께 만드는 1인 극장</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 참여 인원 제한을 '1인 극장' 콘셉트로 특화하는 대신 운영 횟수 증대 • 한 명이나 한 가정이 망미골목 가게 사장님이 추천하는 영화를 책방에서, 사장님의 이야기를 온라인으로 감상 • 규모 축소에도 불구하고 지난해 참여한 사장님이 올해 참여하는 사장님을 도와 진행하는 순환 구조 확보 • 참여 가정 어린이가 그림일기에 남긴 책방영화제 이야기를 책에 수록하여 배포 • '1인 극장' 콘셉트를 특화하여 문화가 있는 날 웹드라마 '고독한 예술가' 제작 연계 	비온후 책방
<p>'소소한 만들기 series' 책 속 주인공으로 문화가 있는 날 기념품 만들기</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 동네 주민이 가정에서 영감을 받아 문화가 있는 날 기념 책 속 주인공 열쇠고리 만들기 재료를 직접 디자인하고 만들기 영상과 함께 배포 • 인근 어린이집 원장님이 만드는 법을 배워 어린이들에게 체험 재료 배포 • 온라인 시스템에 익숙하지 않더라도 참여할 수 있는 독서 감상화 전사로 자연스럽게 연계 	청학서점
<p>'Ansim북클럽' 쉽고 안전하게 응모하기</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 쉽게 참여할 수 있는 비대면 모집 방식을 적극적으로 도입하면서 불특정 다수 대상 배포가 되지 않도록 인적 교류 확보 • 전자 우편으로 가정들의 동시 작품을 접수 받아 작품마다 특색을 살려 달리 디자인한 동시집 발간 및 배포 • 실시간 온라인 소통을 통해 각자 고른 영화와 어울리는 추천 책을 응모하면 전자 잡지로 발행 • 동네 주민들의 책 관련 이야기와 음식 요리법을 응모 받고 비대면 활동 내용을 책방 공간에 전시하면서 음식과 방역 물품을 '몸&마음 키트' 콘셉트로 특화 포장하여 배포 	동네책방 협동조합 책방아이
<p>이웃과 환경을 생각한 책방지기들의 세심한 배려</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 감염 방지를 위한 일회용 식기를 생분해성 식기로 구입 • 실시간 온라인 소통방을 통해 제한 인원내 맞춰 참여하지 못한 • 지역주민들의 질문을 모아 작가에게 전달 • 채식주의자 주민들을 배려하여 감염 방지를 위한 개별 포장 다과 중 비건 다과도 준비 • 장애인기업에서 방역 관리 소모품 구입 노력 	두루미책방, 동네책방 시방, 소금쟁이 책방, 책방채움

② 비대면 운영평가(참여자)

- [비대면] 90%에 가까운 참여자가 코로나19 대응에 긍정적으로 평가, 온라인 콘텐츠 제작 시도는 자산획득 및 잠재적 수요층 발굴효과가 있었음
- 참여자의 88.1%가 코로나19에 대응한 운영에 긍정응답을 보였으며, 주로 '온라인 영상

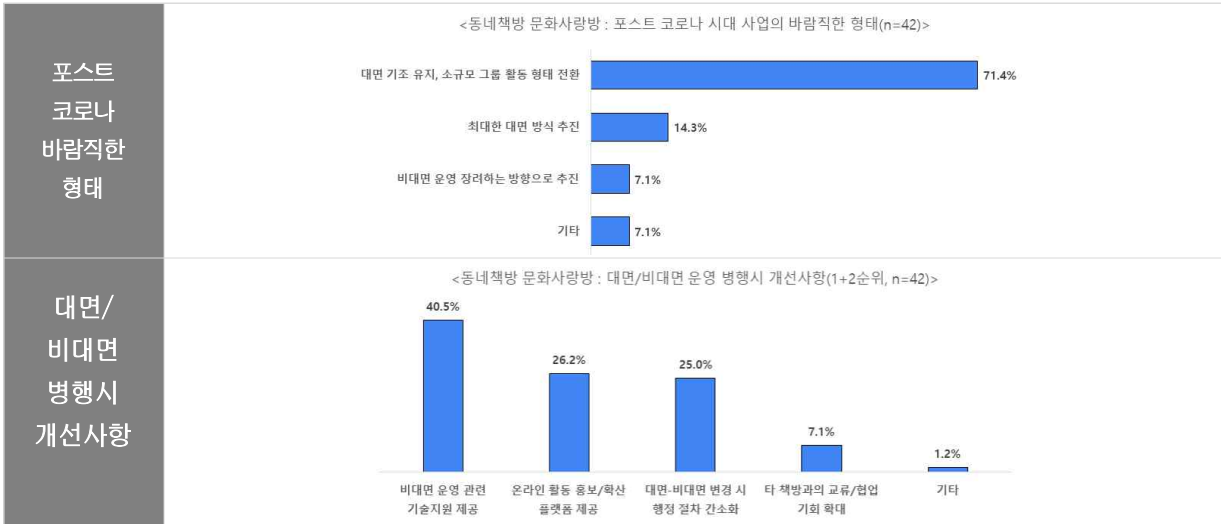
업로드 및 실시간 송출'의 방법으로 운영되었는데 시청자 수 확대 및 영상 확보에서 소정의 성과를 얻었다고 답함

- 이러한 비대면 운영시의 애로사항으로, 영상송출 시 사전홍보가 접근성에 절대적인 영향을 미친다는 점에서 잠재적 수요층 발굴을 위해 책방이 기획역량에 이어 홍보역량 또한 확보해야 하는 이중고가 예상됨



[그림 3-39] 동네책방 문화사랑방 참여자_비대면 운영 평가

- [포스트 코로나] 소규모 대면활동으로 진행하되, 비대면 병행 시 기술 및 홍보, 인프라 지원 필요
 - 코로나 상황이 지속되는 상황에서 71.4%는 ‘소규모 대면활동’으로의 사업수행이 가장 바람직하다고 응답했으며, 이때 비대면 운영관련 기술지원과 사업홍보 및 수행을 위한 플랫폼이 뒷받침되어야 한다고 응답해 전문인력이 필요한 영역에 대한 지원이 필요함
 - 특히 책방의 경우 기획 전문인력이 부재한 경우가 많아 활용가능한 정보·기술·플랫폼 등 다방면에서의 장치가 필요함



[그림 3-40] 동네책방 문화사랑방 참여자_ 코로나 상황에서의 바람직한 형태 및 개선사항

③ 비대면 전환의 효과 (참여자, 이용자)

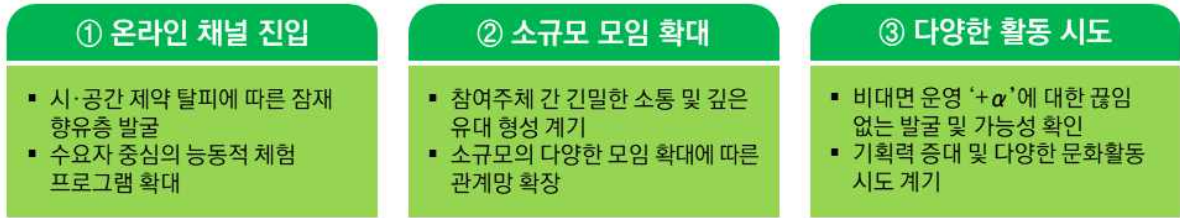
□ [동네책방 문화사랑방] 구성원간의 교류를 통한 정서적 효과

- 동네 책방의 경우 정서적인 효과에 대해 많이 언급되었는데 모임 구성원간의 결속과 참여 자체에 의의가 크며 주민들의 산출물이 주변에 널리 공감받을 언어나 모임을 통해 참여자들이 심리적 안정감을 얻은 부분들을 성과로 꼽고 있음

- ※ [참여자] 설문결과, 42개 단체 중 15개 단체가 비대면 운영을 통해 성과를 얻었다고 응답함
 - ✓ 총 17개 단체가 영상제작, 실시간 송출을 경험
 - ✓ 서점 자체적으로 키트, 책자 제작, 원고모집 등 결과물 생성 3팀, 소통창구(단체채팅방, SNS) 은양
 - ✓ 모임별 결속과 참여 확대, 모임원들의 마음의 안정감, 운영의 지속성 및 다양화, 지역민의 호응, 책방지기의 실무경험 등
-
- ※ [이용자] 설문 및 면담조사 결과 중
 - ✓ 수혜자가 수동적 입장이 아니라, 같이 주도적으로 프로그램을 짜고, 두 장소의 소통을 전제로 행사를 기획함으로써 그 또한 하나의 콘텐츠로서 만들어냈다는 자체적인 평가와 자부심이 생김
 - ✓ 당사의 지사 개념으로 소규모모임의 오지근무가 있는데, 실제 금번 행사 이후 다른 팀에서 궁금해하며 물어보는 경우가 있었음
 - ✓ 시설 특장상 직원들 문화향유 기회는 거의 없음(인터넷 강의, 본부 대외협력부의 교육 정도) 그래서 이런 기회자체가 매우 소중한

5. 종합 분석

낮선 환경에서의 끊임 없는 고민과 시도로, '주체성, 지역성, 다양성, 지속성' 측면의 긍정적 효과 견인



환경변화 및 사업진단 결과를 토대로 현 기획사업에 요구되는 5개 시사점 도출

- 01 국민이 인식하는 문화활동·문화경험의 범위 및 강도 변화
⇒ 문화경험으로 인식하는 범위 확대 + 온라인 소비·유통·생산 동시 수행
- 02 비대면 운영전략에 대한 구체화 및 세분화 필요
⇒ 단순히 오프라인 프로그램의 온라인화가 아닌 다양한 내용 및 방법 개발 시도
- 03 비대면 상황에 대한 사회적 경험이 축적될 때까지 전문적 지원 필요
⇒ 장비, 홍보, 법률 등 변화된 환경에 적응하기까지 다양한 부문의 지원 필요
- 04 기획사업의 차별성 및 지속성 확보 전략을 둘러싼 공급자와 수요자 간 인식 차이 존재
⇒ 참여단체들은 기획사업의 차별성을 '다양성과 자율성' 측면에서 가장 크게 느낌
- 05 지역, 그리고 사업에 관련된 다양한 주체들 간 네트워크 확대 요구 지속
⇒ 단순 예술 유통이 아닌 예술을 매개로 이루어지는 '관계 맺는 방식'에 집중 필요

IV. 기획사업 발전방안

1. 사업 기본구상
2. 세부 사업별 발전방안
3. 사업 활성화 전략
4. 단계별 로드맵

1. 사업 기본구상

1) 기본 방향

- 문화예술 향유와 창조의 이분법적 접근을 지양하고 시민을 향유자이자 창조자로 인지할 필요 있기에, 기획사업의 목적은 ‘문화향유 기회 제공’이 아닌 ‘문화 경험(활동) 계기 제공’으로 설정하는 것이 타당함
- 문화가 있는 날 정책이 ‘개개인의 문화향유 증진’을 목표로 하는 ‘전국 단위’ 사업이었다면, 문화가 있는 날 기획사업은 ‘관계기반 문화향유 증진’을 목표로 하는 ‘지역(권역) 단위’ 사업이라 할 수 있음
- 문화안전망의 개념에 있어서도 문화가 있는 날이 보편성과 형평성 가치에 입각한 ‘최소 기준 설정’을 전제로 한다면(국민의 문화향유 최소 수준 도달), 문화가 있는 날 기획사업은 차별성과 다양성 가치에 입각한 ‘최대목표 설정’을 전제로 함(지역별 문화활동 방향 및 목표 달성 노력)
- 그 외에도 공급자 관점에서 수요자 관점에서의 변화, 대면 운영에 국한되는 것이 아닌 대면과 비대면 병행 운영 구조, 문화격차 해소라는 복지적 관점이 아닌 문화분권 실현이라는 권리적 관점에서의 전환 등이 향후 문화가 있는 날 기획사업에 요구되는 패러다임의 방향성이라 할 수 있음

<표 4-1> ‘문화가 있는 날 기획사업’ 발전 방향 (관점변화)

기존		향후
문화향유 기회제공	⇒	문화 경험(활동) 계기 제공
개인(점) 단위 확대	⇒	관계/지역(선/면) 단위 확대
일상 + 전국	⇒	일상 + 지역
문화복지 추구	⇒	문화권리 추구
수동적 문화안전망 구축	⇒	능동적 문화안전망 구축
형평성 고려	⇒	다양성 고려
단일 포지션(수혜자)	⇒	멀티 포지션(소비자, 창작자 등)
공급자 관점 기획	⇒	수요자 관점 기획
기존 수요 참여도 기반	⇒	잠재 수요 발굴 가능성 기반
경험 가치 기반	⇒	경험 가치의 지역 가치화
대면 운영	⇒	대면+비대면 병행 운영
문화격차 해소	⇒	문화분권 실현
정부가 사업 주도	⇒	지역이 사업 주도 (‘정부-지역문화진흥원-지역’ 협력체계)
사업 개별 운영	⇒	사업 연계 운영
대면형 문화시설에 기반한 정책서비스 제공	⇒	문화활동 양태 변화로 새로운 사업플랫폼 발굴 및 제휴

2) 비전 및 성격



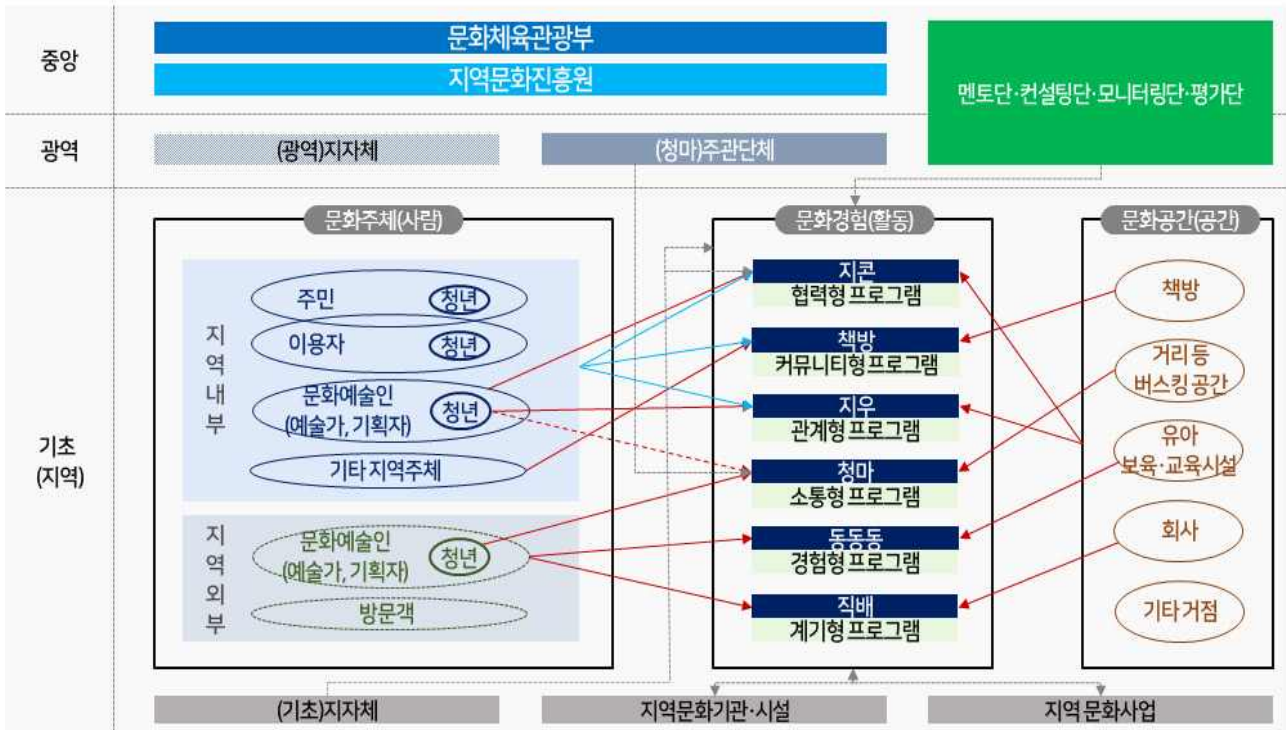
[그림 4-1] '문화가 있는 날 기획사업' 발전방안 비전체계

□ '지역, 관계, 과정 중심의 문화활동 확대로 전 국민의 문화가 있는 삶 실현'

- 기획사업은 '국민의 문화가 있는 삶'을 추구한다는 점에서는 '문화가 있는 날' 정책과 같지만, '전국, 개인, 결과' 중심이 아닌 '지역, 관계, 과정' 중심이라는 점은 차별점이라 볼 수 있음
 - 지역 : 지역의 고유성과 차별성에 근거한 사업 디자인 및 추진
 - 관계 : 지역의 문화관계망 확대를 기획사업의 주요 목적 중 하나로 설정
 - 과정 : 공통 이슈 혹은 공통 목적을 향해 나아가는 과정 그 자체를 핵심 가치로 설정 ⇒ 지역 문화 생태계 구축의 마중물 사업으로서 기획사업 포지셔닝
- 비전 달성을 위한 미션으로 '문화의 사회적 가치 구현 및 지역 문화안전망 구축'을 설정하였으며, 사업의 궁극적 기대효과는 '개개인의 문화 경험 가치가 지역의 가치로 이어지는 선순환 생태계를 조성하는 것'임
 - 기획사업을 구성하는 기본 3요소로 주체(사람), 공간(장소), 경험(활동)을 각각 설정했으며, 이상의 3요소가 결합됨으로써 지향하는 바는 '지역적 가치로의 전환'임
 - 즉 특정 개인(문화주체)이 어떤 공간(문화공간)에서 특정 활동(문화경험)을 이행하게 됨으로써, 그 개인은 감성의 변화를 맞이하게 되고, 감성 변화는 생각의 변화를, 생각의 변화는 행동의 변화를, 행동의 변화는 삶의 변화와 관계의 변화를 가져오게 되며, 이는 궁극적으로 지역(혹은 공동체)의 변화를 추동하는 강력한 동인이 됨

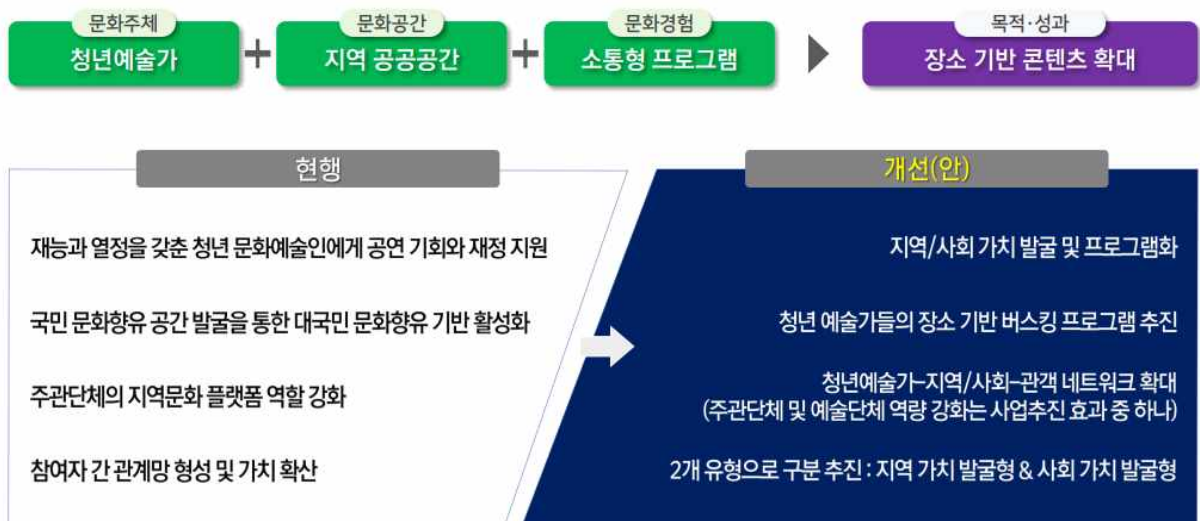
2. 세부 사업별 발전방안

기획사업의가장큰 차별성 및 고유성은 '지역이라는 베이스 위에 다양한 프로그램 및 활동이 기획된다'는 점



[그림 4-2] '문화가 있는 날 기획사업' 사업 관계도

1) 청춘마이크



[그림 4-3] 사업별 발전방향 : 청춘마이크

① 기본방향

□ 전국의 청년예술가들이 장소성에 기반한 소통형 프로그램 수행, 지역의 사회적 가치 발굴

- 청년예술가 예술활동 지원 및 육성 등을 주 목적으로 하고 있는 타 사업과의 변별력 확보를 위해서, 문화주체로서의 청년예술가 역할을 강조하여 ‘지역문화 향유 및 지역 가치 발굴’을 청춘마이크가 매개하도록 함
- 주관단체 및 예술단체의 기획역량이 그 지역 내 사업의 성공여부와 만족도에 큰 영향을 주므로 역량강화를 위한 교육, 분업·협업 등 장치 마련 필요
- 코로나19에 대한 대비뿐만 아니라 사업의 지속성을 위해서도 일회적이고 우연에 의한 사업참여가 아닌 현장과의 관계구축에 대한 사전장치 필요
- 지역 연고 없이 전국구에서 공모되는 예술단체들이 지역 내에서 연속적으로 활동·성장할 수 있는 사후단계 추진

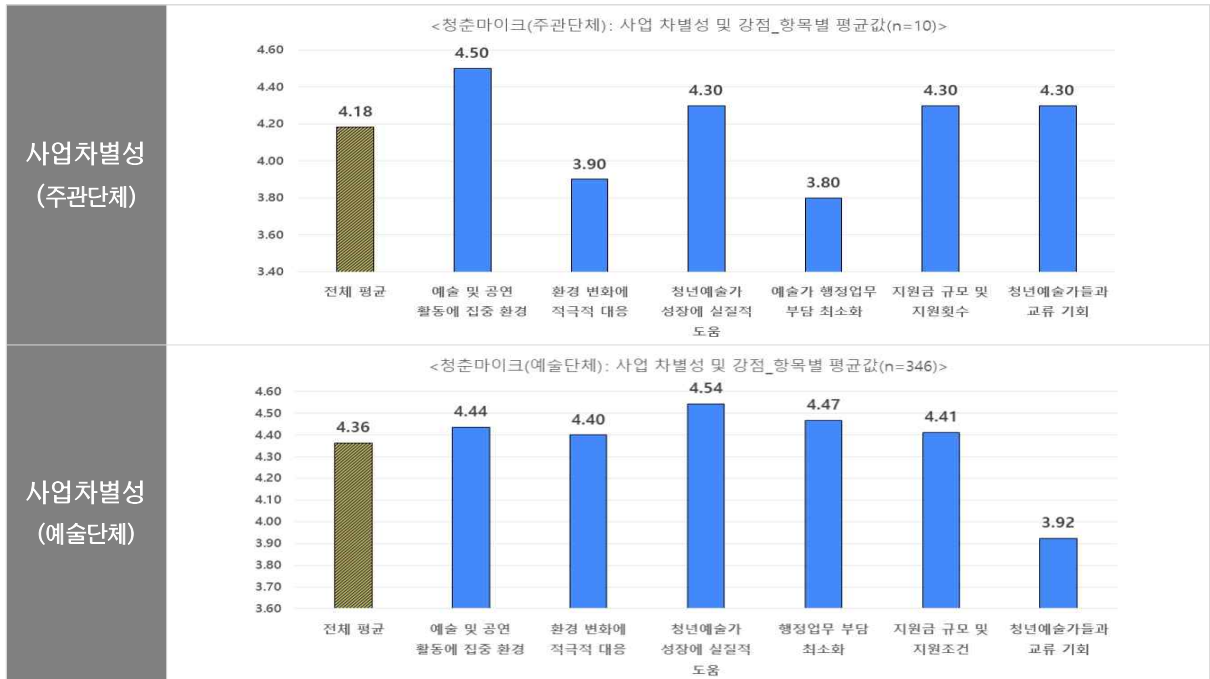
<표 4-2> 발전전략 : 청춘마이크

부문	개선방향
주체	<ul style="list-style-type: none"> • 사업의 포커스를 청년예술가에서 관객(국민)으로 이동 • 권역별 주관단체의 경우 공공(재단)-민간(문화예술단체) 컨소시엄 형태 권장(단독수행 시 협력체계 구축계획) • 청년예술가의 경우 사전 공모를 통해 풀 구축+주관단체 선정 이후 매칭하는 시스템 도입
내용	<ul style="list-style-type: none"> • 5회 동일 레퍼토리가 아닌 '5단계 성장형 레퍼토리' 혹은 '5회 연속·연계형 레퍼토리' 기획형태 권장 • 지역가치 발굴형과 사회 가치 발굴형(통합기획형) 분리 추진
네트워크	<ul style="list-style-type: none"> • 참여단체 간 실질적 네트워킹을 위해 워크숍 이후의 협업 계기 추가 (평가지표 반영)
지속성	<ul style="list-style-type: none"> • 사전예약제, 현장 관객 대상 멤버십 가입 홍보, 플랫폼 내 커뮤니티 기능 활성화 • 우수 청년예술가 대상의 육성 프로그램을 사후 단계 집중 추진

② 사업가치 및 방향에 대한 수요

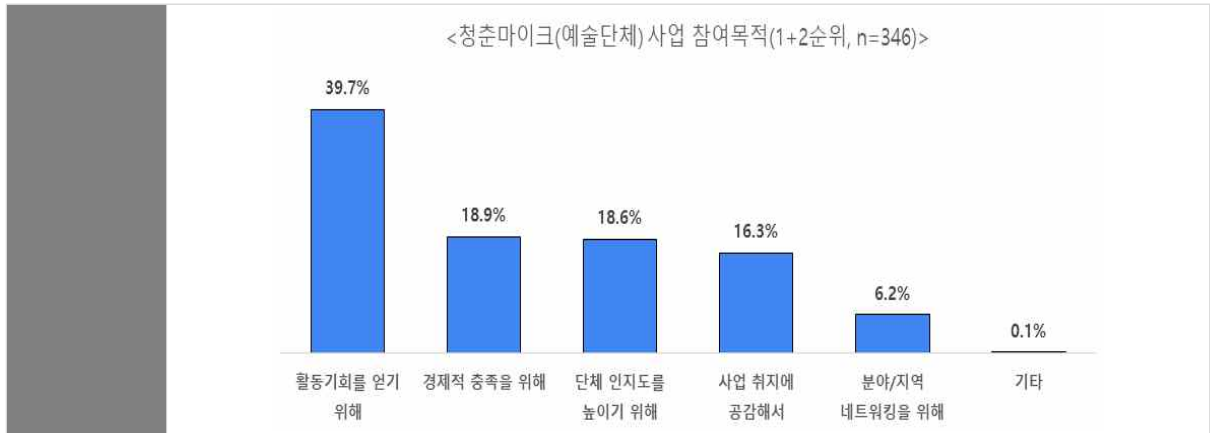
□ [사업가치] 지역 문화예술공연 활성화, 청년예술가 경제적 기반 마련이 높은 순위로 집계

- 단체가 사업에 임할 시 청춘마이크의 가치와 차별성에 대해 어떠한 인식을 가지고 임하는지 파악하기 위해 ‘사회적 가치’ 및 ‘사업차별성 및 강점’에 대해 물었을 때, 사업 차별성으로 ‘예술 및 공연 활동에 집중할 수 있는 환경조성’ (주관단체) 및 ‘청년예술가들의 성장에 도움’ (예술단체)을 주는 것을 1순위로 꼽았음
- 사회적 가치로는 주관단체와 청년예술단체 모두 ‘지역 문화예술공연 활성화’, ‘청년 예술가의 경제적 기반 마련’, ‘청년예술가 성장기회 제공’을 높은 순위로 꼽아, 지역 내 공연 확대와 청년예술인 기회제공이라는 사업의 기본방향을 잘 인지하고 있음
- 사업의 궁극적 지향점은 단순한 청년예술가 육성이 아닌, 이것이 매개가 되어 지역 자체적으로 문화향유 기회를 지속적으로 기획제공하고 청년예술가가 자립하도록 하는 것인데 반해, 예술가 인지도 및 교류기회, 환경변화에 대한 대응 부분은 상대적으로 낮은 값으로 집계됨



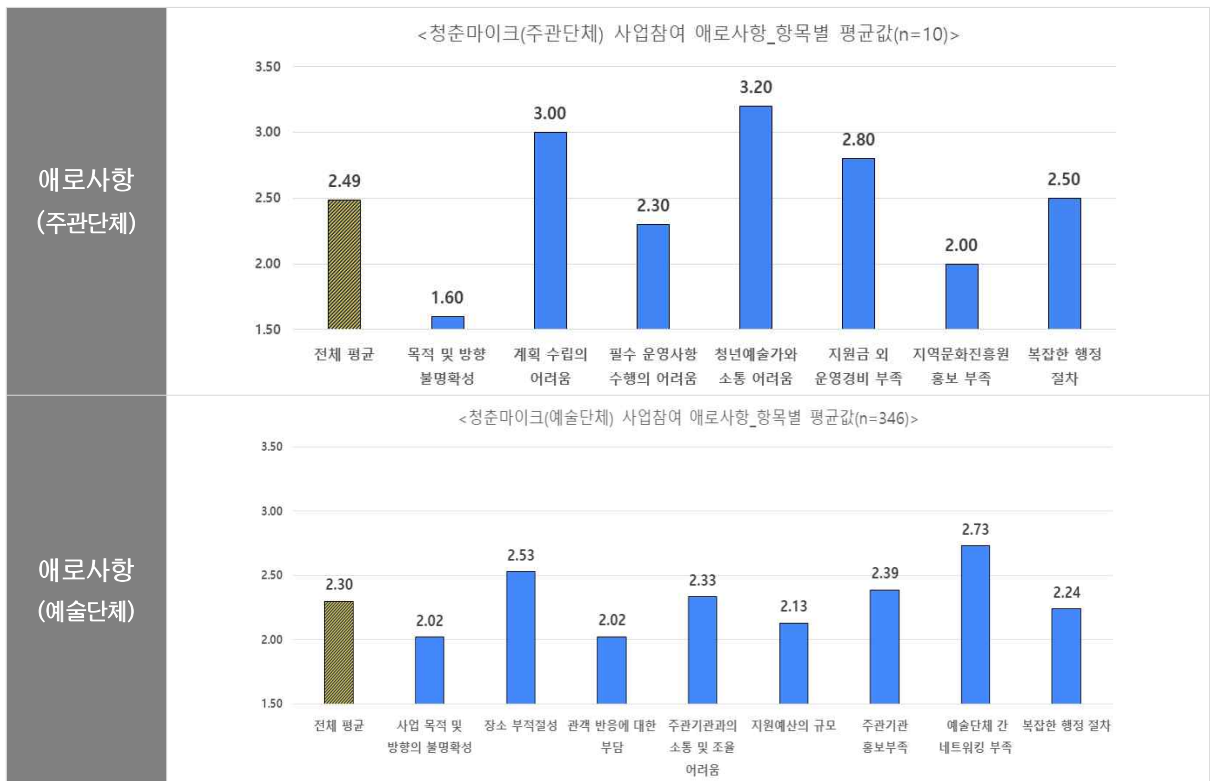
[그림 4-4] 청춘마이크 참여자_사업 차별성 및 강점 (주관단체 및 예술단체)





[그림 4-5] 청춘마이크 참여자_사업 차별성 및 가치 (주관단체 및 예술단체)

- [애로사항] 주관단체가 다수의 청년예술가 팀을 운영하는 과정에서의 기획역량 강화와 소통 필요
- 사업참여 경험과 관련하여 참여자들에 사업참여 애로사항을 설문한 결과, 주관단체의 경우 ‘계획 수립의 어려움’ 과 ‘청년예술가와의 소통’ 을 꼽아 적게는 20팀에서 많게는 60명의 청년예술가 팀의 개별일정과 상황을 소통하며 운영하는 부분에서의 어려움이 발견됨
 - 예술단체의 경우 ‘예술단체 간 네트워크 부족’ 과 ‘공연 장소의 부적절성’ 을 애로사항으로 꼽았는데 이 또한 주관단체의 기획 역량과 연관되는 어려움으로 풀이됨



[그림 4-6] 청춘마이크 참여자_ 애로사항 (주관단체 및 예술단체)

청춘마이크 참여단체 인터뷰 결과 중 '주관단체-예술단체 소통' 및 '공연장소'에 관한 애로사항

- 주관단체의 제한된 담당인력이 기획과 운영을 하면서, 매우 많은 예술단체와도 소통해야하는 노고를 이 해한다. 이러한 과정에서 다수의 단체가 의견이 맞춰지지 않아 최선의 공연보다는 현실적으로 가능한 상 황에 타협할 수 밖에 없었던 것 같고, 의견을 제기할 공론화 기회도 권역별 편차가 컸던 것 같다.
- 퍼포먼스 장르에 맞지 않는 공연환경(서커스 장르였는데 울퉁불퉁한 바닥으로 인해 준비한 레퍼토리를 다 하지 못하는 등) 때문에 실연에 어려움 토로
- 부피가 큰 악기로 공연을 하는 팀이었는데 도내 왕복 5시간 거리의 지역으로 비대면 공연장소가 잡혀 시간과 비용 부분에서 부담이 컸고, 비대면으로 이루어졌기에 꼭 그 장소여야 했는지 의문이 들었다.
- 5번의 공연 중 3-4번이 왕복 3시간 이상 거리여서 장소배정에 대한 형평성에 대한 생각까지 들 정도여 서, 주관단체에 장소 조정을 여러 차례 요청한 적이 있었음.

③ 세부 개선(안)

- **지역 내 문화주체 역할 강화, 지역거점 중심 사업으로의 시도, 참여자 간 관계망 및 가치확산 강조**
 - (국민 문화예술 경험 및 활동계기 제공) 장소성을 담보한 버스킹 형태의 사업수행을 통 해 국민의 문화예술 경험 기회 및 활동계기를 확산함
 - (주관단체의 지역 내 문화주체 역할 강화) 권역별 주관단체를 선정하여 지역 내 ‘문화 가 있는 날’ 공연 개최 지원 및 청년문화예술인 문화플랫폼으로서의 역량 강화 지원
 - (청년 문화예술인들의 활동 영역 확장) 청년문화예술인을 공모 및 오디션을 통해 선정하 여 ‘문화가 있는 날’ 공연 기회를 제공하고, 지역 내 연계활동 및 점점 확대를 위한 협업 장치 마련, 공연연계 및 홍보지원, 아카이빙 등으로 지원 영역 확대
 - (지역거점 중심 사업으로의 시도) 지역 내 문화향유 공간 발굴 및 활용을 통해 지역의 문화적 자원을 개발하고, 장소성을 기반으로 관객의 지속적 참여 및 지역 사회와의 관 계망 구축
 - (참여자 간 관계망 형성 및 가치 확산) 청년예술인의 일회적 참여 및 지원이 되지 않도 록, 공연 기회제공 그 이후의 성장 및 활로를 위한 다자적 네트워크 형성 및 확장, 교류 의 계기 제공(권역별 주관단체-청년예술인, 권역별 주관단체 간, 전국 청년예술인)
- [사업구조] 공통적으로 장소성에 기반한 ‘공간 가치 중심’ 및 ‘사회 가치 중심’ 프로젝트로 구분 추진
 - 현재 일괄적으로 진행되던 사업에 추가 사업유형(트랙)을 신설하여 권역 구분 없이 자 율 기획하여 사업을 운영할 수 있도록 함
 - 두 사업유형 모두 장소성에 기반한 기획력이 중요하며, 청년예술가의 예술적 역량이 가 장 중요하게 판단되었던 현재의 공모 심사기준에서 지역이해도에 대한 비중이 커짐
 - 주관단체의 원활한 운영을 위해 공공-민간 컨소시엄 형태를 권장하여 행정 및 공연운 영 전문성을 담보한 상태에서 수행을 할 수 있도록 함

<표 4-3> 청춘마이크 사업유형별 주요 내용

구분	[트랙1] 지역 가치 발굴형	[트랙2] 사회 가치 발굴형
목적	지역 내 다양한 장소의 의미와 가치 발굴 및 공유	사회적 가치의 프로젝트화 및 관련 메시지 전달·교감
대상	• 주관단체: 권역별 사업운영 가능한 단체·기관	• 주관단체: 기획 프로젝트별 사업 운영 가능한 단체·기관

구분	[트랙1] 지역 가치 발굴형	[트랙2] 사회 가치 발굴형
	<ul style="list-style-type: none"> • 청년예술가 : 지역에 대한 이해도, 장소에 대한 공감도가 있는 권역 내 청년예술가(팀) 	<ul style="list-style-type: none"> • 청년예술가 : 기획 프로젝트에 대한 이해도와 공감도가 있는 전국의 청년예술가(단체)
절차	0) 청년예술가 사전 공모 및 풀 구축 1) 권역별 주관단체 선정 2) 권역 내 장소선정 및 가치 탐색(지문원-컨설팅단 협조) 장소 가치에 공감하는 청년예술가 매칭(지역예술가 위주 구성) 4) 예술적 표현 및 교감 방법 공동 기획(주관단체-예술가) 5) 사업수행(지역 내 타사업/프로그램과의 연계 권장)	0) 청년예술가 사전 공모 및 풀 구축 1) 프로젝트별 주관단체 선정 2) 프로젝트 구체화 (주관단체-지문원-컨설팅단) 3) 프로젝트 성격에 부합하는 청년예술가 매칭 4) 예술적 표현 및 교감 방법 공동 기획(주관단체-예술가) 5) 사업 수행
내용	<ul style="list-style-type: none"> • [준비 단계] 컨설팅단 풀 구축(전문가, 선배 그룹 등), 청년예술가 풀 구축, 권역별 설명회(주관단체) • [단체 선정 및 매칭 직후] 사전 워크숍 + 프로젝트 구체화를 위한 개별 컨설팅 • [사업 수행 기간] 권역별 워크숍 + 단체 간/권역 간/프로젝트 간 연계 사업 + 통합 홍보 플랫폼 운영 • [사업 종료 시점] 청년예술가 페스티벌 + 성과공유회 + 자료집 발간 	

□ [사업운영] 주관단체 및 예술단체의 역할과 사업이해를 분명히 하고, 선정기준에 반영되도록 함

- 현재 청년예술가 지원의 연령 상한선을 만 34세에서 만 39세 확대가 제안되며, 사전 공모를 통해 풀을 구축한 후 주관단체와 매칭하는 형태가 검토됨
 - 현재 예술단체들의 중복신청 및 중복선정으로 인해 권역별로 참가포기, 재선정을 하는 등의 행정적 손실 발생이 보고
 - 지역 내 활동 예술단체가 선발될 수 있도록 일정 비중의 우대 조치 마련(대표자 기준 활동, 연고 등)
- 사업장소는 선정에 대해서는 주관단체에 일임하지 않고 주관단체-예술단체-(지문원)간 소통을 통해 확정함
- 단 코로나19 예방을 위한 지자체별 거리두기 단계 및 지침에 따라 생활방역 및 인원통제가 가능한 장소여야 함
 - 사업대상: 만 19세~만 39세 청년문화예술인 및 권역별 주관단체
 - 사업 장소 : 지역 내 대표성이 있는 주요 장소
 - 지역 근린시설 및 일상적 모임가능 공간
 - 지역 내 문화기반시설, 랜드마크 등 명소

❖ 주관단체 공모계획상 주안점

- (대상) 해당 권역 내 문화가 있는 날 <청춘마이크>사업 운영 및 청년예술가 관리가 가능하며, 지역 내 활동 및 파트너쉽 구축, 지역공간 발굴 등 활동에 대한 기획·운영역량을 가진 기관 및 단체
- (역할범위) 인력 등의 문제로 ‘실행’에서의 하도급 공모(전문 운영기획사) 등이 필요한 경우 그 수행범위는 시스템 임차 및 홍보대행, 현장인력에 제한하고, 프로그램 기획·단체와의 소통·네트워크 행사·행사 시 본부운영 등 사업 전담관리는 주관단체의 전담인력이 직접 수행하도록 함

※ 지역 문화플랫폼으로서의 주관단체의 운영능력 향상 및 역량강화 지원 중요.

→ 면담 결과에서 주관단체의 사업이해도, 추진방향, 실현역량에 따라 예술단체가 체감하는 사업참여만족도가 다르게 나타남. 또한 우수 주관단체의 경우 타 주관단체의 벤치마킹 요소를 제공함

→ 프로그램의 장르 및 공연여건을 고려하는 주관단체의 기획역량이 중요하게 고려되어야 함

(사례) 권역 내 주관단체의 공연장소 선정에 따라 수행환경이 달라져 공연의 질에 영향을 미침 :

- 퍼포먼스팀에 정비되지 않은 야외 공연공간 제공

- 차량으로 편도 3시간 이동하는 거리에 공연이 배정되어 다수의 팀원 및 악기를 이동하는 데 시간적·비용적 어려움을 겪었으며 관람인원이 전혀 없었음

- 단체의 포트폴리오가 되는 영상작업 시 편집 및 장비사용에서 만족도가 높지 않음

- (심의 시 중점 검토사항) 프로그램 기획·구성, 모객계획, 홍보계획 등 기본계획의 구체성 + 청년문화예술인 지원, 활동영역 확장 및 지역 네트워크 구축 계획, 지역거점 중심 사업으로서의 비전 등의 수행계획(추진체계, 수행전략, 일정, 예산사용 계획 등)의 구체성/실현가능성/기대효과 등

※ 사업 본격 수행 이전, 사업이해도 및 향후 단체의 비전, 사업 참여동기 등을 나누는 간담회 등을 마련하여, 주관단체와 청년예술인에 사업에 대한 공감대 형성 (비대면 가능)

❖ 청년예술인 공모계획상 주안점

- (공모)지역가치 발굴형에서 버스킹 프로그램의 주체, 유형, 내용, 방식 등에서 ‘지역성’ 반영 시 가산점 부여하고, 유형에 관계없이 공통적으로 5회 레퍼토리의 연속성있는 기획 시 가산점 부여

※ 비대면으로 영상을 제작하다보니 단체 입장에서는 동일한 공연영상을 5회 송출하게 됨, 운영의 수월성이나 예산절감의 성과는 있었지만 예술가 정신에 대해 의문이 들게 됨. 팀의 장르마다 새로 개발할 수 있는 레퍼토리의 범위가 다르겠지만, 단순히 활동비를 벌기 위해 본 행사에 참여하는 것은 아니니 예술가 정신을 투입할 필요가 있음

- 활동역량 강화를 위한 멘토링, 워크숍·간담회 등 네트워킹 지원(주관단체-예술가 지역 워크숍, 전국단위 교류기회)에 대한 수요 큼

※ 단체간 결합력 약하고 전국구 산재되는 구조에서 20년에는 네트워크 및 공론화 기회 부재 (권역에 따라 전면 시행되지 않은 경우도 있었음)

→ 사업 전/중/후 서면+대면 워크숍을 통한 참여단체의 사업비전 공감도 확보 필요

□ [사업관리] 명확한 사업운영 지침의 공유와 상호 의견교류 및 환류체계 마련

- 예술가 상호평가단, 권역별 주관단체 평가단 운영(자체평가)의 적극적인 활용 장려

※ 계획은 있었으나 주관단체 입장에서는 사업운영에 중점을 두다 보니 실제로 내부적으로 평가를 할 기회가 부족해 자체적 평가과정이 상이했고, 예술인 입장에서도 피드백 및 환류를 받을 수 있는 구조를 희망하였음

- 사업 가이드라인북 발간 또는 배포를 통해 수업연도 지침서로 활용하도록 하고 연차별 보완의 형태로 지속 활용
 - 사업목표 및 방향 명시, 사업구조, 주체별 세부지침을 통한 역할 및 의무 공유, (단계별) 행정절차, 예산운용, / 유형별 사례 통한 활동 명확성 제공
 - 단계별·상황별 코로나19 대응지침 (올해의 경우 상황별 대응형태로 진행되었다면 차년도 지침화)
- 권역별/전국 청년예술가 워크숍, 대면 간담회
 - 참여 예술가 역량 강화를 위한 강연 운영(전문가 멘토링 운영 등)
 - 예술가 간 교류 활성화를 위한 네트워킹 프로그램 기획 및 운영
- 성과사례집 제작 및 공유
- 코로나19 확산 예방을 위해 거리두기 단계 격상에 대응하는 운영방안 필요
 - 인원제한을 통한 대면 실연
 - 무관객 공연 및 실황 송출
 - 공연 영상화하여 SNS 채널 송출

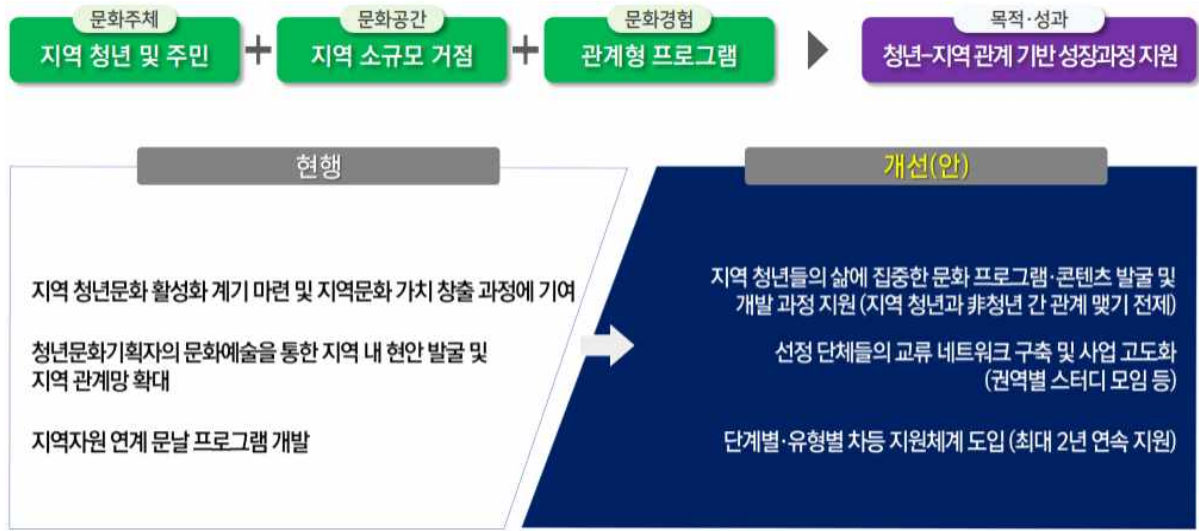
□ [사업관리] 코로나19 단계별 대응 및 영상 저작권 방침을 명확히 하고 이에 대한 사전교육 필수

- 비대면 수행으로 인한 저작권 교육 및 지침 내 반영
 - 사전에 단체들에 공연 영상의 공개범위 및 기간에 대해 교육·지침 배포·동의서 수령 실시
- 단계별 코로나 대응 방안의 지침 내 반영
 - 거리두기 단계에 따른 공연 수행 및 공론화 기회제공(간담회, 워크숍)에 대한 지침

<표 4-4> 시기별 청춘마이크 발전구상

부문	도입내용	단기	장기
주체	국민 중심의 사업 운영	목표 및 전략상 강조 / 단체의 비전 공감	공모시 관객 개별방안 구체화
	권역별 주관단체 컨소시엄 권장	지역협력 우대	협력체계 구축계획 및 역할 구체화
	청년예술가 사전공모 풀 구축 및 매칭	-	
내용	5회 레퍼토리 기획	분과 I II(대중음악, 양악국악) 적용	전 분과 적용
	지역가치 발굴형, 사회가치 발굴형 분리	권역형, 기획형 공모진행	주관단체 프로젝트 기획 후 매칭
네트워크	협업계기 추가	21년 평가지표 반영	평가지표 반영, 차년도 지원시 반영
지속성	사전예약제, 멤버십 활성화	-	통합홍보 플랫폼 내 구축
	청년예술가 육성프로그램	청마플러스 지속 운영	사업유형(트랙) 신설
관리	사업 전단계에 대한 종합지침 개발	20년 시기별 대응지침의 보완·취합	기획사업 통합 (공통부문/개별사업 부분)

2) 지역문화우리



[그림 4-7] 사업별 발전방향 : 지역문화우리

① 기본방향

- 청년이 지역문화 확산의 매개이자 촉매제로 역할할 수 있는 사업으로 자리매김 필요(청년대상 사업의 선도모델)
 - 청년이 단순히 지역 내 문화가 있는 날 프로그램을 개발하고 수행하는 것을 넘어 지역의 문화가치를 창출·발전시키는 주체로 설정함
 - 지역의 일상에서 고민할 수 있는 현안을 발굴하고 지역 내 다양한 층위와 함께 문화적으로 해결해나가도록 하고, 지속적 관계맺음을 통한 진화에 집중함
 - 현재 운영하고 있는 진입형 및 활성화형 체계를 연속형으로 활용하여 정교화·고도화할 수 있는 구조 마련
- 사업추진 효과 극대화 및 사업 지속성 확보 위해 다년도 지원방식 및 사후 지원장치 도입

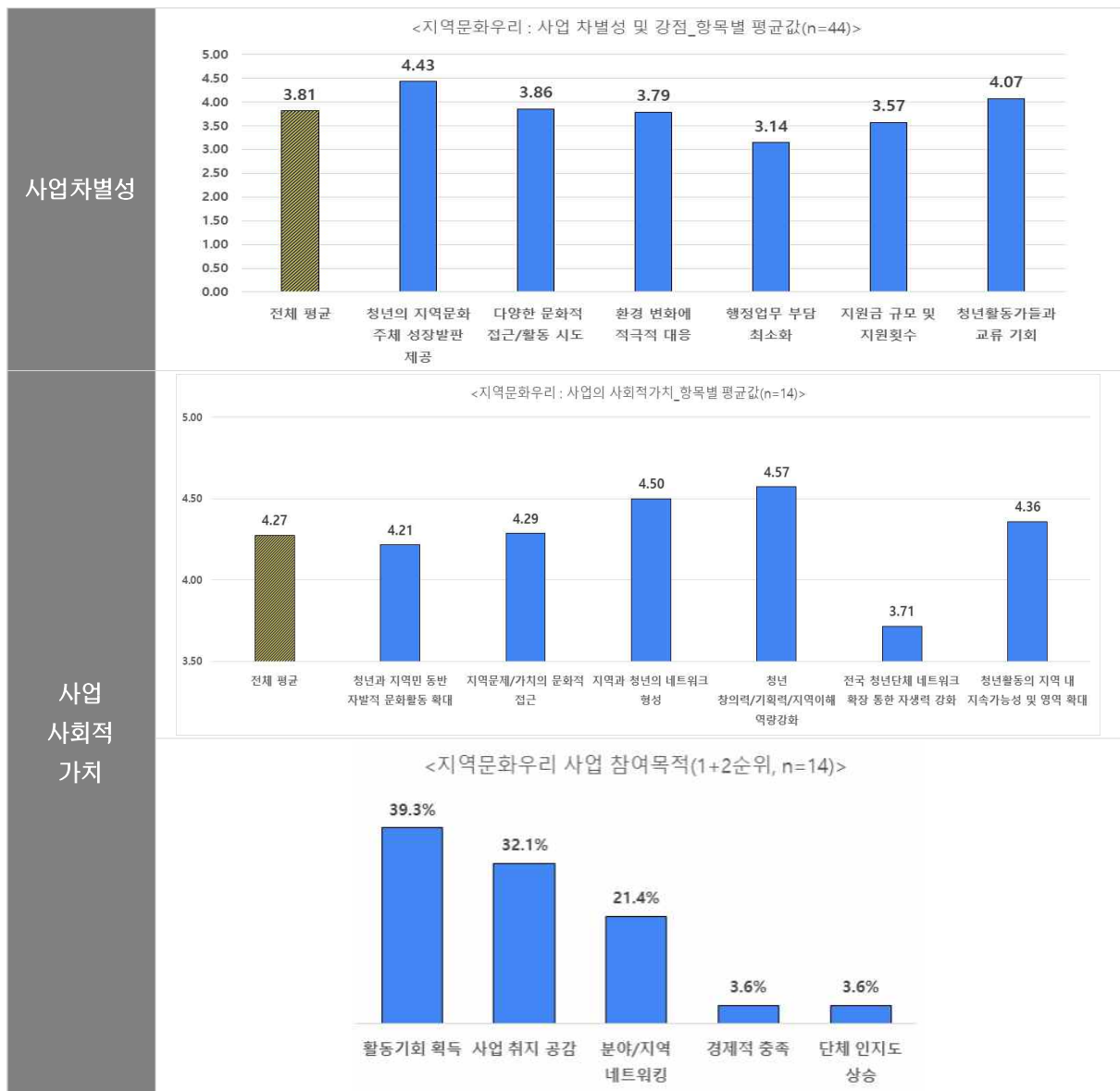
<표 4-5> 발전전략 : 지역문화우리

부문	개선방향
대상	• 공모 시 3인 이상 구성요건 삭제
내용	• ‘청년을 위한, 청년에 의한’ 콘텐츠/프로그램 지양 • 워크숍, 권역별 스터디, 콘텐츠공유회 등 커리큘럼 체계화 및 상호 연계성 강화 (공동체 활성화 지원사업 사례) • 지역문화우리 성과연구영역의 성격 및 방법 명확화 + 기획사업 전체 성과평가 영역과의 상호연계성 확보 • 신규 지원단체의 경우 지역 내 관계망 형성 및 확장 계획 심층적으로 평가 • 연속 지원단체의 경우 발굴 콘텐츠/프로그램의 지역 내 안착 및 확장 가능성 종합 평가
연계	• 청년 대상 타 지원사업(청년 일자리 창출사업 등)과의 연계 시도 권장 : 중복 수혜로만 바라보는 관점 지양 • 지역 내 추진 중인(혹은 추진 가능한) 활성화 사업과의 접점 발굴 배점 강화 : 국토부, 중기부, 농림부 등

② 사업가치 및 방향에 대한 수요

□ [사업가치] 청년의 지역문화 주체로의 성장 및 역량강화라는 사업취지와 방향성에 대한 높은 이해도

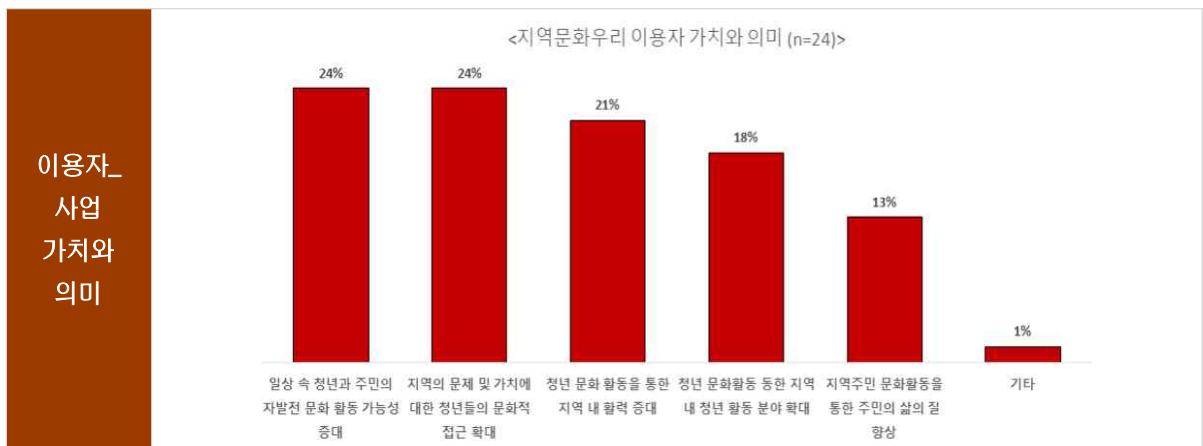
- 지역문화우리 수행단체는 사업에 대해 ‘청년의 지역문화 주체 성장발판 제공’ 을 가장 큰 강점으로 파악하고 있으며, 사회적 가치가 ‘청년의 창의력/기획력/지역이해 역량강화’ 및 ‘지역과 청년의 네트워크 형성’ 에 있다고 평가하고 있어, 전반적으로 사업의 취지와 방향성에 대한 이해도가 높음
- 위에서 언급한 사업차별성과 사회적 가치 항목은 지역문화우리 사업 진입 및 활성화 단계를 통해 장기적이고 지속적으로 지원이 이루어져야 하는 성격을 지녔으므로, 현재 단년도 체계에서 다년도 사업 추진 및 사후지원 체계로의 보완이 필요함



[그림 4-8] 지역문화우리 참여자_사업 차별성 및 가치

□ [가치와 의미] 지역문화우리 이용자들은 ‘일상 속 청년과 주민의 자발적 문화활동 가능성과 그 관계성’에 사업가치가 있다고 판단하고 있음

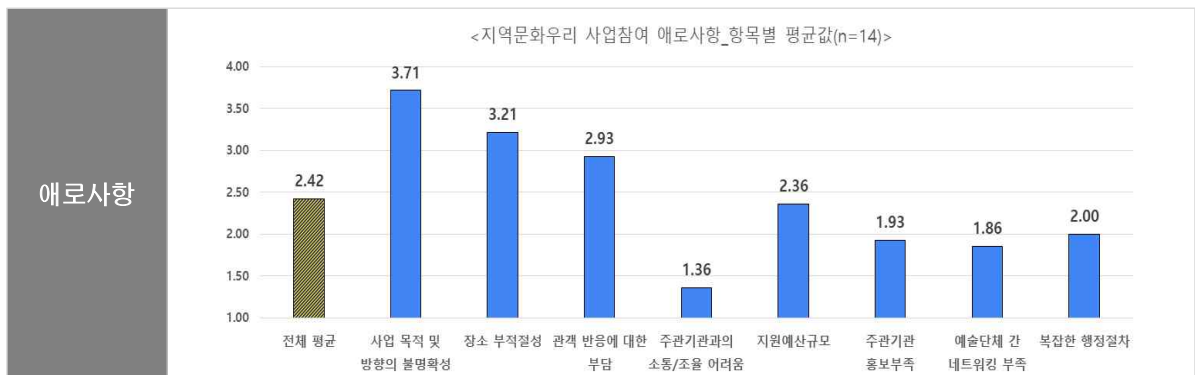
- 이용자들이 사업에 갖고 있는 가치와 의미로는 ‘일상 속 청년과 주민의 자발적 문화활동 가능성 증대’, ‘지역의 문제 및 가치에 대한 청년들의 문화적 접근 확대’가 각각 24.0%로 공동 1순위로 나타남
- 앞서 참여자들이 생각하는 사업 차별성 및 강점에서 ‘청년의 지역문화 주체 성장발판 제공’이 1순위로 나타난 것과 유사한 맥락에서 이용자들이 사업을 바라보고 있다는 점에서, 지역문화우리 이용자들이 참여 전후로 높은 사업 이해도를 가지고 있다고 분석됨



[그림 4-9] 지역문화우리 이용자가 생각하는 사업 가치와 의미

□ [애로사항] 명확한 사업목적 및 방향을 제시하되, 다양한 세부목적에 대응한 사업모델 정교화 필요

- 지역문화우리 참여자들은 ‘사업 목적 및 방향의 불명확성’을 가장 큰 애로사항으로 꼽았는데, 지역문화우리는 19년 신설된 사업초기단계에 있으며 사업이 추구하고자 하는 목적에 대한 범위가 타 사업대비 넓은 경향이 있음(청년기획자의 지역 내 주체적 성장, 참여자 간 교류기회, 지역 현안에 대한 문화적 접근, 지역 내 삶의 양식의 공유, 활동 네트워크 구축 등)
- 단체들에게 자율성이 주어지는 대신 역량도 매우 크게 요구되는 사업이니만큼 지역문화우리가 가진 다양한 세부 사업목적에 따른 사업모델을 정교화하고, 단계 또는 유형별로 차등 지원할 수 있는 과정 필요해 보임



[그림 4-10] 지역문화우리 참여자_ 애로사항

□ [참여경험 이후 계획] 모든 참여단체에서 ‘문화예술과 관련된 영역’에서 활동 예정임을 밝힘

- 지역문화우리 사업에서 지향하는 목적 중 하나는 청년주체들의 지역 내 활동 발판 마련으로, 이와 관련해 사업참여 이후의 활동계획에 대해 설문한 결과 모든 단체가 ‘문화예술과 관련된 영역에서 활동하겠다’고 답함
- 지역문화우리 사업에 참여를 통한 주요한 개인적 참여효과로서의 ‘활동지속성’에 대한 부분에 효과가 있음을 확인함



[그림 4-11] 지역문화우리 참여자_ 사업 참여 후 향후 계획

③ 세부 개선(안)

□ 사업추진 효과 극대화 및 사업 지속성 확보 위해 다년도 지원방식 및 사후 지원장치 도입

- 지역 문화기획자 주축으로 지역 내 문화적 가치 발굴 및 현안 기반의 지역관계 및 문화를 형성하고, 지역에서의 삶에 대한 고찰 및 정체성에 자생적 대안 마련
- 지역 주체들의 지역문화가치 발굴 및 연구 활동에서 일상 속 문화가 있는 날 프로그램 개발·실행하도록 지원
- 문화활동을 통한 지역플랫폼 구축 및 청년에 주체적 역할 설정 및 이에 수반하는 지원 제공, 지역 청년문화예술기획자들의 창의력, 기획력, 지역력 등을 강화시키기 위한 역량 강화 기회 제공
- 청춘마이크 플러스와의 실질적인 연계를 통해 청년 문화예술 주체들의 활동 영역 확장
 - ※ '20년 진입형, 활성화형 투트랙 체제 도입'
 - (활성화형) 지역 내 기획자들을 주축으로 지역 현안 및 문화적 가치 자기탐색, 문화플랫폼 구축
 - (진입형) 지역 청년들의 자원리서치 및 지역 내 실험과 도전 구상

□ [사업구조] 진입형 및 활성화형 연계구조 마련하여 단계별 발전 및 사업간 연계성 강화

- 진입형 단체는 차기년도 또는 차차기년도에 활성화형으로 연속 공모지원 가능하고, 활성화형 단체는 기존 대비 발전형태에 세부비전 있을 시 차기년도 공모 우대함(수행계획서 양식에 세부항목으로 추가)
- 향후 운영역량 확장, 콘텐츠 및 네트워크가 발전하여 ‘지역문화 콘텐츠 특성화 사업’으로 지원 시의 우대 방안 검토함
 - 발굴 콘텐츠/프로그램의 지역 내 안착 및 확장 가능성 평가

- 지역문화진흥원 타 사업 외 청년 대상 타 지원사업, 지역 내 진행 중인 사업과의 점진적 연계 가능성 모색하고 시너지 효과낼 수 있는 방안으로 사업 고도화 필요, 지역문화진흥원 차원의 적극적인 매개역할이 필요함
- 타 기획사업 연계하여 계획수립 시 우대함

※단년도 지원체계에서의 발전 단계 고민, 지역민과 지속적 결합이 가능한 구조 필요
발전형태는 지역민과의 지속적 결합 및 상생구조를 실현하는 방향으로 기술되어야 함

□ [사업운영] 지역에서의 상황을 유동성있게 반영할 수 있는 사업대상과 장소활용 기준

- 사업대상에서 농어촌이나 소도시에서의 유연하고 탄력적인 적용을 위해, 청년 범위는 그대로 유지하되 3인 이상 구성기준은 엄격하게 적용하지 않도록 함
- 청년기본법 : 청년은 19세 이상 만 34세 이하를 말하고 다른 법령과 조례에서 청년에 대한 연령을 다르게 적용하는 경우 그에 따를 수 있다고 규정
- 비대면 활동의 필수불가결한 선택이 예상되면서 ‘지역’이라는 사업장소의 개념을 확장적으로 해석할 필요 있음
- 전문가 협력심의 시 (문화기획, 지역문화, 생활문화 등 지역현장 전문가 5인) 진입형/활성화형 분리실행, 각 사업목표점 명시에 따른 심의기준 정교화

<표 4-6> 지역문화우리 심의 평가지표 예시

심의기준	배점	세부평가지표		비고
계획의 충실성 및 수월성	100	30	<ul style="list-style-type: none"> •사업 취지에 대한 이해 및 지원사업 목적의 타당성 •사업을 통해 달성하려는 목표의 구체적이고 합리적인 정도 •사업 목적이나 주제에 맞는 세부 프로그램 구성 여부(지역여건 적합성 등) •타 사업과의 독창성 및 차별성 •코로나 등 안전관리 계획의 적절성, 비대면 상황에 대한 대비 적절성 	정성
계획의 실현가능성		40	<ul style="list-style-type: none"> •운영조직체계 및 인력 구성의 적절성(지역내 청년기획자 모집 등) •예산계획의 적절성 및 실현가능성 •지역 내 홍보, 마케팅 계획의 구체성 및 실현가능성 	
계획의 성과목표 및 효과성		15	<p>공통</p> <ul style="list-style-type: none"> •지역 내 삶과 관련된 고민에 대한 방향성 •지역 내 유관기관 간의 상호교류 및 협조도 •지역 내 '문화가 있는 날' 사업의 파급효과 	
	15	<p>진입형</p> <ul style="list-style-type: none"> •프로그램의 창의성 및 실험성에 대한 지역 내 효과 기대치 •향후 사업에 대한 단계별 발전방안 마련 및 정착가능성 <p>활성화형</p> <ul style="list-style-type: none"> •프로그램을 통한 지역 내 사업인식 향상 기여도 •지역 내 사업모델 구축 및 차별화된 협력 체계구축 		
가산점	3	•사전 지역연구 선행 정도 및 그 완결성		정성

- 기획자 인건비, 운영비 외 멘토링, 역량교육 강화지원
- 청년문화우리 사업 참여자 대상 역량강화 교육 지원 및 권역별 지역연구 지원
- 자문회의, 상호멘토링 등 활동 지원, 청년문화우리 사업 연구·조사, 아카이빙, 홍보 등
- 지역문화 콘텐츠 특성화 내 지역자원 활용 자립 사례지와 네트워크 장치 마련(활성화형). 단, 코로나19 예방을 위한 지자체별 거리두기 단계 및 지침에 따라 필요시 생활방역 및

인원통제가 가능한 장소에서 실시하여야 하며, 화상회의 등 비대면 기반의 운영에 대한 제안도 권장함

□ [사업관리] 자체 스터디 모임, 선배기수, 타 단체와의 교류와 벤치마킹을 통한 상호성장 기회 제공

- 현장 모니터링 및 평가(성과평가 연구 용역) 실시 시 정량적 수치가 미미할 수밖에 없는 사업구조이므로 사업 특성에 맞는 정성지표 개발 필요
 - 계획대비 실현, 협조도, 운영능력, 사업특성에 맞는 효과 등
- 사업 가이드라인 발간
 - 사업목표 및 방향 명시, 사업구조, 트랙별 세부지침을 통한 역할 및 의무 공유, (단계별) 행정절차, 예산운용
 - 단계별·상황별 코로나19 대응지침
 - 유형별 사례 통한 활동 명확성 제공
- 자체스터디 모임 및 평가회, 활동공유회 실시
- 서면 및 대면 간담회 및 전문가 멘토링
- 성과사례집 제작 및 공유

□ [중점사항] 연속 지원구조를 통해 지속적으로 지역 내 기반마련의 기틀을 생성하는 부분에 초점

- 단년도 지원체계 탈피하여, 프로그램 수행의 전체 단계에서 지속적으로 지역민과 결합하는 구조 마련하고, 지역민은 단순한 수혜자가 아니라 창작자로 정체성 획득

※ (사례) 초록놀이터: 지역주민과 지속가능한 지역 프로그램 추진, 2년 연속수행 단계로서 작년대비 오히려 규모도 커지고 참여자 및 참여역할에 발전적 형태를 보임
→ 작년에는 관람객으로 참여했던 지역주민이 올해는 프로그램의 한 세션(목공예)을 맡아 진행하며 부부가 모두 참여하였음. 농촌지역 특성상 연배있는 주변사람들이 체험행사에 참여하려는 의지가 많고, 코로나지만 지역에서 방역을 철저히 한다는 전제하에 한달에 한번씩은 꾸준히 진행하고자 함

- 지역연구는 지역에서의 경험과 지역의 삶의 양식을 가치화하는 과정으로서 깊고 지속적인 고민이 필요하며, 이를 실행하는 과정에서 지역주민은 소비자이자 창작자로 다중 정체성을 갖게 됨, 명확한 가치와 방향성 하에서 프로젝트는 타 사업과 다양하게 연계·결합되는 형태로 발전할 수 있음

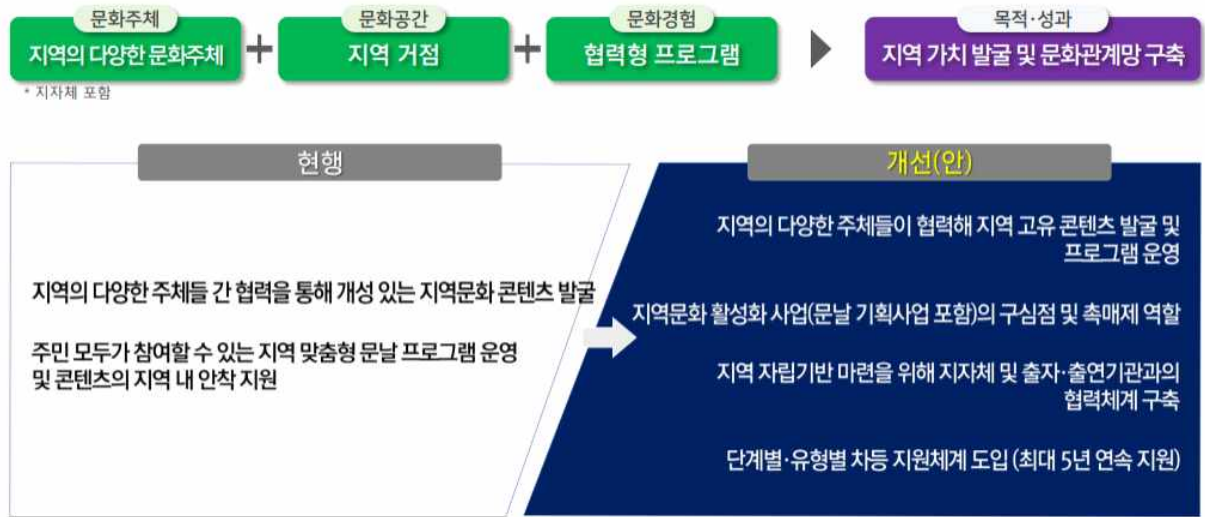
※ (민간사례) 제주생협 '밥상살림' : 지역 내 전통적인 사회적경제 가치를 로컬푸드와 결합, 다양하게 소비하고 사업 모델까지 창출
- 제주가 가지고 있는 '수눔음'이라는 전통적인 협동경제 개념을 도입해, 단체(한살림 제주)의 가치로 해석
→ 초기에는 제주 내 농부장 모은 로컬푸드 교환의 장 '제주담을장' 개최하여, 로컬푸드 가치 확장
매달 각 농부장 운영진이 모여 워크숍 진행(노하우 공유, 공동가치 정립, 관계맺기 아이디어 등 실체적 의견 모음)
- 조합원이 생산자가 되어 내년 생산물 약정하고 예측가능한 수입 얻는 구조(책임생산, 책임소비)를 도입하여 지역 내 농산물 생산자를 인큐베이팅하는 사회적 경제의 고리로 발전
- 생산자와 소비자가 어우러지는 플랫폼으로서 자회사 출범 및 직거래 매장 개장하여 공간운영 형태로 발전하였고, 현재 물류센터, 공유주방, 농민장터, 도시텃밭 사업으로 확장

- 담임 멘토제 도입해 단체별로 활동멘토를 1인을 선정을 권장하여, 수시 멘토링 받을 수 있도록 함
- 멘토는 반드시 해당 지역인으로 제한하지 않으며, 지역문화우리 사업 또는 해당 프로젝트에 멘토링을 할 수 있는 역량을 가졌다 판단되는 사람으로 단체가 정함
 - 지역문화진흥원은 적격여부 정도만 판단, 월별 멘토링 리포트는 하도록 함

<표 4-7> 시기별 지역문화우리 발전구상

부문	도입내용	단기	장기
대상	공모시 인원 제한 요건	인원제한 삭제	사업 안정기 단계 이후 대상 및 인원에 대한 재조정
	청년만을 강조하는 콘텐츠/프로그램 지양	초기 포지셔닝으로 활용	
내용	커리큘럼 체계화 및 상호연계성 강화	지역별 스터디, 콘텐츠 공유회	타 사업간(지문원 내·외) 연계 강화
연계	청년 대상/지역 추진 타 지원사업 연계	기관 차원 논의	연계가능성 및 계획을 심의기준 내 포함
관리	사업 전단계에 대한 종합자침 개발	20년 시기별 대응자침의 보완·취합	기획사업 통합 (공통부문/개별사업 부분)
	성과평가 연구 내 사업특화평가 방안	지표개발 (비대면 감안)	효과측정 연구
	진입형/활성화형 따른 평가 정교화	심의 피드백 방식 적용	심의 피드백 유지 성공사례 축적

3) 지역문화 콘텐츠 특성화



[그림 4-12] 사업별 발전방향 : 지역문화 콘텐츠 특성화

① 기본방향

- 지역문화라는 큰 틀 안에서 다양한 대상(주체, 공간, 프로그램 등)을 폭넓게 포용하는 형태의 협력형 사업으로 도약
 - 지역의 콘텐츠를 발굴하여 일차원적으로 활용하는 것에서 나아가 지역 콘텐츠를 하드웨어, 소프트웨어, 그리고 휴먼웨어까지 폭넓게 해석하고, 지역 내 다양한 주체들의 협력을 기반으로 하는 과정 중심 사업으로 포지셔닝함
 - 예) 하드웨어: 일상이 진행되는 작은공간의 중첩된 해석/소프트웨어: 삶의 양식, 소통방식/휴먼웨어 : 미시적 개념의 문화참여자
 - 지역 정체성을 특성화하는 동시에 다양성을 구현하고 지역생태계 관점에서의 전환을 통한 지역 내 자생성과 지속가능성 확보
- 최대 5년간의 연속지원체계는 가장 큰 차별지점 중 하나, 장기적으로는 5단계 지원체계로 변경하고 단계별 목표 유연화 필요



[그림 4-13] 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 성장 프로세스

□ 지역 내 문화관계망 형성에 더욱 집중할 수 있는 가이드 마련, 자립의 범위 및 방법 조정

<표 4-8> 발전전략 : 지역문화 콘텐츠 특성화

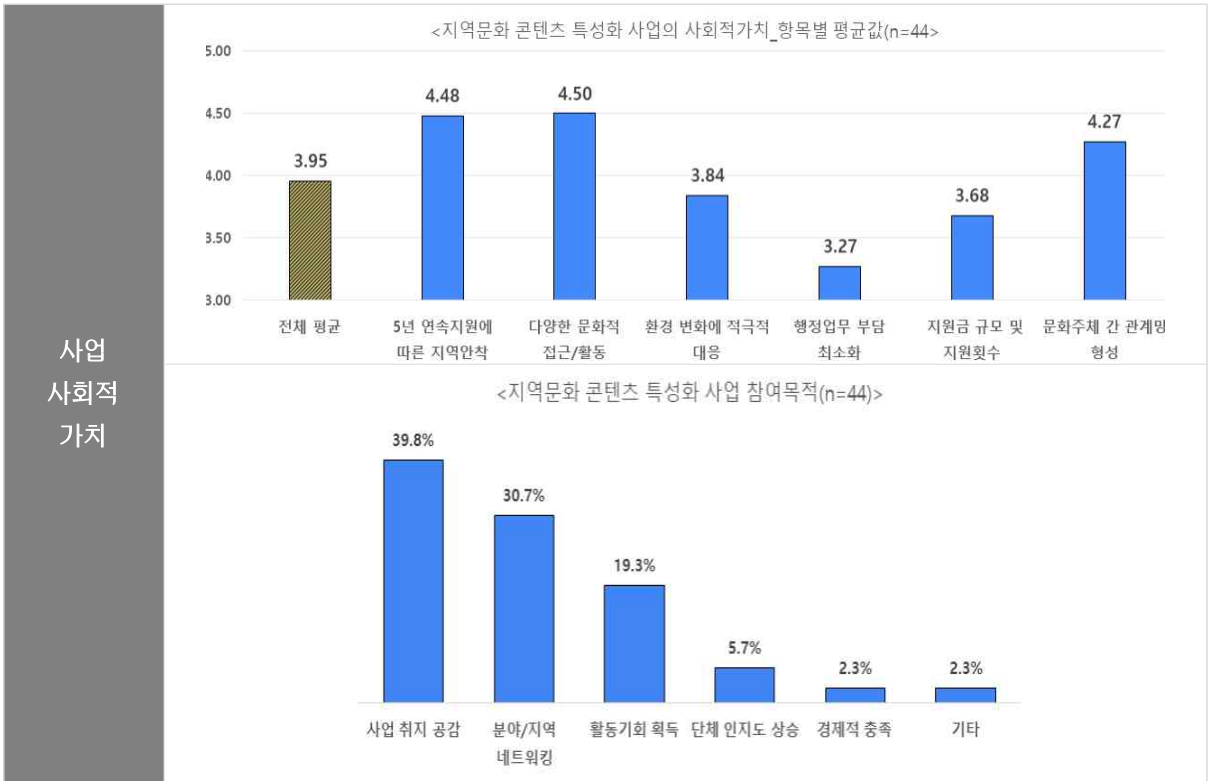
부문	개선방향
구조	<ul style="list-style-type: none"> 연차별 지원 차등화 구조 변경 : 지역별 여건과 특성이 다르기 때문에 일률적 성장 프로세스 적용 지양 (연차별 구분이 아닌 단계별 구분, 스케일 업 기준 및 적정 성장 속도에 대한 사전 논의 필요) 단체별 성과목표(지표) 설계 후 관리하는 시스템 도입 : 단체별 설정 목표 달성 여부를 기획사업 평가지표 중 하나로 포함 자립형 콘텐츠와 가치형 콘텐츠 구분 후 각기 다른 성장트랙(지역 안착 전략) 적용
공모 및 관리	<ul style="list-style-type: none"> 지자체 단순 협력확인서가 아닌 구체적 협력 및 지원 계획 포함하는 형태로 변경 (관광두레 사업 실패사례) 지자체 참여도 제고를 위한 제도적 장치 별도 마련 필요 (문화부 지원사업 가산점 등) 4~5년차 참여단체의 경우 사업 종료 이후의 지속 계획 제출 의무화하고 해당 내용 높은 배점으로 평가 (가산점 부여 기준은 지역 내 협력체계의 정교함과 구체성, 다양성 중심 구성) 5년차 지원 종료 이후 타 지원사업 혹은 펀딩 연계 가능한 사후 단계 서비스 설계 지역별 콘텐츠 브랜드 뿐만 아니라 지콘 브랜드 개발 및 홍보 필요
네트워크	<ul style="list-style-type: none"> 지자체 대상, 별도의 사업 설명회 및 워크숍 추진 네트워크 행사 때 지자체 담당자 함께 참여 권장 및 가점 부여 지역 내 타 기획사업과의 연계성 확보

② 사업가치 및 방향에 대한 수요

□ [사업가치] ‘지역특화 문화프로그램의 개발’이 사업 차별성이자 강점으로써 공감대 형성됨

- 참여자들이 생각하는 사업의 차별성에 대하여 ‘지역 특화 문화프로그램 개발’이 높은 점수로 1순위에 집계되었으며, ‘다양한 문화적 접근’이 가능한 것과 ‘5년 연속지원에 따른 지역안착’에 높은 사회적가치를 두고 있음
- 그러나 ‘지역문화주체 네트워크’가 가장 낮은 순위로 나타나 지역 내 문화관계망 형성에 집중할 수 있는 방안을 강구해야 함
- 지역문화 콘텐츠 특성화사업에 참여하는 가장 큰 목적으로 참여자들은 ‘사업취지에 공감해서’를 꼽은 만큼(39.8%) 사업의 방향과 사회적 역할에 대한 공감대가 매우 높은 것을 알 수 있음

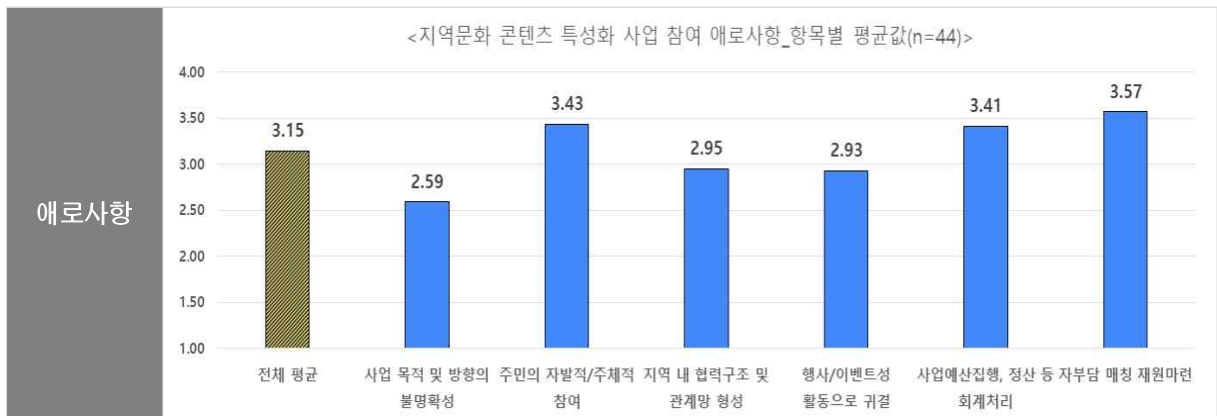




[그림 4-14] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_사업 차별성 및 가치

□ [애로사항] ‘자부담 매칭 등 자원 마련’에 가장 큰 어려움을 겪고 있어 자립의 범위 및 방법에 대한 조정 필요

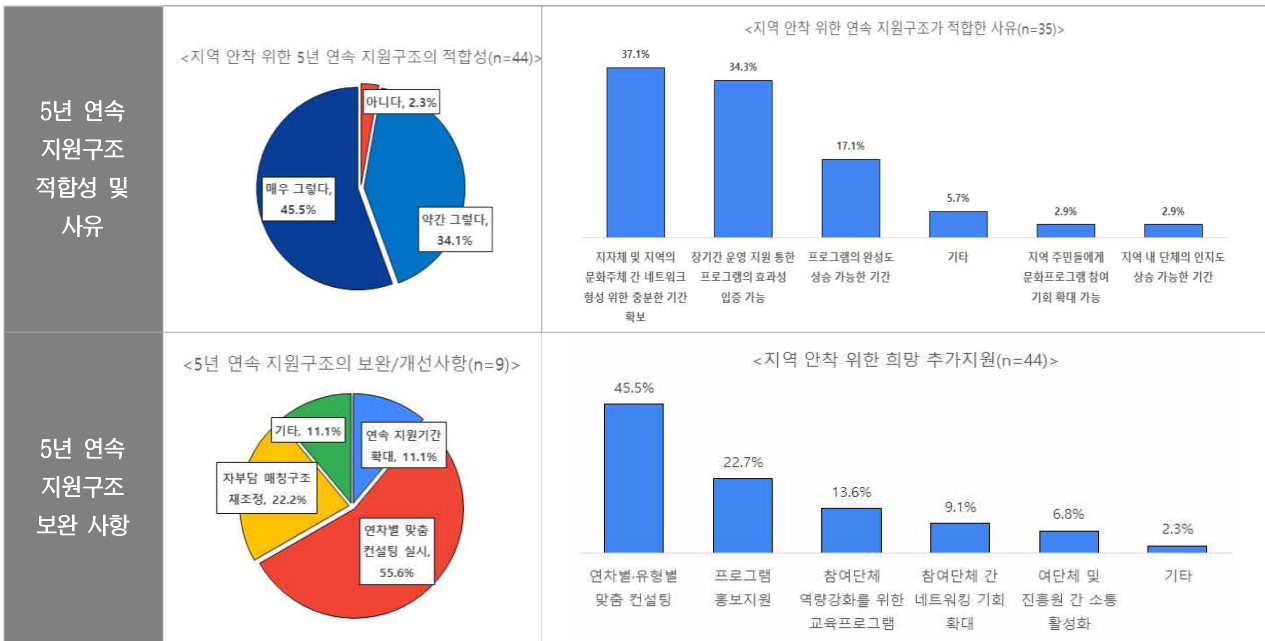
- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 참여자들은 가장 큰 애로사항으로 ‘자부담 매칭 등 자원 마련’을 꼽아 자립의 범위 및 방법에 대한 조정이 필요한 것으로 나타났음
- 이어 ‘주민의 자발적/주체적 참여’가 2순위로 집계되어 기획단계에서부터 주민참여 유도를 위한 장치가 사전에 고민되어야 할 것이며 ‘사업예산집행·정산·회계처리’ 등 행정적 부분에 어려움을 겪고 있다고 응답함



[그림 4-15] 지역문화우리 참여자_ 애로사항

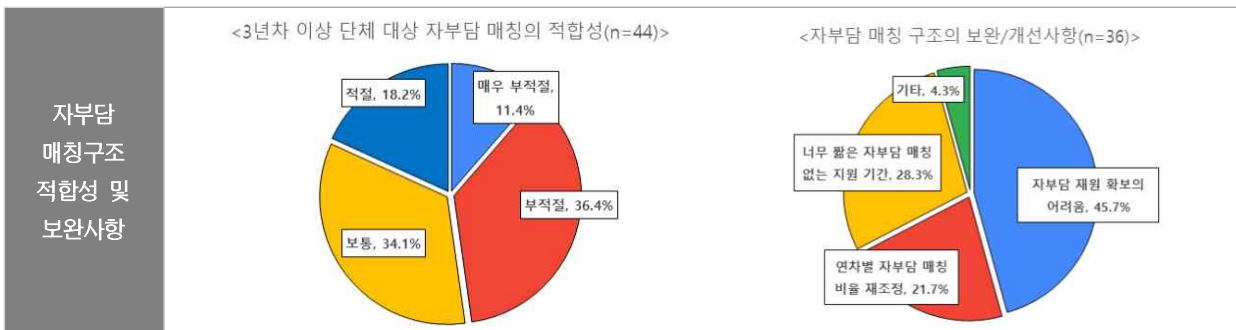
□ [5년 연속 지원구조] 5년간 연속지원에는 대다수 긍정적으로 평가하나, 3년차 이후 자부담 매칭에 대해 시기 및 매칭비율 조정이 필요하다고 응답

- 지역문화 콘텐츠 특성화 사업은 최대 5년간의 연속 지원구조를 통한 지역 내 사업의 자립을 목적으로 하고 있으며 이에 대해 참여단체들의 79.6%가 긍정적으로 평가하고 있으며, 그렇게 생각하는 이유에 대해 ‘지역 내 충분한 네트워크 형성’ 및 ‘프로그램의 효과가 발현’ 되기에 장기적 관점이 필요하다는 의견이었음
- 5년 연속 지원구조에서 보완이 필요한 사항으로 ‘연차별 맞춤 컨설팅’에 과반수가 응답했고 ‘자부담 매칭구조의 재조정’, ‘연속지원기간 확대’가 뒤를 잇는데, 이는 희망 추가지원 사항과도 유사한 결과임



[그림 4-16] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_ 5년 연속 지원구조에 대한 의견

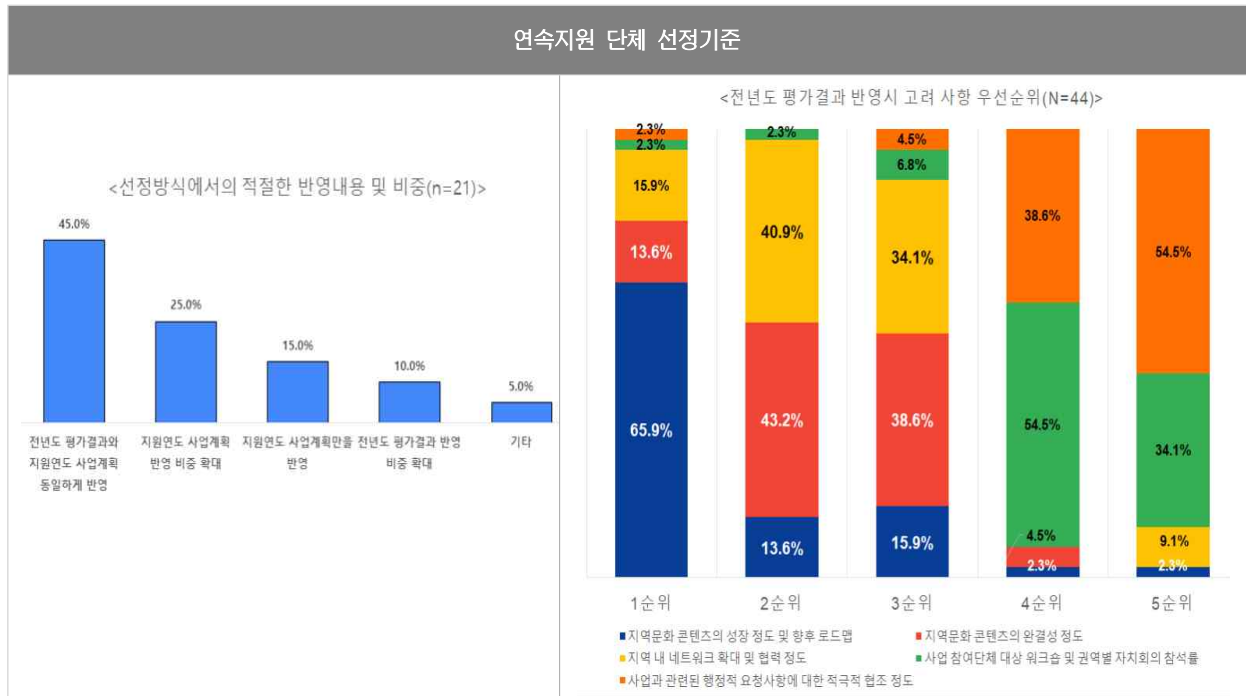
- 5년 연속 지원구조 하에서 현재는 3년차 이후부터 일부 자부담 매칭을 통해 재원마련을 하는 구조인데 이에 대해 적절하다는 의견은 18.2%에 불과, 절반에 가까운 47.8%는 부정적 의견을 피력함
- 주로 자부담 재원확보가 어려우므로 3년차부터의 자부담 매칭 시기를 조정하거나, 연차별 자부담 매칭비율을 재조정하기를 원하고 있음



[그림 4-17] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_ 자부담 매칭구조에 대한 의견

□ [단체 선정방식] 사업목표에 따른 ‘실적’과 ‘가능성’이 균형있게 반영되어야 한다는 의견

- 연속지원 단체를 선정하는 방식으로는 ‘전년도 평가결과와 지원연도 사업계획이 동일한 비중으로 반영’ 되어야 한다는 의견이 가장 높았고(45.0%) 중점적으로 검토되어야 하는 기준은 ‘지역문화 콘텐츠의 성장 정도 및 향후 로드맵’ 이 1순위로 가장 많이 선택되어 (65.9%), 사업목표에 따른 실적과 가능성이 고루 반영되어야 한다는 의견을 비쳤음



[그림 4-18] 지역문화 콘텐츠 특성화 참여자_ 연속지원 단체 선정에 대한 의견

③ 세부 개선(안)

□ 문화플랫폼으로서 ‘문화가 있는 날’ 안정적 운영, 예술단체 성장, 지역민 접근성 확대, 문화생태계 구축으로의 확장

- 지역 고유 콘텐츠 발굴·활용한 지역 맞춤형 프로그램으로 열린 참여를 유도하여 접근장벽을 낮추며, 지역의 콘텐츠 특성화에서 나아가 지역민의 삶의 정체성으로 가치화
- 지역 내 문화수요를 반영하는 지속가능한 사업모델 구축하도록 지원하고, 단체의 5개년 지원에서 5단계(장기) 자립 발전 유도
- 단체-지역 협력모델 개발 통한 문화예술공공성 강화, 단체의 지역문화플랫폼 역할 수행
- 지역문화우리 등 타 기획사업, 또는 지역자원(시설, 프로그램, 주체)과의 결합·연계를 통한 가치사슬의 의의를 발견하고, 시너지 효과로서의 효율성 기대

□ [사업구조] 지역별 공공/민간 기관 또는 단체 공모선정하여 사업 성장 및 고도화에 따른 자생적 단계 확장 유도

- 현재 단년도 공모제도이나 최대 5년 연속 지원가능한 2+3제, 3~5년차 자부담 매칭제 운

영(3년차:30%이상, 4~5년차 50%이상)에서, 시기조정 및 비율완화를 두어 실질적인 자립 기반의 장치로 활용하도록 함(요건에 맞추기 위해 단체 자체비용을 재원으로 하는 매칭은 지양하도록 함)

- (1안, 자부담 시기조정) (3+2제도) 5년 연속 지원체계, 4~5년차 자부담 매칭(4년차:50%, 5년차:50% 이상)
- (2안, 자부담 비율조정) (2+3제도) 5년 연속 지원체계, 3~5년차 자부담 매칭제 운영(3년차:20% 이상, 4~5년차 50%이상)
- 단, 이 경우 단체 수 소폭 감소조정 또는 연차별 지원금액 세분화를 통한 단체 당 지원금 감소 조정 불가피함

※ [참여자 설문결과] 사업애로사항 1순위로 '자부담 매칭 재원마련'이 꼽힘
 '5년 연속지원에 따른 지역안착'을 사업의 사회적 가치로 꼽고 있으며, '5년 연속 지원구조의 적합성'에 대해서도 약 80%가 긍정답변을 함(지역 문화주체간 네트워크 형성을 위한 충분한 기간으로 인식)
 ※ 자부담 구조 조정에 관하여, 자부담매칭을 통한 민간경상보조의 적절한 비율은, 예산안 및 기존 자부담매칭 시의 경험사례에 따라 적절한 비율 조정 필요함

□ [사업운영]5년 연속지원 근거는 단체의 현재성과에 기반한 미래전망에 주안점을 뒀야함

- 공모 선정과정에서 사업 대상은 지역 내 문화재단과 민간단체 모두를 지원대상으로 하여, 수행역량 및 지역 내 지속성, 활동성 등을 고려하여, 지역문화 콘텐츠를 지속가능하게 개발·발전하는 역량에 초점을 맞춰 선정하도록 함
 - 가점 : 지역 내 타 (기획)사업 연계 프로그램, 지역기반시설 연계프로그램, 지역 문화적 특성 활용한 지역재생/인력활용 프로그램, 지역 리서치 기반 프로그램, 지역주민 구성의 모니터링단 및 기획단 프로그램, 지역상권 연계를 통한 파급효과, 활동여건 열악한 읍면동 단위 프로그램
- 3~5년차의 경우 1차 서류심의 생략- 2차 심의의원 대면 컨설팅 - 3차 최종 사업계획서 인터뷰 심의로 진행하며, 3~5년차에 경우 심의위원 컨설팅 및 적격여부 심의에 초점
 - 진입단계부터 지자체와의 매칭(협력확인서)을 담보하는 것을 주요 우대사항으로 인정
- 심의기준은 현재 '지원년도 사업계획 100%' 및 '전년도 평가결과 ±5% 추가 활용' + '지역기반시설 연계 가산점(3%)' → (변경안, 2년차 이상 전년도 평가결과 중요도 확대) 지원년도 심의기준 내 전년도 평가결과 비중 높임

※ 전년도 평가결과의 심의기준 내 반영 및 비중 확대 대신, 연말평가 시의 기준은 단체의 '발전가능성' 또는 해당 기준항목에서의 '미래전망'을 성과로서 포커스 맞춤 필요
 ※ 연차별 진행 단체가 혼란이 없도록 심의기준은 소폭선에서 조정하고, 공모신청 시 신청서 내 사전명시

<표 4-9> 지역문화 콘텐츠 특성화 심의 평가지표 예시

심의기준	배점	세부평가지표	비고
계획의 충실성 및 수월성	100	25 <ul style="list-style-type: none"> •사업 취지에 대한 이해 및 지원사업 목적의 타당성 •사업의 지속발전을 위한 명확하고 차별화된 추진체계 마련 여부 •사업을 통해 달성하려는 목표의 구체적이고 합리적인 정도 및 향후 전망 (프로그램 회차, 참가규모, 관람객 수 등) •사업 목적이나 주제에 맞는 세부 프로그램 구성 여부(지역여건 적합성 등) •타 사업과의 독창성 및 차별성 확보가능성 •코로나 등 안전관리 계획의 적절성, 비대면 상황에 대한 대비 적절성 	정성
계획의	35	•사전 지역연구를 통한 수요 파악, 데이터 확보 여부	

실현가능성		<ul style="list-style-type: none"> •운영조직체계 및 유관기관 협조 등 인력 구성의 적절성(참여인력의 전문성 여부 등) •예산계획의 적절성 및 현실성 여부 •관객 개발을 위한 홍보, 마케팅 계획의 적절성 																									
계획의 성과목표 및 효과성	15	공통	<ul style="list-style-type: none"> •지역민의 문화예술 향유권 신장의 기여 가능성 •지역 내 유관기관 간의 상호교류 및 협조도 •지역 내 '문화가 있는 날' 사업의 파급효과 및 그 전망 •지역기반시설, 타 사업과의 등 연계가능성(협약서 제출) 																								
	15	신규	<ul style="list-style-type: none"> •프로그램의 창의성 및 실험성에 대한 지역 내 효과 기대치 •향후 사업에 대한 단계별 발전방안 마련 및 가능성 																								
		연속	<ul style="list-style-type: none"> •프로그램을 통한 지역 내 사업인식 향상 기여도 및 그 전망 •지역 내 사업 모델 구축 및 브랜드 홍보효과 																								
		지역협력/자립(조건부) (3년~4년차)	<ul style="list-style-type: none"> •프로그램의 지역적 흡입력 및 정착가능성 •지역 내 차별화된 협력 체계구축 및 지속성 •재정적 자립을 위한 구체적 계획 및 실현 가능성 																								
전년도 평가환류 (2년차 이상)	10	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">전년도 종합평가점수</th> <th colspan="2">조치사항</th> </tr> <tr> <th>기존</th> <th>변경안</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>총점 90점 이상</td> <td>+5점</td> <td>10점(10%)</td> </tr> <tr> <td>총점 80점 이상~90점 미만</td> <td>+3점</td> <td>8점</td> </tr> <tr> <td>총점 70점 이상~80점 미만</td> <td>0점</td> <td>6점</td> </tr> <tr> <td>총점 60점 이상~70점 미만</td> <td>-3점</td> <td>4점</td> </tr> <tr> <td>총점 60점 미만</td> <td>-5점</td> <td>2점</td> </tr> <tr> <td>총점 40점 미만</td> <td>-</td> <td>0점</td> </tr> </tbody> </table>		전년도 종합평가점수	조치사항		기존	변경안	총점 90점 이상	+5점	10점(10%)	총점 80점 이상~90점 미만	+3점	8점	총점 70점 이상~80점 미만	0점	6점	총점 60점 이상~70점 미만	-3점	4점	총점 60점 미만	-5점	2점	총점 40점 미만	-	0점	정량
전년도 종합평가점수	조치사항																										
	기존	변경안																									
총점 90점 이상	+5점	10점(10%)																									
총점 80점 이상~90점 미만	+3점	8점																									
총점 70점 이상~80점 미만	0점	6점																									
총점 60점 이상~70점 미만	-3점	4점																									
총점 60점 미만	-5점	2점																									
총점 40점 미만	-	0점																									
(가산점) 연계성 및 가치성 반영	최대 3점	지역 내 타 (기획)사업 연계 프로그램, 지역기반시설 연계프로그램, 지역 문화적 특성 활용한 지역재생/인력활용 프로그램, 지역 리서치 기반 프로그램, 지역주민 구성의 모니터링단 및 기획단 프로그램, 지역상권 연계를 통한 파급효과, 활동여건 열악한 읍면동 단위 프로그램		정성																							

- ※ (심의 시 중점 검토사항)
- 1) '문화가 있는 날' 사업 취지 이해, 실현 가능성, 추진체계의 적절성, 홍보효과, 지역 파급효과 등
 - 2) 프로그램의 우수성
 - 사업의 특성을 살린 프로그램 기획 및 운영방안 여부, **연속지원에 따른 추진전략 및 지속방안**
 - 참여 대상 및 지역별 연령대, 구성 및 특성을 고려한 프로그램 기획 여부
 - 참여자 관리를 위한 적절한 동기부여 프로그램 구성 여부
 - 기존 운영되던 프로그램이라면, '문화가 있는 날' 기본 방향에 부합하는 형태로 작년 대비 차별화 마련
 - 3) 참여자 모집 홍보와 관리에 대한 체계적인 계획 수립 여부
 - 4) '문화가 있는 날' 지역문화 콘텐츠 특성화 사업의 성과 확산을 위한 노력의지 여부
 - 5) **연계사업과의 가치사슬 및 유기적 관계 수립에 대한 비전과 전략**
- ※ (요건)
- 1) 민간경상보조사업 추진에 결격사유가 없는 단체 여부
 - 문화체육관광부, 지역문화진흥원 내 '문화가 있는 날' 중복 지원받는 사업(중복지원 지양)
 - 단순 공연 또는 특정단체의 정기 활동 또는 단순 경연대회 등은 선정대상에서 제외
 - 2) 공공의 안정적 시설 확보를 위한 운영단체의 사전 현장점검 및 지속적 관리 선행

□ [사업관리] 현재 진행하는 권역별 자치회의 및 집중 컨설팅의 밀도를 높임

- 사업진단 및 컨설팅 방식 다각화와 맞춤형 집중 컨설팅 등 기존 진행하던 사업역량 강화부문의 밀도를 높이고, 월간으로 단체 교육 및 성과공유, 단체 당 역량강화활동을 진행하여 연7회 이상 진행하도록 함
- 동일 권역 내 문화가 있는 날 타 기획사업 참여단체들간 네트워킹과 함께 지역 문화예술단체, 문화기획자, 지역민 등 다양한 주체 간 협력 기반
- 단, 코로나19 예방을 위한 지자체별 거리두기 단계 및 지침에 따라 필요시 생활방역 및 인원통제가 가능한 장소에서 실시하여야 하며, 필요에 따라 일정은 문화가 있는 날 주간이 아닌 경우에도 수행 가능

□ [사업평가] 단체당 연2회 2인 평가제, 비대면 상황을 기본으로 설정한 현장 평가방안 강구

- 현장 모니터링 및 평가(성과평가 연구 용역)시 성과평가 지표 및 사업유형별 특화지표에 따라 전문가에 의한 현장모니터링 실시(단체 당 연2회, 2인 평가제)
- 비대면 상황 현장 모니터링 및 평가연구 방안 마련
- 현장평가 전문위원 중 심의위원 포함 및 현장배정 비중 상향으로, 연 담임제 개념의 사업평가 일관성 확보

□ [사업관리] 연중 피드백 시스템 도입, 자립 부분에 전문적 컨설팅 필요

- 자치회의 및 워크숍 포함 단체/유형별 서면 컨설팅 등 다변화 등 피드백 시스템 → 특히 지역자립에 직접적 제언을 줄 수 있는 소셜벤처 전문가 등의 컨설팅 시범적 시도

※ 지역 정착위한 연차별 맞춤 컨설팅에 대한 수요가 가장 높았음(55.6%), 지역 정착에는 '자부담 자원 확보 어려움'(45.87%), 3년차부터의 '자부담 매칭에 대한 기간상의 애로사항'(28.3%) 존재

- 권역별 자치회의(상·하반기)를 통해, 권역별 단체 간 일정조율 및 논의주제 선정 등 회의의 직접 추진
- 현장 모니터링 및 프로그램 운영성과에 대한 연말 평가와 우수단체 선정·시상 / 차년도 선정심사 반영
- 사업 가이드라인 발간
 - 사업목표 및 방향 명시, 사업구조, 트랙별 세부지침을 통한 역할 및 의무 공유, (단계별) 행정절차, 예산운용
 - 단계별·상황별 코로나19 대응지침
 - 유형별 사례 통한 활동 명확성 제공
- 자체평가회 및 활동공유회 실시
- 서면 및 대면 간담회 및 전문가 멘토링
- 성과사례집 제작 및 공유
- 홍보 및 대외협력
 - 문화가 있는 날 및 지역문화 콘텐츠 특성화 사업 통합 홍보에서의 지문원 주도적 역할
 - 사업홍보물 제작(리플릿, 기념품, 웹배너), 성과사례집, 성과영상 및 기록사진
 - 지역신문사 및 오프라인 광고, 네이버 등 주요 온라인 포털 배너광고, 문화예술관련 SNS
 - 공공 네트워크 및 협의구조 구축의 매개 역할 (향후 프로그램 자립 연계)

- 지자체 및 유관기관에 사업선정단체 안내
- 전국단위 지자체 주요 행사와 운영단체 간 연계 홍보

□ [중점사항] 현 최대 5년간의 연속지원체계에서, 장기적 5단계 지원체계로 변경 및 단계별 목표 유연화 필요

- 발전형태는 지역민 수요 파악과 지속적 결합이 가능하도록 지역연구가 충분히 가능하도록 하며, 지역문화우리, 타 기획사업 지역문화우리, 문화이모작 사업 등을 마중물 사업으로서 검토 가능
 - 이 과정을 통해 지역 내 성과 및 홍보의 사전 확보, 5개년 자립구조에서의 자원 매칭 성공률 제고 기대
- 지역 유무형 콘텐츠를 활용한 문화예술프로그램, 지역적 과급효과 줄 수 있는 특성화 사업으로 하되, 현재는 미비한 수익 규정이나, 콘텐츠를 통한 단체의 부수적 수익창출에 대한 지침에 대한 향후 규격화 필요
- 지자체 수행하는 지역축제 등 타 사업과의 차별성 확보, 지역 내 동일 콘텐츠를 활용한 중복프로그램 발생 시 콘텐츠 저작권 문제 고려
- 지문원에서 지역(기관/지자체)과 협업할 수 있는 협의구조 마련에 적극적인 역할설정
 - 1) 협조 요청/ 2) 지역과 매칭 매개/ 3) 공모 시 조건부 매칭 협약서 첨부 등 단계별 장치 마련
 - 권역별 사전설명회(지자체 대상), 사업 안내문 및 공문, 지자체 유인책 마련
 - 단계3의 경우: 컨소형태로 사업기획 후 신청 (재단에 편중될 피해 방지 필요)
- 비대면 추진경비 및 연구 인건비 등 예산사용에 대한 자율성·유동성 명시
 - 사전 교육지침 배포·동의서 수령 실시
- 단계별 코로나 대응 방안의 지침 내 반영
 - 거리두기 단계에 따른 프로그램 수행 및 공론화 기회제공(간담회, 워크숍)에 대한 지침

‘지역자립 생태계 마련’을 목표로 하는 유사 사례 : 단계별 연속 지원 체계

행정안전부 마을기업 육성사업 : 특화형 마을기업별 지원 차별화 및 육성

- 공동의 지역문제 해결과 지역공동체 이익의 효과적 실현 목적으로, 2010년 ‘자립형 지역공동체 사업’에서 시작, 2011년 마을기업 육성사업으로 명칭이 변경되어 현재까지 추진 중
- 지역주민이 지역자원을 활용한 수익사업을 통해 지역공동문제 해결 및 지역공동체 이익 실현
- 특화형 마을기업을 다섯가지로 분류하여 마을 특성별로 차별화된 지원 제공

<표 4-10> 행정안전부 마을기업 육성 사업 특화형 마을기업 지원 개요

구분	청년 마을기업	재도약 마을기업	우수 마을기업	모두愛 마을기업	신유형 마을기업
지원 대상	출자자의 50% 이상이 청년 (만 39세 이하)	연매출 5천만 원 미만 마을기업 중 회생의지가 있고 정체성을 유지하고 있는 곳	2차년도 보조사업 정산이 완료된 곳	정체성을 보유한 기업 중 성장기반이 있고 전국적 확산 잠재력이 있는 곳	-커뮤니티 케어형 -도시재생형 -지역특화형
지원 내용	기획홍보 및 판로지원	현장컨설팅, 마중물 사업비, 판로개척 및 홍보지원	사업개발비 지원	간판 마을기업 집중 육성을 위한 컨설팅, 홍보마케팅 및 판로 지원	특색 있는 마을 발굴 유도

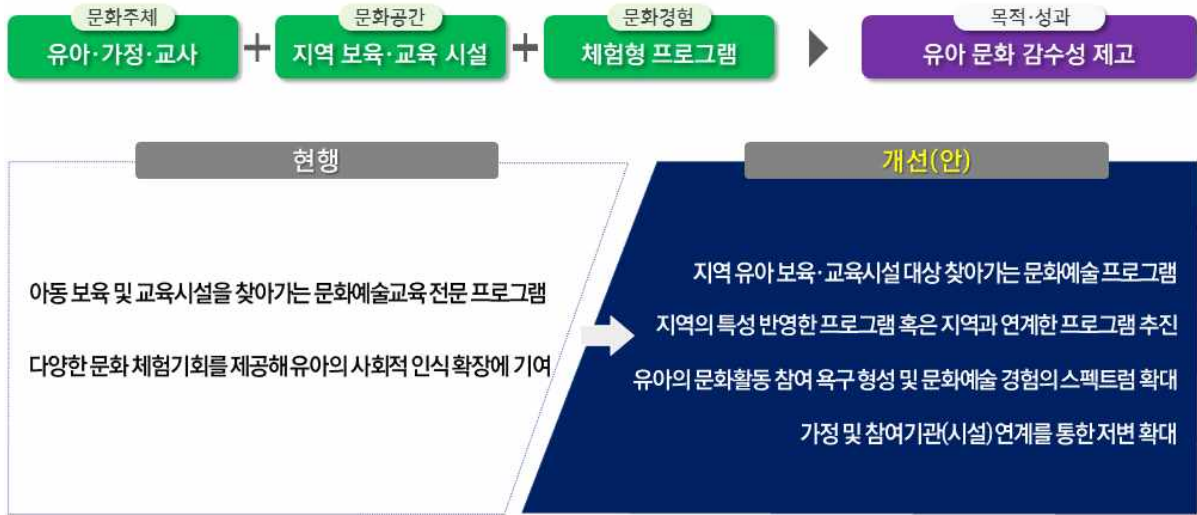
자료: 행정안전부(2020.1), 「2020년 마을기업 육성사업 시행지침」

- 공동체성, 공공성, 지역성을 추구한다는 점에서 지역문화 콘텐츠 특성화사업과 일정 부분 유사하지만, 기업성(시장경쟁력있는 사업계획 수립, 안정적 매출 및 수익 달성으로 지속가능성 확보)을 추구한다는 점에서 차이가 있음
 - 가령 공동체성의 정량지표가 자부담 및 회원 지분율 등으로 평가되거나 공공성 지표는 지역사회 이익 실현, 지역성 지표는 지역순환경제 구축 가능성 등으로 구성됨
 - 가점부여 : 1) 전통시장 활성화 목적의 기업
 - 2) 지역특화형 마을 기업
 - 3) 여성가장이 마을기업 대표 또는 출자자
 - 4) 예비마을기업을 모범적으로 운영한 경우
 - 5) 빈집, 폐교(유휴시설) 활용방안을 포함하여 마을기업 신청
 - 6) 행안부 주관 창업경진대회 참가자 신청
- 광역자치단체장이 주관하여 공모를 통해 예비마을기업 선정하고, 예비-1차-2차-3차의 단계로 구성됨
- 마을기업 육성사업 역시 3차년도 기준으로, '연차'를 기준으로 단계를 분류하고 있으나, 기존 운영 실적에 따라 예비단계 없이 월반이 가능하여, 실질적 단계에서 지원과 육성이 가능토록 함

<표 4-11> 시기별 지역문화 콘텐츠 특성화 발전구상

부문	도입내용	단기	장기
구조	연차별 지원의 단계별 구분으로 변환	연차별 지원 및 성과목표 유지	스케일업 기준 마련하여 성장 프로세스 체계 마련 단체별 설정목표를 기획사업 성과지표 내 포함 (행안부 마을기업 사례)
	단체별 성과목표		지역 안착이라는 목표 아래 단체별 여건 따른 각기 다른 성장트랙 모델 시행
	지립형 콘텐츠/가치형 콘텐츠 트랙 분리		
공모 및 관리	지자체 협력	협력확인서 제출 (1~2년차 우대, 3~5년차 필수)	컨소시엄 형태로 구체적 협력 및 지원계획 작성 (문화부 지원사업 가산점 등 인센티브 논의)
	사업 지속성 확보 위한 사후 관리	5년차 이후 지속여부 확인	4~5년차 이후의 지속계획 제출, 심의 및 평가 시 미래가치 중점 5년차 이후 사후 단계 설계
	사업 브랜드 개발 및 홍보	지역 특화 콘텐츠 브랜드화	'스타' 지역 발굴 등 지문 자체의 브랜드 포지셔닝 (문화도시 사례)
네트 워크	지자체 대상 사업설명회 및 워크숍	온라인 진행	온라인 진행 및 권역별 대면설명회 진행 지자체 담당자 행사 참여 권장
	타 기획사업 연계확장성	지문원 권장	단체 주도 제시 (사업계획서 내 반영)

4) 동동동 문화놀이터



[그림 4-19] 사업별 세부 발전방안 : 동동동 문화놀이터

① 기본방향

- 유아를 대상으로 하는 타 문화사업과의 차별성 확보를 위해 ‘시설-지역주체 관계 기반’ 프로그램 기획 필요
 - 유아 보육·교육시설을 대상으로 찾아가는 문화예술프로그램을 지원을 통한 유·아동 문화예술체험 활동 증진과 예술적 표현과 감상의 즐거움의 경험을 통해 문화예술 감수성 함양, 미래의 문화예술 시민으로서의 접근성 향상이라는 기조 유지
 - 나아가 지역의 특성 반영 및 지역연계 프로그램을 기획 추진을 권장하는 방향으로 운영
 - 동동동 문화놀이터 사업의 참여와 체험이 유아의 문화활동 참여 욕구로 연결되고 사후 지속적인 강화활동이 진행될 수 있도록 장치 마련
 - 기존의 연령별 맞춤형 프로그램에서 나아가 광의의 지역 연계형 프로그램 추진 필요

<표 4-12> 발전전략 : 동동동 문화놀이터

부문	개선방향
주체	<ul style="list-style-type: none"> • 명칭 변경 : 수혜처 → 참여기관 • 예술단체의 경우 사전 공모를 통해 풀 구축 + 참여기관 선정 이후 매칭하는 시스템 도입 (수요 기반 프로그램 기획의 맹점을 보완하고 문화예술 다양성을 확보하기 위한 조치)
공모	<ul style="list-style-type: none"> • 참여기관 선정 시 수요조사 뿐만 아니라 가정 및 시설의 참여 가능 범위 함께 파악 (심의 시 가정/시설 연계 가능성 부문 가점 적용)
내용	<ul style="list-style-type: none"> • 참여기관과 예술단체 간 사전협의(온/오프라인) 의무화 : 단체 기획 후 대상 기관에 통보하는 방식 지양 • 연령 및 지역 특성을 고려한 맞춤형 프로그램 의무 추진 • 기획의도에 맞춰 1회분 프로그램을 다양한 버전으로 구성 가능하도록 기준 완화 • 참여기관 여건(유아 문화향유 수준 등) 및 프로그램 유형에 따라 연간 지원 가능 횟수 증대 • 참여기관 중복지원 허용 (첫 참여 이후 기관(혹은 가정)의 역할 확대 방안이 있을 경우로 제한, 최장 3년 지원)

② 사업가치 및 방향에 대한 수요

□ [사업가치] 아동기 문화예술 기회 확대와 감수성 증진이라는 사업목적에 대한 높은 이해와 공감

- 동동동 문화놀이터에 참여한 예술단체가 생각하는 사업의 차별성은 ‘문화시민으로서 아동 성장 촉진’ 과 ‘연령별 맞춤형 문화예술 참여기회 확대’ 로 응답됨에 따라 사업의 목적 및 방향에 충분한 이해도를 보유하고 있고, 이는 사업참여 목적 1순위가 ‘사업취지 공감’ 으로 응답된 것과 연결됨
- 사업의 사회적 가치로 ‘문화예술활동의 다양한 장르 시도 가능’ 이 꼽히면서 기존의 연령별 맞춤형 프로그램에서, 문화적 다양성을 내포한 확장 가능성을 보여주고 있음. 또한 20년 코로나 상황에서 시도한 다양한 형태의 공연수행(비대면 온라인 송출, 영상제작, 키드 제작 등)에 ‘환경변화에 대한 적극적 대응’ 도 가치로 평가되고 있음

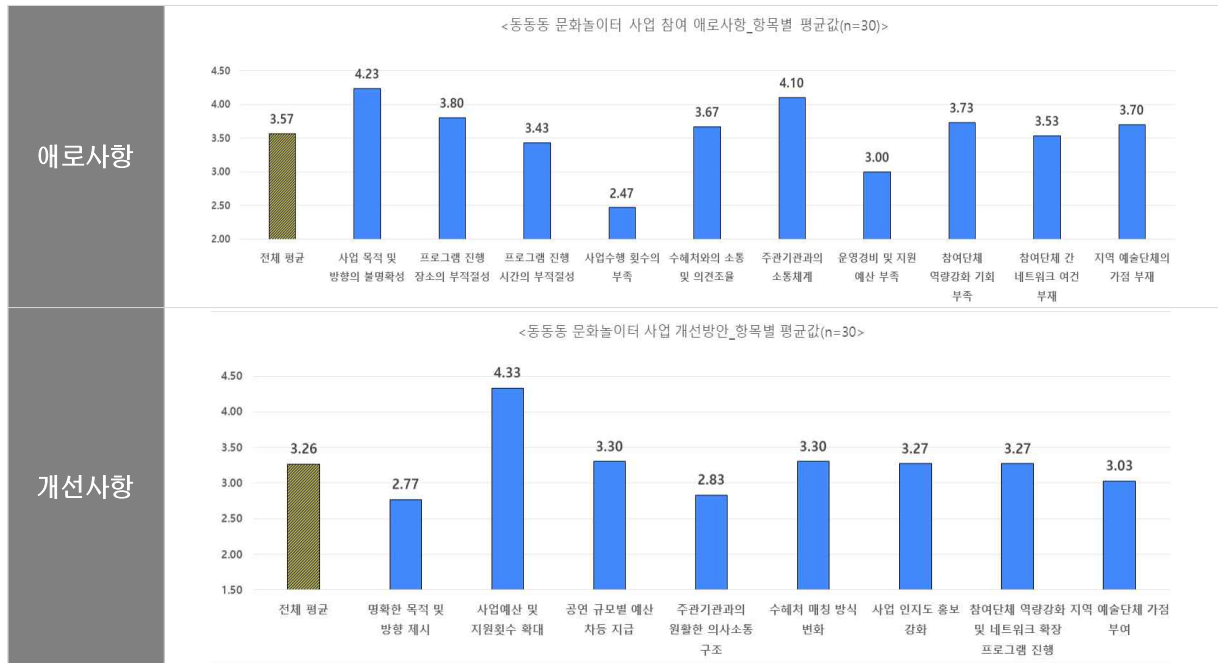


[그림 4-20] 동동동 문화놀이터 참여자_사업 차별성 및 가치

□ [애로사항 및 개선사항] 배달사업의 구조적 문제에 더하여, 비대면으로 인한 수행 상의 어려움 가중

- 참여단체들이 사업 수행 중 겪는 어려움으로 ‘사업 목적 및 방향의 불명확성’, ‘주관기관과의 소통체계’ 가 각각 1, 2순위로 집계되었는데 배달사업의 특성에서 비롯된 본래의 구조적 문제에 더하여, 20년 코로나로 인한 수행 상의 혼란이 가중된 것으로 풀이됨
- 사업 개선사항으로 ‘사업예산 및 지원횟수 확대’ 에 가장 다수가 응답했고 금년은 비대면 프로그

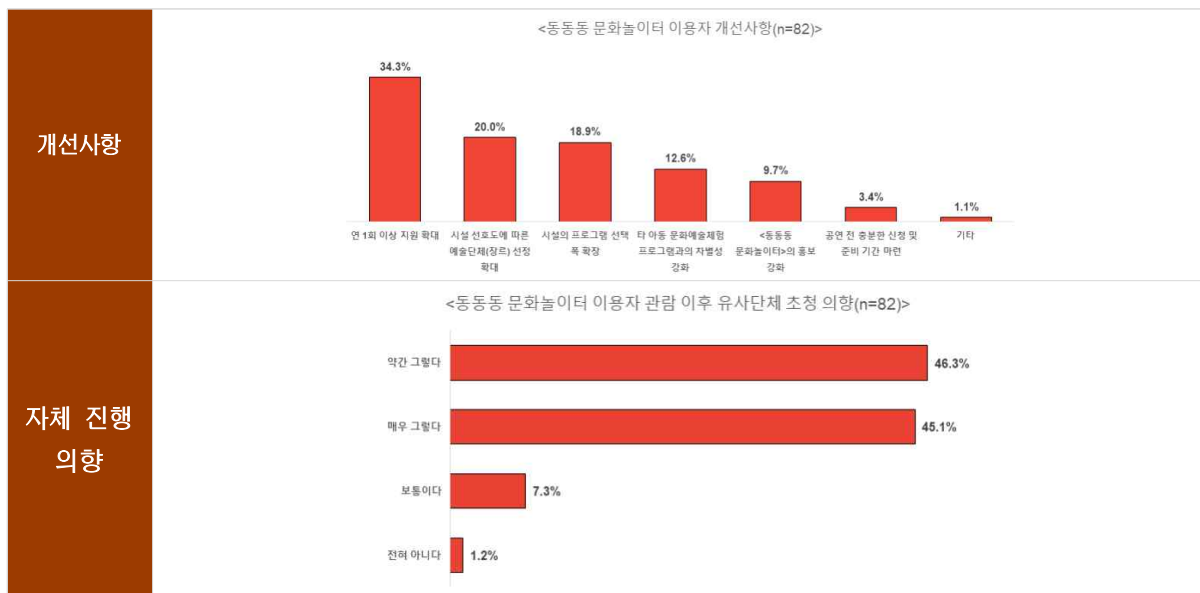
램을 신규로 기획하거나 영상 및 키트를 제작하게 되면서 예산에 대한 요구가 높게 나타나고 있음



[그림 4-21] 동동동 문화놀이터 참여자_ 애로사항 및 개선사항

□ [세부사항] 참여기관에서 지속적이고 주체적으로 행사를 진행할 수 있는 방향의 지원방안 필요

- 사업의 현 운영체계에 대해 세부적 질문을 했을 때, 현재 연 1회 이상의 지원을 확대해달라는 의견이 34.3%로 가장 높게 나타났고, 이용자들의 선택의 폭(단체의 장르, 프로그램 내용)이 넓어졌으면 한다는 의견이 각각 20.0%, 18.9%로 뒤를 이었음
- 향후 참여기관 차원에서 자체적으로 유사한 단체를 초청할 의향이 있는가에 대한 물음에 91.4%가 긍정답변을 내렸음



[그림 4-22] 동동동 문화놀이터 이용자 세부질문

③ 세부 개선(안)

□ 현재의 방향성과 기초를 유지하되 확장적 개념으로서 사업 전반적 재설정

- 유·아동의 문화예술 경험기회 제공에서 나아가, 감수성·다양성을 함양하는 문화예술 기획 프로그램을 선정해 유아기 형성되는 사회적 인지영역의 확장
- 가족 참여형 프로그램을 집중 운영하여, 가정에서의 연계체험 등 프로그램의 학습효과를 유기적으로 설계함
- 비대면 프로그램의 시도와 수행방법 모색을 통해, 사업 대상자인 유아에 대한 관점변화(관람자 → 창작자), 공연에서 시각영역으로의 장르의 확장 가능성 모색 등 기존 영유아 대상 대체 콘텐츠 대비 차별점 확보
- 공급자 중심 개념인 ‘수혜처’ 개념에서, 사업 당사자 중심의 ‘운영기관, 참여기관’으로 변경하여, 함께 프로그램을 준비하고 참여·운영하는 관계 중심 구조로의 개념적 이동 필요
- 참여기관의 프로그램 선호도 및 요구를 고려한 공연팀 배정 매칭
- 예술단체-참여기관 관계성 형성을 기반으로 한 지속적 공연 유도

□ [사업구조] 단년도 진행 및 1회 체험구조에서 다회차 지원이 가능한 구조로의 변환

- 향유효과의 지속과 지역성 제고를 위해, ‘단년도 진행/1회 체험 구조’에서 ‘다회차 지원 구조’로 변화 시도
- 현재 유아교육 전문 민간문화예술단체 및 문화예술 전문기획사, 참여 유아보육·교육시설 각각 공모선정 후 매칭하고 있으며, 1개 예술단체는 5개의 참여기관에 매칭되고 참여기관에서는 각 1회씩 프로그램 진행
 - 희망하는 경우 예술단체 및 참여기관 합의에 따라 2회 중복방문 가능, 단 동일한 공연은 불가하며, 다른 공연 레퍼토리 또는 연계활동으로 구성
 - 지역 인력 및 자원을 활용한 프로그램 수행 목적의 예술단체 및 참여기관 매칭
- 지역 예술가 및 단체를 지원하고, 단체-참여기관 관계성 기반의 신규 트랙과 비대면 프로그램 전환의 적극적 대응으로서 ‘영상 및 키트 제작’ 신규 트랙을 검토함

- ※ 현 구조에서도 예술단체 및 참여기관은 모두 매년 연속 공모지원이 가능하나, 한 단체가 한 참여기관을 다회 방문할 수 없으며 참여기관에서는 연1회의 프로그램만 진행할 수 있음
 - ※ 향유 확대의 사업 목적에서 보다 영유아 예술감수성 성장으로 목표가 전환되고, 비대면 전환에 대한 적극적 방안을 모색해야 하는 상황에서, 분기별 방문-지역내 방문 등의 장치를 도입했을 때의 디딤돌 효과를 기대됨

- ‘20년 시험적 시도로서 실시한 비대면 프로그램을 적극적으로 활용하여, 양질의 콘텐츠 생산 및 효과창출하고 시공간에 구애받지 않는 반복학습 구조 마련
- 단체의 제작영상 링크 및 키트 전달 후 참여기관 관람 및 체험, 가정연계 활동 형태를 기본으로 함
- 단체 및 참여기관 여건에 따른 상이한 접근 격차를 줄이기 위해, 권역 내 지원기관(예: 육아종합지원센터 등)에 역할 부여 및 업무협약 검토 필요(협조 확보, 형평성, 인력확보, 예산 등)

□ [사업운영] 지역 연계, 가족 연계, 타 사업 연계 등 다양한 의미의 연계가능성에 초점

- 현재 신청서 제출에 대한 서류심의(1차) 체계이며, 전문단체가 유아 대상프로그램을 자율적으로 구성, 시설 내 공연 가능, 다양성 및 발달단계 고려, 가정에서의 연계가능성, 동동동 사업 특화 프로그램 등을 고려하여 신청서 심의하고 있는 바, 심의 시 특히 프로그램 이해도 및 가정에서의 연계가능성을 중요하게 판단하도록 함
- 타 기획사업 연계한 계획수립과 적극적인 참여기관의 활동을 이끌어 내는 프로그램일 시 우대함

<표 4-13> 동동동 문화놀이터 심의 평가지표 예시

심의기준	배점	세부평가지표	비고
사업계획의 충실성과 차별성	100	40 <ul style="list-style-type: none"> - 영유아 예술감수성 성장이라는 목적에 대한 이해도 및 계획의도 반영정도 - 동동동 사업으로서 특화된 차별적인 우수성 보유 - 목적에 따른 세부 사업운영 계획의 구체성 및 충실도 - 사업 계획을 통해 달성하려는 목표와 수준의 적절성 및 합리성 - 유아의 발달단계를 고려한 계획, 문화감수성 함양 가능성 - 유아가 직접 경험하며 학습하고, 창작으로 연결되기 적합한 프로그램 여부 - 유아에 대한 문화적 자극과 학습효과, 가정에서의 연계로의 설계여부 	정성
사업계획의 실현가능성		40 <ul style="list-style-type: none"> - 단체의 사업실적, 사업규모와 지원 신청 내용의 실현 가능성 - 사업운영 예산계획의 적절성 - 조직과 운영인력 확보 등 사업계획 이행 가능성 - 다양한 장소에서 실현가능성 및 접근성 수준 (비대면 프로그램 수행계획의 경우 사용자 구현환경을 고려한 측면에서의 접근성) 	
문화가 있는 날 인지도 확산 기여도 및 홍보효과		20 <ul style="list-style-type: none"> - 문화가 있는 날 인지도 확산 및 사업에 대한 홍보 전략 적절성 및 실효성 - 해당 분야 발전 및 사회적 관심 확산에 어느 정도 기여가능성 - 자체 평가 등을 통해 환류 및 개선 노력 	
(가산점) 연계성 및 가치성 반영	최대 3점	- 프로그램의 주제, 유형, 내용, 방식 등에서 '지역성' 반영	정성

※ (수행단체 심의 시 요건)

- 유아 보육·교육 시설 내에서 공연하기에 지장이 없는 프로그램
- 유아의 연령별 발달단계를 고려한 문화예술 프로그램
- 유아의 흥미를 유발하여 창의성과 감수성 증진 등 미래의 문화예술 잠재관객 개발효과에 기여할 수 있는 문화예술 프로그램
- 유아에 대한 문화적 자극과 가정에서의 학습 효과를 유기적으로 설계한 가족 참여형 프로그램 우대
- 문화다양성을 주제로 유아의 사회적 인식 확장에 기여하는 문화예술 프로그램 우대
- 단순 곡목 공연 외 본 사업에 특화된 독자적이고 차별화된 기획, 복합 문화예술 프로그램 우대
- 운영 프로그램은 40분에서 1시간 미만의 프로그램으로 구성

<표 4-14> 동동동 문화놀이터 참여기관 심의기준(기존동일)

심의기준	배점		세부평가내용
사업추진 의지	100	30	- 본 사업에 대한 이해도 - 유아 대상 문화예술 프로그램의 필요성에 대해 인지 - 시설 경영자 및 담당자가 프로그램 진행 시 문화예술단체에 적극적 협조 의지
사업계획 운영여건		30	- 프로그램을 실현하기에 적합한 장소 보유 여부 (온/오프라인) (프로그램 적합성, 공간 개방성, 안전 보호 방안 등)
지원의 기대효과		20	- 프로그램 진행을 통한 효과나 성과에 대한 기대 - 참여 유아 중 장애인, 특수아동, 탈북아동, 다문화 가정 등 문화 소외계층이 포함 여부
우대사항		20	- 문화 소외지역 및 인구 소멸지역 소재 여부

□ [사업운영] 단기적으로 코로나19 상황에 따른 유동성이 담보된 사업운영 계획의 준비 필요

- 예술단체 및 참여기관을 수요기반으로 매칭하고, 매월 마지막 주 수요일 및 그 주간에 단체에 의한 전국 영유아 시설(참여기관) 방문형 대면 프로그램 진행으로 진행해왔으나, 코로나19 예방을 위한 지자체별 거리두기 단계 및 지침에 따라 필요시 생활방역 및 인원통제가 가능한 장소에서 실시하여야 함
- 또한 필요에 따라 일정은 문화가 있는 날 주간이 아닌 경우에도 수행 가능하도록 시간적 제약을 유동성 있게 전환하고, 비대면 기반의 운영 시 영유아의 특성을 고려하여 짧은 러닝타임의 영상을 단계별로 기획 및 제작하는 방안 권장

□ [사업평가] 영유아의 안전을 위해 비대면 상황에 따른 평가방안 개발 필요

- 현장 모니터링 및 평가(성과평가 연구 용역)시 비대면 상황에 따른 현장 모니터링 및 평가연구 방안 필요
- 사업유형별 특화지표 및 코로나19 상황이 반영된 특화지표가 추가되어야 함

□ [사업관리] 상대적으로 부족한 문화배달사업에서의 네트워크 구축 및 단체 간 교류 기회 확보

- 사업 가이드라인 발간
 - 사업목표 및 방향 명시, 사업구조, 트랙별 세부지침을 통한 역할 및 의무 공유, (단계별) 행정절차, 예산운용
 - 단계별·상황별 코로나19 대응지침
 - 유형별 사례 통한 활동 명확성 제공
- 자체평가회 및 활동공유회 확대 시도

※ 배달사업의 경우 컨설팅, 네트워킹 기회 부족, 지역 기반 사업기회가 거의 없어 이러한 기회 제공 역할 필요
 ※ 인터뷰 결과 단체뿐만 아니라 참여기관의 협조도가 프로그램의 성패나, 수월한 운영에 큰 영향을 미쳐, 참여기관에 대한 사업취지 공유 및 공감대 형성이 중요

- 서면 및 대면 간담회, 성과사례집 제작 및 공유

□ [중점사항] 동동동 사업이 가진 차별점 확보방안 및 비대면 프로그램의 전략적 활용

- 연속 지원 및 다회지원 구조 도입을 통한 향유효과의 지속과 지역성 제고
- 비대면 프로그램 전환의 적극적 대응과 활용

※ [면담조사] 시간과 장소의 제약에서 자유로웠고 반복청취가 가능, 부모와 함께 관람 가능성이 긍정적
 이용자 측면에서 아이들이 집 밖으로 나오지 못하는 상황에, 1) 이동중 관람이 가능하다는 점과, 2) 유튜브 통해 부모교육을 먼저 할 수 있었던 점, 실시간 채팅방 운영을 통해 오히려 소통의 기회가 늘어났다는 점이 긍정적으로 평가

- 예술감수성과 다양성 경험, 체험연계라는 영유아 콘텐츠의 차별성 확보

<표 4-15> 시기별 동동동 문화놀이터 발전구상

부문	도입내용	단기	장기
주체	명칭 변경	21년 사업 반영	지속
	매칭 절차 변경 (사전 공모 통한 예술단체 풀 구축 선행)	현행 유지 참여기관 선호 외 단체 수요 파악	상호 수요 반영할 수 있는 매칭방안 고안
공모	참여기관 선정 시 연계성 기준 강화	선정 후 파악, 매칭 시 고려	선정 시 파악
내용	참여기관과 예술단체 협의	수시 소통채널	사전협의 의무화 및 회의록 제출(협의결과 공유)
	맞춤형 프로그램 추진	5회 중 1회 맞춤형 프로그램 기획	맞춤형 프로그램 회차 증가 및 연속 기획형 도입 (동일 참여기관 대상 다회차 진행시)
	연간 자원회수 증가	참여기간 여건 및 프로그램 유형에 따라 다회차 소규모 진행 (영상 콘텐츠 화룡)	
	참여기관 중복지원 허용	일정 비중 시범적 시행	조건부 최장 3년 지원

5) 직장 문화배달



[그림 4-23] 사업별 세부 발전방안 : 직장문화배달

① 기본방향

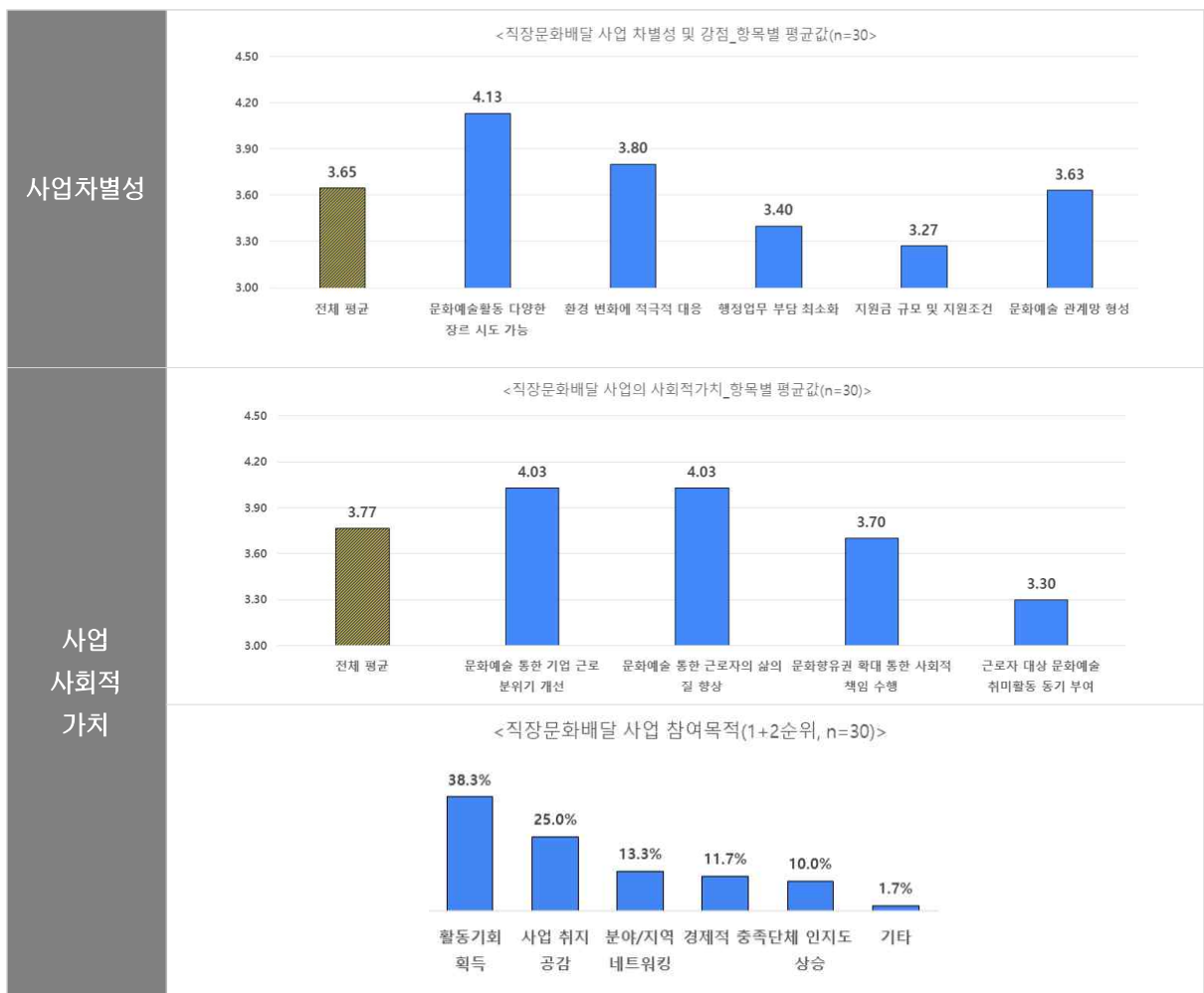
- 직장인을 대상으로 하는 다양한 문화사업과의 차별성 확보를 위해 ‘시설-지역 관계 기반’ 프로그램 기획 필요
 - 문화에 소외된 직장 밀집지역(산업단지, 중소기업 등)으로 찾아가는 직장인 맞춤형 문화 프로그램 시행을 통한 지역 및 직종별 문화격차 해소, 근로자의 삶의 질 향상 실현, 기업의 사회적 책임의식 증대라는 기존의 기초를 기준점으로 확장
 - 일과 삶의 조화 관점에서 직장 내 문화동아리 구축 및 편당 가능성 등 지속가능한 활동을 통해 단순한 관람자에서 창작자로의 역할 변화를 유도하며, 함께 프로그램을 준비하고 참여·운영하는 관계 중심 구조로의 개념적 이동
 - 인근 지역 직장과의 연합 및 지역민 초청 장려하여 지역 내 경험기회 확대
- ‘일과 여가의 균형’이라는 측면은 긍정적이지만 수혜처의 참여도 제고 장치 절실

<표 4-16> 발전전략 : 직장문화배달

부문	개선방향
주체	<ul style="list-style-type: none"> • 명칭 변경 : 수혜처 → 참여기관 • 예술단체의 경우 사전 공모를 통해 풀 구축 + 참여기관 선정 이후 매칭하는 시스템 도입 (수요 기반 프로그램 기획의 맹점을 보완하고 문화예술 다양성을 확보하기 위한 조치)
공모	<ul style="list-style-type: none"> • 참여기관 선정 시 수요조사 뿐만 아니라 가정 및 시설의 참여 가능 범위 함께 파악 (심의 시 가정/시설 연계 가능성 부문 가점 적용)
내용	<ul style="list-style-type: none"> • 참여기관과 예술단체 간 사전협의(온/오프라인) 의무화 : 단체 기획 후 대상 기관에 통보하는 방식 지양 • 기업 및 지역 특성을 고려한 맞춤형 프로그램 의무 추진 • 기획의도에 맞춰 1회분 프로그램을 다양한 버전으로 구성 가능하도록 기준 완화 • 참여기관 여건(임직원의 평소 문화향유 수준 등) 및 프로그램 유형에 따라 연간 지원 가능 횟수 증대 • 참여기관 중복지원 허용 (첫 참여 이후 기업의 역할 확대 방안이 있을 경우로 제한, 최장 3년 지원)

② 사업가치 및 방향에 대한 수요

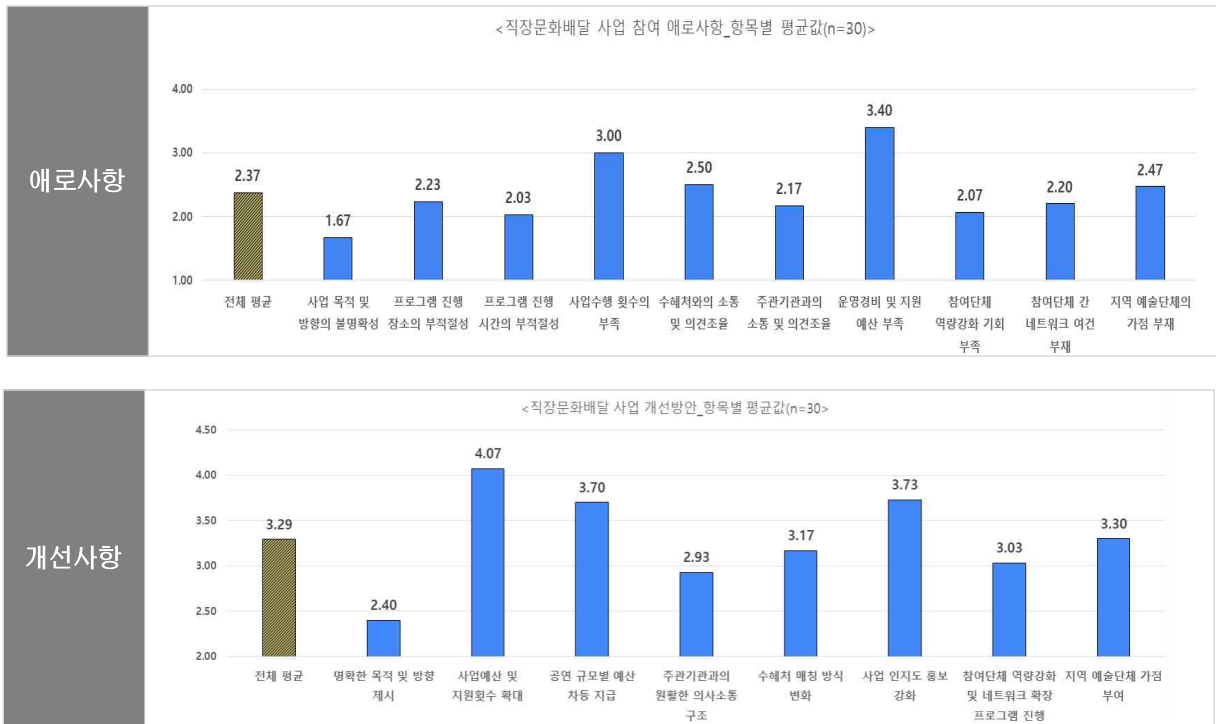
- [사업가치] 참여단체들은 문화예술의 다양한 장르를 시도할 수 있고 활동기회를 제공하는 점에 큰 의미를 두고 있음
- 참여자들이 꼽은 사업의 차별성 1순위는 ‘문화예술활동의 다양한 장르 시도 가능’ 로 직장 문화배달이 가진 장르 다양성에 높은 평가를 하고 있으며, 사회적 가치로는 ‘문화예술을 통한 기업 근로 분위기 개선’ 과 ‘문화예술을 통한 근로자의 삶의 질 향상’ 이 높게 집계됨
- 반면 사업에 참여하는 목적은 활동기회를 획득하기 위함으로 나타나는데 일회적 공연기회가 아닌 활동 지속성을 위한 장치가 필요함



[그림 4-24] 직장문화배달 참여자_사업 차별성 및 가치

□ [애로사항 및 개선사항] 비대면 운영으로의 전환의 과정에서 증가한 비용에 대한 어려움이 가장 큼

- 참여단체들이 꼽은 애로사항으로는 ‘운영경비 및 지원예산 부족’ 이 가장 높은 점수로 집계되었고 이는 사업 개선사항과도 연결되어 ‘사업예산 및 지원횟수 확대’ 에 대한 요구가 가장 큼
- 동동동 문화놀이터와 마찬가지로 비대면 전환을 통해 프로그램 신규 기획 및 영상 제작 등을 시행하게 되는 과정에서 비용의 증가가 예상됨



[그림 4-25] 직장문화배달 참여자_애로사항 및 개선사항

③ 세부 개선(안)

□ 기존 직장으로 찾아가는 맞춤형 배달사업의 취지에서 ‘지역성’ 강조 방안으로 심화

- 문화소외지역, 공단 입주 및 지방 이전 기업, 특수고용 및 감정노동자 등 근로사각지대에 놓인 직장 우선 선정
- 공모 시 프로그램 대상 직장의 다양한 유형에 따라, 관람형/체험형, 공간 보유 유무, 강의형/참여형 등으로 나누고, 직장 특성과 요구를 고려한 공연팀의 선정 및 매칭

□ [사업구조] 기존 대비 1개 트랙을 신설하여, 지역 내 매칭 및 다회 지원 구조 시도

- 현재 민간문화예술단체 및 문화예술 전문기획사/참여직장 각각 공모선정 후 매칭 1개 단체는 4개의 직장(참여기관)에 매칭되며, 참여기관은 1회씩 프로그램 진행하는 구조
- 1개 단체 및 1개 참여기관 간 결연 형태의 다회 공연수행 시스템 마련(프로그램 유형의 다변화 가능)
- 추가로 지역인력 및 자원을 활용한 프로그램 수행 목적의 예술단체 및 참여기관 매칭하고 특별 프로그램으로서 단체-참여기관 관계성 기반으로 동반공연을 기획·연습·수행하는 신규트랙 검토

- ※ 당초 20년 '우리직장 슈퍼스타 시즌2'로 직장인 밀집지역에서 직장인 동호회와 함께하는 특별행사 기획
→ 여가친화기업 및 생활문화동호회 활성화 사업 연계형태로 재설계 (직장동호회)
- ※ [면담조사] 예술단체-수혜처 자체 매칭 시 사업포기 발생에 대비 필요
직장문화배달 공모형태 세분화 필요(동호회 참여형태 등), 참여기관의 예술단체 선정기회 적극적 제공

□ [사업운영] 직장인의 특성을 반영한 프로그램을 기획하되, 해당 지역 및 타 사업과의 연계, 참여 기관과의 교류 연계 등에 중점을 줌

- 전문단체가 직장인 대상프로그램을 자율적으로 구성하되, 직장 내 공간 적합성, 적극적 참여 및 상호교류 유도하도록 하며, 심의 시 특히 프로그램 이해도 및 지속가능한 활동 가능성을 중요하게 판단하도록 함
- 타 기획사업 연계한 계획수립과 적극적인 참여기관의 활동을 이끌어 내는 프로그램일 시 우대하고, 일정 비중의 연속 지원단체 선발

- ※ 당초 20년 '우리직장 슈퍼스타 시즌2'로 직장인 밀집지역에서 직장인 동호회와 함께하는 특별행사 기획
→ 여가친화기업 및 생활문화동호회 활성화 사업 연계형태로 재설계 (직장동호회)

- 우수사례를 공유할 수 있는 상시 소통체계를 마련하고 연속지원 단체
- 코로나19 예방을 위한 지자체별 거리두기 단계 및 지침에 따라 필요시 생활방역 및 인원통제가 가능한 장소에서 실시하여야 하며, 필요에 따라 일정은 문화가 있는 날 주간이 아닌 경우에도 수행 가능하도록 함, 비대면 기반의 운영에 대한 제안도 권장함

- ※ [면담조사] 매칭 사업은 취소로 이어지지 않도록 운영에서의 유동성이 필요함 → 일정과 예산활용 등에서 자율성 보장이 필요하고, 문화가 있는 날 주간 이외에 활동 허용 등 고려

<표 4-17> 직장문화배달 심의 평가지표 예시

심의기준	배점	세부평가지표	비고
사업계획의 충실성과 차별성	40	<ul style="list-style-type: none"> - 직장문화배달 사업이해도 및 기획의도 반영정도 - 목적에 따른 세부 사업운영 계획의 구체성 및 충실도 - 사업운영계획의 구체성 및 달성목표와 수준의 적절성 및 합리성 - 직장인 성향과 관심에 대한 고려 정도 - 직장인의 공감 및 참여도 고려 - (사전 매칭 시) 참여직장과의 사전 협의 및 직장특성에 맞춘 차별성 있는 프로그램 	정성
사업계획의 실현가능성	40	<ul style="list-style-type: none"> - 단체의 사업실적, 사업규모와 지원 신청 내용의 실현 가능성 - 사업운영 예산계획의 적절성 - 조직과 운영인력 확보 등 사업계획 이행 가능성 - 다양한 장소에서 실현가능성, 프로그램 대비 관람객 규모 및 접근성 수준 (비대면 프로그램 수행계획의 경우 사용자 구현환경을 고려한 측면에서의 접근성) 	
문화가 있는 날 인지도 확산 기여도 및 홍보효과	20	<ul style="list-style-type: none"> - 문화가 있는 날 인지도 확산 및 사업에 대한 홍보 전략 적절성 및 실효성 - 해당 분야 발전 및 사회적 관심 확산에 어느 정도 기여가능성 - 자체 평가 등을 통해 환류 및 개선 노력 	
(가산점) 연계성 및 가치성 반영	최대 3점	<ul style="list-style-type: none"> - 프로그램의 주체, 유형, 내용, 방식 등에서 '지역성' 반영 - 단체-참여기관 관계성 기반으로 동반공연에 대한 합의와 기획·연습·수행 계획 	정성

<표 4-18> 직장문화배달 참여기관 심의기준

심의기준	배점		세부평가내용
사업추진 의지	100	30	- 본 사업에 대한 이해도 - 직장인 대상문화예술 프로그램의 필요성에 대해 인지 - 시설 경영자 및 담당자가 프로그램 진행 시 문화예술단체에 적극적 협조 의지
사업계획 운영여건		30	- 프로그램을 실현하기에 적합한 장소 보유 여부 (온/오프라인) (프로그램 적합성, 공간 개방성, 안전 보호 방안 등)
지원의 기대효과		20	- 프로그램 진행을 통한 효과나 성과에 대한 기대 - 참여직장인 중 장애인, 특수아동, 탈북아동, 다문화 가정 등 문화 소외계층이 포함 여부
우대사항		20	- 외국인 근로자 비율, 장애인 근로자 비율이 높은 직장 - 특수 고용노동자 및 감정노동자 등 근로복지의 사각지대에 놓여있는 직장 - 문화소외지역(낮은 접근성, 기회부재)에 위치한 직장 - 여가친화인증기업, 직원의 복리후생 및 문화예술 교육에 대한 인식이 있는 직장 (예-직장 내 문화 동호회) 사내밴드, 직원 무대 출연 등 프로그램을 적극적 활용할 계획이 있는 직장

□ [사업평가] 비대면 상황에 따른 평가방안 개발 필요

- 현장 모니터링 및 평가(성과평가 연구 용역)시 비대면 상황에 따른 현장 모니터링 및 평가연구 방안 필요
- 사업유형별 특화지표 및 코로나19 상황이 반영된 특화지표가 추가되어야 함

□ [사업관리] 상대적으로 부족한 문화배달사업에서의 네트워크 구축 및 단체간 교류 기회 확보

- 사업 가이드라인 발간
 - 사업목표 및 방향 명시, 사업구조, 트랙별 세부지침을 통한 역할 및 의무 공유, (단계별) 행정절차, 예산운용
 - 단계별·상황별 코로나19 대응지침
 - 유형별 사례 통한 활동 명확성 제공
- 자체평가회 및 활동공유회 확대 시도

※ 배달사업의 경우 컨설팅, 네트워킹 기회 부족, 지역 기반 사업기회가 거의 없어 이러한 기회 제공역할 필요
 ※ 인터뷰 결과 단체뿐만 아니라 참여기관의 협조도가 프로그램의 성패나, 수월한 운영에 큰 영향을 미쳐, 참여기관에 대한 사업취지 공유 및 공감대 형성이 중요

□ [중점 사항] 참여기관과의 적극적인 교류와 참여 의지가 사업의 긍정적 효과로서 산출

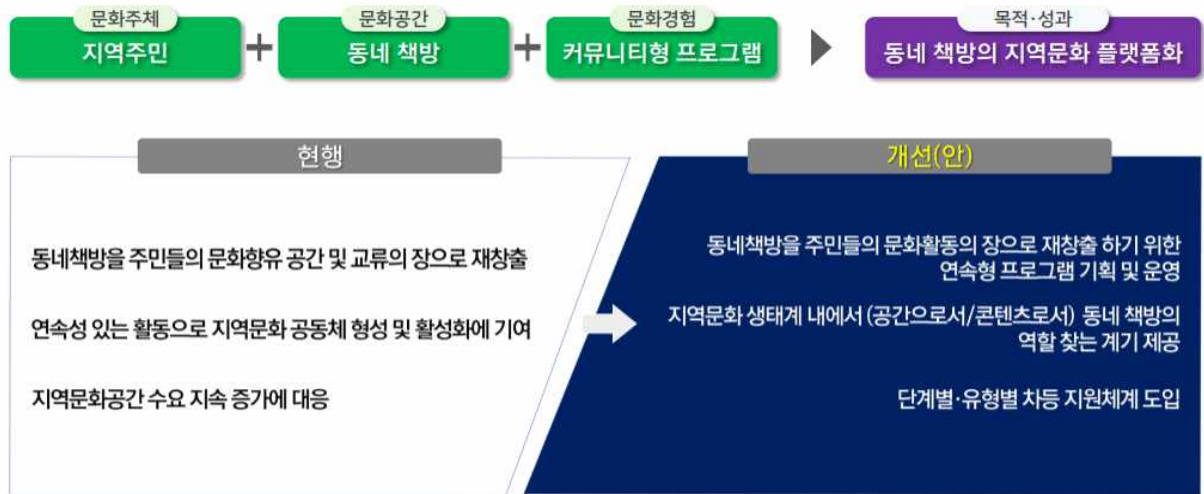
- 비대면 프로그램 전환의 적극적 대응과 활용

※ (사례) 제주밴드 로든(단체)-SAP 코리아(직장) 디지털 언택트 콘서트 협업사례
 - 제주도밴드와 서울 오프라인콘서트를 기획했으나, 코로나 상황으로 인한 디지털언택트 콘서트로 진행→ 커뮤니케이션을 위해 담당자1명만 제주도 출장을 가서 진행했으며 370회가 넘는 조회수를 기록하며 매우 성황리에 진행
 • IT회사로서의 특성을 살려 디지털 이원화 중계로 '디지털힐링콘서트'를 기획하여 사내 문화행사로서 진행 → 직장에서 수동적인 입장을 탈피하고, 같이 해볼만한 거리들을 적극적으로 시도했다는 자체 평가가 있었으며 큰 만족도를 얻었음
 • 해당직장은 앞으로 이러한 작업을 지속적으로 해볼 의지를 획득하는 정성적 효과를 보임

<표 4-19> 시기별 직장문화배달 발전구상

부문	도입내용	단기	장기
주체	명칭 변경	21년 사업 반영	지속
	매칭 절차 변경 (사전 공모 통한 예술단체 풀 구축 선행)	현행 유지 참여기관 선호 외 단체 수요 파악	상호 수요 반영할 수 있는 매칭방안 고안
공모	참여기관 선정 시 연계성 기준 강화	선정 후 파악, 매칭 시 고려	선정 시 파악
내용	참여기관과 예술단체 협의	수시 소통채널	사전협의 의무화 및 회의록 제출(협의결과 공유)
	맞춤형 프로그램 추진	5회 중 1회 맞춤형 프로그램 기획	맞춤형 프로그램 회차 증가 및 연속 기획형 도입 (동일 참여기관 대상 다회차 진행시)
	연간 지원횟수 증가	참여기관 여건 및 프로그램 유형에 따라 다회차 소규모 진행 (영상 콘텐츠 화룡)	
	참여기관 중복지원 허용	일정 비중 시범적 시행	조건부 최장 3년 지원

6) 동네책방 문화사랑방



[그림 4-26] 사업별 세부 발전방안 : 동네책방 문화사랑방

① 기본방향

- 책방이라는 공간을 중심으로 펼쳐지는 다양한 ‘커뮤니티형 문화활동’이 본 사업의 핵심 정체성
 - 동네책방 문화사랑방은 그 이름에 걸맞게 지역의 문화적 주체인 주민들이 활동하는 문화사랑방으로 활용하여, 지역주민들의 문화향유 공간확대 및 교류의 장으로 재창출하도록 함
 - 지역의 특색(소재지 및 책방 특화주제)을 반영한 주민참여형 문화활동을 지원하고 확장하여, 책방 고유의 주제, 테마, 그 해석방식을 반영하는 형태로 콘텐츠 유동성 확보
 - 공모사업·기획 경험이 없는 책방지기와의 사업수행구조에서, 책방지기 기획 역량강화 경험 제공 및 지역 기획자들과의 협업기회 제공
- 지지모임 등 본 사업을 통해 만들어지는 다양한 관계망이 사업 이후에도 지속되는 구조 필요

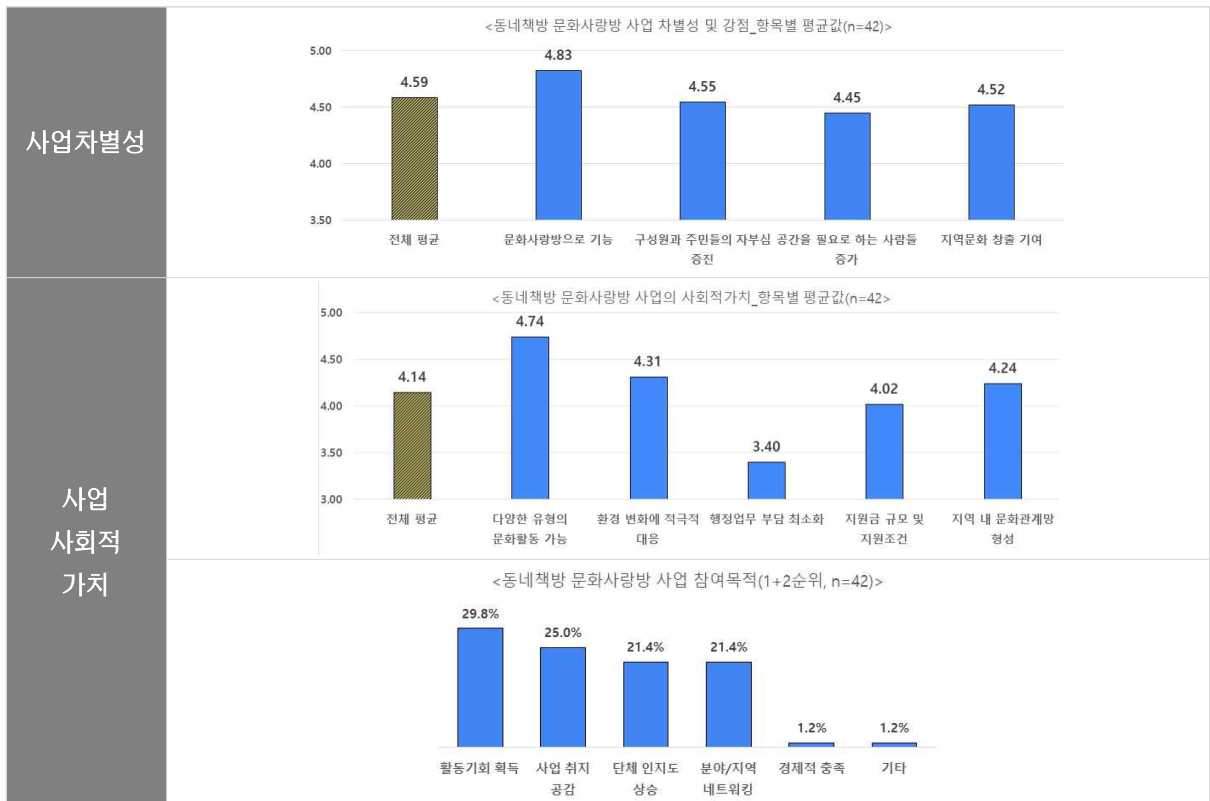
<표 4-20> 발전전략 : 동네책방 문화사랑방

부문	개선방향
주체	<ul style="list-style-type: none"> • 사업 목표 명확화를 통한 차별성 확보 : 책방의 지역문화 플랫폼화 + 지역문화 생태계 내 역할 확립 <ul style="list-style-type: none"> - 플랫폼화 : 책방에서 혹은 책방이 진행되기 때문에 더욱 적절한 주민 문화활동 발굴 - 생태계 구성요인으로 역할 : 지역 아젠다에 대한 문화적 접근 관련 책방의 역할 (인지, 콘텐츠) • 미담 사례 참고해 권장 유형 및 방법 구체화
공모	<ul style="list-style-type: none"> • 발굴형, 협업형, 거점형으로 구분 및 차등 지원 구조 체계 도입 • 발굴-협업-거점 등 3개 유형별 경계가 명확하지 않은 만큼 사업 수행기간 도중 활동 범위 확대 시 이를 인정 및 지원해주는 장치 필요 • 멘토링 프로그램의 커리큘럼 체계화 필요 : 수요 기반 매칭 시스템은 유지하되 컨설팅 내용의 유형 및 범위 사전 조율 필요 • 문화활동 확대와 책방 운영 활성화(경제적 측면) 간 상관관계 증진 기제 도입 필요
내용	<ul style="list-style-type: none"> • 지지모임 운영 방향 및 지향점 구체화 필요 + 평가지표 반영 • 사업 종료 이후에도 지지모임이 유지될 수 있는 사후관리 체계 구축 필수 : 타 지원사업 연계 컨설팅 등 • 출판산업 분야 주체들이 주축이 되는 지역 내/외 협력체계 구축 및 활용

② 사업가치 및 방향에 대한 수요

□ [사업가치] ‘문화사랑방으로의 기능’ 및 ‘다양한 유형의 문화활동 가능’에 가치를 두고 있음

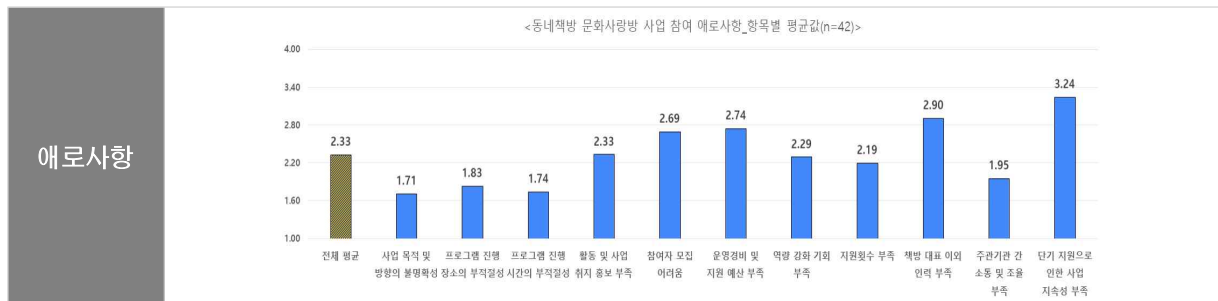
- 참여책방이 생각하는 가장 큰 사업차별성은 주민들이 일상에서 쉽게 들을 수 있는 ‘문화사랑방으로 기능’ 하는 점이며 전반적으로 높은 점수로 나타났음. 사회적 가치로는 ‘다양한 유형의 문화활동이 가능’ 한 점을 1순위로 응답함
- 특히 사회적 가치에서 ‘환경변화에 적극적 대응’ 등 프로그램의 다양성과 유동성에 가치를 두고 있는 것으로 보임



[그림 4-27] 동네책방 문화사랑방 참여자_사업 차별성 및 가치

□ [애로사항] 다년도 또는 사후지원 등 사업으로 생성된 관계망의 지속을 담보하는 지원체계 필요

- 사업 수행 시의 애로사항에 대해 ‘단기 지원으로 인한 사업지속성 부족’ 이 가장 높은 점수로 집계되어, 지지모임 등 본 사업을 통해 만들어지는 다양한 관계망이 사업 이후에 지속될 수 있도록 하는 것이 관건임



[그림 4-28] 동네책방 문화사랑방 참여자_ 애로사항

③ 세부 개선(안)

□ 근린시설에서 행해지는 소규모 교류를 통해 지역 내 공간을 중첩적으로 재해석할 수 있음

- 지역민이 일상적으로, 생활권에서 방문할 수 있는 책방을 문화교류의 장으로 공간 재창출함
- 사업 차별점과 목적달성을 위한 개입과 개선보다 주민들과 함께하는 교류활동 자체의 순수성에 집중, 회차별 연속성 있는 기획 등으로 지역민과 지속적 결합이 가능한 구조 마련

□ 사업 수행체계 '20년 '공동체 형성형' 및 '공동체 활성화형' 투트랙 체제 도입

- 단년도 지원체계에서의 발전 단계 고민
 - (활성화형) 지역성 및 책방 특화주제 및 문화적 가치에 대한 자가탐색, 문화플랫폼 역할
 - (진입형) 지역 문화플랫폼과 지역민과의 지속적 네트워킹 가능성에 대한 실험과 확인
- 필요시 타 책방 및 기획단체와 협력 및 컨소시엄 가능, 소정의 참가비 책정 가능, 대표자 대상 인건비 책정 가능(사업비 30% 한도)
- 활성화형 2년차에 발전형태 세부비전 있을 시 가산점 부여, 우대함

□ [사업운영] 다년 지원을 통해 지역 문화생태계 내 플랫폼 역할 형성

- 단독매장에서 현재 책을 판매하고 있는 동네책방(소매점), 필요시 타 책방 및 기획단체와 협력/컨소시엄 가능
- '밭굴형', '협업형', '거점형' 단체로 구분하고 각 목적에 맞는 지원방식으로의 접근이 필요함
- 지문원 내 타 기획사업과 연계하여 계획수립 시 우대하며, 지역문화진흥원 타 사업과의 연계 등 넓은 범위에서 지역민의 문화적 삶을 제고하기 위한 연계방안 제안 권장

※단년도 지원체계에서의 발전 단계 고민, 지역민과 지속적 결합이 가능한 구조 필요
발전형태는 지역민과의 지속적 결합 및 상생구조를 실현하는 방향

- 세부 심의기준도 유형별 별도 수립하여 실행, 각 사업목표점 명시에 따른 심의기준 정교화가 필요함

<표 4-21> 직장문화배달 심의 평가지표 예시

심의기준	배점	세부평가지표		비고
계획의 충실성 및 수월성 (기준, 책방역량과 차별성)	100	30	<ul style="list-style-type: none"> •사업 취지에 대한 이해로서 지역주민의 참여 유도가능성 •소재지 지역성 및 책방 특화 주제에 대한 고민과 반영정도 •사업 목적이나 주제에 맞는 세부 프로그램 구성 여부(지역여건 적합성 등) •타 사업과의 독창성 및 차별성 •책방의 규모와 설비 등의 적합성 •코로나 등 안전관리 계획의 적절성, 비대면 상황에 대한 대비 적절성 	정성
계획의 실현가능성		30	<ul style="list-style-type: none"> •책방의 유사한 활동 실적 및 기획 운영에 대한 비전의 구체성 •운영조직체계 및 인력 구성의 적절성 •예산계획의 적절성 및 실현가능성 •지역 내 홍보, 마케팅 계획의 구체성 및 실현가능성 	
계획의 성과목표 및 효과성		15	<ul style="list-style-type: none"> 공통 •지역 내 삶과 관련된 고민에 대한 방향성 •지역 내 '문화가 있는 날' 사업의 파급효과 	
	15	<ul style="list-style-type: none"> 공동체 형성형 •프로그램의 창의성 및 실험성에 대한 지역 내 효과 기대치 •향후 사업에 대한 단계별 발전방안 마련 및 정착가능성 공동체 •프로그램의 지속 및 고유 콘텐츠화에 대한 지역 내 효과 		

		활성화형	기대치 •지역 내 사업모델 구축 및 차별화된 협력 체계구축	
문화가 있는 날 인지도 확산 기여도 및 홍보효과	10		•문화가 있는 날 인지도 확산 및 사업에 대한 홍보 전략 적절성 및 실효성 •해당 분야 발전 및 사회적 관심 확산에 어느 정도 기여가능성 •자체 평가 등을 통해 환류 및 개선 노력	정성
가산점	3		•프로그램의 주제, 유형, 내용, 방식 등에서 '지역성' 반영	정성

※심의 시 지역성 및 특화주제 발굴, 지역민 참여에 대한 고민 정도를 중요한 기준으로 판단

- 문화가 있는 날 인지도 확산은 사업별 공통적으로 적용
- 기획경험이 없을 수 있는 책방지기들이 형평성있는 요건에서 심사받을 수 있도록, 기획 운영에 대한 비전의 구체성과 가능성에 중점을 두도록 함

- 운영형태는 지역의 특색을 반영한 주민참여형 문화활동을 지원 책방이 자율적으로 구성하고 매월 마지막 문화가 있는 날 주간 프로그램을 수행함
- 코로나19 예방을 위한 지자체별 거리두기 단계 및 지침에 따라 필요시 생활방역 및 인원통제가 가능한 장소에서 실시하여야 하며, 지역별 코로나 격상에 따라 활동시기 조율, 문화가 있는 날 이외 운영이 가능하도록 함

□ [사업관리] 다양한 형태의 과정 결과물 제작 지원(전자책, 문서, 동영상, 사진집)

- 20년 사업과 마찬가지로 e-나라도움 사용교육, 실시간 단체 채팅방 통한 사업운영사례 공유, 온라인 커뮤니티 참여제공 지속하도록 함
 - 실무공통연수, e나라도움 사용 추가교육, 1회차 운영직후 시범정산 검토

※ '20년 전체 단체가 참여하는 카톡방 사용에 대한 긍정적 평가 다수

- (인터뷰) 코로나 상황임에도 네트워킹 및 교류 발생, 유용한 아이디어의 공유에 대한 유용도 높았음

- 사업 가이드라인 발간
 - 사업목표 및 방향 명시, 사업구조, 트랙별 세부지침을 통한 역할 및 의무 공유, (단계별) 행정절차, 예산운용
 - 단계별·상황별 코로나19 대응지침
 - 유형별 사례 통한 활동 명확성 제공
- 자체평가회 및 활동공유회 실시

※ '20년 리포트, 역량강화교육, 책방별 상호멘토링 또는 네트워크 기반 활동공유회 부재

대면간담회를 대체한 실시한 온라인 소통방 개설에서 지문원과의 소통에 대해서는 매우 긍정적 반응이었으나, 수동적 정보공유라는 한계

- 서면 및 대면 간담회 및 전문가 멘토링
- 성과사례집 제작 및 공유
- 타 기획사업 대비 적극적인 홍보 및 콘텐츠 생산 → 규모 축소로 인한 사례 발굴 및 정성적 효과 홍보전략으로써 추진
 - 한국서점조합연합회, 동네책방 네트워크, 동네책방지도 등 유관단체 대상 홍보 및 협조공문, 누리집 게시,SNS홍보

- 동네책방 특색 반영한 잡지형식 이야기집 배포(2화)
- 동네서점 아카이빙 플랫폼 '동네서점' 협력 웹지도 등록, 전용 명판 제작 및 배포(42곳)
- 한국문화예술위원회 협력 문화누리카드 가맹점 신규 등록(5곳)
- 문화가 있는 날 웹드라마 기획제작 송출(1회), 문날 도깨비책방 연계 홍보(1회), 지문원 채널 활용한 기획취재물

□ [중점사항] 사업 세부구분 및 차등지원 구조, 필요시 연속 지원구조 도입

- 프로그램 수행의 전체 단계에서 지속적으로 지역민과 결합하는 구조 마련하고, 지역민은 단순한 수혜자가 아니라 창작자로 정체성 획득
- 다만 연속지원은 최대 3년으로 제한하고, 책방을 포함한 생활권 내 민간상업공간의 활용 및 확장가능성을 검토하여, 동네(도보권) 내 소규모 문화프로그램으로 포지셔닝하는 것이 제안됨

※ (타사업 사례) 인천시 '천개의 문화오아시스 사업 : 민간 및 공공의 문화공간/유휴공간을 시민의 일상 속 문화활동 공간으로 조성
 (신청대상) 기존 공간 및 신규 공간
 1) 문화공간을 보유(운영)하고 있으며, 그 공간을 지역과 공유·개방할 의지가 있는 민간단체 및 개인
 2) 공공기관의 유휴공간(지하철 역사, 지하보도, 공공청사 등)의 사용허가를 받아 문화공간으로 운영할 의지가 있는 민간단체 및 개인
 3) 2018년, 2019년 천개의 문화 오아시스 조성사업 지원을 받은 문화공간
 (지원내용) 문화예술 프로그램 경비(최대 1천5백만원 이내), 공간수선비, 운영프로그램, 홍보지원
 → 생활문화공간 외 유휴공간, 서점, 꽃집, 공방, 카페 등 상업시설 공간을 문화공간으로 활용 중
 → 지역문화진흥원 유휴공간 문화재생 활성화사업 등과 연계 가능)

□ [중점사항] 코로나 상황에서의 공간특화사업의 '지역문화'해석

- 지역문화 공간을 '인적교류'로 적극 해석하여, 이 목적에 맞는 모임에 준한 활동 수용하고, 온라인기반 공동체 허용하도록 함
- 온라인 화상모임, 비대면 방식 전환 및 활성화 방안을 모색하고, 활동에 수반되는 체험비, 화상서비스 이용료, 촬영장비 임차료 등으로 유동적 운용 필요

※ '20년 일정조율, 소규모 다회 활동 등 시국에 대응해 행사를 진행하는 방안을 모색한 경험 획득
 모임별 결속에서의 성과를 언급한 사례들이 있었음(인터뷰)

<표 4-22> 시기별 동네책방 문화사랑방 발전구상

부문	도입내용	단기	장기
주체	사업목표 명확화	21년 사업 반영	지속
	미담사례 참고한 방법 구체화	21년 사업 반영	기획사업 통합 지침 발간 시 삽입
공모	발굴형, 협업형, 거점형 차등지원구조	21년 사업 반영	지속 및 사업 보안을 통한 정교화
내용	멘토링 프로그램의 커리큘럼 체계화	전문가 컨설팅	담임제 멘토링 타 지원사업 연계
	문화활동을 통한 책방 운영 활성화	미담사례 축적	기획사업 통합 지침 발간 시 삽입 사업효과로 활용
	지지모임 운영 및 지향점 설정	지지모임 형성 및 기반마련	지지모임 활성화, 평가지표 반영
	지역 내 출판 네트워크	기존 네트워크 활용 결속강화	네트워크 간 결속강화 계기 마련 (네트워크 파티 등)
관리	사업 전단계에 대한 종합지침 개발	20년 시기별 대응지침의 보완·취합	기획사업 통합 (공통부문/개별사업 부분)

3. 사업 활성화 전략

1) 비대면 운영 활성화 계획

□ 위드 코로나 시대 도래, 비대면 콘텐츠는 대안이 아닌 새로운 유형의 등장으로, 비대면 대상의 업무체계 마련

○ 코로나19가 일상이 되는 국면에 이르면서 변화된 시대에 함께 변화해야 하는 문화 플랫폼으로서 체계적인 발굴 및 확대의 기반 구축이 필요함

1) 운영지침 마련, 2) 비대면 프로그램 제작 및 운영지원, 3) 통합 플랫폼 구축 및 운영, 4) 평가지표 조정 및 적용안 등 기관 및 참여자 양측의 입장에서 운영할 수 있는 상세한 가이드가 필요함



[그림 4-29] 비대면 운영 활성화 계획

□ 비대면 상황에 따른 현장 모니터링 및 평가연구 방안 연구

○ 비대면 상황, 또는 대면 및 비대면이 병행되는 사업운영 상에서의 평가방식과 주체, 평가지표와 내용, 성과결과 도출 방식 등에 대한 고민이 필요하며, 기존 연차별로 진행해 오던 성과평가 결과값과의 비교가능성을 위해 기본적 항목들은 유지하고 비대면과 관련한 항목들을 추가로 신설하는 방식으로 진행

○ 기존 기획사업이라는 타이틀 아래 하나로 묶여 있던 6개의 사업이 사업고도화에 따라 각자의 방향성과 목표, 이에 따른 사업구조의 개편은 사업의 유형적 특성에 맞는 성과와 효과를 측정할 수 있도록 특화지표 개발이 필요할 것임

○ 사업에 따라서는 타 사업과 비교하여 정량적 수치가 미미할 수밖에 없는 사업이 존재하기 때문에 계획대비 실현, 협조도, 운영능력, 사업특성에 따른 효과 등 수행 적극성과 가치적 결과를 조사하거나, 정성지표의 정량화 개발이 필요함

○ 단체 심의위원의 현장평가 전문위원 참여 비중을 상향하여 일관되고 연속적인 환류 및 단체의 성장에 대한 파악이 가능하도록 함

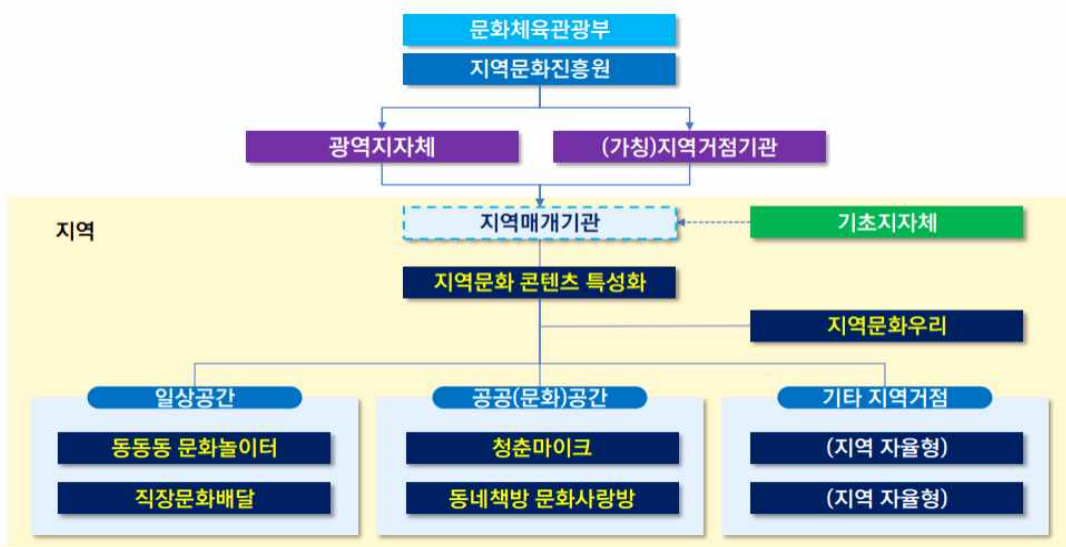
2) 추진체계 변경계획(안)

□ 진정한 지역 주도형 문화생태계를 구축하기 위해 추진체계 재편 고려

- 앞서 제시했듯 ‘문화가 있는 날’ 과 ‘문화가 있는 날 기획사업’ 을 구분하는 핵심 요소 중 하나는 ‘지역’ 인만큼 사업의 세부 내용을 기획하고 추진하는 주체는 정부가 아닌 개별 지역이어야 함
- 즉 수요자 중심의 정책사업을 의미하는 것으로, 지역 내 민간단체, 공공기관, 개인단위의 문화인력, 주민들이 모여 지역주도형 생태계를 구축할 수 있도록 다양한 이해관계자와 협업하여 양질의 지역콘텐츠를 만들고 그 효과를 확산시킬 수 있도록 해야 함
- 이때의 효과는 행사 수나 참여자 수 등의 정량적 수치뿐만이 아니라 생활여건에 대한 긍정적 영향, 일자리 창출 등 지역 내 경제 활성화 및 현안 해결에 대한 긍정적 영향의 형태로 나타나야 할 것임

□ 문화분권의 완성은 ‘중앙정부-중간지원기관-지역’ 연계 체제의 활성화

- 문화분권, 문화자치 등 최근 뜨거운 감자로 부상한 이러한 용어들은 ‘지역이 사업추진의 주체가 되어야 한다’ 는 정책적 흐름이 담긴 개념이지만, 이것이 곧 ‘중앙의 기능 전부를 지역으로 이양한다’ 를 가리키는 것은 아님. 즉, 정책사업의 궁극적 목적 달성은 ‘기존 정부 기능의 무조건적 지방이양’ 이 아닌 ‘정부와 지역 간 세밀한 역할 분담 및 협조체계 구축’ 을 통해 가능함
- 문화가 있는 날 사업은 전 국민을 대상으로 하는 국가사업으로, 사업의 세부 내용을 디자인하고 추진하는 것은 각각의 지역이 해야 할 영역이 맞지만, ①큰 틀에서 정책의 방향성을 설계 및 유지하는 것, ②성과관리 체계를 구축하고 공통기준에 의거해 정기 사업평가를 실시하는 것 등은 중앙 차원에서 관리하는 것이 타당함
- 특히 정부와 지역 간 소통을 원활히 하고 정책사업(문화가 있는 날 기획사업)에 대한 전문적 운영·관리를 위해서는 중간지원기관(지역문화진흥원)의 존재가 반드시 필요함
- 요컨대 ‘정부-중간지원기관-지역’ 간 유연한 협력체제는 사업의 정체성(방향성) 유지와 지역별 맞춤형 사업추진을 동시에 가능케 하며, 이는 결국 사업추진 효과의 극대화로 귀결될 수 있을 것임



[그림 4-30] 문화가 있는 날 기획사업 추진체계 재편(안)

4. 단계별 로드맵

단·중·장기 단계별 목표 및 주력사항을 설계함으로써 문화가 있는 날 기획사업의 효과적·효율적 발전 도모



□ [단기] 신규 방향성에 부합하는 프로그램 기획에 집중하는 시기 (2021)

- 본 연구를 통해 새롭게 설정된 기획사업의 방향성을 구현하기 위한 최적의 프로그램 구성을 기획 및 검증하는 시기로, 핵심 키워드는 ‘문화안전망’ 임
- 사업 추진 시 주안점은 코로나19 장기화로 인한 국민 인식 변화 및 라이프스타일 변화에 기민하게 대응해야 한다는 점, 문화예술의 사회적 가치 및 효과를 구체화할 수 있어야 한다는 점, 실용적 측정 및 평가체계를 마련해야 한다는 점임
- 이 시기의 기대효과는 ‘사업 참여자들의 문화권 증진’이며, 재정립된 방향에 부합하는 형태의 주체성을 키울 수 있도록 함

□ [중기] 사업별 정체성 및 사업 간 관계성 확립 시기 (2022~2023)

- 사업별 정체성을 강화하고 사업 간의 관계를 구체화 하는 시기로 핵심 키워드는 ‘문화관계망’, 즉 단기에 형성된 각각의 점들을 이어나가는 것임
- 주안점은 사업별 네트워크 확대 및 다양화, 네트워크 기반의 협력사업 확대, 통합 플랫폼 운영 활성화 및 인지도 제고이며, 전부 ‘관계’ 확장 및 다양화를 목표로 추진되는 사항임

□ [장기] 지역 주도형 사업 추진구조 마련 시기 (2024~2025)

- 지역 주도형 사업 추진구조 마련 시기로 ‘지역문화 생태계’ 구축을 핵심 키워드로 함
- 주안점은 단위사업별 계획이 아닌 지역별 계획 수립, 연 단위 계획이 아닌 프로젝트 단위 계획, 광역 주도형 사업으로의 전환 가능성 타진 등이 있으며, 이 기간의 기대효과는 ‘진정한 문화분권 실현’ 이자 ‘지역성의 회복’ 임

참고문헌

연구보고서

- 문화체육관광부(2020), 「국민문화예술활동조사」.
- 문화체육관광부(2018), 「예술향유정책 현황 및 개발 방안 연구」
- 문화체육관광부(2019), 「제2차 지역문화진흥기본계획 수립 및 평가연구」
- 삼정KPMG 경제연구원(2020.5.), 「COVID-19 Business Report:코로나19에 따른 산업별 영향 분석」
- 손경년(2018.2), 「[기획연재4] 다시 지역문화진흥을 위하여」, 지역문화진흥원 홈페이지
- 서울시(2020), 2025서울예술인플랜수립 1차토론회 자료집
- 신혜선(2020) '포스트코로나 시대: 해외 문화예술 지원조직의 대응 사례' 발제문 참고 작성
- 오정은(2020), 「[판데믹과 문화정책]영역과 절차의 한계, 지역 편차의 아쉬움에도 불구하고」 칼럼 참고
- 양혜원, 김면, 차민경 외(2020), 「코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책대응방안」
- 양혜원(2015), 「문화가 있는 날 제도적 개선방안 연구」, 한국문화관광연구원,
- 이노션월드와이드(2020), 2020 이노션 트렌드 리포트, '바이러스 트렌드 빅데이터 분석 보고서
- 이은환(2020), 「코로나19세대, 정신건강 안녕한가!」, 경기연구원 이슈&진단 제414호
- 임학순(2020),「포스트코로나 시대의 문화뉴딜 정책토론회」(2020.06.29.) 발제문'
- 예술경영지원센터(2020.5.), 「코로나19에 의한 공연예술분야 피해현황 조사 보고서」
- 예술경영지원센터(2020.11.01), '더아프로 포커스-공연예술 영상의 진화; 영국을 중심으로'
- 지역문화진흥원(2018), 「근로시간 단축에 따른 문화생활 변화 실태조사」,
- 지역문화진흥원(2019), 2019 문화가 있는 날 성과평가 및 이용자 분석 연구'
- 최미애(2019), 「문화관광 활성화를 위한 지역문화예술자원 활용방안 연구」.
- 최보연(2016), 「주요국 문화예술정책 최근 동향과 행정체계 분석연구」,한국문화관광연구원.
- 통계청(2019), 「2019 사회조사 결과」
- 한국문화관광연구원, 「2020 월간 문화체육관광경제지표-11월호」
- 한국문화관광연구원(2020), 「포스트 코로나 시대 문화예술·관광·콘텐츠 분야 정책성과와 전망에 관한 설문조사」
- 한국문화관광연구원(2020), 「코로나19가 문화예술분야에 가져온 영향 및 정책대응방안에 대한 문화재단 설문조사」,
- 한국청소년활동진흥원(2020), '포스트 코로나 가장 소중한 가치' 조사
- Joshua Guetzkow(2002), 「How the arts impact communities」, Centre for Arts and Cultural Policy Studies.

주요 업무계획 및 법규

- 「문화기본법」(2016. 10월 개정)
- 「지역문화진흥법」
- 「문화예술진흥법」
- 관계부처 합동(2020.9.9.), '코로나 일상 속 비대면 예술 지원방안'
- 문화체육관광부(2020), '지역문화정책관 소관 2020 예산 총괄표(상세)'
- 문화체육관광부(2018), 문화비전2030
- 문화체육관광부(2018), 새예술정책

- 문화체육관광부(2020), 제2차 지역문화진흥기본계획(2020~2024)
- 국가균형발전위원회(2019), 제4차 국가균형발전 5개년계획(2018~2022)

웹사이트

- 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>)
- 국고보조금통합관리시스템 e나라도움 (<https://www.gosims.go.kr/>)
- 경기문화재단 누리집 (<https://www.ggcf.kr/archives/126374>)
- 더페스티벌(<https://www.thefestival.co.kr>)
- 문화가 있는 날 누리집(<https://www.culture.go.kr/wday/cultureDay/>)
- 문화체육관광부 해외문화홍보원 해외정책동향(2020.07.13.), '[미국] (워싱턴) 7월 주재국 문화예술 등 동향 보고'
- 문화체육관광부(20.12.2 보도자료), 2021년도 문체부 예산 6조 8,637억 원으로 확정.
- 문화체육관광부(20.4.14 보도자료), "원격수업에서 활용하세요"...국립 박물관·미술관 콘텐츠 무상 지원
- 문화체육관광부(20.05.15 보도자료), '문화예술 코로나19 지원' 누리집에서 맞춤형 지원 대책 찾으세요
- 문화체육관광부(20.12.2 보도자료), '2021년도 문체부 예산 6조 8,637억 원으로 확정'.
- 싱가포르예술위원회 (<https://www.nac.gov.sg/whatwedo/support/sustaining-the-arts-during-covid-19>)
- 아트체인지업 누리집(<https://artson.arko.or.kr/>)
- 유럽 연합 '창의 연합(Creatives Unite) 홈페이지: <https://creativesunite.eu/>
- 주 제네바 대한민국 대표부 홈페이지(<http://overseas.mofa.go.kr/ch-geneva-ko/index.do>)
- 질병관리청 누리집, 정책정보 '감염병위기대응' (<http://www.cdc.go.kr>)
- 질병관리청 코로나바이러스감염증-19(COVID-19) 누리집, (<http://ncov.mohw.go.kr/>)
- 프랑스 관광청(<https://kr.france.fr/ko/news/list/culture-a-la-maison>)
- 한국문화예술위원회, 아트누리(<https://artnuri.or.kr/>),
- 베를린 얼라이브 Berlin (a)live (<https://www.berlinalive.de/>)
- 베를린 필하모닉 디지털 콘서트홀(<https://www.digitalconcerthall.com/>)
- 뉴욕 메트로폴리탄 오페라 라이브 공연시리즈 'Live in HD'(<https://www.metopera.org/>)
- 브로드웨이 뮤지컬 스트리밍 사이트 'Broadway HD' (<https://www.broadwayhd.com/>)
- 영국 국립극장 생중계 'NT live'(<https://www.ntlive.com/>)
- 영국 Digital Theatre (<https://www.digitaltheatre.com/>)

보도자료 및 기사

- 기초과학연구원-대덕넷 공동주최 특별강연(2020.06.30.), '포스트 코로나, 로컬에서 미래 그린다'
- 경상일보(2020.10.05.), '우리동네 공공미술 프로젝트 공모사업' 선정팀 공개 후 거센 후폭풍
- 김준영(2018.12.) '영국의 '디지털 시어터(Digital Theatre)'와 창작진들의 고민', ILOVESTAGE, 뉴스와 이벤트.
- 뉴데일리(2020.10.07.), '코로나 폭탄'에 매출 급감.. 공연·미술계 2646억 피해'
- 대한무역투자진흥공사 경제·무역 뉴스(2020.05.07.) "美 정부 코로나19 지원책 'CARES Act'"
- 대한민국정책브리핑, '코로나19 경제대책'(최종 수정일 : 2021.01.06.)

- 동아일보(2021.01.20.), '홍천 '공공미술 프로젝트' 둘러싸고 참여 작가 갈등'
- 동아일보(2020.7.9.), '코로나만큼 무서운 '코로나 블루'
- 문화체육관광부(2020.12.9. 보도자료), '생활권 내 여가생활과 비대면 문화 활동 증가'
- 박경동(2020.05.25), '[호외: 판데믹과 문화정책] 코로나19 대응 문화정책에 대한 비판적 검토', 문화정책리뷰
- 서울문화투데이(2020.11.19.), '특별기획연재5-코로나시대 해외 문화예술 현장 상황과 정책 방향'
- 서울신문(2020.9.23), '약자에게 떠넘기는 코로나 시대의 혐오.'
- 울산매일(2020.10.12.), '공공미술은 누구를 위한 것이며 누구에 의해 진행돼야 하나'
- 유네스코 아태무형유산센터(icpcap)(2020.06.04.), '유네스코, 무형유산과 코로나19 관련 플랫폼 오픈'
- 조선비즈(2020.8.20.), '극심한 피로감에 망상증도... "끝날때까지 끝난 게 아닌 코로나19 후유증"
- 중부일보(2020.10.28.) '부천시 공공미술 공모전 전반적 부실...피해작가 더 있다'
- 한국국제문화교류진흥원(2020.3.23.), 문화소식 '코로나19 위기 속 독일 문화예술계 지원정책.'
- 한국국제문화교류진흥원(2020.7.24.), 문화소식 '독일 연방정부 총 10억 유로 문화 지원정책 패키지 발표'
- 한국국제문화교류진흥원(2020.8.31.), 문화소식 '코로나19에 따른 대만의 문화 활성화 정책.'
- 한국문화예술위원회 보도자료(2020.05.08.), 코로나 충격, 문화예술인 긴급지원 스타트
- 한국콘텐츠진흥원(20.09.11, 보도자료), '콘진원, 코로나19로 취약해진 방송영상산업 프리랜서 긴급지원'
- Arte 365(2020.11.09.), '지속가능한 시대를 위한 교육-새로운 교육 패러다임을 구축하는 유네스코'
- KBS 뉴스(2020.11.30.), "'코로나19 확진됐다고 퇴사 종용"...치료 후에도 차별과의 싸움'

해외자료

- Adam Schiff(미 하원의원 의정보고), 'Mixed Earner Pandemic Unemployment Assistance Act'
- ENCATC(2020.03.12.) "ENCATC Solidarity Statement on COVID-19"
- ENCATC(2020.04.28.) "Now Europe needs culture and culture needs Europe"
- ICOM(2020), 「Report_Museums and COVID-19」 국문번역.
- ILO(2020), 「YOUTH & COVID-19: IMPACTS ON JOBS, EDUCATION, RIGHTS AND MENTAL WELL-BEING」.
- ILO(2020), 「ILO Standards and COVID-19(coronavirus)」.
- OECD ICOM Webinar(2020.04.10.), '코로나 19와 뮤지엄: 영향과 혁신, 그리고 위기 이후의 계획'
- The Rebel Lounge(2020.07.22.) "SAVE OUR STAGES ACT INTRODUCED IN SENATE BY CORNYN AND KLOBUCHAR"

부록

1. 참여자 설문지
2. 이용자 설문지
3. 좌담회 주요 내용

1. 참여자 설문지

「2020 문화가 있는 날 기획사업 – 청춘마이크」 참여자 설문조사(예술단체)

안녕하세요. 본 설문은 '문화가 있는 날 기획사업'의 발전방안 모색을 위한 것으로, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않습니다. 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

* 응답자 개인이 아닌 사업에 참여 중인 단체의 활동을 기준으로 작성해주시기 바랍니다.

A. 기본정보

단체명	응답자							
사업수행 지역	① 서울 ⑧ 세종	② 인천 ⑨ 경기	③ 부산 ⑩ 강원	④ 광주 ⑪ 충청	⑤ 대구 ⑫ 전라	⑥ 대전 ⑬ 경상	⑦ 울산 ⑭ 제주	
단체 구성원	① 10대 (명) ④ 40대 (명)		② 20대 (명) ⑤ 50대 이상 (명)		③ 30대 (명)			
단체 활동경력	① 1년 미만		② 1~3년 미만		③ 3~5년 미만		④ 5~10년 미만	⑤ 10년 이상
단체 주요 활동지역	① 서울 ⑧ 세종	② 인천 ⑨ 경기	③ 부산 ⑩ 강원	④ 광주 ⑪ 충청	⑤ 대구 ⑫ 전라	⑥ 대전 ⑬ 경상	⑦ 울산 ⑭ 제주	
단체 연평균수입	① 5백만원 미만 ⑤ 3천~4천만원 미만		② 5백~1천만원 미만 ⑥ 4천~5천만원 미만		③ 1천~2천만원 미만 ⑦ 5천~6천만원 미만		④ 2천~3천만원 미만 ⑧ 6천만원 이상	

B. 지원사업 참여경험

□ 아래의 각 지원사업에 대해 귀 단체가 2020년 이전에 참여한 경험을 모두 적어주십시오.

사업	참여경험					
청춘마이크	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
지역문화우리	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
지역문화 콘텐츠 특성화	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
동동동 문화놀이터	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
직장문화배달	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
동네책방 문화사랑방	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				

C. 사업 참여형태

C-1. 귀 단체가 본 사업에 참여한 목적은 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 사업 취지에 공감해서 ② 활동기회를 얻기 위해 ③ 단체 인지도를 높이기 위해
④ 경제적 충격을 위해 ⑤ 분야/지역 네트워킹을 위해 ⑥ 기타()

C-2. 본 사업에 관한 첫 정보는 어떤 채널을 통해 얻으셨습니까?

- ① 주변 소개 ② 홈페이지 공고 ③ SNS
④ 해당 분야 커뮤니티 ⑤ 거리 홍보 ⑥ 기타()

D. 사업 참여만족도

□ 사업에 참여하면서 **느끼셨던 점**이 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 문화가 있는 날 취지에 부합하는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 다른 지원사업과는 차별화되는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 청년예술가의 활동기회 확보에 효과적 사업이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-4. 국민 문화예술 향유경험 확대에 효과적 사업이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-5. 사업의 목표와 방향에 충분히 동의한다.	①	②	③	④	⑤
D-6. 지원 내용과 방식이 합리적이고 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-7. 사업 운영일정 및 절차가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 지원금 규모가 적절하다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
D-9. 주관기관과의 소통체계가 잘 갖춰져 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 사업 홍보가 충분히 잘 이루어지고 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-11. 향후 다른 사업보다 본 사업에 더욱더 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

E. 사업 참여결과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 느낀 **어려운 점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
E-1. 사업 목적 및 방향의 불명확성	①	②	③	④	⑤
E-2. 프로그램 진행 장소의 부적절성(현장여건 등)	①	②	③	④	⑤
E-3. 관객 반응에 대한 부담감	①	②	③	④	⑤
E-4. 주관단체와의 소통 및 조율의 어려움(일정, 프로그램 등)	①	②	③	④	⑤
E-5. 지원 예산의 규모	①	②	③	④	⑤
E-6. 주관단체 및 지문원측 홍보 부족	①	②	③	④	⑤
E-7. 예술단체 간 네트워킹 기회 부족	①	②	③	④	⑤
E-8. 복잡한 행정 절차	①	②	③	④	⑤
E-9. 기타()	①	②	③	④	⑤

F. 사업 참여효과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 얻은 **실질적 효과**는 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
F-1. 청년예술가로서 어떻게 나아가야 할지 보다 명확해졌다.	①	②	③	④	⑤
F-2. 구성원들이 예술가로서 자신감을 얻는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-3. 사업 추진역량(공연, 기획 등)을 강화하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-4. 구성원 간 결속력을 다지는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-5. 단체에 대한 대중적 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-6. 단체에 대한 문화예술계 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-7. 사업 이후의 활동기회를 확보하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-8. 문화 분야 공공 행정기관과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-9. 관객/팬과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-10. 예술단체들과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤

G. 코로나19 대응

G-1. <청춘마이크>는 올해 코로나19 사태의 장기화 속에서 비대면공연으로 공연 형태를 변경하여 운영 하였습니다. 이러한 **대응에 대해 어떻게 생각하십니까?**

- ① 매우 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. ☞ G-1-1. 문항으로 이동
- ② 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. ☞ G-1-1. 문항으로 이동
- ③ 잘 모르겠다. ☞ G-2. 문항으로 이동
- ④ 적절한 대응이라고 생각한다. ☞ G-2. 문항으로 이동
- ⑤ 매우 적절한 대응이라고 생각한다. ☞ G-2. 문항으로 이동

G-1-1. 대응이 **적절하지 않다**고 생각하시는 이유가 무엇입니까? (모두 선택)

- ① 대응방안은 적절했으나 결정 시점(혹은 시행 시점)이 너무 늦었기 때문에
- ② 비대면 콘텐츠 제작 여건이 갖추어져 있지 않은 상황임에도 이에 대한 적절한 조치가 병행되지 않았기 때문에
- ③ 비대면 공연은 예술적 감동을 전달하는 데 한계가 있는 형태이기 때문에.
- ④ 비대면 콘텐츠를 제작하더라도 사람들이 이를 접하게 할 구체적 전략이 제시되지 않았기 때문에.
- ⑤ 비대면 공연은 청년예술가가 성장하는 데 효과적이지 않기 때문에
- ⑥ 비대면 공연 외 더 적절한 대응방법이 있다고 생각하기 때문에
- ⑦ 기타()

G-2. 올해 사업에 참여하며 추진한 **공연횟수**를 적어주십시오.

공연형태	운영횟수
G-2-1. 총 운영횟수	() 회
G-2-2. 대면 운영횟수	() 회
G-2-3. 비대면 운영횟수	() 회

G-3. 귀 단체의 **주요 비대면 운영전략**은 무엇이었습니까?

ex) 온라인 영상 촬영 후 유튜브 업로드

G-4. **비대면 운영에 따른 성과**는 무엇입니까?

ex) 영상 2개 제작, 시청자수 121명, 댓글수 21개

G-5. 비대면 운영을 진행하면서 느낀 **애로사항**이 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 콘텐츠 기획 및 구성의 어려움이 있었음
- ② 무관객 공연에 대한 어색함 및 부담감이 있었음
- ③ 주관단체와의 소통 및 조율 어려움이 있었음 (일정, 프로그램 등)
- ④ 제작 콘텐츠의 복제 및 저작권 침해 우려가 있었음
- ⑤ 영상촬영 및 편집 기술이 부족했음
- ⑥ 제작한 콘텐츠를 업로드할 적절한 플랫폼이 부재했음
- ⑦ 행정 절차가 복잡했음(사업계획서 재수립 및 승인 등)
- ⑧ 기타()
- ⑨ 애로사항 없음

H. 사업가치(사업추진에 따른 핵심효과)

<청춘마이크> 사업이 운영됨으로써 기여하는 **사회적 역할**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-1. 주민 문화예술 향유경험 확대에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
H-2. 주민 문화예술 장르 다양성 경험 확대에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
H-3. 지역 문화예술공연 활성화에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
H-4. 지역 내 새로운 문화공간을 발굴한다.	①	②	③	④	⑤
H-5. 지역 내 청년예술가들의 성장과 교류기반을 마련한다.	①	②	③	④	⑤
H-6. 청년예술가로서 성장기회를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
H-7. 청년예술가 경제적 기반 마련에 기여한다. (고정 수입 증가, 섭외 확대 등)	①	②	③	④	⑤
H-8. 청년예술가 활동지역 범위 확대에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
H-9. 청년예술가 인지도 향상에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
H-10. 청년예술가, 주관단체 등 문화예술 네트워크를 강화시킨다.	①	②	③	④	⑤
H-11. 기타()	①	②	③	④	⑤

다른 지원사업과 비교할 때 <청춘마이크> 사업의 **차별성 및 강점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-12. 예술 활동 및 공연 운영에만 집중할 수 있는 환경	①	②	③	④	⑤
H-13. 환경 변화(천재지변 발생, 감염증 확산 등)에 대한 적극적 대응	①	②	③	④	⑤
H-14. 청년예술가로 성장하는데 실질적 도움	①	②	③	④	⑤
H-15. 행정 업무(정산 등)에 대한 부담 최소화	①	②	③	④	⑤
H-16. 지원금 규모 및 지원횟수	①	②	③	④	⑤
H-17. 다양한 청년예술가들과의 교류 기회	①	②	③	④	⑤
H-18. 기타()	①	②	③	④	⑤

I. 포스트 코로나

I-1. 포스트 코로나 시대에 <청춘마이크> 사업은 어떤 형태로 추진되는 것이 가장 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 공연예술은 현장에서 관객과 교감하는 것이 중요하므로, 지금처럼 최대한 대면 공연 형태로 추진해야 한다.
- ② 공연예술의 본질인 현장성은 유지하되, 방역 차원에서 소규모 공연 형태로 최대한 전환해야 한다.
- ③ 비대면 공연예술 시장의 폭발적 성장에 발맞춰 청마 역시 온라인 공연을 장려하는 방향으로 추진되어야 한다.
- ④ 시의성에 따라 청년예술가의 주체성을 발휘할 수 있도록 자율기획형 공연이 확대되어야 한다.
- ⑤ 기타()

I-2. 올해처럼 대면 운영과 비대면 운영이 병행될 경우 가장 시급하게 개선되어야 할 사항이 무엇입니까?

(1순위: , 2순위:)

- ① 프로그램 포맷 변화에 따른 연간 운영횟수 조정
- ② 문화가 있는 날 확대를 통한 공연 가능일 확대
- ③ 대면-비대면 변경 시 행정 절차 간소화
- ④ 온라인 콘텐츠 제작 관련 기술지원 제공
- ⑤ 온라인 콘텐츠 홍보/유통 플랫폼 제공
- ⑥ 온라인 공연 추진 관련 참여단체 간 협업 기회 확대
- ⑦ 기타()

I-3. 포스트 코로나 시대 사업추진 방향 및 해결과제에 대한 귀하의 생각을 자유롭게 적어주십시오.

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름		연락처	
----	--	-----	--

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 청춘마이크」 참여자 설문조사(주관단체)

안녕하세요. 본 설문은 '문화가 있는 날 기획사업'의 발전방안 모색을 위한 것으로, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않습니다. 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

A. 기본정보

단체명	응답자							
사업수행 지역	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산	
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주	
단체 업력	① 1년 미만		② 1~3년 미만		③ 3~5년 미만		④ 5~10년 미만	⑤ 10년 이상
단체 주요 업무	()							

B. 사업 참여형태

B-1. 귀 단체가 본 사업에 **참여한 목적**은 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 사업 취지에 공감해서 ② 단체 인지도를 높이기 위해 ③ 그 간의 활동과 연관성이 높아서
 ④ 단체의 사회적 역할 수행을 위해 ⑤ 분야/지역 네트워킹을 위해 ⑥ 기타()

B-2. 본 사업에 관한 첫 정보는 어떤 채널을 통해 얻으셨습니까?

- ① 주변 소개 ② 홈페이지 공고 ③ SNS
 ④ 해당 분야 커뮤니티 ⑤ 거리 홍보 ⑥ 기타()

C. 사업 참여만족도

□ 사업에 참여하면서 **느끼셨던 점**이 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
C-1. 문화가 있는 날 취지에 부합하는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
C-2. 다른 지원사업과는 차별화되는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
C-3. 청년예술가 활동기회 확보에 효과적 사업이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
C-4. 국민 문화예술 향유경험 확대에 효과적 사업이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
C-5. 사업의 목표와 방향에 충분히 동의한다.	①	②	③	④	⑤
C-6. 지원 내용과 방식이 합리적이고 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
C-7. 사업 운영일정 및 절차가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
C-8. 지원금 규모가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
C-9. 지문원-주관기관-예술단체 간 소통체계가 잘 갖추어져 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
C-10. 사업 홍보가 충분히 잘 이루어지고 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
C-11. 향후 다른 사업보다 본 사업에 더욱더 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

D. 사업 참여결과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 느낀 **어려운 점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 사업 목적 및 방향의 불명확성	①	②	③	④	⑤
D-2. 사업계획 수립의 어려움(장소 섭외, 일정 등)	①	②	③	④	⑤
D-3. 사업 필수 운영사항(공모, 오디션, 발대식 개최 등) 수행의 어려움	①	②	③	④	⑤
D-4. 청년예술가와의 소통 및 조율 어려움(일정, 프로그램 등)	①	②	③	④	⑤
D-5. 청년예술가 지원금 외 운영경비 부족	①	②	③	④	⑤
D-6. 지문원측 홍보 부족	①	②	③	④	⑤
D-7. 복잡한 행정 절차	①	②	③	④	⑤
D-8. 기타()	①	②	③	④	⑤

E. 사업 참여효과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 얻은 **실질적 효과**는 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
E-1. 청년예술가들과 어떻게 협업해야 할지 보다 명확해졌다.	①	②	③	④	⑤
E-2. 단체 구성원들이 매개자 역할로서 자신감을 얻는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
E-3. 사업추진 역량(행정업무 등)을 강화하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
E-4. 단체에 대한 대중적 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
E-5. 단체에 대한 문화예술계 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
E-6. 사업 이후 활동영역을 확대하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
E-7. 청년예술가들과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
E-8. 유관기관 및 단체와 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤

F. 코로나19 대응

F-1. 올해 <청춘마이크> 사업은 코로나19 장기화 국면 속에 **'비대면' 형태로 운영방식을 변경 추진**했습니다. 이러한 대응에 대해 **어떻게 평가**하십니까?

- | | |
|--------------------------|------------------|
| ① 매우 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. | ☞ F-1-1. 문항으로 이동 |
| ② 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. | ☞ F-1-1. 문항으로 이동 |
| ③ 잘 모르겠다. | ☞ F-2. 문항으로 이동 |
| ④ 적절한 대응이라고 생각한다. | ☞ F-2. 문항으로 이동 |
| ⑤ 매우 적절한 대응이라고 생각한다. | ☞ F-2. 문항으로 이동 |

F-1-1. 대응이 **적절하지 않다**고 생각하시는 이유가 무엇입니까? (모두 선택)

- ① 대응방안은 적절했으나 결정 시점(혹은 시행 시점)이 너무 늦었기 때문에
- ② 비대면 콘텐츠 제작 여건이 갖추어져 있지 않은 상황임에도 이에 대한 적절한 조치가 병행되지 않았기 때문에
- ③ 비대면 공연은 예술적 감동을 전달하는 데 한계가 있는 형태이기 때문에.
- ④ 비대면 콘텐츠를 제작하더라도 사람들이 이를 접하게 할 구체적 전략이 제시되지 않았기 때문에.
- ⑤ 비대면 공연은 청년예술가가 성장하는 데 효과적이지 않기 때문에
- ⑥ 비대면 공연 외 더 적절한 대응방법이 있다고 생각하기 때문에
- ⑦ 기타()

F-2. **비대면 운영을 진행하면서 느낀 애로사항**이 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 비대면 공연 계획 및 영상제작 진행의 어려움이 있었음
- ② 온라인 관객을 모으기 위한 구체적 홍보방안 마련의 어려움이 있었음
- ③ 예산 조정의 어려움이 있었음
- ④ 청년예술가의 소통 및 조율 어려움이 있었음 (일정, 프로그램 등)
- ⑤ 방역 환경 마련 및 장소 섭외의 어려움이 있었음
- ⑥ 영상제작에 있어 필요한 정보가 부족했음(저작권 문제 등)
- ⑦ 변경된 비대면 공연의 성공(성과)에 대한 부담감이 있었음
- ⑧ 기타()
- ⑩ 애로사항 없음

G. 사업가치(사업추진에 따른 핵심효과)

□ <청춘마이크> 사업이 운영됨으로써 기여하는 **사회적 역할**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	전혀 아니 다.	아니다 .	보통 이다.	약간 그렇 다.	매우 그렇 다.
G-1. 주민 문화예술 향유경험 확대에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
G-2. 주민 문화예술 장르 다양성 경험 확대에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
G-3. 지역 문화예술공연 활성화에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
G-4. 지역 내 새로운 문화공간을 발굴한다.	①	②	③	④	⑤
G-5. 지역 내 청년예술가들의 성장과 교류기반을 마련한다.	①	②	③	④	⑤
G-6. 문화플랫폼 역할로 지역 내 문화역량을 강화한다.	①	②	③	④	⑤
G-7. 청년예술가로서 성장기회를 제공한다.	①	②	③	④	⑤
G-8. 청년예술가 경제적 기반 마련에 기여한다. (고정 수입 증가, 섭외 확대 등)	①	②	③	④	⑤
G-9. 청년예술가 활동지역 범위 확대에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
G-10. 청년예술가 인지도 향상에 기여한다.	①	②	③	④	⑤
G-11. 청년예술가, 주관단체 등 문화예술 네트워크를 강화시킨다.	①	②	③	④	⑤
G-12. 기타()	①	②	③	④	⑤

□ 다른 지원사업과 비교할 때 <청춘마이크> 사업의 **차별성 및 강점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
G-11. 예술 활동 및 공연 운영에만 집중할 수 있는 환경	①	②	③	④	⑤
G-12. 환경 변화(천재지변 발생, 감염증 확산 등)에 대한 적극적 대응	①	②	③	④	⑤
G-13. 청년예술가로 성장하는데 실질적 도움	①	②	③	④	⑤
G-14. 행정 업무(정산 등)에 대한 예술가의 부담 최소화	①	②	③	④	⑤
G-15. 지원금 규모 및 지원횟수	①	②	③	④	⑤
G-16. 다양한 청년예술가들과의 교류 기회	①	②	③	④	⑤
G-17. 기타()	①	②	③	④	⑤

H. 포스트 코로나

H-1. **포스트 코로나 시대**에 <청춘마이크> 사업은 **어떤 형태로 추진되는 것이 가장 바람직하다고** 생각하십니까?

- ① 공연예술은 현장에서 관객과 교감하는 것이 중요하므로, 지금처럼 최대한 대면 공연 형태로 추진해야 한다.
- ② 공연예술의 본질인 현장성은 유지하되, 방역 차원에서 소규모 공연 형태로 최대한 전환해야 한다.
- ③ 비대면 공연예술 시장의 폭발적 성장에 발맞춰 청마 역시 온라인 공연을 장려하는 방향으로 추진되어야 한다.
- ④ 시의성에 따라 청년예술가의 주체성을 발휘할 수 있도록 자율기획형 공연이 확대되어야 한다
- ⑤ 기타()

H-2. 올해처럼 **대면 운영과 비대면 운영이 병행될 경우** 가장 시급하게 **개선되어야 할 사항**이 무엇입니까?

(1순위: , 2순위:)

- ① 프로그램 포맷 변화에 따른 연간 운영횟수 조정
- ② 문화가 있는 날 확대를 통한 공연 가능일 확대
- ③ 대면-비대면 변경 시 행정 절차 간소화
- ④ 온라인 콘텐츠 제작 관련 기술지원 제공
- ⑤ 온라인 콘텐츠 홍보/유통 플랫폼 제공
- ⑥ 온라인 공연 추진 관련 참여단체 간 협업 기회 확대
- ⑦ 기타()

H-3. **포스트 코로나 시대 사업추진 방향 및 해결과제**에 대한 귀하의 생각을 자유롭게 적어주십시오.

I. 기타

I-1. 현재 <청춘마이크> 사업은 다양한 문화예술주체의 참여를 위해 2019년부터 지역 내 역량 있는 문화예술단체를 대상으로 주관단체 공모를 진행하고 있습니다. (지역문화재단, 민간단체 등)

지역 내 문화플랫폼 역할 확대를 위해 **주관단체를 선정하여 운영하는 현재 방식은 적절하다고** 생각하십니까? (※ 17~18년 문화체육관광부 지정 광역문화재단 운영, 19년~20년 문화예술단체 공모 선정)

- ① 적절하다 ☞ 조사 마침
- ② 잘 모르겠다 ☞ 조사 마침
- ③ 개선이 필요하다 ☞ /-1-1로 이동

/-1-1. 주관단체를 선정하여 운영하는 현재 방식에 있어 개선이 필요한 부분은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 사업 내 민간과 공공 영역의 역할 구분 및 역할에 따른 공모 선정
- ② 주관단체의 역량 강화 및 지역 내 네트워크 형성을 위한 연속지원구조 마련
- ③ 지문원 주관의 전국 청년예술가 공모 통합운영으로 공정성 확보
- ④ 주관단체 기획의 자율성 확대
- ⑤ 기타())

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)			
이름		연락처	

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 지역문화우리」 참여자 설문조사

안녕하세요. 본 설문은 '문화가 있는 날 기획사업'의 발전방안 모색을 위한 것으로, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않습니다. 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

A. 기본정보

단체명	응답자						
사업수행 지역	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주
단체 구성원	① 10대 (명)		② 20대 (명)		③ 30대 (명)		
	④ 40대 (명)		⑤ 50대 이상 (명)				
단체 활동경력	① 1년 미만		② 1~3년 미만		③ 3~5년 미만		④ 5~10년 미만
	⑤ 10년 이상						
단체 주요 활동지역	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주
단체 연평균수입	① 5백만원 미만		② 5백~1천만원 미만		③ 1천~2천만원 미만		④ 2천~3천만원 미만
	⑤ 3천~4천만원 미만		⑥ 4천~5천만원 미만		⑦ 5천~6천만원 미만		⑧ 6천만원 이상

B. 지원사업 참여경험

□ 아래의 각 지원사업에 대해 귀 단체가 2020년 이전에 참여한 경험을 모두 적어주십시오.

사업	참여경험						
청춘마이크	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)					
지역문화우리	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)					
지역문화 콘텐츠 특성화	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)					
동동동 문화놀이터	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)					
직장문화배달	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)					
동네책방 문화사랑방	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)					

C. 사업 참여형태

C-1. 귀 단체가 본 사업에 참여한 목적은 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 사업 취지에 공감해서 ② 활동기회를 얻기 위해 ③ 단체 인지도를 높이기 위해
 ④ 경제적 충족을 위해 ⑤ 분야/지역 네트워킹을 위해 ⑥ 기타 ()

C-2. 본 사업에 관한 첫 정보는 어떤 채널을 통해 얻으셨습니까?

- ① 주변 소개 ② 홈페이지 공고 ③ SNS
 ④ 해당 분야 커뮤니티 ⑤ 거리 홍보 ⑥ 기타()

D. 사업 참여만족도

□ 사업에 참여하면서 **느끼셨던 점**이 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 문화가 있는 날 취지에 부합하는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 다른 지원사업과는 차별화되는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 지역 청년의 문화적 역량 강화 및 활동기회 확보에 효과적인 사업이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-4. 사업의 목표와 방향에 충분히 동의한다.	①	②	③	④	⑤
D-5. 지원 내용과 방식이 합리적이고 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-6. 사업 운영일정 및 절차가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-7. 지원금 규모가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 주관기관과의 소통체계가 잘 갖추어져 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 사업 홍보가 충분히 잘 이루어지고 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 향후 다른 사업보다 본 사업에 더욱더 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

E. 사업 참여결과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 느낀 **어려운 점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
E-1. 지원 기간 1년에 따른 사업 지속성 미흡	①	②	③	④	⑤
E-2. 예산집행 등 사업 행정처리	①	②	③	④	⑤
E-3. 청춘마이크 공연과의 연계	①	②	③	④	⑤
E-4. 지문원 담당자와의 소통(행정 등)	①	②	③	④	⑤
E-5. 기타 협력기관 및 단체와의 소통	①	②	③	④	⑤
E-6. 명확하지 않은 사업 목표/방향	①	②	③	④	⑤
E-7. 지문원 주관 역량강화 프로그램 부족(멘토링 등)	①	②	③	④	⑤
E-8. 비일상적 행사 혹은 이벤트성 활동과 같은 결과로 귀결	①	②	③	④	⑤
E-9. 기타()	①	②	③	④	⑤

F. 사업 참여효과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 얻은 **실질적 효과**는 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
F-1. 문화 주체로서 지역청년이 어떻게 나아가야 할지 보다 명확해졌다.	①	②	③	④	⑤
F-2. 구성원들이 기획자/예술가로서 자신감을 얻는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-3. 사업 추진역량을 강화하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-4. 구성원 간 결속력을 다지는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-5. 단체에 대한 대중적 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-6. 단체에 대한 문화예술계 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-7. 사업 이후의 활동기회를 확보하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-8. 문화 분야 공공 행정기관과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-9. 프로그램 참여자들과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-10. 지역의 다양한 문화 주체들과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤

G. 코로나19 대응

G-1. 올해 <지역문화우리> 사업은 코로나19 장기화 국면 속에 '소규모 대면 모임 혹은 비대면 프로그램으로 전환' 형태로 운영방식을 변경 추진했습니다. 이러한 대응에 대해 어떻게 평가하십니까?

<지역문화우리> 운영방식의 세부 조정 내용

- ✓ (기본 운영) 소규모 대면 모임 및 비대면 프로그램 독려 (비대면 활동 예산 사용 승인 범위 확대)
- ✓ (사회적 거리두기 2단계), 10인 미만 대면 프로그램 추진 및 10인 이상 비대면 프로그램 추진
- ※ 코로나19 8월 수도권 재확산 시, 대면 활동이 물리적으로 중지됨에 따라 단체들의 활동 지속성을 위해 **진흥원 주관 워크숍 비대면 전환 추진** (각 지역에서의 코로나19 상황에서의 발간한 활동 이슈를 공유하여 심화하는 토론 워크숍 진행)

- | | |
|--------------------------|------------------|
| ① 매우 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. | ☞ G-1-1. 문항으로 이동 |
| ② 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. | ☞ G-1-1. 문항으로 이동 |
| ③ 잘 모르겠다. | ☞ G-2. 문항으로 이동 |
| ④ 적절한 대응이라고 생각한다. | ☞ G-2. 문항으로 이동 |
| ⑤ 매우 적절한 대응이라고 생각한다. | ☞ G-2. 문항으로 이동 |

G-1-1. 대응이 적절하지 않다고 생각하시는 **이유**가 무엇입니까? (모두 선택)

- ① 대응방안은 적절했으나 결정 시점(혹은 시행 시점)이 너무 늦었기 때문에.
- ② 대응형태(내용)는 적절했으나 규모(비대면 공연 허용 횟수 등)가 너무 적었기 때문에.
- ③ 비대면 활동은 문화적 가치를 확산시키는 데 한계가 있기 때문에.
- ④ 비대면 운영 외 더 적절한 대응방법이 있다고 생각하기 때문에.
- ⑤ 기타 ()

G-2. 귀 단체의 **주요 비대면 운영전략**은 무엇이었습니까?

ex) 온라인 영상 촬영 후 유튜브 업로드

G-2-1. 귀 단체에서 **코로나19에 대응하여 진행한 소규모 운영의 전략**은 무엇이었습니까?

ex) 인원수 10인 미만의 대면 모임 및 화상회의 동시 진행을 통해 전국단위로 네트워킹 확대

G-3. **비대면 운영에 따른 성과**는 무엇입니까?

ex) (정량적 효과) 영상 2개 제작, 시청자수 121명, 댓글수 21개
ex) (정성적 효과) 지역 외 네트워크 범위의 확장

G-4. 비대면 운영을 진행하면서 느낀 애로사항이 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 비대면 운영방법에 대한 정보가 부족했음
- ② 참여 주체 특성에 따라 비대면 플랫폼 접근 가능성이 달라 다양성에 제약이 있었음
- ③ 비대면 운영 관련 기술역량이 부족했음
- ④ 비대면 운영 시 활용 가능한 적절한 플랫폼이 부재했음
- ⑤ 대면 운영 대비 예산이 부족했음
- ⑥ 행정 절차가 복잡했음(사업계획서 재수립 및 승인 등)
- ⑦ 기타()
- ⑧ 애로사항 없음

H. 사업가치(사업추진에 따른 핵심효과)

□ <지역문화우리> 사업이 운영됨으로써 기여하는 **사회적 역할**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-1. 청년들과 지역주민이 함께 하는 자발적 문화활동을 확대시킨다.	①	②	③	④	⑤
H-2. 지역의 문제나 가치를 청년들이 문화적으로 접근하게 한다.	①	②	③	④	⑤
H-3. 문화활동을 통해 청년들과 지역 내 다양한 문화단체(사람) 간 네트워크를 형성시킨다.	①	②	③	④	⑤
H-4. 청년들의 창의력, 기획력, 지역력(지역이해도 등)과 같은 역량 강화의 기회를 확보한다.	①	②	③	④	⑤
H-5. 전국 청년 문화예술 단체와의 네트워크 확장을 통해 단체의 지역 내 자생력을 강화시킨다.	①	②	③	④	⑤
H-6. 청년들의 지역 내 역할 확장을 통해 단체의 지속가능성 강화 및 활동영역을 확대시킨다..	①	②	③	④	⑤

□ 다른 지원사업과 비교할 때 <지역문화우리> 사업의 **차별성 및 강점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-7. 청년들이 지역문화 주체로 성장할 수 있는 실질적 발판 제공	①	②	③	④	⑤
H-8. 지원영역이 넓어 다양한 문화적 접근/활동 시도 가능	①	②	③	④	⑤
H-9. 환경 변화(천재지변 발생, 감염증 확산 등)에 대한 적극적 대응	①	②	③	④	⑤
H-10. 행정 업무(정산 등)에 대한 부담 최소화	①	②	③	④	⑤
H-11. 지원금 규모 및 지원횟수	①	②	③	④	⑤
H-12. 다양한 청년예술가들과의 교류 기회	①	②	③	④	⑤
H-13. 기타()	①	②	③	④	⑤

I. 포스트 코로나

I-1. 포스트 코로나 시대에 <지역문화우리> 사업은 어떤 형태로 추진되는 것이 가장 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 문화 활동은 대면 교감이 중요하므로, 지금처럼 최대한 대면 방식으로 추진해야 한다.
- ② 대면 기조는 유지하되 방역 차원에서 소규모 그룹 활동 형태로 최대한 전환해야 한다.
- ③ 시대적 흐름에 발맞춰 비대면 운영을 장려하는 방향으로 추진되어야 한다.
- ④ 기타()

I-2. 올해처럼 대면 운영과 비대면 운영이 병행될 경우 가장 시급하게 개선되어야 할 사항이 무엇입니까?

(1순위: , 2순위:)

- ① 대면-비대면 변경 시 행정 절차 간소화
- ② 온라인 활동 관련 기술지원 제공
- ③ 온라인 활동 홍보/확산 플랫폼 제공
- ④ 타 지역 단체와의 교류/협업 기회 확대
- ⑤ 기타()

I-3. 포스트 코로나 시대 사업추진 방향 및 해결과제에 대한 귀하의 생각을 자유롭게 적어주십시오.

J. 기타

J-1. <지역문화우리> 사업 참여가 끝난 이후, 귀하께서는 어떤 활동을 계획하고 계십니까?

- ① 문화 예술과 관련된 영역에서 활동할 예정이다
- ② 문화 예술과 관련 없는 영역에서 활동할 예정이다

J-2. 귀하께서 2021년에 활동하고 싶은 영역 및 계획(방향, 내용)에 대해 구체적인 작성 부탁드립니다.

J-3. <지역문화우리> 사업에 참여한 경험이 앞서 작성해주신 **2021년도의 활동 계획에 영향을 준 부분이 있다면 자유롭게 작성 부탁드립니다.**

--

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름		연락처	
----	--	-----	--

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 지역문화 콘텐츠 특성화」 참여자 설문조사

안녕하세요. 본 설문은 '문화가 있는 날 기획사업'의 발전방안 모색을 위한 것으로, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않습니다. 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

A. 기본정보

단체명	응답자						
사업수행 지역	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주
단체 구성원	① 10대 (명)		② 20대 (명)		③ 30대 (명)		
	④ 40대 (명)		⑤ 50대 이상 (명)				
단체 활동경력	① 1년 미만		② 1~3년 미만		③ 3~5년 미만		④ 5~10년 미만
	⑤ 10년 이상						
단체 주요 활동지역	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주
단체 연평균수입	① 5백만원 미만		② 5백~1천만원 미만		③ 1천~2천만원 미만		④ 2천~3천만원 미만
	⑤ 3천~4천만원 미만		⑥ 4천~5천만원 미만		⑦ 5천~6천만원 미만		⑧ 6천만원 이상

B. 지원사업 참여경험

□ 아래의 각 지원사업에 대해 귀 단체가 2020년 이전에 참여한 경험을 모두 적어주십시오.

사업	참여경험		
청춘마이크	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
지역문화우리	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
지역문화 콘텐츠 특성화	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
동동동 문화놀이터	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
직장문화배달	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
동네책방 문화사랑방	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	

C. 사업 참여형태

C-1. 귀 단체가 본 사업에 참여한 목적은 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 사업 취지에 공감해서 ② 활동기회를 얻기 위해 ③ 단체 인지도를 높이기 위해
 ④ 경제적 충족을 위해 ⑤ 분야/지역 네트워킹을 위해 ⑥ 기타()

C-2. 본 사업에 관한 첫 정보는 어떤 채널을 통해 얻으셨습니까?

- ① 주변 소개 ② 홈페이지 광고 ③ SNS
 ④ 해당 분야 커뮤니티 ⑤ 거리 홍보 ⑥ 기타()

D. 사업 참여만족도

□ 사업에 참여하면서 느끼셨던 점이 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 문화가 있는 날 취지에 부합하는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 다른 지원사업과는 차별화되는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 개성 있는 지역문화 콘텐츠 개발 및 운영에 효과적인 사업이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-4. 사업의 목표와 방향에 충분히 동의한다.	①	②	③	④	⑤
D-5. 지원 내용과 방식이 합리적이고 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-6. 사업 운영일정 및 절차가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-7. 지원금 규모가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 주관기관과의 소통체계가 잘 갖추어져 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 사업 홍보가 충분히 잘 이루어지고 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 향후 다른 사업보다 본 사업에 더욱더 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

E. 사업 참여결과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 느낀 어려운 점은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
E-1. 사업 목적 및 방향의 불명확성	①	②	③	④	⑤
E-2. 주민들의 자발적/주체적 프로그램 참여 독려	①	②	③	④	⑤
E-3. 지역 내 협력구조 및 관계망 형성	①	②	③	④	⑤
E-4. 비일상적 행사 혹은 이벤트성 활동과 같은 결과로 귀결	①	②	③	④	⑤
E-5. 사업 예산 집행, 정산 등 회계처리	①	②	③	④	⑤
E-6. 자부담 매칭 자원 마련	①	②	③	④	⑤
E-7. 기타()	①	②	③	④	⑤

F. 사업 참여효과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 얻은 실질적 효과는 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
F-1. 지역의 문화 주체로서 어떤 역할을 해야할지 보다 명확해졌다.	①	②	③	④	⑤
F-2. 단체 구성원들이 기획자/예술가로서 자신감을 얻는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-3. 사업추진 역량(행정업무 등)을 강화하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-4. 구성원 간 결속력을 다지는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-5. 단체에 대한 대중적 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-6. 단체에 대한 문화예술계 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-7. 사업 이후의 활동기회를 확보하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-8. 문화 분야 공공 행정기관과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-9. 지역주민과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-10. 지역의 다양한 문화 주체들과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤

G. 코로나19 대응

G-1. 올해 <지역문화 콘텐츠 특성화> 사업은 코로나19 장기화 국면 속에 **'비대면 운영 및 지역 콘텐츠 개발 및 연구 허용'** 형태로 운영방식을 변경 추진했습니다. 이러한 대응에 대해 어떻게 평가하십니까?

- ① 매우 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. ☞ G-1-1. 문항으로 이동
- ② 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. ☞ G-1-1. 문항으로 이동
- ③ 잘 모르겠다. ☞ G-2. 문항으로 이동
- ④ 적절한 대응이라고 생각한다. ☞ G-2. 문항으로 이동
- ⑤ 매우 적절한 대응이라고 생각한다. ☞ G-2. 문항으로 이동

G-1-1. 대응이 적절하지 않다고 생각하시는 이유가 무엇입니까? (모두 선택)

- ① 대응방안은 적절했으나 결정 시점(혹은 시행 시점)이 너무 늦었기 때문에
- ② 대응형태(내용)는 적절했으나 규모(비대면 공연 허용 횟수 등)가 너무 적었기 때문에
- ③ 비대면 활동은 문화적 가치를 확산시키는 데 한계가 있기 때문에.
- ④ 비대면 운영 외 더 적절한 대응방법이 있다고 생각하기 때문에
- ⑤ 기타()

G-2. 귀 단체의 주요 비대면 운영전략은 무엇이었습니까?

ex) 온라인 영상 촬영 후 유튜브 업로드

G-3. 비대면 운영에 따른 성과는 무엇입니까?

ex) 영상 2개 제작, 시청자수 121명, 댓글수 21개

G-4. 비대면 운영을 진행하면서 느낀 애로사항이 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 대체 가능한 유형이 제한적이었음
- ② 참여 주체 특성에 따라 비대면 플랫폼 접근 가능성이 달라 다양성에 제약이 있었음
- ③ 비대면 운영 관련 기술역량이 부족했음
- ④ 비대면 운영 시 활용 가능한 적절한 플랫폼이 부재했음
- ⑤ 대면 운영 대비 예산이 부족했음
- ⑥ 행정 절차가 복잡했음(사업계획서 재수립 및 승인 등)
- ⑦ 기타()
- ⑧ 애로사항 없음

H. 사업가치(사업추진에 따른 핵심효과)

□ <지역문화 콘텐츠 특성화> 사업이 운영됨으로써 기여하는 **사회적 역할**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-1. 지역 고유의 문화자원을 지역주민에게 알리고 가치를 공유한다.	①	②	③	④	⑤
H-2. 지역주민 및 지역의 다양한 문화주체들 간 네트워크를 형성한다.	①	②	③	④	⑤
H-3. 지역 내에서 쉽게 문화를 향유하고 주민들이 참여할 수 있는 계기를 마련한다.	①	②	③	④	⑤
H-4. 지역의 특색을 담은 문화프로그램 개발이 가능하다.	①	②	③	④	⑤
H-5. 지역주민의 삶과 일상적 체험을 문화로 표현하고 공유가 가능하다.	①	②	③	④	⑤

□ 다른 지원사업과 비교할 때 <지역문화 콘텐츠 특성화>사업의 **차별성 및 강점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-6. 5년 연속지원에 따른 프로젝트의 지역 정착 가능성 높음	①	②	③	④	⑤
H-7. 지원영역이 넓어 다양한 문화적 접근/활동 시도 가능	①	②	③	④	⑤
H-8. 환경 변화(천재지변 발생, 감염증 확산 등)에 대한 적극적 대응	①	②	③	④	⑤
H-9. 행정 업무(정산 등)에 대한 부담 최소화	①	②	③	④	⑤
H-10. 지원금 규모 및 지원횟수	①	②	③	④	⑤
H-11. 다양한 문화주체들 간 관계망 형성	①	②	③	④	⑤
H-12. 기타()	①	②	③	④	⑤

I. 포스트 코로나

I-1. **포스트 코로나 시대**에 <지역문화 콘텐츠 특성화> 사업은 어떤 형태로 추진되는 것이 가장 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 문화 활동은 대면 교감이 중요하므로, 지금처럼 최대한 대면 방식으로 추진해야 한다.
- ② 대면 기조는 유지하되 방역 차원에서 소규모 그룹 활동 형태로 최대한 전환해야 한다.
- ③ 시대적 흐름에 발맞춰 비대면 운영을 장려하는 방향으로 추진되어야 한다.
- ④ 기타()

I-2. 올해처럼 **대면 운영**과 **비대면 운영**이 병행될 경우 가장 시급하게 **개선되어야 할 사항**이 무엇입니까?

(1순위: , 2순위:)

- ① 대면-비대면 변경 시 행정 절차 간소화
- ② 온라인 활동 관련 기술지원 제공
- ③ 온라인 활동 홍보/확산 플랫폼 제공
- ④ 타 지역 단체와의 교류/협업 기회 확대
- ⑤ 기타()

I-3. **포스트 코로나 시대 사업추진 방향 및 해결과제**에 대한 귀하의 생각을 자유롭게 적어주십시오.

J. 기타

J-1. 현재 <지역문화 콘텐츠 특성화> 사업의 **5년 연속 지원구조가 프로그램을 지역에 정착하는 데 적합하다고** 생각하십니까?

- ① 전혀 아니다 ☞ J-1-2로 이동
- ② 아니다 ☞ J-1-2로 이동
- ③ 보통이다 ☞ J-1-2로 이동
- ④ 약간 그렇다 ☞ J-1-1로 이동
- ⑤ 매우 그렇다 ☞ J-1-1로 이동

J-1-1. 적합하다고 생각하신다면, 그 **이유**가 무엇입니까?

- ① 장기간 운영 지원을 통해 프로그램의 효과성 입증 가능하기 때문이다.
- ② 지역 주민들에게 문화프로그램 참여 기회를 확대할 수 있기 때문이다.
- ③ 지자체 및 지역의 다양한 문화주체들과 네트워크를 형성하는데 충분한 기간이 확보되기 때문이다.
- ④ 프로그램의 완성도를 점차적으로 높일 수 있는 기간이기 때문이다.
- ⑤ 지역 내에서 단체의 인지도를 높일 수 있는 기간이기 때문이다.
- ⑥ 기타()

J-1-2. 적합하지 않다고 생각하신다면, 어떤 부분이 **보완/개선**되어야 한다고 생각하십니까? (모두 선택)

- ① 연속 지원기간을 늘려야 한다. (년)
- ② 사업추진 전략에 대한 연차별 맞춤 컨설팅을 실시해야 한다.
- ③ 참여단체 대상으로 역량강화 프로그램을 운영해야 한다.
- ④ 참여단체 간 네트워킹 기회를 확대해야 한다.
- ⑤ 참여단체와 지문원 간 소통을 활성화해야 한다.
- ⑥ 자부담 매칭구조를 재조정해야 한다.
- ⑦ 사업에 연속으로 지원하는 단체의 선정방식을 재조정할 필요가 있다.
- ⑧ 기타()

J-2. <지역문화 콘텐츠 특성화> 사업은 현재 '**3년차 이상 단체부터 연차별 자부담 매칭을 시행**'하고 있습니다. 이러한 자부담 매칭 구조가 적절하다고 생각하십니까?

사업연차별 단체 부담 매칭금 비율	
1~2년차	국고보조금 100% (자부담 X)
3년차	자부담 매칭 30%
4~5년차	자부담 매칭 50%

- ① 전혀 적절하지 않다 ☞ J-2-1로 이동
- ② 적절하지 않다 ☞ J-2-1로 이동
- ③ 보통이다 ☞ J-2-1로 이동
- ④ 적절하다 ☞ J-3로 이동
- ⑤ 매우 적절하다 ☞ J-3로 이동

J-2-1. **적절하지 않다면** 어떤 부분이 **보완/개선**되어야 한다고 생각하십니까? (모두 선택)

- ① 자부담 재원을 확보하는 것이 현실적으로 어렵기 때문
- ② 연차별 자부담 매칭 비율을 재조정할 필요가 있기 때문
- ③ 자부담 매칭이 없는 지원 기간(1~2년차)이 너무 짧기 때문
- ④ 기타()

J-3. 단체의 프로그램이 지역에 정착하기 위해 **추가로 필요한 지원**은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 연차별·유형별 맞춤 컨설팅
- ② 프로그램 홍보지원
- ③ 참여단체 역량강화를 위한 교육프로그램
- ④ 참여단체 간 네트워킹 기회 확대
- ⑤ 참여단체 및 진흥원 간 소통 활성화
- ⑥ 기타()

J-4. 현재 <지역문화 콘텐츠 특성화> 사업의 연속 지원 단체(2~5년차)는 '지원연도 사업계획서 평가와 전년도 평가점수(-5점 ~ +5점)를 반영하여 선정'하고 있습니다. 이러한 **선정방식이 적절하다** 생각하십니까?

- ① 전혀 적절하지 않다 ☞ J-4-1로 이동
- ② 적절하지 않다 ☞ J-4-1로 이동
- ③ 보통이다 ☞ J-4-1로 이동
- ④ 적절하다 ☞ J-5로 이동
- ⑤ 매우 적절하다 ☞ J-5로 이동

J-4-1. 현재 연속 지원 단체 선정방식이 **적절하지 않다고** 한다면, 전년도 평가결과와 지원연도 사업계획 **반영 비중은 어느 정도가 적절하다**고 생각하십니까?

- ① 전년도 평가결과만을 반영
- ② 전년도 평가결과 반영 비중 확대
- ③ 전년도 평가결과와 지원연도 사업계획 동일하게 반영
- ④ 지원연도 사업계획 반영 비중 확대
- ⑤ 지원연도 사업계획만을 반영
- ⑥ 기타()

J-5. <지역문화 콘텐츠 특성화> 사업의 연속 지원 단체(2~5년차) 선정 방식에서 전년도 평가결과를 반영할 경우, **어떤 기준이 우선 고려**되어야 한다고 생각하십니까? (우선순위에 따라 1~5 기입)

- [] 지역문화 콘텐츠의 성장 정도 및 향후 로드맵
- [] 지역문화 콘텐츠의 완결성 정도
- [] 지역 내 네트워킹 확대 및 협력 정도
- [] 사업 참여단체 대상 워크숍 및 권역별 자치회의 참석률
- [] 사업과 관련된 행정적 요청사항에 대한 적극적 협조 정도
- [] 기타()

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 **인터뷰 조사**를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 **성함과 연락처**를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름		연락처	
----	--	-----	--

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 동동동 문화놀이터」 참여자 설문조사

안녕하세요. 본 설문은 '문화가 있는 날 기획사업'의 발전방안 모색을 위한 것으로, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않습니다. 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

A. 기본정보

단체명	응답자							
사업수행 지역 <small>* 중복선택 가능</small>	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산	
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주	
단체 구성원	① 10대 (명)		② 20대 (명)		③ 30대 (명)			
	④ 40대 (명)		⑤ 50대 이상 (명)					
단체 활동경력	① 1년 미만		② 1~3년 미만		③ 3~5년 미만		④ 5~10년 미만	⑤ 10년 이상
단체 주요 활동지역	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산	
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주	
단체 연평균수입	① 5백만원 미만		② 5백~1천만원 미만		③ 1천~2천만원 미만		④ 2천~3천만원 미만	
	⑤ 3천~4천만원 미만		⑥ 4천~5천만원 미만		⑦ 5천~6천만원 미만		⑧ 6천만원 이상	

B. 지원사업 참여경험

□ 아래의 각 지원사업에 대해 귀 단체가 2020년 이전에 참여한 경험을 모두 적어주십시오.

사업	참여경험		
청춘마이크	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
지역문화우리	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
지역문화 콘텐츠 특성화	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
동동동 문화놀이터	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
직장문화배달	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
동네책방 문화사랑방	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	

C. 사업 참여형태

C-1. 귀 단체가 본 사업에 참여한 목적은 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 사업 취지에 공감해서 ② 활동기회를 얻기 위해 ③ 단체 인지도를 높이기 위해
 ④ 경제적 충족을 위해 ⑤ 분야/지역 네트워킹을 위해 ⑥ 기타()

C-2. 본 사업에 관한 첫 정보는 어떤 채널을 통해 얻으셨습니까?

- ① 주변 소개 ② 홈페이지 광고 ③ SNS
 ④ 해당 분야 커뮤니티 ⑤ 거리 홍보 ⑥ 기타()

D. 사업 참여만족도

□ 사업에 참여하면서 느끼셨던 점이 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 문화가 있는 날 취지에 부합하는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 다른 지원사업과는 차별화되는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 유아동 문화향유 증진에 효과적인 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-4. 동동동 문화놀이터 사업의 목표와 방향에 충분히 동의한다.	①	②	③	④	⑤
D-5. 지원 내용과 방식이 합리적이고 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-6. 사업 운영일정 및 절차가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-7. 지원금 규모가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 주관기관과의 소통체계가 잘 갖추어져 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 사업 홍보가 충분히 잘 이루어지고 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 향후 다른 사업보다 본 사업에 더욱더 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

E. 사업 참여 결과

□ 사업에 참여하며 귀 단체가 느낀 어려운 점은 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
E-1. 사업 목적 및 방향의 불명확성	①	②	③	④	⑤
E-2. 프로그램 진행 장소의 부적절성(현장여건 등)	①	②	③	④	⑤
E-3. 프로그램 진행 시간(이른 아침, 늦은 오후 등)	①	②	③	④	⑤
E-4. 사업수행 횟수의 부족	①	②	③	④	⑤
E-5. 수혜처와의 소통 및 의견조율 어려움(일정, 프로그램 등)	①	②	③	④	⑤
E-6. 주관기관(지원원)과의 소통 및 의견조율 어려움(일정, 프로그램 등)	①	②	③	④	⑤
E-7. 운영경비 및 참여 인원 대비 지원 예산 부족	①	②	③	④	⑤
E-8. 참여단체 대상 역량강화 기회 부족	①	②	③	④	⑤
E-9. 참여단체 간 네트워크 확장을 위한 워크숍 및 컨설팅 부재	①	②	③	④	⑤
E-10. 지역 예술단체에 대한 가점 부재	①	②	③	④	⑤
E-11. 기타()	①	②	③	④	⑤

F. 사업 참여효과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 얻은 실질적 효과는 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
F-1. 유아동 문화향유 증진을 위해 어떤 역할을 해야할지 보다 명확해졌다.	①	②	③	④	⑤
F-2. 구성원들이 예술가로서 자신감을 얻는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-3. 사업추진 역량(행정업무 등)을 강화하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-4. 구성원 간 결속력을 다지는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-5. 단체에 대한 대중적 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-6. 단체에 대한 문화예술계 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-7. 사업 이후의 활동기회를 확보하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-8. 문화 분야 공공 행정기관과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-9. 관객/팬과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-10. 수요기관과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤

G. 코로나19 대응

G-1. 올해 동동동 사업은 코로나19 장기화 국면 속에 '비대면 운영 및 가정 연계 키트 활용 허용' 형태로 운영방식을 변경 추진했습니다. 이러한 **대응에 대해 어떻게 평가하십니까?**

- ① 매우 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. ☞ G-1-1. 문항으로 이동
- ② 적절하지 않은 대응이라고 생각한다. ☞ G-1-1. 문항으로 이동
- ③ 잘 모르겠다. ☞ G-2. 문항으로 이동
- ④ 적절한 대응이라고 생각한다. ☞ G-2. 문항으로 이동
- ⑤ 매우 적절한 대응이라고 생각한다. ☞ G-2. 문항으로 이동

G-1-1. 대응이 **적절하지 않다고 생각하시는 이유**가 무엇입니까? (모두 선택)

- ① 대응방안은 적절했으나 결정 시점(혹은 시행 시점)이 너무 늦었기 때문에
- ② 대응형태(내용)는 적절했으나 규모(비대면 허용 횟수 등)가 너무 적었기 때문에
- ③ 비대면 활동은 문화적 가치를 확산시키는 데 한계가 있기 때문에
- ④ 비대면 운영 외 더 적절한 대응방법이 있다고 생각하기 때문에
- ⑤ 기타 ()

G-2. 귀 단체의 **주요 비대면 운영전략**은 무엇이었습니까?

ex) 무관중 공연 실시간 송출(2회)

G-3. **비대면 운영에 따른 성과**는 무엇입니까?

ex) 영상 2개 제작, 실시간 시청자수 121명

G-4. **비대면 운영을 진행하면서 느낀 애로사항**이 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 대체 가능 유형이 제한적이었음
- ② 수혜처 여건에 따라 비대면 공연에 대한 접근 가능성이 상이했음
- ③ 비대면 운영 관련한 기술적 역량이 부족했음
- ④ 비대면 운영 시 활용 가능한 적절한 플랫폼이 부재했음
- ⑤ 대면 운영 대비 예산이 부족했음
- ⑥ 행정절차가 복잡했음(사업계획서 재수립 및 승인 등)
- ⑦ 수혜처에서 비대면 방식을 거부하였음(애초 추진 목표와 다름을 이유로)
- ⑧ 기타 ()
- ⑨ 애로사항 없음

H. 사업가치(사업추진에 따른 핵심효과)

□ 동동동 문화놀이터 사업이 운영됨으로써 기여하는 **사회적 역할**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-1. 아이들의 예술적 표현력을 넓힐 수 있다.	①	②	③	④	⑤
H-2. 아이들이 향후 문화시민으로 성장하는데 도움을 준다.	①	②	③	④	⑤
H-3. 연령별 맞춤형 문화예술 참여기회를 확대한다.	①	②	③	④	⑤
H-4. 공연단체의 아동 문화예술공연 기획 역량을 강화한다.	①	②	③	④	⑤

□ 다른 지원사업과 비교할 때 이 사업의 **차별성과 강점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-5. 다양한 장르의 문화예술활동의 시도 가능	①	②	③	④	⑤
H-6. 환경 변화(천재지변 발생, 감염증 확산 등)에 대한 적극적 대응	①	②	③	④	⑤
H-7. 행정업무(정산 등)에 대한 부담 최소화	①	②	③	④	⑤
H-8. 지원금 규모 및 지원조건	①	②	③	④	⑤
H-9. 문화예술 관계망 형성	①	②	③	④	⑤
H-10. 기타 ()	①	②	③	④	⑤

I. 개선방안

□ 본 사업의 효과적 운영을 위해 개선해야 할 사항은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
I-1. 사업목적 및 방향에 대한 명확한 제시	①	②	③	④	⑤
I-2. 사업예산 및 지원횟수 확대	①	②	③	④	⑤
I-3. 공연 규모별 예산 차등 지급	①	②	③	④	⑤
I-4. 진흥원과 사업 참여단체 간의 원활한 의사소통 구조	①	②	③	④	⑤
I-5. 사업 참여단체와 보육·교육 시설과의 매칭 방식에 대한 변화	①	②	③	④	⑤
I-6. 사업에 대한 인지도 제고를 위한 홍보 강화	①	②	③	④	⑤
I-7. 사업 참여단체의 역량강화 및 네트워크 확장을 위한 워크숍 및 컨설팅 진행	①	②	③	④	⑤
I-8. 지역 예술단체의 가점 부여	①	②	③	④	⑤
I-9. 기타()	①	②	③	④	⑤

J. 포스트 코로나

J-1. 포스트 코로나 시대에 동동동 문화놀이터 사업은 어떤 형태로 추진되는 것이 가장 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 문화예술 향유는 대면 교감이 중요하므로, 지금처럼 최대한 대면 방식으로 추진해야 한다.
- ② 대면 기조는 유지하되 방역차원에서 관객 그룹을 소규모로 분할해서 진행하는 형태로 전환해야 한다.
- ③ 시대적 흐름에 발맞춰 비대면 운영을 장려하는 방향으로 추진되어야 한다.
- ④ 기타 ()

J-2. 올해처럼 대면 운영과 비대면 운영이 병행될 경우 가장 시급하게 개선되어야 할 사항이 무엇입니까?

(1순위: , 2순위:)

- ① 대면-비대면 변경 시 행정 절차 간소화
- ② 비대면 운영 관련 기술지원 제공
- ③ 수혜처의 비대면 향유환경 구축 지원
- ④ 타 단체와의 교류/협업 기회 확대
- ⑤ 기타 ()

J-3. 포스트 코로나 시대 사업추진 방향 및 해결과제에 대한 귀하의 생각을 자유롭게 적어주십시오.

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 인터뷰는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)			
이름		연락처	

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 직장문화배달」 참여자 설문조사

안녕하세요. 본 설문은 '문화가 있는 날 기획사업'의 발전방안 모색을 위한 것으로, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않습니다. 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

A. 기본정보

단체명	응답자						
사업수행 지역	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주
단체 구성원	① 10대 (명)		② 20대 (명)		③ 30대 (명)		
	④ 40대 (명)		⑤ 50대 이상 (명)				
단체 활동경력	① 1년 미만		② 1~3년 미만		③ 3~5년 미만		④ 5~10년 미만
	⑤ 10년 이상						
단체 주요 활동지역	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주
단체 연평균수입	① 5백만원 미만		② 5백~1천만원 미만		③ 1천~2천만원 미만		④ 2천~3천만원 미만
	⑤ 3천~4천만원 미만		⑥ 4천~5천만원 미만		⑦ 5천~6천만원 미만		⑧ 6천만원 이상

B. 지원사업 참여경험

□ 아래의 각 지원사업에 대해 귀 단체가 **2020년 이전에 참여한 경험**을 모두 적어주십시오.

사업	참여경험					
청춘마이크	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
지역문화우리	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
지역문화 콘텐츠 특성화	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
동동동 문화놀이터	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
직장문화배달	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				
동네책방 문화사랑방	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)				

C. 사업 참여형태

C-1. 귀 단체가 본 사업에 **참여한 목적**은 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 사업 취지에 공감해서 ② 활동기회를 얻기 위해 ③ 단체 인지도를 높이기 위해
 ④ 경제적 충족을 위해 ⑤ 분야/지역 네트워킹을 위해 ⑥ 기타()

C-2. 본 사업에 관한 첫 정보는 어떤 채널을 통해 얻으셨습니까?

- ① 주변 소개 ② 홈페이지 공고 ③ SNS
 ④ 해당 분야 커뮤니티 ⑤ 거리 홍보 ⑥ 기타()

D. 사업 참여만족도

□ 사업에 참여하면서 느끼셨던 점이 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 문화가 있는 날 취지에 부합하는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 다른 지원사업과는 차별화되는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 직장인 문화향유 증진에 효과적인 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-4. 직장문화배달 사업의 목표와 방향에 충분히 동의한다.	①	②	③	④	⑤
D-5. 지원 내용과 방식이 합리적이고 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-6. 사업 운영일정 및 절차가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-7. 지원금 규모가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 주관기관과의 소통체계가 잘 갖추어져 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 사업 홍보가 충분히 잘 이루어지고 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 향후 다른 사업보다 본 사업에 더욱더 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

E. 사업 참여 결과

□ 사업에 참여하며 귀 단체가 느낀 어려운 점은 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
E-1. 사업 목적 및 방향의 불명확성	①	②	③	④	⑤
E-2. 프로그램 진행 장소의 부적절성(현장여건 등)	①	②	③	④	⑤
E-3. 프로그램 진행 시간(이른 아침, 늦은 오후 등)	①	②	③	④	⑤
E-4. 사업수행 횟수의 부족	①	②	③	④	⑤
E-5. 수혜처와의 소통 및 의견조율 어려움(일정, 프로그램 등)	①	②	③	④	⑤
E-6. 주관기관(지문원)과의 소통 및 의견조율 어려움(일정, 프로그램 등)	①	②	③	④	⑤
E-7. 운영경비 및 참여 인원 대비 지원 예산 부족	①	②	③	④	⑤
E-8. 참여단체 대상 역량강화 기회 부족	①	②	③	④	⑤
E-9. 참여단체 간 네트워크 확장을 위한 워크숍 및 컨설팅 부재	①	②	③	④	⑤
E-10. 지역 예술단체에 대한 가점 부재	①	②	③	④	⑤
E-11. 기타()	①	②	③	④	⑤

F. 사업 참여효과

□ 사업에 참여함으로써 귀 단체가 얻은 실질적 효과는 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
F-1. 직장인 문화향유 증진을 위해 어떤 역할을 해야할지 보다 명확해졌다.	①	②	③	④	⑤
F-2. 단체 구성원들이 예술가로서 자신감을 얻는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-3. 사업추진 역량(행정업무 등)을 강화하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-4. 구성원 간 결속력을 다지는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-5. 단체에 대한 대중적 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-6. 단체에 대한 문화예술계 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-7. 사업 이후의 활동기회를 확보하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-8. 문화 분야 공공 행정기관과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-9. 관객/팬과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-10. 수요기관과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤

H. 사업가치(사업추진에 따른 핵심효과)

□ <직장문화배달> 사업이 운영됨으로써 기여하는 **사회적 역할**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-1. 문화예술을 통해 기업의 근로 분위기 개선이 가능하다.	①	②	③	④	⑤
H-2. 문화예술을 통해 근로자의 삶의 질을 향상시킨다.	①	②	③	④	⑤
H-3. 문화향유권 확대를 통해 기업의 사회적 책임을 수행한다.	①	②	③	④	⑤
H-4. 근로자에게 문화예술 취미활동에 대한 동기를 부여한다.	①	②	③	④	⑤

□ 다른 지원사업과 비교할 때 이 사업의 **차별성과 강점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-5. 다양한 장르의 문화예술활동의 시도 가능	①	②	③	④	⑤
H-6. 환경 변화(천재지변 발생, 감염증 확산 등)에 대한 적극적 대응	①	②	③	④	⑤
H-7. 행정업무(정산 등)에 대한 부담 최소화	①	②	③	④	⑤
H-8. 지원금 규모 및 지원조건	①	②	③	④	⑤
H-9. 문화예술 관계망 형성	①	②	③	④	⑤
H-10. 기타 ()	①	②	③	④	⑤

I. 개선방안

□ 본 사업의 효과적 운영을 위해 개선해야 할 사항은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
I-1. 사업목적 및 방향에 대한 명확한 제시	①	②	③	④	⑤
I-2. 사업예산 및 지원횟수 확대	①	②	③	④	⑤
I-3. 공연 규모별 예산 차등 지급	①	②	③	④	⑤
I-4. 진흥원과 사업 참여단체 간의 원활한 의사소통 구조	①	②	③	④	⑤
I-5. 사업 참여단체와 기업과의 매칭 방식에 대한 변화	①	②	③	④	⑤
I-6. 직장문화배달 사업에 대한 인지도 제고를 위한 홍보 강화	①	②	③	④	⑤
I-7. 사업 참여단체의 역량강화 및 네트워크 확장을 위한 워크숍 및 컨설팅 진행	①	②	③	④	⑤
I-8. 지역 예술단체의 가점 부여	①	②	③	④	⑤
I-9. 기타()	①	②	③	④	⑤

I. 포스트 코로나

I-1. 포스트 코로나 시대에 <직장문화배달> 사업은 어떤 형태로 추진되는 것이 가장 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 문화예술 향유는 대면 교감이 중요하므로, 지금처럼 최대한 대면 방식으로 추진해야 한다.
- ② 대면 기조는 유지하되 방역차원에서 관객 그룹을 소규모로 분할해서 진행하는 형태로 전환해야 한다.
- ③ 시대적 흐름에 발맞춰 비대면 운영을 장려하는 방향으로 추진되어야 한다.
- ④ 기타 ()

I-2. 올해처럼 대면 운영과 비대면 운영이 병행될 경우 가장 시급하게 개선되어야 할 사항이 무엇입니까?

(1순위: , 2순위:)

- ① 대면-비대면 변경 시 행정 절차 간소화
- ② 비대면 운영 관련 기술지원 제공
- ③ 수혜처의 비대면 향유환경 구축 지원
- ④ 타 단체와의 교류/협업 기회 확대
- ⑤ 기타 ()

I-3. 포스트 코로나 시대 사업추진 방향 및 해결과제에 대한 귀하의 생각을 자유롭게 적어주십시오.

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름	연락처
----	-----

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 동네책방 문화사랑방」 참여자 설문조사

안녕하세요. 본 설문은 '문화가 있는 날 기획사업'의 발전방안 모색을 위한 것으로, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않습니다. 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

A. 기본정보

책방명	응답자						
책방 소재지	① 서울	② 인천	③ 부산	④ 광주	⑤ 대구	⑥ 대전	⑦ 울산
	⑧ 세종	⑨ 경기	⑩ 강원	⑪ 충청	⑫ 전라	⑬ 경상	⑭ 제주
책방 구성원	① 10대 (명)		② 20대 (명)		③ 30대 (명)		
	④ 40대 (명)		⑤ 50대 이상 (명)				
책방 운영기간	① 1년 미만		② 1~3년 미만		③ 3~5년 미만		④ 5~10년 미만
	⑤ 10년 이상						
책방 연평균수입	① 5백만원 미만		② 5백~1천만원 미만		③ 1천~2천만원 미만		④ 2천~3천만원 미만
	⑤ 3천~4천만원 미만		⑥ 4천~5천만원 미만		⑦ 5천~6천만원 미만		⑧ 6천만원 이상

* 책방 연평균수입 자료는 '책방 규모별 사업 참여효과'를 분석하는 것 이외의 어떤 용도로도 사용되지 않음을 알려드립니다.

B. 지원사업 참여경험

□ 아래의 각 지원사업에 대해 귀 책방이 2020년 이전에 참여한 경험을 모두 적어주십시오.

사업	참여경험		
청춘마이크	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
지역문화우리	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
지역문화 콘텐츠 특성화	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
동동동 문화놀이터	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
직장문화배달	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	
동네책방 문화사랑방	① 없음	② 있음 (총 회 / 참여년도: 년, 년, 년)	

C. 사업 참여형태

C-1. 귀 책방이 본 사업에 참여한 목적은 무엇입니까? (1순위: , 2순위:)

- ① 사업 취지에 공감해서 ② 활동기회를 얻기 위해 ③ 책방 인지도를 높이기 위해
- ④ 경제적 충족을 위해 ⑤ 분야/지역 네트워킹을 위해 ⑥ 기타 ()

C-2. 본 사업에 관한 첫 정보는 어떤 채널을 통해 얻으셨습니까?

- ① 주변 소개 ② 홈페이지 광고 ③ SNS
- ④ 해당 분야 커뮤니티 ⑤ 거리 홍보 ⑥ 기타()

D. 사업 참여만족도

□ 사업에 참여하면서 **느끼셨던 점**이 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 문화가 있는 날 취지에 부합하는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 다른 지원사업과는 차별화되는 사업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 책방을 지역 문화향유 및 교류공간으로 만드는 데 효과적 사업이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-4. 사업의 목표와 방향에 충분히 동의한다.	①	②	③	④	⑤
D-5. 지원 내용과 방식이 합리적이고 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-6. 사업 운영일정 및 절차가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-7. 지원금 규모가 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 주관기관과의 소통체계가 잘 갖추어져 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 사업 홍보가 충분히 잘 이루어지고 있다고 느낀다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 향후 다른 사업보다 본 사업에 더욱더 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

E. 사업 참여결과

□ 사업에 참여하며 귀 책방이 느낀 **어려운 점**은 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
E-1. 사업 목적 및 방향의 불명확성	①	②	③	④	⑤
E-2. 프로그램 진행 장소의 부적절성(현장여건 등)	①	②	③	④	⑤
E-3. 프로그램 진행 시간(이른 아침, 늦은 오후 등)	①	②	③	④	⑤
E-4. 활동 및 사업 취지에 대한 홍보의 어려움	①	②	③	④	⑤
E-5. 참여자 모집의 어려움	①	②	③	④	⑤
E-6. 운영경비 및 참여 인원 대비 지원 예산 부족	①	②	③	④	⑤
E-7. 역량 강화 기회(교육, 컨설팅) 부족	①	②	③	④	⑤
E-8. 지원횟수 부족	①	②	③	④	⑤
E-9. 책방 대표자 이외 전담 인력 부족	①	②	③	④	⑤
E-10. 지문원과 책방 간 소통 및 조율 부족	①	②	③	④	⑤
E-11. 단기(1년) 지원에 따른 사업의 지속성 부족	①	②	③	④	⑤
E-12. 기타 ()	①	②	③	④	⑤

F. 사업 참여효과

□ 사업에 참여함으로써 귀 책방이 얻은 **실질적 효과**는 무엇입니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
F-1. 지역 문화 주체로서 어떤 역할을 해야할지 보다 명확해졌다.	①	②	③	④	⑤
F-2. 책방 구성원들이 문화기획자로서 자신감을 얻는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-3. 사업 추진역량(행정업무, e-나라도움 등)을 강화하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-4. 책방의 내부 결속력을 다지는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-5. 지역에서 책방 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-6. 책방에 대한 문화계 인지도를 높이는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-7. 사업 이후의 활동기회를 확보하는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-8. 문화 분야 공공 행정기관과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-9. 지역주민과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤
F-10. 지역의 다양한 문화주체들(작가, 창작자 등)과 네트워크를 쌓는 데 도움이 됐다.	①	②	③	④	⑤

H. 사업가치(사업추진에 따른 핵심효과)

□ <동네책방 문화사랑방> 사업이 운영됨으로써 기여하는 **사회적 역할**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다	아니다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
H-1. 책방이 지역민들의 문화사랑방(문화생산/향유 공간 및 교류의 장)으로 기능하는 데 기여한다.	①	②	③	④	⑤
H-2. 지역 문화 주체로서 책방 구성원과 주민들의 자부심 증진시킨다.	①	②	③	④	⑤
H-3. 지속적으로 책방 공간을 필요로 하는 사람들을 늘려 책방 활성화시킨다.	①	②	③	④	⑤
H-4. 전국 책방 활성화를 통해 고르게 지역문화를 창출하고 발전시키는 데 기여한다.	①	②	③	④	⑤

□ 다른 지원사업과 비교할 때 이 사업의 **차별성과 강점**은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
H-5. 책방의 전통적 기능을 넘어 다양한 유형의 문화활동 가능	①	②	③	④	⑤
H-6. 환경 변화(천재지변 발생, 감염증 확산 등)에 대한 적극적 대응	①	②	③	④	⑤
H-7. 행정업무(정산 등)에 대한 부담 최소화	①	②	③	④	⑤
H-8. 지원금 규모 및 지원조건	①	②	③	④	⑤
H-9. 지역 내 문화관계망 형성 가능	①	②	③	④	⑤
H-10. 기타()	①	②	③	④	⑤

I. 개선방안

□ 본 사업의 효과적 운영을 위해 개선해야 할 사항은 무엇이라고 생각하십니까?

문항	응답				
	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
I-1. 사업목적 및 방향에 대한 명확한 제시	①	②	③	④	⑤
I-2. 사업예산 및 지원횟수 확대	①	②	③	④	⑤
I-3. 동네책방 대표자 이외 전담 인력 확보	①	②	③	④	⑤
I-4. 진흥원과 동네책방 간의 원활한 의사소통 구조	①	②	③	④	⑤
I-5. 역량강화를 위한 사례 공유 및 전문가 컨설팅	①	②	③	④	⑤
I-6. 사업에 대한 인지도 제고를 위한 홍보 강화	①	②	③	④	⑤
I-7. 다음연도 사업에 지원할 경우 가산점 부여를 통해 연속 활동 우대	①	②	③	④	⑤
I-8. 기타()	①	②	③	④	⑤

J. 포스트 코로나

J-1. **포스트 코로나 시대**에 <동네책방 문화사랑방> 사업은 어떤 형태로 추진되는 것이 가장 **바람직**하다고 생각하십니까?

- ① 문화예술 향유는 대면 교감이 중요하므로, 지금처럼 최대한 대면 방식으로 추진해야 한다.
- ② 대면 기조는 유지하되 방역차원에서 관객 그룹을 소규모로 분할해서 진행하는 형태로 전환해야 한다.
- ③ 시대적 흐름에 발맞춰 비대면 운영을 장려하는 방향으로 추진되어야 한다.
- ④ 기타 ()

2. 이용자 설문지

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 청춘마이크」 이용자 설문조사

A. 기본정보

성별	① 여성	② 남성				
연령	① 10대	② 20대	③ 30대	④ 40대	⑤ 50대	⑥ 60세 이상
거주지	() 시(도)		() 군(구)			
직업	① 농업·어업·임업·축산업		② 자영업		③ 판매·서비스직	
	④ 기능·숙련공		⑤ 일반작업직		⑥ 사무·기술직	
	⑦ 경영·관리직		⑧ 전문직·자유직		⑨ 주부	
	⑩ 학생		⑪ 무직		⑫ 기타()	
혼인 여부	① 기혼		② 미혼			
가구원 수	① 1명	② 2명	③ 3명	④ 4명	⑤ 5명 이상	
자녀 수	① 없음	② 1명	③ 2명	④ 3명 이상		
월평균 가구소득	① 100만원 미만		② 100~200만원 미만		③ 200~300만원 미만	
	④ 300~400만원 미만		⑤ 400~500만원 미만		⑥ 500~600만원 미만	
	⑦ 600~700만원 미만		⑧ 700만원 이상		⑨ 800만원 이상	
참여경험 (오늘 제외)	문화가 있는 날 할인 혜택		① 있음	② 없음		
	다른 문화가 있는 날 프로그램		① 있음	② 없음		
	청춘마이크		① 있음		② 없음	
	오늘 참여단체의 다른 행사		① 있음		② 없음	

B. 프로그램 참여형태

B-1. 방문 유형	① 오늘 프로그램에 참여하기 위해 방문		② 우연히 방문(⇔B-2로)			
* 행사 인지 경로	① 지인 소개	② 홈페이지	③ SNS	④ 기타()		
B-2. 참여시간	① 30분 미만	② 30분~1시간 미만	③ 1시간~3시간 미만	④ 3시간 이상		
B-3. 동행자 유형	① 혼자	② 가족, 친지	③ 친구, 동료	④ 연인		
	⑤ 동호회	⑥ 기타()				

C. 프로그램 참여만족도

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
C-1. 전반적으로 오늘 프로그램은 매우 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
C-2. 기획단체의 열정과 노력이 대단하다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
C-3. 프로그램 내용이 흥미롭고 재밌었다.	①	②	③	④	⑤
C-4. 행사 내내 흠뻑 빠져 몰입할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-5. 프로그램 관리와 안내가 잘 이루어지고 있다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
C-6. 프로그램의 취지나 목표를 충분히 이해할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-7. 프로그램 일정 및 장소가 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
C-8. 프로그램에 관한 정보를 쉽게 얻을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-9. 오늘 프로그램이 또 진행된다면 다시 참여할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤
C-10. 오늘 행사를 주변 지인에게 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤

D. 프로그램 참여효과

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 프로그램에 참여하는 내내 즐겁고 유쾌했다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 프로그램에 참여하는 동안 마음과 정신이 치유되는 느낌을 받았다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 오늘 공연한 단체에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-4. '문화가 있는 날'에 대한 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-5. 오늘 관람한 프로그램과 같은 유형의 문화예술에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-6. 문화예술 프로그램을 보다 적극적으로 즐기고 싶다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤
D-7. 시간을 더 쓰더라도 오늘과 같은 행사에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 비용이 들더라도 오늘과 같은 행사에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 함께 공연을 관람한 사람들(관객, 동행인)과 유대감/친밀감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 기획단체, 스태프 등 프로그램 운영 주체들과 공감대/유대감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤

E. 자유 의견

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름		연락처	
----	--	-----	--

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 지역문화우리」 이용자 설문조사

A. 기본정보

성별	① 여성	② 남성				
연령	① 10대	② 20대	③ 30대	④ 40대	⑤ 50대	⑥ 60세 이상
거주지	() 시(도)		() 군(구)			
직업	① 농업·어업·임업·축산업	② 자영업	③ 판매·서비스직			
	④ 기능·숙련공	⑤ 일반작업직	⑥ 사무기술직			
	⑦ 경영·관리직	⑧ 전문직·자유직	⑨ 주부			
	⑩ 학생	⑪ 무직	⑫ 기타()			
혼인 여부	① 기혼	② 미혼				
가구원 수	① 1명	② 2명	③ 3명	④ 4명	⑤ 5명 이상	
자녀 수	① 없음	② 1명	③ 2명	④ 3명 이상		
월평균 가구소득	① 100만원 미만	② 100~200만원 미만	③ 200~300만원 미만	④ 300~400만원 미만		
	⑤ 400~500만원 미만	⑥ 500~600만원 미만	⑦ 600~700만원 미만	⑧ 700만원 이상		
참여경험 (오늘제외)	문화가 있는 날 할인 혜택		① 있음	② 없음	지역문화우리(청년문화우리)	
	다른 문화가 있는 날 행사		① 있음	② 없음	오늘 참여단체의 다른 행사	
			① 있음	② 없음		

B. 프로그램 참여형태

B-1. 방문 유형	① 오늘 프로그램에 참여하기 위해 방문	② 우연히 방문(⇨B-2로)		
* 프로그램 인지 경로	① 지인 소개	② 홈페이지	③ SNS	④ 기타()
B-2. 참여시간	① 30분 미만	② 30분~1시간 미만	③ 1시간~3시간 미만	④ 3시간 이상
B-3. 동행자 유형	① 혼자	② 가족, 친지	③ 친구, 동료	④ 연인
	⑤ 동호회	⑥ 기타()		

C. 프로그램 참여만족도

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
C-1. 전반적으로 오늘 프로그램은 매우 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
C-2. 기획단체의 열정과 노력이 대단하다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
C-3. 프로그램 내용이 흥미롭고 재밌었다.	①	②	③	④	⑤
C-4. 프로그램 내내 흠뻑 빠져 몰입할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-5. 프로그램 관리와 안내가 잘 이루어지고 있다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
C-6. 프로그램의 취지나 목표를 충분히 이해할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-7. 프로그램 일정 및 장소가 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
C-8. 프로그램에 관한 정보를 쉽게 얻을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-9. 오늘 프로그램이 또 진행된다면 다시 참여할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤
C-10. 오늘 프로그램을 주변 지인에게 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤

D. 프로그램 참여효과

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 프로그램에 참여하는 내내 즐겁고 유쾌했다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 프로그램에 참여하는 동안 마음과 정신이 치유되는 느낌을 받았다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 오늘 공연한 단체에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-4. 지역(지역문화)에 대한 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-5. '문화가 있는 날'에 대한 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-6. 오늘 관람한 프로그램과 같은 유형의 문화예술에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-7. 문화예술 프로그램을 보다 적극적으로 즐기고 싶다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 시간을 더 쓰더라도 오늘과 같은 행사에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 비용이 들더라도 오늘과 같은 행사에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 함께 공연을 관람한 사람들(관객, 동행인)과 유대감/친밀감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤
D-11. 기획단체, 스태프 등 프로그램 운영 주체들과 공감대/유대감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤

E. 기타

E-1. 이 프로그램에 참여하면서 경험한 <지역문화우리>의 가치와 의미는 무엇이라고 생각하십니까?

(우선순위 3순위로 기재) (1순위: , 2순위: , 3순위:)

- ① 일상에서 청년과 주민들이 함께하는 자발적 문화 활동을 가능하게 한다.
- ② 지역의 문제나 가치를 청년들이 문화적으로 접근할 수 있게 한다.
- ③ 청년들의 문화 활동을 통해 지역 내 활력을 준다.
- ④ 지역 주민들의 문화 활동을 통해 지역 주민들의 삶의 질을 향상시킨다.
- ⑤ 청년들의 문화 활동을 통해 지역 내에서의 청년 활동 분야가 늘어난다.
- ⑥ 기타()

F. 자유 의견

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름		연락처	
----	--	-----	--

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 지역문화 콘텐츠 특성화」 이용자 설문조사

A. 기본정보

성별	① 여성	② 남성				
연령	① 10대	② 20대	③ 30대	④ 40대	⑤ 50대	⑥ 60세 이상
거주지	() 시(도)		() 군(구)			
직업	① 농업·어업·임업·축산업		② 자영업		③ 판매·서비스직	
	④ 기능·숙련공		⑤ 일반직업직		⑥ 사무·기술직	
	⑦ 경영·관리직		⑧ 전문직·자유직		⑨ 주부	
	⑩ 학생		⑪ 무직		⑫ 기타()	
혼인 여부	① 기혼	② 미혼				
가구원 수	① 1명	② 2명	③ 3명	④ 4명	⑤ 5명 이상	
자녀 수	① 없음	② 1명	③ 2명	④ 3명 이상		
월평균 가구소득	① 100만원 미만		② 100~200만원 미만		③ 200~300만원 미만	
	④ 300~400만원 미만		⑤ 400~500만원 미만		⑥ 500~600만원 미만	
참여경험 (오늘 제외)	문화가 있는 날 할인 혜택		① 있음	② 없음	지역문화 콘텐츠 특성화	
	다른 문화가 있는 날 행사		① 있음	② 없음	오늘 참여단체의 다른 행사	

B. 프로그램 참여형태

B-1. 방문 유형	① 오늘 프로그램에 참여하기 위해 방문		② 우연히 방문(→B-2로)		
* 프로그램 인지 경로	① 지인 소개	② 홈페이지	③ SNS	④ 기타()	
B-2. 참여시간	① 30분 미만	② 30분~1시간 미만	③ 1시간~3시간 미만	④ 3시간 이상	
B-3. 동행자 유형	① 혼자	② 가족, 친지	③ 친구, 동료	④ 연인	
	⑤ 동호회	⑥ 기타()			

C. 프로그램 참여만족도

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
C-1. 전반적으로 오늘 프로그램은 매우 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
C-2. 운영단체의 열정과 노력이 대단하다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
C-3. 프로그램 내용이 흥미롭고 재밌었다.	①	②	③	④	⑤
C-4. 프로그램 내내 흠뻑 빠져 몰입할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-5. 프로그램 관리와 안내가 잘 이루어지고 있다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
C-6. 프로그램의 취지나 목표를 충분히 이해할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-7. 프로그램 일정 및 장소가 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
C-8. 프로그램에 관한 정보를 쉽게 얻을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-9. 오늘 프로그램이 또 진행된다면 다시 참여할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤
C-10. 오늘 프로그램을 주변 지인에게 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤

D. 프로그램 참여효과

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 프로그램에 참여하는 내내 즐겁고 유쾌했다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 프로그램에 참여하는 동안 마음과 정신이 치유되는 느낌을 받았다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 오늘 프로그램을 운영한 단체(기관)에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-4. 이 지역(지역문화)에 대한 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-5. '문화가 있는 날'에 대한 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-6. 오늘과 같은 유형의 문화프로그램에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-7. 문화프로그램을 보다 적극적으로 즐기고 싶다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 시간을 더 쓰더라도 오늘과 같은 프로그램에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 비용이 들더라도 오늘과 같은 프로그램에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 함께 프로그램에 참여한 사람들(관객, 주민, 동행인)과 유대감/친밀감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤
D-11. 주관단체, 스태프 등 프로그램 운영 주체들과 공감대/유대감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤

E. 자유 의견

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름	연락처

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 동동동 문화놀이터」 이용자 설문조사

A. 기본정보

기관 소재지	() 시도	() 군(구)		
참여경험 (오늘 제외)	문화가 있는 날 할인 혜택	① 있음 ② 없음	동동동 문화놀이터	① 있음 ② 없음
	다른 문화가 있는 날 행사	① 있음 ② 없음	오늘 참여단체의 다른 행사	① 있음 ② 없음

B. 프로그램 참여만족도

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
B-1. 전반적으로 오늘 행사는 매우 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
B-2. 공연단체의 열정과 노력이 대단하다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
B-3. 프로그램 내용이 흥미롭고 재밌었다.	①	②	③	④	⑤
B-4. 행사 내내 흠뻑 빠져 몰입할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
B-5. 행사 관리와 안내가 잘 이루어지고 있다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
B-6. 행사의 취지나 목표를 충분히 이해할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
B-7. 행사 및 공연단체에 관한 정보를 쉽게 얻을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
B-8. 오늘 프로그램이 또 진행된다면 다시 참여할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤
B-9. 오늘 프로그램을 지인이나 타 기관 선생님들에게 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤

C. 프로그램 참여효과

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
C-1. 프로그램에 참여하는 내내 즐겁고 유쾌했다.	①	②	③	④	⑤
C-2. 프로그램에 참여하는 동안 아이들의 마음과 정신이 치유되는 느낌을 받았다.	①	②	③	④	⑤
C-3. 오늘 공연한 단체에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
C-4. '문화가 있는 날'에 대한 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
C-5. 오늘 관람한 프로그램과 같은 유형의 문화예술에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
C-6. 문화예술 프로그램을 보다 적극적으로 즐기고 싶다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤
C-7. 시간을 더 쓰더라도 오늘과 같은 프로그램에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
C-8. 비용이 들더라도 오늘과 같은 프로그램에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
C-9. 함께 공연을 관람한 사람들(아이, 학부모, 교사)과 유대감/친밀감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤
C-10. 공연단체, 스태프 등 프로그램 운영 주체들과 공감대/유대감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤

D. 기타

D-1. 이 프로그램에 참여하면서 경험한 <동동동 문화놀이터>의 효과는 무엇이라고 생각하십니까?

(복수응답 가능)

- ① 아이들의 예술적 표현력을 넓힐 수 있다.
- ② 아이들이 향후 문화시민으로 성장하는데 도움을 준다.
- ③ 전문적인 문화예술공연 관람에 필요한 시간과 비용이 절감된다.
- ④ 현재 보육·교육 시설에서 운영되는 프로그램을 다양화하는 데에 참고가 된다.
- ⑤ 기타()

D-2. '문화가 있는 날' <동동동 문화놀이터>는 아이들을 대상으로 하는 '찾아가는 문화예술지원사업'입니다. 앞으로 프로그램이 보다 **효과적으로 운영되기 위해 필요한 부분**은 무엇이라고 생각하십니까?

(복수응답 가능)

- ① 다른 아동 문화예술체험 프로그램과의 차별성이 강화되어야 한다.
- ② 연 1회 이상으로 지원이 확대되어야 한다.
- ③ 보육·교육 시설의 선호도에 따라 예술단체(장르) 선정이 확대되어야 한다.
- ④ 보육·교육 시설이 프로그램을 선택할 수 있는 폭이 확장되어야 한다.
- ⑤ <동동동 문화놀이터>의 홍보를 강화해야 한다. (보다 쉬운 프로그램 정보 확인 가능 등)
- ⑥ 공연이 확정되기 전까지 충분한 신청 및 준비 기간을 두어야 한다.
- ⑦ 기타()

D-3. 향후 <동동동 문화놀이터> 사업 지원이 아니더라도 이와 유사한 문화예술 단체를 자체적으로 초청하실 의향이 있습니까?

- ① 전혀 아니다
- ② 아니다
- ③ 보통이다
- ④ 약간 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

E. 자유 의견

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 **인터뷰 조사**를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름		연락처	
----	--	-----	--

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 직장문화배달」 이용자 설문조사

A. 기본정보

성별	① 여성	② 남성					
연령	① 10대	② 20대	③ 30대	④ 40대	⑤ 50대	⑥ 60세 이상	
거주지	() 시(도)		() 군(구)				
직업	① 농업·어업·임업·축산업		② 자영업		③ 판매·서비스직		
	④ 기능·숙련공		⑤ 일반작업직		⑥ 사무·기술직		
	⑦ 경영·관리직		⑧ 전문직·자유직		⑨ 주부		
	⑩ 학생		⑪ 무직		⑫ 기타()		
혼인 여부	① 기혼	② 미혼					
가구원 수	① 1명	② 2명	③ 3명	④ 4명	⑤ 5명 이상		
자녀 수	① 없음	② 1명	③ 2명	④ 3명 이상			
월평균 가구소득	① 100만원 미만		② 100~200만원 미만		③ 200~300만원 미만		
	⑤ 400~500만원 미만		⑥ 500~600만원 미만		④ 300~400만원 미만		
					⑦ 600~700만원 미만		
					⑧ 700만원 이상		
참여경험 (오늘 제외)	문화가 있는 날 할인 혜택	① 있음	② 없음	직장문화배달		① 있음	② 없음
	다른 문화가 있는 날 행사	① 있음	② 없음	오늘 참여단체의 다른 행사		① 있음	② 없음

B. 프로그램 참여만족도

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
B-1. 전반적으로 오늘 행사는 매우 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
B-2. 공연단체의 열정과 노력이 대단하다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
B-3. 프로그램 내용이 흥미롭고 재밌었다.	①	②	③	④	⑤
B-4. 행사 내내 흠뻑 빠져 몰입할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
B-5. 행사 관리와 안내가 잘 이루어지고 있다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
B-6. 행사의 취지나 목표를 충분히 이해할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
B-7. 행사 및 공연단체에 관한 정보를 쉽게 얻을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
B-8. 오늘 프로그램이 또 진행된다면 다시 참여할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤
B-9. 오늘 행사를 주변 지인에게 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤

C. 프로그램 참여효과

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
C-1. 프로그램에 참여하는 내내 즐겁고 유쾌했다.	①	②	③	④	⑤
C-2. 프로그램에 참여하는 동안 마음과 정신이 치유되는 느낌을 받았다.	①	②	③	④	⑤
C-3. 오늘 공연한 단체에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
C-4. '문화가 있는 날'에 대한 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
C-5. 오늘 관람한 프로그램과 같은 유형의 문화예술에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
C-6. 문화예술 프로그램을 보다 적극적으로 즐기고 싶다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤
C-7. 시간을 더 쓰더라도 오늘과 같은 행사에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
C-8. 비용이 들더라도 오늘과 같은 행사에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
C-9. 함께 공연을 관람한 사람들(직장동료)과 유대감/친밀감이 형성되는 것 같았다	①	②	③	④	⑤
C-10. 공연단체 스태프 등 프로그램 운영 주체들과 공감대/유대감이 형성되는 것 같았다	①	②	③	④	⑤

D. 기타

D-1. 이 프로그램에 참여하면서 경험한 <직장문화배달>의 **효과**는 무엇이라고 생각하십니까? (복수응답 가능)

- ① 문화예술을 통해 사내 업무 분위기를 개선한다.
- ② 문화예술을 통해 근로자의 삶의 질 향상에 기여한다.
- ③ 문화예술을 통해 직원을 대상으로 한 기업의 역할과 책임을 수행하게 한다.
- ④ 근로자에게 문화예술 관련 취미활동에 대한 동기를 부여한다.
- ⑤ 기타()

D-2. '문화가 있는 날' <직장문화배달>은 '근로자를 대상으로 하는 찾아가는 문화예술지원사업'입니다. 프로그램이 **보다 효과적으로 운영되기 위해 필요한 부분**은 무엇이라고 생각하십니까? (복수응답 가능)

- ① 공연단체에 대한 정보가 사전에 안내될 필요가 있다.
- ② 연 1회 이상으로 지원이 확대되어야 한다.
- ③ 직장(기업)의 선호도에 따른 예술단체(장르) 선정이 확대되어야 한다.
- ④ 직장(기업)의 선택 폭이 확장되어야 한다.
- ⑤ <직장문화배달>의 홍보를 강화해야 한다. (정보취득 경로 등)
- ⑥ 프로그램 진행까지 충분한 기획기간과 준비기간이 보장되어야 한다.
- ⑦ 기타()

D-3. 향후 <직장문화배달> 사업 지원이 아니더라도 이와 유사한 문화예술 단체를 자체적으로 초청하실 의향이 있습니까?

- ① 전혀 아니다
- ② 아니다
- ③ 보통이다
- ④ 약간 그렇다
- ⑤ 매우 그렇다

E. 자유 의견

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 **성함과 연락처**를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름		연락처	
----	--	-----	--

「2020 문화가 있는 날 기획사업 - 동네책방 문화사랑방」 이용자 설문조사

안녕하세요. 본 설문은 '문화가 있는 날 기획사업'의 발전방안 모색을 위한 것으로, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 이외에는 사용되지 않습니다. 설문에 참여해주셔서 대단히 감사합니다.

A. 기본정보

성별	① 여성	② 남성				
연령	① 10대	② 20대	③ 30대	④ 40대	⑤ 50대	⑥ 60세 이상
거주지	() 시(도)		() 군(구)			
직업	① 농업·어업·임업·축산업	② 자영업	③ 판매·서비스직			
	④ 기능·숙련공	⑤ 일반작업직	⑥ 사무·기술직			
	⑦ 경영·관리직	⑧ 전문직·자유직	⑨ 주부			
	⑩ 학생	⑪ 무직	⑫ 기타()			
혼인 여부	① 기혼	② 미혼				
가구원 수	① 1명	② 2명	③ 3명	④ 4명	⑤ 5명 이상	
자녀 수	① 없음	② 1명	③ 2명	④ 3명 이상		
월평균 가구소득	① 100만원 미만	② 100~200만원 미만	③ 200~300만원 미만	④ 300~400만원 미만		
	⑤ 400~500만원 미만	⑥ 500~600만원 미만	⑦ 600~700만원 미만	⑧ 700만원 이상		
참여경험 (오늘 제외)	문화가 있는 날 할인 혜택	① 있음	② 없음	동네책방 문화사랑방		① 있음 ② 없음
	다른 문화가 있는 날 행사	① 있음	② 없음	참여단체(책방)의 다른 행사		① 있음 ② 없음

B. 프로그램 참여형태

B-1. 방문 유형	① 오늘 프로그램에 참여하기 위해 방문	② 우연히 방문(⇒B-2로)		
* 프로그램 인지 경로	① 지인 소개	② 홈페이지	③ SNS	④ 기타()
B-2. 참여시간	① 30분 미만	② 30분~1시간 미만	③ 1시간~3시간 미만	④ 3시간 이상
B-3. 동행자 유형	① 혼자	② 가족, 친지	③ 친구, 동료	④ 연인
	⑤ 동호회	⑥ 기타()		

C. 프로그램 참여만족도

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
C-1. 전반적으로 오늘 프로그램은 매우 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
C-2. 책방의 열정과 노력이 대단하다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
C-3. 프로그램 내용이 흥미롭고 재밌었다.	①	②	③	④	⑤
C-4. 프로그램 내내 흠뻑 빠져 몰입할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-5. 프로그램 관리와 안내가 잘 이루어지고 있다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
C-6. 프로그램의 취지나 목표를 충분히 이해할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-7. 프로그램 일정 및 장소가 만족스러웠다.	①	②	③	④	⑤
C-8. 프로그램에 관한 정보를 쉽게 얻을 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
C-9. 오늘 프로그램이 또 진행된다면 다시 참여할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤
C-10. 오늘 프로그램을 주변 지인에게 추천할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤

D. 프로그램 참여효과

문항	전혀 아니다.	아니다.	보통 이다.	약간 그렇다.	매우 그렇다.
D-1. 프로그램에 참여하는 내내 즐겁고 유쾌했다.	①	②	③	④	⑤
D-2. 프로그램에 참여하는 동안 마음과 정신이 치유되는 느낌을 받았다.	①	②	③	④	⑤
D-3. 오늘 프로그램을 진행한 책방에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-4. 우리 지역(지역문화)에 대한 관심과 애정이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-5. '문화가 있는 날'에 대한 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-6. 오늘 참여한 프로그램과 같은 유형의 문화예술에 관심이 생겼다(커졌다).	①	②	③	④	⑤
D-7. 문화 활동을 보다 적극적으로 즐기고 싶다는 생각이 들었다.	①	②	③	④	⑤
D-8. 시간을 더 쓰더라도 오늘과 같은 프로그램에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
D-9. 비용이 들더라도 오늘과 같은 프로그램에 또 참여하고 싶어졌다.	①	②	③	④	⑤
D-10. 함께 프로그램에 참여한 사람들(관객 동행인)과 유대감/친밀감이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤
D-11. 책방지기와의 공감대/유대감, 책방공간에 대한 애정 등이 형성되는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤

E. 자유 의견

저희 연구진은 연구결과의 질을 높이기 위해 희망자를 대상으로 인터뷰 조사를 실시할 예정입니다. 인터뷰 조사에 참여하기를 희망하시는 분은 성함과 연락처를 남겨주시기 바랍니다. 조사는 2020년 11월 중에 추진될 예정이며, 참여자에게는 소정의 답례비가 지급됩니다. (대상 선정 결과는 개별 통보)

이름		연락처	
----	--	-----	--

3. 좌담회 주요 내용

<2020 문화가 있는 날> 온택트 좌담회 행사운영 개요

구분	내용			
주제	'문화가 있는 날 기획사업' , 어디로, 어떻게 가야 하는가?			
일시	2020년 12월 15일(화), 13시~17시30분			
장소	공간성수 (서울시 성동구 성수이로 96 포코호텔 2층)			
방법	현장 발제/토론회 운영 및 유튜브 생중계 (토론 시 방청객 참여 가능)			
주최	문화체육관광부, 지역문화진흥원			
주관	이안전략컨설팅			
내용	2020 문화가 있는 날 기획사업 분석 및 발전방안 연구		김준호(연구PM, 이안전략컨설팅 대표)	
	[1부] "기획사업의 가치와 역할"	기초 발제	기초발제 "포스트 코로나시대 문화정책 대응방향과 과제"	김면 한국문화관광연구원 문화기반연구실장
		주제 발표	주제발표 1. "포스트코로나 시대 지역문화 패러다임 변화와 지역문화진흥정책"	박은실 추계예술대학교 문화예술경영대학원 교수
			주제발표 2. "포스트 코로나 시대의 문화권"	최영화 인천연구원 도시경영연구실 연구위원
			주제발표 3. "포스트코로나 시대의 지역+콘텐츠+문날'기획사업"	정종은 상지대학교 문화콘텐츠학과 교수
	종합 토론	주제발표 내용에 대한 자유토론	전원 참여 (온라인 방청객 포함)	
	[2부] "기획사업 통합운영 방안"	기초 발제	기초발제 "문화가 있는 날 기획사업의 통합운영의 필요성과 과제"	장세길 전북연구원 사회문화부 연구위원
		주제 발표	주제발표 1. "문화가 일상이 되는 날을 위한 지역생태계 연계전략"	신동호 코뮤니타스 소장
			주제발표 2. "지역진단에 기초한 통합기획 전략"	권순석 문화컨설팅 바라 대표
			주제발표 3. "통합운영 사업을 어떻게 평가할 것인가?"	윤소영 한국문화관광연구원 문화정책연구실 연구위원
종합 토론	주제발표 내용에 대한 자유토론	전원 참여 (온라인 방청객 포함)		

[1부] “기획사업의 가치와 역할”

□ 기초발제

“포스트 코로나시대 문화정책 대응방향과 과제” (김면/한국문화관광연구원 문화기반연구실장)

- 2020년 코로나 팬데믹은 관객과의 대면 및 상호교감을 전제로 하는 접 문화예술 분야의 특성, 밀폐된 장소에서의 관객 동원을 통한 수익구조, 예술인의 열악한 소득수준과 사회안전망에서의 누락, 높은 공공의존도와 민간의 대안적 위기대응 기제 부족 등 취약성을 드러냄
- 코로나19 영향에 따른 사회문화 및 문화 분야 변화에 대해 한국문화관광연구원에서 진행한 설문조사 주요 결과분석을 통해 설명하며, 이에 따른 문화정책의 대응방향과 과제를 제시함
- 문화예술인 및 지역문화재단 대상 설문조사 결과에 따르면, 코로나19 관련한 애로사항에 대해서는, 사회적 거리두기 등으로 인한 모객의 어려움, 미래 상황에 대한 불확실성, 생활비 부담에 대한 응답이 나왔으며, 코로나19에 대한 대응 조치로는 온라인·비대면 콘텐츠 제작/중계/송출, 융자·대출, 그리고 중앙정부/지자체/유관기관과의 지원사업 공모 순으로 나타남
- 코로나19가 문화예술분야에 미친 영향 및 정책 대응의 방향으로 현재를 ‘일상적 재난 사회에서 전환의 문화예술 정책이 지향하는 시기’로 진단하며, 이전에 메르스, 사스, 신종플루와 연속적인 전염병의 한 축으로 보며 근본적인 위기대응 시스템 구비를 역설
- 문화예술생태계를 고려한 균형적 시각에서 비대면, 소규모, 국제-전국-지역적 접근을 강조하고, 포스트코로나 시대 문화예술 및 사회의 회복탄력성을 제고하기 위해서 장기적인 공적 투자(코로나19 피해회복 및 정상화, 위기대응과 같은 직접적 가이드라인, 기존 사업의 보완 및 연계확대 지원)가 중요하다고 진단하며 이를 위한 기획사업 및 프로젝트 마련, 활동 및 과정 지원, 인프라 지원, 역량강화 지원, 그리고 문화예술 가치인식 제고를 통한 정책 방향 강조

□ 주제발표 1.

“포스트코로나 시대 지역문화 패러다임 변화와 지역문화진흥정책” (박은실/추계예술대학교 문화예술경영대학원 교수)

- 코로나19로 인한 사회 및 지역패러다임의 변화에 따른 지역문화정책에 주요한 부분을 4차 산업혁명과 관련하여 급진적 혁명 또는 혁신의 기로에 있으며 이에 따른 변화 예측 및 대응전략 수립이 필요함
- 구체적으로 교육의 변화(교육자 및 피교육자 관점에서 모든 교육의 커리큘럼의 재설계가 필요함), 문화예술의 변화(양극화 심화, 예술에서의 테크놀로지 반영, 문화예술의 사회적 역할) 등이 예상됨
- 지역균형, 인구절벽, 지방소멸, 지역의 문화다양성 고취 등 ‘지역문화’가 본래 마주한 이슈들에서, 코로나 이후 지역경쟁력을 확보하기 위한 아젠다로 확장시킬 때 궁극적으로 문화와 예술이라는 것은 ‘혁신’으로부터 비롯되고 발전되기 때문에 민간으로부터 이루어져야할 것이며, 정부는 민간 기업과 에이전트, 민간이 발전할 수 있는 방향으로 정책을 펴야할 것임. 이때 ‘문화가 있는 날 기획사업’은 지역의 가능성과 역량을 측정

할 수 있는 정책적 설계를 해야함을 강조

□ 주제발표 2.

“포스트 코로나 시대의 문화권” (최영화/인천연구원 도시경영연구실 연구위원)

- 코로나19로 인한 팬데믹이 시민과 국민들의 문화권(문화자유권, 문화향유권, 문화참여권)에 영향을 미쳤고, 기존의 문화사업이 꾸준히 문화권을 보존하고 확대하기 위한 방안을 제안하는 측면에서 문화가 있는 날 기획사업 방향에 대해 제언함
- 팬데믹으로 인한 문화행사 취소 및 시설폐쇄는 문화권을 약화, 제약 또는 침해하였으나, 드라이브 스루 방식, 문화예술 키트, 찾아가는 문화, 온라인 학습 등 대안적 방식으로 많은 사업이 이루어졌으며, 특히 생활권, 공동체권 안에서 할 수 있는 사업들이 빠른 폭으로 증가한 것에 주목하여 이 부분의 다양화, 새로운 방법과 내용의 발굴, 민간과의 협업 등을 통한 개선안을 제시하고 있음
- 국민들이 중요하게 생각하고 있는 가치, 가령 소통, 공동체, 관계에 대한 필요성에 집중하여 문화가 이것들을 지속가능하게 하고 연결시켜줄 수 있는 매개임

□ 주제발표 3.

“포스트코로나 시대의 지역+콘텐츠+'문날'기획사업” (정종은/상지대학교 문화콘텐츠학과 교수)

- 코로나19로 인한 팬데믹 상황은 의식문화, 관계문화, 표현문화를 뒤흔드는 변화를 야기하였고 중앙에 집중되는 세계화와 도시화에서 오히려 내가 살고 있는 지역에 대한 관심과 애정을 발견하고 이를 통해 다른 나라와 도시와 연결되는 로컬라이제이션의 시작점이 될 것이라 점쳐지고 있음
- 이에 따라 지역문화발전이라고 막연히 말하는 것 이상으로 삶의 방식이나 사유방식 측면에서, 각각 의식문화의 자율성, 관계문화의 다양성, 표현문화의 창의성의 세 층위의 지역문화를 구상해야 함. 구체적으로 지역표현문화들 사이의 융합과 연계, 지역사회 현안과의 융합과 연계, 지역 핵심산업이나 핵심 경제활동과의 융합과 연계가 중요할 것임
- 한편 방법적 측면에서 언택트를 통한 소통방식으로 전환되는 가운데, 포스트 코로나 시대 문화가 있는 날 기획사업에서 딥택트의 가치를 추구하고 디지털 생태계를 구축해나가는 노력들이 잘 이루어져야 할 것임

[2부] “기획사업 통합운영 방안”

□ 기초발제

“문화가 있는 날 기획사업의 통합운영의 필요성과 과제”(장세길/전북연구원 사회문화부 연구위원)

- 사업 통합운영의 명분으로서 각 사업들의 성과 고도화, 예산과 추진체계의 효율성, 국가 또는 문화비전과 통합사업 간의 연계성 확보 등 세 영역의 정책목표에서의 충족이 필요하며 이에 대한 사례와 함께 그 방향과 과제를 제시
- 세부 목표설정과 측정지표, 민간 책임기관 육성, 지역별 계획수립, 문화취약지역 우선 고려, 지역 자율과 책임강화방안, 정부/지역 또는 공공/민간 협력방안 등의 구체적인 방법을 제시함(다년계획, 지방비 매칭, 책임기관제 도입, 컨소시엄 활용, 계획계약제 등)

□ 주제발표 1.

“문화가 일상이 되는 날을 위한 지역생태계 연계전략”(신동호/코뮤니타스 소장)

- 공급자 중심에서 지원에서, 생태계 중심으로의 가치 전환을 통한 생태계 플랫폼 지원방식으로의 전환이 필요하며 이때 지역의 고유성과 문화다양성, 문화의 사회적 효과에 대한 근본적 고민과 당사자 중심 지원으로의 변화가 필요함
- 지역성과 자생성, 현장에서의 일상성, 세대성, 장소성, 지속성을 획득하기 위한 것이 지금까지 문화가 있는 날이 추구했던 정책변화의 방향이었으므로, 문화안전망 형성, 사회적 가치, 사회적 효과에 대한 논의가 현재 많이 이루어지고 있는 상황임
- 정책적으로 ‘문화예술’이라는 좁은 골목에서 ‘일상의 삶의 문화’를 지지하고 응원하는 관점으로 전환이 필요하며, 생활문화 관련 사업 또는 문화예술교육, 평생교육, 마을의 커뮤니티 활동 지원사업이 실제 현장에서는 사업간 경계 영역을 구분하지 않고 진행되므로 이것이 지역단위에서 통합적 관점의 문화 활동이 절실한 이유임
- 뉴노멀 시대 문화예술이 어떻게 대응할 것인가에서 나아가 본질적으로 어떤 역할을 해야 하는가에 대한 질문을 통해 방향성을 정립하고, 지역에서 유연한 사고로서 충분한 논의를 통해 참여할 수 있는 집단지성의 기반 마련을 강조

□ 주제발표 2.

“지역진단에 기초한 통합기획 전략”(권순석/문화컨설팅 바라 대표)

- 문화가 있는 날 기획사업 통합지원의 유형에 대한 방안으로서, ‘지역(장소) 기반형 통합지원’, ‘장르 및 활동 방식 등 영역에 기반한 통합지원’, ‘가치지향 중심의 통합지원’, ‘활동가 생태계 중심의 관계형 통합지원’을 제시하고 있음
- 이를 위해 지역차원에서의 대비가 필요하며, 지역 입장에서의 문화가 있는 날 이해, 지역 스스로의 문화생태계 진단, 문화가 있는 날 사업의 지역적 의미에 맞는 목표 설정과 이에 따른 단계별 실행계획 수립을 강조함

□ 주제발표 3.

“통합운영 사업을 어떻게 평가할 것인가?”(윤소영/한국문화관광연구원 문화정책연구실 연구위원)

- 통합운영을 ‘계획계약제도’의 과정적 측면으로 이해하고, 지역 주도 및 단위사업 연계를 패키지화하여 묶을 수 있는 포괄보조사업이라는 키워드를 가지고 아젠다를 제공
- 중요한 점은 지자체가 주도적으로 사업을 추진하고 있고 단위사업 간 연계하고자하는 역량이 있는가 등이며 특히 재정적 측면에서 포괄보조형식이 뒤따라야 함을 강조함
- 장기적으로 지자체의 역량과 자원, 특성화에 맞는 사업에 대한 계획 및 수행능력 등을 기반으로 중앙정부와 함께 계획함으로써, 그것을 중장기적으로 추진할 수 있는 사업 모델로 만드는 과정을 구축해야 할 것임
- 계획계약 제도 도입을 위한 방법의 예시로서 포괄형 재정협약, 성과계약, 주민참여예산 연계 등을 제시하였으며, 기획사업 통합운영을 위한 조건과 평가(선정 및 성과평가) 시 주요 항목 등을 제안함

<2020 문화가 있는 날> 온택트 좌담회

‘문화가 있는 날 기획사업’, 어디로, 어떻게 가야 하는가?

2020.12.15.(화) 13:00~17:30

유튜브 ‘지역문화진흥원’ 채널에서 온라인 생중계

유튜브에 ‘지역문화진흥원’을 검색하세요.
<http://www.youtube.com/>

본 좌담회는 단순 시청은 물론,
전 국민이 직접 논의에 참여하실 수 있습니다.
 아래의 방법을 참조하시어 여러분의 다양한 목소리를 들려주세요.
‘문화가 있는 날 기획사업’에 대한 생생한 의견을 기다립니다!

의견 제시방법

1. 의견 사전 접수 *별도 양식 없음
 - 제출처 : 관상화 팀장 (02-6929-1922, shkwon@iansc.co.kr)
 - 제출기한 : 12/14(월) 18시까지
2. 좌담회 당일 실시간 채팅 참여

진행 순서

시간	내 용	진행자
13:00-13:05	개회 및 인사말	김영현 지역문화진흥원장
13:05-13:30	"2020 문화가 있는 날 분석 및 발전방안 연구" 진행현황 및 주요 이슈 공유	김준호 이안전략컨설팅 대표
1부 "포스트코로나 시대, 문화가 있는 날 기획사업의 가치와 역할"		
	기조발제 "포스트 코로나시대 문화정책 대응방향과 과제"	김연 한국문화관광연구원 문화기반연구실장
13:30-14:30	주제발표 1. "포스트코로나 시대 지역문화 패러다임 변화와 지역문화진흥정책"	박은실 추계예술대학교 문화예술경영대학원 교수
	주제발표 2. "포스트 코로나 시대의 문화권"	최영화 인천연구원 도시경관연구실 연구위원
	주제발표 3. "포스트코로나 시대의 지역+콘텐츠+문화기획사업"	정종은 상지대학교 문화콘텐츠학과 교수
14:30-15:20	1부 종합토론	
15:20-15:30	휴식	
2부 "문화가 있는 날 기획사업 통합운영 방안"		
	기조발제 "문화가 있는 날 기획사업의 통합운영의 필요성과 과제"	정세길 전북연구원 사회문화부 연구위원
15:30-16:30	주제발표 1. "문화가 일상이 되는 날을 위한 지역생태계 연계전략"	신동호 코유네이스 대표
	주제발표 2. "지역진단에 기초한 통합기획 전략"	권순석 문화컨설팅 배리 대표
	주제발표 3. "통합운영 사업을 어떻게 평가할 것인가?"	윤소영 한국문화관광연구원 문화정책연구실 연구위원
16:30-17:20	2부 종합토론	
17:20-17:30	폐회	

<2020 문화가 있는 날> 온택트 좌담회

참여 연구진

연구책임

김준호 (주)이안전락컨설팅 대표

연구원

권상화 (주)이안전락컨설팅 책임연구원

김나경 (주)이안전락컨설팅 연구원

장유림 (주)이안전락컨설팅 연구보조원

자문위원

강경환 영화제작소 눈 대표

권병웅 중앙대학교 예술대학원 교수

권순석 문화컨설팅 바라 대표

김 면 한국문화관광연구원 문화기반연구실장

박경열 상지대학교 관광경영학과 교수

박은실 추계예술대학교 문화예술경영대학원 교수

박성훈 SK사회적가치연구원 연구실장

배관표 충남대학교 국가정책대학원 교수

신동호 코뮤니타스 대표

심한기 청소년문화공동체 품 대표

오성호 메타기획컨설팅 본부장

윤소영 한국문화관광연구원 문화정책연구실 연구위원

이채관 와우책문화예술센터 대표

장세길 전북연구원 사회문화부 연구위원

정종은 상지대학교 문화콘텐츠학과 교수

최영화 인천연구원 도시경영연구실 연구위원

발행처 (재)지역문화진흥원
발간일 2020년 12월
발행인 김영현
연구기관 (주)이안전략컨설팅
ISBN 979-11-973917-0-5

(재)지역문화진흥원

주소 서울시 종로구 율곡로 190 여전도회관 5층
문의 02-2623-3125, 3123
홈페이지 www.rcda.or.kr